



Foto: Jung

Tecnología en el hotel

Un valor diferencial

En la era en la que nos ha tocado vivir no podemos negar que la tecnología avanza de manera agigantada. En relación a esto, tanto las empresas como los usuarios hemos tenido la necesidad de ir adaptándonos rápidamente a todos estos cambios, lo que nos ha permitido conseguir el mejor beneficio posible de las nuevas tecnologías que se van desarrollando. Y, con estos precedentes, la industria hotelera no puede quedarse a un lado e ignorar estos avances tecnológicos, por lo que tiene la obligación de unirse y adaptarse a estas nuevas tendencias. Todo esto sin olvidarse que para los huéspedes, confort es disfrutar de los mejores servicios de la manera más fácil y sencilla posible, por ello, es imprescindible contar con conexiones de red en la habitación, un servicio multimedia, control total de la iluminación...

En la actualidad, y dada la época de gran desarrollo de la tecnología que nos ha tocado vivir, la industria hotelera no puede cerrar los ojos a ella, por lo que deberá unirse adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas. Es más, muchas empresas hoteleras ya son conscientes de que la mejor manera para sobresalir y ponerse por delante de

la competencia del mercado es ofrecer servicios adecuados a los nuevos estilos de vida que se están llevando a cabo, y que están tan fuertemente ligados a los avances tecnológicos.

Ahora mismo resulta impensable encontrar un hotel que no cuente con conexión de red en la habitación, con

un servicio multimedia, control total de la iluminación... Por esta razón, los especialistas de las grandes empresas, coinciden en que lo esencial es conseguir que el cliente se sienta como en su propio hogar.

Además, algunos estudios muestran que la habitación y el vestíbulo de un hotel son, por ese orden, las zonas que deben estar más valoradas a la hora de proveer de tecnología, por esta razón, algunos establecimientos hoteleros ya están implementando pantallas táctiles, disponibilidad de juegos, servicio de conserje virtual... A lo que se le suma que cada vez es más común que el turista posea diversos dispositivos tecnológicos que usa diariamente, tanto en el ámbito personal como profesional. Por lo que, al viajar, busca que el hotel le facilite en sus habitaciones la posibilidad de conectarlos con los elementos disponibles en el establecimiento. Además, hay que tener presente que los clientes prefieren utilizar servicios automatizados a la hora de contactar con el hotel, ya sea para reservar o para contratar algún servicio concreto que ofrezca el establecimiento.

Evidentemente, el equipamiento que resulta imprescindible para un establecimiento hotelero depende, en gran medida, de la categoría del establecimiento, ya que se está considerando como tendencia el pensar en la tecnología como un concepto de lujo, suponiendo así un valor diferencial que posicione al establecimiento en esta categoría.

Esta tecnología permite, entre otras cosas, tener las instalaciones organizadas y controladas, de manera que es posible saber, en tiempo real, el estado de las mismas, incidencias, consumos, etc. Además, esto permite al hotel controlar, de manera eficaz y en tiempo real, el alumbrado, las comunicaciones, los accesos, el consumo de agua y la electricidad general del hotel. Gracias a todas estas soluciones se consigue optimizar la gestión de recursos, multiplicando la eficiencia, mejorando la seguridad y el confort, dos de los beneficios más destacados que ofrece la inclusión de sistemas tecnológicos para gestionar un establecimiento hotelero.

A todo lo anterior, hay que unirle que la era del internet inalámbrico, los huéspedes cada vez tienen más expectativas de una experiencia personalizada tanto en casa como fuera de ella. Esto puede ser un desafío para los hoteles, ya que los rápidos cambios de la tecnología hacen que adaptarse sea difícil y costoso. Hace algunos años, los hoteles se equiparon con la expectativa de que cada huésped contaba con dos dispositivos móviles. Hoy en día, los huéspedes pueden tener tres dispositivos móviles o más. Por otro lado, justo cuando los hoteles pensaban que todas las necesidades de los huéspedes estaban satisfechas, ahora deben construir redes más sólidas. Los huéspedes que solían usar la red solo para enviar correos electrónicos, hoy desean descargar películas. Esto significa una carga mayor para las conexiones de Internet de los hoteles.

