

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR HOTELERO

EFICIENCIA,
PERSONALIZACIÓN Y
CONECTIVIDAD

La digitalización se ha convertido en el eje que transforma el hotel moderno: ya no solo ofrece alojamiento, sino que gestiona experiencias completas basadas en eficiencia, personalización y sostenibilidad. Desde la automatización de procesos internos hasta la interacción fluida con los huéspedes a través de aplicaciones móviles, la tecnología redefine cada punto de contacto, permitiendo que los hoteles ofrezcan un servicio más ágil, seguro y adaptado a las expectativas del cliente actual.

< Foto: Zennio

Desde hace años la digitalización forma parte del día a día en el sector hotelero. “Comenzó por la digitalización de los canales de venta siendo uno de los primeros sectores que apostó por el Ecommerce. Posteriormente se ha introducido en la operación, contribuyendo a la mejora del servicio, la eficiencia del personal y mejorando el conocimiento del cliente”, analiza Tomás Rodicio, CIO & Managing Director de Nethits.

Actualmente, “la digitalización ha hecho que el hotel pase de ser un espacio “reactivo” a un entorno proactivo y basado en datos. Hoy los hoteles gestionan casi todo su ciclo operativo a través de plataformas digitales: reservas, check-in, control de accesos, monitorización de ocupación de espacios, comunicaciones con el huésped, etc.”, describe Gabriel Castaner Chiarottino, Inside Sales Manager de SCATI. En este sentido, Alejandro Boserman, responsable del departamento de Marketing de Zennio Spain, observa que muchas tareas que antes dependían exclusivamente del personal -ajustes de clima, supervisión energética, gestión de accesos o detección de ocupación- ahora se controlan de forma centralizada, reduciendo tiempos y errores. “Esto permite liberar al personal para funciones de mayor valor”.

Concepto que comparte Iñigo Azcona, Hospitality Business Development Director de TP-Link, quien asegura que la digitalización ha transformado los procesos manuales y fragmentados en operaciones conectadas y automatizadas. Cada punto de interacción con el huésped (reserva, check-in, servicios durante la estancia y check-out) puede gestionarse digitalmente, aportando eficiencia y coherencia. “La conectividad se ha convertido en el eje de esta evolución: sin una

