



REVISTA DE PRENSA

27/08/2019

Índice

KPI's para guiar la estrategia de marketing turístico en agosto @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 31/07/2019	7
KPI's para guiar la estrategia de marketing turístico en agosto @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 30/07/2019	8
APOYO DE LA NORMALIZACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO. INFORMES DE NORMALIZACIÓN @ FORUMCALIDAD.COM - 29/07/2019	9
ITH lanza junto a Opta 'Previsiones del comportamiento del mercado turístico en agosto' @ Nexotur.com - 29/07/2019	10
ASIALINK SPAIN se asocia al ITH, acercando el mercado chino al sector hotelero español @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 26/07/2019	11
25 Julio, 2019 @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 25/07/2019	12
Solución de gestión integral: Nominapress se asocia a ITH Nexotur - 22/07/2019	13
Alternativas a los plásticos en el hotel, robots camareros, check-in rápido... innovación por los Hunters de Hostelco @ PROFESIONALHORECA.COM - 23/07/2019	14
Julio 2019 – Actualidad Foro @ MARCASRENOMBRADAS.COM - 23/07/2019	15
ITH Innovation Summit Notebook: Las marcas consistentes hablan el "mismo idioma" del cliente @ MARCASRENOMBRADAS.COM - 23/07/2019	16
ITH Innovation Summit Notebook: Las marcas consistentes hablan el "mismo idioma" del cliente @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 23/07/2019	17
Llega a ITH el único RMS creado por Revenue Managers @ Nexotur.com - 23/07/2019	18
ITH Innovation Summit Notebook: ¿Digital: ser o no ser? @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 22/07/2019	19
40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español @ SEGITTUR.ES - 19/07/2019	20
Los hoteleros, preocupados por la "caída del mercado alemán" en Canarias y Baleares Agenttravel - 01/07/2019	21
40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español @ SMARTTRAVEL.NEWS - 18/07/2019	22
40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español @ HOSTELTUR - 18/07/2019	23
40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español	24

@ REVISTAGRANHOTEL.COM - 18/07/2019	
El RMS diseñado íntegramente por Revenue Managers llega a ITH @ SMARTTRAVEL.NEWS - 17/07/2019	25
El ITH incorpora a Revenue Control Data a su área de nuevas tecnologías @ EUROPA PRESS - 17/07/2019	26
El único RMS diseñado íntegramente por Revenue Managers llega a ITH @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 17/07/2019	27
El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en CASINO GRAN MADRID TORRELODONES @ AZARPLUS.COM - 17/07/2019	28
El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en Casino Gran Madrid Torrelozones @ MSN ESPAÑA - 16/07/2019	29
ITH Innovation Summit Notebook: Ahorra hasta un 15% en la factura energética de tu hotel @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 16/07/2019	30
El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en Casino Gran Madrid Torrelozones @ ELECONOMISTA.ES - 16/07/2019	31
Abierta la convocatoria de Hostelco Live Hotel hasta el 30 de septiembre @ INFOHORECA.COM - 16/07/2019	32
ITH Innovation Notebook: La Seguridad en las redes de los hoteles, una necesidad imprescindible @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 15/07/2019	33
WIFI: ESENCIAL EN LA OFERTA HOTELERA Y FUENTE DE INFORMACIÓN Hosteltur Proveedores - 01/07/2019	34
Las ESEs son una garantía de ahorro y eficiencia energética para los sistemas de climatización hoteleros Hosteltur Proveedores - 01/07/2019	36
Los hoteles refuerzan su estrategia en RRSS con originales propuestas @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 15/07/2019	37
Álvaro Carrillo @ Nexotur.com - 15/07/2019	38
ITH y Nethits Telecom Solutions renuevan su asociación @ Nexotur.com - 15/07/2019	39
Los hoteles refuerzan su estrategia en RRSS con originales propuestas @ HOSTELTUR - 14/07/2019	40
Riu, curso de verano, hoteles en la nube, profesiones en riesgo... @ MUNDOVIAJANDO.ES - 14/07/2019	41
Riu, curso de verano, hoteles en la nube, profesiones en riesgo... @ HOSTELTUR - 13/07/2019	42
Isabel Oliver: 'Nada va a reemplazar al factor humano, apoyado por la tecnología' Nexotur - 08/07/2019	43

El ITH renueva su colaboración Nethits Telecom Solutions @ EUROPA PRESS - 11/07/2019	44
La Hostelería apuesta por la innovación Nexotur - 08/07/2019	45
11 de julio de 2019. – @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 11/07/2019	46
Concienciación y ahorro: pilares de la sostenibilidad Tecnohotel - 01/06/2019	47
Thinktur celebra un encuentro para abordar los retos de la digitalización en las pymes hoteleras @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 10/07/2019	49
El turismo avanza en su digitalizaación Byte - 01/07/2019	50
ITH Academy una respuesta eficaz para los nuevos profesionales del Turismo 4.0 CEHAT - 01/07/2019	60
La Hostelería apuesta por innovación CEHAT - 01/07/2019	61
Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, inaugura la II edición de ITH Innovation Summit CEHAT - 01/07/2019	62
ITH Innovation Summit centra su segundo día en la inteligencia artificial y la automatización de procesos CEHAT - 01/07/2019	64
Thinktur reúne a profesionales del sector turístico en un nuevo grupo de trabajo sobre gestión del talento CEHAT - 01/07/2019	65
Mews Systems se convierte en socio del ITH @ Nexotur.com - 10/07/2019	66
Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 09/07/2019	67
LA EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE REFRIGERACION EN SU APLICACIÓN AL SECTOR HOTELERO Climaeficiencia - 01/06/2019	68
Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 09/07/2019	71
Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 09/07/2019	72
Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad @ MUNDOVIAJANDO.ES - 09/07/2019	73
Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad @ HOSTELTUR - 08/07/2019	74
El turismo del futuro, ¿tecnología frente a personas? @ TECNOHOTELNEWS.COM - 08/07/2019	75

El turismo avanza en su digitalización @ BYTE - 08/07/2019	76
Empleos híbridos, los no clientes, RRSS, inteligencia artificial... @ HOSTELTUR - 06/07/2019	77
El ITH se alía con Mews Systems para potenciar la digitalización en el sector hotelero @ EUROPA PRESS - 08/07/2019	78
Concienciación y ahorro: pilares de la sostenibilidad @ TECNOHOTELNEWS.COM - 08/07/2019	79
La Hotelería apuesta por la innovación @ Nexotur.com - 08/07/2019	80
Solución de gestión integral: Nominapress se asocia a ITH @ Nexotur.com - 08/07/2019	81
Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 07/07/2019	82
Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 07/07/2019	83
Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo @ HOSTELTUR - 06/07/2019	84
Mews Systems se convierte en partner del Instituto Tecnológico Hotelero @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 05/07/2019	85
Nominapress, la solución 360 para los recursos humanos hoteleros, se asocia a ITH @ HOSTELTUR - 05/07/2019	86
Qué tecnologías triunfarán en el sector turístico @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 05/07/2019	87
Inteligencia turística Aenor - 01/06/2019	88
Qué tecnologías triunfarán en el sector turístico @ HOSTELTUR - 04/07/2019	89
ITH suma a Nominapress como nuevo asociado @ EUROPA PRESS - 04/07/2019	90
Nominapress se asocia a ITH, la solución de gestión 360 para los recursos humanos hoteleros @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 04/07/2019	91
ITH Innovation Summit Notebook: Cómo la tecnología no funcionaría sin el toque humano @ INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO - 04/07/2019	92
El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 04/07/2019	93
El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 04/07/2019	94

El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial @ MUNDOVIAJANDO.ES - 04/07/2019	95
El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial @ HOSTELTUR - 03/07/2019	96
Palladium revela cómo lograr el mejor engagement en redes sociales @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 03/07/2019	97
Hostelco y CEHAT suman sus fuerzas para potenciar la industria hotelera @ REVISTALIMPIEZAS.ES - 03/07/2019	98
Tecnología disponible que nos permite llegar al no cliente @ CALIDADTENERIFE - 03/07/2019	99
Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa @ VIAJESPASAJESYHOTELES.COM - 03/07/2019	100
Isabel Oliver inaugura la II edición de ITH Innovation Summit @ GACETADELTURISMO.COM - 02/07/2019	101
El turismo del futuro: ¿tecnología frente a personas? @ EUROPA PRESS - 02/07/2019	102
Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa @ FEDERACIÓ D'HOSTALERIA DE LES COMARQUES - 02/07/2019	103
Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa @ ES.MAKEMEFEEED.COM - 02/07/2019	104
Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa @ HOSTELTUR - 01/07/2019	105

KPI's para guiar la estrategia de marketing turístico en agosto

Hosteltur. Los españoles realizarán un 28% más de viajes domésticos durante este mes respecto al año anterior.

Los españoles van a viajar más este agosto por España que hace un año. Concretamente, se prevén 33,10 millones de viajes ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

KPI's para guiar la estrategia de marketing turístico en agosto

Los españoles van a viajar más este agosto por España que hace un año. Concretamente, se prevén 33,10 millones de viajes fuera de la provincia de residencia, un 28% más. Además, se detectan segmentos emergentes al alza, como las mujeres mayores de...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

APOYO DE LA NORMALIZACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO. INFORMES DE NORMALIZACIÓN

La Asociación Española de Normalización, UNE ha publicado el Informe Apoyo de la normalización al sector turístico, en el que analiza cómo las normas contribuyen a impulsar la calidad y competitividad del turismo español, dando respuesta eficaz a ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH lanza junto a Opta 'Previsiones del comportamiento del mercado turístico en agosto'

El informe es la primera entrega de una solución para proporcionar al hotelero datos para el conocimiento del cliente. Con la colaboración de ITH y orientada especialmente para sus socios del Sector Hotelero, de forma continua dará a conocer dist...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ASIALINK SPAIN se asocia al ITH, acercando el mercado chino al sector hotelero español

Comprender las necesidades y expectativas del viajero chino, salvar la barrera del idioma y facilitar la llegada a un mercado en expansión, son algunas oportunidades que Asialink Spain, representante oficial de Ctrip en España, ofrece a los hotele...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

25 Julio, 2019

25 de julio de 2019.- El Informe “ Previsiones del comportamiento del mercado turístico en agosto” es la primera entrega de lanzamiento, de una solución orientada a proporcionar al hotelero datos para el conocimiento del cliente y contextualizació...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Solución de gestión integral: Nominapress se asocia a ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Nominapress como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, para ofrecer una herramienta innovadora que permita al sector hotelero acen-tuar su proceso de digitalización y aumentar la eficiencia de sus empleados. El objetivo de Nominapress es contribuir en esa digitalización con una solución de gestión integral 360 para los recursos humanos hoteleros. Con su producto es posible llevar a un entorno digital y ubicuo esa gestión del personal y el control de la jornada laboral, incluyendo vacaciones, ausencias o turnos; pero también permite la comunicación interdeparta-mental certificada y consolida toda esa información.

Alternativas a los plásticos en el hotel, robots camareros, check-in rápido... innovación por los Hunters de Hostelco

Productos alternativos para eliminar los plásticos en el hotel y proteger el medio ambiente; los primeros robots-camareros que empiezan a trabajar en los restaurantes, y la tecnología que logra reducir el tiempo de check-in en los hoteles son las ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Julio 2019 – Actualidad Foro

| Foro de Marcas Renombradas Españolas

Más contenido

23 Jul 2019

Publicación en el blog de ITH Innovation Summit del artículo 'Las...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Summit Notebook: Las marcas consistentes hablan el “mismo idioma” del cliente

ITH Innovation Summit Notebook: Las marcas consistentes hablan el "mismo idioma" del cliente | Foro de Marcas Renombradas Españolas

Más conten...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Summit Notebook: Las marcas consistentes hablan el “mismo idioma” del cliente

Gracias a la monitorización en tiempo real sobre lo que se habla de una marca en el entorno digital, las preferencias de los clientes prácticamente se encuentran a tan solo un clic de distancia, permitiendo así dar solución a sus peticiones y sati...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Llega a ITH el único RMS creado por Revenue Managers

El ITH suma a Revenue Control Data como nuevo asociado en el área de Nuevas tecnologías El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Revenue Control Data como nuevo asociado en el área de Nuevas tecnologías y Operaciones hoteleras, el primer R...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Summit Notebook: ¿Digital: ser o no ser?

Hace unas semanas, en ITH Innovation Summit 2019, participé en una mesa de debate con el título "Hotel y cliente: ¿hablamos el mismo idioma?". Mis compañeros de mesa eran Guille Rodríguez, Social Media Manager de Palladium Hotel; Sergio Gómez, Onl...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español

La Asociación Española de Normalización, UNE ha publicado el Informe Apoyo de la normalización al sector turístico , en el que analiza cómo las normas contribuyen a impulsar la calidad y competitividad del turismo español, ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Los hoteleros, preocupados por la “caída del mercado alemán” en Canarias y Baleares

Isabel Oliver apuesta por utilizar la tecnología para “conocer a los clientes, gestionar el destino y tomar decisiones encaminadas a la sostenibilidad” en el ITH Innovation Summit

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), Juan Molas, se ha mostrado preocupado por las “caídas del mercado alemán” en las Islas Canarias y las Islas Baleares en la inauguración de la ITH Innovation Summit, en Madrid.

“Nos preocupan las cifras que estamos contrastando”, ha señalado Molas, que ha concretado que especialmente el mercado alemán está cayendo en “Gran Canaria, Fuerteventura, Tenerife —en menor medida—, y Mallorca”.

Para el presidente de Cehat, el año “empezó bien”, pero “algunos problemas” como el Brexit o “la competencia de varios países que han conseguido estabilizar la situación económica y social” como Turquía, Grecia, Túnez o Croacia, han propiciado este descenso en el número de turistas.

Molas, que también ha observado una disminución en el número de turistas nórdicos, considera que las caídas se están compensando con mercados “como Norteamérica, Rusia y Asia” y ha subrayado la recuperación del turismo urbano en ciudades como Madrid, Barcelona, Málaga o San Sebastián.

A la inauguración del ITH Innovation Summit también han asistido la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, y el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, Gabriel García.

LOGRAR EL EQUILIBRIO

Oliver ha puesto el foco en la necesidad de utilizar la tecnología como “una aliada para conocer a los clientes, gestionar el destino y tomar decisiones encaminadas a la sostenibilidad”, para que “España siga siendo un país líder mundial en turismo a la vanguardia”.

Para la secretaria de Estado, el objetivo debe ser “lograr un equilibrio entre el turismo, el territo-



De izquierda a derecha: Gabriel García, Isabel Oliver y Juan Molas.

rio y las personas que vivimos en él”. En ese sentido, según Oliver, “la sostenibilidad y gestión digital” forman parte de uno de los “cinco ejes” que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo tiene en cuenta para “elaborar la estrategia de Turismo 2030”.

Oliver ha finalizado su intervención afirmando que “aunque la tecnología nos hace ser más eficientes”, el “factor humano” es lo más importante tanto en el sector hotelero como en el turístico.

Por su parte, Gabriel García, ha celebrado la situación de los ho-

teles madrileños: “Es uno de los destinos que más crecen”, ha apuntado. En la opinión del presidente del AEHM “parte del éxito se debe a Internet, la Inteligencia Artificial y el Big Data” porque ayudan a “tomar decisiones y a hacerlo bien”.

CIBERSEGURIDAD

García, que se ha mostrado “partidario de vender experiencias más que habitaciones para fidelizar al cliente”, ha asegurado que “es necesario formar al personal y adaptarlo a la tecnología para conseguir un acercamiento a los visitantes”.

