

## LAS CIFRAS

**1.000** MILLONES

**Inversión en reformas hoteleras**  
► Entre enero de 2013 y octubre de 2016, los hoteleros han proyectado la mejora de 574 establecimientos, por valor de 951 millones, que previsiblemente alcanzarán los mil en lo queda de 2016.

**300** MILLONES

**Reformas de este invierno**  
► En lo que va de año han entrado 86 proyectos por valor de 120 millones, que se elevarán previsiblemente a 180 antes del cierre de 2016. Además se ejecutarán más de 100 millones en obras atrasadas de 2014 y 2015.

**60%**

**Porcentaje de planta hotelera que ya se ha reformado o está en ello**  
► Son en total 574 hoteles los reformados, que se elevarán por encima de 600 este invierno. En la isla hay 800 establecimientos. Las cadenas más poderosas ya han adaptado todo.

**1,6** MILLONES

**Inversión media por reforma**  
► En 2014 entraron los proyectos más ambiciosos, a 2 millones de media por actuación. La inversión media de este año es 1,6. Pero la media engaña: Riu, Meliá o Iberostar han metido 20 millones en algunos proyectos.

**65%**

**Aumento de rentabilidad**  
► Las renovaciones y subidas de categoría han permitido a algunos hoteles disparar hasta en un 80% su rentabilidad. El precio medio por noche de hotel ha subido un 65% en plena crisis gracias a las mejoras.

# “O inviertes o eres barato”

La apuesta por la calidad está resultando muy lucrativa, explican los hoteleros, que temen que las empresas más pequeñas lleguen tarde y se pierdan las ventajas de la ley de 2012

ALBERTO MAGRO PALMA

Este mismo jueves, el hotel Hospes Maricel acogía una foro sobre renovación de hoteles. Acudían a la cita ejecutivos y propietarios de importantes empresas hoteleras de Mallorca. Al acabar, muchos abandonaban el lugar en coches de alta gama y matrícula recién estrenada, desde deportivos Maserati de último modelo a los Porsche, BMW y Mercedes de más quilates: el negocio les va bien. Por quinto año consecutivo, la temporada mejora cifras de facturación. Que ya es mejorar: aumentan sobre récords. “No podemos quejarnos. Nos va de escándalo”, reconocía risueño uno de los asistentes. Un escándalo de negocio, detallaba, tanto por lo que ha entrado en la caja de los hoteles como por lo que ha quedado en ella después de pagar muchos impuestos y asumir el pago de costes tan vitales y cuantiosos como la plantilla, los suministros o la promoción.

Así que los hoteleros están de fiesta. Y no es para menos: la apuesta por la calidad ha salido bien. En solo cuatro años, la rentabilidad hotelera ha subido hasta un 80% en algunos establecimientos. Algunos: los que más y mejor invirtieron en reformarse. Esos que arriesgaron la parte de lo ganado que les quedó tras comprar *maseratis* a 75.000 euros la pieza, y la dedicaron a hacer obras para mejorar la calidad y elevar los precios. “No es tanto esa idea de ‘renovarse o morir’ como que o inviertes y te diferencias o eres barato”, resume Sergio Zertuche, el vicepresidente de promoción y ventas de la cadena ibicenca Palladium, la que montó Matutes padre y Matutes hijo ha convertido en referente del lujo más frívolo y lucrativo. Primero, empezaron por

revolucionar esa especie de Magaluf ibicenca llamada Platja d'en Bossa, para transformarla en un templo de la diversión cinco estrellas, abrazados al proyecto de Ushuaia. Y ahora intentan repetir jugada de la mano de la marca Hard Rock, por la que pujan fuerte: tras el éxito logrado en Eivissa, se han ido a Tenerife a apostar de nuevo, con el estreno esta misma semana de un hotel Hard Rock en el que han invertido 72 millones de euros. Todos en un solo proyecto. Muchísimos millones, muchísimo riesgo. Hagan cuentas: en los últimos años de reformas a la carrera, los hoteleros de las islas han invertido 951 millones de euros en 571 proyectos, es decir, 1,6 millones por renovación, cuando Palladium está metiendo 72 millones en un solo Hard Rock, hotel al que la palabra “apuesta” define todas sus acepciones, tanto en las referidas al azar del riesgo como en la que alude al empeño demostrado en el proyecto.

**Resultado: rentabilidad máxima**  
Para Palladium y los Matutes, es invertir o ser barato, pecado capital en un planeta que sale de la crisis con más millonarios de los que había cuando en septiembre de 2008 empezó el desplome financiero. Zertuche sintetiza en su axioma las razones por las que los hoteleros siguen apostando por las reformas, que este verano han vuelto a convertir a los destinos de las islas en los más caros y rentables del Mediterráneo. Invirtieron para no ser baratos. Y han ganado.

