



ENVIE:  
EXP(espacio)CÓDIGO DE EXPANSIÓN  
al 25774  
Ejemplo: EXP 23678456 al 25774  
Más información en la P22

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2010. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos".

**Eduardo Martínez Abascal**



## Nada nuevo bajo el sol (1)

Las crisis suelen suceder habitualmente después de un boom, donde se producen excesos. Ambos, excesos y crisis, quizá se producen porque nuestra memoria histórica es corta y enseguida nos olvidamos de los excesos cometidos y de las crisis que estos conllevaron. Un ejemplo típico es el boom de las Olimpiadas (1992) y la crisis del 93-95.

Ahora estamos muy preocupados con la crisis, ciertamente la mayor desde hace 70 años. Pero, en mi modesta opinión, no hay nada nuevo bajo el sol. Casi nada ocurre, que no hubiera ocurrido antes. Y si ponemos los medios adecuados, también de ésta podremos salir, como lo hicimos antes. Veamos a continuación algunos ejemplos de problemas actuales que ya ocurrieron en el 93.

**Boom inmobiliario.** Ya tuvimos un boom inmobiliario, con precios muy caros en el periodo 86-92. La crisis del 93 hizo que muchos bancos acumularan un importante parque inmobiliario. Lo mismo había ocurrido en el 81-83. Los bancos se convirtieron en las principales inmobiliarias del país. A partir del 96-97 fueron vendiendo los pisos y eventualmente acabaron vendiendo las inmobiliarias cuando la economía se recuperó. La tasa de recuperación de los créditos inmobiliarios en mora (hipotecas y promotores) llegó al 95%. Claro que esto requirió unos cuantos años.

**Morosidad bancaria.** Ahora preocupa mucho. Está en el 5% del total de créditos concedidos. Deja vu. En el 95 llegó a alcanzar casi el 10%, el doble de la tasa actual. Con la recuperación económica la morosidad bajó hasta el 1%. Ciertamente muchos bancos y cajas desaparecieron, se fusionaron, o fueron intervenidos (recuérdese el caso Banesto, uno de los grandes del país). Pero el sistema en su totalidad resistió y salió fortalecido para crear grandes entidades bancarias de alcance internacional (que no teníamos antes del 93).

**Déficit comercial.** Ya nos ocurrió también en el 90-92. El dólar cotizaba a 90 pesetas (equivalente a 1 euro = 1,8 dólares). Como consecuencia, los españoles éramos los ricos del lugar y no parábamos de comprar fuera, con el consiguiente empobrecimiento de la economía doméstica. Además, y lógicamente, no vendíamos fuera, ya que nuestros productos eran caros. Al final, el problema se solucionó con tres devaluaciones consecutivas que llevaron la peseta a 1 dólar = 150 pesetas. Con ello, dejamos de importar y empezamos a exportar, y se favoreció la salida de la crisis. En dos años se había acabado el déficit comercial y en el 96 ya teníamos superávit. El problema ahora, y problema no pequeño, es que ya no podemos hacer devaluación. Tendremos que aprender a producir más barato, siendo eficientes en nuestros costes, y esto es notablemente más complicado y doloroso.

Profesor del IESE

EL GRUPO AMERICANO NEGOCIA LA COMPRA DE LA CONOCIDA ENSEÑA A LA CADENA BALEAR POR 35 MILLONES DE EUROS. LA FIRMA ESPAÑOLA TENDRÁ DERECHO A SEGUIR DISFRUTANDO DE ELLA DURANTE 20 AÑOS MÁS.

# Sol Meliá vende la marca Tryp y se queda como huésped

E. Calatrava. Madrid

¿Se puede vender una marca y seguir disfrutando de ella como inquilino? A juzgar por la última operación corporativa de Sol Meliá, sí. La cadena hotelera balear anunció ayer que ha llegado a un acuerdo con Wyndham Hotel Group para cederle su conocida marca Tryp por 42,5 millones de dólares (35,5 millones de euros), pero seguirá haciendo uso de ella durante 20 años a cambio de una comisión.

La compañía controlada por la familia Escarrer precisó que está negociando también con este grupo americano de franquicias hoteleras "una alianza estratégica para trabajar en el desarrollo de la marca, participando conjuntamente en la expansión" de la enseña, que explota 91 hoteles urbanos y 13.000 habitaciones.

