

RODRIGO R. MARTÍNEZ

27 DE MAYO DE 2015

EL INTERNET DE TODO: EL HOTEL DE TERCERA GENERACIÓN

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del
Autor y Know Square S.L.

El Internet de Todo (IdT) representa la próxima evolución de Internet, que será un enorme salto en su capacidad para reunir, analizar y distribuir datos que podemos convertir en información, conocimiento y en última instancia, experiencia y gestión.

La cama, la ducha, la ventana, la lámpara, el teléfono, la mesa, el armario, el televisor, el aire acondicionado o el espejo. ¿Qué tienen en común todas estas cosas? Todas las podemos encontrar dentro de una habitación de hotel y todas pasarán a formar parte del internet de las cosas en muy poco tiempo.

La experiencia del cliente de un hotel adquiere una nueva dimensión gracias a las posibilidades que ofrece la siguiente evolución de la red: el internet de todo, que consiste en dotar a los objetos cotidianos de sensores y dispositivos que se conectan a internet a través de redes fijas e inalámbricas, lo que implica que cada uno de ellos es un punto de conexión y una fuente de datos que permitirá una nueva dimensión de interacción entre los dispositivos y la relación humana con ellos, un automatismo de nuestro entorno adaptado a nuestras necesidades, gustos o hábitos.

Adaptar esta tecnología, va a permitir crear un nuevo concepto de servicio dentro del hotel de tercera generación, generando una experiencia de cliente realmente diferenciada, y una forma de entender el negocio, los procesos y las operaciones, mucho más eficiente y precisa.

Teniendo en cuenta que el turismo es una actividad económica ligada estrechamente a los deseos y las emociones, el IdT puede y debe convertirse en un aliado para el sector: si los objetos necesitan la mínima participación del turista, que verá anticipados sus intereses, incluso sus sensaciones, la clave estará en diseñar productos y servicios capaces de responder, sin ser invasivo, a las necesidades de cada viajero. Y un hotel está lleno de “cosas” que interactúan con los clientes.

Desde el momento en el que un nuevo cliente hace una reserva de hotel, se puede encontrar con un sistema que le confirma la reserva, le permite hacer la asignación de su habitación de forma parecida a como se escoge el asiento en un vuelo, puede recibir su llave y contar con un sistema de apertura de puertas desde su *smartphone*. El móvil se convierte en su principal aliado, le sirve para controlar los puntos de luz de la habitación, puede encender y apagar las luces o el aire acondicionado, incluso puede establecer un vínculo con el equipamiento de la habitación que permita acceder a sus redes sociales o a su correo electrónico. El cabecero de la habitación del hotel puede avisar al cliente de la llegada de un nuevo correo o de un nuevo *tweet*, y que además pueda acceder a su lectura desde la televisión de la propia habitación. El móvil es algo personal en el que se puede incluir las preferencias en cuanto a ambientes, música, temperatura o aromas, y el equipamiento de la habitación puede entender esto y adaptarse de forma automática.

Ahora bien, hablar sobre cómo impacta la tecnología en la experiencia del cliente en un hotel parece hacer evidente todo lo visible pero ¿qué ocurre con todo lo que se refiere al proceso productivo del hotel, al *check-in*, al servicio de restaurante, a la limpieza de las habitaciones? La realidad del IdT es que se trata de una tecnología “transparente”, el ser humano no necesita entender cómo funcionan las cosas, sino que éstas reaccionan de forma inteligente ante sus gestos, órdenes, preferencias o emociones, lo que facilita enormemente la experiencia y la forma de hacer las cosas.

Es más que evidente que la automatización de procesos productivos ha crecido exponencialmente en los últimos años en determinados sectores como la automoción y otros muchos sujetos a cadenas de producción. Han optimizado mucho los tiempos y recursos necesarios para obtener resultados. Esto no significa que la tecnología esté sustituyendo la mano de obra humana, esto significa que está

facilitando el trabajo de muchos de nosotros y está exigiendo especialización y la aparición de nuevas necesidades y nuevos trabajos que hace unos años era impensable que existieran. Algo muy parecido a la evolución que se vivió hace unos años con la revolución industrial. En realidad estamos ante una Segunda Revolución Industrial.

Si pensamos en el proceso productivo de un hotel, hay muchas tareas que podemos automatizar optimizando los tiempos de realización de las mismas, así como la precisión con las que son ejecutadas. Tareas como la limpieza de una habitación se puede convertir en un proceso idéntico a como se hace a día de hoy pero puede ser hecho de tal manera que seamos mucho más precisos en cuanto a los tiempos empleados. El *check-out* de un cliente puede ser comunicado de forma automática al Departamento de *Housekeeping*, la camarera de piso puede disponer de su propio dispositivo, una vez que esté en la habitación del cliente que se acaba de marchar, puede utilizarlo para cambiar el estado, imaginemos un “habitación en proceso de limpieza” para que una vez terminada la misma y sabiendo con exactitud los tiempos empleados, vuelva a cambiar el estado en el *software* del hotel, de forma automática y volviendo a recurrir a los sistemas de NFC (*Near Field Communication*). Las formas de pago, tanto en recepción como en el resto de servicios pueden ser mucho más rápidas y ágiles, la misma Tablet en la que el cliente está viendo la carta del hotel, puede servir para hacer el pedido, hacer el pago, o valorar su satisfacción. La intervención humana aquí debe permitir que la satisfacción del cliente sea máxima, debe sugerir la opción más acertada para cada cliente y contar con un objetivo claro donde el ser humano ofrezca un servicio de calidad “humana” y las máquinas y las “cosas” sirvan para automatizar todo aquello que no aporta un valor real al servicio.

La gestión de los departamentos de alimentos y bebidas, o los inventarios en diferentes áreas (como lavandería, áreas corporativas, etc.), pueden ser más rápidas y evitar fallos de *stock*. Si un refrigerador o almacén detecta que falta carne de ternera, aceite o lechugas, puede hacérselo saber; o si detecta un fallo de funcionamiento, comunicará al servicio técnico que necesita una revisión o ser sustituido por un aparato nuevo.

En materia de gestión medioambiental, las aplicaciones del IdT es muy clara, y existen hoteles que ya están usando herramientas de monitorización y gestión energética muy avanzadas para el ahorro energético integral, o incluso plataformas que se sirven de inteligencia artificial, y que permiten a las instalaciones del hotel reaccionar ante los cambios del entorno y aprender, de forma que las condiciones del edificio se adapten para conseguir los máximos niveles de eficiencia y ahorro energético.

Para el sector hotelero, el IdT puede reformular la relación entre cliente y hotel así como la operativa interna de cada departamento, aportando valor añadido en cada interacción con las cosas, y ofreciendo la oportunidad de cruzar productos y servicios en un entorno turístico 360. El cliente tendrá una experiencia turística más completa, más adaptada a sus necesidades y aspiraciones, y los hoteles dispondrán de múltiples y muy apasionantes oportunidades de negocio.