

 **skyscanner** presenta

el futuro de los viajes en el 2024



Destinos y Hoteles

el futuro de los viajes: destinos y hoteles

1. La habitación de hotel del año 2024	04
2. Hacia arriba y hacia abajo	
<i>Viajar al espacio</i>	12
<i>Hoteles bajo el agua</i>	20
3. Experiencias auténticas e interacción en primera persona	24
4. Primeros y últimos viajes	30
Conclusión	36
Apéndice 1: Viajar en la década del 2020	38
Apéndice 2: Metodología de la investigación	40

1. La habitación de hotel del año 2024

Diez años es un período largo en el ámbito de la tecnología hotelera. Por lo que en la próxima década asistiremos a una transformación total de la habitación de hotel actual, que se adaptará al confort y la comodidad digital de TOM.

Nik Gupta, director de Hoteles de Skyscanner, describe cómo serán los hoteles del futuro: «Dentro de 10 años los avances en tecnología digital harán posible que los viajeros no tengan que cruzarse con ningún ser humano desde el momento en el que entran al hotel elegido hasta el momento en el que dejan la habitación».

«Los hoteles harán frente a los viajes de tipo *peer-to-peer* (organizados entre particulares) proporcionando a sus clientes increíbles niveles de hiperpersonalización a través de los dispositivos móviles y facilitándoles así la exclusividad que necesitan».



«El software del hotel entrará en los perfiles que posea el huésped en las redes sociales para facilitarle la reserva de una habitación en la que encuentre todo programado a su gusto.»



«Los hoteles ofrecerán programas de actividades, recomendaciones de restaurantes y de obras de teatro, que responderán exactamente a las necesidades y preferencias individuales de cada huésped.»

En el año 2024 TOM tendrá a su disposición, desde el mismo momento en que acceda a la habitación, toda una serie de opciones en tecnología intuitiva e integrada con las que podrá personalizar enormemente su estancia en el hotel.

Los primeros indicios de esta tendencia ya pueden verse en **The Peninsula**, en Hong Kong, donde los huéspedes pueden usar una tableta para controlar las luces, las cortinas, la temperatura y la televisión, además de pedir la cena, reservar hora en el spa y planear excursiones.

Igualmente, los hoteles Conrad del grupo Hilton disponen de la aplicación Conrad Concierge que permite a los huéspedes ultrapersonalizar su estancia, por ejemplo, eligiendo el desayuno o sus *amenities* de baño preferidos a través del Smartphone mientras hacen footing en un parque cercano.

Según pronostica el experto en tendencias futuras Ian Pearson, en un futuro próximo la habitación de hotel llevará estas tecnologías a otros niveles. Los hoteles incorporarán almohadas con dispositivos electrónicos integrados que facilitarán el sueño por medio de masajes en cabeza y cuello y proporcionarán un despertador matinal. Sistemas holográficos que proyectarán imágenes en 3D de entrenadores personales, personajes de películas o incluso amigos y familia serán ofrecidos. También predice que en el futuro los hoteles dispondrán de ropa de dormir con sensores que podrán controlar los niveles de azúcar en la sangre y darán consejos relevantes sobre hábitos alimenticios.

Los avances en salud y bienestar para los huéspedes ya son visibles en la habitación Stay Well del MGM Grand de Las Vegas, cuya iluminación está diseñada para reajustar los relojes internos de los clientes con jet lag. Además, ofrece duchas con vitamina C, aire depurado a través de filtros de purificación de aire avanzados e infusiones de aromaterapia opcionales.

También empieza a haber diseñadores y hoteleros que están creando habitaciones y ambientes más interactivos y que cambian con el estado de ánimo de los ocupantes.

Además, estas paredes pueden convertirse en opacas para crear áreas privadas para ducharse y cambiarse.

Según la revista *New Scientist*, la aparición de grandes pantallas de televisión OLED (con diodos orgánicos emisores de luz), tan delgadas como obleas, y de paredes digitales de marcas como News Digital Systems (NDS), anuncia la llegada de la pared interactiva de última generación para las habitaciones de los hoteles.

Controladas por una sencilla aplicación en el teléfono, estas pantallas no necesitan iluminación lateral y pueden mostrar imágenes en una sola pared con pantallas encajadas como si fueran azulejos.

El trabajo de los diseñadores españoles SerranoBrothers muestra una habitación con pantallas interactivas, en las que se pueden proyectar películas, imágenes increíbles, retratos de familia, y videos de amigos.





Ya existente como prototipo en lavadoras, las duchas del futuro utilizarán tecnologías de ultrasonido para eliminar la suciedad del cuerpo y una selección de luces, de rojo a verde, nos indicará como de limpios estamos.

