

SOFTWARE Y PROGRAMAS DE GESTIÓN

EL CEREBRO DEL HOTEL

La hostelería ya no se gestiona solo entre fogones, mostradores o recepciones. Hoy, gran parte del éxito de un negocio se decide en un entorno invisible: el de los datos, la automatización y la conectividad. El software de gestión ha pasado de ser un apoyo administrativo a convertirse en el auténtico sistema nervioso del establecimiento. Pero ¿hasta qué punto está transformando la operativa, la experiencia del cliente y la rentabilidad? Y, sobre todo, ¿están los negocios aprovechando todo su potencial?

Hubo un tiempo en el que digitalizarse era una opción. Hoy, directamente, no hacerlo es quedarse fuera del mercado.

En los últimos años, la adopción de software de gestión ha dado un salto definitivo en la hostelería, impulsada tanto por la presión competitiva como por la evolución del cliente digital. A ello se suma la consolidación de la nube, que ha eliminado muchas de las barreras de acceso tradicionales.

El resultado es claro: la tecnología ya no solo acompaña al negocio, sino que lo define. Y este cambio de paradigma es el punto de partida de todo lo demás.

Así pues, Sebastia Vidal, director Turismo en CEI / QuoHotel, observa que la adopción de software de gestión en la hostelería ha experimentado un crecimiento acelerado, impulsado por la necesidad de operar con mayor eficiencia y por el impacto de la digitalización en la experiencia del huésped. “La diferencia frente a etapas anteriores es clara: hoy el software no es un soporte administrativo, sino un activo estratégico que determina la competitividad del establecimiento”.

Lo cierto es que, tal y como indica Jorge Juárez Ayuso, relaciones Institucionales de Loomis Pay, la hostelería ha pasado de “tener un TPV” a construir un ecosistema conectado: gestión operativa, pagos, control de caja, datos y experiencia de cliente, todo en tiempo real. Así, detalla que la adopción se ha acelerado por tres motivos claros: falta de tiempo (menos personal y más rotación), necesidad de control (márgenes ajustados) y expectativas del cliente (rapidez y fricción cero).

✓ Foto: Engisoft



En este sentido, en los últimos años hemos pasado de sistemas aislados a plataformas que conectan todas las áreas del negocio. “La pandemia fue el empujón definitivo, aunque para muchos llegó antes de estar preparados. Hoy el software de gestión ya no es un lujo, es un pilar esencial para que el negocio hostelero funcione. Y la diferencia entre los establecimientos que van bien y los que luchan tiene mucho que ver con si la tecnología forma parte real de su día a día o sigue siendo algo que está ahí y no se acaba de usar”, define Miguel Á. Reboreda, Desarrollador de software en Landín Informática.

Además, según indica Mariola Molina Lloret, directora Comercial de Gruphotel, cada vez más, los clientes buscan soluciones que simplifiquen la operativa y les permitan tener una visión más clara de su negocio. En su opinión, hoy la tecnología no solo mejora la gestión interna, sino que también influye directamente en la experiencia del cliente. “Cuando los procesos funcionan bien y la información está centralizada, los equipos pueden dedicar más tiempo a lo realmente importante en hostelería: cuidar al huésped y ofrecer un mejor servicio”. En este sentido, la competitividad de un establecimiento no solo depende de sus instalaciones, sino de su agilidad digital. “Contar con una plataforma moderna permite reaccionar a los cambios del mercado en tiempo real, algo vital en un sector donde cada decisión basada en datos marca la diferencia en la rentabilidad”, explica Marta Sàbat, Dpto. Marketing de ENGISOFT Hotel. A lo que Jorge Juárez Ayuso añade que esta competitividad se decide en detalles operativos: cobrar más rápido, reducir errores, cerrar caja sin sustos,

consolidar datos de ventas y tomar decisiones con información fiable. “El software ya no es un “extra”: es el motor que permite servir mejor, con más control y menos esfuerzo”.

En este proceso de transformación, hay un elemento que ha actuado como verdadero catalizador: la migración a la nube. Más allá de una evolución tecnológica, supone un cambio estructural en la forma de gestionar los negocios hosteleros, eliminando barreras técnicas y abriendo la puerta a modelos más ágiles, escalables y conectados. Pero ¿hasta qué punto esta transición está impactando realmente en la operativa diaria y en la rentabilidad?

Tal y como explica Iñigo Azcona, Hospitality Business Development Director, TP-Link España, la migración a la nube permite gestionar de forma remota todos los sistemas del establecimiento sin necesidad de infraestructura local compleja. Esto facilita el despliegue, reduce costes de mantenimiento y permite escalar rápidamente según las necesidades del negocio. Además, “en entornos con varias ubicaciones, la gestión centralizada desde la nube permite monitorizar, configurar y mantener todos los sistemas desde una única plataforma, mejorando el control operativo y la capacidad de respuesta ante incidencias”.

