

TECHYHOTEL PROJECT

Estudio de investigación sobre el grado de Implantación de Nuevas Tecnologías en el sector hotelero español

Informe Ejecutivo octubre 2018

Patrocinado por:

ALTRAN



IBM

B Sabadell

uponor

[Índice]

>	Introducción	[2]
>	Metodología	[3]
>	1 Soluciones tecnológicas	[4]
>	2 Estrategia del mercado y negocio	[9]
>	3 Procesos	[15]
>	4 Organización y personas	[17]
>	5 Infraestructuras, integración y análisis	[18]
>	6 Productos y servicios	[19]
>	7 Relación con el cliente	[20]

INFORME EJECUTIVO:

<<GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS/EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL>>

Introducción

Este trabajo tiene como misión, conocer el actual nivel de equipamiento tecnológico y nuevas tecnologías en el sector hotelero español. Para ello, ITH ha diseñado un cuestionario de 39 preguntas. OPTA consultores ha sido la empresa seleccionada para realizar la encuesta y la explotación de los datos. El presente documento es el reflejo del análisis realizado a modo de resumen.

Objetivos del estudio

Objetivo general:

Conocer el grado de implantación de equipamiento tecnológico/nuevas tecnologías en el sector hotelero español

Objetivos específicos:

- Definir tanto el actual equipamiento tecnológico del sector como sus carencias, necesidades y nivel de inversión
- Identificar el uso y conocimiento de tecnologías que permitan recoger y analizar información de los clientes
- Indagar sobre el nivel de formación de los empleados en competencias digitales y nivel de inversión en formación continua digital
- Conocer la infraestructura tecnológica del sector hotelero español así como su capacidad para la transformación digital
- Analizar el uso de servicios digitales del sector hotelero para la obtención de ingresos y nuevos clientes, así como para la comunicación bidireccional de los mismos

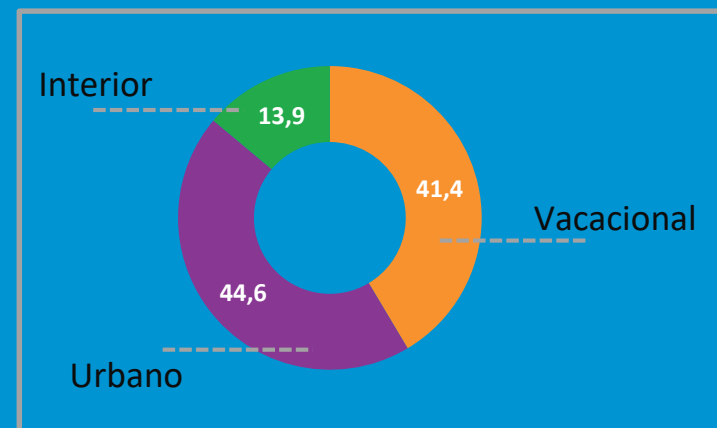
Metodología

Realización de un cuestionario de 39 preguntas agrupadas en las siguientes siete áreas:

- Soluciones y equipamiento tecnológico
- Estrategia de mercado y negocio
- Procesos
- Organización y personas
- Infraestructuras, integración y análisis
- Productos y servicios
- Relación con el cliente

Recogida de información mediante método CATI, con la obtención de hasta 272 cuestionarios en el bloque largo y 124 en los bloques más cortos, que en el supuesto probabilístico de aleatoriedad, para el bloque largo supone un error del 6,05%, a un nivel de confianza del 95% (siendo $p=q=0.5$). Para los bloques cortos (124 casos) supone un error del 8,9% a un nivel de confianza del 95% (siendo $p=q=0.5$).

La composición definitiva de la muestra por tipología de hotel es la siguiente



1. Soluciones tecnológicas - Datos destacados del capítulo (I)

Percepción generalizada de tener un alto grado de implementación tecnológica...



