



Javier Blanco

Director General Be Live Hotels



«Con la intención de llegar a todos los públicos hemos llevado a cabo la segmentación de nuestra marca que permite al usuario encontrar dentro de Be Live Hotels, el establecimiento que mejor se ajuste a sus necesidades...»

Perteneciente a Globalia, Be live Hotels cuenta con una red de alojamientos catalogados entre 4 y 5 estrellas, que se sitúan en localizaciones prime. Con sus establecimientos buscan crear experiencias únicas y por ello, cuentan con 31 hoteles distribuidos en los principales polos turísticos del mundo: República Dominicana, Cuba, España (Península, Baleares y Canarias), Portugal y Marruecos. En este sentido, Javier Blanco, Director General de Be Live Hotels, analiza los gustos de los distintos huéspedes de los que cuentan, así en su opinión, “el cliente busca una combinación de todo, en definitiva busca calidad en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel”.

¿Cuáles son los principales factores que considera Be Live Hotels para poder decidir un nuevo destino donde ubicar uno de sus hoteles?

Es importante que los destinos en los que estén ubicados nuestros hoteles sean sólidos en el ámbito vacacional y tengan un alto componente en

turoperación internacional. De esta manera podremos llegar con más facilidad al cliente de cualquier parte del mundo que nos escoja por destino y por aportar la mayor calidad y bienestar posible a su estancia.

En la actualidad Be Live Hotels está presente en España, Portugal, Marruecos, República Dominicana y Cuba.

¿Qué principales rasgos diferencian a la cadena Be Live Hotels? ¿Prima algún modelo en particular?

Los hoteles Be Live son hoteles modernos, adaptados a todo tipo de perfiles.

Con la intención de llegar a todos los públicos hemos llevado a cabo la segmentación de nuestra marca, que permite al usuario encontrar dentro de Be Live Hotels el establecimiento que mejor se ajuste a sus necesidades.

“El cliente busca una combinación de todo, en definitiva busca calidad en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel...”

Así, podrán escoger entre los Be Live Adults Only, pensados para parejas que buscan el relax absoluto; los Be Live Collection Resorts, establecimientos cinco estrellas hechos a medida para los clientes más exigentes; los Be Live City Center, hoteles de ciudad destinados tanto a profesionales como al cliente turístico; Be Smart, pensados para aquellos que quieren disfrutar de unas vacaciones más económicas sin perder un ápice de calidad; los Be Live Family Resorts, creados para vivir una auténtica experiencia en familia y, por último, los Be Live Experience, hoteles, de 4 estrellas y 4 estrellas superior dirigidos a todos los segmentos.

¿Qué es lo que cree que tiene más peso en el éxito de un hotel: la ubicación, el



Foto: Be Live Adults Only Marivent

precio, el servicio...? ¿Considera que cada establecimiento obedece a una estrategia de marketing diferente?

El cliente busca una combinación de todo, en definitiva, busca calidad

en cada uno de los aspectos que entran en juego en el día a día de un hotel. La estrategia de marketing cambia según la ubicación de cada establecimiento. Los hoteles-destino, por ejemplo, tienen una estrategia



zumex | SOUL | *Enjuice your life!*
zumexsoul.com

LO MEJOR DE LA FRUTA
EN CADA GOTA

Ahora, saborear un zumo de autor es tan fácil como tocar un botón.

Diseñada para exprimir en 15" el sabor más premium, esta exprimidora automática aportará un toque de distinción a tu negocio.

Con la tecnología más avanzada en el espacio más reducido, Soul cuida cada detalle para hacer del momento de tomar un zumo toda una experiencia.




HOSTELCO'16 BARCELONA / 23-26 Octubre
Palacio 2 Stand F654 / Fira Barcelona



Foto: Be Experience Hamaca

distinta a aquellos ubicados en centros neurálgicos concretos.

Desde su punto de vista, ¿qué principales pasos debe dar una cadena hotelera para optimizar el crecimiento de sus hoteles?

La consolidación de producto y el hecho de generar confianza en el cliente son aspectos cruciales. También considero como valor fundamental mantener y mejorar los estándares de calidad.

A su juicio ¿cuáles son los destinos con más potencial para los próximos años?

Los destinos que están ahora en auge, como Caribe, Canarias y Baleares, continuarán siendo un gran foco de atracción de turistas. Son destinos que, a día de hoy, debido a la disminución del flujo de turistas en otros puntos que siempre han sido competencia directa, han atravesado un crecimiento considerable.