EL SOFTWARE YA NO ES UN EXTRA: ES EL MOTOR QUE PERMITE SERVIR MEJOR, CON MÁS CONTROL Y MENOS ESFUERZO.

Asimismo, Jordi Ferrer, director Marketing y Comunicación tSpoonLab, añade que la nube permite el acceso a información crítica en tiempo real desde cualquier lugar. “En el contexto actual de inflación, donde los márgenes se han estrechado y los precios de venta han subido, la rentabilidad ya no

El PMS con Inteligencia Artificial

Automatiza procesos, resuelve dudas al instante y ejecuta acciones desde el PMS.



EFICIENCIA OPERATIVA



DISPONIBLE 24/7



MULTILINGÜE

ENGISOFT[HOTEL]

<El Software que facilita tu día a día>

engisofthotel.com

se recupera repercutiendo costes al cliente, sino mejorando la eficiencia interna. La tecnología cloud es la herramienta que permite esa sostenibilidad operativa necesaria para seguir siendo competitivos”.

El modelo Cloud ha democratizado el acceso a la mejor tecnología. Ahora, “hoteles de cualquier tamaño pueden disponer de herramientas de alto nivel sin necesidad de invertir en servidores físicos ni mantenimiento técnico complejo. Además, aporta una ventaja competitiva clave: la movilidad. El gestor puede supervisar su negocio y tomar decisiones desde cualquier lugar y dispositivo”, analizan desde Engisoft.

Lo cierto es que, hace no tanto, cambiar de software en un hotel implicaba técnicos, servidores, instalaciones y días de interrupciones. “La nube ha cambiado eso por completo. Hoy una actualización llega sola, puedes acceder al sistema des-



de cualquier sitio y no hay un servidor en el sótano del que dependa todo. Ahora bien, no es la solución universal que a veces se vende. Un establecimiento pequeño y sencillo puede no necesitar esa complejidad, y la dependencia de una buena conexión a internet o los cortes de servicio puntuales son realidades que hay que tener en cuenta”, describen desde Landín Informática

Como todo, la clave está en elegir la herramienta que encaja con el negocio que tienes, no con el que te gustaría tener.

El ecosistema digital

Digitalizar un negocio hostelero ya no consiste en sumar aplicaciones o incorporar soluciones aisladas. El verdadero salto cualitativo está en construir un ecosistema tecnológico coherente, donde cada pieza no solo cumple una función, sino que encaja con el resto para generar una operativa fluida, conectada y eficiente.

Hoy, PMS, TPV, CRM, ERP o channel managers forman la base tecnológica de cualquier establecimiento competitivo. Sin embargo, como apuntan los expertos, el valor no está en cada sistema por separado, sino en su capacidad de integrarse y trabajar como un todo. Porque cuando la información fluye sin fricciones, el negocio gana en agilidad, control y visión estratégica, y es ahí donde empieza a notarse el impacto real en el día a día.

En este sentido, desde el sector tecnológico lo resumen de forma clara: “para nosotros, un ecosistema sólido se apoya en tres pilares. Primero, el PMS (Property Management System), que es el centro de mando donde se gestiona toda la operativa. Segundo, el Channel Manager, que actúa como un distribuidor global para que tus habitaciones estén a la venta en todos los portales (como Booking o Expedia) de forma sincronizada. Y tercero, el CRM, que es la memoria del hotel; nos permite conocer al huésped para ofrecerle una experiencia personalizada. Si estos sistemas no están integrados, el hotelero pierde eficiencia y oportunidades de venta”, señalan desde Engisoft.

En la misma línea, desde la perspectiva operativa, se subraya que “un negocio hostelero moderno necesita varios sistemas que trabajen de forma integrada para poder gestionar el día a día con eficiencia”. En el caso de los hoteles, el PMS se sitúa como núcleo del sistema, ya que gestiona reservas, disponibilidad y la operativa diaria. A su alrededor, los channel managers permiten optimizar la distribución online manteniendo tarifas y cupos actualizados en todos los canales, mientras

Foto: Pixabay

que los CRM ganan protagonismo al permitir conocer mejor al huésped, anticipar sus preferencias y personalizar la comunicación antes, durante y después de la estancia, tal y como explican desde Gruphotel.

Pero la clave, insisten, no está solo en disponer de estas herramientas, sino en que “estén integradas y compartan información en tiempo real”. En este punto, incluso la infraestructura tecnológica cobra relevancia: “todos estos sistemas deben estar interconectados y operar en tiempo real para garantizar una operativa eficiente y una experiencia fluida para el cliente. En este contexto, la infraestructura de red juega un papel clave, ya que actúa como base sobre la que funcionan todos estos sistemas, asegurando estabilidad, disponibilidad y comunicación continua entre ellos”, apuntan desde TP-Link España.

