

II ENCUENTRO ESPECIALIZADO

Nuevos Modelos de Negocio e Inversión del Sector Turístico y Hotelero:

Condohoteles • Fractionals • Apartamentos Turísticos • Tiempo Compartido

Un encuentro imprescindible para los sectores: construcción, inmobiliario, turístico, hotelero e inversores

APERTURA DE HONOR:

Dña. Amparo Fernández
Secretaria General de Turismo
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

POLÍTICAS TURÍSTICO-RESIDENCIALES Y NORMATIVA URBANÍSTICA:

GENERALITAT DE CATALUNYA

D. Joan Carles Vilalta Serrano
Director General

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO

JUNTA DE ANDALUCIA

D. Antonio Muñoz Martínez*
Director General de Planificación y Ordenación Turística

* Pendiente de confirmación

PROFESIONALES Y EXPERTOS DARÁN RESPUESTA A TODAS SUS CUESTIONES SOBRE:

El mercado, el negocio, claves jurídicas, modelos y rentabilidades, gestión y explotación, inversión, venta y marketing

■ TOURISM & LEISURE ■ NEXUS CORPORATION ■ MACE MANAGEMENT SERVICES ■ AEDIP ■ MON LEX-HISPAJURIS ■ GROUP RCI ■ LIVEINVEST

CONOZCA LAS MEJORES EXPERIENCIAS: ■ SOL MELIÁ ■ MEDGROUP ■ ILLOT HOTELS ■ HOTETUR ■ SAMANÁ VILLAGE REPÚBLICA DOMINICANA

Asociaciones Colaboradoras:



Publicaciones Colaboradoras:

BARCELONA
25 DE OCTUBRE
DE 2007

HOTEL PRINCESA SOFÍA

Plaza Pío XII, 4
08028 Barcelona

Expansión

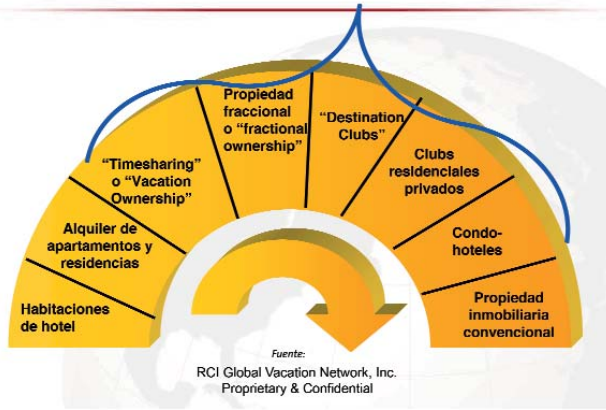
Expansión.com

tema **EMPLEO**
&

ACTUALIDAD
ECONÓMICA

Las firmas de capital riesgo lideran la inversión en hoteles

Las firmas de capital riesgo se han convertido en los reyes del negocio hotelero. Este tipo de entidades mueve el 43 por ciento del desembolso de este negocio. Los condohoteles son uno de los atractivos principales del mercado español.

El concepto de uso mixto en forma de "shared ownership" como denominador común en el arco de productos

Estimados amigos,

En los últimos años las características del mercado turístico han propiciado una mayor diversificación de la oferta hotelera y residencial, que intenta ajustarse más a los nichos de mercado. Fórmulas como los **condohoteles, fractionals, tiempo compartido, destinations clubs...**, se expanden como nuevos negocios hoteleros y alternativas a los productos de inversión inmobiliaria existentes.

Estas nuevas formas de explotación, ya implantadas en EE. UU., están creciendo sustancialmente en España. Los grupos hoteleros, promotores inmobiliarios e inversores empiezan a apostar fuerte por ellas. Según los expertos del sector, el turismo en propiedad compartida se duplicará en los próximos cinco años. Los futuros proyectos tendrán un componente mixto de hotel con aparthotel o de tiempo compartido para sacar más rentabilidad.

Ocho millones de clientes en todo el mundo y unos **ingresos anuales superiores a 12.000 millones de dólares** confirman el auge de las fórmulas turístico-residenciales alternativas. La industria del tiempo compartido española obtuvo el año pasado unos ingresos globales de 2.500 millones de euros.

Pero, ¿QUÉ FACTORES VAN A DETERMINAR EL DESARROLLO Y DESPEGUE DEFINITIVO DE LOS NUEVOS MODELOS VACACIONALES EN ESPAÑA?

El vacío legal existente supone un freno al impulso decisivo del modelo condohotel; el mercado y la fuerza de la demanda serán determinantes para acelerar una regulación que el sector está "pidendo a gritos".