Cada vez más en auge

Los actuales datos sobre el número de conexiones en hoteles dicen que la media de dispositivos que necesitan conexión WiFi por habitación ronda el 2,5, a esto hay que sumar la creciente



Foto: Arkoslight

tendencia hacia el internet de las cosas, así como el uso de la red WiFi para los propios empleados e incluso para eventos que requieren de una red única y personalizada. “Los responsables de cadenas y gerentes valoran y entienden que deben tener esa parcela de servicios bien definida y cubierta. El mayor problema surge cuando, por diferentes motivos, no se llega a conocer con exactitud las posibilidades que la tecnología puede ofrecer. Pero, sin lugar a dudas, muestran mucho interés y son conocedores de lo vital que resulta tener una buena solución WiFi en sus establecimientos”, especifica

Juan Manuel Martin, Director de Marketing de Cibernaute.

A pesar de que es un apartado muy a tener en cuenta por los responsables de las cadenas en estos momentos, “hay que considerar que todo va un poco por épocas y modas, cuando se quiere hacer hincapié en mejorar las áreas comunes como pueden ser salones y hall quizás se descuida más la parte de las habitaciones”, expone Ara Cabeza, Marketing Manager de Guestperience. Aunque en general, continúa detallando que se tienen muy en cuenta, “pensándolo bien hay veces que



Foto: Barceló Hotels & Resorts



Foto: Melia Hotels International

tecnologías tan simples como sistemas de entretenimiento de TV (y aquí hablo como huésped) traen de cabeza a cualquiera por no poder ver algo tan sencillo como un canal en un idioma determinado o un partido de fútbol de interés general”.

Además, sumado a esto, “las nuevas formas de buscar y contratar hoteles mediante portales que también permiten valorar la experiencia vivida están haciendo que el hotelero cuide los detalles por los que seguramente puede ser evaluado”, concreta Antonio Moreno, Director Técnico de Jung Electro Ibérica.

Por otro lado, desde Arkoslight, su CEO Luis Latrás, considera que, en estos momentos, son los hoteles Premium quienes más tienen en cuenta este tipo de instalaciones. “Pero la automatización de la iluminación puede suponer un ahorro en costes que, hoy por hoy, ya es muy aconsejable incluso para hoteles low-cost”.

Sin embargo, Francisco Javier Atero, Director de Ingeniería de Landatel Comunicaciones, detalla que el ahorro energético es un factor que los responsables de las distintas cadenas hoteleras tienen en cuenta debido al retorno económico a corto plazo que aporta. No obstante, “la inversión en infraestructura de telecomunicaciones no tiene un retorno tan inmediato y medible, con lo que no está suficientemente considerado”.

¿Cómo instalarlos?

Hoy en día, lo más importante es la conexión y la conectividad. “Si nos paramos a pensar, los usuarios quieren hacerlo todo desde un único dispositivo, ese que llevan siempre consigo, su móvil: leer el correo, encender el TV, ver las noticias, pedir room service, reservar una mesa en el restaurante del hotel, contratar alguna experiencia o servicio...”, expone Ara Cabeza (Guestperience).

Por ello, Antonio Moreno (Jung Electro Ibérica) destaca que lo primero que se debe analizar es qué tipo de hotel estamos tratando y también cuál será el

cliente predominante. “Un hotel de ciudad y de alto nivel para cliente de negocios va a tener seguramente un nivel de exigencia mayor que un hotel de costa para familias”. Además, “hay que tener en cuenta si se trata de una reforma, si es profunda, o si es obra nueva. La aplicación de algunas tecnologías requieren una instalación algo más compleja y no se pueden utilizar los espacios y conductos tradicionales (cableados, fibra óptica, sensores, cuadros de mando, etc.)”, opina Josep Mª Pujol, Director Comercial de Pujol Iluminación.

