

connect

La revista de viajes de negocios de CWT | España | Invierno 2019

Previsión Global para 2020

Nos asomamos a 2020 en
nuestra Previsión Global para
el Sector de los Viajes

La IA en los viajes

El papel de la inteligencia artificial
en los futuros viajes de negocios

'Apps' para ahorrar tiempo

Tecnología móvil para ser más eficiente

NUEVA YORK, A BUEN PRECIO

Mantener a raya los costes en los viajes de
negocios a la Gran Manzana

CWT



Más México

A partir del 11 de Diciembre, aumentamos a 5 vuelos semanales directos desde Barcelona a Ciudad de México. Próximamente, Abril 2020 vuelo diario.

Consulta a tu Agente de Viajes o ejecutivo de cuenta y solicita tu vuelo con Aeroméxico.



¡Bienvenidos al último número de 2019 de la revista Connect!

Cuando pensamos en lo que nos deparará el año 2020, si hay algo seguro es que nos esperan 12 meses llenos de desafíos. Y así se refleja en el artículo sobre la Previsión Global para el Sector de los Viajes de CWT, nuestro pronóstico anual para el año que llega.

Este análisis trata de esclarecer cuál será la evolución de nuestro sector ante lo que solo se puede describir como clara "incertidumbre". Este hecho, evidentemente, no es ajeno a otras diversas cuestiones de alcance mundial, que van desde los efectos del cambio climático o las tensiones económicas entre Estados Unidos y China, por ejemplo, hasta la inseguridad sobre la futura relación entre Gran Bretaña y la Comunidad Europea. La previsión ofrece consejos que serán de especial relevancia para la planificación de los programas de viaje en el año próximo.

Indagamos, además, sobre el lado oscuro de las valoraciones de hoteles, desvelamos algunos trucos para mantenerse fresco durante las conferencias y reuniones tan habituales en los viajes de trabajo, y te presentamos algunas 'apps' que te ayudarán a ahorrar tiempo en distintos ámbitos y tareas.

Nuestro artículo sobre grandes destinos se fija en Nueva York y explica cómo mantener a raya los costes que suponen los viajes de negocios a la Gran Manzana. No te pierdas tampoco nuestro artículo sobre inteligencia artificial. Una contribución fascinante de obligada lectura.

Concluimos este número de Connect y nos despedimos del año visitando algunos de los más especiales mercados de Navidad de Europa.

Te deseamos una buena salida de 2019 y un gran año 2020.

Antonio Roig
Director Customer Management
CWT España



“La previsión ofrece consejos que serán de especial relevancia para la planificación de los programas de viaje en el año próximo”.

Editado por CWT España

CWT
c/ Julián Camarillo, 4
Edificio II
Madrid 28037
España
Email: Comunicacion2@mycwt.com
mycwt.com/es/es/

Edición:
Mari Carmen Pascual
Responsable de Comunicación CWT España

Concepción y creación:
Journal International
The Home of Content, www.the-home-of-content.de

Traducción: Irene Martínez
Diseño: Bernhard Biehler

Colaboradores: Nick Easen, Rob Gill, Jonah Haskell,
Paola Olivari, Vicki Sussens y Paul Wheatle

Impresión: Mayr Miesbach, Germany

Índice

06 Breves

Viajeros de trabajo satisfechos, tren 'dron' en París, 15 000 paneles solares en Dubái, preferencias de reservas móviles y el Flying V.

08 Previsión Global para el Sector

La sexta Previsión Global para el Sector de los Viajes de CWT analiza la actual incertidumbre y lo que la industria puede hacer para capear mejor el temporal.



16 Nueva York

Los estudios muestran que Nueva York es una de las ciudades más caras para los viajeros de negocios. Pero no siempre tiene que ser así.

14 Valoraciones de hoteles

Muchos viajeros confían en las reseñas sobre hoteles. Pero, ¿son ciertas todas esas opiniones?



20 Ahorradoras de tiempo

La nueva tecnología puede resultar a veces una distracción. Estas apps, sin embargo, te ayudarán a organizarte mejor y a ahorrar tiempo.



24 IA en los viajes

Todo el mundo habla de ella. Pero, ¿qué es la IA y cómo podemos servirnos de ella en nuestro sector?



28 Mercados de Navidad

Cinco de los más bellos mercados navideños.

30 Mantente fresco

Te damos algunos consejos para mantenerte fresco y concentrado en las conferencias de trabajo.



22 Llega Cortina

Aficionados al deporte blanco de todo el mundo acudirán a Cortina en 2021 para el Mundial de Esquí Alpino.

Europcar

moving *your* way

La flexibilidad al servicio de tu negocio. Alquila por días o meses. Sin fronteras, en los 5 continentes.

MOVE YOUR BUSINESS



Para más información por favor contacta con tu oficina CWT más cercana.

Breves



El **86%** de viajeros de negocios en todo el mundo se manifestó "satisfecho" con su experiencia de viaje.

Viajeros de trabajo satisfechos

Más de la mitad de los viajeros de negocios (54 %) ha tenido algún tipo de contratiempo en sus viajes el pasado año. Un 52 % sufrió retrasos en sus vuelos y un 40 % cancelaciones. A pesar de ello, el 86 % de viajeros de negocios en todo el mundo se manifestó "satisfecho" con su experiencia de viaje, según el nuevo Business Traveler Sentiment Index de la GBTA, la Asociación Mundial de Viajes de Negocios, en colaboración con RoomIt by CWT. La posibilidad de reservar hoteles cómodos y prácticos y tener una conexión a Internet estable resultaron ser los factores más importantes para los viajeros de negocios. Las dos mayores causas de estrés fueron olvidarse el móvil o el cargador del portátil.

París prueba un tren 'dron'

La red de ferrocarriles franceses SNCF ha probado con éxito por primera vez un tren dirigido por control remoto en los alrededores de París. El llamado tren 'dron' se ve como paso clave para operar trenes autónomos o sin conductor en el futuro. Durante el test, el tren fue dirigido a distancia en un viaje de cuatro kilómetros en la capital francesa. SNCF ha trabajado en el proyecto durante 18 meses y planea más pruebas este otoño. Durante los próximos cuatro años, SNCF pretende crear dos prototipos de trenes autónomos tanto para pasajeros como para mercancías.



Sembrar las semillas de un futuro ecológico

El aeropuerto internacional de Dubái ha instalado 15 000 paneles solares con la intención de reducir en 3243 toneladas las emisiones anuales de CO₂ en su terminal 2. La instalación de paneles solares es el proyecto más grande de su clase en Oriente Próximo. Otras de las iniciativas medioambientales de este aeropuerto son los sistemas de refrigeración optimizados y bombillas LED para un consumo energético eficiente.



Fotos: iStock (3), KLM, SNCF



Preferencias de reservas móviles

Los viajeros de negocios que hacen más de cinco viajes al año son un 13 % más propensos a reservar vuelos en sus móviles que otros viajeros de negocios menos frecuentes, según un informe de CWT. Además, es más frecuente que las reservas hechas a través del canal móvil se realicen en clases con tarifas más altas, como la ejecutiva, 'premium economy' y primera. Los resultados también muestran que existe una correlación entre el momento y el modo en el que se realizan las reservas. El 62 % de las reservas móviles se realiza entre un día y una semana antes de la salida. La mayoría de las reservas (73,5 %) todavía se hace en la oficina, independientemente del canal.

Los viajeros de negocios frecuentes son un **13%** más propensos a reservar vuelos en sus móviles.



Flying V ahorra combustible

El revolucionario avión Flying V, cuya financiación cuenta con el respaldo de la aerolínea holandesa KLM, ha hecho ya algunos vuelos de prueba en octubre de 2019. Sus creadores aseguran que el Flying V puede llevar a hasta 314 pasajeros y es un 20 % más eficiente en su consumo que el último avión de Airbus, el A350. El diseño del prototipo prevé cabinas para pasajeros, zonas de carga y tanques de combustible bajo las alas, lo que configura su característica forma de V.

Pronóstico incierto, según la Previsión Global para el Sector de los Viajes 2020

La sexta Previsión Global para el Sector de los Viajes puede resumirse en una sola palabra: incertidumbre. Los factores económicos globales, los cambios en el modelo de negocio de los proveedores de viajes y las nuevas tecnologías provocarán cierta inseguridad que se traducirá en una ralentización en las subidas de los precios de los viajes en 2020. Los compradores de viajes han de concentrarse en “controlar lo controlable” para capear el temporal.

