





# ¿De dónde viene el término Web 2.0?

- Surge en 2004 e inicia su recorrido teórico con el artículo de O'Reilly What Is Web 2.0. “Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”, publicado en 2005.
- Si tienes curiosidad, el artículo original está en
  - <http://www.oreillyn.net.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Video explicativo
  - <http://www.youtube.com/watch?v=OwWbvdllHVE&feature=related>
- Puedes ver un Mapa de la web 2.0 en
  - <http://www.internality.com/web20/>

# CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

- ▶ 1.La Web como plataforma
- ▶ 2.El aprovechamiento de la inteligencia colectiva
- ▶ 3.La gestión de la base de datos como competencia básica
- ▶ 4.El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software
- ▶ 5.Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad
- ▶ 6.El software no limitado a un solo dispositivo y
- ▶ 7.Las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

- 
- La Web 2.0 como una segunda generación de Web basada en:
    - Comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.
-

---

# WEB 2.0

- La tecnología facilita esa participación y comportamiento social
  - Un nuevo modelo para obtener, generar, tratar, compartir y distribuir la información, donde los contenidos son generados por los propios usuarios, que interactúan entre ellos.
  - Los usuarios Crean, Comparten, Colaboran, participan (Valoran y Critican), clasifican.
    - ▶ Inteligencia colectiva
    - ▶ Los usuarios poseen la información y la controlan
-

# Comparación web 1 y 2

Web 1.0		Web 2.0
Doble click	→	Google AdSense
Ofoto	→	Flickr
Akamai	→	BitTorrent
mp3.com	→	Napster
Britannica Online	→	Wikipedia
Sitios webs personales	→	El blogging
evite	→	upcoming.org y EVDB
especulación con nombres de dominio	→	optimización del motor de búsqueda
page view	→	coste por clic
screen scraping	→	web services
publicación	→	participación
sistemas de gestión de contenidos	→	wikis
directorios (taxonomía)	→	marcar con etiquetas ("folksonomy")
adherencia	→	sindicación de contenidos

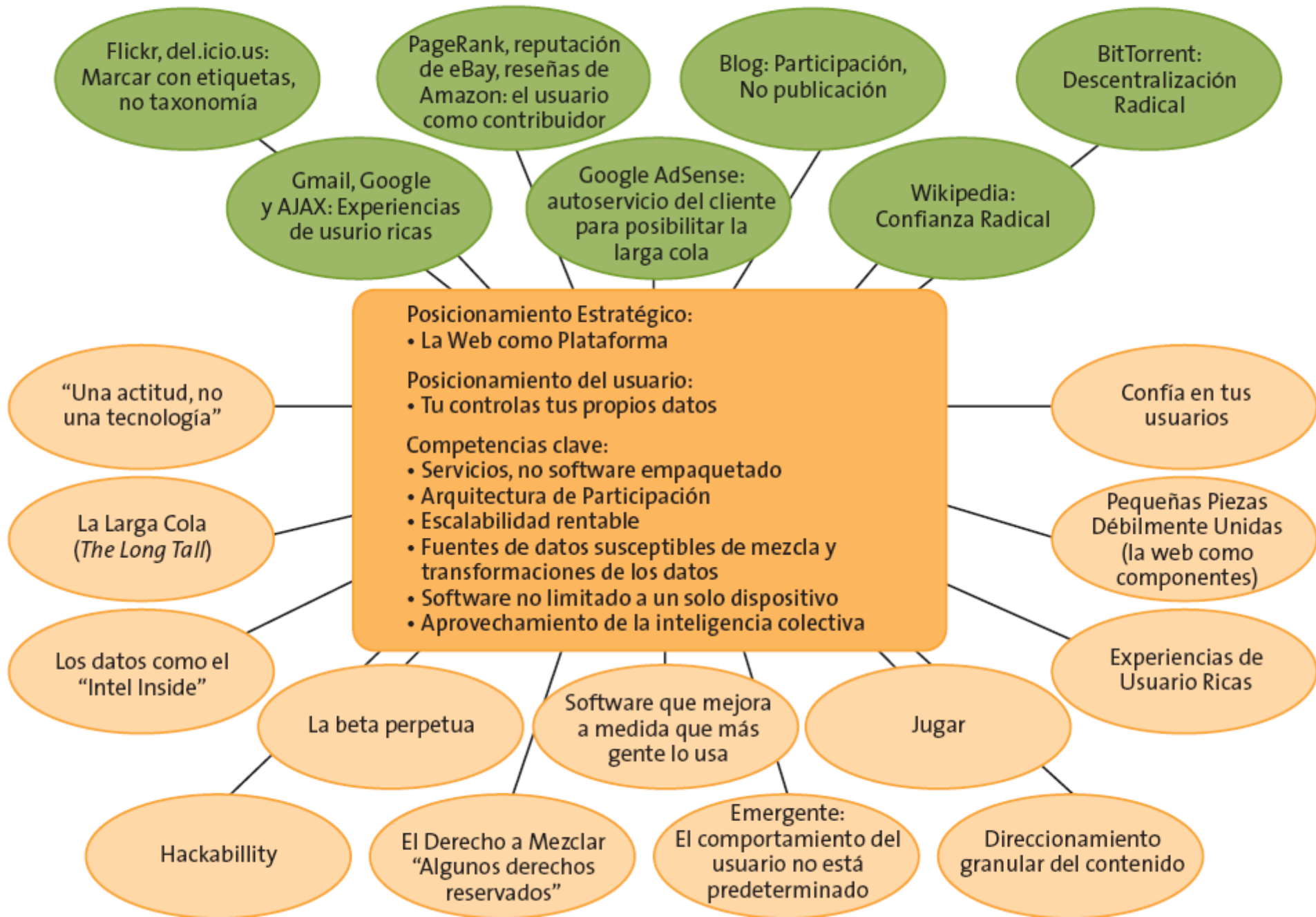
---

# compartición, participación, colaboración

- Ofoto → Flickr (Comunidades fotográficas)
  - Akamai → BitTorrent (Distribución de contenidos)
  - mp3.com → Napster (Descargas de música)
  - Britannica Online → Wikipedia (Enciclopedias)
  - Sitios personales → Blogs (Páginas personales)
  - Especulación con dominios → Optimización en motores de búsqueda
  - Page views → Cost per click
  - CMSs → Wikis (Manejo de contenidos)
  - Categorías/Directorios → Tagging
  - Un mashup: es una aplicación web que utiliza recursos de más de una fuente on-line para crear un nuevo servicio.
-



