

Montero señaló que hay calidad en el diseño de estas instalaciones, además se sigue un estándar mundial.



ta entre US\$ 20 a US\$ 35 millones, se genera alrededor de US\$ 1.5 millones de gastos extra por año por no abrir a tiempo. Además, la excesiva demora en permisos desincentiva la inversión.

RC: ¿Cómo se decide a invertir un desarrollador internacional?

JM: Primero hacen un estudio de mercado, buscan la mejor ubicación posible, si encuentran dos o tres terrenos compran, cambian la zonificación y arman el proyecto, así como la arquitectura, aspecto donde los profesionales peruanos han dado buena respuesta. Seguidamente viene el desarrollo de la ingeniería, los presupuestos, la obra y la construcción.

Es importante aclarar que las cadenas, muchas veces, no son dueñas del hotel, sino los operadores. Los acuerdos entre ambos son de largo plazo, como de 20 años.

RC: ¿Cómo administran las cadenas estos establecimientos?

JM: Tratan de poner características que diferencian a su franquicia. Estas empresas cobran por el manejo un porcentaje de los ingresos, a cambio dan el know how, capacitan al personal, y acceden al mercado mundial de usuarios.

RC: ¿Cuántas habitaciones se construyen por edificación?

JM: Para hacer rentable un hotel tienes que poner restaurantes y otros servicios, lo cual no se rentabiliza con 80 habitaciones, así, el mínimo debe ser de 150 hasta 250 habitaciones.

RC: ¿Cómo varía, según las estrellas, la instalación?

JM: Una primera diferenciación es el tamaño de la habitación: una de un hotel de 4 o 5 estrellas está sobre los 36 m², incluyendo el baño; debajo de eso tenemos entre 20 y 25 m², considerando también el baño pero, aparte, están los acabados. Una habitación de un hotel 5 estrellas tiene alfombras, maderas, aire acondicionado, wifi de mejor velocidad y sistemas especiales.

RC: ¿Qué características son indispensables?

JM: Es importante que los visitantes lleguen con comodidad, así la vialidad es importante, que las calles sean adecuadas, que delegaciones con ómnibus puedan entrar. Se busca determinar la capacidad de iluminación de las habitaciones porque si el hotel solo tiene un frente chico,



algunas no tendrán muy buena iluminación, además hay que manejar la acústica.

RC: ¿Qué nuevas especialidades se han considerado con el transcurrir de los años?

JM: Se han incorporado muchas especialidades que antes no estaban tomadas en cuenta, como la acústica y las tecnologías de información, así como diversos sistemas de eficiencia energética. Lo que no se ha visto mucho pero ya es una tendencia es que los hoteles sean green building y obtengan certificaciones Leed, lo que puede implicar mayores costos por los cambios de vidrios y otros materiales, así como el tratamiento de las aguas.

RC: ¿Qué zonas del país son más atractivas para las cadenas hoteleras?

JM: En Lima los operadores dicen que San Isidro, Miraflores, Surco y Barranco son parte de centro de negocios de la ciudad, mientras que en provincias, primero se ha dado un desarrollo hotelero del visitante turístico, que va a Arequipa o Cusco a pasear, pero en lo referente a negocios no se ha dado ese concepto, recién se está implementando.

RC: ¿Qué marcas de hoteles están llegando al Perú?

JM: Son las marcas ya conocidas, es más, muchas veces son varias de un mismo grupo, como Starwoods.

RC: ¿A futuro, cómo ve el desarrollo hotelero?

JM: Lo estimo prometedor, hay bastante espacio por hacer, la demanda está. Lo que tenemos que resolver es el aspecto urbano. Otras ciudades como Bogotá o Buenos Aires tienen el doble o triple de hoteles y nosotros debemos estar en esa línea. ■