TEXTO: Rob Gill

Cuando se habla de 2020, la primera palabra que nos viene a la mente es incertidumbre, ya sea por los crecientes conflictos comerciales, las tensiones en Oriente Próximo, el interminable drama del Brexit o las economías debilitadas en algunas grandes naciones comerciales.

Por otro lado, están los importantes avances de la industria, como la emergencia de nuevas tecnologías, incluida la IA, el aprendizaje automático o el “block-chain”. Todo esto, unido a transformaciones fundamentales en los modelos de negocio de los principales proveedores de viajes –entre los que se cuentan líneas aéreas, hoteles y operadores de transportes terrestres–, está cambiando el modo de trabajo con los clientes corporativos.

Estos son los temas principales de la sexta Previsión Global para el Sector de los Viajes, publicada por CWT y la Asociación Mundial de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés), que analiza los factores que modelarán los viajes de trabajo en 2020.

¿Qué tiene que hacer un comprador de viajes en estas circunstancias? En contra de lo que se podría esperar, quizá este es un buen momento para revisar los programas y políticas de viajes para ver si están a la altura. ¿Podrán hacer frente a los posibles sobresaltos y a la incertidumbre que nos depara el futuro próximo?

Planificar contingencias

“Como comprador, uno no puede hacer nada respecto a los eventos geopolíticos, excepto asegurarse de

¿Cuáles serán los efectos del Brexit?

Retorno de la inversión

Ralentización de la economía europea y reducción de la confianza de las empresas

¿Cómo afectará la crisis climática a la industria?

Precios decrecientes en hoteles y vuelos en Latinoamérica

Aumento de hasta un 0,7 % en los hoteles de Europa Occidental

Pequeño incremento en las tarifas aéreas en Europa Occidental

Hoteles en Asia Pacífico + 1,3 %

Datos y análisis

poder reaccionar si llega lo peor y sus propios viajeros se ven afectados”, asegura un comprador de Reino Unido. “Es necesario contar con planes de contingencia y colaborar con otros departamentos para garantizar un enfoque coordinado. No puedes decir que no contabas con que algo fuera a suceder. Ni la dirección ni los viajeros aceptarán esa explicación”, asegura.

Chris Pouney, de Severnside Consultig, añade: “La volatilidad no solo afecta a los viajes. Por eso, seguro que en tu empresa ya hay quienes se preparan para estas eventualidades. Los gestores de viajes deberían colaborar con ellos para preparar una respuesta más adecuada y unirse a las medidas que la compañía esté tomando”, explica Pouney. “Conviene hablar

con el equipo encargado de que se respete el Reglamento General de Protección de Datos, con el equipo de finanzas sobre el mejor modo de actuar frente a la inestabilidad de las divisas, o con los encargados de la seguridad sobre cómo seguir monitorizando los posibles riesgos”, propone.

Oportunidades en tiempos de incertidumbre

La incertidumbre puede entrañar numerosas oportunidades para aquellos compradores que dispongan de la información y las herramientas necesarias, según Richard Johnson, director senior de CWT Solutions Group. “La incertidumbre ofrece oportunidades a los gestores de viajes”, explica Johnson. Si por ejemplo el Brexit supone que, de repente, las instituciones financieras viajan menos entre los »

grandes centros de finanzas, los compradores con un flujo de viajes significativo a estos destinos podrían beneficiarse. “Si la demanda disminuye, los primeros que se verán afectados serán los vendedores, lo cual supone una oportunidad para compradores y gestores de viajes”, explica.

Johnson añade que este estado de inseguridad global puede “impulsar una revisión de los precios” de los vuelos, hoteles y transportes terrestres en 2020. Así se indica en el informe, que predice una “ralentización” en el aumento del coste de los viajes en todo el mundo, en comparación con los “acusados aumentos” de 2019. El informe pronostica incrementos “modestos” en las mayores categorías de gastos. En el caso de Europa Occidental, se prevé un aumento del 0,5 % en el precio de los vuelos, del 0,7 % en el de los hoteles y del 0,5 % en el del transporte terrestre. En España, los porcentajes previstos son del 0,8 %, 1,9 % y 0,5 %, respectivamente.

Ante este trasfondo de lento crecimiento de los precios, ¿cómo pueden beneficiarse los compradores de estas tendencias y de cualquier sobresalto geopolítico que afecte al comercio mundial en 2020?

La incertidumbre geopolítica que se intuye en el horizonte augura una ralentización en las subidas de los precios de los viajes para 2020.

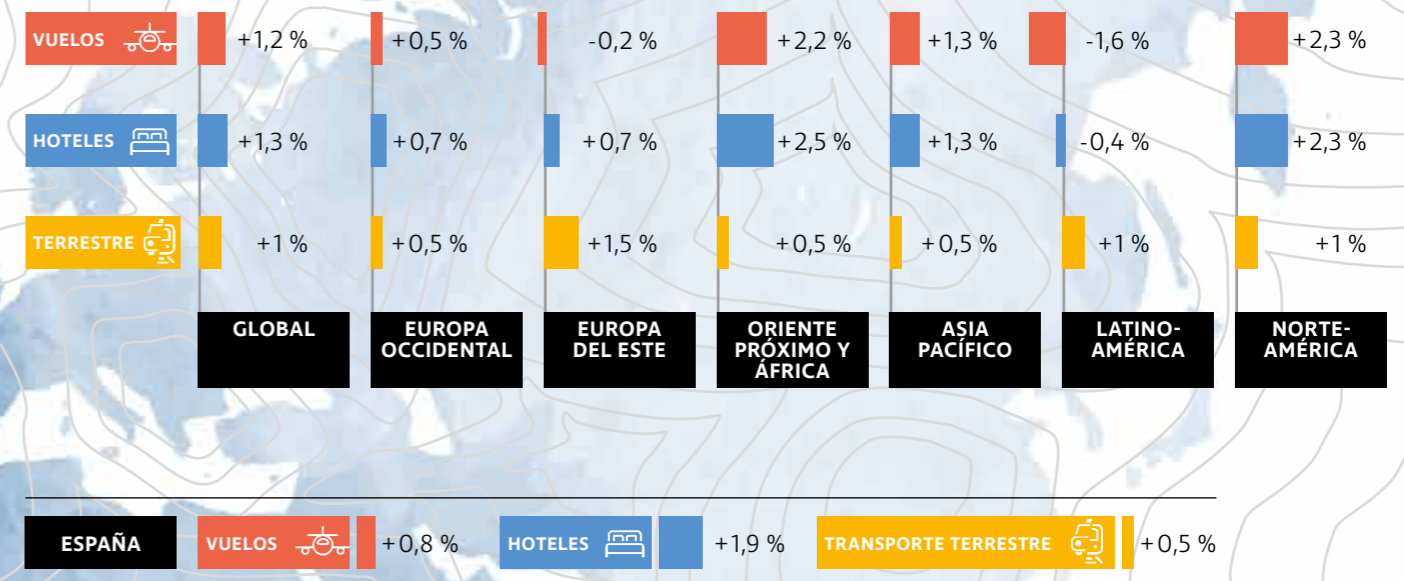


Gestionar viajes en tiempos inciertos

La gestión de viajes complejos no suele ser una cosa sencilla. Por eso, en tiempos difíciles conviene más que nunca tener la estrategia adecuada. Aquí te damos un par de consejos:

- Informa a tus viajeros sobre cualquier evento geopolítico que pueda afectar a sus planes de viaje, incluidas informaciones prácticas como cambios repentinos en regulaciones de documentos o requerimientos para el acceso a un país.
- Haz hincapié en la importancia de reservar a través de los canales corporativos. Solo así se puede realojar al viajero u ofrecerle asistencia en caso de emergencia.
- Monitoriza el coste total de cada viaje, de principio a fin, y utiliza estos datos para compensar cualquier aumento de precios. También puedes utilizarlos para negociar con los proveedores.
- Recomienda reservar con antelación, especialmente vuelos, hoteles y trenes, con el fin de obtener las mejores tarifas a pesar de la volatilidad actual. Las reservas online también ayudan a mantener los costes a raya.
- Asegúrate de conocer y entender perfectamente tu programa de viajes. De este modo podrás reaccionar con rapidez a dificultades y cambios en las condiciones de mercado.
- Ofrece a tus viajeros la opción que quieren para vuelos, hoteles o transportes terrestres, con funciones para reservas de vehículos VTC y alojamientos de Airbnb y similares. De este modo serán más proclives a utilizar las herramientas que la empresa desea.
- Posiciónate para beneficiarte de las nuevas estrategias de los proveedores, por ejemplo la tendencia de los hoteles a ofrecer descuentos por toda su cadena y a ofrecer precios dinámicos, o de las líneas aéreas a ofrecer sus mejores tarifas a través de las nuevas plataformas NDC (New Distribution Capability).
- Registra y sigue de cerca el nivel de satisfacción de los empleados en todos los momentos del viaje. De este modo podrás identificar cualquier cuestión de servicio y tratarla con los proveedores.

