

INMOHOTEL 2011

VII

**Encuentro Sectorial
sobre el Mercado
Inmobiliario Hotelero**

**Colaborador especial
energético:**



Patrocinadores:



Gestión Integral de Marketing Hotelero, S.A.



Member of
The Leading Hotels of the World



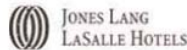
Asociaciones colaboradoras:



Constructora patrocinadora:



Medios especializados:



Colaboran:



Organiza:



Próximas Jornadas - Cesine Formación

VIVIENDA 2011

**XIII Encuentro Sectorial sobre
la Vivienda en España**
Abril

INMOSEGUR 2011

**XII Encuentro Sectorial sobre
Seguros y OCT aplicado al Sector
Inmobiliario y de la Construcción**
Julio

CONSULTORES 2011

**X Encuentro sobre
Consultoría y
Gestión de Patrimonio**
Noviembre

SUPERCONGRESO 2011

**III Foro Intersectorial del área
Inmobiliaria y de la Construcción**
Mayo

PROJECT 2011

**XII Encuentro Sectorial sobre
Project Management en España**
Septiembre

SUELO 2011

**XI Encuentro Sectorial sobre
Mercado de Suelo**
Diciembre

INMOFONDOS 2011

**III Foro de Negocio
entre Inversores**
Junio

FRANQUICIAS 2011

**III Encuentro Nacional de
Franquicias e Inversores**
Octubre

HIPOTECAS 2012

**IX Encuentro Sectorial sobre
Mercado Hipotecario en España**
Enero

Paradores recibe el premio “Inmohotel 2011”

Más de un centenar de profesionales asistieron al VII Encuentro Sectorial sobre el Mercado Inmobiliario Hotelero, ‘Inmohotel 2011’, organizado por CESINE Formación y Jornadas junto a Metros² y Revista de Ferias con la colaboración de la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos

(CEHAT), la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) y la Asociación Española de Directores de Hoteles (AEDH). El galardón con el cual el encuentro reconoce cada año a las empresas y profesionales más destacados del sector ha premiado este año la trayectoria de Paradores.



De izquierda a derecha, Emilio Gómez-Calcerrada, director general de Calidad de Paradores, recogiendo el premio Inmohotel 2011 de manos de Jesús Gatell, presidente de la AEHM.

El Premio InmoHotel concedido anualmente por Cesine Formación y Jornadas a las empresas o profesionales más representativas del sector hotelero ha recaído este año en Paradores. El galardón fue entregado por Jesús Gatell, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), durante la inauguración de la jornada Inmohotel 2011, y recogido por el director general de Calidad de la cadena hotelera, Emilio Gómez-Calcerrada, quien definió Paradores como un referente de primer orden para la hostelería española desde su constitución en 1928. “Paradores se

ha convertido en una empresa única en el mundo y en una poderosa herramienta turística para España en el exterior”, manifestó el directivo, “y ha dado nueva vida a un patrimonio histórico compuesto por conventos, hospitales, palacios y edificios en entornos naturales de gran belleza”, potenciando de paso la gastronomía y la cultura de cada una de las regiones donde cuenta con establecimientos. “Éste es nuestro valor más envidiado en el extranjero y constituye el know how que nos hemos propuesto exportar ahora”, señaló Gómez-Calcerrada.



De izquierda a derecha: Carlos Bardavío, counsel de Hogan Lovells y moderador de la primera mesa de debate, Luis Martín Guirado, presidente de BNP Paribas Real Estate y moderador de la segunda mesa de debate y detalle de los asistentes a la jornada.

El sector hotelero se prepara para recuperar posiciones

Las buenas expectativas de negocio del sector turístico han puesto de nuevo a los hoteles españoles en el punto de vista de los inversores. Un entorno cada vez más competitivo y tecnológico, así como nuevos retos de gestión como los derivados de la eficiencia energética, caracterizan la actualidad del sector, según coincidieron en señalar los expertos reunidos

en Inmohotel. La jornada contó con el patrocinio de Endesa, BNP Paribas Real Estate, IHP, GIMH, Intermundial Correduría de Seguros, Hogan Lovells, Biodit, Dharma Ingeniería, Valtecsa, Oproler y el Gran Hotel Meliá Fénix de Madrid, donde se celebró este esperado encuentro sobre gestión, inversión y servicios en el mercado hotelero.



