



ASOCIACIONES TERRITORIALES
EMPRESA FAMILIAR

Jornada “El futuro del sector turístico español desde la perspectiva de la empresa familiar”. Ciclo La Empresa Familiar Comparte.

GRUPOS HOTELEROS FAMILIARES VEN LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN 2022 Y AVANZAN UN ENTORNO MÁS COMPLEJO EN EL PLANO DE LA GESTIÓN

Madrid, 10 de febrero.- Sabina Fluxá, Vicepresidenta y CEO de Grupo Iberostar, y Verónica García, Directora General del Grupo Orfila, participantes en la jornada organizada por las Asociaciones Territoriales de la Empresa Familiar en Madrid para analizar el futuro del sector turístico español, creen que se ha alcanzado ya el punto de inflexión en el sector turístico y que 2022 será el año de la recuperación.

En la primera jornada del año dentro del ciclo La Empresa Familiar Comparte, patrocinada por Credit Suisse y moderada por la periodista Ana Samboal, la CEO de Grupo Iberostar, que gestiona más de 100 hoteles en 16 países, considera que la variante Ómicron no ha provocado una caída de la demanda tan fuerte como en ocasiones anteriores. “Hay más confianza, no estamos en una situación de cerrar hoteles, y nuestra previsión es que a partir de Semana Santa nos encontremos en una situación mejor”, asegura.

A su juicio, la recuperación se estaría produciendo a diferente velocidad en función de los destinos y de los mercados emisores, lo que no impide que se muestre optimista respecto del futuro. “Vemos las reservas cada día y comprobamos que tenemos patrones de demanda y reservas superiores a 2019”, explica.

Entre las lecciones aprendidas en la pandemia -durante cuatro meses, a partir de marzo de 2020, el 100% de los hoteles de Iberostar permanecieron cerrados-, Sabina Fluxá destaca la importancia de gestionar la tesorería, cuidar la relación con las personas que forman parte de la plantilla y una gestión más ágil para adaptarse en cada momento a un entorno de cambios e incertidumbre.

Por su parte, Verónica García también destaca la exigencia de flexibilidad que se ha instalado hoy en la gestión hotelera, en tanto que la demanda fluctúa a la par que la propia evolución de la pandemia. “Cuando las medidas se relajan y la percepción acerca de la seguridad mejora, se dispara la demanda y puedes encontrarte con el hotel lleno en una semana, lo que nos exige un esfuerzo de gestión”, explica.

Para Sabina Fluxá, la clave hoy reside en gestionar los ingresos. “Tenemos muy claro que no queremos perder calidad, y hemos protegido al máximo los precios, pues pensamos que esta situación va a pasar”.

Verónica García también insiste en la necesidad de ser más flexibles sin aumentar los costes, preservando siempre la calidad del servicio.

Uno de los cambios más destacados que se han producido en el ámbito de la gestión reside en el canal de comercialización. “Tras la pandemia, el canal de ventas propio ha duplicado su actividad, lo que ha exigido al grupo invertir más en él, y las previsiones es que continúe creciendo”, expone Fluxá, que considera además que “los intermediarios seguirán aportando valor en determinados mercados emisores y destinos menos maduros, en los que la conectividad no está tan desarrollada”.

Sostenibilidad e innovación tecnológica

Sabina Fluxá cree que la pandemia ha acelerado la percepción de la sociedad acerca de la sostenibilidad ambiental y que la tecnología ha permitido el logro de mayores cotas de eficiencia en el plano de la gestión. “Ahora podemos conocer mejor los perfiles de los clientes con el fin de personalizar las ofertas”, un aspecto que también corrobora Verónica García.

“Gracias a las nuevas tecnologías podemos medir lo que hacemos y nos hemos propuesto que nuestros hoteles estén libres de residuos en 2025 en gestión hotelera. En México, el 100 por 100 del pescado y marisco que servimos proviene de fuentes responsables. Además, hemos impulsado las proteínas vegetales en nuestra oferta gastronómica”, explica Sabina Fluxá.

Se trata de cambios que la mayor conciencia ambiental de la sociedad está determinando el desarrollo del propio producto turístico. A este respecto, la CEO de Iberostar explica que el Grupo también está trabajando para dotar de valores la gastronomía y programas de entretenimiento, entre otros.

Por su parte Verónica García, que asegura que los destinos urbanos han sufrido más que los de playa, tanto por una percepción distinta del viajero acerca de la seguridad, como por la caída del turismo de negocios, explica que los hoteles del Grupo Orfila seguirán primando la calidad para proporcionar una experiencia única de Madrid al viajero. “Esta experiencia pasa por los productos que empleamos en los propios hoteles y se extiende al ámbito de la cultura, la gastronomía o el shopping”.

Ciclo La Empresa Familiar comparte

El ciclo “La empresa familiar comparte” está organizado por la red de Asociaciones Territoriales de la Empresa Familiar, integrada por más de 1.500 empresas familiares líderes en sus sectores de actividad. El propósito de esta actividad es compartir entre los socios de toda la red de asociaciones sus experiencias y retos, además de visibilizar la importancia que tienen las empresas familiares en la generación de riqueza y empleo en España.

Para más información:

Enrique Armendáriz enrique@armendarizpr.es

Marga Becedas marga@armendarizpr.es

Tel. 91 431 73 25; Móvil. 616 06 73 76