

## HOSTELERÍA



EDITADO POR  
**FERNANDO  
SAGASETA**



**Llamamientos a la calma.** El ejercicio 2009, tan cargado de malos presagios económicos, se ha iniciado con una explosión de estudios e informes de las consultoras especializadas que inciden en el drástico empeoramiento de los principales indicadores hoteleros, pero que a la vez están lanzando llamamientos a la calma. ¿Cuál es la situación?

Según Deloitte, la bonanza de los últimos años ha dado paso claramente a un cambio de ciclo, iniciado en el segundo semestre, en el que han caído la ocupación, los beneficios y, lo que más preocupa a los hoteleros, el 'revpar', es decir los ingresos por habitación disponible. En ciudades como Madrid, la ocupación descendió un 15% en noviembre de 2008, aunque la curva descendente afecta a casi todas las plazas españolas y europeas.

La consultora Jordá & Guasch indica que la ocupación en Barcelona bajó entre el 8% y el 10% el año pasado, sin embargo la demanda de nuevos emplazamientos en la ciudad por parte de inversores nacionales e internacionales "sigue siendo firme", sobre todo entre marcas especializadas en hostelería económica (de una y dos estrellas), pero también entre cadenas líderes en segmento corporativo (tres y cuatro estrellas) con servicios limitados. Estas cadenas apuestan por "tarifas medias agresivas sustentadas en potentes centrales de reservas". Desde luego, el contexto es muy favorable a la baja-

da de tarifas, pero Javier Jiménez, socio de Deloitte, advierte: "Los hoteleros no pueden caer en el error de reducir los precios, porque la experiencia demuestra que, una vez iniciada esa dinámica, luego cuesta mucho trabajo volver a los niveles de tarifas iniciales".

De forma muy ilustrativa, una encuesta realizada por esta consultora entre los ejecutivos de las principales cadenas españolas señala que solo el 19% considera "algo adecuado" o "muy adecuado" que los hoteles bajen sus tarifas, y sin embargo un 69% cree que va a ocurrir de forma generalizada.

**El low cost hotelero, en plena vorágine.** Los temores de los que fueron encuestados por Deloitte ya se están cumpliendo.

Ahí van algunos ejemplos: Lastminute.com estuvo vendiendo habitaciones de hotel a 20 euros los días 13, 14 y 15 de enero "hasta el fin de las existencias", es decir, 3.000 noches en alojamientos de 4 y 5 estrellas. La cadena británica Travelodge ha puesto a la venta miles de habitaciones a partir de 10 euros para el próximo verano. En una habitación de sus hoteles se pueden alojar hasta cuatro miembros de una misma familia, dos adultos y dos niños menores de doce años o tres adultos, ¡por tan solo 2,5 euros por persona! También admiten al perro con

**"Una vez iniciada la dinámica de bajar precios, luego cuesta mucho trabajo volver a las tarifas iniciales" (Javier Jiménez, socio de Deloitte).**

un extra de 14 euros sobre el precio total de la estancia.

Hasta Paradores, que acaba de presentar su canal de TV en Internet, ha aumentado la cobertura de sus "Días Dorados" de mayores de 60 años a mayores de 55 años, con un descuento del 30%, así como la "Escapada Joven", que extiende hasta los 35 años, frente a los 30 de antes. ¿Quién da más?

**¿Año de oportunidades?** Deloitte subraya en su estudio "Expectativas 2009" que muchos promotores inmobiliarios que han construido establecimientos hoteleros en los años en que se fue hinchando la burbuja ahora buscan desesperadamente compradores, y que eso puede generar interesantes oportunidades de inversión.

No obstante, la consultora CB Richard Ellis calcula que entre enero y noviembre de 2008 solo se registraron en España 49 transacciones de activos hoteleros valoradas en 795 millones de euros, casi un 50% menos que en 2007. "Las promotoras inmobiliarias, grandes inversores en los últimos años, tienen ahora un papel puramente vendedor", advierte.

Jordá & Guasch indica, por su parte, afirma que "el número de inversores activos se ha reducido, pero siguen existiendo grupos con acceso a financiación externa. Eso sí, la reducción del número de actores en el mercado inversor les confiere una posición de poder y les permite ser más exigentes a la hora de evaluar nuevas oportunidades".

Por cierto, Baleares está estudiando un decreto ley para agilizar los trámites administrativos necesarios en las licencias de obras hoteleras. En principio, se trata de una normativa para reactivar el sector de la construcción y estimular la creación de empleo. Según informa nuestro corresponsal en Baleares, Mario Morales, el Gobierno de las islas está dis-

puesto a reducir drásticamente la burocracia con este fin.

**¿Qué hago con mi hotel?** Otra consecuencia de la crisis es el gran número de hoteles que están cayendo en manos de entidades financieras que, muy a su pesar, han tenido que adjudicárselos por falta de pago de sus propietarios. Ahora se encuentran con activos que es necesario gestionar. Tanto es así, que la consultora Jones Lang LaSalle Hotels ha creado una nueva unidad de negocio (BRS, Business Recovery Services) dedicada expresamente a esta tarea y a su posterior venta. Según sus previsiones, pueden llegar a tener una cartera de 30 hoteles en los próximos 18 meses, con un valor aproximado de 1.200 millones de euros. En la actualidad, las 15 personas del nuevo equipo ya están gestionando nueve establecimientos de 4 y 5 estrellas, tanto urbanos como vacacionales.

**Más gasto fuera que dentro.**

Siguiendo con los estudios, merece la pena destacar el realizado por Hotels.com, que corrobora, de alguna manera, la atonía del mercado doméstico puesta de relieve en el último informe de Exceltur. A pesar de la crisis, los españoles son los terceros de Europa que más gastan en alojamiento cuando salen fuera del país, sólo superados por los irlandeses y los portugueses, si bien la tarifa media que están pagando (por habitación doble) ha bajado a 129 euros, frente a los 133 de 2007. Sin embargo, el gasto que realizan en hoteles de nuestro país es mucho menor, alrededor de los 100 euros. Este dato confirma que los españoles son de los que menos dinero dedican al alojamiento cuando se quedan dentro de sus fronteras, solo por encima de los alemanes (93 euros) y los franceses (85 euros), mientras que los irlandeses gastan 140 euros y los portugueses 131. ●