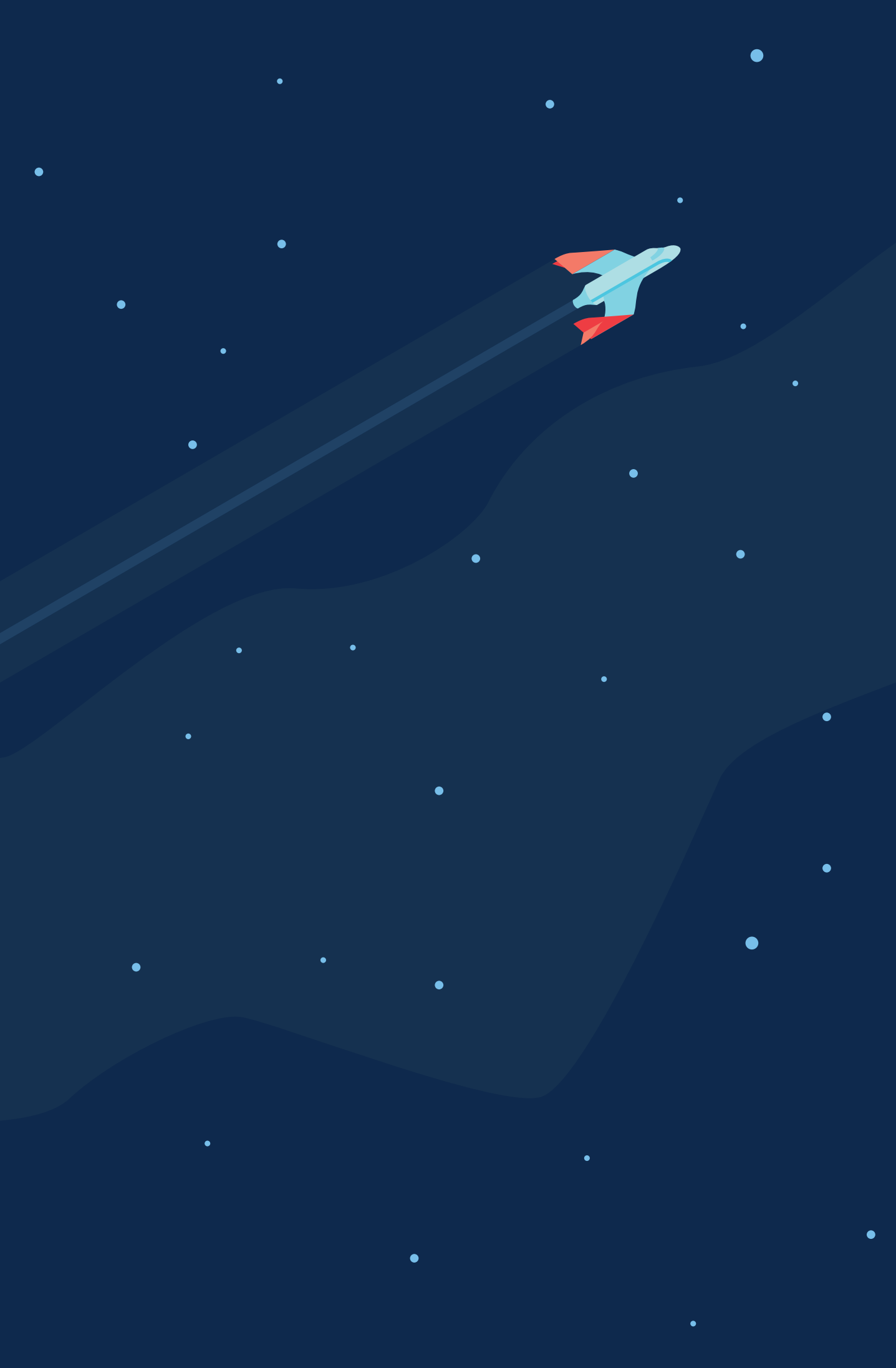


El futuro de los viajes en el 2024

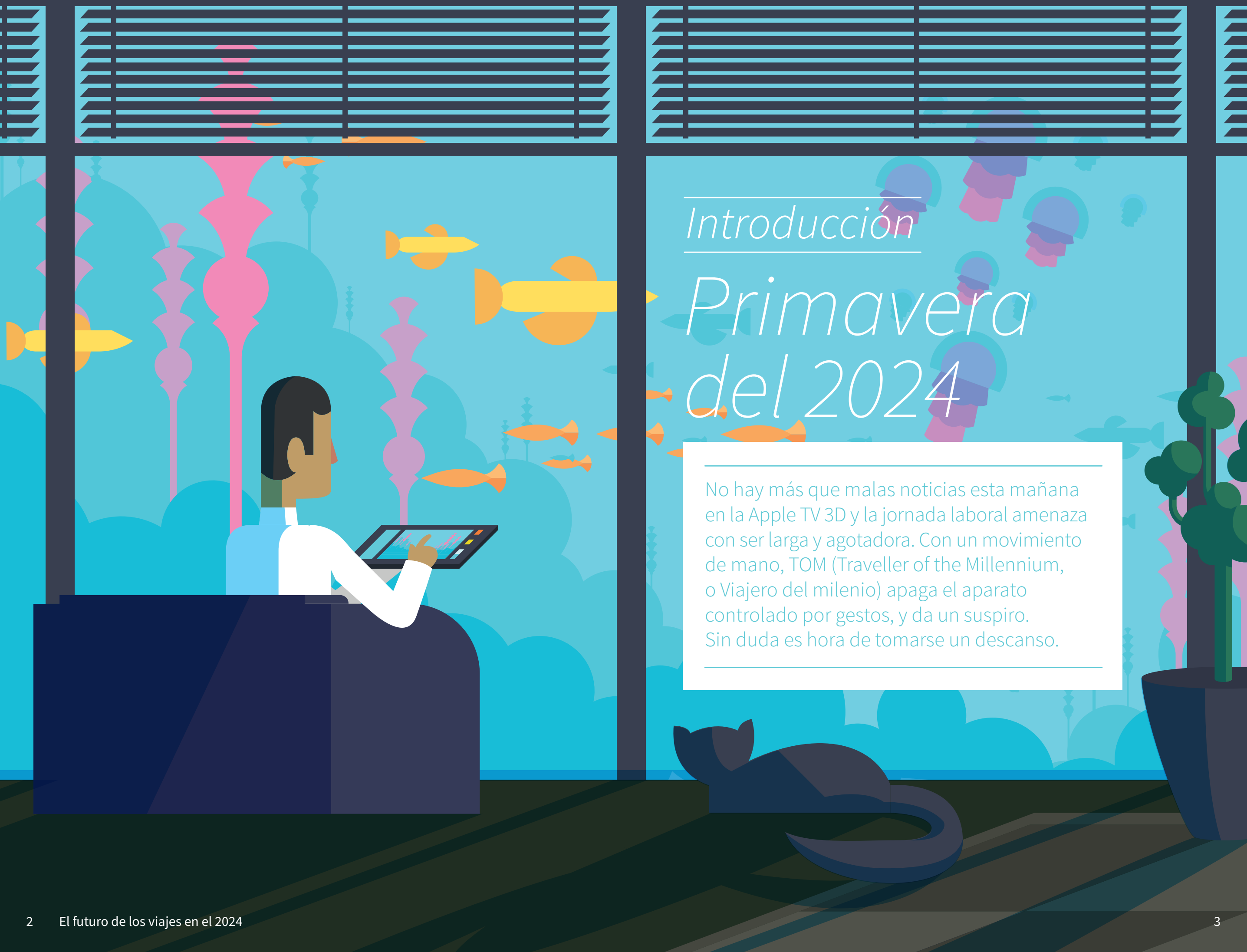


Planificación y reservas



El futuro de los viajes: planificación y reservas

Introducción: Una panorámica de futuro	3
1. El compañero de viaje digital	12
2. Lo virtual se convierte en real	22
3. La búsqueda semántica	30
Conclusión	38
Apendice 1: Una panorámica del sector turístico en la década del 2020	40
Apendice 2: Metodología	42



Introducción

Primavera del 2024

No hay más que malas noticias esta mañana en la Apple TV 3D y la jornada laboral amenaza con ser larga y agotadora. Con un movimiento de mano, TOM (Traveller of the Millennium, o Viajero del milenio) apaga el aparato controlado por gestos, y da un suspiro. Sin duda es hora de tomarse un descanso.

