

Colaboración con *Cordial*
HOTELS & RESORTS

Claves para acelerar la expansión de una cadena hotelera

Tiempo de lectura: 6 minutos

noray^o

noray.com



¿De qué vamos a hablar?

Introducción

03

Desafíos, oportunidades y claves en la expansión de cadenas hoteleras

04

- Para correr antes hay que saber andar
- Sin ROI no hay paraíso
- Una brújula que apunte al corto, medio y largo plazo
- El corazón del hotel: su equipo
- La tecnología como palanca impulsora

Conclusión

16

02

Introducción

La expansión de una cadena hotelera es mucho más que la apertura de nuevos establecimientos. Supone consolidar un modelo de negocio, adaptarlo a nuevos mercados y garantizar que el crecimiento se produce de forma sostenible y rentable.

En un sector cada vez más competitivo, crecer requiere combinar visión estratégica, capacidad de adaptación y una gestión eficiente de los recursos. Cada nuevo proyecto representa una oportunidad para fortalecer la marca, optimizar operaciones y generar nuevas oportunidades de negocio.

Sin embargo, expandir una cadena hotelera también implica **afrontar desafíos complejos**. La selección de ubicaciones, la estandarización de procesos, la gestión del talento o la adaptación a las particularidades de cada mercado son solo algunos de los factores que pueden marcar la diferencia entre una expansión exitosa y una oportunidad desaprovechada.

En esta guía analizaremos algunas de las claves que pueden ayudarte a acelerar el crecimiento de una cadena hotelera de forma sostenible. Además, contaremos con la visión de **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, quien comparte su experiencia sobre los retos y aprendizajes que acompañan a los procesos de expansión en el sector hospitality.



Manuel Gruñeiro, Exdirector de Expansión en Cordial Hotels & Resorts



Desafíos, oportunidades y claves en la expansión de cadenas hoteleras

La expansión de una cadena hotelera abre la puerta a nuevas oportunidades de crecimiento, pero también plantea desafíos que afectan a áreas clave como la operación, la gestión financiera, la distribución o la experiencia del huésped.

Afrontar estos retos con éxito requiere una planificación sólida y una estrategia basada en datos. Analizar el rendimiento de los establecimientos, identificar oportunidades de mercado y evaluar riesgos potenciales permite tomar decisiones más seguras y sostenibles.

Además, no existen fórmulas universales para crecer. Cada cadena hotelera cuenta con objetivos, recursos y circunstancias diferentes, por lo que cualquier proceso de expansión debe apoyarse en un conocimiento profundo del negocio y de su entorno para definir el camino más adecuado.

Para correr antes hay que saber andar



Para **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, uno de los principales desafíos a la hora de ampliar el porfolio de una cadena hotelera es identificar qué tipo de producto encaja mejor con la estrategia de crecimiento de la compañía.

Según explica, en Cordial el proceso comienza definiendo las tipologías y categorías de establecimientos que mejor se alinean con sus objetivos. Una vez identificadas, se analizan los mercados y ubicaciones con mayor potencial para impulsar un crecimiento sostenible y rentable.

Antes de decidir dónde crecer, es fundamental tener claro cómo quieres crecer.

Sin ROI no hay paraíso



La expansión de una cadena hotelera requiere una inversión significativa. Adquisición de activos, reformas, contratación de equipos, tecnología o puesta en marcha son solo algunos de los costes asociados a cualquier proyecto de crecimiento. Por eso, **evaluar correctamente el retorno de la inversión** es un paso imprescindible antes de tomar cualquier decisión.

Para estimar ese retorno es necesario analizar factores como la demanda del destino, la competencia, los costes operativos o la estacionalidad. Todos ellos pueden influir directamente en la rentabilidad y en el plazo necesario para recuperar la inversión realizada.

En este sentido, **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, destaca la importancia de la temporalidad, ya que condiciona la capacidad de un establecimiento para generar ingresos de forma continuada y, por tanto, afecta directamente a los plazos de amortización.

Por ello, en **Cordial Hotels & Resorts** priorizan proyectos con un retorno a corto y medio plazo, apostando por destinos consolidados que permitan reducir la incertidumbre y acelerar la rentabilidad de la inversión.

