



Carles Madrenas

Consejero Directivo RIU Hotels & Resorts



«Cada nuevo hotel que construimos es una nueva oportunidad para mejorar y aprovechar las instalaciones para ofrecer el mejor servicio posible»

En este número de la revista Hostelpro entrevistamos a Carles Madrenas, Consejero Directivo de RIU Hotels & Resorts, uno de los principales grupos hoteleros del mercado español presente en 16 países y con una plantilla por encima de los 25.000 empleados. Con un total de 107 establecimientos la compañía facturó el pasado ejercicio 1.284 millones de euros y dio servicio, en su conjunto, más de tres millones trescientos mil clientes. Conozcamos más detalles del grupo y sus estrategias...

Con más de 100 establecimientos, la cadena hotelera RIU Hotels & Resorts es una de las más importantes de España. En términos generales ¿qué principales magnitudes, en volumen y en valor, tiene su grupo?

El año 2012 ha tenido un balance positivo para RIU Hotels & Resorts ya que cerramos el ejercicio con unos ingresos de 1.284 millones de euros, 25.150 empleados en 107 hoteles de 16 países y recibimos a más de 3,3 millones de clientes. Ofrecemos actualmente un total de 43.036 habitaciones y 86.653 camas.

El 60% de nuestros establecimientos ofrecen el reconocido servicio All Inclusive by RIU. Actualmente RIU es la 31ª mayor cadena del mundo, una de las principales del Caribe y la

tercera en España por ingresos y número de habitaciones.

Aparte de ofrecer a sus huéspedes excelentes instalaciones en los mejores destinos, una variada y cuidada gastronomía y un servicio personalizado... ¿Cuáles son los principales rasgos diferenciativos de un Hotel Riu? ¿Prima algún modelo en particular?

Todos los hoteles RIU se caracterizan por la amabilidad de su personal, la atención al detalle y la profesionalidad. Nuestro personal es el que marca la diferencia frente a la competencia. Es el principal activo de RIU y del que más se enorgullece la empresa.

Una de nuestras señas de identidad ha sido siempre la consistencia y con esto queremos decir que detrás de nuestro logo el cliente siempre va a encontrar instalaciones de calidad, un servicio amable, atento y profesional y una gastronomía variada y de gran calidad. Todos los equipos trabajan para garantizar estos estándares de calidad y para transmitir nuestra filosofía de servicio a todos los hoteles de los 16 países en los que estamos presentes, respetando su cultura y carácter.

Actualmente con el gran desarrollo existente en el campo tecnológico, ¿Cómo cree que contribuyen estos avances al desarrollo del sector?

La tecnología es clave en la gestión de cualquier negocio y por supuesto también para la hotelería. Las herramientas de gestión de reservas y cupos nos ayudan

Foto: Riu Palace Costa Rica



“Desde que comenzó la recesión económica internacional, en RIU apostamos por mantener la inversión, tanto en reformas como en nuevos proyectos”

enormemente a saber al minuto la situación de nuestro banco de camas y, por lo tanto, a tomar decisiones acordes con las necesidades reales de cada momento.

Las nuevas tecnologías web nos permiten estar activos las 24 horas del día en cualquier parte del mundo y las posibilidades de interacción con el cliente son también ilimitadas.

Pero la tecnología no solo es informática y mundo web, también está en las cocinas, en las herramientas de servicio, en el área de limpieza, en el mobiliario con nuevas formas y materiales...

Redes sociales, portales de viajes... ¿qué opina de esta nueva forma de publicidad y venta? ¿la considera una ventaja o, por el contrario, cree que no refleja adecuadamente el concepto general de hotel?

RIU considera que las redes sociales son una herramienta muy importante de reputación y de interacción con el cliente. Nuestra estrategia en redes sociales nos lleva a tener una presencia cada vez más activa en las redes más populares como Facebook, Twitter, Flickr, Pinterest o Google+.

