

# La crisis dará un impulso a la concentración del sector hotelero

El boom inmobiliario ha disparado el número de establecimientos en los últimos años

● Se enfrentan a los problemas derivados de la evolución negativa de la demanda

**Carmen Porras** Madrid

Aunque la crisis ha afectado al sector turístico más tarde que a otras actividades económicas, no se ha librado de sus negativos efectos, especialmente el ámbito hotelero. Los empresarios prevén cerrar el año con una caída del 15% en la rentabilidad de su negocio, como consecuencia de la caída del consumo y de la reducción de los precios.

A punto de clausurar el ejercicio, es hora de diseñar nuevas estrategias para hacer frente a esta coyuntura en el próximo año. Y en el sector ya se han dejado caer algunas ideas. El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, cree que es conveniente realizar algunas "correcciones" de cara a 2010, como no incrementar la planta hotelera, que en estos momentos supera los 15.100 establecimientos, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), impulsada en gran

## El sector prevé una caída del 15% en la rentabilidad

medida en los últimos años por las inversiones procedentes de los sectores de la construcción e inmobiliario. "No hay que poner más camas en el mercado, hay que hacer un esfuerzo de comercialización", ha defendido Molas en diferentes foros.

Desde 2002, ejercicio récord en el número de



El hotel Sofitel Plaza de España, de la firma francesa Accor, acaba de ser renombrado con la enseña Mercure.

## ESTABLECIMIENTOS, PLAZAS Y OCUPACIÓN, SEGÚN CATEGORÍA

Octubre de 2009

Categoría	Número hoteles	Número plazas	Grado de ocupación		
			Por plazas	Por plazas (fin de semana)	Por habitaciones
<b>Total</b>	<b>15.138</b>	<b>1.456.152</b>	<b>48,25</b>	<b>53,22</b>	<b>52,43</b>
<b>Hoteles: estrellas oro</b>					
Cinco	229	76.933	48,27	53,97	54,04
Cuatro	1.831	562.972	54,35	60,32	60,56
Tres	2.521	459.531	52,98	56,66	55,51
Dos	1.886	118.194	38,13	44,30	42,85
Una	1.197	51.197	30,22	34,29	34,97
<b>Hostales: estrellas plata</b>					
Tres y dos	3.023	96.382	31,66	36,82	35,79
Una	4.451	90.942	27,39	30,85	32,29
Tasa interanual	1,24	1,07	-2,84	-3,47	-4,02

LA GACETA

habitaciones proyectadas, y durante varios años España se situó a la cabeza de Europa en el ranking de transacciones hoteleras debido al boom inmobiliario. La boyante situación de este sector en España llevó a muchos empresa-

rios a basar sus decisiones de compra o venta en función del valor del activo. Su elevado margen en el retorno de la inversión se imponía al propio negocio hotelero.

En 2008, la tendencia comenzó a cambiar y se

inició el descenso de aperturas, una tendencia que ha continuado este año, según un estudio de BNP Paribas. Asegura que el 17% de los 300 proyectos previstos en la actualidad, que suman 70.000 nuevas habitaciones, está parali-

zados. El presidente de la patronal reconoce la ralentización de las aperturas en los últimos meses. Afirma que corresponden a proyectos impulsados entre 2004 y 2006, pero pide la máxima prudencia a la hora de acometer nuevos proyectos.

### Un nuevo rumbo

En este contexto, el banco de inversión GBS Finanzas acaba de publicar su segundo informe sobre el sector hotelero español en el que asegura que el modelo actual se enfrenta a un momento de transformación, en el que se impone la gestión frente a la propiedad y en el que prevé un aumento de las operaciones corporativas, frenadas en el último año por falta de liquidez para apalancar operaciones.

El estudio sostiene que el fin del boom inmobilia-

rio y la coyuntura económica actual determinarán un nuevo rumbo en el sector con cuatro protagonistas principales. Por un lado, los inversores del ladrillo, que pueden poner a la venta gran parte de sus activos para obtener liquidez. Por otro, los inversores financieros y las sociedades de capital riesgo pueden perder interés en este negocio por las dificultades de acceso al crédito. Asimismo, el cambio generacional que se está produciendo en la dirección de algunas organizaciones empresariales y los inversores procedentes de grupos empresariales diversificados también pueden interferir en el nuevo rumbo de este segmento turístico.

Otros expertos, como la consultora Magma Turismo, coinciden también en señalar que una de las con-

## La patronal pide prudencia en el inicio de nuevos hoteles

secuencias de la crisis para el mercado hotelero de nuestro país será el aumento de fusiones e integraciones entre cadenas y el desembarco de grandes grupos en busca de oportunidades. Un nuevo marco que ya se es palpable. NH y Hesperia han sellado un acuerdo de integración que convierte su unión en el mayor grupo hotelero español del segmento urbano.

Por otro lado, el citado análisis del banco GBS destaca la necesidad de modernización de la planta hotelera española en el segmento vacacional y llama la atención sobre su pérdida de peso en favor de otros destinos internacionales más económicos. Mientras, muchos grupos han optado por los establecimientos urbanos como vía de crecimiento.

### SEGUIR CRECIENDO CON FÓRMULAS MENOS ARRIESGADAS

## Un nuevo modelo para el negocio del alojamiento

El mercado español se caracteriza por una gran fragmentación del sector hotelero. Poco más de un 20% de los establecimientos pertenece a alguna cadena. Sin embargo, el cambio de ciclo ha contribuido a que los alojamientos independientes tiendan a ceder su gestión a las

grandes empresas ante las mayores dificultades para mantener el negocio en solitario. En 2008, ya vieron reducir su tasa un 15,9%, según datos de BNP Paribas. Al mismo tiempo, las cadenas tienden a renunciar cada vez más a adquirir la propiedad de los establecimientos para ex-

pandir su negocio en régimen de gestión y franquicia, siguiendo el modelo de las grandes firmas internacionales. Optan de este modo por seguir creciendo pero con fórmulas menos arriesgadas. Cadenas como NH y Sol Meliá han vendido algunos de sus edificios para obtener

liquidez, pero sin abandonar su gestión. Los mantienen bajo su marca con contratos de gestión o arrendamiento. Otro cambio en el modelo de negocios es la progresiva diversificación entre hoteles urbanos y vacacionales para llegar a un mayor número de potenciales clientes.