

# 2009

---

## Informe de Mercado - Madrid

**Gabriele Kiessling, Analista**

**Giuliano Gasparini, Senior Associate**



### **HVS - MADRID**

c/Velázquez 80, 6º Izq.

28001 Madrid

España

Tel: +34 91 781 6668

Fax: +34 91 575 1450

**May 2009**

---



---

# Madrid – Sobreoferta versus Oportunidades en los Sectores Especializados

El presente artículo pretende proporcionar al lector una visión global del mercado hotelero en Madrid hasta finales del año 2008 al mismo tiempo que nuestro punto de vista sobre las tendencias dentro del sector hotelero y turístico.

## **Perspectiva Económica Nacional**

El bienestar económico de España se encuentra amenazado y bajo una considerable presión debido al clima económico actual. Según la entidad conocida como Economist Intelligence Unit (EIU), España se enfrenta a considerables dificultades, al menos hasta finales del año 2009, para poder recuperar niveles similares de apoyo público a los que existían previamente a las elecciones generales. El PSOE (Partido Socialista Obrero Español) continuará encontrando dificultades para conseguir aprobar normas legislativas en estos tiempos económicamente difíciles puesto que la situación financiera adversa hará más complicado este reto.

La EIU ha previsto que el crecimiento real del PIB se ralentizará en torno al -2,4% en el año 2009 para experimentar una recuperación en el 2010 y situarse en el -0,4%. Se espera una mejora en 2011, momento en que se estima que el PIB se incremente hasta alcanzar aproximadamente un 1,8% aunque la incertidumbre actual hace pensar que este proceso puede tardar más de lo previsto.

Se prevé que la tasa de inflación (IPC), cuyo promedio se situó en torno al 4,0% durante el año 2008, se reduzca hasta situarse en el 0,8% durante 2009, para estabilizarse posteriormente en torno al 2,0 - 2,2% entre los años 2011 y 2012.


**Tabla 1 Indicadores Económicos - España**

	Actual				Previsión				
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Crecimiento Real PIB (%)	3.4	3.9	3.7	1.2	-2.4	-0.4	1.8	2.3	2.5
Indice del Precio al Consumo (%)	3.4	3.5	2.8	4.0	0.8	1.3	2.0	2.2	2.2
Saldo Presupuestario (% PIB)	0.3	1.8	2.2	-3.3	-7.2	-7.9	-6.1	-4.8	-3.1
Balanza de Cuenta Corriente (% del PIB)	-7.4	-8.6	-10.1	-9.4	-7.8	-7.0	-6.2	-5.8	-5.4
Tipo de Interés Corto Plazo (promedio %)	2.1	3.1	4.3	4.8	2.1	2.0	2.6	3.6	3.9
Tipo de Cambio EE.UU. \$: € (promedio)	1.2	1.3	1.4	1.5	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4

Fuente: Economist Intelligence Unit, enero 2009

Madrid es la capital política, financiera y económica de España. También es la ciudad de mayor tamaño de España, y el tercer municipio más poblado de la Unión Europea (después de Londres y Berlín) y la cuarta zona urbana más poblada en la Unión Europea (detrás de París, Londres y la zona Ruhr de Alemania). La ciudad ha sido siempre un destino fundamentalmente empresarial, caracterizado por la presencia de sedes centrales de grandes multinacionales, la bolsa y muchas otras instituciones financieras. Además, Madrid alberga diversas empresas tecnológicas e instituciones docentes y desempeña un papel relevante en la producción industrial de España, la cual se concentra en las ciudades satélites de Madrid.

En años recientes, la importancia de la capital como ciudad principal ha permitido que se posicionara como uno de los destinos más céntricos para convenciones internacionales, eventos que atraen a más de 4 millones de asistentes todos los años. En el año 2007, Madrid fue una de las diez primeras ciudades del mundo en cuanto al número de convenciones celebradas, y según la "International Congress and Convention Association" (Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales) se situó entre las primeras cuatro en cuanto al número de participantes por detrás de Viena, Berlín y Barcelona).

Recientemente, la administración local ha estado promocionando la ciudad en el mercado turístico internacional, en un intento de realzar su atractivo como destino cultural y de ocio mundial de primer orden. La ampliación del Museo de El Prado, el Museo Reina Sofía y el primer museo privado de Europa, el Thyssen Bornemisza, han colaborado a incrementar el atractivo de la ciudad para turistas así como para viajeros de negocios.

Con la inauguración de puntos de referencia como el Caixa Forum, la reciente exposición de Francis Bacon y la celebración de Arco (feria de arte contemporáneo), está claro que la estrategia para incrementar el perfil de Madrid va mucho más allá de la percepción típica del extranjero



de toros, calor y moscas. Aprovechando su calidad de vida y su vida nocturna (“la movida”), su arquitectura, gastronomía y su alegría, Madrid ha sido capaz de incrementar su atractivo para los turistas potenciales como uno de los lugares más efervescentes de Europa.

Dicha tendencia ha sido reconocida oficialmente en el ranking internacional de Euromonitor (2006 y 2007) que sitúa a Madrid entre los 25 primeros destinos del mundo.

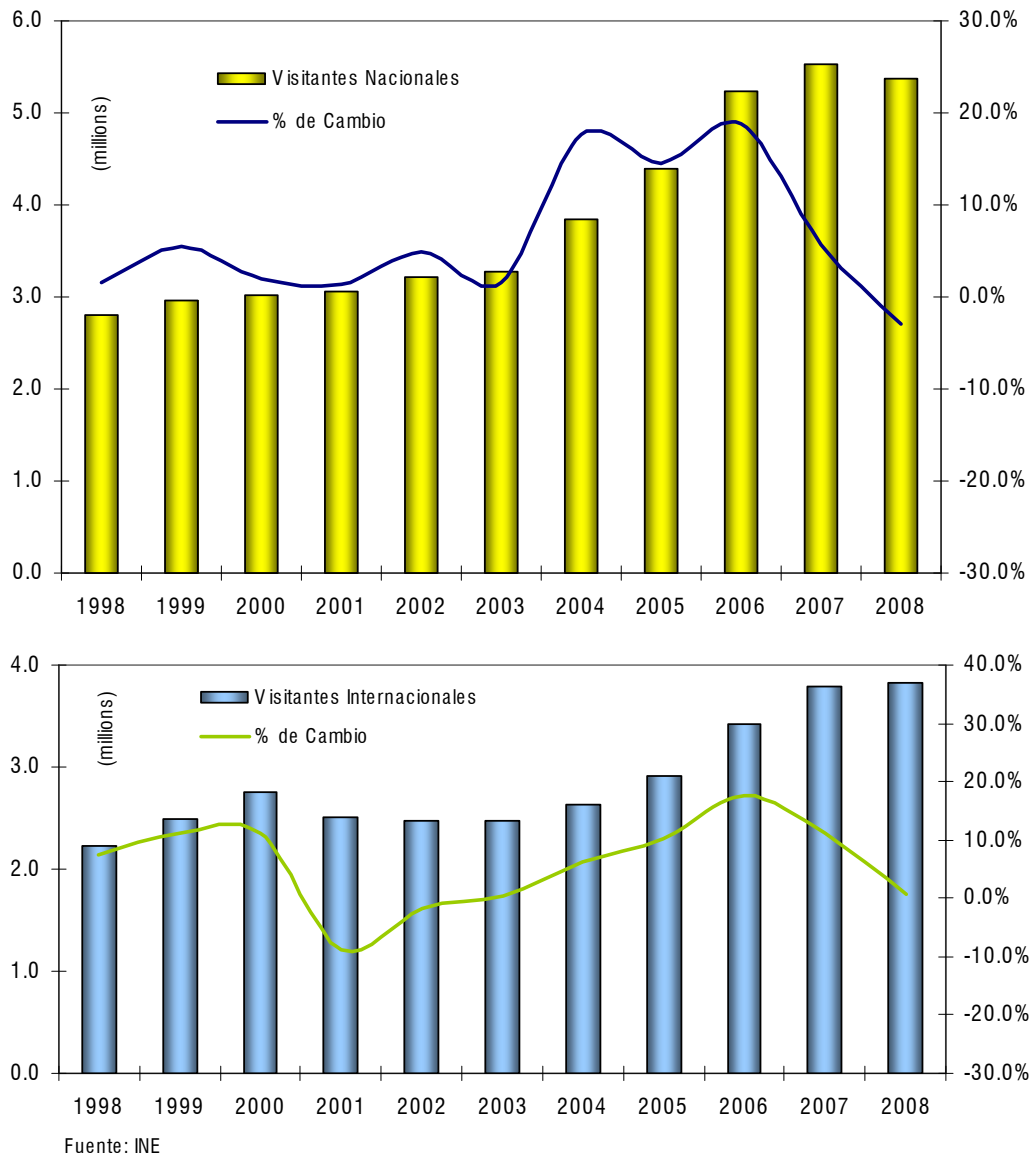
Los resultados en este sector del mercado se han conseguido gracias a la atención prestada a los distintos factores que apoyan a la industria del turismo: los sectores empresariales y comerciales para los cuales Madrid ha establecido desarrollos urbanos concretos. Algunos ya son visibles, como por ejemplo el Distrito de Las Cuatro Torres (Torre Caja Madrid, Torre Sacyr, Torre Espacio, Torre Cristal), desarrollado en un solar previamente ocupado por el Club de Fútbol Real Madrid, y el nuevo Centro de Exposiciones y Congresos de Madrid, cuya inauguración se espera que se produzca entre los años 2010 y 2012. El centro se ubicará en la parte septentrional del Paseo de la Castellana y tendrá una superficie aproximada de 85.000 m<sup>2</sup> diseñado para atraer importantes conferencias internacionales a la ciudad.