¿Cómo ve el mercado de inversión hotelero español? ¿Cree que existen ya oportunidades interesantes?

La competencia es cada vez mayor pero sigue habiendo oportunidades. En Be Live Hotels no cesamos en la búsqueda de nuevos mercados, fieles



Foto: Be Live Collection Canoa Piscina

“La consolidación de producto y el hecho de generar confianza en el cliente son aspectos cruciales...”

siempre a nuestra filosofía de brindar al cliente la mejor ubicación y calidad posibles.

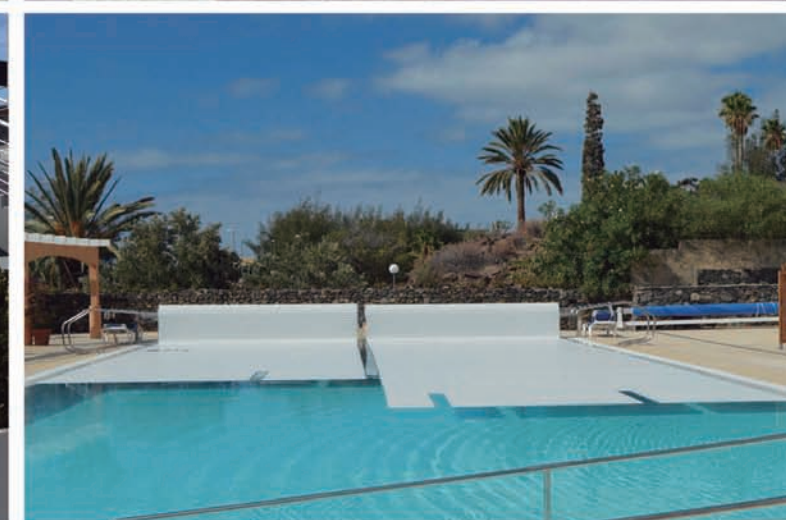
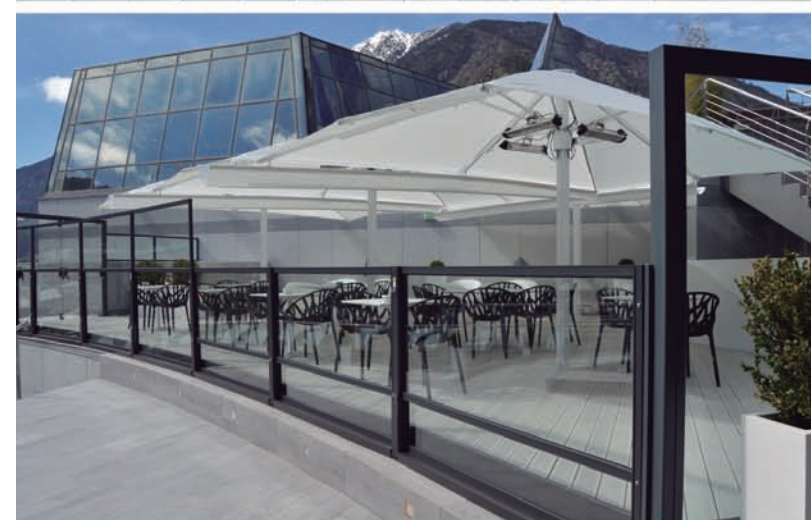
¿Podría avanzarnos alguna estrategia próxima de Be Live Hotels?, ¿nos sorprenderá con próximas aperturas?

El próximo año continuaremos con nuestro plan de expansión; tenemos previstas algunas aperturas en destinos vacacionales.

Foto: Be Live Collection Punta Cana



Foto: Be Live Family Los Gigantes



Pérgolas · Toldos · Parasoles · Cortinas · Velas · Mobiliario exterior · Mamparas · Piscinas · Cobertores

Disfruta de tu espacio exterior durante todo el año



ARQUITECTURA TEXTIL OUTDOOR SOLUTIONS PISCINAS

IASO, S.A Ctra. N-IIA, km 460,2 - Lleida (España) · 973 26 30 22 · info@iasoglobal.com · www.iasoglobal.com

Barcelona info.barcelona@iasoglobal.com Madrid info.madrid@iasoglobal.com Mallorca info.palma@iasoglobal.com

América Latina - España - Francia - Oriente Medio - Portugal - Reino Unido - Túnez