

GEBTA_INNOVA

TECNOLOGÍA MÓVIL Y
GESTIÓN DE VIAJES DE EMPRESA



Lufthansa
Nonstop you

GEBTA





TECNOLOGÍA MÓVIL Y GESTIÓN DE VIAJES DE EMPRESA

1. Escenario general
2. Viajeros de negocios y uso de telefonía inteligente.
3. APPS y viajeros de empresa.
4. iTravel: el futuro que nos espera
5. Luces y sombras.



TECNOLOGÍA MÓVIL Y GESTIÓN DE VIAJES E EMPRESA ESCENARIO GENERAL

Para entender el uso del Smartphone en viajes de empresa quizás debiéramos empezar por dibujar el marco general en el que se desenvuelve el usuario medio de telefonía inteligente en nuestro país. Los datos que aportamos están tomados del estudio del sector que Google e Ipsos presentaron conjuntamente en el Mobile World Congress 2012



- **A principios del año 2011 existía en nuestro país una penetración de smartphones del 33% que llegó al 44% a finales de año.**
- El 89% de los usuarios españoles utilizan sus smartphones para acceder a Internet frente al 97% que lo hacen desde sus ordenadores.
- Los españoles utilizan sus smartphones preferentemente y en orden de mayor a menor uso desde: casa, allí donde van, cafeterías, trabajo, restaurantes y transporte público.
- Más de la mitad de los usuarios de smartphones españoles busca información respecto a productos en su dispositivo tras ver un anuncio en tiendas, televisión, revistas o posters.
- El 96% usa el buscador de su smartphone y el 84% lo hace una vez por semana o más.
- El usuario medio tiene 19 aplicaciones instaladas, 6 aplicaciones pagadas y 8 utilizadas en el último mes.
- El 79% de usuarios usan redes sociales a través de sus smartphones y el 51% lo hace por lo menos una vez al día.
- El 50% de españoles que busca un negocio o servicio en un mapa y el 49% que visita la web a través del móvil realiza una compra.
- **El 24% de los usuarios de smartphones españoles utilizan sus dispositivos para realizar compras.**
- El 41% de los usuarios de smartphones españoles han realizado una compra en el último mes.

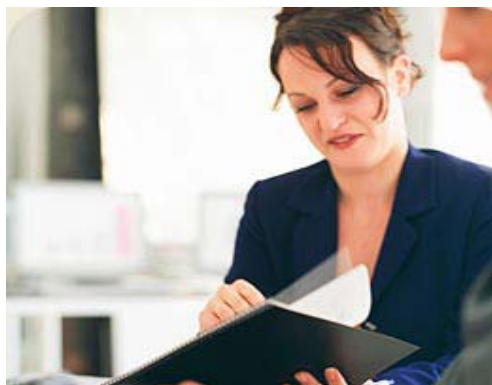


VIAJEROS DE NEGOCIOS Y USO DE TELEFONÍA INTELIGENTE



Los datos de uso de smartphones son muy ilustrativos y algunas cifras, como las relativas a compras, parecen poco realistas si pensamos en viajes corporativos. Siguiendo un estudio publicado por CWT (2011), vemos que en nuestro país, los smartphones **apenas se están utilizando de forma inteligente**, su uso se limita básicamente a la recepción de alertas de proveedores, check-in on line y poco más.