En esta misma zona de la ciudad también se desarrollará un nuevo distrito financiero como parte del plan maestro conjuntamente con el Distrito de Las Cuatro Torres. Dicha zona está ubicada en la zona de Chamartín, al norte de la ciudad, e incluye cuatro edificios de oficinas con una superficie de aproximadamente 200.000 m<sup>2</sup>, un hotel, una biblioteca, un campo de golf, así como otras instalaciones deportivas.

Debe hacerse notar que a pesar de que dichos desarrollos han sido creados por el sector financiero para el sector financiero, han contribuido de forma notable a cambiar la imagen de Madrid y crear muchos puntos de referencia con un gran atractivo para viajeros internacionales. Este fenómeno va unido al trabajo de las administraciones locales para posicionar a la ciudad como un atractivo destino cultural y de ocio. Por ejemplo, ninguna visita a Madrid se puede considerar completa sin visitar las Torres Kio, que se han convertido en uno de los símbolos internacionales de un Madrid contemporáneo.

## **Llegadas De Turistas y Demanda**

El incremento de visitas a Madrid desde el año 2000 hasta 2008 ha sido del 59%, una tasa anual compuesta equivalente al 6%. La proporción entre el número de visitantes nacionales e internacionales se muestra en la Tabla 2.


**Tabla 2 Llegadas Nacionales e Internacionales (millones) en Madrid 1998-08**


El número de visitantes en los últimos ocho años ha aumentado, con la excepción del año 2001 en el cual se experimentó una caída del 3,5% debido, principalmente, a un descenso en los niveles de demanda internacional (-8,9%). El número de viajeros internacionales se vio más afectado que el número de viajeros nacionales por los ataques terroristas perpetrados ese año.

Esta caída de la demanda se recuperó rápidamente cuando los visitantes internacionales recobraron la confianza; mientras, el mercado nacional permaneció estable. En los años 2004, 2005 y 2006 se experimentó un



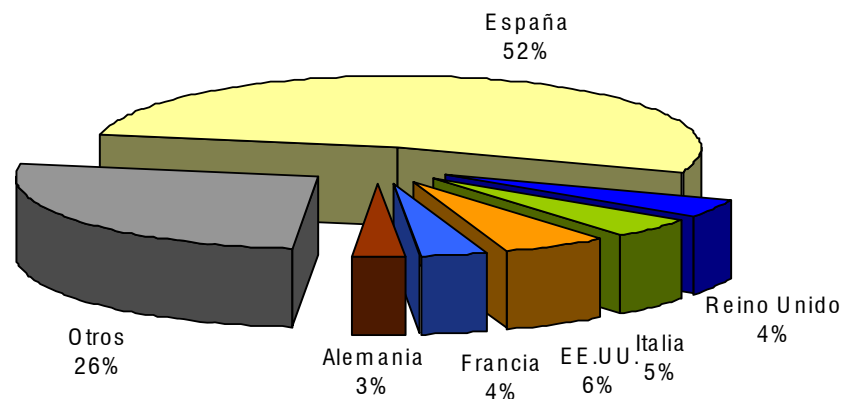
notable incremento en el número total de visitantes debido a un fuerte aumento en la demanda interna e internacional, mientras que en el año 2007 se registró un incremento de tan sólo un 7,8% debido a una estabilización en la demanda nacional (la demanda internacional, sin embargo, continuó aumentando de forma significativa).

Los datos correspondientes al año 2008 indicaron una leve caída del 1,4% en el número de visitantes respecto al año anterior.

A finales del año 2008, la proporción de la demanda nacional en comparación con la demanda internacional se situó en el 58:42. En 1988 la proporción se situaba en el 60:40 y esta estabilidad demuestra el equilibrio continuado entre los niveles de turismo proveniente de fuentes nacionales e internacionales.

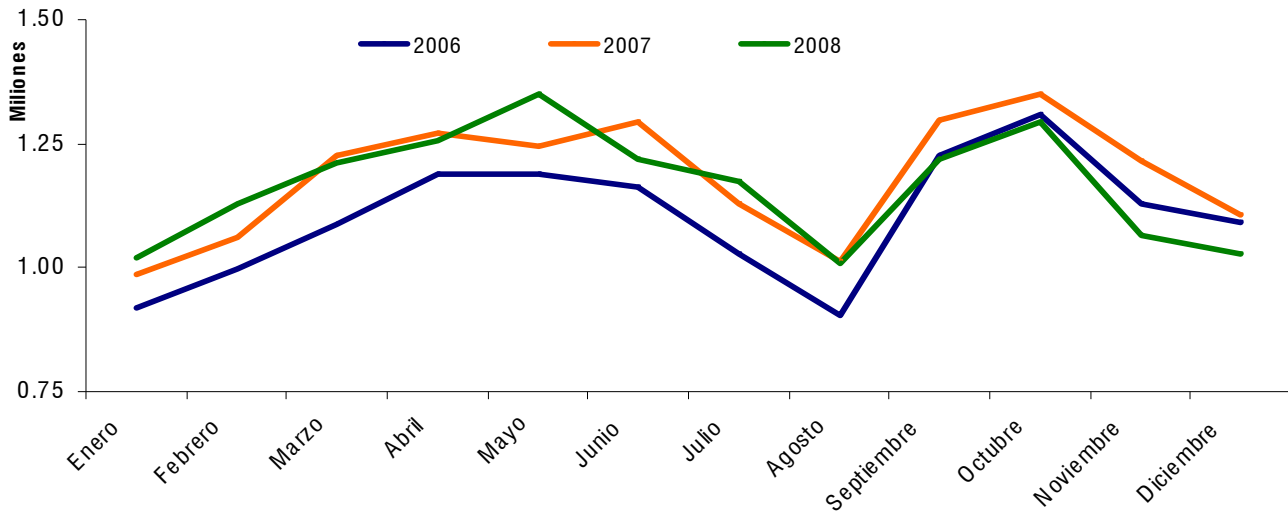
Tal y como se puede observar en la Tabla 3, en el año 2008 el principal mercado fuente fue el de los Estado Unidos, representando el 6% del número total de visitantes. Los países europeos, tales como el Reino Unido, Italia, Francia o Alemania proporcionaron números similares de visitantes. El mercado nacional representó aproximadamente el 52% del número total de visitantes.