Después de haber trabajado más de 60 horas semanales, durante varias semanas seguidas, hasta las alertas de su MeTube le indican que debe darse un respiro. Siri, su compañera de piso virtual, también ha detectado indicios de agotamiento en TOM.

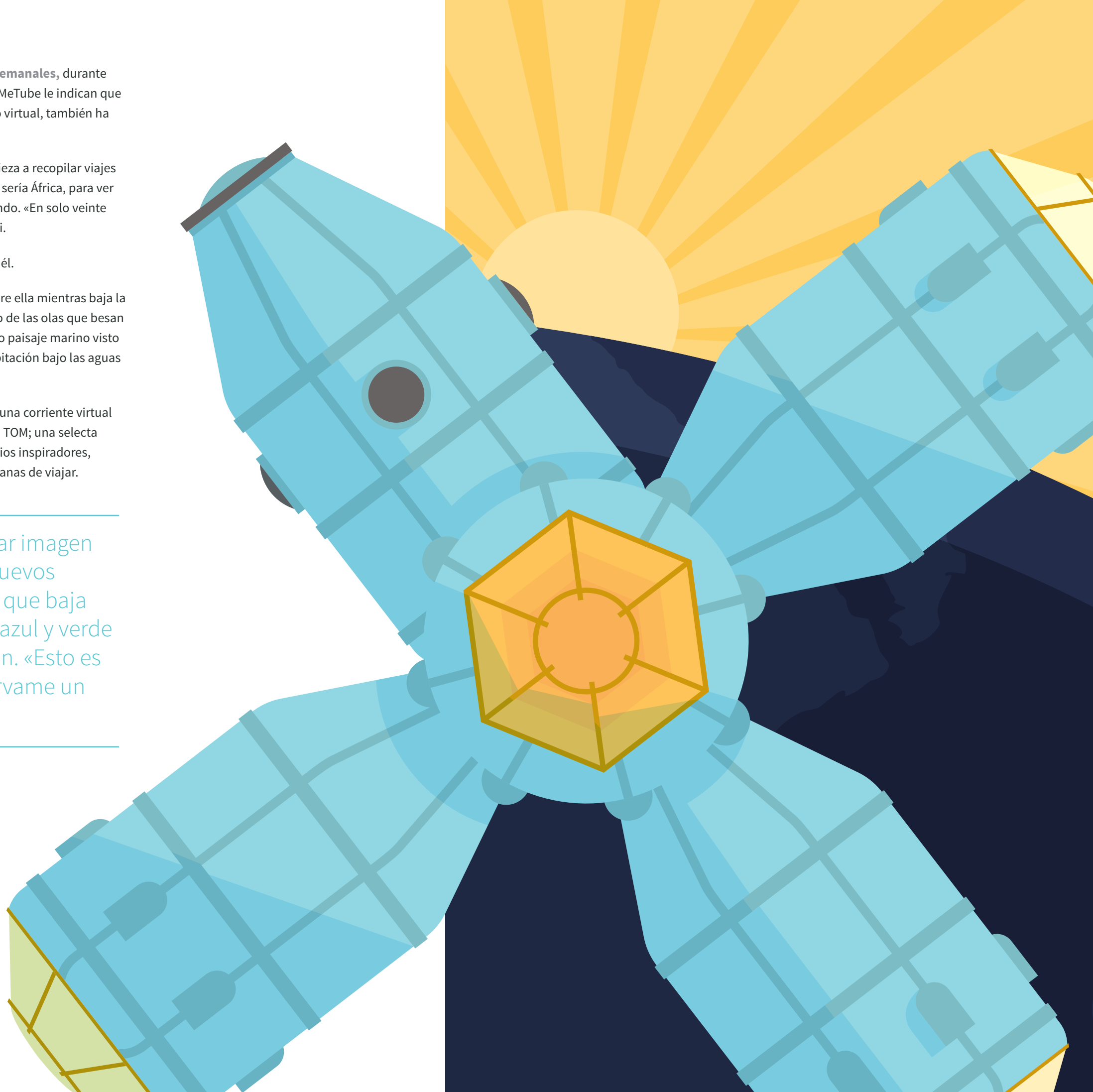
Sin esperar a recibir instrucciones de él, Siri empieza a recopilar viajes que sabe que a TOM le gustarán. Una posibilidad sería África, para ver las manadas de elefantes que se están extinguiendo. «En solo veinte años van a desaparecer para siempre», añade Siri.

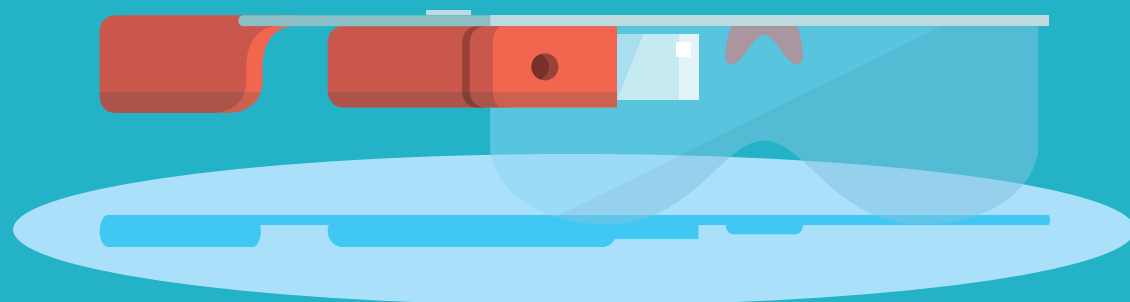
«Quizás algo un poco más relajado», le responde él.

«Uno de esos nuevos hoteles bajo el agua», sugiere ella mientras baja la intensidad de las luces, llena la sala con el sonido de las olas que besan el coral y proyecta el holograma de un espléndido paisaje marino visto a través de las ventanas panorámicas de una habitación bajo las aguas cristalinas de Fiji.

Durante los siguientes veinte minutos, Siri dirige una corriente virtual hacia la Glifo TV de tercera generación que posee TOM; una selecta avalancha de imágenes, palabras, sonidos y precios inspiradores, expresamente elegidos para despertar en él las ganas de viajar.

Finalmente, una espectacular imagen donde aparece uno de los nuevos hoteles espaciales en órbita que baja sobre la hermosa curvatura azul y verde de la Tierra capta su atención. «Esto es otra cosa», murmura. «Resérvame un asiento, Siri».





«De aquí a cinco años, gadgets como Google Glass explotarán estas áreas de la tecnología; asistiremos a un cambio radical en el modo de gestionar nuestra relación con otros idiomas, o de elegir en qué restaurante vamos a comer, a partir de las opiniones que mucha gente expresará en línea y a las que podremos acceder instantáneamente».

«**TOM es ficticio**, pero las tecnologías citadas en esta situación hipotética son reales, han sido verificadas o bien están en fase de prototipo», afirma el cofundador de The Future Laboratory Martin Raymond, que ha colaborado con Skyscanner en la elaboración de este informe.

A través de los estudios y entrevistas a expertos que hemos llevado a cabo se puede concluir que en diez años ya no tendremos que dedicar horas a descubrir, planear y reservar viajes *online* en múltiples plataformas y dispositivos.

