

España, un mercado prioritario que no despega

España es sin lugar a duda un mercado prioritario y atractivo para las grandes compañías hoteleras internacionales. Pero hay una serie de factores, como la sobreoferta hotelera, el descenso del gasto por turista y las modalidades de contratación, que hacen que los grandes operadores del sector no acaben de entrar en este país

No obstante, no se puede olvidar que el territorio español es el segundo destino turístico mundial. Y todo apunta a que se puede convertir a medio plazo en la primera potencia turística internacional. Esto hará que antes o después las grandes cadenas hoteleras pujen por este país, aunque tengan que modificar sustancialmente sus estrategias comerciales. Así, por ejemplo, la compañía Marriott está dispuesta a cambiar su estrategia de crecimiento para hacerse un hueco en este mercado. Esta operadora apenas tiene una veintena de establecimientos en propiedad en todo el mundo y su gran negocio, casi en exclusiva, es el de haberse convertido en una de las principales gestoras de hoteles. Pues bien, tal y como señaló a un medio de comunicación recientemente su vicepresidente internacional de desarrollo para España y Portugal, Laurent de Kousemaeker, la compañía está dispuesta a comprar establecimientos de lujo en varias ciudades españolas para poder entrar en este mercado. Adquirirá establecimientos “siempre

LOS HOTELES URBANOS NO SE MUEVEN

El 8 % de las 41 operaciones de venta de activos hoteleros realizadas durante el año pasado estaban dedicadas a complejos turísticos. Sólo hubo cinco operaciones con hoteles urbanos.

que sean estratégicos y que puedan venderlos más tarde”. La política de crecimiento de esta cadena en España se basaba exclusivamente en una relación contractual de gestión de establecimientos. No eran los propietarios de los inmuebles. De esta forma, su desarrollo en nuestro país ha sido muy limitado y escaso. De hecho, sólo posee cuatro hoteles en España: Villa Padierna en Marbella (Málaga), Arts en Barcelona, La Sella Resort & Spa en Denia (Alicante) y Son Antem Golf & Resort en Mallorca. Tras el cambio de estrategia la compañía quiere crecer con varios inmuebles de lujo en Madrid y Barcelona, aunque no descarta a medio plazo otras ciudades más como Valencia, Sevilla o Granada.

Preferencia por los complejos turísticos

El ejemplo de Marriott es ilustrativo para explicar el desarrollo de los grandes operaciones hoteleras internacionales en España. Es decir, su entrada se ha basado casi en exclusividad en grandes complejos turísticos más o menos costeros, y han dejado más de lado la hotelería urbana. Esta evolución ha





sido analizada por las principales consultoras del sector, que han pronosticado cuál será la evolución de la inversión extranjera en el mercado español.

Así, por ejemplo, según un estudio realizado recientemente por Jones Lang LaSalle Hotels, España vuelve a ser un objetivo de los inversores hoteleros. El volumen de operaciones seguirá siendo elevado y, a medio plazo, este país se perfila como uno de los mercados europeos de inversión más atractivos.

El máximo responsable de esta consultora en España, Jordi Frigolas, señala que “los complejos turísticos siguen siendo el segmento que presenta un mayor nivel de liquidez y no vemos razones para pensar que la situación pueda cambiar en el futuro... El año pasado, los complejos turísticos volvieron a ser el segmento con mayor nivel de actividad y protagonizaron 36 de las 41 operaciones registradas, lo que supone el 88% del total de activos individuales vendidos. Sólo se realizaron cinco operaciones con hoteles urbanos. Los destinos de costa como las Baleares, las Islas Canarias y la Costa del Sol han mostrado signos de debilidad durante

MERCADO ESPAÑOL

En nuestro país la mayoría de las transacciones hoteleras se realizan entre operadores locales y nacionales. Los inversores internacionales todavía no han entrado demasiado en el mercado español aunque ya se vislumbra un cambio de tendencia.

los últimos años, aunque parecen estar recuperando el pulso. La Costa del Sol todavía sigue atrayendo inversiones, principalmente entre Marbella y Sotogrande”, añade. En este sentido, Jordi Frigola apunta que “otros destinos de costa como Murcia o Almería están influidos en gran medida por las promociones de golf que se construyen para reforzar el valor de los complejos. Esperamos un crecimiento significativo en este sector”.

