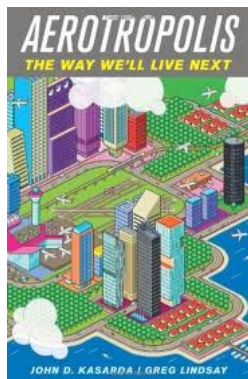


"Look for yesterday's busiest train terminals and you will find today's great urban centers. Look for today's busiest airports and you will find the great urban centers of tomorrow."  
(John Kasarda)

### Aerotropolis

The way we'll live next  
KASARDA, John & LINDSAY, Greg  
(Allen Lane-Penguin Books, London, 2011)



## Contexto

Parece claro que el concepto *airport cities* es un valor en auge para los próximos años. En nuestro anterior [memo](#) ya apuntábamos la fuerza de la **conectividad como impulso para la generación de ideas**.

Los aeropuertos que permiten conectar las grandes ciudades, motores de la innovación, se convierten en un eje fundamental para el desarrollo de la conexión de la Sociedad Red. Proporcionan un flujo económico, pero también son un **espacio social y de conexión de ideas**. El diseño urbanístico del espacio aeroportuario y su definición particular en la telaraña serán claves para el desarrollo económico de este como nodo de la red.

Según la [Airport Council International](#) (ACI) **el tráfico de pasajeros a nivel internacional se ha incrementado un 11%**. Europa encabeza el porcentaje de ascenso (27%) aunque la tendencia se incrementa de forma generalizada.



Fuente: ACI (2011), [Stats 2011](#)

El aeropuerto se convierte en un elemento fundamental, central, de la geografía de la ciudad del futuro. Entorno a él se genera una actividad social, cultural y económica de grandes proporciones. El **desarrollo estratégico** de cada aeropuerto, y su entorno, permite dinamizar toda esta actividad de una forma eficiente y productiva. La excelencia del espacio que configura el aeropuerto y su alrededor obliga a pensar con inteligencia la conceptualización de este para

aprovechar al máximo el valor que representa para el territorio.



El aeropuerto es un espacio social, millones de almas fluyen entorno a miles de aeropuertos en todo el mundo. Cuadro de [Xavier Gabriel Puiagròs](#), Maleta Roja.

## ¿Hacia dónde vamos?

En el contexto de la actividad aeroportuaria se producen un conjunto de experiencias entre usuarios, gracias a la tecnología, que proporcionan un conjunto de oportunidades para la dirección de los aeropuertos, las compañías del sector y, también, para emprendedores con ganas de proporcionar nuevos servicios a estos usuarios.

El auge de los aeropuertos como nodo fundamental de la sociedad red, **realza el valor local** en un espacio de interacción global. Por otro lado, la cooperación público-privada, en el marco de un desarrollo estratégico bien pensado, parece el formato más adecuado para un beneficio conjunto que la actividad aeroportuaria proporciona.

En este contexto, las compañías aéreas tienen una oportunidad para aproximarse a sus usuarios ofreciendo servicios, facilitando la interacción entre ellos. En definitiva, **generando comunidad** entorno a su modelo de negocio. Una buena estrategia puede permitir a las compañías incrementar la fidelidad de sus clientes que, a la vez, tienen que ser **los mejores prosumidores** de la marca. No hay que olvidar que esta transformación de la mirada sobre el consumidor tradicional se produce en un entorno donde el usuario está mejor informado, interconectado y con capacidad de amplificar su experiencia. La tecnología móvil le permite informarse y interactuar con otros usuarios, construir comunidad con un objetivo (conseguir mejores precios por ejemplo) o amplificar un mensaje (un buen o mal servicio).



### ¿Por dónde empezar?

En este ecosistema que representa la nueva concepción organizativa y comunicativa entorno al aeropuerto ¿cómo podemos aprovechar las oportunidades que ofrece?

La capacidad de interactuar en tiempo real ofrece un valor muy interesante para cualquier marca, en tanto que comunidad: escuchar a sus miembros. Apuntamos algunas pautas para conseguir un mejor flujo de relación entre organización y usuario:

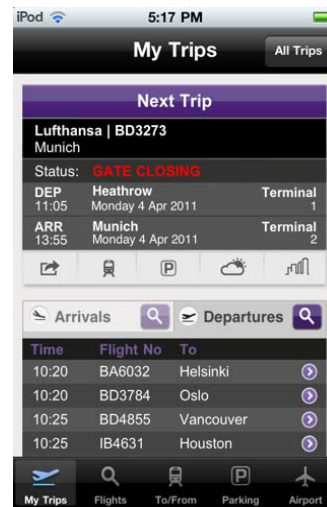
- Informar de forma personalizada para resolver dudas / necesidades propias de cada usuario.
- Informar de incidencias u oportunidades de interés global para la comunidad de miembros de nuestra marca.
- Facilitar al usuario la circulación por el propio recinto del aeropuerto y facilitar la conexión con la oferta de servicios adyacente.
- Escuchar y aprender de la experiencia de los usuarios para ofrecer nuevos servicios entorno a nuevas necesidades.
- Proponer que los usuarios interactúen para su beneficio entorno a las plataformas tecnológicas que la marca les proporciona.
- Incentivar la interrelación entre usuarios según sus intereses personales o profesionales.
- Interrelacionar información de carácter público (*open data*) con servicios de carácter gratuito (*freemium*) o de pago (*premium*).



### Un ejemplo de buenas prácticas

La tecnología móvil es una magnífica oportunidad para informar de forma sencilla, rápida y ágil al usuario de un aeropuerto. A través de una sola aplicación podemos controlar el estado de los vuelos, estar informados de los servicios de transporte público, aparcamiento, etc.

Esta claro que el desarrollo actual de tecnologías, como la realidad aumentada, no hará más que incrementar el número de posibilidades para las empresas y organizaciones.



*Aplicación para smartphone para controlar el estado de los vuelos y la información de los servicios que ofrece el aeropuerto de Heathrow.*

¡Necesitamos **buenos entornos**, para construir **buenas ideas!**

### Documentos de referencia

Chillón, P.S. (19/05/2011) [Diseñando las airport cities del futuro: la conectividad y la integración en las redes mundiales como elementos para la ordenación urbanística de los entornos aeroportuarios](#)

Kasarda, J.D & Lindsay (2011) [Aerotropolis: The Way We'll Live Next](#)  
Accenture (2011) [Accenture's Global Media and Entertainment High Performance Study 2011](#)

Tendencias 21 (21/06/2011) [Europa encabeza el incremento de tráfico de pasajeros](#)

Tendencias 21 (01/11/2011) [Los aeropuertos incrementarán sus inversiones en TIC el próximo año](#)

### Otras reflexiones asociadas

[El colapso de la información](#)

*Reflexionamos de manera continuada sobre las nuevas tendencias en el ámbito social y empresarial que van dibujando nuevos escenarios de futuro.*

*Generamos contenidos y propuestas de valor que pueden ayudar en el diseño e implementación de una estrategia de éxito.*

*Acompañamos a tu organización en este proceso de cambio.*

### Oportunidades compartidas - Diciembre 2011

Un espacio de reflexión entorno a los cambios de la Sociedad Red. Nuestras ideas parten de una recomendación sobre la cual apuntamos oportunidades para las organizaciones.

Antoni Gutiérrez-Rubí

609853402

Twitter: @antonigr

[antoni@gutierrez-rubi.es](mailto:antoni@gutierrez-rubi.es)

[www.gutierrez-rubi.es](http://www.gutierrez-rubi.es)

