

LA INDUSTRIA HOTELERA DESTACA EN H&T LA EXPERIENCIA INTEGRAL DEL USUARIO COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR ENTRE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL SECTOR

Mariano García, managing director de la división de Servicios Técnicos de Colliers: “Se ha visto un gran cambio en la forma de comprar desde la experiencia del usuario que en el futuro se va a agudizar aún más gracias a la tecnología”

Gerardo Mingo, business Development Manager de La Hoz Arquitectura: “Desde el estudio de arquitectura ayudamos a generar un concepto del hotel distinto que genere rentabilidad al operador y al dueño del activo”

Álvaro Hinojosa, director senior de equipo de inversión hotelera de AZORA: “El sector de los hoteles va a necesitar liquidez y eso va a provocar una salida de activos a la venta que se van a unir a todas las transacciones que se paralizaron en 2020 y se van a retomar a unos precios más ajustados”

Carlos Díez de la Lastra, director general de Les Roches Marbella: “Estamos viendo como los proyectos de inversión a nivel hotelero mundial están manteniendo sus estándares de demanda de estudiantes y talento”

Gerardo Romero, CEO de LYNKA: “A nivel técnico se están demandando soluciones que puedan aportar mayor flexibilidad y sostenibilidad y que nos permitan mejorar la calidad del mercado y del producto”

Expertos del ámbito hotelero procedentes de distintos sectores profesionales han debatido en la segunda jornada de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, en torno a las nuevas tendencias de la industria en el panel ‘Perspectivas actuales y futuras del sector hotelero’. Así, la sostenibilidad, la inversión turística, la flexibilidad del producto en un mercado de constante cambio o la aplicación tecnológica en infraestructuras han sido algunos de los temas protagonistas en el debate. El salón se celebra hasta mañana miércoles 28 en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga).

Mariano García, managing director de la división de Servicios Técnicos de Colliers y moderador del panel, ha destacado que “se ha visto un gran cambio en la forma de comprar desde la experiencia del usuario que en el futuro se va a agudizar aún más gracias a la tecnología”. En este sentido, García ha matizado que “tenemos que generar una experiencia para el usuario para que realmente quiera venir, ya que así generaremos innovación también”.

Por su parte, Gerardo Mingo, business development manager de La Hoz Arquitectura, ha explicado que “el mundo hotelero ha cambiado mucho desde el punto de vista de la innovación y la creatividad en los últimos años” y por ello, “desde el estudio de arquitectura ayudamos a generar un concepto del hotel distinto que genere rentabilidad al operador y al dueño del activo”. Además, Mingo ha recalcado que “la experiencia se va a convertir en un tema muy importante que puede diferenciarte del competidor” y para ello “el producto tiene que ser distintivo para que genere retorno desde el punto de vista de la inversión”.

Álvaro Hinojosa, director senior de equipo de inversión hotelera de AZORA, ha comenzado señalando que “había una incertidumbre importante sobre cómo se iba a comportar el mundo hotelero a partir de la Covid-19 pero ahora en 2021, cuando vemos que los programas de vacunación están avanzando, somos optimistas desde el punto de vista de la inversión”. Al respecto, Hinojosa ha indicado que “el sector de los hoteles va a necesitar liquidez y eso va a provocar una salida de activos a la venta que se van a unir a todas las transacciones que se paralizaron en 2020 y se van a retomar a unos precios más ajustados”. Finalmente, Hinojosa ha apuntado que “está claro que el turismo va a volver como necesidad básica”.

Carlos Díez de la Lastra, director General de Les Roches Marbella, ha querido resaltar que desde su universidad especializada en la alta dirección de hotel “estamos viendo como los proyectos de inversión a nivel hotelero mundial están manteniendo sus estándares de demanda de

estudiantes y talento”. Así, De la Lastra ha especificado que “el sector está dinámico y vivo y todas las inversiones siguen en marcha” y, en este sentido, “las empresas que se estén moviendo para buscar soluciones van a partir con ventaja en la recuperación”.

Por último, Gerardo Romero, CEO de LYNKA, ha hecho especial hincapié en que “a nivel técnico se están demandando soluciones que puedan aportar mayor flexibilidad y sostenibilidad y que nos permitan mejorar la calidad del mercado y del producto”. Junto a ello, Romero ha argumentado que “desde el punto de vista técnico, es necesario tratar al hotel como a cualquier otro edificio en el sentido de parámetros de sostenibilidad, eficiencia energética o estándares de calidad” y en esta línea “Málaga y la Costa del Sol tienen un sello propio y una trayectoria lo suficientemente arraigada como para que se vaya pasando de generación en generación”.

