



## LIBRO BLANCO

# Tecnología, cultura y la nueva experiencia del huésped en los hoteles

## Hostelería

La tecnología cambia constantemente para adaptarse a las nuevas expectativas y valores de los consumidores. Esos valores también están moldeados por la tecnología, con lo cual se crea el impulso cíclico que hace avanzar las industrias. Los negocios de hostelería tienen el reto de seguir el ritmo de la innovación para no quedarse atrás con respecto a la competencia. Conocer la relación entre la tecnología, la cultura y las expectativas de los huéspedes que definen la estancia en un hotel moderno es el mejor punto de partida para invertir en la tecnología adecuada que garantice el crecimiento futuro.

¿En qué modo influyen las soluciones tecnológicas en las perspectivas y las prácticas habituales que conforman la experiencia de los huéspedes? ¿Cómo reflejan y apoyan las tecnologías modernas las expectativas culturales de las nuevas generaciones de huéspedes? ¿Y cómo influyen esas fuerzas culturales en la forma en que las organizaciones de hoteles, complejos turísticos y casinos interactúan con sus clientes? Este documento aborda estas y otras cuestiones.

## Seguir el cambio cultural

El desarrollo de una tecnología de la hostelería que supone un cambio radical refleja la evolución de la cultura del consumidor. La demanda de una tecnología más potente ha llevado a la sustitución de los procesos que implican limitaciones a los huéspedes. Se trata de una cuestión de quién tiene el control y quién debe tenerlo.

Este cambio de valores culturales en torno a la tecnología y los procesos es el principio clave que subyace en toda la tecnología móvil. Es la razón por la que el móvil ha seguido evolucionando más allá de ser una herramienta de comunicación. En la actualidad, los dispositivos inteligentes dan a los usuarios el control de todo tipo de transacciones, y las organizaciones simplemente proporcionan una plataforma estable y segura que se ampliará a medida que vayan surgiendo las tendencias.

Este cambio de poder ha contribuido a configurar la forma de hacer negocios y a que la propia tecnología siga evolucionando como respuesta.

Como todas las tendencias tecnológicas que afectan al sector de la hostelería, los movimientos hacia los dispositivos móviles no tienen que ver principalmente con la tecnología. Más bien se trata de lo que la tecnología permite hacer a los huéspedes con un mayor nivel de confort y comodidad y sin la necesaria intervención del personal del hotel. Para el huésped, esto implica libertad de movimiento y libertad para seguir su propio horario durante la estancia en el hotel, a veces incluso antes de que esta comience. El éxito escalable de las organizaciones de hostelería se logra mejor cuando estas se alinean con esas ideas de libertad, flexibilidad y fluidez en mente.

### Tecnología móvil: parte del trasfondo cultural

Los líderes de la industria de la hostelería empezaron a responder al impacto de los dispositivos móviles hace años. A día de hoy, impulsados por las nuevas expectativas de los consumidores, los líderes del sector han secundado la idea de que los huéspedes deben poder gestionar el proceso de registro y salida del hotel, además de los extras, las reservas y demás, utilizando sus propios dispositivos personales. La funcionalidad móvil es hoy una norma cultural, integrada en las soluciones de gestión de propiedades hoteleras que permiten a los viajeros gestionar los procesos de la misma manera que piden comida para llevar, descargan música y libros y realizan sus operaciones bancarias. Con las disrupciones causadas por la pandemia que obligan a consumidores y personal a minimizar el contacto, este conjunto de valores en torno a la autonomía basada en el móvil sobre la experiencia del huésped no ha hecho más que intensificarse.<sup>1</sup>

Las plataformas móviles permiten a los clientes saltarse por completo las tradicionales colas para el registro en el hotel, a menudo mediante una aplicación descargable. Y cuando llega el momento de la salida, ese proceso puede gestionarse a través de un dispositivo móvil de forma similar. Los huéspedes de hoy no tienen que esperar.

**El huésped moderno quiere que se reconozca su individualidad, con servicios personalizados. Al igual que en todos los aspectos de la vida de los millennials y la generación Z, incluso sus patrones de consumo se perciben como un reflejo de uno mismo.**

### Elementos esenciales para atender al huésped moderno

¿Qué quiere realmente el huésped moderno? A continuación le presentamos una lista de elementos esenciales:

- Entornos móviles que proporcionan a los huéspedes visibilidad y control sobre sus experiencias
- Información actualizada en tiempo real o casi real, a menudo mucho antes del comienzo de la estancia y en cualquier momento hasta la llegada
- Apoyo a los medios de pago preferidos por el cliente, incluidas las opciones de pago por móvil
- Procesos autodirigidos y sin contacto: por ejemplo, aplicaciones, interfaz de usuario basada en web, kioscos, etc.
- Recibos sin papel y otras alternativas digitales por razones de comodidad y sostenibilidad
- Libertad de movimiento en todo momento, con todos los procesos transaccionales sin problemas de movilidad dentro de un espacio físico: por ejemplo, la forma de pagar su estancia debería ser también la forma de pagar una comida en el restaurante del hotel, o la reserva que hagan en el spa o el campo de golf
- Viajes “bleisure” que combinan los negocios con el ocio teniendo en cuenta tanto el trabajo como el bienestar. Una encuesta reciente de Hilton revela que el 61-63 % realiza actividades de ocio cuando está en viajes de negocios<sup>5</sup>

