

“Hemos cerrado 2023 con un 36% más de ingresos que el año anterior”



NACHO BARRAU CEO DE ONA HOTELS & APARTMENTS

Ona Hotels & Apartments es una cadena que se encuentra en plena expansión, consolidándose como líderes en la gestión de aparthoteles en España

Actualmente, Ona Hotels & Apartments está presente en 9 destinos y 43 hoteles, gestionando más de 10.000 habitaciones, poniendo en valor el destino más allá de la estacionalidad y actuando como un catalizador de la economía local. Con una visión clara y decidida de ser líderes en el Mediterráneo.

Estos días estáis de estreno con dos nuevos hoteles, ¿más retos?

Así es. Retos emocionantes que significa otro paso para consolidar el plan de expansión que tenemos en marcha. Hemos evaluado cuidadosamente los destinos y elegido estos hoteles porque están en línea con nuestra marca y filosofía mediterránea. Por ejemplo, el Ona Princesa Playa destaca especialmente por su ubicación privilegiada en primera línea de mar, entre el puerto deportivo y el puerto pesquero. En Marbella, son pocos los establecimientos que pueden presumir de esta ubicación privilegiada (con Ona Prince-

sa Playa, serían solo cuatro). Además, se está construyendo un nuevo centro comercial en pleno centro de la ciudad, lo que hace aún más interesante nuestra apuesta por esta región.

Ambos establecimientos suman un total de 259 habitaciones y consolidan a Andalucía como la región con mayor presencia de nuestra cadena, una zona estratégica en la que tenemos el foco puesto. Con estas dos nuevas aperturas, ya tenemos nueve hoteles en esta área.

Durante los próximos meses, llevaremos a cabo una serie de inversiones destinadas a mejorar las instalaciones y a alinear completamente el concepto y la filosofía de nuestra cadena. Nos adaptaremos a las necesidades de cada huésped, priorizando la eficiencia energética y ofreciendo la posibilidad de vivir el destino desde un punto de vista local.

Además, en 2023 consolidasteis la presencia en las regiones costeras más icónicas del país mediante la apertura de 7 nuevos establecimientos...

Para Ona significa que las expectativas de nuestro plan de expansión se van cumpliendo año tras año. Si traducimos esto en números, nuestra capacidad de alojamiento ha incrementado en un 14,5%, lo que nos ha posicionado en el puesto número 12 en el ranking de Metros2 de cadenas hoteleras con mayor cantidad de habitaciones en España, y entre las 20 cadenas más grandes del país según el Ranking Hosteltur. Además, nuestra plantilla ha aumentado un 20%, y esto ha sido crucial para mantener los estándares de servicio en los 43 hoteles que actualmente tenemos repartidos por la península.

El impacto de este crecimiento también se ha visto reflejado en nuestras ventas, ya que hemos cerrado 2023 con unos ingresos de 98,5 millones de euros (un 36% más respecto al año anterior).

¿Queréis seguir esta expansión o es momento de frenar y consolidar?

Nuestra visión de crecimiento es clara y decidida: buscamos seguir expandiéndonos, pero con un enfoque sólido en la consolidación y fortalecimiento de nuestra marca en los destinos donde ya estamos operando. Contamos con la capacidad financiera y la experiencia necesaria para adquirir nuevas propieda-

“Nuestra visión es clara y decidida: buscamos seguir expandiéndonos, pero con un enfoque sólido en la consolidación y fortalecimiento en los destinos donde ya estamos operando”

des, ya sea mediante compra, alquiler o gestión. Aunque somos una empresa joven, nuestro recorrido y resultados nos avalan.

Nuestro objetivo no es solo crecer por crecer, sino hacerlo de manera sostenible, económicamente hablando, y con sentido. Queremos consolidar nuestra presencia en España y también aspiramos a extender esta posición de liderazgo a nivel europeo. La capacidad económica para seguir creciendo está presente, y estamos preparados para aprovechar las oportunidades que se presenten en el mercado.

A las puertas del calor, ¿cómo veis la campaña de verano?

La campaña va muy bien y arroja números récords. Hasta el momento, estamos superando nuestras expectativas, con un crecimiento de más del 20% en comparación con lo que esperábamos. Esta tendencia positiva refleja la confianza y la preferencia de los viajeros por nuestros destinos y servicios.

A pesar de los desafíos y las incertidumbres que hemos enfrentado en los últimos tiempos, la demanda de experiencias vacacionales sigue siendo sólida. Esto nos impulsa a seguir ofreciendo productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades y deseos de nuestros huéspedes durante la temporada estival.