**Tabla 3 Combinación de Nacionalidades en Madrid - 2008**



Fuente: INE

La Tabla 4 muestra la distribución de la estacionalidad de pernoctaciones entre el año 2006 y el año 2008.


**Tabla 4 Estacionalidad de Pernoctaciones - Madrid 2006-08**


Fuente: Patronato Municipal de Turismo Madrid

Los meses de máxima actividad han sido sistemáticamente marzo, abril, mayo y junio, y también septiembre, octubre y noviembre. La ciudad se encuentra menos llena de gente durante los meses estivales de julio y agosto y los meses invernales de enero y febrero (tradicionalmente la temporada baja en la mayoría de las principales ciudades europeas).

El gráfico confirma además que Madrid refleja la estacionalidad de un destino típico para negocios y reuniones. El mes de agosto muestra escasa actividad así como los meses de enero y febrero, que conforman tradicionalmente el período previo al calendario de convenciones y eventos de primavera.

Deberá hacerse constar, que en términos absolutos, la estacionalidad de la ciudad es cada vez menos pronunciada y la diferencia entre el período de mayor actividad y el de menor actividad se ha reducido en los últimos tres años. Esto demuestra que la estrategia turística de convertir a Madrid en un destino de ocio está dando sus frutos.

Entre los años 2006 y 2007 el número total de pernoctaciones se vio incrementado en torno al 7,3%. Sin embargo, se registró un pequeño descenso del 1,5% en el mercado durante el año 2008. Dicha disminución fue debida principalmente al mal comportamiento durante la última parte del año, ya que desde enero hasta octubre se experimentó un incremento del 0,1%. En los dos últimos meses del año se apreciaron bajos niveles de actividad mostrando una caída media en el número de pernoctaciones del 9,9% en comparación con el año anterior.

Por lo tanto, la actual ralentización económica se ha hecho manifiesta tan sólo durante el último trimestre del año, debido a que la mayoría de los



viajes de negocios se organizan con mucha antelación y no fueron cancelados a pesar de la ralentización económica inminente. De hecho, durante los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre se registraron tasas de crecimiento negativas, la peor correspondió al mes de noviembre cuya tasa se situó en torno al -12%.

## **TRAFICO AEROPORTUARIO**

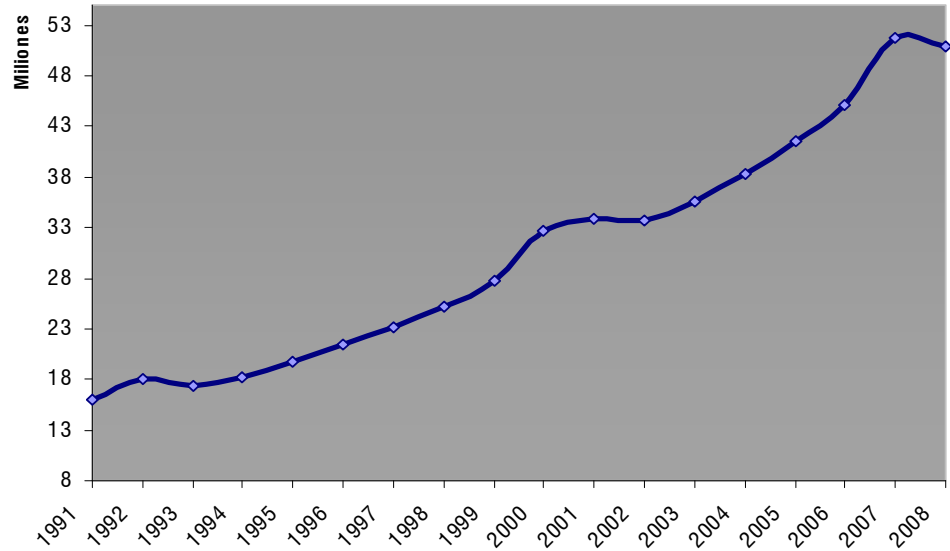
El número de llegadas al aeropuerto internacional de Madrid Barajas se situó en aproximadamente 51,8 millones de pasajeros en el año 2007, situándolo entre los primeros 10 aeropuertos más concurridos del mundo y el cuarto más concurrido de Europa. El papel de Madrid como eje europeo para América Latina explica el elevado número de pasajeros en Barajas.

Tal y como se muestra en la Tabla 5, la mayor parte del crecimiento se ha experimentado desde el año 2002. La tasa anual compuesta del incremento en el número de pasajeros se situó en torno a 5,7% desde el año 2000 hasta el año 2008, y casi una tercera parte de dicho incremento se produjo en un solo año (2007) debido a la apertura de la Terminal 4 en el mes de mayo de dicho año.

La inauguración de la Terminal 4 y sus satélites incrementó el tráfico aeroportuario de forma notable, hasta alcanzar la cifra de más de 70 millones de pasajeros al año. Con dos pistas de aterrizaje adicionales, Barajas es un aeropuerto totalmente funcional que cuenta con un total de cuatro pistas de aterrizaje y tiene el potencial de aumentar el número de pasajeros en los próximos años.

Sin embargo, el número de pasajeros en el año 2008 sufrió un descenso, debido en parte a la inauguración de la conexión del AVE entre Madrid y Barcelona, atrayendo a clientes que previamente utilizaban el servicio del puente aéreo.



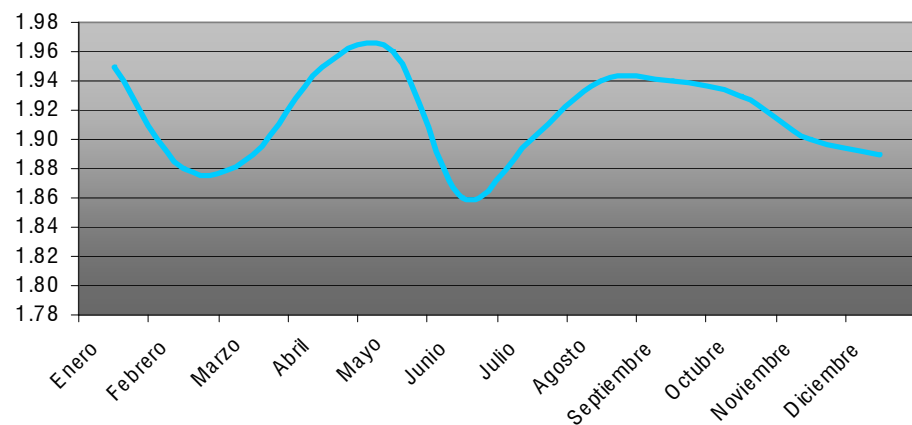

**Tabla 5 Tráfico de Pasajeros en Madrid 1991-08**


2008 Datos proporcionados por AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea)  
Fuente: Informe sobre el Tráfico Mundial ACI

### Duración De La Estancia

La Tabla 6 muestra la duración media de las estancias en establecimientos hoteleros en Madrid en el año 2008. La estancia media registrada en el año 2008 se situó en 1,92 días; y esto confirma la notable presencia de viajeros de negocios cuya estancia se cifra en dos días de media.