Según el responsable de B2B de Skyscanner, Filip Filipov: «En un futuro próximo el mercado se convertirá en masa a las aplicaciones semánticas, geosensibles (location-aware) y de macrodatos (Big Data) [series de datos que van más allá de nuestra capacidad razonable para gestionar o comprender, y que por tanto requieren métodos y formas más imaginativos para poder visualizarlos], y los viajeros podrán recurrir a estas aplicaciones para cambiar su forma de organizar los viajes.

Resulta tentador mostrarse escéptico ante las consecuencias que las tecnologías nuevas y emergentes pueden tener para la industria turística de la década del 2020. Pronosticar qué interfaces y dispositivos triunfarán —y cuáles desaparecerán sin dejar rastro— es realmente complicado.



«¿Quién habría dicho hace diez años que hoy en día sería normal comunicarse directamente con los amigos durante las vacaciones por Skype o con el móvil en vez de enviar una postal, o incluso elegir un viaje en una página web desde una pantalla de ordenador en lugar de hacerlo consultando los folletos de una agencia de viajes?», pregunta Filipov.

El auge de internet y de todas las tecnologías digitales asociadas durante este nuevo siglo han alterado casi todos los campos de la actividad humana, además de transformar nuestra manera de planear, reservar y experimentar los viajes.

Sin embargo, para Filipov esta revolución tecnológica aún está en pañales. «Este solo es el inicio de un viaje en el que descubriremos la personalización de contenidos y avances en áreas como la inteligencia artificial que volverán a cambiar totalmente nuestra manera de reservar viajes y vivir nuestras vacaciones», afirma.

«Empresas del sector turístico como Skyscanner ofrecerán herramientas semánticas e intuitivas en línea que sabrán cuáles son nuestras preferencias: si viajas regularmente por negocios, si sueles llevar únicamente equipaje de mano, si siempre vuelas en clase premium o si prefieres alojarte en hoteles de cuatro estrellas situados a menos de un kilómetro de tu punto de encuentro».

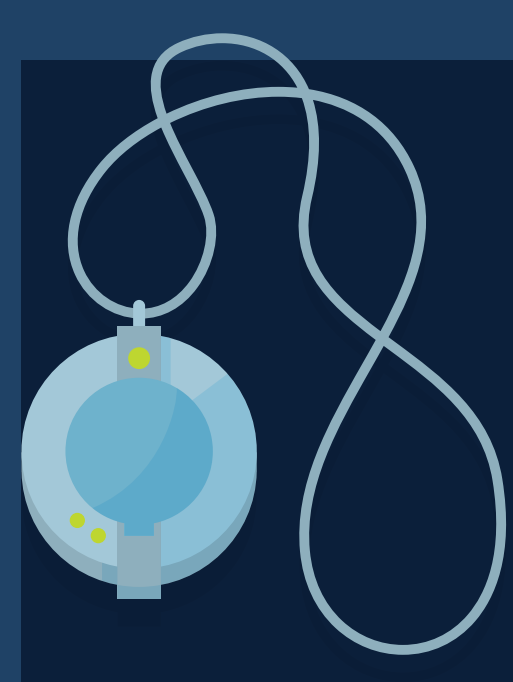
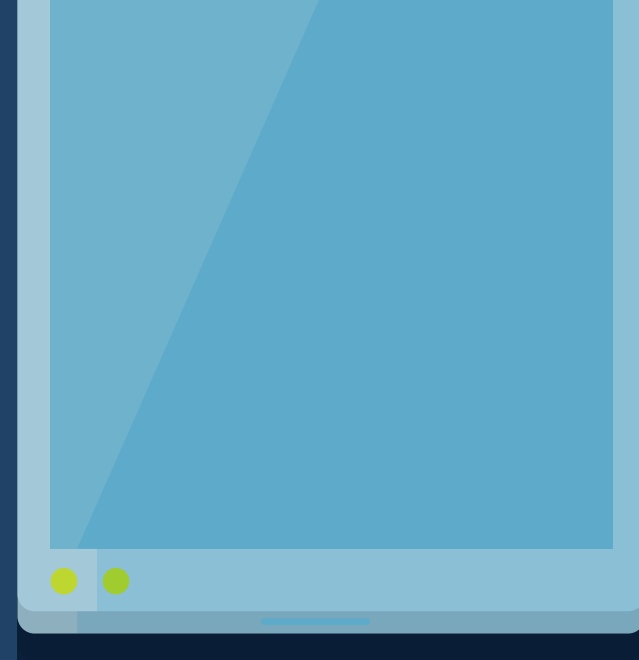
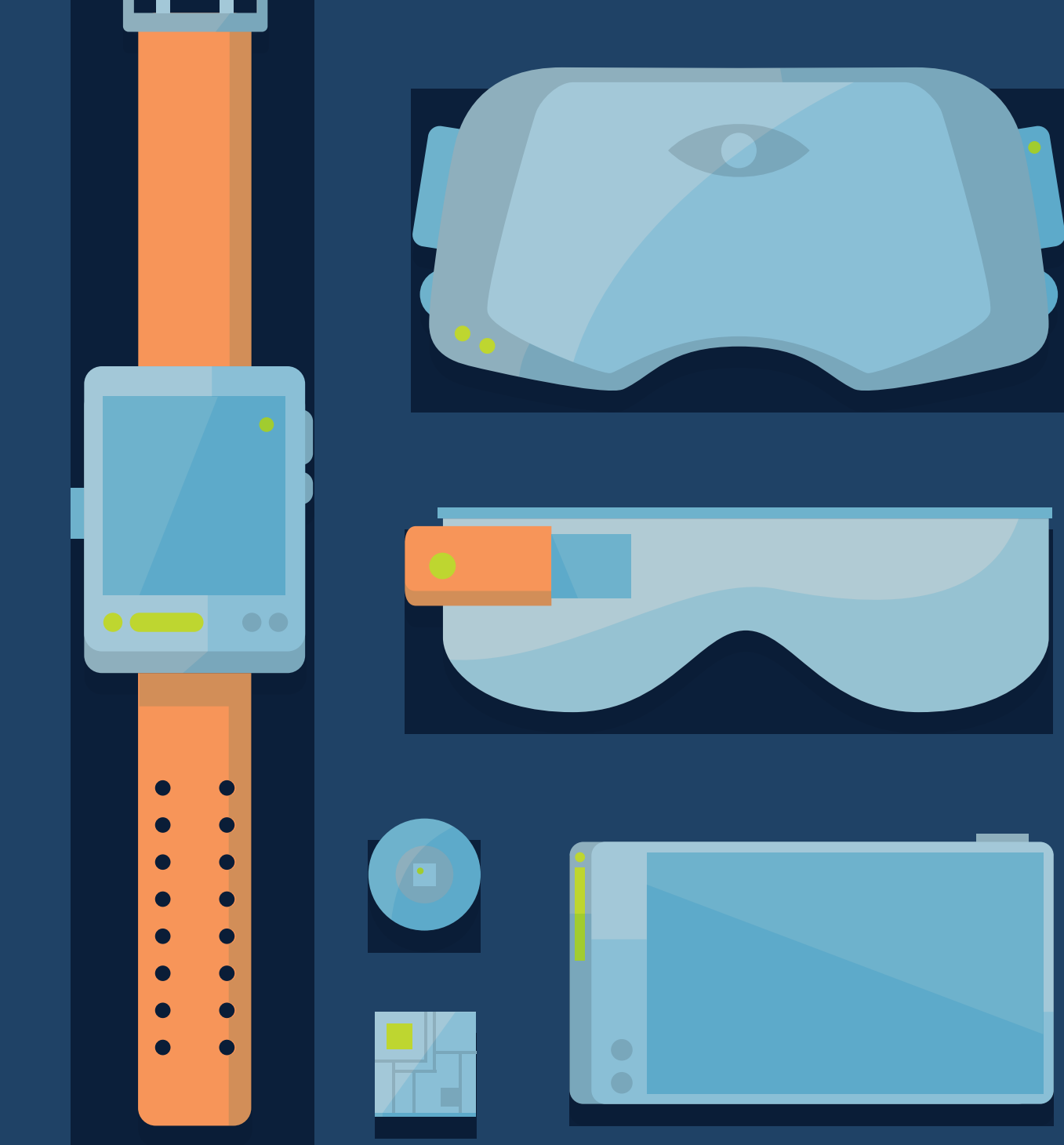
«Reservar las vacaciones de verano se convertirá en una tarea simple si se conocen tus preferencias: destinos soleados a menos de siete horas en avión, mínimo de dos maletas de equipaje y hoteles con gimnasio cerca de la playa».