Pero las innovaciones previstas no terminan aquí. Incluso el cuarto de baño del hotel, ya de por sí sofisticado, experimentará una revolución en su diseño, con la introducción de contadores inteligentes para reducir el consumo de agua; sensores de movimiento y paneles laterales galvánicos integrados en las duchas para modificar la temperatura, el flujo de agua y el dibujo de esta, y dispensar vitamina D. Por otro lado, los lavabos incorporarán iluminación de colores con efectos terapéuticos —violeta para relajar los músculos, amarillo para ayudar en la digestión o azul claro para estimular y dar energía.

«**Esto es solo el principio**», afirma **Martin Raymond**, cofundador de The Future Laboratory. «Pero la tecnología ya existe. El gran problema al que los científicos tienen que hacer frente son las consecuencias que estos sonidos de alta frecuencia tendrán en los tímpanos, ya que podrían reventarlos. Por tanto, de momento lo más probable es que este tipo de tecnología solo se utilice para limpiar las sábanas del hotel».

En un futuro próximo, los sistemas Cyber Mirror desarrollados por Cybertecture permitirán transformar espejos de tamaño normal en pantallas táctiles activadas por gestos y movimiento y acceder así a todo lo almacenado en la nube mientras los huéspedes se limpian los dientes.

Las habitaciones de hoteles dispondrán de impresoras en 3D tipo MakerBot en las que se podrán imprimir *amenities*, como jabón o pasta de dientes.

