

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Camino Real fortalece plan de expansión

Aunque se anticipa que la influenza porcina pegará al turismo, las empresas de ese sector están reforzando sus estrategias.



Luis Téllez Kuenzler.



Héctor Lagos Dondé.



Eduardo Tricio.

Como es público, este fin de semana comenzó en el puerto de Acapulco el XXXIV Tianguis Turístico, con mucho el foro más importante de la llamada industria sin chimeneas, para dar a conocer los planes de las empresas más importantes de ese negocio.

El turismo en 2008 significó atraer nueva inversión hacia México por unos cuatro mil millones de dólares, es decir, se ha convertido en un nicho atractivo para el capital foráneo debido a la posición geográfica del país, pero también a la coyuntura del mercado cambiario, que lo

convierte en una opción atractiva desde la perspectiva de los costos.

Empero, las firmas nacionales también están elevando sus inversiones para posicio-

narse mejor con el turismo extranjero, tal es el caso de Hoteles Camino Real, que tiene como presidente a **Olegario Vázquez Aldir** y que dirige **Eduardo Ymay**.

Como sabe, Camino Real es una de las cadenas hoteleras nacionales con crecimiento más dinámico en los últimos años. Hablamos de una expansión anual en su red de 22 por ciento, varias veces mayor a lo que viene creciendo el sector.

Pues bien, esa cadena acaba de presentar en Acapulco un nuevo esquema de financiamiento para remodelación

o construcción de hoteles independientes que busquen trabajar con Camino Real.

La propuesta es financiar hasta 100 por ciento para la remodelación o expansión



de hoteles en operación y hasta 40 por ciento para la construcción de nuevas propiedades.

Camino Real advierte que con todo y la crisis existe un gran mercado para ampliar su red a partir de hoteleros independientes y analizará cada una de las solicitudes que se presenten en los próximos meses tanto en las plazas como en los conceptos de hotelería que viene manejando.

La idea no sólo es aportar la fortaleza de una marca sino incluso la gestión en temas como asesoría de nego-

cios, *marketing*, ventas, publicidad, y en especial estándares de calidad.

Con este novedoso producto financiero, además de apoyar a los empresarios en la remodelación de sus hoteles, les permitirá continuar con sus proyectos en los que la falta de liquidez era un impedimento, con la ventaja además de contar con el respaldo de una marca con 40 años en el mercado.

Un distintivo de Camino Real ha sido sin duda su presencia arquitectónica, y lo cierto es que a partir del año 2000, cuando fue adquirida por Grupo Empresarial Ángeles, de **Olegario Vázquez Raña**, la compañía ha alcanza-

do crecimientos de un año a otro de manera sostenida de un 22 por ciento.

Cabe decir que esa expansión no sólo se ha dado en el rubro de ventas sino también

la rentabilidad de la cadena, ya que el incremento en utilidad promedio durante la gestión del grupo ha sido del 19.7 por ciento anual en ocho años.

El mensaje de Camino Real es que no está deteniendo ningún proyecto y, por el contrario, está dispuesto a subir a su grupo a más empresarios.

El caso es que la firma que comanda Ymay dijo que en los próximos 90 días tomará la operación de dos hoteles más, que se sumarán a los 27 actuales que representan seis mil habitaciones.

El plan de negocios de Ca-

mino Real es continuar invirtiendo en ciudades que califiquen con la factibilidad de crecimiento y tiene listos varios espacios estratégicamente ubicados en zonas industriales

y financieras, además de destinos turísticos.

Esa firma está en plazas como la ciudad de México, Acapulco, Ciudad Juárez, Guadalajara, Guadalajara Expo, Guanajuato, Manzanillo, Monterrey, Nuevo Laredo, Oaxaca, Puebla, Saltillo, San Luis Potosí, Cuernavaca, Tampico, Tijuana, Torreón, Tuxtla Gutiérrez, Villahermosa, Veracruz, Huatulco, Ixtapan de la Sal y El Paso, Texas.

En fin, lejos de pensar en replegarse, Camino Real se ve como una de las firmas que ganara cuota de mercado turístico en 2009 compitiendo

con sus propias fortalezas con las cadenas hoteleras extranjeras.