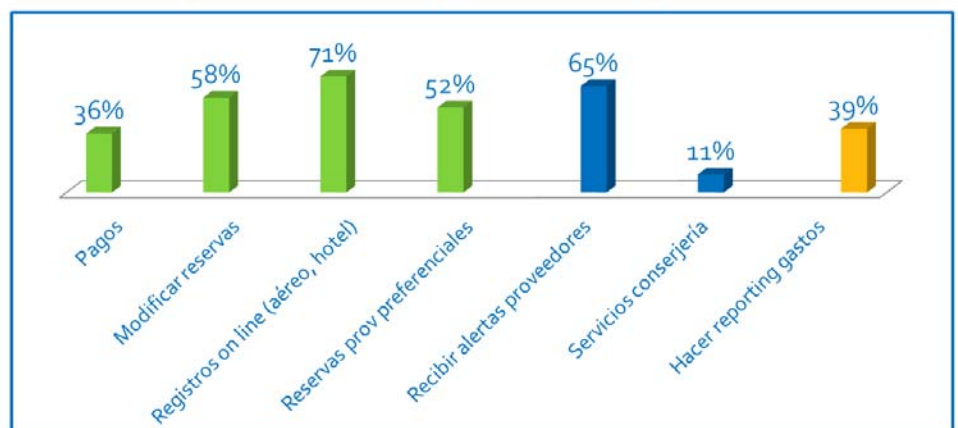
- Tarjetas de embarque electrónicas: 36%
- Recibir itinerarios: 35%
- Información estado del vuelo: 22%
- Alertas: 2%
- Mapas: 2%
- Contactos de la agencia: 3%



La situación parece un poco diferente en el resto de Europa. El estudio de Concomitance/Amex de noviembre de 2011, no dibuja un panorama paralelo. Los registros on line y la recepción de alertas siguen liderando el uso de Smartphones entre viajeros europeos, pero descubrimos otras cifras desconocidas en nuestro mercado.

- El 52% de viajeros europeos indica que usa su móvil para realizar reservas a proveedores preferenciales.
- El 58% lo utiliza para modificar sus reservas.
- Más extraño aún nos resulta que el 39% de los *business travellers* europeos indique usar su móvil para hacer reporting de gastos o realizar pagos (36%).

■ Antes del viaje ■ Durante el viaje ■ Tras el viaje



APPS Y VIAJEROS DE EMPRESA

En vista de la situación del uso de Smartphones en viajes corporativos parecía razonable preguntarse acerca de las preferencias de los viajeros de empresa. **¿Están usando los viajeros de negocios APPS en sus desplazamientos profesionales o reservan estos aplicativos en exclusiva para sus viajes vacacionales?** La respuesta fue contundente.

Sí están interesados. El problema radica fundamentalmente en que van por delante de las empresas y de los proveedores tecnológicos especializados en “business”.

- Según un estudio de Air Plus, 2011, para el mercado global, más del 20% de viajeros de empresa están adaptando APP's del sector ocio en sus traslados profesionales, mientras que en 2010, no llegaban al 10%.
- Si en 2010 el 36,1% de los viajeros de negocios decían usar sólo APP's validadas por su empresa, en 2011, únicamente cumplían política el 10%.
- Sí en 2010, el 34,4 de los viajeros corporativos decían unir sus propias APPS a las validadas por su compañía, en 2011 eran más del 40%.

Evidentemente en nuestro mercado vamos por detrás de los usuarios y mucho más cuando se trata de comercio electrónico, especialmente si hablamos de aplicativos específicos que pueden vincularse a política de viajes, herramientas de autobooking, formas de pago etc.

