

El mercado de hoteles se mueve a pesar de la recesión

ELIZABETH OSTOS ■ Periodista

El sector del alojamiento sigue su expansión con nuevos proyectos de infraestructura, aunque 2015 fue uno de los años con peor desempeño económico de la historia reciente de Venezuela.

LA REINVENCIÓN es una práctica obligatoria en tiempos de crisis y recesión. De cómo manejarse en la nación más inflacionaria del mundo saben los empresarios venezolanos; no en vano muchos trabajan y apuestan por el país. Incluso hay quienes se dan el lujo de planificar e invertir, con el pensamiento en un futuro mejor desde el punto de vista económico.

El sector de la hotelería es uno de los que no ha caído significativamente, y sus protagonistas, empresarios, inversionistas y trabajadores no pararon sus actividades en 2015, un año para no olvidar por el precario desempeño de la economía y por la crisis social que trajo consigo la recesión. Según José Alberto Núñez, vicepresidente de la Federación Nacional de Hoteles de Venezuela (Fenahoven), «en los próximos meses habrá nuevas instalaciones para recibir a los viajeros corporativos y los vacacionistas. Con recursos propios o provenientes de la cartera de créditos al turismo, este sector se seguirá moviendo».

El gremio atiende y maneja cifras sobre establecimientos y alojamientos turísticos: hoteles de una a cinco estrellas, apartoteles, pensiones y hoteles de paso (no abarca posadas ni habitaciones por día). En conversación con *Debates IESA*, Núñez reveló que Fenahoven no ha dejado de recibir consultas para el desarrollo de proyectos hoteleros, en varios estados del país, ni para asesorías en solicitudes de préstamos bancarios: «Lo que sí cambiamos fue cómo centralizar los convenios comerciales con proveedores de productos y servicios hoteleros por razones obvias: la escasez ha obligado a los empresarios a resolver individualmente el problema de los insumos que requieren los hoteles».

Algo de historia

El mercado hotelero en Venezuela es singular: se basa en la cultura y la economía petrolera. Núñez explica:

En este país la hotelería no es creada a partir del turismo, sino del petróleo, y con el Estado como propietario y promotor. En la década de los cincuenta, en el gobierno de Marcos Pérez Jiménez, se creó una corporación nacional de alojamiento. Para aquel entonces se comenzó a trabajar con el concepto de colaboradores, con la empresa estadounidense Western, que tenía la operación comercial de las instalaciones del Estado. Hubo una participación accionaria minoritaria de la empresa privada.

En esos años, la cadena Sheraton, por ejemplo, alquiló varios edificios en Caracas y los comenzó a explotar comercialmente. «Fue el inicio de la hotelería de lujo en la capital del país», precisó el dirigente gremial.

Con sabor mediterráneo

Para Núñez es preciso dar crédito a los inmigrantes italianos en el surgimiento de la industria nacional de hotelería. El auge económico de los años cincuenta trajo consigo fuertes oleadas migratorias, fundamentalmente europeas:

Cientos de miles de inmigrantes participaron en la construcción de autopistas y hasta de ciudades enteras. Muchos italianos sentaron bases en el país y levantaron pequeños edificios de apartamentos, para atender la demanda de hospedaje de los trabajadores en sitios tan lejanos como Caracas y Puerto Ordaz. Nuestra hotelería partió de la atención a los inmigrantes, por eso buena parte del país está llena de hoteles de dos y tres estrellas.

El auge de la actividad petrolera en occidente y oriente fomentó también la demanda de hospedaje de obreros y ejecutivos de la industria, que trabajaban lejos de sus casas. Esa demanda fue cubierta con los primeros apartoteles que se fundaron. «Las habitaciones de estas construcciones no superaron los setenta metros y eran administradas por familias enteras que hicieron de ese un negocio lucrativo que

En el eje Chacao-La Castellana habrá nuevos hoteles cinco estrellas a partir de 2016, así como en el sur de Puerto Ordaz y en la Isla de Margarita, donde se planifican nuevas instalaciones, con capital privado nacional y socios internacionales

ha sido manejado de generación en generación». La mayor parte de las necesidades de alojamiento en Venezuela sigue los vaivenes de la industria petrolera y sus derivadas, «con la excepción de Margarita y Maracaibo que tienen gran vocación turística y han diseñado alojamientos especialmente para recreación».

