

Sol Meliá intensificará en 2011 su proceso de internacionalización

Hoteles ❖ Sólo el 8% de los 28 nuevos hoteles previstos se situará en España

J. P. R.
 jpramirez@neg-ocio.com

Cambio de ritmo en Sol Meliá. El grupo hotelero de la familia Escarrer pretende intensificar su proceso de internacionalización. De los 28 establecimientos que el grupo prevé incorporar en dos años y medio, el 92% los establecerá fuera de España.

En este periodo, los planes del consejero delegado y vicepresidente del grupo hotelero, Gabriel Escarrer, consisten en abrir un hotel cada tres o cuatro semanas, incluso no descartar cerrar nuevas oportunidades de apertura, además de estos 28 establecimientos ya en marcha. Sólo en 2011, el grupo inaugurará 11 hoteles y el único de ellos estará ubicado en España, que será el Ininside de Barcelona y que iniciará su actividad entre marzo y abril.

Como consecuencia incrementará el peso del negocio internacional. Representará el 79% del Ebitda de este ejercicio, señaló ayer el consejero delegado en Fitur, que comenzó ayer en el recinto ferial de Madrid.

500 millones de liquidez

La fortaleza financiera del grupo con 500 millones de euros de liquidez permiten acometer el plan de la familia Escarrer. Los gastos financieros ascienden a 350 millones. Además, el grupo destinará otros 90 millones de euros en 2011 a diferentes inversiones para la reforma de establecimientos o la adquisición de activos. Este desembolso supone un fuerte incremento con respecto a los 40 millones utili-

LA CIFRA

90

millones de euros

■ Es la cifra que Sol Meliá prevé destinar este año a la reforma de hoteles y a la compra de activos, entre otros planes. Supone un fuerte crecimiento con respecto a 2010.

zados con este fin durante el pasado ejercicio.

El plan de expansión va dirigido a intensificar la presencia en los países emergentes, especialmente en los BRIC, aunque continuará con su crecimiento en mercados tradicionales como Europa y Caribe.

La cadena hotelera ha cumplido los objetivos de expansión marcados para el periodo 2008-2010. En este periodo, ha inaugurado 78 establecimientos, uno más de los que había previsto. Se han cumplido importantes hitos para la compañía como la inauguración de su hotel en Shangai y su primer hotel en Estados Unidos, situado en Atlanta. "Hemos gestionado la crisis y hemos cumplido con nuestro objetivo de expansión", señaló Escarrer.

A pesar de la crisis económica que ha afectado especialmente al sector turístico, se han incorporado 1.000 habitaciones más

que las inicialmente previstas, utilizando fórmulas de baja inversión, como alquiler, gestión o franquicia. Después de los últimos datos del sector turístico en España, que han reflejado un incremento de las vistas de turistas internacionales del 1,4% y un aumento de los ingresos de la industria del 1% según Exceltur, el consejero delegado confía en que la mejora de 2011 sea aún mayor.

Aperturas previstas

Entre los nuevos establecimientos para el nuevo plan de expansión anunciado ayer por la compañía, la compañía destacó Meliá Dubai (primer hotel español en Emiratos Árabes Unidos), Ininside Barcelona (primer establecimiento de la marca alemana Ininside en España) o ME London, la próxima joya de la hotelería española en el centro de Londres, cuya apertura está prevista para 2012, alrededor de cuatro meses antes de que comiencen los Juegos Olímpicos. La compañía prevé además abrir otro hotel en Roma de la marca Gran Meliá y un nuevo establecimiento en Cabo Verde, que sería ya el tercero del grupo en la isla. La compañía aprovechó también para presentar Vacation Club, al que definió como "el único club de vacaciones perteneciente a una hotelería española y que responde a uno de los segmentos de mayor crecimiento en la industria de viajes y turismo; un modelo muy implantado en EEUU y que comienza a consolidarse también en Europa". ❖



Gabriel Escarrer, consejero delegado. M. MOLINARES