

## La subasta alemana del móvil logra 191 millones en la primera semana

I. A. Madrid

Las previsiones decían que iba a ser una subasta muy tranquila y moderada, con las operadoras exhibiendo cautela y absolutamente reacias a dejarse tentar por las ofertas multimillonarias que presentaron hace diez años, cuando lo que estaba en juego era el UMTS. Y así está siendo. La primera semana de la subasta alemana de frecuencias de telefonía móvil, en la que participan Telefónica, Deutsche Telekom, Vodafone y KPN, ha cumplido todas las premisas, incluso de forma más acusada de lo que se esperaba.

Y es que en cinco jornadas de sesiones y tras 35 rondas, las arcas del estado germano se llevarían 191,4 millones de euros si la puja se cerrara ahora. Es cierto que los analistas no esperaban desembolsos muy elevados, pero calculaban entre 2.000 y 7.000 millones. A 200 millones por semana, quedarían 10 todavía por delante para alcanzar la más baja de esas cifras. Pero es que el paso de las operadoras es incluso más lento,

porque el primer día la puja se elevó porque había precios mínimos. Al cierre de la primera ronda, las ofertas sumaban 94,47 millones, así que las operadoras realmente sólo han puesto 97 millones sobre la mesa más en cinco días.

Las conclusiones son dos. La subasta podría eternizarse y las operadoras no están dispuestas a apostar un euro más de lo que sea necesario para ganar al rival.

### Lucha en 800 MHz

Una tercera conclusión que está quedando clara es que el verdadero interés de las compañías está en las frecuencias de 800 MHz, las de mayor calidad, que permiten dar banda ancha móvil con pocas antenas y que tienen muy buena penetración en los edificios.

Mientras que el resto de las frecuencias a subasta siguen muy cerca de su precio inicial, son las de 800 MHz las que suman la mayor cantidad de dinero. Eso pueda dar una señal sobre el interés real de los operadores a otros países que tengan previsto vender espectro.

## Bwin cierra 2009 con un beneficio de 46,3 millones

El grupo de juego online cerró 2009 con un beneficio después de impuestos de 46,3 millones de euros, con lo que deja atrás las pérdidas de 12,8 millones de 2008. La compañía, que patrocinará al Real Madrid hasta la temporada 2012-2013, elevó un 6,1% sus ingresos globales, que se situaron en 446,6 millones. La compañía con sede en Viena no desglosa cuál ha sido el beneficio obtenido por su filial española. Sin embargo, sí apunta en su presentación que el gasto en publicidad y marketing durante el último ejercicio se situó en 102,7 millones, frente a los 132,9 que gastó en 2008.

## Reparalia alcanza las 100 franquicias en España en 14 meses

La puesta en marcha en 2008 por parte de la filial española de Reparalia de su red de franquicias, Reparalia Alliance, acaba de alcanzar su enseña número cien, informa Javier Carazo. "Esto se ha conseguido tras sólo 14 meses desde que iniciamos el proyecto", afirma H. Stephen Phillips, consejero delegado de la compañía. La empresa tiene dos líneas de negocio: la gestión de siniestros y resolución de reparaciones, y la comercialización de contratos de cuidado del hogar. Montar una franquicia de Reparalia cuesta 20.000 euros y, según Phillips, acuden trabajadores con pocos recursos.

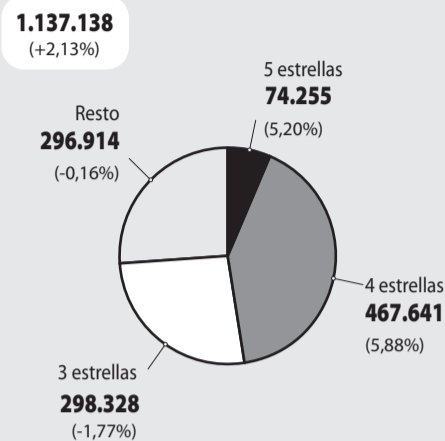
## A FONDO

### Evolución del mercado hotelero

■ 5 estrellas ■ 4 estrellas ■ 3 estrellas Cifras en euros

#### Número de plazas ofertadas

Febrero 2009. Entre paréntesis, variación 2009-08

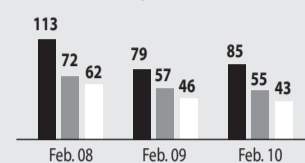


Fuente: INE

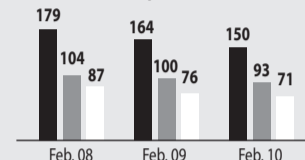
#### Ciudades

Con más de 500 habitantes

##### Ingreso medio por habitación disponible



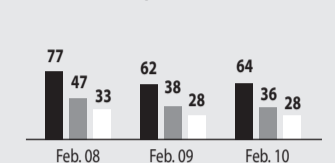
##### Facturación media por habitación ocupada



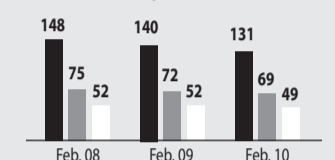
#### Zonas turísticas

Con municipios con más de 1.000 plazas hoteleras

##### Ingreso medio por habitación disponible



##### Facturación media por habitación ocupada



Cinco Días

# El turismo sigue de rebajas

TEXTO BORJA GUERRERO

Hace sólo tres años, cuando un cliente entraba por la puerta de un hotel de cuatro estrellas estaba dispuesto a pagar religiosamente los 120 euros que el establecimiento exigía por la habitación. Eran tiempos de bonanza en el sector, con precios al alza y una demanda vigorosa. Hoy el panorama es bastante distinto. Ahora es habitual que el cliente pregunte antes el precio e intente regatear con el argumento de marcharse al establecimiento de al lado si no se le reduce la tarifa, según ha narrado recientemente un alto ejecutivo de AC Hotels y de la patronal Cehat. "El cliente ya lo único que busca es el hotel más barato, en la fecha más barata", decía este ejecutivo.

