

NOTA DE PRENSA



Madrid, 12 de diciembre de 2019

Los viajes internacionales y el turismo se transformarán de manera global en 2040

Según el nuevo informe de Allianz Partners, los sistemas de reconocimiento facial controlarán los pasaportes y las tarjetas de embarque al tiempo que las experiencias de viaje virtuales serán comunes en 2040.

En el año 2040, los viajes internacionales serán más rápidos, fáciles y sostenibles que nunca y también ofrecerán a los viajeros una experiencia más rica. Se prevé que el número de pasajeros de las aerolíneas aumente hasta duplicarse y que los sistemas de reconocimiento facial controlen nuestros pasaportes y tarjetas de embarque, así como que las experiencias virtuales en habitaciones de hotel o museos se conviertan en la norma.

Todos estos datos se reflejan en un nuevo informe, encargado por Allianz Partners, con la finalidad de prepararse ante las futuras necesidades de los consumidores. Allianz Partners es el líder B2B2C en asistencia y soluciones de viaje, que ofrece protección y cuidado global y facilita servicios especializados en seguros de viaje a través de su marca comercial, 'Allianz Assistance'.

‘El Futuro de la Experiencia en Viaje’ se ha lanzado hoy como parte de las Series Predictivas “El Mundo en 2040”. Su autor, el reconocido futurólogo Ray Hammond, presenta las principales innovaciones y tendencias que impactarán el Turismo Internacional y la Experiencia en Viaje en los próximos veinte años. El informe identifica las tendencias clave que, de manera colectiva, revolucionarán el panorama del turismo en 2040.

Realidad Virtual y Aumentada

La tecnología de realidad virtual multisensorial permitirá a los viajeros más sedentarios adentrarse en habitaciones de hotel virtuales, visitar calles en pleno carnaval, explorar museos o entrar en restaurantes desde el salón de su casa. Se espera que esta tendencia aumente la demanda del turismo real y no al contrario.

Check in automático gracias a las nuevas tecnologías

Los sistemas de reconocimiento facial se utilizan ya en aeropuertos de manera experimental. En los próximos veinte años, los sistemas informáticos podrán, de manera segura, identificar nuestros rasgos faciales y serán muy habituales a la hora de realizar el check in de manera fluida.

Software de asistencia en hoteles

Algunos hoteles, seguirán dando la bienvenida a sus huéspedes con personal humano, pero muchos negocios y hoteles de bajo coste, utilizarán sistemas de check in automatizado y asistentes virtuales que guiarán a los visitantes hasta las habitaciones. Algunos hoteles llegarán incluso a ofrecer porta equipajes robotizados.

Trenes de súper alta velocidad

Los trenes con itinerarios internacionales serán más cómodos e incorporarán mejoras en los principales rincones del mundo. La informática y el Internet de las Cosas (IoT) controlará las redes nacionales e internacionales y permitirá que los trenes circulen más rápido y con mayor frecuencia. En la mayoría de las redes de ferrocarril, la velocidad de circulación aumentará, con una mayoría de trenes circulando a velocidades superiores a los 201 km/h.

Impresión 3D de ropa, in situ

En 2040, los viajeros podrán enviar el equipaje al hotel con antelación a su llegada y los bultos pesados y ropa voluminosa (ej. Abrigos y zapatos) se imprimirán también poco antes de que el huésped llegue, reduciéndose así la cantidad de equipaje que tendrá que transportar el turista en 2040. El bajo coste de las impresiones 3D, conllevará que el turista se desprenda de la ropa una vez utilizada, para su reciclaje local.

Cruceros sostenibles

Los cruceros serán mucho más sostenibles que los actuales transatlánticos. Los buques consumirán gas licuado (GNL) para su funcionamiento, un fósil ligero que apenas genera emisiones de gases de efecto invernadero, transformando las vacaciones a bordo en una de las formas más sostenibles de viajar por el mundo. La variedad de destinos también aumentará, siendo Asia un área especialmente fértil.

El espacio será un destino frecuente

Para algunos viajeros en 2040, el mundo podrá no ser suficiente porque no ofrezca una ya una amplia variedad de destinos. En esa época, es muy probable que los turistas viajen hacia y desde la luna con cierta periodicidad y se busque vivir la experiencia de ver la Tierra desde el espacio.

Ray Hammond ha querido comentar sobre la transformación que se espera que vivan los viajeros de 2040: “Viajar, tal y como lo conocemos ahora, cambiará drásticamente en los próximos veinte años. Se prevé que el número de pasajeros de las aerolíneas se duplique en esa época, y que los viajeros fueren a la industria a proveer de mayor rapidez y eficiencia sus experiencias de viaje. En 2040, los asistentes personales virtuales serán lo suficientemente inteligentes como para prestar soporte en la reserva de viajes online y podrán encargarse de planear viajes complejos, multi destino, para satisfacer las necesidades del viajero. Viajar se convertirá también en una experiencia destinada al rejuvenecimiento, la aventura, la realización personal y el aprendizaje de nuevas capacidades, más allá de la mera visita de los lugares establecidos en una lista realizada previamente al viaje.”

