

# *Máster Universitario en Dirección Hotelera y de Restauración*

**O S T E L E A**

TOURISM MANAGEMENT SCHOOL

*Innovación y Mentalidad Emprendedora  
Customer Centric & Inteligencia Artificial.  
Diego Santos*



# Customer Innovation

Customer-centric strategy  
for enduring growth

Marion Debruyne

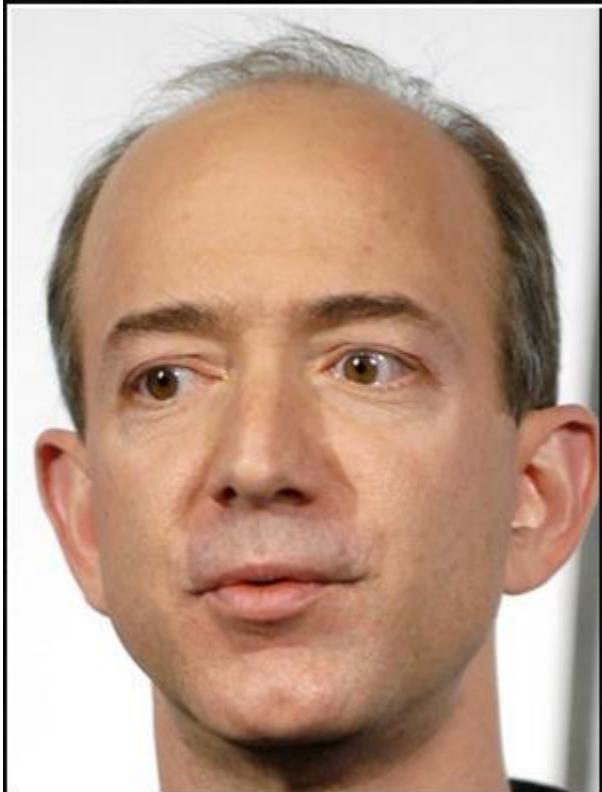




# SevenFiftyDaily

SUPERTASTERS





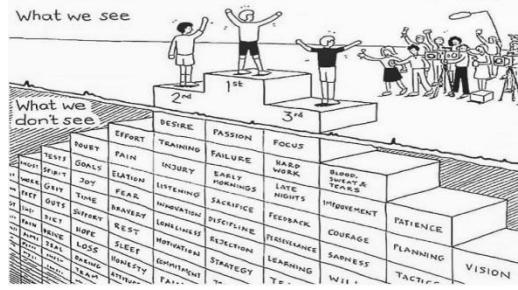
The most important single thing is to focus obsessively on the customer. Our goal is to be earth's most customer-centric company.

— Jeff Bezos —

AZ QUOTES



## What people don't see:





# CONTINGENCY PLAN





CARTAS JEFF BEZOS





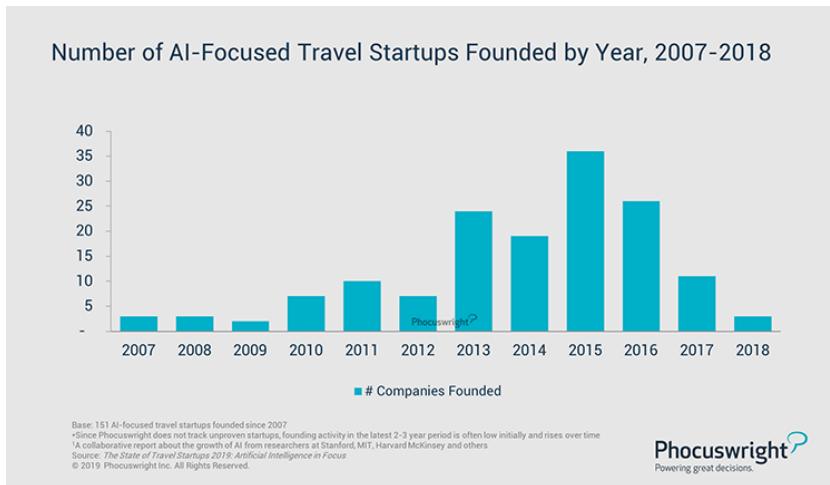
## 1. Definición de Inteligencia artificial

La Inteligencia artificial es el campo científico de la informática que se centra en la creación de programas y mecanismos que pueden mostrar comportamientos considerados inteligentes. En otras palabras, la IA es el concepto según el cual “las máquinas piensan como seres humanos”.

Normalmente, un sistema de IA es capaz de analizar datos en grandes cantidades (big data), identificar patrones y tendencias y, por lo tanto, formular predicciones de forma automática, con rapidez y precisión. Para nosotros, lo importante es que la IA permite que nuestras experiencias cotidianas sean más inteligentes. ¿Cómo? Al integrar análisis predictivos (hablaremos sobre esto más adelante) y otras técnicas de IA en aplicaciones que utilizamos diariamente.

- Siri funciona como un asistente personal, ya que utiliza procesamiento de lenguaje natural
- Facebook y Google Fotos sugieren el etiquetado y agrupamiento de fotos con base en el reconocimiento de imagen
- Amazon ofrece recomendaciones de productos basadas en modelos de canasta de compra
- Waze brinda información optimizada de tráfico y navegación en tiempo real

# Inteligencia artificial aplicada al turismo: utilidades a tener en cuenta





# ¿Alexa en un hotel?

## Amazon for Hospitality

Aunque Amazon no ha hecho ninguna incursión en viajes desde su efímero producto Amazon Local en 2013, la compañía claramente tiene en mente a este sector. Alexa for Hospitality se lanzó en 2018, llevando la tecnología de voz Alexa de Amazon a las habitaciones de los hoteles de todo el mundo.

Con Amazon ayudando a los hoteles a prestar sus servicios, la empresa se integra profundamente en el tejido operativo de un hotel. A partir de ahí, es mucho más fácil imaginar que Amazon pueda ampliar su oferta.

Ya sea un club exclusivo de fidelización de viajes para miembros de Prime o un motor de reservas con voz (o algo completamente distinto), Amazon aplicará sin duda sus conocimientos de Alexa for Hospitality a otros sectores de la industria del turismo y el alojamiento.



Amazon Alexa devices (left to right): Echo Dot, Echo, Echo Plus

## Principales conclusiones:

- Amazon, Facebook o Apple tienen la capacidad tecnológica para entrar en el sector, pero la industria turística requiere de una dedicación y conocimiento muy singulares.
- La penetración de la voz como tecnología, en menos de cuatro años, será del 80 por ciento de los usuarios. Las empresas turísticas necesitarán algún tipo de presencia en las aplicaciones de voz.
- La voz puede suponer una revolución en el modo en que reservamos hoteles, pero no será la última. El sector hotelero tendrá que adaptarse a esta ola y a las siguientes.
- Los hoteles deben conocer mejor a sus clientes, cómo y por qué reservan. En muchas ocasiones, los hoteles no saben trabajar con todos sus datos dada la falta de herramientas o de conocimiento.
- Los hoteles pierden mucha conversión por no cumplir con cuestiones básicas que faciliten la reserva directa.

Desde la dirección del hotel, plantean la necesidad de incorporar Alexa. Nuestro jefe nos solicita un documento en el que destaquemos los pros y contras que este producto puede tener y una valoración global final.

## Ejercicio. Alexa for hospitality.