# Mapa Meme de la Web 2.0







# Tecnologías que dan vida a un proyecto Web 2.0

- Transformar software de escritorio hacia la plataforma del web.
- Respeto a los estándares del XHTML.
- Separación de contenido del diseño con uso de hojas de estilo.
- Sindicación de contenidos.
- Ajax (Asincronical javascript and xml), Uso de Flash, Flex o Lazlo.
- Uso de Ruby on Rails para programar páginas dinámicas.
- Utilización de redes sociales al manejar usuarios y comunidades.
- Dar control total a los usuarios en el manejo de su información.
- Proveer APis o XML para que las aplicaciones puedan ser manipuladas por otros.
- Facilitar el posicionamiento con URL sencillos.

## Web 2.0 Ingredientes



Ejemplo: Yahoo! Trip Planner

Planificación completa de un viaje desde inicio a fin con la posibilidad de compartir la planificación con la comunidad de internautas y recibir opiniones de la misma

# Contenido Generado por el Usuario (UGC en sus siglas en inglés)

- ▶ Principio de la inercia:
  - Es difícil que se genere contenido cuando no existe contenido
- ▶ Principio de la deriva:
  - Es mucho más probable que un cliente insatisfecho cree contenidos a que un cliente satisfecho.
- ▶ Principio de la sinceridad:
  - Aceptar los errores mejorará la credibilidad de las respuestas a los clientes.

# UGC

- ▶ Principio de la humildad:
  - Contestar con arrogancia suele incrementar el enfado del cliente
- ▶ Principio del silencio:
  - El coste de no entrar en el diálogo es muy superior al de hacerlo
- ▶ Principio del tiempo:
  - Una respuesta excelente pero fuera de tiempo puede ser igual de insatisfactoria que dar la callada por respuesta.

# UGC

- ▶ Principio de la denuncia:
  - es necesario denunciar contenidos falsos sin pruebas.
- ▶ Principio de la acción:
  - El cliente no quiere escuchar excusas, quiere soluciones.
- ▶ Principio del sacrificio:
  - Es preferible indicar claramente para qué tipo de clientes está pensado el producto.



---

# La Web 2.0 la podemos ordenar en en cuatro líneas fundamentales

- ▶ 1.Redes Sociales (Social Networking)
  - ▶ 2.Contenidos
  - ▶ 3.Organización Social e Inteligente de la Información
  - ▶ 4.Aplicaciones y servicios (mashups)
-

# 1 Redes sociales (Social Networking)

- Herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades de intercambio social
  - [http://dotsub.com/films/socialnetworking\\_1/index.ph](http://dotsub.com/films/socialnetworking_1/index.ph)
- Turismo:
  - <http://www.turismo20.com/>
  - <http://turismorural20.ning.com/>
  - <http://destinum.com/>

---

## 2 Contenidos

- Hace referencia a aquellas herramientas que favorecen la lectura y la escritura en línea, así como su distribución e intercambio.
  - Blogs
  - WIKI
  - Aplicaciones en línea
  - Compartir
    - Almacenamiento
    - Presentaciones
    - Artículos
    - Fotos
    - vídeos
  - Podcast
-



BLOGGER'S DILEMMA

[www.CoxAndForkum.com](http://www.CoxAndForkum.com)

---

# Blogs

- Diarios personales, con opiniones, artículos, referencias etc.
  - Vídeo
    - <http://dotsub.com/films/blogsinplainenglish/index.php?autostart>
  - Softwares de Weblogs (blogware).
    - En esta categoría se incluyen aquellos sistemas de gestión de contenidos (Content Management Systems) especialmente diseñados para crear y administrar blogs.
  - Blogging.
    - Herramientas para mejorar el uso de los blogs. Lectores, organizadores, recursos para convertir el HTML en PDF, respaldar, etiquetar, buscar, difundir, optimizar, indexar dinámicamente y una amplia gama de aplicaciones orientadas a enriquecer el uso de los blogs.
-

# WIKI

- Contenidos creados por usuarios que cualquiera puede modificar, corregir o ampliar.
- Video sobre que es un wiki
  - <http://es.youtube.com/watch?v=jl9k8v74lZg>
  - <http://www.youtube.com/watch?v=jl9k8v74lZg&feature=related>

---

# Aplicaciones en línea

- Se trata de herramientas, cuya plataforma está en línea y por tanto se puede acceder desde cualquier computadora conectada.
  - Permite acceder, editar, reformatear y compartir documentos.
  - posibilita la creación de contenidos de manera colectiva y colaborativa.
    - Múltiples usuarios pueden editar texto de manera simultánea, quedando un registro histórico de sus modificaciones.
    - Se pueden importar/exportar documentos desde y para Microsoft Office,
    - También existe la posibilidad de trabajar con otros formatos como
      - PDF, ODT, SXW, RTF, HTML, TXT, entre otros.
  - Vídeo explicativo:
  - [http://dotsub.com/films/googledocs\\_1/index.php?autostart=true&language\\_](http://dotsub.com/films/googledocs_1/index.php?autostart=true&language_)
-

---

# Podcast

- Creación de archivos de sonido (generalmente en formato mp3 o AAC y en algunos casos ogg) y su distribución mediante descarga de Internet para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en un reproductor portátil.
-



---

## 3 Organización Social e Inteligente de la Información

- Enlaces dinámicos RSS
- Marcadores sociales

## 4 Aplicaciones y servicios (mashup)

- Son aplicaciones compuesta a partir de API y servicios web que son mezcla y/o sumas de aplicaciones que a su vez crean nuevos servicios.

