

CLAVES

Turismo y ciudades patrimonio (y II)

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, las ciudades han actualizado sus equipamientos, construyendo importantes centros de congresos, recintos feriales, auditorios y otras instalaciones que favorecen la organización de convenciones. Desde el punto de vista de la logística, se trata además de enclaves excepcionalmente comunicados, que cuentan con distintas posibilidades de enlace, o cuyo exotismo hace que una escapada constituya un atractivo especialmente atractivo que favorece tanto la asistencia como el grado de satisfacción de los participantes.



⇨ FERNANDO CLAVIJO

Asimismo, se han especializado en la recuperación de monumentos antiguos, que ahora albergan salas de distintas dimensiones para celebrar encuentros. Las ciudades Patrimonio son ciudades históricas, ciudades del pasado, pero al mismo tiempo ciudades contemporáneas convertidas en modelos de habitabilidad. Esta evolución se evidencia en sus centros históricos donde, con respeto absoluto a la arquitectura tradicional, los edificios antiguos conviven con modernos espacios concebidos por los mejores diseñadores de la nueva arquitectura. Muchos de ellos constituyen parte de la oferta para albergar encuentros y convenciones.

La planta hotelera de las ciudades que forman el Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad es muy amplia y se adapta a todas las necesidades y presupuestos. Hay hoteles en los centros históricos, en las afueras o en plena naturaleza, dotados de múltiples espacios de reuniones y de todos los servicios técnicos necesarios para garantizar que una convención resulte exitosa.

Las ciudades, a través de los Convention Bureau o de sus oficinas de información turística, proponen las mejores alternativas y ofrecen descripciones detalladas de los recursos disponibles para la celebración de eventos y de actividades complementarias, de forma que las empresas y colectivos hallen soluciones a medida conforme a sus necesidades.

La realización de una convención en una o varias de las ciudades que forman parte del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, supone la posibilidad de vivir una experiencia inolvidable en un entorno único con garantía de excelencia y de profesionalidad.

⇨ Fernando Clavijo es alcalde de San Cristóbal de la Laguna y presidente del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

La tecnología móvil no va a sustituir de la noche a la mañana la forma de reservas viajes, como tampoco lo hizo la aparición de Internet, pero esta tecnología tiene algo que puede fortalecer la relación y fidelización con el cliente, explica el director de Desarrollo de Almeida Viajes

TRIBUNA



⇨ ANTONIO MARTÍNEZ

La tercera revolución en el Turismo

ES UN HECHO QUE LOS usuarios demandan cada vez más funcionalidades a sus teléfonos móviles, los smartphones o teléfonos inteligentes van creciendo en cuota de mercado, y este año lo harán en mayor medida, de la misma forma que las pantallas táctiles serán la norma en las gamas de los fabricantes de telefonía móvil.

En la última cumbre anual de la World Travel & Tourism Council (WTTC), el presidente de American Express Travel ha dicho que "estamos inmersos en la tercera revolución del sector Turístico, después de que la primera y la segunda revolución fueran la implantación de la comisión cero y la irrupción de Internet, respectivamente". Esta tercera revolución es la de la tecnología móvil, y Dara Khosrowshahi, consejero delegado de la agencia de viajes online Expedia, presente en la cumbre, también apoyó esta tesis.

Es indudable que la tecnología móvil es la tecnología del futuro y que unos móviles cada vez más usables, potentes y con comunicaciones eficaces van a suplantarse a otros dispositivos para efectuar todas las operaciones que hoy día habitualmente hacemos en nuestros ordenadores de sobremesa o portátiles, incluido claro está, la consulta y reserva de viajes.

Nos encontramos ahora que en muchas empresas, incluidas las turísticas, la tecnología móvil está en una fase de despegue que aún no está plenamente desarrollada y convive con la tecnología no móvil. Dos horas al día nuestros ojos están mirando la pantalla del móvil. Todo hace prever que, así como Internet le roba tiempo a la televisión, también lo hará el teléfono entre la población más joven y dinámica.