De la misma opinión es Francisco Javier Atero (Landatel Comunicaciones), quien considera que inicialmente se debe realizar un estudio previo en el que se valore la tecnología actualmente implantada en el hotel. “En base a este reporte se podrán tomar decisiones correctas a la hora de invertir. La inversión en instalaciones de comunicaciones o tecnología multimedia (WiFi, sistemas de video bajo demanda, canales a la carta...), dan un valor añadido al establecimiento y son, actualmente, muy demandados por los usuarios”.

Pero sobre todo, lo esencial es buscar un socio tecnológico, “preferentemente una ingeniería especializada, que pueda aconsejar al hotel en todos los aspectos técnicos y darle acceso a proveedores y fabricantes de luminarias de calidad. Siempre se debe trabajar con las máximas garantías”, especifica Luis Latrás (Arkoslight).



Foto: Jung

EL “HOTEL CONECTADO”

En España, el turismo es un sector con un gran potencial, donde las empresas deben tener cada vez más en cuenta al cliente cuando se introducen cambios, mejoras o novedades en sus productos o servicios, para ello la tecnología ofrece infinitas posibilidades que adjuntan la oferta a la demanda, siendo una oportunidad para cambiar las reglas establecidas, así como para poder innovar.

Si antiguamente, en un hotel, se incluían como extras de una habitación servicios como el aire acondicionado, el secador o mini-bar, el nuevo viajero prefiere decantarse por las nuevas tecnología. Las tendencias para estar a la última pasan por estar conectado con el mundo digital.

Con todo esto, se está desarrollando actualmente el llamado “Hotel Conectado”, considerado como una de las piezas claves del futuro cada vez más próximo. Este término se enfoca hacia aquellos hoteles que poseen una red tecnológica que les permite tener conectadas todas las acciones disponibles en el mismo.

Con el uso del Internet de las Cosas (IoT), los hoteles van a tener una gran oportunidad para convertirse en un ‘hub’ inteligente, conectando los servicios del hotel al cliente de manera creativa, no invasiva y rentable. De esta manera, la industria del turismo se une a una nueva manera de hacer negocio, donde se pretende satisfacer la inmediatez que pide el consumidor, donde el propio hotel busca adaptarse a nuevos hábitos de consumo y donde los ingresos del mismo se verán aumentados.

El ‘Internet of Things’, será la manera de disfrutar de una nueva forma de nuestros viajes, permitiéndonos ser capaces de construir nuestra experiencia turística de manera itinerante y en tiempo real, siguiendo la información que circula entre personas, objetos, atracciones, hoteles y transportes.

Así, como hemos comentado, en el caso del sector hotelero, algunas de las aplicaciones que el IoT permite disfrutar es incrementar la eficiencia, ofreciendo a cada cliente una experiencia más personalizada. Por ejemplo, podríamos nombrar los minibares, los cuales se encuentran equipados con sensores de movimiento que permiten cargar de forma automática el importe gastado por cada cliente... Otro ejemplo de los sensores conectados, es la posibilidad de personalizar la prestación de los servicios, pudiendo enviar a cada huésped la llave electrónica de las habitaciones a los móviles o incluso facilitando el auto check-in.

Sin lugar a dudas, el IoT permite al sector hotelero ofrecer a sus clientes experiencias hiperconectadas a través de aplicaciones móviles con las que se irá mucho más allá de poder encender y apagar luces o conectar la calefacción, se podrán crear experiencias personalizadas gracias al diseño de ambientes. Pero también tiene en su mano la posibilidad de conocer los hábitos y gustos de sus huéspedes y poder, de esta manera, convertirlo en cliente habitual.

