

# Índice

---

<b>Resumen</b>	<b>4</b>
<b>Introducción y objetivos</b>	<b>5</b>
1. Introducción	5
2. Problema	7
3. Objetivos	7
<b>Marco teórico</b>	<b>8</b>
1. El turismo y las TIC's	8
1.1. Web 2.0 y los blogs de viaje	8
1.2. El turista 2.0	10
2. Competitividad, atraktividad e imagen de un destino turístico	11
2.1. Atraktividad de un destino	11
2.2. Imagen	12
3. Percepción e imagen	17
4. Motivación	18
5. Co-creación y competitividad	19
5.1. Gestión de la información para la comunicación	21
6. Generalidades de un destino turístico	22
6.1 Recursos turísticos	23
6.2 Atraktivos turísticos	23
6.3 Atributos de un destino	23
6.4 Expectativas	25
6.5 Experiencia	25
6.6 Valor percibido	25
6.7 Calidad Percibida	25
6.8 Satisfacción	26
<b>Destino turístico: Ciudad de Buenos Aires</b>	<b>27</b>
1. Turismo en destino CABA	28
2. Metodología	30
2.1 Análisis de blogs	30
2.2 Análisis a partir de información del Ente de Turismo	34
<b>Resultados</b>	<b>37</b>
1. Características- Impresiones del destino	40
2. Barrios	45

3. De visita obligada- Lugares visitados	51
4. Recreo, entretenimiento, eventos y tours	55
5. Hospitalidad - Idiosincrasia- Elementos típicos del porteño	61
6. Restauración- Gastronomía	62
7. Seguridad	65
8. Estrategias del Ente	67
<b>Discusión y conclusiones</b>	<b>71</b>
1. Discusión	71
2. Conclusiones	73
<b>Bibliografía</b>	<b>75</b>