El problema legal aparece porque los hoteles por ley están clasificados como de uso turístico y no residencial, lo que entra en conflicto con el régimen de condominio propuesto. Los primeros hoteles que optaron por esta modalidad en España lo hicieron de forma mixta, una parte de las habitaciones se comercializan en la fórmula de condominio y la otra de forma tradicional.

Expansión Conferencias en su encuentro sobre **Modelos de Negocio e Inversión del Sector Turístico y Hotelero: Condohoteles, Fractionals, Apartamentos Turísticos y Tiempo Compartido**, del próximo **25 de octubre**, reunirá a todos los agentes del sector, expertos y profesionales del mercado hotelero, inmobiliario, turístico residencial e inversores, para dar respuesta a todas sus cuestiones y analizar en profundidad sobre: los distintos modelos inmobiliarios alternativos existentes, su rentabilidad, su marco jurídico y urbanístico, las oportunidades de negocio, las estrategias de marketing y venta y las experiencias prácticas de los protagonistas.

En la seguridad de que este encuentro será de su máximo interés y esperando poder saludarle personalmente, reciba un cordial saludo,

Marga Martínez Garriga
Directora de Programas

Jueves, 25 de octubre de 2007

Agenda

- 9.15 | **Apertura de Honor. Secretaria General de Turismo. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO**
- 10.00 | **Panel de Comunidades Autónomas**
Director General de Planificación y Ordenación Turística JUNTA DE ANDALUCÍA
Dirección General de Turismo. GENERALITAT DE CATALUNYA
- 11.30 | **Situación del Mercado: modelos y rentabilidad. TOURISM & LEISURE**
Caso práctico: Desarrollo de un resort turístico en República Dominicana. NEXUS CORPORATION

- 12.30 | **El valor añadido del Project Management. AEDIP**
- 13.15 | **Marco Legal y Urbanístico. MONLEX HISPAGURIS. MEDGROUP**
- 16.00 | **Oportunidades de negocio. MEDGROUP**
- 16.45 | **Diversificación del negocio inmobiliario, turístico y hotelero. SOL MELIÁ**
- 17.30 | **Experiencia pionera en Baleares. ILLOT HOTELS**
- 18.15 | **Lanzamiento, gestión y explotación del Blue Bay Vacation Club. GROUP RCI. HOTETUR**
- 19.00 | **Marketing y venta. LIFEINVEST**

Jueves, 25 de octubre de 2007

8.45 *Recepción de los asistentes y entrega de la documentación*

9.00 *Saludo y bienvenida a cargo del Presidente y Moderador de la Jornada:*

D. Andrés Etreros

Director de Marketing y Business Development
MACE MANAGEMENT SERVICES

Los expertos piden que se asuman riesgos

Los coordinadores de las áreas de competitividad y de productos turísticos del **Plan del Turismo Español Horizonte 2020** proponen desde ventajas fiscales a transformaciones radicales de destinos.

Julio de 2007 – **Editur**

9.15 **Apertura de Honor:**
Horizonte 2020 del turismo español

El objetivo de esta iniciativa es sentar las bases para que la actividad turística siga siendo competitiva y sostenible a medio y largo plazo.

Nuevo Plan de Turismo Español 2008-2012 para garantizar la competitividad del sector turístico español

Dña. Amparo Fernández

Secretaría General de Turismo
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

9.45 *Coloquio y preguntas*

10.00 **Panel de Comunidades Autónomas:**

Líneas de actuación para potenciar el sector inmobiliario turístico e implicación de la normativa urbanística

D. Joan Carles Vilalta Serrano

Director General
Dirección General de Turismo
GENERALITAT DE CATALUNYA

D. Antonio Muñoz Martínez*

Director General de Planificación y Ordenación Turística
JUNTA DE ANDALUCÍA

10.45 *Coloquio y preguntas*

11.00 *Café*

FÓRMULAS INMOBILIARIAS Y MODELOS VACACIONALES ALTERNATIVOS:

- SITUACIÓN DEL MERCADO
- MARCO LEGAL Y URBANÍSTICO

11:30 **Situación del mercado y nuevas fórmulas inmobiliarias: modelos y rentabilidad**

Tanto los hoteleros como otras compañías turísticas han descubierto que el movimiento inmobiliario puede incrementar sus ingresos apoyando su “know-how” hotelero/turístico. En este sentido, el tiempo

compartido, las propiedades fraccionales, los hoteles condominio (condohoteles) y los clubes residenciales privados son nuevas fórmulas inmobiliarias con un componente de gestión importante que las diferencia de las propiedades inmobiliarias tradicionales.

