CincoDías

ene.14.261

Riu podría situarse al cierre de 2013 como líder del sector por facturación

El optimismo vuelve a los hoteles

LAURA SALCES – MADRID - 20-01-2014

A las puertas del inicio de Fitur, la mayor feria de turismo española, el sector saca pecho ante la evolución de las cifras de llegada de visitantes. Exceltur, la patronal turística, confía en cerrar 2013 con 60,4 millones de llegadas de turistas internacionales y marcar un máximo histórico y confía en que este año logrará un nuevo récord, tanto por la llegada de un mayor número de visitantes extranjeros como por el crecimiento de la demanda interna.

Con todo, la llegada de un mayor número de turistas no supuso durante el pasado ejercicio un incremento en las ventas de las empresas del sector. Así, según la encuesta de confianza empresarial del lobby del sector, el 54,1% de las empresas turísticas españolas sufrieron en 2013 un nuevo descenso en sus ventas y el 54,8% en sus resultados, respecto a las caídas que ya se registraron un año antes.

Un récord de visitantes extranjeros que tampoco se han visto reflejadas en la mejora del gasto medio por turista, que según las previsiones descenderá un 1,5% en 2013, hasta los 746 euros.

Dentro del negocio hotelero, los establecimientos de sol y playa fueron los más favorecidos por el incremento de sus ventas el pasado año, según destaca la consultora Irea, frente a la debilidad del turismo de interior y las ciudades, con la excepción de Barcelona y Málaga. De esta forma, las estadísticas de Exceltur apuntan a que el 72,6% de los hoteles situados en la costa incrementaron sus ingresos en 2013, unas ventas favorecidas por la inestabilidad del Mediterráneo oriental y el buen comportamiento de mercados emisores como el británico y el ruso.

Evolución de la facturación

Aunque no se dispone de datos homogéneos, según los últimos disponibles, la cadena de hoteles Riu podría situarse por delante de Meliá en el ranking de facturación, afianzando así los datos obtenidos un año antes. Así, Riu Hotels & Resorts ingresó a cierre de 2013 un total de 1.472 millones de euros, mientras que las ventas de Meliá Hotels Internacional, que al tratarse de una empresa cotizada está obligada a presentar resultados trimestrales, ascendieron a 1.067,6 millones de euros en el tercer trimestre del año, frente a los 1.362,40 millones con los que cerró el ejercicio 2012.

Lo mismo sucede en el caso de NH Hoteles, que en los nueve primeros meses de 2013 facturó 951,8 millones de euros, un 2,8% menos que en el mismo periodo de un año antes. Unas cuentas trimestrales que suponen una reducción de sus pérdidas del 79,3% frente al mismo periodo de 2012 y que situaron sus números rojos en 10,3 millones de euros al cierre de septiembre. Por detrás, se sitúan Barceló e Iberostar, que aún no han dado a conocer sus cuentas de cierre de 2013 y que un año antes obtuvieron unos ingresos de 1.218 y 1.047 millones, respectivamente, seguidos por Grupo Piñero y Palladium Hotel Group con

cifras ya más modestas frente a las primeras, que cuentan con una mayor presencia internacional.

Las cadenas hoteleras con mayor presencia en hoteles vacacionales, con Riu a la cabeza, se han visto beneficiadas por el incremento del turismo vacacional tanto a la costa mediterránea como a las islas, donde la cadena tiene un mayor peso. El 72,6% de los hoteles de costa incrementaron sus ventas en 2013 y un 69,5% de ellos mejoró sus resultados, con un aumento de las ventas por encima del 5% en el 29,5% de los casos, según los datos de Exceltur, que reconocen que los problemas políticos en Egipto han supuesto una inyección positiva para los hoteles de costa españoles.

Meliá gana en habitaciones

Por número de habitaciones, Meliá lidera el ranking de empresas del sector con un total de 90.831 habitaciones repartidas en 351 establecimientos hoteleros, con datos a cierre de 2012. El segundo puesto de esta clasificación es para NH Hoteles, que al cierre de los nueve primeros meses de 2012 contaba con 58.195 habitaciones repartidas en 379 hoteles.

Unas cifras que apuntan a la amplia presencia internacional de ambas compañías. La compañía hotelera presidida por Gabriel Escarrer, situada en el número 16 de todo el mundo según el ranking de Hotels Magazine, lidera la clasificación por número de habitaciones gracias a sus productos en los que priman tanto los hoteles urbanos como los vacacionales de tres, cuatro y cinco estrellas. Además, Meliá ha ampliado recientemente su oferta hotelera en China con la incorporación de dos nuevos hoteles que abrirán sus puertas en los dos próximos años y que están encuadrados dentro de su alianza con el grupo inmobiliario Greenland.

