

El lujo mira hacia la costa española

Starwood, Hilton, Hyatt, Marriott o Intercontinental avanzan planes para estar presentes con sus marcas en la costa y las grandes ciudades españolas. Una expansión en la que esperan contar con inversores locales

El turista que busca resorts de lujo ya no tiene que desplazarse a la Cerdeña italiana o a la costa azul francesa. España puede ser un buen destino para ese turismo exquisito. Este tipo de turismo ya apostó por nuestro país hace varias décadas, pero la estrategia seguida en los últimos años de buscar más la cantidad numérica que la calidad, hizo que desapareciera y los destinos de lujo quedaran obsoletos.

Ahora, los distintos actores turísticos españoles observan que el modelo turístico español debe modificarse. A los destinos competidores, principalmente en el arco mediterráneo, les debemos poner las cosas difíciles. Para frenar a la competencia se puede actuar sobre las diferentes variables del producto y no sólo en el precio, ya que esos países ofertan precios mucho más reducidos. Por este motivo, los empresarios españoles constatan que su factor diferenciador está en la calidad. Ésta es una de las claves del porqué el destino España está esforzándose por reposicionarse en el segmento del lujo. Además del esfuerzo del empresariado local por situarse en dicho segmento, las grandes cadenas hoteleras internacionales están llevando a cabo planes de expansión por la costa española.

Hasta la fecha, la presencia de las cadenas internacionales en España era mínima. Sólo Accor e Intercontinental estaban afianzándose en este mercado. La americana Starwood también gestiona algún establecimiento, pero los ejemplos son escasos.

En este escaso desarrollo ha influido notoriamente la sobreoferta hotelera en las principales ciudades españolas, pero ése no es el caso de la oferta vacacional y, más estrictamente, en la hotelería de lujo. De ello se han percatado los empresarios

580 MILLONES DE INVERSIÓN

La inversión total de Starwood en los 9 hoteles de la península que abrirán entre este año y 2005, más los 6 hoteles en la costa española y 2 en Portugal asciende a 580 millones de €. Y los nuevos proyectos generarán 1.400 empleos directos.

extranjeros y están impulsando distintos planes de crecimiento por el litoral español. El director para España y Portugal de Starwood, Francisco José García, dejó claro hace unos días que España necesita más camas de lujo en la costa y en alguna ciudad, como Granada y Santiago de Compostela.

Por ello, la compañía que dirige cuenta actualmente en España y Portugal con una cartera de 21 establecimientos –13 ya operativos y ocho en construcción– y a partir de ahora pretende expandirse en la costa levantina y en Canarias, dos mercados "que tenían necesidad de hoteles de cinco estrellas porque en ellos no existe esta oferta". De hecho, otras compañías internacionales como Hyatt, InterContinental y Marriott ya se han mostrado interesadas en lanzar proyectos similares de hotelería de lujo en las costas españolas.

Desembarco de Starwood

La compañía Starwood localizará dos de los nuevos hoteles en el archipiélago canario, cuatro en Levante -Alicante, Almería, Tarragona y Valencia- y otros dos en Portugal. Los nuevos establecimientos, en los que Starwood se encargará únicamente de la gestión, serán explotados bajo las marcas Sheraton y Westin y sus aperturas están previstas para el periodo 2006/2008. Estos ocho hoteles representarán alrededor de 1.900 habitaciones adicionales y generarán más de 1.400 puestos de trabajo directos.

Esta significativa ampliación de su cartera de hoteles en España y Portugal se suma a la apertura prevista entre 2005 y 2008 de 9 hoteles en la Península, que -junto a los recién inaugurados Sheraton Bilbao y Sheraton Porto- acumulan una inversión de 580 millones de €. Asimismo, la compañía maneja entre sus proyectos de futuro la posible incorporación de establecimientos en Santiago de Compostela y Granada, dos ciudades que "tienen excelentes paradores, pero que necesitan hoteles de cinco estrellas", explicó García, que precisó que en esos casos no existe previsión concreta de negocio. En una década, la compañía moverá una inversión superior a los 1.480 millones de €, que serán aportados casi en su totalidad por inversores locales.

