Materia o unidad de aprendizaje: Sistemas de Información Turística	
Licenciatura: LGTUR	
Elaborado por: Alicia Siller Garza	

Menciona las 3 fuentes de consulta utilizadas para la venta del producto hotelero.
CRS, GDS y las guías oficiales.

Se le reconoce como el GDS líder en Europa.
Amadeus

GDS que se ha desarrollado más en el mercado americano.
Sabre

Está basada en un navegador que combina el entorno gráfico con el críptico.
Amadeus Selling Platform

Se configura como el segundo GDS líder.
Galileo

Son aquellas que preparan sus productos y servicios turísticos para ofrecerlos a las agencias minoristas, nunca al usuario final.
Las agencias mayoristas

Son las peticiones de servicios de seguros de viaje se envían al sistema a través del producto Amadeus Seguros. (son 2 respuestas)
Solicitar información sobre tarifas de seguro de viaje.
Modificar o confirmar un elemento de información sobre seguros.

Brinda la posibilidad a los proveedores turísticos de crear su propia página web
Internet

Principal beneficio de los GDS para las agencias de viaje
Proporcionar de forma integrada una inmensa oferta de servicios del viaje en una única interfaz accesible en tiempo real.

Destacan por su evolución constante, su adaptación continua al mercado y su utilización estratégica de la tecnología.
Características de los GDS

¿Cómo se definen los sistemas globales de distribución?
Grandes bases de datos centralizadas que permiten el acceso a los agentes de viajes y son capaces de almacenar y actualizar información sobre la oferta turística

¿Qué engloba un Sistema global de distribución?
Consorcios de proveedores de productos y servicios turísticos

¿Qué es la reserva directa?
Es la que se efectúa de manera directa del cliente a la empresa ya sea por teléfono online. no existen intermediarios.

¿Cuál de estos sistemas GDS y CRS fue el primero en aparecer?
CRS (sistema de reserva central)

¿Sistema que presentan las líneas aéreas con la necesidad de intercambiar información de
reservas de los pasajeros de vuelos de múltiples líneas aéreas?
PNR (Passenger Name Record)

Menciona 5 códigos IATA de aeropuertos mexicanos.
MTY, SJD, CUN, GDL, TAM.

Tipos de proveedores que ofrecen sus servicios turísticos a nivel internacional.
Proveedores globales.

Tipos de proveedores que operan en un solo país.
Proveedores locales.

Menciona las 2 características de los billetes de avión.
Son individuales e intransferibles.

¿Cuál es la característica principal de las centrales de reserva?

Que estas le permiten a la agencia de viajes acceder de forma operativa a hoteles de cualquier parte del mundo.

¿Qué es la distribución turística en internet?
**La distribución turística en internet es el proceso de comercialización, venta y promoción
de productos turísticos a través de plataformas online.**

¿Cuáles son las principales plataformas de distribución turística en internet?
Las principales plataformas de distribución turística en internet son agencias de viajes online, metabuscadores, las aerolíneas, hoteles y portales de reservas.

¿Cómo se benefician los proveedores de servicios turísticos de la distribución turística en
internet?
Los proveedores de servicios turísticos pueden llegar a un público más amplio y diverso, y pueden reducir los costos de comercialización y distribución de sus productos o servicios.

¿Qué beneficios tiene la distribución turística en internet?
**La distribución turística en internet permite a los usuarios buscar y comparar precios y ofertas, reservar y pagar de manera rápida y cómoda, y acceder a información detallada
sobre destinos y servicios turísticos.**

¿Qué porcentaje de los viajes se reserva a través de internet?
Según estudios recientes, más del 60% de los viajes se reserva a través de internet.

¿Cómo se pueden medir los resultados de una estrategia de distribución turística en internet?
Los resultados de una estrategia de distribución turística en internet se miden principalmente en términos de tasas de conversión, ROI y satisfacción del cliente.

¿Cuáles son las tendencias actuales en la distribución turística en internet?
Las tendencias actuales en la distribución turística en internet incluyen la personalización de la experiencia del usuario, la adopción de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el blockchain, y el auge del turismo colaborativo.
¿Cómo afecta la distribución turística en internet a los intermediarios tradicionales?

La distribución turística en internet ha generado una mayor competencia y ha obligado a
los intermediarios tradicionales a adaptarse a un entorno más digital y enfocado en el cliente.

