



Juan Carlos Delgado

Director General de Accor Hoteles España, S.A.

«Nuestra apuesta en España es reforzar el liderazgo en la marca ibis, especialmente en el centro de Madrid y Barcelona así como en el resto de las grandes capitales de provincia»

La multinacional hotelera francesa Accor es actualmente en España el grupo hotelero económico estandarizado más importante; y es que sus datos en nuestro país son aplastantes: 81 hoteles -79 de ellos urbanos-, 9.151 habitaciones, más de 1.400 personas en plantilla y un objetivo de 130 establecimientos abiertos para el 2015 -al ritmo de 6 establecimientos franquiciados y 5 en propiedad al año-. La compañía anunció en septiembre del año pasado un importante cambio en torno a su principal enseña “ibis”, por el cual, además de mantener la marca, ampliaba su catálogo con “ibis styles”, nueva denominación de los establecimientos “all seasons”, e “ibis budget”, nueva enseña de los hoteles “Etap”. Así, los nuevos apellidos de ibis -styles y budget-, responden a un mayor confort y bienestar en la hotelería económica “alrededor de un ADN común: la modernidad, la sencillez y el bienestar”, como afirma Juan Carlos Delgado, Director General de Accor Hoteles España, S.A., en esta entrevista realizada por Hostelpro.

¿Qué principales magnitudes tiene en España la filial del grupo hotelero francés?

En España en Accor tenemos 79 hoteles urbanos (9.151 habitaciones) bajo las marcas Pullman, Novotel, Suite Novotel, Mercure, ibis, ibis Styles e ibis budget y cumple con éxito el plan de desarrollo que se había marcado en 2002. El objetivo es seguir un ritmo de crecimiento de 6 nuevos hoteles en régimen de franquicia y 5 hoteles en propiedad cada año y así alcanzar los 130 establecimientos en 2015.

De todos los hoteles en funcionamiento, 54 pertenecen a la familia ibis, compuesta por ibis, ibis Styles (antigua all seasons) e ibis budget (antigua Etap) y están previstas 6 aperturas durante 2012 en este grupo de marcas. Aparte, otras 17 aperturas de diferentes marcas están previstas hasta 2015.

En el plano humano, contamos con una plantilla de más de 1.400 personas en España entre los hoteles y los servicios centrales.

De las marcas de Accor en España (Novotel, Ibis, Pullman, Etap, Formule 1, All Seasons y Mercure) ¿Cuáles son las más importantes en volumen y en valor?

En España, la familia ibis, con las marcas ibis, ibis Styles e ibis budget cuenta con 55 hoteles en 2011 y se verá ampliada con 6 nuevas aperturas en 2012.

Además de las 6 aperturas de la familia ibis en 2012, el grupo contará con 17 aperturas de 2013 a 2015.

La segunda marca más importante en España es la marca de gama media Novotel con 13 hoteles.

Además, la marca Mercure con un desarrollo en franquicia se potencia más y más, pues cuenta con 5 hoteles en España.

Con 79 hoteles urbanos bajo las marcas Pullman, Novotel, Suite Novotel, Mercure, ibis, ibis Styles e ibis budget, cumplimos nuestro plan de desarrollo previsto y alcanzaremos en 2013 los 100 hoteles que se había marcado en 2002.

Nuestra apuesta en España es reforzar el liderazgo en la marca ibis, especialmente en el centro de Madrid y Barcelona así como en el resto de las grandes capitales de provincia,

donde no estamos presentes, y también desarrollar en franquicia la marca Mercure.

Nuestro plan de desarrollo para 2015 es alcanzar una red de hoteles abiertos de 130 establecimientos. Este plan se logrará gracias a un ritmo de 6 hoteles firmados en régimen de franquicia al año como media y 5 hoteles en propiedad al año.

Del casi centenar de hoteles -con enseñas que agrupan diferentes perfiles- son los establecimientos “Ibis” los más numerosos y los que más se han expandido por España. La apertura de tanto establecimiento económico estandarizado ¿a qué estrategia responde?

En septiembre de 2011, anunciamos un cambio importante a nivel de la marca ibis. Hemos decidido crear la Familia ibis que engloba ibis, que sigue siendo ibis, all seasons, que se convierte en «ibis styles» y Etap que se convierte en «ibis budget».

ibis, ibis styles e ibis budget tienen como objetivo convertirse en las marcas que ofrecen mayor confort y bienestar en la hotelería económica, alrededor de un ADN común basado en 3 nociones: la modernidad, la sencillez y el bienestar. Se trata de una alineación más coherente y más atractiva, apostando por ibis, una marca fuerte que goza de una notoriedad elevada en todo el mundo.

