

# Class One

## Transición Tecnológica



Tu **FUTURO**  
es nuestro  
**PRESENTE**



S O C I A L   D I S T A N C I N G



T E C H N O L O G Y      T R A N S I T I O N



# ¿Transición Tecnológica?



Estimado/a miembro del mundo del Hotel y de la Restauración

Todos estamos experimentando tiempos turbulentos en el sector de la hostelería y desde Class One te damos un pequeño resumen de lo que ya ocurre y de lo que va a suceder con buenas noticias!

Una noticia antes avisada, se anticipaba que estaba previsto para 5-7 años, sin embargo la sucesión de hecho de todos conocidos actualmente, se va a **acelerar** a 1-2 años, ya empezaron a tomar medidas con antelación los sectores de la banca, el automóvil, ..., y aún así se está en el comienzo. Permitirme como informático que soy, que me lleve la sardina a mi casa. El mundo ha cambiado y tiene que suceder una pandemia como la que estamos sufriendo para que nos demos cuenta de que nuestros negocios también tienen que cambiar. En una de mis últimas conferencias "Aplicación práctica del Business Intelligence en la hotelería" en 2007, FiturTech, la podría calcar hoy y por desgracia sería igual de actual.

Nos falta "algo", hasta la fecha cuando se pensaba en solucionar la mecánica operativa de una empresa, nos limitábamos sólo a ello, hoy ya no es así, nuestros Clientes forman parte del sistema y como tal debemos integrarlos en el mismo. Mis jóvenes ingenieros (Millenium, generación "Z", ...) me dieron una visión diferente. Un hotel no solamente debe tener solucionado sus necesidades de gestión sino que dentro de ellas debe estar embebido "el cliente", que gran palabra.

Volvamos al ejemplo de la gran banca, lo hacemos todo nosotros y además le pagamos por ello, 😊



# ¿Por qué?

Contexto



La **generación Millennium** ha traído a nuestro entorno a los llamados “digital natives”: individuos para los que el empleo de la tecnología es parte de su vida ordinaria desde sus primeros años de edad, han nacido y se han criado con al menos un dispositivo electrónico al alcance de la mano y para ellos las nuevas tecnologías no son misteriosas y complicadas prácticas a las que es preciso adaptarse.

Su mundo está interconectado, es tecnológico y global. Y, por supuesto, ellos serán los grandes consumidores de la próxima década. Han nacido con las nuevas tecnologías, por lo que esperan obtener siempre rapidez y eficiencia; se mueven siempre unidos a internet y a sus teléfonos móviles, con los que planifican y reservan sus experiencias de viaje, valoran las vivencias offline y buscan una integración con la cultura local de los destinos que visitan.

Son la generación del ‘ahora’, buscan la rapidez, la inmediatez y la información en tiempo real, hacen comentarios, consultan diferentes fuentes antes de reservar, les gustan las experiencias locales y demandan wi-fi de acceso gratuito y de alta calidad.



Para dar cobertura tecnológica a estas necesidades, Class One, ha desarrollado todo un sistema aplicando la metodología de tecnología de 4 capas, desarrollo Web, diseño responsive, y respetando las reglas de negocio (nuestra mochila desde hace casi 25 años), logrando una integración hasta ahora inexistente en el mercado.



# ¿Por qué?

Contexto



¿Por qué ?.

- ✓ El **primer objetivo** es agilizar las operaciones. Aquí el objetivo es aumentar la productividad de los empleados y la eficiencia del proceso, lo que resulta en un ahorro de costes significativo.
- ✓ El **segundo objetivo** es mejorar la calidad de la experiencia de los clientes, lo que lleva a una mayor satisfacción, lealtad, defensa (incluyendo críticas favorables en Yelp y otros sitios de calificaciones populares) y, por supuesto, el crecimiento de los ingresos)
- ✓ El **tercer objetivo**, es el flujo y acceso de la información según rol operativo, acceso inmediato, desde cualquier ubicación y dispositivo.

Con el objetivo claro de obtener un retorno de la inversión por **reducción de costos y crecimiento de los ingresos**.

Intervienen entre otros los siguientes componentes:

- ✓ BI Bussines Intelligence. Profundidad y flexibilidad en la presentación de informes, disparadores predefinidos, ...
- ✓ Gestión de Clientes,
- ✓ Control de Empleados,
- ✓ Conexión con almacén,
- ✓ Gestión de Reservas de Mesas.
- ✓ Gestión Contable.

En los últimos años, la relación restaurante-cliente no ha evolucionado al mismo ritmo que la sociedad. Hoy en día lo hacemos todo desde el móvil, accedes al banco, pides un taxi, reservas un vuelo, gestionas tu vida social, pero una de las necesidades básicas, no los teníamos en nuestro móvil.

El acceso desde el móvil al restaurante hace que el usuario se identifique y se abre un abanico de servicios desde el móvil como son:

- Reserva de mesa
- Pedidos para llevar
- Pedidos para recoger
- Pedidos desde la mesa
- Acceso a información de alérgenos
- Acceso a la composición de los platos
- Petición de factura y pago de la misma
- ...



El restaurante tiene a partir de este momento una información muy valiosa al poner nombre y teléfono a los consumos.



# App



**GHS**  
Global Hospitality System



**Smart Seven Stars**  
Smart Hotel Management System



**StarMR**  
Booking Engine



**CWM**  
Customer Web Mobile



**StarBEO**  
Banquet, Event & Orders



Accounting Movements  
Exportable any **General Ledger**.