- ¿Cuál es la situación del estado Falcón, cuyas playas son las más visitadas del país?
- Ciertamente, hay gran flujo de turistas occidentales que entran y salen constantemente de Falcón, van por uno o dos días, o se alojan en residencias de familiares o amigos. Existen locales para atender a los turistas y varios proyectos de instalación de nuevos hoteles en la zona que circunda el Parque Nacional Morrocoy. También están la zona franca de Paraguaná y la refinería de Amuay, que demandan muchas habitaciones para comerciantes, trabajadores y técnicos de la industria petrolera.

Núñez explicó que actualmente existen 24 hoteles cinco estrellas en Venezuela, cifra que aumentará entre 2016 y 2018, pues se construyen nuevos proyectos y algunas edificaciones se remodelan con el apoyo de cadenas internacionales:

Hoy es muy costoso atender, operar y mantener un hotel de alta categoría con sus puertas abiertas. No resultó antes y no resulta ahora tener una instalación de alto *target*. Los hoteles Sheraton, Meliá, Hilton y Tamanaco pertenecieron al gobierno, que fue el principal impulsor de este tipo de instalaciones. Luego el Tamanaco pasó a manos privadas, de capitales nacionales.

La cadena Eurobuilding nació con un hotel, ubicado en Chuao, Caracas, cuya propiedad era del Fondo de Inversiones de Venezuela. Luego de varias alianzas con cadenas internacionales, como Hampton Inn y Raddisson, la familia venezolana Zarikian compró la totalidad de las acciones de la sede de Chuao e inició una decidida expansión que llegó a Maiquetía, Maracay, El Tigre, Guayana, Barinas y Coro. Fuera del país la marca Eurobuilding —inspirada en una marca homónima española que también estuvo en Venezuela— está en Miami y Buenos Aires. En cuanto a los hoteles del Estado, la cadena Venetur abarca diez hoteles en su mayoría cinco estrellas, resultado de instalaciones propias o expropiadas en años recientes. «La gerencia de los funcionarios del gobierno no ha sido la más eficiente, pues hay edificaciones que presentan serias fallas de dotación y mantenimiento de la infraestructura», opinó Núñez.

Algunas cifras en azul

En Venezuela, la ocupación promedio de los hoteles, sea por ocio o por motivos laborales, está en el orden del 62 por ciento, una cifra nada despreciable. Un ejemplo es Anzoátegui, enclave de mar y sol en el oriente, cuyos hoteles corporativos mantienen la ocupación sobre 75 por ciento. Allí está una de las sedes principales de PDVSA, y hay campos operativos que deben ser atendidos por obreros y ejecutivos, lo que mantiene la ocupación en números altos. De hecho, la tendencia en ese estado es la compra de edificios enteros para que los habiten temporalmente.

El mercado de vacacionistas por excelencia es la Isla de Margarita. Allí la ocupación de los hoteles es bastante alta, aunque falla la conexión aérea. Hubo un repunte importante entre 2014 y principios de 2015, cuando se iniciaron experiencias con turismo de frontera: colombianos y brasileños abarrotaron la isla, a los que se agregaron los argentinos. Pero este auge fue suspendido por el cierre de la frontera entre Venezuela y Colombia.

Según cifras de Fenahoven existen 1.890 establecimientos hoteleros categorizados de una a cinco estrellas, con una oferta de 98.145 habitaciones, que emplean directamente a 71.705 personas e indirectamente a 179.262. Se calculan 1.496 hoteles no categorizados, con un total de 68.000 habitaciones que generan 49.585 empleos entre directos e indirectos. Sobre los nuevos proyectos en el país, Núñez comentó que en el eje Chacao-La Castellana habrá nuevos hoteles cinco estrellas a partir de 2016, así como en el sur de Puerto Ordaz y en la Isla de Margarita, donde se planifican nuevas instalaciones, con capital privado nacional y socios internacionales.

