

HERRAMIENTAS INNOVADORAS DEL TURISMO URBANO EN ESPAÑA

Иновационные программы городского туризма в Испании

En este artículo se utilizó la experiencia del desarrollo del turismo de España, ya que se encuentra entre los 10 principales países por llegadas de turistas y en la segunda posición en el ranking mundial. En este sentido la experiencia española es un buen ejemplo para fomentar el desarrollo del sector turístico en la República de Belarús.

Para atraer el flujo turístico a su país, España utiliza herramientas de marketing, por ejemplo, se creó su propio programa de marketing para atraer turistas y mejorar la imagen del país, a medida que se implementó, comenzó a aumentar la afluencia de turistas.

En España existe el Instituto de turismo y el organismo de promoción turística de España en el extranjero: Turespaña. Cada tres años, el Instituto elabora un plan estratégico en virtud del cual el estado estimula la promoción de los programas más importantes. En la actualidad, hay 33 oficinas de Turespaña en todo el mundo, incluso en Rusia.

Por ejemplo, en Barcelona, desde 1993, se fundó la organización “Tourisme de Barcelona” para promover la ciudad como destino turístico. En el marco de “Tourisme de Barcelona” se han creado varios programas de actividades, turismo de negocios “Barcelona Convention Bureau”, restaurantes deportivos “Barcelona Sport”, un programa que posiciona a Barcelona como un destino de lujo “Barcelona Premium”.

En España, hay otros programas populares para atraer turistas como la tarjeta “Madrid City Pass” y “Barcelona City Pass”, que incluyen tales ventajas como descuentos en hoteles y restaurantes, seguimiento de la disponibilidad de entradas y otras.

También se utilizan los medios de marketing móvil para enviar mensajes SMS, instalar códigos QR en monumentos y objetos turísticos, crear y distribuir aplicaciones móviles (muchas son gratuitas), en Barcelona en los autobuses turísticos se proporciona WiFi gratuito y se ha desarrollado una serie de códigos QR para teléfonos inteligentes, cuando los pasajeros de los autobuses turísticos en las paradas pueden obtener información sobre objetos, servicios, ofertas especiales.

En el sitio web oficial de Tourism Barcelona se pueden encontrar aplicaciones móviles gratuitas que están en demanda entre los turistas, como la guía oficial de la ciudad, restaurantes y otros.

En los últimos años, la importancia de las redes sociales en la vida de las personas ha aumentado notablemente, por lo que “Tourisme de Barcelona” trabaja activamente con el público objetivo en Internet, se celebran constantemente varios concursos de fotografía,

después de lo cual aumenta significativamente el número de suscriptores, se publican materiales de lugares atractivos, hechos de la vida de la población indígena, peculiaridades de la cocina local, reseñas y videos sobre el pasatiempo en España, lo que provoca el deseo de visitar el país.

España se posiciona en el mercado turístico como un país para vacaciones en la playa, actividades culturales y educativas, cruceros y eventos de turismo, por lo tanto, se centra en los grandes mercados nacionales, que son atractivos para estos destinos. Según los estudios de la OMT el mercado objetivo principal de España son los ciudadanos de la Federación rusa y los países asiáticos.

Por lo tanto, se puede concluir que mediante el uso de una amplia gama de herramientas de marketing y la implementación de diversas actividades en el programa de marketing, es posible mejorar la imagen de cualquier región turística y aumentar la demanda de turistas de todo el mundo por los bienes y servicios que se ofrecen en esa región. La República de Belarús dispone de todos los recursos para el desarrollo activo del turismo urbano innovador y ya ha logrado ciertos resultados en esta esfera, por ejemplo, se utilizan medios de marketing móvil envío de mensajes, SMS, en las ciudades regionales de nuestro país hay instalaciones de códigos QR en monumentos y objetos turísticos, se han creado aplicaciones móviles, por ejemplo, Vetliva, que ayuda a los turistas que llegan a Belarús a ver una variedad de objetos turísticos y también reservar alojamiento en varias ciudades de Belarús. Pero para atraer a más turistas y desarrollar el turismo urbano, la República de Belarús todavía está lista para introducir experiencias innovadoras.

V. Karpiza, K. Yatskevich
В.А. Карпиза, К.А. Яцкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.М. Школина

LA INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN EJEMPLO DE BELARÚS Y AMÉRICA LATINA

Влияние пищевых привычек на примере Беларуси и Латинской Америки

En relación con las tendencias del mundo moderno, es un aspecto importante de la obesidad en la población y los problemas de salud que surgen a raíz de esto. Esta es una enfermedad relativamente “joven” que surgió y se extendió por todas partes del mundo a mediados del siglo XX. La razón de esto es un estilo de vida sedentario, la cultura de la “comida rápida”.

En base a esto, decidimos realizar un estudio sobre el tema de la obesidad humana.