

■ **OPINIÓN**

Por Pau Morata,
periodista, profesor y asesor
paumorata@iconotur.net



Innovación en el turismo y hoteles del siglo XXI

Mucho se habla de la necesidad de innovar en la hotelería, pero poca es la innovación que suele observarse, salvo alguna que otra aplicación tecnológica, en la mayoría de países. No obstante, y como la excepción confirma la regla, a una excepción me refiero este mes, con el deseo de que algunos empresarios de aquí se interesen por el tema si lo consideran conveniente.

Hace pocos meses en Copenhague se ha abierto un hotel del siglo XXI más que del XX en el que se anclan la inmensa mayoría de establecimientos inaugurados en los diez años transcurridos desde aquel año 2000 que tantas expectativas, negativas y positivas, despertó a finales de los años 90.

Aclaro que visité ese hotel danés por iniciativa propia –no por invitación– y con la intención expresa de conocerlo. Fui por mi cuenta, pues, como un cliente más y pagué habitación y desayuno.

Es un 2 estrellas pero algunas de sus prestaciones son iguales o superiores a los de 3 y 4 de toda la vida, por muy modernizados que estén.

Sus tarifas son asequibles porque es de bajo coste pero es un macro-hotel de nueva construcción con 510 habitaciones, de cinco tipologías.

La habitación es pequeña –12 o 15 metros cuadrados de superficie– pero el espacio está muy bien aprovechado, la insonorización es total, incluso a través del gran –y grueso– ventanal, por lo que aun estando al lado de trenes en circulación por su proximidad a la estación central estos no se oyen.

El cuarto de baño es un espacio acristalado opaco con ducha en cabina circular y grifería monomando con regulador de temperatura, lavabo, taza, secador de pelo y detalles de acogida. Los suelos son antialérgicos.

La cama es de tamaño matrimonial incluso en las habitaciones individuales, y con mesita de noche.

El aire acondicionado se regula en cada habitación, en la

que hay detector de humos y sistema cortafuegos.

Cuenta con buena iluminación alógena y cinco enchufes –cinco– bien ubicados para poder recargar baterías de teléfonos móviles, cámaras fotográficas o de video y enchufar el ordenador; y aún sobraría alguno.

Hay mesa de trabajo y un par de sillas, de diseño.

El perchero está integrado en una pared, al igual que la papelería y el depósito desplegable para equipaje.

En la misma pared hay un televisor grande de pantalla plana con 30 canales presintonizados.

El acceso a Internet en red inalámbrica con seguridad por contraseña es gratuito en la habitación y resto del hotel.

La cerradura electrónica de tarjeta de última generación desbloquea también la activación y el funcionamiento de los ascensores, alguno de ellos panorámico gracias a su cabina acristalada.

El registro y salida rápidos están automatizados para quienes lo deseen, aunque hay no menos de dos recepcionistas permanentemente.

El centro de negocios con ordenadores, impresora e Internet se puede usar sin pago adicional al de la habitación.

Junto a la recepción se pueden comprar bebidas frías y calientes, ensaladas, sándwiches y snacks.

Para el desayuno, opcional, se puede adquirir electrónicamente un cupón que se entrega en el acceso a la sala restaurante en vez de tener que decir el número de habitación. El bufé es sencillo pero con productos de calidad.

Innovar, en mi opinión, no solo es agregar o añadir sino que también puede ser quitar. Pues bueno, en la habitación no hay teléfono –¿acaso queda alguien que no lleve un móvil?– ni mini-bar.

Reservé y pagué anticipadamente, acudí, lo examiné a fondo, me alojé una noche, desayuné, hice preguntas al personal y a algún cliente... y no resistí la tentación de contarlo.

SEGMENTOS. Una nueva agencia organiza paquetes únicos para parejas a destinos exóticos

Viajes exclusivos para dos

Vivi Hinojosa/Madrid

Tras el éxito de las agencias especializadas en organizar paquetes para solteros, ahora le llega el turno a las parejas que no quieren viajar en grupo. De hecho, el fundador de la agencia para singles Yporquenosolo, Santiago Rey, creó el pasado mes de febrero Viajes en par, ya que “muchas gente nos comentaba que había tenido malas experiencias al encontrarse con otras personas en su mismo grupo y



▲ Costa Rica es uno de los destinos más solicitados por los clientes de Viajes en Par

Su clientela es gente acostumbrada a viajar que busca rutas difíciles de encontrar en cualquier agencia

se preguntaba por qué tenía que compartir sus vacaciones con desconocidos”. Desde entonces lleva preparando itinerarios en exclusiva para dos a los que nos les importe pagar un poco más a cambio de disfrutar de un viaje hecho a medida, sin tener que verse acompañados por gente que no conocen. Y es que ésta es la única empresa que ofrece este servicio, ya que el resto de agencias integra a sus clientes en grupos más amplios que realizan un mismo circuito turístico. Sin embargo, con Viajes en Par se desplazan solos con su propio guía personal y con todas las excursiones y traslados privados. La agencia propone destinos

exclusivos con todo organizado según sus preferencias. De este modo los consumidores pueden escoger itinerario, hoteles, fechas y los servicios complementarios que deseen, además de poder realizar cualquier modificación en el programa y decidir hasta el último detalle, como el tipo de alojamiento, la duración, comidas, guías, recorrido, categoría de los vuelos, extensiones, etc.

De momento la respuesta de la demanda, como apunta su fundador, “ha sido buena, pero lógicamente es necesario que pase más tiempo para ver realmente el resultado. Aun así, la acogida por parte del cliente es óptima, aunque necesitamos llegar a más personas y eso sólo lo conseguiremos a base de tiempo y trabajo”. El perfil de su clientela, según destaca Rey, “son novios en su luna de miel o parejas que buscan algo más a la carta, más exclusivo.

Son gente acostumbrada a viajar que quiere realizar rutas concretas y algo complicadas de encontrar en cualquier agencia o de organizar por su cuenta”. También crean paquetes para amigos o hermanos, e incluso en ocasiones los propios clientes deciden ampliar el número de integrantes del grupo y viajar con más gente de su entorno más próximo. Por eso mismo los destinos solicitados son de lo más variado: Tailandia, Namibia, Sudáfrica, Costa Rica, Jordania, Estados Unidos o Birmania, entre otros.

En cuanto al producto que ofrecen, su carácter exclusivo no encarece el precio final, ya que como afirma su responsable, “no es el mismo viaje hacerlo a tu gusto con tu guía y tu coche, que con 50 personas más y con los horarios de otros. Tenemos paquetes de todos los precios, pero siempre con detalles especiales; quien los solicita sabe que tienen un precio y no tiene ningún problema en pagarlo”. Y es que, añade, “quien viaja con nosotros no busca la mejor tarifa posible, sino cierta calidad o exclusividad, porque para viajar barato hay mayoristas con vuelos charter, en grupos grandes, con hoteles sencillos y pulsera para las bebidas”. Su objetivo es, concluye, “organizar viajes en los que se conozcan realmente las costumbres y la gente del país que visitamos, fuera de los típicos circuitos turísticos y en unas fechas en las que ese destino tenga algún encanto especial o que las condiciones para conocerlo sean las idóneas”.



▲ Organizan viajes fuera de los típicos circuitos para conocer las costumbres y la gente del país que visitan