



EXPERIENCIAS DEL PROYECTO DE INVESTIGACION: LA UTILIDAD DE LA WEB 2.0 POR EL VIAJERO EN RELACION A LOS SERVICIOS TURISTICOS

Alejandro Misael Ortega Herrera¹ y Ma. Eugenia Sánchez Ramos²

1 Universidad de Guanajuato, 2 U DE G. am.ortegaherrera@ugto.mx

Introducción

La necesidad de estar informado permite conocer el entorno y genera conocimiento que da partida al ser humano a tener nuevas aspiraciones, deseos más amplios y variados; uno de los cuales es el de disponer de tiempo libre para después invertirlo en un factor de esparcimiento, el cual se conoce como vacaciones.

El turismo es la actividad social en relación a los conceptos anteriores y el cómo se apoya de las herramientas digitales para seguir vigente. Actualmente se ha posicionado la tendencia de viajar y realizar compras inmediatas por las aplicaciones y sitios de internet, enriquecidos de contenidos amigables, utilizando la Web 2.0 lo que en contraste con la Web 1.0 permite la interacción de los usuarios turísticos.

Método

El método utilizado en el presente estudio fue hermenéutico debido a su naturaleza cualitativa, el estudio es descriptivo y explicativo, utilizando la entrevista como técnica de recopilación de investigación a informantes clave. La metodología constó de las siguientes etapas: 1) investigación bibliográfica en fuentes de mercadotecnia, comercial, ventas, publicidad y turismo, 2) análisis de las preferencias de usuarios del sector de viajes por medio de entrevista a usuarios en un caso de estudio, 3) revisión de resultados mediante método de triangulación, y 4) redacción de conclusiones.

Resultados

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de entrevistas, refieren que el usuario o consumidor final, tiene una tendencia por el uso de tecnologías digitales en dispositivos inteligentes debido a las siguientes razones: accesibilidad de compra, acercamiento con los productos turísticos, conocer experiencias y opiniones derivados de la experiencia del viaje por parte del usuario.

Conclusiones

La retroalimentación por parte del usuario y la ponderación que este emite dentro de la plataforma, tiene un gran impacto en la empresa, ya que se resaltan los aciertos o las áreas de oportunidad que tiene que atender para mantener o mejorar el servicio, es decir los medios digitales se han convertido en un medio de evaluación del servicio.