

Acceso al reportaje de Software de Gestión Hotelera

La apuesta por las aplicaciones PMS es clara, pues casi el 98% de los hoteleros las tiene implantadas

Paco Motapaco.mota@alimarket.es

La cada vez mayor relación directa del hotelero con los huéspedes, a través tanto de las herramientas de gestión online (en la “nube”) como del aprovechamiento de innovadores formatos móviles, es la principal tendencia que se está consolidando con fuerza en el mercado de software de gestión hotelera. Esto, junto con la creciente integración y flexibilidad de los programas y la aceptación de su utilidad y beneficio para el negocio, invita al optimismo y lleva a que los operadores tecnológicos especializados contemplen un incremento en sus ventas por encima del 10% para el presente año 2012, en un panorama plagado de novedades centradas principalmente en el cloud computing, la gestión de canales de venta por internet y adaptaciones de aplicaciones para tablet y smartphone.

 Cuadros - Gráficos del informe (incluidos al final del documento - VER INDICE)

Encuesta HOSTELMARKET sobre el mercado español de software de gestión hotelera



Principales desarrolladoras de software de gestión hotelera en España



Datos de contacto de las principales desarrolladoras de software de gestión hotelera



Novedades comerciales de las principales desarrolladoras de software de gestión hotelera



Los indudables avances técnicos de los últimos años, que han generado herramientas informáticas más integrables y flexibles, los evidentes beneficios de internet, que han permitido hacer más accesible y óptima la gestión, y la imparable influencia de las redes sociales, que han estrechado la relación entre hotelero y huésped, conforman una auténtica revolución en el panorama del software de gestión de hoteles (PMS) que acaso estamos empezando a vislumbrar.

 Ejemplos de implantaciones de PMS en 2012

En este sentido, no es de extrañar que el sector hotelero se encuentre a la cabeza en la asunción de todas estas novedades, dado que, por sus particulares características, su actividad depende muy directamente de la cercana relación con el cliente, de modo que, en su momento, fue pionero en la implantación de internet, de la misma manera que lo es ahora en cuanto a presencia en las redes sociales. Esta peculiaridad intrínseca, la fuerte dependencia con respecto al huésped, sus opiniones y deseos, ha facilitado que los empresarios hoteleros adopten con celeridad herramientas tecnológicas que les permitan captar las necesidades del cliente, al tiempo que se rentabiliza mejor el negocio.

La encuesta realizada por Hostelmarket a 82 establecimientos alojativos de toda España, y de diversas tipologías y categorías, confirma la abrumadora penetración del software de gestión hotelera en las compañías del sector. En concreto, nada menos que el 97,6% de los consultados reconoce tener implantado un sistema de este tipo, frente al 2,4% que admite carecer aún de él. Se trata de un dato aún más positivo que el registrado por Hostelmarket en una encuesta similar realizada a finales del año 2010. En aquel momento, un 88,4% de los hoteles consultados decía contar con algún tipo de PMS, mientras que el restante 11,6% carecía de él.

¿Qué ha cambiado en solo dos años para que se acelere (aún más) la implantación del software de gestión entre los hoteles? Por un lado, la crisis parece haber actuado como desencadenante de un proceso de replanteamiento de estrategia para mejorar la rentabilidad del negocio. En este contexto, la apuesta por herramientas que permiten automatizar y optimizar la gestión goza de un indudable atractivo cuando se trata de afrontar tiempos difíciles como los actuales. De forma paralela, las conexiones a internet han mejorado tanto su fiabilidad que ya permiten el acceso

remoto a datos con rapidez y eficiencia, lo que está facilitando el progresivo traslado de dichos procesos de gestión a internet, en un concepto denominado cloud computing o, simplemente, la “nube”. Un hecho que, junto con el auge de la conectividad móvil (smartphone, tablet, etc.) y la explosión de las redes sociales como vía de contacto con el cliente, está empujando a la definitiva popularización del PMS para todos.

Previsiones optimistas

Desde el punto de vista del proveedor tecnológico, el contexto parece invitar a un cierto optimismo. Así, la cuarentena de compañías analizadas en el presente reportaje contempla un crecimiento de sus ventas del 7,6% en 2012, hasta superar los 80 M€. Pero, de hecho, la previsión resulta todavía mejor si se contabilizan exclusivamente los ingresos procedentes del negocio de software de gestión, puesto que se trataría de una cifra de 19,2 M€ (el 24% de la facturación global de estas empresas tecnológicas), un 10,4% superior a la registrada en 2011.

La encuesta Hostelmarket también nos ofrece, en este sentido, una visión de qué operadores mandan en el mercado español de software de gestión en cuanto a su presencia en hoteles. Las cifras arrojan un sector muy atomizado y, por tanto, competitivo, en el que los cinco primeros reúnen una cuota levemente superior al 34%. En concreto, se observa que ‘Opera’, la marca de Micros Fidelio, es líder con el 11,1% en la mencionada muestra, por delante de ‘Acihotel’ (ACI Grup Informática), ‘Noray Hotel’ (Consultores Canarios de Informática) y ‘Othello’ (Millenium Soft), con el 6,1% cada una de las tres, y, cerrando, el quinteto de cabeza, ‘Green Hotel’ (Green Software), con el 4,9%.

Demandas y tendencias

Pero, ¿qué necesidades concretas requiere el profesional hotelero en relación con su software de gestión? Rodrigo Martínez, jefe de proyectos del Área de Operaciones Hoteleras del Instituto Tecnológico Hotelero apunta “principalmente, integración y flexibilidad”. “El mercado turístico”, explica Martínez, “cada vez más global y complejo, diversifica el origen y las demandas de los clientes, y en este escenario el software de gestión debe ser un aliado que aumente las posibilidades de negocio, adaptándose a las necesidades y a las dimensiones de las empresas hoteleras”. Los datos indican que, cada vez en mayor medida, las empresas hoteleras siguen este camino, incluso las pymes, aunque, para que la incorporación de las nuevas tecnologías sea efectiva, “se deben cumplir dos premisas: profesionalizar la gestión hotelera y recopilar información imprescindible para optimizar recursos y ofrecer productos y servicios que harán que los clientes deseen volver”.

“El punto de partida”, detalla el experto del ITH, “es contar con un PMS o Property Management System capaz de procesar y contextualizar estos datos, que sea personalizable y que ofrezca información relevante y de valor para tomar decisiones operativas”. Así, “un buen PMS debe permitir segmentar, comparar y hacer ratios de diversa naturaleza, elaborar informes personalizados y obtener información de valor sobre el cliente y todo el proceso que se inicia con la reserva, que incluye el uso y disfrute de los servicios e instalaciones del hotel, y que concluye con el check-out”. Para Martínez, “hay que pensar en el PMS como la llave que abre y cierra el paso de la información sobre las operaciones de hotel y la forma en que los huéspedes usan los productos y servicios que se les ofrecen; y conectan el hotel con aplicaciones externas clave, como los motores de reservas, channel managers, o incluso con aplicaciones propias o plataformas externas para recibir reservas online y hacer campañas de marketing en redes 2.0. Si la información recopilada por el PMS es valiosa, la dirección del hotel puede diseñar acciones concretas en sus canales de comercialización y distribución, ajustar precios, establecer una política flexible de yield & revenue management, y aprovechar aplicaciones móviles de forma más eficaz”.

El sector tecnológico parece estar de acuerdo con esta lectura y existe un consenso general sobre las tendencias que están guiando el mercado de software de gestión, en línea con las necesidades apuntadas. José Alberto Terrasa, socio y director general de Software de Gestión de Baleares (‘Navihotel’), enumera cuatro: “servicios basados en cloud computing; nuevas formas de comercialización y conexión mediante la integración del PMS con channel managers, conexiones directas, reservas centralizadas y distribuidas, etc.; integración de dispositivos de usuario (tablet, smartphone...) en los procesos del hotel con el fin de agilizar la operativa diaria y mejorar la gestión; y herramientas de fidelización que permitan un contacto continuo con el cliente”. Desde Micros Fidelio (‘Opera’), su director general, César Díez Rivera, ratifica buena parte de estas tendencias desde la visión de que “en un entorno cada vez más competitivo en lo que a oferta hotelera se refiere, el mercado demanda herramientas que permitan llegar a sus potenciales clientes de forma más directa y ágil. En esta línea, la demanda de soluciones de comercialización online, tales como motores de reservas enlazados con la web del hotel o herramientas de channel

management son las que más interés despiertan”. Asimismo, en el contexto de internet, Díez Rivera apunta “el giro hacia nuevos modelos como el SaaS (Software as a Service)” o alquiler de aplicaciones online mediante cuota mensual.

Por su parte, Ángel Madrona, gerente de ICG Software (‘Front Hotel’), destaca que “la situación actual exige a los fabricantes de software de gestión hotelera altos valores añadidos que permitan diferenciarse de la competencia” y señala como uno de los grandes requerimientos del sector “la completa integración de todas las áreas productivas del establecimiento hotelero”. “En los últimos tiempos”, concluye en línea con el consenso general, “la tendencia se dirige a la integración directa con el channel manager, que permita una comunicación directa entre las reservas que provienen de las webs y motores de reservas con el propio PMS, debido al gran volumen de negocio que representa este tipo de operaciones a través de internet”.

En el aspecto de la integración, Pedro Cruz, director de Ofimática Jaén (‘OfiHotel’) ratifica que “cada vez es más clara la convergencia digital entre todos los dispositivos y procesos, y el hotel (...), que no tiene más remedio que adoptar la nueva tecnología para que pase a formar parte de su ‘mobiliario’ habitual”. En este sentido, según Covadonga Álvarez, delegada comercial de Serenissima Informática España (‘Protel’), recomienda a los hoteles “adaptarse rápidamente a los cambios, estar un paso por delante de la competencia ofreciendo servicios adecuados a los nuevos estilos de vida mediante herramientas de gestión avanzadas, que permitan conocer y explotar la información sobre sus clientes”. Como consecuencia de ello, “las tendencias tecnológicas marcan el rumbo a nuevas estrategias de marketing, fidelización y seguimiento de los clientes”.

Precauciones y carencias

En cualquier caso, a pesar de las virtudes que la tecnología ofrece al hotelero, matiza César Díez Rivera, de Micros Fidelio, “la incertidumbre en la evolución del negocio de nuestros clientes hace que la decisión de inversión en soluciones de gestión sean cortoplacistas y estén principalmente enfocadas hacia herramientas que les ayude a potenciar sus ingresos, asumiendo el mínimo coste de entrada posible”. A esta precaución por el coste también hay que sumar el balance ambiguo que hacen los hoteleros sobre las implantaciones tecnológicas. Según la encuesta Hostelmarket, ciertamente un destacable 31,7% de los hoteles consultados dice tener un nivel alto o muy alto de satisfacción, pero domina la opinión aceptable (52,4%) y hay que tener en cuenta las experiencias malas o muy malas del 13,4%.

Rodrigo Martínez, del ITH, reconoce como posibles carencias de la oferta de PMS “la falta de especialización y de flexibilidad para adaptarse a las necesidades, tamaños y particularidades de negocio de los hoteles”. “El software de gestión no solo debe responder a los retos de las grandes corporaciones hoteleras, sino que deben, especialmente, atender las demandas del 70% del sector hotelero español, formado por pymes”. “Por otro lado”, remacha Martínez, “y junto con herramientas que favorezcan la comercialización y gestión del negocio, es importante que los operadores trabajen en diseñar herramientas más específicas, orientadas a la gestión de costes de los activos, herramientas de control y monitorización de consumos energéticos para minimizar las desviaciones de consumos respecto a presupuesto, identificar puntos de mejora y un largo etcétera”. En este sentido, el ITH y Micros Fidelio se acaban de embarcar en “un proyecto piloto para la incorporación de herramientas de gestión hotelera 100% integradas y adecuadas a las necesidades y dimensiones de cada establecimientos participante, especialmente pensadas para adaptarse a pequeños y medianos hoteles, establecimientos independientes o gestiones corporativas”, según un comunicado conjunto.

En este contexto de recelo ante el gasto y los resultados, la empresa Prohack System ha presentado ‘Avirato’, “el primer PMS y gestor de reservas online totalmente gratuito que realmente merece la pena”, en palabras de Héctor Tino, responsable de producto. Esta aplicación se descarga e instala sin coste alguno y no supone “inversiones ni cuotas o comisiones de ningún tipo”. Prohack System procede de la antigua Azure Advance, que fue adquirida por Microsoft, y “por ahora nos mantenemos con lo que Microsoft y otras compañías nos han proporcionado”. La falta inicial de ingresos del operador se compensará, según Tino, con la “idea de crear un gran número de clientes [actualmente, 168 hoteles] para poder buscar otras formas de financiación indirectas que no supongan costes al hotelero, como pequeñas herramientas de otros sectores creadas para Facebook, por ejemplo, y creemos que es el modelo a seguir”.