

DISFRUTAMOS EL 'ŠKODA KODIAQ', EL PRIMER SUV DE LA MARCA, IDEAL PARA UN 'ROAD TRIP' EN FAMILIA.

EE UU • REINO UNIDO • ALEMANIA • CHINA • RUSIA • INDIA • TURQUÍA • SINGAPUR • ARABIA • BRASIL • VIETNAM • KAZAJISTÁN • TAILANDIA • MALASIA • MÉXICO • ESPAÑA

# Robb Report

RobbReport.es

LA REVISTA DE LA BUENA VIDA

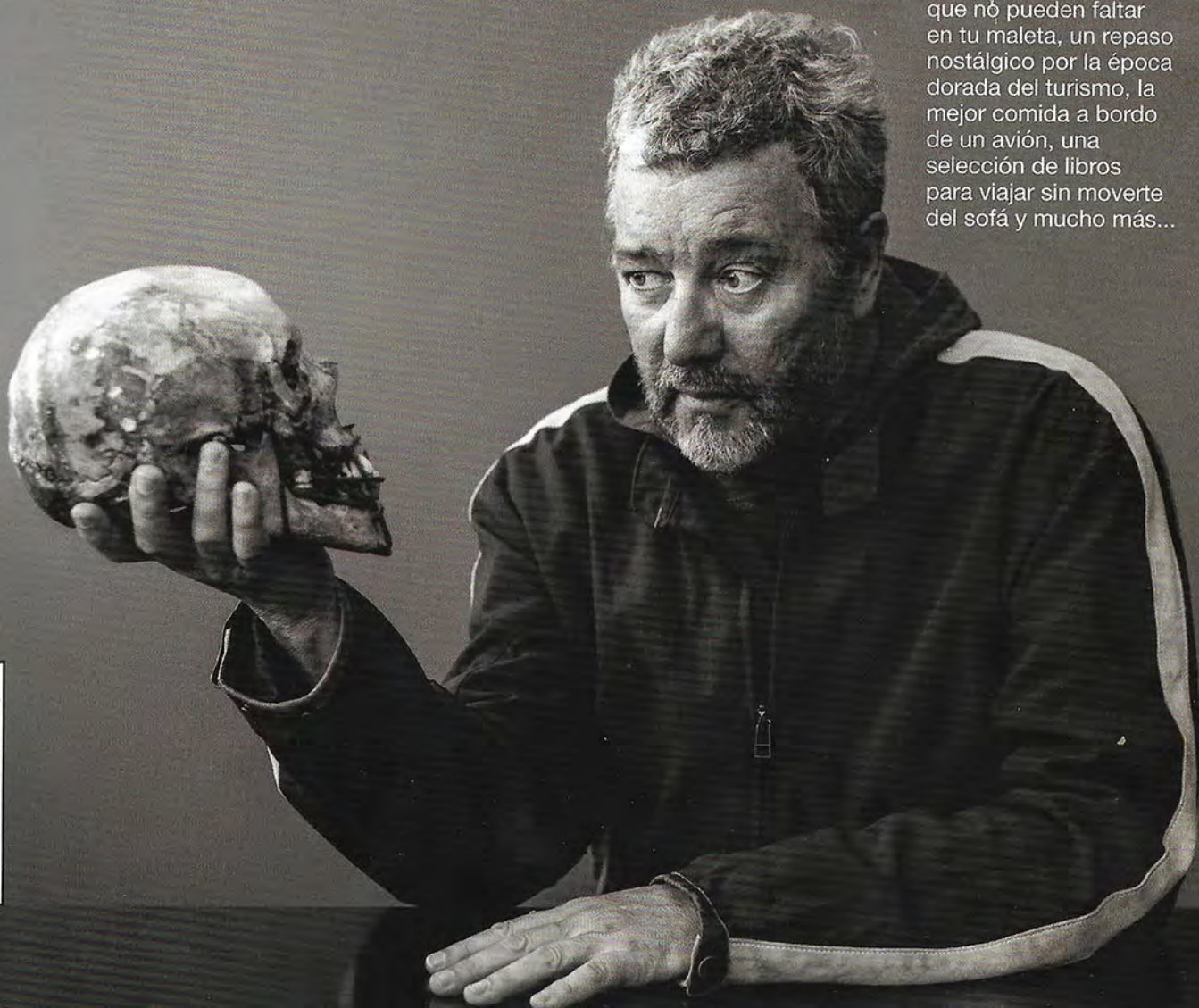
MAYO 2017 • 4€

## LA BUENA VIDA DE TO BE OR NOT TO BE PHILIPPE STARCK

No.62

**TRAVEL  
ISSUE.**

Los hoteles de este gurú francés del diseño, los 21 destinos más *top* para tus próximas vacaciones, los esenciales de moda que no pueden faltar en tu maleta, un repaso nostálgico por la época dorada del turismo, la mejor comida a bordo de un avión, una selección de libros para viajar sin moverte del sofá y mucho más...





HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO...



**ALBERT SIMÓ**  
Es consultor de comunicación y *marketing* digital especializado en la industria de la buena vida. Desde que fundó la agencia **VIP Today**, su actividad como consultor se ha focalizado en el asesoramiento a organizaciones orientadas a un perfil de consumidor de alto poder adquisitivo de

ámbitos como la joyería, la salud, el turismo o el deporte, entre otros sectores. Además, como periodista colaboró de forma regular con la agencia de noticias Europa Press. Gran experto en la materia, Albert nos escribe en este número un interesante artículo sobre el fascinante futuro –o quizá podríamos decir presente– del *marketig* digital.