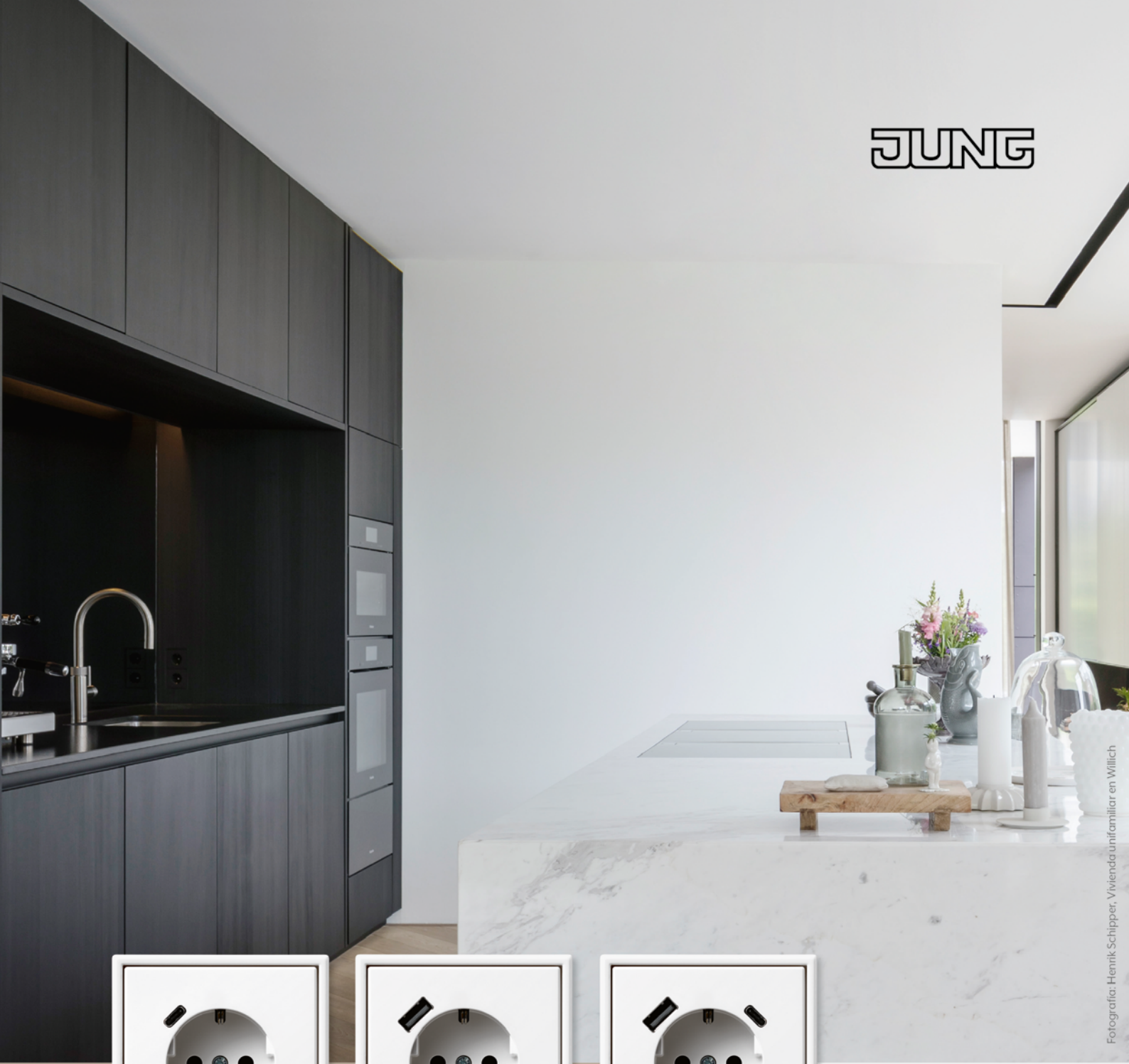
PROCESOS QUE ANTES PODÍAN SER LENTOS O GENERAR FRICCIÓN SE AUTOMATIZAN O SE GESTIONAN DE FORMA REMOTA

red estable, segura y escalable, ningún proceso digital puede sostenerse”. Asimismo, Alberto Barrantes del departamento de Marketing de ASSA ABLOY Entrance Systems, explica que la digitalización ha impulsado la automatización de procesos clave, como el acceso a las instalaciones. En su opinión, hoy, los hoteles integran sistemas de acceso automáticos y control de accesos inteligentes que permiten entradas sin contacto mediante credenciales digitales, mejorando la seguridad y la experiencia del huésped.

✓ Foto: LG Electronics



JUNG



Fotografía: Henrik Schipper, Vivienda unifamiliar en Willich



MADE TO TOUCH.
DESIGNED TO CONTROL.
ENCHUFES SCHUKO® LS 990
CON CONEXIÓN USB.

JUNG.ES



MÁXIMA ENERGÍA

Con los enchufes con tomas USB de JUNG podrá cargar su smartphone o tablet sin necesidad de utilizar un adaptador adicional, dejando libre el enchufe. Con el diseño clásico de JUNG, calidad “Made in Germany” y certificado VDE.



LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL NO SUSTITUYE LA HOSPITALIDAD, SINO QUE LA REFUERZA

De esta manera es evidente que la digitalización ha transformado al hotel, haciendo que pase de ser un proveedor de servicios pasivo a una plataforma de experiencias: “integra operaciones (PMS/CRS/ERP en la nube), redes multiservicio y canales digitales que permiten interacción directa y en tiempo real con el huésped (reservas, check-in, contenidos, comunicaciones). Haciendo que la relación sea algo continuo -mientras que antes era episódica- al permitir ofrecer servicios autónomos, personalizados y medibles. Además, la infraestructura convergente (IP/GPON/WiFi6) facilita prestar multimedia, gestión energética y seguridad sobre la misma red”, analiza José Luis Pineda, director Hospitality España de Televisión.