El **72,6%** de los hoteles percibe que sus niveles de implementación son altos/muy altos

...sin embargo, esta percepción no concuerda con la realidad



Un **35,7%** de los hoteles tiene niveles altos/muy altos de implementación tecnológica*

Soluciones tecnológicas:

La más implementada —————> **92,8%** CRS (*Motor de reservas*)

La que menos se conoce —————> **28,3%** Sistemas de microlocalización

La que se considera menos necesaria —————> **67,4%** Robótica

*Niveles de implementación tecnológica: Muy Bajo (Menos de 5 soluciones)/ Bajo (de 6 a 10 soluciones)/ Medio (de 11 a 15 soluciones)/ Alto (de 16 a 20 soluciones)/ Muy Alto (Más de 21 soluciones)

1. Soluciones tecnológicas - Datos destacados del capítulo (II)

En cuanto a la inversión en tecnología...



Un **73,5%**



piensa invertir entre 5.000€ y 25.000€ en tecnología



No influyen las variables de clasificación en el nivel de inversión

Destacan los niveles de inversión prevista en los hoteles que tienen un alto nivel de implementación tecnológica*



El **42,8%** sitúa su media de inversión en tecnología entre los 50.000€ y los 100.000€

* Hoteles que han implementado en su establecimiento entre 16 y 20 soluciones tecnológicas

Grado de implementación y percepción de implementación de las soluciones tecnológicas

- El **35,7%** de los hoteles encuestados tiene un **grado de implementación** tecnológico **alto o muy alto** -es decir, poseen más de 16 soluciones tecnológicas instaladas-. Sin embargo, la **percepción** mayoritaria de los hoteles encuestados -un **72,6%**- es que su nivel de implementación tecnológica es **alto o muy alto**.

<i>Grado de implementación</i>	
Muy alto	7,3%
Alto	28,5%
Medio	35,0%
Bajo	17,1%
Muy bajo	12,2%

<i>Percepción del grado de implementación</i>	
Muy alto	11,3%
Alto	61,3%
Medio	13,7%
Bajo	9,7%
Muy bajo	4,0%

- En los hoteles con un **alto o muy alto grado de implementación** tecnológica, su percepción coincide con la realidad, ya que consideran tener un alto **grado de implantación** de tecnología. Así, el 80% de los hoteles que tienen implantadas entre 16 y 20 soluciones tecnológicas -nivel alto- consideran que su grado de implementación es también alto.
- En caso contrario, el 66,6% de los hoteles que tienen implementadas entre 6 y 10 soluciones tecnológicas -**nivel bajo**- considera tener un **nivel tecnológico** alto o muy alto. Esta tendencia de percibir niveles de tecnologización más altos que los reales, se da también en el caso de los hoteles con **niveles medios de implementación** -entre 11 y 15 soluciones tecnológicas- cuya percepción mayoritaria (79%) es que sus **niveles tecnológicos** son altos o muy altos.



Soluciones tecnológicas más implementadas y deseadas, y menos necesitadas y conocidas



- Las soluciones tecnológicas **más implementadas** en los hoteles encuestados, independientemente de la categoría y el segmento del hotel, son: 92,8% **CRS** (*Motor de reservas*) y 82,6% **CMS** (*Channel Manager*).
- **Blockchain** -para la fidelización, fraude, distribución etc- es la solución tecnológica que **más se quiere implementar** (22,5%) entre los hoteles analizados, exceptuando los hoteles de menos de 4 estrellas, cuya solución más deseada es el **control domótico de iluminación/climatización...** (25%)
- Por otro lado, y de manera transversal a todos los hoteles, las soluciones tecnológicas **que menos consideran que necesitan** son: la **Robótica** (67,4%) , y la **Realidad virtual y aumentada** (61,6%)
- Por último, las soluciones tecnológicas que **menos se conocen** entre los hoteles encuestados son: los **sistemas de microlocalización** (28,3%), la **climatización invisible** (26,8%) y la **gestión del confort** (*confort adaptativo*) (23,2%)

