

# Ostelea reúne a los líderes del sector Turismo de Lujo, en el Consejo Ases

Viernes, Noviembre 25, 2016



The **Ostelea, School of Tourism & Hospitality** ha celebrado su primer **Consejo Asesor** en el **Campus Barcelona** durante la jornada del jueves 24 de noviembre. Diferentes perfiles y altos cargos de empresas líderes sector turismo se han reunido con el objetivo de **compartir tendencias del mercado, necesidades del sector y cuestiones relevantes**. Además, el **Dr. Marc Sansó**, Director de Investigación de Ostelea, ha presentado ante el informe **“Turismo de Lujo en España: Retos y Tendencias”**.

## **Situación actual, retos y tendencias en el turismo de lujo en España**

Durante la ponencia, del Dr. Marc Sansó, en primer lugar, se han presentado las diferentes **cifras y previsiones de turismo de lujo**, destacando el crecimiento interanual del 7% entre 2014 y 2015. Otros porcentajes de crecimiento que el Sr. Sansó ha comentado a los ponentes fueron los CAGR en viajes de lujo y totales, junto a las reservas de vuelos, tanto en clase Business como en First Class.



Centrados en España, **Cataluña, Canarias y las Islas Baleares son las tres comunidades que cuentan con mayor número de hoteles 5 estrellas**, mientras que los viajeros alojados en hoteles de 5 estrellas se concentran en Canarias, Cataluña y Madrid. El estudio también muestra el perfil de los viajeros alojados en hoteles de 5 estrellas, las diferencias entre los segmentos de lujo, y destaca a **España como el segundo país mundial con mayor concentración de ciudades con hoteles de 5 estrellas más baratos**.

Como tendencias y recomendaciones, el informe “Turismo de Lujo: Retos y tendencias” señala el **margen de crecimiento**, afirmando que la **rentabilidad unitaria del turismo de lujo crecerá muy por encima de la del turismo convencional**. Ante un turista de lujo cada vez más internacional, asiático en muchos casos, y en un mercado competitivo global, surge la necesidad de adaptarse a estos nuevos perfiles de viajes, teniendo cada vez más en cuenta la especialización, la segmentación y la adecuación de la experiencia del usuario a demandas específicas personalizadas.



### El turista de lujo busca un valor añadido, flexibilidad por parte de la oferta y asesoramiento.

Tras conocer el estudio “Turismo de Lujo en España”, se ha abierto una mesa redonda para debatir y conocer puntos de vista de cada invitado. De la misma han formado parte: Octavi Uyà, CEO de Nautal; María José Díaz, Training Manager de Port Vell Barcelona; Elwin Meijvis, General Manager de Generator Hotels; Xavier M: General Manager de Turijobs; Belén Carmona, Corporate Responsibility & Communication Director de Minube; Julia Montero, Marketing Manager y CEO de Barcelona Zero Limits; Eric Mottard, Director General de Evento Plus; Antoni Domenech, CEO de Playa Sol Ibiza Hotels; David Cano Piqueras, General Manager de Evadium; César F: Subdirector y RRPP de Hotel Casa Fuster; Glòria Vallés, Directora y Creadora de la Agencia Winestyle Travel; I: Rey, Director Comercial y de Operaciones de Sand Resorts; Raimon Senpau, Director General de Hotel Co Barcelona (IC); Roberto Torregrosa, Presidente de l’Associació Catalana de Professionals del Turisme; Elena Domínguez, Marketing & Communications Manager Spain & France de Royal Caribbean; Nacho Barragán, Director de Tour Operación de Tanden Luxury Travel; Marta Serra Peruchet, Directora de Fira de Barcelona (B-Travel); Villanueva, Advertising Manager de Condé Nast Traveler; Jordi William Carnes, General Manager de Barcelona Turisme; y Mercedes García, Responsable de Programa Premium de Barcelona Turisme.

La **tecnología** y el papel que juega –y jugará en el futuro más próximo- también ha sido un tema debatido durante este Consejo Asesor. La **analítica de datos** será muy importante para predecir el comportamiento y para abordar cuestiones como qué, por qué, cómo y cuándo vienen los turistas. Para todo esto se sugiere incorporar un *chief officer* para el análisis de dicha información. En relación, también se ha tratado la postura de las **redes sociales**, las cuales han pasado ser un gran *influencer* en las decisiones de compra.



Otra necesidad detectada en la mesa redonda, ha sido la **profesionalización del sector** para hacer frente a los nuevos players que entran en juego, así como **las competencias sociales, emocionales, capaces de resolutive y autónomos, y orientados al servicio formarán parte del nuevo perfil del profesional**, sumando las competencias técnicas requeridas.

Tras el éxito del primer Consejo Asesor de Ostelea, donde todos los integrantes han podido aprender y compartir experiencias en el Turismo de Lujo con otros profesionales del sector, Ostelea realizará más sesiones de este tipo reforzando su posicionamiento como **hub de conocimiento**.