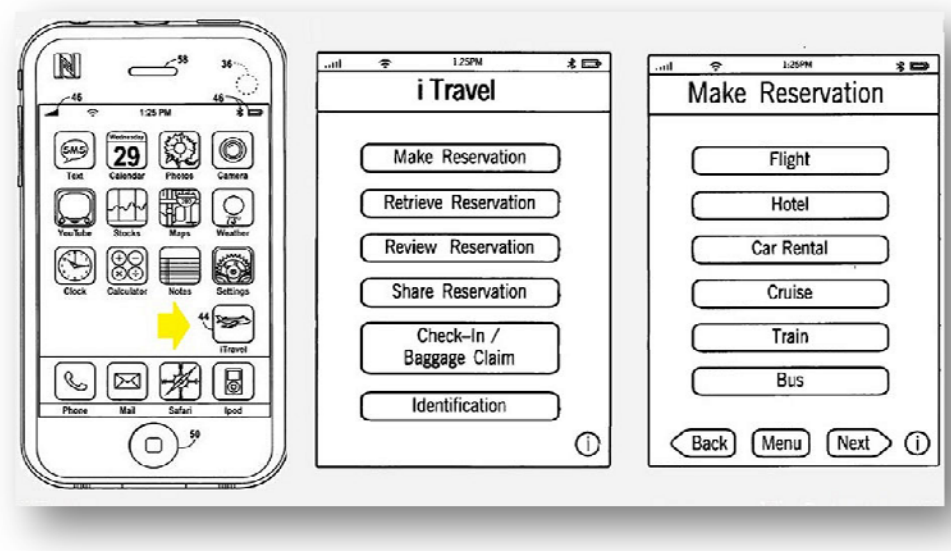


iTRAVEL Y EL FUTURO QUE NOS ESPERA



Si no teníamos bastante para afianzarnos en la revolución que nos espera con los móviles y los viajes de empresa, tener acceso a las patentes presentadas por Apple en relación con el **iTravel**, --**posiblemente su futuro APP Travel Store**—nos conduce a un escenario en donde el móvil inteligente va a convertirse en multisolución.

¿Para qué usará un viajero de negocios su móvil? Hemos visto mil ideas. Si las aerolíneas buscan intensamente la venta de “ancilleries”, los smartphones van a ser sus mejores aliados. La tecnología NFC va a facilitar facturación y embarques automáticos en los aeropuertos y una vez a bordo, el teléfono móvil permitirá personalizar la experiencia de vuelo, seleccionando conectividad, servicios, entretenimiento, información de pre-llegada etc.



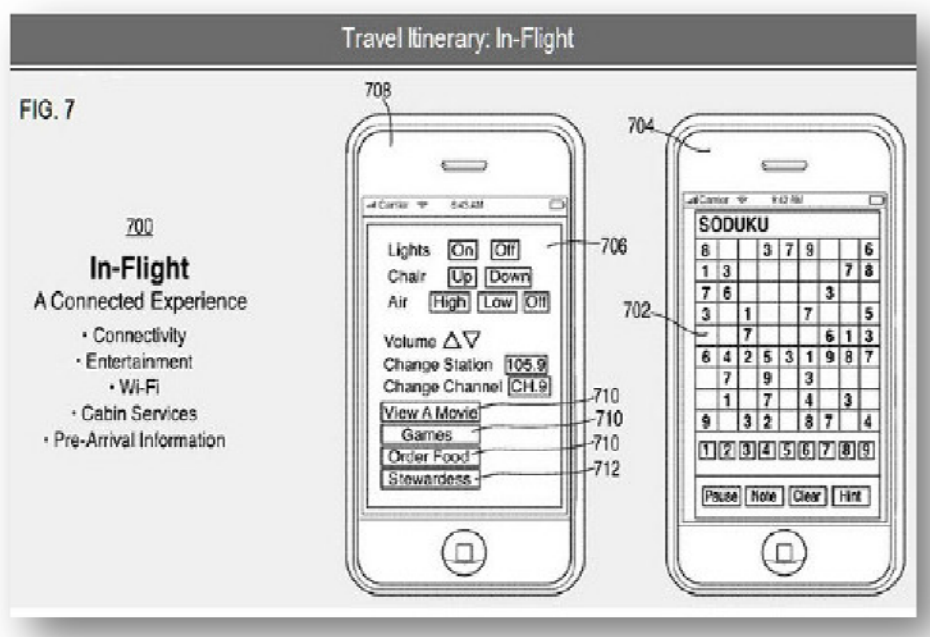
La señal amarilla nos está indicando la tecla que desde nuestro iPhone nos conducirá directamente a la tienda específica de viajes de Apple. No será necesario pasar previamente por la App Store.

Una vez dentro del iTravel podremos realizar reservas, modificarlas, realizar el check-in del aeropuerto, facturar e incluso tendremos los datos de identificación como número de pasaporte, DNI etc.