También es importante recordar que la implantación de las nuevas tecnologías a los hoteles y, en general, al sector turístico promueve el lanzamiento de nuevos productos y la posibilidad de impulsar los ya existentes desde un nuevo enfoque, lo cual permitirá a las empresas replantear su modelo de negocio para conseguir una estrategia más efectiva, aportando beneficios a la propia empresa y, también importante, al consumidor.

Tipos de sistemas existentes

En estos momentos, bien es cierto que habitualmente casi todas las habitaciones de los establecimientos hoteleros suelen estar totalmente domotizadas. “La tecnología ha conseguido que todo esté informatizado de manera que la estancia sea lo más confortable posible. Puedes regular la temperatura y humedad, de

“La tecnología ha conseguido que todo esté informatizado de manera que la estancia sea lo más confortable posible...”

hotel? (iluminación, climatización, WiFi, inmótica...). “Todos los citados están casi siempre presentes pero, quizás, lo más valorado por los huéspedes y lo que sigue siendo la asignatura pendiente en muchos hoteles en cuanto a la calidad se refiere es el WiFi”, responde Ara Cabeza.

El internet de las cosas y las necesidades de conectividad a internet en todo momento de los usuarios hace que el principal sistema de tecnología en establecimientos y en habitaciones concretamente sea el de conexión a redes WiFi. En relación a esto, Juan Manuel Martín, explica que, hoy día, se da por hecho que el servicio de conexión WiFi es un servicio crítico, y que debe de existir en su modalidad de uso gratuito. “En la actualidad y en el contexto de innovación tecnológica, los avances más significativos pasan por la optimización de la seguridad y la implantación de herramientas que sirvan de canal de comunicación entre usuarios y el establecimiento vía WiFi”.

Foto: Pujol Iluminación



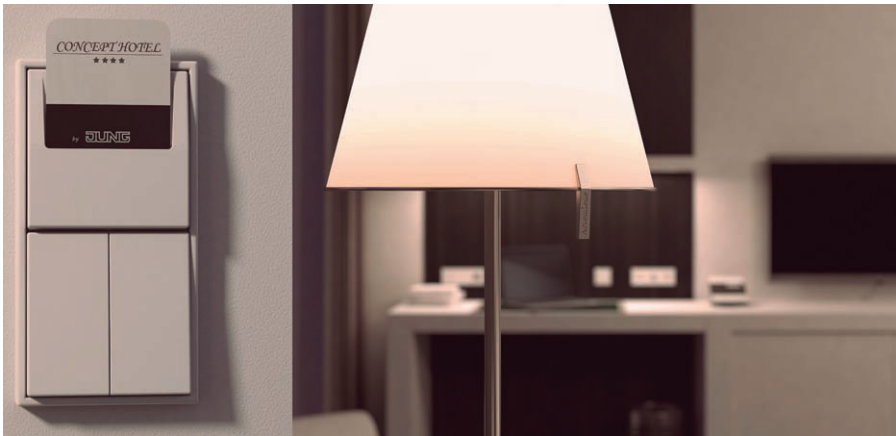


Foto: Jung

Por otro lado, Luis Latrás, considera que la iluminación es quizá el apartado que más rápidamente está incorporando las nuevas tecnologías. “Controlar las luminarias, regular su intensidad, programarlas o crear escenas o ambientes para cada ocasión es ya una realidad”. De igual manera, Antonio Moreno, destaca que “principalmente se trata de gestionar bien la iluminación y la climatización porque son dos aspectos claves en el confort del huésped y el ahorro energético para el hotelero”.

¿Qué beneficios ofrecen?

En general, la inclusión de cualquiera de estos elementos dentro de un establecimiento hotelero, “mejora la calidad de la estancia del huésped. Así, el sentimiento que se produce es que el huésped cuando abandona el establecimiento turístico siente que su experiencia de usuario ha sido óptima”, explican desde Guestperience. De igual manera, desde Pujol Iluminación añaden que se busca la eficiencia energética y la confortabilidad. “Cuanta mayor eficiencia, más margen para beneficios, cuanto más confortable se sienta el cliente más ganas tendrá de volver al mismo lugar, con lo cual repercutirá de nuevo en los beneficios”.