De izquierda a derecha, los componentes de la primera mesa de debate Jesús Carreras, consejero delegado de Eizasa y gerente de GIMH, Juan Luis Ciudad, responsable de Servicios de Valor Añadido de Empresas de Endesa Energía, Vicente Romero, presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH), Jesús Gatell, presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Carlos Bardavío, counsel de Hogan Lovells y moderador del debate, Francisco Cabrero, director general y socio fundador de IHP y Grupo Plan y Luis Ortega, director corporativo de Ingeniería y Medio Ambiente de NH Hoteles.

En el acto de inauguración del encuentro, **Jesús Gatell**, presidente de la **AEHM**, reivindicó una transformación sustancial del sistema productivo español, actualmente en los puestos de cola de las clasificaciones internacionales de competitividad, y precisó que la gestión eficiente de los recursos humanos es la asignatura pendiente del sector turístico-hotelero. “Despedir personal, como bajar precios, sólo puede conducir a una merma de la calidad”, advirtió el dirigente. Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, durante 2010 viajaron por el mundo 935 millones de turistas, cifra que se disparará hasta los 2.000 millones en 2020. “El número de empleos que sustenta la industria turística supera los 235 millones, lo que representa un 8% del empleo mundial”, informó **Gatell**, quien puntualizó que en España “el comportamiento del turismo durante la crisis ha seguido siendo mejor que el del resto de sectores económicos”. No obstante, la administración “sigue sin preocuparse por el turismo”, como demuestra la inversión pública realiza-

España es el segundo país del mundo por ingresos turísticos y el cuarto por número de visitantes. El sector demanda más inversión pública

da en esta industria, “muy baja si consideramos que España es el segundo país del mundo por ingresos turísticos y el cuarto por número de visitantes”.

Moderaron las dos rondas de debate de la jornada **Inmohotel 2011** **Carlos Bardavío**, counsel de **Hogan Lovells** y el presidente de **BNP Paribas Real Estate**, **Luis Martín Guirado**, quien resumió parte de lo expuesto en el encuentro al señalar que “España es un país protagonista en una industria clave y por eso existe apetito inversor hacia su mercado hotelero”.



De izquierda a derecha, los componentes de la segunda mesa de debate Pedro J. Ostos, director general de Dharma Ingeniería, Francisco Javier del Nogal, dtor. del área de Riesgos Profesionales de Intermundial Seguros, Eduardo Albisu, consejero delegado de Valtecsa, Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, Luis Martín Guirado, presidente de BNP Paribas Real Estate y moderador de la mesa, Helena Burstedt, directora de Jones Lang LaSalle Hotels, y Marc Molas, socio de la división Hotels & Resorts de Planet Cluster.

Vicente Romero

Presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH)



Pese a reconocer como punto de partida el impacto de las nuevas tecnologías en las rutinas de gestión hotelera, el presidente de la AEDH afirmó que esta revolución está produciendo en ocasiones un efecto perjudicial sobre el servicio. Por citar un ejemplo, *“las redes sociales se están empleando de una manera defectuosa, ya que en su mantenimiento se prima el criterio cuantitativo, cuando lo que de verdad distingue un buen servicio es el cariño y el trato personalizado al cliente”*, según señaló

Romero. La consecuencia es *“la pérdida de rasgos distintivos propios y de carisma en los restaurantes y hoteles españoles”* y la consiguiente pérdida de competitividad de estos negocios. El ponente también cargó contra la administración al reivindicar que las campañas de promoción turística en el exterior sean dirigidas por profesionales del sector en vez de por políticos. *“Somos nosotros quienes sabemos lo que quiere el turista, y la administración debe atenderlos”*, concluyó el ponente.

Luis Ortega

Director corporativo de Ingeniería y Medio Ambiente de NH Hoteles



En un entorno económico caracterizado por la tendencia al alza de los costes de la energía, NH aprobó un plan de sostenibilidad en 2008 cuyo objetivo era la reducción de un 20% en el consumo de agua y energía, en la generación de residuos y en la emisión de CO₂. Los objetivos planteados ya han sido superados en los apartados respectivos al agua y las emisiones contaminantes, si bien la eficiencia energética es una meta más compleja porque pone en juego un gran número de variables. *“Vamos a conseguirlo porque hemos aprendido a medir*

los rendimientos de nuestros más de 400 hoteles repartidos por 25 países, y porque sabemos en qué consumos invertir según el potencial de ahorro que presentan”. La cadena ha puesto en marcha iniciativas tan innovadoras como las habitaciones capaces de monitorizar en tiempo real los consumos hídricos, lumínicos y energéticos de los huéspedes, incentivos para recompensar a los clientes más responsables con el medioambiente y hasta el diseño de un *Hotel Cero Emisiones* en la Ciudad del Medio Ambiente de Soria.