# Turismo 2.0

---



---

El cliente toma la palabra

# E-TURISMO

- Las empresas turísticas se enfrentan hoy al gran reto de incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización que fortalezcan la competitividad de las empresas, las entidades y los destinos turísticos.
- Tecnología y Turismo son en la actualidad, y en el marco de la globalización de la economía mundial, dos de los sectores de mayor crecimiento. Esta tendencia está generando una gran oportunidad para el desarrollo de las empresas, las entidades y los destinos turísticos, así como una creciente demanda para aquellas personas que cuenten con competencias profesionales en ambos campos de conocimiento.
- Los servicios de alta calidad son uno de los factores clave para alcanzar el éxito en el ámbito del “e-Tourism”. Las empresas deben saber combinar las técnicas de comercialización “tradicionales” con las soluciones de marketing más avanzadas que aportan las nuevas tecnologías. De esta forma, deberán tener en cuenta Internet en su estrategia global de negocio para adaptarse a la evolución del mercado y mejorar su competitividad, con el fin de conseguir la optimización de su gestión operativa.
- Finalmente, el profesional del Turismo debe incrementar, cada vez más, su capacidad para influir en el desarrollo tecnológico de la empresa, con un enfoque más adecuado y directo a la realidad del sector y a las tendencias evolutivas de la sociedad en general. La adaptación constante a las nuevas tecnologías favorece la obtención de nuevos valores, que resultan imprescindibles para afrontar aspectos como el creciente grado de exigencia de los mercados y el proceso de globalización económica.

# Usuario del e-turismo

- Travel 2.0.
  - La gente se informa, pregunta opiniones sobre el destino
  - Compara alternativas y precios
  - Comparte experiencias de su viaje
  - Se caracteriza por las cinco 'ies':
    - informado
    - innovador
    - ilusionado
    - impaciente
    - e infiel

# Tres “estadios” del viajero del siglo XXI

## ■ 1. ANTES:

- utiliza buscadores, consulta portales turísticos, registra sus favoritos, se apunta a recibir newsletters, visita agencias de viajes, investiga el destino a través de las nuevas tecnologías sociales (blogs, photosharing, dating agencies, podcasts -emisiones multimedia, de audio y vídeo, comunidades de mensajería instantánea-, utiliza incluso los sistemas de geolocalización, como el Google Earth.

## ■ 2. DURANTE:

- visita los puntos de información, recoge tarjetas, compra productos locales, hace fotos, utiliza y graba podcasts, georeferencia de los puntos de interés y uso de las recomendaciones de visitas y actividades presentes en las tecnologías sociales.

## ■ 3. DESPUÉS:

- Publica fotos y vídeos, publica blogs, edita y publica los podcasts, publica georeferencias, evalúa los lugares en los que ha estado, recomienda a la familia y amigos, intercambia experiencias y emociones, selecciona su próximo destino.

# Metabuscadores de viajes

- Kayak:  
☐ <http://www.kayak.com/>
- Mobissimo:  
☐ <http://www.mobissimo.com/>
- Sidestep:  
☐ <http://www.sidestep.com/>
- Cheapflights:  
☐ <http://www.cheapflights.co.uk/>
- Kelkoo  
☐ <http://es.kelkoo.com/>
- Kayak.com  
☐ <http://www.kayak.com/>
- Skyscanner  
☐ <http://www.skyscanner.net/es/>

---

# Reintermediación

- Facturan cerca de 50.000 millones de dólares anuales en reservas hoteleras.
    - ❑ <http://www.expedia.com/>
    - ❑ <http://www.orbitz.com/>
    - ❑ <http://travelocity.com/>
    - ❑ <http://www.priceline.com/>
-



---

# Reintermediarios

- <http://www.expedia.com/>
  - <http://www.orbitz.com/>
  - <http://travelocity.com/>
  - <http://www.priceline.com/>
  - <http://www.unwto.org/espanol/newsroom/Releases/2005/septiembre/travel.htm>
  - [octopustravel.com](http://octopustravel.com)
  - <http://www.hotwire.com/>
-

# Audiencia agencias

Brand or Channel	Unique Audience [000]	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Rank By Unique Audience	Page Views [000]	Rank By Web Page Views	Visits Per Person	Web Pages Per Person	Time Per Person (hh:mm:ss)
eDreams	2,383	16.10	12.05	2	27,823	6	2.22	12	00:06:37
atrapalo.com	2,11	14.26	10.67	3	34,905	3	2.21	17	00:09:18
Muchoviaje	1,863	12.59	9.43	5	27,405	7	1.80	15	00:06:09
lastminute.com	1,204	8.13	6.09	11	20,452	12	1.99	17	00:09:21
Destinia.com	1,006	6.80	5.09	13	9,223	25	1.53	9	00:05:15
Rumbo	949	6.41	4.80	14	19,459	13	2.50	21	00:11:44
Orbitz	708	4.79	3.58	20	10,27	19	1.66	14	00:06:42
Halcon Viajes	628	4.24	3.18	24	6,235	35	1.43	10	00:03:07
Terminala.com	594	4.01	3.00	28	8,25	31	1.65	14	00:07:33
TripAdvisor	591	3.99	2.99	30	4,638	39	1.39	8	00:05:25

# Audiencia centrales

Brand or Channel	Unique Audience [000]	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Rank By Unique Audience	Page Views [000]	Rank By Web Page Views	Visits Per Person	Web Pages Per Person	Time Per Person (hh:mm:ss)
Bookings	920	6.21	4.65	15	16,359	16	1.73	18	00:11:34
Hotels.com	895	6.05	4.53	17	8,534	30	1.46	10	00:03:35
Quehoteles.com	705	4.76	3.57	21	11,715	18	1.74	17	00:05:12
Sol Melia	593	4.01	3.00	29	9,087	26	1.56	15	00:07:08
nH Hoteles	479	3.23	2.42	33	6,109	36	1.58	13	00:06:50
Central de Reservas.net	426	2.88	2.16	35	5,174	37	1.44	12	00:08:16
Hotelkey.com	398	2.69	2.01	40	2,284	46	1.27	6	00:02:49
venere.com	397	2.68	2.01	42	4,968	38	1.34	13	00:06:31
Hotelius	394	2.66	1.99	44	7,955	32	1.64	20	00:07:50
Hotelopia	347	2.35	1.76	48	4,16	40	1.34	12	00:05:47

