

Tendencias de la hospitalidad

MÉXICO
HOSPITALITY
EXPO

Powered by

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADING SHOW

 **EXPO**
GUADALAJARA®


Fira Barcelona
INTERNATIONAL

ÍNDICE

05

Guadalajara, el verdadero puente entre España y México

Por Jorge Serrano, Secretario de CIDH

09

IA y Hospitalidad, ¿Revolución o evolución sostenible?

Por Pablo Collado Serra, Aprendiz de la Innovación en el Sector Turístico

17

Soluciones energéticas. Para el sector HORECA en México: Eficiencia, Descarbonización y Rentabilidad

Por Eleazar Rivera Mata, Director del Clúster de Energía de Nuevo León

21

Hoteles al futuro

Por Ramón Godínez Ortiz

25

Wellness en los eventos: Un compromiso que va más allá del café y las credenciales

Por Francisco Cachafeiro de la Loza "Cacha"

29

Franquicias Gastronómicas. Tendencias clave en un sector en evolución

Por Luis Oscar Díaz, Consultor en Franquicias y Expansión de Negocios

35

La Empleabilidad innovadora en un mundo HORECA

Por Laura Robles Sahagún



Mensaje de Presidencia



*Lic José Andrés Oredáin De Obeso
| Presidente del Comité Técnico de
Expo Guadalajara*

En un mundo cada vez más interconectado, la hospitalidad se ha convertido en un factor decisivo. Hoy, espacios como hoteles, restaurantes y centros turísticos son motores de desarrollo económico, innovación y colaboración internacional.

Por ello, desde Expo Guadalajara consideramos fundamental impulsar plataformas que fortalezcan al sector y proyecten su crecimiento hacia mercados dinámicos y emergentes, como sin duda lo es América Latina.

Con esta visión nace México Hospitality Expo powered by HOSTELCO, una iniciativa binacional que consolida el compromiso de Expo Guadalajara con el desarrollo de la industria y la generación de negocios de alcance global.

Este evento, coorganizado por Expo Guadalajara y FIRA Barcelona, suma la

experiencia internacional de HOSTELCO —referente europeo del sector con más de cuatro décadas de trayectoria— para crear una plataforma que conecta a la región con las tendencias, soluciones y oportunidades que están transformando la hospitalidad a nivel mundial.

A nombre de Expo Guadalajara, les doy la más cordial bienvenida a empresas, proveedores, profesionistas, compradores y académicos para que formen parte de la segunda edición de México Hospitality Expo powered by HOSTELCO, donde los protagonistas del sector impulsan la innovación, fortalecen alianzas y generan nuevas oportunidades para nuestra región.

Sigamos construyendo un futuro brillante para la industria de la hospitalidad, que es un puente que une culturas y derriba fronteras.





La hospitalidad está viviendo un nuevo momento

Atenea Chevillotte, directora de Eventos Internacionales, Fira Barcelona

En los últimos años, la hospitalidad ha dejado de ser únicamente un servicio para convertirse en una forma de diseñar experiencias, espacios y relaciones. Hoy la encontramos en un hotel, en un restaurante, en un hospital, en un centro de bienestar o en cualquier entorno pensado para acoger, cuidar y generar bienestar.

Con esa visión nace “Tendencias de la Hospitalidad”, creado para analizar, compartir e inspirar a los profesionales que están redefiniendo esta industria en América Latina y el Caribe.

Esta publicación forma parte del ecosistema de México Hospitality Expo, una plataforma que surge con la vocación de conectar a los actores clave del sector y generar un espacio donde la innovación, el conocimiento y las oportunidades de negocio se encuentran.

La primera edición del evento supuso un paso importante para consolidar una comunidad que reúne a empresas, expertos y líderes de sectores tan diversos

como HORECA —con especial enfoque en hotelería—, hospitales, centros de bienestar y el ámbito del contract & design. Sectores distintos, pero unidos por un mismo concepto: la hospitalidad como experiencia.