«A mediados de la próxima década, las webs de viajes podrán ofrecer inspiración personalizada a través de la tecnología digital de nuestros hogares y casi sin necesidad de pedírnoslo».

«En definitiva, imaginemos el mundo de los viajes como un entorno en el que el viajero es lo primero, y al que se une la tecnología para convertir esa experiencia en algo intuitivo, rico e inspirador».



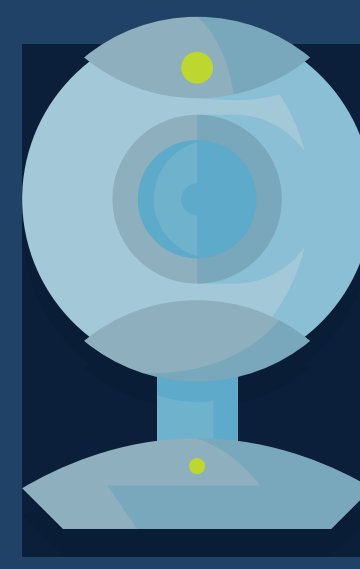
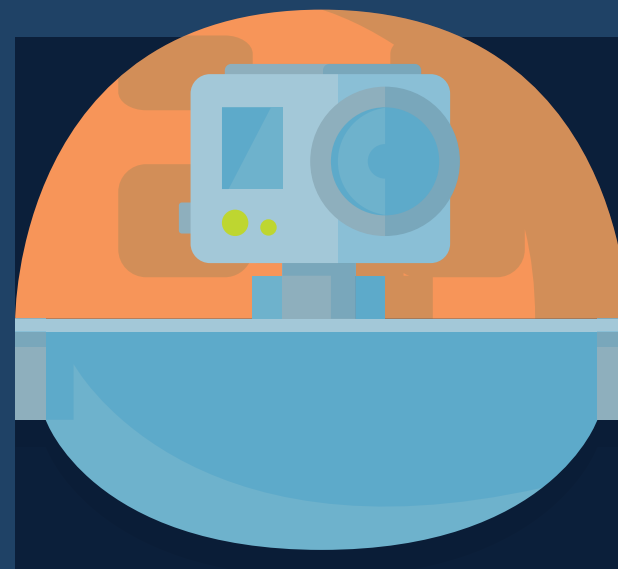
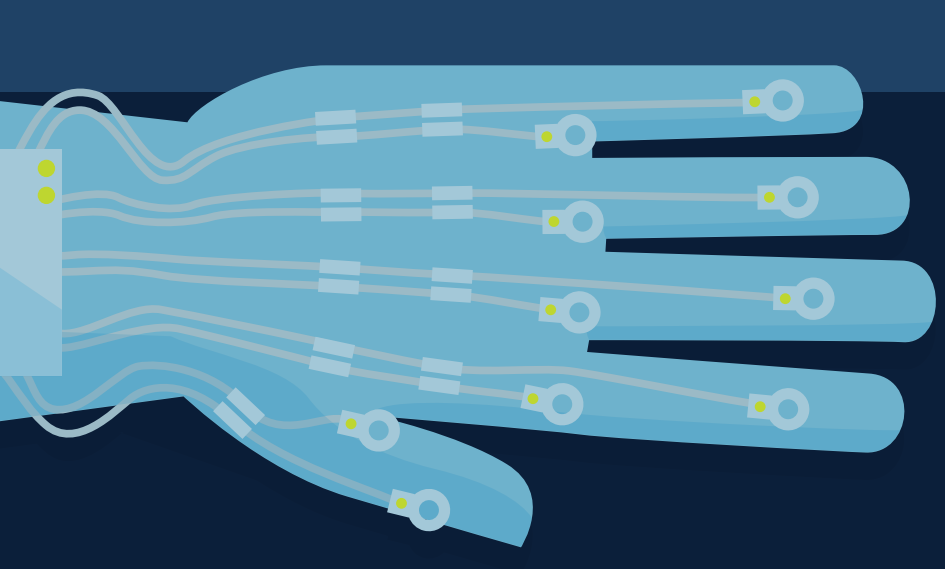
Este es el mundo que exploraremos en el informe El futuro de los viajes según Skyscanner. En él se revelan y explican las diferentes tecnologías que se están desarrollando hoy y que evolucionarán hasta conformar la industria turística mundial de mañana.



De aquí a una década, los viajeros tendrán a su disposición una gran variedad de tecnologías digitales de próxima generación que convertirán el descubrimiento, planificación y reserva de sus viajes en una experiencia intuitiva y sencilla.

En palabras del CEO y cofundador de Skyscanner, Gareth Williams: «Buscar y reservar un viaje será tan fácil como comprar un libro en Amazon».

En este primer apartado de los tres que integrarán el informe titulado El futuro de los viajes según Skyscanner descubriremos y analizaremos detalladamente los avances en dispositivos ponibles, tecnología inteligente, realidad virtual y webs hápticas —que aprovechan el tacto del usuario para ofrecer una respuesta táctil— y buscadores semánticos que según previsiones de nuestros investigadores y expertos revolucionarán el panorama de los viajes en el año 2024.



1. El Compañero de viaje digital



Atrás han quedado los días en los que viajeros como TOM (Viajero del milenio) habrían tenido que pasarse horas tecleando en un ordenador para comparar precios de vuelos, alojamiento y alquiler de coches y probar diversas combinaciones de viaje en infinidad de webs.

En la primera década del nuevo milenio surgieron varias webs de comparación de viajes en línea que facilitaban la tediosa labor de planificar y reservar viajes, pero para el año 2024 los viajeros podrán contar con un nuevo amigo que le hará más llevadero el descubrimiento, la búsqueda y la reserva de los viajes: su Compañero de viaje digital.

Daniel Burrus, analista de futuras tendencias mundiales y autor de *Technotrends: How to Use Technology to Go Beyond Your Competition*, es quien mejor puede explicar la naturaleza de ese compañero creado a través de la alta tecnología que estará al alcance nuestro viajero.

«En la década del 2020, cada uno de nosotros tendrá un *agente electrónico (e-agent)* individual que nos acompañará a todas partes, dentro de un reloj o de una joya diminuta», comenta.

«Será un dispositivo de inteligencia artificial, conectado permanentemente a la web, que habrá aprendido cuales son nuestras preferencias individuales».

«Podría tener la cara, la voz y la personalidad de nuestro actor o cómico favorito y aparecer ante nosotros como un holograma en 3D, o dentro de un entorno virtual, con solo dar una orden verbal».

«Personalizará todas nuestras experiencias de viajes, planificará nuestros itinerarios a partir de lo que nos gusta y lo que no y ejercerá de guía turístico dándonos a conocer únicamente aquellos aspectos del destino que sabe que nos interesarán».

«Las empresas de viajes podrán incluir un agente electrónico personalizado para sus clientes dentro de sus paquetes vacacionales. Los clientes podrán estar en contacto e interactuar permanentemente con su agencia para ajustar sus viajes en tiempo real y solucionar cualquier problema que pueda surgir».



El compañero digital de nuestro viajero TOM tendría sus orígenes en las tecnologías que están emergiendo hoy. Desti, una aplicación de conversación para viajes desarrollada por SRI International, el instituto de investigación que creó el sistema Siri de Apple, forma parte de esta nueva hornada. Desti marca el camino hacia un mundo en el que nuestros dispositivos móviles aprenderán de sus interacciones con nosotros.

