



## La cadena Barceló celebra su 75 aniversario en México

**El grupo turístico mallorquín Barceló aprovechó la inauguración de dos nuevos complejos hoteleros en Cancún para celebrar su 75 aniversario.** El acto contó con la asistencia de numerosas personalidades como los dos copresidentes del grupo, Simón Pedro Barceló Vadell y Simón Barceló Tous, el presidente del Gobierno balear, Jaume Matas y la embajadora de España en México, Cristina Barrios.

El presidente balear y el presidente de la Fundación Barceló, Gabriel Barceló, protagonizaron el corte de la cinta inaugural. El gobernador constitucional del Estado de Quintana Roo, Félix González, y Matas descubrieron la placa conmemorativa de los establecimientos turísticos.

La incorporación de estos dos nuevos hoteles de cinco estrellas, el Barceló Maya Colonial Beach y Barceló Maya Tropical Beach, bajo la modalidad "todo incluido", situará a la cadena con cuatro establecimientos y casi 2.000 habitaciones, lo que le supone una posición líder en la Riviera Maya. La operación ha necesitado una inversión aproximada de 70 millones de euros, por lo que se incrementa la inversión hotelera to-

tal de los mallorquines en México hasta los 236 millones de euros.

Barceló extenderá esta diversificación con la apertura de otro nuevo *resort* para 2007, el Barceló Maya Palace, con una disponibilidad de 756 habitaciones.

### Cadena líder en el mercado caribeño

Barceló también se ha lanzado a una ambiciosa operación de expansión en el Caribe. Para ello, se ha aliado con varios de los principales fondos de inversión de Estados Unidos. Con esta iniciativa, Barceló lanza al mercado uno de los mayores fondos inmobiliario-hoteles del país norteamericano, buscando convertirse en la cadena líder en el mercado caribeño.

Bajo el nombre de Playa Resorts y con un capital social inicial de 500 millones de dólares, Barceló y sus socios americanos, comprarán 20 complejos hoteleros de lujo, con una capacidad de 10.000 habitaciones, en Centroamérica, México, Costa Rica y, preferentemente, en el Caribe anglosajón (Bahamas y Jamaica), principal destino vacacional del mercado emisor estadounidense.

### BREVES

#### Paradores invertirá 400 millones hasta 2010 en mejorar su red

La red de Paradores invertirá el 15% de sus ventas anuales en la mejora de sus establecimientos y en la apertura de nuevos, para lo que ha previsto 200 millones de euros hasta 2010. Una cantidad similar la aportará Turespaña gracias al aumento del canon que Paradores paga por el alquiler de los edificios, propiedad de Patrimonio Nacional. Este canon se ha incrementado de 3,3 millones de euros hasta 18, un 600% más. La red, que experimentó una ocupación media del 60% hasta abril, abrirá 15 nuevos paradores y reformará otros diez.

#### Aldeasa, obligada a diversificar

La compañía Aldeasa ha optado por cambiar de estrategia comercial debido a la esperada caída en el margen operativo de sus futuras cuentas de explotación en el territorio nacional, que hoy en día suponen el 75% de su cifra de negocio global. Esta situación, atribuible a la expiración a finales de año de sus concesiones en todos los aeropuertos españoles, excepto el de Barajas, ha sido la responsable de que la compañía se haya decantado por la diversificación internacional, sin descartar posibles adquisiciones corporativas.

#### El mercado urbano hotelero en España se revitaliza

Después de tres años de crisis, el mercado hotelero de las ciudades españolas deja atrás la etapa de sobreoferta, descenso de los niveles de ocupación, caída de precios y pérdida de rentabilidad para pasar a un esperado resurgimiento de la demanda que absorba toda la oferta. Las cuentas de resultados de algunas de las principales cadenas españolas, como NH Hoteles y Sol Meliá lo confirman, según Exceltur. Desde 2004 no se observaba un incremento relevante del *revpar* (indicador que mide la rentabilidad por habitación) en ciudades como Madrid, Barcelona o Sevilla.

## AC Hoteles diversifica su mercado en Europa



El grupo AC Hoteles tiene previsto abrir su mercado en el extranjero para finales de año. Su ya demostrada experiencia en países como Italia y Portugal ha logrado que la compañía quiera dar un paso más allá y decida instalarse en las capitales de Reino Unido, Francia y la zona del Benelux. De momento, AC invertirá 62 millones de euros en la apertura de 12 hoteles en los tres mercados en los que ya está presente, por lo que a finales de año cerrará con una cartera de al menos 85 establecimientos. En lo que se refiere a Italia, la cadena hotelera abrirá tres hoteles en Vicenza, Florencia y Milán. En Portugal, sólo inaugurará un hotel en Oporto. Entre los proyectos de diversificación de AC Hoteles también se incluyen otros 12 establecimientos para 2007. En total, la compañía realizará una inversión de 300 millones de euros.