Ni siquiera es necesario que estén en el vestíbulo. Tienen el control estén donde estén. Esto refleja tanto los valores como la tecnología emergente. Las principales cadenas hoteleras están respondiendo a la omnipresencia de la tecnología móvil ofreciendo experiencias que reflejan la flexibilidad y el control de las interacciones móviles. Esto incluye las reservas por móvil y la planificación de las vacaciones.<sup>2</sup>

## Entender al huésped moderno

La relación entre el consumidor actual y el desarrollo de la tecnología ha funcionado normalmente como una vía de doble sentido. Con los nativos digitales emergentes de la Generación Z, estas poderosas legiones de consumidores dan más importancia a las experiencias que a los bienes materiales.<sup>3</sup> Son candidatos ideales para ser el foco principal de la industria de la hostelería en la década actual. Los nativos digitales quieren ser recibidos de manera personal y tener experiencias memorables y gratificantes mientras están en una propiedad. Una tecnología elegante y moderna puede garantizar que la experiencia de los huéspedes sea excepcional. Dado que las generaciones nativas digitales, como los millennials y la generación Z, están acostumbrados a experiencias personalizadas y sin fricciones, esperan esas características de la tecnología hotelera. Esto, a su vez, ha enriquecido el software de hostelería, que ha evolucionado para ofrecer experiencias personalizadas y sin fricciones que benefician a los huéspedes de todos los grupos de edad. Es fundamental comprender esta relación mutuamente beneficiosa entre la cultura impulsada por la tecnología y el desarrollo tecnológico impulsado por la cultura.

En este entorno, los huéspedes modernos quieren que se reconozca su individualidad, con servicios personalizados. Al igual que en todos los aspectos de la vida de los millennials y la generación Z, incluso sus patrones de consumo se perciben como un reflejo de uno mismo.<sup>4</sup> Adoptar y elaborar estrategias en torno a las tecnologías que permiten libertad de movimiento, más control y personalización es la clave para comunicarse eficazmente con las generaciones actuales y emergentes.

## Creación de una plataforma tecnológica exitosa y escalable

Hay algunas tecnologías que son necesarias para apoyar una experiencia moderna de los huéspedes en los hoteles:

- **Entornos en la nube y SaaS.** La inversión en entornos de informática en la nube y modelos de suscripción “como servicio” aumentaron en las prioridades presupuestarias el pasado año, y el 66 % de los hoteles dicen que están considerando modelos SaaS que escalan a medida que se introduce nueva tecnología y que las expectativas de los huéspedes evolucionan, especialmente a la luz de la disrupción causada por la pandemia.<sup>6</sup>
- **Integración con el móvil.** Las experiencias móviles de los huéspedes permiten nuevas formas de relacionarse con ellos dondequiera que estén,<sup>7</sup> soluciones cómodas para gestionar las comunicaciones a través de SMS, e incluso para abrir las puertas con llaves basadas en el móvil.
- **Ampliación de los procesos móviles y del soporte de pago.** Con el aumento de la importancia de los pagos sin contacto como distanciamiento social para minimizar el riesgo de una propagación viral, la popularidad y la demanda de opciones basadas en el móvil que incluyen Google Pay™, Apple Pay® y otras a escala internacional se han acelerado considerablemente.<sup>8</sup> Esto también incluye el registro y la salida del hotel sin contacto. Los procesos de pago basados en el móvil seguirán definiendo una nueva normalidad relacionada con la experiencia y las expectativas de los huéspedes, incluso más allá de nuestro paradigma actual. La creación de una plataforma tecnológica que apoye las transacciones basadas en el móvil es un factor clave para el éxito a medida que el sector entra en una nueva era en la década de 2020.

## La comunicación y el diálogo que permite la tecnología hotelera

Existen algunos canales selectos para conectar con los clientes de los hoteles modernos:

- **SMS.** Refuerzan la experiencia de los huéspedes dándoles la bienvenida por su nombre, enviándoles mensajes para preguntarles si están disfrutando de su estancia hasta el momento y ofreciéndoles recomendaciones de restaurantes y otros sitios de interés local.
- **Chatbots.** Añaden un nivel de personalización basado en la información sobre un huésped de visitas anteriores.
- **Notificaciones de inserción.** Permiten a los huéspedes saber cuándo están listas sus habitaciones, o proporcionan recordatorios de las horas de reserva.

Este tipo de comunicaciones ofrecen una experiencia más personalizada, transformando la recepción y conserjería tradicionales en activos virtuales para las organizaciones hoteleras en lugar de limitarlas a ubicaciones fijas. A su vez, los huéspedes tienen la posibilidad de utilizar sus propios dispositivos para interactuar con los servicios del hotel a través de mensajes de texto o de una aplicación, tanto si están en las instalaciones como si están fuera. La tecnología mantiene a los huéspedes conectados, informados y en control.