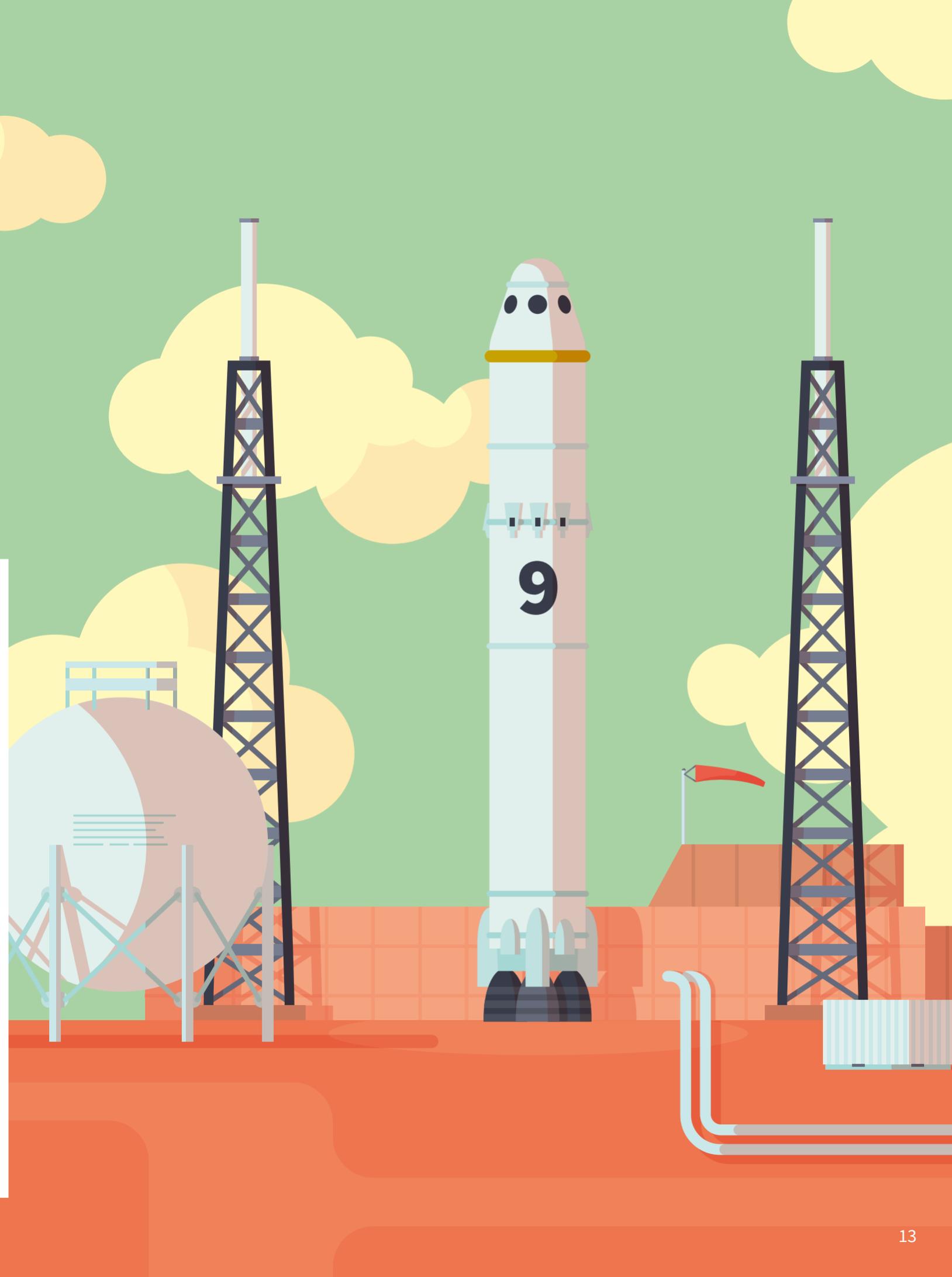
2. Hacia arriba y hacia abajo

En el 2024 el espacio será la última frontera para TOM, ya que los viajes a la órbita terrestre serán más accesibles para el mercado de ultralujo. Por otro lado, los *resorts* subacuáticos —que ya son realidad en un número de lugares del mundo— se convertirán en destinos habituales y prioritarios para ese mismo mercado.

Viajar al espacio

Hoy en día hay empresas privadas que compiten entre ellas para hacer de la órbita terrestre un destino abierto a clientes adinerados y no reservado únicamente a multimillonarios. De hecho, hay proyectos que van mucho más allá, que sueñan con implementar vuelos comerciales a Marte.

El experto en tendencias futuras Daniel Burrus añade: «En un futuro superior a 10 años podremos reservar viajes al espacio más asequibles, con estancias suficientemente largas como para disfrutar y saborear un entorno fascinante y alienígena».





«Sin embargo, muy pronto ya tendremos viajes a la órbita terrestre baja relativamente asequibles que nos permitirán experimentar unos minutos de ingravidez—y alardear de ello ante los demás. »

A partir del 2016, World View Enterprises transportará pasajeros a 30 kilómetros por encima de la superficie terrestre, en una cabina presurizada suspendida de un globo de helio de alta tecnología y 400.000 metros cúbicos de capacidad.

Por 75.000 dólares los viajeros podrán disfrutar de una impresionante panorámica de la curvatura terrestre desde una altitud ultra elevada, unas vistas que previamente solo podían ser disfrutadas por astronautas.

Se espera que viajar al espacio orbital sea de lo más demandado en el futuro, por lo que ya hay empresas que hacen cola para convertirlo en una propuesta asequible. En el 2011 SpaceX ya anunció algunos avances en tecnología de cohetes reutilizable, y en mayo del 2014 lanzaron la última versión de nave espacial, como parte de su ambición global encaminada a establecer una colonia en Marte.