La integración, de hecho, se ha convertido en un criterio estructural. “Un software cerrado es una barrera para el crecimiento”, advierten desde Engisoft, que defiende la conectividad total mediante APIs, “conectores universales que permiten que el sistema se comunique con programas de contabilidad, marketing o fidelización”. El objetivo, explican, es claro: disponer de “un dato único y fiable en toda la organización, evitando duplicidades y ahorrando tiempo de ges-

La fibra no ocupa lugar

- La convergencia entre la arquitectura bioclimática y la infraestructura de telecomunicaciones sostenible es un paso esencial para transformar la industria hotelera.
- Al integrar diseños energéticamente eficientes con redes GPON, los hoteles no solo optimizan sus recursos, sino que también contribuyen a la preservación del medioambiente y a la construcción de un futuro más sostenible.
- Invertir en estas tecnologías es una decisión estratégica que beneficia tanto a los operadores hoteleros como a sus huéspedes, posicionando a los hoteles como referentes en innovación y sostenibilidad.

En la actualidad, la sostenibilidad en la industria hotelera ha dejado de ser un diferenciador para convertirse en un estándar en constante evolución. Una búsqueda de soluciones y metodologías que permitan reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia operativa que replantea cómo se diseñan, construyen y operan los hoteles; integrando estrategias de infraestructura sostenible con un enfoque holístico capaz de combinar innovación, eficiencia y rentabilidad.

En este sentido, los hoteles de vanguardia han encontrado en los principios de arquitectura bioclimática su principal aliado a la hora de minimizar el consumo energético y optimizar el confort térmico de los huéspedes. Mediante un diseño adecuado que permite maximizar la captación de luz natural y la ventilación cruzada, el uso de materiales con alta inercia térmica, como el adobe, la piedra o el hormigón, y la implementación de estrategias como la ventilación natural y la protección solar, las instalaciones más vanguardistas han sido capaces de reducir la huella de carbono de los hoteles, mejorar la experiencia del huésped y prolongar la vida útil de los edificios.



Conectividad sostenible: la clave para la eficiencia y la innovación en el sector hotelero

Para que un hotel sea realmente eficiente y sostenible, la infraestructura tecnológica debe estar alineada con estos principios. En este sentido, las redes de fibra óptica pasiva (GPON, por sus siglas en inglés) representan una solución clave, proporcionando ventajas competitivas indispensables como:

- 1. Reducción del consumo energético:** la fibra óptica requiere menos energía que las redes tradicionales de cobre, disminuyendo la demanda de electricidad en los centros de datos y equipos de transmisión.
- 2. Menor infraestructura física:** una única red de fibra óptica puede reemplazar múltiples redes de datos, voz y video, optimizando el uso del espacio y reduciendo el uso de materiales contaminantes.
- 3. Mayor durabilidad y menor mantenimiento:** a diferencia de otras tecnologías, la fibra óptica es altamente resistente y tiene una vida útil más larga, reduciendo los costos de reposición y mantenimiento.
- 4. Conectividad de alta velocidad y fiabilidad:** la implementación de GPON permite garantizar una conexión estable y de alta capacidad, mejorando la experiencia digital del huésped y facilitando la automatización de sistemas inteligentes dentro del hotel.

José Luis Pineda,
director Hospitality



ción”. Esta visión es compartida por otros actores del sector, así, desde Quohotel continúan exponiendo que la integración es hoy un elemento imprescindible. Los hoteles utilizan múltiples soluciones externas: contabilidad avanzada, marketing automation, OTAs, channel managers, pasarelas de pago o programas de fidelización.

Desde el punto de vista práctico, el impacto es inmediato. “Un establecimiento maneja a diario herramientas muy distintas: el sistema de reservas, la contabilidad, las OTAs, el email marketing, la plataforma de fidelización... Cuando todo está desconectado, la información se introduce varias veces, los errores se multiplican y nadie tiene una visión clara de lo que está pasando. Cuando esas piezas encajan, el día a día cambia: los datos fluyen solos, el equipo pierde menos tiempo en tareas administrativas y las decisiones se toman con mucha más información. No es magia, es simplemente tener todo en el mismo sitio”, explican desde Landín Informática.

