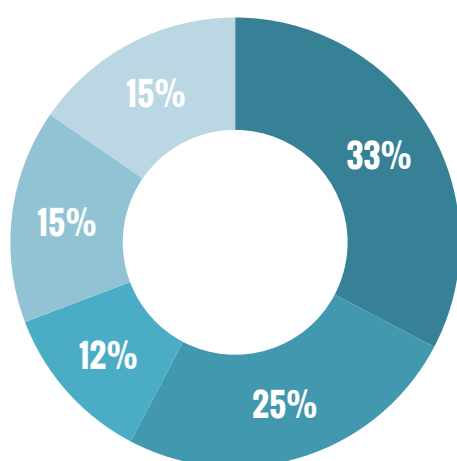


RESULTADOS

“La movilidad y los servicios en nube han cambiado nuestra forma de trabajar, viajar y comunicarnos. Big data, internet de las cosas y realidad aumentada, provocarán que nuestros sentidos confundan los mundos real y virtual”

José María Gallo. Director de Tecnología AC Hotels by Marriott

El 70% de los expertos mostró un mayor interés en las herramientas enfocadas en la gestión estratégica y operativa del hotel por encima de aquellas dedicadas a mejorar la experiencia del cliente.



1. DE LAS SIGUIENTES TECNOLOGÍAS, ¿CUÁL TE RESULTA MÁS INDICADA PARA UNA INCORPORACIÓN INMEDIATA?

- **33%.** La gestión hotelera desde dispositivos móviles: gestión del cliente.
- **25%.** La gestión hotelera desde dispositivos móviles: gestión estratégica.
- **12%.** Hotel Cloud 3.0.
- **15%.** Tecnología para la mejora de la experiencia.
- **15%.** Wearables: Accesorios y equipamiento inteligente.

“El software de gestión y especialmente las soluciones de Business Intelligence son una gran ayuda en la toma de decisiones. Contar con herramientas que en tiempo real te permiten conocer el negocio supone una ventaja competitiva para definir estrategias y planes de acción, como por ejemplo adaptar la oferta a la demanda o aprovisionar recursos, además de identificar y corregir desviaciones respecto a los objetivos y la productividad de la empresa”

François Cadillon. Director General de Microstrategy España

Los dos mayores motivos para la incorporación de nuevas soluciones tecnológicas en un establecimiento hotelero son: *Optimización de procesos* y *Diferenciación respecto a la competencia*.

Más del 30% de las cadenas hoteleras españolas cree que todavía puede implementar mejoras tecnológicas que les permitan ser más eficientes en sus procesos.

2. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL VALOR QUE APORTA LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS?

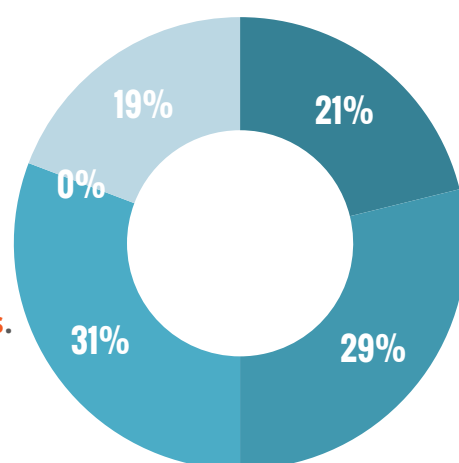
■ **21%**. Aumento de beneficios: upselling, cross-selling y fidelización.

■ **29%**. Diferenciación respecto a la competencia.

■ **31%**. **Optimización y mejora de procesos operativos.**

■ **0%**. Adaptación a la demanda.

■ **15%**. Ayuda a la estrategia de desarrollo y crecimiento de mi compañía.

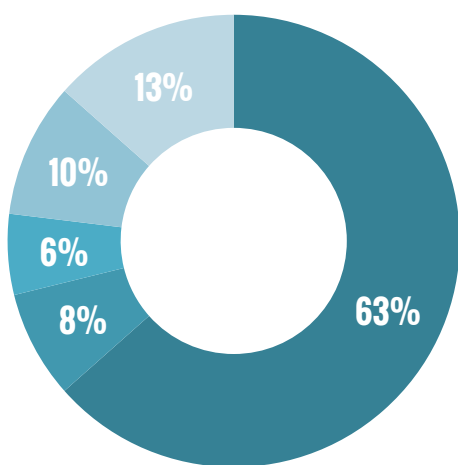


“Hay un tipo de huésped que busca una experiencia autosuficiente, para el que la tecnología y la eficacia de los procesos es determinante. Se trata de un smart guest, habituado a soluciones low cost”

Jairo González. CEO Sidorme Hoteles

Más del 60% de los expertos afirma que la mayor problemática en cuanto a la incorporación de nuevas soluciones en cadenas hoteleras viene dada por los costes de implantación y mantenimiento. La necesidad de formar a los empleados para garantizar el uso adecuado de las soluciones es el segundo principal inconveniente.

3. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL INCONVENIENTE ASOCIADO A LA INCORPORACIÓN DE ESTAS SOLUCIONES?



■ **63% Costes de implantación y mantenimiento.**

■ **8%** No se ajusta a la estrategia de mi empresa.

■ **6%** La obsolescencia de las soluciones.

■ **10%** La dificultad de comprensión por parte de los clientes.

■ **13%** La necesidad de formación y comprensión por parte de los empleados.

“La tecnología está muy presente en nuestro día a día. La incorporación lógica de la misma y la dedicación continua a la formación son claves para el desarrollo sostenible del negocio”

Encarna Piñero. Vicepresidenta Ejecutiva.
Isabel Piñero. Vicepresidenta de Marketing y Comunicación
Grupo Piñero

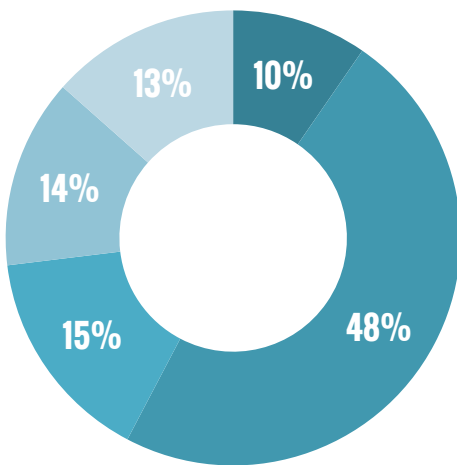
“Si hace 25 años nuestros esfuerzos se centraron en contar con un servicio de PMS en la nube, a día de hoy uno de los grandes retos que presentan las nuevas tecnologías es desarrollar y mejorar todas las funciones relacionados con el mobile para poder gestionar el complicado negocio hotelero, que supone un flujo de continuos movimientos, en los que conocer, gestionar y en nuestro hotel, es sin duda la tendencia y el valor que debemos potenciar en los próximos años.

César Díez. Director General Oracle Micros Iberia

GESTIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA

El entorno móvil protagonizará la próxima evolución en la gestión operativa y estratégica hotelera. De hecho el 90% de las cadenas hoteleras todavía no cuenta con soluciones de gestión operativa o logística móviles.

4. LAS SOLUCIONES PARA MEJORAR LA GESTIÓN INTERNA DE MIS HOTELES SERÁN INCLUIDAS EN UN PLAZO NO SUPERIOR A:



■ **10%** Mi empresa ya cuenta con soluciones como las vistas.

■ **48%** Los próximos dos años.

■ **15%** De 2 a 4 años.

■ **14%** En un periodo no superior a 5 años.

■ **13%** No lo preveo.

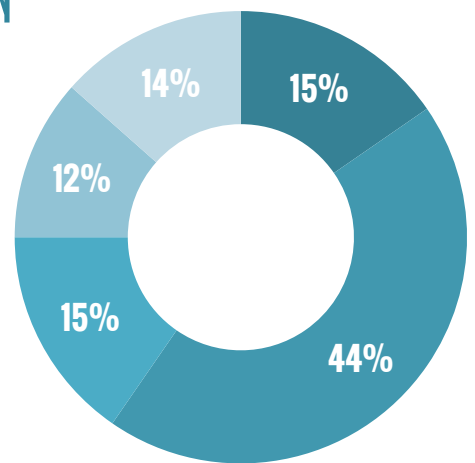
“Desde hace años la tecnología es clave en la profesionalización del mundo hotelero. Sin duda, ha sido, es y será imprescindible en el crecimiento de nuestras empresas”

Miguel Reynes. CIO Riu Hotels & Resorts

El 71% de las cadenas hoteleras españolas prevé una inversión superior a 10.000 € por establecimiento en soluciones que mejoren la gestión operativa de sus hoteles de aquí a 5 años. De las cuales el 48% implementarán nuevas soluciones en un plazo inferior a dos años.

5. LAS SOLUCIONES PARA MEJORAR LA GESTIÓN INTERNA DE MIS HOTELES SUPONDRÁ UNA INVERSIÓN DE:

- 15% Menos de 10.000 € /año.
- 44% De 10.000 a 20.000 €/año.
- 15% De 20.000 a 50.000 €/año.
- 12% Más de 50.000 €/año.
- 14% No lo preveo.



