



Gabriel Escarrer Juliá, presidente de Sol Meliá, en una imagen de archivo, en una habitación de uno de los hoteles de la cadena. / LUIS MAGÁN

## El síndrome de las camas vacías

Sol Meliá y NH registran elevadas caídas en ingresos y beneficios a causa de la crisis

**CARLOS GÓMEZ**

La crisis está golpeando con dureza al sector hotelero español, que cerró 2009 con una contracción media anual en sus ingresos del 11,3%—según datos hechos públicos esta semana por Excetur—, y a sus dos grandes compañías cotizadas: Sol Meliá y NH Hoteles. La primera, aunque ha superado las expectativas del consenso de mercado, ha perdido una cuarta parte de los beneficios y un 11% de los ingresos contabilizados al cierre de 2008. El desplome en la facturación de NH en 2009 ha sido aún mayor, supera el 20%, y ha acumulado además en el año pérdidas de casi cien millones de euros.

Los males de Sol Meliá y NH revelan a las claras la gravedad de los problemas de un sector que está inmerso en una triple crisis: la económica y financiera general, la inmobiliaria y la de un modelo de negocio aquejado en muchos casos de envejecimiento y falta de competitividad. Ambas cadenas, que han desarrollado en los últimos meses estrategias para aumentar sus ratios de competitividad y de calidad, y para incrementar su solvencia, señalan que la evolución trimestral de su negocio tiende a mejorar y que este año será para ellas y para su sector ligeramente mejor que 2009.

El grupo mallorquín, en concreto, sustenta esta apreciación aduciendo que entre el segundo y el cuarto trimestre de 2009 el descenso de su facturación pasó de un 19% a un 12,8%, mientras que la caída de la ocupación por habitación de hotel en igual periodo se ralentizó al pasar del 12,1% a un 5,4%. Sol Meliá destaca, además, que esta tendencia a mejor fue muy notable en su negocio Vacation Club, cuyas ventas pasaron de caer un 23,3% a crecer un

37,3% a cierre del ejercicio. En conjunto, la caída del precio medio por habitación disponible (RevPar) fue del 16,7% en esta cadena en 2009, aunque se atenuó bastante—ocho puntos porcentuales entre el segundo y el cuarto trimestre— a lo largo del ejercicio.

El sector, señalan por su parte en NH, “ha seguido sufriendo los efectos de la desaceleración económica durante los últimos meses” del pasado año, “sobre todo

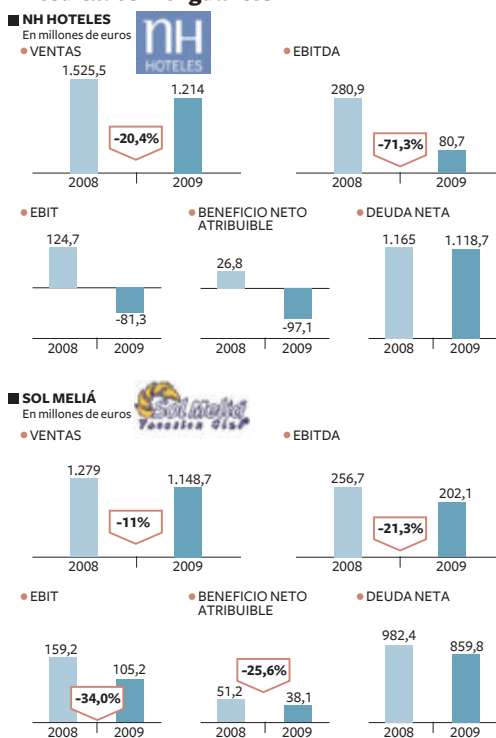
**Sol Meliá ha perdido en 2009 una cuarta parte de su beneficio del año anterior**

**NH registra 97 millones de pérdidas y una caída del 20% en su facturación**

en cuanto a precios medios, si bien empiezan a notarse mejoras en ocupación para ciertos mercados”. Otro de los datos que apunta a un cambio de tendencia, agregan en la cadena que preside Gabriele Burgio, “es que los ingresos por habitación disponible” del último trimestre en NH caen seis puntos menos—un 14%— que el primero del pasado ejercicio.