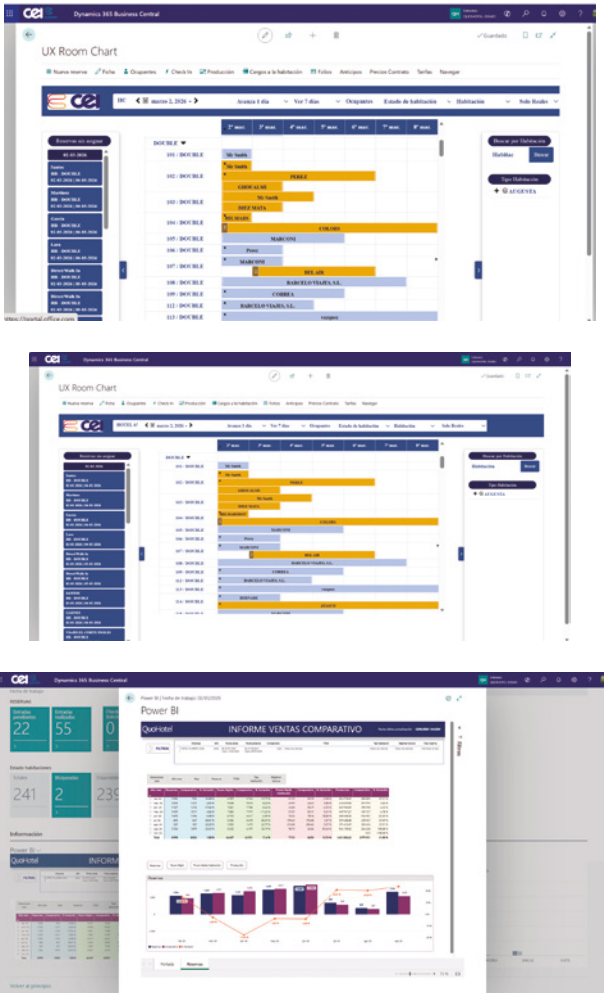
En esta misma línea, se insiste en que los sistemas actuales están diseñados precisamente para facilitar esa interoperabilidad. “A través de APIs y conexiones estándar, diferentes plataformas pueden compartir información de forma automática y en tiempo real. Esto permite que el PMS se conecte con channel managers, sistemas de contabilidad o ERP, herramientas de marketing y CRM, plataformas de fidelización o soluciones orientadas a la experiencia del huésped”, detallan desde Gruphotel.

El resultado es una operativa más eficiente, donde se evitan duplicidades, se reducen errores y se garantiza la coherencia de los datos en toda la organización. Además, esta arquitectura flexible permite que cada área del negocio utilice las herramientas más adecuadas sin perder la coherencia global del sistema.

Eficiencia operativa: automatizar para crecer

En la hostelería contemporánea, la eficiencia ya no se mide solo en velocidad, sino en capacidad de liberar tiempo para lo verdaderamente importante: el cliente. Menos tareas manuales, menos errores y más agilidad operativa. Bajo esta premisa, la automatización se ha consolidado como uno de los grandes motores de transformación del sector, permitiendo simplificar procesos que antes consumían recursos y generaban ineficiencias en cadena.

LA HOSTELERÍA HA PASADO DE TENER UN TPV A CONSTRUIR UN ECOSISTEMA CONECTADO.



^ Fotos: Quohotel

Porque cuando la operativa funciona, el impacto no se limita al back office: el siguiente paso es inevitable y se traslada directamente a la experiencia del huésped.

En esta línea, desde el ámbito tecnológico se insiste en que “el objetivo principal es eliminar la carga de tareas administrativas que no aportan valor. Al automatizar procesos como el volcado de datos de identidad o la gestión de cobros, el personal puede dedicar su tiempo a lo que realmente importa: el trato directo con el cliente. Un sistema eficiente reduce los errores manuales y garantiza que la información fluya sin interrupciones entre departamentos”, señala Marta Sàbat.

En el día a día del hotel, este impacto es especialmente visible. “Uno de los efectos más claros del software de gestión está en la automatización de tareas repetitivas como la introducción de reservas, la actualización de disponibilidad en canales, la generación de facturas, el envío de confirmaciones o la elaboración de informes”, explica Mariola Molina Lloret. Procesos que antes requerían tiempo y atención constante pasan ahora a ejecutarse de forma automática, reduciendo la carga administrativa del equipo y agilizando la operativa general.

Además del ahorro de tiempo, la automatización introduce un elemento clave: la fiabilidad. “Cuando la información se gestiona de forma automática y centralizada, se reducen errores habituales como duplicidades, inconsistencias o problemas de sincronización entre canales de venta”, apunta.

Desde una perspectiva más operativa, esta transformación también redefine el trabajo interno. “Automatizar tareas repetitivas como confirmaciones, check-in previo, facturación o comunicaciones libera al equipo para centrarse en el servicio. Y cuando la información fluye en tiempo real entre departamentos, los errores se reducen. En hostelería, un fallo de comunicación interna casi siempre lo acaba pagando el huésped”, advierte Miguel Á. Reboreda.



