

La franquicia gana peso en el parque hotelero español

Las cadenas venden sus hoteles en propiedad, según Magma Turismo

NOEMI NAVAS Madrid

Menos patrimonio, más dirección. Los hoteleros reducen el peso de sus edificios en la cartera y dan prioridad a la gestión de los establecimientos. Un estudio de Magma Turismo pone cifras a la tendencia: del total de operaciones de compra y venta realizadas en el ejercicio 2010 por grupos hoteleros (no se incluye otra tipología de transacciones de activos hoteleros), cerca del 60% fueron desinversiones. No hace referencia al monto total de las transacciones. "Esta realidad se debe a un cambio de mentalidad de las cadenas, que se autodefinen como gestores especializados y no como patrimonialistas", afirman desde Magma-TRI Hospitality Consulting.

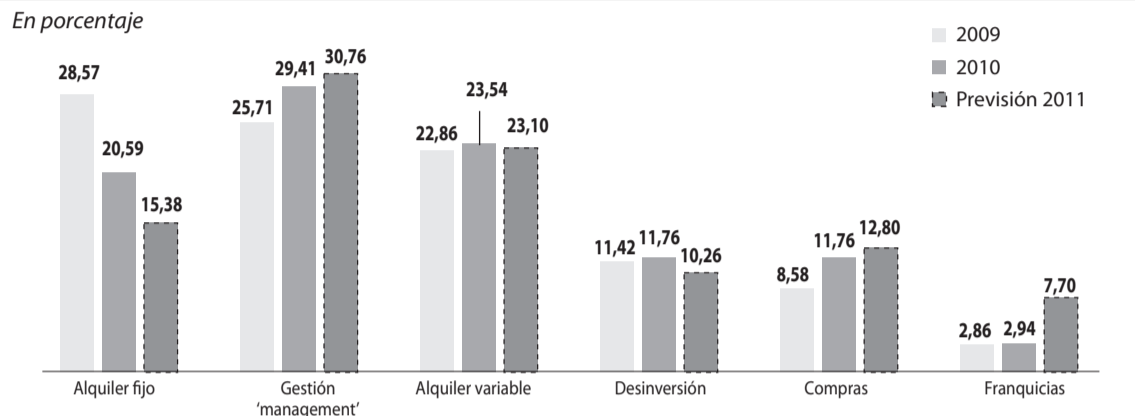
"Parte de la inversión hotelera realizada en época de bonanza, alineada con intereses inmobiliarios y financiada por las entidades bancarias, se ha encontrado en estos últimos tiempos en una situación financiera límite frente a estas mismas entidades crediticias", explican desde Magma. De este modo, ganan presencia modelos mixtos como el contrato de gestión. "Son modelos más anglosajones, en donde los ingresos de la propiedad son variables en función de la evolución de la explotación del establecimiento hotelero", detallan.

Aunque los grupos tienen aún mayoritariamente hoteles en propiedad (un 34% de la cartera de los encuestados para el estudio), otras figuras se van abriendo paso. Junto al contrato de gestión, que representa el 20,3% de los activos hoteleros españoles, y el alquiler, con el 31,48%, se abre paso la franquicia, juntando ya el 9,25%. Además, en las previsiones de cierre de 2011 que plantea el estudio, el 7,7% de las operaciones en el sector serán cierre de contratos de franquicia, un modelo "prácticamente inexistente en España" y que entra "con fuerza".

Renegociación de los alquileres

Por su parte, los contratos de alquiler son el modelo más desarrollado en España por detrás de la pura propiedad. Sin embargo, frente al modelo tradicional de alquiler fijo, que ofrecían una seguridad de rentabilidad estable al inversor propietario, "se está variando hacia modelos mucho más creativos con opciones mixtas", aseguran. En este grupo entran opciones con alquiler mínimo garantizado y el resto, en función de la facturación, por ejemplo, o fijando la variable según

Volumen de operaciones según modelo de negocio



Fuente: Magma Turismo

Cinco Días



Barra del bar del Hotel Vincci Capitol, en Madrid. JUAN LÁZARO

LA CIFRA

83%
de los encuestados para el estudio de Magma Turismo consideran que durante los dos próximos ejercicios se producirán operaciones de compra, fusiones e integraciones en el sector hotelero.

otras circunstancias de la gestión, como el resultado de explotación o un mix de ventas, beneficio, etcétera.

Este tipo de contratos representan ahora entre el 20% y el 25% de las nuevas operaciones, a un nivel equivalente al del contrato de gestión, que alcanzará el 31% en 2011. Este incremento se realiza en detrimento de los contratos de alquiler, que pasarán de representar el 30% del volumen de operaciones en 2009 al 15% en 2011. "En el ejercicio 2010, el 53% de los nuevos contratos de alquiler fueron de renta variable", destacan en Magma.