### Oferta

El acuerdo, que se cerrará este mes, no afectará al régimen de explotación de los hoteles que Sol Meliá opera bajo la marca (que pasará a llamarse *Tryp by Wyndham*), añadiendo fuentes del grupo.

Además, ambas compañías comercializarán la oferta de Tryp conjuntamente, a través de sus sistemas centrales de reservas y de los programas de fidelidad que compartirán.



Tryp es la cadena de hoteles urbanos de Sol Meliá.

### La conocida cadena de Sol Meliá pasará a denominarse 'Tryp by Wyndham' tras el acuerdo

Según Sol Meliá, la fórmula permitirá a la compañía crecer sin "inversiones intensivas de capital" y beneficiarse del potencial de Wyndham, un grupo que engloba a 7.100 hoteles franquiciados y tiene 3,8 millones de socios en su programa de fidelización.

Tryp cuenta con hoteles en España, Portugal, Italia, Alemania, Brasil y Argentina, y planea expandirse a corto plazo en América del Norte.

El vicepresidente y consejero delegado de Sol Meliá, Gabriel Escarrer, destacó ayer la elección del grupo americano por su reputación

"como constructor de marcas globales", lo que "beneficiará a la marca Tryp en el futuro".

Sol Meliá, que facturó 258,5 millones en el primer trimestre, advirtió también la semana pasada en su junta de accionistas que apuesta por sus marcas de categoría superior, lujo y gran lujo (Meliá, Innside, Gran Meliá, ME y Paradise) y la incorporación de hoteles nuevos.

El consejero delegado de Wyndham, Stephen P. Holmes, resaltó que se trata de una adquisición "consistente" con su estrategia de completar su portafolio.

**IBERIAN LINK**  
Tres trenes semanales de contenedores entre España y Portugal  
[www.renfe.com/mercancias](http://www.renfe.com/mercancias)  
**renfe**  
Mercancias

EL TIEMPO				ESPAÑA				EUROPA				MUNDO											
MÁXIMA	MÍNIMA			Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones				
33	13	Málaga	Valladolid	A Coruña	18	15	Lluvioso	Sevilla	31	19	Nuboso	Ámsterdam	20	13	Lluvioso	Londres	17	14	Lluvioso	Buenos Aires	13	8	Nuboso
				Barcelona	25	20	Nuboso	Tenerife	26	20	Nuboso	Berlín	24	11	Lluvioso	Moscú	22	14	Lluvioso	México	28	13	Despejado
				Bilbao	23	14	Lluvioso	Toledo	30	17	Nuboso	Bruselas	21	14	Lluvioso	Praga	25	14	Nuboso	Miami	30	26	Nuboso
				Madrid	29	18	Nuboso	Valencia	29	19	Nuboso	Estocolmo	18	9	Nuboso	Roma	28	16	Despejado	Nueva York	24	14	Nuboso
				Málaga	33	19	Nuboso	Valladolid	24	13	Nuboso	Ginebra	25	15	Nuboso	Viena	26	17	Nuboso	Rabat	23	16	Despejado
				P. Mallorca	29	17	Nuboso	Zaragoza	31	18	Nuboso	Lisboa	21	17	Lluvioso	Zurich	26	14	Nuboso	Tokio	23	19	Lluvioso

**ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA, FINANZAS Y NEGOCIOS**  
TODA LA ECONOMÍA DE LA **a** A LA **Z**  
BANCA • INVERSIÓN • MERCADOS FINANCIEROS • CONTABILIDAD • AUDITORÍA  
FISCALIDAD • ESTRATEGIA • MARKETING • POLÍTICA ECONÓMICA • INNOVACIÓN

Completamente actualizada  
**CADA ENTREGA INCLUYE UN TOMO Y UN CD-ROM**

EDICIÓN ÚNICA Y EXCLUSIVA no disponible en Internet

MÁS DE 400 € DE AHORRO

**SÁBADO 12 9ª ENTREGA**

Y CADA SÁBADO, UNA NUEVA ENTREGA POR SÓLO 12,90€

EL MUNDO.es **Expansión**

Elaborada por: **CISS** grupo Wolters Kluwer  
www.ciss.es/enciclopedia

DENOMINACIÓN ESPAÑOL / INGLÉS DE TODOS LOS CONCEPTOS