

## **En 2020, el 80% de las ventas de billetes se realizaràn online**

**El sector turístico tiene la gran oportunidad de adaptarse tecnológicamente a lo que los usuarios demandan. Se prevé que las aplicaciones móviles relacionadas con el turismo crezcan por encima del resto de sectores.**

En el año 2020, el 80 por ciento de las compras de billetes de viajes se realizaràn online. Esta es una de las conclusiones que se extraen del último informe del “Laboratorio Brain Trust”, elaborado por la consultora especializada en el sector turístico, Brain Trust CS, y que tiene como principal objetivo ofrecer una visión global de la revolución tecnológica de los dispositivos móviles para el sector turístico, así como dar a conocer los grandes retos y oportunidades de las compañías en este sector.

Actualmente, la tecnología se ha convertido en el mayor apoyo del sector turístico, tanto en los viajes empresariales como en los personales. Los nuevos consumidores, preparados tecnológicamente y usuarios de dispositivos móviles, aplicaciones y redes sociales, han introducido también la tecnología en la contratación de servicios turísticos.

Además, la crisis económica ha modificado las pautas de comportamiento de empresas y viajeros. Las primeras han reducido drásticamente la inversión en viajes y emplean también la tecnología virtual (como teleconferencias) como otra alternativa a los desplazamientos de sus directivos. Por otra parte, se ha incrementado el número de consumidores que realizan las compras de billetes o viajes a través del canal online. Por esta razón, las empresas turísticas tienen que adaptarse a un usuario tecnológicamente experto, informado, exigente, y cada vez más desleal a las marcas, el marketing del sector de viajes debe trasladarse del foco producto al foco cliente.

En el informe, además, se resalta que el sector turístico se encuentra ante una oportunidad histórica de batir récords en 2011 debido, entre otros factores, a la llamada “primavera árabe” y una excelente temporada de verano. Sin embargo, para no perder las oportunidades, es necesario que las empresas turísticas pongan en marcha importantes reformas estructurales para afrontar los retos de la próxima década, que está llamada a duplicar el número de viajeros internacionales.

Gran oportunidad para España, a la cabeza en el uso del móvil

En España, actualmente, más del 50% del comercio electrónico está relacionado con el turismo; al 30% de los billetes que se venden a través de Internet hay que añadir que es el tercer país de Europa con mayor volumen de compra a través de dispositivos móviles (20%,) detrás de Reino Unido e Italia, según datos de un reciente estudio hecho público por Google, y que cuenta con una cuota de smartphones hoy del 40% frente al 28% de la media europea. Estos aspectos – el alto porcentaje de transacciones electrónicas en el sector, el elevado volumen de compras a través de dispositivos móviles y la importante cuota de teléfonos inteligentes- hacen de España uno de los países con más oportunidades para afrontar estos retos del mercado.

### Utilidad de los dispositivos móviles en los viajes

Los dispositivos móviles son ya un compañero inseparable de los viajeros, ya sean de negocio o personales. Un 70% de los viajeros declara que utilizará este dispositivo en alguna etapa del viaje, cifra que se eleva a un 95% si se trata del viajero frecuente de negocios.

Paradójicamente, entre las 10 aplicaciones de Apple más descargadas sólo hay una de viajes, pero se prevé que el número de las mismas relacionadas con el turismo llegue hasta el 15% en los próximos diez años.

Teniendo en cuenta que en el año 2020 el 80 por ciento de los billetes se comprarán a través del canal online y que la cuota del mercado de los smartphones y otros dispositivos móviles será del 75%, “el sector turístico tiene la gran oportunidad de adaptarse tecnológicamente a lo que los usuarios demandan y a la infinidad de oportunidades que la tecnología móvil ofrece a este sector, como la creación de aplicaciones realmente eficaces que cambien la forma en la que se realizan las contrataciones en el sector turismo”, manifiesta Ángel García Butragueño, Director de Investigación y Desarrollo de Negocio del área de Turismo y Ocio de Brain Trust Consulting Services.

### La geo-localización

Por otra parte, según este informe, las empresas turísticas tienen que tener en cuenta el auge de las aplicaciones basadas en la geo-localización y la oportunidad que va a suponer para el sector, ya que están comenzando a transformar por completo la forma de viajar de los usuarios gracias a las recomendaciones o a las guías personalizadas ya disponibles en versiones online.

### Inversión tecnológica ahora para afrontar el futuro

Según Brain Trust CS, las empresas turísticas han de adaptarse a una nueva forma de negocio que, aunque suponga una inversión inicial, servirá para construir la estrategia “móvil” que les va a permitir no sólo sobrevivir, sino ser rentables y sostenibles en los próximos años.

Para ello dichas compañías necesitan renovar sus estrategias, hacer más eficientes sus procesos, rediseñar sus políticas de marketing, optimizar sus carteras de clientes y observar el mercado a través de la inteligencia competitiva contextual.

Además, estas empresas han de ofrecer aplicaciones para dispositivos móviles de forma gratuita, por lo que tendrán que contemplar alternativas para generar ingresos a través de otras fórmulas, y no sólo con el objetivo de que sean descargadas sino que tienen que destacar entre la multitud de aplicaciones para móviles de las que, en la actualidad, sólo un 5% son de viajes.

### PARA MÁS INFORMACIÓN:

ACTITUD DE COMUNICACIÓN - 913022860

Malú Aragonés malu.aragones@actitud.es

María López de Lerma maria.lopezdelerma@actitud.es

---