En cuanto a la relación con el huésped, desde Zennio Spain consideran que la interacción se vuelve más fluida: accesos móviles, notificaciones instantáneas, preferencias almacenadas y una estancia que comienza incluso antes de llegar al hotel. En este sentido, desde SCATI opinan que el huésped percibe una experiencia más ágil, más segura y mejor adaptada a sus expectativas. “Procesos que antes podían ser lentos o generar fricción –como el check-in, el acceso a la habitación o la resolución de incidencias– se automatizan o se gestionan de forma remota”.

Está claro que el huésped actual busca autonomía, inmediatez y una experiencia personalizada. En este aspecto, desde TP-Link observan cómo la transformación digital ha elevado los estándares y ya no basta con una habitación cómoda. La conectividad, los servicios digitales y la integración tecnológica influyen directamente en la percepción del cliente. “Elementos como una buena Wi-Fi, contenidos multimedia personalizados o procesos automatizados contribuyen a una experiencia mejor valorada y más recordada”. Así pues, “la señalización digital y las pantallas interactivas han elevado la experiencia del huésped, convirtiendo cada punto de contacto en una oportunidad para sorprender y conectar emocionalmente. Desde la bienvenida personalizada hasta recomendaciones locales y promociones, la tecnología permite que la comunicación sea intuitiva, memorable y alineada con la narrativa del hotel. Esto genera una percepción más positiva y una experiencia global más coherente”, analiza Víctor Guill, Sales Manager B2B Hospitality de LG Electronics.

De este modo, Maria de la Vega, responsable de Marketing y Ventas en Telsystem, observa cómo procesos que antes eran tediosos, como las colas en el check-in o la espera para pagar, ahora son instantáneos. “Esto permite que el cliente perciba el hotel no solo como un lugar para dormir, sino como un servicio fluido y eficiente”.

Personalización y comunicación

En un mundo donde la experiencia del huésped se ha convertido en un factor decisivo para la fidelización y satisfacción, los hoteles están recurriendo a la inteligencia artificial y la analítica de datos como aliados estratégicos. Estas tecnologías permiten comprender mejor los hábitos, preferencias y

Foto: Zennio

LA CONECTIVIDAD SE HA CONVERTIDO EN EL EJE DE ESTA EVOLUCIÓN

necesidades de cada cliente, lo que abre la puerta a ofrecer recomendaciones y servicios altamente personalizados que transforman la estadía en una experiencia única.

En este sentido, desde Telsystem observan cómo la analítica permite segmentar perfiles de forma quirúrgica. “La IA predice comportamientos: si un cliente suele viajar por negocios, el sistema prioriza ofrecerle WiFi de alta velocidad y late check-out; si es una familia, se destacan actividades de ocio. Se trata de ofrecer lo que el cliente quiere antes de que lo pida”.

De este modo, desde TP-Link añaden que la inteligencia artificial y la analítica de datos permiten optimizar tanto la experiencia del cliente como el rendimiento de la red. “En nuestro ámbito, analizamos el tráfico en tiempo real para ajustar el ancho de banda, detectar anomalías y anticiparse a incidencias. También segmentamos el acceso por perfiles (huéspedes, eventos, operativa internas), aplicando modelos predictivos que ayudan a mejorar la conectividad, reforzar la seguridad y personalizar servicios digitales según el comportamiento de uso”.