Juan Luis Ciudad

Responsable de Servicios de Valor Añadido de Empresas de Endesa Energía



El 45% del gasto en energía de un hotel corresponde a calefacción y aire acondicionado, y el 23% a agua caliente sanitaria. Las soluciones que hacen eficiente al hotel *“son las que conducen a una generación eficiente de energía, como la cogeneración o el cambio de un sistema de salas de calderas a uno de gas natural, y las soluciones que contribuyen a un consumo responsable, como los sistemas de control de consumo”*. En relación a estos últimos, señaló el ponente que *“por cada grado de temperatura que se*

consigue reducir la demanda de climatización de los usuarios, el gasto de la partida se reduce un 7%”. En cuanto a los sistemas de generación, con respecto a la energía solar térmica *“el coste de la instalación se amortiza con el ahorro en el consumo de energía y permite al hotel prescindir de combustibles fósiles”*. Por otro lado, gracias a la cogeneración, *“el edificio puede producir de manera simultánea y con un único equipo energía eléctrica y térmica”*, según explicó a los asistentes el directivo de Endesa.

Francisco Cabrero

Director general y socio fundador de IHP y Grupo Plan



International Hospitality Projects (IHP) es una agrupación empresarial que ofrece soluciones en todas las fases del ciclo inmobiliario de una operación hotelera, permitiendo a sus clientes la posibilidad de trabajar con un interlocutor único. La importancia de las labores de dirección integrada en la ejecución de proyectos hoteleros centró la intervención del director general de la compañía, quien destacó la notable complejidad de estos proyectos *“cuando se ejecutan con los parámetros de coordinación y efi-*

ciencia ideales”. El *project manager* *“debe asumir que la obra es el inicio de un negocio, el hotel, cuyas bases debe entender profundamente”*. Es importante que conozca *“desde el inicio las reglas del juego de la operación, plasmadas en el respectivo contrato”*, así como la estructura organizativa de su cliente. El *project manager* debe además mantenerse al tanto de las tendencias del sector hotelero, participar de los procesos de preapertura y seguir la explotación de sus proyectos.

Jesús Carreras

Consejero delegado de Eizasa y gerente de GIMH

Según el análisis del ponente, el número de personas conectadas a Internet seguirá creciendo de forma muy destacada en los próximos años. Como consecuencia, “la comercialización de reservas de habitaciones de hoteles se hará pronto casi exclusivamente online”. Los directores comerciales se convertirán en controladores del canal de Internet, sustentado en cuatro pilares: el motor de reservas, los buscadores de reservas, el *revenue management* y el *channel management*. El motor de reservas ha de ser atractivo,

operativo, rápido y compatible con todo tipo de dispositivos electrónicos. “El *channel manager* es un programa operativo para el análisis de los portales en toda la red y un instrumento de gran ayuda para mantener la tan reivindicada paridad de precios del mercado”. Y el *revenue management* permite analizar los precios del sector. GIMH está desarrollando un programa que combina *revenue* y *channel management* para ofrecer a sus clientes una herramienta que combinará información y operatividad.



Alfredo Bargues

Director comercial de Biodit

El sector hotelero es uno de los ámbitos preferentes de actuación de Biodit, una joven e innovadora empresa de seguridad con sede en el Parque Tecnológico de Valencia dedicada a instalar controles de acceso basados en el reconocimiento biométrico. Adaptando sus sistemas al negocio hotelero, podemos obtener a través de la huella dactilar de un cliente toda una serie de datos relacionados con su estancia en el establecimiento, incluso monitorizando los distintos perfiles de consumo vinculados a su estancia en el establecimiento

hotelero, tal y como explicó a los asistentes el director comercial de la compañía fabricante. Los dispositivos de reconocimiento biométrico pueden integrarse en puertas y accesos ya existentes o de nueva construcción y garantizan una serie de prestaciones tanto en usos residenciales como corporativos. Además, aportan mayor seguridad y confort que elementos convencionales como tarjetas o llaves y pueden facilitar a sus usuarios la entrada a zonas comunes en edificios residenciales como pueden ser parkings y trasteros.