^ Foto: Gruphotel

L@ndín[®] SOFTWARE

Da el paso a la digitalización

Soluciones que se adaptan a ti

Software para **hostelería**

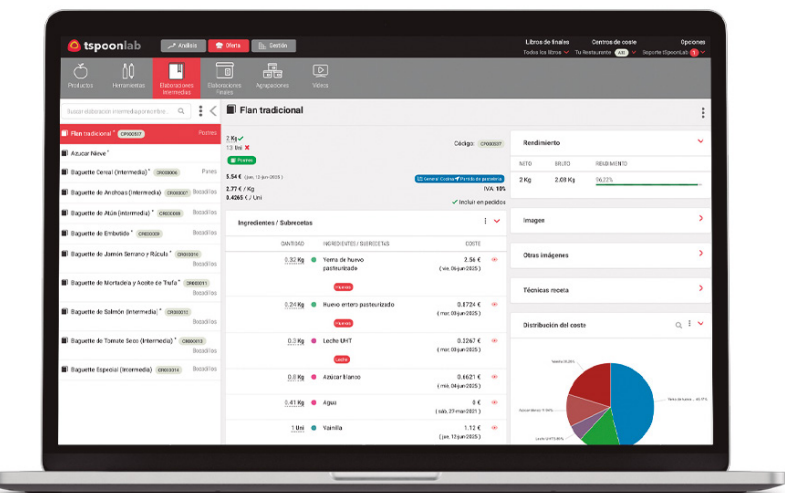
Software para **hoteles**

Sluciones de **movilidad**



986 858 858

www.landin.es



▲ Fotos: tSpoonLab

Este cambio no solo afecta a procesos concretos, sino a la estructura completa de la operativa hotelera. “Los sistemas de gestión modernos permiten automatizar procesos clave como pedidos, reservas, facturación o control de stock, reduciendo errores y mejorando la productividad del personal”, explica Sebastia Vidal. Entre los ejemplos más habituales destacan la automatización de cargos, upgrades, asignación de habitaciones, la eliminación de tareas duplicadas entre departamentos o el control en tiempo real de áreas como housekeeping, mantenimiento o facturación.

El resultado, subraya, es una mejora global en la eficiencia: “una reducción significativa de tiempos de operación y la capacidad de trabajar con datos consistentes a nivel corporativo en el caso de cadenas”.

Ahora bien, esta automatización no sería posible sin una base tecnológica sólida. “Para que funcione de forma continua, es imprescindible contar con una infraestructura de red estable que garantice la comunicación en tiempo real entre todos los sistemas. Una conectividad fiable evita caídas del servicio y asegura que la operativa diaria no se vea interrumpida, especialmente en momentos de alta demanda”, señala Iñigo Azcona.

En última instancia, el efecto más profundo de esta transformación no es solo operativo, sino cultural. “El primer beneficio es la profesionalización de la toma de decisiones: pasamos de gestionar por sensaciones a gestionar mediante datos objetivos”, concluye Jordi Ferrer.



La experiencia del cliente

Lo cierto es que si algo ha cambiado de forma radical en la hostelería es el propio cliente. Más digital, más informado y mucho menos dispuesto a esperar, el huésped actual ya no compara solo precios o ubicación, sino experiencias. Exige immediatez, comodidad y servicios adaptados a sus preferencias, en un contexto en el que herramientas como el check-in online, los pagos digitales o las comunicaciones automatizadas han dejado de ser un valor añadido para convertirse prácticamente en un estándar del sector.

Pero el verdadero punto de inflexión no está únicamente en la digitalización del proceso, sino en su evolución hacia la personalización. Y ahí es donde el dato se convierte en el nuevo activo estratégico de la experiencia.

En este sentido, desde el ámbito de la gestión hotelera se subraya que “la experiencia del huésped empieza mucho antes de la llegada al hotel y continúa después de la estancia. Desde el momento de la reserva, el hotel puede mantener una comunicación continua, compartir información útil y ofrecer servicios adaptados a las preferencias de cada huésped”, explican desde Gruphotel.



Esta nueva forma de relación se apoya en herramientas que transforman por completo la interacción con el cliente. “Funcionalidades como el check-in online, los pagos digitales o las encuestas de satisfacción no solo agilizan procesos, sino que también facilitan la interacción con el huésped y aportan mayor autonomía durante su estancia”, añaden. Incluso detalles que antes pasaban desapercibidos ahora condicionan la percepción global del servicio: “el check-in online, los pagos previos a la llegada o simplemente poder escribirle al hotel antes de llegar parecen pequeños gestos, pero marcan cómo se siente el cliente antes de cruzar la puerta”.

A medida que estos sistemas evolucionan, también lo hace la capacidad de personalización. “Este tipo de soluciones permite conocer mejor al huésped y anticiparse a sus necesidades, creando una relación más cercana y una experiencia más satisfactoria para ambas partes”, continúan. En algunos

DIGITALIZAR UN NEGOCIO REQUIERE UN CAMBIO CULTURAL Y UNA ADAPTACIÓN REAL DEL EQUIPO.

La tranquilidad de tenerlo todo

Optimizamos la gestión de tu local con un sistema de TPV que agiliza el servicio en tu restaurante y minimiza los errores. Así, tus clientes disfrutan de una experiencia más cómoda, segura y organizada, lo que convierte tu establecimiento en un lugar de confianza.