Facebook por ejemplo se ha convertido para nosotros en un canal indispensable de comunicación directa con el cliente. Hace poco hemos superado los 250.000 fans en Facebook. A través de esta plataforma podemos informar de nuestras últimas novedades, compartir información útil de nuestros hoteles, presentar a los miembros del equipo o las fotos de los nuevos hoteles.

En el tiempo que vivimos, ¿qué estrategias se están siguiendo desde la Cadena Riu para combatir la crisis?

Cada año aumentamos y perfeccionamos los sistemas de comercialización, mejoramos programas informáticos, proyectos de fidelización, el call center, desarrollo de nuevos productos, sistemas y cuestiones comerciales. La adaptación a las nuevas



Foto: Riu Palace Peninsula

necesidades es un esfuerzo diario del equipo comercial y de operaciones.

Desde que comenzó la recesión económica internacional, en RIU apostamos por mantener la inversión, tanto en reformas como en nuevos proyectos. Nuestra estrategia ha sido la de mantener la calidad de nuestros hoteles y seguir ampliando y diversificando nuestra oferta como vía para mantener nuestra posición en el mercado.

Otro área muy importante al que la cadena está prestando especial atención es la responsabilidad social corporativa. El departamento tiene proyectos muy ambiciosos en marcha como la certificación en sostenibilidad del 100% de nuestros hoteles para 2014, así como otros objetivos en reducción de consumos energéticos y de agua y de aumento de la cooperación social en los destinos en los que operamos.

Desde su experiencia, y en general ¿podría indicarnos por dónde están yendo las tendencias en diseño y construcción de hoteles?

Lo primordial a la hora de proyectar un hotel es que el diseño, que sin duda debe ser atractivo, tiene que estar supeditado a la funcionalidad y eso que es algo que se aprende con la experiencia. Cada nuevo hotel que construimos es una nueva oportunidad para mejorar y aprovechar las instalaciones para ofrecer el mejor servicio posible.

En cuanto a diseño, estamos apostando por un estilo moderno con espacios amplios y luminosos, colores atrevidos y un mayor protagonismo de materiales más fríos como

el cristal y el metal, que se combinan con otros más cálidos y tradicionales como las maderas y el granito.

La accesibilidad y la aplicación de nuevas tecnologías para el aprovechamiento y ahorro de energía y agua también son clave en los nuevos hoteles.

En 2010 se abrió el primer hotel urbano de la cadena Riu. ¿Qué diferencias han encontrado con respecto a la gestión de un hotel vacacional?, ¿está teniendo esta modalidad el comportamiento esperado?

Entrar en la hotelería urbana supuso el mayor reto al que se ha enfrentado nuestra compañía. El cambio de modelo supuso una revolución y un esfuerzo extraordinario por parte de todos los equipos (desde Recepción hasta Alimentos y Bebidas, o desde Comercial hasta Pisos) para adaptarse a las necesidades del cliente de ciudad.

Tres años después podemos decir que estamos satisfechos con los resultados.

Foto: Riu Palace México

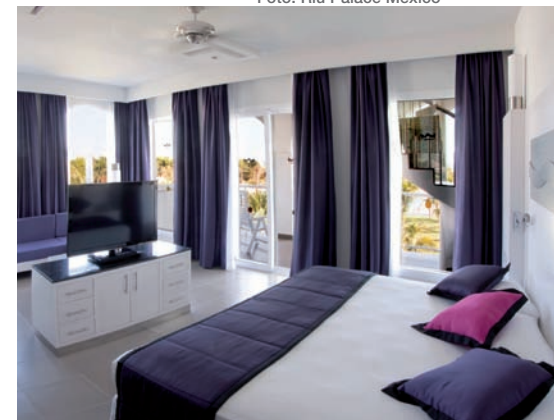




Foto: Riu Palace Mexico

Hemos consolidado la línea de producto Riu Plaza con un buen servicio en hotelería de ciudad al que hemos trasladado también nuestra experiencia en hotelería vacacional.

