

Internet y Travel 2.0 ofrecen al sector turístico nuevas oportunidades de evolución hacia el mundo digital

Fuente: FUNDETEC

El turista actual utiliza Internet para obtener la máxima información acerca de la oferta turística, y para ello recurre a foros, blogs y comunidades virtuales de viajeros donde conocer las opiniones y experiencias de otros usuarios sobre los hoteles y destinos de su interés. De este modo, el boca a boca online condiciona la toma de decisiones de los usuarios a la hora de elegir sus destinos, por lo que el sector hotelero debería aprovechar más estas herramientas para mejorar su prestación de servicios, extraer nuevas oportunidades de negocio y analizar la calidad de su oferta.

Esta es una de las principales conclusiones extraídas del II Taller Nacional de Tecnologías aplicadas al Sector Hotelero, organizado por Fundetec, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el Govern de les Illes Balears, y celebrado el pasado 27 de abril en Palma de Mallorca. Esta segunda edición del taller se ha centrado en la segunda revolución de Internet en el sector, es decir, el Travel 2.0, que ofrece nuevas oportunidades de evolución hacia el mundo digital, ya que el cliente trasciende el papel de usuario para convertirse también en prescriptor.

De ahí la importancia de que los hoteles apuesten por los blogs, una poderosa herramienta de comunicación y de marketing social que, como las comunidades virtuales de viajeros, permite hablar al cliente con su propia voz, proponerle “experiencias” en lugar de “ofertas”.

Herramientas tecnológicas

Según se ha puesto de manifiesto en el taller, existen cada vez más herramientas tecnológicas que favorecen la oferta turística. Es el caso de los sistemas de información geográfica, que facilitan la promoción de los destinos turísticos a través de Internet basándose en el conocimiento de los mismos: permiten mostrar el paisaje, así como los recursos y atractivos de una zona, con lo que el usuario logra tener una experiencia virtual personalizada. Estos sistemas se convertirán en el futuro en una herramienta básica de promoción online de destinos 2.0.

En definitiva, Internet se convierte en un medio imprescindible en la comunicación con el viajero del siglo XXI durante las etapas de preparación del viaje.

La tecnología ha permitido también aumentar la personalización, de manera que las necesidades tecnológicas del hotel nacen del uso de las diferentes tecnologías que hacen los usuarios, lo que supone una oportunidad para la innovación para hoteleros y proveedores tecnológicos. Por ello, vigilar las tecnologías que se utilizan en el mercado debe ser una prioridad para el sector.

En la actualidad existen tecnologías pujantes en el entorno hotelero, como la telefonía móvil 2.5G y 3G, que permite practicar el comercio a través del móvil (m-commerce), la prestación de servicios en destino mediante televisión digital, el hotel interconectado

mediante dispositivos fijos o móviles... En conclusión, el viajero 2.0 y el hotel 2.0 suponen una personalización de la oferta y una socialización de la demanda.

Cine y seguridad

Otro tema abordado en la jornada ha sido la relación entre los destinos turísticos y el cine, así como la imagen que se ofrece de ellos a través de los largometrajes. En este sentido, destaca la labor de las Film Commissions, entidades dedicadas a promocionar el territorio y a facilitar el rodaje cinematográfico en el mismo. De este modo, por un lado un tercio del coste total de una producción se queda en el territorio donde se rueda, y por otro se consigue promocionar la zona como destino turístico a través del cine.

El taller ha analizado también la importancia de garantizar la seguridad en los hoteles, de manera que se consiga un entorno seguro con discreción y sin causar molestias innecesarias a los clientes. Elementos como una buena iluminación, cerraduras electrónicas y cajas fuertes electrónicas reducen la responsabilidad del hotel y confieren confianza a los clientes. Por su parte, la videovigilancia inteligente aporta mayor sensación de intimidad y menos fallos humanos, agilizando la gestión de grabaciones y ahorrando tiempo y molestias al usuario.