

Diseño de nuevos paquetes turísticos - post pandemia - parte 1

**Karen Emilce
León Guerra**

PRESENTACIÓN KAREN EMILCE LEÓN GUERRA

Soy una persona apasionada por el trabajo en equipo tanto en el ámbito profesional como el personal; es tanta mi pasión que considero que cada día juego un partido de futbol, deporte que amo como el turismo y los sueños, pues cada estrategia diaria definida; me puede llevar a una derrota o a una victoria, pero de todas rescato el aprendizaje. Es por eso que considero que los talentos ganan partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos.



TEMAS A TRATAR



Evolución de la industria del 1.0 al 4.0.



Digitalización en la industria.



Motores de búsqueda, páginas web.



Aplicaciones, RRSS, los nuevos aliados de los agentes de viajes.



9 fuerzas tecnológicas.



Paquetes 4.0



Características de los paquetes 4.0



Big Data



Conclusiones



Paso para la segunda parte!!!

An aerial photograph of a vast, dense tropical rainforest. A river winds through the center of the forest, reflecting the surrounding greenery. The forest extends to the horizon, with some hills visible in the distance. The overall scene is lush and vibrant, representing a natural environment.

EL SALTO DE LA INDUSTRIA 1.0 A LA 4.0

De la industria 1.0 a la industria 4.0

Primera Revolución Industrial

basada en la introducción de equipos de producción mecánicos impulsados por agua y la energía de vapor



Primer telar mecánico, 1784

Segunda Revolución Industrial

basada en la producción en masa que se alcanza gracias al concepto de división de tareas y el uso de energía eléctrica



Primera cinta transportadora. Matadero de Cincinnati, 1870

Tercera Revolución Industrial

basada en el uso de electrónica e informática (IT) para promover la producción automatizada.



Primer controlador lógico programable (PLC) Modicon 084, 1969

Cuarta Revolución Industrial

basada en el uso de sistemas físicos cibernéticos (cyber physical systems - CPS).



Grado de complejidad



1800

1900

2000

Presente

Tiempo



CREES QUE EL TURISMO TAMBIÉN HA EVOLUCIONADO?

COLOMBIA 

DIGITALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA

1.0 Tradicional

Características

- ✓ Las decisiones se basan en las ofertas de agencias de viajes, libros o folletos de destinos y/o directamente en aeropuertos y estaciones de transporte
- ✓ Los recuerdos del viaje se guardaban en cámaras fotográficas
- ✓ Llegabas a los sitios preguntando a los lugareños, algún guía o mapas

2.0 Social

Características

- ✓ Las decisiones se basan en los buscadores por Google o Yahoo sobre lugares, vuelos y compra de tiquetes
- ✓ Pagina WEB se abre camino
- ✓ Los recuerdos del viaje se guardaban en teléfonos móviles y video cámaras
- ✓ Llegabas a los sitios con Google maps, blog de viajeros



DIGITALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA

3.0 Colaborativo

Características

- ✓ Las decisiones se basan en los comentarios de otros usuarios sobre el destino, restaurante o sitio de esparcimiento
- ✓ Las APP's se abren camino
- ✓ Los recuerdos del viaje se guardaban en smartphone, cámaras digitales y compartes en RRSS
- ✓ Llegas a los sitios con las aplicaciones, te movilizas , compartes y comentas

4.0 Digitalización

Características

- ✓ Las decisiones se basan en las diferentes soluciones tecnológicas y digitales con el objetivo de mejorar sus experiencias como usuarios, el incremento de los servicios cada vez más personalizados y viajeros que combinan desplazamientos por negocios con el tiempo de ocio
- ✓ La IA se abre camino
- ✓ Los recuerdos del viaje se guardan en dispositivos móviles y buscan interacción con el mundo
- ✓ Llegas a los sitios con servicios personalizados basados en la geolocalización, anuncios publicitarios que operan gracias a la inteligencia artificial, sistemas de reconocimiento facial para hacer check-in y check-out desde el móvil, realidad aumentada con la que se puede ver el alojamiento en 360°



USUARIOS

Disponen al menos el 69% de su tiempo usando dispositivos digitales

El principal motor de búsqueda en Google (96%), seguido de Yahoo (2%) y Bing (1%)

Los celulares consumen el 70% del Internet en el mundo

48% de los compradores usan un dispositivo móvil para la adquisición de los productos de su interés
El 70 % están entre 18 y 39 años

USUARIOS

90% usan dispositivos digitales para tomar su decisión de compra

Google Play tiene aproximadamente 9 millones de aplicaciones

Y los compradores visitan más las Progressive Web App que las aplicaciones nativas de las tiendas