# Agencias on-line españa

■ e.Dreams



<http://www.edreams.es/>

■ Rumbo



<http://www.rumbo.es/>

■ Lastminute



<http://www.es.lastminute.com/>

■ Muchoviaje



<http://www.muchoviaje.com/>

■ Atrapalo



<http://www.atrapalo.com/>

■ Opodo



<http://www.opodo.es/>

■ Grupo viajes Halcon



<http://www.globalia-corp.com/default.html>



<http://www.pepetravel.com/>

■ Ultimas plazas



<http://ultimasplazas.com/>



<http://www.buscaturismo.com/>

# Bajo coste

- EasyJet
  - <http://www.easyjet.com/es/>
- Ryanair
  - <http://www.ryanair.com/site/ES/>
- Southwest
  - [http://www.southwest.com/vamonos/?ref=esp\\_gn](http://www.southwest.com/vamonos/?ref=esp_gn)
- Air Berlin
  - <http://www.airberlin.com/site/index.php?LANG=spa>
- Vueling
  - <http://www.vueling.com/ES/>
- Clickair
  - <http://www.clickair.com/>

---

# Revolución social

- El usuario ha tomado el control de los contenidos en Internet
  - Se vuelve crucial la gestión de la reputación online y los efectos de las opiniones publicadas por los usuarios,
    - los portales de referencia y los transaccionales,
    - los blogs, foros y redes sociales
-

---

# El nuevo cliente: ADPROSUMER.

- AD (anuncio)-
    - porque el cliente satisfecho con un producto o servicio comparte su experiencia positiva con el resto de clientes y se convierte en su mejor prescriptor. Y la fuerza viral que tiene un cliente satisfecho es incalculable.
  - PRO (productor)
    - porque la nueva generación de clientes produce información (comentarios, valoraciones, fotos, videos, podcasts) y la comparte con los demás.
  - SUMER (consumidor)-
    - porque además de producir información también la consumen.
  - Para un adprosumer, la mayoría de anuncios en TV, radio, revistas, pasan desapercibidos, y confían más en la buena experiencia de algún otro cliente de su mismo perfil, que en lo que dice el fabricante o proveedor.
-



# Evaluación



## Evaluación



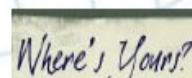
## Comunidad viajeros



## Mapas y direcciones



## Planificador de viajes y rutas



## Guías de viaje



## Buscador de ofertas



## Proyección Tarifas



## Podcast audio y vídeo



## Buscador de fotos



## Buscador de blogs



■ <http://www.tripadvisor.com/>



Mi TripAdvisor | Iniciar sesión

Regístrate ahora!

Resultados en esta búsqueda

[Página inicial](#) | Destinos

Sitios internacionales

Buscar de nuevo

tenerife



- [Tenerife](#)  
[www.viajar.com](http://www.viajar.com) Amplísima variedad de destinos y paquetes a medida. Compara precios
- [Tenerife, 7 noches 191](#)  
[www.logitravel.com](http://www.logitravel.com) El viaje Incluye: Avión, 7n. hotel, y traslados. ¡Confirmación Online!
- [Viajes a Tenerife 2008](#)  
[Tenerife.ComparaOfertas.com](http://Tenerife.ComparaOfertas.com) Alojamiento, vuelo y paquetes en oferta. Tenerife temporada 2008.

*Enlaces patrocinados \**

#### Lo que dicen nuestros usuarios Resultados 1 al 20 de 11.806 para **tenerife**

Crítica: **Tenerife Zoo Monkey Park**, Tenerife, Islas Canarias, España

**tenerife**  
15 agosto 2007 purbeckcpl2, n wales

Crítica: **Aparthotel La Pinta**, Adeje, Costa De Adeje, Tenerife, Islas Canarias, España

**tenerife**  
01 septiembre 2007 samy1985, milano  
... carità il posto è carino, **tenerife** l'ho girata interamente in macchina nel giro di 2 giorni. per quanto riguarda l'hotel, non è niente di speciale. gli italiani vengono visti un ...

Crítica: **Parque Santiago 1, 2, 3, 4, 5**, Playa de las Américas, Tenerife, Islas Canarias, España

**Tenerife**  
29 junio 2007 Trace\_89, Northern Ireland

Crítica: **Parque Santiago 1, 2, 3, 4, 5**, Playa de las Américas

[centro de buceo tenerife](#)  
[www.divingtenerife.net](http://www.divingtenerife.net) centro de buceo cursos de Padi deportes acuáticos

[Vuelos Tenerife](#)  
[www.VuelosBaratos.es](http://www.VuelosBaratos.es) Descubre el nuevo VuelosBaratos.es ¡Rápido, sencillo e innovador!

[Tenerife](#)  
[www.atrapalo.com/viajes](http://www.atrapalo.com/viajes) Atrapa increíbles ofertas para tu destino favorito. ¡Anticípate!

[Ofertas Hotel Tenerife](#)  
[HotelesTenerife.es.Ask.com](http://HotelesTenerife.es.Ask.com) Precios económicos todo el año. ¡Tan barato como debajo del puente!

[Vuelos Tenerife desde 20](#)  
[www.eDreams.es](http://www.eDreams.es) Aprovecha nuestra oferta hasta el 31 de marzo 08 ¡Plazas limitadas!

Refinar búsqueda

Críticas (11.806)

Mostrar todos los resultados



**BOOKING.COM**  
reservas hoteleras online

EN DE NL FR ES CA IT PT NO FI SV DA JA ZH PL GR RU

Inicio | Hoteles y Afiliados | Quiénes somos | Mi Reserva

[inicio](#) > [españa](#) > [jerez de la frontera](#) > [tryp jerez](#)

### Buscar hoteles

Destino

Jerez de la Frontera

Fecha de llegada

lun 31 marzo '08

Fecha de salida

mar 1 abril '08

☒ Mostrar sólo hoteles disponibles

**BUSCAR**

### Mapa



[Mostrar mapa](#)

**en este lugar y  
alrededores**

## Tryp Jerez ★★★★★

C/ Marqués De Casa Domeq, 13, 11403 Jerez de la Frontera ([Mostrar mapa](#))

### Información general y disponibilidad

### Fotos

### Comentarios



El hotel está situado en pleno centro de la ciudad de Jerez, cerca de las bodegas más importantes y de la Real Escuela Ecuestre.