Esta aplicación encuentra opiniones y comentarios relevantes en la red a partir de las preferencias y búsquedas previas del usuario. Así, por ejemplo, a alguien que viaja en familia puede mostrarle una selección de opiniones sobre hoteles para familias en el destino que haya elegido.

Otras empresas tecnológicas están desarrollando dispositivos interactivos que se parecen más a un amigo que a una máquina. El sistema de inteligencia artificial interactivo SAMI, de la surcoreana Samsung, controlará automáticamente el estilo de vida del usuario y sus necesidades en materia de salud conectándose a la masa de conocimiento que suponen los 1,5 trillones de smartphones, dispositivos ponibles y otros pequeños dispositivos con sensores que existirán en el 2020, según el director del proyecto Luc Julia.

También están en camino los dispositivos móviles que podrán hablar con nosotros y comprender nuestras respuestas verbales, e incluso nuestras expresiones faciales. Microsoft dispone de Cortana, un asistente personal que se activará a través de la voz y que actuará de interfaz con sonido humano para todas las funciones de búsqueda y correo electrónico de la marca.

«Será muy personalizado y estará basado en la inteligencia avanzada, casi mágica, que integra nuestra nube, una inteligencia que cada vez sabe más sobre las personas y el mundo», afirma Steve Ballmer, ex-CEO y director general de Microsoft.

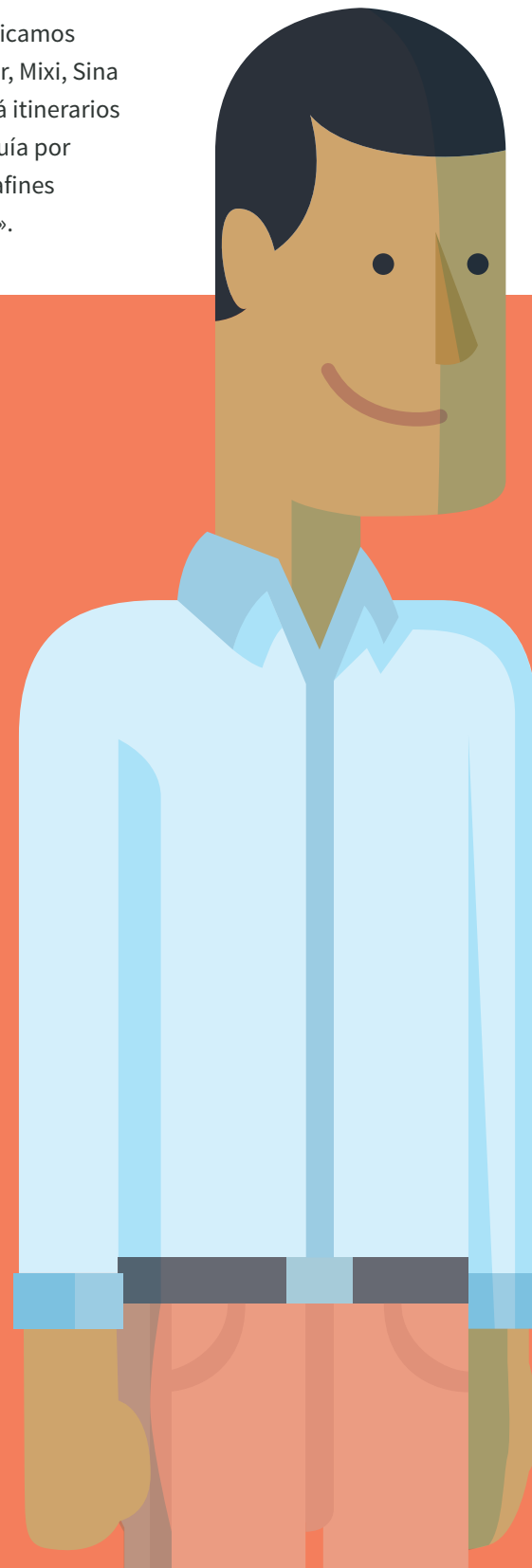
Y lo que es aún más importante: escaneando nuestras búsquedas en línea y generando referencias cruzadas a partir de nuestras búsquedas sobre vacaciones, alimentación, viajes y alojamiento, Cortana usará algoritmos de predicción para hacer sugerencias originales adaptadas a nuestras necesidades: precios, tipo de personas que queremos conocer, y si preferimos un viaje de relax o unas vacaciones de aventura.

Según Martin Raymond, cofundador de The Future Laboratory: «Estamos acostumbrados a que Google y Amazon nos recomienden todo tipo de productos. Muy pronto esta especie de software predictivo agrupará experiencias de viajes detalladas y hechas a medida; será algo así como nuestro propio agente de viajes digital de gama alta».

«Así utilizando la enorme cantidad de datos personales que publicamos sobre nosotros mismos en redes sociales como Facebook, Twitter, Mixi, Sina Weibo, Cyworld, Kaixin001, Orkut, Vine e Instagram, nos mostrará itinerarios personales y únicos, desde exóticos viajes culinarios hasta una guía por barrios en los que seguramente conoceremos a gente con ideas afines y gustos similares sobre comida, bebida y formas de socializarse».

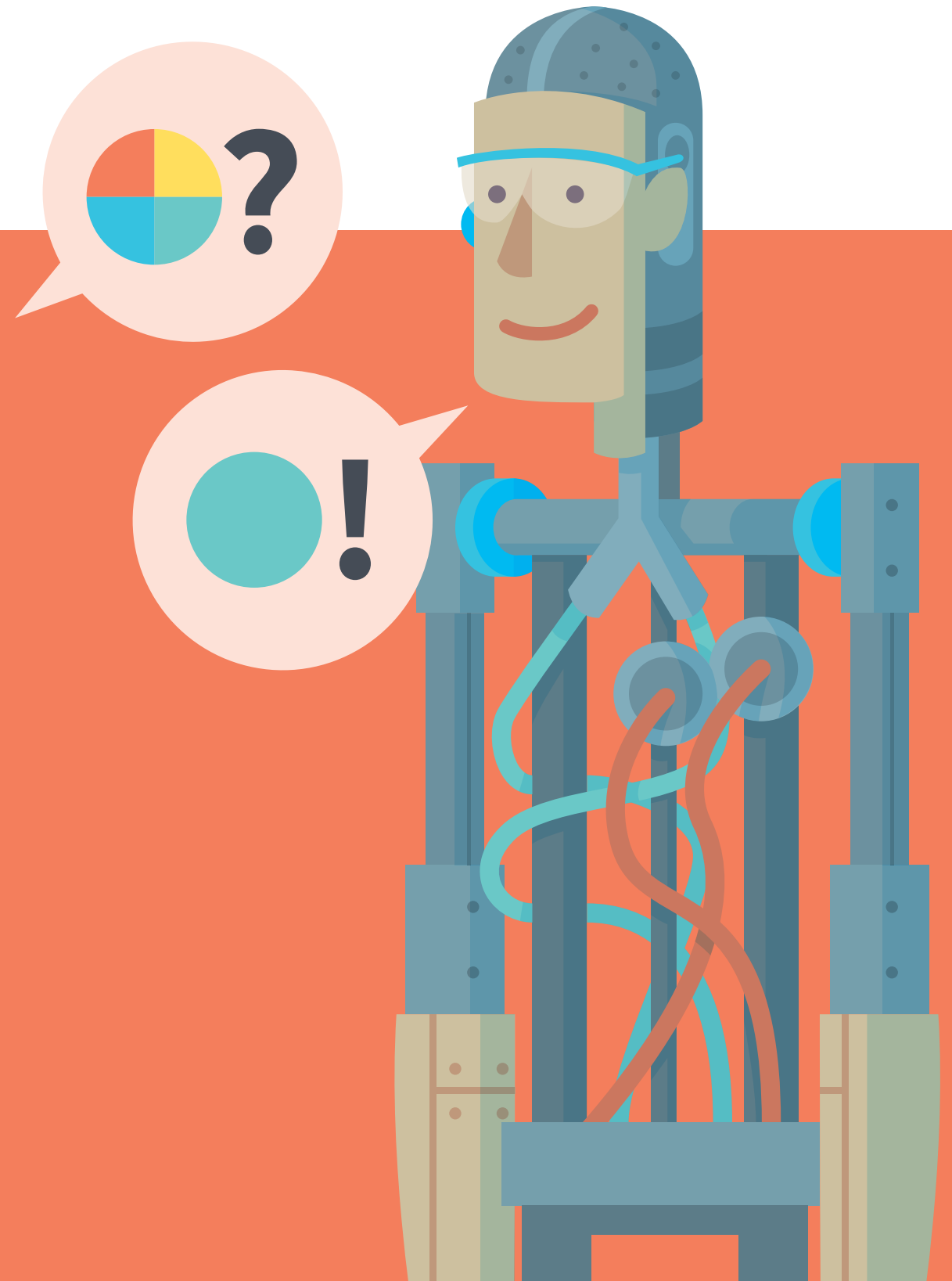
El avance hacia la llegada del Compañero de viaje digital ya comienza a verse a nuestro alrededor. La empresa innovadora rusa i-Free ha diseñado un sistema de inteligencia artificial que procesa la pregunta de un oyente y al instante genera una respuesta verbal adecuada para que su biorobot Frank pueda mantener una conversación seguida y coherente.