Precios de los viajes en 2020 (cambios anuales):



Visión de conjunto

Conocer a la perfección tu programa de viajes es imprescindible para estar preparado para cualquier crisis global. Esto, afortunadamente, es mucho más fácil ahora gracias al modo en el que podemos recopilar y analizar datos rápidamente para obtener las conclusiones necesarias. Con estos conocimientos, las empresas de viajes pueden mejorar la eficiencia de sus programas y ofrecer un mejor servicio a los viajeros. Pueden, por ejemplo, realojarlos inmediatamente en caso de emergencia u ofrecerles asistencia en caso necesario.

“Como gestor de viajes tienes que tener la visión total de tu programa”, insiste Johnson. “Necesitas datos contrastados que obtendrás mediante los canales de reserva adecuados u otros múltiples canales. Y hay que respaldar todo esto con una política de viajes seria. Es imperativo comunicar indicaciones sobre cómo ajustarse a las reglas. Con directrices claras en la política de viajes no hay lugar para la excusa de la ignorancia”, concluye Johnson.

Armados con estos datos clave sobre patrones de viaje, volúmenes y gastos, los compradores pueden obtener mejores condiciones de los proveedores, que se enfrentan a un retroceso de la demanda de plazas de avión o habitaciones de hotel. “Pase lo que pase, los aviones seguirán volando, los hoteles seguirán estando abiertos y la gente tendrá que seguir

haciendo viajes de trabajo. Esto nos ofrece oportunidades interesantes”, añade Johnson.

Retorno de la inversión

La inseguridad actual brinda además a los gestores de viajes la ocasión de mostrar su valor a las empresas. Los conocimientos proporcionados por los datos ayudan a ilustrar cómo los viajes pueden producir un retorno de la inversión positivo para el negocio, aún en tiempos en los que las compañías podrían estar tentadas de reducir los gastos de viajes.

“Los datos eliminan la necesidad de adivinar”, dice Johnson. “Los viajes se ven como un gasto, pero deberían verse como un generador de ingresos o un centro de beneficios. Los viajes son posibilitadores. Hasta ahora, la industria no ha sido capaz de constatar la rentabilidad de los viajes de trabajo de forma convincente. Ahora, podemos hacerlo gracias a los datos”, asegura Johnson. Se trata de ver el retorno de la inversión y el coste total del viaje. No es solo el precio del vuelo, sino el viaje de principio a fin y también el impacto humano. Todo esto no se puede cuantificar sin datos.

“Ahora se sabe mejor cómo el programa de viajes puede mejorar el retorno de la inversión. Hay que pensar también cómo los empleados pueden operar de forma productiva durante sus viajes de trabajo”, indica Johnson.



Una política de viajes más generosa empieza a verse, además, como un “diferenciador” a la hora de atraer y retener a los mejores y más brillantes empleados, sobre todo cuando factores como la descripción del puesto y el salario son semejantes. No merece la pena arriesgarse a perder empleados valiosos en favor de la competencia solo por ajustar políticas de viaje como respuesta a agitaciones pasajeras.

Benchmarking

Uno de los modos en los que el informe de previsión puede ayudar en el proceso de compra es permitiendo a sus clientes la comparación del tipo de aumento que podrían experimentar en sus regiones habituales de viaje, sus destinos y sus categorías en 2020. En Europa Occidental, por ejemplo, se espera un incremento de menos del 1 % en las tarifas aéreas y hoteleras y en los transportes terrestres. Además, el continente se enfrenta a “adversidades económicas y falta de confianza” en Alemania, su economía más fuerte, junto a los efectos negativos de las reivindicaciones laborales, las protestas por el cambio climático, las guerras comerciales, el aumento del precio del petróleo y el terrorismo.

En Norteamérica se espera que tanto las tarifas aéreas como los precios de hotel aumenten un 2,3 %, debido

al estable aumento de la economía estadounidense, más alto que en la región de Asia Pacífico.

También es importante compararse con los propios colegas en estos tiempos inestables, según Chris Pouney, de Severnside Consulting. “Compárate con otros gestores o compradores, especialmente en tu sector”, recomienda Pouney. “La industria ofrece vehículos excelentes para entrar en contacto con otros compradores en otros sectores. ¿Conoces a tus homólogos? En general es bueno discutir los enfoques generales con otros gestores de viajes”, explica Pouney.

Pase lo que pase, 2020 será una aventura interesante –aunque quizá con algunos sobresaltos– para cualquiera que gestione viajes. Pero hay modos de estar preparados e incluso de sacarle partido a este panorama mundial más que incierto. ■



Prepárate ya para el año que viene y descarga el informe de Previsión Global para el Sector de los Viajes 2020



Fotos: iStock (3)

TAP Corporate

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Haga negocio con sus viajes de negocio

El programa TAP Corporate en España suma ventajas para empresas.

- La empresa puede acumular saldo en euros al volar con TAP.
- El saldo podrá ser utilizado para adquirir servicios TAP como fast track, acceso a salas VIP o excesos de equipaje.
- Los colaboradores de la empresa continuarán acumulando millas en su programa TAP Miles&GO.

TAP First to fly A330neo-900 & A321LR
Confort y eficiencia al servicio del Cliente y del Medio Ambiente.

Salidas de Madrid, Barcelona, Bilbao, Alicante, Valencia, Málaga, Sevilla, Gran Canaria y Tenerife.
 Anunciada nueva ruta Santiago de Compostela-Lisboa para el próximo Verano 2020.



tapcorporate.com

AIRPORTUGAL

Las valoraciones de los hoteles, a debate

A la hora de elegir el mejor hotel para un viaje de trabajo, a veces nos limitamos a leer rápidamente un par de páginas de valoraciones. Sin embargo, conviene ser más cautos.

TEXTO: Vicki Sussens

Todos lo hemos visto en televisión: un grupo de periodistas investiga de incógnito las contradictorias valoraciones de cinco estrellas y de una estrella de un hotel. Averiguan que las cinco estrellas procedían de opiniones compradas mientras que las valoraciones negativas reflejaban fielmente la realidad. Tras "muy limpio" se ocultaban baños mohosos y almohadas empapadas en sudor. Un reportaje así puede resultar muy esclarecedor. Las valoraciones compradas suenan auténticas, y quienes las escriben lo hacen para todas las páginas conocidas.

Las valoraciones son fundamentales para los viajes de negocios. El 53 % de los viajeros afirma no reservar un hotel si no tiene opiniones, según datos de Phocuswright. Pero si no se puede confiar en los comentarios, ¿cómo puede un gestor de viajes o un viajero de trabajo sacar el mejor ROI del hotel elegido? Y es que una estancia confortable en un lugar céntrico, seguro y con todas las comodidades que necesitan los viajeros de negocios puede ser esencial para el éxito de un viaje de trabajo.

Uno puede, por supuesto, comprobar las valoraciones de los hoteles por si hay algo extraño. Por ejemplo,

cuál es la proporción de una a cinco estrellas, o si se trata de una opinión detallada o está cuajada de trivialidades que indican que el autor nunca ha estado allí. Mucho ojo con las valoraciones llenas de superlativos.