**Allar**  
Fiscal-Financial, Analytical-  
Departmental Accounting



**StarPOS Corporate**  
POS/Retail



**StarPOS**  
POS/Retail



**StarECON**  
Warehouse



**StarCrS**  
Central Reservation System



**StarCard**  
PrePaid



# App



At a establishment





# ¿Transición Tecnológica?



## ¿Qué ocurre?

La mayoría de los sistemas informáticos que actualmente están en uso, están obsoletos porque no cumplen las indicaciones necesarias para evitar infecciones tanto porque implican esperas en mostradores a la hora de realizar el checkin como a la hora de pagar porque no podemos pagar desde nuestro propio móvil. El uso de billetes así como del papel se hace a todas luces peligroso tanto porque se tenga COVID-19 sin saberlo como por contagiarse por los plásticos o papeles que trasladamos.

Máxima digitalización (quien no esté 100% digitalizado **fracasará**), renovarse o

Han quedado obsoletos los sistemas de información del estilo o con estructuras piramidales, la tecnología requiere sistemas distribuidos. El viejo concepto de ERP, siempre dije que es una palabra maldita, y como remarco debemos tener sistemas independientes, integrables entre sí, estamos en la generación "google" se ha muerto la generación "windows"

En NY, la gente ha podido seguir disfrutando de sus comidas, ya que estaba muy arraigado el sistema de take away, Delivery, ..., esto implicará que en su vuelta a la normalidad en la Restauración no la sufra tan agudamente, implicará que "seguía funcionando", será y pregunto que en España no estábamos lo suficientemente preparados como para incentivar estas modalidades de consumos?, ¿es acaso que teníamos la tecnología?

Tecnología, tecnología y así mil veces, las empresas tienen que digitalizarse, y que mediante las técnicas de learning machine, Big data, podamos evolucionar, tener una mejor y mayor eficacia en nuestras funciones con una permanencia física la menor posible, calidad de vida. Ciertamente se perderá empleo, pero fue así en la revolución industrial en el Reino Unido, y se pudo superar.

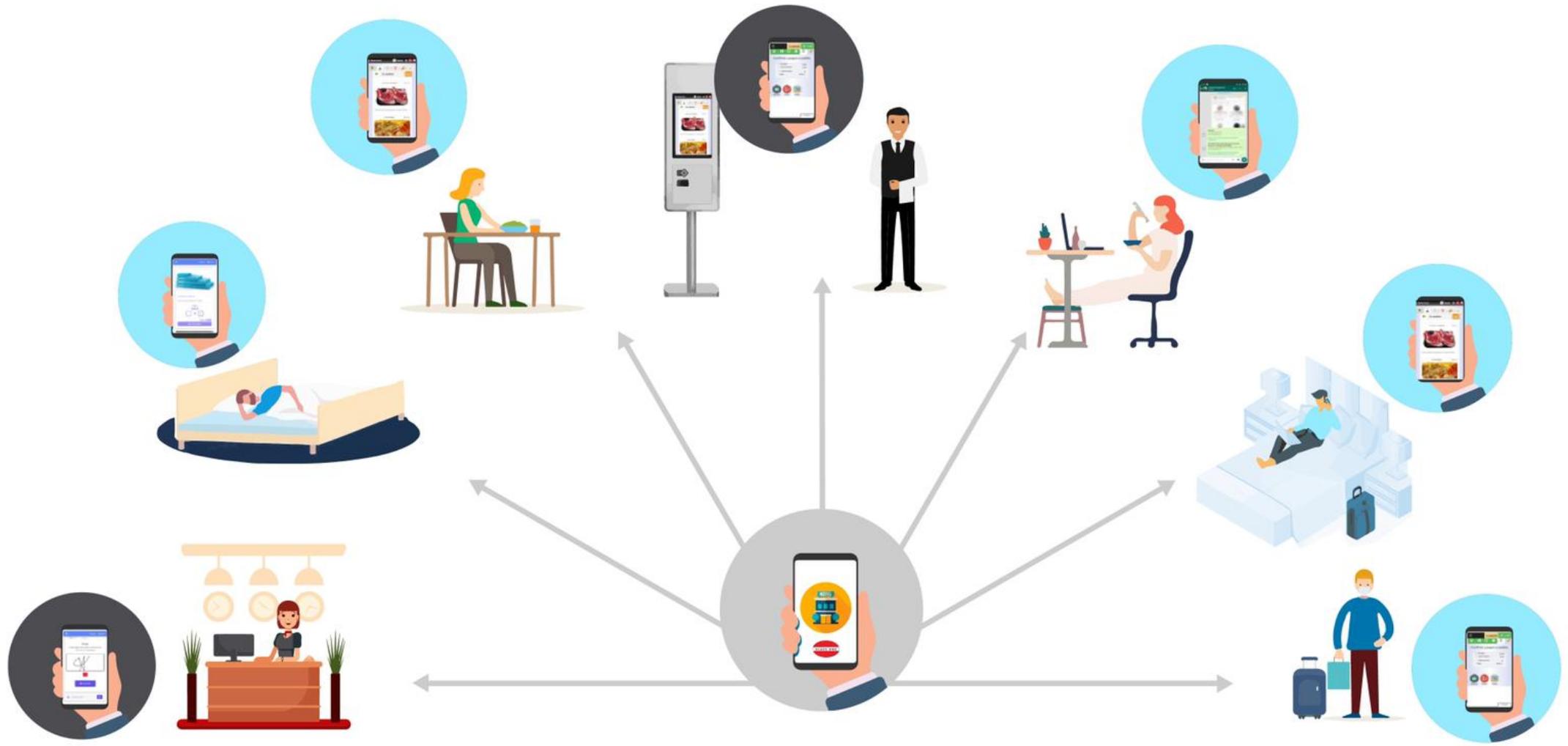
IA, que gran palabra y que fácil es de usar, dejemos que sea nuestro Revenue Manager, o mediante trigger se reaccione ante cualquier imprevisto