Ya más particularmente, desde Cibersuite explican que contar con un excelente servicio de conexión a WiFi aporta al establecimiento la posibilidad de que sus huéspedes y visitantes puedan navegar y usar sus dispositivos con total confianza, sumándose al conjunto de “amenities” que garanticen la mejor experiencia. “Estos servicios de conexión

“Cuanta mayor eficiencia, más margen para beneficios, cuanto más confortable se sienta el cliente más ganas tendrá de volver al mismo lugar...”

marca la diferencia. “A menudo nos encontramos una buena cantidad de luces en la habitación que nos complican la existencia. El control de temperatura es otro aspecto básico. La climatización es el gran consumidor energético de cualquier edificio. Una buena gestión del clima reducirá costes operativos a la vez que aumentará la satisfacción del cliente”. “Los sistemas de iluminación más vanguardistas tecnológicamente, son un plus para el confort del huésped y una marca de calidad y diferenciación para los hoteles. Desde los detectores de presencia que iluminan las zonas de paso sin necesidad de interruptores, hasta las escenas programadas que permiten automatizar ambientes para la lectura, ver la televisión o disfrutar de la intimidad en pareja”, añaden desde Arkoslight.

En definitiva, desde Landatel Comunicaciones enumeran las principales ventajas que aporta la inclusión de distintas tecnología dentro de los establecimientos hoteleros:

- Iluminación LED: ahorro energético, facilidad en regulación de intensidad.

- Comunicaciones WiFi: conectividad en cualquier parte, multidispositivo.



Foto: Arkoslight

- Climatización centralizada: ahorro energético, ausencia de ruido.

- Tecnología multimedia: oferta personalizada, es el usuario quien decide, posibilidad de múltiples idiomas.

Al servicio del huésped

El huésped quiere algo único, exclusivo y que le sorprenda, quiere procesos ágiles, tecnologías que le faciliten la vida y que hagan que su estancia sea algo para recordar. “La misma palabra lo dice; Guestperience, la gestión de la experiencia del huésped es una de las prioridades del sector, por el momento el huésped puede hacer el check-in, el check-out, contratar servicios del hotel... pero quién sabe lo que podrá hacerse de aquí a un tiempo, lo bueno de estas tecnologías es que no cesan de crecer y sorprendernos a todos”, define Ara Cabeza, de Guestperience.

A esto hay que añadirle que el usuario busca, sobre todo, comodidad y confortabilidad. “Cuando el viajero llega a la habitación, y abre la puerta, agradece que la habitación tenga una iluminación agradable, la temperatura adecuada y un ambiente limpio. El resto, la decoración y el equipamiento, son detalles también importantes”, analiza Josep Mª Pujol, de Pujol Iluminación. Hay que tener en cuenta que “los huéspedes valoran el detalle y la diferenciación, todo aquello que les hace la estancia más confortable y les lleva a vivir una experiencia relevante. La iluminación puede desempeñar un papel fundamental para satisfacer este deseo, a un coste muy coherente”, concreta Luis Latrás, de Arkoslight.

Por otro lado, si atendemos a los comentarios que vemos en los portales más utilizados, la conexión WiFi es un punto muy valorado. “A partir de ahí el hotelero puede ofrecer otros servicios de contenidos audiovisuales o integración de la música que el huésped lleve en su dispositivo móvil con el sistema de audio de la habitación”, define Antonio Moreno, de Jung Electro Ibérica. El huésped da por hecho el servicio de conexión WiFi en los establecimientos, pero ahora exige que sea un servicio gratuito y de calidad. “Se valora la facilidad de acceso a la red y la calidad del servicio, así como que