La cámara RealSense 3D de Intel es un ejemplo del tipo de tecnología que en la década del 2020 permitirá a los dispositivos para viajes reconocer las emociones humanas y reaccionar ante ellas. La cámara reconoce el estado de ánimo del usuario a través de su expresión facial y postura corporal, y es capaz de entender órdenes verbales a un nivel coloquial y responder a ellas.



El Departamento de Inteligencia Artificial de Facebook, que comenzó su andadura en octubre del 2013, también está trabajando en la creación de un sistema inteligente de reconocimiento de voz. «Su objetivo es, a partir de los nuevos planteamientos de la inteligencia artificial, ayudar a dar forma a todos los contenidos que comparten los usuarios y poder así adoptar nuevos puntos de vista sobre el mundo mediante los que responder a las preguntas de la gente», afirma Mark Zuckerberg, CEO de la compañía.

«Con el tiempo será posible crear servicios con los que poder interactuar de forma mucho más natural y que sean capaces de solucionar muchos más problemas que las tecnologías de las que disponemos hoy en día», afirma Zuckerberg.



A principios del año 2020 los sistemas de software diseñados para dar forma a una entidad de conversación y aprendizaje en línea deberán converger para crear la «mente» del Compañero digital de nuestro viajero y su «cuerpo» ponible será el resultado de la interconexión de una serie de herramientas de hardware miniaturizadas.

La primera generación de estos dispositivos ya está ganando fuerza en el mercado. Según la empresa de estudios de mercado ABI Research, la cifra de ventas anuales de tecnología ponible, como los relojes que incorporan funciones de Smartphone, entre ellos el Smartwatch de Sony y el Samsung Galaxy Gear, alcanzará los 485 millones de unidades en el 2018.

Para el año 2016 Google comercializará 6,6 millones de Google Glass, sus gafas inteligentes con cámara incorporada. De este modo acercará la tecnología al mercado de consumo masivo, según IMS Research.

Sin embargo, en la década del 2020 los dispositivos ponibles serán mucho más pequeños y rápidos, e incorporarán muchas más posibilidades, con una tecnología que convertirá al Compañero de viaje digital en una realidad.

En el año 2017 utilizaremos dispositivos corporales (on-body) alimentados por microchips de apenas siete nanómetros de longitud – el ancho de 15-20 átomos – que «transformarán todos y cada uno de los aspectos de nuestras vidas», en palabras de Renée James, presidente de Intel.



«La miniaturización de la tecnología», afirma Raymond, «abrirá un nuevo mundo de posibilidades, ya que combinamos tecnología ponible con tecnología casi invisible. Hoy en día ya hay padres que, cuando viajan con sus hijos, utilizan dispositivos de rastreo – dispositivos telefónicos que indican el lugar geográfico donde se encuentran sus hijos; cada vez son más frecuentes también las etiquetas, que pueden incrustarse en la ropa e incluso insertarse bajo la piel. Y no olvidemos las posibilidades que ofrecen las cámaras retinales – tan pequeñas que se podrán incorporar a unas gafas nada parecidas a las actuales Google Glass. No solo podrás rastrear el lugar donde estén tus hijos, sino también seguirlos en sus vacaciones, o donde estén, desde su propio punto de vista».

En ciudades como Melbourne la tecnología POV, o «de punto de vista», aplicada a los viajes ya está comenzando a utilizarse. Algunos turistas y guías de viaje llevan cascos con cámaras que les sugieren lugares por donde caminar o ir en bicicleta. «Aunque no es exactamente lo mismo», afirma Raymond, «nos podemos hacer una idea de cómo se utilizarán las tecnologías ponibles y con soporte POV en el futuro».

Según consta, Apple está desarrollando un reloj inteligente de próxima generación – con el supuesto nombre de iWatch – que ofrecerá visualizaciones en 3D y acceso a internet, y que nos acercará paisajes urbanos, representaciones gráficas de una zona y versiones en 3D de un barrio concreto desde nuestro punto de vista, o también la ruta más rápida desde de un aeropuerto al hotel que nos alojamos.

Además, la tendencia a la miniaturización de los dispositivos móviles se intensificará cuando innovaciones como los circuitos flexibles microscópicos desarrollados por el Instituto Federal de Tecnología suizo —que representan una sexagésima parte del grosor de un cabello humano y pueden implantarse en una lente de contacto— se introduzcan en el mercado a gran escala a finales de esta década. El acceso a los llamados dispositivos ponibles o bodyTECH, que algunos de nuestros expertos ya denominan buddyTech (en un juego de palabras con body, cuerpo, y buddy, compañero), será más fácil con estas innovaciones, que también harán más fácil poder llevarlos.



Para Alistair Hann, responsable de tecnología de Skyscanner, la aparición del Compañero de viaje digital no solo cambiará el modo de planificar y reservar los viajes, sino también la experiencia del propio viaje.

«Imagínate tener un dispositivo capaz de traducir simultáneamente lo que te está diciendo el taxista en chino», afirma.

«O un dispositivo que pueda traducirte el menú del ruso al castellano en cuestión de segundos. Las posibilidades que ofrecen estas tecnologías son infinitas. De repente, todos los miedos relacionados con los viajes desaparecerán».

A menudo se hacen grandes predicciones sobre la aparición de tecnologías innovadoras, pero su fecha prevista de lanzamiento termina aplazándose.

No obstante, el Dr. Ian Yeoman, especialista en estudios prospectivos sobre viajes y profesor asociado de Tourism Futures en la Universidad Victoria de Wellington, se muestra convencido de que los dispositivos ponibles avanzados entrarán en el mercado del consumo en masa a finales de esta década.

«De aquí a 18 meses, novedades como Google Glass estarán por todas partes. En 5 años, todas las posibilidades que ahora ofrece Google Glass las encontraremos en una lente de contacto», afirma.

2. Lo virtual se convierte en real

Desde la comodidad de su cama y con una simple orden verbal, TOM comienza a planificar su próximo viaje «necesito unas vacaciones», murmura, mientras le dice a su compañero digital que se ponga en marcha y haga el trabajo.

Su dispositivo ponible de inteligencia artificial se conecta a una nueva generación de webs del tipo «prueba antes de comprar» que son gestionadas por empresas turísticas. Regresa con una selección de muestras de realidad virtual que permiten a nuestro viajero disfrutar de las vistas, escuchar los sonidos e incluso sentir los paisajes de distintas opciones de viaje.