La familia ibis se convierte con sus 1.500 hoteles en 4 continentes en la marca hotelera con mayor número de hoteles a nivel mundial. Los hoteles que ostentan una marca de la familia ibis son hoy los hoteles más rentables tanto para nosotros como para nuestros inversores y socios.

En España, la familia ibis contará con 55 hoteles en 2011 y se verá con 6 nuevas aperturas este año.

Afrontar la crisis como una oportunidad, ¿Qué opina?

Aunque el contexto económico actual sea difícil, en Accor siempre consideramos como prioritario la calidad del servicio que ofrecemos y el profesionalismo con el que trabajamos. Son dos elementos fundamentales que siguen constantes a pesar de una coyuntura difícil. Los compromisos de calidad que tienen las marcas del grupo



Novotel Madrid, Campo de Las Naciones. Foto: Enric Berenguer

son muy fuertes y demuestran nuestro compromiso de hotelero hacia este criterio.

Por ejemplo, la calidad de ibis es reconocida por la certificación internacional ISO 9001 desde 1997. Es igualmente la primera del mundo en demostrar su compromiso medioambiental gracias a la obtención de la ISO 14001 en cerca de un tercio de su red.

Además la marca se compromete con el Contrato de Satisfacción 15 Minutos, que asegura al cliente la resolución de cualquier problema responsabilidad del hotel en el plazo de 15 minutos. De lo contrario, el hotel invitaría al cliente.

La marca Novotel está comprometida en el desarrollo sostenible a través del programa mundial de certificación medioambiental Earth Check, el programa líder mundial de certificación desarrollado específicamente para la industria turística.

Dos hoteles españoles, Novotel Barcelona Cornellà y Novotel Madrid Sanchinarro han sido elegidos como hoteles piloto para este programa y ya han obtenido la certificación Earth Check.

También Novotel Valencia Palacio de Congresos fue reconocido en 2011 por esta misma plataforma como uno de los hoteles con mejores resultados en materia de sostenibilidad en todo el mundo.

El servicio profesional y de calidad que ofrecemos va de la mano con un trato siempre personalizado de nuestros clientes.

La falta de formación parece ser uno de los principales lastres del sector hotelero español, que atraviesa un difícil momento con una caída sostenida de las ventas. Como revulsivo ante la actual coyuntura, ¿considera una ayuda efectiva invertir en formación? ¿Qué está haciendo su empresa

Pullman Barcelona Skipper. Foto: Stéfan Kraus



en este sentido? (formación de directivos, plantillas profesionalizadas...)

En Accor creemos firmemente que la formación de los equipos es la base para poder ofrecer a los clientes un servicio de calidad. En este sentido, se desarrollan distintas políticas de formación y gestión del talento de los colaboradores.

La gran mayoría de los directivos de la empresa procede de la promoción interna, lo que demuestra la efectividad de nuestros programas de formación.

En España se encuentra una de las 17 Académies Accor, un centro de formación dependiente del departamento de Recursos Humanos que ofrece a los empleados cursos y entrenamiento para desarrollar mejor su trabajo y adquirir nuevas competencias que les ayuden a crecer profesionalmente.

Una especial mención merece el programa Move Up de Novotel, que ha recibido en 2011 el premio Cegos & Equipos y Talento como Mejor Programa Internacional de Recursos Humanos. Este proyecto consta de 6 programas de formación enfocados a distintas necesidades y que permiten a los empleados adquirir nuevas habilidades y competencias, pasar un tiempo trabajando para Novotel en otro país y formarse para alcanzar puestos de responsabilidad en plazos concretos.

Actualmente las grandes centrales de reservas en internet consolidan las ventas de alojamiento con intermediación, frente a la presencia solitaria por parte de los hoteles con sus propios dominios. ¿Qué opina sobre esta forma de ventas? ¿Considera que se afianzarán aún más -las mayoristas de internet- en los próximos años? (Booking, Destinia, Muchoviaje, Logitravel)

En Accor apostamos por los canales de distribución directa: accorhotels.com y las webs de sus marcas. Sin duda, la venta directa vía web es ya hoy uno de los canales prioritarios en el sector.

