

## ESPECIAL > XI PREMIOS DE TURISMO- HOTELVERSE

La elevada cantidad de intermediarios potenciada por el despliegue de internet y el crecimiento de comparadores online, reduce el volumen de ventas directas que realizan los hoteles. Además, disminuye la información de la que dispone el consumidor durante el proceso de compra. Este era el problema a resolver en 2019 por el sector y, concretamente, en Grupo Iberostar, donde estaban como directivos los actuales CEO y COO de Hotelverse, Fermín Carmona y Rafael Bover, que comenzaron a desarrollar el embrión de la empresa como un proyecto de emprendimiento dentro de la cadena hotelera. «El objetivo de Hotelverse es poner a disposición de los hoteles una solución tecnológica con la que puedan ofrecer una mejor experiencia de reserva a sus clientes y aumentar su nivel de ventas directas, haciendo frente a la elevada intermediación que caracteriza al sector» comenta Fermín Carmona, CEO de la empresa Hotelverse.

Para ello, apostaron por redefinir la experiencia de cliente y la fusión de procesos operativos y comerciales a través de la tecnología. Los resultados en términos de conversión (con un crecimiento del 60%) y ticket medio superaron las expectativas del propio grupo. Además, el 92% de los clientes afirmó que prefería la nueva experiencia de reserva. Tras este éxito, los creadores decidieron lanzar la idea al mercado. Hotelverse se fundó como startup independiente en 2021.

### Hoteles en el metaverso

Disponibles para cualquier cadena hotelera, Hotelverse soluciona el problema de la elevada intermediación del sector mediante la construcción de un gemelo digital del hotel. Esta réplica se integra, a través de tecnología API, en la web de los hoteles, y transforma por completo la experiencia de hacer reservas.

«En el modelo convencional de reserva, el precio es el principal factor de compra y la web del hotel actúa simplemente como uno de los canales de venta disponibles para el cliente. Es decir, muchos usuarios visitan la web del hotel para comprobar el precio ofrecido por las agencias de viaje online (OTAs), pero gran parte de este tráfico no se convierte. Hotelverse devuelve la importancia a la varia-



Recibe el premio Fermín Carmona, CEO de Hotelverse

### El futuro del futuro

► Aunque Hotelverse parezca el futuro, es muy presente, y el suyo pasa por la internacionalización en el corto plazo. La compañía prevé llegar al Caribe en 2022-2023, y a EEUU y Asia entre 2023-2024. Además, proyectan nuevos planes de financiación para desarrollar su producto, aumentar su equipo y acelerar el despliegue de su solución. En la actualidad, Hotelverse tiene cerrados acuerdos con unos 150 hoteles y se encuentra en conversaciones con diferentes cadenas, esperando cerrar este año en torno a unos 500 hoteles contratados y una previsión de 1.500 para el año que viene.

# Hotelverse: los hoteles en la palma de tu mano

**Premio Innovación en Soluciones Digitales para el Sector Hotelero** para la compañía española pionera en servicios de software y digitalización en el sector hotelero

ble producto, mediante una propuesta irreplicable por las OTA's», explica el CEO.

La réplica digital permite que los usuarios conozcan a detalle el hotel que les interesa. Los potenciales clientes pueden ver del hotel, aplicar varios filtros. Por ejemplo, pueden buscar por tamaño de la cama, por vistas desde la habitación o ubicación exacta dentro del hotel. Así, ellos pueden asignar un precio concreto a cada habitación según las características de cada una. Se pasa de un modelo de reserva por categorías de habitación, a uno hiper-personalizado según las preferencias del huésped.

«Hotelverse es la única opción

del mercado que permite adquirir una habitación exacta durante la fase de reserva».

Además, este Marketplace puede complementarse con otros servicios que completan la estancia del huésped, como opciones de reserva en el restaurante, espacio para eventos o pase al spa del hotel. También, permite que el hotelero pueda dar visibilidad en el 3D del hotel a sus iniciativas de sostenibilidad y turismo responsable, un aspecto diferencial cada vez más valorado por los huéspedes. «El usuario tiene oportunidad de comenzar su viaje desde el sofá de su casa. Se consigue así que el hotel monetice un período de tiempo

**«El cuidado del medioambiente ha formado parte de la empresa desde nuestros orígenes»**

al que antes no tenía acceso: el comprendido entre la reserva de la habitación y la llegada del huésped. Por su parte, los hoteles consiguen incrementar sus ingresos al aumentar la tasa de conversión y eliminar el margen de terceros. También, se favorece la venta de servicios adicionales, al presentarlos de forma integrada en el Marketplace», analiza Carmona.

Además, esta experiencia 3D también es integrable en entornos virtuales como el metaverso, abriendo la puerta a los hoteles a tener presencia en estas nuevas plataformas.

Dicho todo esto, ¿quién podría ser más merecedor este año del premio a la Innovación en Soluciones Digitales para el Sector Hotelero? Creemos que nadie. «Estamos muy orgullosos de recibir este premio que reconoce la propuesta de Hotelverse y también su valor para la industria turística. Hotelverse nació para poner solución a la elevada intermediación del sector y trabajamos diariamente para poder aportar esta tecnología a una mayor cantidad de hoteleros, avanzando hacia un modelo de reserva más digital y rentable», declaró Fermín Carmona al recibir el galardón.