En España, la mayoría de las operaciones se realizan entre operadores locales y nacionales, más dinámicos y activos que los inversores internacionales. Pero aún así, las cadenas hoteleras internacionales están interesadas en comprar activos en Madrid y Barcelona para reforzar su presencia. Otra consultora de LaSalle, Aurora Prat, afirma que “los inversores internacionales prefieren ubicaciones primero en ciudades, que son, en general, las más apropiadas para las cadenas hoteleras internacionales. No obstante, estos inmuebles son escasos y en España se venden generalmente fuera de mercado a precios más elevados. La oferta en Madrid y Barce-

INVERSORES	INVERSIONES EN ESPAÑA
ACCOR (Francia)	Apertura de unos 40 hoteles en los próximos 4 años. Explotación en Barcelona, a través de Novotel del establecimiento que promueve Metrovacesa.
SUNBORN (Finlandia)	Se ha hecho con la concesión del barco-hotel en el puerto deportivo de Barcelona, que será gestionado por Husa.
HILTON (EE UU)	Está construyendo un hotel en Madrid
INTERCONTINENTAL (Reino Unido)	Emplazamientos de la periferia de las grandes urbes con su marca Holiday Inn. Gestión de los dos complejos de Murcia de Polaris World. MedGroup, que ha invertido 17 millones de euros en la construcción de su primer hotel en la ciudad Condal, el Express by Holiday Inn Barcelona 22@. Seis establecimientos Express by Holiday Inn en funcionamiento, operados por Intercontinental: Rivas, Alcobendas y Alcorcón en Madrid; Montmeló y Molins de Rei en Barcelona, y Bonaire en Valencia. A estos se suman seis hoteles en construcción, uno de ellos en Sant Cugat y otro en Girona.
STARWOOD (EE UU)	A finales de junio abrió el hotel Westin del complejo turístico Real de Faula Golf, Resort & Spa y el Sheraton Real de Falua Golf Resort. Abrirá el hotel La Ciudad del Vino en El Ciego (La Rioja). A finales de septiembre inaugurará el hotel de 5 estrellas Gran Lujo The Westin Valencia.
MARRIOTT (EE UU)	Posee cuatro hoteles: Villa Padierna en Marbella (Málaga), Arts en Barcelona, La Sella Resort & Spa en Denia (Alicante) y Son Antem Golf & Resort en Mallorca. Entre sus proyectos está dedicarse a la gestión de hoteles de lujo en España.

lona ha aumentado durante los últimos años, pero el crecimiento se está ralentizando actualmente debido al retraso de muchos proyectos de promoción y los cambios de uso a residencial por las mayores rentabilidades que ofrece. Las ciudades secundarias y terciarias como Sevilla, Valencia y Málaga se han desarrollado durante los últimos tres años y en algunas de ellas se está empezando a observar un exceso de oferta”.

Aún así, España contará con un elevado volumen de operaciones en 2006 y continuará con la tendencia positiva que se dio en 2005, con la realización de 57 transacciones de activos por encima de los diez millones de euros. Un crecimiento de operaciones que se materializó en la venta de más de 10.600 habitaciones frente a las 8.400 de 2004.

Esta tendencia positiva continuará en los próximos años. De hecho, Madrid contará con 2.300 habitaciones más a lo largo de 2006 gracias a la apertura de 23 hoteles nuevos en la capital, apoyando de esta forma los esfuerzos promocionales que está realizando la ciudad para pasar de un turismo de negocios a uno más de ocio. Además se notará la reciente intención anunciada por la corporación municipal de presentar la candidatura de la ciudad a organizar los Juegos Olímpicos en 2016.

CONTROL LOCAL

Sólo el 5,3 por ciento de los 260 establecimientos censados en Barcelona están gestionados por operadores internacionales.

La directora de la consultora Christie & Co, Inmaculada Ranera aseguró recientemente a un medio de comunicación que “todos los grandes grupos internacionales están interesados en implantar nuevos establecimientos en la capital catalana”. Por señalar varios ejemplos, Mandarin y Four Seasons compiten por convertir en un hotel la antigua sede de BCH y de Banco Sabadell en el Paseo de Gracia, a la vez que como se ha señalado anteriormente Marriott está buscando emplazamientos. También Hilton, que está construyendo un hotel en Madrid. La cadena estadounidense Starwood eligió Barcelona para abrir un establecimiento de su nueva marca W.

La mayoría de las nuevas aperturas, tanto en Madrid como en Barcelona, serán hoteles de cuatro



estrellas, de unas 100 habitaciones y de operadores nacionales, aunque en la periferia de dichas ciudades predominarán los establecimientos de tres estrellas de los grandes operadores internacionales.