JW Marriott: un caso de negocios en ciernes

Daniela González, directora de Mercadeo y ventas de los hoteles Marriott en Venezuela, considera, al igual que Núñez,

BALANCE ACTUAL NEGATIVO

A pesar de los nuevos proyectos en el sector hotelero, un reporte de la Asociación de Operadores Turísticos de Venezuela (Asotuv) mostró un panorama claramente negativo para 2015. El cierre de hoteles y restaurantes venezolanos ha dejado más de 50.000 personas desempleadas. «La actividad turística, tan importante para el país, decayó en más de sesenta por ciento como consecuencia de la crisis económica», precisó Jesús Matheus Solórzano, presidente de la organización.

Solórzano explicó que la expropiación de hoteles de la cadena Hilton y de otros establecimientos por el gobierno nacional causó el desempleo en los últimos años. «A ello se sumó el cierre de numerosos restaurantes de comida internacional que existían tanto en Caracas como en Maiquetía, Maracaibo, Mérida, Margarita, Puerto La Cruz y Puerto Ordaz, debido a la merma de turistas hacia Venezuela, por razones de inseguridad».

El dirigente gremial indicó que ha planteado la situación a diversos organismos gubernamentales, pero no ha recibido «respuestas contundentes». «Aun así seguimos solicitando y esperamos abrir hoteles en el Aeropuerto de Maiquetía y reabrir el Meliá y el Sheraton en el litoral, que son proyectos grandes que podrían generar una fuente de empleo suficientemente buena».

José Alberto Núñez, vicepresidente de la Federación Nacional de Hoteles de Venezuela, aclaró que en el año 2015 no cerró ningún hotel. «Esta es una de las industrias que no ha caído en términos absolutos. Sí hay instalaciones con problemas, pero es un asunto de gerencia y de entorno-país».

que en este país hay oportunidades de negocios y de expansión, a pesar de la crisis económica:

En el entorno actual, desde el punto de vista de la ocupación y la demanda insatisfecha, manejar la operación de un hotel es una oportunidad de negocio. Si agregamos experiencia en gestión financiera que asegure una adaptabilidad constante a los cambios económicos de Venezuela y sumamos indicadores operativos que garanticen calidad, se puede lograr una participación en el mercado exitosa. El conocimiento de la cadena Marriott Internacional permite que hayamos permanecido en el mercado local, a pesar de los retos presentados en los últimos años para el sector, que afectan la operatividad de los hoteles.

Marriott maneja tres marcas en Venezuela. En el año 2002 inició operaciones con capital nacional, con la marca de lujo JW Marriott, en El Rosal, Caracas, donde atendió fundamentalmente las necesidades de hospedaje del sector empresa-

Los gerentes de las marcas Laguna Mar, Hesperia y Dunes han invertido recursos para remozar su mobiliario en la Isla de Margarita

rial. En 2008, el Marriott Playa Grande abrió sus puertas en Catia La Mar para asistir a viajeros, familias y grupos corporativos, con el atractivo de su ubicación frente al Mar Caribe y la cercanía a Maiquetía, principal aeropuerto del país. Finalmente, en 2010 se incorporó la tercera propiedad de Marriott bajo la marca Renaissance, ubicada en la exclusiva zona de La Castellana, en Caracas.

González anunció que, para 2016, la cadena apoyará la apertura del Hotel Maracay: «Pronto se brindarán detalles de este proyecto que ratifica nuestra confianza en Venezuela».

Hoteles categorizados en Venezuela 2014

Categoría (estrellas)	Establecimientos	Habitaciones	Empleados	Empleados por habitación
1	135	5.248	2.414	0,46
2	105	5.533	3.095	0,56
3	103	8.084	5.901	0,73
4	27	4.076	3.423	0,84
5	24	6.336	7.287	1,15
Total	394	29.277	22.120	0,75

Fuente: Federación Nacional de Hoteles de Venezuela, «Distribución del empleo en hoteles turísticos según tipos de establecimientos categorizados y no categorizados. Año 2014».