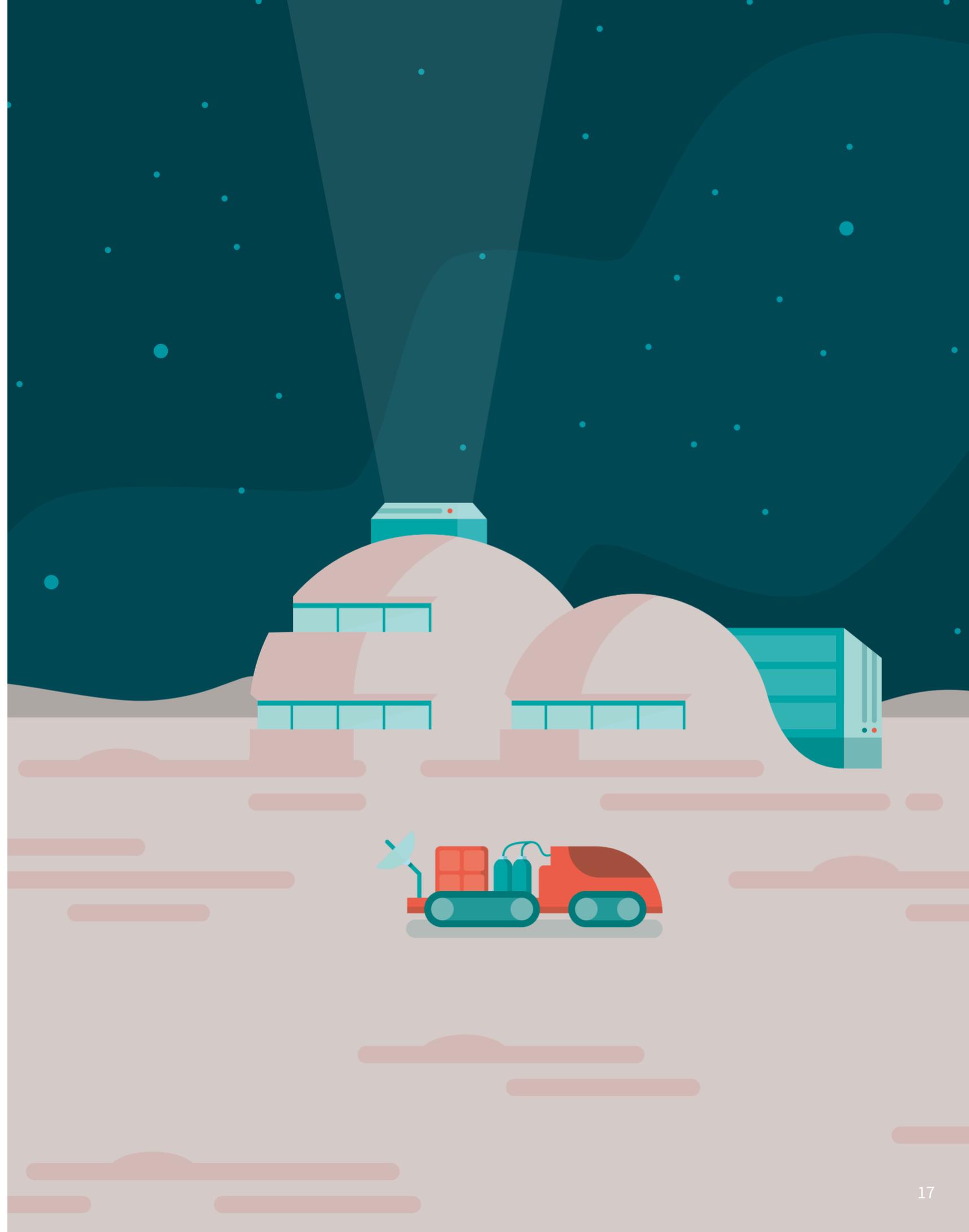
La Agencia Espacial Europea y el estudio de arquitectura Foster + Partners también han anunciado sus planes de construir una colonia, en este caso en la Luna. Según los investigadores, desde la Tierra se transportará una estructura inflable que después se cubrirá con un caparazón realizado con impresoras 3D.

Gareth Williams, CEO y cofundador de Skyscanner afirma « Sin lugar a dudas, el turismo espacial crecerá y será más barato, pero qué es asequible para el público general es algo subjetivo en un planeta de 7 billones de personas. »

«Sospecho que veremos la habitabilidad de Marte y el ambicioso proyecto de Mars One o la visión de Elon Musk antes de que los viajes al espacio sean más comunes y lo suficientemente baratos para que sean asequibles para la mayoría».

No obstante, los que quieran viajar al espacio, pero por un precio menos desorbitado podrán disfrutar del Mobilona Space Hotel en la Isla Barcelona.

Equipado con un balneario de gravedad cero, deslizadores espaciales y un observatorio espacial, este hotel en la Tierra, permitirá a sus huéspedes disfrutar de la “experiencia” de viajar al espacio ofreciéndoles vistas similares a las de la galaxia, a través de ventanas de cabina y podrán experimentar la falta de gravedad en un túnel de viento vertical.





Sin embargo, tal como señala Filip Filipov, de Skyscanner, «más fascinante aún que viajar al espacio, real o simulado, será la posibilidad de volar en la órbita terrestre baja con aviones que recortarán drásticamente el tiempo de vuelos intercontinentales. »

«Viajar al espacio será un hito sin precedentes para toda la humanidad», afirma, «sobre todo si Virgin Galactic y SpaceX logran sus objetivos».

«Pero si hay algo aún más fascinante es la tecnología que las exploraciones espaciales pueden aportar a la aviación comercial. En el caso de Virgin Galactic, cuya nave puede orbitar la Tierra durante dos horas y media, un viajero habitual podría hacer el trayecto Londres-Sídney en dos horas y media si esa misma tecnología que permite salir de la atmósfera terrestre puede aplicarse con garantías a la aviación comercial. De este modo, los viajes serán más fáciles y rápidos, y romperán los límites temporales».



Aventuras bajo el mar

Los viajes al fondo del mar serán otra buena opción de moda para TOM, y más asequible que viajar al espacio.

Ya existen habitaciones de hoteles bajo el mar, como opciones de alojamiento exclusivas y novedosas. Las suites *Neptuno* y *Poseidón* del Hotel Atlantis de The Palm (Dubái) se anuncian como refugios románticos con paredes panorámicas sobre un mar repleto de peces de colores.