¿Cómo pueden las empresas de turismo mejorar su presencia en internet?
Las empresas de turismo pueden mejorar su presencia en internet a través de estrategias de marketing digital, SEO y SEM, redes sociales, contenido de calidad y reputación online.

¿Cómo afecta la pandemia de COVID-19 a la distribución turística en internet?
La pandemia ha tenido un impacto muy negativo en la distribución turística en internet,
debido a la disminución drástica de la demanda y las restricciones en los viajes.

¿Qué papel juegan los metabuscadores en la distribución turística en internet?
Los metabuscadores son plataformas que buscan en múltiples sitios web para comparar
precios y opciones de reserva, facilitando el proceso de planificación de viajes para los usuarios.

¿Cuáles son los principales retos de la distribución turística en internet?
Los retos incluyen la competencia feroz entre los proveedores, la necesidad de integrar
diferentes sistemas y tecnologías, la adaptación constante a los cambios en el mercado y la lucha contra el fraude y la piratería.

¿Qué es un CRS (Central Reservation System) y para qué se utiliza en la distribución turística?
Un CRS es un sistema de gestión de reservas centralizado utilizado por los proveedores de servicios turísticos y las OTA para gestionar y distribuir sus inventarios de servicios
turísticos.

¿Qué consecuencias tiene la falta de seguridad en la distribución turística en internet?
La falta de seguridad en la distribución turística en internet puede llevar a fraudes, estafas y pérdidas económicas para los usuarios.
¿Qué es el marketing de destino y cómo se utiliza en la distribución turística en internet?

El marketing de destino es una estrategia de promoción que busca atraer visitantes a una
región o ciudad en particular, y se utiliza en la distribución turística en internet a través de campañas publicitarias y contenidos turísticos.

¿Qué son los sistemas de gestión de reservas y cómo se emplean en la distribución turística en internet?
Los sistemas de gestión de reservas son herramientas que permiten a las empresas turísticas administrar sus reservas, inventarios, precios y pagos de manera eficiente y automatizada.

¿Qué es el turismo sostenible y cómo se puede promover a través de la distribución turística en internet?
El turismo sostenible es una forma de turismo que busca minimizar el impacto ambiental y preservar la cultura y el patrimonio local, y se puede promover a través de la distribución turística en internet a través de prácticas y promociones responsables.

¿Qué son los programas de fidelidad en la distribución turística en internet?
Los programas de fidelidad son iniciativas que buscan premiar a los usuarios por su lealtad, ofreciéndoles descuentos, promociones exclusivas y otros beneficios.

¿Qué son los reviews online y cómo afectan a la distribución turística en internet?
Los reviews online son opiniones de usuarios sobre productos y servicios turísticos que se comparten en plataformas como Tripadvisor o Booking.com, y tienen un impacto significativo en la decisión de compra de otros usuarios.

¿Cómo han cambiado los hábitos de consumo de viajes con la distribución turística en internet?
La distribución turística en internet ha cambiado los hábitos de consumo de viajes al hacerlos más accesibles, flexibles y personalizados, permitiendo a los usuarios planificar y reservar sus viajes de manera más fácil y rápida.

Este término hace referencia tanto al lugar físico como a las actividades que constituyen la relación directa con el cliente; estás normalmente se asocian con labores de marketing.
Front Office

Se trata de las herramientas clave que determinarán el logro de la satisfacción de las necesidades de los clientes.
La atención y la calidad del servicio prestado.

Menciona las 5 funciones del Front Office en el turismo
Reserva, Transfer, Check in, Estancia en el hotel, y Check out.

Son los encargados de gestionar los procesos comerciales y administrativos en las empresas turísticas tales como: agencias de viajes.
Sistema o Software de aplicación de agencias de viajes.

Consiste en la gestión interna de las aplicaciones que se encuentran ya adoptadas, incluidas o interconectadas con los programas de gestión externa.
Back Office

El Front office tiene acceso directo a GDS, centrales de reserva o webs de mayoristas.
Verdadero

Es una marca especializada en la venta de viajes a clientes vacacionales que tiene origen en España.
Halcón Viajes.

