



Barcelona, España – Panorámica del Mercado

El presente es el segundo de una serie de artículos elaborados por HVS versando sobre los mercados hoteleros en diversas ciudades y en los que se combina la experiencia de HVS con los datos proporcionados por STR Global para cada una de las ciudades analizadas. Nuestro análisis se basa en una muestra de más de 15.000 habitaciones disponibles cuyos datos han sido facilitados por STR Global. En el actual entorno, que constituye un desafío en sí, es más importante que nunca conocer la situación del mercado para de éste modo poder evaluar tendencias y determinar la mejor estrategia a seguir por los propietarios y operadores de establecimientos hoteleros.

Puntos a Destacar

- Barcelona es probablemente uno de los destinos mejor conocidos para viajes de corta duración en Europa occidental, además de ser una de las principales ciudades en cuanto a la celebración de ferias y congresos. A pesar de los escasamente favorables ciclos económicos de EEUU y Europa, por regla general el número de visitantes a la ciudad desde 1997 hasta 2008 no ha retrocedido. La caída en el número de visitantes de procedencia bien fuera internacional o nacional siempre se ha compensado con un incremento en el otro.
- La tasa de ocupación durante los primeros seis meses de 2009 se situó en torno al 59% mientras que dicha tasa durante el mismo periodo de 2008 se situó en torno al 68%. Siguiendo con esta tendencia a la baja, la tarifa media también ha retrocedido (un 18%) desde los 142 Euros de junio de 2008 hasta alcanzar los 116 Euros al mes en junio de 2009, dando como resultado una caída de casi el 30% en los ingresos por habitación disponible (NdelT: siglas en inglés RevPAR). Esta es la mayor caída en el RevPAR experimentada en Barcelona durante la última década;
- Sin embargo, la oferta en la ciudad esta incrementándose rápidamente: se prevé la apertura de 14 nuevos hoteles (2.200 habitaciones) antes de final de año. Una notable proporción de ésta nueva oferta está compuesta por hoteles de cuatro y cinco estrellas. Esto dará como resultado un incremento en el riesgo de producirse una sobre-oferta en el segmento de lujo y podría empeorar el actual retroceso en el número de pernoctaciones. Sin embargo, la apertura de nuevos hoteles de lujo de marca ayudará a incrementar el precio medio por habitación y promocionar la ciudad como destino mundialmente reconocido y de éste modo ir preparando el terreno para la recuperación.

Gabriele Kiessling, Analista de Mercado

Giuliano Gasparini MRICS, Senior Associate

HVS - MADRID

c/ Velázquez 80, 6º Izq.
28001 - Madrid
España
Tel: +34 91 781 6666
Fax: +34 91 575 1450

