**PROTOCOLO DE INVESTIGACION**





**UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR**

**LIC. TURISMO**

**OCTAVO SEMESTRE**

**SEMINARIO DE TITULACION**

**LIC. BRENDA**

**MARIANA GARCIA SALAZAR**

**LTU661**

INDICE:

**Introducción….4**

**Presentación…5 y 6**

**Planteamiento del Problema….8**

**Preguntas de Investigación….9**

**Justificación….10**

**Objetivos….10**

**Metodología….11**

**Enfoque….11**

**Universo….11**

**Método de muestreo….12**

**Unidad de estudio….12**

**Recursos….12**

**Limites….13**

**Tiempo….13**

**Contexto…. 14-16**

**Marco Contextual…. 17-19  
  
Conclusiones previas….20**

**Bibliografía….21**

**INTRODUCCION:**

La industria turística se está enfrentando actualmente a un nuevo entorno derivado de las transformaciones a las que se ha visto sometida. Este aspecto ha venido a modificar las tendencias del sector

Ante las demandas de un mercado que requiere concepciones más personalizadas y flexibles del producto o servicio turístico. Ante esta situación, las empresas necesitan orientar y centrar su modelo de gestión de negocio en las necesidades de sus clientes para poder afrontar los cambios y los retos estratégicos que tienen planteados.

**PRESENTACION:**

Este protocolo de Investigación se elaboro principalmente pensando en las empresas turísticas que intervienen en las diferentes actividades que desarrolla el Turismo, divagando en los beneficios que pueden obtener con herramientas mas avanzadas que mejoren el servicio y la calidad del mismo y que al mismo tiempo hagan crecer la utilidad de la empresa Turística.

La importancia de la información en la industria turística se justifica también por las características Propias que posee el producto turístico, que lo configura como un producto intensivo en Información. Así, destacan la heterogeneidad del producto, compuesto por diversos componentes

que intervienen en su definición, lo cual exige contar con conexiones continuas entre los diferentes Agentes que intervienen en su producción para obtener una información actualizada, eficiente y exacta; su intangibilidad, derivada del hecho de que los consumidores potenciales de productos turísticos no puedan probarlo antes de su adquisición, obliga a las empresas a dotar de mayor contenido informativo al producto y proveer información adicional al turista; su carácter perecedero, al tratarse de un producto que no es almacenable, precisa información que facilite el análisis de los problemas, situaciones y acciones para reducir los riesgos y la incertidumbre en las decisiones

que se tomen; y, por último, el contexto internacional en que actúa la empresa turística hace que Genere grandes volúmenes de información derivados de la necesidad de mantener comunicaciones continuas con los distintos agentes que participan en la cadena de distribución del producto. En este entorno, la información turística se caracteriza por ser abundante y presentar una naturaleza diversa Ante esta situación, disponer de información precisa, oportuna, y relevante es la base para que la empresa pueda tener éxito en la difícil tarea de satisfacer la demanda turística.



* **PLANTEAMIENTO DE EL PROBLEMA:**

El principal problema que observe y por el cual desarrolle este tema es por que muchas empresas turísticas por evitar una inversión o por que el propietario tiene una forma antigua de pensar quieren mantener un estilo “Rustico” por lo tanto no hacen modificaciones en instalaciones ni herramientas de servicio principalmente se da en la industria hotelera, esto ha retrasado el desarrollo turístico por que proporcionan un mal servicio por no contar con herramientas avanzadas y afectan a los desarrollos turísticos por que los turistas toman un concepto malo y en esta época la tecnología es indispensable, por el ejemplo quien puede vivir sin Internet en estos tiempos y muchos no cuentan con Wi Fi, muchos ni siquiera cuentan con red de telefonía y otros aun utilizan una llave en lugar de tarjetas para acceso a la habitación, no cuentan con elevadores para personas mayores rutas de acceso ni terminales electrónicas todos estos aspectos afectan a los huéspedes y la empresa se proyecta en un nivel de servicio decadente.