El aeropuerto está a 8 km.

Habitaciones: 98. Cadena hotelera: TRYP Hoteles.

Puntuación obtenida a partir de [200 comentarios](#)

8

[Más fotos](#)

### DISPONIBILIDAD

Habitaciones disponibles desde **lun 31 mar 2008**, hasta **mar 01 abr 2008** ([Modificar fechas](#))

Tipo de habitación	Máx. personas	Precio	Núm. habitaciones	Reserva
<b>Habitación Doble o Doble para uso individual</b> <a href="#">[Más información]</a> Los precios son por habitación. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Incluido</b> en el precio de la habitación: IVA, suplemento por servicio.	2	€ 115.56 € 74.90	0	<a href="#">Reserva online</a>

[Conversor de divisas...](#)

### SERVICIOS

#### General

Restaurante, Bar, Recepción 24 horas, Caja fuerte, Gay Friendly.

#### Servicios

Salas reunión / salones banquetes, Servicio de lavandería, Desayuno en la habitación, Cambio de divisas, Alquiler de coches.



http://www.trivago.es/



...trips vacations go

637.279 visitantes planearon su viaje en este sitio web en la semana pasada  
265.502 hoteles en comparación de precios



**Comparar precios de hoteles**

Ciudad

Llegada 15 ▼ mar 08 ▼ 

Salida 16 ▼ mar 08 ▼ 

Habitación doble ▼

**Compare**



**Destinos favoritos**



**Playa, Sol y Mar**  
[Mallorca](#), [Gran Canaria](#), [Riviera](#), [Turca](#), [Grecia](#), [Tenerife](#), [Caribe](#), [Marruecos](#), [Málaga](#), [Costa Azul](#), [Fuerteventura](#), [Algarve](#), [Túnez](#), [Valencia](#), [La Manga](#)

**Destinos inolvidables**  
[Cuba](#), [Tailandia](#), [Islas Maldivas](#), [Portugal](#), [EE.UU.](#), [Australia](#), [Canadá](#), [Indonesia](#), [México](#)

**Busca todo acerca de tu viaje, destino o ciudad**

**Buscar**

**Opiniones: lo mejor y lo peor**



  
**El sentirse pequeño...**  
[daveok69](#) sobre [Canary Wharf](#), [Londres](#)







  
**no es un hotel de 5 estrellas**  
[carmelasantiago](#) sobre [Gran Bahía Principe Cayacoa](#), [Santa Barbara de Samana](#)





 [¡Danos tu opinión!](#)

**más**

**Viajeros trivagueando por...**



[harrypota](#)  
actualmente viajando por [Pamplona \(Ir](#)





[manu63](#)  
actualmente viajando por [Eben](#)





[ggtraveler](#)  
actualmente viajando por [Beauvais](#)



---

# Comunidades de viajeros

- Webs donde los viajeros comparten sus viajes, a través de blog, fotos, consejos, etc.
  - Otras han sido creadas por empresas turísticas (hoteles, agencias de viajes) donde crean sus propias comunidades de viajeros para interactuar con sus clientes.
  - Creadas por usuarios,
    - TravBuddy.com
  - Creadas por empresas
  - sheraton y lastminuteando
  - Algunos otros ejemplos son
    - Yahoo Travel, Boarding Gate
-

---

# Mapas y direcciones

- Las más conocidas son
    - ❑ Google Earth,
    - ❑ Google Maps,
    - ❑ Windows live.
  - <http://earth.google.es/>
  - <http://maps.google.es/maps>
  - <http://espanol.maps.yahoo.com/>
  - <http://worldwind.arc.nasa.gov/>
  - <http://maps.live.com/>
-

---

# Planificador de viajes y rutas

---

# Travel 2.0

- En su traducción literal. Viajar 2.0
- Es el neologismo que le damos a la verticalización del concepto web 2.0 cuando lo aplicamos al sector turístico, donde la relación entre empresa y cliente está cambiando y donde la información que puede hacer decidir el hotel o el destino está, cada vez más, generada y controlada por el viajero, el cual dispone de herramientas para conocer las experiencias de otros usuarios y saber de primera mano si la información que publicamos es auténtica.



# Hotel 2.0

Aspecto	1.0-1.5	2.0
Comunicación clientes	Newsletter	Blog
Contacto telefónico	Call center	VOIP
Ofertas especiales	Last minute en TTOO, AAVV	RSS Sindicados
Ubicación del Hotel	Mapa turístico, JPG, GIF	Google Maps, Yahoo maps, Local Live
Datos hotel	Dirección, Tel, Fax, e-mail	Skype, coordenadas Geolocalización
Marketing	Folletos on-off line, ferias, etc.	Tradicional + SMMO
Comercialización	Herramientas para vender	Herramientas para convencer y fidelizar
Datos	Data outside en TTOO	Data inside BBDD clientes
Clientes	Vip, club, amigos de, etc	Comunidades viajeros
Categorización	Estrellas y valoraciones TTOO, AAVV	Valoraciones clientes, inteligencia colectiva
Diseño web hoteles	Basados según modas tecnológicas	Enfocado al viajero
Fotos-Videos	Fotos- videos comerciales	Fotos-videos viajeros
Entretenimiento habitaciones	Hilo musical, Satelite TV, Internet	TDT, Cargador y altavoces Ipod

---

# Travel 2.0

- ▶ <http://travel20.org/>
  - <http://www.tripit.com/> organizador de viajes
  - <http://www.starwoodhotels.com/sheraton/index.html> sheraton hoteles
  - ▶ <http://www.travelpost.com/>
  - ▶ <http://www.lastminuteando.com/>
  - ▶ <http://web20travel.blogspot.com/>
  - <http://www.kango.com/>
  - <http://destinum.com/>
-

# Internet más allá del PC

Más allá del navegador



Acceso a través de cualquier plataforma  
Interfaz sencillo



# Trip planner

- ▶ Yahoo Trip Planner, el organizador de viajes de Yahoo Travel donde podíamos ir planificando nuestra escapada y viendo también los viajes realizados por otros usuario
- ▶ Utilidades de red social, con los cuales es más fácil compartir con el resto de usuarios, encontrando viajes mediante un mapa con etiquetas.
- ▶ Así, en cada búsqueda que realicemos nos devolverá enlaces a los Journals de otros viajeros, con sus rutas, fotos de Flickr y el resto de información útil que hayan querido compartir.