August 2009



Barcelona, España – Panorámica del Mercado

LA DEMANDA

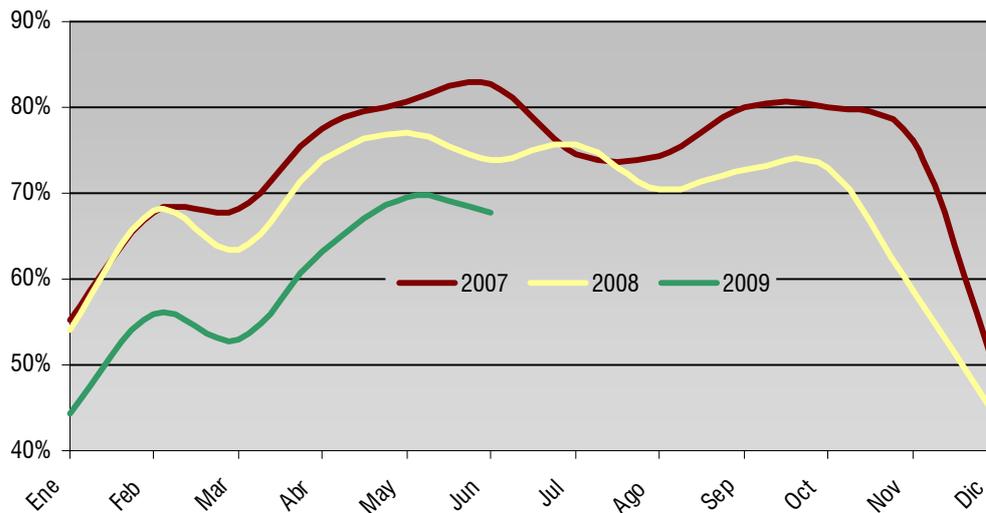
- Durante los últimos años Barcelona se ha convertido sin lugar a dudas en uno de los principales destinos de Europa, atrayendo a viajeros tanto de negocios como de ocio, convirtiéndose así en uno de los más significativos destinos para el segmento de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones (siglas en inglés: MICE). La amplia gama de atracciones (que incluye más de 50 museos, teatros y exhibiciones permanentes) en combinación con sus playas, una tradición gastronómica reconocida mundialmente, un clima favorable y una animada vida nocturna hacen de la capital de Cataluña una de las ciudades más espléndidas de Europa;
- La zona 22@, ubicada en el litoral al norte de la ciudad, está creciendo a un buen ritmo. Esta destinada a convertirse en el nuevo núcleo de tecnologías de la información, medios y tecnología para nuevas empresas financiadas tanto por dinero público como privado;
- El puerto de Barcelona es uno de los principales núcleos del Mediterráneo para el comercio, transporte y distribución así como el más importante puerto de Europa y el mediterráneo para cruceros (según la revista *Lloyd's Cruise International Magazine*);
- En los últimos ocho años el número total de visitantes a Barcelona se incrementó un 13% (tasa anual compuesta);
- Los datos correspondientes al año 2008 mostraron un incremento del 17,4% en el número total de visitas respecto a años anteriores debido a un fuerte aumento en la demanda interna. Sin embargo, el número de visitantes durante los primeros seis meses del año 2009 retrocedió en un 6,7% en comparación con el mismo periodo del año 2008. Esta caída fue suscitada principalmente por una disminución en el número de visitantes extranjeros.
- De igual modo que en años anteriores, durante el año 2008 el Reino Unido fue el principal mercado fuente, seguido de Francia, Alemania, Italia y los Estados Unidos. El mercado nacional representó aproximadamente el 29% de todos los visitantes. A pesar de que el número total de visitantes aumentó en casi medio millón de personas durante el año 2008, la cantidad de viajeros procedentes de cada uno de los mercado fuente se redujo respecto a las cifras correspondientes al año 2007. Este hecho muestra que la nacionalidad de los visitantes a la ciudad está cambiando y por ende existe una diversificación en los principales mercados fuente.



Estacionalidad

La Tabla 1 muestra la estacionalidad de la ocupación hotelera de Barcelona desde el año 2007 hasta junio del 2009.

Tabla 1 Estacionalidad de la Ocupación Hotelera en Barcelona 2007 - Junio 2009



Fuente: STR Global

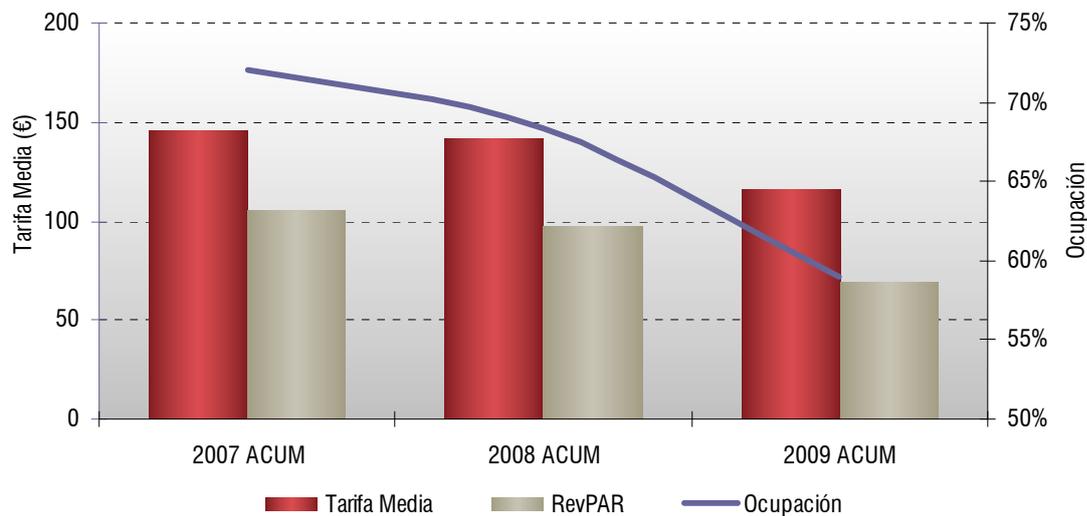
La Tabla 1 muestra que existe un punto de equilibrio estando las llegadas distribuidas uniformemente entre los meses de abril a octubre. La tasa de ocupación retrocede tan sólo durante los meses de noviembre, diciembre y enero, meses tradicionalmente complicados para el mercado hotelero.