En una década Starwood moverá una inversión de casi 1.500 millones de €, en su mayoría de inversores locales

Hotel La Caleta, que
Starwood acaba de
inaugurar en Costa Adeje



Starwood opera más de 750 establecimientos en más de 80 países con las marcas St. Regis, The Luxury Collection, Sheraton, Westin, Four Points by Sheraton y W, así como resorts Starwood Vacation Ownership. El grupo registró un beneficio neto de 395 millones de \$ (unos 310 millones de €) en 2004, un 27,8% más que el año anterior. Para el año en curso, la compañía prevé realizar inversiones por valor de unos 600 millones de \$ (470 millones de €), de los que 300 millones se dedicarán a la renovación y modernización de los establecimientos ya existentes.

Hilton: España, prioritaria

Paralelamente, la también americana Hilton cuenta con planes parecidos, aunque en primer lugar llevará su hotelería de lujo a las grandes ciudades. En junio, abrirá su segundo hotel en España. El complejo está localizado en Barcelona, junto al Centro Internacional de Convenciones, construido en la zona del Forum 2004. Este área de nueva creación cuenta con una gran infraestructura hotelera—2.300 plazas puestas en marcha recientemente y 1.300 programadas, que se inaugurarán a lo largo de los próximos años— destinada a albergar a los participantes de los congresos y convenciones.

La cadena estadounidense explota actualmente un solo hotel en España, un complejo de 287 habitaciones localizado en la avenida Diagonal de Barcelona. Hilton tiene previsto abrir el próximo año su tercer y cuarto hotel en España. Los establecimientos estarán en Valencia —frente al Palacio de Congresos de la avenida de las Cortes Valencianas— y Madrid —junto al Aeropuerto de Barajas y a cinco minutos en coche de Ifema—.

“La Península Ibérica es una zona prioritaria”, comentó Primo Muñoz, director de Hilton Barcelona, en la presentación del nuevo hotel. Además de los cuatro establecimientos con la enseña Hilton que ya tiene comprometidos, la compañía espera contar con 20 franquicias de la marca Scandic —gama media— en 2009 en el mercado español. “Si hasta ahora, no estábamos presentes era porque no encontrábamos inversores dispuestos a financiar este negocio”, comenta el vicepresidente de Hilton para Europea Occidental y Mediterráneo, Theo Kreutzer. Para nosotros, siempre ha sido importante estar presente en este mercado y controlar la actividad desde dentro, apunta. “Los inversores han cambiado su forma de pensar y han optado por invertir en el segmento hotelero porque es más rentable a largo plazo que la Bolsa”, añade.



La multinacional Hilton tiene un modelo de gestión parecido a otras cadenas hoteleras extranjeras ya presentes en el mercado español, como la británica Intercontinental. Esta cadena, que gestiona hoteles en régimen de alquiler, también puso en marcha un sistema de franquicias para explotar algunos de sus establecimientos con sus marcas Crowne Plaza, Holiday Inn y Express. En total tiene seis hoteles franquiciados (Madrid, Alicante y Valencia).

Intercontinental vende en Reino Unido

InterContinental Hotels Group (IHG), asesorado por Jones Lang LaSalle Hotels, acaba de vender 73 hoteles en Reino Unido por un precio de 1.429 mi-

‘Los inversores han optado por invertir en el segmento hotelero porque es más rentable a largo plazo que la Bolsa’

EL COMPLEJO 'REAL DE FAULA'

Starwood presentó en la pasada edición de FITUR su proyecto de resort "Real de Faula", que abrirá este mismo verano en la Costa Blanca. Se trata de un complejo turístico de más de un millón de m² y con dos hoteles, un Sheraton golf resort y un Westin resort&SPA, además de otras muchas edificaciones y dos campos de golf de 18 hoyos. En conjunto, configuran un "típico pueblo mediterráneo" en el municipio de Finestrat. Esta compañía hotelera los define como establecimientos donde "el lujo no es ostentación sino bienestar" y en los que "los clientes pueden elegir cada detalle para su descanso".

