



HUIR DE LA ESTANDARIZACIÓN, CLAVE DEL ÉXITO DEL HOTEL 'BOUTIQUE'

Los expertos en este segmento del negocio hotelero, que permite avanzar en el objetivo de desestacionalización del sector, apuestan por singularizar los espacios y proponer soluciones de diseño, gestión y atención al cliente específicas, adaptadas a cada proyecto

O. F.

Huir de la estandarización, singularizando los espacios y proponiendo soluciones de diseño, gestión y atención al cliente específicas, adaptadas a cada proyecto, son la base de creciente éxito de los hoteles *boutique*, según los expertos del mundo de la hostelería, inversores, técnicos, *influencers* y hoteleros reunidos en la *Primera Jornada de Hoteles Boutique de la Comunidad Valenciana*, organizada por H Up Interiorismo + Diseño en los Jardines del Palacio de Rojas, con la colaboración de Porcelanosa y Bodega Vicente Gandía y bajo el lema *Otro concepto de hotel*.

Juan Torregrosa, director de Explotación de Ayre Hoteles -

Only You, planteó cómo revisar todos los momentos por los que transcurre la estancia de un huésped y, a partir de ahí, "darle un giro de 180 grados, cambiar las reglas del juego y modificar el sistema de trabajo y la, hasta ahora, inamovible atención al cliente. La diferenciación y la diversificación en las propuestas hoteleras han de fundamentarse en este tipo de referencias", aseguró Torregrosa, que añadió que, "junto con todo ello, añadimos elementos como un interiorismo singular, un servicio y atención a nuestros huéspedes basados en el plano emocional, un *lounge* como corazón real del hotel y una ubicación *premium*. La esencia y el espíritu de los hoteles está anclada en el conjunto de todos estos aspectos".

Eugenio Bellver, de Jardín Botánico Hotel Boutique, desgranó los secretos de su éxito al exponer *Otro Concepto de Ocio* y analizar cómo en el sector, en general, "ha variado la estacionalidad y los motivos de visita y cómo se ejecutan el *hospitality*, el *customer centric*, la atención al ocio en particular y la reputación online en general".

Por su parte, Pedro García, Marketing & Communication Manager de Vivood Landscape Hotels -firma acelerada por Lanzadera-, explicó el éxito del proyecto, "un hotel de diseño que promueve otro concepto de alojamiento turístico, basado en el lujo perceptivo y la relación con la naturaleza". "La conexión con el cliente le viene a través de los sentidos y las emociones, pero también mediante la práctica de una sostenibilidad de 360 grados", subrayó.

La *influencer* Inma Maynard defendió la importancia de las redes sociales para los hoteles *boutique*, como "canal imprescindible para crear sinergias con el cliente, al que se le ofrece un vínculo real, personal y diario, disfrutando de la experiencia única de otro concepto de hotel".

Premios a Swiss Hotel y Caro Hotel
Zdenka Lara, CEO de H Up Interiorismo + Diseño, y José María Colonques, responsable de Porcelanosa en la provincia de Valencia, entregaron los premios al 'Mejor Hotel Boutique' de la Comunitat Valenciana a María Císcar, de Swiss Hotel Moraira, y a Santiago Mañez, de Caro Hotel.