Hoy en día, una nueva ola de innovadores está extendiendo este concepto en el sector. Su objetivo es construir hoteles completos y no solo habitaciones o suites individuales bajo el mar, un claro indicio de que las vacaciones subacuáticas serán una propuesta mucho más extendida en el 2024.

El Water Discus Hotel de Dubái que abrirá sus puertas en el 2015 es el primero de esta nueva hornada, a 9 metros por debajo del nivel del mar.

Tendrá ventanas parecidas a las de un acuario en 21 suites y permitirá a los huéspedes salir afuera con un equipo de buceo. Contará asimismo con spa, jardín y piscina, y en caso de emergencia podrá rotar en el agua y subir a la superficie en solo 15 minutos.

Para Gareth Williams, CEO de Skyscanner, en la década del 2020 el turismo subacuático se impondrá al turismo espacial. «Tengo la impresión de que las exploraciones y el turismo subacuático llegarán al gran público mucho más rápidamente que el turismo espacial. Además, imagino que se le podrá sacar más partido que al turismo espacial, ya que hay muchas más cosas allá abajo que en el espacio», apunta.

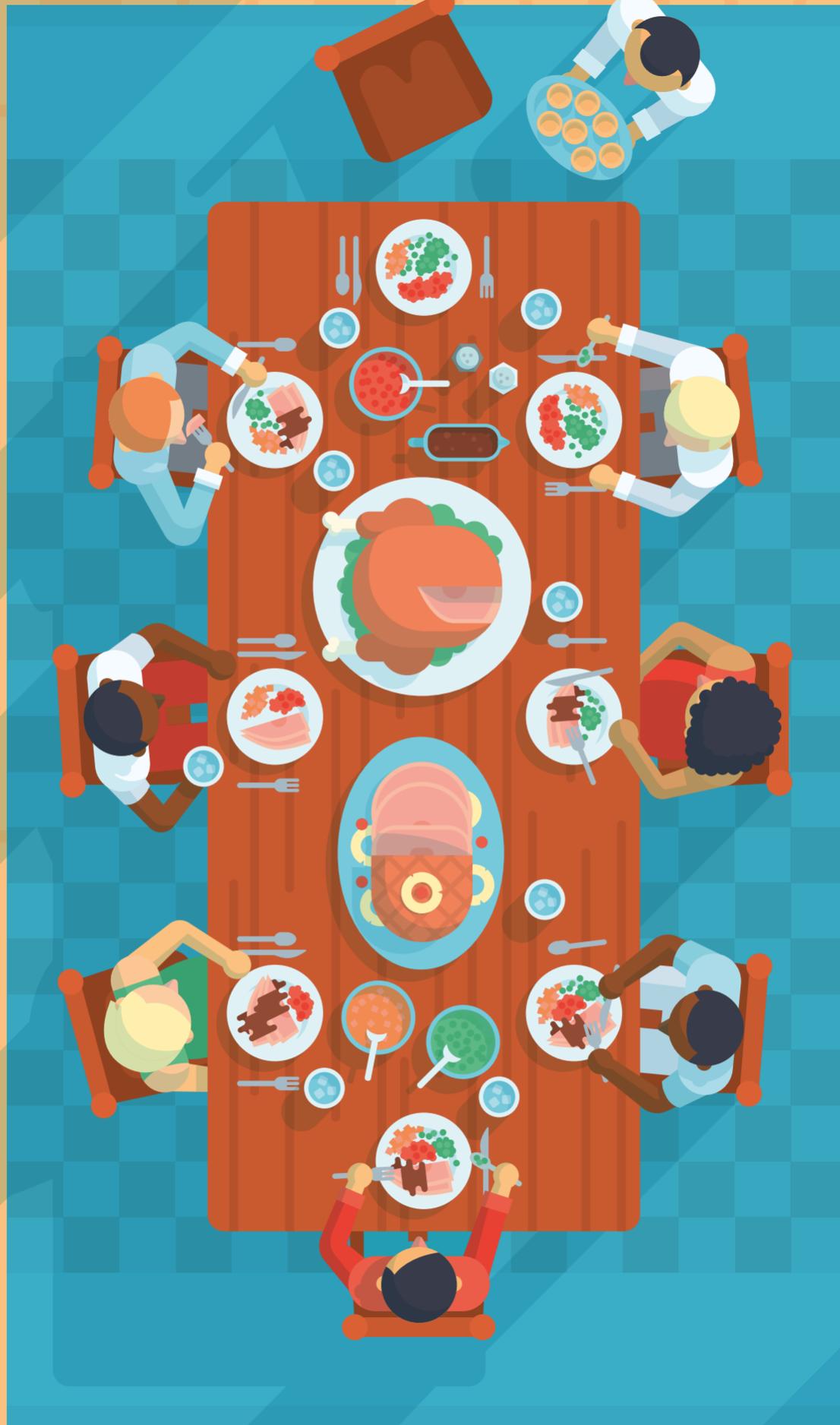
3. Experiencias auténticas e interacción en primera persona: En búsqueda de experiencias personales

En el año 2024, los viajes *peer-to-peer* y los hoteles *home from home* serán los canales que utilizarán los viajeros para satisfacer su deseo de explorar un destino a través de los ojos de los habitantes nativos.

