NOTA DE PRENSA

**Tecnología, conectividad, inteligencia artificial, simplicidad y personalización son los 5 grandes retos de la digitalización en el sector Turismo**

**LOS 5 GRANDES RETOS DE LA DIGITALIZACIÓN**

**EN EL SECTOR TURISMO**

* **Las principales conclusiones de la Mesa Redonda sobre retos y desafíos en la digitalización del sector Turismo organizada por Wayra y GRUPO IBEROSTAR, giran en torno a la hiperconectividad, el análisis práctico del Big Data y la personalización de una experiencia completa y no segmentada.**
* **GRUPO IBEROSTAR y Telefónica se han unido para identificar e impulsar el talento, la innovación y la capacidad de emprendimiento dentro del sector turístico. Para ello, han abierto a través de la plataforma Telefónica Open Future\_ una convocatoria para apoyar y premiar con hasta 140.000 euros los proyectos de hasta dos startups.**

**Barcelona, 15 de septiembre de 2017.-** Según fuentes oficiales, 2017 ha sido el mejor año para la industria turística en España.Esta tendencia alcista y positiva en los últimos ejercicios debe enfrentarse al reto de adaptarse a nuevos modelos de consumo y la tecnología puede convertirse en un valioso aliado para lograrlo. Para debatir sobre ello, **Wayra** y **GRUPO IBEROSTAR** han reunido a expertos de **Telefónica**, **BeonPrice**, **Avuxi** y **Booklyng** en una mesa redonda con el objetivo de definir cuáles son los principales desafíos de la digitalización en el sector Turismo. El resultado son estos 5 puntos clave:

**TECNOLOGÍA**

La tecnología va a ser clave en la transformación del sector turístico. El usuario es quien manda y las compañías deben no solo adaptarse, sino adelantarse a sus intereses. Al desarrollo digital necesario para conseguirlo deben contribuir tanto las grandes empresas tradicionales del sector, que son quienes aportan la experiencia, como las empresas tecnológicas con fuertes recursos y las startups, que además de aportar nuevas ideas pueden ofrecer una mayor agilidad y flexibilidad, claves para adaptarse al cambio. Un indicador de esto es el aumento de los presupuestos en tecnología vinculada a soluciones que aporten un mayor valor añadido, que ya es superior en las empresas de la industria turística que en otros sectores como el *retail*.

**CONECTIVIDAD Y BIG DATA**

La hiperconectividad va a ser muy relevante. Todo debe estar conectado. Empleados, habitaciones, coches de alquiler, destinos… La cantidad de información que ofrece un cliente cuando está en un hotel o un destino es abrumadora. Registrarla, analizarla y utilizarla de manera correcta será clave. Esa información generada tendrá un valor fundamental para ser capaces de entender qué quiere el consumidor y poder ofrecérselo. El buen uso del BIG DATA será fundamental para hacer rendir esa información y definir una oferta, adaptada y personalizada, que aporte un verdadero valor añadido al cliente.

**ROBOTIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

La robotización de los procesos y la inteligencia artificial no son el futuro, sino el presente y pueden aportar soluciones a muchos desafíos. Con la IA sabemos lo que quiere cada consumidor y se puede ofrecer una propuesta personalizada adaptada a sus gustos. En una industria tan vibrante que se reinventa constantemente, las compañías deben estar además atentas y alerta a cualquier innovación en materia de robotización para ir integrándola en su oferta según sus intereses y su modelo de negocio. Obviamente, esto estimulará la competencia y la profesionalización y aunque habrá modelos low cost con procesos 100% automatizados, estos se mantendrán como nicho, ya que la labor humana se antoja como fundamental e imprescindible pues nada puede sustituir a una sonrisa de bienvenida. La apuesta para conseguir esa digitalización necesaria debe pasar entonces por dotar y ofrecer herramientas a los empleados que les permitan tener información sobre los clientes, adelantarse a sus necesidades, etc.

**EXPERIENCIA SEAMLESS**

La experiencia del viaje tiene que eliminar las complicaciones. Todos los trámites burocráticos que no aportan nada positivo a la experiencia del cliente, deberán ser minimizados o directamente suprimidos. Los hoteles del futuro huirán de procesos administrativos como el tradicional check in y apostarán por otros modelos más cómodos para el cliente como el reconocimiento facial. El objetivo de algunas tecnologías disruptivas será reducir la incertidumbre en el proceso de reserva, como ya hace el servicio MyRoom Online de IBEROSTAR, que permite visitar por adelantado de manera virtual todas las habitaciones de los hoteles y poder elegir. Esta iniciativa pionera adelanta un cambio en el proceso de selección de hotel, donde la realidad virtual jugará un papel fundamental para conseguir una inmersión plena y previa en el hotel o el destino.

Los consumidores del futuro viajarán, en definitiva, como lo hace ahora Madonna. Sin preocupaciones. Sin tramites que les saquen de su experiencia o les hagan perder tiempo y sin tener que buscar información sobre dónde ir, cuándo ir, qué hacer, etc., porque ya se la ofrecerán adaptada y personalizada, además, a sus gustos y necesidades. Será cómo viajar con un asistente… digital.