Los futuros proyectos tendrán un componente mixto de hotel con aparthotel o de tiempo compartido para incrementar la rentabilidad y al mismo tiempo reducir las inversiones.

El tiempo compartido y la propiedad fraccional son conceptos similares que se definen como la “venta de uso en complejos turístico-residenciales en intervalos de entre una semana y tres meses”, aunque con un posicionamiento muy diferenciado entre ellos.

Otra fórmula que aún no está muy extendida fuera de EEUU, son los alojamientos vacacionales en régimen de prepago en propiedades turísticas muy exclusivas y lujosas. Se suelen denominar Destination Clubs, clubes residenciales exclusivos que exigen una cuota de entrada como socio de entre 200.000 y 500.000 euros, además de una cuota de mantenimiento anual que varía dependiendo del programa de uso escogido. Parte de este dinero se recupera en el momento de solicitar la baja en el club.

- ¿Cómo está evolucionando la demanda del mercado turístico-residencial?
 - Desarrollo, tendencias y previsiones
- Tipologías y modelos de condominios: aspectos clave y diferencias entre los distintos modelos. ¿Cómo se diferencia el condohotel de otras fórmulas vacacionales existentes? ¿Cuáles son los modelos más demandados?
 - Tiempo Compartido

* Pendiente de confirmación

- Propiedad Fraccional o Fractional Ownership
- Condohoteles
- Destination Clubs
- ¿Cuál es la estrategia más acertada?
- ¿Cuál es el modelo más rentable y con mayor proyección?
- Estructuración de la relación entre promotores inmobiliarios y gestores (esquemas de arrendamiento y gestión)

D. Alfred Capistrano
 Manager
 TOURISM & LEISURE (EUROPRACTIS)

Caso Práctico: desarrollo de un resort turístico residencial en República Dominicana

¿Cuáles son las fases, estructura financiera y análisis económico del proyecto Samaná Village?

D. Lluís Valdés Roca
 Director General
 NEXUS CORPORATION

12.15 *Coloquio y preguntas*

12.30 ¿Qué valor añadido aporta el Project Management en el desarrollo de nuevos proyectos?

- ¿Cuál es el papel del Project Management en el desarrollo de los nuevos proyectos hoteleros?
 - Claves para su optimización

- ¿En qué fase del proyecto entra la figura del PM?
- ¿Cómo se desarrolla y gestiona un proyecto?

D. Emilio Vidal
 Presidente
 AEDIP- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECCIÓN INTEGRADA DE PROYECTO

13.00 *Coloquio y preguntas*

13.15 Panel de Expertos:

Marco legal y urbanístico: ¿Bajo qué legislación se encuentran los distintos modelos de explotación hotelera?

Aproximación al concepto. Esquemas legales y urbanísticos

Existe una pluralidad de legislaciones aplicables, tanto en el ámbito territorial como en el material o sectorial.

El nuevo mercado del condohotel requiere de un marco jurídico propio para garantizar la seguridad en todas las fases y a todos los agentes implicados. El problema legal aparece porque los hoteles por ley están clasificados como de uso turístico y no residencial, lo que entra en conflicto con el régimen de condominio propuesto.

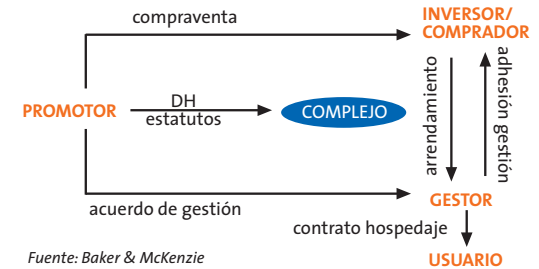
Los primeros hoteles que optaron por esta modalidad en la Costa del Sol, lo hicieron de forma mixta, una parte de las habitaciones se comercializan en la fórmula de condominio y la otra de forma tradicional.

- Calificación de suelos: residencial, hotelero y turístico
- Valoración de la normativa turística y los nuevos conceptos de inversión hotelera

- La diferenciación entre apartamento turístico y apartamento hotelero
- Especialidades de la titularidad compartida del edificio hotelero
- Promotor, hotelero, condómino, gestor y cliente: ¿cómo se establece la relación y quién asume los riesgos financieros?

D. José A. Fdez. de Alarcón Roca
 Socio
 MON LEX-HISPAJURIS

Esquema Contractual de un Condohotel



Fuente: Baker & McKenzie

¿Cuáles son los aspectos jurídicos clave del modelo condohotel?