Sobre el impacto del informe para el negocio, José Luis Tirador, director comercial de Allianz Partners en España ha subrayado que: “El informe ‘El Futuro de la Experiencia en Viaje’, ofrece a Allianz Partners la posibilidad de anticiparse a las tendencias y cambios que surgirán en el ramo de viaje, y nos permite trabajar para redefinir la asistencia. Esto incluye poder lanzar nuevos productos innovadores, mientras incrementamos el valor para nuestros socios y clientes. Ya estamos cambiando el foco y trasladándolo de la asistencia a la protección en viaje, de un servicio al cliente reactivo a un cuidado proactivo. Nuestros consumidores serán los primeros beneficiados de este cambio, porque contarán con un procedimiento de

solicitudes más rápido y ágil, soluciones para móvil más sofisticadas y una mayor sensación de confort, seguridad y confianza cuando Allianz Partners les acompañe en sus viajes.”

“En 2040, se conseguirá reducir el estrés que provocan múltiples aspectos en los viajes, aunque algunos de ellos, como las contingencias familiares u otras nuevas que puedan emerger, seguirán presentes. La cancelación inesperada de viajes, retrasos y emergencias seguirán teniendo lugar y los viajeros necesitarán servicios de protección y asistencia en viaje para su tranquilidad.”

El informe íntegro está disponible en el siguiente link: <https://www.allianz-partners.es/medios-y-prensa/series-predictivas/series-predictivas-viaje.html>

Ray Hammond comenta sus predicciones aquí: <https://youtu.be/vs3xKEVZOGc>

Para más información sobre asistencia en viaje, por favor visita: <https://www.allianz-assistance.es/seguros/viaje/>

Nota de los editores

‘El Futuro de la Experiencia en Viaje’ es parte de las series ‘El Mundo en 2040’, de Allianz Partners. La serie incluye varios informes que se publicarán en los próximos meses y se centrarán en cómo será el mundo en 2040, bajo el contexto de las áreas de especialización del grupo: salud internacional, asistencia, automoción y seguro de viaje.

El contenido de las series está basado íntegramente en las opiniones del futurólogo Ray Hammond, según su experiencia en la predicción de acontecimientos futuros probables y no refleja necesariamente las opiniones de Allianz Partners. El encargo se ha realizado para anticiparnos a las demandas del futuro. Las ideas y conclusiones se utilizarán para fomentar el debate y la creación de líneas de investigación sobre lo que deparará el futuro, en el contexto del negocio, permitiendo al Grupo anticiparse a las necesidades de los consumidores en los próximos años. Permitirá también contar con una posición aventajada en la curva de aprendizaje respecto de las nuevas tendencias e innovaciones, que impactarán cada una de los ramos del negocio y llevará al Grupo hacia el futuro.

Las Series Predictivas están disponibles [aquí](#).

Sobre el futurólogo Ray Hammond:

Ray Hammond cuenta con casi 40 años de experiencia en el análisis de tendencias que marcarán el futuro. Obtuvo la Medalla de Oro de las Naciones Unidas por sus servicios en futurología en 2010. Ray cuenta con una dilatada trayectoria previendo tendencias, única en Europa y vive hoy en el futuro que describió hace 40 años por primera vez. Ray es hoy conferenciante y ofrece ponencias y cursos para compañías, gobiernos y universidades de todo el mundo.

Ha sido ponente en la Universidad de Oxford, Oxford-Martin School, en la CASS Business School y la Universidad de Lund en Suecia. Ray también es miembro de la Royal Society of Arts (FRSA).

Sobre Allianz Partners

Dedicado a proveer asistencia y protección global, Allianz Partners es el líder B2B2C en asistencia y seguros en áreas de experiencia como: asistencia global, salud y vida internacional, seguros globales en automoción y viajes. Estas soluciones, una combinación única de seguros, servicio y tecnología, están

disponibles para socios o a través de canales directos y digitales bajo tres marcas reconocidas: 'Allianz Assistance', 'Allianz Care' y 'Allianz Automotive'.

Esta familia global emplea a más de 19.000 trabajadores presentes en 78 países, habla 70 idiomas y gestiona 54 millones de casos al año, protegiendo a sus clientes y trabajadores en todos los continentes.

Para más información, por favor visite: www.allianz-assistance.es o www.allianz-partners.es

Contactos de prensa Allianz Partners España

Irene Gallego +34 650 41 02 08 irene.gallego@allianz.com

Beatriz Toribio +34 639 269 253 beatriz.toribio@allianz.com

Redes Sociales



Síguenos en Facebook @AllianzAssistanceES



Síguenos en Twitter @allianzassistES



Síguenos en LinkedIn Allianz Partners España



Síguenos en Youtube Allianz Assistance España



Síguenos en Instagram @allianzassistes