Es el tipo de front office que se carga en el sistema informático del hotel y solo se puede acceder desde dentro de él.
Sistema on-premise
¿Cuál es el tipo de front office el cual se actualiza automáticamente y se puede acceder a él a través de un navegador web desde cualquier dispositivo?
Cloud system

¿En qué consiste el tipo de sistema híbrido?
Es una mezcla de ambos tipos, es decir, aquellas funcionalidades principales que requieren más seguridad se encuentran en "on-premise", mientras que las otras se manejan en la nube (cloud system).

Menciona una ventaja y una desventaja del “Cloud System”.
Ventaja: es la opción más económica y fácil de instalar.
Desventaja: requieren una excelente conexión a internet.
Programa que fue diseñado por agencias minoristas y permite realizar funciones como

control de cobros y facturación, creación de bases de datos, envío de mensajes a clientes, etc.
Ofiviaje.

¿En qué consiste el programa Ofimayor?
Es utilizada por las mayoristas, y cuenta con funciones como la creación de producto, la gestión y venta de los mismos, cotizaciones de grupos, pago de facturas a proveedores, etc.

Cuenta con motor de reserva B2B y B2C y va dirigido a cualquier empresa que desee la publicación, gestión y venta de productos y servicios turísticos en su página web.
Programa Ofitour.

Gestiona la información de reservas aéreas, de hotel y de coche, realizadas a través de los sistemas Savia/Amadeus, Galileo, Worldspan, SIRE, etc.
Orbis

Aplicación que tiene acceso a la realización de reservas a través de Grupo Iberojet, Bedsonline, Hotusa, Keytel, Restel, etc.
Beroni.

Sistema de gestión exclusivo para agencias de viajes muy popular en América Latina.
Sigmma

¿Qué permite hacer el sistema Sigmma?
Planificar y controlar las diversas acciones del proceso de venta, obteniendo indicadores de productividad de cada vendedor.

¿Cuál es el sistema de gestión para agencias de viajes minoristas que integra la inteligencia artificial en sus procesos?
GIAV

Suministra contenidos teóricamente neutros, sobre los recursos y destinos, debe ser lo más imparcial posible, aportando los datos más amplios y variados sobre destinos y recursos, de forma que el visitante o turista pueda tomar su decisión sin recibir informaciones premeditadamente tendenciosas.
La información turística.
Según la OMT, ¿Qué es la información turística?

Servicios públicos, dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones, que tienen como misión informar, facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

¿Se puede considerar a la información turística como un servicio turístico?
Si, también puede considerarse como parte del producto turístico.

Existen dos tipos de clasificación turística básicos ¿Cuáles son?
Aquella información mínima o condensada del destino, necesaria para que el visitante pueda valorar y decidir su desplazamiento; y aquella que enriquece, diversifica y ocasionalmente prolonga la experiencia del visitante.

Es una forma de información que se refiere a todo lo que el turista piensa acerca de a done quiere ir o que tipo de vacaciones busca, incluye hoteles, transporte, actividades restaurante…
Información relativa al turista mismo.

Esta información tiene un objetivo específico y está dirigida exclusivamente a los turistas; en ella se trata de dar cierta imagen del destino. Ella no forma parte de las redes de entidades turísticas ni es intermediaria.
Información focalizada

¿Qué es la información descriptiva?
Se refiere a la atmósfera, color y olor de un lugar, todo el trasfondo del destino, películas, opiniones, noticias, novelas, todo aquello que te de una visión mas amplia y profunda del destino.

¿Para que sirve el estudio de la información turística?
Permite a los vacacionistas a establecer ciertos patrones de expectativas. Las expectativas se basan en imágenes, que son a su vez una simplificación de la realidad.

Las imágenes pueden dividirse en…
Imágenes materiales y mentales.

¿Cuáles son las imágenes materiales?
Fotografías, películas, videos o páginas electrónicas

¿Cuáles son las imágenes mentales?

Están relacionadas a los marcos referenciales y experiencias previas de cada individuo.

Los turistas construyen un conocimiento particular del destino basados en…
Imágenes materiales e información focalizada, lo que les permite crear ciertas apreciaciones que luego asocian al lugar seleccionado apoyados en imágenes mentales e información descriptiva.

¿Cuál es la diferencia entre información y promoción turísticas?
La información turística lo cuenta todo (o casi) y la promoción turística resalta lo que más interesa en cada momento y lugar.

