



## actualidad

Última hora

Negocios y Mercados

Ciberpoder

Hardware

Software

Telecomunicaciones

Internet

Seguridad

Almacenamiento

Recursos Humanos

Curiosidades

Video

Green IT

Entrevistas

Opinión

Reportajes

La última semana

El Espía

## Negocios y Mercados



### David y Goliat en el turismo por Internet

31 mar 08 | 00:00 CET

**Raúl Jiménez, director general de Minube**

**Raúl Jiménez, director general de Minube.com, afirma que en Internet la compra "se gesta en un proceso individual y sin apenas control de las marcas".**

Esta es una historia basada en hechos reales. Imagine que quiere viajar a Tailandia en verano. ¿Qué es lo primero que haría? Un porcentaje alto respondería que ir a un buscador, teclear 'vuelos Tailandia' o 'viajes Tailandia', y comenzar a comparar resultados.

Desde luego se sigue confiando en agencias y en aerolíneas de garantías, pero buena parte de la decisión de compra se gesta en un proceso individual en Internet y sin apenas control por parte de las marcas. Ése es el modelo que comienza a revolucionar el sector del turismo. Considerado como uno de los motores del comercio electrónico internacional (y en España), sin embargo, los movimientos del sector turístico son pesados, propios de un Goliat que apenas ha evolucionado en los últimos años. Rentabilidad inmóvil; inmovilidad rentable. Pero los nuevos actores, muchos de ellos nacidos como un David empresarial, ya han conseguido zarandear las mentes de las grandes multinacionales y, lo que es peor para ellos, su cuenta de resultados.

Hay mucho en juego: según la compañía de inversiones Cowen&Co, para 2010 se espera una cifra de negocio a través del comercio electrónico de 225.000 millones de dólares sólo en Estados Unidos, y el sector Viajes puede llevarse una buena porción.

#### ¿Cómo está evolucionando el sector?

Los primeros en ofrecer una nueva forma de encontrar lo que necesitábamos fueron los buscadores especializados o verticales, un servicio que facilitaba desde una sola web obtener todos los resultados en el menor tiempo. Empresas como Rumbo, Edreams, Atrápalo, ... son algunas de las que han triunfado en este periodo.

No hubo más remedio, la ventaja era innegable: el sector se unió en torno a ellos y compañías de vuelos y hoteles se integraron en estas páginas. El modelo de negocio en vigor era el pago por parte de los anunciantes a estos buscadores por el redireccionamiento de tráfico o pago por acción (compra de billete).

Algunos estudios sobre las búsquedas en Internet de empresas de viajes demuestran cómo muchas de las marcas de los motores verticales aparecen incluso en posiciones más adelantadas que muchas enseñanzas de compañías aéreas u hoteles.

Pero Internet no se caracteriza precisamente por el estancamiento. No era suficiente. Miles de viajeros en todo el mundo vieron la posibilidad no sólo de comprar un billete de avión o un hotel, podían ir allí antes, conocer las opiniones de otros clientes, ver las 'tripas' reales de lo que se estaba ofreciendo en los folletos comerciales y conocer de primera mano la experiencia real de otros usuarios. Es el boca a oreja llevado a la Red. Estamos en el momento de las redes sociales de viajes. Y en nuestro país no ha hecho más que empezar.

### Icahn reemerge como valido de Microsoft



El inversor rebelde apoya las posibles negociaciones que Yahoo! mantiene con el gigante de Redmond.

[Más...](#)



 [imprimir artículo](#) | [votar](#) |  [comentar](#)

Buscar en Silicon News      [newsletters](#) | [iniciar sesión](#) | [mapa del sitio](#)



[Casa Interactiva](#) | [Channel Insider](#) | [Descargas](#) | [eWEEK Europe](#) | [Gizmodo](#)

[The Inquirer](#) | [ITespresso.es](#) | [Webseminars](#)

[RSS](#) | [Newsletters](#) | [Mapa del sitio](#) | [Iniciar sesión](#) | [Contactos](#) | [Privacidad](#)

[Aviso legal](#) | [Publicidad](#)



© 2007-2009 Silicon News - NetMediaEurope Spain S.L. Todos los derechos reservados.