Inversión media en tecnología y equipamiento tecnológico

- Independientemente de la categoría y tipología de hotel, la **inversión media** en equipamiento y tecnología se sitúa mayoritariamente (73,5%) en el **intervalo económico más bajo** –de entre 5.000 y 25.000 €-. Los hoteles **urbanos** y de **menos de 4 estrellas** se posicionan aún más en dicho intervalo, con un 85% de los casos y un 84,2% respectivamente.
- En cuanto a la relación del **nivel de inversión medio** con el **nivel de implementación** tecnológica, se observa que el 75% de los hoteles con **niveles altos de implementación** tecnológica tiene pensado invertir en tecnología una media de entre **5.000 y 25.000 €**; intervalo en el que si sitúan también los hoteles con **niveles bajos de implementación**, siendo un 82,3% de dichos hoteles los que piensan invertir la misma cantidad.
- Solo destacan en inversión tecnológica los hoteles con un grado **muy alto de implementación**, en los que en el 42,8% de los casos, la media de inversión oscila entre los **50.000 y 100.000 €**.



Inversión media en tecnología según grado de equipamiento tecnológico

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Entre 5.000€ y 25.000€	100,0%	82,4%	66,7%	75,0%	42,9%
Entre 25.000€ y 50.000€	0,0%	5,9%	14,8%	20,0%	14,3%
Entre 50.000€ y 100.000€	0,0%	11,8%	3,7%	0,0%	42,9%
Más de 100.000	0,0%	0,0%	14,8%	5,0%	0,0%

2. Estrategia de mercado y negocio – Datos destacados del capítulo (I)

Percepción satisfactoria del grado del alineamiento de la estrategia de los hoteles con la digitalización de sector

 Un **75,4%**

considera que la estrategia de su establecimiento está bastante/muy alineada con la digitalización de sector

Destacan los hoteles con niveles bajos de implementación tecnológica, ya que tienden a percibirse en posiciones altas de alineamiento

Los hoteles urbanos y de más de 4 estrellas se sitúan en niveles más altos de alineamiento con la digitalización del sector

52% de los hoteles con **nivel bajo** de implementación considera que la estrategia de su establecimiento está **bastante/ muy alineada** con la digitalización del sector

80% De los hoteles **urbanos** se sitúan en niveles altos/muy altos de alineamiento
90,2% De los de **4 estrellas o más** se sitúan en niveles altos/muy altos de alineamiento

2. Estrategia de mercado y negocio – Datos destacados del capítulo (II)

En cuanto a la inversión en soluciones digitales...



Percepción generalizada de que los niveles de inversión actuales son altos/muy altos, y que dichos niveles, a cinco años vista serán más bajos



El **64%** de los hoteles considera tener niveles altos/muy altos de inversión en soluciones digitales



El **54%** estima que en cinco años sus niveles de inversión serán altos/muy altos

Y, según las variables de clasificación...

Consideran que **umentarán** sus niveles altos/muy altos de inversión a cinco años vista...

Los Hoteles vacacionales (un 12,9% más)

Consideran que **disminuirán** sus niveles altos/muy altos de inversión a cinco años vista...

Los Hoteles urbanos (un 5,9% menos)

Los de menos de 4 estrellas (un 6,8% menos)

2. Estrategia de mercado y negocio – Datos destacados del capítulo (III)

Respecto a la inversión relacionada con la experiencia del cliente durante su estancia...

El **56,4%**

considera que su nivel de inversión en equipamiento tecnológico relacionado con la experiencia del cliente durante su estancia será **alto/muy alto**



Destacan los hoteles de más de 4 estrellas, que un 72,5% se sitúa en niveles altos/muy altos de inversión

Por último, en relación a la externalización de los servicios de infraestructura...

