

## FACILITAR LAS COSAS AL INTERNAUTA

Viajar.com celebra este año su décimo aniversario con una renovación a fondo: nuevo logo, nueva página web, nuevos motores de búsqueda, un nuevo apartado -playas, que ofrece precios de última hora en hoteles de costa- y dos nuevos servicios: un seguro de anulación a todo riesgo que permite recuperar hasta el 95% del importe de la reserva en caso de no poder viajar, y un defensor del pasajero, que ayuda a los clientes a obtener indemnizaciones en caso de cancelación de vuelos, overbooking, retrasos u otras incidencias.

Este portal, con sede en Madrid, facturó 55 millones de euros en 2008, y las visitas únicas que recibe “han crecido más de un 25% en el último trimestre”, según afirma su director, Francisco Canzoniere. No obstante, explica este directivo, “se nota un cierto cambio en la forma de viajar y de hacer las reservas; hay una cierta tendencia general de acortar las vacaciones y su gasto total, y de reservar cada vez con menor antelación”. 300.000 personas realizaron alguna compra en esta web el año pasado, y el perfil del usuario medio, indica, es el de una persona de entre 20 y 55 años, con un ligero predominio de las mujeres. También en este caso el sistema de búsqueda y reserva de la página está totalmente automatizado, pero el equipo del departamento de productos es el que se encarga de seleccionar las ofertas de paquetes de viajes, circuitos o escapadas. Otro aspecto al que se presta especial atención es el de la seguridad; respecto a las dudas que algunos internautas sienten todavía a la hora de dar el número de su tarjeta de crédito para hacer una compra por internet, el director de Viajar.com afirma que “las principales agencias de viajes on-line disponemos de sistemas tecnológicos cuya seguridad está auditada y certificada por empresas independientes especializadas y cuya profesionalidad está internacionalmente reconocida”.

Además de la comodidad que supone poder reservar las vacaciones desde casa y cuando nos venga mejor, Canzoniere señala otras ventajas de las agencias on-line: la posibilidad de consultar un gran inventario de oferta en tiempo real, y la de profundizar en la búsqueda de información tanto como queramos. Aunque el directivo opina que las agencias tradicionales no desaparecerán, las posibilidades que se abren para las virtuales a corto plazo le parecen inmensas: “los cambios tecnológicos se producen tan rápidamente que los límites de lo que será posible conseguir pueden hacer que la realidad supere a la ficción”. Quizá dentro de cinco años reservemos nuestras vacaciones en Egipto en un entorno virtual que reproduzca la Pirámide de Keops, y recibamos nuestros billetes electrónicos de manos del propio Ramsés II... “A corto plazo -explica Canzoniere- creo que las principales agencias on-line nos centraremos más en seguir mejorando la experiencia de compra de nuestros usuarios. Realizar la reserva de un viaje muy complejo, que prevea por ejemplo múltiples destinos, tipos de transporte, alojamiento, excursiones y servicios accesorios, todo a la vez y de una forma totalmente personalizada, puede llegar a ser una tarea compleja para un internauta, y nuestro enfoque tiene que seguir siendo facilitar las cosas al cliente”. Y ya que nos ponemos a buscar un destino para las vacaciones, “yo personalmente recomendaría la costa española, o bien, para los que deseen cambiar de aires, el Caribe. En ambos destinos la relación calidad-precio que se puede conseguir con las ofertas actuales es muy alta”.