Para terminar, García ha puesto de manifiesto “la importancia de la seguridad en las redes sociales” y ha señalado que los hoteles están “obligados a invertir en tecnología de ciberseguridad” para defenderse de los hackers.

La Inteligencia Artificial no sustituirá a los empleados

Los trabajadores de los hoteles se preocupan por sus empleos debido a los avances en la tecnología, pero la Inteligencia Artificial (IA) no sustituirá a los empleados, según se concluye tras el cara a cara “¿Un robot en mi lugar?” que ha tenido lugar en la segunda jornada del ITH Innovation Summit.

En el cara a cara, moderado por el CEO de Nunkyworld, Abel Linares, han participado el Guest Manager de One Shot Hotels, Rafael Hinojosa, y el CIO de Palladium Hotel Group, Tomás Rodicio.

Rodicio ha explicado que “hay muchas iniciativas que nacen y mueren, mientras otras triunfan”. Las que triunfan son las tecnologías con las que la gente percibe que su vida es más fácil y se adaptan a ellas de forma natural. Por el contrario, las que fracasan son las que pretenden forzar a las personas.

Rafael Hinojosa ha reconocido que la IA le ha causado preocupación y curiosidad pero ratifica que “ayuda a simplificar la labor de los empleados”, porque el factor humano “siempre va a ser necesario”.



De izquierda a derecha: Abel Linares, Rafael Hinojosa y Tomás Rodicio.

Los ponentes han coincidido en que la tecnología, de momento, es una extensión del empleado, pero es necesario formar a los trabajadores para los nuevos puestos que se van a necesitar con los cambios tecnológicos. Aseguran que, al igual que quitará puestos de trabajo, la IA creará otros empleos.

Rodicio ha destacado que los datos que permite recopilar la IA “son fundamentales para conocer mejor al cliente y ofrecer una mejor experiencia”. “El reto es poder organizar y trabajar con los datos para poder tomar decisiones a partir de ellos”, añade.

40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español

La Asociación Española de Normalización, UNE ha publicado el Informe Apoyo de la normalización al sector turístico, en el que analiza cómo las normas contribuyen a impulsar la calidad y competitividad del turismo español, dando respuesta eficaz a...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español

· La Asociación Española de Normalización publica un informe en el que analiza cómo los estándares contribuyen a mejorar la competitividad del turismo. UNE colabora con relevantes entidades del turismo español, como el ICTE, en la elaboración de n...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

40 normas españolas UNE impulsan la calidad del turismo español

La Asociación Española de Normalización, UNE ha publicado el Informe Apoyo de la normalización al sector turístico, en el que analiza cómo las normas contribuyen a impulsar la calidad y competitividad del turismo español, dando respuesta eficaz a ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El RMS diseñado íntegramente por Revenue Managers llega a ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha anunciado que suma a Revenue Control Data como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, el primer Revenue Management System (RMS) diseñado íntegramente por Revenue Manager...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El ITH incorpora a Revenue Control Data a su área de nuevas tecnologías

(EUROPA PRESS) -

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha incorporado como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras a Revenue Control Data (RevCtrlData), un 'Revenue Management System' (RMS) diseñado...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El único RMS diseñado íntegramente por Revenue Managers llega a ITH

17 de julio de 2019. – El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Revenue Control Data como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, el primer Revenue Management System (RMS) diseñado íntegramente por Revenue M...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en CASINO GRAN MADRID TORRELODONES

17 julio, 2019

AZARplus

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) continúa firme en su apuesta por dar a los asociados todas las claves del sector y, por ello, el pasado 11 de julio a las 20.00 horas, convocó a todos ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en Casino Gran Madrid Torrelodones

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) continúa firme en su apuesta por dar a los asociados todas las claves del sector y, por ello, el pasado 11 de julio a las 20.00 horas, convocó a todos los interesados a un encuentro de profesion...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Summit Notebook: Ahorra hasta un 15% en la factura energética de tu hotel

La actual situación de los mercados de la energía, con una escalada de precios imparable, en parte consecuencia de la transición del modelo energético actual hacia un modelo energético sostenible en cuanto a la generación y descarbonización para l...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo del futuro: ¿Tecnología frente a personas?, en Casino Gran Madrid Torrelodones

EvasiónMadrid La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) continúa firme en su apuesta por dar a los asociados todas las claves del sector y, por ello, el pasado 11 de julio a las 20.00 horas, convocó a todos los interesados a un encuent...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Abierta la convocatoria de Hostelco Live Hotel hasta el 30 de septiembre

Hostelco pone a disposición de empresas de contract diversos espacios de un hotel, para dar a conocer las últimas tendencias de interiorismo, decoración, iluminación y mobiliario.

Hostelco Live Hotel plantea un escenario rea...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Notebook: La Seguridad en las redes de los hoteles, una necesidad imprescindible

Innovation Summit organizado por el ITH de este año ha sido un éxito. Un éxito de afluencia, un éxito de ponentes, de organización, de información y espero que un éxito de concienciación. Desde Cerium pudimos poner nuestro granito de arena y colab...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

FORMA PARTE DE LOS BÁSICOS QUE LOS ESTABLECIMIENTOS DEBEN CUBRIR

WIFI: ESENCIAL EN LA OFERTA HOTELERA Y FUENTE DE INFORMACIÓN



Hoy en día los puntos de conexión WiFi te los encuentras en los lugares más recónditos.

El estudio realizado por el **ITH** (Instituto Tecnológico Hotelero) y la firma **IZO** sobre 'Percepción y uso de la tecnología por parte del huésped' revela dos debilidades de su aplicación en los hoteles. Por un lado, los clientes necesitan cubrir unos básicos en los que muchas veces sus expectativas no se ven satisfechas, y sin embargo les ofrecen tecnologías más avanzadas que valoran pero que no perciben como algo esencial. A ello se suma la necesidad de mejorar la comunicación de lo que les proporcionan porque en muchas ocasiones desconocen las tecnologías implantadas que están a su disposición.

El ITH ha detectado así una brecha entre lo que aplican los hoteles y lo que esperan los clientes. Mientras los establecimientos

apuestan por los chatbots, sensorica y domótica e inteligencia artificial, los huéspedes demandan WiFi, comparadores para los procesos de reserva y apps para gestionarla.

De hecho, para casi el 75% de los encuestados el WiFi resulta esencial, aunque hasta que no falla se da por hecho y es entonces cuando el cliente lo critica, sin mencionar si la calidad de la conexión era buena hasta ese momento.

Es más, según el 'Estudio global del viajero digital 2018' de **Travelport**, los propios viajeros reconocen que se están volviendo más dependientes de la conexión inalámbrica durante su estancia. Tanto es así que dos tercios aseguran que ahora evitan los hoteles que cobran por este servicio, un 61% más que hace un año.



1 Julio, 2019

PREFERENCIAS TECNOLÓGICAS

El estudio del ITH e IZO sobre 'Percepción y uso de la tecnología por parte del huésped' confirma que para el 70% de los encuestados la tecnología es fundamental en su vida, y para el 35% la ofrecida por el alojamiento es un aspecto decisivo a la hora de elegir dónde pernoctar, aunque estas prioridades varían en función de la edad.

Los viajeros jóvenes demandan más nivel de tecnología en los establecimientos porque son los que más la utilizan y lo consideran algo básico; mientras que los adultos están abiertos a esa tecnología pero buscan también el trato humano; y los viajeros de edad más avanzada apuestan asimismo por su utilización, pero siempre que les ayude a hacer las cosas sin necesidad de interactuar demasiado con ella.

Pero en los tres segmentos el WiFi lidera siempre sus preferencias de la tecnología que esperan encontrar en un hotel.

PARA EL HOTEL

Para el hotel, por tanto, resulta "crucial" ofrecer WiFi gratis de alta velocidad, con un doble objetivo: elevar los niveles de satisfacción de los clientes para de este modo también contribuir a mejorar su reputación online, según han constatado **Blue Sea Hotels** y el **Observatorio Vodafone de la Empresa**.

Una vez que los huéspedes disponen de una conexión de calidad, básicamente la emplean para cuatro usos: mantenerse en contacto con sus familiares, sobre todo los extranjeros; utilizar las redes sociales; ver películas y series en sus dispositivos móviles; y, en el caso de los clientes de empresa, conectarse a Internet para trabajar, para lo que demandan que sea fiable, segura y rápida.

SEGUIR LOS MOVIMIENTOS

El WiFi permite, asimismo, conocer los movimientos del cliente por el hotel. Gracias a los datos que genera, el hotelero puede saber, por ejemplo, si es necesario reforzar el servicio de desayunos porque en ese momento hay una aglomeración de clientes, o si es recomendable lanzar ofertas para atraer clientela al bar. Y es que el WiFi tiene la ventaja de que "todos lo usamos en casa y no nos acordamos de apagarlo al salir, por lo que lo llevas encendido casi siempre", según subrayó en el **Forum TurisTIC 2019** **Jordi Vallejo**, cofundador de la **empresa Social and Beyond** que ha desarrollado estos sistemas de medición.

Los datos que se obtienen, eso sí, siempre son anónimos, pero

con ellos se pueden llevar a cabo acciones de marketing de proximidad. De hecho, algunos destinos turísticos ya están utilizando los datos proporcionados por las antenas de telefonía móvil para conocer las pautas de movilidad de sus visitantes y así poder planificar en consecuencia.

La compañía **Cerium**, por ejemplo, ofrece el servicio **Hotspot**, que dota de una capa de mayor seguridad a la red WiFi, gestión del ancho de banda y una herramienta de captación de datos de los clientes.

SEGURIDAD ANTE TODO

No en vano, esos clientes son cada vez más exigentes y para el hotelero es importante contar con una conexión fiable y segura, que no exponga sus datos personales. Por ello, como ha destacado **Francisco Menéndez**, CEO de **WifiSafe**, "incluso los pequeños empresarios saben que ya es imprescindible ofrecer a sus huéspedes un WiFi de calidad para proporcionar un valor añadido y ser competitivos. En este sector ya no hay lugar para las redes domésticas", generadoras de críticas y quejas.

El retorno de la inversión, según Menéndez, "es fácilmente palpable para un hotelero", al reducir la posibilidad de que aparezcan en Internet comentarios negativos de los clientes sobre problemas en la conexión. De este modo esa inversión, añade, "incide de manera rápida y muy positiva en la cuenta de explotación del establecimiento, independientemente de su tamaño". Y es que, como advierten los expertos, los límites no existen. El mundo digital evoluciona muy rápido y los hoteles, por pequeños que sean, deben estar preparados para no quedarse atrás. —



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Las ESEs son una garantía de ahorro y eficiencia energética para los sistemas de climatización hoteleros

Las empresas de servicios energéticos (ESEs) son, sin lugar a duda, uno de los actores más importantes para lograr los ambiciosos objetivos para 2030 que plantea el borrador del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima. Con una dilatada experiencia en la renovación y optimización de las instalaciones, ofreciendo una solución integral en el tiempo, garantizando ahorros energéticos y reduciendo las emisiones de gases contaminantes, las ESEs son actores clave en la Transición Energética. Son capaces de reducir los consumos energéticos, minimizando costes y haciendo más sostenibles todos los sistemas mediante un modelo innovador que permite amortizar las inversiones de sus actuaciones a través de los ahorros.

El sector hotelero, uno de los mayores motores económicos de España, es un segmento clave del mercado de los servicios energéticos por tres motivos fundamentales: por la necesidad de asegurar en todo momento unas condiciones ideales de confort a sus clientes; por sus costes energéticos; y por la voluntad creciente de ofrecer un servicio con una imagen sostenible. Estos aspectos son especialmente críticos en los sistemas de climatización y, ¿quién mejor para dar-

les respuesta que una ESE? Las empresas de servicios energéticos se comprometen a asegurar las condiciones de temperatura, humedad y calidad del aire necesarias para la total satisfacción y comodidad de los clientes. Además, optimizan la gestión y seguridad de las instalaciones.

Por otro lado, según datos facilitados por el Instituto Tecnológico Hotelero, los costes energéticos son los terceros más importantes de este sector. De los cuales, casi un 40% se debe a los consumos de las instalaciones de climatización y de ellos, un 25% están relacionados con el consumo de calefacción y más de un 50% con la refrigeración de aire.

Por lo tanto, no es de extrañar que, tal y como expresa la última edición del Observatorio de Eficiencia Energética de ANESE, el 66% de las ESEs lleven a cabo actuaciones en estos sistemas consiguiendo ahorros del entorno del 20%.

Evidentemente, el progreso tecnológico es y será siempre un factor fundamental para el avance de los servicios energéticos: las mejoras en los sistemas de aislamiento térmico que permiten minimizar las pérdidas, el incremento de la eficiencia de los equipos de climatización, y los sistemas de monitorización y control permiten lograr resulta-

dos cada vez más sorprendentes. En relación con los equipos, tal y como se muestra en la Guía de Tecnologías de ANESE, las bombas de calor aerotérmicas, las calderas de biomasa, las calderas de condensación a gas de alta eficiencia, la energía solar térmica, suelo radiante y enfriadoras de última generación, entre otros, permiten asegurar unas condiciones óptimas de funcionamiento, asegurando las mejores condiciones de confort, ahorrando dinero, energía y evitando emisiones de CO₂. Los sistemas de monitorización y control permiten conocer y ajustar con exactitud los parámetros de funcionamiento de las instalaciones, detectando y corrigiendo las desviaciones, optimizando las labores de mantenimiento predictivo y facilitando el mantenimiento correctivo. Además, el futuro está cada vez más cerca y nuevos desarrollos como el internet de las cosas junto a la realidad aumentada permitirán tener un grado de respuesta y conocimiento total de las instalaciones. ==



Sergio Vicéns, responsable Técnico de ANESE (Asociación Española de Empresas de Servicios Energéticos)

Los hoteles refuerzan su estrategia en RRSS con originales propuestas

Hosteltur. Los hoteles, al igual que otras empresas turísticas, están centrando sus esfuerzos en poner en valor su presencia en las redes sociales para llegar a sus clientes, actuales y potenciales, que cada vez las utilizan más como elemento insp...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Álvaro Carrillo

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) sigue trabajando en el desarrollo de la innovación en este sector. Recientemente, Mews Systems se ha asociado al ITH para potenciar la digitalización de herramientas de gestión y, en concreto del PMS (Prope...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH y Nethits Telecom Solutions renuevan su asociación

Seguirán colaborando en el ámbito de soluciones integrales en infraestructuras de telecomunicaciones para hoteles. Nethits Telecom Solutions renueva su asociación con el

Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con el objetivo de aunar la lab...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Los hoteles refuerzan su estrategia en RRSS con originales propuestas

Los hoteles, al igual que otras empresas turísticas, están centrando sus esfuerzos en poner en valor su presencia en las redes sociales para llegar a sus clientes, actuales y potenciales, que cada vez las utilizan más como elemento inspiracional p...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Riu, curso de verano, hoteles en la nube, profesiones en riesgo...

Estas son las noticias de Innovación que debe asegurarse de conocer antes de empezar la nueva semana. Feliz domingo. Arquitectura e ingeniería, determinantes en la expansión de Riu Luis Riu, CEO de Riu Hotels & Resorts, reconoce en su blog que su "...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Riu, curso de verano, hoteles en la nube, profesiones en riesgo...

Estas son las noticias de Innovación que debe asegurarse de conocer antes de empezar la nueva semana. Feliz domingo.