Estos autores comprados no solo escriben valoraciones positivas para sus clientes sino también comentarios negativos para los competidores de estos. Sí, las valoraciones compradas son un gran negocio y los gestores de viajes tienen que estar muy atentos cuando seleccionan un hotel. Desconfía de los comentarios llenos de detalles técnicos que suenan más a nota de prensa que a experiencia de viaje. Las repeticiones de textos pueden también ser indicativas de que las empresas incentivan a sus clientes para que escriban valoraciones buenas.

Confía en tus colegas

Con el fin de ayudar a los clientes a elegir el mejor alojamiento, RoomIt by CWT ofrece una página propia de valoraciones de hotel. Esta web, solo disponible para los clientes de CWT, permite a los viajeros de negocios compartir con colegas valoraciones de hoteles y comentarios en un sitio seguro. RoomIt ha

Fotos: iStock (16)

reunido ya millones de opiniones de viajeros de trabajo, de modo que tus empleados ya no tendrán que preocuparse de si las valoraciones que ven han sido compradas o se refieren a viajes de ocio. En su lugar, solo se les ofrecen comentarios fiables y relevantes.

El mayor beneficio, sin embargo, es que proporciona a los gestores y compradores una fuente única de comentarios de viajes y valoraciones de hoteles. Así pueden gestionar mejor su programa corporativo de hoteles, disponen de una poderosa herramienta para negociar con los proveedores, reciben directamente el 'feedback' sobre la seguridad de los hoteles con los que trabajan y crean un importante almacén de información sobre lo que los viajeros de trabajo necesitan exactamente en un hotel.

Cuestiones importantes al reservar un hotel

- ¿Responde el lugar a las necesidades de este viaje de negocios?
- ¿Es un hotel seguro en cuanto a incendios, amenaza terrorista, delincuencia, hurtos por parte del personal o catástrofes naturales?
- ¿Está cerca de medios de transporte público?
- ¿Ofrece gimnasio, alquiler de ropa de deporte u otros servicios deportivos?
- ¿Tiene un servicio 24 horas de cafetería o supermercado para los viajeros que llegan muy tarde o muy temprano y no quieren hacer gasto en el servicio de habitaciones?
- ¿Ofrece conexión a Internet propia, privada y suficientemente segura?
- ¿Es un establecimiento especializado en satisfacer las necesidades concretas de los viajeros de trabajo?



Nueva York ofrece numerosas opciones para comer fuera, desde los mejores restaurantes a puestos callejeros.

Un Nueva York más asequible

De la ciudad de Nueva York se suele decir que es cara y está llena de gente. Pero si se opta por un alojamiento fuera del centro de Manhattan, las cosas pueden ser diferentes.

TEXTO: Jonah Haskell

Para nadie es una novedad que Nueva York no es precisamente asequible. Así, cuando el informe de ECA International declaró la Gran Manzana como el destino más caro del mundo para viajeros de trabajo, apenas hubo quien se sorprendiera.

ECA Internacional ofrece datos sobre salarios, coste de vida, impuestos y otros criterios para las personas y empresas que trabajan en el ámbito internacional. Según su informe, pasar un día en Nueva York por trabajo le cuesta a un viajero de negocios típico un promedio de 800 dólares, superando así al segundo destino más caro de la lista, la suiza Ginebra, por 80 dólares diarios. Núcleo de finanzas, bancos, educación, servicios médicos y comunicaciones, Midtown Manhattan en Nueva York es el mayor distrito central económico del mundo, y acoge las sedes de algunas de las empresas más grandes. Y, por supuesto, en Lower Manhattan se encuentra la bolsa de valores más grande del mundo, Wall Street.

La ciudad de Nueva York es uno de los destinos más visitados de todo el mundo. En 2018, estableció un récord al recibir 62,5 millones de visitantes. Entre ellos 13,6 millones eran viajeros internacionales, de los cuales 1,24 millones procedían de Gran Bretaña y 1,1 millones, de China. Y ahí está el problema. NYC & Company, la organización de turismo oficial de la ciudad, anunció recientemente que los cinco distritos de la ciudad tan solo ofrecían unas 120 000 habitaciones de hotel en mayo de 2019. Es decir, que hay demasiada gente y muy pocas habitaciones. ¿El resultado? Elevados precios de hotel. La pesadilla de todo gestor de viajes.

Casi en todos los destinos de viajes de trabajo, el alojamiento suele constituir el coste más elevado del viaje. En Nueva York, esta posición puede suponer más del 60 % del total. Según ECA International, el precio medio de un hotel de cuatro estrellas en la ciudad asciende a la cifra astronómica de 512 dólares por noche. En comparación, el precio medio en Hong Kong sería de 286 dólares, en el centro de Londres, de 326, en Ginebra, de 379 y en Berlín solo de 189.

Las preguntas que se plantean todos los que visitan la Gran Manzana son si tiene que ser tan caro, si se puede disfrutar de una visita memorable y garantizar al mismo tiempo el retorno de la inversión y si se puede evitar la sensación de estar saliéndose de un presupuesto razonable.

Demasiada gente y muy pocas habitaciones. ¿El resultado? Elevados precios de hotel. La pesadilla de todo gestor de viajes.

Sí, los hoteles a las afueras de Manhattan donde los viajeros de trabajo suelen quedarse son una buena opción para evitar alojamientos costosos y tranquilizar a los gestores de viajes. Y si no quieres aventurarte fuera de la isla, prueba con el Lower East Side, un distrito vivo con numerosos hoteles convenientes para los viajeros de negocios. Esta zona está además muy bien situada, a lo largo del East River y entre el distrito financiero y Midtown.

Brooklyn, que desde la crisis financiera de 2009 se ha desarrollado de forma reseñable como centro de negocios y tecnología, constituye igualmente una buena alternativa. En junio de 2018, un informe de la oficina del New York State Comptroller indicaba que el número de empresas en Brooklyn había aumentado en un 32 % desde entonces, "más rápido que en los otros cuatro distritos", incluido Manhattan. Esto es "casi el doble que el promedio total de la ciudad". Compañías de renombre como Vice Media y Etsy tienen sus sedes centrales en este barrio neoyorquino. »



Citi Field, en Queens, es el hogar de los New York Mets, el equipo de béisbol de la MLB.

Downtown Brooklyn es el mayor distrito comercial central de la ciudad y se encuentra justo al otro lado del río desde el distrito financiero, es decir, está más cerca de Wall Street que Midtown. El Brooklyn Tech Triangle, enmarcado por los barrios de Downtown Brooklyn, el Brooklyn Navy Yard y el DUMBO (Down Under the Manhattan Bridge Overpass) acoge más de 1300 empresas de tecnología. Muchas otras pequeñas 'start-ups' y marcas ya establecidas han optado por este lugar para instalarse, desde el conocido productor de podcasts Gimlet Media hasta Kickstarter.

Experiencia cultural

Reservar habitación en Brooklyn o en Queens, por ejemplo, no significa tener que renunciar a eventos culturales o buenos restaurantes. Los Brooklyn Nets, de la liga NBA de baloncesto, y los New York Islanders, de la liga NHL de hockey sobre hielo, juegan en el Barclays Center en Downtown Brooklyn. Y Citi Field, en Queens, es el hogar de los New York Mets, el equipo de béisbol de la MLB.

Brooklyn cuenta con una activa escena de música y arte independiente, además de una creciente actividad teatral 'off-Broadway'. Asimismo, los barrios Williamsburg y DUMBO son muy populares por su vida nocturna. Aquí puedes visitar la galería de arte Figureworks, ver una obra de teatro en el Brick Theater o asistir a un espectáculo de 'indie rock' en lugares como The Knitting Factory o Baby's All Right. Tanto en el alojamiento como en los eventos culturales o musicales, aquí encontrarás muchas más posibilidades de evitar las grandes masas de gente y los astronómicos precios de Manhattan.

Este barrio periférico tiene además un elevado índice de inmigrantes, por lo que ofrece una amplia gama de alternativas gastronómicas de gran calidad de todas las nacionalidades, igual que muchos otros distritos. Gran Electrica, en DUMBO, es conocida por su cocina regional mejicana, Sage, en Williamsburg, sirve los mejores platos tailandeses acompañados de jazz en vivo, y Sottocasa hace en su local de Downtown



Inaugurado en 2004, el café Marlow & Sons es ya un clásico en la escena de Williamsburg. Ofrece tanto pequeños tentempiés como platos abundantes.



