



Si hay un hotel que fue ícono del difícil periodo que vivió la industria entre el estallido social de octubre de 2019 y la pandemia fue el Crowne Plaza, ubicado a poco más de una cuadra de metro Baquedano y Plaza Italia. Hoy ya no opera con ese nombre y trabaja para consolidar su nueva marca, Le Méridien.

En diciembre del 2023, el establecimiento adoptó su nuevo nombre. “Se hizo una encuesta muy importante para ver si era más saludable seguir con una marca que tenía tantos años en el mercado y que había quedado en el imaginario de esa época o realmente casi hacer como un renacer con una marca nueva. Y la encuesta dio, por una amplia mayoría, que convenía arrancar con una marca nueva”, recordó gerente general del hotel, el argentino Gustavo Aizen.

El hotel es operado por la cadena Marriott, dueña a nivel global de la marca Le Méridien. Su plaza en Chile se convirtió así en el tercer hotel bajo este nombre en América Latina, tras Panamá y México.

El negocio bajo Le Méridien

Inversiones Hoteleras Holdings (IHH), la firma dueña de Le Méridien Santiago, controla también otros dos hoteles: el Ritz Carlton Santiago en Las Condes, y el InterContinental en Vitacura, los que aportan más a la facturación que el ex Crowne Plaza. Pero su negocio se ha recuperado. Hace un año, en mayo de 2024, la ocupación de Le Méridien era de 30% y la meta de su administración era cerrar el año con 40%.

“Hoy, el nivel de ocupación está cercano al 55%”, dice ahora Aizen. Aunque mucho mejor que el año pasado, en la prepandemia el nivel era cercano al 60%.

“Hablar de rentabilidad no es fácil porque hay muchas cosas involucradas. Préstamos bancarios y demás. El negocio es sano, sus resultados son positivos, genera ganancia (...) El año pasado logramos lo que se dice quedar balanceados, que no haya que aportar plata a la operación del negocio”, explicó el gerente general. Con la meta conseguida, ahora esperan poder alcanzar una ocupación de 60%, con una tarifa promedio entre los US\$160 y US\$180 por noche.

Un período de buenos flujos de clientes comenzó en marzo, con huéspedes que viajan por negocios y eventos. Ahora, por ejemplo, se han visto beneficiados por la Reunión Anual de las Asambleas de Gobernadores del BID y de BID Invest que se realiza en el Centro Cultural Estación Mapocho. También por la Cesco Week que tendrá lugar en abril en la ex Casapiedra: ya casi no cuentan con cupos para dicha fecha. Aizen también destaca la Expomín el próximo mes en Espacio Riesco.

Tradicionalmente, entre octubre y noviembre también tienen un buen flujo y el último año la buena temporada de nieve. Es que la industria está en un franca línea de recuperación, lo que se vio impulsado por la visita de brasileños en invierno del 2024 en niveles superiores a lo que se había visto en los últimos años y que generaron récords para la hotelería. “Hace años que no se había vendido lo que se vendió en julio y

Hotel Le Méridien –ex Crowne Plaza– sube su ocupación al 55%: “El negocio es sano”

Le Méridien, una marca global de Marriott, ya apunta a recuperarse por completo de los estragos del estallido social y la pandemia. “Cada mes está siendo mejor. No levemente, sino notoriamente mejor”, afirma su gerente general, Gustavo Aizen. “Queremos consolidarnos como el lugar de eventos del centro de Santiago”, define como objetivo.

PAULINA ORTEGA Foto ANDRES PEREZ



agosto del año pasado”, aseguró. “El invierno pasado fue récord para este hotel. Muchísimos brasileños. Este año tenemos bloqueados gran cantidad de reservas de grupos brasileños para el invierno. Como toda la industria, estamos prendiendo velas para que la temporada de esquí sea buena”.

Le Méridien no se ha beneficiado tanto, eso sí, de la impresionante avalancha de turistas argentinos, ya que, dice Aizen, su ubicación no es tan cercana a grandes comercios como Costanera Center o Parque Arauco, que atraen con fuerza a los trasandinos. Además, porque el verano del turismo se concentra mayoritariamente en la costa del país. “El negocio del verano en Santiago son los cruceros, que no han tenido el volumen que tenían pre-pandemia”, explica. “El fuerte de este hotel es hoy por hoy los

chilenos, porque es el mercado que más tracciona. Pero en origen de extranjeros está repartido. Brasileños, americanos, y europeos. También hay muchos huéspedes orientales en este hotel”, detalló Aizen.

El hotel tiene 291 habitaciones, pero tienen 243 habilitadas para las reservas, por trabajos de remodelación. Hasta la fecha ya han renovado tres pisos, están en proceso para remodelar otros tres. La meta hacia finales del año es tener 160 reformadas. “Remodelamos la explanada, los salones, el restaurante, la recepción, la piscina, el gimnasio, el bar. También hubo trabajos en el estacionamiento. Son cerca de US\$5 millones de inversión”, dice el gerente.

La seguridad

Pese a la discusión continua sobre la seguridad en el centro de la capital, Gustavo Aizen asegura que no han tenido problemas. “La verdad es que este hotel no ha tenido eventos de seguridad en mucho tiempo. La Intendencia de Santiago tiene un plan de refuerzo de la seguridad propio junto con la gobernación. El trabajo de la Nueva Alameda viene acompañado de iluminación, seguridad y demás. Y yo hasta el minuto lo veo funcionando. Han pasado miles de marchas, de todos los colores y no hemos tenido ningún problema. De hecho, el hotel está abierto (a la calle). Más que antes, incluso”, manifestó.

En el hotel esperan con ansias que terminen los trabajos en la Alameda, como también, la segunda fase de la ampliación del GAM. Ese es uno de los desafíos a los que se enfrentan: “Que realmente se consolide el centro de Santiago como un lugar de visita, seguro, atractivo, con todos sus componentes. Y yo en eso agradezco todo el trabajo que hace Intendencia, gobierno y demás, porque es un proyecto que me parece que está traspasando gobiernos o períodos gubernamentales, y eso le va a hacer muy bien a todo el centro de Santiago”, expresó. ●

chilenos, porque es el mercado que más tracciona. Pero en origen de extranjeros está repartido. Brasileños, americanos, y europeos. También hay muchos huéspedes orientales en este hotel”, detalló Aizen.

El hotel tiene 291 habitaciones, pero tienen 243 habilitadas para las reservas, por trabajos de remodelación. Hasta la fecha ya han renovado tres pisos, están en proceso para remodelar otros tres. La meta hacia finales del año es tener 160 reformadas.

“Remodelamos la explanada, los salones, el restaurante, la recepción, la piscina, el gimnasio, el bar. También hubo trabajos en el estacionamiento. Son cerca de US\$5 millones de inversión”, dice el gerente.

“Abrimos un hotel saliendo de un periodo muy difícil para la industria en general. Si hay un negocio que la pandemia golpeó