Después de esta batería de datos nos habrá quedado claro que la tecnología móvil es el futuro y sin embargo constatamos que en el Sector Turístico pocas son las entidades que realmente tienen una web adaptada a la tecnología móvil y que permitan un proceso no ya de reservas online sino simplemente de consultas. Grandes cadenas de hoteles o redes de agencias, no cuentan con aplicaciones que puedan ser usadas de una forma fácil y eficaz por los usuarios en sus teléfonos móviles. Poco a poco se están viendo aplicaciones específicas del Sector Turístico para telefonía

móvil, pero somos de los sectores que más despacio vamos.

Existen sin embargo varias empresas turísticas que sí han apostado por la tecnología móvil: como Sixt y Hertz que tiene aplicaciones específicas que permiten la reserva a través



de dispositivos móviles, concretamente para el iPhone. En cuanto a reservas de hoteles, son pocas las cadenas de hoteles que cuentan con una aplicación para reservas de habitaciones o página web adaptada para el teléfono móvil. Air Europa permite descargarte la tarjeta de embarque a través de su aplicación en iPhone. En cuanto a las redes de agencias de viajes, la única que, por ahora, cuenta con una plataforma para reservas a través de su aplicación para iPhone es Almeida Viajes.

La tecnología móvil no va a sustituir de la noche a la mañana la forma de reservas viajes, como tampoco lo hizo la aparición de Internet, pero esta tecnología tiene algo que puede fortalecer la relación y fidelización con el cliente y que, por lo tanto, sabiéndola usar en su justa medida, puede hacer más competitiva y productiva a las empresas turísticas.

Entre los ejemplos en los que la tecnología móvil puede ayudar a las empresas físicas en la fidelización de clientes y en dar un mejor servicio podemos destacar varios: la posibilidad de que los clientes reciban su itinerario de viajes en el móvil, incluyendo la documentación necesaria. La posibilidad de que sean avisados tanto a la ida, pero sobre todo a la vuelta, de forma automática por un

mensaje o alerta de que su vuelo ha sufrido algún retraso o variación. El poder comprar un billete de avión, tren, reserva de hotel, entradas a parques temáticos, museos, etc. y tener la entrada, el bono o la reserva disponible en el móvil para acceder a

drá de un motor web que diseñará y adaptará los contenidos para formato móvil. Además le generará un código QR que apunta a ese contenido. Estos servicios son totalmente gratuitos para las empresas turísticas andaluzas. Más información en www.andaluciaigr.com.

Dentro de la usabilidad web también existe ahora mismo un proyecto de buscador de recursos turísticos, que está en fase experimental y de desarrollo y en los que los usuarios no van a tener que introducir ningún texto para buscar un recurso turístico. Este proyecto denominado Simius se puede consultar en www.reelr.es/simius y colaboran expertos en web semántica, agencias de viajes, y la propia compañía Reelr, y está abierto a la aportación de todos los profesionales del Turismo. Se trata de hacer más usable los teléfonos móviles.

Elegir bien la forma en la que queremos estar presente en los dispositivos móviles es muy importante para no despilfarrar recursos. Tenemos que diferenciar entre páginas webs adaptadas a móviles y aplicaciones para teléfonos móviles. Las aplicaciones para teléfonos móviles nos permiten utilizar mejor las características de nuestro móvil, GPS, para establecer geolocalización, brújula, cámara de fotos, video, etc. El inconveniente es que tendremos que diseñar aplicaciones para las

cuatro grandes plataformas que existen: iPhone, Android, J2me y Windows Mobile o Windows 7 para móviles.

Sin embargo, si diseñamos una buena página web para móviles ésta se ejecutará en todos los dispositivos móviles

independientemente del sistema operativo que tengan, aunque perderemos funcionalidades. Lo que se suele hacer es compaginar las aplicaciones a móviles con un buen diseño web móvil.

La tendencia es programar para iPhone, que es la plataforma más extendida y para el resto de plataformas hacerlo a través de una buena página web móvil. En definitiva, tenemos que analizar lo que necesitamos y cuánto nos va a costar, pero lo que realmente tenemos que entender es que la verdadera pregunta no es cuánto nos va a costar estar en la revolución de la tecnología móvil, sino cuánto nos va a costar no estar presente en ella.

⇨ Antonio Martínez es director de Desarrollo del Grupo Almeida Viajes.

El Turismo es de los sectores que más despacio va en crear aplicaciones específicas para telefonía móvil

Lo se trata de sustituir una tecnología o los servicios de empresa a cliente, sino de reforzarla