68% de las empresas están integrando marketing móvil

57% no recomendaría una empresa cuyo sitio web no esté bien diseñado

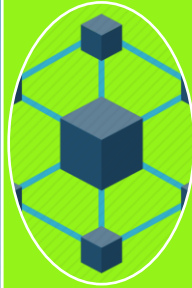
9 FUERZAS TECNOLÓGICAS



Analítica



Cognitiva



Cadena de bloques



Realidad digital



Nube



Experiencia digital



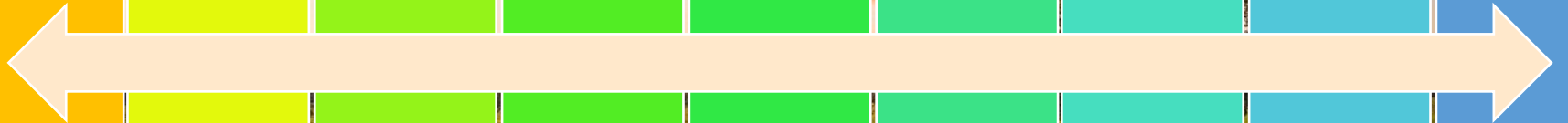
Núcleo



Riesgo



Negocio de tecnología



¿CÓMO EL USO DE LA TECNOLOGÍA VA A IMPULSAR EL TURISMO?





Tendencias

1. Dispositivos móviles
2. Aplicaciones móviles
3. Internet de las cosas
4. Big Data / Personalización de servicios
5. Ciudades inteligentes (Smart Cities)
6. Destinos inteligentes (Smart Destinations)
7. Geo posicionamiento y beacons
8. Seguridad
9. Otras tendencias tecnológicas:
Drones / Robots / Cloud computing y
Realidad Virtual
10. Nuevos métodos de pago

A scenic landscape photograph featuring a cityscape in the foreground, a range of mountains in the middle ground, and a bright sun setting behind a layer of clouds in the sky. The sun is the central focus, casting a warm glow over the scene. The city below is densely packed with buildings, and the mountains are silhouetted against the bright sky. The overall mood is peaceful and nostalgic.

