Nuevas tendencias en tecnología hotelera

El turismo ha sido uno de los sectores más castigados a raíz de la crisis provocada por la COVID-19. Las duras restricciones de movilidad y el distanciamiento social han dictado la lenta reactivación de una “nueva normalidad” en los hoteles de todo el mundo, donde la tecnología se ha convertido en aliada imprescindible. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), nos descubre los avances experimentados por esta industria en los últimos tiempos.

La pandemia, como en otros muchos ámbitos, ha actuado de aceleradora de tendencias tecnológicas en el sector hotelero. Sus diversas aplicaciones han ayudado a minimizar las interacciones con los clientes en un momento crítico en el que evitar el contacto entre personas se tornó imprescindible, permitiendo, además, la mejora del servicio. Durante el último año, la forma de hacer las cosas se ha visto influenciada en pro de la seguridad, y herramientas como el check-in online, los medios de pago sin contacto o los tokens han tenido un potente desarrollo.

La coyuntura creada por la situación sanitaria y la existencia de determinadas tecnologías capaces de propiciar soluciones a las nuevas necesidades han incitado numerosos cambios en los hábitos de las personas. “Las circunstancias acontecidas han provocado la digitalización de los turistas en meses. Lo que normalmente hubiera llevado mucho más tiempo”, comparte Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, quién a modo de ejemplo menciona la estandarización del uso de los códigos QR en las cartas gastronómicas, un recurso que llevaba años intentando expandirse.

Muchas de estas nuevas costumbres permanecerán en el tiempo, aunque todavía es pronto para determinar cuáles serán. Es el caso de la generalización del uso de la tarjeta de crédito y otros pagos digitales. Álvaro Carrillo de Albornoz alude a cómo, “aunque sanitariamente el uso del efectivo ya no es tan controvertido, nos hemos acostumbrado a la comodidad del pago con tarjeta o teléfono móvil”. Pero para llegar a este punto se ha precisado “de mucha tecnología de backoffice que permita que los establecimientos, los hoteles y los restaurantes, hagan cobros a través de tarjetas de crédito y, sobre todo, del teléfono móvil”, añade.

Gran potencial

La digitalización y aplicación de nuevas tecnologías es un proceso continuo al que todavía le queda un largo camino por recorrer. El director general del ITH pone el foco en la automatización de procesos con el fin de eliminar las tareas más tediosas y que el personal pueda volcarse en la atención al cliente que es lo que realmente aporta valor.

Otra gran ventaja de la tecnología aplicada en el sector hotelero es el rastro digital. Carrillo de Albornoz nos explica cómo antes eran los buenos botones o recepcionistas quienes tenían que recordar o anotar los gustos o preferencias de determinado cliente. Pero si todo esto se hace a través del mundo digital, queda registrado. “Gracias a la digitalización de muchos procesos que tienen que ver con el cliente, tenemos la capacidad de conocerle muchísimo mejor, porque, aparte de generar datos —que es lo primero—, estos pueden ser gestionados con algoritmos e inteligencia artificial”, recalca.

Toda esta información permitirá a los establecimientos hoteleros ser más competitivos, mejorando la experiencia de cliente mediante propuestas de valor añadido y evitando los intrusismos. Como detalla el experto en tecnología e innovación, “vamos a conocer mucho mejor al cliente y nos vamos a poder anticipar a lo que está pensando que le gustaría hacer. Además, potencia las capacidades para aumentar la línea de ingresos por la vía del outselling y el cross-selling”.

Principales retos

Otro factor de notable relevancia en la aplicación de nuevas tecnologías es la conservación del medio ambiente. Álvaro Carrillo de Albornoz precisa que “hay muchísima energía que reducir”. De media, en los estudios realizados por ITH, “se puede estimar un ahorro potencial de entre el 15 y el 20 % (en hoteles donde la última gran remuneración se hizo hace más de diez años)”.

Las tecnologías que repercuten en la sostenibilidad, al igual que aquellas que impulsan la experiencia de cliente, no están exentas de retos. Para Carrillo de Albornoz el primero de ellos sería determinar el punto en el que se encuentra el establecimiento, “resulta crucial asesorarse y dejarse guiar para conocer dónde se es más eficiente”. Pero no es el único, porque de nada sirve instalar las tecnologías más punteras si no se saben manejar. El experto advierte que no se puede dejar atrás al cliente interno, a aquellos profesionales que tendrán que hacer uso de esa tecnología. “Acuérdate de dar formación o de captar los perfiles necesarios para sacar el mayor partido a las herramientas. Cuando hablamos de transformación digital o de transformación sostenible, lo más complicado, precisamente, es la palabra que comparten: transformación. Que las personas que están en el hotel hoy entiendan muy bien qué es lo que se está implantando, para qué lo tienen que utilizar y cómo deben hacerlo”.

