



MÁS QUE UN BUEN COLCHÓN O UNAS INSTALACIONES DEPORTIVAS, LOS JÓVENES VIAJEROS QUIEREN WIFI GRATIS

La nueva generación de turistas da prioridad a tener Internet a la hora de elegir un hotel

28/05/2012 |

Según informa Pilar Martínez en el diario Sur, una serie de informes alerta de que el sector tiene que prepararse para atender a una nueva generación de viajeros que ya no se deja deslumbrar tanto por un buen colchón, una cuidada decoración o unas instalaciones deportivas. La cantera del turismo prioriza en sus estancias estar conectado. A la hora de elegir un establecimiento el factor determinante es que tenga wifi gratis. La conectividad se convierte en una necesidad, de tal manera que una de las cuestiones en la que primero se fijan al entrar en la habitación es en los enchufes. Debe haber suficientes como para cargar sin problemas los dispositivos móviles.

Son factores de los que la industria de la Costa del Sol está tomando nota debido a que este destino ya notó el pasado año un fuerte rejuvenecimiento de la demanda. En concreto, la provincia recibió un viajero cinco años más joven de media que en el ejercicio anterior. Los datos aportados por el Observatorio Turístico de la Costa, que realiza el Patronato de Turismo, señalan que la edad media del turista que recaló en este destino en 2011 fue de 47,6 años,



debido en gran parte a que cayó en cuatro puntos la llegada de retirados o jubilados, en detrimento de estudiantes.



Es más, en el nuevo perfil del viajero que eligió la Costa del Sol se constató un crecimiento de más de cinco puntos de turistas solteros, que superaron el 15% del global cuando un año antes no llegaban al 10%. En el caso de los turistas españoles, que suponen el 40% de la cuota de mercado de la Costa del Sol, la edad media es aún más baja, 45 años.

Cambios generacionales

Esta nueva generación, en poco tiempo, ha dejado de considerar esta vía de conexión de Internet como un lujo por el que había que pagar a un servicio imprescindible para no romper el cordón umbilical que une a estos nuevos viajeros con el mundo. Actualizar los perfiles de las redes sociales, no hacer esperar una respuesta al correo electrónico o buscar bajo la cama el enchufe donde recargar el móvil sin tener que elegir entre éste y el portátil se convierte en algo vital para los que el 'New York Times' calificaba de viajeros 'millenials'.

En esta misma línea, un informe del portal Hotels.com advertía que la oferta de servicio de wifi gratuito es determinante a la hora de elegir un hotel incluso por delante de otros servicios como el desayuno o el parking gratis. Casi un 40% de los viajeros reconoció que el servicio de Internet es un elemento fundamental cuando se aloja en un hotel, e incluso el 31% solicitó que se convierta en un equipamiento estándar en todos los hoteles. Después de tener garantías de estar conectado, los servicios más valorados en los hoteles son el desayuno gratis (25%), el parking gratis, colchón de lujo, el servicio de transporte, un centro de fitness, el servicio de habitaciones y el spa.

El cambio generacional remarca las tendencias. Este mismo estudio advierte que por el contrario cuando el huésped tiene más de 60 años, el cliente está más interesado en el desayuno gratis que en el servicio de conexión wifi.

En esta revolución constante del turismo, los dispositivos móviles son otra de las piezas clave hasta el punto de que este verano marcará el despegue de esta vía como un nuevo canal de comercialización en el que el sector se vuelca con promociones. En este sentido, el portal Hot.es precisó que los descuentos por reservar una habitación a última hora a través de dispositivos para 'smartphone' están en una media del 50% y pueden llegar a alcanzar el 70% del precio habitual de reserva.

Hay que considerar que se calcula que España el nivel de penetración de estos teléfonos es del 35% del total, una cuota que ha llevado a las empresas turísticas y hoteleras a desarrollar nuevas aplicaciones. Precisamente el fundador de Hot.es, Conor O'Connor, señaló: «este tipo de sistemas como el nuestro permiten a los hoteles vender a un precio reducido, dentro del mismo día o para el día siguiente, aquellas habitaciones que tienen desocupadas, sin competir con operadores e Internet. Además, para los usuarios la ventaja más clara es el precio. Pueden pasar la noche en un hotel de cinco estrellas cuyo precio habitual por habitación es de 160 euros por unos 50 o 60 euros», aseguró. Hot.es cuenta ya con más de 450 hoteles repartidos por todas las provincias españolas que ya utilizan su plataforma para ofrecer a los usuarios sus habitaciones desocupadas a precio reducido.

Revolución

Pero la revolución del móvil no sólo impacta en el turismo vacacional sino que provocará cambios radicales en el segmento de viajes de negocio. El 'Forum Business Travel' ha adelantado ya las últimas tendencias del sector en la convención de agentes de viajes celebrada el pasado jueves en la sede madrileña del Grupo Transhotel, donde el grupo de expertos concluyó que los dispositivos móviles revolucionarán los viajes de negocios antes de 2017.

Según el panel de trabajadores de este segmento, el mercado de los viajes de empresa está viviendo el inicio de una revolución que culminará en menos de cinco años debido a la irrupción de canales y herramientas de reserva que están avanzando a pasos de gigante entre los dispositivos móviles.

De hecho, según el experto en viajes de empresa y conferenciante principal de la jornada de 'Forum Business Travel', Iñigo Valenzuela, el papel de la agencia de viajes especializada se está transformando debido a la aparición de nuevas vías de reserva. «Los proveedores de viajes, especialmente de transporte y alojamiento, empiezan a lanzar aplicaciones móviles ('apps') muy potentes que enganchan ya a los viajeros vacacionales y están empezando a hacerlo también con los viajeros corporativos de pequeñas y medianas empresas (pymes)», señaló Valenzuela. «Es cuestión de tiempo que se introduzcan entre las grandes, porque las barreras tecnológicas acaban cayendo más pronto o más tarde», añadió el experto.

En esta nueva era surgen competidores. A las agencias de viajes corporativos se añaden a las 'apps', las agencias 'on line', que están entrando con fuerza en las pymes, los metabuscadores, las empresas consultoras y la externalización de servicios. Eso sin mencionar a gigantes como Google o Apple que están entrando o podrían entrar en el negocio de los viajes con suficiente potencial como para cambiar radicalmente la relación con el cliente.

Estos expertos advirtieron de que los empresarios españoles tiene que ponerse las pilas para no perder este tren tecnológico y precisaron que España sigue estando por detrás» de otros países europeos de su entorno en el ratio de adopción de herramientas de auto-reserva, soluciones que automatizan y abaratan la gestión de los viajes de negocios.



Comenta esta noticia

Nombre:

e-mail: (no se mostrará)

Control antispam, introduzca el resultado de la operación:

1 + 3 =

Comentario:

225 caracteres restantes.

ENVIAR COMENTARIO

Normas y recomendaciones:

- Procura ser respetuoso y no insultar a otras personas. No se permiten los comentarios de tipo agravante, xenófobo, pornográfico o discriminatorio.
- No lo escribas todo en mayúsculas. En Internet se entiende esta práctica como hablar a gritos o llamar la atención por encima de los demás usuarios. Además dificulta la lectura.
- Intenta redactar tu mensaje correctamente, usa los acentos y los signos de puntuación; tratando de evitar el "lenguaje SMS".