Este primer número recoge algunas de las grandes conversaciones que hoy están definiendo el futuro de la industria: Analizamos cómo la inteligencia artificial empieza a transformar la forma en que se diseñan y gestionan las experiencias de hospitalidad. Exploramos las nuevas soluciones energéticas para hoteles, restaurantes y hospitales en México, en un contexto donde la eficiencia y la sostenibilidad son cada vez más estratégicas.

También miramos hacia adelante para imaginar los hoteles del futuro, profundizamos en el papel creciente del wellness en los eventos y las experiencias, analizamos las tendencias globales de las franquicias gastronómicas y reflexionamos sobre uno de los grandes retos del sector: la evolución del talento y la empleabilidad en el mundo HORECA.

“Tendencias de la Hospitalidad” tiene una intención clara: convertirse en un espacio para entender hacia dónde se dirige el sector y quiénes están liderando su transformación.

Porque la hospitalidad no es solo una industria, es una forma de pensar los espacios, las experiencias y el futuro.

Bienvenidos y bienvenidas.

MÉXICO
HOSPITALITY
EXPO
Powered by
HOSTELCO

IA

y hospitalidad

¿Revolución o Evolución Sostenible?



Por Pablo Collado Serra, Aprendiz de la Innovación en el Sector Turístico

No cabe duda: la inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa lejana. Hoy es una realidad tangible que ya está transformando toda la industria en general. En el sector turístico, ha transformado. Pues el modo en que operan hoteles, restaurantes y cafeterías se relacionan con sus clientes y diseñan sus estrategias de futuro.

En el marco de México Hospitality Expo 2026, la gran pregunta que debemos hacernos no es si debemos adaptarnos y servirnos de ella — creo que a estas alturas ya todos conocemos la respuesta a esa pregunta— sino cómo hacerlo de forma rápida, inteligente, socialmente responsable y rentable.

¿Qué está cambiando en el sector HORECA?

La aplicación de la IA en el sector no es una moda pasajera. Según publicaba en un reciente artículo Hosteltur, revista especializada en el sector, el 72 % de los hoteles españoles ya han implementado alguna herramienta basada en IA, desde chatbots hasta sistemas de revenue management. Restaurantes y cafeterías, por su parte, están utilizando inteligencia artificial para optimizar inventarios, personalizar recomendaciones y predecir patrones de consumo en función de la meteorología o eventos locales.



Los nuevos modelos de IA permiten hoy analizar el comportamiento del consumidor en tiempo real para personalizar la experiencia, rediseñar menús o lanzar campañas automatizadas. Lo más sorprendente no es lo que ya hace la IA, sino la velocidad con la que evoluciona y aprende, generando un salto cualitativo en la gestión operativa y comercial.



Vivimos la era del cliente digital, donde la tecnología nos acompaña en cada momento de nuestra vida.



“80 % de los viajeros están dispuestos a compartir datos personales si con ello reciben ofertas más relevantes o experiencias adaptadas a sus gustos.”

La personalización como factor crítico de éxito

En la era del cliente digital, la personalización no es solo una preferencia o un valor añadido, es una expectativa. Estudios recientes de Phocuswright muestran que el 80 % de los viajeros están dispuestos a compartir datos personales si con ello reciben ofertas más relevantes o experiencias adaptadas a sus gustos. La inteligencia artificial permite alcanzar un nivel de hiperpersonalización antes impensable: desde recomendaciones de habitaciones o platos según preferencias pasadas, hasta adaptar la iluminación o música ambiental de una habitación según el estado de ánimo detectado por sensores.



Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que incrementa la fidelización y el gasto promedio por estancia o visita. La clave está en combinar datos contextuales, comportamentales y transaccionales para ofrecer una experiencia coherente y significativa en cada punto de contacto. Personalizar más para convertir la experiencia en algo inolvidable.



