

SEPTIEMBRE 2010

Informe sobre el Mercado Hotelero en Madrid

Hoteles en Madrid- ¿En Vías de Recuperación?

ESTHER GLADEN, *Business & Market Intelligence Analyst*

GIULIANO GASPARINI, *MRICS, Senior Associate*



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

Informe sobre el Mercado Hotelero en Madrid

Este artículo versa sobre el mercado hotelero en Madrid hasta verano 2010 y nuestro punto de vista sobre las tendencias dentro del sector hotelero y turismo en este momento.

Resumen

- Tras un periodo de crecimiento continuo hasta finales de 2007, el total de llegadas al aeropuerto de Barajas ha ido bajando durante los dos años siguientes hasta finales de 2009.
- Comparado con el mismo periodo del año pasado, el número de llegadas en su totalidad ha incrementado en los primeros seis meses de 2010,
- El número de pernoctaciones publicado para el periodo enero a julio 2010, muestra una subida comparándolo con los años 2008 y 2009 (incluso con el 2007) en cada mes, salvo en febrero y julio.
- El aumento de pernoctaciones no se ha manifestado enteramente en una ocupación hotelera más elevada, situándose la tasa media de ocupación en un 65,4% en la actualidad, estando por debajo de los niveles de 2007 y 2008 pero superando en definitiva los de 2009.
- Los hoteles “*upscale*” y de lujo (cuatro y cinco estrellas) son los que más han sufrido la bajada de ocupación. El descenso más fuerte en términos de ADR (tasa media por habitación) se ha mostrado en las categorías de tres y cuatro estrellas.
- Si continua o hasta mejora la tendencia alcista de las pernoctaciones (como suele suceder en la segunda mitad del año), se prevé un crecimiento de la ocupación hotelera superando la misma los niveles conseguidos en 2009 e incluso en 2008.
- El conjunto de todos estos factores, combinado con la consolidación de Madrid como centro de negocios y finanzas tanto como principal destino turístico, emite señales visibles de recuperación pero más cambios serán necesarios en la infraestructura del mercado hotelero para poder alcanzar los niveles registrados antes de la crisis. El camino por delante parece ser prometedor pero todavía quedarán obstáculos a superar.

Perspectiva Económica Nacional

Después de la euforia por haberse llevado la Copa del Mundo a casa, España se ha tenido que volver a enfrentar a la cruda realidad. La economía española sigue sufriendo mucha presión por la situación económica y financiera global, además, la reciente subida del IVA representa otro factor negativo, por lo menos a corto plazo. Según EIU (The Economist Intelligence Unit) el crecimiento real del PIB se irá recuperando gradualmente hasta llegar a un -0,50 en el año 2010 y no alcanzará un

1,80% hasta 2014, siendo este un porcentaje inferior al que se obtuvo en 2006.

Se prevé que la inflación subirá a un 1,00% en 2010 (en 2009 hubo una media de -0,30%) y que finalmente llegará a un 1,70% en 2014.

Tabla 1 Indicadores Económicos - España

					Previsión				
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Crecimiento Real PIB (%)	3,90	3,66	1,20	-3,60	-0,50	0,60	1,10	1,60	1,80
Indice del Precio al Consumo (%)	3,50	2,79	4,00	-0,30	1,00	0,90	1,30	1,60	1,70
Saldo Presupuestario (% of PIB)	1,80	2,23	-3,30	-11,20	-9,90	-7,70	-6,70	-5,80	-5,10
Balanza de Cta. Corriente (% of PIB)	-8,60	-10,10	-9,40	-5,10	-4,70	-4,31	-4,00	-3,30	-3,20
Tipo de Interés Corto Plazo (promedio%)	3,10	4,30	4,80	1,20	0,70	0,90	1,50	3,60	4,10
Tipo de Cambio E.E.U.U.:€ (promedio)	1,26	1,37	1,46	1,39	1,30	1,22	1,18	1,18	1,21

Fuente: EIU, Julio 2010

Llegadas de Turistas y Demanda

Las Tablas 2 y 3 muestra que el incremento de visitas a Madrid desde el año 2003 a 2009 ha sido del 54,3% con una tasa anual compuesta de 7,5%.