Arquitectura e ingeniería, determinantes en la expansión de Riu

Luis Riu , CEO de Riu Hotels & Reso...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



Isabel Oliver: 'Nada va a reemplazar al factor humano, apoyado por la tecnología'

La secretaria de Estado de Turismo ha inaugurado la segunda edición de ITH Innovation Summit

Los días 26 y 27 de junio el NH Collection Madrid Euro-building ha acogido la segunda edición del ITH Innovation Summit, espacio único y de referencia para el sector hotelero

que da a conocer las últimas novedades en innovación y tecnología aplicadas al sector. En su inauguración, la secretaria de Estado de Turismo en funciones, Isabel Oliver, ha destacado

que "la tecnología ofrece soluciones innovadoras que nos permiten conocer mejor al cliente, gestionar de manera más sostenible y tomar decisiones más inteligentes y responsables".

La segunda edición de ITH Innovation Summit se ha iniciado con un debate para analizar la manera de aprovechar los beneficios de la innovación y la tecnología desde un punto de vista estratégico empresarial. El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas, ha moderado el debate compuesto por el CEO de Room Mate Hotels, Kike Sarasola; el director general de Ilunion Hotels, José Ángel Preciados; el presidente de Artemi Hotels, Pepe Díaz Montañés; el director general de VP Hoteles, Javier Pérez; y el director general de NH Hotel Group para el Sur de Europa, Hugo Rovira.

En su intervención, Sarasola destacaba que "el negocio tiene que adaptarse a las necesidades del cliente". Por su parte, el director general de Ilunion Hotels señalaba que "la transformación es un tema cultural, la tecnología no funcionará si no arranca de la base". Díaz-Montañés hacía hincapié en que "lo importante no es el coste de la tecnología sino el valor que crea", mientras que el director general de VP Hoteles destacaba que "el cliente es tecnológico, el hotel tiene que adaptarse". Por su parte, Rovira, señalaba que "el grado de implantación de la tecnología es relativo con respecto a nuestra propia situación hace unos años", y continuaba diciendo que "es importante conocer la tecnología para apuntar a lo más alto", y animaba a "saber bien lo que aporta valor al cliente para aplicar ahí la tecnología". Molas cerraba la mesa destacando que "somos un sector fundamental en el bienestar socio económico de nuestro país".

Para conocer las claves de las estrategias de distribución hotelera actuales y su evolución de cara al futuro, Jaime Chicheri ha moderado un cara a cara entre el director senior grandes cuentas para la región EMEA-LATAM de Expedia Group, Luis Hurtado, y el vicepresidente de Magic Costablanca Hotels & Resorts, Francisco

Javier García Cuenca. García Cuenca señalaba cómo "el hotelero debe defender los ingresos que se generan durante la estancia". A su vez, Hurtado subrayaba que "Facebook puede ser el próximo actor en tomar partido en la distribución".

La experiencia de cliente ha sido otro de los platos fuertes. El director de operaciones de AdQuiver, Néstor Rodríguez, ha contado el secreto para saber cómo atraer y seducir a los clientes utilizando Inteligencia Artificial y Big Data. Y señalaba que "los datos nos ayudan a entender cómo funciona el sistema", "la planificación previa es la llave para hacer el camino".

Los datos juegan un papel fundamental a la hora de gestionar nuestro hotel. Por este motivo, Diana Hernández, Quality & Reputation specialist en Hotelatelier, ha participado en el Summit Area, junto a Xavier López, director de operaciones de Eisisoft, donde nos han expuesto sus conocimientos de *microlearning*. La mañana ha cerrado con un debate entre el director de operaciones de Paraty Tech, David Madrigal; la CEO de Hotelsdot, Meritxell Pérez; el director de E-commerce, Western Europe de Travelclick, Alejandro Lista; el *senior external advisor* de Deloitte, José Ignacio Sánchez Butragueño; y el *managing director of Spain & Portugal* de Mews Systems, Ildefonso Moyano. Carbó ha señalado que "la tecnología nos tiene que aportar valor, pero no podemos estar detrás de la tecnología". Butragueño, opinaba que es importante "cómo utilizar el dato del no cliente". Ildefonso Moyano ha destacado que "en los hoteles no tenemos habitaciones, tenemos clientes". Mientras que Lista propone la idea del "*back to the basic*: poner al cliente en el centro, este es el objetivo de todos nuestros sistemas". Madrigal hablaba del motor de reservas, señalando que "solo entra después del posicionamiento y de la decisión de compra". Pérez cerraba la mesa concluyendo que "lo principal es conocer al cliente y cómo van cambiando sus formas de consumir".

Por la tarde, ITH Innovation Summit se ha centrado en la experiencia de cliente. El CEO de IZO España, José Serrano, ha explicado las nuevas tendencias a la hora de diseñar viajes para conseguir que se genere en el cliente una sensación única; y el *social media manager* de Palladium Hotel Group, Guille Rodríguez, ha contado cómo un hotel puede ser dinamizador de experiencias únicas.

¿Volverás a mi hotel? Es la duda que ha llevado al *face to face* moderado por el conferenciante, escritor y crítico de hoteles de El País, Fernando Gallardo. Compuesto por el CCO del Grupo Iberostar, Javier Delgado, y el director comercial en Paradores, José Carlos Campos. El día ha concluido con el debate 'Hotel y cliente: ¿Hablamos el mismo idioma?', en el que se han dado cita profesionales como el *social media manager* en Palladium Hotel Group, Guille Rodríguez; el *online marketing manager* de Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center, Sergio Gómez; el director general de Noray, Bjorn Tronholm; y el CEO de IZO España, José Serrano. Han destacado que no todos los perfiles de cliente son 100% digitales, por lo que tenemos que conocer y anticiparnos a sus necesidades también en entornos *offline* (trabajar previamente el *travel journey* con otras tecnologías).

Segunda jornada

El director general del Observatorio de Inteligencia Artificial, Andrés Pedreño, ha sido el encargado de dar comienzo al segundo día del ITH Innovation Summit, centrado en la inteligencia artificial y la automatización de procesos, con una charla sobre la inteligencia artificial en los procesos del hotel. "Es asombroso la cantidad de predicciones que nos facilita la IA al cruzarse con Big Data", subraya. Y ha aportado tres sencillas ideas para aplicar Inteligencia Artificial en un hotel: un chatbot en la web o *app* conectada al CRM y que



Una de las mesas redondas de ITH Innovation Summit.

genera *data*; un *mayordomo* en la habitación; y, por último, la personalización del servicio.

Siempre pensamos en qué pasaría si un robot estuviese en nuestro puesto de trabajo, pero ¿cuál es la percepción de los clientes? el CEO de Nunkyworld y socio fundador y consejero en Beonit y consejero en Adveo, se ha centrado en la inteligencia artificial y la automatización de procesos, ha sido el encargado de moderar este *face to face* en el que han estado debatiendo Rafael Hinojosa, de One Shot Hotels, y Tomás Rodicio, CIO de Palladium Hotel Group.

Además, es importante que el hotel del futuro tome la mayor cantidad de medidas para mantener a salvo los datos de su cliente de posibles ciberataques, que cada vez son más frecuentes en el ámbito hotelero. Es por esto que ha sido tan importante e interesante el debate que han mantenido y las claves que nos han dado el director tecnología y prevención de HP, Melchor Sanz, y el *managing director* en Cerium Tecnologías, Juan Antonio Just, que han estado moderados por la abogada y socia directora en Pérez & Montalvá Abogados, Esther Montalvá. El propio usuario no es consciente de los riesgos a los que se expone con sus dispositivos y por ello le convierte en el eslabón más débil en cuanto a ciberseguridad.

Tras ellos, y bajo el lema Hotel Management 2020, ha dado comienzo un espacio en el que ha dado una charla Alfonso Arroyo, director ejecutivo de Property Management de Savills Aguirre Newman con el título 'Facility Management 3.0: Gestión del inmueble de valor añadido'. En los últimos diez años el sector hotelero se ha transformado y con él la gestión del negocio hotelero, cuya inversión en España ha crecido enormemente y en el que existen diversas oportunidades turísticas. Con este debate se ha continuado en el Summit Area, hablando sobre los nuevos modelos de gestión.

Una de las novedades de ITH Innovation Summit ha sido el espacio habilitado para 'Success Stories' en el que hemos podido escuchar y ver los mejores casos de éxito contados por sus protagonistas: los hoteleros de la mano de sus proveedores tecnológicos. El evento ha puesto el broche de oro con la Asamblea Anual del Instituto Tecnológico Hotelero. Álvaro Carrillo, ha mostrado la evolución del Instituto y sus planes de futuro, destacando todos los proyectos y jornadas en los que ITH está involucrado, tras lo cual, Jimmy Pons, cofundador de Trailsforce, ha dado una ponencia denominada.

El ITH renueva su colaboración Nethits Telecom Solutions

(EUROPA PRESS) -

Nethits Telecom Solutions ha renovado su asociación con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con el claro objetivo de aunar la labor que realiza esta entidad en la promoción del uso de nuevas tecnologías para la...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



► 8 Julio, 2019

La Hotelería apuesta por la innovación

CEHAT, CON LA INNOVACIÓN. Por su interés para nuestros lectores, reproducimos íntegra y textualmente la opinión editorial del Periódico de CEHAT:

"El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha cerrado con un rotundo éxito la segunda edición del ITH Innovation Summit, encuentro que ha reunido en el NH Collection Eurobuilding, los pasados 26 y 27 de junio, a la industria hotelera en torno a la innovación y las nuevas tecnologías y su aplicación en el Turismo".

"Dos intensas jornadas de trabajo en las cuales expertos de diversos ámbitos han expuesto, a través de ponencias, mesas de debate y talleres, las últimas novedades de innovación y tecnología para la Hotelería. Asimismo, la presencia de tantos actores de la industria turística nacional y la sensibilidad de la organización, ha permitido el contacto entre los profesionales realizando un gran ejercicio de *networking*. Además, el evento ha contado con una zona expositiva y, como novedad, el espacio Success Stories, donde se han realizado presentaciones de casos de éxito tecnológicos".

"La importancia que el Gobierno otorga al ITH Innovation Summit queda patente con la presencia de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien ha inaugurado el encuentro junto al presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, y el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Gabriel García. En su intervención, Oliver ha destacado que "la tecnología ofrece soluciones innovadoras que nos permiten conocer mejor al cliente, gestionar de manera

más sostenible y tomar decisiones más inteligentes y responsables". Esta afirmación es un excelente resumen de los contenidos ofrecidos en este encuentro, ya que se ha hablado de tecnología, *big data*, herramientas de gestión, inteligencia artificial y ciberseguridad, entre otros temas de gran interés sectorial".

"Además, Isabel Oliver ha querido resaltar que "nada va a reemplazar al factor humano". Efectivamente, el Sector Turístico en general (y el Hotelero en particular) es una industria de servicios, donde aunque el factor humano es esencial, la tecnología es hoy una herramienta imprescindible, que debe incorporarse a la actividad hotelera de manera creciente, con el doble objetivo de mejorar la experiencia del cliente al

tiempo de asegurar mayor eficiencia y competitividad".

"Tres grandes temas han centrado el ITH Innovation Summit 2019. Por un lado, la progresiva implantación de la tecnología, para que ofrezca realmente un valor diferencial. Por otro, la aplicación del *big data*. Y, por último, la mejora de la experiencia de los clientes".

"Tres factores interrelacionados entre sí, que han tenido su desarrollo en las sesiones de trabajo celebradas estos días. Tres factores que seguirán dando que hablar en los próximos meses y que los establecimientos hoteleros deberán llevar a cabo para seguir siendo competitivos y, por tanto, para que España continúe liderando la Hotelería y la industria turística mundial".

Una excelente iniciativa, digna de ser destacada. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Con el ITH Innovation Summit, CEHAT vuelve a impulsar la innovación sectorial como palanca de eficiencia, competitividad y satisfacción del cliente por parte de la Hotelería española

11 de julio de 2019. –

Nethits Telecom Solutions renueva su asociación con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con el claro objetivo de aunar la labor que realiza ITH en la promoción del uso de nuevas tecnologías para la mejora de la competitividad y sostenibilidad...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



MESA-DEBATE: SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EL SECTOR HOTELERO

Concienciación y ahorro: pilares de la sostenibilidad

En el sector hotelero existe cada vez más concienciación a la hora de aplicar medidas de eficiencia energética, sostenibilidad y RSC. Sin embargo, el ahorro de costes todavía sigue siendo el principal motivo a la hora de apostar por estas estrategias verdes.

David Val Palao

Foto: Xavi Gómez

No cabe duda de que el cliente está cada vez más concienciado y los hoteles deben apostar por la eficiencia energética. Aun así, "el hotelero quiere saber cómo ganar más dinero", afirma **Álvaro Carrillo, director general de ITH** y moderador del debate. ¿Cómo convencerle de la necesidad de aplicar también estas políticas sostenibles?

En Accor lo tienen muy claro. Y por eso **Rebeca Ávila, directora de RSC de AccorHotels para Europa del Sur**, desarrolló el Plan 21 de la cadena. "Es un programa 360 grados donde implicamos a empleados, clientes y proveedores". En una cadena tan importante como Accor, la sostenibilidad y la eficiencia son dos patas que acompañan a su estrategia desde hace 25 años, por eso ahora han dado un paso más.

Entre los proyectos de Planet 21 destaca el Plant for the Planet, "toallas que plantan árboles". En resumen, gracias al uso responsable de las toallas de sus hoteles, consiguen ahorrar dinero que después invierten en proyectos de reforestación. "En 2018, plantamos en España 18.000 árboles", remarca. Estos árboles han beneficiado a muchos agricultores, que posteriormente han vendido sus productos a la cadena, cerrando así el ciclo de economía circular.

Otro ejemplo se da en Ibis Style, donde empresas con fines sociales convierten la cáscara de las naranjas en confitura que después se reutiliza en la cocina de los hoteles.

En Abba Hoteles han seguido un camino similar. **Enric Almiñana, director de Compras de la cadena**, presentó el proyecto Sostenabilidad, basado en cuatro pilares: aprovisionamiento sostenible; medio ambiente (arquitectura, interiorismo más verde, eficiencia energética); recogida selec-

«Algunas medidas no tienen impacto en la reducción de costes, pero hay un marco regulatorio detrás que las exige, como ocurre con el plástico»

tiva de residuos y people-sociedad, donde apuestan por la compra de productos de proximidad y kilómetro 0. Almiñana reconoció lo ambicioso del plan, de ahí que lo quieran implantar de forma tranquila, si bien están "muy contentos" con la parte emocional que desprende.

Pero, ¿salen los números? Esta pregunta es la que se hacían muchos hoteleros al escuchar las medidas implantadas por cadenas como Accor o Abba Hoteles. "Los números son importantes, pero no podemos quedarnos solo en eso", afirma Ávila. "Algunas de las medidas no tienen un impacto en la reducción de costes, pero hay un marco regulatorio detrás que las exige, como ocurre con el plástico", remarca. Además, reconoce que estas políticas "tienen repercusión en el compromiso de los empleados". De hecho, algunas de las iniciativas del Plan 21 no surgen desde la parte corporativa, sino que son propuestas de los empleados o del director de un hotel.