El intercambio de casa colaborativo, una idea lanzada por compañías como Airbnb, nació a raíz de la crisis financiera mundial que estalló en el 2008, cuando gente con pocos recursos comenzó a interesarse por vivir auténticas experiencias propias de la cultura local en sus viajes, en detrimento del lujo previo a la crisis.

Según cálculos de Forbes, los ingresos que en el año 2013 fueron directamente al bolsillo de los ciudadanos estadounidenses mediante la economía colaborativa —incluyendo servicios de intercambio como Parkin Panda, SnapGoods y On Liquid— fueron de 3.500 millones de dólares.





Además de experimentar el destino a través del alojamiento de los habitantes locales, también es posible hacerlo a través de la comida con «los clubs de cenas» —veladas en las que se puede cenar en casa de un gourmet local por un módico precio— que también han cobrado un auge espectacular.

Find a Supper Club, una web para gente que organiza clubs en casa en Europa y Estados Unidos, ya cuenta con casi 7000 miembros.

En la próxima década, este giro hacia un modelo colaborativo tendrá enormes consecuencias para la industria turística mundial. «Creo que en el futuro los viajes colaborativos van a provocar una drástica reducción del número de reservas en los hoteles», afirma B. Joseph Pine II, coautor de *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage* y cofundador de Strategic Horizons.

«Opino que el porcentaje de personas que alquilarán su casa a viajeros se situará entre un 5% y un 10%. Una cifra espectacular, sin dudas».

« No existe nada comparable para aquellos que busquen auténticas experiencias, a precios asequibles, en un mundo tan desarrollado como este».

El experto en tendencias futuras Daniel Burrus se apresura a poner de relieve el impacto que las redes sociales han tenido en la industria de los viajes, y la búsqueda de experiencias de viaje adaptadas a nuestras necesidades. «Dentro de cinco años estos “viajes sociales” se habrán oficializado en el seno de la industria turística y las redes sociales serán utilizadas para facilitar la colaboración entre los viajeros y las personas que les esperan en el destino escogido», afirma.

Para Filip Filipov, de Skyscanner, esta tendencia seguirá al alza en la década del 2020.

«Los viajes y servicios gestionados a través del *crowdsourcing* (cooperación colectiva) funcionan porque confiamos en nuestra familia y amigos. La voz de la multitud tiene credibilidad», comenta. «Es un aspecto increíble de nuestro modo de tomar decisiones y descubrir nuevas posibilidades para viajar».



4. Primeros y últimos viajeros: zonas prohibidas y viajes de última oportunidad

Con el crecimiento de las redes sociales, que no muestran señales de disminuir, presumir seguirá siendo un importante motivo por el que viajar en el 2024.

TOM podría interesarse por experiencias únicas que hicieran de él la envidia de sus amigos y familiares, y se predice que tendrá dos formas diametralmente opuestas de hacerlo. Por un lado, viajar a una de las Zonas Prohibidas —países y regiones que habían sido inaccesibles por conflictos o problemas políticos— le permitirá alardear de haber sido de los primeros en visitarla, mientras que ir a ver un hábitat o una especie en peligro de extinción, le dará el prestigio de haber sido uno de los últimos.

Por su singularidad y la necesidad de concienciar a la comunidad internacional sobre la inmediata desaparición de estos lugares, los ecologistas están planteándose una medida tan radical como abrir zonas prohibidas hasta ahora a turistas influyentes y de alto poder adquisitivo, que podrían utilizar su poder económico y mediático para alertar sobre todo esto.



Filip Filipov, de Skyscanner, prevé que los viajes a las Zonas Prohibidas serán un gran atractivo en la década del 2020. «Viajeros procedentes tanto de países desarrollados como de países emergentes buscarán la emoción de lo nuevo —una oportunidad para explorar países de África, Asia y Latinoamérica que sus amigos nunca han visitado», comenta.

El estallido del turismo chino será uno de los motores del deseo por explorar Zonas Prohibidas situadas fuera de los circuitos habituales. «En la década del 2020 asistiremos a una verdadera invasión de turistas chinos en destinos clásicos como París, Roma y Nueva York», afirma Daniel Burrus.