Un **51,6%**

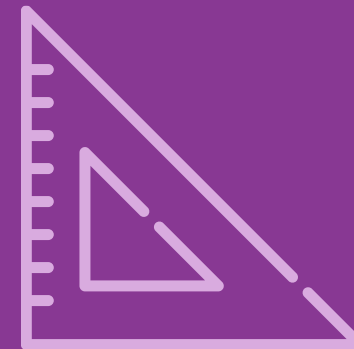
considera bastante/muy necesario externalizar los servicios de infraestructura



Destacan las cadenas hoteleras, ya que casi una cuarta parte (23,3%) cree que es muy poco/ nada necesario externalizar

Grado de alineamiento de la estrategia de los hoteles con la digitalización del sector

- La mayor parte de los hoteles analizados (**75,4%**) consideran que la **estrategia** de su establecimiento está **bastante/muy alienada** con la **digitalización del sector**.
- En relación con el **nivel de implementación tecnológica** del hotel, se observa que independientemente del grado de implementación tecnológica, la mayor parte de los hoteles perciben tener **niveles altos o muy altos de alineamiento** con la **digitalización del sector**.
- Así, el 52,4% de los hoteles con un **grado bajo de implementación** considera que la estrategia de su establecimiento está **muy alineada con la digitalización** del sector. Por otro lado, más del 95% de los hoteles con un **grado alto de implementación**, consideran tener un **alto o muy alto grado de alineación**. El 26% de los que tienen un nivel **muy bajo de implementación**, admiten tener también un nivel **muy bajo de alineamiento** de su estrategia; aunque también, el mismo porcentaje de hoteles considera que tener un nivel alto de alineamiento (26%).
- Respecto a la tipología y categoría de hotel, los **hoteles urbanos** (80%) perciben tener un **mayor grado de alineamiento** de su estrategia respecto a los hoteles vacacionales (74%) -6 puntos porcentuales por encima-; mientras que los hoteles de **4 y más estrellas** (90,2%) se sitúan 37,1 puntos porcentuales por encima de los hoteles de menos de 4 estrellas (53,1%).



Inversión en soluciones digitales

- Independientemente del grado de implementación tecnológica, la percepción mayoritaria (64%) es que los **niveles de inversión actuales en soluciones digitales** son **altos o muy altos**. Los hoteles con **altos niveles de implementación tecnológica** manifiestan tener **altos niveles de inversión** en soluciones digitales (88,6%); así como los hoteles con un **grado medio de implementación**, que tienden a situarse también en **niveles altos de inversión** (74,4%).
- Respecto a la categoría y tipología de hotel, los **hoteles urbanos** (67,5%) y los de **más de 4 estrellas** (76,4%) se sitúan en **niveles más altos de inversión** que los hoteles vacacionales (57,4%) y de menos de 4 estrellas (52,7%).

¿Qué sucede con la inversión en soluciones digitales en los próximos 5 años?

- Algo más de la mitad de los hoteles (54%) considera que en los **próximos 5 años** va a tener **niveles de inversión altos o muy altos**, frente al **64%** actual -10 puntos porcentuales menos. Este **descenso en los niveles altos/ muy altos de inversión** a 5 años vista se evidencia principalmente en los **hoteles urbanos**, que pasarán de tener un 67,5% a un 61,6%. En cambio, los **hoteles vacacionales** experimentarán un **incremento** de 12,9 puntos porcentuales en sus **niveles altos/muy altos de inversión a 5 años vista**.
- Respecto a los hoteles de **más de 4 estrellas** sus niveles de inversión a 5 años vista se mantendrán prácticamente **estables**, mientras que los hoteles de **menos de 4 estrellas** tienen previsto reducir sus niveles de inversión altos/muy altos a un 45,9% (6,8 puntos porcentuales menos que en la actualidad).



Inversión en equipamiento tecnológico relacionado con la experiencia del cliente durante su estancia

- Algo más de la mitad (**56,4%**) de los hoteles considera que su **nivel de inversión** en equipamiento tecnológico relacionado con la experiencias del cliente será **alto o muy alto**
- En cuanto a la categoría del hotel, los hoteles de **más de cuatro estrellas** piensan **invertir más** en equipamiento tecnológico (75,2% en niveles altos o muy altos) que los de **menos de cuatro estrellas** (44,1% en niveles altos o muy altos de inversión).
- **No** existe una **diferencia significativa** en el nivel de inversión en equipamiento tecnológico relacionado con la experiencia del cliente durante su estancia entre los **hoteles urbanos** -un 63,6% se sitúa en niveles altos/muy altos- y los **vacacionales** -un 62,6% se sitúa en niveles altos/muy altos de inversión-.