DIGITALIZACIÓN COMO BASE DE SOSTENIBILIDAD

Aun así, para convencer al hotelero hace falta tener datos que demuestren la efectividad de las medidas, enfatizó Álvaro Carrillo, del ITH. **Xavi López, COO de Eisi Soft**, cogió el guante. "Lo más importante es saber comunicar. Tenemos que demostrar a los hoteleros que la digitalización va a ahorrar en costes", añade. Pero hay más. Pues hay hoteleros que saben que las decisiones que están tomando aportan valor y podrían repercutir en mejorar su reputación de cara al huésped, pero no saben cómo contabilizarlas, de ahí que busquen esa digitalización para poder comunicar mejor.

Enric Almiñana confirma que para poder ser conscientes de todo lo que están optimizando deben tener datos para poder medir estas acciones. "De todas formas hay que tener cuidado, pues en los hoteles conviven generaciones de huéspedes que no tienen por qué ser exclusivamente



► 1 Junio, 2019



digitales". Por eso, en Abba apuestan por sistemas híbridos: "Por ejemplo, las cerraduras pueden abrirse con el móvil, pero también con la tarjeta de toda la vida".

Desde **Siemens**, Paola García, **Product Strategist** de la compañía, quiso volver a los números. "Nuestra experiencia nos dice que la mayoría de las soluciones de eficiencia energética que hay en el mercado son rentables", afirma. Porque los hoteleros preguntan cuándo van a recuperar la inversión. También incidió en la digitalización de los datos. "Podemos recoger muchos datos, pero si no se evalúan y analizan, no sirven de nada. Tenemos muchos clientes que recogen datos sin parar, pero nadie los mira".

FALTAN ESPECIALISTAS DEL DATO

Unido a estos datos que se quedan sin analizar, Paola García reconoció que falta mucha formación en este ámbito. "Nos encontramos con una falta importante de recursos humanos que tengan el conocimiento para evaluar esa información". Ante esto, la solución pasa por ofrecer herramientas inteligentes que suplanten ese conocimiento.

En Accor sí tienen personal especializado y utilizan una herramienta que permite tener una fotografía global de todas las acciones que realizan a nivel de RSC. "Asimismo, compara las acciones que se hacen con las de otros hoteles de la cadena, incluso en otros países", señala Rebeca Ávila. Solo así pueden tomarse las decisiones acertadas.

Aun con todo, la mayoría de los hoteles tienen todavía muchos datos sin digitalizar, sobre todo en la parte operativa. "Si los hoteleros digitalizaran todos los datos que tienen, se echarían las manos a la cabeza", añade Xavi López, de Eisi Soft. En los hoteles existen perfiles profesionales muy diferentes, de ahí que cueste incluir la digitalización en esa parte. "A día de hoy, es más importante concienciar al personal de mantenimiento de la importancia de la digitalización que tener ese dato en sí", reconoce.

En resumen, según Paola García, de Siemens, aunque hay que apostar por la formación interna del personal, "es imposible tener un experto en cada área de la eficiencia energética. El hecho de que el dato pueda estar digitalizado ayu-

da a que haya expertos fuera del hotel que puedan aportar mejoras de forma más especializada".

De todas formas, concluye Xavier López, de Eisi Soft, "hay que formar al personal del hotel para que sepan al menos qué están haciendo y por qué".

¿LO ENTIENDEN LOS CLIENTES?

Superado este bloque de la digitalización del dato, surge otra duda. ¿Entienden los clientes esta política de ahorro y eficiencia energética? "No me gusta la palabra ahorro porque va ligado a un mal servicio", remarcó Enric Almiñana. Eso conlleva que el cliente pase frío en la habitación o que haya penumbra en espacios comunes. Quizá haya que hacerlo, pero para que resulte efectivo hay que apostar por la comunicación. "Hay clientes que pueden pensar que ahorramos en sábanas y toallas, pero si al apostar por Accor conocen nuestra estrategia de sostenibilidad, sabrán que ese ahorro no es más que una de nuestras apuestas", afirma Rebeca Ávila.

"Todo depende de cómo lo comuniquemos", interviene Xavier López. Pero, de lo que no cabe duda, es de que la falta de información sí puede hacer caer al huésped en prejuicios. Según Almiñana, hace años el objetivo estaba puesto en el ahorro, "pero ahora la comunicación va encaminada en concienciar al huésped de que lo hacemos por el bien del planeta. Vamos un paso más allá".

Y para concluir, Paola García, de Siemens, lanza una propuesta al aire. "Podemos incidir en estas políticas de sostenibilidad, pero si después hacemos un descuento en el precio de la habitación al cliente que ha sido más eficiente, seguro que conseguimos buenos resultados". Porque, afirma, "el tema económico sigue siendo lo que más motiva".

En definitiva, queda claro que los hoteles derrochan, que la sociedad derrocha y que el planeta no va a dar abasto. "Debemos ser evangelizadores de ese buen hacer", añade Xavi López. "Hemos de ir en esa dirección hasta alcanzar la economía circular. Es un auténtico reto, pero tenemos que conseguirlo", matizó Almiñana para cerrar el debate. ■

Thinktur celebra un encuentro para abordar los retos de la digitalización en las pymes hoteleras

10 de julio de 2019.- Celebrado el pasado 4 de julio y bajo el paraguas de la Plataforma Tecnológica del Turismo – Thinktur, al encuentro asistieron representantes del sector hotelero para poner en común los retos, oportunidades, motivaciones y ba...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

TEMA DE PORTADA

El turismo avanza en su digitalización

La industria clave de la economía española es una de las que más está avanzando en sus procesos de transformación digital. El conjunto del sector ha visto en las soluciones TIC un elemento clave para mantener el liderazgo mundial.

Por Manuel Navarro



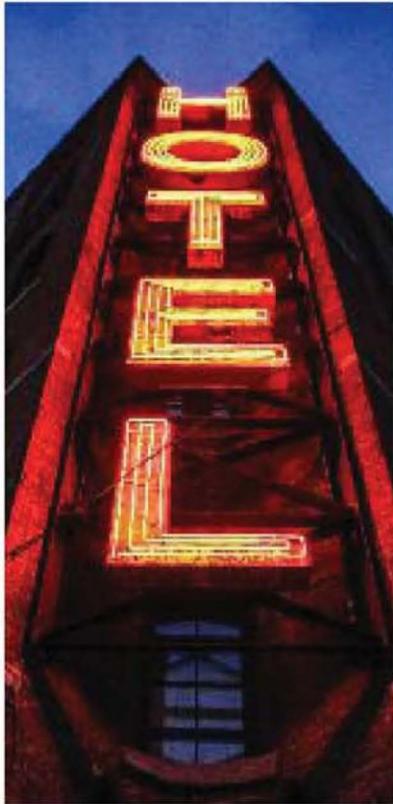


El peso del turismo en nuestro país representa el 11,7% del PIB total según el INE. Es, de largo, el país del mundo en el que la industria turística tiene tanto peso. Más datos: el peso de los empleos ligados al turismo es del 12,8%, mientras que uno de cada cinco autónomos dados de alta en la Seguridad Social, lo hacen dentro del mercado turístico.

Todos estos datos vienen a corroborar que, un descenso en la caída de turistas extranjeros que nos visitan o en los viajes internos que hacemos los propios españoles, implicaría una importante caída en cualquiera de los datos macroeconómicos españoles.

Los visitantes van a seguir disfrutando de las playas españolas, de sus museos o de su gastronomía, pero de la misma forma que los hoteles se renuevan o cualquiera de las empresas que conforman el sector introducen nuevos servicios para evitar quedarse atrás, hay un factor importante para que España pueda seguir manteniendo el liderazgo mundial de la industria turística y ese factor tiene un nombre: transformación digital.

La tecnología está cambiando radicalmente el sector turístico. La tecnología genera un impacto que abarca el proceso de búsqueda para seleccionar el destino al que queremos viajar, ya sea por vacaciones o por



trabajo, la atención al cliente, la elección definitiva del lugar, la compra y reserva de vuelos, el alojamiento y actividades turísticas, la experiencia omnicanal durante el viaje y, una vez finalizado, enriqueciendo la experiencia del usuario mediante herramientas que facilitan el recuerdo y la compartición de los momentos destacados del viaje. El sector se está poniendo las pilas, y como asegura Rafael Conde del Pozo, Director de Digital & Innovación de Vector ITC, “la evolución tecnológica en el sector turístico es una constante. Cada vez están más presentes herramientas como Realidad Virtual, Big Data y Machine Learning en las estrategias digitales y técnicas de los principales actores turísticos. Actualmente, la tendencia pasa por la aplicación de la tecnología y conectividad inteligente utilizada en las Smart Cities o ciudades inteligentes a los destinos turísticos para convertirlos en destinos turísticos inteligentes (DTI). De hecho, según indica Vector ITC, la Inteligencia Artificial va a seguir revolucionando el ecosistema empresarial, generando un profundo impacto en determinados sectores, pero especialmente en el turístico. Se estima que para el 2020, esta tecnología será una de las cinco principales prioridades de inversión para más del 30% de los CIO en todo el mundo. Los pilares sobre los que se basan los Destinos Turísticos Inteligentes son la sostenibilidad económica, cultural, social y medioambiental, la innovación, la accesibilidad y la tecnología. Para desarrollar un destino turístico inteligente con éxito, es necesario elaborar un plan Global de integración de las TIC, ya que solo la tecnología ofrece herramientas lo suficientemente potentes para la gestión sostenible y eficiente del territorio turístico”. Apostar por la digitalización no es una opción y más en un sector como éste que evoluciona tan rápido y que cuenta con una clientela cada vez más exigente. La tecnología se ha convertido en algo imprescindible en el sector turístico dado que el cliente es el que está empujando a las empresas a que innoven y ofrezca un valor añadido por encima de sus competidores. Así, en un estudio reciente realizado por la asociación que tiene como misión la promoción del uso de las TIC en la industria, ITH, se afirma que el 70% de los viajeros tienen una utilización alta o muy alta de la tecnología en su día a día. De este porcentaje, el 35% considera la tecnología ofrecida por los establecimientos un elemento decisivo para elegir donde se alojan. Y, por último, un 44% de los viajeros estarían dispuestos a pagar más por un alojamiento tecnológico. Así que, sí. A mayor tecnología, mayor número de clientes. Y el sector turístico se ha aplicado en la tarea de la digitalización, siendo uno de los más avanzados de todo el tejido empresarial e industrial español.

En este sentido, Josep Lluís Vidal, CEO de Brújula a CMC Company, cree que “el sector del turismo es uno de los más avanzados en el uso de la tecnología. De hecho, se trata de un sector económico que se encuentra por delante de otros



en la aplicación de las TIC. Hoy en día, Big data y analítica, inteligencia artificial, marketing digital, IoT, wearables, cloud computing e ITaaS... son una panoplia las tecnologías que las empresas del sector de los viajes están aplicando de forma innovadora para conseguir viajeros más satisfechos y mejores rendimientos. En la actualidad, el sector turístico se encuentra en una fase de intensa transformación digital que está evolucionando la naturaleza de sus servicios y que está permitiendo ofrecer a los viajeros experiencias personalizadas e interacciones cada vez más satisfactorias. Igualmente, todo ello está potenciando, al mismo tiempo, las capacidades de sus profesionales”.

LOS AVANCES

La industria turística es una de las más expuestas y sensibles a cualquier cambio. Y el uso de la tecnología no es una excepción. El conjunto de la industria es consciente de ello y se puede decir que llevan ya invirtiendo mucho tiempo en mejorar todo aquello que tenga que ver con el uso de la tecnología. Tanto, que empezaron sus procesos de digitalización antes de que el término transformación digital comenzase a invadir todos los medios de comunicación o los departamentos de TI de las empresas.

Los avances en materia de tecnología en el sector del turismo han sido numerosos. Para Alberto Vera, director de cuentas Hospitality, Travel & Leisure en Baleares de IECISA, “los principales avances se han producido en la disposición inmediata de la información, el User

Tendencias en turismo 4.0

Los consumidores de todos los sectores siguen exigiendo más y, aunque mantenerse al día con este apetito voraz es un desafío, es también la mejor oportunidad para el sector de viajes. El consumidor quiere tenerlo todo en un solo lugar y poder navegar con facilidad hacia lo que más les convenga en cada momento y en cualquier situación.

Estamos viendo que las reservas se hacen cada vez más en dispositivos móviles, en el último minuto y que los clientes buscan un proceso lo más sencillo posible, que condense todo en un solo lugar y que permita comparar fácilmente. De hecho, más del 50% de nuestras reservas de alojamiento ahora se realizan a través de algún tipo de dispositivo móvil (teléfono o tableta).

El apetito y la expectativa de los viajeros por vivir experiencias de viaje únicas, locales y más personalizadas aumentan con dos tercios de los viajeros españoles (63%), en comparación con el 60% que valoran las experiencias más que las posesiones materiales cuando están de vacaciones.

Los viajes con mayor conciencia social están aumentando, y los consumidores hacen más preguntas sobre temas sociales, políticos y ambientales en destinos de viaje antes de tomar una decisión. Nuestra investigación muestra que más de la mitad (51%) de los viajeros españoles (en comparación con el 49% a nivel mundial) tienen en cuenta los problemas sociales al elegir un destino y que tres de cada cinco (61%), en comparación con el 58% a nivel mundial, eligen no viajar a un destino si sienten que tendrá un efecto negativo en las personas que viven allí.

Más de seis de cada diez viajeros españoles (59%) confiesan que planean realizar más viajes de fin de semana este año, por lo que se prevé que se trate de viajes hechos a medida, de tamaño reducido, con itinerarios de viaje cerrados en períodos de tiempo más cortos. Menos es definitivamente más, ya que a los viajeros se les ofrece una experiencia más personalizada.

Mireia Prieto, regional manager de Booking .com

eXperience tanto para cliente final como para los usuarios internos de aplicaciones y la Robótica, Bots, Asistentes de Voz. E internamente el Cloud permite digitalizar empresas sin grandes inversiones iniciales y crecer en base a sus necesidades, al pasar a entornos expuestos al exterior se debe reforzar la Cyberseguridad y la Monitorización de sistemas”.

Hoy, se habla de forma constante de satisfacer las necesidades del cliente, de saber sus gustos, de mejorar su experiencia... es decir, el cliente siempre tiene que estar en el centro de la estrategia. Y en la industria turística lo saben. Un ejemplo es el de

CWT, la empresa que lidera el sector de viajes para empresa. Esta multinacional lleva ya tiempo centrándose en mejorar la experiencia de usuario. Eso significa que en lugar de pensar en el canal móvil, el canal web y el canal telefónico u offline por separado, lo abordan de manera conjunta para crear una experiencia fluida de la que puedan beneficiarse tanto viajeros como organizadores de viajes y gestores de viajes. Es similar a la experiencia que brinda Amazon a través de sus canales online y offline. Para conseguir que esta experiencia sea excelente, en CWT utilizan la ciencia de datos y sus distintas aplicaciones



como el análisis predictivo, la inteligencia artificial, la generación de informes en tiempo real que interpretan los datos para nuestros clientes y ofrecen recomendaciones adaptadas, la interpretación de las preferencias de los viajeros y las políticas de viajes para analizar el inventario disponible y ofrecer en la medida de lo posible las alternativas pertinentes en cada caso.

Los avances tecnológicos en el sector turístico están siendo numerosos. En este sentido, Ricardo Casanovas, CTO de Linke, considera que los principales avances “se están viendo pasos de gigante en muchas áreas por los avances que traen consigo tecnologías como big data y analítica, Internet de las Cosas, la inteligencia artificial, etc. Todas ellas, muy relacionadas ya que, mediante su combinación, se consiguen ventajas competitivas muy interesantes. Y, por debajo de estos proyectos, la tendencia es que se opte por cloud computing por la flexibilidad, agilidad y el nuevo modelo de costes que supone. Las plataformas en la nube están siendo la base que permite desplegar iniciativas rápidas con el resto de tecnologías que impulsan la transformación digital”.