Entre la clientela de los hoteles y los turistas en general se ha instalado definitivamente la cultura del regateo, una práctica ante la que las empresas del sector admiten estar desconcertadas. El regateo, el descenso de la demanda por la recesión y la gran cantidad de reservas que se realizan a última hora tienen permanentemente a los ejecutivos de las compañías cruzando los dedos. Los viajeros han recuperado capacidad de negociación que antes no tenían, mientras que las empresas aseguran que con tanta bajada de precios "el cliente ha perdido la noción de lo que cuesta viajar". Lo que sí parece claro es que será difícil recuperar el nivel de los 120 euros en un plazo inferior a tres o cuatro años.

Desde la consultora Magma Turismo se apunta



Vistas al mar desde una habitación de hotel. BLOOMBERG

## La industria asegura que el cliente ha perdido la noción de lo que vale viajar

que lo único que puede esperar el sector hotelero en 2010 es, en el mejor de los casos, un ligero repunte de precios en determinadas zonas y establecimientos. Pero la mayoría de la industria repetirá tarifas o incluso se verá abocada a seguir bajando. Bajar precios es una solución a corto plazo, explica desde la consultora, pero a medio y largo es un "grave problema" porque las cadenas necesitan caja con la que amortizar la financiación que obtuvieron para sus planes de crecimiento. Como ha pasado en el sector inmobiliario, podría empe-

zar a suceder que los bancos tengan que quedarse con muchos activos por la incapacidad de sus propietarios actuales de poder hacer frente a los préstamos.

### Consumos extras

La industria hotelera no está siendo sólo penalizada a través de las tarifas, sino también por la reducción de los consumos extras de los clientes en los establecimientos, que dejan un margen interesante para las compañías. Basta echar un vistazo al panel que elabora la Confederación de Establecimientos Hoteleros y Apartamentos Turísticos -los últimos datos disponibles son los de febrero- para percibirlo. El ADR, que mide la facturación media por habitación ocupada (tarifa más consumos extras), no deja de caer tanto en los hoteles urbanos como en los vacacionales desde 2008.

En el propio sector se reconoce que el mercado está sobreofertado. La planta

hotelera ha crecido de forma desmesurada en los últimos años al calor de los años de bonanza y de la llegada al negocio de empresarios procedentes de la construcción y el inmobiliario. Lo mismo sucede en las agencias de viajes, cuya red había crecido exponencialmente hasta límites que ahora el mercado no puede mantener. Desaparecieron 1.800 puntos de venta en 2009 y ya quedan entre 7.000 y 7.200. Y todo apunta a que la purga va a continuar en 2010, aunque no parece que de forma tan intensa.

### Perspectivas

En medio de este mercado desordenado hay una cierta coincidencia de opiniones en que, si no en valor, sí que habrá una mejora en el volumen de reservas de cara al próximo verano en España. Algunos de los principales grupos turísticos defienden la tesis de que la "crisis psicológica", que no la económica, ha pasado y que los consumidores con poder adquisitivo que no se han visto perjudicados por la debacle viajarán este año sí o sí.

El sector no esconde tampoco su preocupación por la situación de Marsans. En los pasillos y también desde la tribuna del XIII Congreso Nacional de Turismo que se celebró el jueves pasado en Madrid se dijo que la situación financiera que atraviesa el grupo es un riesgo latente para el conjunto de la industria. Un eventual colapso del grupo, ahora que se acercan los meses claves para el balance anual de las compañías, sería letal para el turismo español.

### SPIRIT HOBBY MODELS S.L.

#### JUNTA GENERAL DE SOCIOS

El Administrador Único, convoca Junta General que se celebrará el día 11 de MAYO de 2010, a las 16 h. en la c/ Chile nº 10-oficina 109-LAS MATAS-LAS ROZAS (MADRID), con el siguiente:

#### ORDEN DEL DÍA

- 1) RENOVACION DE CARGOS: Cese y nombramiento de administradores.
- 2) Redacción, lectura y aprobación del acta.

A partir de la presente Convocatoria cualquier socio podrá obtener de la sociedad de forma inmediata y gratuita, información acerca de las cuestiones que han de ser sometidas a la aprobación de la Junta General.

En Las Matas (Madrid), a 15 de abril de 2010.  
El Administrador Único  
José Ignacio Galván de Porres

### VILLANILLAS, S.L.

Conforme a lo previsto en los Estatutos Sociales y, por remisión, en la Ley, se convoca a todos los socios de la Compañía Villanillas, Sociedad Limitada, a la Junta General Extraordinaria a celebrarse en Madrid, calle Ayala número, 83 (local de Viajes Preststour, Sociedad Anónima), el próximo día 5 de mayo de 2010, a las once horas en primera convocatoria, y a las once horas y treinta minutos del mismo día y mismo domicilio en segunda convocatoria, para tratar del siguiente

#### ORDEN DEL DÍA

- 1º Cese del Administrador Único y Nombramiento de Administradores mancomunados.
- 2º Prohibición al órgano de Administración de enajenar, gravar o disponer de cualquiera de los bienes de todo tipo o activos de la sociedad.
- 3º Exhibición de cuentas y resultados económicos del ejercicio 2009 y primeros meses del ejercicio 2010.
- 4º Autorización, en su caso, para elevar a público tales acuerdos.

En Madrid, a 14 de abril de 2010  
El Administrador Único,  
Ángel Nemesio Prieto Rebollo