Los analistas del Banco de Sabadell, volviendo al grupo balear de la familia Escarrer, creen que sus resultados en 2009 han sido “algo peor de lo esperado a nivel operativo, si bien mejores en beneficio después de impuestos (fundamentalmente por los menores gastos financieros)”. Los analistas de La Caixa creen que las estimaciones para 2010 que Sol Meliá

### Resultados menguantes



Fuente: compañías, analistas y elaboración propia.

EL PAÍS

hizo, tras la publicación de resultados, son excesivamente conservadoras, sobre todo en el ámbito del resultado operativo bruto.

De “malos, y peores de lo esperado, tanto a nivel operativo como de beneficio después de impuestos”, califican los analistas del Banco de Sabadell los resultados de NH en 2009. El juicio de

los expertos de Ahorro Corporación no es mucho más benévolo: sus resultados han estado operativamente “en línea” con sus estimaciones, dicen, pero “las provisiones por devaluación de hoteles en alquiler en España, Alemania e Italia (37 millones)” han supuesto que sus resultados operativos y su beneficio neto se hayan situa-

do “muy por debajo” de lo esperado. Los expertos de UBS, aunque sí observan una mejora gradual en las perspectivas de NH y del entorno, advierten de que el crecimiento “llevará tiempo”. Más que las cifras, lo importante para UBS es que NH cumpla los objetivos de desinversión que se marcó y que, van con retraso. Consideran

**Las dos cadenas desinvierten, recortan gastos, y refuerzan su solvencia financiera**

**2010 será algo mejor. El deterioro en ventas y ocupación empieza a decrecer**

que “el riesgo aún es alto” en la hotelera, “ya que las operaciones y la situación del balance aún no tienen visibilidad suficiente”.

La reducción de gastos y costes, la contención de inversiones, y el saneamiento financiero han sido otra de las prioridades de los dos grupos hoteleros en 2009.

Sol Meliá ha explicado que sus niveles de liquidez ascienden a 578 millones, lo que garantiza las obligaciones asumidas para la refinanciación de la deuda a corto y medio plazo—191 millones en 2010 y 245,1 millones en 2011. Además, dice, que teniendo en cuenta los últimos acuerdos firmados ha logrado fijar el coste medio de la deuda en torno al 3,84%. Además, aprovechando la situación actual de bajos tipos de interés del mercado, Sol Meliá ha incrementado hasta el 56% su deuda a tipo fijo, “en detrimento de la sujeta a tipo variable, incrementando además el periodo medio de amortización”. La compañía ha previsto “únicamente” 44 millones de inversión en 2010.

Los analistas de Exane BNP reconocen la mejoría, pero advierten de que “las garantías de la deuda” están por debajo de lo esperado y de que el grupo balear debe “vender más activos si quiere cumplir los requisitos previstos”.

NH, por su parte, ha mitigado la caída de ventas con un significativo recorte de gastos (112,7 millones que equivalen al 44% de la cifra de la caída de sus ingresos). En 2009 efectuó una ampliación de capital por 221 millones; formalizó un acuerdo con Hesperia para la integración de sus negocios de gestión hotelera, y suscribió con Husa otro acuerdo para crear una plataforma de compras. Sus gestores han dicho que seguirán desinviertiendo en 2010 y se han fijado un objetivo de 300 millones en 18 meses. Los analistas de Ahorro Corporación, aunque no esperan una gran recuperación, indican que “NH—por marca, por la ampliación de capital y por el fuerte ajuste de sus costes— está mejor preparada que sus competidores (un 60% del mercado hotelero español está en manos de independientes)”. Y los de Exane creen que no debería tener problemas para renegociar su crédito sindicado de 650 millones, que vence en 2012, porque la mayoría de los bancos acreedores son accionistas de NH. ■