TENDENCIAS

La importancia del sector turístico es tan importante y la apuesta de éste por la tecnología está siendo tan grande, que existen muchas tendencias tecnológicas dirigidas de forma exclusiva a este sector. En general, las principales tendencias estarán marcadas por la personalización de la experiencia turista en todo el ciclo de su viaje buscando la vinculación del destino con el turista desde que este empieza a planificar su viaje, mientras se desplaza al destino, especialmente cuando disfruta del destino e incluso una vez ha regresado a su lugar de origen. Por tanto, entre las principales tendencias estarán: la puesta en marcha de marketplaces locales y regionales donde se concentre la oferta actualizada con pasarelas de pago ágiles y multicanal; la creación de grandes datalakes de turismo que se nutran de datos procedentes de las telco los operadores bancarios, los touroperadores o las empresas de renting, entre otros; el uso de plataformas de Big Data & Analytics para trabajar con esos datos; la utilización de soluciones de inteligencia artificial como los asistentes virtuales para establecer un diálogo fluido y enriquecedor entre el turista y el destino; y la multiplicación de los canales de comunicación y medios de pago a disposición del turista, donde el smartphone será una pieza clave e imprescindible.

En este sentido, Daniel Iglesias, business developer de Smart Cities de Ibermática, asegura que “no es posible ofrecer una experiencia de turista total al margen de los servicios públicos que se prestan en los destinos y que son compartidos por ciudadanos y turistas, como la Seguridad Ciudadana, el Transporte Público, los Servicios de Salud o



1 Julio, 2019



la oferta Cultural y de Ocio. Del mismo modo las AAPP también son responsables de garantizar una buena calidad de vida a los habitantes residentes del destino turístico. Por tanto, cada vez será más necesario contar con soluciones tecnológicas que permitan realizar una gestión orquestada de turistas y ciudadanos”.

Por su parte, José Ignacio Álvarez, director de aplicaciones de Oracle, cree que “la tendencia es conseguir que gracias al uso de tecnologías como el Big Data se pueda sacar partido a la información que el establecimiento tiene de cada uno de sus clientes para poder ofertarles los productos o servicios que mejor se ajustan a su perfil. De este modo, su estancia será más cómoda y repetirá. Con IA y Machine Learning, las empresas turísticas pueden influir en la decisión del potencial cliente con ofertas y sugerencias acordes a sus preferencias. Otras tendencias son los asistentes virtuales, que pueden resolver dudas y facilitar la contratación de los servicios o la realidad aumentada, que ofrece orientación sobre la localización y disponibilidad de determinados servicios. Uno de los grandes desafíos es el de la fidelización. Para conseguirla, las empresas deben ofrecer a sus clientes recomendaciones hiper personalizadas que les hagan sentirse protagonistas y en el centro del proceso. También es necesario ofrecer experiencias multicanal, que permitan la accesibilidad instantánea en cualquier momento y en cualquier lugar. Cuesta siete veces más adquirir nuevos clientes que conservarlos. Por eso la fidelización debe convertirse en diferenciación”.

Desde ITH se afirma que “la personalización de la oferta y del servicio gracias a la inteligencia artificial y a herramientas predictivas que nos permitan simplificar los procesos y que el



1 Julio, 2019

“toque humano” sea más relevante y efectivo van a ser las principales tendencias tecnológicas para el sector turístico”.

¿DÓNDE SE ENCUENTRA EL SECTOR?

Llegados a este punto, ¿en qué punto de avance se encuentra el sector turístico? Como cualquier sector, la necesidad avanzar en la transformación digital para la prestación de sus servicios es clave ya no solo para progresar sino para no quedarse fuera de juego.

Tal y como afirma el portavoz de Ibermática, “las grandes empresas y multinacionales del sector turístico, conocedoras de las ventajas que ofrece el uso de la tecnología avanzan razonablemente bien en la transformación digital de sus negocios, incluso aquellas recién nacidas cuyo modelo de sustenta en el uso intensivo de la tecnología, alcanzan rápidamente cuotas de mercado envidiables. Sin embargo, muchas de las PYMES que prestan servicios en el sector turístico se encuentran con grandes dificultades para aprovechar esta gran ola tecnológica. Sucede lo mismo con algunas EELL que ven como pierden competitividad como destino turístico por no contar con un buen plan estratégico ni con los recursos técnicos necesarios para la innovación y la transformación digital de su oferta turística. Es aquí donde Entidades Públicas como RED.ES o SEGITTUR deben seguir jugando un papel protagonista de liderazgo e impulso a la transformación digital”.

Por sectores, hay algunos que están más avanzados que otros. Así por ejemplo, las agencias de viaje, parecen ser uno de los sectores que debe mejorar más. Al menos así opina Luca Carlucci, CEO de la startup BizAway: “las nuevas tecnologías no han acabado de cuajar en las agencias de viajes, que siguen gestionando la mayor parte de sus procesos de



forma manual. Esta forma de trabajar resta agilidad a las gestiones, en un mundo que precisamente prima la rapidez”. Por su parte, el portavoz de Vass asegura que hay que mejorar en todo lo que tenga que ver con el cliente. En su opinión, “el principal tractor de la transformación digital es el individuo, el modo en que nos relacionamos con empleados, clientes o proveedores es el corazón del cambio. La relación con los canales de distribución se ha visto fuertemente agitada y en este ámbito la industria turística parte con algo de ventaja.

EL VIAJE DE NEGOCIO, MÁS AVANZADO

Aunque la mayoría de viajeros que vienen a nuestro país, lo hacen para pasar sus momentos de ocio, la realidad es que el turismo empresarial está creciendo de forma exponencial. La inversión en tecnología afecta a ambos mundos, pero ¿hay alguno que está mejor posicionado que otro? ¿Quién necesita invertir más? Mireia Prieto, regional manager de Booking.com lo tiene claro: “Ambos. Los consumidores son cada vez más exigentes, por lo que es importante que cada sector (ya sea de negocios o de placer) sea consciente y observe cuidadosamente cómo invierte de cara al futuro.

A lo largo de los años, ha habido un cambio en las actitudes hacia los viajes de negocios y su valor. Tradicionalmente, los viajes de negocios se consideraban en gran medida funcionales, y necesarios para facilitar las reuniones cara a cara con los clientes, teniendo en mente objetivos comerciales claros. Sin embargo, a lo largo del tiempo, ha habido un mayor enfoque en los beneficios para empleados individuales que se pueden obtener a través de viajes de negocios, en forma de desarrollo profesional, fomentando sus habilidades y enriqueciendo sus vidas profesionales, así como el impacto positivo que esto a su vez genera en las empresas. También lo estamos viendo en muchos sentidos, los viajes de negocios y de placer se han vuelto cada vez más similares en términos de valor para el viajero y la forma en que las personas abordan las opciones de viaje, alojamiento y el uso del tiempo. Al igual que los viajes de placer a menudo están relacionados con el bienestar y la satisfacción, los viajes de negocios ahora se consideran un momento para capitalizar y aprovechar al máximo. Los viajeros de negocios de hoy están aprovechando todas las oportunidades para explorar, e incluso están extendiendo sus viajes para absorber nuevos destinos y realizar actividades de ocio que se alinean con sus intereses. Una tendencia que creemos firmemente que continuará en el futuro”.

Por su parte, el portavoz de CWT, cree que “las empresas dedicadas a la gestión de viajes corporativos son las que ya están invirtiendo más en I+D por las complejidades que presentan los desplazamientos profesionales. Por ejemplo, nosotros trabajamos con empresas de los sectores de la ener-

**1 Julio, 2019**

gía, recursos naturales y marinos. Estas tienen unas necesidades muy específicas. Para empezar, en la mayoría de los casos se desplazan a zonas muy remotas y, muchas veces, peligrosas. Esto quiere decir que, además del desplazamiento tradicional en avión con sus correspondientes noches de hotel, necesitan otras alternativas como transporte terrestre privado, desplazamientos en helicóptero, alojamiento en barracones..., además de un gran apoyo en temas de seguridad. Y esto no es todo. La gran mayoría de los viajes no son individuales. Hay que desplazar a tripulaciones enteras desde distintos puntos del planeta y no hay margen posible para el error. Todo el mundo tiene que llegar a su destino en la fecha acordada, de lo contrario, se pone en riesgo, por ejemplo, la rotación de una plataforma petrolera o de una cuadrilla de marineros, y esto tiene una repercusión económica inmensa para las empresas. También hay que tener en cuenta que las empresas como CWT ofrecemos servicios de consultoría a nuestros clientes, y para dar el mejor servicio posible en ese campo, hay que invertir mucho en personal y en herramientas capaces de analizar datos para proponer modificaciones en los programas de viaje que sirvan para conseguir mayores ahorros y aumentar la satisfacción de los viajeros”.





RETOS

¿Y cuáles son los retos que deben afrontar las empresas turísticas? La principal clave que deben tener en cuenta las empresas a la hora de aplicar con éxito herramientas que faciliten la digitalización es analizar qué tipo de tecnología y en qué procesos sería necesario implementarla. Para hacerlo, es necesario definir qué inversión se puede realizar y qué beneficios traerá consigo. Las compañías deben analizar y visualizar las posibilidades disruptivas que facilita cada tecnología, ejecutando proyectos innovadores centrados en la mejora constante de los procesos. Según el portavoz de Vector ITC, “muchas veces se suele pensar que las compañías están interesadas en la implementación de tecnologías a gran escala, con el desafío que eso conlleva. Pero en realidad, depende del tipo de cambio que la compañía desee realizar en un determinado proceso. Siempre hay que tener en cuenta que cualquier cambio mínimo en la dinámica tendrá un gran impacto, pero las implementaciones a pequeña escala de distintos tipos de tecnología y que estén enfocadas a resolver un proceso puntual también forman parte de las claves para aplicar con éxito la tecnología en el negocio. Teniendo en cuenta que la cantidad de datos que generan hoy en día cada unidad de negocio es gigantesca, es necesario obtener información clave, fiable y precisa, gracias al análisis avanzado de datos, sobre su sector de actividad y sus clientes y consumidores finales. Este análisis permitirá una toma de decisiones inteligente y el desarrollo de estrategias eficaces, con el objetivo de mejorar y alcanzar las metas propuestas”.

Por su parte, Javier Martín, director de innovación abierta de Sngular, cree que “en los próximos años creo que el reto es permanecer, porque debido a la gran velocidad que está imponiendo el desarrollo tecnológico a la economía, cada vez se producen más rápido los cambios en el mercado y, por tanto, las empresas que no sepan adaptarse a esos cambios, van a desaparecer. Así pues, no es una cuestión de retos en general para el sector, sino de desafíos en particular para cada una de las empresas que lo conforman. Muchas compañías de este sector van a desaparecer por no saber adaptarse a los cambios y otras muchas aparecerán para aprovechar las nuevas oportunidades que se presenten”.

Y es que, la digitalización debería ser una de las piedras angulares en las que se sustente la estrategia de desarrollo de negocio de toda empresa turística. Para ello, hay que ser plenamente consciente de los plazos y ritmos de ejecución que conllevan los diferentes proyectos y ser capaces de garantizar la disponibilidad y empoderamiento de los diferentes interlocutores de las empresas que sean responsables de estos proyectos. Así, y como asegura, Óscar Muñoz, Gerente de Proyectos de Altia, “de esta manera, se podrá garantizar que toda la “gestión del cambio” que implica la implanta-



ción de estos proyectos sea interiorizada y asimilada en la empresa y ayude al crecimiento sostenible de la organización, así como a poder trazar y medir bien los resultados para poder confirmar el retorno de inversión que supone la implantación de este tipo proyectos.

Por ejemplo, una de las principales referencias de digitalización que entendemos que es una prioridad en toda cadena hotelera, es implantar un sistema de Check-In Digital. Además de los beneficios que aporta la digitalización de este proceso, se reutilizan las tablets de firma para la digitalización de otros procesos de negocio que también implican interacción con el cliente, como son los "Registros de Recepción" (solicitudes de parking de pago, cambio de pulsera, entrega de toallas, etc.). De esta manera, el impacto positivo que tiene en la organización, tanto a nivel de optimización de procesos y ahorro de costes materiales, como de imagen y satisfacción del cliente, es altísimo".

IA, BIG DATA, REALIDAD VIRTUAL

Éstas tres tendencias parece que van a ser imprescindibles en el negocio turístico a medio plazo. La aplicación avanzada del bigdata y la analítica es claramente una de las tendencias que está marcando la evolución del sector del turismo. Las empresas del sector de los viajes son conscientes de que, a medida que crece el conocimiento que tienen sobre el cliente, pueden ofrecerle servicios más personalizados y de mayor valor. En este sentido, el portavoz de Brújula ase-

gura que "en nuestra compañía hemos sido pioneros en este ámbito al ofrecer a las empresas la posibilidad de enriquecer el conocimiento del cliente con múltiples tipos de fuentes externas, desde los medios de comunicación hasta la conversación en las redes sociales". Además, este directivo añade que "el avance de tecnologías como la realidad virtual o realidad extendida (RX), entendida como la combinación del mundo real-virtual y la interacción humano-máquina; la inteligencia artificial o el Big Data y su aliado natural, que son las herramientas analíticas, es un paso natural. Todas ellas ya están contribuyendo a mejorar el conocimiento del cliente, a avanzar en el desarrollo de nuevos servicios y a mejorar el rendimiento de las empresas del sector del turismo. En concreto, la combinación de Big Data, las herramientas de analítica y la automatización de procesos permiten cerrar el círculo y ofrecer al cliente un servicio online/offline completo, además de abrir para las empresas nuevas oportunidades de cross selling o up selling totalmente personalizadas". Por su parte, la portavoz de Booking.com afirma que "hay muchas maneras en que la innovación en tecnologías como estas puede tener un impacto positivo en la experiencia del consumidor. Tecnología como la inteligencia artificial, cuando se combina con datos sólidos, puede ayudar a detectar patrones y preferencias para hacer recomendaciones adaptadas en el momento oportuno y cuando el cliente lo necesita, mientras que los avances en realidad virtual permiten a los viajeros "probar antes de comprar", al ofrecer acceso virtual a un destino y sus experiencias incluso antes de salir de casa".

Finalmente Pedro Antón, director del área de Travel en VASS, afirma que "la realidad virtual, formará parte del proceso de captación de clientes gracias a su capacidad de inmersión, aunque a priori, no dejará de ser un canal de comunicación innovador. La inteligencia artificial, gracias al tratamiento de los datos almacenados (big data) cambiará el mundo, y también el turismo".



ITH Academy una respuesta eficaz para los nuevos profesionales del Turismo 4.0

El sector turístico está experimentando en los últimos años cambios profundos, la llamada cuarta revolución tecnológica está transformando los hábitos de consumo de los turistas y, lejos de ser una amenaza, el sector ve en estos avances una oportunidad para mejorar su nivel de competitividad y de productividad.