# Transición Tecnológica



**Sistemas Distribuidos, a los que añado estas dos palabras**  
**Independientes e Interconectados**



S O C I A L   D I S T A N C I N G



T E C H N O L O G Y  T R A N S I T I O N



# ¿ Transición Tecnológica?



## Qué el viaje de sus clientes no se conviertan en una pesadilla

El hotel debe de ser un espacio que ofrezca las mismas garantías que su casa, con las ventajas de comodidad y servicio a los que tienen acostumbrados a sus clientes. Desde nuestro Customer Web Mobile podemos hacer que su negocio se gestione con la participación de los clientes para evitar al máximo los contactos físicos que ahora nos preocupan y que de ahora en adelante puede ser realidad en el día a día

Vuestra mayor prioridad ahora es dar el mejor servicio posible a los clientes, con la máxima seguridad para su salud y al mismo tiempo, prepararos para superar la crisis y continuar con vuestros negocios para cuando la sociedad vuelva a la normalidad.

Queremos agradeceros por todo el apoyo y el positivismo que hemos recibido de muchos de vosotros. Ahora muchos de los hoteles necesitarán ayuda para cambiar sus sistemas, por lo que nuestro equipo de Atención al Cliente está trabajando con fuerza para ayudar y dar asistencia a estos casos, no obstante, son días de alta demanda, con lo cual, hay algunas demoras. Os damos las gracias también por vuestra paciencia y consideración.

Sabemos de la fragilidad que poseen los hoteles por la excesiva presencia física **que se tenía**, eso va a cambiar y debemos estar preparados.



S O C I A L   D I S T A N C I N G



T E C H N O L O G Y



T R A N S I T I O N



# ¿ Qué pasará ahora?

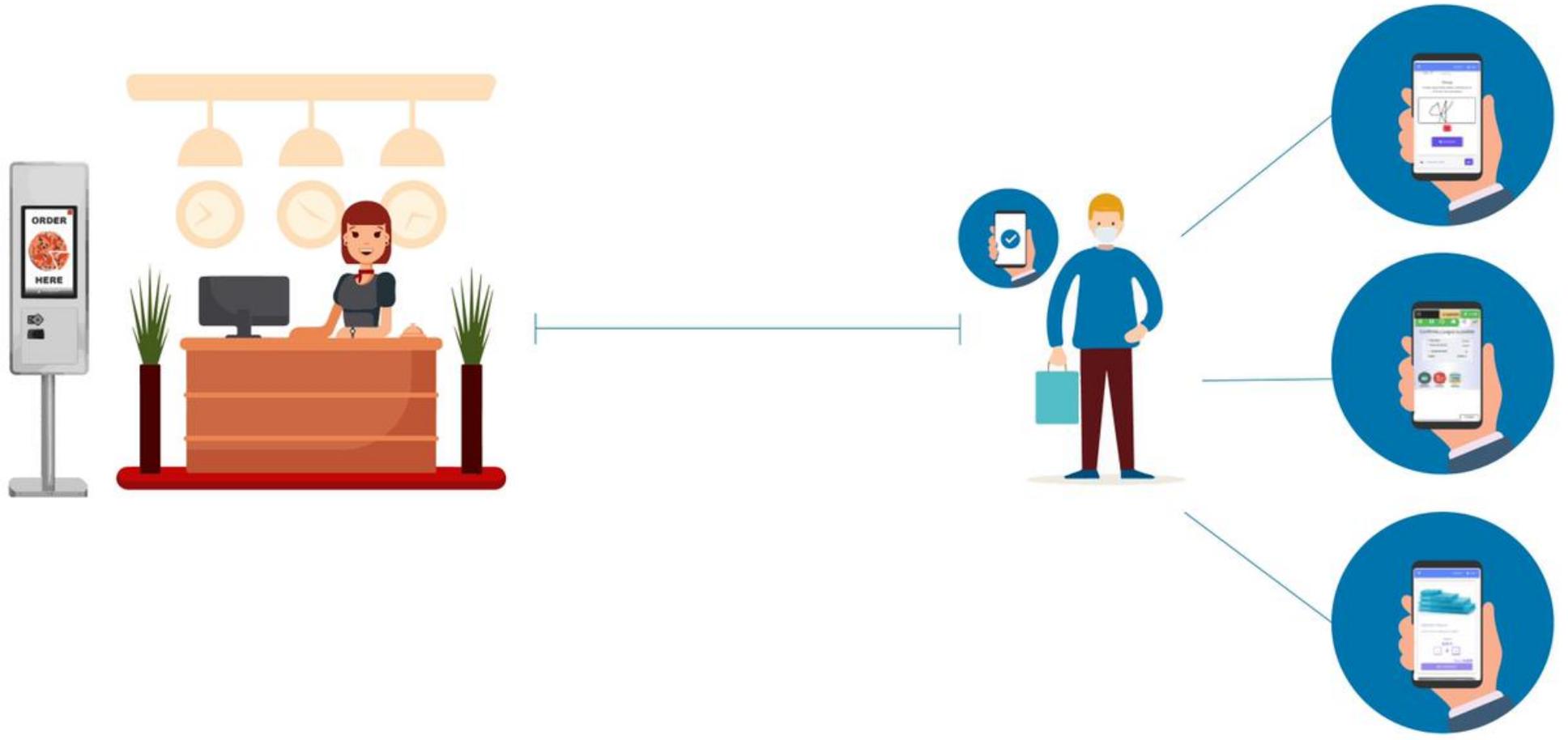


## ¿Qué pasará ahora?

La obligación de los proveedores tecnológicos es siempre el trabajo duro, que los lleve a ser una empresa que facilite al mundo de la hostelería el disfrute y facilite la gestión tanto presencial como remota; Queremos que su empresa se atreva a desafiar lo establecido, que permita que sus empleados comprometidos puedan estar juntos en sus puestos, para trabajar cada día tanto en remoto como de manera presencial con las máximas garantías.