**ÁLVARO ARRIETA**  
Es consejero delegado de **Oxer Sport**, la empresa de *marketing* deportivo líder en España y una de las cinco grandes del sector hípico mundial. Con veinte años de experiencia a sus espaldas, este donostiarra ha dirigido con éxito más de cien competiciones hípcas internacionales. Oxer Sport tiene la licencia

exclusiva del Longines Global Champions Tour para España y México. Además organiza Madrid Horse Week en IFEMA y la Copa del Mundo en Casas Novas, la hípica que la familia Ortega tiene en A Coruña. Este mes Álvaro nos habla del 107 Concurso Hípico Internacional de Madrid que se disputará en el Club de Campo del 19 al 21 de mayo.



**PHILIPP WEGMANN**  
Con más de catorce años de experiencia en la industria hotelera, cuenta con una dilatada trayectoria dando apoyo a propietarios y operadores de hoteles en sus operaciones de ventas, *marketing* y relaciones públicas. Comenzó en **Preferred Hotels & Resorts** en el año 2006 como

director regional para la Península Ibérica y el Mediterráneo; los siguientes tres años ejerció como director general para Latinoamérica y el Caribe. Actualmente es el vicepresidente ejecutivo para Europa de dicha compañía. En estas páginas Philippe nos ilustra sobre el *bleisure*, una tendencia en auge en el sector turístico que consiste en añadir algo de tiempo de ocio a los viajes de trabajo.



**VÍCTOR M. HUERTAS**  
Observador nato de la sociedad y los hábitos de los consumidores, dirige desde hace veinte años la agencia **Método Helmer**, experta en proyectos innovadores de *marketing* y comunicación.

Siempre le ha dedicado especial atención a la investigación de mercados y el estilo de vida de las personas como punto de partida indispensable para crear estrategias duraderas y de calidad para sus clientes. En esta ocasión, Víctor nos presenta el nuevo movimiento que lidera: el 'Marketing Reposado', un método de trabajo que dedica un tiempo previo –e inusual en el sector– a la reflexión de la estrategia idónea, lo que le sitúa a la cabeza de la innovación y de las experiencias que dejan huella.



Robb Report

LA BUENA VIDA

Si quieres seguir día a día la actualidad de la buena vida descárgate la app y sintoniza nuestra radio.

[@spainmediaradio](https://twitter.com/spainmediaradio)



# La era del *bleisure*

POR PHILIPP WEGHMANN

**HACE VEINTICINCO AÑOS** viajar era mucho menos estresante y más glamuroso que hoy. La realidad en nuestros días suele ser otra. Las cancelaciones y retrasos en los vuelos, el aumento de controles de seguridad o la magnitud de los aeropuertos han hecho que cualquier escapada se vuelva más pesada y complicada de lo que nos gustaría. Como respuesta a este problema, hoy el sector turismo crea nuevas tendencias que buscan mejorar la experiencia del viajero.

Algunos alojamientos se vuelven más sofisticados en términos de tecnología y otros apuestan por la desconexión y el *detox* tecnológico. Muchos hoteles están diversificando sus servicios para adaptarse a las demandas de un nuevo tipo de viajero que, en vista del estrés que muchas veces supone un largo viaje de negocios, aprovecha para incluir tiempo de ocio en el destino que visita por trabajo.

Esto se conoce como *bleisure* y es una tendencia en la que se incorpora *quality time* a un viaje puramente de negocios. Un día de spa, ir de compras, asistir a un evento deportivo o disfrutar de la oferta cultural de la ciudad son el complemento ideal a las horas de trabajo. Destinos como Nueva York, Bogotá, Singapur, México DF o las grandes capitales europeas son perfectos para aprovechar solo –o en familia– unos días adicionales de ocio.

Ahora bien, esta tendencia tiene su reverso de la moneda: cuando en tus vacaciones te ves obligado a trabajar. Estudios demuestran nuestra necesidad de desconectar de verdad, pero lo cierto es que hacerlo es cada vez más



difícil. La versión más sana parece ser dedicar dos horas al trabajo y descansar el resto del día, evitando ese intento fallido de gastar todo el tiempo de ocio intentando trabajar en la playa.

El *bleisure* es una tendencia con mucho potencial para los hoteles, pues les permite conseguir una estancia media más larga. Eso sí, deben implementar cambios para satisfacer las necesidades de este tipo de viajeros. Un hotel de negocios deberá pensar en ampliar, por ejemplo, su servicio de *concierge* y el modo en el que recomienda una ciudad; un hotel vacacional podrá implementar un *wifi* más rápido o una sala de reuniones. Aunque no sólo se trata de hacer grandes inversiones, se trata también, y en mayor medida, de sensibilizar a los empleados y cambiar la filosofía del hotel.

El tipo de alojamiento es otro cambio que se está viendo en los hoteles, sobre todo con el auge de Airbnb. Hay una tendencia muy fuerte, que de alguna forma está relacionada con el *bleisure*, de preferir el alojamiento en un apartamento o en una villa privada. Eso permite tener independencia sin renunciar a los lujos de un hotel. En Preferred Hotels & Resorts apostamos por la residencia como parte del hotel, con todos los servicios –spa, gimnasio, servicio de habitaciones o *concierge*– garantizados. Ésta es sólo una prueba más de que son los hoteles los que deben adaptar sus servicios a las demandas de los viajeros y no al contrario.

*Philipp Wegmann es vicepresidente ejecutivo para Europa de Preferred Hotels & Resorts. @philippwegmann*