# Trip planner

The screenshot shows a web browser window displaying the Yahoo! Travel Trip Planner interface. The browser's address bar shows 'Yahoo! My Yahoo! Mail'. The page header includes the 'YAHOO! TRAVEL' logo, a welcome message for 'carlos.rellera', and links for 'Sign Out' and 'My Account'. A navigation bar features a 'TRIP PLANNER' button with a suitcase icon, and links for 'Explore', 'Browse Trips', and 'Create a Trip'. A search bar is also present.

**Create New Trip**

**Trip Name\***

**Trip Description**

**Start Date** **End Date**

MM/DD/YYYY MM/DD/YYYY

Tip: Entering dates will help us make better suggestions for your trip.

**Publish this Trip** [Learn more](#)

Allow everyone to view this trip? ☒ Yes ☐ No

Display my name as:

**Note:** If you choose to make your trip plan public, anyone can view it, and it may appear in search engine results.

Yahoo! collects personal information on this page. To learn more about how we use your information, please read the [Yahoo! Privacy Policy](#).

[Learn more](#) | [Send us feedback](#) | [Forums](#) | [Trip Planner bookmarklet](#) | [Travel Professionals](#)

Travel to Orlando Hotels, Virginia Beach Hotels, Niagara Falls Hotels, Palm Springs Hotels, New York Hotels, Las Vegas Hotels - Belize Vacation MOM! Grand Mandalay Bay  
Find cheap plane tickets for travel to Kay Wazi Hotels, Boston Hotels, Atlanta City Hotels, New Orleans Hotels, Miami Hotels, San Diego Hotels, Chicago Hotels, Cancun Hotels

<http://travel.yahoo.com/trip>

# Yahoo! Respuestas



The screenshot shows the Yahoo! Respuestas website. At the top, there's a navigation bar with 'Yahoo! España', 'Mi Yahoo!', and 'Mail'. A search bar is on the right. Below this, the 'YAHOO! RESPUESTAS' logo is prominent, with 'BETA' and a user profile 'bienvenido, morena\_rua' next to it. A green banner contains the words 'pregunta.', 'responde.', and 'descubre.' with icons. Below the banner is a search bar for 'Buscar preguntas:' and buttons for 'Buscar', 'Avanzado', and 'Mi estado'. The main content area is divided into sections. On the left, a sidebar shows a user profile 'Hola Gagan' and a list of categories including 'Todas las categorías', 'Viajes', 'España', and 'Andalucía'. The main section is titled 'Tu pregunta abierta' and features a question about a gastronomic route in Andalusia. Below the question, there's a 'Respuestas' section with one answer from user 'GAGA1967'. Two large purple arrows point towards the question and the answer section.

Yahoo! España Mi Yahoo! Mail

Buscar

Buscar en la Web

YAHOO! RESPUESTAS BETA

bienvenido, morena\_rua  
[Salir] [Mi cuenta]

pregunta. responde. descubre.

Buscar preguntas: Buscar Avanzado Mi estado

[Inicio](#) > [Viajes](#) > [España](#) > [Andalucía](#) > Pregunta

 Hola Gagan  
Total de puntos 395  
Nivel 2



**Categorías**

- Todas las categorías
- Viajes
- España
- Andalucía
- Aragón
- Castilla
- Castilla - La Mancha
- Castilla y León

**Tu pregunta abierta** [Ver otra >](#)

**Seleccionar la mejor respuesta**

 [Gagan](#)

**Quiero hacer una ruta gastronómica por Andalucía, ¿qué tengo que probar? ¿dónde?**

Me gustaría conocer pequeños restaurantes con encanto, no muy conocidos (de los que no salen en la Guía Michelin)

hace 3 días - 1 día quedan por responder - 0 respuestas - [Ver todas las preguntas](#)

Ua puedes responder tu propia pregunta

**Respuestas** Ordenar por: [Fecha](#) | [Puntuación](#)

 [GAGA1967](#)

Oi vas a Sevilla, imprescindible en el barrio de Santa Cruz pasar por el Góngora, uvas típicas ineludables, con los mejores vinos de la zona.

También te recomiendo si vas a Granada pruebes en el casco



# Dónde está, cómo llegar...

Yahoo! My Yahoo! Mail Make Yahoo! your home page Search the Web Search

**YAHOO! LOCAL** Welcome, [thanickester](#) [Sign Out](#) [My Account](#) [Local Home](#) [Yellow Pages](#) [Help](#)  
[Save to My Web](#)

**Search for:**  **Location:**  [Search Tips](#)   
e.g. restaurants, dentists, museums Address, City & State, or ZIP  
☐ Make this my default Yahoo! location

**Top searches this week:** [Irish restaurants](#), [habitat for humanity](#), [zebra lounge](#), [golden gate park](#), [pier 39](#)  
Get the most out of Yahoo! Local. [Learn How](#) | [Advertise your business in San Francisco](#)

[Hide Recommendations](#)


## San Francisco

[see more cities](#)

Find: [Auto Dealers](#), [Banks](#), [Department Stores](#), [Florists](#), [Restaurants](#), [see all categories](#)

**San Francisco Map**  
View neighborhood maps:  
[Bayview](#)  
[Bernal Heights](#)  
[Castro](#)  
[Chinatown](#)  
[Civic Center](#)  
[show all 31 neighborhoods](#)

View other maps:  
[Rental Listings](#)  
[Traffic](#)



The map displays the city of San Francisco with various neighborhoods labeled, including Marina District, Little Italy, Chinatown, Little Tokyo, Opera Plaza, Nishi, Nishi Village, Potrero District, Diamond Heights Village, Sunset District, Designer City, Judah St, Lincoln Way, Fulton St, Geary Blvd, Jordan Park, Presidio Terrace, Beach Cliff, Presidio, and Golden Gate Park. Major highways like 101 and 101 are shown, along with the San Francisco Bay and the Golden Gate Bridge. A red star marks a location in the Potrero District.