Nuevas formas de viajar, nuevas formas de contratar viajes, nuevas formas de interactuar con los destinos, el aumento de las ofertas especializadas y personalizadas, como son el turismo de experiencias, el turismo de salud, el turismo cultural y creativo, el turismo destinado al colectivo LGTB o el turismo de lujo son claros ejemplos de los cambios que están impulsando el uso de las nuevas tecnologías por todos y cada uno los actores implicados en el sector, y que están originando una verdadera revolución en esta era digital en un sector tradicional como es el sector turístico.

Esta gran evolución ha generado la demanda de un nuevo perfil de profesional, cuando hablamos de una industria turística 4.0, marcada por las nuevas tecnologías y lo digital, donde lo social aparece como un valor y donde la diferenciación es un elemento clave en la búsqueda constante de ser siempre atractivo en el escaparate para el turista, hablamos también de contar con profesionales con habilidades y conocimientos digitales. Además estos nuevos profesionales deben de contar con la habilidad de aprender rápidamente cualquier nueva herramienta y/o tecnología que sea necesaria para el escenario del mercado en cada momento.

Por otro lado, contar con habilidades sociales que faciliten el desarrollo de

“Experiencias turísticas memorables” nos acerca al concepto de profesional en turismo como anfitrión natural. Un profesional con habilidades para socializar, empatizar, generar atmósferas, o confianza en el viajero, cada vez se hace más relevante contar con habilidades naturales y entrenadas que se han llevado a agrupar bajo la etiqueta “Calidad de servicio”.

Es ahora el momento de plantearnos la definición de nuevos perfiles para el sector con estas capacidades evolutivas, adaptativas al cambio y diferenciadoras. Dichos perfiles deberán ser entrenados bajo las competencias y orientado a la obtención de resultados desde una formación de calidad dirigida a la aplicación práctica.

Esta situación coloca a la formación como elemento clave en la adaptación y en el desarrollo del sector ante la gran cantidad y variedad de empleos que está generando la revolución tecnológica. Además de los puestos tradicionales en hostelería y servicios, el turismo 4.0 está creando perfiles de mayor cualificación relacionados con las TIC's y lo digital.

Según un estudio publicado recientemente por el metabuscador de viajes de origen checo kiwi.com, el profesional con habilidades tecnológicas es el perfil del turismo del futuro y el más demandado en la actualidad. Según este mismo estudio dentro de estos perfiles profesionales aparecen como los más demandados; especialistas en Marketing online, especialistas en Marketing Mobile, expertos en Datamining y Big Data, Coolhunting, gestores de Destinos Inteligentes.

Para dar respuesta a esta situación el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la

Institución Académica IMF, a través de su IMF Business School, se han unido en la creación y puesta en marcha de un Centro Global de Formación Digital y Tecnología aplicada, ITH Academy, dirigido a toda la industria turística.

ITH Academy nace como respuesta a las necesidades de digitalización y adaptación a las nuevas tecnologías de las empresas e instituciones del sector turístico, su objetivo es facilitar la adaptación de los perfiles profesionales actuales a los requerimientos digitales y formar a los nuevos perfiles profesionales demandados por Industria Turística.

En su plan estratégico se define como la Misión de ITH Academy, formar y proporcionar el acceso a formación especializada en tecnología aplicada al sector Turístico, a las certificaciones profesionales sectoriales y tecnológicas y a la continuidad de estudios a todas aquellas personas que desempeñen o quieran desempeñar su actividad profesional en el sector Turístico y Hotelero.

ITH Academy aspira a ser un referente global innovador y de calidad en formación tecnológica aplicada al Turismo que centra sus esfuerzos en dar una respuesta adaptada a las necesidades de las empresas e instituciones turísticas y las necesidades de cualificación de los profesionales que trabajan en el sector, dando una especial importancia a la atención personalizada de los alumnos y su seguimiento para conseguir hacer realidad su objetivo.

Las áreas de formación sobre las que ITH Academy desplegará su oferta formativa está íntimamente relacionada con las nuevas competencias digitales y

con los nuevos perfiles profesionales que el sector demanda dentro del contexto del Turismo 4.0, las principales áreas formativas son:

- Inteligencia Turística.
- Destinos Inteligentes.
- Transformación Digital.
- Marketing Digital.
- Ciberseguridad.
- Big Data y Business Analytics.
- Blockchain.
- Machine Learning.
- Deep Learning.

ITH Academy desarrolla su actividad en tres ejes:

1) Executive Education, dirigida a profesionales del sector turísticos, en esta línea se ofrecen: Master profesionales, Cursos de Expertos, Seminarios, Master Class, WorkShops, Conferencias.

2) Formación Abierta Online, abierta a profesionales y a personas que quieran iniciar su carrera profesional en el sector turístico, en esta línea se ofrecen: Master Profesionales, Cursos de Expertos, Cursos Online, Pildoras formativas, Master Clas y Gamificación.

3) Estudios y proyectos de Investigación educativa, participando en desarrollo de proyectos europeos e internacionales relacionados con la innovación educativa.

ITH Academy, mantiene acuerdos y partenariados con entidades relacionadas con la educación, la formación especializada y el desarrollo de tecnologías aplicadas. Universidades, Escuelas de Negocios, Centros de Formación, Consultoras Tecnológicas y entidades tanto de ámbito Nacional como Internacional, son los partners de referencia.

EDITORIAL

La Hotelería apuesta por innovación

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha cerrado con un rotundo éxito la segunda edición del ITH Innovation Summit, encuentro que ha reunido en el Hotel NH Collection Madrid Eurobuilding, los pasados 26 y 27 de junio, a toda la industria hotelera en torno a la innovación y las nuevas tecnologías y su aplicación en el sector turístico y hotelero. Han sido dos intensas jornadas de trabajo en las cuales expertos de diversos ámbitos han expuesto, a través de ponencias, mesas de debate y talleres, las últimas novedades de innovación y tecnología para el Sector Hotelero. Asimismo, la presencia de tantos actores de la industria turística nacional y la sensibilidad de la organización, ha permitido el contacto entre los profesionales realizando un verdadero ejercicio de *networking*. Además, el evento ha contado con una zona expositiva y, como novedad, el espacio Success Stories, donde se han realizado pequeñas presentaciones de casos de éxito por parte de proveedores tecnológicos.

La importancia que el Gobierno otorga al ITH Innovation Summit queda patente con la presencia de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien ha inaugurado el encuentro junto al presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, y el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Gabriel García. En su intervención, Oliver ha destacado que "la tecnología ofrece soluciones innovadoras que nos permiten conocer mejor al cliente, gestionar de manera más sostenible y tomar decisiones más inteligentes y responsables". Esta afirmación es un excelente resumen de los contenidos ofrecidos a continuación en el encuentro, ya que se ha hablado de tecnología, *big data*, herramientas de gestión, inteligencia artificial y ciberseguridad, entre otros temas. Además, Isabel Oliver ha querido resaltar que "nada va a reemplazar al factor humano". Efectivamente, el Sector Turístico en general (y el Hotelero en particular) es una industria de servicios, donde aunque el factor humano es esencial, la tecnología es una herramienta imprescindible, que hay que incorporar a la actividad hotelera de manera creciente, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente, y ser más eficientes y competitivos.

Tres grandes temas han centrado el ITH Innovation Summit 2019. Por un lado, la progresiva implantación de la tecnología, para que ofrezca realmente un valor diferencial. Por otro, la aplicación del *big data*. Y, por último, la mejora de la experiencia de los clientes. Tres factores interrelacionados entre sí, que han tenido su desarrollo en las sesiones de trabajo celebradas estos días. Tres factores que seguirán dando que hablar en los próximos meses y que los establecimientos hoteleros tendrán que llevar a cabo para seguir siendo competitivos y, por tanto, para que España continúe liderando la Hotelería y la industria turística mundial.

Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, inaugura la II edición de ITH Innovation Summit

ITH Innovation Summit es un espacio único y de referencia para el Sector Hotelero que dio a conocer las últimas novedades en innovación y tecnología aplicadas al Sector. Este

espacio se celebró durante los días 26 y 27 de junio en el Hotel NH Collection Madrid Eurobuilding. En este marco, ITH celebró su XV Asamblea anual.

ITH Innovation Summit celebró su segunda edición con un programa completo y lleno de profesionales del sector que dieron a conocer sus conocimientos en esta materia. En este espacio, los asistentes aprovecharon para hacer networking e intercambiar puntos de vista.

El evento se inició el día 26 con la inauguración de la mano de la secretaria

de Estado de Turismo, Isabel Oliver; el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Juan Molas; y Gabriel García, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM).

Además, en esta edición se celebró una de las novedades de ITH Innovation

Summit. Se habilitó el espacio "Success Stories" en el que los asistentes disfrutaron de los mejores casos de éxito contados por sus protagonistas: los hoteleros de la mano de sus proveedores tecnológicos.

Para finalizar al evento se celebró la Asamblea General de ITH, donde se mostró la evolución que ha tenido el Instituto a lo largo de este pasado año y su futuro. **Pág. 23**





► 1 Julio, 2019

Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, inaugura la II edición de ITH Innovation Summit

ITH Innovation Summit es un espacio único y de referencia para el sector hotelero que dio a conocer las últimas novedades en innovación y tecnología aplicadas

al sector. Este espacio se celebró durante el día 26 y 27 de junio en el Hotel NH Collection Madrid Eurobuilding.

El miércoles 26 de junio inauguró la segunda edición del evento la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver; el presidente de la CEHAT y del ITH, Juan Molas; y Gabriel García, presidente de la AEHM.

"La tecnología ofrece soluciones innovadoras que nos permiten conocer mejor al cliente, gestionar de manera más sostenible y tomar decisiones más inteligentes y responsables" afirmaba Isabel Oliver, quien felicitaba al ITH por "entender las necesidades del sector". A lo que añadía que "nada va a reemplazar al factor humano, apoyado por la tecnología".

Por su parte, Gabriel García afirmó que "la AEHM es partidaria de vender experiencias, es lo que fideliza al cliente".

La innovación en consonancia con las tecnologías

Esta segunda edición acogió un debate para analizar la manera de aprovechar los beneficios de la innovación y la tecnología desde un punto de vista estratégico empresarial. El presidente de CEHAT e ITH moderó el debate, que estuvo compuesto por Kike Sarasola, CEO de Room Mate Hotels; José Ángel Preciados, director general de Ilunion Hotels; Pepe Díaz Montañés, presidente de Artiem Hotels; Javier Pérez, director general de VP Hoteles; y Hugo Rovira, director general de NH Hotel Group para el Sur de Europa.

Sarasola, destacaba que "El negocio tiene que adaptarse a las necesidades del cliente". El director general de Ilunion Hotels señalaba que "la transformación es un tema cultural, la tecnología no funcionará si no arranca de la base". Díaz-Montañés hacía hincapié en que "lo importante no es el coste de la tecnología sino el valor que crea". El director general de VP Hoteles afirmaba que "el cliente es tecnológico, el hotel tiene que adaptarse". Por su parte, Rovira señalaba que "es importante conocer la tecnología para apuntar a lo más alto", y animaba a "saber bien lo que aporta valor al cliente para aplicar ahí la tecnología".

Juan Molas cerraba la mesa destacando que "somos un sector fundamental en el bienestar socio económico de nuestro país".

El futuro de la distribución

Para conocer las claves de las estrategias de distribución hotelera actuales y su evolución de cara al futuro, Jaime Chicheri moderó un cara a cara entre Luis Hurtado, director senior grandes cuentas para la región EMEA-LATAM de Expedia Group y Francisco Javier García Cuenca, vicepresidente de Magic Costa Blanca Hotels & Resorts.

La experiencia de cliente fue otro de los platos fuertes. El director de operaciones (COO) de AdQuiver, Néstor Rodríguez, nos contó el secreto para saber cómo atraer y seducir a los clientes utilizando



Inteligencia Artificial y Big Data. Y señalaba que "los datos nos ayudan a entender cómo funciona el sistema".

Los datos juegan un papel fundamental a la hora de gestionar nuestro hotel. Por este motivo, Diana Hernández, Quality & Reputation specialist en Hotelatelier, participó en el Summit Area, junto a Xavier López, director de operaciones de Eisisoft, donde nos expusieron sus conocimientos de microlearning: la trazabilidad de datos para mejorar tanto los procesos como la experiencia de cliente. Gracias a ellos, comprobamos cómo los datos no solamente son números, sino que son trascendentales a la hora de conseguir una mayor eficacia y eficiencia en los establecimientos.

La mañana cerró con un debate entre David Madrigal, director de operaciones de Paraty Tech; Meritxell Pérez, CEO de Hotelsdot; Alejandro Lista, Director de E-commerce, Western Europe de Travelclick; José Ignacio Sánchez Butragueño, Senior External Advisor de Deloitte; e Idefonso Moyano, Managing Director of Spain & Portugal de Mews Systems. José María Carbó fue el encargado de moderar esta mesa centrada en la importancia de que más allá de las herramientas de las que disponemos, lo fundamental es el uso que hagamos de ellas, ya que no todas las herramientas se adaptan a las necesidades de los distintos tipos de hotel.

Carbó por su parte señaló que "la tecnología nos tiene que aportar valor,

pero no podemos estar detrás de la tecnología", y que debemos centrarnos en cómo consigo que la tecnología mejore la competitividad de mi producto. Butragueño, opinaba que es importante "cómo utilizar el dato del no cliente".

Idefonso Moyano, destacaba que "en los hoteles no tenemos habitaciones, tenemos clientes".

Mientras que, Alejandro Lista propuso la idea del "Back to the basic: poner al cliente en el centro". David Madrigal, nos hablaba del motor de reservas señalando que "solo entra después del posicionamiento y de la decisión de compra". Meritxell Pérez, cerraba la mesa concluyendo que "lo principal es conocer al cliente y cómo van cambiando sus formas de consumir".

Experiencia de cliente: crea, supera, emociona

Por la tarde, ITH Innovation Summit se centró en la experiencia de cliente. José Serrano, CEO de IZO España, explicó las nuevas tendencias a la hora de diseñar viajes para conseguir que se genere en el cliente una sensación única; y el Social Media Manager de Palladium Hotel Group, Guille Rodríguez, contó cómo un hotel puede ser dinamizador de experiencias únicas, y destacaba que "contenido de calidad, un equipo capaz de transmitir historias en formatos innovadores y crear espacios que generen experiencias son

claves para fidelizar al cliente y que nos conozcan en todo el mundo".

¿Volverás a mi hotel? Es la duda que llevó al face to face moderado por el conferenciante, escritor y crítico de hoteles de El País, Fernando Gallardo. El face to face estuvo compuesto por Javier Delgado, Chief Commercial Officer del Grupo Iberostar, y José Carlos Campos, director comercial en Paradores. Fernando Gallardo se puso en la piel de un huésped para ver cómo estas cadenas afrontan los retos a la hora de ofrecer un buen producto y servicio al huésped con el objetivo del fidelizarle.

El día concluyó con el debate "Hotel y cliente: ¿Hablamos el mismo idioma?" en el que se han dado cita profesionales de la talla de Guille Rodríguez, Social Media Manager en Palladium Hotel Group; Sergio Gómez, Online Marketing Manager de Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center; Bjorn Tronholm, director general de Noray; y José Serrano, CEO de IZO España. Pedro Vargas, director de proyectos internacionales del Foro de Marcas Renombradas Españolas ha moderado esta mesa en la que han destacado que no todos los perfiles de cliente son 100% digitales, por lo que tenemos que conocer y anticiparnos a sus necesidades también en entornos offline. Gómez señalaba que "utilizar la tecnología como herramienta para conseguir una experiencia personalizada" es uno de sus objetivos principales.