Siendo este el escenario, por un lado, se nos presentan algunas oportunidades que podríamos agrupar en cuatro grandes bloques:

Optimización operativa:

Los algoritmos de IA pueden predecir ocupación hotelera, ajustar tarifas y anticipar rotación en restaurantes. Esto permite tomar decisiones más rápidas, basadas en datos, y reducir costes.

Experiencias hiperpersonalizadas:

Integrando IA con CRM y PMS para ofrecer recomendaciones y servicios únicos por cliente.

Mejor toma de decisiones:

La IA analiza miles de variables, detecta correlaciones y emite recomendaciones precisas. Desde qué plato quitar del menú hasta cuál es el canal de reserva más rentable.

Nuevos modelos de negocio:

Surgen conceptos innovadores como los hoteles sin recepción (check-in automatizado), dark kitchens controladas por algoritmos o room service robotizados.



Y por otro lado nos enfrentaremos a algunos retos, pues toda revolución implica fricción. Y más cuando la con la velocidad con la que no estamos enfrentando a los cambios. Estos son algunos de los grandes desafíos que el sector deberá abordar:





Deshumanización del servicio: El gran riesgo de una adopción indiscriminada de IA es perder el “toque humano”. Todo ello en una industria quem, como señala la Organización Mundial del Turismo (OMT), “la tecnología debe estar al servicio de la experiencia, no sustituirla”.

Gestión del cambio y formación: Muchos equipos no están preparados ni técnica ni emocionalmente para adaptarse. La capacitación en competencias digitales será esencial.

Privacidad y regulación: Los datos son el petróleo del siglo XXI. Pero su uso debe ser ético, transparente y respetuoso con la legislación vigente (como el GDPR europeo o sus equivalentes en otras jurisdicciones).

Desigualdad tecnológica: Según Phocuswright, solo un 35 % de los establecimientos independientes tienen acceso a IA comercialmente viable, lo que amenaza con ampliar la brecha entre grandes cadenas y pymes.

La clave del éxito no será incorporar más tecnología, sino hacerlo con propósito, sensibilidad y visión de negocio.



Nos enfrentamos por tanto a un momento decisivo: la inteligencia artificial ya está presente en el sector HORECA. Lo que está en juego no es solo la eficiencia o la rentabilidad, sino la capacidad de conectar con un cliente que valora cada vez más la tecnología y la autenticidad. México Hospitality Expo 2026 será una oportunidad estratégica para descubrir herramientas, conversar con expertos, explorar casos de uso y tomar decisiones de alto impacto.

La clave del éxito no será incorporar más tecnología, sino hacerlo con propósito, sensibilidad y visión de negocio. El verdadero valor de la IA no reside en lo que esta puede llegar a automatizar, sino en lo que potencia: experiencias más fluidas, operaciones más sostenibles y relaciones más inteligentes.

En conclusión, la base de la actividad del sector seguirá siendo la experiencia del cliente y una IA basada en las personas y para las personas puede ser determinante a la hora de mejorar la experiencia del cliente.

Nos vemos en México Hospitality Expo 2026. El futuro ya está aquí.



Pablo Collado Serra

Empresario destacado en Negocios de Turismo, Hospitality y Telecomunicaciones en Palma de Mallorca. Cónsul Honorario de Malta en Islas Baleares, Palma. Ha sido director de Fundación Desarrollo Sostenible Islas Baleares; Presidente de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios, VP Yes four Europe, Presidente de AJE Baleares, Premio Joven Empresario Baleares 2007, Socio fundador Iberemprende, entre otros.

Más información en:

- Hosteltur (2024). Los hoteles españoles aceleran la implantación de inteligencia artificial. Recuperado de <https://www.hosteltur.com>
- Phocuswright (2023). The State of Artificial Intelligence in Travel and Hospitality. Recuperado de <https://www.phocuswright.com>
- Phocuswright (2023). Personalization in Travel: How AI is Shaping Guest Expectations. Recuperado de <https://www.phocuswright.com>
- Organización Mundial del Turismo (2023). AI for Tourism: Ethical Principles and Use Cases. Recuperado de <https://www.unwto.org>