Los flujos de demanda se dirigirán a los mercados con destinos seguros, imaginemos que damos un nuevo giro en España y nuestros protocolos de funcionamiento, apoyados en un alto grado tecnológico, nos hagan ver que somos la mejor opción. Las perspectivas para mercados tales como Turquía, Egipto, Túnez, ..., en mi opinión afrontarán una crisis turística más importante que la nuestra, ¿dónde están sus infraestructuras sanitarias, de transporte seguro, carreteras, ...? Aprovechemos esta ventaja

¿Se tendrá que usar el **pasaporte sanitario**, tanto por el cliente como por los Hoteles?



S O C I A L   D I S T A N C I N G





# ¿La Solución?



## La Solución

### Buenas noticias para nuestros clientes.

Nuestros clientes deben disponer de herramientas que :

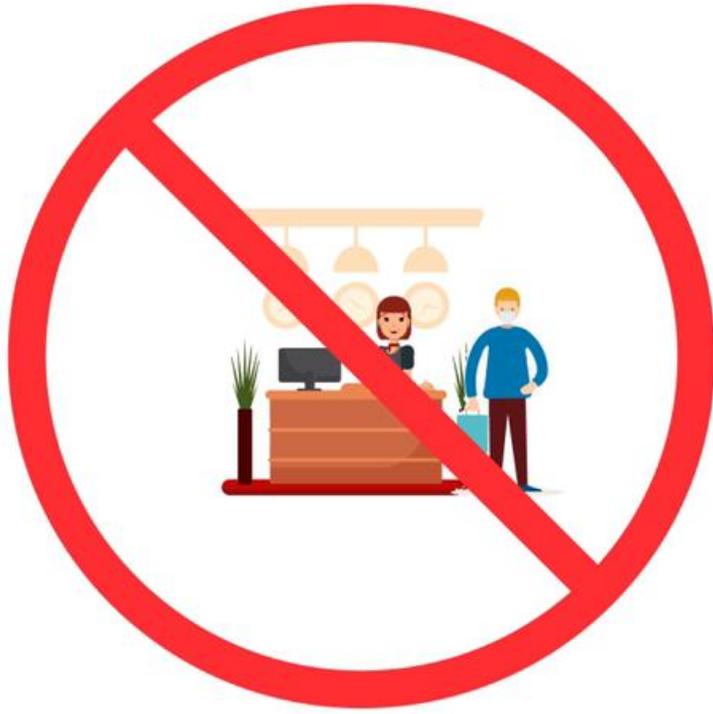
- Permite la anulación de las colas en recepción, "fuera colas", con nuestro sistema Customer Web Mobile los clientes harán check-in express (enseñarán el pasaporte –si la policía permite obviar este requisito por estar ya todos los datos digitalizados, y se irán para la habitación)
- El cliente desde su Smartphone y sin bajarse ninguna app, podrá realizar todas aquellas funciones que antes se necesitaba acudir a recepción.
- Y que pasa en el restaurante, puede pedir la comida "take away", o sentarse en la mesa y desde su teléfono seleccionar aquellos productos que desea consumir, y a la hora de pagar hacerlo desde el móvil e irse.

**Generar confianza** a sus Clientes es una baza importante

Sus empleados y su Hotel deben y pueden prestar o subcontratar los servicios:

- Hacer Teletrabajo en cualquier situación
- Tener conocimiento de sus Canales, Segmentos de Mercado, Business of Source, ...
- Outsourcing (housekeeping, lavandería, ...)
- Cambio de horas estáticas a horas que generan productividad.
- Incentivar el valor de talento (upselling, cross-selling, ...)

En resumen ser **hoteles diferentes**, y con una mayor rentabilidad y **fidelización**



S O C I A L   D I S T A N C I N G



T E C H N O L O G Y



T R A N S I T I O N



# ¿ Compliance ?



## Compliance

Unas nuevas normas tendremos que cumplir, eso debemos de tenerlo claro, los expertos hoteleros, estudiarán las mismas y se irán mejorando poco a poco, pero "compliance" esa es la palabra "cumplimiento".

Deben de existir unos protocolos, ok, ¿pero como se controla la evidencia de que se hayan cumplido?

Debemos saber que se han cumplido ¿pregunto?, tenéis la tecnología para este control, que siendo simple, sea auditable y que bajo sistemas de pseudo-alarmas nos informe de su cumplimiento. ¿Qué diríais si estos datos fuesen semi-publicos?, ¿Cómo diferenciaría unos hoteles de otros?, ¿A que hotel irían los potenciales huéspedes?, ...

En resumen que todo procedimiento **se cumple y se evidencia**.

Esos controles "ya existen" en Smart Seven Stars, porque le hemos dado la suficiente importancia para su inclusión en el sistema.

Comunicación, comunicación, ..., que los departamentos se relacionen entre sí y la información fluya sin necesidad de procesos, previo fijar unos protocolos de funcionamiento y con sus correspondientes programadores de tareas, lo hagan por nosotros, de eso es de lo que estoy hablando, **tecnología** que lo haga por nosotros, los triggers serán cada vez más vitales para diferenciar un hotel de otro hotel.



# Compliance



## Caso de Estudio

Esto ya me lo están pidiendo en el sector, pero he aquí, que ya estaba previsto, he observado en una de las intervenciones en linkedin, de nuestro Presidente Manuel Vegas, que se van a proceder a fijar determinadas normas, protocolos que ha provocado esta pandemia.

Cómo se van a controlar los registros sanitarios, de limpieza, acercamiento entre el personal "**la distancia**", en housekeeping que nuevas normas, y sobre todo como sabemos que se cumple, la evidencia de su "**compliance**".