LD Hoteles en Margarita

Un empresario hotelero venezolano, el ingeniero civil Luis D'Amico, juega cerrado en el mercado local y lanzó en 2015 la cadena LD Hoteles. Su base está en el estado Nueva Esparta, «destino turístico preferido de los venezolanos, donde la infraestructura hotelera crece pese a la recesión económica. Incluso, edificaciones viejas o abandonadas han sido recuperadas por el sector privado».

Los gerentes de las marcas Laguna Mar, Hesperia y Dunes han invertido recursos para remozar su mobiliario en la isla. También existen nuevos desarrollos de hoteles de alta categoría, así como hoteles-boutique. «Esto es un síntoma importante de que el sector turismo en la isla no ha caído significativamente, o se ha reacomodado, pese al contexto macroeconómico del país. Margarita tiene todas las bondades para estar consolidada como destino», dijo D'Amico.

- ¿Ha bajado la ocupación hotelera en la isla?
- La ocupación promedio está entre 60 y 65 por ciento, lo que no es malo, pero sí es preciso aclarar que ha bajado entre ocho y diez por ciento anual. Eso ha hecho mella en nuestras finanzas. Pero todo en la vida es cíclico. Hay momentos en los que hay que capear el temporal y trabajar con lo que se tiene. No creemos que sea una alternativa dejar de hacer cosas en tiempos difíciles.

La cadena LD tiene las marcas Le Flamboyán (con quince años en el mercado), Palm Beach (diez años) y el H2Otel (inaugurado en diciembre de 2015). Para 2016, D'Amico lanzará un hotel categoría plus en Margarita y dos en el estado Zulia. «Sin el apoyo de la gaveta turística y de la banca no habría sido posible hacer estas inversiones», admite el empresario.

La empresa maneja el esquema de propiedad y operación de hoteles. En promedio, invirtió dos millones de dólares en su expansión comercial. La merma en los ingresos de

Tipos de hoteles en Venezuela 2014

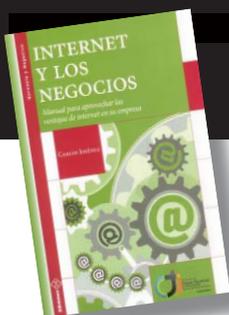
Tipo de hotel	Establecimientos	Habitaciones	Empleados
Categorizados	394	29.277	22.120
No categorizados	1.496	68.868	49.585
Total	1.890	98.145	71.705

Fuente: Federación Nacional de Hoteles de Venezuela, «Distribución del empleo en hoteles turísticos según tipos de establecimientos categorizados y no categorizados. Año 2014».

ASUNTOS LEGALES

Según José Alberto Núñez, vicepresidente de la Federación Nacional de Hoteles de Venezuela, armar una estructura hotelera en Venezuela no es sencillo, porque es un proceso burocrático largo y engorroso: «El permiso de operación suele tardar catorce meses, nueve meses más el proceso de presentación del proyecto y la aprobación de un crédito bancario, más la ubicación de los materiales de construcción, si el edificio es nuevo. En promedio son entre tres y cuatro años de arduo e imparable trabajo». Con respecto al crédito obligatorio al turismo para construir más hoteles en el país, Núñez opinó que ese mecanismo es un elemento de empuje y apalancamiento del sector: «En los últimos años ha aportado al mercado unas 5.000 o 6.000 camas, lo que cubre en parte el déficit existente».

los venezolanos y el cierre de la frontera con Colombia, de donde provenían contingentes de turistas, afectó la operación de los alojamientos. «A este mercado hay que trabajarlo duro, tener las expectativas de que las cosas mejoren, buscar nuevos mercados internacionales, como los argentinos o brasileños, y ofrecer buenas tarifas a los venezolanos». ■



INTERNET Y LOS NEGOCIOS

MANUAL PARA APROVECHAR LAS VENTAJAS DE INTERNET EN SU EMPRESA

CARLOS JIMÉNEZ



0212-555.42.63 / 44.60
ediesa@iesa.edu.ve

Internet no es el futuro, es el presente de los negocios. No obstante, las empresas han estado rezagadas en su aprovechamiento de internet y se han mostrado extremadamente cautelosas a la hora de invertir en los medios digitales. Las oportunidades existen; queda de parte de las empresas identificarlas y traducirlas en negocios concretos.