Un paseo por una soleada playa de Costa Rica, una excursión por un sendero nevado de los Andes o buceo en la Gran Barrera de Coral, en 3D y con efecto multisensorial, se encargarán de despertar su interés.

«La realidad virtual no sustituirá los viajes reales, como suele verse en las películas de ciencia ficción», afirma Daniel Burrus, analista de tendencias futuras en tecnología.

«Acabará convirtiéndose en una nueva forma de publicidad. Conocer un destino turístico en 3D será tan increíble que los viajeros tendrán aún más ganas de experimentar el viaje de verdad».

En el 2014 ya empieza a emerger la tecnología que convertirá esta visión futura en una realidad.

Una herramienta CGI desarrollada por la marca 3RD Planet permite al usuario dar un paseo increíblemente realista por las calles de una ciudad.

Un equipo de investigación de la Universidad de Carolina del Norte ha recreado mediante realidad virtual la escena de un grupo de gente reunida frente a la catedral londinense de San Pablo en 1622.

Así, los visitantes podrán visualizar la escena desde distintas perspectivas.

Las nuevas gafas Oculus Rift VR, desarrolladas por la start-up estadounidense Oculus VR, son las precursoras de los dispositivos de realidad virtual que utilizará nuestro viajero desde su casa mientras experimenta diversos lugares en 3D para sus vacaciones.

Las gafas, que parecen de esquiador, combinan la tecnología Smartphone con sensores de movimiento para producir una experiencia similar a la visión de una interminable pantalla IMAX. Básicamente, las imágenes son proyectadas en la retina de un modo muy parecido a como los proyectores clásicos lanzan imágenes contra la pantalla.

Con otras gafas de realidad virtual diseñadas por un equipo de la Universidad Tecnológica de Viena, el usuario parece estar caminando por un laberinto sin fin cuando en realidad está dando vueltas en círculo por una pequeña habitación. Además, hay investigadores que están añadiendo tecnología de detección de movimiento y de proximidad que permitirán a varias personas a la vez experimentar el mismo laberinto sin chocar entre ellas.



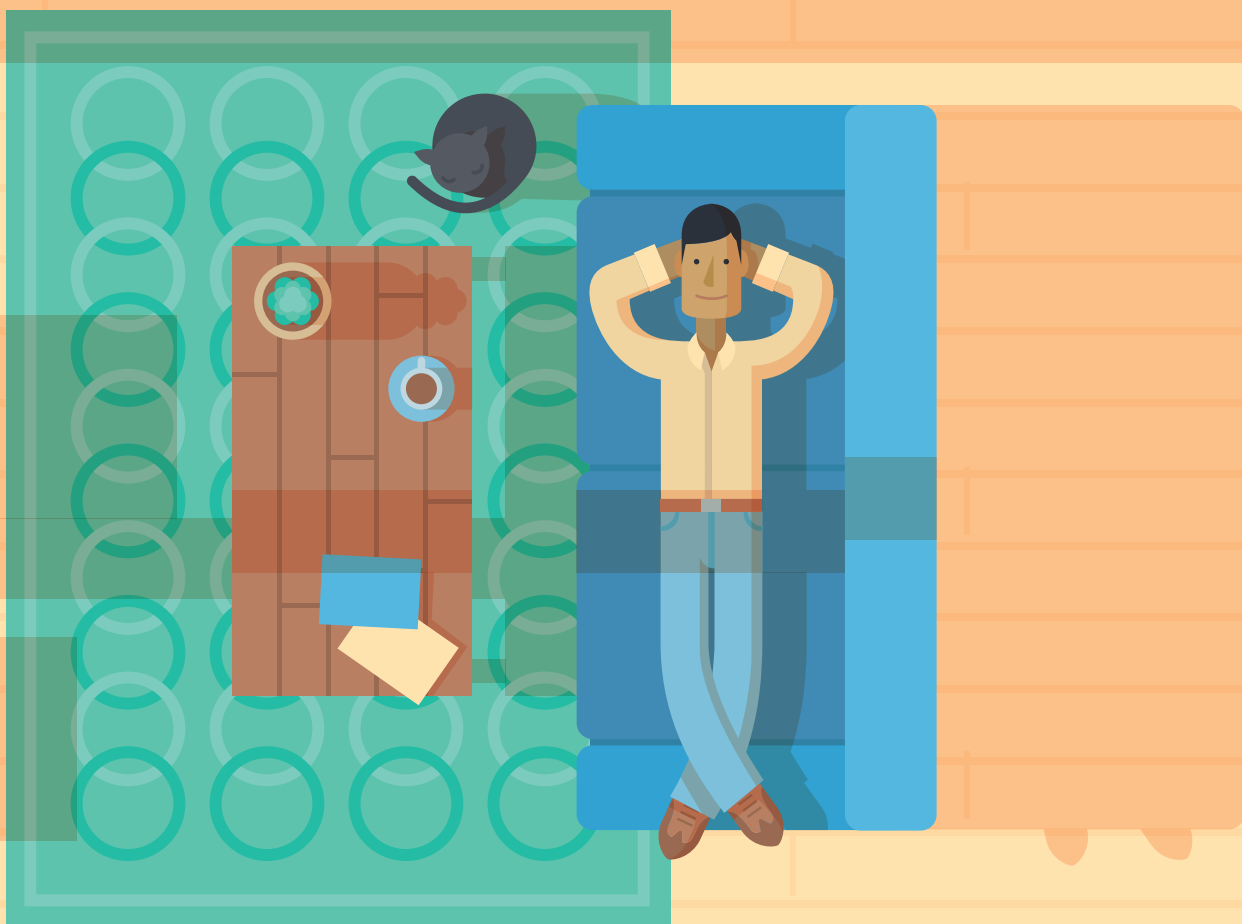
También será posible añadir otras sensaciones a las experiencias de realidad virtual, como puede ser el sentido del tacto a través de tecnologías hápticas.

Disney ha creado una nueva interfaz llamada REVEL que responde al tacto mediante pequeñas vibraciones procedentes de objetos virtuales en 3D. El sistema permitirá a los usuarios sentir los cráteres de la Luna, las espinas de un cactus o el contorno de un objeto delicado. La televisión pública japonesa NHK está desarrollando el prototipo de un sistema parecido, que permitirá a los espectadores «sentir» las texturas y superficies de los objetos mostrados en pantalla, por ejemplo la arena, el mar y la vegetación. Mientras tanto, Masashi Nakatani, investigador de la empresa japonesa Tachi Lab, trabaja en el TECHTILE, un dispositivo háptico que permitirá convertir sonidos en texturas y superficies que podamos sentir.

«Imaginate poder sentir el calor del sol en tu mano», comenta Martin Raymond, de The Future Laboratory. «Con softwares como el TECHTILE, que convierte ondas sonoras en sensaciones táctiles, se podrá sentir el sonido de un gamelán en Bali o tocar las banderas de oración que ondean en el Tíbet o en Bután».

En el año 2020, técnicas hápticas similares basadas en vibraciones permitirán a un comprador sentir la textura de la lana, la seda o el algodón del artículo que esté a punto de comprar a través de su tableta, según previsiones de Robyn Schwartz, director asociado de IBM Research Retail Analytics. En la próxima década, los viajeros podrán usar tecnología parecida para sentir la arena entre sus dedos en una playa situada a miles de kilómetros.





«De aquí a 10 años, los viajeros podrán darse un paseo virtual en tiempo real por el hotel que están a punto de reservar», afirma Nik Gupta, director de Hoteles de Skyscanner.

«Podremos ver en directo a los empleados arreglando la habitación del hotel donde nos alojaremos, o a los cocineros preparando nuestros platos favoritos. Será algo innovador, una herramienta increíblemente potente para generar confianza entre los viajeros y las marcas».

El relajado, pero emocionante tour virtual que ha llevado a TOM por distintas opciones de viaje le permitirán elegir

sus próximas vacaciones. Ahora ya podrá decidirse por una escapada urbana, un viaje de aventura o un viaje idílico a una playa exótica.