► 1 Julio, 2019

ITH Innovation Summit centra su segundo día en la inteligencia artificial y la automatización de procesos

Andrés Pedreño, director general del Observatorio de Inteligencia Artificial ha sido el encargado de dar comienzo al segundo día del ITH Innovation Summit con una charla sobre la inteligencia artificial en los procesos del hotel.

Pedreño señalaba que "la mayor parte de las disrupciones que afectan al turismo vendrán de la mano de la IA+Data". "Es asombroso la cantidad de predicciones que nos facilita la IA al cruzarse con Big Data". Y nos aportó tres sencillas ideas para aplicar Inteligencia Artificial en un hotel: un chatbot en la página web o App conectado al CRM y que genera data, ya que identifica necesidades y problemas; un "mayordomo" en la habitación, como es Alexa, por ejemplo, a quien podemos consultar y dar órdenes, sirve de guía y como manual de instrucciones las 24 horas del día los 365 días del año; y, por último, la personalización del servicio.

Siempre pensamos en qué pasará si un robot estuviese en nuestro puesto de trabajo, pero ¿cuál es la percepción de los clientes? Abel Linares, CEO de Nunkyworld y socio fundador y consejero en Beonit y consejero en Adveco, fue el encargado de moderar este face to face en el que estuvieron debatiendo Rafael Hinojosa, de One Shot Hotels, y Tomás Rodicio, CIO de Palladium Hotel Group.

Además, es importante que el hotel del futuro tome la mayor cantidad de medidas para mantener a salvo los datos de su cliente de posibles ciberataques, que cada vez son más frecuentes en el ámbito hotelero. Es por esto que ha sido tan importante e interesante el debate que han mantenido y las claves que nos han dado Melchor Sanz, director tecnología y preventa de HP, y Juan Antonio Just, Managing Director en Cerium Tecnologías, que han estado moderados por Esther Montalvá, abogada y socia directora en Pérez & Montalvá Abogados. El propio usuario no es consciente de los riesgos a los que se expone con sus dispositivos y por ello le convierte en el eslabón más débil en cuanto a ciberseguridad, es por esto que cobra importancia la formación, concienciación y divulgación en el sector y la sociedad.



Tras ellos, y bajo el lema "Hotel Management 2020", ha dado comienzo un espacio en el que dio una charla Alfonso Arroyo, Director Ejecutivo de Property Management de Savills Aguirre Newman con el título "Facility Management 3.0: Gestión del inmueble de valor añadido".

En los últimos diez años el sector hotelero se ha transformado y con él la gestión del negocio hotelero, cuya inversión en España ha crecido enormemente y en el que existen diversas oportunidades turísticas. Con este debate hemos continuado en el Summit Area, hablando sobre los nuevos modelos de gestión, donde Bruno Hallé, Partner - Co-Head of Hospitality Spain de Cushman & Wakefield, moderó esta mesa compuesta por Juan Garnica, director ejecutivo División Hoteles, de Savills Aguirre Newman; José María Martín, director Banca Empresas segmento Turístico Hotelero del Banco Sabadell; y, Javier Arús, socio director Hoteles de Azora Gestión.

Success Stories

Una de las novedades fue el espacio habilitado para "Success Stories" en el que pudimos escuchar y ver los mejores casos de éxito contados por sus protagonistas:

los hoteleros de la mano de sus proveedores tecnológicos.

Cerium, de la mano de Daniel Just, Hospitality Business Director, y Sirenis presentaron las nuevas infraestructuras (GPON & WIFI) desplegadas en la reforma de su hotel en Ibiza Sirenis Hotel Club Aura.

Hotelspeaker estuvo contando los valores añadidos que ofrecen al servicio de Derby Hoteles. Además, PY Hotels & Resorts explicó junto con AdQuiver cómo han conseguido un cambio de tendencia bajista a crecimiento en ventas directas gracias a la dotación de inteligencia al ecosistema completo de Paid Display a través de estrategias Data Driven Marketing.

El director general de ITH y el director de relaciones institucionales de IMF presentaron ITH Academy, una escuela de formación internacional en tecnología centrada en el desarrollo de los alumnos, ofreciendo un enfoque académico innovador que amplifique el talento y la proyección de los alumnos.

"Ofrecer una solución financiera especializada a un colectivo poco homogéneo y muy fragmentado que se basa en 3 pilares fundamentales: asesoramiento experto, catálogo de productos y respuesta ágil" fue la idea que destacó Banco Sabadell.

Lo importante de la tecnología es saber cómo usarla y cómo ponerla al servicio de la satisfacción del huésped, caso que nos mostró la empresa Alice.

Gat Rooms Hotels nos estuvo explicando su evolución junto a HotelsDot.

Antes de cerrar el primer día, Signify presentó la experiencia de iluminación en las modrooms de NH.

Exclusivas Energéticas inauguró el segundo día y presentó el modelo de asesoría energética integral y los beneficios de adherirse al grupo de compra agregada de energía que ofrece ITH. Juan de Dios, responsable de estrategia comercial, afirmaba que: "El precio de la energía se mantendrá alto en los próximos años".

Por su parte, RIU y Nethits presentaron el proyecto de despliegue de red GPON del nuevo resort de RIU en las Islas Maldivas.

En este mismo espacio, Ilunion Hotels expuso el proyecto de digitalización que está realizando junto con EisiSoft mediante EisiHotel. Destacaban que "la herramienta de digitalización debe ayudar a empoderar las habilidades del personal".

Cuando los buenos resultados llegan de la mano de una relación de trabajo, confianza y compromiso, dejan todavía un mejor sabor de boca, la satisfacción es enorme y el sentimiento de agradecimiento recíproco. ADH Hoteles, representados por Claudia Renaud, Marketing & E-commerce Manager, nos estuvo explicando los resultados que han obtenido y nos contaron su caso de éxito en el TUI Family Life Islantilla junto con Paraty Tech.

También pudimos estar junto con la cadena SNÖ y NOVA Suites & Partners que nos contaron cómo Suitech les ha ayudado a optimizar su operativa diaria y cómo "la dispersión geográfica queda eliminada con la solución tecnología en la nube de nuestro proveedor" nos confirmaba. Por su parte, el Hotel Madinat nos enseñó cómo la automatización de procesos le permite dedicar más tiempo al cliente gracias a Mews Systems.

"La transcripción es la adaptación a la cultura local de la traducción" afirmaban desde Lionbridge para finalizar el espacio Success Stories en una interesantísima ponencia.



ITH celebra su XV Asamblea Anual en el marco del ITH Innovation Summit

El evento puso el broche de oro con la Asamblea Anual del Instituto Tecnológico Hotelero. Álvaro Carrillo, mostró la evolución del Instituto y sus planes de futuro, destacando todos los proyectos y jornadas en los que ITH está involucrado, tras lo cual, Jimmy Pons, co-fundador de Trailforcepeace, dio una ponencia denominada: "Tecnologías transformadoras y Mindful Travel, la R-evolución del turismo continúa" que cerró estos dos días.

ITH Innovation Summit está sponsorizado por AdQuiver, Banco Sabadell, Cerium, EisiSoft, HP - Intel, Noray, Savills Aguirre Newman, Lionbridge y Signify. Y patrocina-

nado por HotelsDot, Hotelspeaker, Mews, Nethits, Paraty Tech y Suitech. El evento cuenta con la colaboración de Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), la Asociación Española de Directores de Hoteles (AEDH), Artiem Hotels, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), Azkoyen, la Federación Española de Campings (FECC), Hotelatelier, Grupo Iberostar, Ilunion Hotels, Marriott Madrid Auditorium, NH Hotel Group, One Shot Hotels, Paradores, Palladium Hotel Group, Room Mate Group, Thinktur, Vitaminbar y VP Hoteles.

1 Julio, 2019

Thinktur reúne a profesionales del sector turístico en un nuevo grupo de trabajo sobre gestión del talento

El director general de ITH y Thinktur, Álvaro Carrillo de Albornoz, dio a conocer a los asistentes la Plataforma Tecnológica del Turismo como ecosistema de entidades

profesionales del ámbito turístico, tanto sectorial como transversal, generador de proyectos innovadores dentro del sector.

Posteriormente presentó el grupo de trabajo como iniciativa en la que compartir conocimiento y generar sinergias entre los miembros del grupo en el ámbito de los recursos humanos, la formación y gestión del talento.

Ana María Camps, responsable de estudios y formación de CEHAT, presentó a continuación la situación laboral del sector turístico nacional, un sector con tasas de crecimiento en volumen de empleo superior a la media nacional, en el que concluyó que aspectos como la vocación, la movilidad geográfica, el entorno físico, la amplia capacidad de interactuar con otras personas, la flexibilidad laboral y la retribución salarial, son los más determinantes y motivadores a la hora de escoger el sector como desarrollo profesional.

Tras estas conclusiones, se pusieron en común algunas iniciativas que llevan las empresas del grupo para fomentar la

formación y motivación de los empleados, perteneciendo a plataformas como "Great place to work", o el uso de aplicaciones móviles entre sus empleados como Happy Force, Guud Job o Karisma.

Por su parte, Ramón Estalella, secretario general de CEHAT e ITH, presentó un proyecto en el que se está trabajando junto con Hostelería de España y las organizaciones sindicales, que pretende fomentar la formación y la profesionalización de todos los empleados del sector, sobre todo los de aquellos en posiciones más bajas.

También se presentó la iniciativa ITH Academy, que verá la luz próximamente de la mano de IMF Business School y el Instituto Tecnológico Hotelero como canal abierto e integrador de formación turística.

Next Tourism Generation, iniciativa europea para potenciar el talento del sector
Tras estas impresiones, Álvaro Carrillo de Albornoz y Ana M^a Camps

presentaron el proyecto europeo Next Tourism Generation – NTG, que trata de encontrar las brechas existentes sobre las habilidades actuales que tienen los trabajadores del sector frente a las que previsiblemente deberán tener en 2030, identificando habilidades de carácter social, digitales y medioambientales establecidas para cada puesto de trabajo del sector. El proyecto servirá a la Comisión Europea para definir planes y marcar políticas formativas a largo plazo (Blueprint strategy).

En esta presentación, José Guillermo Díaz Montañés, director general de Artiem Hotels y presidente de Thinktur, señalaba que "en el sector debe existir la posibilidad de crecer horizontalmente y no sólo verticalmente, "mantenerme en mi puesto, pero desarrollarlo aún mejor". Por su parte, Maribel Hipólito (Museo Nacional Thyssen-Bornemisza) puso de manifiesto que "actualmente

existe un vacío en formación del sector turístico cultural".

Víctor Badorrey, director de relaciones institucionales de SEGITTUR, abrió un debate sobre si la tecnología terminará desplazando al profesional, llegando el grupo a la conclusión de que los procesos de trabajo serán los mismos, pero las habilidades y los medios utilizados para ello serán distintos. De ahí la necesidad de proyectos como NTG para conocer las habilidades requeridas y la formación asociadas.

Por último, Miriam Bádalo, jefe de área de cooperación nacional de la Secretaría de Estado de Turismo, concluyó que "es necesario visibilizar desde todos los actores la calidad de la formación turística y discutir ideas preconcebidas y no reales del turismo".

Con todo esto, Thinktur se posiciona como plataforma de debate en torno a la gestión turística de forma global, incluyendo la gestión del talento.

Mews Systems se convierte en socio del ITH

El objetivo de Mews Systems es proveer a los establecimientos de herramientas tecnológicas eficientes que permitan eliminar los procesos manuales que no aportan valor, dedicando mayor tiempo a la atención al cliente y mejorando el proceso de toma ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad

Los expertos reunidos en la mesa redonda sobre ciberseguridad celebrada en el ITH Innovation Summit coinciden: “El usuario no es consciente de la vulnerabilidad de sus dispositivos, por lo que es el eslabón más débil de la cadena de seguridad”. A...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)



1 Junio, 2019



A FONDO

GRANDES ESPACIOS

Por **Coralía Pino López**
Responsable Sostenibilidad y Eficiencia Energética
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA HA
MODERNIZADO SUS INFRAESTRUCTURAS E
IMPLANTADO TECNOLOGÍAS EFICIENTES Y
MÁS RESPETUOSAS CON EL MEDIO AMBIENTE,
PENSANDO SIEMPRE EN EL CONFORT DE LOS
USUARIOS.

EL SECTOR HOTELERO y turístico español es una industria muy dinámica y que disfruta de unas cifras de actividad empresarial muy importantes para nuestro país, la permanente inversión en mejora y adaptación a la normativa europea de las instalaciones hoteleras en España ha permitido modernizar sus infraestructuras y actualizarlas a tecnologías eficientes y respetuosas con el medio ambiente. Este proceso, además, siempre ha tenido en cuenta las necesidades especiales enfo-

LA EVOLUCIÓN DE LOS EN SU **APLICACIÓN** AL

1 Junio, 2019

cadadas al confort y el bienestar de sus clientes, algo esencial en esta industria, ofreciendo soluciones que cumplen con altos estándares de calidad y servicio y una eficiencia energética optimizada.

A partir de esta necesidad de cambio, desde el Área de Sostenibilidad y Eficiencia Energética de Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), a través de la subvención concedida por la Secretaría de Estado de Turismo, se ha puesto en marcha un proyecto denominado 'Modelo ITH de Sostenibilidad Turística' con el objetivo de impulsar estas nuevas tecnologías y la incorporación progresiva de medidas que mejoren la sostenibilidad económica, social y medioambiental de los alojamientos turísticos españoles.

El proyecto incluye la herramienta iSave Hotel (www.hotel.isave.es), que es una plataforma que proporciona de forma sencilla y gratuita una información de valor a

los propietarios, gestores y técnicos de mantenimiento de los hoteles y establecimientos turísticos, así como arquitectos, ingenieros y demás actores implicados en la rehabilitación de este tipo de edificios. Para acceder a la misma tan sólo es necesario un breve registro y una encuesta básica, que permitirá a los hoteleros conocer de forma inmediata el estado energético de su establecimiento, su grado de sostenibilidad y las ayudas y subvenciones para poder llevar a cabo las mejoras que se le recomiendan en una propuesta integral. Todo ello sin coste alguno.

Mejores medidas para rehabilitación y eficiencia

En el marco de este proyecto se pone a disposición de los establecimientos participantes, el servicio de Asesoría Técnica ITH-iEnergy, que les aconsejará sobre la implementación de aquellas acciones y medidas más adecuadas en cada caso en materia de rehabilitación y eficiencia energética, contando para ello con los principales proveedores de soluciones del sector y ofreciendo una serie de servicios que permitirán a los establecimientos mejorar el confort y la eficiencia energética y, por tanto, generar ahorros económicos desde el primer momento.

Nuestro objetivo es ofrecer a los establecimientos que tienen posibilidades de mejorar sus instalaciones, la posible integración de una serie de tecnologías y equipamientos que les permitirá conseguir mayores niveles de eficiencia energética y reducir su impacto en el entorno. Este proyecto integral implica desarrollar proyectos piloto en varias áreas complementarias (climatización, ACS, energías renovables, bombas de circulación o de calor, envolvente térmica y acristalamiento inteligente, sistemas de monitorización y control, etc.), y difundir los hallazgos y resultados en el sector hotelero y turístico, que permitirán comprender no sólo el alcance material, sino también su valor como argumento para mejorar la gestión del establecimiento, factor de diferenciación de marca y como pilar para construir una reputación que se traduzca en más clientes y más ingresos.