Los visitantes no necesitan alojarse en los lugares más típicos para disfrutar de su estancia en Nueva York.



Moverse por la ciudad

Los taxis y vehículos VTC pueden ser caros, y los precios aumentan desde que el gobierno del estado de Nueva York instaurara en febrero pasado un recargo por atasco de 2,75 dólares por coche a todos los servicios de coches en casi todo Manhattan. El tráfico parado sigue siendo habitual a pesar de ello, sobre todo en Midtown, y puede hacer que este no sea un medio fiable según la hora del día.

Hasta cierto punto, el mejor medio de transporte de la ciudad es el metro. Cuesta solo 2,75 dólares y una vez dentro puedes viajar a cualquier estación de la ciudad sin coste adicional. La red de metro cubre casi toda Nueva York y millones de personas lo utilizan cada día para desplazarse por la ciudad. Constituye un buen medio para llegar hasta Manhattan si uno se aloja en Brooklyn o en Queens, reduce costes y es rápido, permitiendo cruzar el río en menos de 20 minutos con casi todas las líneas. Sin embargo, conviene no olvidar que los viejos sistemas de metro, que entraron en servicio en 1904, empiezan a fallar bajo la carga de 5,5 millones de viajeros en un día laboral. Con frecuencia, los trenes y las estaciones están extremadamente llenos en las horas punta, y ciertos incidentes relacionados con una señalización del siglo pasado pueden provocar retrasos. Una parte de la recaudación del anteriormente mencionado recargo por atasco estaría destinada a realizar mejoras y reparaciones, si bien cabe esperar que los efectos no sean inmediatos. Por si acaso, conviene prever algo más de tiempo – aunque sea para retrasos menores– a la hora de tomar el metro.

La bici también es una opción. Hay aparcamientos de Citi Bike cada varias manzanas por toda la ciudad, lo que permite a los visitantes alquilar uno de estos vehículos por poco dinero y de forma fácil. Un billete de 24 horas cuesta 12 dólares y permite un número ilimitado de desplazamientos de hasta 30 minutos. Después, la bici se puede dejar en cualquiera de los aparcamientos de Citi Bike, independientemente de dónde se haya tomado. También hay un billete para tres días por 24 dólares. Las vías para bicicletas son bastantes comunes en la ciudad, pero pueden verse obstruidas por el tráfico y ser peligrosas en hora punta. Y, como en cualquier otra ciudad, el tiempo atmosférico es un factor a tener en cuenta.

Fotos: Alamy (3), iStock (6), Shutterstock

Cinco consejos buenos para tu bolsillo



- 1** Banco de la Reserva Federal. Uno de los 12 repartidos por el país en los que los visitantes pueden hacer una visita gratuita y ver monedas especiales y aprender algo sobre la historia de este banco.
- 2** Biblioteca Pública de Nueva York. Aquí encontrarás como mínimo paz y tranquilidad. Pero también puedes realizar una visita guiada de este majestuoso edificio de forma gratuita.
- 3** High Line. Estas líneas de ferrocarril elevado abandonadas tienen una longitud de unos 2,3 kilómetros y desde su renovación en 2009, millones de personas las han recorrido ya. El camino está flanqueado a ambos lados por vegetación y plantas, y desde esta antigua zona industrial, el visitante puede disfrutar de las vistas al Río Hudson y a la ciudad de Nueva York, y de numerosas obras de arte urbano a lo largo del paseo.
- 4** Flushing Meadows-Corona Park. Situado en Queens, cerca del aeropuerto de LaGuardia, este es el cuarto parque más grande de Nueva York y acogió las Exposiciones Universales de 1939 y 1964. Hoy alberga el estadio Citi Field, donde juegan los New York Mets, y el Billie Jean King National Tennis Center, donde cada año se celebra el torneo de tenis US Open. En este parque están también el Queens Zoo y el Queens Museum of Art, gratuito, además de extensas zonas verdes.
- 5** Chelsea. Numerosos museos ofrecen entrada gratuita un día o una noche al mes. Sin embargo, también hay extraordinarias galerías que siempre son gratis. De camino a Chelsea encontrarás algunas de las mejores, como la Petzel Gallery, las galerías de David Zwirner y de Elizabeth Dee, y la galería de arte moderno Gagosian.

Brooklyn una de las mejores pizzas de la ciudad. Si lo que te apetece es cocina tradicional del país, Marlow and Sons, en Williamsburg, trabaja con ingredientes frescos de la granja en un menú que varía a diario.

No tiene que costar una fortuna

No cabe esperar que los costes de un viaje de negocios a Nueva York disminuyan de forma drástica en un futuro próximo, ni que lleguen a aproximarse a los niveles de Londres, Berlín u otras ciudades europeas. Pero si el viaje se organiza con un poco de previsión y astucia, no tiene por qué costar una fortuna.

Por eso, si bien Nueva York siempre será caro, no tiene que acabar con los presupuestos de viajes o con la moral de los gestores responsables. Durante la pasada década, los negocios y la vida social de la Gran Manzana se han expandido con éxito hacia los extrarradios de Manhattan. Busca alojamiento en estas zonas, restaurantes de calidad y actividades culturales. Verás que así un viajero de negocios tiene muchas opciones para explorar una Nueva York diferente y asequible, y para garantizar un retorno de la inversión inteligente en los gastos de viajes de negocios de la empresa.



1



2



3



4



5

'Apps' que ahorran tiempo

Pese a todas las ventajas que nos aporta, la nueva tecnología resulta a veces una distracción. Con estas 'apps', sin embargo, podrás organizarte mejor y ahorrar tiempo.

TEXTO: Paul Wheatley



Swiftkey

¿Qué es? Un teclado que aprende y corrige.

La inteligencia artificial ha posibilitado importantes innovaciones y Swiftkey es una de ellas. Creado por TouchType y adquirido por Microsoft en 2016 por 250 millones de dólares, este teclado virtual aprende de tus escritos y es capaz de corregir y predecir tu próxima palabra. Swiftkey se postula como la 'app' perfecta para quienes encuentran difícil escribir en un teclado tan pequeño o hacerlo sin cometer faltas.

Precio: gratis (compras de pago dentro de la 'app').



Toggl

¿Qué es? Una herramienta de gestión del tiempo.

Todos conocemos la situación: una larga lista de tareas por acabar y, sin darte casi cuenta, se te ha ido la mitad del día y no sabes en qué. Con un solo clic, Toggl cronometra tus tareas, tu navegación en Internet y te recuerda su existencia si has olvidado ponerlo en marcha. Lo puedes integrar en tu calendario y te rinde cuenta de todo, de modo que puedes ver en qué has invertido tu valioso tiempo.

Precio: gratis (compras de pago dentro de la 'app').

3



Freedom

¿Qué es? Impide que las distracciones te distraigan. A la gente muy ocupada a veces le falta el tiempo para hacer todo lo que tiene que hacer. Y en la era de las redes sociales, estamos rodeados de distracciones. Aquí es donde interviene Freedom. Bloquea todos esas redes sociales, páginas de compras online y otras aplicaciones difíciles de ignorar para ayudarte a concentrarte en tu trabajo.

Precio: Gratis (compras de pago dentro de la 'app').

5



Evernote

¿Qué es? Un cuaderno virtual de notas con funciones añadidas.

Evernote es ya una aplicación veterana, pero sigue contándose entre las más populares y mejores de su clase. Los usuarios toman notas, fotos, memos de voz, etc., y la aplicación las sincroniza en todos sus aparatos. Además, Evernote incluye ahora entre sus funciones la gestión de proyectos, reuniones o fechas de entrega.

Precio: gratis (compras de pago dentro de la 'app').



myCWT

¿Qué es? Una herramienta para simplificar los viajes corporativos a viajeros y organizadores de viajes.

myCWT ofrece a los viajeros una selección de vuelos y hoteles entre los que reservar, acorde a sus preferencias y a la política de viajes de su empresa, para que no tengan que pasar horas comparando ofertas en la web. Además, los usuarios reciben actualizaciones y alertas sobre sus itinerarios para evitarles problemas y pérdidas de tiempo. Los organizadores y secretarías pueden reservar hoteles para hasta 25 colegas así como gestionar sus itinerarios de viaje.

