

[Jornada Rethink The Valley: las nuevas tendencias tecnológicas del sector turístico](#)

## El hotel del futuro: un ecosistema de empresas, co-living y co-creación

- La transformación digital, el nuevo cliente *millennial* y las diferentes experiencias de viaje creadas por los *digital players* están guiando la evolución del sector hotelero.
- El informe “[El hotel como ágora](#)” detalla las 7 tendencias tecnológicas en el turismo: *conserjes robots, biometría, realidad aumentada, hologramas, etc.*
- [The Place](#) acoge un nuevo itinerario sobre el sector del turismo. Los asistentes podrán conocer tecnologías innovadoras y aplicaciones de mercado como llaves móviles, mesas de trabajo táctiles o restaurantes experienciales.

**Madrid, 23 de noviembre de 2018.** Actualmente, el sector del turismo en España es uno de los más importantes, representa el 14,9 % del PIB. Tal es su relevancia, que el *hub* de conocimiento, [The Valley](#), ha celebrado esta mañana la jornada **Rethink Turismo**. Un encuentro que también ha servido de escaparate de las nuevas tendencias tecnológicas del sector hotelero, en pleno cambio debido a sus **3 elementos transformadores**: el consumidor *millennial*, los *players* digitales y el concepto de hotel como ecosistema.

- **Los millennials, el consumidor del futuro.** Los jóvenes *millennials* tienen grandes aspiraciones y convierten su pasión en profesión, redefiniendo la relación entre el trabajo y la recompensa. Les gusta trabajar en ambientes de colaboración y co-creación, a la vez que son más independientes profesionalmente.
- **Digital Nomads.** Ha surgido una nueva categoría profesional con un estilo de vida radicalmente distinto al de la mayoría, que entiende que viajar y conocer otras culturas es parte indispensable de su desarrollo personal y profesional. La digitalización del trabajo ha abierto un mundo de posibilidades a los viajeros donde se busca un equilibrio entre el ocio y los negocios (*business + leisure*). Hoy en día, los cargos directivos no están dando valor a los viajes de negocios, siendo este un buen argumento de negociación como parte de la compensación que reciben.
- **El hotel como ecosistema de empresas.** El ágora supone la integración natural y conveniente de lo online y lo offline. La tendencia es crear espacios *co-living*, donde el ágora se inspira de los espacios de *co-working* al estilo *millennial*. Además, este concepto de ágora conlleva que el hotel se transforme en un ecosistema de empresas, en donde se unan otros negocios.

Durante la jornada, también se ha presentado el informe “**El hotel como ágora**” el cual detalla las **siete manifestaciones tecnológicas** más prometedoras de la revolución digital en el sector del turismo:

### 1. Experiencia de usuario (UX)

Aplicaciones intuitivas, diseñadas para ahorrar tiempo y adaptarse a una **experiencia de cliente omnicanal** que crea un flujo ininterrumpido en el *customer journey* del usuario. Avanzados **interfaces de reconocimiento de voz** que funcionan mediante asistentes y

que están **incentivando la lucha por el primer resultado en los buscadores**, ya que ellos solo ofrecen una respuesta.

## 2. Marketing contextual

Concebido para no interrumpir la **experiencia del usuario** sino para **complementarla** con un **contenido relevante**. Existen compañías que ya están empleando con éxito sistemas de ofertas contextualizadas para el cliente. **Inteligencia Artificial y gestión de Big Data** (datos de comportamiento, plataformas sociales, geolocalización y datos demográficos) se unen para dar forma a los tipos de contenido de marketing **significativo** que recibirá el usuario.

## 3. Smart Hotel: El poder del móvil

Sistemas de gestión móvil que **ceden al cliente el control de todos los aspectos de su estancia** -*check in* y *check out* online, domótica, servicios del hotel-; suites con tecnología de control por voz; hoteles construidos con inteligencia artificial integrada; *softwares* diseñados exclusivamente para funcionar en los asistentes de voz...; todo con la única finalidad de **proporcionar al huésped la experiencia digital completa**.

## 4. Conserjes o mayordomos robots

Personal robótico que entrega el equipaje u otros productos en las habitaciones, sirven bebidas o facilitan información a los clientes. Ya están siendo probados por diversas cadenas hoteleras, pero **su valor real aún no ha sido comprobado** en profundidad. El futuro revelará si -una vez que se reduzcan los costes- terminan por **generalizarse y convertirse en “trabajadores” indispensables** en los hoteles.

## 5. Llave móvil o biometría

La llave móvil debe ser **segura y compatible** con toda la variedad de dispositivos móviles, franquear el **paso ininterrumpido** desde el parking hasta la propia habitación y permitir además otras **funcionalidades como el *check in* o el pago de otros productos**. Además de la llave móvil, otras tecnologías para **proteger al cliente y hacer su estancia más cómoda** -como son la **biometría facial o dactilar**- ya están siendo empleadas.

## 6. Human touch

A pesar de los avances de la tecnología conversacional, todavía queda mucho para que la interacción con robots o *chatbots* puedan satisfacer completamente las necesidades de los clientes. **Nada puede reemplazar la empatía y la comprensión inherentes de los seres humanos**, al menos de momento. Algunos hoteles están utilizando la tecnología para **conectar a su personal con los clientes mediante mensajería instantánea** y crear experiencias de hospitalidad únicas.

## 7. Realidad aumentada y hologramas

Cadenas internacionales están empleando la **realidad aumentada** para **mostrar** a sus **clientes vistas de 360° de propiedades en venta en el extranjero** o para cuestiones más prácticas como **calcular**, antes de un viaje, **el tamaño de los equipajes** y saber si se adecúan a la política de tarifas de las diferentes aerolíneas. Por su parte, los **hologramas ya están siendo incorporados** en algunos hoteles como opción **para impartir conferencias u organizar reuniones 3D** a tamaño real.

## Nuevo itinerario tecnológico sobre el sector turístico en The Valley

El itinerario, que podrá visitarse en el espacio de innovación experimental [The Place](#) hasta el mes de febrero, incluye una serie de **aplicaciones tecnológicas disruptivas** basadas en la **realidad virtual, la robótica o los hologramas**.

Así, el recorrido sitúa al **viajero en el centro de la experiencia** y la **movilidad viajera** se convierte en el hilo conductor para mostrar aplicaciones tecnológicas ya existentes como **llaves móviles, robots conserje, mesas de trabajo táctiles, restaurantes experienciales** y otras soluciones de marketing y entretenimiento que ilustran un futuro que ya es presente. Además, durante los próximos meses el espacio **The Place** acogerá múltiples actividades, patrocinadas por **Oracle**.

## Acerca de The Valley

THE VALLEY es un *hub* de conocimiento compuesto por la escuela de negocios The Valley Digital Business School; el headhunter especializado en perfiles digitales, The Valley Talent; un coworking para startups digitales; un espacio de innovación, The Place, y una consultoría para empresas y profesionales que quieran dar un nuevo rumbo a sus negocios en busca de la disrupción. Con sede en Madrid, Barcelona y las Islas Canarias, el objetivo es fomentar las sinergias y el networking entre profesores, alumnos y emprendedores con el fin de generar proyectos innovadores de éxito.

[www.thevalley.es](http://www.thevalley.es)

## Para más información:

### Trescom Comunicación:

Sara Gonzalo / Alba Tortosa / Juan Vidal 91 411 58 68 / 615 18 41 66

[sara.gonzalo@trescom.es](mailto:sara.gonzalo@trescom.es), [alba.tortosa@trescom.es](mailto:alba.tortosa@trescom.es), [juan.vidal@trescom.es](mailto:juan.vidal@trescom.es)