“Para los hoteles, tanto de segmento urbano como vacacional, Internet de Todas las Cosas, los dispositivos “vestibles” o wearables, y la tecnología relacionada con la experiencia de cliente, despiertan mucho interés, razón por la que están investigando sus aplicaciones y su implementación, aunque su incorporación efectiva será gradual, en el medio-largo plazo”

Rodrigo Martínez. Jefe de operaciones hoteleras ITH

“Una de los grandes avances de la tecnología en la actualidad es la conectividad entre dispositivos. Ahora, más que nunca, está en nuestras manos definir qué elementos interactúan entre sí para ofrecer una experiencia completa al usuario”

David Alonso. Responsable B2B Samsung España

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

6. LAS SOLUCIONES PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE SERÁN INCLUIDAS EN UN PLAZO DE:

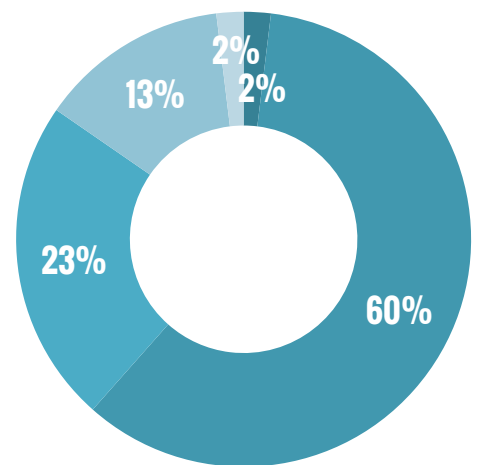
■ **2%** Mi empresa ya cuenta con soluciones como las vistas.

■ **60% Los próximos dos años.**

■ **23%** De 2 a 4 años.

■ **13%** En un periodo no superior a 5 años.

■ **2%** No lo preveo.

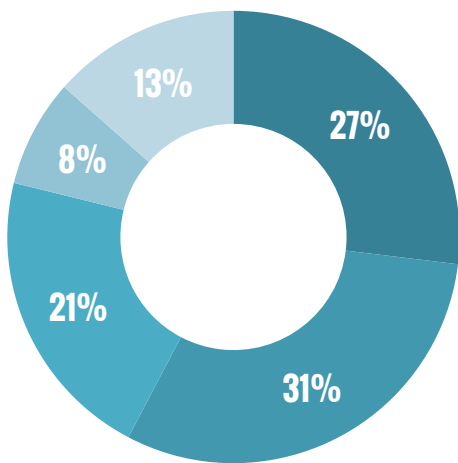


“Una de los grandes avances de la tecnología en la actualidad es la conectividad entre dispositivos. Ahora, más que nunca, está en nuestras manos definir qué elementos interactúan entre sí para ofrecer una experiencia completa al usuario”

David Alonso. Responsable B2B Samsung España



7. LAS SOLUCIONES PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE SUPONDRÁ UNA INVERSIÓN POR HOTEL DE:



■ 27% Menos de 10.000 €/año.

■ 31% De 10.000 a 20.000 €/año.

■ 21% De 20.000 a 50.000 €/año.

■ 8% Más de 50.000 €/año.

■ 13% No lo preveo.

“Uno de los grandes retos que estamos llevando a cabo desde NH es incorporar y mejorar la tecnología para adaptarnos a las exigencias del negocio y proporcionar un mejor servicio a nuestro cliente. Nuestra preocupación y foco es el servicio y la experiencia de nuestro huésped y por tanto, tenemos que dar respuesta a sus preferencias de forma individualizada, eficiente e innovadora para lo que la tecnología, es una gran aliada”

Alu Rodríguez. Senior Vicepresident IT y Organización NH Hotel Group

ACERCA DE HOTEL GEN3

ITH Hotel GEN3 es un programa de I+D para la industria hotelera española cuyo objetivo es impulsar la integración de tecnologías y herramientas de gestión, operaciones y experiencia del cliente en hoteles que aproveche el potencial de la conectividad, la movilidad y el Internet de Todas las Cosas, para aumentar la facturación y los beneficios, optimizar las operaciones y mejorar la experiencia de los clientes en hoteles. En el marco de ITH Hotel GEN3 se desarrollan varios proyectos de divulgación, testeo y análisis e integración de equipamiento, sistemas y software, orientadas a diseñar el modelo de hotel conectado, que responda a las necesidades y demandas del mercado actual y del futuro.

Las sesiones de expertos Hotel GEN3, celebradas en Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca, reunieron 52 directores y responsables de las áreas de Sistemas, Operaciones y Marketing de las principales cadenas hoteleras españolas, que probaron varias soluciones tecnológicas relacionadas con la mejora de la experiencia del cliente (woreables y Gear VR Oculus de Samsung, e Imersivo, Gestoos y tecnología Leap Motion) y con la gestión operativa y estratégica (Business Intelligence de Microstrategy y PMS de Oracle MICROS, ambas en versión mobile), en un Demo Lab que permitió a los asistentes probar y comentar las distintas herramientas propuestas.

Además, Cisco Systems explicó el estado actual y potencial desarrollo del Internet de Todas las Cosas desde el punto de vista del negocio hotelero, la experiencia del viajero, la conectividad y la movilidad en la industria turística. Finalmente, se presentó el proyecto de la habitación del futuro concebido por ITH y desarrollado por Broomx, basado en el programa ITH Hotel GEN3.

MicroStrategy

ORACLE
micros

SAMSUNG

Telefonica

exipple


CISCO

SerranoBrothers