Ramón Estalella

Secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)

Según Estalella, “cada vez es más difícil hablar del sector hotelero en su conjunto porque no hay soluciones globales de gestión que se puedan aplicar a todas las categorías de hoteles”. La heterogeneidad es total, “sobre todo en cuanto a la rentabilidad”, por más que el conjunto del sector hotelero español sea “el mejor del mundo en relación calidad-precio”. Este año se va a incrementar el número de pernoctaciones y de turistas extranjeros en España, en un contexto marcado por la rápida recuperación del

mercado alemán. Hay, además, muy buenas oportunidades de inversión en hoteles familiares de tercera generación, “muy bien ubicados en ciudades vacacionales pero que con el paso de los años se han quedado obsoletos y necesitan un profundo cambio de rumbo en la gestión”. Estos hoteles no están necesariamente en venta “pero necesitan ayuda y deberían ser objetivo prioritario de los potenciales inversores”. Según el ponente, hay más de un millar de hoteles en esta situación particular.



Eduardo Albisu

Consejero delegado de Valtecsa

“El valor de mercado de un hotel no es su valor inmobiliario, porque la gestión va a incidir directamente en su valor como activo”, explicó Albisu, quien aportó para los asistentes el punto de vista de un tasador profesional a la hora de determinar el valor de un activo hotelero. El ponente expuso brevemente los distintos tipos de valor que se podrían dilucidar a partir de dicho punto de partida: valor de mercado, valor contable, valor de seguro, valor hipotecario, valor de liquidación y valor para la adminis-

tración (en casos de impuestos, expropiaciones, sucesiones y donaciones). Además, podrían fijarse una serie de valores especiales (de sinergias, control accionarial, etc.) Entre los principios de valoración que podrían aplicarse se encuentran el principio de analogía de mercado, el principio del coste de reposición a nuevo y el principio de rentabilidad. A partir de estas premisas, el ejecutivo expuso un caso real de valoración de un hotel de 180 habitaciones para aplicar estos principios técnicos.



Francisco Javier del Nogal

Director del área de Riesgos Profesionales de Intermundial Seguros



La responsabilidad civil exigida al director de hotel -en tanto en cuanto administrador de hecho o de derecho de la persona jurídica que es el negocio hotelero- por actos cometidos en el ejercicio de sus funciones, es un fenómeno cada vez menos excepcional. *“Al director de hotel se le puede exigir responder ante la sociedad, por ejemplo, por competencia desleal o por incompetencia, pero también puede ser obligado por los accionistas, los empleados, los acreedores sociales u otros terceros, así como*

por la Administración”, explicó el experto en seguros. Además estos directivos pueden llegar a responder subsidiariamente de la deuda tributaria de la sociedad cuando no realicen los actos que sean de su incumbencia para cumplir las obligaciones tributarias, cuando hayan consentido el incumplimiento o hayan adoptado acuerdos que permitan las infracciones. En conclusión, “es recomendable que el hotel realice una buena gestión de la transferencia de los riesgos de responsabilidad civil”.

Helena Burststedt

Directora de Jones Lang LaSalle Hotels



Atendiendo al número de habitaciones vendidas, el volumen de inversión hotelera en España descendió un 70% entre 2007 y 2009 hasta volver a incrementarse un 12% anual en 2010 y mostrar un óptimo comportamiento en el primer trimestre de 2011 con cifras un 37% mayores que las del mismo período del año pasado. En 2010 *“la proporción de inversión extranjera en el mercado español en cuanto al número de habitaciones vendidas alcanzó el 40% respecto al 18% de 2009”*. El capital extranjero mostró gran atracción hacia hoteles

de 4 y 5 estrellas en ubicación *prime* en Madrid o Barcelona con más de 100 habitaciones y que cumplan con estándares de producto internacionales. Juegan en contra del país la sobreoferta hotelera y la competencia de destinos emergentes como Croacia o Bulgaria. No obstante, *“tanto en relación a Madrid como a Barcelona, los inversores internacionales comunican interés por invertir a corto plazo en el mercado hotelero en un 35-40% de los casos, junto a un interés más limitado hacia proyectos de nueva construcción”*.