Por su parte Barcelona tiene desde los Juegos Olímpicos del 92 una mayor visibilidad internacional, lo que supone una demanda más diversificada. A lo largo de este año tendrá 1.400 habitaciones más y durante el periodo 2007-2009 inaugurará 35 nuevos establecimientos. La enseña francesa Accor y la finlandesa Sunborn se han adjudicado recientemente la gestión de dos establecimientos en la ciudad Condal. Accor explotará, a través de su marca Novotel, el hotel que la inmobiliaria Metrovacesa promueve en un terreno colindante de la Torre Agbar, mientras que Sunborn se ha hecho con la concesión de un barco hotel que estará ubicado en el puerto deportivo del Forum y que será gestionado por el catalán grupo Husa, propiedad de la familia Gaspart.

De los 260 establecimientos censados en la capital catalana, sólo un 5,3% están gestionados por operadores internacionales. Este porcentaje no variará a medio plazo, puesto que sólo el 3,3% de los nuevos establecimientos serán explotados por grupos extranjeros.



La cadena francesa Accor, que ingresará hasta el año 2008 alrededor de 1.500 millones de euros por desinversiones, acometerá un proceso de ampliación de su cartera hotelera, que contempla la incorporación de 1.000 nuevos hoteles en gestión o arrendamiento hasta el año 2010. En este proyecto invertirán más de 2.700 millones de euros. España es precisamente uno de los mercados prioritarios para la compañía. Actualmente disponen de 60 hoteles en nuestro país y quieren alcanzar los 100 estableci-

BAJA EL RENDIMIENTO DEL LUJO

El rendimiento por habitación disponible en Madrid bajo un 1 por ciento en los hoteles de lujo.

mientos en los próximos cuatro años. La inversión para el mercado nacional será de 150 millones de euros.

En España, la hotelera francesa ha abierto un exhaustivo proceso de búsqueda de los mejores emplazamientos de Madrid y Barcelona para abrir dos establecimientos de gran lujo, que serán explotados bajo su marca de gran gama Sofitel.

Desinvertir para expandir

Otra compañía con presencia en España, en este caso la británica InterContinental también ha estado llevando a cabo un proceso de desinversiones y también se maneja con facilidad en los emplazamientos de la periferia de las grandes urbes con su marca Holiday Inn. Al igual que otras compañías, ha encontrado un buen nicho de mercado en los complejos turísticos. En concreto, se hizo con la gestión de los dos complejos que el grupo inmobiliario Polaris World tiene en Murcia. Esta misma inmobiliaria destinará 1.495 millones a la construcción de cuatro nuevos complejos en cuatro años y si la fórmula con InterContinental da buenos frutos, la hotelera inglesa tendrá un notable crecimiento. El último paso que dio en su política de desinversión fue la venta de 24 establecimientos europeos al fondo de inversión Westbridge. De éstos, que la cadena continuará gestionando, sólo dos se localizaban en España, en concreto en Valencia y Alicante. Con estas ventas, la compañía ha podido ingresar alrededor de 352 millones que destinará a su expansión.

Intercontinental trabaja también con la firma MedGroup, que ha invertido 17 millones de euros en la construcción de su primer hotel en la ciudad Condal, el Express by Holiday Inn Barcelona 22@.

La cadena hotelera cuenta actualmente con seis establecimientos Express by Holiday Inn en funcionamiento, operados por Intercontinental: Rivas, Alcobendas y Alcorcón en Madrid; Montmeló y Molins de Rei en Barcelona, y Bonaire en Valencia. A estos se suman seis hoteles en construcción, uno de ellos en Sant Cugat y otro en Girona, cuya inversión conjunta supone algo más de 180 millones de euros.

Al mismo tiempo el grupo hotelero británico negocia la apertura de tres establecimientos de cinco estrellas en Barcelona, Valencia y Sevilla, en el marco del fuerte desarrollo que está a punto de acometer en el mercado español.

Como se puede observar el hotel de gran lujo es un atractivo para los inversores. Su rentabilidad puede ser de hasta un 7%, al ser un reclamo de clientes del más alto nivel, que gastan mucho más que la media de visitantes durante su estancia. Existe un gran boom de establecimientos de cuatro y cinco estrellas, pero las inversiones en la alta gama no terminan de despegar. Como explica el presidente de la Asociación Hotelera de Madrid, Jesús Gatell, "la entrada es lenta y con cuentagotas".

