

SAHIC 2015

Buen momento para los desarrollos hoteleros regionales

En el ámbito de la industria de la hospitalidad latinoamericana suele decirse que la Sahic es el lugar "donde los negocios se concretan". Se trata, no en vano, de una cita ineludible del sector, donde las grandes marcas internacionales comparten sus anuncios más impactantes. A continuación, remarcamos algunos de ellos.

Según **Arturo García Rosa**, presidente y fundador de la Conferencia, Brasil y Argentina son los dos países sudamericanos que experimentaron el incremento más marcado en términos de llegadas de viajeros internacionales entre 2006 y 2014. Ecuador, dijo, presentó un aumento significativo de 2010 a 2014, mientras que Sudamérica como región registró casi tantos arribos como México.

En conferencia de prensa, **David Berg**, CEO del *Carlson Hospitality Group*, anunció que Brasil le está ofreciendo a la compañía grandes oportunidades de desarrollo. Adelantó que "tenemos planeado acelerar el ritmo de crecimiento de Carlson Rezidor con nuevas construcciones, hacer reformas en las propiedades Radisson y enfocarnos en el segmento de categoría media imponiendo la marca Park Inn by Radisson. Mientras tanto, continuaremos cimentando una sólida relación con Atlantica Hotels International, brindándole apoyo, flexibilidad y compromiso para participar en nuevos activos. Y, selectivamente, buscaremos establecer la marca Radisson Blu en los puntos de entrada internacionales."

Ted Middleton, vicepresidente senior de *Desarrollo de Hilton Worldwide* para las Américas, explicó que cerca del 75% de los proyectos del grupo en la región están enfocados en establecimientos Hilton Garden Inn y Hampton by Hilton. "Ambas marcas han resultado exitosas para atraer desarrolladores y viajeros, en particular donde un producto 5 estrellas no es el más adecuado. No obstante, observa-



Paulo Pena, Jorge Giannattasio, Laurent de Kousemeaker, Arturo García Rosa, Ted Middleton, David Berg y Patrick Mendes.

✦ *Más de 350 delegados de 20 países se dieron cita el 28 y 29 de septiembre en Lima, Perú, para participar de la edición 2015 de la South American Hotel & Tourism Investment Conference, escenario de referencia sobre inversiones hoteleras en la región.*

mos un continuo interés en nuestra marca insignia Hilton Hotels & Resorts como así también en DoubleTree by Hilton, y un excelente posicionamiento en los sectores de lujo y estilo de vida a través de Curio, marca que está debutando con su primera propiedad en América Latina", explicó Middleton.

El director general de *Desarrollo de Marriott para América Latina y el Caribe*, **Laurent de Kousemeaker**, comentó que la corporación está enfocada en una estrategia de diferenciación de marca en la región. "Si bien el nombre Marriott cuenta con reconocimiento mundial, la diversidad de nuestras ban-

deras no está siempre clara en América Latina, sostuvo. Queremos introducir nuevas marcas para atraer mercados diferentes y niveles económicos distintos desplegando renovadas opciones por medio de AC, Residence Inn y Fairfield."

Jorge Giannattasio, vicepresidente senior y director de *Operaciones de Starwood Hotels & Resorts en América Latina*, se refirió al reciente lanzamiento de Tribute Portfolio, la décima marca del grupo. "En Starwood, dijo, reconocemos que existen numerosos hoteles independientes de excelente nivel en el mundo, los cuales tienen ahora la oportuni-



Arturo García Rosa.

dad de afiliarse a una marca que les permite aprovechar nuestra red de ventas y canales de reservas globales. Además, pueden llegar a más de 20 millones de miembros del programa de fidelidad SPG conservando su independencia e identidad particular." El ejecutivo subrayó que en Latinoamérica cerca del 65% de los hoteles no tienen marca (40% en Estados Unidos), pero claro está que aquellos establecimientos interesados en unirse al Tribute Portfolio deben ubicarse en la categoría "upper-upscale".

Paulo Pena, presidente de *Desarrollo de Wyndham Hotel Group para América Lati-*

na y el Caribe, comentó que la fuerte presencia regional de la compañía se está traduciendo en la apertura de 146 hoteles en 2015, acción liderada por las marcas Wyndham y Tryp en Brasil y Perú. Algunos ejemplos incluyen al Tryp Aeropuerto Internacional de Guarulhos y al Ramada Campos dos Goytacazes, el quinto de esa marca en Brasil, y la del Wyndham Costa del Sol Lima, octavo eslabón peruano de la bandera de alta gama Wyndham.

La viceministra de *Comercio Exterior y Turismo de Perú (Mincetur)*, **María del Carmen del Reparaz**, comentó que en la actualidad existen 33 proyectos de inversión hotelera en 14 regiones del país. La inversión total suma US\$ 241,5 millones y los proyectos se ubican en Arequipa (7), Loreto (3), Ica (3), región de Puno (3), Lima (2), Madre de Dios (2), Cusco (2), Amazonas (2), Tumbes (2), Huanuco (2), La Libertad (2) y Cajamarca, Junín y San Martín. En total se identificaron y reunieron 52 proyectos, de los cuales sólo 33 cumplieron con los requerimientos mínimos para ser insertados en el portfolio de proyectos de Sahic 2015.

Ian Schrage, distinguido por la Conferencia como *orador central* en calidad de "líder inspirador 2015", comentó a través de una presentación de video que "la fascinación de una ciudad no debería terminar una vez que se ingresa a un hotel. Esto es lo que estamos intentando hacer con Edition Hotels al generar una experiencia única en cada ciudad. El foco está puesto en desarrollar productos únicos para el mercado. Y en tal sentido es vital nuestra unión con Marriott. Ambos compartimos los mismos valores y queremos lograr algo espectacular. Es una alianza de lujo y el mercado sudamericano es increíble para nosotros."

Al término de la Sahic 2015 se informó que el año entrante la cita será del 26 al 27 de septiembre en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. 📍

PREMIOS Y PROYECTOS

El galardón a "Hotelero del año" fue para Francisco Levine, de Atton Hotels, en mérito al "increíble crecimiento logrado en la región", mientras que la distinción al "Mejor hotel nuevo" le correspondió al W Bogotá.

En otro orden, durante las Presentaciones 20/20 se expusieron proyectos e ideas innovadoras para establecer posi-

bles conexiones con inversores y socios adecuados para su implementación. Las propuestas fueron: Centro de Convenciones Eugenio Espejo, Quito; Flamencos Condominio & Resort, Perú; Villas Elguero, Brasil; Ciudad Turística Pena Fiel, Perú; Portfolio 10 Ibis, Ecuador; y Terra Andina Valle Sagrado Boutique Hotel, Perú.