En este apartado introduciré la información que me ha suministrado Miguel Marcos, Subdirector General de Sunset Beach Club, de algunas de las funciones o protocolos que se van a cumplir y que en nuestro sistema están contempladas su **cumplimiento** y su **evidencia**



# Compliance y La transición tecnológica



## Caso de Estudio

La legislación europea sobre COMPLIANCE empresarial afectará a la manera que gestionamos la limpieza de los establecimientos hoteleros ya que estarán exigidos a tener unos protocolos o plan de limpieza y prevención específicos para COVID-19.

Si vemos las recomendaciones de Diversey, una de las empresas líderes en el sector de productos químicos de limpieza, dentro de los planes deberemos tener objetivos de limpieza y sus frecuencias deberán de ser registradas y guardadas durante un periodo para cumplir con COMPLIANCE.

Esto deberá de estar sistematizado a través de un software para que no suponga una carga de documentación, ya que los TTOO, agencias de salud regionales, seguros, etc. los demandarán en diferentes situaciones.

En caso de positivos por COVID-19, deberemos de ser capaces de saber que empleados accedieron o estuvieron en contacto con una estancia o habitación en particular para poder ponerlos en cuarentena además de que y cuando medidas de higienización se realizaron.

No cumpliremos con COMPLIANCE si estos registros si no están digitalizados y accesibles rápidamente para poder tratarlos y obtener la información requerida para TOMAR UNA DECISIÓN.

**Información suministrada por Miguel Marcos, Subdirector General de Sunset Beach Club**



## Tabla de frecuencia de limpieza

| Area                      | Actividad  | Objetivo de frecuencia ,nivel de riesgo |  |
|---------------------------|--|---|--|
|                           |  | Riesgo normal                           | Riesgo por brote   |
| Recepción                 | Desinfectar las superficies de contacto de las manos | Diariamente                             | Cada 4 horas   |
|                           | Higiene de manos empleados                           | Dos veces / Cada cambio                 | Entre clientes   |
|                           | Higiene de manos clientes                            | N/A                                     | Peticion por contacto                                    |
| Entrada a la propiedad    | Desinfectar las superficies de contacto de las manos | Desinfectado diariamente                | Cada 4 horas durante el día                              |
|                           | Asientos exteriores                                  | Desinfectado diariamente                | Cada 4 horas durante el día                              |
| Baños públicos            | Desinfectar las superficies de contacto de las manos | Diariamente                             | Cada 4 horas durante el día                              |
|                           | Higiene de manos empleados                           | Dos veces por baño                      | Cuatro veces / baño                                      |
| Área de desayuno          | Desinfectar las superficies de contacto de las manos | Diariamente                             | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Higiene de manos empleados                           | Dos veces / Cada cambio                 | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Higiene de manos clientes                            | N/A                                     | Al sentarse  |
|                           | Mesas de clientes                                    | Desinfectado diariamente                | Sanitized between guests                                 |
| Restaurante y Bar/Comedor | Higiene de manos empleados                           | Dos veces / Cada cambio                 | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Higiene de manos clientes                            | N/A                                     | Al sentarse  |
| Centro Fitness            | Desinfección de equipos                              | Desinfectado diariamente                | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Manipulación de toallas                              | Higiene de manos dos veces              | Higiene de las manos dos veces y la ropa sucia embolsada |
|                           | Higiene de manos empleados                           | Dos veces / Cada cambio                 | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Higiene de manos clientes                            | N/A                                     | Al entrar / salir  |
| Piscinas /Spas            | Desinfección de mesas / sillas                       | Desinfectado diariamente                | Cada 4 horas durante el día                              |
|                           | Manipulación de toallas                              | Higiene de manos dos veces              | Higiene de las manos dos veces y la ropa sucia embolsada |
|                           | Higiene de manos empleados                           | Dos veces / Cada cambio                 | Cada hora durante el servicio                            |
|                           | Higiene de manos clientes                            | N/A                                     | Al entrar / salir  |

| Area                     | Activity                              | Target Frequency by Risk Level |                                 |
|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|                          |                                       | Normal Risk                    | Outbreak Risk                   |
| Habitaciones de clientes | Desinfectar superficies de contacto   | Diariamente                    | Diariamente                     |
|                          | Suelo de baños                        | Limpieza diaria                | Desinfección diaria             |
|                          | Higiene manos empleados               | Dos veces habitación           | Cuatro veces/habitación         |
|                          | Manipulación ropa                     | Práctica normal                | Embolsado habitación, usar EPIS |
| Oficinas administrativas | Desinfectar superficies de contacto   | Desinfección diaria            | Cada 4 horas durante el día     |
|                          | Higiene manos empleados               | Dos veces /Cambio              | Cada hora durante el servicio   |
|                          | Higiene manos clientes                | N/A                            | Al entrar/salir                 |
| Ascensores               | Desinfectar superficies de contacto   | Desinfección diaria            | Cada hora durante el servicio   |
| Área vending             | Desinfectar superficies de contacto   | Desinfección diaria            | Cada 4 horas durante el día     |
| Lavandería               | Manipulación Ropa                     | Práctica normal                | Llevar EPIS los empleados       |
|                          | Carros lavandería/superficies trabajo | Desinfección diaria            | Disinfected every 4 hours       |
|                          | Vehículo interior                     | Desinfección diaria            | Cada hora durante el servicio   |



# Compliance y La transición tecnológica

Extracto página 16 del documento de Diversey

<http://www.classone.es/00-ppsx/es/T-TCOVID-19-DiverseyGuiaReaperturaHoteles.pdf>

Otro checklist de los hoteles de Singapur

<http://www.classone.es/00-ppsx/es/T-TCOVID-19-checklist-hotels.pdf>

<http://www.classone.es/00-ppsx/es/T-TCOVID-19-operational-optimisation-2020.pdf>

Información suministrada por Miguel Marcos, Subdirector General de Sunset Beach Club



# La transición tecnológica



TECNOLOGÍA



INTEGRACIÓN



# La transición tecnológica



## Qué hoteles tendrán ventajas

Aquellos que planteen una diferencia, el precio ya no es un factor determinante.

