

OFRECER WIFI GRATUITA INCREMENTA LA VALORACIÓN DEL HOTEL EN UN 8 POR 100



Jacques Bulchand.
Especialista en empresa digital, emprendeduría e innovación. Asesora en procesos de implantación de TIC de cara a obtener el máximo rendimiento.

La rentabilidad del WiFi

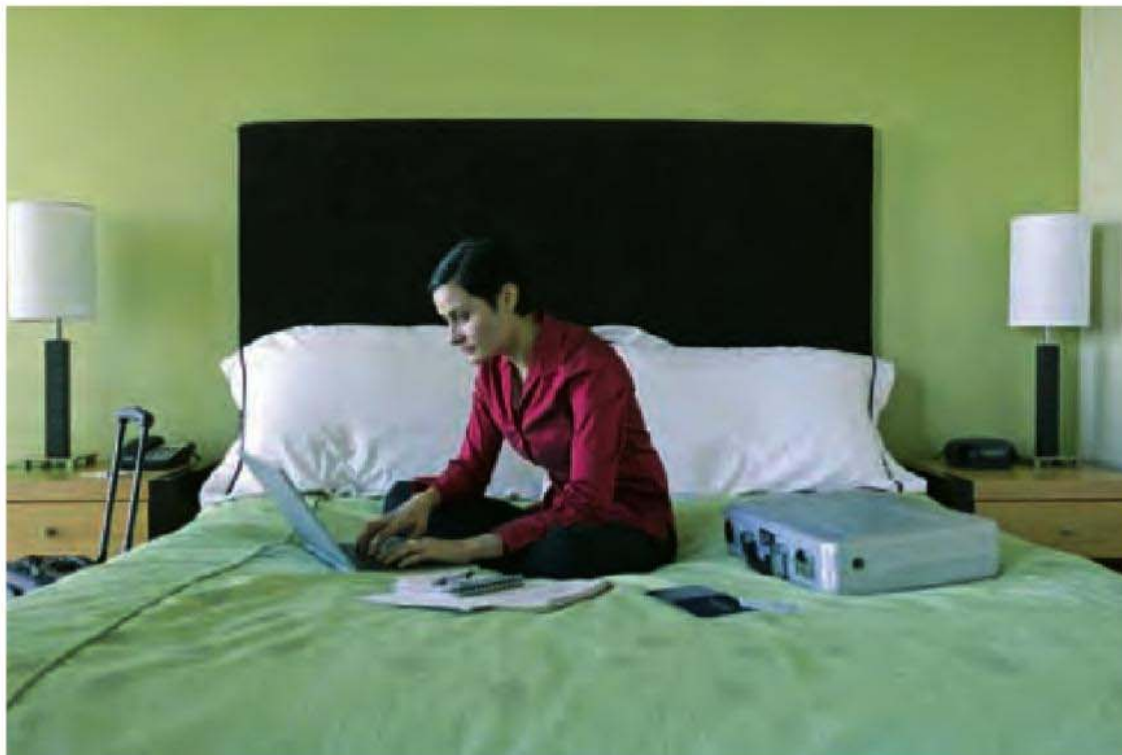
La puntuación que los hoteles reciben en los social media puede incrementarse en hasta un 8 por 100 cuando ofrecen WiFi gratuita, según se explica en el artículo «Improving hotel ratings by offering free WiFi» publicado en la revista internacional «Journal of Hospitality and Tourism Technology» de la prestigiosa editorial Emerald.

EN la actualidad existe un considerable debate a nivel directivo acerca de la conveniencia o no de ofrecer WiFi gratuita en los hoteles. Por un lado, es evidente que se trata de un servicio al cliente, que lo agradecerá y lo valorará positivamente.

Por otro lado, las redes WiFi implican una serie de costes de gestión y administración, que, en general, se tiende a imputar al cliente, especialmente cuando se contemplan las tecnolo-

gías como un factor de coste más que como un recurso que puede generar beneficios para las organizaciones.

Diversos artículos publicados recientemente demuestran que existe relación entre la valoración de un hotel en social media (valoraciones de los usuarios, por ejemplo) y el rendimiento organizativo (número de reservas, satisfacción del cliente, entre otras medidas). Por tanto, la valoración que el hotel obtiene en sitios como TripAdvisor es de vital importancia para el mismo.



TecnoHotel

36 - enero/febrero 2012

Utilizando más de 1 millón de valoraciones descargadas de TripAdvisor correspondientes a más de 26.000 hoteles pertenecientes a los 200 destinos europeos mejor valorados en dicha web, hemos llegado a la conclusión de que ofrecer WiFi gratuita en los hoteles puede suponer un incremento en la valoración del hotel por parte de sus clientes de hasta un 8,2%. Esta cifra es muy significativa, ya que, normalmente, la diferencia de puntuación entre los 50 mejores hoteles de un destino es menos de ese 8%. En general, para un hotel situado entre el 25% su-

« La valoración de un hotel en las redes sociales y el rendimiento organizativo están interrelacionados »



perior de un destino, ofrecer WiFi gratis puede causar que el hotel figure entre los 10 mejores o deje de hacerlo.

Además, contrasta el 8% de mejora que supone ofrecer la WiFi con el hecho de que ofrecer centro de negocios implica empeorar la puntuación en un 0,5% (suponemos que debido a que este tipo de infraestructuras suelen estar obsoletas y ser muy caras, causando mala impresión); o con el dato de que ofrecer servicio de habitaciones no tiene impacto en la valoración final y con el resultado de que permitir animales de compañía tan solo supone un incremento del 1%.

Este 8% de mejora se da tanto en los hoteles de negocios como en los de ocio. Es decir,

ambos tipos de clientes valoran por igual la WiFi gratuita.

En la tabla de datos se puede observar, en función del número de estrellas, el porcentaje de hoteles que ofrece cada uno de los servicios (WiFi gratuita, centro de negocios, servicio de habitaciones y admitir animales de compañía). Respecto a la WiFi gratuita, vemos que a más estrellas, más probabilidad de que la ofrezcan, contrariamente a lo que en ocasiones se piensa de que los hoteles de 3 estrellas la suelen ofrecer mientras que los de 4 y 5 suelen cobrar por ella. También se puede observar que, en la fecha de realización del estudio (marzo de 2010) tan sólo el 20% de los hoteles ofertaba dicho servicio. ■

Éste es un artículo de los investigadores de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Jacques Bulchand Gidumal, Santiago Melián González y Beatriz González López-Valcárcel.

Servicios que se ofrecen en los hoteles (por estrellas)					
Estrellas	% de hoteles	WiFi gratis	Centro de negocios	Servicio de habitaciones	Animales
1	1,2 %	6,7 %	3,3 %	5 %	10 %
2	10,4 %	11,3 %	8,4 %	15,2 %	17,5 %
3	38,8 %	18,1 %	25,4 %	43,4 %	22,9 %
4	40,5 %	21,3 %	60,3 %	81,8 %	27,1 %
5	9,2 %	28 %	86,6 %	98,8 %	31 %
TOTAL	100 %	19,5 %	43,1 %	60,7 %	24,7 %