

AN

ALTONIVEL

Qué perspectivas genera el regreso de Grupo Posadas

La empresa sale de un largo bache tras la fallida compra de Mexicana. Ahora espera años de fuerte inversión, por una estrategia de expansión agresiva y la creación de productos vacacionales.

Un regreso a una calificación de “BB” al finalizar 2016 marcaría definitivamente la recuperación de Grupo Posadas, luego de años de **problemas financieros** que partieran de su fallida compra de **Mexicana de Aviación**. En diciembre de 2011, la cadena hotelera tocó fondo, por lo menos en lo que respecta a la calificadora **Standard & Poor’s**, cuando esta le asignó un nivel de CCC+ al riesgo crediticio y de deuda de la empresa.

S&P anunció este martes un alza en la calificación de Grupo Posadas a B+ desde B, debido a un desempeño financiero más fuerte y a una perspectiva más positiva. Una mejor tasa de ocupación e ingreso por habitación disponible; “más allá de nuestras expectativas” ha impulsado **la rentabilidad, los ingresos y el EBITDA** de la firma hotelera, según el razonamiento de S&P.

La empresa cuenta con niveles de flujo de efectivo y liquidez “más fuertes” opinó la calificadora, mismos que compensan la volatilidad cambiaria y un menor crecimiento del PIB en México.

La agencia anunció que podría aumentar nuevamente la calificación de Posadas este año, si mantiene su margen EBITDA cercano a 25% y una relación deuda/EBITDA por debajo de 4.5 veces.

Posadas tiene buenas perspectivas, a pesar de que la propia calificadora espera años de fuerte inversión, por una estrategia de expansión agresiva y la creación de productos vacacionales, como **The Front Door, Fiesta Americana Vacation Club y Kivac**. A febrero pasado, la empresa contaba con 147 hoteles en funciones, y esperaba abrir 11 más, para agregar 2,500 habitaciones en el año. El año pasado, la firma anunció la apertura de cinco hoteles en Estados Unidos bajo la marca Live Aqua, el primero de los cuales abriría en Chicago en 2018.

Además de **Fiesta Americana y Fiesta Inn**, Posadas maneja las marcas **One y Gamma**, una cadena dirigida a afiliar hoteles independientes, así como **The Explorean y Fiesta Inn Loft**.

La pregunta es si ante la fusión de las gigantescas cadenas **Marriot y Starwood** a nivel global, Posadas no se convierte en un bocado apetecible, en medio de lo que parece una tendencia de consolidación de la industria.