



Posadas retoma vocación de operador

El grupo ha firmado contratos para manejar 30 nuevos hoteles de sus propias marcas hacia el 2014; la empresa aportará sólo 11% de los 276 mdd de la inversión total que requieren esos inmuebles.

Publicado: Lunes, 12 de noviembre de 2012 a las 06:00

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión) — Grupo Posadas pone en práctica el refrán 'zapatero a tus zapatos', y tras el anuncio de venta de activos en México y Sudamérica fortalecerá su enfoque en la operación de hoteles de terceros pero con marcas de su propiedad: Fiesta Inn, Fiesta Americana, Aqua y One Hotels.

La firma que dirige José Carlos Azcárraga Andrade tenía acuerdos con inversionistas para administrar 30 nuevos hoteles que aumentarán en 20% su oferta actual de habitaciones, revela el plan vigente de negocios de la empresa. Los nuevos inmuebles implicarán una inversión total de 276 millones de dólares (mdd), de los cuáles el grupo contribuirá con aproximadamente el 11%.

Desde el primer trimestre de 2012 el vicepresidente de Finanzas de Posadas, Rubén Camiro, aseguró que la firma pretende revivir su vocación de ser un operador hotelero en lugar de tener propiedades o ser "dueño de ladrillos", aunque esto implicara reducir su tamaño.

Con esta visión, el pasado 16 de julio la empresa anunció un acuerdo para vender a Accor 15 hoteles de las marcas Cesar Park y Caesar Business que tenía en Chile, Argentina y Brasil. Este convenio se concretó en octubre al recibir 275 mdd por la enajenación de esos activos.

Además, el pasado 22 de octubre la empresa reveló un acuerdo con FibraHotel para venderle 12 hoteles en los que tiene una posición accionaria mayoritaria. Fuentes cercanas al convenio detallaron a CNNExpansión que se trata de 10 Fiesta Inn y dos One Hotels en lo que el grupo posee alrededor de 52% de las acciones.

La operación ascendería aproximadamente a los 70 mdd, que se sumarían a los recursos que obtuvo la compañía por la venta de su negocio hotelero en Sudamérica. "La mayor parte de estos recursos se destinarán al pago de pasivos de la empresa, con el objetivo de disminuir la deuda de alrededor de 500 a 300 millones de dólares, es decir, aproximadamente un 40%", indicó una de las fuentes consultadas.

La apertura de los 30 hoteles iniciará en el cuarto trimestre de 2012 y terminará en diciembre de 2014. Del total de los inmuebles, 29 se pondrán en operación en México y uno en Centroamérica, según el plan de negocio del grupo.

Del total de los que administrará en México, 18 serán de la marca One Hotels, siete Fiesta Inn, tres Fiesta Americana y un Aqua. El de América Central operará como Fiesta Inn.

Mejora perspectiva: Moody's

Moody's Investors Service mejoró la calificación de la deuda de Grupo Posadas (la empresa 206 de 'Las 500' de Expansión) y la perspectiva de negativa a estable ante reducción en su nivel de apalancamiento y mejora en la liquidez.

El analista de deuda corporativa de Moody's, Alonso Sánchez, dice que la aplicación de los recursos provenientes de la reciente venta de activos en la reducción de deuda y el incremento del flujo operativo (EBITDA por sus siglas en inglés) han disminuido el apalancamiento de la firma de 7.9 veces en que se ubicaba el 31 de diciembre de 2011 a 5.5 veces el 30 de septiembre de 2012.

Además, menciona que sus calificaciones reflejan parte del agresivo perfil financiero de la empresa, una reducida diversificación geográfica y ahora una operación completamente en México.

De acuerdo con el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), 88.4 millones de turistas visitarán México en 2012 y de ese número 23.9 millones o 27% serán extranjeros. Para Alonso Sánchez dado que las dos principales fuentes del turismo en el extranjero (Estados Unidos y Europa) se mantienen con problemas económicos, esto podría generar presiones para que Posadas alcance su crecimiento proyectado.

Al 30 de septiembre de 2012 Grupo Posadas operaba 119 hoteles y 20,375 cuartos (86% del total de habitaciones en México), Brasil (11%), Estados Unidos (1%), Argentina (1%) y Chile (1%). Además, el 84% de los cuartos se encontraban en destinos de ciudad y el 16% restante en playa.

Entre las marcas que manejaba estaban: Live Aqua, Fiesta Americana Grand, Fiesta Americana, Fiesta Americana Vacation Villas, Fiesta Inn y One Hotels en México, además de Caesar Park y Caesar Business en Brasil, Argentina y Chile.