Su Compañero de viaje digital reacciona inmediatamente a su decisión y pone rumbo a la siguiente etapa del descubrimiento: buscar activamente, y finalmente planificar y reservar, el viaje elegido.

3. *La búsqueda semántica*

El siguiente paso de TOM será descubrir los potentes motores de búsqueda semántica e intuitiva que las principales compañías de viajes utilizarán en línea durante la próxima década.





Se conectará a ellas mediante su **Compañero de viaje digital**, que se encargará de comunicar sus preferencias hiperpersonalizadas: sus alimentos favoritos en el desayuno, sus hábitos en el gimnasio o la cantidad de puntadas que llevan sus sábanas de algodón. TOM interactuará con estas páginas mediante gestos y órdenes verbales al mismo tiempo que las herramientas analizan megadatos para crear el paquete de vacaciones ideal.

Se trata de una experiencia «de ventanilla única» en la que todos los aspectos relativos al viaje se tienen en cuenta y las correspondientes reservas son realizadas. En palabras de Stefan Rust, CEO de Exicon: «En un futuro próximo lo más probable es que las aplicaciones móviles integrales proporcionen un servicio completo —conjuntos formados por aerolíneas, aeropuertos, hoteles y sistemas de transporte terrestre constituirán las herramientas necesarias para cada fase de la experiencia.



«**Antes de coger tu avión**, la tecnología del futuro te habrá permitido buscar y reservar el vuelo y organizar tus desplazamientos locales. Una vez en el aeropuerto, te guiará por la terminal, te dirá dónde está facturación, hará el seguimiento de tu equipaje, cambiará la moneda por ti y te permitirá planificar tu llegada, reservar una habitación y alquilar un coche, además de proporcionarte toda la información que necesites al llegar a tu destino».

Las empresas tecnológicas y online están desarrollando nuevas estrategias intuitivas sobre la búsqueda en el ciberespacio. Los usuarios podrán tener la seguridad de que se han guardado sus preferencias y filtros de búsqueda anteriores e incluso permitirán a las marcas que accedan más proactivamente a sus redes sociales, a su historial de búsquedas, y a sus emails, para así poder desarrollar cartogramas personales y exhaustivos de sus necesidades, gustos y posibles hábitos en el futuro.



Margaret Rice-Jones, presidenta de Skyscanner, opina que gracias a esta tecnología las marcas turísticas podrán sacar un mayor provecho de la presencia de la gente en las redes sociales, e incluso de las conversaciones en las redes de pares (peer-to-peer) donde participen, para así proponerles futuras opciones de viajes más acertadas e imaginativas.

«En un futuro próximo asistiremos a una mayor integración entre los sitios web de viajes y las redes sociales», afirma Rice-Jones.

Para el año 2024 se perfeccionará este enfoque intuitivo con la incorporación de softwares capaces de leer las expresiones faciales o hacer un ADN digital de las preferencias del usuario.

La empresa tecnológica Afectiva está creando un algoritmo de codificación facial que permitirá a los motores de búsqueda leer expresiones humanas y juzgar en consecuencia si los resultados satisfacen o defraudan al usuario. El nuevo «motor de descubrimiento personal» Nara utiliza conceptos de neurociencia para imitar y entender los esquemas de pensamiento del cerebro humano y poder así elaborar un «ADN digital» con lo que le gusta o no le gusta al usuario.

El Graph Search de Facebook responde a preguntas en un lenguaje coloquial —y a veces hasta gramaticalmente incorrecto— y hace sugerencias intuitivas a partir de datos extraídos de las redes sociales.

Estas herramientas comenzarán a rastrear automáticamente las grandes cantidades de datos personales de clientes que tendrán a su disposición, para así garantizar al momento que los resultados de búsqueda que ofrecen se ajustan a las necesidades y deseos del usuario.



En el año 2024, TOM estará acostumbrado a la existencia de softwares de búsqueda en línea que le hablarán y que juzgarán sus reacciones y emociones, al mismo tiempo que intentan prever sus necesidades en materia de viajes.

«Los metadatos pueden convertirse en una potente fuerza para la transformación de la industria turística», según la opinión del Grupo Amadeus IT. «Podría tratarse de una de las iniciativas más influyentes que han surgido desde la aparición de los sistemas de reservas online».

Pero no todo el mundo está de acuerdo. Expertos en tecnología como Betsy Bilhorn, vicepresidenta de Gestión de Producto de Scribe Software, descarta la idea por considerarla exagerada y susceptible de crear confusión, debido a la sobrecarga de información que conlleva, en lugar de ofrecer una visión holística de las necesidades del cliente.

No obstante, Martin Raymond, de The Future Laboratory opina: «Igual que la tecnología influye en la tecnología, la forma en la que desarrollamos la tecnología está enormemente influida por el consumidor».

«En un estudio que realizamos con preadolescentes de la Generación I (Generación Interactiva) - y sus hermanos y hermanas mayores, a los que denominamos Generación D (Digital) - descubrimos que eran muy pocos los que desconfiaban de la llegada de lo que denominamos *Megadatos amistosos* (Big Friendly data), frente a una mayoría que sí se mostraban muy interesados, ya que estos megadatos les acercaban a lo que realmente buscan: una comunicación fluida con el mundo que les rodea».

Según el analista de tendencias de viajes Ian Yeoman: «Para nuestros hijos pequeños hablar con una máquina que les entiende sin tener que utilizar un teclado o tocar una pantalla será algo totalmente natural».

« El reconocimiento del habla por agentes inteligentes que pueden usar el lenguaje natural y aprender de las experiencias ya es cada vez más habitual».

En cuestión de minutos, el dispositivo ponible de inteligencia artificial que lleva TOM le mostrará una selección de paquetes vacacionales hechos a su medida, para que elija su preferido.

Una vez realizada la elección, su Compañero de viaje digital se encargará de hacer las reservas - y pagar - conectándose con un sistema informático inteligente de la empresa turística en cuestión.

Así será la planificación viajes en el año 2024. Los viajeros podrán ver diversas posibilidades, documentarse y reservar de forma intuitiva y fluida en menos de una hora; sin necesidad de salir de casa. Será un mundo que para los viajeros será de lo más normal.

Martin Raymond concluye: «Los viajeros y usuarios de hoy en día se resisten a que los sistemas online engan un gran conocimiento de sus pensamientos y sentimientos».

«Sin embargo, a los adolescentes y los menores de diez años les desconcierta esta gran preocupación que tienen los adultos. Para ellos, la tecnología debe funcionar intuitivamente y ofrecerles soluciones cuando las necesiten, sin tener que pedírselo directamente».

Conclusión

Para TOM, la planificación y reserva de sus viajes será un proceso increíble en todos los sentidos: fluido, sencillo, y hecho a medida.

El Compañero de viaje digital, un dispositivo ponible de inteligencia artificial que incorporará la última tecnología de control por voz y gestos, seleccionará de forma intuitiva entre el exceso de información en línea y ofrecerá a TOM el viaje a medida que siempre había soñado.

Las herramientas hápticas y de realidad virtual de próxima generación que utilizarán las marcas en sus webs mejorarán el proceso de planificación de los viajes. Nuestro viajero podrá ver, oír y sentir una selección de posibles destinos sin necesidad de salir de su casa.

Reservar será una experiencia rápida, fácil y sin estrés, realizada en un único sitio, a través de webs semánticas capaces de aprender lo que le gusta y lo que no a un cliente a partir de sus acciones previas en internet y de conversar con él en un lenguaje cotidiano.



Contacta con nosotros

Si deseas más información sobre este informe, ponte en contacto con:

Itziar Irazabal – itziar.irazabal@skyscanner.es / 900 838 537

Si deseas más información sobre Skyscanner, visita la página **www.skyscanner.es**

Únete a nosotros en:

www.facebook.com/SkyscannerES

www.twitter.com/skyscanner_es

plus.google.com/+skyscannerES

www.skyscanner2024.com