Una brújula que apunte al corto, medio y largo plazo



La expansión de una cadena hotelera no debe centrarse únicamente en los resultados inmediatos. Para que el crecimiento sea sostenible, es necesario definir una estrategia que combine objetivos a corto, medio y largo plazo, permitiendo equilibrar rentabilidad, oportunidades de mercado y visión de futuro.

Según explica **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, esta planificación permite identificar mercados prioritarios para cada horizonte temporal y asignar recursos de forma más eficiente.

Mientras algunos destinos ofrecen oportunidades de crecimiento a corto plazo, otros pueden formar parte de una apuesta estratégica con un retorno más lejano.

Sin embargo, planificar a futuro no significa perder de vista el presente. La capacidad de adaptar la oferta a los cambios en la demanda y responder con agilidad a las condiciones del mercado sigue siendo un factor clave para el éxito de cualquier proceso de expansión.

El corazón del hotel: su equipo

La expansión de una cadena hotelera no depende únicamente de los activos, las ubicaciones o la inversión. Detrás de cada proyecto de crecimiento hay personas responsables de trasladar la cultura, los valores y la propuesta de valor de la marca a cada nuevo establecimiento.

Para **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, una de las principales lecciones aprendidas durante su trayectoria ha sido la estrecha relación entre la gestión de los activos y los equipos que los operan. Al fin y al cabo, son las

personas quienes convierten una estrategia de expansión en una experiencia real para el huésped.

Esta visión forma parte del ADN de **Cordial Hotels & Resorts**. Tal y como explicó su CEO, **Nicolás Villalobos**, en nuestro podcast **Noray Inn**, la compañía sitúa a las personas en el centro de su cultura corporativa, impulsando una forma de trabajar basada en poner el corazón en todo lo que hacen.



La tecnología como palanca impulsora



La expansión de una cadena hotelera implica gestionar más establecimientos, más equipos, más procesos y una mayor complejidad operativa. En este contexto, la tecnología se convierte en un elemento clave para garantizar un crecimiento sostenible y eficiente.

Según **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, la tecnología es una herramienta fundamental en los procesos de expansión, ya que permite gestionar de forma más eficiente los activos y facilitar la toma de decisiones a medida que la cadena crece.

Entre las soluciones imprescindibles destaca la importancia de **contar con un PMS capaz de adaptarse a los mercados actuales y futuros de la cadena**. Además, herramientas como los channel managers, CRM o plataformas de análisis contribuyen a optimizar la distribución, mejorar el conocimiento del cliente y facilitar la gestión de múltiples establecimientos.

Sin embargo, más allá de las herramientas individuales, la verdadera clave está en la integración. Disponer de un **ecosistema tecnológico conectado** permite estandarizar procesos, compartir información y replicar el know-how de la cadena en cada nueva etapa de crecimiento.

Conclusión

La expansión de una cadena hotelera representa una gran oportunidad para impulsar el crecimiento del negocio, acceder a nuevos mercados y fortalecer el posicionamiento de la marca. Sin embargo, para que ese crecimiento sea sostenible, es imprescindible apoyarse en una estrategia sólida y en una toma de decisiones basada en datos.

Contar con la tecnología adecuada permite analizar oportunidades, optimizar procesos y gestionar de forma eficiente la complejidad que acompaña a cualquier proceso de expansión. Pero la tecnología, por sí sola, no garantiza el éxito.

Las **personas** siguen siendo el verdadero motor del crecimiento. La combinación de talento, experiencia y herramientas capaces de transformar los datos en decisiones es lo que permite convertir una estrategia de expansión en una realidad.

La experiencia compartida por **Manuel Gruñeiro**, exdirector de Expansión de **Cordial Hotels & Resorts**, demuestra que crecer con éxito requiere encontrar el equilibrio entre visión, rentabilidad, capacidad de adaptación y gestión del talento.

Porque, al final, las cadenas hoteleras que logran expandirse con éxito son aquellas capaces de **alinear estrategia, personas y tecnología** en una misma dirección.



noray^o

en colaboración con

Cordial
HOTELS & RESORTS

noray.com