

Arrecife, 27 de febrero de 2026

Los primeros 30 hoteles se suman a la fase inicial de Smart Data Canarias, la plataforma de inteligencia turística del sector

Este sistema pionero permite analizar en tiempo real indicadores de sostenibilidad y competitividad del ámbito alojativo y facilita la mejor toma de decisiones empresariales

Los primeros 30 establecimientos hoteleros canarios forman parte del despliegue del proyecto **Smart Data Canarias**, presentado el pasado julio en Fuerteventura, una herramienta tecnológica innovadora que permite analizar en tiempo real algunos indicadores de sostenibilidad y competitividad del sector alojativo canario y convertir el Archipiélago en referente en cuanto al uso de datos en la toma de decisiones. Impulsado por las patronales turísticas **Asofuer, Ashotel, FEHT y FTL**, esta mañana se presentó en **Marina Innova Hub**, Arrecife, un avance de los primeros resultados obtenidos de esta **iniciativa cofinanciada por la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno canario** con 600.000 euros del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y con cargo a los fondos Next Generation EU.

El proyecto desarrolla un sistema de inteligencia turística basado en la captura, estructuración y análisis de datos operativos, ambientales y de comportamiento del cliente, cuyo objetivo es optimizar procesos, reducir impactos y facilitar la toma de decisiones basada en evidencias.

Representantes de las entidades promotoras, que han constituido la red Smart Data Canarias, **Susana Pérez** (presidenta de FTL), **Jorge Marichal** (presidente de Ashotel), **Juan Cabrera** (asesor de Asofuer) y **Carmelo León** (miembro de la Junta Directiva de la FEHT) intervinieron en la bienvenida de la presentación de resultados, junto al viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, **José Manuel Sanabria**.

La anfitriona, **Susana Pérez**, comentó que “los resultados de este proyecto demuestran que el sector turístico del archipiélago está preparado para trabajar con una cultura del dato sólida y compartida; el sector turístico cuenta hoy con una plataforma inteligencia turística con información precisa, integrada y necesaria para anticiparnos a la demanda, optimizar recursos y mejorar la experiencia del visitante”. Pérez aseguró que “disponer de esta herramienta nos permite planificar mejor, reducir incertidumbre y avanzar hacia un modelo más eficiente, competitivo y sostenible, y marca un antes y un después en la competitividad del sector turístico de Canarias”.

El dato como recurso valioso

A continuación, **Jorge Marichal** dijo que el proyecto “nace del propio sector con una convicción clara: el dato no puede ser un recurso disperso, dependiente o infrautilizado”. En ese sentido, afirmó que “el dato debe convertirse en un activo estratégico al servicio de nuestras empresas, de nuestros destinos y del interés colectivo, asumiendo el liderazgo en la gobernanza del dato con un modelo en el que la información se gestiona desde el propio sector, con garantías de seguridad, confidencialidad y visión a largo plazo”. Por ello, animó a todo el sector hotelero a formar parte del proyecto, ya que, aseguró, “cuantos más seamos, más fuerte será nuestra información”.

“Debemos felicitarnos por la puesta en marcha de esta iniciativa que no se había tenido en cuenta hasta que hemos empezado a ver la importancia real del dato”, añadió **Juan Cabrera**, quien recordó que la transformación digital que experimenta el sector turístico tiene un papel muy importante en el dato, “no por el dato en sí, sino porque ese dato se traduce en información valiosa”.

Asimismo, **Carmelo León** dijo que “no se trata simplemente de recopilar información, sino de estructurarla, armonizarla y convertirla en conocimiento útil para la toma de decisiones”, y puso el acento en que no solo es un valor al alza para las empresas, sino también para las administraciones públicas, “pues les facilita una base empírica sólida para diseñar políticas más eficaces y orientadas a la realidad del mercado”. “Este es un proyecto de vanguardia”, aseguró.

El proyecto supone, además, un salto cualitativo para el sector turístico de Canarias. Así lo destacó el viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, **José Manuel Sanabria**, quien subrayó la importancia de avanzar hacia una gestión basada en la calidad del dato. “Es precisamente una de las líneas de trabajo prioritarias de la Consejería de Turismo, que nos permitirá tomar mejores decisiones”, señaló. En este sentido, afirmó que la Consejería seguirá colaborando con el sector privado para dotarse de herramientas e instrumentos que permitan mejorar de forma conjunta el posicionamiento de Canarias como destino turístico. Además, anunció que se reforzarán y extenderán aquellas experiencias piloto que hayan demostrado ser exitosas.

La jornada contó también con la participación de responsables técnicos del proyecto, que evidencia la apuesta decidida por la innovación y por poner en manos de los establecimientos datos reales que faciliten la correcta toma de decisiones. Entre esos especialistas, **José Carlos González**, jefe del Servicio TIC de la Universidad de La Laguna (ULL) y miembro de la Cátedra BOB (Big Data, Open Data y Blockchain) de la ULL, simuló en su charla un escenario de cómo gobernar a un agente IA para que sea capaz de responder preguntas estratégicas combinando datos privados del propio hotel con datos sectoriales agregados (del clúster ó asociación), garantizando técnicamente que nunca se

viole la privacidad de los competidores. Comentó la anonimización en origen, el control de acceso para máquinas y una auditoría de IA.

Almacenes independientes

Juan Pablo González, gerente de Ashotel, explicó aspectos técnicos del proyecto, que ha supuesto la creación de cuatro almacenes de datos en la nube, uno por cada patronal, que funcionan de forma autónoma pero estructurados de manera que los datos puedan compararse en el futuro, permitiendo compartir información clave sin comprometer la privacidad de los establecimientos. Además, se ha desarrollado un cuadro de mando con indicadores clave del sector, que recoge datos procedentes de los sistemas de gestión hotelera (PMS) y dispositivos IoT instalados en los alojamientos.

Este cuadro permite a las patronales y a los establecimientos adheridos monitorizar en tiempo real aspectos como ocupación, eficiencia energética o prácticas sostenibles. A diferencia de muchas plataformas comerciales externas –cuyo acceso y uso de la información están condicionados a intereses de mercado– esta herramienta ha sido diseñada desde y para el sector turístico canario, bajo la custodia de las asociaciones patronales. “A partir de ahora trabajaremos por la incorporación de nuevos establecimientos a la plataforma, en la incorporación de nuevos indicadores y en el desarrollo de conexiones a otros PMS”, apuntó.

Por su parte, desde las patronales Asofuer y FEHT, que comparten proveedor tecnológico, el director general de Adquiver, **Jorge Núñez**, expuso la experiencia de los hoteles conectados en Gran Canaria y Fuerteventura, mientras que el director general de Evosocial Soft, **Antonio Álvarez**, contó la de Lanzarote.

Finalmente, **Candelaria Santos**, analista de datos en el Observatorio Ashotel, intervino para exponer los principales resultados del proyecto desarrollado en la provincia tinerfeña, del que participan actualmente 15 establecimientos alojativos asociados.

Experiencia empresarial

Para finalizar la jornada la experiencia cosechada en estos meses por los establecimientos hoteleros participantes protagonizó la mesa redonda ‘**El dato como activo estratégico: gestión para la toma de decisiones**’, moderada por Mario de la Cruz y en la que participaron el director de Marketing y Ventas de Dreamplace Hotels, Jordi Estalella; el director de Datos (CDO) del Grupo Satocan, Aday Hernández; y la directora general de Aylanz Hospitality Group, Sonia Prieto.