La duración de la estancia media ha variado poco desde el año 2006, y sigue estando justo por debajo de los dos días.

**Tabla 6 Duración de la Estancia en Madrid 2008**


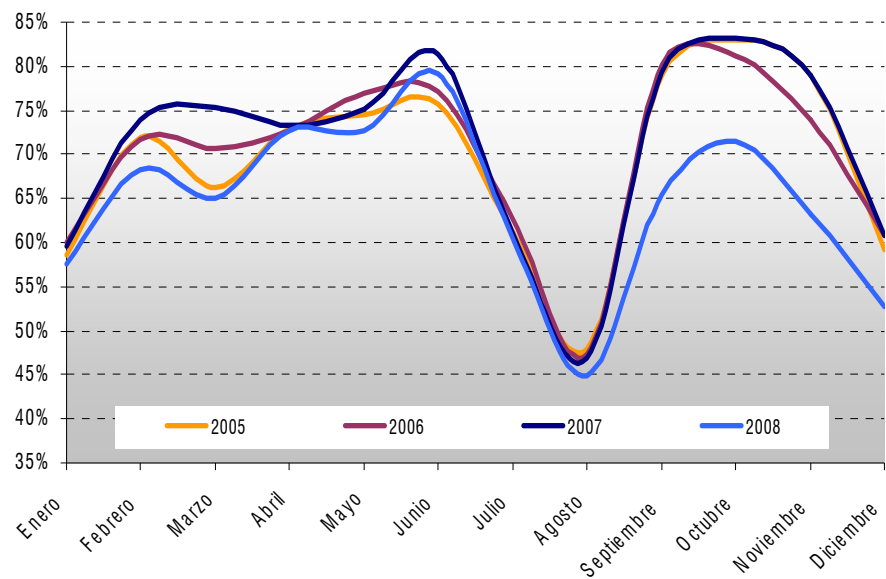
Fuente:INE



## OCUPACIÓN HOTELERA

La Tabla 7 muestra la estacionalidad de la ocupación hotelera en Madrid entre los años 2005 y 2008. Las curvas muestran un buen nivel de demanda durante el año salvo durante el mes de agosto, mes en el que la tasa de ocupación se situó en el 44,9% para luego aumentar hasta situarse en el 65,5% en el mes de septiembre.

**Tabla 7 Estacionalidad de la Ocupación Hotelera en Madrid 2005-08**

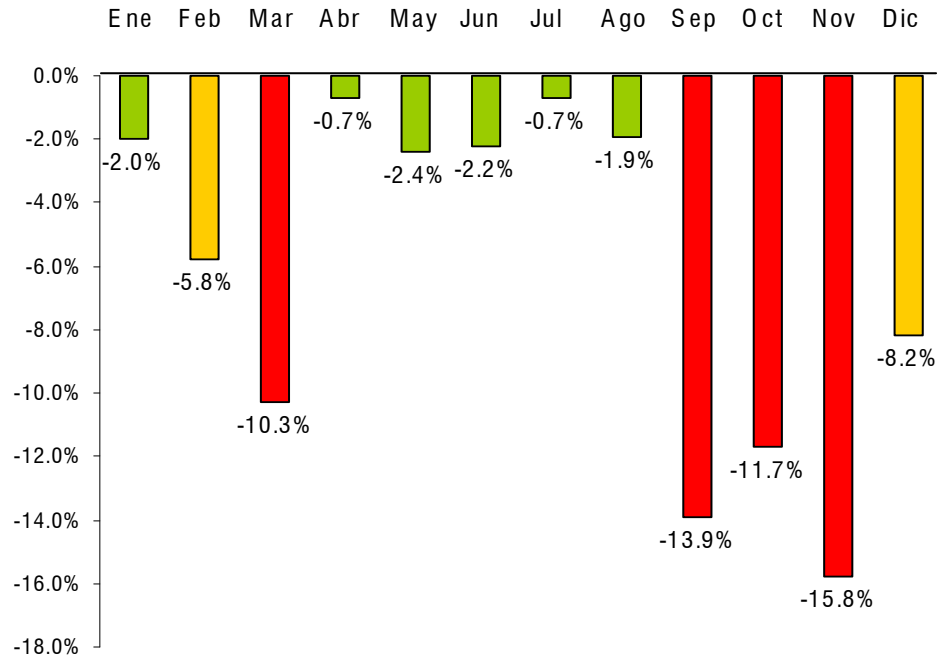


Fuente: STR Global

Debe hacerse constar que el rendimiento desde septiembre a diciembre de 2008 fue notablemente inferior al de años anteriores: el impacto de la 'crisis' se ha hecho notar de forma clara.

Durante los años 2005 a 2007 la tasa media de ocupación siempre superaba el 70%. Sin embargo, durante el año 2008 la tasa de ocupación se situó en un 64%.

La Tabla 8 muestra que durante el año 2008 la tasa de ocupación hotelera mostró una disminución mes a mes. Podría decirse que la ralentización económica, implícita en la caída en el número de visitantes y pernoctaciones desde el mes de septiembre hasta el final del año, no fue el origen de la tendencia a la baja pero sí la empeoró.

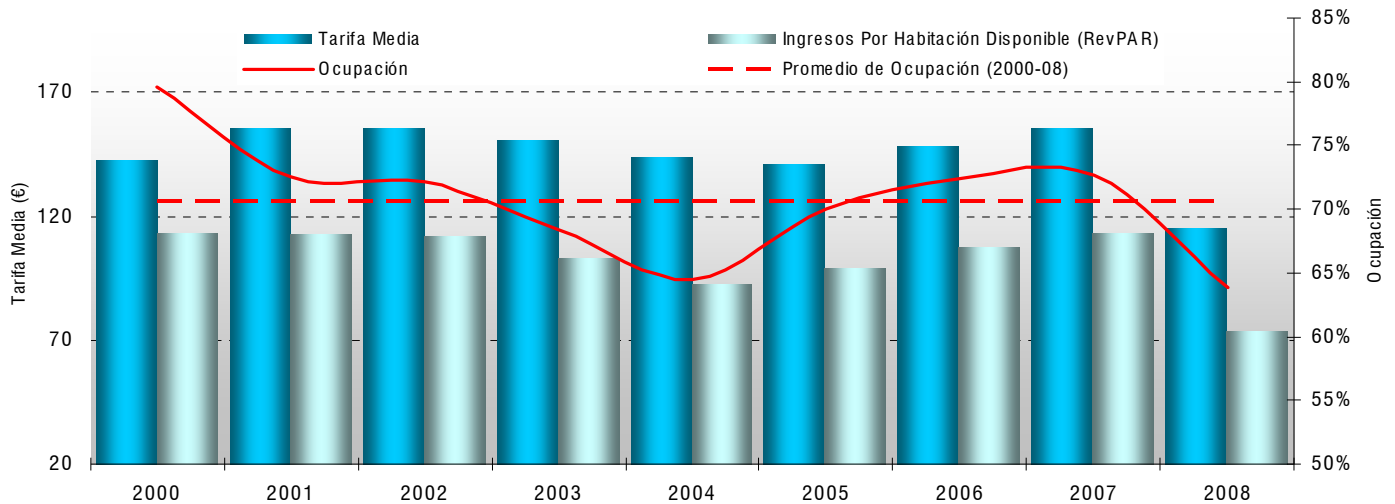

**Tabla 8 Tendencia en la Tasa de Ocupación durante 2008**


Fuente: STR Global

Cuando se consideran las tendencias históricas de los hoteles, se puede observar que los hoteles de marca en Madrid han tenido tasas de ocupación de entre 64,5% y 79,6% entre los años 2000 y 2007 (Tabla 9).