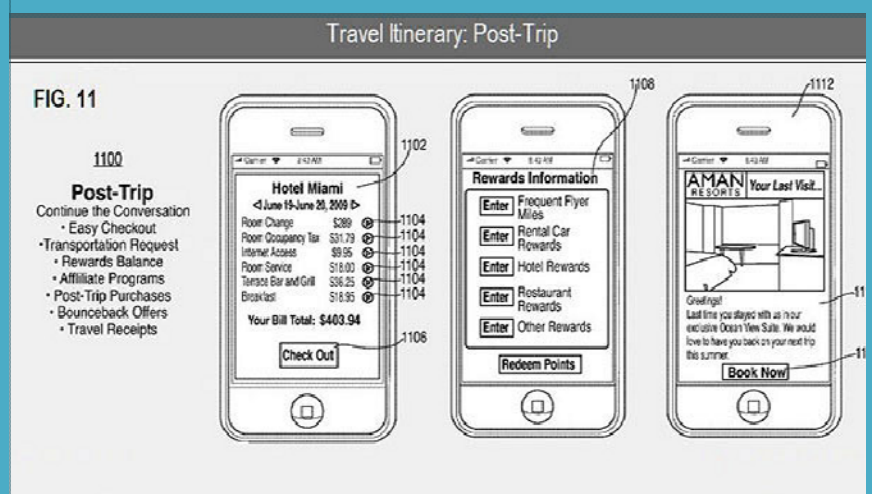
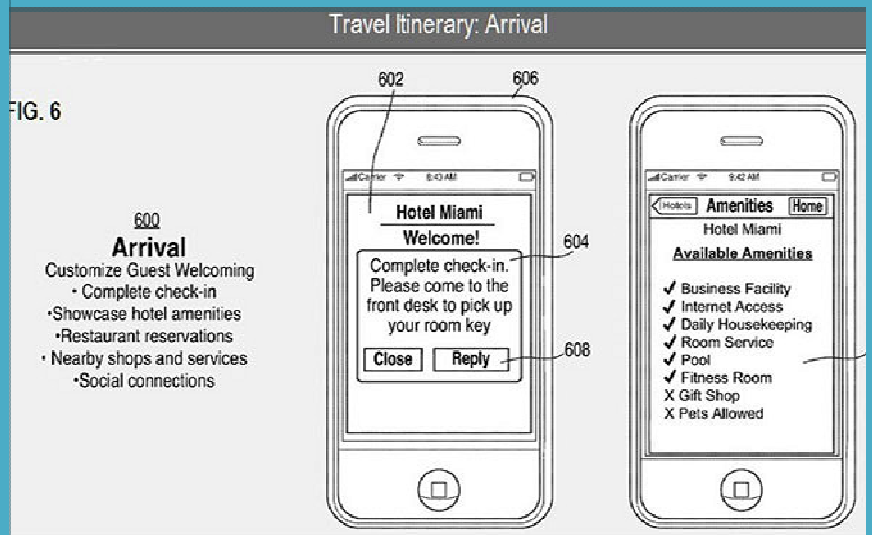
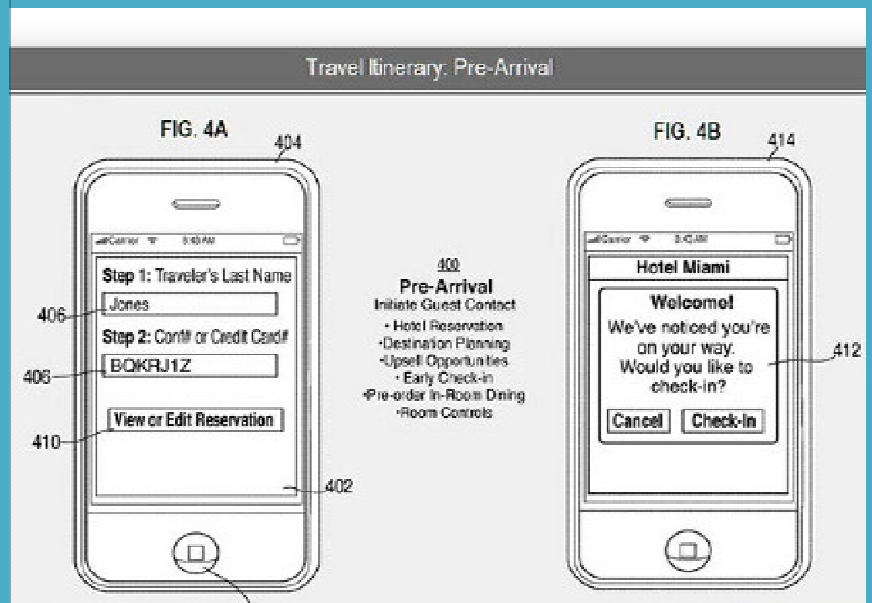