Los que han podido, avisa Carolina Quetglas, dueña de la cadena BQ, fundada por su padre, Bernardo Quetglas, un hombre que empezó de botones y hoy es hotelero. Tienen doce estableci-



Hard Rock Ibiza, inversión fuerte que repetirán en Canarias. J.A. RIERA

**Los hoteleros están de fiesta y aliviados: hicieron apuestas muy caras por reformas que están resultando un triunfo**

mientos en Mallorca, en lugares como Platja de Palma, Muro, Can Picafort o Alcúdia. Y los han renovado todos. Ganan más, claro, que para eso se invierte. Por ello Carolina Quetglas cree que la modernización “de un destino muy conocido y reconocido en el que la mayoría de hoteles son de los años 70” pasa por seguir con las obras, las especializaciones y los cambios de concepto. “El futuro es la renovación total de la planta hotelera balear”, afirma. Y advierte: no todos los empresarios han podido beneficiarse de las ventajas que da la ley general turística de 2012. “Los que tenemos recursos y ac-

ceso a financiación hemos podido ir rápido, pero a los más pequeños les ha costado más y ahora temen no llegar a tiempo de aprovechar la ley”, razona Quetglas, temerosa, como buena parte del sector, de que las correcciones que ahora fuerza la Justicia sobre la legislación aprobada por el Govern Bauzá (PP, 2011-2015) y las reformas que planea el nuevo Govern de PSOE y Més (con el apoyo parlamentario de Podemos) eliminen oportunidades de ganar habitaciones y plantas como las que ya han aprovechado las grandes cadenas presentes en la isla.

El temor está tan fundado que, de hecho, ya ha habido cambios: en enero, el Govern actual aprobó un decreto que corregía uno de los aspectos más controvertidos de la llamada Ley Delgado (en referencia al exconseller del PP con Bauzá). Desde 2012 hasta enero de

este año, los hoteles que ganaban calidad y categoría tenían derecho a elevar hasta un 40% la superficie edificada, un aumento que además se calculaba tanto sobre los espacios legales de cada establecimiento como sobre los que ilegalmente se habían ido incorporando. Ahora la ley restringe ese aumento a un 20%, y solo sobre los metros legales. Y más: el nuevo Govern también ha acabado con la opción de subir plantas de altura que se daba a quienes ganaban estrellas y calidad. Con lo que los pequeños que se lo pensaron o que no pudieron acceder a financiación para aprovechar las lucrativas ventajas de la ley del PP se quedan sin las ganancias que sí se han apuntado los grandes, que pudieron correr más.

**Los que no invierten**

Y corrieron. Ahí tienen los 300 millones invertidos en los últimos cuatro años por Meliá en Balears, una cuantía publicitada por la familia Escarrer que equivale a una tercera parte del total invertido en las islas desde 2012. Ahora las reformas siguen. Una vez acotado el desparrame urbanístico legado por el anterior Govern, aún es ventajoso hacerla, porque sigue vigente la idea de Zertuche, renovarse o ser barato.

Y pese a todo hay quien sigue fuera de esa apuesta. ¿Por qué? Lo explica Jaume Horrach, secretario de la Federación Hotelera de Mallorca y presidente de los hoteleros de Alcúdia y Can Picafort, que recuerda que “uno de los éxitos de la isla como destino es que ha sido capaz de llegar a todos los tipos de turista, al de dinero y al mochilero, a las familias, a los mayores y a los jóvenes”. Horrach lo ejemplifica con el éxito de algún hotel pequeño de su zona, con pocas estrellas, que hace de su esencia divertida, acogedora y familiar el reclamo para decenas de turistas que vuelven cada año. En este mundo turístico en el que el lujo es la moda y la “oferta de experiencias únicas” se vende como gran factor de seducción, la sencillez también triunfa. Sobre todo si la ejecución es buena. Así que es renovarse o quedarse barato, pero también hacerlo bien o morir.

Se precisa para agencia de viajes en Palma

**PUESTO AGENTE VIAJES**

**Requisitos imprescindibles:**

-Buena imagen, mínimo 2 años de experiencia en ventas vacacional y billeteaje, conocimiento sistema Amadeus avanzado.

**Ofrecemos:**

-Incorporación inmediata.  
-Sueldo según categoría demostrable.

Interesados enviar curriculum a: embelga@gmail.com

**COMPRO CUADROS**

RICARDO ANCKERMANN, JOAN BAUZÁ, ANTONI RIBAS, ANTONI GELABERT, ANTONI FUSTER, DIONÍS BENNASSAR, BERNAREGGI, TARRASSÓ, ERWIN HUBERT, TITO CITTADINI, BRUNET, MEIFRÉN, RITCH MILLER, LLORENÇ CERDÁ, ETC.

Tel: 696 13 69 14

**MCR MALLORCA  
INMOBILIARIA  
DE SANTANYÍ**

**PRECISA DE  
VIVIENDAS  
PARA ALQUILER  
DE LARGO PLAZO  
Y VENTA**

**MIGUEL  
617 347 122  
miguel@mcr-mallorca.com**



**RESERVATUM**  
DREAM'S MALLORCA  
POR GRAN DEMANDA  
BUSCAMOS  
FINCAS CON PISCINA  
info@reservatum.com  
www.Reservatum.com Tif. 971 587621

**AUTODESGUACE**

**PÉREZ**

**RECICLANDO  
GANAMOS TODOS**

*No se moleste en ir a tráfico, nosotros le retiramos el coche, lo damos de baja y le pagamos!!*

*Con Pérez, molestias ninguna y problemas, menos!!*

**Tels.: 673 417 774 - 971 431 078**