Por otro lado, cabe destacar que, debido a la disminución de la rentabilidad

hotelera durante los últimos años, se han "renegociado muchos contratos de alquiler que se han saldado con disminuciones de entre el 20% y el 30% de la renta pactada inicialmente en más de la mitad de las negociaciones. "En el 6% de las negociaciones se han recalculado las rentas a la baja hasta en un 40%", afirma el estudio. "Para el ejercicio 2011, es previsible que se renegocien contratos, si bien la disminución de la renta serán menores, por debajo del 15%", detallan.

Respecto de las compras realizadas por grupos hoteleros, un 43% de las operaciones fueron en España y cerca de un 30% en la Unión Europea.

Ibis incorpora dos hoteles en Zaragoza y La Rioja a su red Styles

CINCO DÍAS Madrid

El grupo Accor ha incorporado dos nuevos hoteles españoles a su marca Ibis Styles. Se trata del Hotel Ramiro I en Zaragoza, inaugurado por primera vez en 1968, que pasará a llamarse Ibis Styles Zaragoza Ramiro I, y el Victoria, en el municipio riojano de Arnedo, que cambia su nombre por el de Ibis Styles Arnedo La Rioja. Con estas incorporaciones, ya son tres establecimientos que se comercializan bajo dicha enseña en España. Los hoteles, de tres estrellas, se integran en la red en régimen de franquicia, según informó ayer el grupo galo.

Ibis Styles reemplaza a la marca All Seasons del grupo y se caracteriza por "el diseño colorista e innovador". Esta marca empezó a operar en España en diciembre de 2010 con el All Seasons Madrid Prado, ahora Ibis Styles Madrid Prado. En cuatro años, ha superado los 100 establecimientos en 10 países y espera alcanzar los 350 hoteles en 2015.

Ibis Styles conforma, junto

FÓRMULA 1

● La empresa gala ha desinvertido, por otro lado, en sus hoteles Fórmula 1 en Sudáfrica. Accor ha vendido el 52,6% del capital que mantenía en la mencionada cadena de 20 hoteles a su socio en el proyecto, Southern Sun Hotels, por 28 millones de euros.

a Ibis e Ibis Budget (antes Etap Hoteles) la gama económica de la compañía francesa, que sumará 88 hoteles a final de 2013. Esta gama representará aproximadamente el 70% de la cartera nacional de la compañía.

La nueva segmentación estará completada al 100% en 2013. El plan contempla la inversión de 150 millones de euros en la renovación de unos 1.000 establecimientos de las marcas Etap e Ibis para adaptarlos a las nuevas necesidades del grupo.

El Ramiro I dispone de 69 habitaciones. Por su parte, el hotel riojano cuenta con 46 estancias, además de un centro de convenciones de 1.000 metros cuadrados.

Durante "los próximos meses y de forma progresiva para no alterar su funcionamiento", afirmaron desde Accor, los hoteles incluidos se someterán a un proceso de redecoración para adaptarse a la nueva marca.

Un índice comparador para 'espíar' al vecino

¿Cómo le estará yendo al hotel rival de la esquina de enfrente? ¿Estará haciendo rentable el restaurante que puso? Sin conocer la identidad de los encuestados pero a un nivel de detalle muy significativo, los hoteleros españoles podrán manejar las cifras de su sector y su mercado y compararlas con las suyas y con su desempeño gracias a la herra-

amienta de gestión HotStats, que Magma Turismo trae ahora a España. Tal y como comunicaron ayer, HotStats es "la herramienta de gestión más detallada de la industria hotelera que se compila en la actualidad", señalan Bruno Hallé y Albert Grau, socios directores de Magma-TRI Hospitality Consulting. Magma tendrá los "derechos de representa-

ción, comercialización y promoción de esta herramienta en España, Portugal, Italia y América Latina".

HotStats analiza y compila los datos con más de 80 indicadores de todos sus socios hoteleros adheridos. El resultado es "una visión global de un mercado en concreto, con datos de la cuenta de explotación en detalle, tanto de ingresos

como de gastos, y hasta la obtención del beneficio de explotación. "Gracias a este acuerdo con HotStats aportaremos más valor a nuestros clientes", apuntan. Las compañías del sector adheridas a la herramienta envían periódicamente datos detallados de su cuenta de explotación, que TRI recoge, analiza y distribuye de forma confidencial.

Actualmente, HotStats recoge datos de más de 1.550 hoteles con 340.000 habitaciones. En Europa continental y Oriente Medio cubren 50 destinos principales en 27 países, centrándose en los sectores de gama alta y gran lujo. En España, concretamente, hay un total de 223 hoteles adheridos con un total de 47.733 habitaciones.