Tal y como muestra la línea roja en la Tabla 9, la tasa de ocupación media disminuyó desde su punto máximo en 1999 y 2000 hasta el 64,5% en el año 2004. La tasa de ocupación se recuperó en el año 2007 aunque durante el año 2008 cayó de forma notable hasta situarse en el 63,9%.

Las oscilaciones en la tasa de ocupación en la industria hotelera no son nada fuera de lo común. Vivimos en un mundo imperfecto: uno en el cual la oferta y la demanda nunca se ajustan de forma rápida. Por lo tanto, al incrementar la demanda es de esperar que el rendimiento de los hoteles de marca sea cíclico ya que los hoteles deberán absorber mayor demanda durante las épocas de escasa oferta y tratar con clientes más selectivos durante las épocas de sobreoferta.


**Tabla 9 Rendimiento Hotelero en Madrid 2000-08**


Fuente: STR Global

La tasa media experimentó la misma tendencia que la ocupación al contraerse entre los años 2001 y 2005, correspondiendo la tasa más baja al año 2005 en que se situó en torno a 141,26 Euros. La tasa media volvió a incrementarse en el año 2007 situándose en torno a 155,63 Euros, cifra similar a la del año 2002.

Dicho patrón en la tasa media no es algo inusual en los mercados maduros en los que las técnicas de gestión de la rentabilidad (yield Management) son capaces de dar una respuesta de forma rápida a las fluctuaciones de la demanda y de la ocupación con un incremento en los precios o un aumento en los descuentos.

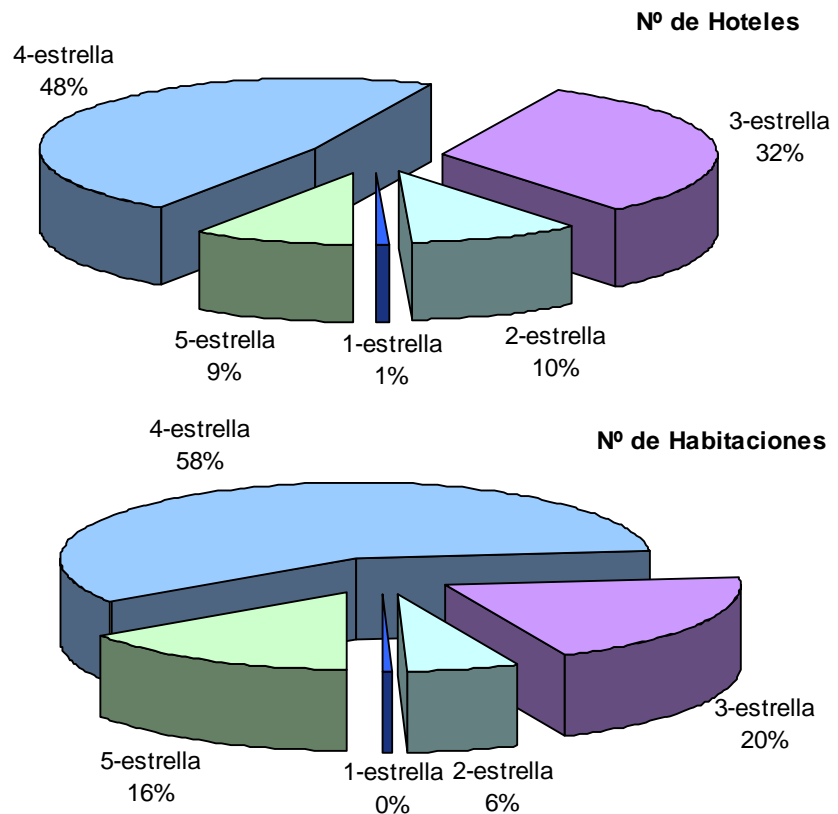
Los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en los hoteles de marca también experimentaron una caída durante 2008. La caída en la tasa de ocupación fue del 8,7% y de un 26% en el precio, el RevPAR disminuyó de forma notable desde los 113 Euros de 2007 hasta los 73 Euros de 2008: el importe más bajo de la última década.

## Oferta

En el año 2008 se contaba con un total de 223 hoteles en Madrid. El desglose por categoría se puede consultar en la Tabla 10.

El mayor número de hoteles en Madrid se encuentran en la categoría de cuatro estrellas, hecho que refleja la naturaleza de los visitantes de negocios (identificados al inicio del presente artículo) que siempre han solicitado hoteles de categoría (pero no de lujo).

En cuanto al número de habitaciones, los hoteles de cuatro estrellas representaron el 58% del mercado.

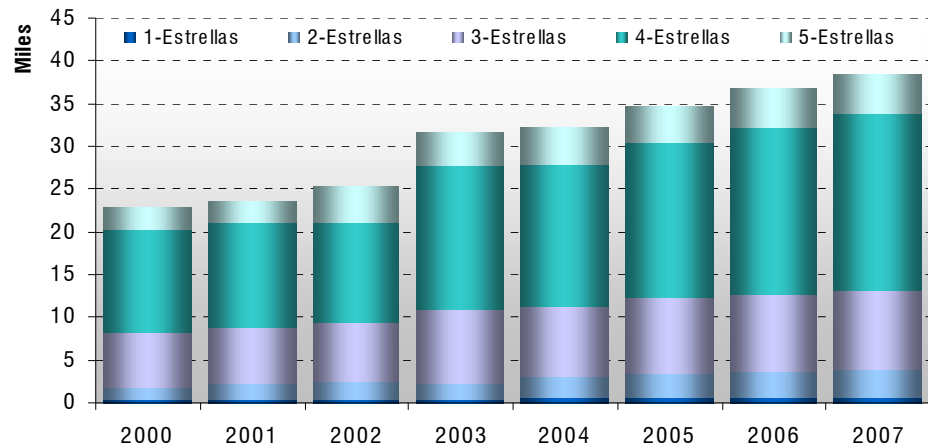

**Tabla 10 Ciudad de Madrid – Cuota de Mercado de la Oferta**


La Tabla 11 muestra el incremento en el número de habitaciones y las categorías en el período comprendido entre 2000 y 2007. A la hora de analizar las tendencias históricas en las habitaciones de Madrid, es importante hacer hincapié en que la tendencia siempre ha sido el incremento de la oferta. Esto era de esperar ya que no se ha registrado ninguna conversión de los hoteles existentes a usos residenciales u otros usos y el hecho de que ningún hotel haya dejado de estar operativo en estos últimos años.

