

LOOKINSIDE TRAVEL

20/04/10

El pasado día 20 de Abril tuvo lugar en Madrid, en el Palacio de Congresos, la presentación del estudio Lookinside.Travel.

Para quien no esté familiarizado con el proyecto, y en palabras del propio Javier González-Soria, Managing Director de Google Travel Spain (División Turística del área comercial del gigante Google en España):

"Es un **espacio abierto de conocimiento, opinión y tendencias** sobre los hábitos de información y compra de los viajeros españoles, de la mano de Google Travel Spain, el Instituto de Estudios Turísticos, Exceltur y las principales empresas turísticas de España, con el objetivo de **ayudar a todos los actores turísticos a mejorar sus estrategias de producto, marketing y distribución.**

Por ello, estas paginas acogen el **Estudio mas importante en el ámbito internacional** que se haya realizado hasta el momento, desarrollado por Phocuswright, asi como **indicadores de la evolución de la relevancia de destinos y del interés por viajar**, medidos en forma de consultas en Google. Y, por supuesto, **opiniones y comentarios de los principales líderes turísticos**, con el fin de generar el tejido necesario para propiciar un fructífero intercambio de ideas. En general, tendrán cabida todos los estudios y reflexiones que sirvan para entender mejor la industria turística y muy especialmente al viajero".

En la presentación de dicho estudio participaron Javier González-Soria (Google Travel Spain), Vicente Monfort (IET) y Jose Luis Zoreda (Exceltur) que como correspondía, brindaron a los presentes unas pinceladas sobre la realidad turística en la que se encuentra este pais.

Dejando el estudio aparcado a la espera de lectura profunda y reflexión para siguientes post, me gustaría compartir un par de hechos que me parecieron relevantes:

1º: El estudio "per se" . En palabras del propio vicente Monfort, es el primer año del proyecto, por lo que aún faltan muchas aristas por pulir, tanto a nivel técnico, como estadístico, e incluso algún fleco filosófico...No obstante, este proyecto puede constituir, a mi juicio, una de las mejores herramientas para la toma de decisiones tanto de las empresas turísticas como destinos; siempre que se sepan transcribir los datos claro está, pues ya se sabe que la estadística es una ciencia que confirma una hipótesis...y su contraria.

2º: Profundas discordancias: Tras las aportaciones de los impulsores del proyecto (con clase Magistral de Vicente Monfort incluida...solo por escucharle mereció la pena el evento) realizaron ponencias responsables de Marketing / Ventas de las principales cadenas hoteleras, OTA's, Agencias de Viajes, y Transportistas. Casi todo el sector representado, que aportó su visión particular sobre las estrategias de comercialización. Ni que decir tiene que saltó la liebre con el tema de la paridad de precios, entrando en un debate de lo más interesante (a la par que acalorado) con aportaciones de todos los frentes turísticos. y digo bien...frentes, porque se tiraban las piedras unos a otros!

Esto es todo por el momento, a la espera de expresar el informe que seguro dará para una saga de post.