Desde el año 2007 hasta el 2009 la estacionalidad se ha estabilizado ligeramente, una muestra de que la ciudad está alcanzando un nivel de estabilidad anual en lo que a la demanda se refiere. En el año 2007 la tasa de ocupación se situó por debajo del 70% solamente durante los meses de enero, febrero y diciembre, mostrando el potencial del mercado cuando la oferta y la demanda se encuentran equilibradas. El periodo más positivo del 2008 correspondió al mes de mayo, durante el cual la tasa de ocupación alcanzó el 77%.

La tasa de ocupación durante el año 2008 fue inferior a los niveles del 2007 salvo en los meses de febrero y julio. Durante los primeros seis meses del 2009 la tasa de ocupación retrocedió un 14% respecto al mismo periodo del año 2008. La tendencia hasta el momento para el 2009, aunque a un nivel inferior, se muestra similar a la de los mismos meses correspondientes al año 2008.

RENDIMIENTO HOTELERO

La Tabla 2 muestra el rendimiento hotelero en Barcelona en líneas generales para los primeros seis meses de los últimos tres años.


Tabla 2 Rendimiento Hotelero – Barcelona Enero a Junio 2007-09


Fuente: STR Global

Los datos correspondientes a los primeros seis meses del 2007 muestran que la tasa de ocupación se situó en el 72% comparado con el 68% del 2008, y la tarifa media se redujo ligeramente desde los 146 Euros de 2007 a los 142 Euros de 2008. Durante el mismo periodo de 2009, Barcelona acusó un retroceso en la tasa de ocupación del 14% respecto al año 2008. La tarifa media también experimentó una caída, desde los 142 Euros de 2008 a los 116 Euros de 2009, dando como resultado un retroceso en el RevPAR del 30%.

La ralentización económica ha dejado su huella en el rendimiento general del mercado. Desde enero a junio de 2009 se registró una notable caída (superior al 20%) en los niveles de RevPAR respecto al año 2008; el peor periodo correspondió al mes de abril, en el que se registró un retroceso del 39%. Dicho retroceso en el RevPAR fue debido principalmente a una mayor caída en la tarifa media.

OFERTA

Este análisis se basa en una muestra personalizada de hoteles de marca de alta calidad compuesto por 26.705 habitaciones en 310 hoteles.

El segmento más importante de hoteles en Barcelona corresponde a la categoría de cuatro estrellas que conforma el 38% de la oferta total (tasa que refleja los altos niveles de demanda del sector de negocios), seguido por la categoría de tres estrellas (34%), establecimientos de una y dos estrellas (22%) y los hoteles de cinco estrellas (6%).



Nueva Oferta

La Tabla 3 muestra las inauguraciones y futuros desarrollos más notables correspondientes a los segmentos de alta calidad y de lujo (categoría de cuatro y cinco estrellas).