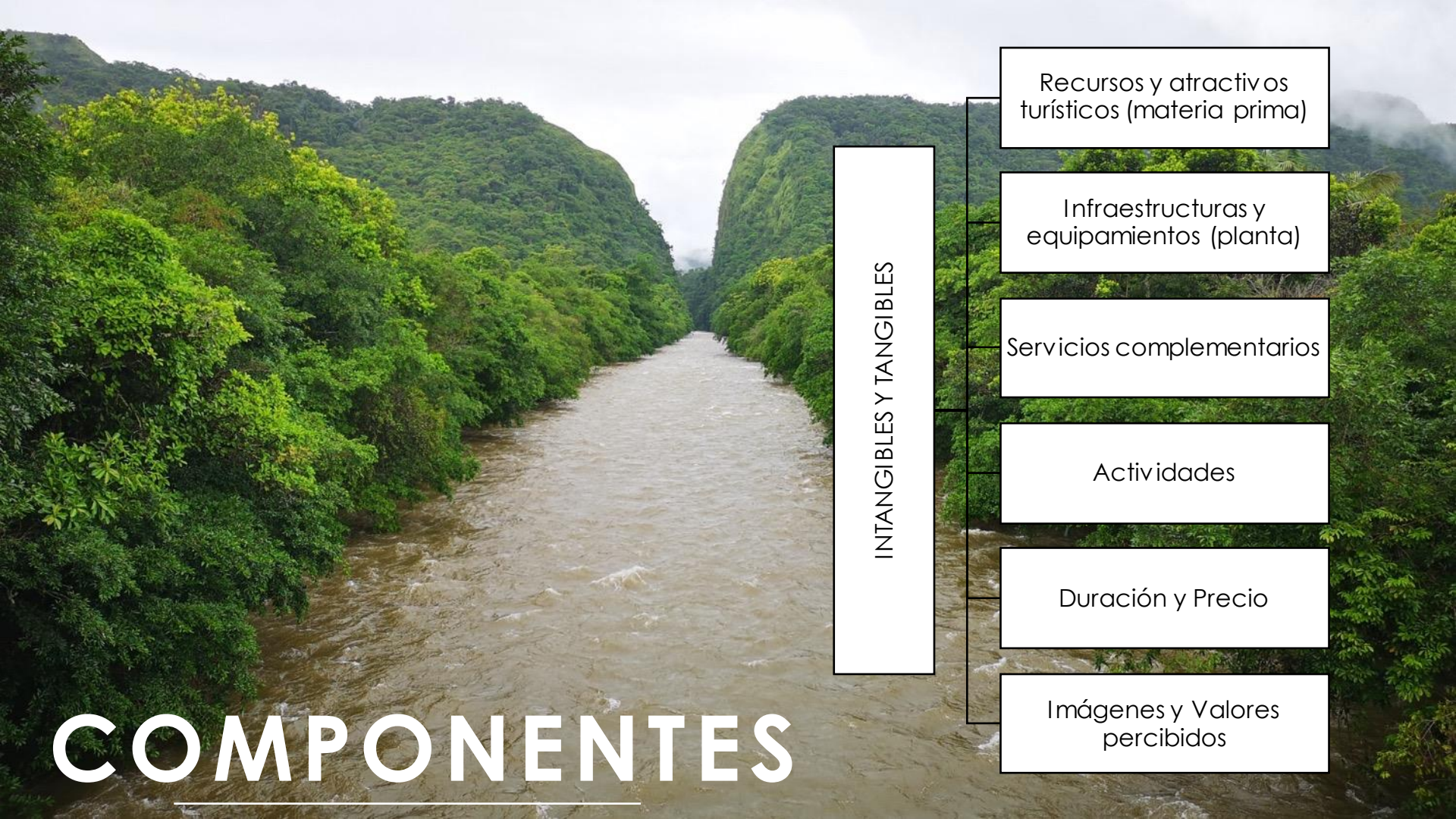
RECORDEMOS

OBJETIVO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El diseño del producto adecuado es, sin ninguna duda, la actividad más importante del marketing turístico. Si el producto satisface al consumidor, lo único que se necesita es que el resto de acciones de marketing sean correctas y coherentes para garantizar el éxito en el mercado.

CARACTERÍSTICAS





COMPONENTES

INTANGIBLES Y TANGIBLES

Recursos y atractivos turísticos (materia prima)

Infraestructuras y equipamientos (planta)

Servicios complementarios

Actividades

Duración y Precio

Imágenes y Valores percibidos

RECURSOS TURÍSTICOS:

- Relacionados con la naturaleza
- Relacionados con la cultura
- Relacionados con la historia
- Relacionados con actividades deportivas
- Relacionadas con actividades socioculturales



Montañas



Planicies



Playas



Parques Nacionales



Museos



Obras de Arte



Lugares Históricos



Ruinas



Manifestaciones Religiosas y



Ferias y Mercados



Música y Danza



Artesanía

SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS

- Alojamiento
- Restaurantes
- Actividades
- Otros servicios



Hotels



Moteles



Pensiones



Apartahoteles



Restaurantes



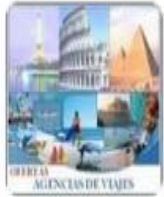
Cafeterias



Comedores Típicos



Taquerías



Agencias de Viajes



Cambio de moneda



Transporte Turístico



Guarderías

ALOJAMIENTO

- Hoteles
- Complejos turísticos
- Hostales
- Casas rurales
- Campings



Marinas



Muelles



Ramada



Sombrillas



Miradores



Senderos



Refugios



Funiculares



ACTIVIDADES

- Permitirán un contacto con el paisaje natural y cultural del destino.
 - Actividades de agua
 - Actividades de tierra
 - Actividades de aire
- Otras actividades basadas en valores naturales
 - En cultura y costumbres



Night Clubs



Discotecas



Bares



Casinos

OTROS SERVICIOS

- Restauración
- Artesanía
- Productos locales



Servicios aéreos



Servicios Ferroviarios



Servicios Acuáticos



Servicios Terrestres



EN DEFINITIVA.....


PRODUCTO TURÍSTICO

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), el producto turístico está basado en conceptos como patrimonio, recursos y destino

El producto turístico se compone de: recursos turísticos más servicios de todo tipo (equipamiento, alojamiento, empresas de actividades de ocio y otros servicios como la restauración).

PAQUETES 4.0





El **TURISMO 4.0** es aquel turismo influenciado por las tendencias digitales que están innovando con nuevas maquinarias, procesos, tecnologías y formas de brindar mejores experiencias integradas en el sector y cuyos hábitos de consumo se relacionan con las nuevas generaciones. Involucrados en toda la cadena de valor, desde el momento de la planificación, hasta la vivencia final y recomendación por parte de los usuarios.

