



ENE.12.515

Los hoteleros destacan el papel de las nuevas tecnologías en el turismo

Madrid, 17 ene (EFE).- Los principales hoteleros españoles han destacado el papel que desempeñan las nuevas tecnologías en el turismo español en general, y fundamentalmente en la contratación de las plazas de los hoteles.

El presidente de Iberostar, Miguel Fluxá, que intervino junto al presidente de NH Hoteles, Mariano Pérez, en un panel sobre los retos turísticos para 2012, dentro del 6 Foro de Exceltur, destacó que el 20 % de las reservas que se hacen en su cadena hotelera se llevan a cabo a través de internet.

Para Fluxá hay que tener presente la necesidad de incorporar gente, sobre todo jóvenes, que manejen las nuevas tecnologías, porque hasta ahora se trabaja más a través de las agencias de noticias, pero en tres o cuatro años nuestras reservas por internet van a llegar al 50 %.

De la misma opinión fue Pérez, quien dijo que ha cambiado la forma del consumidor de hacer las reservas, y que las nuevas tecnologías forman parte de la sociedad actual, de tal forma que "el móvil ya parece una extensión de nuestra anatomía".

Estas aplicaciones se unen, sobre todo de cara al futuro, a las nuevas actitudes de los consumidores, quienes, según Pérez, se han convertido en "buscadores del último minuto", con un perfil de "querer más por menos".

Antes, según el presidente de NH Hoteles, se era mucho más exigente con la calidad, pero ahora se busca más "el equilibrio entre la calidad y el precio".

Fluxá se mostró de acuerdo con estas afirmación, y añadió que el cliente quiere obtener más a menor precio, pero "sin que se rebaje la calidad", porque "si hacemos eso, seguro que perdemos al cliente, te cargas el futuro".

Desde el punto de vista de los dos presidentes de las cadenas hoteleras con establecimientos en diferentes países, la crisis ha afectado más a sus hoteles en España que en otros lugares.

A juicio de Fluxá, el paro en España ha afectado profundamente a las cadenas españolas en el país, que está sufriendo unas crisis más profunda que en otras naciones, sobre todo en algunas de Latinoamérica o en Canadá, por ejemplo.

Por su parte, NH que cuenta con más del 35 % de sus establecimientos en España, ha notado una gran diferencia entre estos hoteles y los que posee en Centroeuropa o en Latinoamérica.

Según Pérez, el consumidor español se encuentra "deprimido" económica y psicológicamente, lo que no sucede en otros países. EFE