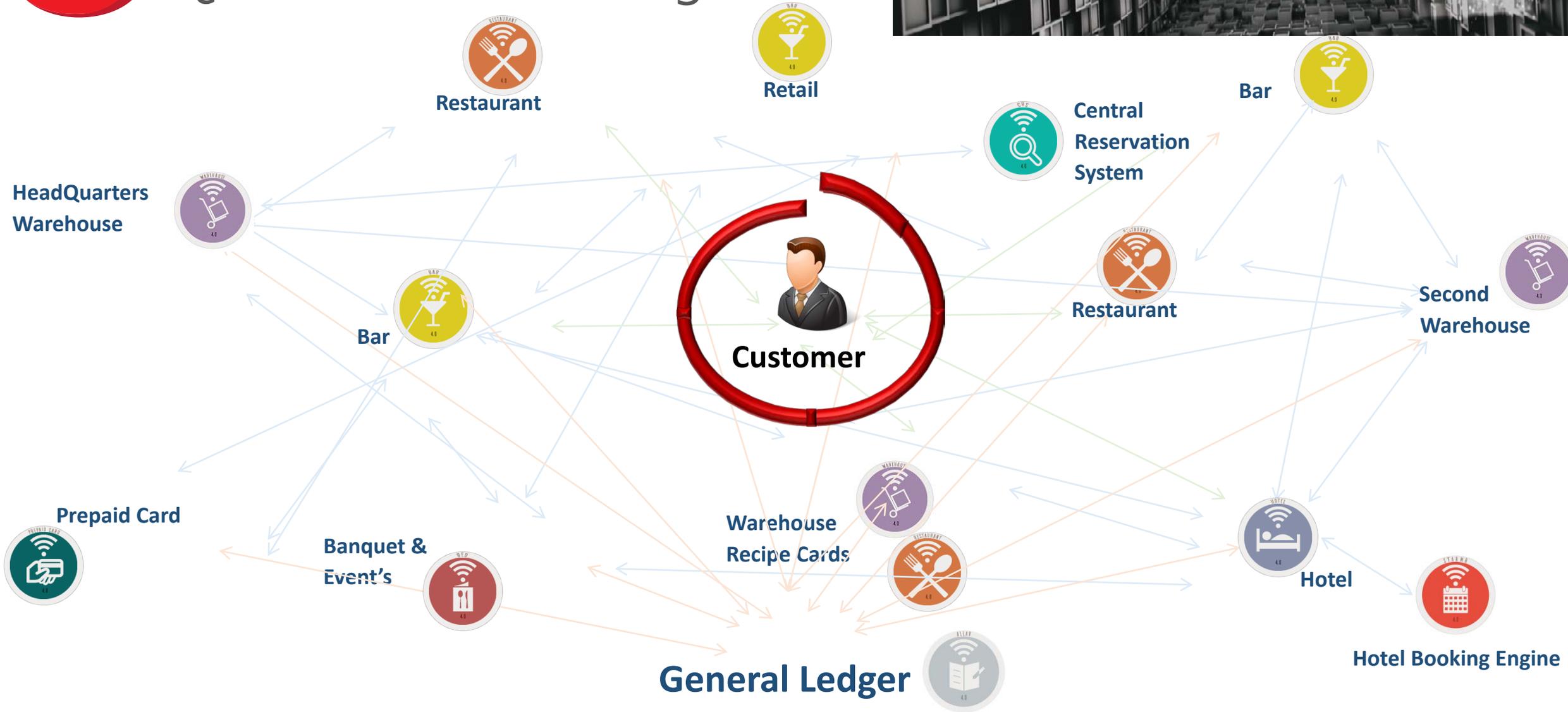
Seguridad y fiel cumplimiento de nuevas normativas haciendo constar su "compliance"

Están cambiando los hábitos, el ejemplo lo hemos tenido recientemente en la paquetización turística (Thomas Cook), aún no puedo o no tengo datos suficientes para evaluar si van a decaer los viajes en grupo, me inclino a que sí por sus niveles de riesgo.

