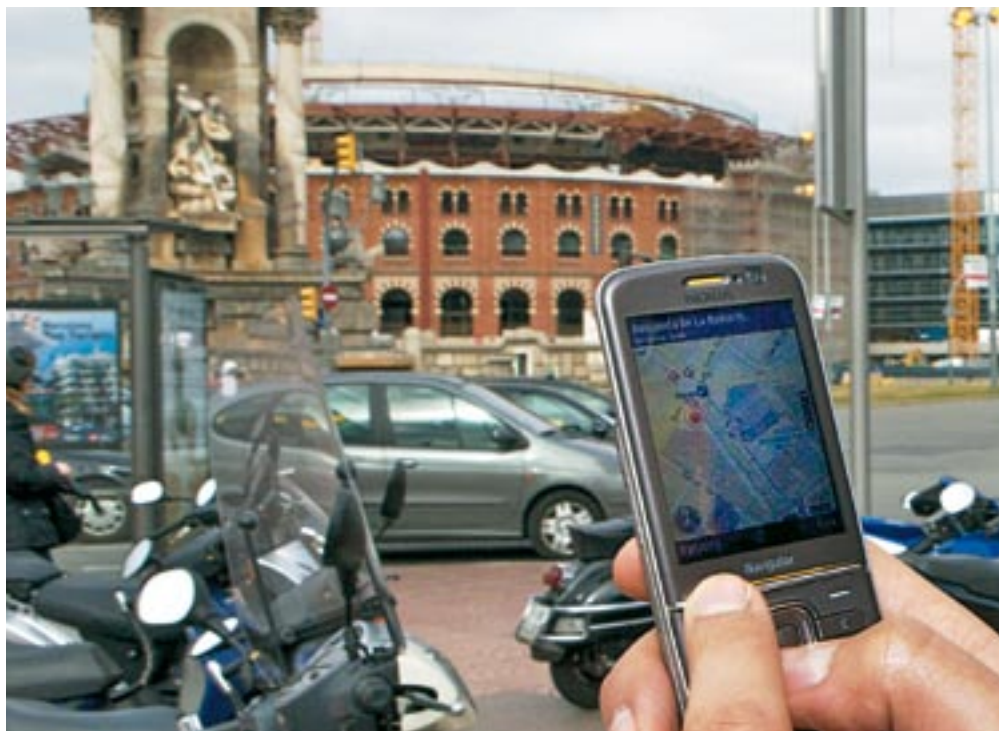


El futuro del turismo es móvil

La continua implementación de innovadores usos en los móviles traerá consigo cambios notables en nuestra forma de comunicarnos y de trabajar. Algunas de ellas abren nuevas posibilidades a las empresas turísticas

Hace un tiempo que venimos escuchando que los teléfonos móviles se convertirán en el futuro en una suerte de prolongación de la oficina en nuestro bolsillo. Y si bien la mayoría de los nuevos terminales de cualquier compañía que se están lanzando al mercado últimamente ya incorporan, con mayor o menor grado de sofisticación, Bluetooth, navegador de Internet, GPS y reproductor de MP3, lo cierto es que a su implantación masiva le queda aún un trecho. Los actuales precios de los aparatos son todavía considerablemente elevados, así como las tarifas de conexión y, además, las marcas van lanzando infinidad de tecnologías propias incompatibles con los sistemas de otras. Por tanto, una de las claves para que se popularice el uso avanzado de los móviles está en unificar sistemas que permitan una difusión más amplia y rápida y de



forma más sencilla y barata para los usuarios.

Aplicaciones para el turismo

Puesto que no falta tanto para que eso suceda, el sector turístico debe seguir muy atentamente las evoluciones de las tecnologías móviles y empezar a prepararse y actuar para sacarles el máximo partido. Como sucedió con Internet, no se pueden obviar las nuevas tecnologías si no se quiere quedar fuera de juego. Con su introducción masiva se abrirá un am-

Tecnología móvil

Marketing y publicidad, tecnología RSS, pagos por móvil y los portales WAP son algunos segmentos en los que se están desarrollando innovaciones.

plísimo abanico de atractivas posibilidades de negocio a las que hay que ser receptivos para trasladarlas con rapidez a los cada vez más exigentes, y tecnificados, clientes. Algunas ya se están probando, o incluso implantando, con éxito, como la recepción en el móvil de tarjetas de embarque electrónicas, realizar pagos o enviar alertas de última hora.

La prueba de que el sector de la telefonía móvil es de los pocos que, en la actual coyuntura económica de crisis, sigue imparable es el éxito del GSMA Mobile World Congress, celebrado en Barcelona en febrero. En este certamen quedó patente la vitalidad de una industria que centra esfuerzos en innovar y evolucionar continuamente.

Entre las novedades presentadas por las más de 1.000 compañías presentes destacaron las referentes a marketing y publicidad móvil; tecnología RSS (Really Simply Syndication) para comunicar noticias de última hora, ofertas, incidencias, etc.); MMT (Mobile Money Trasfer), para gestionar pagos, o los portales WAP (la web versión móvil).



