

El turista de hoy tiene prisa y quiere precio (El Financiero 19/10/11)

El turista de hoy tiene prisa y quiere precio (El Financiero 19/10/11) Claudia Alcántara / enviada Miércoles, 19 de octubre de 2011 • Viajeros de Estados Unidos diversifican tendencias. • Buscan viajes más cortos y menos distancia: Ypartnership. • Prevé mayor uso de Internet en busca de ahorros. - SE MODIFICAN HÁBITOS DE LOS TURISTAS ORLANDO, EU, 18 de octubre.- En los próximos 12 a 18 meses los hábitos de viaje del mercado estadounidense se centrarán en el uso de buscadores de precios de hoteles y aviones en Internet, con la finalidad de obtener ahorros, ante la incertidumbre económica que atraviesa su país. De igual forma, la empresa consultora Ypartnership pronosticó que la "rapidez" que ha cobrado el estilo de vida de los estadounidenses tendrá como consecuencia la elección de viajes más cortos y de menor distancia, por lo que el radio de influencia de destinos turísticos se reducirá. El director de esa firma, Peter Yesawich, recalcó que en 2012 y 2013 los consumidores seguirán trabajando fuertemente en conseguir los mejores precios del mercado -en su país y el exterior-, con la ayuda de sus "nuevos juguetes", como Internet y las redes sociales. Detalló que en la crisis financiera descendió el número de personas con fuerte liquidez -más de un millón de dólares-, y aunque ese segmento se ha recuperado y tenga un alto poder adquisitivo, "no se sentirán tan ricos" como en 2007 y 2008. En este sentido, agregó que será primordial reactivar el financiamiento al cliente final. Al participar en el 13th Annual Shared Ownership Investment Conference de Interval International, el gurú de la mercadotecnia en el sector turístico hizo énfasis en que la "psicología" de estos millonarios continuará por muchos años más, a menos que haya una recuperación robusta en las inversiones que realizan. Yesawich expuso que de acuerdo con estudios propios, tres de diez estadounidenses que viajan vacacionaron de último momento, por lo que los tiempos de reserva de viajes también han cambiado. Eso se debe a que "no tenemos tiempo, cuatro de cada diez americanos piensan que hay pobreza de tiempo". Otro resultado observado, dijo, será la elección de "escapes"; comentó que la mitad de los estadounidenses planean realizar viajes de fin de semana, lo que implica que estarán descartados los destinos turísticos que impliquen tardar un día para llegar y un día para salir. Detalló que los destinos más elegidos serán los que representen de cuatro a seis horas de trayecto, ya sea conduciendo o en avión, de tal forma que el "círculo de eficiencia" se reducirá a un radio de 50 millas desde su lugar de origen. Añadió que el 12 por ciento de la elección de los destinos será influido por comentarios en Facebook, de tal modo que el mundo en línea será dominante como canal para decidir el destino de viaje. De igual forma, expuso que los buscadores de precios serán una herramienta básica para el viajero; aunque el precio será fundamental al momento de planear sus vacaciones, el estadounidense no sacrificará calidad. México, entre los elegidos El experto aseguró que México es el quinto destino aspiracional para viajar en los siguientes meses en Estados Unidos, superado por países de Europa del Este, el Caribe, destinos dentro de la misma Unión Americana y Canadá.