A lo que desde Televisión continúan explicando que la inteligencia artificial permite que el hotel sea capaz de anticiparse a

las necesidades concretas de cada cliente. “Analiza patrones -desde horarios de consumo hasta preferencias de ocio- y, con ello, puede recomendar actividades, ajustar automáticamente la climatización o incluso proponer servicios complementarios”. De este modo, “la inteligencia artificial y la analítica aplicada al vídeo permiten transformar imágenes en información útil. Las cámaras captan flujos de personas, usos de espacios, tiempos de permanencia, horas punta, perfiles de movimiento entre diferentes áreas del hotel (spa, restaurante, salas de reuniones, zonas de ocio, etc.)”, describen desde SCATI.

trena collection

by Yonoh Studio



ezpeleta^e
since 1935

ezpeleta.com

Cuando estos datos se agregan y se comparten con operaciones, marketing o revenue management, el hotel puede, tal y como continúa explicando:

- Ajustar horarios de apertura de servicios según demanda real.
- Lanzar ofertas específicas en función de la ocupación de ciertas áreas (por ejemplo, promocionar el bar cuando se detecta menor afluencia).
- Dimensionar mejor el personal donde más se le necesita.

Tal y como detalla, no se trata de identificar individuos, sino de trabajar con patrones y datos agregados para ofrecer recomendaciones y servicios más alineados con cómo se comportan realmente los huéspedes dentro del hotel.

Así pues, desde Nethits observan cómo hasta la irrupción de la IA generativa, la analítica de datos era algo que abordaban las grandes compañías hoteleras, pero que tenía un difícil encaje en las pequeñas. “Con la IA generativa cambia el paradigma. Es más sencillo para un negocio pequeño el acceder a esa tecnología y va a poder usarla para generar más ingresos y mejorar la calidad del servicio al cliente. Ahora bien, debemos tener en cuenta que para poder hacer buenas recomendaciones se debe contar con un volumen de datos muy grande y eso no se puede hacer individualmente. Las empresas que proporcionen estos servicios a múltiples hoteles tendrán mejores predicciones y, por tanto, mejores resultados”.

Sin embargo, desde Zennio opinan que la inteligencia artificial todavía está en una fase temprana dentro de la hotelería. Su potencial es interesante, pero aún requiere madurez para ofrecer un valor real en el día a día operativo.

Este enfoque basado en datos y personalización encuentra en las aplicaciones móviles un aliado natural. En este sentido, desde SCATI indican que las aplicaciones móviles se han convertido en el canal central de relación con muchos huéspedes: concentran reservas, acceso a la habitación, solicitud de servicios, información del hotel y comunicación directa con el personal.

