

REPORTAJE

¿Quién dijo crisis?

La compañía hotelera catalana Sidorme Hotels, la primera asociada en España a la marca registrada 'Quality Low Cost', ha encontrado un nicho de mercado que se escapa de los tentáculos de la desaceleración económica

MARTA ALBIÑANA - Barcelona - 24/07/2008

Abrió su primer hotel en 2006 en Mollet del Vallès (Barcelona). En 2007 inauguró tres más, en Figueres (Girona), Girona capital y Paterna (Valencia). Además, a finales de este verano tiene previsto habilitar su quinto local en Granollers (Barcelona). Este crecimiento vertiginoso no acaba aquí. Sidorme Hotels continúa con las obras del hotel de Granada, cuya apertura está prevista para la primavera de 2009, año en que se levantarán otros tres nuevos establecimientos, según los planes de la empresa. El objetivo es ambicioso: tener 100 hoteles funcionando en los próximos diez años en España.

¿Cuál es su secreto? Fernando Rivas, su director general, lo explica. "No se trata de un hotel que simplemente es económico, barato *-low cost-*, sino que es un establecimiento donde se cobra al cliente un precio *lógico*, justo por las prestaciones que ofrecemos". Las habitaciones de Sidorme Hotels parten de 36 euros por noche. Precisamente en época de crisis, los consumidores se vuelven más exigentes y son conscientes, más que nunca, de lo que están dispuestos a pagar. Comparado con otras compañías *budget*, esta firma es entre un 20% y un 30% más barata que el resto e, incluso, ofrece más servicios, como 24 horas de atención, *wifi* gratis, los niños de hasta 12 años no han de pagar, regalan noches por otras tantas acumuladas y tienen un servicio llamado *Fast check-in no check-out*, por el cual uno se registra rápidamente y con el mínimo de datos, obteniendo al momento la factura de salida, lo que evita las colas del último día. Además, otro factor que les diferencia de los demás es su compromiso social: destinan el 0,7% del precio de las estancias a diversas ONG.

Diseño confortable, moderno y funcional

El diseño de las habitaciones es agradable, confortable, moderno y funcional. Su apuesta básica es la situación: se colocan en la periferia de las grandes ciudades, cerca de centros comerciales de localidades industriales. Aparte de lo que se ahorran en el coste del suelo -que tiene una incidencia de entre un 30% y un 50% del precio total del hotel-, este tipo de establecimiento está dirigido a aquellos autónomos que han de trasladarse durante una temporada por motivos laborales y "que van a trabajar a la periferia y a los que les puede suponer un engorro viajar al centro urbano", apunta Rivas. "El mercado hotelero semiurbano no está bien cubierto", dice el director general. Aquí es precisamente donde vieron su oportunidad de negocio.

Hay servicios por los que Sidorme Hotels ha decidido no apostar como, por ejemplo, el de restaurante, lo que supone un gasto menos, aunque sí que sirven desayunos. Los clientes, en muchas ocasiones, comen cerca del trabajo y luego prefieren cenar fuera, explica Rivas. Sin embargo, el hotel va a suscribir un acuerdo con Telepizza para que los que no han cenado puedan hacerlo en la intimidad de sus habitaciones. "Nuestros precios son consecuencia del coste: tenemos margen de maniobra", sentencia Rivas. Según él, la compañía nunca ha tenido problemas para financiar sus proyectos. Es más, la crisis puede ofrecer "oportunidades adicionales", como la compra de suelo más barato.

Más información en www.sidorme.com