Una vez a bordo, nuestra experiencia de usuario mejorará al utilizar nuestro teléfono inteligente. No sólo la conexión wi-fi, los servicios de cabina podrán ser personalizados a través de nuestro teléfono: el aire acondicionado, la elección de canales de entretenimiento, la petición de servicios de comida y bebida, incluso juegos y diversiones nos serán propuestas por este medio.



Ya en tierra, los teléfonos móviles nos van a facilitar mediante la geolocalización, el “early check-in” del hotel, que podremos hacer desde el taxi. Sin pasar por la recepción podremos descargar al móvil la llave de acceso a la habitación, personalizar nuestra estancia en cuanto a servicios y “amenities”, recibir la oferta de actividades del entorno próximo al hotel o a la salida, confirmar el check-out con un simple “ok” en nuestro teléfono, a la vez que sumamos los puntos a nuestro programa de lealtad favorito y recibimos cupones de regalo para próximas estancias. Lo de recoger coches en los mostradores de rent-à-car de los aeropuertos pasará también a la historia. Descargaremos directamente la llave de nuestro vehículo en el móvil y tan pronto aterricemos.





LUCES Y SOMBRAS

Proveedores de turismo y tecnología para “Business Travel” y BTC’s tenemos que trabajar rápido para poner a disposición de los viajeros de empresa, las herramientas necesarias para gestionar sus viajes a través de móviles inteligentes y tenemos igualmente que considerar el uso del móvil dentro de las políticas de viaje y de nuestras relaciones con los proveedores.

Si no lo hacemos así, corremos el **riesgo** de descentralizar los procesos de decisión y compra de viajes de negocios, el riesgo de disgregar la compra en múltiples proveedores lo que podría generar una grave dificultad para mantener políticas de proveedores preferenciales y por supuesto para contar con información agregada, sobre la que tomar decisiones.

Existen sin embargo **oportunidades con la telefonía inteligente**, tanto para las empresas, como para las agencias. Entre otras, la multicanalidad en el programa de viajes o las redes sociales como vehículos para construir y mejorar las relaciones entre empresa, viajeros y su BTC. Por supuesto, los smartphones van a mejorar la experiencia de viaje de nuestros colaboradores y en el caso de las agencias, están abriéndonos nuevas vías de trabajo que habrá que aprovechar quizás como dinamizadores de redes corporativas de viajeros, especialistas en herramientas de gestión de viajes, entre otras las vinculadas a movilidad, o incluso la agencia como multiagregadora de canales, soportes etc.

¡Un futuro apasionante!

©GEBTA. Alicia Estrada, 2012.



Tecnología móvil y gestión de viajes de empresa by GEBTA & Alicia Estrada is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 3.0 Unported License.





Lufthansa FlyNet® – No podrá volar sin él.

Poder recibir mensajes importantes en todo momento, responder de inmediato o, simplemente, enviar un cariñoso saludo a un ser querido – Lufthansa FlyNet® le permite disfrutar, con su ordenador portátil con conexión WLAN o su Smartphone, de la plena libertad de comunicación que le ofrece Internet incluso a 10.000 metros de altitud. Antes de que finalice el año, FlyNet® también le ofrecerá la posibilidad de transmitir datos vía GSM y GPRS. Es decir, que en breve podrá utilizar, en cuanto el avión alcance la altura de crucero, su teléfono móvil para enviar y recibir mensajes SMS y MMS, por ejemplo, o para sincronizar datos con Smartphones. Descubra ahora cómo FlyNet® puede enriquecer su estancia a bordo.

HotSpot
.....T.....

GEBTA



www.gebta.es

Blog: www.gebta.blogspot.com

Email: contacto@gebta.es

Twitter: <http://twitter.com/gebta>

Tel: +34 934 105 900

CON LA COLABORACIÓN DE:



Lufthansa
Nonstop you