Externalización de los servicios de infraestructura

- La mitad de los hoteles encuestados (**51,6%**) considera **necesario externalizar** los servicios de infraestructura. Respeto al **tipo de hotel** (urbano, vacacional) o la **categoría** (menos de 4 estrellas y más de 4 estrellas) no se observan diferencias significativas en la necesidad de externalización. Es destacable, que prácticamente **una cuarta parte de las cadenas** (23,3%) considera **muy poco o nada necesario** externalizar sus servicios de infraestructura.



3. Procesos – Datos destacados del capítulo



Los datos generados se comparten más con las diferentes áreas de la entidad que con los clientes

El 65,8% los comparte mucho/bastante entre las diferentes áreas de su entidad



El 46,7% los comparte mucho/bastante con clientes y proveedores



74,7%

considera tener niveles altos/muy altos de **digitalización y adaptación** de sus **canales** de distribución a las **necesidades de sus clientes**



57,3%

considera tener bastante/mucha capacidad para llevar a cabo una **personalización masiva de sus productos y servicios**



Destacan los hoteles de **más de 4 estrellas (68,9%)**



62,5%

considera que la **automatización** de sus procesos tiene niveles altos/muy altos



No influyen las variables de clasificación



39,1%

declara no tener ningún/ casi ningún conocimiento de las plataformas para predecir **modelos de comportamiento de los clientes**



Principales conclusiones:

- Los **datos** generados por los **sistemas de información** se comparten y utilizan más entre las diferentes **departamentos internos** (65,8%) de la empresa que con los **clientes y proveedores** (46,7%).
- Tres cuartas partes de los hoteles analizados (74,7%) considera tener **niveles altos o muy altos** de **digitalización** y adaptación de sus **canales** de distribución a **las necesidades de sus clientes**.
- Respecto a la capacidad para llevar a cabo una **personalización masiva** de sus productos y servicios, algo más de la mitad (57,3%) de los hoteles considera tener **bastante o mucha capacidad**. En cuanto al tipo y segmento de hotel -cadena/independiente o urbano/vacacional- **no existen diferencias significativas** en su capacidad. Sin embargo, sí se encuentra diferencias en relación a la categoría de hotel: los hoteles de **más de 4 estrellas** (68,9%) declaran tener una **mayor capacidad** para la personalización masiva que los de menos de 4 estrellas (47,6%)
- El 62,5% de los hoteles declara que la **automatización** de sus procesos es **alta o muy alta**. En relación con su grado de **implementación tecnológica**, los hoteles con alto/muy alto grado de implementación consideran tener también un alto grado de automatización. En el caso de los hoteles con un **bajo grado de implementación** -entre 5 y 10 soluciones implementadas- también se sitúan en **posiciones altas** de **automatización** de los procesos.
- En cuanto al conocimiento de **plataformas para predecir modelos de comportamiento de los clientes**, es destacable la elevada proporción de **desconocimiento entre los hoteles encuestados**. Un **39,1%** declara no tener ningún o casi ningún conocimiento de estas plataformas.

4. Organización y personas

Grado de tecnología y herramientas digitales de los establecimientos:

El **80%** de los hoteles considera tener un **nivel alto o muy alto** de **tecnología/herramientas digitales** que facilitan el **trabajo y la eficiencia**



Cualificación digital de los empleados:



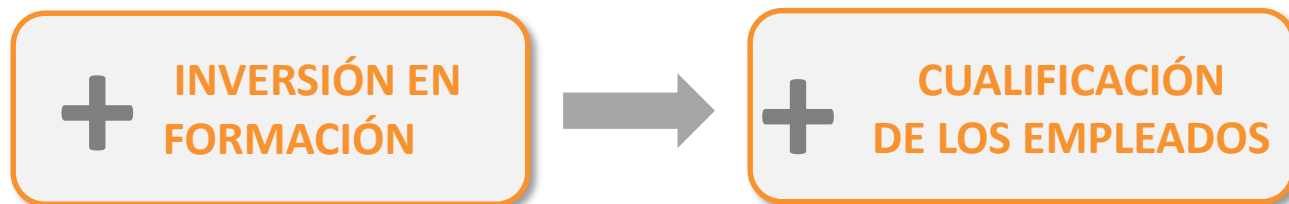
El **58,5%** de los hoteles declara que sus empleados poseen un **alto grado de cualificación** en materia de tecnología digital.