«Mucha gente se alejará de estos destinos clásicos tan abarrotados y recurrirá a su agentes inteligente para buscar joyas ocultas aún desconocidas por el turismo en masa».



El Dr. Ian Yeoman, experto en tendencias del futuro del sector turístico, coincide con Filipov. «En la década del 2020, países como Afganistán, Corea del Norte e Irán se convertirán en polos de atracción turística para viajeros que quieran ser los primeros en visitar un lugar en el que sus amigos nunca han estado», afirma.

«En África, Botsuana es uno de estos lugares. Tiene una economía saneada, es más segura que Sudáfrica y cuenta con excelentes parques nacionales. Angola está recibiendo grandes inversiones de China y también podría levantar el vuelo».

«El Líbano se convertirá en el nuevo Dubái si la situación política continúa mejorando. También Bután será un destino prioritario para el turismo de lujo».

En el año 2024, ser el primero en visitar una Zona Prohibida comportará seguramente un caché social para los viajeros más atrevidos. Pero también lo será convertirte en la última persona que ve un rinoceronte, un tigre o un orangután salvaje, o que visita una tribu «perdida» antes de ser integrada en la imparable cultura global.

Tal como afirma Raynald Harvey Lemelin, coeditor de *Last Chance Tourism: Adapting Tourism Opportunities in a Changing World*:

«En el pasado la motivación de “ser el primero” fue lo que provocó viajar a destinos exóticos, pero en un mundo que cambia rápidamente como el actual el nuevo fenómeno turístico será ser el último en visitar ciertos destinos».

Una vertiente de esta tendencia en los viajes será la «carrera de la extinción», en la que los viajeros —sobre todo los de países desarrollados— intentarán ser los más rápidos para ver especies salvajes a las que puede que se les esté acabando el tiempo.

«Hoy en día muchos viajeros tienen prisa por ver osos polares antes de que las consecuencias del calentamiento global les afecten irremediablemente»,

señala Rick Guthke, director general del turoperador especializado Natural Habitat Adventures. Decenas de miles de turistas acuden al norte de Canadá para verlos antes de que el rápido derretimiento de hielo marino impida que los osos polares lleguen a sus tradicionales tierras de caza de focas.



Otras especies amenazadas cuya extinción prevén los científicos para la próxima década son la tortuga laúd (océano Índico), el tamarino bicolor (Manaos, Brasil), el rinoceronte negro (África oriental y central), el caimán chino (río Yangtsé), el murciélago cola de vaina (Seychelles), la gacela dama (Chad), el camello bactriano (desierto de Gobi), el wombat de hocico peludo (Australia), el lince ibérico (España) y el orangután de Sumatra (Borneo y Sumatra).

Sin embargo, como informó recientemente el diario británico *Daily Telegraph*, la mayoría de conservacionistas coinciden en que los ingresos procedentes del turismo tienen un papel crucial que desempeñar si queremos ganar la batalla por la supervivencia de las especies en peligro de extinción.

«La conclusión es esta: si abandonamos el turismo, abandonamos la conservación», dice el experto en vida salvaje de Kenia, Jonathan Scott. «Cuando la gente me pregunta, ¿cómo podemos ayudar?, les digo: Yendo de safari fotográfico, el turismo de fauna no es una opción sino una necesidad, ya que es lo que permite mantener la fauna segura.»

Este punto de vista animará a TOM a visitar iniciativas de ecoturismo en el futuro, apoyando así a las especies en peligro de extinción, mientras que al mismo tiempo, cumple su deseo de ver una especie o hábitat, mientras que todavía existe.

«El egoturismo es una forma de ecoturismo. Antes, la gente buscaba lugares nuevos para ser los primeros en visitarlos, pero ahora lo que quieren es ver lugares antes de que desaparezcan», comenta Rosaleen Duffy, autora de *Nature Crime: How We're Getting Conservation Wrong*.