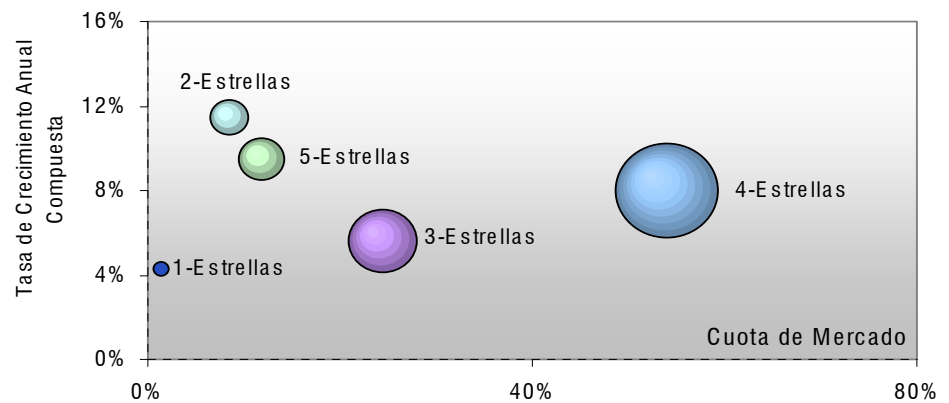
La Tabla 11 muestra claramente que la categoría de cuatro estrellas fue la que registró el mayor incremento, seguido de la categoría de tres estrellas y a continuación la de 5 estrellas.



**Tabla 11 Cuota de Mercado de la Oferta y Crecimiento Anual Compuesto - Madrid**



Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Comunidad De Madrid



Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Comunidad De Madrid

**SEGMENTOS DE GAMA ALTA Y DE LUJO**

La Tabla 12 muestra la tasa de crecimiento en el número de habitaciones en las categorías de cuatro y cinco estrellas. Después del año 2004, y siguiendo la tendencia al alza de la tasa de ocupación, se inauguraron nuevos hoteles, especialmente en la categoría de cuatro estrellas. En el segmento de gama alta el número de habitaciones se elevó desde 16.607 en 2004 hasta 20.670 en 2007, un incremento del 24,5%.


**Tabla 12 Inventario de Habitaciones de gama alta - Ciudad de Madrid 2000-07**

Año	5-Estrellas		4-Estrellas		TOTAL	
	Nº de Hab.	Crecimiento	Nº de Hab.	Crecimiento	Nº de Hab.	Crecimiento
2000	2,388	—	12,034	—	14,422	—
2001	2,374	-1%	12,274	2%	14,648	2%
2002	4,007	69%	11,850	-3%	15,857	8%
2003	3,804	-5%	16,908	43%	20,712	31%
2004	4,337	14%	16,607	-2%	20,944	1%
2005	4,453	3%	18,087	9%	22,540	8%
2006	4,467	0%	19,494	8%	23,961	6%
2007	4,510	1%	20,670	6%	25,180	5%

Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Comunidad De Madrid

## NUEVA OFERTA

En el transcurso de 2008 se registraron varias inauguraciones en los segmentos de gama alta y de lujo. Las inauguraciones más destacables se muestran en la Tabla 13, así como la fecha de apertura tanto de instalaciones nuevas como rehabilitadas.

**Tabla 13 Inauguraciones Recientes y Futuras de la Nueva Oferta - Madrid**

Propiedad	Estrellas	Nº de Hab.	Fecha Inauguración
Pozuelo Praquesol	4	150	2008
Fuentepizarro	4	28	2008
Hilton Madrid Airport	5	284	2008
Doña Candida	4	107	2008
Confortel Atrium	4	195	2008
Maydrit - Hotusa	4	112	2008
Villa Magna	5	150	2009
Eurostars Madrid Tower	5	474	2009
NH Las Tablas	4	149	2009
Andrea Palace	4	80	2009
Radisson SAS, Madrid Prado	4	54	2009
Clement Tach	4	80	2009
Ayre Gran Hotel Colon (Edificio America)	4	160	2009
Selenza Hotel Madrid	5 Lujo	44	2009
Axor Suites Barajas	5 - E	217	2009
Hotel Axor Feria	4	285	2009
Juan de Austria - Summa Hotels	4	51	2009
Rafaelhotels Castellana 200	5 Lujo	145	2010
NH Hotels (tres hoteles)	4	330*	2010
Fiesta Marquesa Ciudad de Aldama	4	70	2010
Ritz	5 Lujo	0*	2011
Manzana Canalejas	5 Lujo	150	2011 ó adelante
<b>Total</b>		<b>3,315</b>	

\* Estimaciones de HVS

En el caso del Hotel Ritz no se ha estimado diferencia alguna en el inventario de habitaciones

Fuente: HVS Research



La nueva oferta en el año 2008 incrementó la oferta total de Madrid en torno al 3,5%. Los siguientes hoteles son algunos de los más significativos dentro de la nueva oferta en el segmento de gama alta de Madrid.

- **Villa Magna (cinco estrellas lujo).** Reapertura en enero de 2009 después de una rehabilitación que ha durado 14 meses con un coste de 50 millones de Euros. El Hotel Villa Magna cuenta ahora 150 habitaciones (antes 180) y tras la salida de Hyatt, ahora se gestiona de forma independiente;
- **Eurostars Madrid Tower (cinco estrellas).** El recientemente inaugurado Eurostars Madrid Tower ocupa 30 plantas de la Torre Sacyr de 235 metros de altura, uno de los cuatro edificios que componen el Distrito de Negocios Cuatro Torres. Este hotel que ha costado 350 millones de Euros consta de 474 habitaciones;
- **Andrea Palace (cuatro estrellas).** Este hotel espera abrir sus puertas a principio de abril de 2009. Se compone de 80 habitaciones y cuenta con un auditorio con un aforo de 120 personas. El diseño ha sido realizado por Cidon Interior Design & Contract y la gestión del hotel, bajo un contrato de 25 años, la realizará Corporación Hispano Hotelera. Se espera que el hotel ocupe un puesto relevante en el sector de lujo de Madrid;
- **Radisson SAS, Madrid Prado.** Se prevé que este hotel, sito en el eje Prado-Recoletos (Paseo del Prado), se inaugure a mediados del año 2009. El hotel se compondrá de 54 habitaciones e incluirá instalaciones tales como un spa, un gimnasio y salas de conferencias;
- El Ritz realizará la renovación de sus habitaciones y ciertas instalaciones con el fin de optimizar el número de habitaciones y mejorar la oferta de tipos de habitación en general;
- **Ayre Gran Hotel Colon (cuatro estrellas).** El hotel está en funcionamiento desde hace dos o tres años, se compone de 164 habitaciones y se ubica en el edificio 'Europa'. Desde febrero de 2009, un edificio adyacente (edificio América) ha estado sujeto a trabajos de rehabilitación y supondrá un incremento de 160 habitaciones. Se estima que dicho proceso de construcción finalice en el mes de septiembre de 2009.

### **Primer Trimestre 2009 y Previsiones para el Futuro**

Con las recientes inauguraciones de hoteles de gama alta y la disminución en el número total de visitantes, la tasa de ocupación ha disminuido.

La Tabla 14 muestra la tendencia en las habitaciones en los hoteles de marca y la demanda de pernoctaciones en los últimos nueve años. Experimentada una importante ampliación en el año 2003, la oferta de habitaciones ha aumentado de forma continua.