Inexcusablemente, la formación será también un factor esencial para la gestión y reducción de los posibles riesgos derivados del desarrollo tecnológico. “Cada vez que implementamos algo nuevo, algo distinto, estamos abriendo nuevas puertas en el mundo online. Debemos tener muchísimo cuidado con lo que hacemos, con cómo nos protegemos y cómo formamos”, recalca el responsable del ITH. Porque en la mayoría de los casos de ciberataques el eslabón débil de la cadena es el empleado o la persona que está utilizando esa herramienta o tecnología.

Pisando fuerte

Las tecnologías tienden a la sutilidad en su uso y llegará un momento en el que incluso no sepamos diferenciar si un servicio determinado conlleva o no tecnología. ¿Imaginas hablar con la habitación en la que estás hospedado? Carrillo de Albornoz vaticina que dichas paredes serán capaces de entendernos y respondernos a través de un banco automatizado de réplicas. “La

tecnología va a ser lo suficientemente etérea e inteligente como para que nosotros recibamos el servicio y no nos tengamos que preguntar si detrás hay una mente humana o no”, reflexiona.

Repasamos de la mano de Álvaro Carrillo de Albornoz las principales tecnologías en ciernes, aquellas más aventajadas a las que no deberíamos perder de vista:

Check-in online. Aunque todavía hay algunos pasos del proceso que, por temas legales, deben ser comprobados por el hotelero en el establecimiento, esta tecnología ya está en uso. Permite al huésped agilizar el a veces tedioso momento del registro. Asimismo, el personal de recepción quedará liberado de estas tareas administrativas para otorgar una mejor atención al cliente.

Llaves digitales. Se trata de una herramienta directamente asociada al uso que hacemos de la tecnología. Todos acostumbramos a llevar un teléfono encima y, de igual manera que podemos guardar la tarjeta de embarque del avión en él, podremos disponer de la llave de nuestro alojamiento en el propio dispositivo.

Habitaciones inteligentes con domótica. Puede ayudar a hacer la estancia de los clientes más agradable, pero esta ha de ser sutil. Sobrepasar la sofisticación provocará que el cliente no sepa utilizarlo y en lugar de ser percibido como un valor añadido se convierta en una experiencia negativa.

Activación por voz. Siempre y cuando se adapte a la demanda de los clientes, puede ser otra tecnología que facilite la estancia de los clientes. Aunque ya sea una herramienta muy empleada en los hogares, su acogida puede variar cuando hablamos de la habitación de un hotel. Dependerá mucho del tipo del cliente y del uso que se quiera dar a la habitación.

Uso de robots. Si bien la aplicación de robots humanoides quedará especialmente reducido a hoteles temáticos, la robotización y automatización de procesos estará cada vez más presente. Podemos apreciarlo en el uso de tótems, muy habituales para la facturación en los aeropuertos o los pedidos de comida en restaurantes de comida rápida, por ejemplo. En la recepción de un hotel podrían encargarse de escanear el DNI y recoger los datos de la tarjeta de crédito para que el personal pueda dedicar más tiempo a asesorar al cliente.

Control de energía. Los hoteles necesitan contar con sistemas de control, monitorización y gestión de los parámetros de las diferentes salas del edificio, entre las que se encuentran las habitaciones. Con una correcta implantación se podrán evitar malos usos de energía como la extendida inercia de dejar metida una tarjeta de visita en el sensor de la habitación para que permanezca a una determinada temperatura. Será mucho más eficaz poder programar el aire acondicionado o la calefacción media hora antes de la hora de regreso prevista.

Análítica predictiva. La digitalización de procesos y la generación de datos, unidos a la inteligencia artificial va a permitir la realización de predicciones —cómo van a funcionar los distintos mercados, los distintos canales o incluso cómo se va a comportar un determinado cliente en una situación concreta—. Aquí se esconde un gran potencial de desarrollo que las grandes cadenas y empresas tecnológicas ya están trabajando mucho, y será extensible pronto incluso a los hoteles independientes.

Ha colaborado en este artículo...

Álvaro Carrillo de Albornoz es Ingeniero Aeronáutico de formación y Executive MBA por el Instituto de Empresa. Su carrera profesional siempre ha estado ligada a la innovación y la tecnología. Desde 2008 dirige el ITH como referente de la mejora de la competitividad del sector Hotelero. Compagina esta labor con la de director de la Plataforma Tecnológica del Turismo, ThinkTur; presidente de la asociación eAPyme y profesor asociado al área de estrategia del Instituto de Empresa.

Asimismo, colabora como experto con la Comisión Europea en la definición de un estándar europeo de gestión de I+D+i en el CEN / TC 389. Es vocal del Consejo de Turismo, de la Comisión de Sostenibilidad, de Agenda Digital y de I+D+i de CEOE y de los grupos de trabajo de AENOR / UNE CTN 166. (Gestión de la innovación), CTN 178 (Ciudades Inteligentes) y CTN 182 (Hoteles y apartamentos turísticos).