Repito aquellos hoteles que se diferencien, os pongo un ejemplo



# ¿ Transición Tecnológica?





# La transición tecnológica



## La transición tecnológica

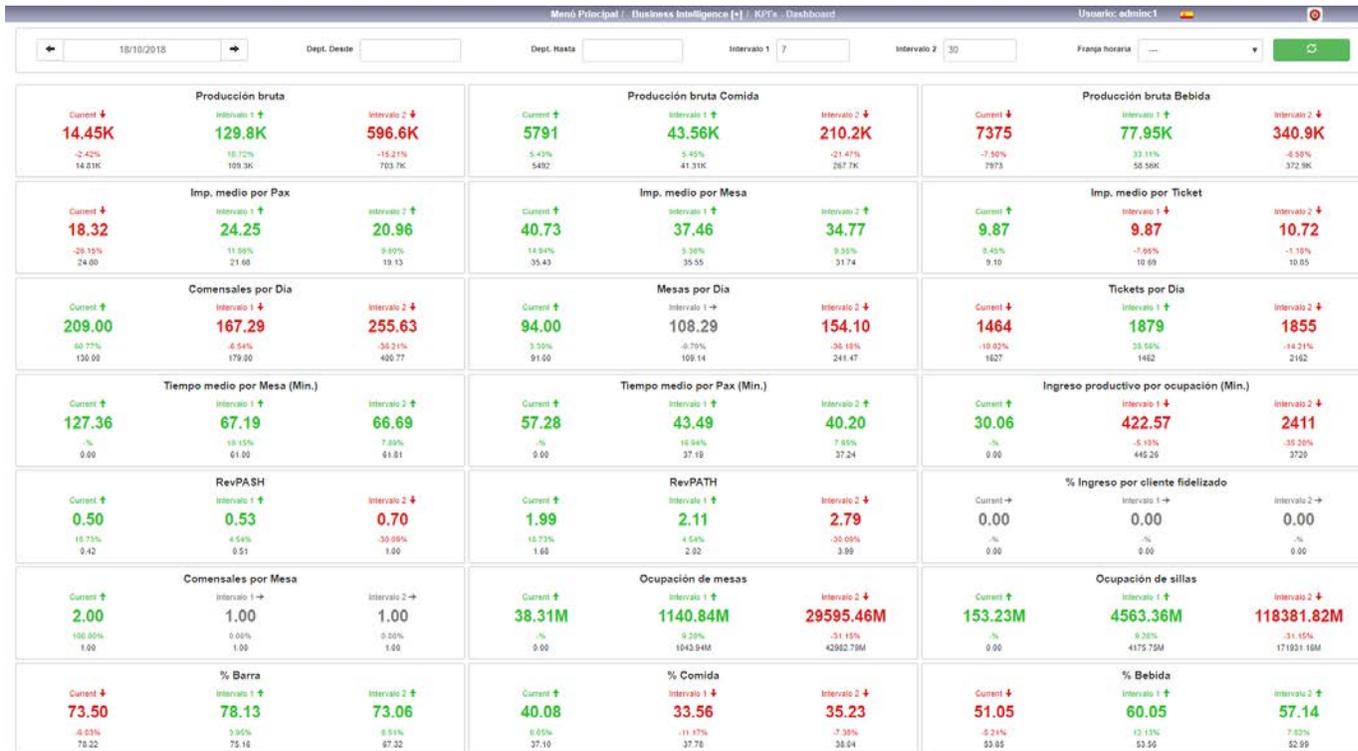
Comienza una nueva era, el cambio va a ser brutal, por ello su hotel debe estar preparado con la tecnología de la más alta generación, los clientes ya no van a querer ver "tanto" al personal, los recursos humanos de los hoteles se minimizarán con una mayor calidad-especialización de quienes tengan la responsabilidad, por ello deberán manejar herramientas para lo que antes lo hacían 5 personas ahora esas funciones las pueda realizar una sola y si cabe con una mejora substancial.

Comunicación interna, que subyaga y fluya obligándonos a cohabitar con Interdependencia entre todos las personas y departamentos implicados y de esta forma "sin enterarnos" creándose cadenas de valor que harán a nuestros recursos humanos más "eficaces"

Me gustaría proponeros unos ejemplos reales que ya están utilizando nuestros clientes



# La transición tecnológica



KPI's



# La transición tecnológica



Menú Principal / Revenue Management / 1.6. Calendarios comparativos Usuario: adminc1

Último recálculo: 08:15 16/04/2020

2017 2018 2019 2020 2021

| Enero |    |    |    |    |    |    | Febrero |    |    |    |    |    |    | Marzo |    |    |    |    |    |    | Abril |    |    |    |    |    |    |
|-------|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu      | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do |
| 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |    | 1       | 2  | 3  |    |    |    | 4  | 5     | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 1  | 2     | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |    |
| 7     | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 4       | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 4     | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 14    | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 11      | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 11    | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 21    | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 18      | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 18    | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 28    | 29 | 30 | 31 |    |    |    | 25      | 26 | 27 | 28 |    |    | 25 | 26    | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 29 | 30    |    |    |    |    |    |    |

2018 2019 2020 2021

| Enero |    |    |    |    |    |    | Febrero |    |    |    |    |    |    | Marzo |    |    |    |    |    |    | Abril |    |    |    |    |    |    |
|-------|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu      | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do |
| 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |    | 1       | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |    | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |
| 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8       | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15      | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22      | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29    | 30 | 31 |    |    |    |    | 29      | 30 | 31 |    |    |    | 29 | 30    | 31 |    |    |    | 29 | 30 | 31    |    |    |    |    |    |    |

|                |         |                  |           |
|----------------|---------|------------------|-----------|
| Hab. Ocupadas  | 1754.00 | Pax              | 5200.00   |
| H.Libres       | 1036.00 | Producción (H)   | 184772.40 |
| % Ocupación    | 62.87   | Producción (R)   | 104939.62 |
| P.Medio        | 105.34  | Producción (S)   | 0.00      |
| Rev. PAR       | 66.23   | Producción Total | 289712.02 |
| Fac. Recepción | 0.00    | Ingreso Med.Hab  | 165.17    |
| Fac. Dptos.    | 0.00    | Ingreso Med.Pax  | 55.71     |
|                |         | Dias             | 9         |

● Occ ● Free

2018 2017 2018 2019 2020

| Enero |    |    |    |    |    |    | Febrero |    |    |    |    |    |    | Marzo |    |    |    |    |    |    | Abril |    |    |    |    |    |    |
|-------|----|----|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu      | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu    | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do |
| 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |    | 1       | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |    | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |
| 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8       | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 8     | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15      | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 15    | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22      | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 22    | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29    | 30 | 31 |    |    |    |    | 29      | 30 | 31 |    |    |    | 29 | 30    | 31 |    |    |    | 29 | 30 | 31    |    |    |    |    |    |    |

|                |           |                  |           |
|----------------|-----------|------------------|-----------|
| Hab. Ocupadas  | 2734.00   | Pax              | 8061.00   |
| H.Libres       | 56.00     | Producción (H)   | 267237.93 |
| % Ocupación    | 97.99     | Producción (R)   | 160489.45 |
| P.Medio        | 97.75     | Producción (S)   | 67543.98  |
| Rev. PAR       | 95.78     | Producción Total | 495271.36 |
| Fac. Recepción | 463237.80 | Ingreso Med.Hab  | 181.15    |
| Fac. Dptos.    | 62030.73  | Ingreso Med.Pax  | 61.44     |
|                |           | Dias             | 9         |

