



De izq. a dcha. Jose Carlos Azcárraga, CEO de Grupo Posadas; Amancio López Seijas, presidente de Grupo Hotusa; Alejandro Zozaya, presidente ejecutivo de Apple Leisure Group; y Raúl González, consejero delegado para EMEA de Barceló Group.

La inversión hotelera se dedicará cada vez más a experiencias

R.A. Madrid

Adaptarse a las nuevas demandas de los turistas empuja a los grupos hoteleros a dar una vuelta de tuerca al negocio y buscar nuevos reclamos para conquistar a un cliente cada vez más exigente. Por esta razón, las cadenas destinarán más esfuerzo a la oferta experiencial.

Esta es una de las conclusiones de la mesa sobre el sector hotelero del foro organizado ayer por Hotusa en la que intervinieron Jose Carlos Azcárraga, consejero delegado de Grupo Posadas; Amancio López, presidente de Grupo Hotusa; Alejandro Zozaya, presidente ejecutivo de Apple Leisure Group; y Raúl González, consejero delegado EMEA de Barceló Group.

“La inversión de las cadenas se va a hacer cada vez más en experiencia, que es por lo que está dispuesto a pagar el cliente”, aseguró Azcárraga.

Los directivos presentes en la sesión destacaron la importancia de “diferenciarse”. “Los hoteles de autor, o con relato, son los que tendrán la oportunidad de competir más allá del precio”, apuntó el presidente de Hotusa.

Para el consejero delegado en EMEA de Barceló, las cadenas tienen además que seguir avanzando en innovación. “Siendo un poco duro, la mayor revolución que hemos puesto en marcha en los últimos años ha sido el *buffet*. El sector tiene que seguir trabajando en esto”, aseveró.

Barceló: “La mayor revolución que ha vivido el sector en los últimos años ha sido el ‘buffet’”

La planificación de las ciudades y la redefinición de los destinos maduros, retos del sector

Como llamamiento a las administraciones, advirtieron de la necesidad de redefinir los destinos maduros en el segmento vacacional y hacer un buen planeamiento de las ciudades para evitar la saturación de algunas zonas. “No tiene sentido una moratoria sobre los hoteles cinco estrellas, mientras se permiten los pisos patera”, añadió.

Atención al cliente

En cuanto a la atención al cliente, González apuntó que las cadenas tendrán que atender tanto a los que exigen “una personalización máxima” como a aquellos que prefieren la automatización.

Otra de las cuestiones que debe abordar el sector es la sostenibilidad. En este sentido, el presidente de Apple Leisure explica que el cliente europeo es más exigente respecto al compromiso ético y medioambiental que el de otros mercados.

Los hoteleros abordaron también la importancia de hacer convivir las nuevas tecnologías con la capacidad para “desconectar”. “Con las aplicaciones de hoteles estamos forzando al cliente a que no deje su teléfono móvil y, a veces, lo que quiere es precisamente desconectar”, apuntó Zozaya.

El CEO de Grupo Posada, recordó, sin embargo, que mucha gente quiere estar “hiperconectada”. “No le podemos pedir a la Generación Z que deje en móvil”, avisó.