¿Cuál es la clasificación de la información turística según Casinello?
Una dirigida a los profesionales del turismo y otra dirigida a los turistas.

Existen dos tipos de información en el turismo:
Información específica y genérica.

¿Que implica la información genérica?
Imagen (logotipos, diseño, colores, etc.) y temática (contenidos turísticos generales).

¿Qué implica la información turística especifica?
De producto (contenidos específicos) y de empresa (publicidad empresas de la zona).

¿Cuáles son los factores clave en la percepción del cliente sobre la información turística?
Crear información detallada y descriptiva, información fiable, información bien diseñada y accesible, Incluir información no sólo de los alojamientos sino también de la accesibilidad de su entorno, de los transportes al destino, de la accesibilidad de la oferta cultural, de ocio y entretenimiento del destino, actualización permanente de los cambios, incluir informaciones, los comentarios y recomendaciones de otros turistas y sus necesidades.

Según dilley y gartrell, es el instrumento necesario para desarrollar su imagen y responder a las solicitudes de información efectuadas por los consumidores potenciales y reales…
El material impreso promocional de un destino turístico.

¿Cuáles son las fases del Modelo de experiencia del viaje de Gunn?

1. Acumulación de imágenes mentales sobre experiencias previas de viaje.
2. Modificación de estas imágenes por la obtención de información.
3. Decisión de viajar.
4. Viajar al destino.
5. Participar del destino.
6. Regresar a casa.
7. Modificación de la imagen global basada en la experiencia de visita.

¿Cuál es el objetivo de los centros de información turística?
Gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes que arriban a su destino turístico, así como organizar la promoción y comercialización de los productos turísticos territoriales.

¿Cuál es el objetivo secundario de los Centros de información turística?
Prestar ayuda a las empresas turísticas a través del incremento o estabilización del número de visitantes, la prolongación del tiempo de estancia, el incremento del consumo turístico u objetivos especiales como, controlar y filtrar el número de visitantes para reducir la presión en algunos recursos a través de la incentivación de visitas no organizadas a espacios protegidos, mientras que al mismo tiempo se prestan servicios de información, educación y sensibilización a los residentes en el destino.

¿Para que el estado crea oficinas de turismo?
Para incrementar los ingresos por turismo.

¿Cuál es el principal objetivo de las oficinas de turismo?
El desarrollo de conocimiento y el aumento de la elección del destino antes que el turista llegue a la región. Por otra parte, se pueden utilizar para gestionar de manera adecuada los visitantes a través de los flujos de información para equilibrar sus expectativas, es decir, 'ajustar la estancia' y de esta forma influir en el comportamiento de viaje.

Según los autores Alén y Fraiz mencionan una serie de actividades que desempeñan las oficinas de turismo, ¿Cuáles son?
Gestionen y promuevan elementos de atracción en el destino, gestionen y planifiquen algunas infraestructuras ligadas a la actividad turística, y realicen la promoción del turismo, así como investigaciones de mercado.

Es el organismo adecuado para satisfacer las demandas de información del turista sobre el lugar en el que se encuentra, y busca asesoría profesional y especializada que le ofrezca credibilidad, seguridad e imparcialidad.
La oficina de turismo.

¿Cuáles son los tres tipos de oficinas de turismo?
Oficinas de información turística, oficinas nacionales de turismo y entes promotores de turismo.

Son la cara visible de un sistema de información sobre el destino turístico a los mercados tanto potenciales como al visitante o mercado real.
Los centros de información turística.

Es un lugar donde se recibe información de un sitio turístico a través de personal calificado o piezas de comunicación (normalmente, folletos). Puede estar contenido dentro de un centro de interpretación (no así, viceversa)
Un centro de visitantes.

Es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta el sitio turístico que lo contiene, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias de la disciplina (Interpretación del Patrimonio).
Un centro de interpretación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía básica
Vallespín, M., & Romero, M. J. (2014). Gestión de sistemas de distribución global. Antequera: IC Editorial.
Álvarez, L. C. (2015). Gestión de sistemas de distribución global. Paraninfo Editorial.
Centeno, V. (2014). Gestión de sistemas de distribución global. Elearning Editorial.
da Silva, G., Mendes, L., & Marques, S. (2018). Analysis of the Perception of Accommodation Consumers on the Use of Online Travel Agencies. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 19.