Inversión en formación digital:

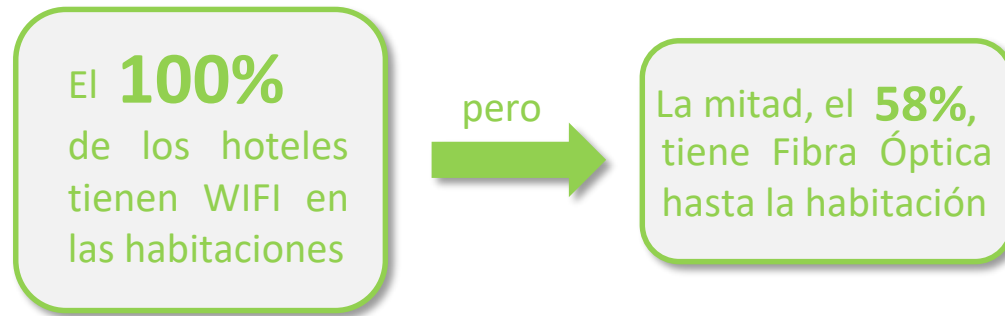


El **50%** de los hoteles considera que invierte bastante/mucho en formación digital

La **inversión en formación digital** es **proporcional al grado de cualificación** de los empleados en materia digital



5. Infraestructuras, integración y análisis



- Un **61%** considera que tiene una capacidad **alta o muy alta** para acometer un **proceso de transformación digital**.

! Según el **nivel de implementación tecnológica**, tanto los que tienen **bajos** niveles de implementación como los que tienen un niveles **altos**, consideran ser muy capaces de acometer un proceso de transformación digital

- El **64,7%** de los hoteles encuestados afirma tener un **nivel alto o muy alto** de **integración y conexión de soluciones tecnológicas**

Implementación tecnológica...

El **62,1%** tiene niveles altos/muy altos de implementación en **CIBERSEGURIDAD**

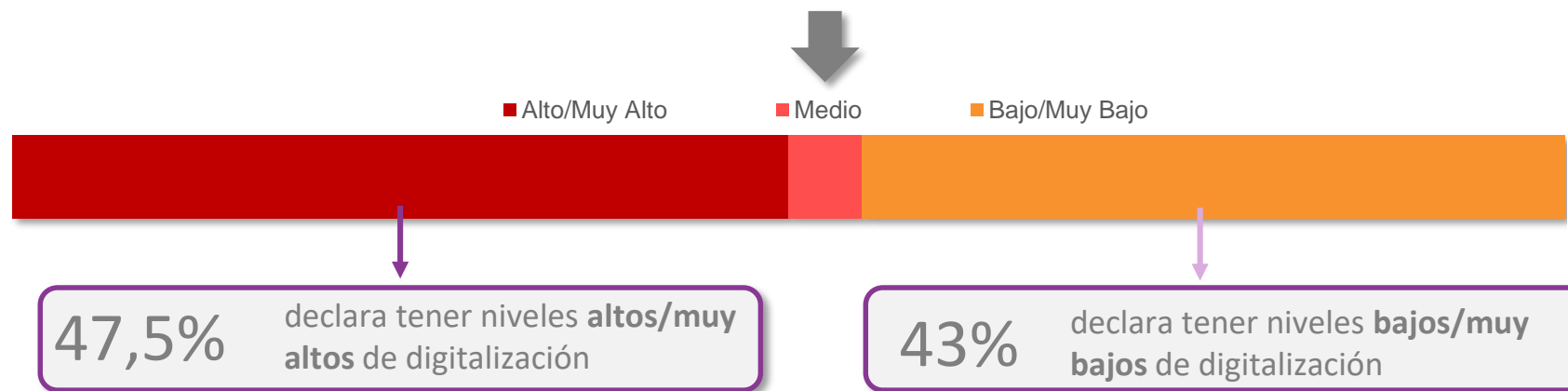
El **42,8%** tiene niveles altos/muy altos de implementación en **SOLUCIONES CLOUD**