Es por eso que es importante hacerle saber a los empresarios el nivel de utilidad que puede aumentar su empresa al implementar las nuevas herramientas avanzadas tecnológicamente que facilitaran el brindar un servicio y además de que le turismo aumentara y por lo tanto habrá un mas alto desarrollo de turismo y un mayor ingreso económico para el país.

* PREGUNTAS DE INVESTIGACION:

(Utilice preguntas cerradas)

* *¿crees que ha beneficiado la tecnología al turismo?*
* *¿Crees que es indispensable tener los avances tecnológicos dentro de una empresa turística tal como hoteles agencias de viajes u otra empresa de esta misma rama?*
* *¿En esta empresa utilizan los últimos avances tecnológicos para proporcionar un servicio?*
* *Te es fácil adaptarte a las nuevas tecnologías en cuanto su uso?*
* *¿Crees que si una empresa tiene los últimos avances tecnológicos incrementara su utilidad y reducirá costos?*
* *¿Que nuevas tecnologías dentro y fuera de tu empresa conoces?*
* **JUSTIFICACION:**
* La importancia de esta investigación es visualizar y resaltar lo importante que es utilizar y estar a la vanguardia de los adelantos tecnológicos y así mismo ver como ha ido avanzando el sector turístico gracias a las herramientas tecnológicas.
* **OBJETIVO GENERAL :**
* Resaltar la importancia que tiene el estar a la vanguardia de la tecnología en las empresas turísticas, para proporcionar un buen servicio al turista y así mismo facilitar el brindar los servicios a los prestadores de servicios turísticos.
* ***OBJETIVOS ESPECIFICOS:***
* Divagar en las herramientas tecnologías que han aumentado la rentabilidad y progreso de las empresas turísticas.
* Ver las ventajas y desventajas que ha dejado la aplicación de la tecnología en el prestador de servicios turísticos
* ***METODOLOGIA:***
* L a metodología que utilizare para llevar a cabo la investigación es a través de observar las necesidades de las empresas turísticas en las que he practicado en cuanto a bases de investigación utilizare libros de tecnología y turismo y artículos vía Internet.
* **ENFOQUE:**

El enfoque principal esta basado en las empresas turísticas principalmente los hoteles ya que son las empresas más amplias en el turismo que por su demanda necesitan estar actualizados en tecnología.

* **UNIVERSO O POBLACION:**

Mi principal universo son las personas que laboran dentro de una empresa turística a las que me estoy enfocando pues esas personas son las que se enfrentan a diario con el problema de no tener las nuevas tecnologías que ayudarían a que su trabajo fuera mas ameno y con mayor calidad además de que les ahorraría tiempo.

* **METODO DE MUESTREO:**

**Muestreo**

Este método es el resultado de las encuestas que se aplicaron para conocer los métodos tecnológicos que usan actualmente las empresas turísticas para llevar a cabo sus labores diarias.

Este muestreo esta basado en la encuesta que lleve a cabo con los colaboradores de hoteles y agencias de viajes.

**UNIDAD DE ESTUDIO:**

Mi unidad de estudio son los hoteles y las agencias de viajes ya que son mis referencias de estudio por que son las empresas turísticas de las que mas depende el turismo y con las que la atención a cliente deber ser constante y directa y par ello es muy necesario tener las herramientas tecnológicas mas avanzadas.

* + **RECURSOS:**

Los recursos que empleare para llevar a cabo mi investigación serán:

* + - ***HUMANOS:***

*Visitas* a empresas turísticas como hoteles, restaurantes y operadoras turísticas para observar el tipo de tecnología que utilizan para llevar a cabo las actividades diarias para el servicio al huésped o cliente y ver cuales son las facilidades que obtienen con el uso de la tecnología y cuales son las repercusiones.

* + - ***MATERIALES:***

Libros de tecnología y turismo.

