

**SEGITTUR**Sociedad Estatal para la Gestión de la
Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A

think tank turismo.as

Think Tank Turismo.as

Representantes del sector transportes apuestan por la interoperabilidad y para agilizar los procesos reclaman apoyo de la Administración

- Iberia, Easyjet, Alsa, Europcar y Costa Cruceros han sido las empresas del sector del transporte participantes en el primer Think Tank de Turismo.as

Oviedo, 14 de septiembre de 2011.- Los representantes del sector del transporte reunidos en el primer Think Tank Turismo.as, celebrado hoy en Oviedo, apuestan por la interoperabilidad y reclaman el apoyo de la Administración para agilizar todo el proceso.

El Think Tank de Transporte, organizado por Turismo.as en colaboración con Segittur, ha contado con representantes de empresas líderes del sector como Iberia, Easyjet, Alsa, Europcar y Costacruceros, quienes han debatido sobre la influencia de los medios de transporte en la cadena de valor del turismo.

Para los participantes en el Think Tank, la ventaja de la interoperabilidad y poder cerrar un viaje Soria- Buenos Aires es que el usuario tiene más garantías y tiene cubierta la asistencia ante cualquier circunstancia. En este sentido, han coincidido en que la interoperabilidad facilita la vida al usuario, ya que le permite gestionar todo el proceso de compra con un único pago.



SEGITTUR

Sociedad Estatal para la Gestión de la
Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A



think tank turismo.as

Durante el encuentro también se habló de otros aspectos relacionados con el transporte y el turismo, como el uso que estas empresas hacen de las redes sociales. Todos coincidieron en que constituyen una nueva vía de atención al cliente, permiten mejorar la relación con el usuario y convertirle, en muchos casos, en un prescriptor de la marca, a la vez que ayudan a conocer nuevas necesidades de producto.

En este sentido, han resaltado las ventajas de las redes sociales, ya que constituyen un altavoz para la empresa, sin olvidar la importancia de una buena gestión de las mismas, ya que de lo contrario pueden volverse en su contra.

Además, trataron la importancia de los nuevos canales de comercialización para el transporte, sector en el que la venta online cada vez tiene un mayor peso, y en el que en algunos subsectores también ha empezado otras vías, como las de los cupones, que permiten liquidar lo que no se vende por los canales tradicionales.

El Think Tank del Transporte ha sido el primero de una serie que se producirá hasta la próxima edición de Turismo.as, en abril de 2012. El objetivo de estas reuniones en las que participan máximos responsables de empresas líderes del sector es hacer una apuesta común de la situación del sector, los retos, las estrategias y el impacto de las nuevas tecnologías en cada uno de los subsectores turísticos.

Tras la celebración de cada Think Tank se elaborará un informe con las principales conclusiones que estarán disponibles en www.turismo.as y www.segittur.es