En el caso de NH Hoteles, la cadena de hoteles urbanos está presente en 17 países europeos, siendo Italia, los Países Bajos, España y Bélgica los mercados donde tiene una mayor peso. Además, está representada en nueve países del continente americano y contar con dos hoteles en Sudáfrica.

Riu, por su parte, ostenta 44.710 habitaciones. En cuarta y quinta posición se sitúan Barceló e Iberostar, con 37.578 y 30.181 habitaciones, respectivamente. Mientras que con menos de la mitad de las habitaciones de Iberostar se sitúa en sexta posición Palladium Hotel Group, el grupo hotelero del empresario Abel Matutes, que hasta noviembre de 2012 se denominaba Fiesta Hotel, y que a cierre de 2013 tenía 13.895 habitaciones repartidas en 50 alojamientos hoteleros.

En lo que respecta a los trabajadores que las principales empresas hoteleras españolas tienen en plantilla, no solo en España sino en todos los establecimientos hoteleros que operan en todo el mundo, los doce grupos nacionales más importantes por facturación dan trabajo a más de 160.000 trabajadores. Una cifra que se vio afectada durante el pasado ejercicio por los ERE realizados en empresas como NH Hoteles o Paradores.

El sector se muestra optimista con respecto a su evolución en 2014. Según una encuesta realizada por Exceltur, el 78,9% de los establecimientos prevén incrementar sus ventas y un 74,6% confía en que esa mejora permita mejorar sus cuentas. Unas previsiones que de confirmarse romperían una racha de tres años consecutivos de caídas.

Sobre la demanda interna, la consultora Irea, especializada en el negocio hotelero, apunta que seguirá dificultando la recuperación de los precios hoteleros y que condicionará, especialmente la ocupación de los destinos urbanos secundarios.

Meliá y NH gustan a las firmas de Bolsa

Dentro del sector hotelero español las únicas dos empresas cotizadas son Meliá Hotels y NH Hoteles. Los títulos de ambas han sufrido una fuerte revalorización en los últimos 12 meses, de tal manera que la cotización de las acciones de Meliá se ha incrementado en dicho periodo un 55%, mientras que la de NH Hoteles lo ha hecho en un 51,75%.

En lo que va de año, las acciones de Meliá han subido un 6,27% y las de NH Hoteles un 16,34%, beneficiados ambos por las recomendaciones dadas por las casas de análisis. Así, un informe de Natixis recomendaba el pasado viernes la compra de títulos de Meliá y elevaba el precio objetivo sobre el valor, desde 9,5 a 11 euros por acción.

UBS, por su parte, publicó a comienzos de mes un informe en el que mejoraba los precios objetivos sobre ambas compañías y recomendaba su compra. La firma de Bolsa apuntaba que, tras analizar si era el momento de recoger beneficios en ambas compañías o de mantener posiciones, por la fuerte revalorización lograda en 2013, aconsejaba la opción de compra sobre ambas empresas.

UBS aseguraba que ambas hoteleras habían tenido un “excelente comportamiento” en 2013 y que las dos habían profundizado tanto en sus planes de reestructuración como en los ingresos por habitación disponible, el ratio Revpar.

Un rally alcista del que se ha beneficiado Bankia, que la semana pasada vendió su participación del 12,6% en NH Hoteles, un paquete que estaba a la venta desde noviembre de 2013 dentro del programa de desinversión en empresas participadas impuesto por Bruselas. La entidad nacionalizada, que llegó a tener más de un 15% de la hotelera antes de la entrada del grupo chino HNA, se deshizo de su participación por 191,84 millones de euros, sin descuento frente al precio de cotización de la hotelera en Bolsa el pasado jueves, y obtuvo unas plusvalías de 41 millones, tras desprenderse de un total de 38,83 millones de acciones de NH Hoteles.

¿Qué le sucede a Madrid con su grado de ocupación?

En la eterna pugna entre Madrid y Barcelona, la ciudad catalana ha resultado vencedora por ocupación hotelera. Según la herramienta de análisis Hotstats, Barcelona tuvo entre mayo y noviembre de 2013 unas cifras superiores a las de un año antes, mientras que el dato de Madrid de los once primeros meses del año fue peor que en 2012. Una situación que se ha visto reflejada en la ocupación de los hoteles de cuatro y cinco estrellas de ambas ciudades, un 72% de media en Barcelona frente al 61% en los establecimientos de la capital, según datos correspondientes al periodo comprendido entre noviembre de 2013 y noviembre de 2012, y en el precio de las habitaciones. Así mientras que el beneficio bruto por habitación disponible en hoteles de cuatro y cinco estrellas de Barcelona es de 73,30 euros, en la capital baja a 27,28. El socio-director de Magma Hospitality Consulting, Bruno Hallé, explica esta diferencia por “la tipología y procedencia de los turistas” que las visitan y recuerda que Madrid se ha visto afectado por la caída del turismo de congresos y del nacional.