

5 tendencias en que los viajes corporativos se están beneficiando de la tecnología según CWT

“Existen muchos cambios en el mundo de los viajes, el éxito de **Carlson Wagonlit Travel** es que sabe leer las **nuevas tendencias**, entender que pasa y qué va a pasar y adecuamos nuestra oferta de valor a estas tendencias. Hoy la **inteligencia de negocios** aplicada a los **viajes corporativos** y el turismo de reuniones, está enfocada en mejorar la **experiencia del viajero** y hacerla personal, que además pueda a las empresas a tener un **control de su presupuesto**, tener mayor **cumplimiento de sus políticas** y ofrecer una capa extra de **seguridad** a sus empleados al brindar **trazabilidad** a sus actividades para poder contactarlos en casos de emergencia”, comparte Gerardo Vera Prendes, Director General de Carlson Wagonlit Travel para México y Centroamérica, al tiempo que señala que tan sólo en el último año las ventas de la compañía crecieron 15%, duplicando su utilidad y captando 80 nuevos clientes dentro del territorio nacional.

Con 180 años de historia y 88 en México, Carlson Wagonlit Travel (CWT) cuenta con una **plataforma tecnológica** que ayuda a lo viajeros de negocios y a sus empresas a planear, reservar, sugerir y dar seguimiento y control a las experiencias y **gastos** durante el viaje, a través de su aplicación **CTW To Go** y el servicio **CTW Analytics** que recaba la información y concilia las preferencias de los usuarios y la políticas de viaje.

Dentro de este contexto, CTW compartió 5 tendencias que la tecnología está incentivando dentro de este tipo de viajes que representan alrededor de 1.5% del PIB y crean 1.2 millones de empleos a nivel nacional.

1. **Personalización.** “Hoy sabemos qué tipo de habitación prefiere cada usuario, qué tipo de pasaje aéreo requiere, qué tipo de restaurantes le gusta visitar, etc., todo gracias a que los servicios que no se reservan por medio nuestro deben integrarse en un reporte de gastos para que le sean reembolsados. Convertimos el **Big Data** en **Smart Data** y podemos lograr que cada viajero tenga una experiencia muy personalizada”, explica Vera.
2. **Economía compartida.** “Todo lo que hoy es ocioso se va a volver productivo, por ejemplo **AirBnB** que se ha vuelto en la empresa que tiene más reservaciones en el mercado, nosotros adoptamos este tipo de plataformas como parte de nuestra propuesta en CWT To Go”.
3. **Bleisure.** “Cada vez más los viajeros tratan de combinar los viajes de negocio con experiencias de placer, los destinos más lejanos suelen tener más interés de los viajeros por permanecer en ellos después que acaban sus responsabilidades. En CWT ayudamos a los viajeros a planear estas experiencias”, explica el ejecutivo.
4. **Movilidad.** “Hoy nuestros viajeros interactúan todo el tiempo a través de su **smartphone** en cualquier parte del mundo donde se encuentren, y en nuestra compañía estamos listos para reaccionar conforme a sus requerimientos”.
5. **Autoservicio.** “Cada vez más viajeros prefieren realizar sus propias reservas sin apoyo de nuestro personal, por ello hemos tenido que adoptar una **estrategia omnicanal** para

responder a los usuarios que requieran asistencia e incluso nos pueden contactar desde la **aplicación**", finaliza.

CTW To Go presentó un crecimiento de 40% en número de **usuarios** llegando a los 560 mil a nivel mundial, la compañía emite casi un boleto de avión cada segundo y realiza en total 800 millones de transacciones por año.