Tabla 3 Inauguraciones Recientes y Futuras - Barcelona

Inmueble Propuesto	Categoría	Nº de Habitaciones	Fecha Apertur
Wilson Boutique (reapertura)	5-estrellas	54	dic-08
Eurostar Lex	4-estrellas	46	mar-09
Villa Olympic@ Suites	4-estrellas	150	mar-09
SB Diagonal Zero	4-estrellas	262	abr-09
Suites Avenue Luxe	5-estrellas	41	may-09
W Barcelona	5-estrellas GL	473	2009
Barceló Premium	5-estrellas	251	2009
High Tech	4-estrellas	61	2009
High Tech	4-estrellas	70	2009
Mandarin Oriental	5-estrellas GL	98	2009
Grupotel Gran Via	4-estrellas	100	2009
Ayre Rosellon	4-estrellas	106	2009
Hoteles Catalonia	4-estrellas	70	2009
Apsis Hoteles	4-estrellas	98	2009
Gran Hotel Barcino	4-estrellas	65	2010
Medinaceli	4-estrellas	44	2010
Barcelona Hotel Colonial	4-estrellas	83	2010
Alma Barcelona	4-estrellas	100*	2010
Edition Barcelona (Marriott)	5-estrellas GL	77	2010
Catalonia Plaza Europa	4-estrellas	150	2010
H10 Forum Mar	5-estrellas	290	2010
Aqua Hotels	5-estrellas	72	2010
Acta Ramblas	4-estrellas	37	2011
Acta Hoteles	4-estrellas	40	2011
Sidorme Hoteles	4-estrellas	100*	2011
Sunotel	4-estrellas	275	2011
Bagues	5-estrellas	32	no confirmado
Fiesta Hotel Rosellon	4-estrellas	53	no confirmado
ZT 22@	4-estrellas	150	no confirmado
Eurostar San Cugat	4-estrellas	145	no confirmado
TOTAL		3,593	

* HVS estimaciones

Fuente: HVS Research

A continuación mostramos nuestras observaciones sobre la nueva oferta en Barcelona.

- En mayo del 2009, se inauguraron los apartamentos Suites Avenue Luxe, situados en el Passeig de Gràcia., frente a La Pedera de Gaudí.



Están compuestos por 41 suites y la propiedad es gestionada por Derby Hotel Group.

- Durante los próximos años, tres principales marcas internacionales entrarán a formar parte del segmento de lujo con la apertura de W Barcelona, el Mandarin Oriental y el Marriott's Edition. Dichas inauguraciones enriquecerán el segmento de lujo de la capital Catalana con la adición de 648 habitaciones así como, y sobre todo en el caso de W, nuevos edificios prominentes perfilados contra el horizonte.
- Para finales del año 2010 se inaugurarán 14 nuevos hoteles de cuatro y cinco estrellas en Barcelona, aproximadamente 1.560 habitaciones más.

El incremento citado anteriormente equivale a un aumento de aproximadamente el 11% sobre el actual número total de habitaciones.

CONCLUSIÓN

Barcelona es un centro de fabricación y manufactura representando aproximadamente una quinta parte de la producción industrial de España. La ciudad es también un centro financiero y bancario importante, y sus excelentes comunicaciones y proximidad a Francia han contribuido a atraer a una considerable inversión extranjera en los últimos años.

La ciudad se ha convertido en un punto de referencia para el mercado conocido como MICE. Según la International Congress and Convention Association (ICCA). Barcelona ostenta el tercer puesto a nivel mundial en relación al número de congresos celebrados y se ha mantenido en el mismo puesto desde hace siete años.

Barcelona ha realzado su perfil empresarial mediante la mejora de sus infraestructuras ferroviarias; el tren de alta velocidad (AVE) a Madrid cuenta con 17 salidas diarias y la duración del recorrido entre ambas ciudades es de aproximadamente dos horas y media.

Está claro que la tendencia al alza durante la última década se ha visto afectada por las actuales condiciones económicas. La incertidumbre generalizada hace difícil predecir las tendencias a corto plazo de los visitantes y en qué medida se recuperarán las tasas de ocupación y tarifa media en el futuro.