# Y qué te pareció..

**YAHOO! LOCAL**

Search for:  Address, City & State, or ZIP:  [Search Tips](#)

☐ Make this my default Yahoo! locale

[New!](#) [Save to My Web](#) [Send to Phone](#) [Add to Address Book](#) [Email to Friend](#) [Print](#)

### Blowfish Sushi to Die for

(415) 285-3848 [Make a Reservation](#)

2170 Bryant St  
San Francisco, CA 94110

Cross Street:  
Between 20th St and 19th St

[www.blowfishsushi.com](http://www.blowfishsushi.com)

★★★★☆  
Average Rating (27)  
[Read 27 reviews](#)

### How to get there

Yahoo! Maps now has [real-time traffic](#).

### Yahoo! User Reviews

[Read all 27 User reviews](#) - [Write a review](#)

★★★★☆ **1999 Sushi Experience** March 31, 2005  
By [Wendy](#) > [Mike Lin](#) > [You](#) - [See Wendy's reviews](#) (11)

**Pros:** Portrero rool, Kommanasu appetizer  
**Cons:** Kind of loud

And I don't mean that in a bad way. I really enjoy my meals at Blowfish. The presentation is pretty, the flavors are great, the food is fresh, and the service is attentive. But the decor definitely reminds me of 1999 San Francisco. There is a Japanese manga theme. Check out the cool pictures while waiting for the bathroom.

**Visit date:** March 2005

Was this review helpful to you? [Yes](#) - [No](#) - [Report Abuse](#)



View:  
[Photos](#) | [Menu](#)

Hours of Operation:  
Lunch Mon.-Fri., Dinner nightly

Company Information:  
An intimate sushi bar and restaurant that serves both modern and traditional





Bus



MAX  
Light Rail



Portland  
Streetcar

Fares ▶ Maps & Schedules ▶ Stops & Stations ▶ How to Ride ▶ TriMet Store ▶

Ingrese su punto de partida y hacia dónde desea ir y le mostraremos cómo llegar usando autobuses, MAX y el tranvía Portland Streetcar. El Trip Planner le brinda instrucciones paso a paso, incluyendo dónde subir, cuánto debe pagar y cuánto demorará su viaje.

▶ [Ayuda de Trip Planner](#)

Current time: 5:03:53 a.m.



## Trip Planner

Obtenga instrucciones sobre cómo llegar

### 1 ¿Cuál es su punto de partida?

Ingrese su dirección, intersección, hito o Stop ID

en  o seleccione

### 2 ¿Adónde viaja?

Ingrese su dirección, intersección, hito o Stop ID

en  o seleccione

### 3 ¿Cuándo va a viajar?

☒ partir después de ☐ llegar antes de

:  a.m. en el

GO

### Preferencias de viaje (opcional):

Indíqueme

No quiero caminar más de:



Trip  
Planner



Transit  
Tracker



Service  
Alerts

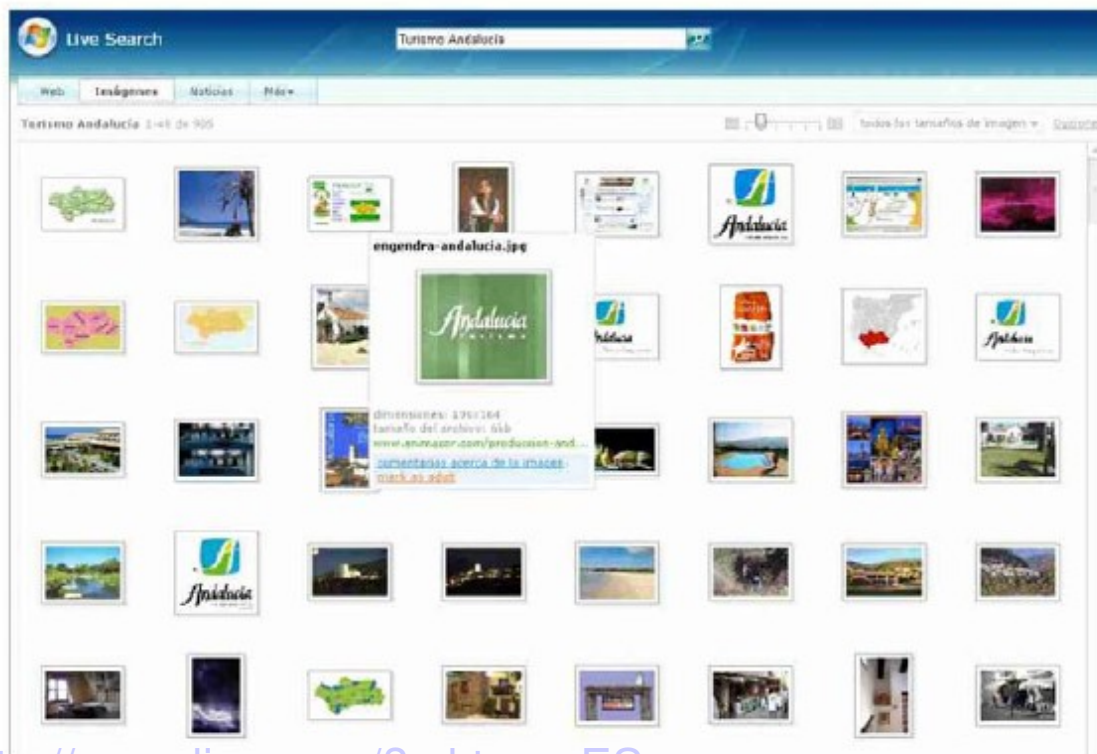
<http://trimet.org/languages/spanishweb/index.htm>