Todos los pagos son bienvenidos



Una solución 360° para tu negocio

- ➔ **TPV:** Gestiona las distintas tareas de venta.
- ➔ **Pasarela de pago:** Todos los pagos son bienvenidos.
- ➔ **Management:** Controla tus datos en tiempo real, donde y cuando quieras.
- ➔ **Gestión de efectivo:** Nos encargamos de organizar y transportar su dinero efectivo.
- ➔ **Soporte y Formación:** Formamos a tu equipo para que pueda manejar el sistema fácilmente.
- ➔ **Control y eficiencia:** Todo en uno. Toma nota, cobra, imprime ticket y control total del negocio.



CUANDO LA INFORMACIÓN FLUYE EN TIEMPO REAL, LOS ERRORES SE REDUCEN.

casos, ese nivel de detalle marca una diferencia decisiva: “cuando el sistema recuerda que ese huésped ya estuvo el año pasado y prefiere una habitación tranquila, la experiencia cambia por completo. Ese nivel de atención antes solo se lo podían permitir las grandes cadenas. Hoy está al alcance de la gran mayoría”, apuntan desde Landín Informática.

Desde una perspectiva operativa, esta transformación redefine el propio concepto de servicio. “La tecnología actual permite que el viaje del cliente sea fluido y sin esperas. Herramientas como el check-in online o los pagos digitales dan autonomía al visitante y eliminan las colas en recepción. No se trata de sustituir el contacto humano, sino de mejorarlo; cuando el proceso administrativo es invisible y rápido, el huésped percibe un servicio mucho más profesional y moderno”, explican desde Engisoft.

Sin embargo, para que esta experiencia sea realmente consistente, existe un elemento invisible pero determinante: la infraestructura tecnológica. “Para que esta experiencia sea

fluida, es fundamental contar con una conectividad Wi-Fi estable y de alto rendimiento, capaz de soportar muchos dispositivos conectados y aplicaciones simultáneamente sin afectar a la calidad del servicio”, señalan desde TP-Link España.

El poder del dato: decisiones inteligentes

Detrás de cada reserva, cada consumo y cada interacción en un establecimiento hay un volumen de información que, bien interpretado, puede marcar la diferencia entre reaccionar o anticiparse. Los sistemas de gestión actuales permiten precisamente eso: transformar datos dispersos en decisiones concretas capaces de ajustar precios, prever la demanda o detectar nuevas oportunidades de negocio.

En este nuevo escenario, la intuición deja paso a la estrategia basada en datos. Sin embargo, hay un requisito imprescindible para que esta evolución funcione: la conexión total entre sistemas. Sin integración, el dato pierde valor; con ella, se convierte en una herramienta de gestión en tiempo real.



En este contexto, se está consolidando lo que muchos ya denominan la “cultura del dato”, un cambio que nació en grandes grupos y que hoy se extiende también a los establecimientos independientes. “Mientras que la restauración organizada ya cuenta con directores de operaciones y chefs ejecutivos que trabajan bajo objetivos y procesos rigurosos, los locales más pequeños están empezando a descubrir las ventajas de tener visibilidad en tiempo real. Ahora, un restaurador independiente puede saber con precisión qué platos son los más rentables o cómo evoluciona su gasto frente al presupuesto, transformando su gestión en una estrategia profesional”, explica Jordi Ferrer.

Esta evolución se apoya en el uso creciente de la analítica aplicada a la operativa diaria. “Los negocios hosteleros utilizan cada vez más los datos para optimizar precios, prever la demanda y ajustar la disponibilidad en tiempo real. La analítica permite tomar decisiones más precisas y anticiparse a los picos de actividad para mejorar tanto la rentabilidad como la experiencia del cliente”, señala Iñigo Azcona, subrayando además la importancia de contar con una infraestructura tecnológica sólida que garantice la continuidad del flujo de datos entre sistemas.

▼ Foto: Freepik



Ofi

HO

ofiHotelcloud

Software Cloud para Hoteles - PMS

Solución para tu Hotel 360°

Ofi SC

ofiScan

Ofi RE

ofiReservas

Ofi CH

ofiChannel

Ofi KI

ofiKiosko

Ofi IN

ofiCheckin

Ofi HQ

ofiHQ

DESDE 1981

verifactu

Software adaptado

+1.100

Hoteles mecanizados en España y Latinoamérica

Adaptado a SES.Hospedajes

JAÉN - MADRID - BARCELONA - MÁLAGA - A CORUÑA - ALICANTE - ASTURIAS - CHILE - MÉXICO - PERÚ - GUATEMALA - DOMINICANA - PANAMÁ

ofi.es

marketing@ofi.es

f

X

Y

in

p

o

g

La utilidad del dato, sin embargo, no reside en su volumen, sino en su capacidad de respuesta. En este sentido, se vuelve clave responder a preguntas muy concretas del negocio: qué productos generan margen real, qué franjas horarias requieren más personal, cómo influye cada canal de venta en la rentabilidad o qué impacto tienen las devoluciones y descuentos en la cuenta de resultados. Cuando esta información está bien estructurada, permite optimizar precios, carta, turnos o compras con mayor seguridad y sin depender de interpretaciones aisladas, tal y como apunta Jorge Juárez Ayuso.