**Tabla 14 Inventario de Habitaciones gama alta y Pernoctaciones - Madrid 2000-08**

Año	Inventario de Habitaciones	% Crecimiento	Ocupación	Demanda de Pernoctaciones	% Crecimiento
2000	14,422	—	79.6%	4,190,167.88	— %
2001	14,648	1.6 %	72.5%	3,876,227.00	-7.5
2002	15,857	8.3	72.2%	4,178,795.21	7.8
2003	20,712	30.6	68.4%	5,170,957.92	23.7
2004	20,944	1.1	64.5%	4,930,741.20	-4.6
2005	22,540	7.6	70.0%	5,758,970.00	16.8
2006	23,961	6.3	72.4%	6,331,933.86	9.9
2007	25,180	5.1	72.6%	6,672,448.20	5.4
2008	26,056	3.5	63.9%	6,077,171.16	-8.9

Fuente: Estimaciones de HVS

Tal y como muestra la Tabla 14, Madrid atravesó por una fase de excesiva construcción (2000-04), tiempo durante el cual el aumento en el inventario de habitaciones en hoteles de marca superó el incremento en la demanda de pernoctaciones. Desde el año 2005 el inventario de habitaciones empezó a equipararse con la creciente tasa de demanda. Esto derivó en un mayor crecimiento con nuevos proyectos en vías de desarrollo. La difícil situación económica actual, y la consiguiente disminución en el número de pernoctaciones, han provocado que se perciba con mucha antelación la sobreoferta existente.

Aunque la información contenida en la Tabla 14 no es exhaustiva, es posible estimar el incremento en el inventario de habitaciones de los próximos dos años y el consiguiente impacto sobre las tasas de ocupación.

Tal y como se muestra en la Tabla 15, se espera que la oferta continúe su ritmo de crecimiento durante el año 2009 debido al número de proyectos en vías de desarrollo. Para poder mantener la actual tasa de ocupación (63,9%) deberá aumentar la demanda. Con la actual tendencia en el número de visitantes y pernoctaciones, esto parece poco probable.

Teniendo en cuenta los proyectos en vías de desarrollo para los años 2009 y 2010, hemos estimado la tasa de ocupación del segmento de gama alta para estos años.

En un escenario de crecimiento cero, se prevé que la tasa de ocupación descienda hasta situarse en torno al 58,7% debido al incremento en el número de habitaciones disponibles.

**Tabla 15** Pernoctaciones – Cero Crecimiento

Año	Inventario de Habitaciones	% Crecimiento	Ocupación	Demanda de Pernoctaciones	% Crecimiento
2009	27,800	6.7	59.9%	6,077,171.16	0.0
2010	28,345	2.0	58.7%	6,077,171.16	0.0

Fuente: Estimaciones de HVS

En un escenario pesimista, en el cual el número de pernoctaciones se reduce en un 7,5% en el año 2009, la tasa de ocupación podría llegar a caer hasta situarse en torno al 55,4% debido a la aparición de la nueva oferta de habitaciones.

Un descenso del 5% en el año 2010 resultaría en una caída en la tasa de ocupación a un nivel sin precedentes del 51,6%.

**Tabla 16** Disminución en las Pernoctaciones

Año	Inventario de Habitaciones	% Crecimiento	Ocupación	Demanda de Pernoctaciones	% Crecimiento
2009	27,800	6.7	55.4%	5,621,383.32	-7.5
2010	28,345	2.0	51.6%	5,340,314.16	-5.0

Fuente: Estimaciones de HVS

De los datos disponibles correspondientes al primer trimestre del 2009, se desprende que dichas previsiones pueden llegar a materializarse sin dificultad. Cuando se comparan los datos interanuales del primer trimestre del 2009 (véase la Tabla 17), se desprende que al comienzo del presente año la tasa media de ocupación ya se encontraba por debajo de los niveles correspondientes al año 2008, de hecho, por primera vez debajo de un nivel de 60% en los últimos siete años. Además, es importante tener en cuenta el efecto de la *Semana Santa*, tradicionalmente temporada alta, que en el año 2008 se celebró durante el mes de abril (período que, por lo tanto queda excluido de las cifras presentadas) y que en el presente año lo hizo el mes de marzo. Esto significa que la diferencia es aún mayor que la que aparece en la tabla y muestra de forma poderosa la caída en la tasa de ocupación registrada en el primer trimestre del 2009.

El Aeropuerto Internacional Barajas también notó un importante descenso en el número de pasajeros durante los primeros cuatro meses de 2009. El volumen de pasajeros en el 2009 sufrió un descenso del 14,7% en febrero, un 16,8% en marzo y un 2,3% en abril (no disponemos de los datos correspondientes al mes de enero) en términos interanuales. Unos

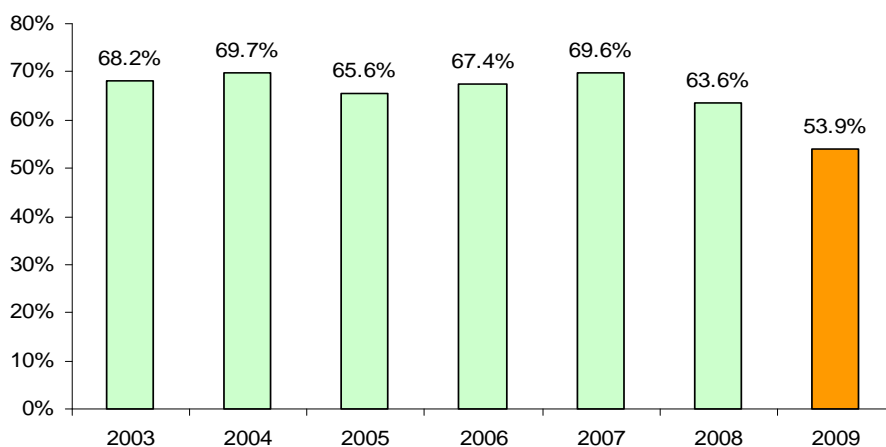


descensos de tal magnitud en el número de pasajeros pueden resultar en la cancelación de ciertas rutas o una reducción en la frecuencia de vuelos, por lo que se reduciría la accesibilidad a Madrid. Esto crearía una barrera adicional, suponiendo una reactivación del mercado, en la que una ampliación en la frecuencia de los vuelos reducidos podría no llegar a tiempo para satisfacer la creciente demanda hotelera.

Es importante tener en cuenta que simultáneamente con la caída en la tasa de ocupación durante el primer trimestre de 2009, la tarifa media también se ha visto reducida de 119 Euros en el 2008 a 103 Euros en 2009 (Fuente: STR Global). Los gestores de los hoteles han contenido dicha reducción del 13% en la tarifa debido a que estos están dispuestos a sacrificar la tasa de niveles de ocupación para poder mantener los precios lo más alto posible.

Los directores saben perfectamente que una reducción generalizada de precios no sería ventajosa para nadie y tampoco tendría un efecto positivo en los niveles de ocupación. No obstante, de producirse un efecto beneficioso, solamente sería a corto plazo y dificultaría aún más la recuperación de las tarifas.

**Tabla 17 Comparativa del Rendimiento del Primer Trimestre**



Fuente: STR Global

## Productos Especializados

Debido a que la mayoría de los hoteles dependen del sector de negocios y dada la situación económica en la que nos encontramos, es difícil estimar en qué momento comenzará a recuperarse la demanda y hasta dónde dicha recuperación ha de llegar. Las empresas se preocupan más que nunca por los gastos: el número de viajes se ha reducido al máximo y la tendencia es de viajes de corta duración o, cuando sea posible, que se efectúen en el mismo día. Además, las instalaciones hoteleras tradicionales para uso empresarial han sido sustituidas por alojamiento de menor coste.



