

Mejora el negocio hotelero de Ingevec y se prepara para la venta

Las ventas del rubro hotelero de Ingevec rondaron los US\$25 millones durante 2024, sumando sus operaciones en Chile y Perú. “Estamos esperando una mejora en las tasas de mercado para salir a vender”, aseguraron desde la firma.



PAULINA ORTEGA

Los resultados de los hoteles Ibis en el país han ido mejorando en el último tiempo. Al menos para Ingevec, la empresa inmobiliaria y de construcción que opera ocho recintos hoteleros en Chile bajo esta marca internacional de origen francés. Estos se reparten en Providencia, Antofagasta, y otros seis emplazados en Iquique, Copiapó y Calama, equitativamente. Además, poseen tres más en Perú, en Lima, San Isidro y Trujillo.

Ingevec fue fundada por el presidente del directorio, Enrique Besa; Jose Antonio Bustamante; y Francisco Vial, quienes tienen un 45% de la firma en conjunto. El negocio hotelero de la compañía ha ido avanzando con fuerza, pero desde siempre el plan fue estabilizarlo para venderlo.

Así lo señala el subgerente de relación con

inversionistas de Ingevec, Julián Bengoa, quien detalla que los hoteles se pusieron en marcha entre 2018 y 2022. Los seis de Iquique, Copiapó y Calama fueron previo a la pandemia, por lo que son esos los que sufrieron los efectos de la emergencia sanitaria.

“La marca Ibis tiene un mix de clientes corporativos que va a trabajar y clientes turísticos. Está centrada en un sector medio de la población, con tarifas actualmente de alrededor de \$50.000 y con ocupaciones más altas de las que tiene el normal de los hoteles”, describe Bengoa.

Explica que “son hoteles con mayor rotación. Es el foco que tiene la marca Ibis. Entonces, generalmente está en sectores cercanos a aeropuertos. En Chile, nosotros estamos bastante cargados a sectores cercanos a la minería, donde prestamos servicios a personas que van a trabajar en ella”.

En el caso de Perú, en cambio, indica que los hoteles tienen un foco más turístico.

El segmento de la hotelería para Ingevec “ha ido representando cada vez un mayor componente dentro de nuestro resultado de la empresa y ya va representando alrededor de \$8 mil millones al año”, asegura Bengoa.

El último año las utilidades del negocio hotelero aumentaron un 4%, y actualmente el segmento representa cerca del 20% de las ganancias totales de la empresa inmobiliaria.

Las ventas del rubro hotelero de Ingevec rondaron los US\$25 millones durante 2024, sumando Chile y Perú. Pero el país que más aportó en ventas fue Chile, con US\$19 millones del total entre los ocho hoteles, según detalla Bengoa. La ocupación durante la temporada alta de enero a marzo de este año fue de 65% en promedio, un punto más

que al cierre de 2024.

Bengoa cuenta que varias de sus ubicaciones consolidaron tasas de ocupación de entre 70% y 80% el año pasado, por ejemplo Budget Providencia, con un 86%; Ibis Styles Antofagasta, con un 81%, e Ibis Budget Calama, con un 71%.

“El favorable entorno macroeconómico y la creciente llegada de turistas han sido factores clave en el fortalecimiento de su presencia en los mercados en los que está presente (...) Estos resultados reflejan una creciente demanda en diversos destinos del país, especialmente en ciudades con fuerte movimiento de negocios, principalmente asociados a la minería y turismo”, expresa desde Ingevec.

Particularmente el gerente general de Ingevec, Rodrigo González, apunta a que los mejores resultados del área “refleja la maduración positiva de nuestros activos hoteleros. Seguimos enfocados en aumentar el Ebitda de estos activos para maximizar el valor para nuestros accionistas”.

En esta línea, el subgerente de relación con inversionistas asegura que Ingevec ha enfocado sus fuerzas en estabilizar el negocio para luego venderlo, en un plazo no mayor a dos años, como se había planificado desde un inicio al incursionar en este segmento inmobiliario. Bengoa manifiesta que ya está estabilizado en un 90%, y faltaría afinar detalles.

“Estamos esperando una mejora en las tasas de mercado para salir a vender. Mientras tanto, estamos potenciando el Ebitda mediante una gestión enfocada en mejorar la ocupación, las tarifas, los ingresos del restaurante y la eficiencia operativa”, precisa.

De acuerdo a Bengoa, lo más probable es que se vendan los activos hoteleros a operadores internacionales, pero la forma de venta no es algo que esté definido: puede ser por separado o todos los hoteles juntos, con o sin la marca Ibis.

Para este año, Ingevec estima que los mayores cambios se observarán en los activos que tienen en Perú, donde prevén un aumento del turismo. Estos serían los que más aporten al crecimiento. La meta es tener un 10% más de facturación para el cierre del 2025 en todo el negocio, y además alcanzar una ocupación promedio de 66% en los Ibis que opera Ingevec. ●