

El turismo, imparable gracias al comercio electrónico

- ❖ Este sector, uno de los pilares de la economía, lo es también del eCommerce, siendo el que más factura anualmente
- ❖ Gran parte del “boom” del turismo online se debe a plataformas como Booking o Skyscanner

El turismo es uno de los principales motores de la economía mundial. De hecho, constituye el 10,4% del PIB mundial con una contribución de 8,3 billones de dólares, de acuerdo con el último informe anual del [Consejo Mundial de Viajes y Turismo](#) (WTTC). En nuestro país las cifras son también muy positivas y, con un incremento del 5,7% con respecto al año anterior, el turismo aportó a España 172.900 millones de euros en 2017, lo que representa un 14,9% del producto interior bruto nacional. Este informe también prevé que la contribución del turismo al PIB siga creciendo un 2,3% anualmente hasta el año 2020, y señala que este sector es el responsable del 4,9% de puestos de trabajo en territorio español.

Pero, ¿a qué se debe este crecimiento constante del sector turístico? El WTTC, en su estudio [Coping with success](#), señala el desarrollo de la clase media y los cambios demográficos, durante estos últimos años, como algunos de los factores más relevantes. Al mismo tiempo, esta organización destaca que **la búsqueda de viajes online, la variedad de herramientas de reserva y los comparadores de precios accesibles a todos los usuarios están impulsando el crecimiento de este sector.**

Es por ello indudable que Internet, y en concreto el comercio electrónico, está revolucionando la forma en la que entendemos los viajes. Esto es así hasta tal punto que, el pasado año, **el sector de actividad con mayores ingresos en eCommerce fueron las agencias de viajes y operadores turísticos con un 15,6% de la facturación total**, según los últimos datos publicados por la [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#). Relacionado también con el sector del turismo se encuentra en segundo lugar el transporte aéreo, con el 9,9% de la facturación, y en el cuarto puesto, los hoteles y alojamientos similares, con un 4,7% de volumen de negocio. El [Observatorio Cetelem de eCommerce](#) ratifica este liderazgo del sector, afirmando en su estudio que los productos y servicios incluidos en esta categoría son los más adquiridos vía online por los encuestados, ya que un 72% declaró haber hecho compras por internet relacionadas con este sector durante el último año.

Las previsiones apuntan a que estas cifras no dejarán de aumentar. eMarketer, en su [estudio Global Digital Travel Platforms 2017](#), señala que **las ventas de viajes online aumentarán hasta un 40% entre 2017 y 2021**. Este informe también afirma que, a pesar de que siguen aumentando las reservas a través de agencias online (las conocidas como OTA, *Online Travel Agency*), las plataformas de reserva directa van ganando terreno poco a

poco, especialmente en Europa y Norteamérica. En cuanto al canal preferido para la compra de viajes por internet, de momento sigue siendo el ordenador, aunque el número de personas que reserva a través del móvil está creciendo.

“Metabuscadores como Booking, Destinia, Rumbo, Kayak, eDreams o Skyscanner son solo algunos de los ejemplos más destacados de plataformas que han irrumpido en el mercado con gran éxito gracias a las facilidades que ofrecen a la hora de organizar viajes. De hecho, eDreams ya permite a sus clientes cancelar algunos vuelos el mismo día de la reserva”, declara **Alberto Hernández**, Partnerships Director de [Webloyalty](#). “Aunque, sin duda, uno de los rasgos más destacados son sus precios competitivos, que han logrado acercar el turismo a todo tipo de públicos”.

El informe [Generaciones Viajeras](#) de eDreams arroja datos que apoyan esta afirmación, como que un 51% de los encuestados afirma viajar más que hace 10 años o que el 48% opina que se ha vuelto más asequible. Por otra parte, el 75% de los encuestados tiene más probabilidades de reservar a través de una OTA que hace 10 años, siendo además para 7 de cada 10 viajeros el método preferido para reservar sus vacaciones.

“Que el proceso de reserva sea mucho más ágil y accesible que nunca, sumado a unos precios más asequibles, permite que se realicen viajes con mayor frecuencia y a distancias más lejanas. Además, hoy es posible realizar más actividades de ocio en el lugar de destino, ya que antes casi todo el presupuesto se agotaba en transporte y alojamiento”, indica Alberto Hernández, quien también destaca que, “junto a las agencias de viajes online, es muy importante la labor que desempeñan para el desarrollo del turismo online plataformas de *rating* como TripAdvisor para la planificación del viaje, así como iniciativas de economía colaborativa como Airbnb, Wimdu o incluso Uber”.