Deiwi Zurbarán – PROFESOR
EXTERNADO. DIPLOMADO GESTIÓN
TURÍSTICA 4.0

TURISMO 4.0

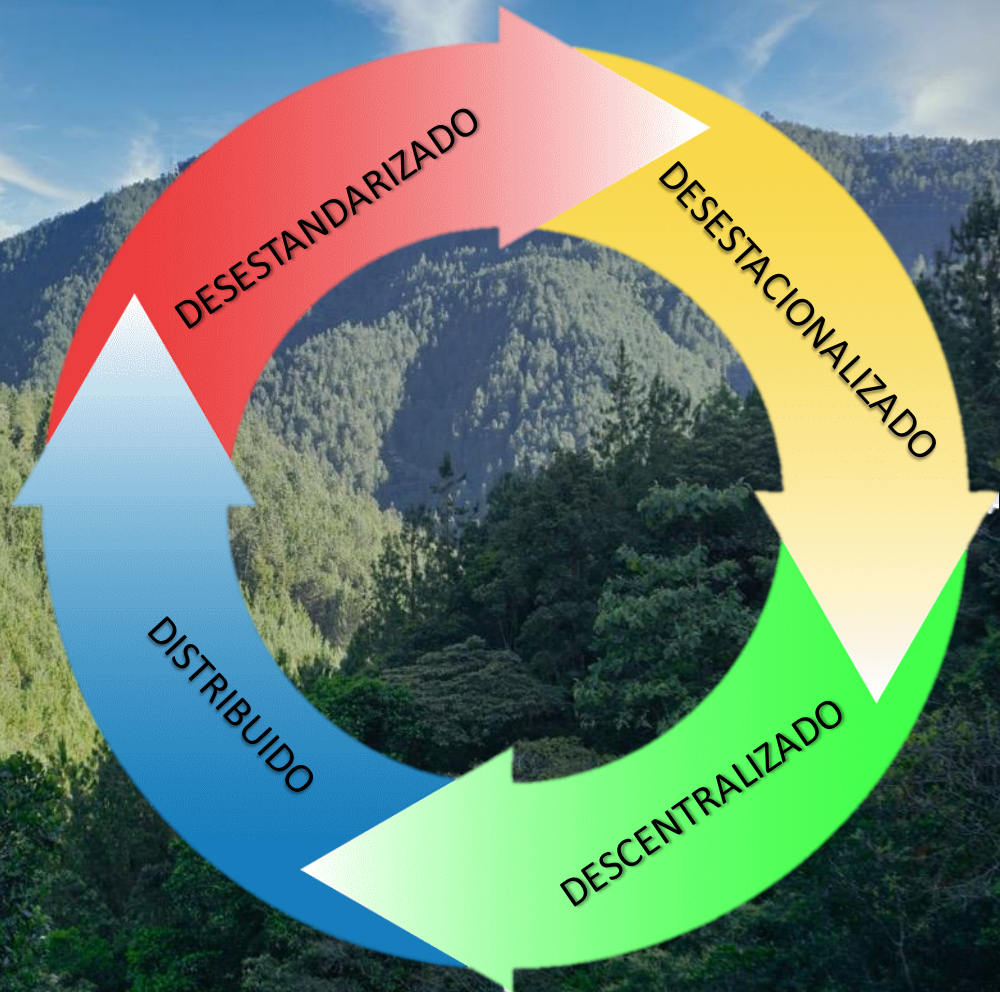
AUTENTICIDAD

EJES

EFICIENCIA

TRANSPARENCIA

4D'S



BIG DATA

El Big Data consiste en un proceso que analiza e interpreta grandes volúmenes de datos, tanto estructurados como no estructurados. El Big Data sirve para que los datos almacenados de forma remota puedan ser utilizados por las empresas como base para su toma de decisiones

<https://www.youtube.com/watch?v=aP-TXWwg8vw>



<https://cutt.ly/dnBKgP0>



CONCLUSIONES

- ✓ Tener las 4 D's y los ejes del turismo 4.0 en toda la creación de paquetes.
- ✓ Importante tener App, o página web o cualquier medio digital para hacer parte de esta revolución.
- ✓ Enfocar la creación de paquetes turísticos hacia el enfoque de la sostenibilidad y seguirlo a ello en el cumplimiento de requisitos para las ciudades y destinos inteligentes.
- ✓ Las que vayan por la innovación y nuevas tecnologías, serán las empresas que sobrevivan

* imagen de referencia internet.



PARA DAR PASO A LA SEGUNDA PARTE

RECUERDA

Que la autenticidad, la eficiencia y
transparencia son los ejes
fundamentales para crear el nuevo
paquete y producto turístico 4.0 .





www.linkedin.com/in/karen-león



karen leon



ka_leon23



KAREN EMILCE LEÓN GUERRA

Conferencista Programa de Formación Exportadora en Turismo



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 

MUCHAS
GRACIAS

COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS