

La tecnología como factor decisivo en la aceleración del Turismo y del Transporte: modelos de eficiencia y optimización IT

Conclusiones de la sesión de IBM celebrada el 2 de diciembre con expertos y profesionales del sector turístico y del transporte



Las cifras son rotundas: el **turismo** ha experimentado en 2020 una **caída global de aproximadamente un 80%**, lo que convierte al sector en el más afectado de la pandemia. A la espera de la progresiva apertura de fronteras, la vuelta de la confianza del viajero o vacunas que puedan frenar el virus, las empresas del sector se enfrentan a unos **meses decisivos** para su futuro, en los que **deben abordar nuevas estrategias para su recuperación**: ¿qué papel va a jugar la tecnología en la vuelta de la actividad en este sector?

Además de mejorar la experiencia de cliente, las empresas buscan que su inversión les permita **reducir costes y optimizar procesos** para abordar una recuperación de manera eficiente.

El pasado 2 de diciembre, IBM reunió a expertos y profesionales del **sector del turismo y del transporte** para analizar cómo están planteándose la agenda tecnológica para abordar su estrategia de recuperación.

En la sesión participaron diferentes representantes de empresas del sector, como **Grupo Piñero, Grupo NH, Alsa y Renfe**, y entidades como la **CEOE, Turistec** y la **Organización Mundial del Turismo**.

La tecnología como habilitador de nuevos modelos de eficiencia

Natalia Bayona, Directora de Innovación, Inversión y Educación de la Organización Mundial de Turismo (OMT) abrió la sesión dibujando la foto actual de la situación del sector. Y los datos son impactantes: el 80% de caída representa unos **850 millones menos de turistas**. Y es que, por primera vez en la historia, “se han cerrado totalmente las fronteras y se ha producido un bloqueo total”, apunta Bayona. Un cierre que, además, ha impactado en otros sectores, como el de fabricación, ya que el turismo es uno de los sectores más transversales. En total, se calcula que están en riesgo hasta 100 millones de empleos.

Para Natalia Bayona, una de las claves de la recuperación será la **colaboración público-privada** y el gran reto es poner de acuerdo a diferentes países para establecer políticas y protocolos comunes que normalicen el flujo de personas de un país a otro.

Dependiendo de la evolución, los escenarios pueden variar, pero Bayona calcula que **la recuperación no comenzará antes de junio de 2021 y no se completará hasta 2023-2024**.

Mientras que llegan estos escenarios, el sector busca soluciones. Un ejemplo es el desarrollo del **turismo alternativo y doméstico** y explora nuevas fuentes de ingresos en el plano nacional:

planes rurales y de naturaleza, eventos nacionales y nuevos destinos interiores (como la España vaciada).

Pero es **la aplicación de tecnología la que más puede ayudar al sector a ser más competitivo en el futuro**. Natalia Bayona explica que, entre otras cosas, la tecnología va a permitir **transformar el trabajo** (por ejemplo, los eventos online crean nuevas necesidades), **usar los datos** para tomar decisiones más inteligentes o utilizar soluciones que aumenten al máximo la **eficiencia en los procesos**.

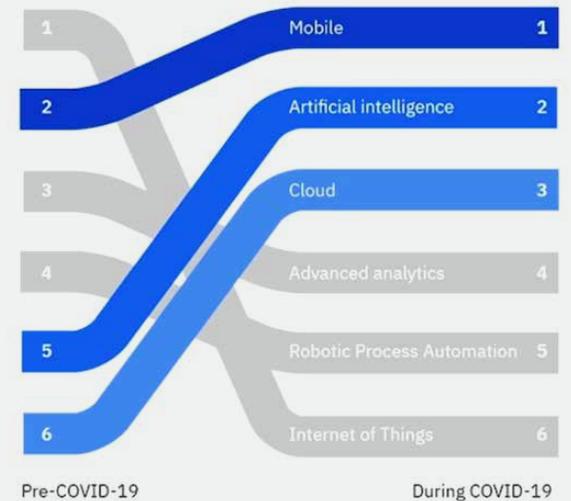
En esta línea, **César Romera, Director de Desarrollo de Negocio de IBM Services**, apunta que las empresas están centradas hoy más que nunca en el ahorro de costes y en la optimización. Para ello, según la experiencia de IBM, están transformando sus infraestructuras hacia **arquitecturas más eficientes en cloud** y operando en **modelos de externalización** que les permitan trabajar con flexibilidad y seguridad.

Se trata, según César Romera, de apostar por un **modelo tecnológico que permita hacer el ‘viaje’ completo de transformación** y esto pasa por apostar por tecnologías abiertas y robustas, pero también por contar con un socio que permita resolver “todo lo demás”: **personas, capacidades, compliance...**

Natalia Bayona, Directora de Innovación, Inversión y Educación de la Organización Mundial de Turismo (OMT)



César Romera, Director de Desarrollo de Negocio de IBM Services,



Es un buen momento para innovar

César Romera explica que la pandemia ha acelerado todo lo que tiene que ver con la innovación. Según una encuesta del IBM Institute Business Value de noviembre de 2020, tecnologías como **cloud o Inteligencia Artificial han subido al top 3** de interés entre los ejecutivos entrevistados.

Además, un 66% confirma que han conseguido **ejecutar estrategias innovadoras** en ámbitos donde solían encontrar cierta resistencia. Y un 60% ha **acelerado su procesos de automatización y gestión del cambio** durante la pandemia.

Ejemplos de innovación para ser más eficientes

Durante la sesión, **Carmen Prada, Directora de las Industrias de Consumer y Travel & Transportation de IBM**, charló con empresas líderes del sector del Turismo y Transporte como **Alsa, Grupo Piñero, NH y Renfe**, que compartieron su experiencia en la aplicación de tecnologías que les están ayudando a ser más eficientes.



NH, el uso de la IA para ser más eficientes

En el Grupo NH están explorando diferentes soluciones centradas en mejorar la experiencia del cliente (ahora muy enfocada en la seguridad), pero también en soluciones que, al mismo tiempo, aumenten la excelencia y eficiencia operativa.

Alu Rodríguez, SVP Business transformation del NH Hotel Group, lo ejemplifica, por ejemplo, con su apuesta por la **automatización** de procesos, con la que pueden eliminar tareas de bajo valor añadido. También destaca una solución de **asistente virtual**, que han realizado con IBM, que les ha permitido optimizar al máximo la contestación de emails, reduciendo costes, aumentando agilidad y, a su vez, mejorando la experiencia de sus clientes, que en menos de 2 horas recibían respuesta. En su agenda seguirán apostando por la **Inteligencia Artificial** y comienzan a explorar **soluciones de voz, eventos híbridos** y aplicaciones de **movilidad** para clientes y empleados.



Grupo Piñero: impulsar la recuperación desde el negocio

Para Grupo Piñero, la aplicación de la tecnología en el sector pasa por **digitalizar toda la cadena de valor**, tanto para abordar la mejora de la experiencia y fidelización del cliente (con pulseras contactless o check-in digital, por ejemplo), como para aumentar la **eficiencia del back-office** y procesos internos. En su caso, por ejemplo, les está permitiendo maximizar la **variabilidad de los costes**.

Según explica **Mateo Ramón, CIO del grupo**, una de las claves del éxito está en **implicar a las áreas de negocio** para que impulsen los proyectos y evitar así inversiones fallidas. En su caso, destaca la **apuesta por cloud y soluciones de mercado estandarizadas** para controlar costes, de hecho, tienen en su agenda cerrar sus 4 data centers corporativos y migrar hacia entornos híbridos. Cuentan también con una **oficina del dato** que les ayuda a aprovechar y a definir KPIs claves en todos los niveles de la empresa.

Ejemplos de innovación para ser más eficientes



Renfe: colaboración para evolucionar

Según explica **Manuel Villalante, Director General de Desarrollo y estrategia de Renfe**, las TIC han pasado de ser algo instrumental a ser un modelo de negocio en sí mismo. En su caso, siguen utilizando la tecnología como instrumento para automatizar procesos o extraer y explotar datos. Pero la gran novedad es utilizarla para desarrollar **nuevos modelos de negocio**.

En este sentido, durante el evento, Manuel Villalante anunció la puesta en marcha de una **plataforma de movilidad**, abierta a todos los medios de transporte (desde el tren o autobuses hasta los patinetes y bicicletas urbanos), que permita crear un ecosistema colaborativo en el que se puedan ofrecer **servicios integrales de movilidad al usuario**. Un modelo que, según explica, puede ayudar a abordar nuevos objetivos para el sector, como llegar a la España vaciada o el teletrabajo en lugares lejanos.



Alsa: digitalización a todos los niveles

Para Alsa la clave es la recuperación de la confianza del viajero a través del aumento de seguridad. Sin embargo, según explica **Carlos Acha, Director de Digitalización en ALSA**, las empresas vienen muy resentidas de la crisis y además, los nuevos protocolos de limpieza, por ejemplo, hacen que la operativa sea más cara.

Por eso se necesita invertir, sí, pero el 'retorno de la inversión' tiene que ser rápido. Para ello, la clave es hacer un **buen uso de la tecnología y digitalizar 'a todos los niveles de la empresa'**, desde el conductor hasta el consejero delegado. Entre sus proyectos se destacan los que utilizan el **dato, IoT e IA**, por ejemplo, para el mantenimiento predictivo, pero también para obtener analíticas más potentes para gestionar los costes. Acha apuesta sobre todo por una **colaboración de sectores turismo y transporte** para generar sinergias y nuevas experiencias a clientes.



Aprovechar el momento de transformación

Las ayudas y los nuevos fondos europeos para la digitalización y modernización de las empresas van a ser una de las claves para la recuperación. Organizaciones como la CEOE y Turistec compartieron algunas recomendaciones para aprovechar este momento.