El **45,6%** tiene niveles altos/muy altos de implementación en **BIG DATA**



6. Productos y servicios

El grado de digitalización del portfolio de productos y servicios se encuentra muy dividido entre los hoteles encuestados

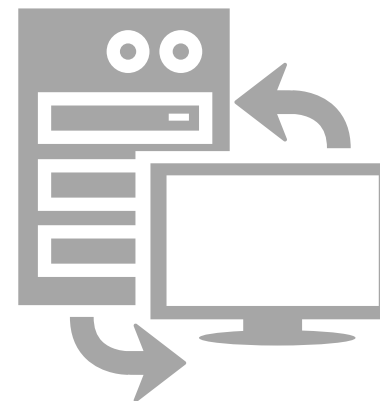
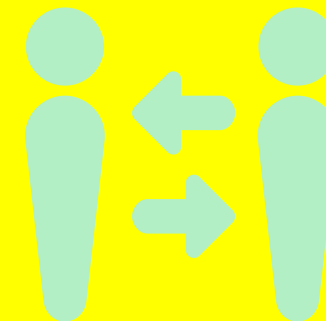
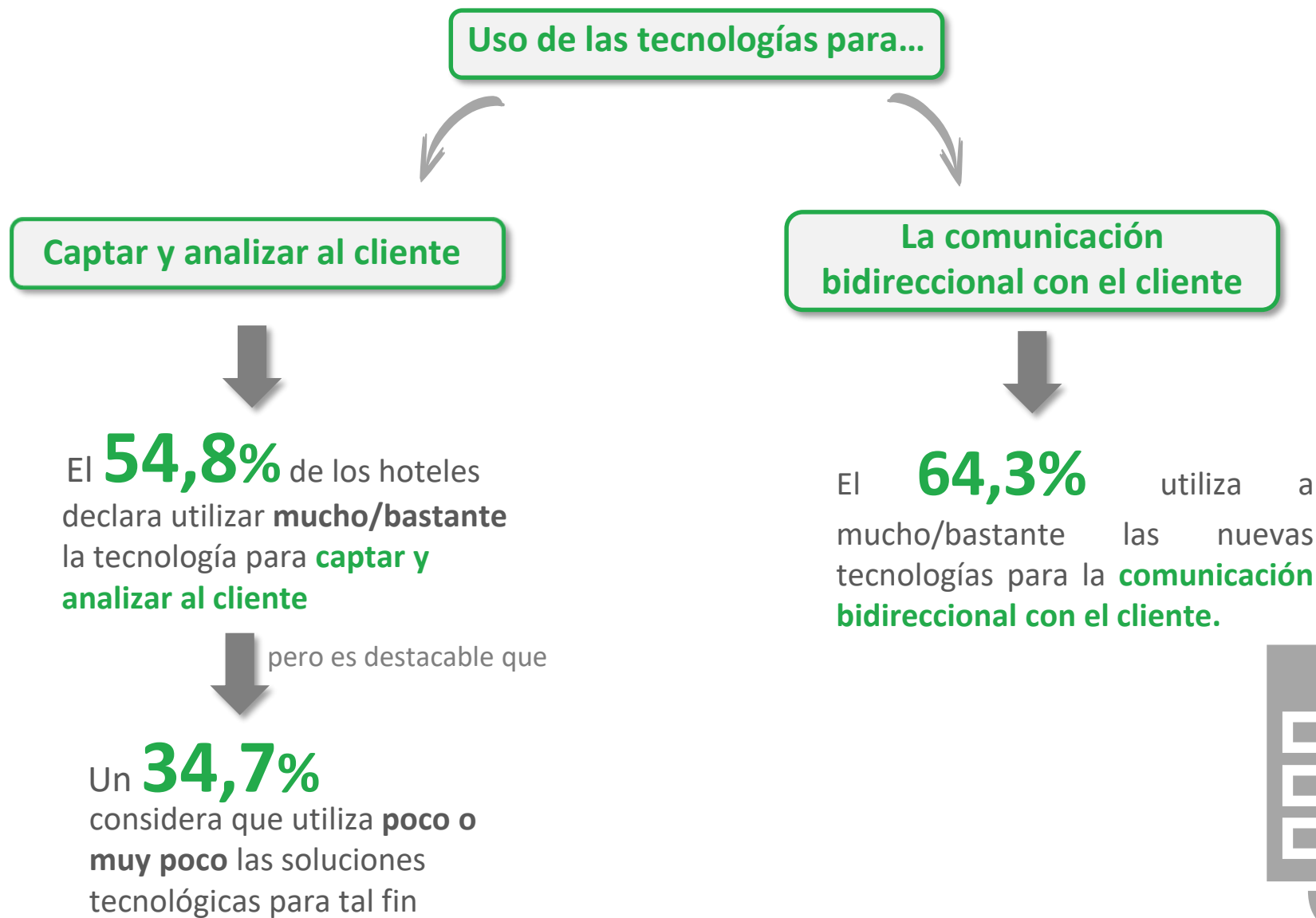