Revistas que hablen de la transformación del turismo a través de la tecnología.

Artículos vía Internet.

* + - ***FINANCIEROS:***

Transporte para visita a las empresas.

Compra de material (revistas y libros)

* **LIMITES:**

**Tiempo:**

El tiempo límite de la investigación será aprox. De 4 a 6 meses.

**Personas o sujetos:**

Las personas que serán de mi apoyo son las que llevan a cabo las actividades de tipo turístico en las empresas que visitare, puesto que realizarles encuestas será uno de mis apoyos.

**CONTEXTO:**

**SI/TI: Sistemas empleados en la actividad Turística.**

***Gestión y dirección de empresas turísticas***

Observando la deficiencia de atención en el sector turístico estas comienzan a ser percibidas como un factor crucial en la formulación estratégica del sector, convirtiéndose en un instrumento fundamental para afrontar los cambios que se produzcan en el mercado. De hecho, mediante el uso de estas herramientas, las empresas del sector han logrado transformar el turismo de masas hacía nuevas concepciones del viaje turístico más personalizadas.

Los recursos de SI/TI están facilitando desde hace tiempo un uso más eficiente de los flujos de información. De este modo, por ejemplo, permiten que se pueda conocer en todo momento la oferta existente a escala mundial y que los turistas puedan solicitar información sobre productos, tarifas, horarios y disponibilidades a los intermediarios turísticos o directamente a los proveedores del servicio turístico. Además, el carácter bidireccional de los flujos de información que se generan en las transacciones comerciales conlleva a la necesidad de usar nuevos medios de comunicación para adecuar los procesos de gestión a las necesidades de los clientes, debido a su creciente deseo de participar activamente en el proceso de planificación del viaje.

El potencial de desarrollo de las TI en el turismo se explica, según Martín (1999), por la coexistencia de dos factores. Por una parte, el turismo es un negocio esencialmente Inter territorial con una gran necesidad de comunicaciones rápidas, fiables y seguras que permitan la promoción y comercialización de los productos desde puntos de oferta alejados de los puntos de venta y, por otra parte, el sector de ocio necesita disponer de herramientas de demostración y promoción basadas en imágenes y medios audiovisuales cada día más flexibles y atractivas. Todo ello, está marcando

las tendencias más actuales de las TI, que se manifiestan en el desarrollo prioritario de las comunicaciones y la multimedia para satisfacer en gran medida las necesidades de información del sector turístico.

Los aspectos descritos convierten al sector turístico en una industria intensiva en la utilización de SI/TI porque el turismo es esencialmente información y los SI/TI se están convirtiendo en uno de los factores claves para mejorar el producto turístico y el funcionamiento y la gestión eficiente de las empresas que integran la industria. En consecuencia, los SI/TI pueden ayudar a la empresa a la hora de responder a los cambios que se producen en la demanda de servicios turísticos, y abren un enorme abanico de posibilidades para la interactividad entre empresas y entre éstas con los consumidores turísticos. Desde esta perspectiva, Aguiló (1996) señala que un aspecto crucial del nuevo contexto viene dado por la globalización de las tecnologías en todos los negocios turísticos (hostelería, agencias de viajes, líneas aéreas, alquiler de coches, etc.) y por su potencialidad para que las empresas puedan interactuar y relacionarse con otros sectores. Por último, las TI también facilitan a los proveedores turísticos canales de comercialización alternativos para la distribución del producto turístico que ayudan al proceso de desintermediación de la propia industria.

**SISTEMAS EMPLEADOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA:**

Dados los aspectos descritos en el apartado anterior, es necesario plantear el estudio de los recursos de SI/TI utilizados por las empresas turísticas a partir de las posibilidades que ofrecen para mejorar los procesos de gestión del negocio y las relaciones con otros agentes de su entorno, en cuanto a intercambio de información. Por consiguiente, el análisis de los SI/TI más utilizados por las empresas turísticas exige diferenciar entre aquellos recursos empleados en la gestión interna y aquellos otros que se han venido utilizando habitualmente para gestionar las actividades de comunicación externa. Una prueba de ello es el amplio número de hoteles y restaurantes que han adoptado sistemas basados en tecnologías de redes para mejorar la eficacia, Aquellos SI que proveen apoyo a la gestión interna de la actividad de la empresa turística.