En el transcurso de este año 2009 los datos muestran una ligera recuperación ya que la diferencia en los niveles de ocupación entre el 2008 y 2009 se está reduciendo. Durante el primer trimestre de 2009 la tasa de ocupación media retrocedió más del 10% (enero -9,6, febrero -11,8 y marzo -10,5). En mayo y junio dicha tendencia se ralentizó en -7,3 y -6,1 respectivamente. Esto puede indicar un cambio en el rumbo en los niveles de la demanda actual y, a pesar de una tendencia a la baja en los



niveles de ocupación, todo apunta a que la ciudad puede experimentar un cambio positivo.

Los nuevos proyectos de infraestructuras, como la inauguración de la nueva terminal del aeropuerto de Barcelona, están creando elevadas expectativas en relación al incremento en el número de visitantes y el consiguiente impacto en los niveles de ocupación.

La tarifa media se ha abaratado durante todos los meses del presente año, dando como resultado un retroceso del 18,4% hasta la fecha. Con la llegada de nuevos hoteles de lujo como por ejemplo W, Mandarin Oriental y Edition, Barcelona definitivamente realzará su perfil como un destino de primer orden en Europa, colaborando de éste modo a elevar la tarifa media en el futuro. El riesgo de 'dumping' parece ser una amenaza lejana para Barcelona, debido a que los operadores experimentados conocen bien las repercusiones negativas que esta práctica conllevaría en el mercado.

Además, Barcelona siempre ha demostrado la habilidad de 'reinventarse' o de crear nuevas áreas de actividad para responder a las necesidades del mercado. Desde que Barcelona fue sede de los JJOO ha tenido un historial positivo atrayendo a nuevos y mejorados segmentos del mercado, demostrando que la 'marca Barcelona' resiste bien a las crisis económicas externas. Las empresas hoteleras y las administraciones locales se enfrentan ahora a un nuevo reto y deberán encontrar nuevas maneras de impulsar las atracciones de la ciudad para consolidar aun más su atractivo internacional y su ubicación estratégica en el Mediterráneo.



Acerca de los Autores



Gabriele Kiessling, es Analista de Mercado en HVS Madrid. Gabriele, natural de Berlín habla inglés, español y francés, además de su idioma materno, el alemán. Está licenciada por la Universidad de Surrey (2006) contando con el título de Bachelors Degree (Hons) en Turismo y Gestión. Desde su incorporación a HVS en el año 2007 ha sido la responsable de todo lo relativo a la información de los mercados y apoya las actividades de la oficina de Madrid mediante investigación, análisis, consultoría y publicaciones.



Giuliano Gasparini es Senior Associate en HVS Madrid. Está licenciado en Económicas por la Universidad de Bocconi en el año 2001 y obtuvo un Máster en Economía Urbana y Administración en la Erasmus Universiteit en Rotterdam además de un Máster en Económicas y Turismo en la Universidad de Bocconi. Giuliano ha trabajado en el mundo de consultoría y asesoramiento turístico desde el año 2003 y ha elaborado un gran número de estudios económicos y de viabilidad financiera para hoteles, hoteles urbanos, hoteles boutique, complejos integrados y desarrollos urbanos de uso mixto así como diversas valoraciones de hoteles en Europa Central y Oriental, Alemania, Italia, España y la zona mediterránea. Giuliano se incorporó a HVS Madrid en enero del año 2008.

Para ampliar información contactar con:

Gabriele Kiessling – Analista de Mercado, HVS – Madrid.

Giuliano Gasparini, MRICS – Senior Associate, HVS – Madrid.

HVS – MADRID

Dirección: c/ Velázquez 80, 6º Izq.

28001 - Madrid

España

Tel Principal +34 91 781 6648

Correo electrónico: ggasparini@hvs.com

O visite www.hvs.com



Konstanze Auernheimer – Director de Marketing, STR Global

Dirección: Blue Fin Building

110 Southwark Street

London SE1 0TA

Tel Principal +44 207 922 1930

Fax +44 207 922 1931

Correo electrónico: KAuernheimer@strglobal.com

También puede visitar nuestra página www.strglobal.com