Pedro J. Ostos

Director general de Dharma Ingeniería



Un 70 % de las implantaciones de sistemas integrados de gestión empresarial fracasan. Para evitar esto, **Ostos** expuso un caso de éxito en inteligencia de negocio aplicado en el **Hotel Wellington**. Los objetivos eran unificar las diferentes bases de datos para poder consolidar la información, disponer de información agregada y actualizada, reducir el tiempo de creación de los informes consolidados de las diferentes áreas y establecer diferentes niveles de desglose de la información. En esencia, *“integrar la*

información para llegar al dato único y conseguir la información necesaria para asegurar la toma de decisiones eficaces”. Las decisiones correctas *“han de basarse en información consistente, precisa y actualizada”*, y las herramientas tradicionales como balances e informes de venta *“no dan respuesta a todas las incógnitas que se plantean”*. Como cada nuevo problema requiere nuevas respuestas, cuanto más rápida sea la obtención y el análisis de la información, mayor será la rentabilidad del negocio.

Marc Molas

Socio de la división de Hotels & Resorts de Planet Cluster



Planet Cluster asesora a un *pool* muy estable de inversores en operaciones de inversión y desinversión en activos hoteleros. *“Nuestra actividad se centra en la negociación de los contratos de arrendamiento, aspecto que suele determinar el éxito de las operaciones”*, ilustró **Molas**. El experto señaló que *“España es un país de arrendamientos en el cual la gestión no ha penetrado del todo por una cuestión de resistencia cultural y de financiación”*. En el contexto actual *“se están firmando contratos más*

cortos (10-15 años) con rentas variables”. La caída del consumo ha impuesto un escenario de refinanciaciones *“con lo cual la banca es el nuevo actor fundamental, en ocasiones juez y parte en las transacciones”*. Predominan los avales societarios sobre los bancarios, se comparte el riesgo de la inversión entre el banco, el inversor y el operador, y el *asset management* ha adquirido un papel crucial. Como conclusión, *“en las condiciones vigentes hoy en el mercado, cuanto más asesoramiento, mejor”*.

LOS PROTAGONISTAS DEL ENCUENTRO



De izq. a dcha: **1:** Jorge Laguna, del departamento de Valoraciones de BNP Paribas Real Estate en España, con Luis Martín Guirado, presidente de la consultora y moderador de la segunda mesa de debate, y Francisco Ramírez, de la misma empresa. **2:** Enrique Gutiérrez, economista de Valtecsa, Juan Ignacio Cabrera, director financiero de Tesera de Hospitalidad, Carlos Benguría, socio del área Empresa de Fortium Family Office, Eduardo Albisu, consejero delegado de Valtecsa y Diego Vilaró, ingeniero de la misma tasadora.



De izq. a dcha: **3:** Alfredo Bargues (director comercial), Miguel Ángel Sánchez (director general) y Martín Schiavon (delegado comercial en Madrid), todos de Biodit. **4:** Cristina Masid, directora del Parador de Chinchón, Emilio Gómez-Calcerrada, director general de Calidad de Paradores y Pedro Soria, director del Parador de Alcalá de Henares, **5:** Gonzalo Figuera (director de servicios energéticos) e Irene Gil (project manager), ambos de N2S Group.



De izq. a dcha: **6:** Javier del Nogal, directivo de Intermundial Seguros, junto a Manuel López Muñoz, consejero delegado de la misma empresa, Inmaculada Palencia, directora gerente del hotel Gran Meliá Fénix y Ricardo Fernández, responsable de Control de Riesgos de ServiSegur. **7:** Estanislao Gómez Guerrero, corporate manager development de NH Hotels, Felipe Klein, analista, y Helena Burstedt, directora, ambos de Jones Lang LaSalle Hotels, junto a Javier Salgado, corporate asset manager de NH Hotels **8:** Pedro José Hernández, director de Expansión de Selectum Hoteles.



De izq. a dcha: **9:** Eduardo Irigoras, socio de Planet Cluster con Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, Miguel Ángel Fernández, presidente de la Federación Hotelera de la Comunidad Valenciana, y Marc Molas, socio de Planet Cluster. **10:** Juan Luis Ciudad, responsable de Servicios de Valor Añadido de Endesa Energía, María Nilley, dtora. de Soluciones BI de Dharma Ingeniería y Pedro J. Ostos, director general de la misma empresa. **11:** Jesús-Germán Balsa, director general de Hotel Sierra Leal, con Juan Carlos García-Marina, consejero delegado del Hotel Felipe IV.