En el día a día del establecimiento, esta analítica se traduce en una visión mucho más precisa del negocio: cuándo se llena



el hotel o restaurante, desde qué canales llegan los clientes, qué perfiles repiten o en qué momentos se pierde capacidad de venta. “Con esa información encima de la mesa, ajustar precios, anticipar temporadas o gestionar bien el inventario deja de ser una intuición para convertirse en algo concreto. No se trata de sustituir la experiencia del gestor, sino de darle una base más sólida sobre la que apoyarse”, explica Miguel Á. Reboreda.

Desde una perspectiva más estructural, los sistemas de gestión hotelera permiten profundizar aún más en esta lógica analítica. “Los establecimientos utilizan la analítica del PMS para analizar el ritmo de reservas, la ocupación prevista por fechas, la antelación media de reserva, la rentabilidad por canal y el comportamiento de cancelaciones”, detalla Mariola Molina Lloret. A partir de estos datos, es posible tomar decisiones estratégicas en tres grandes áreas: la optimización dinámica de precios según la demanda real, la previsión de ocupación para planificar recursos y campañas, y la gestión inteligente de la disponibilidad por canal para maximizar la rentabilidad y evitar sobreventas.

Quando toda esta información se centraliza, el dato deja de ser un informe estático para convertirse en una herramienta viva de gestión. “Ya no se fijan precios por intuición. Utilizamos el Business Intelligence para convertir los datos en decisiones estratégicas. El sistema nos ayuda a prever la demanda y optimizar la disponibilidad, permitiendo que el hotelero ajuste sus tarifas de forma dinámica para maximizar los ingresos en cada canal de venta”, señala Marta Sàbat.

Innovación tecnológica

Quando los datos se combinan con tecnología avanzada, la hostelería entra en un escenario completamente nuevo, lleno de posibilidades que hace apenas unos años parecían futuristas. Inteligencia artificial, automatización avanzada o chatbots ya no son conceptos aspiracionales, sino herramientas reales que están transformando la gestión diaria, desde la predicción de comportamientos hasta la atención al cliente en tiempo real.

Este salto tecnológico no solo optimiza procesos: abre la puerta a modelos de negocio más eficientes, conectados

La nube permite gestionar de forma remota todos los sistemas del establecimiento.

y diferenciales. Aunque, como ocurre en toda transformación profunda, su adopción no está exenta de matices ni de complejidad.

En este sentido, las plataformas de gestión están incorporando progresivamente tecnologías diseñadas para mejorar tanto la operativa como la relación con el cliente. “La IA y la analítica avanzada permiten analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones de demanda, comportamiento de reservas o preferencias del huésped. Esto ayuda a optimizar precios, prever ocupación y tomar decisiones más informadas”, explican desde Gruphotel.

A esta capa analítica se suma la automatización de procesos, que está redefiniendo tareas cotidianas del sector. “El envío automático de confirmaciones, recordatorios de estancia o encuestas de satisfacción simplifica el día a día y permite mantener una relación más fluida con el cliente antes, durante y después de su estancia”, apuntan.

Otro de los elementos que gana protagonismo son los chatbots y asistentes virtuales, capaces de responder consultas frecuentes o gestionar solicitudes básicas de forma inmediata, mejorando la capacidad de respuesta del establecimiento y liberando carga operativa en los equipos.





GreenSoftware

PMS para la **gestión integral** de hoteles, residencias de estudiantes y colegios mayores

Nos gusta escuchar a los clientes para adaptar nuestro software a sus necesidades

¿Por qué elegir GreenSoftware?

Ofrecemos soluciones **potentes, intuitivas, flexibles, interconectadas y adaptadas** a cada tipo de alojamiento



Nuestro mejor activo: un **equipo de soporte humano**, cercano y siempre listo para **ayudarte**

{ } Green Student {H} Green Hotel

Potencia el software, **optimiza** tu tiempo...
Complementa tu PMS con productos de nuestro **ecosistema**, integrados y diseñados para **facilitar** tu trabajo



GreenChannel



GreenBooking.Engine



GreenPreCheck-in



GreenScan



GreenSign



GreenWaiter



GreenHousekeeper



MyStudentLife

y **mucho** más...



EL VALOR REAL NO ESTÁ EN TENER TECNOLOGÍA, SINO EN QUE ESTA REDUZCA FRICCIONES.

La evolución tecnológica no se limita al front office o a la gestión comercial. “Las plataformas de gestión están incorporando tecnologías como inteligencia artificial, automatización y analítica en tiempo real para optimizar operaciones y mejorar la toma de decisiones”, señalan desde TP-Link España. En este contexto, incluso la analítica de vídeo aplicada a la seguridad comienza a aportar valor añadido, no solo en la protección del establecimiento, sino también en el análisis de flujos de personas, ocupación de espacios y optimización de recursos.