**PERSONALIZACIÓN**

Las compañías deben buscar una mayor interacción con el cliente con el objetivo de dialogar, saber lo que quiere y ofrecérselo. Ya no vale el “café para todos”. La industria debe adaptar su oferta y personalizar al máximo la experiencia acorde a lo que quieran vender y lo que esté demandando el consumidor. Un mismo hotel podrá ofrecer experiencias totalmente diferentes en función de los gustos de cada cliente. El hotel dejará de vender habitaciones para ofrecer directamente experiencias personalizadas a cada uno en función de lo que quiera hacer (conocer gente, ir de compras, descubrir Roma…) y ponérselo fácil actuando como su asesor y prescriptor en cuanto al número de noches que necesita o dónde debe ir para conseguirlo. El sector del viaje se convertirá en una única industria de experiencias no segmentadas que fusionará el expertise de la agencia de viajes tradicional con la mejor oferta de productos y servicios en un único punto de venta.

Con el objetivo de enfrentar esos retos y otros más, **GRUPO IBEROSTAR** y **Telefónica**, se han unido para identificar e impulsar el talento, la innovación y la capacidad de emprendimiento dentro del sector turístico. Para ello, han abierto a través de la plataforma **Telefónica Open Future\_** una convocatoria para apoyar y premiar los proyectos de hasta dos startups en diferentes áreas de hasta 16 categorías propuestas, entre las que destacan “Hotels & Hospitality”, “Bed Banking” o “eHealth Tourism”. Los seleccionados accederán a los servicios de la aceleradora corporativa Wayra, para disfrutar de un programa de networking, formación, mentoring e inversión de hasta 140.000 euros para cada startup.

En el proceso de selección de los proyectos ganadores, se valorará en qué medida las iniciativas presentadas contribuyen a:

* La mejora de la experiencia del cliente gracias a la utilización del big data que se recoge a través de los canales de comunicación del Grupo.
* La idónea aplicación de la tecnología a la transacción con el objetivo de facilitar, simplificar y hacer más eficientes los actuales procesos de contratación del cliente final.
* La generación de ideas en el marco de la sostenibilidad – cultura, generación de riqueza, empleo, medioambiente – que permitan al Grupo ofrecer valor compartido junto con sus partners.

Para la selección final de las startups, se tomarán en consideración criterios como madurez del proyecto; atractivo de la oportunidad y potencial de crecimiento; consistencia del modelo de negocio y la estrategia de llegada al mercado; base tecnológica y carácter innovador y disruptivo relacionado con tecnologías de última generación como el Big Data, IoT y Machine Learning; sinergias con Telefónica y/o con GRUPO IBEROSTAR; escalabilidad con gran potencial de crecimiento, y la solidez y competencias del equipo.

La convocatoria está abierta hasta el 30 de septiembre y la información está disponible [aquí](https://www.openfuture.org/es/call/convocatoria-de-turismo-wayra---iberostar/3/cbe7cacab2e72ecd7c66dafc36b84eeb) para todos los interesados.

* **Nota al editor**: puede descargar una selección de imágenes haciendo click [aquí](https://edelmanftp.box.com/s/0sg4ywllujrgyoftmspfo6d4tomwjmu6).

**Sobre GRUPO IBEROSTAR**

GRUPO IBEROSTAR es una compañía mallorquina de propiedad 100% familiar que lleva más de 60 años trabajando en el sector turístico y vacacional. Durante este tiempo, el Grupo ha pasado de ser una agencia de viajes familiar a convertirse en una empresa multinacional con varias divisiones. Hoy, GRUPO IBEROSTAR cuenta con 27.100 empleados y está presente en 30 países de todo el mundo.

**Para más información:** [www.grupoiberostar.com](http://www.grupoiberostar.com)

**Sobre** **Telefónica Open Future\_**

Telefónica Open Future\_ es una plataforma global diseñada para conectar a emprendedores, startups, inversores y socios públicos y privados de todo el mundo para captar oportunidades de innovación y de negocio. Su objetivo es apoyar al talento en todas sus etapas de crecimiento mediante un modelo integral de aceleración y de conexión con organizaciones, inversores y empresas. El programa integra todas las iniciativas de innovación abierta, emprendimiento e inversión del grupo Telefónica (Think Big, Talentum Startups, Crowdworking, Wayra, Fondos de inversión Amérigo, Fondos corporativosTelefónica Ventures) mediante una red global que se abre a la incorporación de socios externos que quieran desarrollar sus propias estrategias de emprendimiento e inversión, y conectarlas con grandes empresas. Hasta la fecha se han analizado más de 51.000 propuestas y se ha invertido en más de 700 startups habiendo acelerado en total más de 1.600. Telefónica Open Future\_ tiene presencia en 17 países y junto con sus socios ha comprometido 445 millones de euros para inversión.

**Más información**: <https://www.openfuture.org>

Más información:

|  |  |
| --- | --- |
| **Oficina de Prensa de IBEROSTAR – Edelman**Tel: +34 **915560154**   Fax: +34 **917702966****Juan Salgueiro** (juan.salgueiro@edelman.com) **Laura Urio** (laura.urio@edelman.com)**Natalia Jiménez** (Natalia.jimenez@edelman.com) | **Departamento de Comunicación****de Telefónica Open Future\_:****Marisa Orellana**: 617 86 30 30 / marialuisa.orellanasanz.ext@telefonica.com**Miguel Ángel García**: 699 37 18 07 / miguelangel.garciasanchez.ext@telefonica.com |