❖ **EL SHERATON REAL DE FAULA**, con decoración típica colonial, dispondrá de 108 habitaciones "de luxe" y 85 "junior suites", éstas últimas con salón separado con mesa de comedor para 6 personas y terraza de casi 8 m². Todas con acceso a Internet. Este hotel dispone del *Kids Club*, para el cuidado de los pequeños; guardería con *baby sitter* y personal especializado; una *game area* para los adolescentes, además de 2 restaurantes especializados, uno de ellos con cocina en vivo para que los clientes elijan los alimentos que desean consumir. Junto a todo ello, 2 campos de golf, 4 pistas de tenis; 4 de paddle; Jazz Club, 3 piscinas, una climatizada, y 12 tiendas.

❖ **EL WESTIN REAL DE FAULA** tendrá 221 habitaciones: 158 de "Grand Deluxe", (decoración mediterránea, 25m², 8 de terraza, Internet, caja de seguridad...); 48 "Golf Suites", dos habitaciones, más salón y una pequeña cocina, ducha separada con el servicio *heavenly shower*...); y otras 15 "junior suites" y "suites ejecutivas", con 30-42 m², dos habitaciones, salón comedor con sofá cama, y servicios *heavenly bed* y *heavenly shower*. En torno a este hotel estará el Westin Convention Center y el Westin Spa. El primero, con 2.300 m², tendrá capacidad para 2.000 personas. Todas sus salas disponen de la última tecnología, incluida la conexión Wi Fi. En su interior estará el Business Center. Y el Spa, de 2.000 m², será uno de los más grandes de España y ofrecerá el programa Starwood Spa Collection: belleza, equilibrio, agua, vitalidad, armonía, naturaleza y nutrición.



llones de €, a las firmas Lehman Brothers Real Estate Partners, GIC Real Estate y Realstar Asset Management. No obstante, IHG seguirá gestionando la mayoría de los hoteles de los que se ha desprendido, entre los que figuran el Holiday Inn London Kensington Forum, el Holiday Inn M4 J4 en el aeropuerto de Heathrow, y otros activos en Birmingham, Leeds, Manchester, Newcastle y Edimburgo.

Para Jordi Frigola, de Jones Lang LaSalle Hotels, esa transacción destapa "el gran apetito por adquirir hoteles ante la recuperación en algunos mercados". Indica "un fuerte crecimiento de los *cash flows* hoteleros" y el "interés de muchos inversores en colocar sus fondos antes de que los mercados alcan-

INTERÉS INVERSOR

El grupo de servicios de inversión hotelera Jones Lang LaSalle Hotels cree que existe "gran apetito por adquirir hoteles" y que este segmento de mercado vive un buen momento en cuanto su atractivo para los fondos inversores.

y 230 apartamentos de cuatro, gestionados ambos por la cadena Hyatt, apartamentos de 'tiempo compartido', tres campos de golf, un centro de salud, 22 restaurantes y bares, un casino y numerosas tiendas. Y el principal activo del complejo es el suelo disponible para futuras actuaciones: 58.344 m² de suelo residencial y otros 20.552 m² de suelo turístico, es decir para hoteles o apartamentos asistidos.

Finalmente, también las empresas inmobiliarias están contribuyendo al desarrollo del lujo por las costas españolas impulsando unos productos de lujo, los seniors resorts, dirigidos a ciudadanos jubilados europeos que quieren pasar en España el resto de sus días. ■

cen su madurez o los intereses suban". Es tiempo de inversión.

Por último, la inmobiliaria que controla George Soros, MedGroup, mantiene su plan de aumentar su presencia en la costa mediterránea. Adquirió el resort de lujo La Manga Club por 146 millones de €, un complejo de 494 hectáreas con un hotel de cinco estrellas