Nuestros canales propios constituyen canales de venta muy potentes. Hoy, representan aproximadamente un 30% de nuestras ventas y esta ventaja constituye el primer argumento para nuestros socios franquiciados. Además, en Accor garantizamos el mejor precio de habitación en nuestros canales propios y

proponemos ofertas exclusivas en todas nuestras marcas.

Accor, como primer grupo hotelero internacional, cuenta con más de 4.400 hoteles y además tiene una elevada notoriedad de sus marcas fuertes en el mundo. Esto hace que sus canales de distribución sean muy potentes.

En nuestros canales web, intentamos mejorar cada vez más nuestros servicios e innovar. Por ejemplo, desde 2010 Accor colabora con TripAdvisor para ofrecer mayor transparencia a sus clientes. Los viajeros que busquen un hotel en accorhotels.com pueden informarse de las opiniones de otros usuarios de TripAdvisor, la comunidad de viajeros líder del mundo.

Demostamos así nuestro compromiso de calidad al facilitar directamente en nuestras webs las valoraciones de hoteles de nuestros clientes en TripAdvisor.

Además, se ofrece ya en accorhotels.com para determinadas ciudades informaciones sobre los hoteles y las actividades disponibles en esas ciudades.

¿Cree que los avances tecnológicos, en un escenario distinto como en el que nos encontramos, suponen una oportunidad para transformar el sector?

En el pasado, internet fue la innovación que transformó el sector hotelero. Hoy, son los canales móviles los que están transformando el sector. Y, por ello, en Accor hemos apostado por aplicaciones propias para Smartphones desde 2010. Y hemos asistido a

“En Accor creemos firmemente que la formación de los equipos es la base para poder ofrecer a los clientes un servicio de calidad”

un crecimiento de 3 dígitos de las reservas a través de estos canales.

Y, por último, ¿puede avanzarnos alguna estrategia de Accor Hoteles España, S.A. para el presente ejercicio?

En cuanto a la evolución de la familia ibis, un gran plan de comunicación acompañará el re-branding de las marcas este año, alrededor del ADN común basado en 3 nociones: la modernidad, la sencillez y el bienestar.

Se llevará a cabo un plan de modernización y de mejora del «bedding» de los hoteles. Se reconfigurarán los espacios comunes, la oferta de restauración y las tecnologías para responder mejor a las tendencias y expectativas de la clientela de mañana.

En adelante, la oferta hotelera económica de Accor se organiza en torno a dos ejes: una nueva arquitectura de marcas y la ambiciosa dinamización de los productos y servicios.

La visión de Accor es continuar siendo uno de los actores líder en la hotelería urbana de España, desarrollando, en función de las oportunidades, su portafolio de marcas y aportando al mercado productos hoteleros innovadores, con la convicción de que cuanto más variada sea la oferta hotelera española, mayor será su competitividad como destino.

Ibis Madrid Alcobendas. Foto: Philippe Wang



SOLUCIONES DE HOY PARA EDIFICIOS DEL MAÑANA

ECO i
ECO i

Si buscas una solución de VRF de máxima calidad, confía en Panasonic. La constante búsqueda en la innovación y nuestro firme compromiso con el medioambiente hacen que la nueva gama ECOi cuente con las mejores prestaciones y una total fiabilidad.

ECOi, la innovadora solución VRF de Panasonic, es altamente eficiente incluso a temperaturas de -25°C, y ofrece la mayor eficiencia en más del 77% de combinaciones. ECOi cuenta con una amplia gama de exteriores, de 2 y 3 tubos, incluyendo una unidad exterior de 20HP de un único módulo, permitiendo crear sistemas de hasta 60HP. Además, es fácilmente conectable a una amplia gama de controles remotos, centralizados y vía web. ECOi está diseñado para cubrir tanto las necesidades de los proyectos más vanguardistas, como de los requisitos medioambientales de estos días.

En Panasonic somos conscientes de la gran responsabilidad que significa el instalar sistemas VRF altamente eficientes en un edificio.

Porque ofrecer la mejor solución en sistemas de calefacción y refrigeración importa.

CADA DETALLE NOS IMPORTA.



eco
ideas

hasta
-25°C en
modo calor
TEMPERATURA
EXTERIOR

refrigerante
ecológico
R410A

RENEWAL
R22

heatingandcoolingsystems