

27-01-2014 10.00

## La tecnología se adapta al uso

**Teléfonos celulares, tablets y notebooks se especializan en las diferentes fases del [viaje](#) y según dónde se encuentre el viajero, así lo señalaron especialistas de Google, Odigeo, Expedia y TripAdvisor en el VII Foro de Liderazgo Turístico Exceltur.**

La ciudad de Madrid fue sede el pasado martes 21 de enero de la VIIª edición del Foro de Liderazgo Turístico Exceltur, un evento mundial en el que expertos en tecnología y referentes del turismo se encuentran para analizar la integración de ambas esferas en pos de un desarrollo turístico que vaya acompañado por la evolución de la tecnología.

Estas valoraciones fueron realizadas en la sesión del foro de Exceltur titulada 'Nuevos retos y oportunidades para el turismo en el cambiante escenario de la economía digital' que moderó Joan Vilá, presidente de Hotelbeds, el cual aportó el dato de que "el 10% de las reservas ya son a través de móviles".

En el Foro, representantes de Expedia, Odigeo, Google y TripAdvisor explicaron que el comportamiento del consumidor al comprar o buscar por Internet varía de acuerdo al lugar desde donde se haga la compra o búsqueda y al dispositivo empleado para tal fin.

Johan Svanström, presidente de Hotels.com, World-Wide and Venere.com y Expedia Inc Co, explicó, en el marco del Foro de Exceltur, que "la tablet permite reservas de viajes por inspiración, mientras que el móvil se presta a acciones más concretas, y el uso del PC o portátil es mucho más exhaustivo".

Svanström utilizó el ejemplo de la reserva puntual de un hotel realizada desde un teléfono móvil o la contratación de servicios adicionales ya en el destino a través de una tablet; mientras que en la PC se realizan las reservas antes del viaje y se profundiza en la búsqueda de información.

El mundo de los dispositivos o soportes tecnológicos está en constante innovación. Según Bernd Fauser, director de viajes de Google, "todo va muy deprisa". Según Fauser, el gran desafío de las empresas turísticas es cómo mantenerse a la vanguardia para ir adaptando la oferta de sus productos a las novedades tecnológicas que se vuelcan al mercado.

### **Puerta de entrada**

Javier Bellido, director de Odigeo para España, habló de la estrategia que su grupo online afronta para estar presente en las diferentes plataformas, adaptando el producto a los diferentes dispositivos. Según Bellido, las reservas en Odigeo a través de dispositivos móviles son superiores a la media (entre el 12% y el 14%) pero aseguró que para ellos no es suficiente: "estamos trabajando para aumentarlas".

Bellido señaló que el 75% de los compradores empieza en el teléfono móvil o la tablet y luego sigue en la PC: "tenemos que asegurarnos que el producto sea el mismo en todos los soportes, y tenemos que estar preparados para que se pueda comenzar a hacer la reserva en un dispositivo y continuar en otro diferente". Por otro lado, Julio Bruno, Vicepresidente de Ventas de TripAdvisor, afirmó que "la tecnología móvil es cada vez más usada por el viajero en el destino. Además de para llamadas, la usa para buscar actividades o servicios complementarios".

### **Aplicaciones que fidelizan**

En cuanto a las posibilidades de las aplicaciones, los distinguidos disertantes aseguraron que, pese a que la descarga supone un gasto inicial para el consumidor, estas generan una mayor conversión en la fidelidad del cliente, permitiendo las ofertas personalizadas.

La importancia de las reservas online también se expuso en el Foro. Un dato destacado: en España las reservas online ya suponen el 35% del total y en Estados Unidos alcanzan al 60%. La tendencia, además, es creciente, especialmente en Europa.

De acuerdo con Jorge Schoenenberger, socio de Deloitte [Travel](#), Hospitality & Leisure Lead, la oportunidad para hacerse un hueco en ese mercado “la tienen tres actores: Los turoperadores, que cada vez invierten más en tecnología, los proveedores con la venta directa, y las agencias online”.

#### **La excelencia como meta**

Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística, entidad organizadora del foro, es una asociación sin ánimo de lucro formada por los presidentes de las compañías españolas más importantes del sector, que tiene como fines fundamentales promover un mejor reconocimiento y percepción económica y social de la relevancia del turismo, sus tendencias y sus efectos sobre la economía española, además de estimular los mayores grados de competitividad para el conjunto del sector.

#### **España, potencia turística**

En su intervención en el Foro, el Príncipe de Asturias, Felipe de Borbón y Grecia, señaló que “es preciso tener presente la importancia la innovación, de las nuevas tecnologías, de la internacionalización y la colaboración público-privada para mantener los niveles de excelencia y desarrollo de nuestra industria turística”, situación motivada por la fortaleza de los “factores estructurales que nos identifican como potencia turística de primer orden” junto con “elementos circunstanciales que influyen en las extraordinarias cifras actuales”.

El sector turístico se ha convertido, gracias a los crecientes ingresos en divisas, en uno de los principales garantes de la imagen de solvencia de España. Las más de 1.500 personas participantes, procedentes de 35 países, pudieron conocer las principales reflexiones y expectativas del turismo para 2014 a través de diversos paneles-coloquio, con un elenco de ponentes formado por máximos responsables públicos y líderes empresariales, españoles y extranjeros.

---