



Habitación 316

DONDE SE HOSPEDAN LAS NOVEDADES

Este es un espacio dedicado a compartir y comentar las novedades en mercadeo turístico, las innovaciones y aplicaciones tecnológicas en materia turística y analizar las tendencias del mercado turístico.

Los Dispositivos Móviles... El Futuro de los Canales de Distribución.

No cabe duda que el uso de Internet y la diversidad de plataformas tecnológicas para la comercialización turística, han revolucionado por completo el mercadeo turístico y ya no es necesario mencionar o enfatizar sobre la importancia que tiene el eMarketing para cualquier hotel o negocio turístico, sea cual sea su tamaño.

Cuando pareciera que de una u otra forma todas las empresas del sector están haciendo sus mejores esfuerzos para aprender sobre esta nueva forma de mercadeo y empiezan a adquirir familiaridad con el uso de las redes sociales, las bitácoras de viajes y el manejo de reputación en línea, entre otros recursos de Internet como herramientas de promoción y ventas, surge un nuevo reto; "la portabilidad".

La popularidad en el uso de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y las tabletas) ha llevado el acceso y manejo de la información a una nueva dimensión. El consumidor moderno quiere la información de forma inmediata y sin importar donde se encuentre, "la portabilidad" es parte del estilo de vida actual.

Los dispositivos móviles no son una extensión de la comercialización en Internet, o una distinta forma de manejar los sitios web. Estos son un canal de distribución y comercialización que tienen sus propias reglas y que rápidamente se están convirtiendo en la vitrina de comercialización dominante, según concluyen los más recientes estudios sobre las tendencias del mercadeo en línea.

- (Morgan Stanley) proyecta que para el año 2014, los usuarios de Internet en dispositivos móviles superarán los usuarios de Internet a través de computadores de escritorio.
- (eMarketer) estima que el 20% de los consumidores en EE.UU., casi 70 millones de estadounidenses, tendrán una tableta para finales del 2012 y prevé que en tres años la mitad de todos los usuarios de Internet tendrá uno.

- 46,50% de los US\$132,80 billones que se invirtieron en EE.UU. en publicidad local en el 2011, correspondió a anuncios en dispositivos móviles. (BIA/Kelsey).
- Según la investigación, realizada por la empresa SITA, líder mundial en innovaciones y comunicación en el sector aéreo, el 53% de las líneas áreas consideradas líderes del sector (IATA Top 100, ya ofrecen servicios a sus clientes a través de dispositivos móviles y un 83% planea estarlos brindando en el 2015.
- 50% de los adultos de EE.UU. y el 80% de los viajeros de negocios ya tienen teléfonos inteligentes. 24% de los viajeros de ocio y el 36% de los viajeros de negocios ya han comprado el viaje a través de sus dispositivos móviles (PhoCusWright).
- Para el año 2013 (PhoCusWright) estima que las ventas de productos y servicios turísticos en EE.UU. a través de dispositivos móviles alcanzarán los US\$2,155 millones.
- Para el 1er. trimestre del 2012, más del 5% de las reservas en línea que recibieron los clientes de la firma de mercadeo hotelero (HeBS Digital) llegaron desde dispositivos móviles, frente a un 3% de reservas en línea hechas de forma directa en los sitios web de estos hoteles en el 2011.
- Orbitz, recientemente ha reportado que para el 1er. trimestre del 2012 el 9% del total de sus ventas fueron a través de dispositivos móviles y dice que es apenas una pequeña muestra del potencial de este mercado, pues estima que el tamaño total del mercado, a través de dispositivos móviles es de 953 millones usuarios.

Los hechos son contundentes, los dispositivos móviles se han convertido en un verdadero canal de distribución y en un futuro casi inmediato serán el medio dominante en la comercialización turística.

Los dispositivos móviles se caracterizan por ser muy objetos muy personales y hasta se podría decir que íntimos. Su naturaleza táctil conduce al usuario a

sostener el dispositivo cerca de su cuerpo, con lo cual los consumidores se conectan en un nivel más profundo con lo que ven en sus pantallas. Estos quieren interactuar, inspeccionar, incluso hasta poder jugar y manipular a su antojo con los productos o servicios que se les ofrece.

Dejando de lado los aspectos de índole técnico, esa conexión más profunda del consumidor lo que diferencia los dispositivos móviles de otras plataformas digitales y justamente es la característica que exige todo un planteamiento estratégico y tecnológico distinto, que va mucho más allá que el simplemente trasladar a este ambiente las mismas articulaciones de eMarketing e eCommerce que las empresas usan o tienen para sus páginas web.

El "Internauta Móvil", término que define al usuario de Internet a través de dispositivos móviles, tiene intervalos de atención aún más cortos y menos tiempo a navegar a los usuarios tradicionales, es mucho más preciso en lo que busca y requiere de encontrarlo pronto. Mientras que el Internet móvil cuenta con un número de factores que lo hacen sustancialmente diferente al fijo, tales como; velocidades más lentas, pantallas más pequeñas, solo para mencionar algunas de las más sobresalientes diferencias.

Acceder al canal de distribución del futuro y ser competitivos en él, no implica que las empresas deban invertir en crear aplicaciones para las tabletas y los teléfonos inteligentes (apps), pero sí requiere que las empresas turísticas emprendan un nuevo ciclo de aprendizaje para enfrentar este nuevo reto y poder desarrollar toda una nueva forma hacer mercadeo virtual, para que sus sitios webs respondan a las necesidades del "Internauta Móvil" y las particulares de la "portabilidad".