

Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar la experiencia de navegación y analizar nuestro uso de la información. Si continúas navegando, aceptas su uso. Más información y gestión de cookies.

## elEconomista.es

# La gala Logis prevé casi triplicar sus hoteles en España en tres años

Estela López

8/03/2018 - 9:49

- En 2018 prevé aumentar más del 10% la facturación global
- España su segundo mercado y también su prioridad de crecimiento
- Con presencia en Europa, estudia saltar a Canadá, Estados Unidos y China



Uno de los establecimientos hoteleros de la cadena | *Archivo*

La cadena hotelera francesa Logis, que aglutina 2.200 establecimientos independientes en ocho países europeos, quiere impulsar su red en los próximos años con el objetivo de tener al menos 100 hoteles -la mayoría con restaurante de comida autóctona incluido- en cada país, empezando por España. Este reto supone casi triplicar su red actual en territorio español en tres años, ya que cuenta con 36 establecimientos asociados en el país, y aspira a alcanzar el centenar en 2020.

España es su segundo mercado tras Francia, donde la cadena cuenta con una cuota de mercado del 10 por ciento y 2.041 hoteles. La mayoría de los clientes en España son turistas franceses que se desplazan en coche y eligen hoteles bajo la marca Logis en sus visitas a territorio español, aunque también atrae a visitantes británicos, alemanes y belgas.

Los hoteles que forman parte de Logis van desde tres a más de 150 habitaciones, pero los que más partido pueden sacar de sumarse a la marca son los que oscilan entre las 15 y las 50 habitaciones, según ha explicado a elEconomista el director general de la compañía, Karim Soleilhavoup.

Logis facturó 129,6 millones de euros en 2017, un 4 por ciento más que el año anterior, y de este negocio España supuso medio millón de euros, por lo que el recorrido de mejora es enorme. Al tener como principal clientela a turistas galos que se mueven en coche -sobre todo familias y parejas mayores de 45 años-, la mayoría de establecimientos actuales en el país están en Cataluña, País Vasco y Aragón.

Este año Logis prevé mejorar el programa de fidelización, potenciar las comidas de mediodía en los hoteles, lanzar su primera app móvil y hacer crecer la red. Con todo ello, la facturación total de la compañía debería crecer más del 10 por ciento.

### Clasificación por satisfacción del cliente

Hasta ahora, Logis clasificaba sus hoteles con chimeneas y los restaurantes de estos hoteles con cazuelas, pero ha decidido prescindir de esta valoración de calidad en su red de fuera de Francia para pasar a tomar como



referencia la satisfacción de los clientes: "Para formar parte de Logis, el hotel deberá tener al menos una puntuación de ocho puntos sobre diez en los portales de opinión referentes de Internet", detalla Soleilhavoup.

Logis apuesta por la gastronomía y tiene su mayor peso en el entorno rural, pero también incluye hoteles urbanos con una identidad diferenciada. Soleilhavoup destaca su lema: "sé independiente, pero no estés solo". Logis no cobra un porcentaje de la facturación de sus hoteles asociados por el negocio que les proporciona, como suele ser común en otras cadenas, si no que les cobra una cuota fija según su número de habitaciones, y el precio disminuye conforme aumenta la red de establecimientos. A cambio, ayuda a los hoteles adheridos a captar reservas de ocio y negocios, ofrece un programa de fidelización e invierte en publicidad y en desarrollo tecnológico e innovación.

Tras España, el segundo mercado prioritario en el que crecer es Alemania, pero Logis también está estudiando su salto más allá de Europa. Está en contactos para buscar un aliado en Canadá, y para más adelante, fija la mirada en Estados Unidos y China. Pero de momento es una carta de intenciones.

---

**PUBLICIDAD**

---

---

## Contenido patrocinado



[Estudio universitario...](#)  
(Babbel)

## Otras noticias



[Así serán los servicios financieros: las tarjetas de crédito están destinadas a acabar en la basura](#)



[Rajoy y Rufián se enzarzan a cuenta de la Legión y la cabra - elEconomista.es](#)



[Las empresas no encuentran trabajadores: dicen que les falta experiencia y quieren cobrar mucho](#)

recomendado por

---

**Nuestros partners: [iSole - English version](#) | [Empresite: España - Colombia](#) | [Administradores y Ejecutivos](#) | [Ranking de Empresas](#)**

Copyright 2006-2016, Editorial Ecoprensa, S.A. | [Política de Privacidad](#) | [Aviso Legal](#) | [Política de cookies](#) | [Cloud Hosting en Acens](#)