- ✓ Modelos de contratos
- ✓ Implicación legal del comprador, gestor y promotor
- ¿Qué marco legislativo es de aplicación en el modelo condohotel?
 - Respecto a la inversión

- Respecto a la comercialización
- Respecto a la gestión
- Modelos contractuales. ¿Qué contratación se asocia a este nuevo modelo?
- Implicaciones legales de todas las partes:
 - Comprador
 - Gestor (Cadena Hotelera)
 - Promotor o constructor
- Posición jurídica del promotor-propietario: responsabilidades, derechos y obligaciones

Dña. Marta Martín
Directora Asesoría Jurídica
MEDGROUP

14.15 *Coloquio y preguntas*

14.30 *Almuerzo*

EXPERIENCIAS PRÁCTICAS Y NUEVOS PROYECTOS

- GRANDES CADENAS
- HOTEL INDEPENDIENTE
- PROMOTOR INVERSOR

Preside y modera:

D. Domènec Biosca
Presidente
ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS DE EMPRESAS
TURÍSTICAS
(ADETUR)

27 de abril de 2007

Expansión

Grandes inversores se unen para invertir en hoteles

Ofensiva inversora. El fondo de capital riesgo gestionado por Meridia Capital Partners se suma a otras iniciativas promovidas desde España para invertir en el sector hotelero. Ahorro Corporación y la inmobiliaria Losan lanzaron en 2006 un fondo, que prevé destinar 700 millones a la compra de hoteles en Europa y Estados Unidos.

16.00 **Oportunidades de negocio: ¿qué alternativas de productos de inversión inmobiliaria vacacional son los más rentables?**

✓ La experiencia de Medgroup

La evolución de los mercados ha llevado a la existencia de dos tendencias principales: nuevos productos hoteleros y aumento del arrendamiento y gestión de los hoteles.

- ¿Cuáles son los pilares de éxito en el concepto condohotel? ¿Por qué invertir en un condohotel?
- ¿Cómo se estructura la relación entre promotores inmobiliarios y gestores (esquemas de arrendamiento y gestión)?
- Desde el punto de vista del promotor, ¿cuáles son los factores determinantes para el despegue definitivo del modelo condohotel a nivel europeo?
- Destinos con mayores oportunidades de inversión
- ¿Qué facilidades de financiación existen para el inversor privado?

- ¿Las entidades financieras ofrecen productos específicos para estos modelos de propiedad compartida?
- Condohoteles de Medgroup
- ¿Cuáles son los planes de expansión internacional de Medgroup?

Dña. Ana Estrada
Directora de Hoteles
MEDGROUP

16.30 *Coloquio y preguntas*

16.45 **Nuevas oportunidades de diversificación del negocio inmobiliario, turístico y hotelero:**

✓ La experiencia de Sol Meliá

- Desinversión, reconversión o uso mixto de los hoteles. ¿Cuál es la apuesta de Sol Meliá?
- ¿Por qué deciden apostar por una estrategia de club vacacional? ¿Cómo definen sus productos?
- ¿Cuál es el modelo que están implantando?
 - Fraccional tradicional
 - Fraccional superior
 - Club residencial
 - Productos mixtos
- Gestión y explotación, ¿cuáles son los distintos modelos de gestión del concepto condohotel?
- ¿Qué rentabilidades obtienen de sus activos existentes?
- ¿Cuál es el perfil del comprador?
- ¿Cuál es la estrategia de captación de clientes?

- Fórmulas para captar la fidelidad y retención de sus clientes
- ¿Cuáles son los modelos vacacionales más demandados?
- Planes de expansión de la cadena hotelera. ¿En qué nuevos proyectos estratégicos está trabajando SMVC?
- Nuevos productos como “ Loyalty Lifestyle Club”: ¿cuál es el modelo de negocio?

D. Francisco Albertí
Director de Expansión
SOL MELIÁ

17.15 *Coloquio y preguntas*

17.30 **Experiencia pionera en Baleares: ¿Cómo se ha llevado a cabo la conversión de hotel vacacional en suite hotel bajo la fórmula de condohotel?**

- ¿Cuándo interesa la reconversión de hotel a condohotel?
- ¿Cuál es el modelo de negocio del Suite Hotel?
- ¿Qué criterios han seguido para desarrollar este modelo de negocio?
- Puntos críticos y aspectos clave durante el desarrollo del proyecto de reconversión
- ¿Cómo han superado el vacío legal existente?
- ¿Cuál ha sido el papel de la Administración Balear ante el nuevo proyecto de condohotel?
- ¿Qué aspectos han priorizado en su plan de marketing?
- ¿Qué estrategias de marketing y ventas les han llevado a superar con éxito sus expectativas? ¿Cómo han llegado a su público?

