



ene.12.594

NH se queja de que el cliente quiere “más por menos”

CRISTINA NAVEDA

El presidente de la hotelera cree que las posibilidades tecnológicas hay que “mejorarlas y optimizarlas”, ya que el consumidor vive “pegado a la red”



17/01/2012 19:23

El presidente de NH Hoteles, Mariano Pérez Claver, considera fundamental que el sector hotelero reconfigure su estrategia, teniendo en cuenta el gran cambio que ha sufrido en los últimos años, “donde el móvil es ya una extensión de la anatomía y donde el cliente quiere más por menos”.

El directivo ha criticado, durante el [6º Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur \(Madrid\)](#), que antes el usuario era “más exigente” en lo referido a la calidad, pero que ahora se mira mucho el equilibrio entre ésta y el precio.

Pérez Claver estima también que la visibilidad del negocio es cada vez “más a corto plazo”, ya

que las reservas de último minuto son más frecuentes. Por ello, el hotelero cree que las posibilidades tecnológicas hay que "mejorarlas y optimizarlas", ya que el consumidor vive "pegado a la red".

Una tendencia que también ha comprobado la cadena Iberostar. Su presidente, Miguel Fluxá, ha asegurado este martes que es una realidad que los clientes han reducido sus expectativas, pero ha insistido en que la calidad tiene que ser considerada "primordial" para el sector.

Ambos empresarios coincidieron en afirmar que el mercado nacional ha sufrido más la crisis que otras zonas del mundo, como América del Sur, donde sus rentabilidades se han mantenido, e incluso han aumentado.

"En España el viejo caballo de batalla es la reforma del mercado laboral, que sería vital para el sector. Si se transfirieran las condiciones laborales alemanas al mercado español tendríamos subidas del 30% de actividad y del 50% del Ebitda", ha asegurado Pérez Claver.