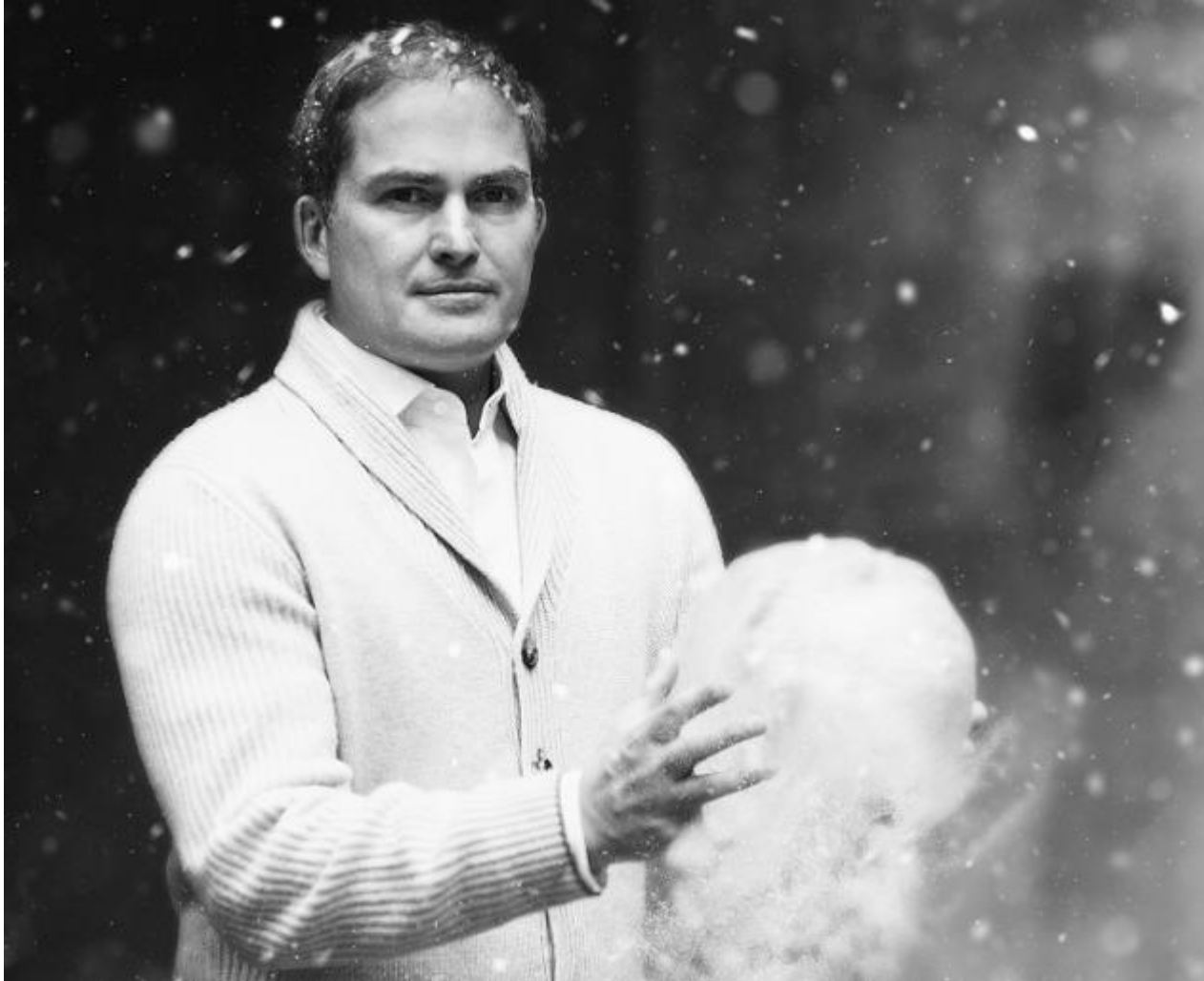




## Innovación en viajes: el viajero en primer lugar

Empresas, 08/09/2020



[Javier López Casarín](#)

, viajero, conferencista, innovador y emprendedor.

Para comprender la innovación en los viajes, es importante estudiar tanto las empresas emergentes de la

industria como sus titulares. En una revisión de los últimos tres años, descubrimos que, en general, la innovación se ha desacelerado y, especialmente para los operadores tradicionales, que la innovación debería centrarse más en la experiencia del cliente.

La actividad inversora es un indicador fuerte del nivel de innovación entre las nuevas empresas. El enfoque de las inversiones se ha desplazado de América del Norte a Asia, por lo que es menos probable que los viajeros en Europa y Estados Unidos experimenten las innovaciones que esas inversiones generan en el corto plazo.

Mientras tanto, entre los operadores tradicionales, la innovación reciente se ha centrado en la eficiencia y la separación de servicios, en otras palabras, imponer cargos por servicios que se habían incluido en el precio base, en lugar de funciones que mejoran la experiencia de viaje de los clientes. Con la presencia cada vez mayor del aprendizaje automático, estas empresas tienen oportunidades incomparables para personalizar los viajes del cliente y proteger su control de la relación con el cliente. Por esta razón, somos cautelosamente optimistas sobre la innovación en viajes.

Las compañías de viajes tradicionales (aerolíneas, cadenas hoteleras y líneas de cruceros) pueden moldear activamente la experiencia de sus clientes, a través del desarrollo interno y la participación en el ecosistema de innovación abierta más amplio, o ceder ese rol a, por ejemplo, las grandes empresas de tecnología. La inacción es una invitación tácita a las empresas de

tecnología a pulir su reputación como innovadoras amigables con el cliente, mientras que las empresas de viajes se reducen a proveedores de productos básicos de habitaciones de hotel y asientos de avión.

Las tendencias sugieren que las empresas están dispuestas a buscar innovación e ideas frescas fuera de sus organizaciones. Para que sus esfuerzos de innovación abierta den sus frutos, la asociación y la integración efectivas son fundamentales.