Este amplio espectro de comunicación también significa que si hay un problema o una cuestión que afecte a la calidad de la estancia del huésped, las organizaciones pueden ser conscientes de ellos de inmediato en lugar de leer sobre ellos en una mala crítica después del suceso, cuando el problema ya no se puede resolver. El uso de la tecnología para comunicarse con los clientes permite a los establecimientos ser más proactivos que en el pasado. El personal puede trabajar con los huéspedes para resolver problemas grandes y pequeños, o para señalar rápidamente los factores menores pero importantes que hacen que la estancia en el hotel sea especial.

Una buena comunicación a lo largo de la estancia aumenta la calidad y permite contar una buena historia tanto para la marca como para el huésped. Una mejor comunicación a través de la tecnología ayuda a generar una sensación de confianza, que es la base de cualquier esfuerzo sostenible para construir una marca y retener la lealtad de los huéspedes.

## Preservar la empatía en una era impulsada por la tecnología

Con la automatización, la IA y los procesos autodirigidos que están dando forma a la industria de la hostelería, es importante tener en cuenta la importancia de la atención humana en el centro del sector, que sigue desempeñando un papel importante en la experiencia del huésped moderno.

La infraestructura y las soluciones tecnológicas están ayudando a las organizaciones a conocer mejor a sus huéspedes, propiciando que estén conectados con sus necesidades. Aun así, es importante equilibrar el uso de la tecnología con la empatía. Los huéspedes quieren sentirse acogidos como personas, y no ser reducidos a un conjunto de factores en una ecuación algorítmica. En esta época, el contacto personal ha adquirido una nueva definición cuando se trata de un gran servicio. Aunque los clientes quieren evitar las colas y las interacciones impersonales que suelen acompañar a los registros presenciales en el hotel, siguen necesitando que el personal sea amable y esté disponible cuando necesitan ayuda.

En cuanto a la inversión en tecnologías que ayuden a mantener esa sensación de disponibilidad, es importante aprovechar las soluciones de hostelería que facilitan el trabajo del personal, lo hacen menos estresante y apoyan su capacidad para atender a los huéspedes. De este modo, pueden seguir haciendo lo que todas las organizaciones de la industria tienen como misión principal: ser hospitalarias.

## La tecnología y la cultura cambiarán, pero la misión persiste

El cambio hacia un control más personalizado y móvil de los servicios para los huéspedes no es solo una tendencia tecnológica. Es un reflejo de cómo la tecnología transforma la cultura y viceversa.

Aunque la naturaleza de la estancia en un hotel moderno cambie a lo largo de la década de 2020 y más allá, algunas cuestiones básicas seguirán vigentes. ¿Qué quieren los clientes? ¿Qué procesos tendrán más sentido para ellos en una variedad de contextos culturales? ¿Qué es lo que define la comodidad cuando se trata de un proceso habilitado por soluciones tecnológicas? ¿Cómo pueden las soluciones tecnológicas ayudar al personal a ser mejor en su trabajo y a disfrutar más de él?

Las herramientas y las plataformas pueden cambiar, pero la misión principal de la hostelería no lo hará. Las organizaciones hoteleras que sigan abordando estas cuestiones esenciales marcarán una diferencia positiva y duradera ahora y en épocas futuras.

**El uso de la tecnología para comunicarse con los clientes permite a los establecimientos ser más proactivos que en el pasado. El personal puede trabajar con los huéspedes para resolver problemas grandes y pequeños, o para señalar rápidamente los factores menores pero importantes que hacen que la estancia en el hotel sea especial.**

<sup>1</sup> Seema Mody, "What to expect the next time you check in to a hotel", CNBC, 7 de mayo de 2020.

<sup>2</sup> Brodd, Pernilla, "Why the Mobile Guest Journey is the Way Forward in the "New Normal"", HospitalityNet, 12 de agosto de 2021

<sup>3</sup> Corris Little, "How Hoteliers Can win with Gen Z, Millennials", Hotel Business, 26 de febrero de 2020.

<sup>4</sup> Padfield, Eliot, "How the Hotel Industry Can Connect with Gen Z in the New Normal", Forbes Magazine, 10 de agosto de 2021.

<sup>5</sup> Escobar, Michal Christine, "Hilton Survey Finds Business Professionals are Keen to Travel", Hospitality Technology, 30 de septiembre de 2021

<sup>6</sup> Jonathan Greig, "66% of hotels and hospitality enterprises considering SaaS models in COVID-19 response", TechRepublic, 12 de agosto de 2020.

<sup>7</sup> Varsha Kumari, "How Mobile Technology is Changing the Hospitality Industry", Qyutech, 7 de junio de 2020.

<sup>8</sup> Infor, "Contactless Technology, Hospitality Services, and the Cloud", Hospitality Net, 14 de julio de 2020.

MÁS INFORMACIÓN 

Síguenos:    



Infor es un líder mundial en software empresarial en la nube especializado por industria. Más de 65.000 organizaciones en más de 175 países confían en los 17.000 empleados de Infor para ayudar a alcanzar los objetivos de su negocio. Visite [www.infor.com](http://www.infor.com).