Entre las aplicaciones más útiles para el sector turístico, destacan aquellas encaminadas a que el viajero descargue toda la información que necesitará durante su viaje en su teléfono inteligente. En ese sentido trabajan compañías como la propia Amadeus en colaboración con Blackberry. Muy pronto, los localizadores, horarios y números de vuelo, así como breves guías del destino y toda la información disponible en checkmytrip estarán en los teléfonos de todos los viajeros.

Según François Laburthe, Operational Research & Innovation Director de Amadeus, “los viajeros demandan cada vez más información personalizada en tiempo real para gestionar sus viajes durante sus desplazamientos. Gracias a nuestra participación en el Blackberry Alliance Program, desarrollaremos funciones que mejorarán la experiencia del viajero con nuevas cotas de comodidad y flexibilidad”. Sobre todo, teniendo en cuenta que, a día de hoy, el teléfono móvil es el dispositivo que acompaña siempre al usuario y el más indicado para gestionar su viaje.

Otra empresa puntera, la catalana Cyberclick-Livedoor, ha creado Mobile Shop Manager, una de las primeras herramientas a escala europea que ofrece a cualquier compañía la posibilidad de diseñar y gestionar su portal móvil de forma rápida y simple, sin necesidad de conocimientos técnicos. La nueva versión de esta solución,



preparada para convertir cualquier portal *web* en portal móvil y 100% compatible con todo tipo de terminal, incluyendo las de última generación (como, por ejemplo, el iPhone), adapta automáticamente los contenidos del portal a las características del teléfono. Además, esta herramienta, que cuenta entre sus clientes con el grupo Accor e Hispavista, incorpora un nuevo sistema de gestión y posicionamiento de datos que ordena de forma inteligente los contenidos del portal en función del número de descargas obtenidas. “Se optimiza así la información para ponérselo más fácil a los usuarios”, explica el director de Cyberclick-Livedoor, David Tomás. “Estos quieren rapidez; si no, se marchan”. Otro interesante servicio que

En la palma de la mano

En colaboración con Blackberry, Amadeus desarrolla una aplicación para que los viajeros descarguen en sus móviles información personalizada para gestionar sus viajes.



ofrece esta empresa para servicios promocionales son los códigos QR, un sistema para almacenar información en una matriz de puntos o código de barras bidimensional mediante el cual se pueden emitir cupones, tarjetas de fidelización, tickets y acreditaciones, *check-in* y accesos restringidos a la *web*.

Nuevas fórmulas de promoción

Entre las técnicas de M-Advertising ya extendidas se encuentran los WAP Push (envíos de mensaje de texto con un *link*), los SMS Push (solo texto) y los MMS Push (imagen, gif animado o vídeo). Pronto serán habituales campañas vía Bluetooth o los Ad Words de Google, gracias a los cuales las empresas crean páginas para anuncios móviles gratis.

También será frecuente, gracias a la tecnología basada en el GPS, enviar anuncios a los clientes cuando se acerquen físicamente a un determinado establecimiento. Una opción que ya plantea la operadora de móviles británica Blyk consiste en ofrecer llamadas y SMS gratis a cambio de recibir publicidad en el móvil. Tampoco hay que pasar por alto los Mobile Money Transfer (MMT). Bancos, operadoras de telefonía y multinacionales de tarjetas de crédito procuran avanzar con rapidez en esta dirección para que muy pronto se generalicen las transacciones vía móvil.

Con las nuevas utilidades del móvil, los usuarios ganarán en flexibilidad, posibilidad de elección, rapidez y comodidad, mientras que las empresas dispondrán de un nuevo y atractivo canal para acceder a ellos. □

Guías turísticas en el móvil

Las nuevas tecnologías permiten que los usuarios puedan descargar en su móvil prácticas guías de viajes. Por ejemplo, la empresa británica **Creativity Software ha traducido las populares Rough Guide a su versión telefónica**. Y los españoles Play&Tour, creadores de mapas y audioguías de 16 ciudades en varios idiomas, las comercializan desde hace algo más de un año en formato MP3. Por tanto, pueden descargarse en cualquier móvil que incluya

esta opción, previa compra de una tarjeta o código. Recientemente, ha lanzado una nueva versión, disponible en Appstore por ahora exclusivamente para iPhone y están preparando otra con GPS, así como las audioguías de cuatro destinos más. **Turisme de Barcelona, varios de los mejores hoteles de la Ciudad Condal y una docena de agencias de viajes, entre otros, ya venden, o bien ofrecen como cortesía, este producto.**

“Hemos desarrollado un *software* donde las agencias se pueden dar de alta e ir generando un código a petición del usuario a precios muy competitivos, entre 3 y 8 euros”, explica Diego Schiaffino, uno de los socios fundadores de Play&Tour.