Principales carencias

Como consecuencia de la puesta en marcha de este proyecto, se han visitado y realizado estudios de las instalaciones de numerosos hoteles por toda España que han solicitado participar en el mismo. En los diagnósticos realizados se han

Sobre el 38%
 del gasto
 energético
 en los hoteles
 corresponde
 a la climatización
 y la producción
 de ACS

obtenido conclusiones muy relevantes del estado de los hoteles en general en materia de energía. Dichas conclusiones nos revelan que el 73% de dichos hoteles tienen carencias en la implantación de sistemas de control y monitorización de sus instalaciones, el 71% no tienen optimizados los sistemas de impulsión y bombeo de fluidos, el 57% tienen malas instalaciones de canalización de dichos fluidos, lo que les implica pérdidas de calor y frío o pérdidas directas de agua durante su transporte a lo largo del edificio. A partir de aquí, el 44 % de los hoteles tienen problemas con la climatización y el 40% con la calefacción.

Estos datos nos hacen ser conscientes de que las principales carencias dentro de un hotel en materia de energía tienen que ver con la climatización (aire acondicionado y calefacción) y la producción de agua caliente sanitaria, lo que, a su vez, en conjunto, supone una de las partidas más elevadas del gasto energético, en torno al 38%. De este porcentaje, el 51% es gasto que recae en la producción de aire acondicionado.

Por ello, nos centramos en este artículo en hacer un recorrido por las tec-

SISTEMAS DE REFRIGERACIÓN SECTOR HOTELERO



1 Junio, 2019



En España, el sector avanza hacia la sostenibilidad de sus actividades.

nologías más eficientes que nos permiten optimizar esta partida tan relevante en el gasto energético del hotel.

Tecnologías eficientes

Actualmente disponemos de distintas alternativas para una correcta producción de frío que tendrán mayor o menor cabida en función del perfil de demanda del establecimiento, de los requerimientos de la edificación, tanto a nivel constructivo como técnico y de la zona climática en la que se encuentre.

Una de las principales opciones que se están considerando hoy en día es la refrigeración a través de energías renovables y en concreto la aplicación de la aerotermia, por lo que consideramos una opción excelente las bombas de calor condensadas por aire con compresor Scroll DC Inverter. Estas máquinas al igual que las enfriadoras, han sido diseñadas para alcanzar hoy en día altos niveles de eficiencia, con rendimientos muy altos. Tal y como se está desarrollando esta tecnología actualmente, nos permiten cumplir con creces los estrictos requisitos normativos en materia de refrigeración. Es una solución para una gran variedad de climas y ubicaciones. Puede mantener la eficiencia en una variedad de condiciones, sin kits ni complementos (hasta un ambiente de -18°C en modo refrigeración y -15°C en modo calefacción). Con el tamaño más pequeño en el rango de capacidad más amplio del mercado. En ITH proponemos la implantación de esta alternativa de la mano de Johnson Controls.

Otra opción que nos permite actualmente la modernización de las instalaciones de climatización para

Puntera e innovadora

La mejora del parque de edificios del sector para la mejora de sus instalaciones, sitúa a esta industria en España en puntera e innovadora, y con clara orientación a la sostenibilidad en sus actividades. El objetivo es conseguir que España y su oferta como destino, tengan un alto grado de aceptación en los mercados internacionales.

un mayor confort, eficiencia y ahorro energético la refrigeración VRF. Estos sistemas de aire acondicionado para hoteles requieren de poco espacio en comparación con otras soluciones, además ofrecen distintas tipologías de unidades interiores que pueden garantizar la solución más adecuada para cada tipo de habitación.

Pero para optimizar la instalación de aire acondicionado de un establecimiento hotelero, no sólo requiere de la modernización de las máquinas de producción, también tendremos que incorporar tecnologías que nos permitan la solución más adecuada para la emisión de frío, en función de nuestras necesidades y disposiciones.

Una opción que cada vez más toma fuerza en el sector hotelero es la climatización invisible mediante superficies radiantes (paredes, suelos, y techo) y que puede considerarse como un sistema

totalmente viable respecto al sistema convencional de climatización mediante fancoils desde todos los puntos de vista: el consumo energético es menor a lo largo del año obteniéndose ahorros de hasta un 40% respecto a un sistema convencional, el confort conseguido en la zona ocupada es óptimo, se elimina el ruido por la ausencia de partes móviles, y las emisiones de CO₂ son menores. Además son sistemas compatibles con cualquier fuente de energía renovable y recuperación de calor (sobrante de paneles solares, cámaras frigoríficas, redes de saneamiento de la ciudad, geotermia, cogeneración, biomasa, ...); y eliminan tres puntos críticos que son focos de queja por parte del cliente: el ruido, la dificultad de controlar la temperatura, la potencia/caudal de salida de aire (orientado normalmente hacia la cama).

Por ejemplo, los sistemas que propone Uponor son compatibles con cualquier fuente de energía renovable.

En términos de sistemas térmicos, la base de una instalación eficiente es evitar el dispendio de energía en la producción de frío y calor y su posterior distribución.

En el amplio campo de las instalaciones de climatización, el sistema termoplástico de polipropileno, desarrollado por Italsan, socio tecnológico de ITH es apto para las instalaciones de climatización (refrigeración y calefacción), sistemas agua-agua y agua-aire, frío industrial y climatización industrial, siempre con una prescripción adecuada a la tipología y composición del polipropileno para los distintos parámetros de clasificación en base a las condiciones de servicio.

Junto con las mejoras de las instalaciones que se están aplicando al parque de edificios del sector en nuestro país, hay que sumarle los avances en de mejora, renovación e inversión de grandes edificios en los que las Empresas de Servicios Energéticos juegan un papel fundamental, ya que tienen la fórmula ideal para lograr una combinación entre la mejor calidad de sistemas de climatización, iluminación, etc., así como la máxima eficiencia energética, que garantiza el ahorro en un sector que conlleva un alto porcentaje de gasto energético.

Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad

Hosteltur. El sector turístico es el tercero más hackeado tras la Administración y la banca. Los expertos reunidos en la mesa redonda sobre ciberseguridad celebrada en el ITH Innovation Summit coinciden: "El usuario no es consciente de la vulnerab...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad

Los expertos reunidos en la mesa redonda sobre ciberseguridad celebrada en el ITH Innovation Summit coinciden: "El usuario no es consciente de la vulnerabilidad de sus dispositivos, por lo que es el eslabón más débil de la cadena de seguridad". ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad

Los expertos reunidos en la mesa redonda sobre ciberseguridad celebrada en el ITH Innovation Summit coinciden: "El usuario no es consciente de la vulnerabilidad de sus dispositivos, por lo que es el eslabón más débil de la cadena de seguridad". As...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Ciberseguridad: la falta de concienciación del usuario, principal debilidad

Los expertos reunidos en la mesa redonda sobre ciberseguridad celebrada en el ITH Innovation Summit coinciden: "El usuario no es consciente de la vulnerabilidad de sus dispositivos, por lo que es el eslabón más débil de la cadena de seguridad". ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo del futuro, ¿tecnología frente a personas?

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) organiza este jueves, 11 de julio, un encuentro de profesionales, directivos, emprendedores y empresarios relacionados con la hostelería y el turismo con mesa redonda, cóctel y networking inclui...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo avanza en su digitalización

El peso del turismo en nuestro país representa el 11,7% del PIB total según el INE. Es, de largo, el país del mundo en el que la industria turística tiene tanto peso . Más datos: el peso de los empleos ligados al turismo es del 12,8%, mientras que...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Empleos híbridos, los no clientes, RRSS, inteligencia artificial...

Estas son las noticias de Innovación que debe asegurarse de conocer antes de empezar la nueva semana. Feliz domingo.

Los nuevos empleos híbridos del turismo en la era digital

La transformación digital de los negocios...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El ITH se alía con Mews Systems para potenciar la digitalización en el sector hotelero

(EUROPA PRESS) -

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) se ha asociado con Mews Systems, que se incorpora como socio, para potenciar conjuntamente la digitalización y actualización de herramientas de gestión, y en concreto el PMS (...)

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Concienciación y ahorro: pilares de la sostenibilidad

Álvaro Carrillo, director general de ITH, abrió la mesa sobre sostenibilidad y eficiencia energética de la segunda edición de TecnoHotel Forum con fuerza: "El hotelero quiere saber cómo ganar más dinero. Hablarle de los temas que trata este debat...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

La Hotelería apuesta por la innovación

"El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha cerrado con un rotundo éxito la segunda edición del ITH Innovation Summit , encuentro que ha reunido en el NH Collection Eurobuilding, los pasados 26 y 27 de junio, a la industria hotelera en torno a la ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Solución de gestión integral: Nominapress se asocia a ITH

El objetivo de Nominapress es contribuir a esa digitalización con una solución de gestión integral 360 para los recursos humanos hoteleros. Con su producto es posible llevar a un entorno digital y ubicuo esa gestión del personal y el control de la...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo

En su presentación en el ITH Innovation Summit Andrés Pedreño, director general del Observatorio de Inteligencia Artificial, fue claro y directo: “ El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial ”, según publicó HOSTELTUR notici...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo

En su presentación en el ITH Innovation Summit Andrés Pedreño, director general del Observatorio de Inteligencia Artificial, fue claro y directo: “ El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial ”, según publicó HOSTELTUR notic...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Casos de éxito en la aplicación de inteligencia artificial en turismo

En su presentación en el ITH Innovation Summit Andrés Pedreño , director general del Observatorio de Inteligencia Artificial , fue claro y directo: “ El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial ”, según publicó HOSTELTUR not...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Mews Systems se convierte en partner del Instituto Tecnológico Hotelero

Madrid, 05 de julio de 2019. – Mews Systems se asocia con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) para potenciar conjuntamente la digitalización y actualización de herramientas de gestión, y en concreto el PMS (Property Management Software), pieza...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Nominapress, la solución 360 para los recursos humanos hoteleros, se asocia a ITH

Madrid, 04 de julio de 2019. – El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Nominapress como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de ofrecer a sus usuarios y a todo el mercado una herramienta ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Qué tecnologías triunfarán en el sector turístico

Hosteltur. Las tecnologías que hagan la vida más fácil al usuario. Las empresas se enfrentan continuamente a la difícil cuestión de decidir por qué tecnología apostar ya que, según ha reconocido Tomás Rodicio, director de Sistemas de Información d...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

**NOTICIAS**

Inteligencia turística

Analizar la aplicación de la inteligencia turística en empresas y destinos inteligentes fue el objetivo de la III Jornada Casos de Éxito Inteligencia Turística; una iniciativa de la empresa Inteligencia Turística, AENOR y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia-ITREM, con la colaboración de Segittur, Instituto Tecnológico Hotelero, la Universidad Católica de Murcia-UCAM y Telefónica. Sergio González, Gerente de Desarrollo de Producto de AENOR, participó en la jornada moderando la mesa redonda sobre la gestión de los destinos turísticos inteligentes. ►



Qué tecnologías triunfarán en el sector turístico

Las tecnologías que hagan la vida más fácil al usuario Las empresas se enfrentan continuamente a la difícil cuestión de decidir por qué tecnología apostar ya que, según ha reconocido Tomás Rodicio, director de Sistemas de Información de Palladium ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH suma a Nominapress como nuevo asociado

(EUROPA PRESS) -

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Nominapress como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de ofrecer a sus usuarios una herramienta innovadora que perm...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Nominapress se asocia a ITH, la solución de gestión 360 para los recursos humanos hoteleros

Madrid, 04 de julio de 2019. – El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Nominapress como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de ofrecer a sus usuarios y a todo el mercado una herramient...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

ITH Innovation Summit Notebook: Cómo la tecnología no funcionaría sin el toque humano

Los días 26 y 27 de junio se ha celebrado en Madrid la 2ª edición de ITH Innovation Summit. Pese a la "juventud" del evento, goza de la trayectoria y de todo el expertise del ITH, como parte integrante de la Confederación Española de Hoteles y Alo...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial

Hosteltur. Las disrupciones en el sector vendrán de la mano de la inteligencia artificial + datos. El turismo se encuentra entre los sectores más retrasados en cuanto a la previsión de futura demanda de inteligencia artificial, según ha reconocido...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial

El turismo se encuentra entre los sectores más retrasados en cuanto a la previsión de futura demanda de inteligencia artificial, según ha reconocido Andrés Pedreño, director general del Observatorio de Inteligencia Artificial. Como ha apuntado en...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial

El turismo se encuentra entre los sectores más retrasados en cuanto a la previsión de futura demanda de inteligencia artificial, según ha reconocido Andrés Pedreño, director general del Observatorio de Inteligencia Artificial. Como ha apuntado en ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo llega tarde a la carrera de la inteligencia artificial

El turismo se encuentra entre los sectores más retrasados en cuanto a la previsión de futura demanda de inteligencia artificial , según ha reconocido Andrés Pedreño , director general del Observatorio de Inteligencia Artificial . Como ha apuntado ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Palladium revela cómo lograr el mejor engagement en redes sociales

Palladium Hotel Group se coloca año tras año en las primeras posiciones del Ranking Hosteltur de presencia en Instagram, Facebook y Twitter, según publicó HOSTELTUR noticias de turismo en 'Las cadenas hoteleras refuerzan su influencia en redes soc...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Hostelco y CEHAT suman sus fuerzas para potenciar la industria hotelera

Hostelco y CEHAT-ITH han firmado un acuerdo con el objetivo de fomentar la difusión del conocimiento, el networking, dinamizar los negocios y dar mayor impulso y visibilidad al sector del alojamiento turístico. En virtud del acuerdo, Hostelco y CE...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Tecnología disponible que nos permite llegar al no cliente

206SharesFecha:03/07/2019 Los participantes en la mesa sobre el futuro de la distribución, celebrada en el marco del ITH Innovation Summit, coinciden en que la tecnología es una herramienta clave para, en palabras de Ildfonso Moyano, director de...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa

Los participantes en la mesa sobre el futuro de la distribución, celebrada en el marco del ITH Innovation Summit, coinciden en que la tecnología es una herramienta clave para, en palabras de Ildefonso Moyano, director de Mews Systems para España y...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Isabel Oliver inaugura la II edición de ITH Innovation Summit

ITH Innovation Summit es un espacio único y de referencia para el sector hotelero que da a conocer las últimas novedades en innovación y tecnología aplicadas al sector. Este espacio se celebró durante los días 26 y 27 de junio en el Hotel NH Colle...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

El turismo del futuro: ¿tecnología frente a personas?

(EUROPA PRESS) -

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) reunirá el 11 de julio en Madrid a directivos, emprendedores y empresarios de turismo para analizar las claves de hacia donde se dirige la industria turística.

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa

Hosteltur. El objetivo: colocar al cliente en el centro y crearle experiencias. Los participantes en la mesa sobre el futuro de la distribución, celebrada en el marco del ITH Innovation Summit, coinciden en que la tecnología es una herramienta cla...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa

Los participantes en la mesa sobre el futuro de la distribución, celebrada en el marco del ITH Innovation Summit, coinciden en que la tecnología es una herramienta clave para, en palabras de Ildefonso Moyano, director de Mews Systems para España ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)

Tecnología para atraer a los no clientes, próximo paso en venta directa

Los participantes en la mesa sobre el futuro de la distribución , celebrada en el marco del ITH Innovation Summit , coinciden en que la tecnología es una herramienta clave para, en palabras de Ildefonso Moyano , director de Mews Systems para Españ...

PDF de la noticia sujeto a copyright. Versión online [aquí](#)