PERMITE LIBERAR AL PERSONAL PARA FUNCIONES DE MAYOR VALOR



^ Foto: TP-Link

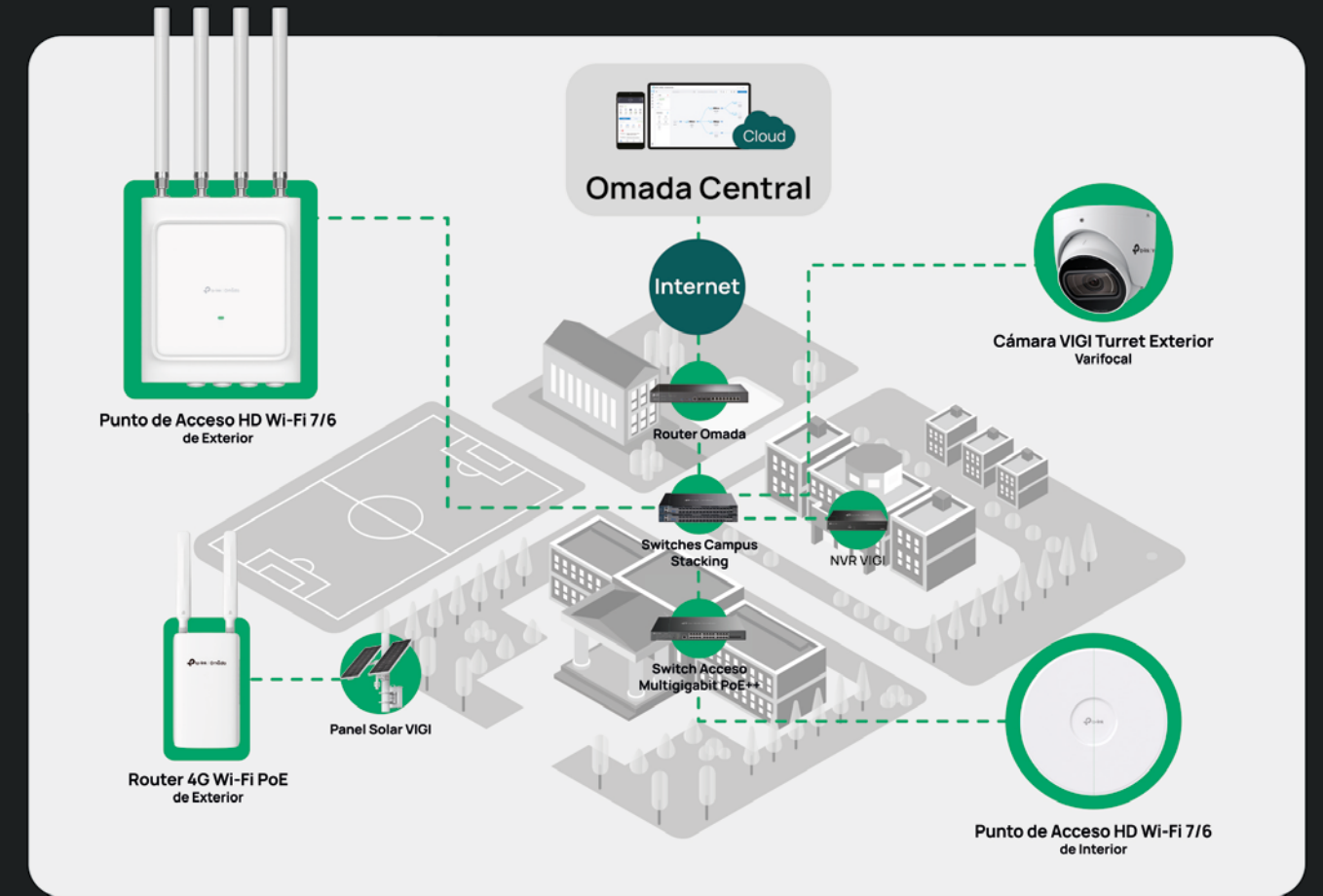
De este modo, el móvil se está convirtiendo en el mando universal del hotel. A través de la app, el huésped puede gestionar su llegada, abrir la habitación, pedir servicios, resolver dudas o incluso controlar la habitación. “Una tendencia que reduce tiempos de espera, evita colas y agiliza la operativa del staff, que recibe solicitudes claras, trazables y organizadas. La comunicación se vuelve más directa y más eficiente, y el huésped siente control total sin renunciar a la cercanía del personal cuando realmente la necesita”, analizan desde Televés. Igualmente, desde TP-Link indican que se trata de una herramienta clave para una comunicación fluida, sin interrupciones ni esperas. “Gracias a una red estable y segura, las apps permiten gestionar reservas, enviar solicitudes, recibir notificaciones o incluso chatear con recepción en tiempo real. Para el personal, mejora la coordinación interna, reduce tiempos de respuesta y evita errores. La conectividad es el hilo conductor que permite que estas herramientas funcionen con la rapidez y fiabilidad que exige el cliente actual”.

Resumiendo, las aplicaciones móviles y sistemas de comunicación digital “permiten una interacción bidireccional inmediata. El personal puede resolver incidencias en tiempo real y el huésped siente que tiene el control de su estancia en la palma de su mano, lo que humaniza la tecnología al hacerla útil”, determinan desde Telsystem.