# Windows Live

- ▶ Es un nombre bajo el que Microsoft agrupa a una serie de servicios, que actualmente se encuentran en desarrollo (fase beta) y con los que Microsoft pretende relevar a MSN como portal de servicios.
- ▶ Se pretende que el usuario disponga de ellos desde cualquier ubicación, almacenándose el software y los datos del usuario en servidores de Microsoft, en lugar de en el ordenador personal.
- ▶ Algunos de los servicios de los que consta actualmente Windows Live son:
  - Windows Live Mail (Beta)
  - Windows Live Messenger (Lanzado)
  - Windows Live Spaces (Lanzado)
  - Windows Live Safety Center (Beta)
  - Windows Live Favorites (Lanzado)
  - Windows Live OneCare (Lanzado)
  - Windows Live Search (Lanzado)
  - Windows Live Local (Beta)
  - Windows Live Custom Domains (Lanzado).

# Buscador de Microsoft

MSN Search / Live Search



<http://www.live.com/?mkt=es-ES>

## Redes de Sensores Sociales

- ¿Quién estaba en tu grupo?
- ¿Con quién estuviste?
- ¿A dónde fuiste?
- ¿A quién te encontraste?
- ¿Cuánto tiempo estuviste?

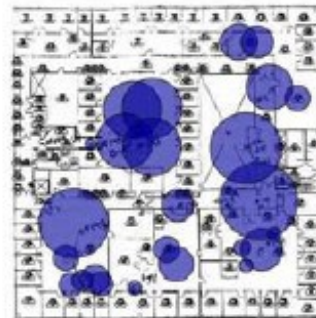


## Movimientos sociales a partir de Redes de Sensores Sociales

Interferencia de Afiliación y Relación social



Conferencias y Ferias



Medición automática en tiempo real del Interés

95% de precisión en identificar “compinches”, líderes y conectores



Pack your phone and step into  
the middle of travel.

#### About Untravel Media

Untravel Media Inc. is dedicated to  
bringing the world of multimedia mobile  
tourism to your mobile device.

[About](#) [Site Map](#) [Create Account](#)

#### User Login

User Name:

Password:

☐ Remember Me

Login

[Forgot your password?](#)

#### Discover New Orleans



See the tours.  
Take them with you.  
Relive the memories.

A Mobile Narrative in 5 Parts.  
Sponsored by The Tourism Board

#### Experience Venice



See the tours.  
Take them with you.  
Relive the memories.

A Mobile Narrative in 5 Parts.  
Sponsored by The Tourism Board

#### Discover Boston



See the tours.  
Take them with you.  
Relive the memories.

A Mobile Narrative in 5 Parts.  
Sponsored by The Tourism Board

#### Experience Chicago



See the tours.  
Take them with you.  
Relive the memories.

A Mobile Narrative in 5 Parts.  
Sponsored by The Tourism Board

<http://www.untravelmedia.com/>

Compra tu itinerario virtual

## Independent producers

## Untravel Media

## Untravelers



Web Design tool



Catalog of tours

User feedback and \$



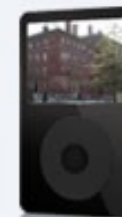
Phone



DVD



Rental



iPod





<http://www.eurekatourism.eu>

---

# Integradores proveedores XML

- <http://www.travelfusion.com/>
- Hace 8 años teníamos el siguiente mapa de distribución
  - Proveedor – Cliente directo, que suponía un 5% de las ventas
  - Proveedor – agencia – cliente directo que suponía un 15% de las ventas
  - Proveedor – GDS – cliente directo que suponía un 80% de las ventas



# Accesibilidad

## ▶ Test de accesibilidad

□ <http://www.tawdis.net/taw3/cms/es>

✂ <http://accesibilidadweb.blogspot.com/>

## ✂ Fundación ONCE

■ <http://www.technosite.es/accesibilidad.asp>

## ▶ Lee páginas web

■ [http://www.readspeaker.com/default\\_\\_\\_\\_1111.aspx](http://www.readspeaker.com/default____1111.aspx)

■ <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/Ac>

# Agencia virtual

► <http://www.virtualltourist.com/>

■ <http://sramanamitra.com/>

## ► Formación

□ <http://www.vts.intute.ac.uk/he/tutorial/travel>

□ <http://www.intute.ac.uk/socialsciences/travel/>

‘ [http://www.vts.intute.ac.uk/tutorial?sid=1669112&op=linksbasket&\\_showall=1#saving](http://www.vts.intute.ac.uk/tutorial?sid=1669112&op=linksbasket&_showall=1#saving)

Herramienta	Aplicación
Blog	Utilizado por profesores para dar noticias, contestar preguntas de los estudiantes o para generar conocimiento interrelacionado vía posts y comentarios.
Wiki	Trabajos de clase.  Muy interesantes para generar conocimiento por un grupo; para producir material de forma colaborativa, o para que un profesor provea de estructura, pistas y feedback sobre trabajos escritos.
Servicio para compartir multimedia	Compartir conocimiento.  <a href="#">Youtube</a> (videos), iTunes (podcasts y videocasts) <a href="#">Fliker</a> (fotografías) <a href="#">Slidershare</a> (presentaciones) <a href="#">DeviantArt</a> (trabajo artístico) <a href="#">Scribd</a> (documentos)
Podcasts	Proporcionar un material introductorio antes de las clases. Grabar las clases y que los alumnos puedan volver a oírlas. Escuchar grabaciones de profesores nativos en las clases de idiomas.
Videocasts	Videos de procedimientos experimentales.
Redes sociales	Poner en contacto a los alumnos con personas que puedan resolver sus dudas o ayudarles en su búsqueda de información.
Herramientas de edición colectiva	Trabajar simultáneamente, o simplemente compartir trabajo editado por distintas personas en distintos momentos.
Sindicación y notificación de contenidos	Poner al día a los colaboradores de un trabajo en equipo con el nuevo contenido.