En conjunto, estas innovaciones permiten avanzar hacia una gestión más inteligente, basada en datos y orientada a la eficiencia. Sin embargo, como recuerdan desde el sector, el verdadero valor no reside en la tecnología en sí misma, sino en su aplicación práctica. “El valor real no está en ‘tener IA’, sino en que la tecnología quite fricción, reduzca errores y ayude a tomar decisiones sin convertir el día a día en un Excel infinito”, apuntan desde Loomis Pay.

Retos pendientes

La transformación digital en la hostelería avanza con rapidez, pero no lo hace sin fricciones. La inversión inicial, la resistencia al cambio y la falta de formación siguen siendo algunas de las principales barreras para muchos negocios. A ello se

suma un elemento cada vez más crítico: la seguridad y el cumplimiento normativo, especialmente en lo relativo a la protección de datos y a la gestión de pagos.

En este contexto, el reto no es únicamente tecnológico. Es, sobre todo, cultural. Y es ahí donde se marca la diferencia entre quienes incorporan herramientas digitales de forma superficial y quienes logran transformar realmente su modelo de gestión.

Uno de los primeros obstáculos suele encontrarse en el propio equipo. “Uno de los principales retos suele ser la adaptación al cambio y la formación del equipo. Implantar un nuevo sistema implica modificar hábitos de trabajo y asegurarse de que todo el personal conoce bien la herramienta para aprovechar realmente sus funcionalidades”, explican desde Gruphotel.

En la misma línea, desde el terreno operativo se subraya que los frenos más habituales están en la organización interna: “la resistencia al cambio interno, el coste percibido y la dificultad de migrar desde sistemas heredados”, enumeran desde Landín Informática. En este sentido, la formación se convierte en un factor decisivo, a menudo infravalorado. “El acompañamiento en la implantación y el soporte continuo son tan importantes como el propio producto. Una buena he-

rramienta mal implementada no genera resultados. La herramienta puede ser excelente y apropiada para el cliente, pero si el equipo no se implica, los resultados no llegan”, señalan.

Más allá de la formación, el desafío es profundamente estructural. “Digitalizar un negocio no es solo comprar un software; requiere que la gerencia entienda que la tecnología debe nutrirse de datos y que el equipo necesita una fase de formación y adaptación. Una vez superado ese periodo inicial de training e involucración del personal, los beneficios operativos son exponenciales”, apuntan desde tSpoonLab.

A estos factores se suman elementos como la inversión inicial o la complejidad de integración con sistemas ya existentes. Por ello, “la flexibilidad de las soluciones y su capacidad de conectarse con otras herramientas del ecosistema tecnológico se convierten en aspectos clave para su adopción real”, analizan desde Gruphotel.

Otro punto crítico que señala es la seguridad. “Especialmente cuando se gestionan pagos o información de clientes, trabajar con plataformas actualizadas y bien integradas ayuda a minimizar riesgos y a garantizar una gestión más eficiente y segura del establecimiento”.

Sin embargo, en muchos casos, la dificultad no es solo conceptual, sino también técnica. “La dificultad de integración entre sistemas o la dependencia de múltiples proveedores puede limitar la implantación. Además, sin una infraestructura tecnológica adecuada, el rendimiento de estos sistemas se ve afectado, reduciendo el retorno de la inversión y generando resistencia al cambio”, advierten desde TP-Link España.

AUTOMATIZAR TAREAS LIBERA AL EQUIPO PARA CENTRARSE EN EL SERVICIO

▼ Foto: Loomis Pay



soulsuite.

Todo tu hotel, en un solo sistema

Gestiona cada área de tu hotel desde una plataforma **integrada** e **intuitiva** diseñada para mejorar tu día a día.

PRODUCTO DE  GRUPHOTEL
SOLUCIONES INFORMÁTICAS


RECEPCIÓN & RACK
Control total de habitaciones, reservas y disponibilidad. en tiempo real


DISTRIBUCIÓN
Sincronización con los principales canales de venta


HUÉSPED
Check-in online, pagos, comunicación y experiencia personalizada


RESTAURACIÓN TPV, ORDER Y STOCK
Integrados. Control de ventas, costes y márgenes


HOUSEKEEPING & MANTENIMIENTO
Equipos conectados, incidencias bajo control


INFORMES & YIELD
Datos, análisis y previsión. Mejora de decisiones y mayor rentabilidad


AHORRA TIEMPO
Automatiza procesos y reduce tareas manuales


MEJORA LA EXPERIENCIA
Un servicio más ágil, personalizado y sin errores


AUMENTA LA RENTABILIDAD
Más control, menos fugas de ingresos


INTEGRACIONES
Conecta con los mejores partners y herramientas que ya utilizas


SOPORTE CERCANO
Un equipo especializado siempre a tu lado cuando lo necesitas