Las ventas de supermercados cayeron entre 8 y

10

POR CIENTO

el fin de semana pasado en el DF y su zona metropolitana

Las ganancias de Telmex cayeron

14

POR CIENTO

en el primer trimestre a causa de la recesión

Vínetas: Ezquerro

Fecha 28.04.2009	Sección Negocios	Página 26
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Influenza pegará en PIB

Aunque aún es prematuro determinar el impacto que tendrá la influenza en la actividad económica, la caída del peso, que llevó al tipo de cambio ayer de nuevo por arriba de los 14 pesos, anticipa que el -3.5 por ciento en el PIB que esperan varios analistas se quedará corto. Sobre todo considerando que de acuerdo al más reciente reporte de Indicadores Regionales de Actividad Económica que acaba de difundir Banamex, que dirige **Enrique Zorrilla**, sólo el Distrito Federal y su zona metropolitana contribuyen con el 29.9 por ciento del PIB nacional. Agregue que lo peor en estos momentos es que la incertidumbre ha regresado a los mercados, por lo que la profundidad del impacto de la fiebre porcina en la economía dependerá del tiempo en que se pueda controlar esa enfermedad, lo que de entrada ya tiene impacto en las cuentas del exterior en rubros como el turismo extranjero.

ANTAD resalta caída en ventas

En más de lo mismo, sobra decir que el fin de semana pasado fue terrible para las empresas del Distrito Federal y zona metropolitana, como no se veía desde los tiempos del terremoto de 1995. El caso es que la ANTAD, que comanda **Vicente Yáñez**, habla de un desplome de ventas en las cadenas de supermercados que osciló entre 8 y 10 por ciento, a pesar de que las farmacias estuvieron abarrotadas con las compras de antigripales. Y bueno, un sector que la pasó peor fueron las tiendas departamentales, donde la reducción en las ventas se calcula en 30 por ciento, con todo y que algunas firmas, como Liverpool, de **Max Michel**, publicitó ventas especiales con fuertes descuentos. Lo que preocupa es que el panorama para el fin de semana en puerta tampoco pinta nada bien, lo que acentuará el atorón económico que ya de por sí enfrentan muchas empresas desde finales de 2008.

Téllez asume presidencia de BMV

De acuerdo a lo programado, se celebró ayer la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas de la Bolsa Mexicana de Valores, que sirvió de acto protocolario para que **Luis Téllez Kuenzler** asumiera la presidencia de ese organismo, en sustitución de **Guillermo Prieto Treviño**, quien venía asumiendo esa posición desde mayo de 2001. En el orden del día también estaba el nombramiento del Consejo de Administración de la BMV para el ejercicio 2009-2010, lo que fue aprobado por unanimidad por el gremio casabolsero. Con ello los consejeros propietarios son **José Oriol Bosch Par** (JP Morgan), **Carlos Bremer Gutiérrez** (Value), **Roberto Díez de Sollano Díaz** (Invex), **Héctor Lagos Dondé** (Monex), **Eduardo Palacios González** (ING), **Luis Téllez Kuenzler** (BMV) y **Roberto Valdés Acra** (Actinver). A su vez, los consejeros independientes son **Armando Garza Sada** (Grupo Alfa), **Francisco Gil Díaz** (Telefónica), **Alfonso González Migoya** (GISSA), **José Luis Guerrero Álvarez** (Grupo ICA), **Alberto Navarro Rodríguez** (consultor y presidente del Comité de Auditoría de la BMV), **Fernando Ruiz Sahagún** (Chévez, Ruiz, Zamarripa), **Eduardo Tricio Haro** (Grupo Lala) y **Joaquín Vargas Guajardo** (Grupo MVS).

Caen 14% ganancias de Telmex

Ya que hablamos del mercado bursátil, fijese la mayor parte de los reportes de las empresas al primer trimestre han reflejado los estragos de la recesión. Por lo pronto, Telmex, que preside **Carlos Slim Helú**, informó de una reducción de 3.6 por ciento en sus ingresos entre enero y marzo pasados, mientras que sus ganancias netas en ese lapso cayeron 14.6 por ciento, comparadas con el mismo lapso de 2008. Como sea, el gigante telefónico sigue acumulando nuevos abonados, tal es el caso de su servicio de Internet de banda ancha conocido como Infinitum, que sumó medio millón de clientes. Estamos hablando de una ruta ascendente para ese servicio, toda vez que en cosa de tres años ha incrementado el número de clientes a una tasa promedio anual de 65.7 por ciento. Y bueno, en su estrategia para ampliar la conectividad a la red en los últimos diez años Telmex ha financiado la compra de casi dos millones de computadoras. El caso es que al cierre de marzo pasado la firma que dirige **Héctor Slim Seade** manejaba 17.51 millones de líneas telefónicas, 5.52 millones de servicios de banda ancha y 177 mil accesos por marcación (*dial-up*). ☒

rvarela@elfinanciero.com.mx