● Occ ● Free

adminc1

BI  
Dashboard



# La transición tecnológica



## Real proof of the effectiveness of the Class One F&B systems

A real client (Chief Operating Officer) told me that today, after 23.00 pm, he received a message sent by Class One StarPOS in his smartphone telling him that in one of their establishment there was a ticket with an amount higher than 500€. His reaction was calling the establishment to check if there was a mistake, and they told him:

*"The ticket is correct, a VIP player of the spanish national team and Real Madrid is in the pub with his family".*

His next action was going to the pub to take some photos with him and publish them in social networks, apart from the appropriate courtesy with him.

Class One triggers management are important and they work. Computers should be more and more intelligent and they must allow us to have situations like the described above that would be impossible if we did not have these tools.



Group Class One  
Rafael Alberti 6 Bajo  
15172 -Perillo (Spain)  
+34 981613709  
E-Mail: [comercial at classone dot es](mailto:comercial@classone.es)

Las alertas (Trigger), son efectivas



# La transición tecnológica



Menú Principal / CRM / Perfil de cliente Usuario: admin1

Departamento: Todos

| Nombre               | Última visita | Gasto  | Pax | Visitas | Gasto/Pax | Gasto/visita | Teléfono     | E-mail                        |
|----------------------|---------------|--------|-----|---------|-----------|--------------|--------------|-------------------------------|
| Javier Gonzalez      | 23/05/2018    | 120.90 | 13  | 9       | 9.30      | 13.43        | 34-660221091 | javiergonzalezolero@gmail.com |
| Javier Sabariz Torro | 23/05/2018    | 669.45 | 21  | 14      | 31.96     | 47.07        | 34-637444919 | javersabariz@gmail.com        |
| Miguel Marcos        | -             | 0.00   | 0   | 0       | 0.00      | 0.00         | 34-678448658 | m.marcos@sunsetbeachclub.com  |
| Antonio Gutierrez    | -             | 0.00   | 0   | 0       | 0.00      | 0.00         | 34-981613709 | jsabariz@classone.es          |
| Sergio               | -             | 0.00   | 0   | 0       | 0.00      | 0.00         | 34-692661882 | sergiorodrama@gmail.com       |
| Jordi Marin          | -             | 0.00   | 0   | 0       | 0.00      | 0.00         | 34-655570881 | jmarin@asna.com               |

| Codigo  | Nombre                       | Unids. | Unids. totales | % Unids. | Importe | Importe total | % Importe |
|---------|------------------------------|--------|----------------|----------|---------|---------------|-----------|
| 2250007 | O OSHORNE                    | 100.00 | 100.00         | 100.00   | 3.25    | 9.75          | 33.33     |
| 5021    | >> 14 Altas originales       | 5.00   | 5.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5022    | >> 9 Altas originales        | 2.00   | 2.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 6030    | >> 9 Piezas (originales)     | 1.00   | 1.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5041    | DIPS                         | 1.00   | 1.00           | 100.00   | 4.65    | 13.55         | 33.33     |
| 5112    | >> Patatas fritas (pequeñas) | 1.00   | 1.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5113    | Patatas fritas (grandes)     | 4.00   | 4.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5151    | Ensalada Coronel             | 4.00   | 4.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5119    | >> Puré con Gravy            | 3.00   | 3.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5172    | >> Pepsi (pequeña)           | 1.00   | 1.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5173    | Pepsi (grande)               | 1.00   | 1.00           | 100.00   | 0.00    | 1.00          | 0.00      |
| 5207    | >> Gotre                     | 2.00   | 2.00           | 100.00   | 0.00    | 0.00          | 0.00      |
| 5164    | 7up (grande)                 | 6.00   | 6.00           | 100.00   | 0.00    | 1.00          | 0.00      |

CRM

Conozca a sus Clientes, sepa lo que compran y cuando lo compran.



# La transición tecnológica



*BIG DATA (“Usted” es el propietario) → Smart Data*

- ✓ *Iteraciones con los clientes.*
- ✓ *Comportamiento del consumidor final. Que valora*
- ✓ *Si poseemos sus datos podemos reaccionar.*
- ✓ *Lista negra de “no show”*
- ✓ *Presentar nuevos productos*
- ✓ *Estudiar hábitos*
- ✓ *atender a los clientes 7x24*
- ✓ *Campañas de Marketing personalizadas*
- ✓ *...*



# La transición tecnológica



**fin**

Agradecer la diversa colaboración que he tenido para realizar esta charla, en especial a **Miguel Marcos** (Subdirector / Deputy General Manager Sunset Beach Club cliente y amigo), a **Rodrigo Orozco** Regional Manager México & Latam de Class One y experto en marketing digital, a **Agustín López Casuso** - Consultor/Asesor Externo- Ex Presidente de Coopers & Lybrand España, (1974-1990) y Coopers & Lybrand Turquía (1997-2000)- Ex Presidente de la Comisión Nacional de Deontología del ICJCE (1991-1996), por su matización en muchos de los temas y a **Jorge Sabariz Baeza** por su gran ayuda en todo lo que he solicitado.

Por último, nos gustaría agradecerlos por la dedicación de vuestro tiempo en estos momentos tan especiales y esperamos daros nuevamente una cálida bienvenida a bordo en un futuro cercano que para nosotros ya es realidad. Cuidaros y cuidar a vuestros seres queridos.

Javier Sabariz Torre  
jsabariz@classone.es  
President & CEO  
Grupo Class One