EL PAIS

Despegue con vuelos baratos e Internet

Un 30% del turismo por avión llega en estas compañías y un 20% contrata los viajes en la red

C. G.
06-08-2006

Las reservas y ventas de plazas de los hoteles españoles a través de Internet alcanzaron los 330 millones de euros en el ejercicio 2005

Este verano el número de turistas va a crecer un 5%; los precios medios de los hoteles, un 4%, y la rentabilidad de las empresas, un 2%

Las aerolíneas de bajo coste han abierto al turismo zonas fuera del litoral y han cambiado los hábitos de consumo del viajero

Tres de cada 10 extranjeros que llegan a España por vía aérea lo hacen a través de compañías de bajo coste, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y las agencias *on line*, según un informe de hábitos de consumos elaborado por Lastminute.com, se han hecho ya con el 21,5% del negocio de viajes.

El auge de las compañías aéreas de bajo coste y la contratación de viajes y alojamientos a través de Internet está cambiando radicalmente el modelo de negocio en turismo.

Los vuelos baratos, señalan en la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), están promocionando el turismo en los destinos tradicionales y en otros ajenos hasta ahora a esta actividad. Complican la gestión de vuelos y alojamientos porque los viajeros contratan en el último minuto y por libre sus viajes, pero han liberado a las empresas de las condiciones que les solían imponer los mayoristas. Gastan menos y sus estancias son más cortas, pero tal vez vienen más veces, y lo hacen en fines de semana y fuera de temporada, y en el cómputo generan mayores ingresos a las zonas turísticas, dicen en CEHAT.

Con el auge de Internet, por otra parte, el cliente cobra más importancia que el producto, según ha llegado a reconocer el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, recientemente en el Foro Hosteltur. "El cliente elige precio y canal de compra. El precio ha hecho desaparecer la lealtad a la marca y ahora el cliente es el rey. Quien satisfaga al cliente triunfará", explicó en el mismo encuentro Antonio Tazón, el presidente mundial de Amadeus.

Los empresarios, a juzgar por el estudio *Diagnóstico tecnológico del sector hotelero*, elaborado por el Observatorio de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información de Red.es, parecen haber reaccionado ante el desafío. Más del 96% de las empresas del sector con más de diez empleados disponen actualmente de acceso a Internet. Y el 84% de las empresas con más de diez empleados dispone de página web, una situación que explica en buena medida que el crecimiento de las ventas hoteleras por Internet se haya disparado en los últimos años y haya alcanzado ya, según cifras de cierre de 2005, los 330 millones de euros.