En momentos de incertidumbre financiera tal y como el que atravesamos, los viajeros inevitablemente decidirán posponer sus viajes de ocio y de negocios, tomando decisiones de viajar en el último momento. También es probable que en muchas ocasiones los viajes de larga duración se pospongan o cancelen, mientras que los viajes cortos o vacaciones de fin de semana pueden incluso incrementarse ya que representan una alternativa más asequible.

Esto ha otorgado una oportunidad para productos especializados - como por ejemplo el sector de servicios limitados - para aumentar el número de clientes. Este efecto tiene dos vertientes: por una parte se ha producido un cambio en la demanda por parte de las empresas que ahora utilizan instalaciones con una buena relación calidad-precio y, por otra parte, los turistas conocen mejor los productos ofertados pudiendo por ello tomar decisiones mejor adaptadas a sus necesidades.

Los hoteles forman una parte intrínseca de nuestras vidas y podemos elegir fácilmente aquellos que cumplirán nuestras necesidades. A través del fenómeno de vuelos de bajo coste, se les ha educado a los clientes, por medio de los bajos precios, a utilizar un transporte básico y carente de servicios superfluos. Este mismo fenómeno se ha detectado en el sector hotelero: el cliente busca un alojamiento que cubra sus necesidades básicas sin extras añadidos. En las palabras de Travelodge: 'Todas las habitaciones hoteleras son iguales una vez se hayan apagado las luces'. La empresa Travelodge parece contenta con el rendimiento de sus dos activos que se encuentran en las afueras de Madrid. Desde luego, esta máxima tiene sentido. Los turistas no están dispuestos a elegir un hotel con instalaciones que saben que no van a utilizar, como puede ser el caso de las piscinas u otras instalaciones. El sector del ocio ha evolucionado.

Como consecuencia del aumento de las aerolíneas de bajo coste, los destinos turísticos son ahora accesibles a un mayor sector del mercado. Bajo el lema de 'ahorra en el vuelo, gasta en la pernoctación', se ha experimentado un cambio hacia producto de mayor calidad. Los turistas en viajes de corta duración eligen hoteles céntricos que ofrecen servicios limitados. De esta forma se aseguran un nivel mínimo de calidad en las instalaciones además de estar bien ubicados en el centro de la ciudad, de tal forma que pueden aprovechar al máximo sin perder tiempo en desplazamientos.

Conjuntamente con Travelodge, otros operadores de servicios limitados han decidido entrar en este segmento, como por ejemplo las españolas Room Mate, que triplicó sus ventas en el año 2008, y el grupo High-Tech Hotels que prevé mantener su nivel de crecimiento a lo largo del 2009. Las estrategias de crecimiento de todos los sectores son ambiciosas y está claro que las rentabilidades son atractivas.



El caso de los hoteles High-Tech es simbólico. Con 19 hoteles en noviembre de 2008, anunció a la prensa que habría nueve nuevos hoteles en vías de desarrollo en Madrid entre los años 2009 y 2010. Algunos de estos hoteles se crearán mediante la reconversión de inmuebles existentes, como por ejemplo el recién inaugurado Petit Palace Mayor que se compone de 58 habitaciones. También se reconvertirán tres edificios que se encuentran en la Plaza Santa Bárbara, en la calle Alfonso XII y en la calle Caracas. Sin embargo, sólo uno de los anteriores proyectos (el que se encuentra en la Plaza Santa Bárbara) está en proceso de rehabilitación, mientras que los otros dos proyectos se han pospuesto por ahora.

Tal y como cabría esperar, con tasas de ocupación previstas en torno al 80% y precios de aproximadamente 100 Euros, este mercado ha llamado la atención de otros operadores tanto locales como internacionales. Easyhotel, Qbic, y PentaHotels ofrecen habitaciones ('boxes') de diseño con camas confortables e instalaciones de alta tecnología, y en estos momentos todos están estudiando su implantación en las principales ciudades españolas (así como otras ciudades europeas) para sus estrategias de expansión.

Además, los operadores hoteleros tradicionales también están considerando penetrar en este mercado rentable con nuevas marcas de bajo coste.

### **Período Incierto**

Es aceptado el hecho de que nadie puede predecir el momento de la finalización de la recesión actual ni de cómo se verán afectadas las economías anteriormente florecientes, como la española.

Los hoteles de servicios limitados han aparecido como un oasis en el desierto en relación a la decreciente demanda de hoteles que ofrecen servicios tradicionales, pero con la introducción de muchos operadores nuevos con estrategias de expansión agresivas, aquellos operadores ya presentes en el mercado difícilmente pueden predecir la duración de las rentabilidades buenas de este sector.

Ahora todos están pendientes de la candidatura de Madrid para los Juegos Olímpicos de 2016 – una oportunidad para realzar todavía más el perfil de la ciudad. Con la publicidad y demanda inducida que puede generar este evento, posiblemente ahora sea el momento para que todos los hoteles de la ciudad, especialmente los de gama alta y de lujo, empiecen a planificar su recuperación en un mundo que probablemente haya cambiado para siempre.

**Nota:** Ninguna decisión de inversión deberá basarse en el presente artículo. Para ampliar información contacte con los autores.



### Sobre los autores



**Gabriele Kiessling es Analista de Mercado en HVS Madrid.** Gabriele, natural de Berlín y cuyo idioma materno es el alemán también habla Inglés, Español y Francés. Se graduó en la University of Surrey en el año 2003 y tiene un Bachelors Degree (Hons) en Turismo y Gestión. Desde su incorporación a HVS en el año 2007, ha sido la responsable de todos los aspectos de información de mercado y apoya las actividades de la oficina en Madrid a través de sus investigaciones, análisis, consultoría y publicación de artículos.



**Giuliano Gasparini es un Senior Associate en HVS Madrid.** Es economista y se graduó por la Universidad Bocconi en el año 2001 y realizó un Master en Ciencias de Economía Urbana y Gestión en la Erasmus Universiteit en Rotterdam y un Master en Ciencia del Turismo y Economía por la Universidad Bocconi. Giuliano ha estado trabajando en el sector de consultoría y asesoramiento de turismo desde el año 2003 y ha redactado muchos estudios de viabilidad económica y financiera para hoteles, hoteles urbanos, hoteles boutique, complejos turísticos y desarrollos de uso mixto. Además ha realizado diversas valoraciones en Europa Central y Europa del Este, Alemania, Italia, España y la zona mediterránea. Giuliano forma parte del equipo de la oficina de HVS Madrid desde el mes de enero del 2008.

Para ampliar información póngase en contacto con Gabriele Kiessling o Giuliano Gasparini:



#### **Gabriele Kiessling – Analista**

Correo Electrónico: [gkiessling@hvs.com](mailto:gkiessling@hvs.com)

#### **Giuliano Gasparini, Senior Associate**

Correo Electrónico: [ggasparini@hvs.com](mailto:ggasparini@hvs.com)

*O visite nuestra web en [www.hvs.com](http://www.hvs.com)*



#### **Konstanze Auernheimer – Director de Marketing**

Correo Electrónico: [KAuernheimer@strglobal.com](mailto:KAuernheimer@strglobal.com)

*O visite nuestra web en [www.strglobal.com](http://www.strglobal.com)*