Digitalización de procesos

La digitalización provoca que todo el conocimiento quede registrado. Esto permite analizar y mejorar los procesos. “Aquellos negocios que no analicen sus datos para mejorar se verán

Omada Central La Solución Tecnológica Unificada de Redes y Videovigilancia



Red Wi-Fi Estable
Conectividad estable para clientes, TPVs y sistemas críticos con roaming continuo sin cortes

Monitorización Inteligente con IA
Mayor Rendimiento y Fácil Mantenimiento de la Red

Gestión Centralizada en la Nube
Control total de la red desde una única plataforma segura y sin cuotas

Despliegues Multi-sede
Gestión de varias ubicaciones con configuraciones unificadas y escalables

Menos Costes Operativos
Reducción de la carga técnica y mayor eficiencia en la gestión de incidencias

Estructura Local
Equipo preventa, posventa y comercial cercanos con almacén en España





^ Foto: Assa Abloy, Puerta giratoria gran capacidad

perjudicados a medio plazo”, determinan desde Nethits. Por ejemplo, desde TP-Link observan que la digitalización permite automatizar procesos clave: desde reservas centralizadas hasta la gestión de inventarios en tiempo real, pasando por el check-in/check-out sin contacto. “Estas mejoras reducen errores, ahorran tiempo y mejoran la coordinación entre departamentos. Todo ello requiere una red segura, con capacidad de integrar sistemas diversos bajo una gestión unificada”.

En relación a esto, Víctor Martín, de Macco Robotics, destaca cómo la analítica de datos les permite saber, en tiempo real, las necesidades de los clientes del hotel, tener controlado el inventario y agilizar la espera derivando a otros puntos de bebida (drink corners) con menor demanda.

Mientras que desde Nethits corroboran que la tecnología permite captar datos para analizar y mejorar y además, a través del IoT automatizar procesos en las máquinas para optimizar su rendimiento. “Esto afecta directamente a la cuenta de resultados además de reflejar un compromiso con la sostenibilidad. Por tanto, debe dejar de verse el dinero puesto en la tecnología como un gasto y comenzar a verla como una inversión”.

Junto a lo anterior, desde LG Electronics observan cómo la digitalización permite reducir el uso de materiales físicos como cartelería impresa, lo que disminuye el consumo de papel y tintas. Además, “las soluciones de señalización digital, como pantallas OLED y LED, están diseñadas para ser más eficientes energéticamente, ofreciendo un menor consumo sin sacrificar calidad visual. Esta optimización contribuye a la sos-



^ Foto: Telsystem

tenibilidad y a la reducción de la huella de carbono del hotel, al tiempo que mejora la eficiencia operativa al centralizar la gestión de contenidos y evitar procesos manuales”.

En este sentido, la sostenibilidad y la eficiencia operativa están completamente ligadas a la capacidad de medir y actuar. “La digitalización aporta esa capa de medición: consumos, ocupación real de espacios, tiempos de uso, flujos, etc.”, definen desde SCATI. Además, detalla que las cámaras, combinadas con sensores y sistemas de gestión energética, permiten:

- Ajustar climatización e iluminación según la presencia real.
- Detectar zonas infrautilizadas y reconvertirlas o replantear su uso.
- Reducir desplazamientos innecesarios del personal y optimizar rutas de limpieza y mantenimiento.

Al disponer de todos los sistemas consolidados en una plataforma única, el hotel puede visualizar su operación de forma global y tomar decisiones que reduzcan costes, minimicen el impacto ambiental y mantengan –o incluso mejoren– el nivel de servicio.

De este modo, se puede decir que la digitalización es fundamental para alcanzar objetivos reales de sostenibilidad. “La domótica permite automatizar el control de climatización, iluminación y ventilación en función de presencia, niveles de CO₂, incidencia solar o condiciones ambientales, algo que reduce significativamente el consumo”, analizan desde Zennio Spain.

Además, destaca que la digitalización, bien aplicada, evita que el cliente tenga que preocuparse por apagar luces, regular el clima o ajustar persianas: el sistema se encarga de hacerlo de forma natural, garantizando confort y reduciendo el gasto energético. Y, la monitorización en tiempo real permite detectar ineficiencias y actuar de manera proactiva.