Además, la evolución hotelera del mercado español está siendo buena a lo largo del ejercicio. En términos globales, los empresarios hoteleros han

visto incrementar su rentabilidad durante los primeros meses del año, según se desprende de un informe realizado por MHI. En su Hotel Indext, un índice de referencia en la hotelería española, del pasado mes de mayo demuestra que, en Barcelona, los hoteles de lujo han incrementado el precio de sus habitaciones un 15% y su RevPAR, ingreso por habitación disponible, en un 19%. Los hoteles de primera clase aumentaron su precio medio un 4,2%, lo que les permite aumentar ligeramente su RevPAR en casi un 3%. Mientras que, los hoteles estándar, con un aumento en su precio medio del 11%, ven mejorar su RevPAR en un 16%.

En Madrid, los hoteles de lujo incrementaron su precio medio un 2% y su RevPAR descendió sólo un 1% (es la única clase de hoteles que ha visto disminuir su RevPAR). Los hoteles de primera clase aumentaron su precio medio y su RevPAR, en ambas variables, un 8% y finalmente, los hoteles estándar aumentaron su precio un 4,5% y su RevPAR un 7,2%.

En Sevilla, el precio medio aumentó un 2,2% y el RevPAR lo hizo en un 5,3%. Y, finalmente, en la ciudad de Valencia se constata la mayor subida del RevPAR. La mejora de 6 puntos porcentuales en la ocupación junto con un aumento medio del precio de las habitaciones del 13%, se han traducido en un incremento del RevPAR del 24%.

Reducción de costes

Un informe, elaborado por la consultora MKG, resalta que en 2005, los grandes grupos hoteleros motivados por la reducción de costes protagonizaron ventas de activos por valor de 10.000 millones de euros en Europa. Accor fue la que más establecimientos vendió y el segundo lugar lo ocupó la cadena estadounidense Best Western.

Por el contrario, los que más invierten son los americanos que acaparan el mundo hotelero internacional. En 2005, el desembolso de los empresarios de EE UU alcanzó una cifra récord de 24.900 millones de euros.

Un buen ejemplo de la potencialidad americana lo demuestra la cadena Starwood. A finales de junio abrió el hotel Westin del complejo turístico Real de Faula Golf, Resort & Spa, situado en Benidorm. El resort tiene más de un millón de metros cuadrados y ha supuesto una inversión de más de 120 millones de euros. Este hotel es una instalación de lujo con 227 habitaciones de las cuales 66 son suites.

Además, en septiembre abrirá el hotel de la Ciudad del vino, en Elciego, La Rioja. El establecimiento se ubicará en el edificio diseñado por el arquitecto canadiense Frank Gehry, que alberga también las bo-



EE UU GASTA, EUROPA AHORRA

En 2005, el desembolso de los empresarios de EE UU alcanzó una cifra récord de 24.900 millones de euros.

Mientras que en Europa los grupos hoteleros realizaron ventas de activos por valor de 10.000 millones de euros.

Mientras que en Europa los grupos hoteleros realizaron ventas de activos por valor de 10.000 millones de euros.



degas originales de Marqués de Riscal. El complejo de la Ciudad del Vino tendrá una superficie cercana a los 100.000 metros cuadrados dedicados a la elaboración, estudio y disfrute del vino. Este complejo contará con el hotel Marqués de Riscal, el spa de vinoterapia de Caudlie Vinothérapie Spa, un restaurante de lujo, un centro de reuniones y conferencias y un área de banquetes. El hotel estará gestionado bajo la marca Luxury Collection de la cadena norteamericana y cuenta con 43 habitaciones: 14 en el edificio principal y 29 en las residencias anexas. Los materiales y las formas utilizadas por Frank Gehry en esta obra siguen con la tradición del Museo Guggenheim de Bilbao, aunque en este edificio el titanio que lo recubre ha sido coloreado con los colores de Marqués de Riscal: rosa (vino tinto), oro (la malla que cubre la botella) y plata (la cápsula de la botella).

También en septiembre Westin Hotels & Resorts inaugurará el hotel de 5 estrellas Gran Lujo The Westin Valencia, que contará con 135 habitaciones en el centro de ciudad. La inversión total en el proyecto ha sido de 33 millones de euros y supondrá la creación de 110 puestos de trabajo. La cadena se encuentra ultimando las obras del hotel que ocupará un edificio modernista de 1917. El arquitecto valenciano José María Tomás Llavador y su estudio han sido los encargados del diseño. El edificio de La Lanera, que ocupará el Westin, es propiedad del Ayuntamiento de Valencia que ha otorgado una concesión administrativa de uso por 75 años a Bancaja. La entidad financiera firmó un contrato por 15 años con Starwood, quien gestionará el hotel durante ese tiempo a través de Westin, una de sus marcas más emblemáticas.