CEOE: tecnología para ser más competitivos

Para **Marta Blanco, Presidenta Internacional y del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE**, la recuperación del sector pasa por conseguir que la movilidad sea segura. Y eso depende de que haya medidas coordinadas entre países, de eliminar cuarentenas o apostar por los test de antígenos, una de sus peticiones actuales.

Porque, a su modo de ver, “está bien que se apueste por el turismo local, pero es fundamental **recuperar la movilidad entre países**”, ya que la capacidad de financiación de nuestra economía depende en gran medida del turismo internacional y de la exportación de servicios.

Marta Blanco invita a las empresas a invertir hoy en la transformación digital, porque cuando todo se recupere **la competencia va a ser feroz**, y solo las empresas más competitivas van a ser capaces de operar. “Las empresas españolas siempre han demostrado saber cómo aplicar la tecnología a sus modelos de negocio, y eso es lo que tenemos que hacer ahora y **aprovechar para invertir ahora** para estar mucho más preparados cuando todo vuelva”, concluye.



Turistec: reforzar la colaboración público-privada

Desde Turistec nos recuerdan que de los **fondos de recuperación europeos** que van a llegar a España, un 33% se va a destinar a la digitalización. Y en el plan de digitalización del gobierno, **el turismo es uno de los sectores clave**, junto a la salud, la automoción y el comercio. También existen otros programas en el marco financiero plurianual que se pueden aprovechar, como el de Horizonte Europa o el de Europa Digital.

Según comenta **Dolores Ordóñez, Vicepresidenta de Organismos Internacionales de Turistec**, “tenemos que aprender a aprovechar todas estas ayudas y potenciar la colaboración público-privada para que conjuntamente seamos capaces de aprovechar e implementar correctamente esos fondos”.



Cómo le podemos ayudar

Al finalizar la sesión, **Enrique Cortés, director de servicios de infraestructura de IBM**, invitó a las empresas a **realizar un estudio gratuito de viabilidad con IBM**, donde, a través de un business case muy práctico se analizan diferentes escenarios para el desarrollo de un plan de transformación para las empresas del sector.



En este estudio, IBM le ofrece una valoración de su caso teniendo en cuenta tres aspectos clave:

1. Cómo asegurar el **retorno de la inversión**.
2. Definición de un **catálogo de servicios** definitivo a la hora de gestionar los costes.
3. **Propuesta de un modelo** que equilibre la arquitectura con la operativa.

Le proponemos un **paso ordenado a cloud**, donde su aplicaciones tradicionales y las Cloud Native coexistirán en los próximos 10 años y donde necesitará una gestión de infraestructura flexible, abierta y multicloud.

Si tiene interés en realizar este estudio, póngase en contacto con:



César Romera, Director de Desarrollo de Negocio de IBM Services
cesar_romera@es.ibm.com



Enrique Cortés, Director de Servicios de Infraestructura de IBM Services
enrique_cortes@es.ibm.com

Capacidades de los nuevos modelos de infraestructura

Habilitar auto-servicio de IT

Portal de autoservicio para ordenar, implementar, operacionalizar y gobernar a través de plataformas.

Gestión de servicio

Modelo de entrega basado en SRE y DevOps con enfoque de "automatización primero" y principios de entrega "seguros por diseño".

Pago por consumo

Servicios gestionados y niveles que se alinean con los modelos de consumo de "pago por uso" en la nube.

AppOps

Integrable en un modelo de gestión de aplicaciones "full stack".

Explotación de infraestructuras Multicloud

La entrada de Cloud requiere la evolución del Modelo tradicional de Servicios para ser capaz de gestionar, de modo eficiente, entornos híbridos donde conviven el Entorno 'Legacy' y los nuevos Entornos Cloud.

Soporte de infraestructuras híbridas y multicloud

Traditional IT, cloud hosted (private, public), cloud native.

Servicios "Zero touch" & "Passive IT"

Capacidades de automatización integradas e intuitivas que aprovechan la cognición de datos y el aprendizaje automático.

From tool-oriented service to platform-oriented

"Cloud management platforms" como productos integrados para permitir que TI administre entornos de nube públicos, privados e híbridos en múltiples proveedores.

Skills y expertise at scale

Recursos y capacidades humanas acreditados para las tecnologías presentes y futuras y para migraciones a cloud.

IBM Services para la Gestión Multicloud

Expertise



Automation



Managed Services



Ecosystem



Consultoría

Implantación

Operación



IBM, el logo de IBM, ibm.com y Global Business Services son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Internacional Business Machines Corp. registradas en diversas jurisdicciones de todo el mundo. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas comerciales de IBM o de otras empresas. Encontrará una lista actual de las marcas de IBM en el apartado "Copyright and trademark information" de la página web ibm.com/legal/copytrade.shtml.