

Las apps, presente y futuro del turismo 2.0

Aplicaciones para el 'smartphone' como Hotel Tonight o Byhours han cambiado el panorama de las reservas hoteleras en todo el mundo

Aplicaciones | 05/03/2014 - 08:57h | Última actualización: 05/03/2014 - 09:51h

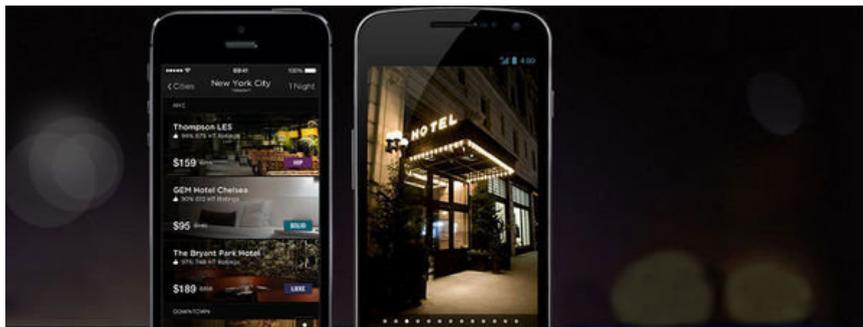


Imagen de la página web de Hotel Tonight

WAYRA FICAPAL

El desarrollo acelerado de las tecnologías de la información durante los últimos años ha propiciado un cambio imponente en la estructura del sector turístico, que cada vez más utiliza **aplicaciones móviles** para ofrecer sus servicios. El 65% de las reservas de hoteles hechas a última hora provienen de dispositivos móviles, gracias a aplicaciones como [Hotel Tonight](#), [Booking](#) o [Princeline](#).

La penetración de los **smartphones** ha sido clave en este sentido. Los teléfonos inteligentes han representado el 55,1% de todas las ventas de **smartphones** en 2013. En la misma línea, se estima que dentro de cuatro años, 5.100 millones de personas serán usuarias de teléfonos inteligentes en todo el mundo (casi 1 billón de usuarios más que los 4,3 mil millones de personas en todo el mundo que lo utilizan ahora), según destaca un análisis de [eMarketer](#).

“Para el turismo, que es el mayor desarrollador del e-commerce, esto es una enorme oportunidad”, destaca la directora de Hotel Tonight en Europa, Heather Leisman. Sin embargo, no todas las aplicaciones móviles tienen el éxito deseado. Alrededor de 50 billones de aplicaciones se descargan cada año, pero de estas un 26% una vez bajadas no se vuelven a utilizar nunca. “Para conseguir que la gente use tu app, que es lo más importante, tienes que ofrecer un producto que realmente guste y tienes que tener la experiencia necesaria para saber qué es lo que la gente quiere compartir con sus amigos”, destaca Leisman.

Algo que los de **Hotel Tonight** conocen bien, ya que la idea surgió de la experiencia de su CEO y co-fundador Sam Shank, quien vio la necesidad de diseñar algo exclusivo para el móvil tras viajar por todo el mundo y ver que no siempre se dispone de un ordenador o de una red wi-fi a la que conectarse.

“¿Por qué preguntarle al usuario en que ciudad quiere buscar un restaurante si lo puedo geolocalizar?”, reflexionaba el Director de Marketing Online de Atrápalo, Carlos Esteve, durante el Fórum TurisTIC 2013. En esto se basan aplicaciones como Hotel Tonight. Tras geolocalizar al usuario, se le ofrece una selección de hoteles que tiene a su alrededor al precio más barato disponible en internet. Especialmente dirigida a gente joven y constantemente conectada, las reservas de esta aplicación no suelen producirse a raíz de una visita programada con antelación a un destino, sino que son raíces de imprevistos laborales, cancelaciones de vuelos o escapadas espontáneas.

La app está planteada para reducir al mínimo los pasos necesarios para realizar una reserva: “3 clicks and a swipe” es el lema de Hotel Tonight. Es decir, tres clicks y un *deslizamiento*, es todo lo que se necesita para conseguir una habitación. Ahora además hay una nueva opción: hacer la reserva agitando el teléfono.

“Educar a los hoteles y enseñarles que esta tendencia es el futuro y que además es un buen negocio”, es el principal reto con el que se encuentran estas aplicaciones, explica la directora de Hotel Tonight en Europa. Como [Byhours](#), una 'startup' de Barcelona que permite reservar habitaciones de todo el mundo por packs de 3, 6, 12, 36 y 48 horas y que tras algunas batallas ha cambiado por completo la manera de ofrecer el producto por parte de la industria hotelera.

El socio fundador de [The App Date](#), Oscar Hormigos, cree que las aplicaciones móviles son fundamentales: “Las ‘apps’ son clave