La muestra de esta consolidación son los planes de expansión de la línea Riu Plaza que se concretarán con la apertura del hotel Riu Plaza Berlin en diciembre de este año y del Riu Plaza New York Times Square en 2015.

Actualmente parece que uno de los puntos débiles de la hostelería española es la falta de formación. ¿Qué se está haciendo desde RIU Hotels & Resorts en este sentido?

La formación es primordial para la profesionalización de cualquier sector. En RIU Hotels contamos con convenios con varias escuelas de hostelería de prestigio.

Además, seguimos creyendo en la formación en el puesto de trabajo. Este año cumpliremos nuestro 60 aniversario y nuestro equipo profesional es uno de nuestros mayores activos y motivo de orgullo. Para poder mantener nuestro estándar de servicio es primordial traspasar el conocimiento a través de formación continua en el puesto de trabajo.

Por eso, por ejemplo, el equipo de la central se traslada a cada nueva apertura para formar a todo el nuevo personal de todas las áreas (recepción, bares y restaurantes, cocina, animación, pisos...). Este mismo equipo hace formación de seguimiento a lo largo del año para reforzar procedimientos, formar en nuevas tendencias y productos y asegurar así el cumplimiento de los altos estándares de calidad de RIU.

Foto: Riu Palace México



“Durante este año 2013, continuaremos con nuestro plan de reformas y con la construcción de nuevos hoteles con una inversión estimada de 200 millones de euros en más de 10 proyectos”

Finalmente, ¿podría avanzarnos alguna estrategia próxima de RIU Hotels & Resorts? ¿nos sorprenderá con próximas aperturas?

Seguiremos apostando por nuestro crecimiento pausado pero constante, por nuestra internacionalización y por la innovación en nuestros servicios como manera de fidelizar, pero también de captar nuevos clientes.

Durante este año 2013, continuaremos con nuestro plan de reformas y con la construcción de nuevos hoteles con una inversión estimada de 200 millones de euros en más de 10 proyectos.

En 2013 tenemos previsto inaugurar tres hoteles nuevos. El primero será el Riu Marillia situado en Hammamet, Túnez; en invierno llegará la inauguración del Riu Plaza Berlín, primer hotel de ciudad de RIU en Europa, y del Riu Palace Jamaica, quinto hotel en la isla y primer ‘Adults Only’ en este país.

En España se realizarán dos proyectos de reforma completa. La primera era la del Hotel Riu Nautilus de Torremolinos que reabrirá el 1 de marzo. La segunda gran renovación será la del ClubHotel Riu Gran Canaria, situado en Maspalomas.

En México también está prevista la renovación de dos hoteles. El Riu Yucatan de Playa del Carmen, reabrirá en julio de 2013 con nueva imagen y nuevos servicios, mientras el ClubHotel Riu Jalisco, situado en el Pacífico, en la Riviera Nayarit, reabrirá en noviembre tras una completa reforma.

En Túnez se renovará el Riu Palace Green Park, subiendo su categoría a la de Palace; en Bulgaria se reabrirá en mayo el Riu Helios en Sunny Beach tras los trabajos de remodelación y en Turquía el hotel Riu Kaya Palazzo se inaugurará de nuevo tras subir la categoría de sus servicios. Finalmente, el Riu Florida Beach de Miami (Estados Unidos) continuará con la mejora de sus instalaciones durante 2013 con la reforma de los baños.

MegaLed

LED, máximo ahorro y calidad de luz superior

Soluciones de ahorro en iluminación para el sector profesional



Realizamos proyectos a medida para cualquier tipo de empresa (hoteles, oficinas, fábricas, almacenes etc.), ofreciendo soluciones de ahorro personalizadas, 5 años de garantía y altos estándares de calidad.



tvtech
www.tvtechco.com