Foto: Barceló Hotels & Resorts

exista cobertura en todas las zonas del establecimiento. La navegación y el uso de la red WiFi por parte de los clientes es muy importante, si por motivos de seguridad hay límites en el servicio, siempre irá en detrimento de la experiencia del usuario”, añade Juan Manuel Martín, de Cibersuite. De igual manera, Francisco Javier Atero, de Landatel Comunicaciones, ha visualizado que los huéspedes, cada día más, demandan mejores conexiones a internet que les permitan disfrutar de una manera cómoda de sus actividades en la red (correo electrónico, redes sociales, navegación web...). Esta conectividad tiene que ser de calidad (con velocidades adecuadas) y multidispositivo (los usuarios suelen llevar móvil, tablets y ordenadores). “También se valora la posibilidad de ver contenido premium (películas, series) a demanda, sin depender de lo que están poniendo en los canales tradicionales y disponible en el momento en que realmente el cliente puede disfrutar del mismo”.

Y, unido a esto, el viajero exige que haya conectividad en la habitación, no sólo en algunos espacios del hotel. “Para ello, es imprescindible una buena instalación que permita adaptarse a unas tecnologías en permanente evolución”, precisa Josep Mª Pujol. En relación a esto, las tendencias más significativas rondan siempre entorno a las evoluciones de los usuarios y sus nuevas necesidades. Con esto, Juan Manuel Martín, destaca que en el modo de acceder a las redes WiFi se está apreciando cambios y adquiere

mayor protagonismo el tipo de “Login Social”. “Es precisamente esta tendencia la que hace posible a los establecimientos hoteleros obtener mejor y más cantidad de datos sobre sus clientes, dando esto origen al WiFi Marketing, que usa la conexión WiFi como vía de comunicación directa con sus huéspedes”.

Aparte de estas características, “actualmente también está tomando mucha relevancia en los proyectos hoteleros la creación de escenas en las zonas comunes para adaptarlas a



Foto: Pujol Iluminación



Foto: Pujol Iluminación

los momentos del día, los eventos del hotel, etc. Todo con sistemas como el control DALI y la integración con tablets, smartphones e internet, para permitir a los responsables del establecimiento gestionar toda la iluminación de la manera más ágil y versátil posible”, describe Luis Latrás.

Finalmente, Ara Cabeza, concreta que los huéspedes buscan que sus dispositivos móviles interactúen con los elementos de la habitación, en cuanto al ocio en la habitación, televisión, música y, en cuanto a los servicios del hotel, poder hacer todo esto desde la palma de la mano. Por ello, dada la rápida evolución que experimentan los móviles y otros tipos de dispositivos que pueden requerir de conectividad WiFi, “posicionan a la red WiFi como un entorno propicio para innovar y desde donde ofrecer soluciones tecnológicas”, concluyen desde Ciberauite.

¿Qué se busca?

El sector hotelero se encuentra en pleno proceso de rehabilitación de sus edificios. Por ello, “se busca renovar las habitaciones y dotarlas de más servicios y tecnología. Diferenciarse de la competencia. Eso abre muchas

posibilidades a los sistemas de gestión y a las soluciones tecnológicas”, declara Antonio Moreno, de Jung Electro Ibérica.

En los próximos años, se extenderá el uso de aplicaciones móviles tanto para la reserva como para la configuración de la habitación del hotel. A día de hoy, “ya se puede hacer la reserva y controlar aspectos como la temperatura a la que queremos que esté nuestra habitación cuando vayamos a entrar, qué programa se verá en televisión, la iluminación o incluso el check-in. También tenemos aplicaciones que conectan al huésped ofreciéndole promociones, eventos o servicios del entorno en el que está hospedado, algo que sin duda éste va a valorar positivamente ya que, de esta manera, a su estancia en el hotel se añade toda la oferta de ocio de la zona”, analiza Vicente Sánchez, Responsable de Marketing de ip+d. Además, Juan Manuel Martín, de Ciberauites, asegura que la evolución está encaminada en dar por hecho que las redes WiFi existen y estarán en cualquier establecimiento y entorno, ahora toca mejorarlas en cuanto a calidad y seguridad. Apostando por herramientas que posibiliten la gestión de toda la red y posibilite emprender acciones de WiFi Marketing.