Precio: gratis.



Bizum

¿Qué es? Un sistema de pago inmediato.

Bizum es un sistema de pago de cuenta a cuenta a través de móvil que permite enviar y recibir fondos en tiempo real. Disponible en las 'apps' de más de 20 bancos que operan en España, permite realizar pagos entre particulares, donaciones a ONGs y compras online, al conectar las cuentas bancarias de los clientes vinculándolas a sus números de teléfono móvil y sin necesidad de usar códigos IBAN.

Precio: gratis.



Disparo de salida para Cortina 2021

Enmarcado en el espectacular paisaje del norte de Italia, el Mundial de Esquí Alpino en 2021 está llamado a convertirse en el motor económico de toda una región. CWT Meetings & Events es uno de los colaboradores de este gran evento.

TEXTO: Paola Olivari

Seiscientos esquiadores de setenta naciones compiten durante catorce días por once títulos mundiales. Alrededor de 120 000 espectadores seguirán el evento en vivo, 500 millones lo harán desde sus televisores, acompañados por millones de posts en los medios sociales por todo el mundo. Los preparativos para el Mundial de Esquí Alpino 2021 en la ciudad italiana de Cortina están en su fase álgida y CWT Meetings & Events participa en ellos activamente como socio estratégico en la gestión de eventos.

Un legado positivo

Bajo el lema #roadtoCortina2021, la "Reina de las Dolomitas" prepara sus pistas e instalaciones deportivas para este importante evento deportivo. Alessandro Benetton, presidente de la Fondazione Cortina 2021, lo explica así: "Cortina 2021 es un importante desafío al que nos enfrentamos con la máxima entrega. Queremos que el evento sea un éxito y hemos puesto nuestro corazón en el proyecto. Para mí, el deporte simboliza ante todo la pasión y la transmisión de valores positivos. Pero Cortina 2021 es, además, un gran espectáculo y con ello una plataforma para el desarrollo económico de la región".

Centrados en la sostenibilidad

La Fondazione Cortina 2021 se concentra especialmente en la juventud local. Desea dejarle un legado positivo en el ámbito del empleo y la economía. Otro foco de atención es la sostenibilidad: "El Mundial se celebrará bajo medidas establecidas para minimizar el impacto ecológico. Uno de los objetivos principales es la rigurosa reutilización de materiales", indica Benetton. Una de las promesas en el ámbito de la sostenibilidad es la colaboración con socios como CWT Meetings & Events, que garantizan el cumplimiento de los criterios de la certificación ISO 20121.

"Estamos orgullosos de ser uno de los referentes en la organización de eventos sostenibles como este mundial", afirma Raffaele Calia, director de ventas y marketing en CWT Meetings & Events. Calia está convencido de que "el deporte tiene que seguir desarrollándose. Trabajamos en los ámbitos de integración, integridad, gestión responsable y transparencia para confeccionar eventos sostenibles satisfaciendo las necesidades de todos los grupos de interés", apunta.

El Campeonato Mundial de Esquí Alpino se celebrará del 9 al 21 de febrero de 2021. El descenso de mujeres tiene casi 3000 metros, con una caída vertical de 765 metros. El descenso de los hombres tiene 3080 metros, con una caída vertical de 825 metros.

Junto con la Asociación de Hoteles de Cortina, CWT Meetings & Events es responsable de la logística y el alojamiento. Además, se están creando diversos paquetes de actividades B2C y B2B con el fin de poder ofrecer a cualquier interesado la posibilidad de organizar su propio evento en el marco del Mundial de Esquí Alpino. "Vemos en estos mundiales la posibilidad de promocionar Cortina en el ámbito internacional", explica Lorenzo Tardini, director de ventas y marketing de la Fondazione Cortina 2021. La cooperación con un socio "con la experiencia de CWT Meetings & Events nos ayudará a organizar el alojamiento de los visitantes y a gestionar y expandir las posibilidades que podemos ofrecer a la industria de los eventos", concluye Tardini.

Nuevos servicios y posicionamiento

Para Tardini, Cortina es en sí misma una marca poderosa, pero el turismo ya no es suficiente. En su opinión esta región de esquí tiene que adaptarse a las exigencias actuales y ofrecer un espectro de servicios renovado. "El objetivo es mantener la infraestructura y los conocimientos aptos para el futuro, para que tanto patrocinadores como empresas nacionales e internacionales puedan celebrar aquí sus eventos. Antes, durante y después de las competiciones", señala Tardini.

Se espera, pues, poder utilizar el gran evento deportivo como catalizador para una nueva era. Mientras se prepara para el Mundial de 2021, Cortina tiene ya en mente los Juegos Olímpicos de 2026, que se celebrarán en Milán y Cortina. Un segundo evento deportivo de mayor envergadura y nuevos desafíos para CWT Meetings & Events.

Fotos: imago images/Eibner Europa, imago images/GEPA pictures

Tus próximos eventos, en Cortina

Ante el magnífico paisaje natural de Cortina y con la emoción del Mundial de Esquí Alpino, los eventos corporativos en la zona están destinados a ser un éxito.

Imagina la magia de una noche bajo las estrellas con un astrónomo en el observatorio Helmut Ullrich, la adrenalina de un viaje nocturno en tobogán o la sensación ancestral de una procesión con antorchas. Imagina un día de "team building" en la nieve, la emoción de capturar en una foto un ciervo o un corzo, un momento distendido después de una reunión de empresa charlando con los bármans que inventaron algunos de los cócteles más populares del mundo, como el Puccini o el Kremlin. O disfruta de un evento con uno de los grandes campeones del pasado, como el famoso esquiador Kristian Ghedina, nacido en Cortina, por ejemplo.

Desde la hospitalidad de los hoteles de la zona hasta las experiencias emocionales particulares, Cortina ofrece una gama ilimitada de posibilidades. Magnífica de día y evocadora de noche, esta ciudad italiana puede ser el escenario de reuniones y eventos que dejen huella.

El equipo de CWT Meetings & Events en España puede ayudarte a organizar tus eventos en cualquier rincón del mundo, al ser parte de una red global de expertos en el sector MICE. Descubre lo que CWT M&E puede hacer por ti en www.cwt-meetings-events.com/es/es/



IA, una nueva forma de inteligencia

Actualmente la inteligencia artificial sigue teniendo algo de enigma. El interés es más que palpable y mucha gente se pregunta cómo va a revolucionar el negocio de los viajes.

TEXTO: Nick Easen

“Aunque actualmente se le está dando mucho bombo al tema de la inteligencia artificial, sí es cierto que algunas aplicaciones de esta tecnología pueden resultar un gran filón”, explica Jan Latenstein, vicepresidente de Gestión y Ventas de Programas Multinacionales de EMEA en CWT. Y es que este término podría introducir un nuevo nivel de inteligencia en el mundo de la gestión de viajes. Cuando las máquinas puedan pensar por sí mismas y sean capaces de mejorar los procesos con un cierto nivel de intelecto, cambiarán las reglas del juego. Por eso CWT está invirtiendo en ello.

“El concepto es más simple de lo que parece. En resumen, la inteligencia artificial puede tomar decisiones que simulan las del cerebro humano cuando aprende. Es muy diferente a muchos de los algoritmos que utilizamos hoy en día, que tan solo son complejas instrucciones que le indican al ordenador lo que tiene que hacer”, continúa Latenstein.

La inteligencia artificial surgió hace unos años y comienza ahora a funcionar sola, dado que las empresas incorporan la tecnología correspondiente y empiezan a darse cuenta de su potencial. Su

popularidad crece a medida que las aplicaciones son más prácticas y asequibles. Según el McKinsey Global Institute, en 2030 el 70 % de las empresas habrá adoptado al menos un tipo de tecnología con IA.

Y con el tiempo, podría convertirse en un factor de cambio significativo, ya que la tecnología avanza con rapidez en otros sectores, desde los viajes de ocio hasta la manufactura. “La IA está presente ya en la economía y la sociedad, y será cada vez más poderosa y efectiva”, admite Julian David, director general de TechUK. “No existe de forma aislada, sino que podemos servirnos de ella para nuestro propio beneficio. Su influencia está transformando también las expectativas de los viajeros de negocios”, concluye David.