Ahora bien ¿el uso de productos y servicios digitales ayuda a los hoteles a obtener más ingresos y nuevos clientes?

Un **68,3%** considera que tienen un alto/ muy alto grado de captación de nuevos clientes y/o ingresos a partir de productos y servicios digitales

Especialmente los **hoteles urbanos** (69,8% niveles altos/ muy altos) y los de **más de cuatro estrellas** (80,9% niveles altos/ muy altos) consiguen captar más clientes e ingresos a partir de productos y servicios digitales

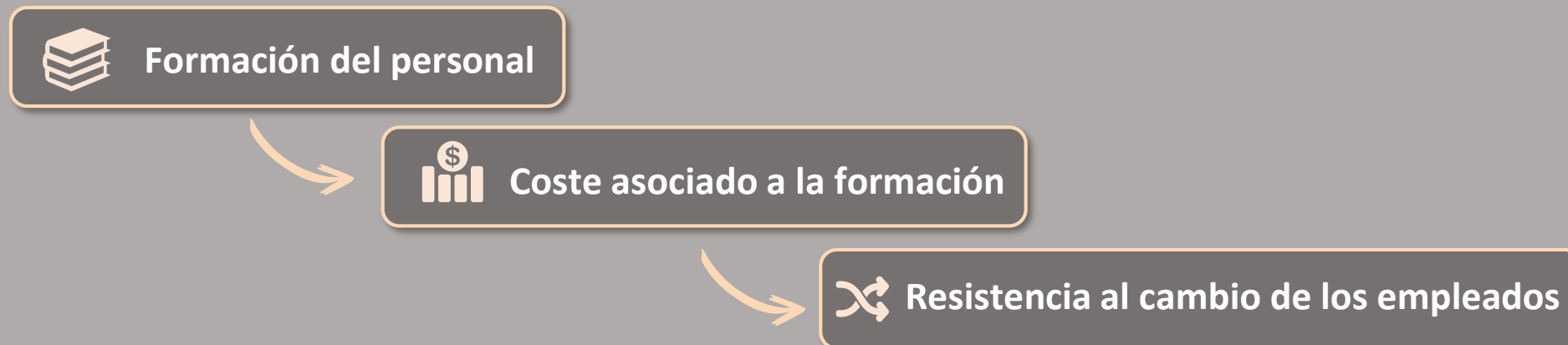
7. Relación con el cliente



¿Qué barreras encuentran los hoteles a la hora de implementar nuevas tecnologías?

- El **59,7%** barrera económica
- El **36,3%** hace referencia a la **integración** de los nuevos sistemas **con los ya implementados**
- El **18,5%** alude a toda la **infraestructura previa necesaria** para la implementación tecnológica

¿Qué otras barreras se mencionan?



Patrocinado por:

altran



B Sabadell

uponor

Con la colaboración de:

