

# Introducción a los Negocios Hoteleros y de Turismo



**Docente:** Lic. Bethsy Raquel Sotelo Morales

**Alumna:** Allison Ximena Bolívar Zapata

**Tema:** Tendencias hoteleras



# **Tendencias Hoteleras**

# ¿Qué es una tendencia?

Una tendencia es enfocarnos en algo, para poder llevar a cabo .

Las tendencias sociales dictan la moda, pero en 1939, fue la guerra la que causó tremendo impacto en la vida diaria y por tanto influyó en los cambios y sufrió el vestido. Pero curiosamente el cambio sería permanente, pues en líneas generales las nuevas tendencias se mantuvieron después de 1945.

# Glamping, Glamour

## *Campamento de lujo*

Glamping:  
combinación de  
Campamento y  
Glamour.

Se da dentro de una  
Carpa, o de alguna  
Cabaña de madera.



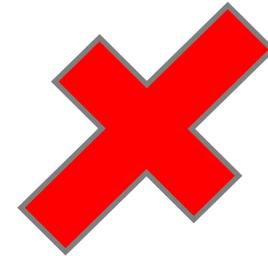
Saco de dormir



Cantimploras



Letrinas



Atención 24 horas del día



King Size



Calefacción



Baño Privado



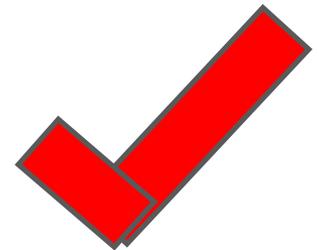
Sábanas de Seda



Alfombras Persas



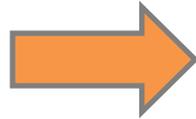
Muebles antiguos





## Camping Glamour (ÁFRICA)

Esta opción de campamento nacido en África, es muy recomendable para personas que deseen tener todos los lujos de los hoteles, pero con la posibilidad de disfrutar LA NATURALEZA.



# Hoteles POD

*Pequeños y tecnológicos*

Ofrece habitaciones minúsculas, económicas, modernas y, sobre todo, muy bien ubicadas, a pasos de los principales atractivos turísticos

Lugares Aplicados



Europa

Berlín

Londres

Budapest

Económicos

Encontramos  
hoteles de  
bajo costo  
(25 Libras la  
noche).



Hotel-Cápsula /Japón

Pequeño diseño



Ofrece



Son habitaciones pequeñas, también con diseños y tecnología de punta, donde lo digital nunca puede quedar de lado.



Una cabina con cama pensada para quienes hacen escalas de varias horas, pero con Wifi, pantalla plana de 24 pulgadas y servicio a la habitación.



Conecciones para Ipod



Pantalla Plana



Conserje Virtual



Sistema de Despertador



# Hostales Boutique

*Economía sofisticada*

Prolifera en Europa y en ciudades sudamericanas



Siempre relacionados con viajeros de bajo presupuesto ofreciendo las más básicas habitaciones de la industria, al menor precio posible



A pesar de ser económico, (15 euros por persona); tiene piscina y terraza.





Encontramos  
también  
televisores con  
pantalla plana  
y un pequeño  
bar.

# LIFESTYLE

## *Lujo a Medida*

Hoy se usa el término "lifestyle" para describir a un creciente nicho de hoteles exclusivos que buscan satisfacer a sus clientes basados en el estilo de vida que practican.



los que quieren tecnología



los que buscan balancear cuerpo, alma y espíritu

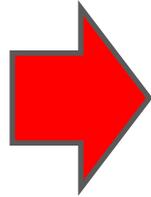


los que apoyan la ecología



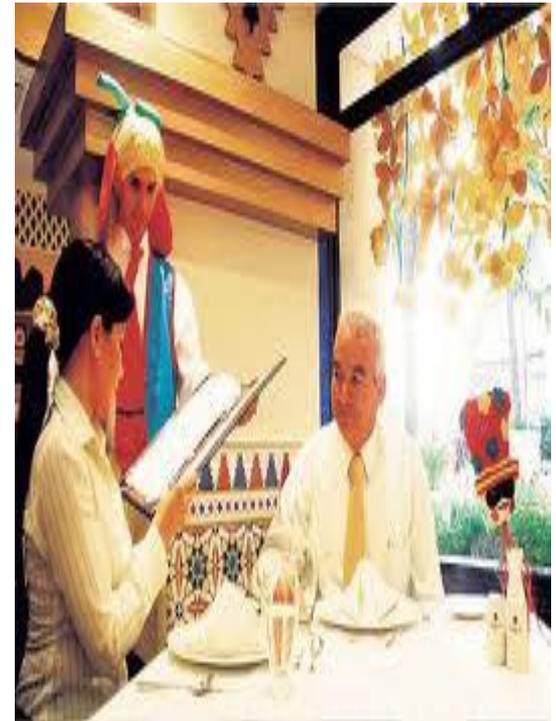
## Objetivos

Combinar el carácter y el diseño de un hotel boutique con las ventajas operacionales y de marketing de la marca".



## Más adelante . . .

Se abrirá paso a hoteles pensados para viajeros ejecutivos, y que en vez de tener, por ejemplo, lobby y bar, cuentan con un área llamada Gallery, que funciona como una cafetería de barrio, con televisión, butacas y hasta mesa comunitaria. Además, tienen detalles, que permite a los pasajeros atenderse solos, tocando una pantalla electrónica que luego carga el consumo a la habitación. Todo eso cuesta, en promedio 80 dólares por noche.



# Verdes y Orgánicos

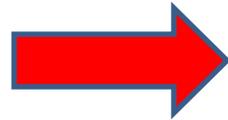
*Pasión Ecológica*



Una de las mayores herramientas para diferenciarse en la industria hotelera actual es, justamente, ser verde. Esto es, proteger el medio ambiente en cada una de las actividades, no sólo en el clásico letrero que invita a los huéspedes a reutilizar las toallas.

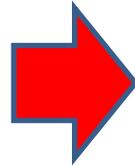
Aquí se trata de usar energías alternativas, tener dispositivos para procesar y reciclar basura, construir sin dañar el entorno, utilizar sólo productos orgánicos en la cocina, controlar las emisiones de dióxido de carbono y, por cierto, contar con un staff ampliamente capacitado en estas materias, entre otros requisitos.

Son hoy varias organizaciones que están velando por calificar cada uno de estos establecimientos



## Lo que impulsa al Sector Hotelero

La globalización y las economías emergentes ofrecerán grandes oportunidades mientras los viajeros estarán mejor informados y demandarán experiencias exigentes basadas en sus necesidades personales.



Las nuevas tecnologías ofrecerán oportunidades para personalizar la experiencia y mejorar el rendimiento operativo.

El estudio de (El camino hacia el futuro del sector hotelero), identifica cuáles son las principales tendencias que influirán en el sector hotelero en el futuro inmediato y las implicaciones tecnológicas para establecimientos y cadenas hoteleras.

Los grandes  
motores de  
desarrollo para el  
sector hotelero.



Globalización



Nuevo Perfil de  
Clientes

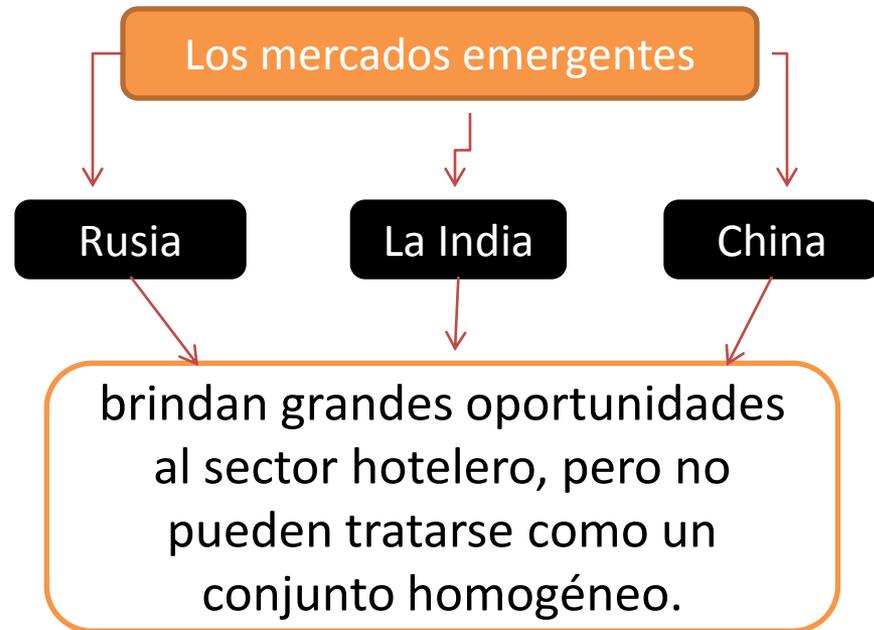


Nuevas  
Tecnologías

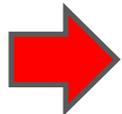
# Oportunidades de crecimiento en nuevos mercados



El informe apunta a la globalización como factor clave.



EJEMPLO



los clientes de China buscarán, planificarán y reservarán un hotel de forma diferente a como lo harían unos clientes rusos. El concepto de integridad de marca es determinante: los hoteles tendrán que ofrecer un nivel de servicio homogéneo en un entorno internacional y, al mismo tiempo, adaptarse para atender en los respectivos mercados nacionales a estos clientes con nuevas culturas y sensibilidades.

## Servicio al cliente



El viajero moderno demanda experiencias basadas en sus necesidades personales.



La industria hotelera es consciente de que debe ir más allá en su adopción de las redes sociales. Las opiniones de los usuarios sacan a la luz la verdad de una marca hotelera, ya que a menudo los clientes recurren a personas de su mismo grupo social como fuente principal de información.



Ahora, los hoteles se enfrentan al desafío de mantener unos elevados niveles de calidad y satisfacer las expectativas de clientes que se han informado mucho antes de elegir el establecimiento y efectuar el viaje.



Los clientes más exigentes del futuro querrán interactuar con un hotel en todos los puntos de contacto. Los hoteles tendrán que extraer y almacenar más datos, por lo que el acceso a esta información tendrá que ser más rápido y más preciso para personalizar la experiencia del huésped.



## Integración tecnológica para mejorar la eficiencia operativa

A medida que crece la complejidad de la gestión de la distribución, del canal y del contenido, garantizar una plena integración entre estos sistemas clave será una de las grandes prioridades de los hoteles.





Es necesario facilitar la integración de las aplicaciones, las bases de datos y las redes técnicas, entre ellas y con sistemas de terceros, para optimizar la colaboración con socios.

La creciente importancia del canal móvil es innegable. Aunque el uso de dispositivos más pequeños para efectuar reservar todavía no se ha generalizado, se prevé que las plataformas tecnológicas utilizadas por las empresas hoteleras deberán permitir al usuario todo tipo de interacciones para integrar en el futuro teléfono, fax, PC, PDA y móvil.

The screenshot displays the zZee FrontDesk NextGen software interface, version 6.0.10.004. The interface is divided into several sections:

- Navigation Menu:** Front Office, Back Office, Tools & Utilities, Laundry, CRM, Banquet, Help.
- Functionality Icons:** WalkIn, New Reservation, Reservation List, New Booking Operation, Booking List, Block Room, Block Room List, Guest Ledger, Guest Database, Guest Search, Guest Message, Phone Directory, Change User, Cashier Report.
- Calendar:** A calendar for May 2008 with the 27th selected.
- Guest Information Form:** Fields for First Name, Last Name, Folio No, Res. No, and Booking No, along with buttons for Clear, Search, Amount Paid, and Extra Charge.
- Floor Plan:** A detailed view of the hotel's ground floor, showing various rooms and amenities. Rooms are color-coded: red for occupied, blue for vacant, and black for blocked. Amenities include Parkway, Recreation, Gaming Zone, Reception, Lawn, Swimming Pool, Beauty Saloon 1, and Restaurant.
- Status Summary:** Vacant: 55, Occupied: 38, Blocked: 0, Reserved: 2, Suspense: 0.

SOFTPICKS.NET

El sector hotelero está experimentando un periodo de cambio sin precedentes y seguirá transformándose.



Los clientes están cambiando, la tecnología está cambiando y los mercados están cambiando.



También es un periodo que brinda oportunidades nunca vistas hasta ahora y nuestro compromiso es seguir estando a la vanguardia de las necesidades y demandas de los viajeros, tanto ahora como en el futuro



Con la comprensión de estos motores de desarrollo, esperamos ofrecer la tecnología que materializará estas promesas y que permitirá a las empresas hoteleras seguir siendo competitivas en este mercado tan cambiante».

# Bibliografía.

Tendencias hoteleras: entre el gran lujo y el bajo coste. FITUR 2007.