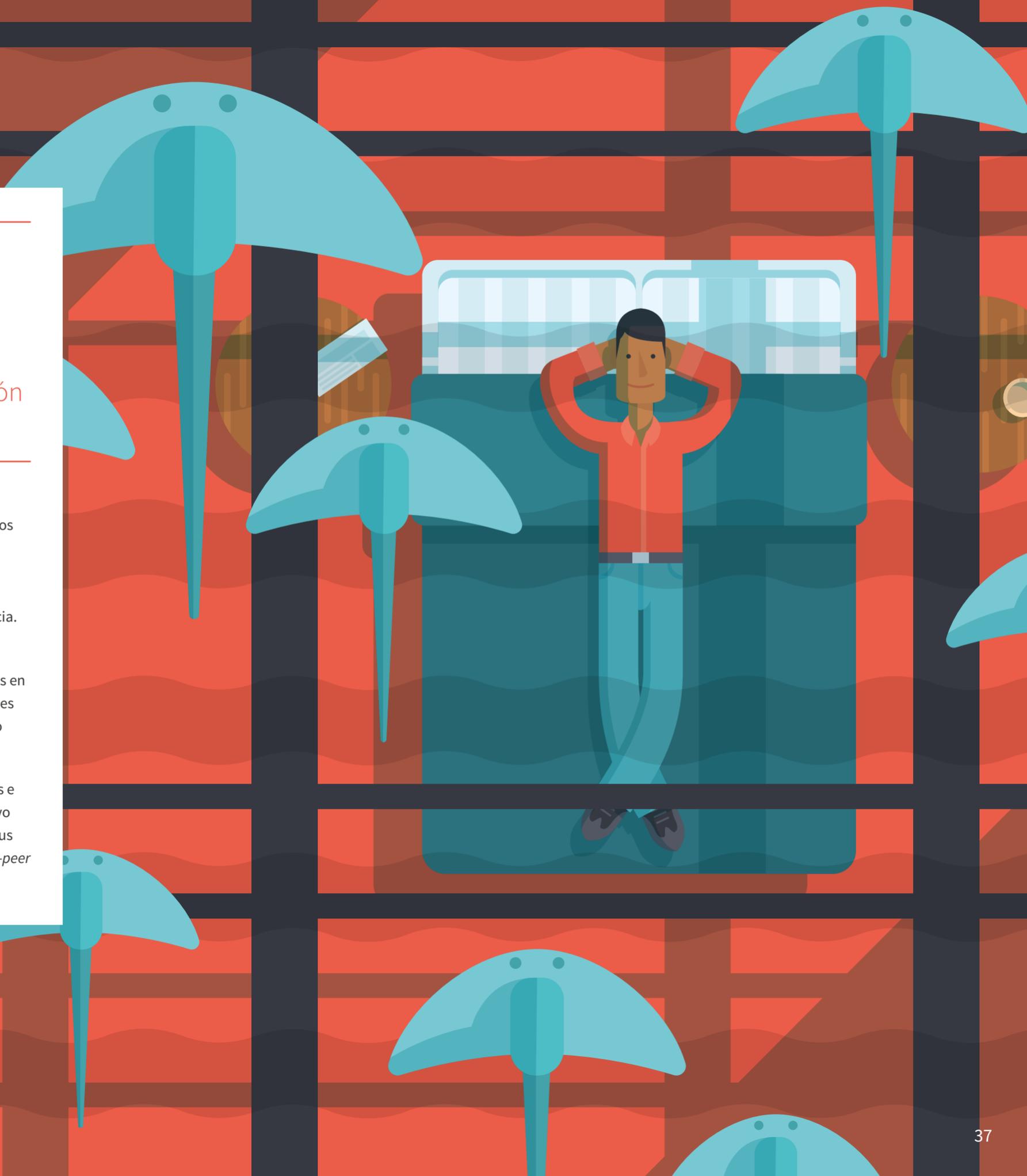
Conclusión

En el año 2024, los adelantos tecnológicos no solo habrán cambiado por completo la habitación de hotel donde se aloje TOM, sino que el lugar en el que se sitúa el propio hotel también se habrá transformado, con la creación de nuevos *resorts* y regiones turísticas.

Las suites de hotel serán híper personalizadas y tendrán paredes interactivas que se activarán con el tacto para convertirlas en pantallas de vídeo o dispositivos de comunicación e incluso transformarlas en biombos de cristal esmerilado para salvaguardar la privacidad. Duchas de vitamina C, puertas de acceso con reconocimiento de retina, almohadas electrónicas que te masajean mientras te duermes y entrenadores personales holográficos formarán parte de la experiencia.

Entre los destinos más solicitados de la próxima década estarán los viajes a la órbita terrestre —e incluso la posibilidad de hacer estancias en ella—, vacaciones en hoteles situados bajo el agua, viajes para conocer antes que nadie antiguos países conflictivos de Asia, África y Oriente Medio o hábitats amenazados por el cambio climático o la invasión del hombre.

A mediados de la década del 2020, la posibilidad de vivir experiencias auténticas e interactuar en primera persona con los nativos —y su entorno— cobrará un nuevo impulso como tendencia colaborativa, ya que millones de personas alquilarán sus hogares a turistas y los hoteles y *resorts* adoptarán un espíritu y filosofía *peer-to-peer* y se convertirán en alojamientos *home-to-home*.





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

<https://plus.google.com/+SkyscannerES>

www.skyscanner2024.com