El turismo como motor socioeconómico

Además, el salón ha acogido la mesa redonda ‘El turismo como motor socioeconómico-Mesa del Turismo’ donde representantes de instituciones sectoriales han abordado las principales líneas de actuación que debe seguir el sector y cómo afrontar los retos del futuro en la era pos-Covid. El panel ha estado moderado por Claudio Meffert, director de CIMET y del Consejo Asesor del Grupo NEXO que ha señalado “el turismo es un motor socioeconómico y esto es una realidad” y por tanto, “los profesionales del sector estamos habituados a solucionar las cosas en tiempo real”.

De esta forma, Juan Molas, presidente de la Asociación Mesa del Turismo, ha comenzado afirmando que “el turismo es el sector económico más importante para la estabilidad económica y social de España” y ha querido realizar un “homenaje al empresariado y a los profesionales de turismo en España por su capacidad de resistencia, son todo un ejemplo a seguir”. Molas ha destacado que “las vacunas y el pasaporte sanitario son importantísimos” ya que “hay una gran demanda de vacaciones para verano, otoño e invierno”. Así, Molas ha querido recordar que en el año 2019 “el turismo representó el 12.4 por ciento del PIB de forma directa mientras que el PIB indirecto estaba por encima del 20 por ciento” de modo que “debe ser una política de Estado”.

Por su parte, Rosa Sánchez, teniente de alcalde y concejala delegada del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga ha apuntado que en la ciudad el sector turístico representó solo en el año 2019 “un impacto económico directo de 1.983 millones de euros y un impacto total de 2.955 millones de euros”. En este sentido, Sánchez ha explicado que a través del ‘Plan Estratégico de Turismo 2021-2024’ “nos hemos propuesto 13 retos estratégicos donde tocamos todas las patas de la industria turística y que se traducen en más de 50 acciones a lo largo de estos años”. Finalmente, Sánchez ha concluido que “hay tres retos en los que hay que trabajar: excelencia del destino, sostenibilidad y digitalización”.

Mari Francis Peñarroya, socia consejera y directora general de Holiday World, ha remarcado que “son necesarios los corredores turísticos seguros” y hay que “seguir luchando porque la Costa del Sol sea uno de ellos”. Al respecto, Peñarroya ha reivindicado la necesidad de buscar nuevas soluciones para la reactivación del sector hotelero como “pagar pruebas PCR a los turistas extranjeros o promover que los empleados turísticos sean vacunados por su exposición al virus ya que es uno de los sectores más vulnerables”.

Carlos Pitarch Little, vicepresidente de la Asociación Española de Campos de Golf- AECG, ha puesto el foco en el golf como “palanca de recuperación económica” y ha destacado que “distribuimos mucha riqueza y mucho empleo, de modo que de forma directa da trabajo a 12.000 personas mientras que el empleo relacionado con el turismo de golf alcanza los 120.000 empleos”. Junto a ello, Pitarch ha querido señalar que el golf desestacionaliza ya que “nuestra temporada alta es la invernal, convierte empleo habitual en empleo fijo y aprovecha las mismas infraestructuras de sol y playa para nuestro turismo” así como que “el turista de golf tiene un poder adquisitivo alto y el porcentaje de turistas de golf que acaba adquiriendo una segunda residencia es siete veces mayor”.

Por último, Margarita del Cid, consejera delegada de Turismo y Planificación Costa del Sol y vicepresidenta segunda de la Diputación de Málaga, ha reivindicado que “el modelo de turismo de la Costa del Sol tendría que ser el que tienen las administraciones públicas para gestionar el sector y ese, sin duda, es el modelo de la colaboración público-privada”. De esta forma, Del Cid ha reclamado que “no se escatimen esfuerzos en ayudas directas para que el dinero llegue al sector” ya que “se trata de un problema de solvencia”. Del Cid ha concluido afirmando que “si somos capaces de cambiar y cuestionarnos el modelo aplicando el sentido común, el plan de reactivación será ese en el que tanto confiamos”.

Toda la información está disponible en www.salonhyt.com, en la página de [Facebook](#) y en el perfil de Twitter [@salonhyt](#)