“Para muchos hoteles, esta automatización ha dejado de ser un extra: se ha convertido en un eje estratégico para reducir costes operativos y mejorar la rentabilidad del edificio”.

Está claro que la sostenibilidad tecnológica es ya una prioridad. Como hemos visto a lo largo del reportaje, gracias a sensores y sistemas IoT, los hoteles pueden adaptar iluminación, climatización y agua según ocupación real, reduciendo consumos sin afectar al confort. “En el mismo sentido, la digitalización permite eliminar elementos físicos como llaves,



^ Foto: Televes

tarjetas, folletos o documentación, apostando por soluciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente. Esto también ayuda al cumplimiento de normativas y objetivos de sostenibilidad que el sector debe asumir”, analizan desde Televes.



PLATAFORMA DE INTEGRACIÓN DE SISTEMAS INTELIGENTE TODO EL HOTEL BAJO CONTROL



Coordina seguridad, operaciones
y datos en un único punto de mando



Futuro

La transformación digital será el motor principal que redefinirá la experiencia hotelera en los próximos años. No solo porque el huésped exigirá más conectividad y más control, sino porque los hoteles necesitarán ser más eficientes y resilientes en su operación diaria.

En este sentido, Alejandro Boserman expone que la tendencia no va hacia hoteles hipercomplejos, sino hacia hoteles más inteligentes, más intuitivos y automatizados, donde la domótica se convierta en el estándar básico del confort. “El huésped no querrá aprender a usar la tecnología: esperará que funcione sola, que le entienda y que resuelva sin esfuerzo las necesidades del día a día”.

Del mismo modo, según observan desde TP-Link, los huéspedes esperarán experiencias fluidas, conectadas y adaptadas a sus preferencias. La transformación digital no solo mejorará operaciones internas, sino que reforzará la fidelización, permitiendo anticiparse a las necesidades del cliente y ofrecer un servicio más relevante, eficiente y memorable.

Por otro lado, Gabriel Castaner Chiarottino considera que los hoteles que aprovechen la videovigilancia inteligente como fuente de datos, que unifiquen sus sistemas en una plataforma común y que se apoyen en servicios de atención remota para mantener un nivel alto de control y respuesta, tendrán una ventaja clara. “Podrán conocer mejor a sus huéspedes, optimizar recursos y ofrecer un trato más cercano, precisamente porque la tecnología se ocupará de gran parte del trabajo invisible”.

✓ Foto: TP-Link



Mientras que Víctor Guill añade que la señalización y las soluciones digitales evolucionarán hacia una integración más natural en los espacios, siendo menos invasivas y más emocionales. “Entre las innovaciones destacadas se encuentran las pantallas OLED transparentes, que permiten combinar diseño y funcionalidad sin romper la estética del entorno, ofreciendo información dinámica sin ocupar visualmente el espacio. Además, se espera que las tecnologías prioricen la eficiencia energética, la gestión centralizada de contenidos y la protección de la privacidad del huésped, manteniendo siempre la esencia humana en la experiencia”.

En definitiva, “la transformación digital no sustituye la esencia de la hospitalidad, sino que la refuerza: permite que el hotel sea más eficiente y seguro, y que el huésped se sienta más comprendido y mejor atendido”, determinan desde SCATI. Así, “aquellos hoteles que apuesten por la integración de una infraestructura robusta, plataformas inteligentes y tecnologías centradas en el huésped serán los que lideren el mercado. Porque la tecnología quizás no defina por sí sola la experiencia; pero sí permite que sea memorable, humana y adaptable a cada cliente”, concluye José Luis Pineda.

La digitalización ha hecho que el hotel pase de ser reactivo a un entorno proactivo y basado en datos

ADA
COSMETICS

El arte de la fitoaromaterapia

Inspirada en el poder terapéutico de la naturaleza, la colección de productos de cortesía Yon-Ka transforma cada estancia en un ritual de bienestar. Fórmulas expertas que restauran el equilibrio y envuelven al huésped en una experiencia de serenidad absoluta.

YON
KA
PARIS