D. Ignasi Esteve
Consejero Delegado
ILLOT HOTELS

18.00 *Coloquio y preguntas*

18.15 **Lanzamiento, gestión y explotación del Blue Bay Vacation Club: ¿cuál es el modelo de negocio?**

Alianza estratégica: Hotetur Hotels la empresa hotelera del Grupo Marsans y RCI líder del mercado de intercambio de vacaciones, juntos en el lanzamiento y operación de su Club de Vacaciones, Blue Bay Vacation Club.

- ¿Cuáles son las fórmulas de propiedad compartida existentes?
- Origen de la estrategia del club de vacaciones
- ¿Qué ventajas ofrece este modelo de negocio?
- ¿Como se gestiona un club de vacaciones?
- La explotación en uso mixto
- ¿Cuáles son los planes de expansión de Hotetur Hoteles en este mercado?

D. Ovidio Zapico
Regional Sales Director (Spain, Italy, France & Portugal)
GROUP RCI

D. Ivar Yuste
Director de Gestión de Activos
HOTETUR

18.45 *Coloquio y preguntas*

VENTA Y MARKETING

19.00 **Estrategias de comercialización y marketing de los distintos productos a los distintos mercados**

LifInvest comercializa los productos turísticos a inversores particulares y empresas; está especiali-

zada en codohoteles, apartamentos turísticos y resorts de alto nivel en los mejores lugares del mundo.

- ¿Cómo está evolucionando la demanda de estos modelos vacacionales?
- ¿Qué oportunidades encuentran las cadenas hoteleras y hoteles independientes en el concepto condohotel?
- ¿Qué factores hacen atractiva la inversión en este tipo de proyectos?
- ¿Qué técnicas de marketing y canales de distribución se han utilizado para llegar a su público objetivo?
- ¿Cuáles están siendo las más efectivas?
- ¿A qué perfil responde el comprador?
 - Técnicas de venta según el mercado
- ¿Cómo promocionar el producto nacional en el extranjero? ¿Cómo articular una red comercial en el país de destino?
- Financiación del condohotel ¿qué facilidades ofrecen las entidades financieras al comprador?
- Campaña de marketing y comercialización del producto condohotel:
 - Distintas estrategias según comprador : nacional o extranjero
 - ¿Cómo se llega a cada tipo de potencial cliente?
- ¿Qué papel juega internet en la promoción de estos inmuebles?

D. Ignacio Rubio Guisasaola
Director Comercial
LIVEINVEST

19.30 *Coloquio y preguntas*

19.45 *Fin de la jornada*

Patrocina:

m | a | c | e

Mace es una empresa de gestión profesional que se dedica primordialmente a los sectores inmobiliarios, de construcción e infraestructuras. Nuestro trabajo consiste en la gestión y entrega de promociones, el proceso de diseño y construcción, desde la concepción del proyecto hasta la atención ulterior tras la finalización.

Desde su creación en 1990, Mace ha obtenido una amplia y diversa experiencia, especialmente en la gestión de grandes y complejos proyectos para clientes del sector público y privado. Nuestra amplia experiencia, junto con los recursos multidisciplinares de nuestro personal, nos capacitan para poder adoptar un estilo de gestión interactivo.

Nuestro empeño por conocer cuáles son las necesidades de nuestros clientes ha aportado a éstos un valor añadido de forma constante y ha hecho que se repitan los encargos.

Mace Management Services S.L., empresa que es propiedad exclusiva de Mace International, comenzó a funcionar en junio de 1999. Desde sus comienzos, la empresa ha experimentado un crecimiento planificado, constante y rápido. Actualmente se encuentra en proceso de expansión debido a la adjudicación de nuevos proyectos en Madrid, Barcelona, Levante, Andalucía, Galicia y Cantabria. Nuestro personal tiene distintos antecedentes profesionales que cubren todas las disciplinas de diseño y construcción que normalmente intervienen en los ámbitos de diseño, construcción y gestión. Algunos de estos profesionales cuentan con más de 30 años de experiencia, mientras que otros están comenzando sus carreras profesionales. La edad media de nuestro personal es 38 años. Nuestro objetivo es proporcionar la mezcla perfecta entre nuestros sistemas y procedimientos desarrollados en el Reino Unido y el conocimiento del sector específico de la construcción en España, añadiendo de esta forma valor a los proyectos de nuestros clientes.



Expansión Conferencias: www.ExpansionConferencias.com

Consúltenos sin compromiso: Tels.: 902 37 33 37 / 91 337 04 35
expansionconferencias@recoletos.es

Todos los ponentes han confirmado formalmente su asistencia. En caso de producirse cambios en el programa, será por razones ajenas a la voluntad de la organización.