Hora de mejorar nuestra inteligencia

Ahora mismo, el objetivo de la IA en el ámbito de la gestión de viajes es ayudar a la gente a tomar decisiones mejores y más formadas sobre cómo reservar sus viajes de trabajo. Evidentemente, a la hora de confeccionar programas de viajes, la IA puede incidir sobre el retorno de la inversión.

“Se trata de crear la mejor experiencia posible y de aumentar el valor en el proceso. La IA no pone en peligro puestos de trabajo. Al contrario, nuestros consultores se alegran de poder utilizarla. Se trata de

encontrar el modo óptimo de fundir las tareas automatizadas y la interacción humana sirviéndose de la inteligencia artificial”, subraya Latenstein.

Y luego tenemos a Reece. Este ‘chatbot’ inteligente y aplicación de mensajería de myCWT aprende de lo que se le pregunta vía texto y sabe cuándo poner al cliente en contacto con un consultor humano. Es un sistema híbrido que optimiza el tiempo del consultor en el proceso. Así, se complementa la IA con la intervención humana para crear un servicio que beneficia al cliente al mismo tiempo que ahorra costes. »

IA en la industria de los viajes

La inteligencia artificial se utiliza también en otros ámbitos dentro de la industria de los viajes. KLM está desarrollando un robot llamado Care-E que acompaña al viajero a su puerta de embarque y le lleva el equipaje. El aeropuerto de Fráncfort se sirve de la IA para predecir las llegadas de los aviones y el aeropuerto Changi de Singapur la utiliza para reconocer y monitorizar incidentes de seguridad. Marriott, por su parte, colabora con Samsung para utilizar pequeños objetos inteligentes con IA embebida en las habitaciones de hotel, por ejemplo un asistente virtual que te despierta a la hora deseada o abre la ducha a la temperatura convenida.





El motor IA ofrece al cliente opciones basándose en demandas, reservas y selecciones pasadas.

Esto llega en un momento en el que la comunicación digital es el medio preferido por los viajeros. Según un reciente estudio de CWT, el 69 % de los viajeros de negocios prefiere utilizar la tecnología para reservar sus vuelos en lugar de solicitárselos a una persona. La IA favorece esta tendencia.

La IA, cada vez más personal

Los consultores de viajes de CWT utilizan también la inteligencia artificial para optimizar su actividad, reduciendo lo que el cliente va a pedir cuando se ponga en contacto con ellos. Las demandas se pueden gestionar así de modo más inteligente. El motor IA ofrece al cliente opciones basándose en demandas, reservas y selecciones pasadas.

“La IA crea además un circuito de ‘feedback’ positivo. Cuanta más información recoge, más inteligente se vuelve y más puede ofrecer a sus clientes”, afirma

Latenstein. “Nuestro lema es simplificar los viajes de negocios. La IA lo hace al dar a los clientes opciones más personalizadas”, continúa. El nivel de personalización de la IA no tiene tanto que ver con ‘upgrades’ y servicios adicionales. Se centra más en entender a la perfección las preferencias y el comportamiento de los viajeros con el fin de ofrecerle servicios relevantes en tiempo real. También permite ofrecer una experiencia a la medida de cada persona, incluido un mejor servicio al cliente.

Además, Reece puede ahorrar tiempo a los consultores con cuestiones rutinarias que pueden ser automatizadas, como buscar vuelos, hoteles o transporte por carretera. “La evolución de la IA puede hacer innecesarias estas tareas”, explica Darrel West, director fundador del Centro para Innovación Tecnológica en Brookings.

Apoyarse en los datos

El elemento más importante para el desarrollo de la IA son los datos. Es imprescindible una cantidad

suficiente de datos (Big Data) para poner a prueba y desarrollar la IA de forma efectiva. Aquí es donde las grandes empresas de gestión de viajes tienen ventaja sobre las ‘startups’. CWT por ejemplo procesa al año 330 millones de transacciones.

“Estos datos nos permiten obtener una visión integral del cliente. Estamos empezando a reunirlos ahora. La IA desarrolla todo su potencial cuando se puede aplicar a la totalidad del viaje del cliente. No obstante, aún nos enfrentamos a ciertos desafíos. Hay que integrar todos los sistemas ‘back-office’ y todavía existen silos de datos”, reconoce Latenstein.

“Ahora contemplamos los datos más allá de la industria de los viajes. Nos interesan también datos de recursos humanos, de pago, etc. Los estamos recopilando para sacarles partido. La IA puede ayudarnos. Por ejemplo, sería interesante saber si existe una relación entre muchos viajes de trabajo y bajas por enfermedad. Si así fuera, podríamos darle una nueva interpretación al retorno de la inversión

Fotos: iStock (2)

El hombre frente a la máquina

Un informe de CWT muestra que:

69 % de los viajeros de negocios prefiere reservar sus vuelos de forma digital a tener que dirigirse a una persona para ello.

68 % prefiere sacar su tarjeta de embarque de forma digital.

78 % prefiere reservar sus hoteles de forma digital.

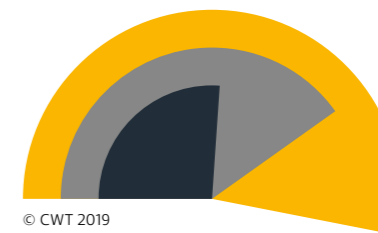
71 % prefiere reservar transportes terrestres de forma digital.

46 % de los viajeros prefiere hablar con una persona cuando va a registrarse en su hotel o cuando hacen el ‘check-out’ (51%).

© CWT 2019

¿Quién prefiere reservar sus viajes a través del móvil?

Porcentaje de viajeros que prefieren reservar a través de sus teléfonos



El 53 % de viajeros en la región de Asia Pacífico.

El 40 % de los viajeros en el continente americano.

El 26 % de los viajeros europeos.

© CWT 2019

del negocio y a la política de viajes. Todo consiste en dar sentido a los gastos de viajes”, concluye Latenstein.

Un ejemplo de este enfoque es AnswerIQ, la plataforma de CWT que permite a los gestores de viajes realizar sencillas búsquedas dentro de grandes bloques de datos de viajes propios. La IA permite adaptar y mejorar las funciones de búsqueda y aprende con cada nueva petición, de modo que, con el tiempo, los resultados se vuelven más intuitivos y personalizados.

¿Qué nos depara el futuro entonces? La analítica predictiva es clave cuando se utiliza IA y funciona en tiempo real para hacer predicciones sobre planes de viaje relevantes. Se está utilizando para realizar un seguimiento de las tarifas y confeccionar un análisis predictivo de precios. Algunas ‘startups’ lo están usando para predecir retrasos en los vuelos. “Se trata de desvelar nuevas oportunidades. Y esto es solo el principio”, afirma Latenstein. ■



Strasbourg

Mercadillos de Navidad especiales

Los mercadillos de Navidad son tan típicos de esa época del año como el Belén o el turrón. Desde Praga hasta Barcelona, aquí te presentamos cinco dignos de visitar.

TEXTO: Paul Wheatley

La herencia del Rey Wenceslao

Numerosos mitos y leyendas rodean la figura del Rey Wenceslao de Bohemia. Una de ellas cuenta la historia de su marcha por la nieve. Hasta el día de hoy esta narración despierta entre los checos sentimientos navideños. Quizás por ello, el mercado navideño de Praga se celebra en la Plaza de Wenceslao. Los visitantes se reúnen aquí para disfrutar de un vino caliente, galletas navideñas y platos tradicionales húngaros, mientras los puestos bellamente decorados ofrecen cerámica y bisutería. Y todo ello ante el fantástico decorado del Museo Nacional y la Ópera de Praga.

Sugerencia: visita también el mercadillo navideño junto al Castillo de Praga para disfrutar de una vista espectacular sobre la ciudad. czechtourism.com/sp/n/christmas-market/

Praga

Tradición navideña desde 1570

La tradición desempeña un papel muy importante en muchos mercadillos navideños. Sin embargo, solo unos pocos en todo el mundo son más antiguos que el de Estrasburgo. Sus orígenes se remontan a 1570 y se le conoce con gran orgullo como el 'mercado navideño más antiguo de Francia'. El 'Christkindelsmärik' se celebra en la Place Broglie y en la Plaza de la Catedral, y ofrece, entre otras cosas, una pista de hielo y más de 300 puestos que atraen a los visitantes con comidas navideñas tradicionales y vino caliente.