Lo siguiente, continúa detallando Vicente Sánchez, será una configuración completa dentro de las posibilidades de personalización que nos permita el establecimiento. “Si el hotel me da a elegir entre tener una o dos almohadas, si quiero que el jabón sea de un aroma y el champú se ajuste a mi tipo de cabello, por poner algunos ejemplos, lo podré gestionar desde una aplicación móvil. Sin duda los smartphones y todas las ventajas que ofrecen a los usuarios acabarán implantándose en la industria hotelera y aquellos establecimientos que se suban al tren de las apps se podrán asegurar una gran parte del mercado, puesto que su implantación alcanza prácticamente al 100% de los usuarios de estos establecimientos y éste podrá ser un elemento diferenciador”.

De igual manera, Luis Latrás, de Arkoslight, concreta que, en los próximos años, “veremos cómo el Internet de las Cosas (IoT) se impone en todos los elementos de los hoteles, los hogares

y los espacios públicos. Vamos a vivir una revolución que invadirá todos los aspectos de nuestras vidas, también los hoteles”.

Por ello hay que “seguir creciendo en conectividad y conexión, que el usuario cada vez se sienta más como en casa y que la tecnología sea un elemento que facilite para poder disfrutarla de verdad, no algo que genere una frustración en los consumidores”, añade Ara Cabeza, de Guestperience.

Por otro lado, en lo referente al ahorro, José Mª Pujol, de Pujol Iluminación, destaca que “se tiende a reducir los costes de instalación, ya que se están normalizando y estandarizando los sistemas de montaje. Se reducirán los costes de mantenimiento, por ejemplo en bombillas, ya que la tecnología LED no requiere recambios y su vida útil oscila entre las 30.000h y las 50.000h, más de que la se le exige a una luminaria de habitación de hotel antes de que se vuelva a reformar. Y, finalmente, se buscará la eficiencia máxima, a base de mecanismos y sensores que limiten los consumos energéticos al mínimo indispensable. El secreto estará en saber dónde poner el límite para que no afecte a la sensación de confort del cliente”.

En conclusión, los establecimientos hoteleros deben contar con las siguientes características tecnológicas si queremos que sean pioneros:

“Redes sociales, la presencia en las redes sociales es esencial para que el hotel pueda acercarse a sus clientes. WiFi gratis y de calidad para los clientes. Dispositivos adaptados a necesidades personalizadas, hay hoteles que facilitan dispositivos a los clientes tales como Smartphones o routers MiFi. Espacios tecnológicos para eventos, ya sea un salón de actos o un jardín al aire libre, todo evoluciona a tener un espacio tecnológicamente preparado para la celebración de eventos. Permitir que los clientes puedan trabajar desde el hotel como si estuvieran en la oficina”, enumera Francisco Javier Atero, de Landatel Comunicaciones.

La tecnología va a suponer un valor diferencial que posicione al hotel como alojamiento de lujo.

CISA

CISA eSIGNO
Contactless lock

Innovadora Solución de Seguridad
para Hoteles & Resorts

Acerca de Allegion™

Allegion (NYSE: ALLE) es pionero en el mundo en seguridad con marcas líderes como CISA®, Interflex®, LCN®, Schlage® y Von Duprin®. Enfocándose en la seguridad de puertas y áreas adyacentes, Allegion produce una línea de soluciones para hogares, empresas, escuelas y otras instituciones. Allegion es una compañía de \$ 2 mil millones, con productos vendidos en casi 130 países.

Para obtener más información, visite allegion.com, cisahotels.com

@cisalocks



BRICARD ■ **Briton** ■ **CISA** ■ **interflex**

CISA Cerraduras, S.A. Pol. Ind. La Charluca, 50300 Calatayud, Zaragoza - cispain@allegion.com