Los medios tecnológicos facilitan la comunicación con otros agentes y empresas del sector.

**Marco Contextual:**

**Conceptual:**

* *¿Qué es Turismo?*
* Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por [negocios](http://definicion.de/turismo/) y otros motivos.
* **- Según Glucksmann:**
* Define el turismo como “el vencimiento del espacio por otras personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia”
* -**Según Morgenroth**
* “trafico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales”
* *¿Qué es tecnología?*
* Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.
* Según Casas Armen gel: “Aplicación Sistemática de las Ciencias y de otros Conocimientos organizados a la solución de problemas prácticos dentro de un contexto cultural determinado
  + ***Histórico:***

# *Historia de la tecnología*

La historia de la tecnología es la historia de la [invención](http://es.wikipedia.org/wiki/Invenci%C3%B3n) de [herramientas](http://es.wikipedia.org/wiki/Herramienta) y técnicas con un propósito práctico. La historia moderna está relacionada íntimamente con la [historia de la ciencia](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_ciencia), pues el descubrimiento de nuevos conocimientos ha permitido crear nuevas cosas y, recíprocamente, se han podido realizar nuevos descubrimientos científicos gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, que han extendido las posibilidades de experimentación y adquisición del conocimiento.

Los artefactos tecnológicos son productos de una [economía](http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_econ%C3%B3mico), una fuerza del crecimiento económico y una buena parte de la vida. Las innovaciones tecnológicas afectan y están afectadas por las tradiciones culturales de la sociedad. También son un medio de obtener poder militar.

***Orígenes del Turismo en México***

Toda la vida el ser humano a querido conocer nuevos lugares por diferentes motivos aunque en siglos pasados esto no era posible ya que no existían los medios adecuados para desplazarse, debido a esta necesidad surge después de muchos años una actividad socio-económica llamada Turismo la cual a través de los años ha venido enriqueciendo y afectando a los diferentes países del mundo.

**CONCLUSIONES PREVIAS:**

Las innovaciones para el sector turístico, representan hoy más que nunca un recurso estrategia fundamental para competir en un entorno complejo como el actual que demanda cambios en los atributos del servicio turístico ofertado. Ante la nueva situación, las empresas necesitan disponer de información completa y veraz que les ayude a analizar situaciones y tomar decisiones con mayor rapidez. Por esta razón, un gran número de empresas del sector han comenzado a incorporar de forma intensiva herramientas basadas en SI/TI con objeto de mejorar la gestión y la toma de decisiones, al tiempo que sirvan de apoyo a las estrategias de negocios fijadas por las empresas.

El uso de los avances tecnológicos bajo el enfoque anterior, requiere que las empresas turísticas identifiquen previamente los recursos tecnológicos que necesitan. Al mismo tiempo, necesitan conocer el modo en que las empresas de la competencia, sus clientes y proveedores están empleando dichas herramientas, así como el valor que asignan a las innovaciones tecnológicas que han incorporado en el

Producto o servicio turístico y en los procesos que lo configuran. En consecuencia, ya no basta con aplicar y usar bien los recursos de SI/TI sino que es necesario que estas empresas desarrollen una habilidad para usarlos mejor que la competencia. Por tanto, deben empezar a considerar la gestión

de los recursos tecnológicos como un factor estratégico clave que podría ayudarles a obtener mejores resultados y, en última instancia, a ser más competitivas.

**BIBLIOGRAFIA:**

# *Libro: Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo de Rosana de Pablo redondo, año 2004 #546.*

*Revista muy interesante tomo 24 Pág.16-24*

*Pág. Web:*