Sugerencia: el 'Off-Markt' es la variante alternativa de Estrasburgo. Este mercado se ha especializado en sostenibilidad, alimentos ecológicos, muebles 'vintage' y arte original. noel.strasbourg.eu

¡Bones Festes en Barcelona!

Seguro que Barcelona no es la primera ciudad que se le ocurre a uno al pensar en los mercadillos navideños. Y, sin embargo, desde 1786 se celebra aquí cada 13 de diciembre la Fira de Santa Llúcia, la Fiesta de Santa Lucía, en el mercadillo de Navidad junto a la Catedral que da comienzo a finales de noviembre. Hoy es uno de los numerosos mercadillos de la ciudad y la región, y está acompañado de diversos eventos y especialidades locales.

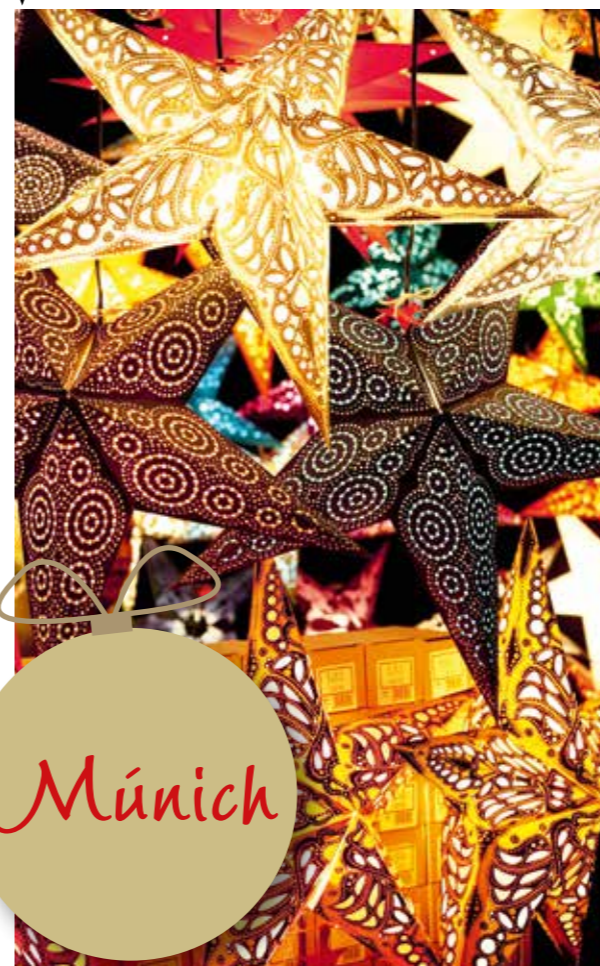
Sugerencia: también junto a la Basílica de la Sagrada Familia se encuentra uno de los pequeños mercadillos navideños de la ciudad. barcelonaturisme.com/wv3/es/

Mercado artístico de Múnich

No es casualidad que gente de todo el mundo vaya al centro de Múnich para admirar su extraordinario mercadillo navideño. Pero, quien conoce bien la capital de Baviera visita necesariamente el entrañable mercadillo navideño de Schwabing, que fue fundado en 1976 y acoge desde entonces a los artistas más creativos. Desde bisutería artesanal hasta estatuas gigantes, sin olvidar el excepcional vino caliente y varias delicias culinarias.

Sugerencia: en la gran carpa se exponen obras de arte de gran tamaño de unos 20 artistas de la región. Y justo al lado hay un camino de esculturas con obras de arte al aire libre. schwabingerweihnachtsmarkt.de/en/

Fotos: iStock (2), Alamy (2), theBfcm



Múnich



Barcelona



Birmingham

Navidades alemanas en Birmingham

Mucha gente asocia los mercadillos de Navidad con la tradición alemana, y la ciudad británica de Birmingham también. Así, cada año se celebra el Birmingham's Frankfurt Christmas Market en honor a su original alemán. Está considerado como el mercado de Navidad más grande fuera de Alemania y Austria, y ofrece a sus visitantes desde almendras garrapiñadas, típicas salchichas alemanas o artesanía en cuero hasta las más delicadas bolas de cristal. Todo lo que se puede desear en Navidad.

Sugerencia: disfruta de una taza de vino caliente alemán y un trozo de 'stollen', un dulce navideño alemán de receta tradicional. www.thebfc.com.uk/



Invierte en ti mismo y cuídate

Una agenda apretada y viajes constantes pueden robarle a uno toda la energía. Sin embargo, con un plan adecuado se puede estar fresco y concentrado en todo momento.

TEXTO: Vicki Sussens

¿Cómo se puede maximizar la interconexión en una conferencia? ¿Cómo se puede sacar el máximo partido a las sesiones? No te excedas, cuídate. Planea momentos para ti, y planifícate bien. Sacarás más partido a todo, estarás más abierto a los demás y llegarás a casa lleno de inspiración. Te mostramos cómo.

Prepárate bien

Escoge sesiones participativas, talleres o discusiones en grupo. Cuanta más interacción y más opiniones, mayor será tu implicación. Asegúrate de sacar el máximo partido a uno o dos eventos de calidad en lugar de estar en todas partes y acabar demasiado agotado como para aprovechar nada.

Toma notas

Tomar notas te ayudará a escuchar con mayor atención y recordar después ideas que querías profundizar. Además, podrás utilizarlas para conectar con otros. Preguntar sobre una idea concreta es una buena forma de entablar conversación.

Aminora la marcha

Acabas de llegar. Tras de ti, una agenda frenética. Tómate un momento para ti. Un par de minutos de yoga o de meditación en tu habitación. O un entrenamiento rápido en el gimnasio del hotel. Incluso dar simplemente una vuelta a la manzana puede ayudarte a refrescar la cabeza. O, si hay una sesión a la que no vas a acudir, aprovecha y vete a correr (algunos hoteles alquilan ropa de deporte). El ejercicio y el cambio de entorno te

ayudarán a digerir lo que has escuchado y te permitirán llegar regenerado a la siguiente sesión.

Come bien

Esto no significa comer lo que haya y confiar en retomar los buenos hábitos cuando vuelvas a casa. Haz un desayuno rico en proteínas que te proteja de los ataques de hambre. Lleva tentempiés saludables para tomar entre horas y alimentar tu sistema nervioso y mantén constante el nivel de azúcar en sangre. Reduce el alcohol y bebe agua a todas horas.

Cuida también tu imagen

¿Tienes la ropa adecuada? ¿Hay algo que debas ponerte necesariamente o evitar a toda costa? Elige zapatos elegantes pero cómodos. Ponte guapo. Hace milagros para la confianza en uno mismo y la interacción con los demás.

Activa el "Out of Office"

Antes de irte, termina todas las tareas pendientes y delega lo que no te dé tiempo a terminar. Indica en tu mensaje de "fuera de la oficina" que no podrás leer ni contestar a tus emails en unos días. Establece un tiempo fijo para estar localizable para tus colegas y respétalo.

Practica una interacción eficiente

Planifica por lo menos dos dosis fuertes de 'networking'. Por ejemplo, un almuerzo o una pausa para café, o un evento 'after-hours'. Y ahí, hazlo a fondo. Pero no caigas en una carrera frenética de recolección de tarjetas. A veces menos es más. ■



DOS GRANDES MARCAS, UNA SOLUCIÓN GLOBAL DE ALQUILER CORPORATIVO



Una gran compañía que ofrece el servicio y la rapidez que el cliente espera recibir de una empresa en la que puede confiar.

Con más de 9.100 oficinas en 100 países y un excelente servicio, sus necesidades de movilidad estarán cubiertas donde quiera que vaya.

Y, uniéndose a Emerald Club, su experiencia mejorará en todo el mundo, disfrutando de un Servicio Preferente en más de 25 oficinas en Europa y evitando esperas en el mostrador, accediendo directamente al parking. Rápido y sencillo.

Para más información, por favor contacte con su agente de CWT.





HOSPITALITY MORE THAN JUST A WORD

True hospitality comes from the heart.
From a genuine desire to make sure our guests always feel totally at home.



TURKISH AIRLINES