

Robb Report

MÉXICO

BEST of the *BEST*

AUTOS
RELOJES
HOTELES
AVIONES
EXPERIENCIAS
RESTAURANTES
MODA

THE MACALLAN TRAE EL FUTURO
CON SU VANGUARDISTA CASA

ROBB REPORT MÉXICO
JULIO 2018
MÉXICO \$64.00



ROBB READER

LINDSEY UEBERROTH CEO DE PREFERRED HOTELS & RESORTS

La presidenta de una de las carteras hoteleras más fuertes del mundo nos habla de las tendencias en hospitalidad y cómo define el lujo al viajar

¿DÓNDE NACE TU PASIÓN POR EL NEGOCIO DE LA HOSPITALIDAD?

Nací y crecí en él. Mi mamá trabajaba como sobrecargo para TWA cuando estaba embarazada y mi padre siempre se ha dedicado al turismo. Viajar y visitar los hoteles más icónicos de cada ciudad siempre fue tradición en casa. La mía es una historia verdadera de una pasión convertida en profesión.

¿QUÉ CUALIDADES BUSCA PREFERRED HOTELS AND RESORTS EN UN HOTEL?

Consideramos varios factores: primero el destino, luego la ubicación y después identificamos si la propiedad cumple con nuestros estándares. Buscamos que sean auténticos, únicos en su especie y que puedan entregar una experiencia que vaya más allá de una habitación y un lobby lindos. Que tengan historia y que hagan a los huéspedes partícipes de ella. Los hoteles en nuestra cartera son para el viajero de mente independiente que busca una aventura extraordinaria.

¿QUÉ SE HA LOGRADO HASTA AHORA EN LA INDUSTRIA HOSPITALARIA EN MÉXICO?

Se ha hecho cada vez más sofisticada, ya sea que mires hacia la diversa escena gastronómica o hacia el sector de los hoteles boutique o independientes. Como resultado, México se ha convertido en un destino clave y no podríamos estar más felices con este renovado interés. Hoy, con más de 50 propiedades en México representadas por Preferred, nos emociona ver este crecimiento, especialmente en ciudades coloniales en estados como Chiapas, Oaxaca, Puebla, Guanajuato y Michoacán.

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA INDUSTRIA Y CÓMO HACES PARA MANTENERTE UN PASO ADELANTE DE ESOS CAMBIOS?



La tecnología ha cambiado dramáticamente el panorama desde varios puntos de vista: desde la forma en la que los viajeros consumen información hasta cómo reservan sus vacaciones. Con la proliferación de agencias de viaje online, apps, sitios de reseñas y redes sociales, hay un mayor acceso a la información: es más fácil reservar viajes y crea una mayor transparencia. Nuestro objetivo es lograr conexiones más directas y personales para mantener relaciones auténticas y fuertes con nuestros socios y clientes.

¿CUÁL ES EL MAYOR RETO EN EL ÁMBITO DEL LUJO?

Permanecer relevantes en un mundo donde las cosas cambian tan rápidamente. Si ves los demográficos de viajeros, desde los *baby boomers* a los *millennials*, la definición de *lujo* puede ser abismalmente diferente. Aunque la tecnología nos ha ayudado a ser más eficientes y a bajar nuestros costos de

operación, siempre será importante mantener ese toque personal, y la cultura de servicio genuina es la que se ve afectada si no se maneja correctamente. Hay un balance muy delicado entre las nuevas tecnologías, el servicio y atender a una variedad de demográficos, pues todos quieren una experiencia única. Manejar estos tres componentes es un reto complejo, y uno con el que, creo, todos los hoteles de lujo se enfrentan.

¿CÓMO DEFINES EL LUJO?

Tiempo y personalización. Todos estamos siempre tan a prisa que para mí el lujo es cualquier cosa que me permita detenerme, disfrutar del tiempo que tengo y sentir que recibo una experiencia a la medida hecha sólo para mí. Son detalles pequeños, como que el bartender se acuerde de tu bebida favorita. Hoy la excusividad se trata menos del servicio de guante blanco del pasado y mucho más sobre los elementos de servicio intuitivos y cercanos que te hacen sentir que el tiempo se detiene tan sólo por un momento.

¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS PRINCIPALES HOY EN DÍA Y CUÁLES CREES QUE VAN A PASAR LA PRUEBA DEL TIEMPO?

Veo dos tendencias que pasarán la prueba del tiempo: por un lado, las experiencias, ya sea culinarias, de *wellness*, de aventura o de familia son sólo algunos ejemplos de actividades que se pueden curar para hacer una estadía perfecta; por otro lado está la personalización: desde el minibar hasta las amenidades del baño, esto afina a la perfección esa experiencia. Se trata de ofrecer un servicio auténtico; es más difícil de crear, pero es el único aspecto que se va a ganar los corazones y la lealtad de los huéspedes para siempre.