Tabla 2 Llegadas Nacionales 2003-09 (millones)

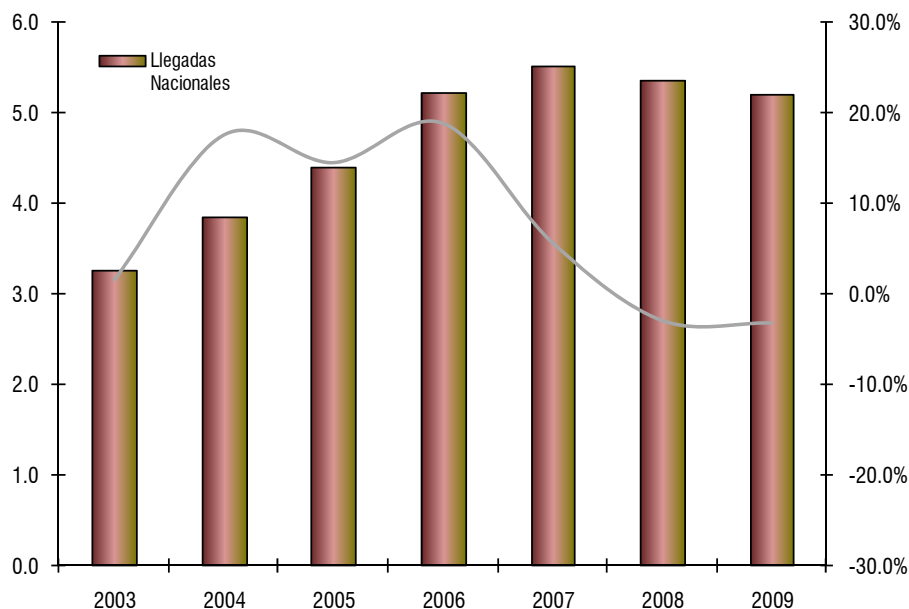
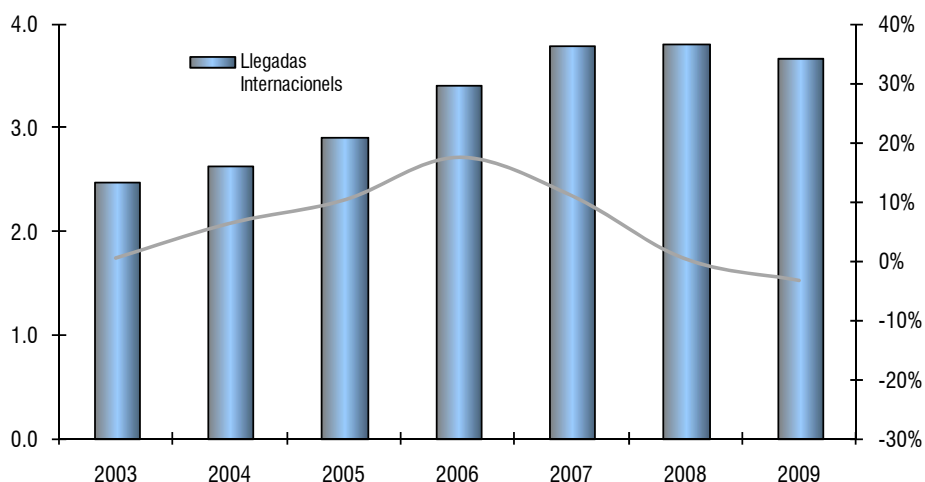


Tabla 3 Llegadas Internacionales 2003-09 (millones)

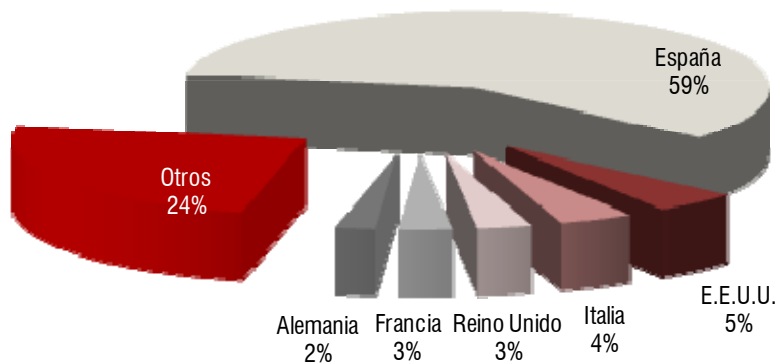


Source: INE - Instituto Nacional de Estadísticas

A finales del año 2000 el número de visitantes nacionales e internacionales estuvo bastante equilibrado (52%/48%). En los años siguientes la cantidad de visitantes nacionales fue aumentando de forma constante, llegando a una proporción de 59%/41%. Probablemente esta subida se debe al crecimiento del turismo nacional en general tanto como al hecho de que Madrid como capital de España atrae cada vez más empresas e instituciones, convirtiéndose en principal destino para viajeros de negocios nacionales.

La Tabla 4 muestra que en 2009 los E.E.U.U. proporcionaron el número de visitantes más elevado, seguido por Italia, Reino Unido, Francia y Alemania. En la categoría “Otros” Portugal y Japón representaron los mercados más significativos, ambos con menos del 2%.

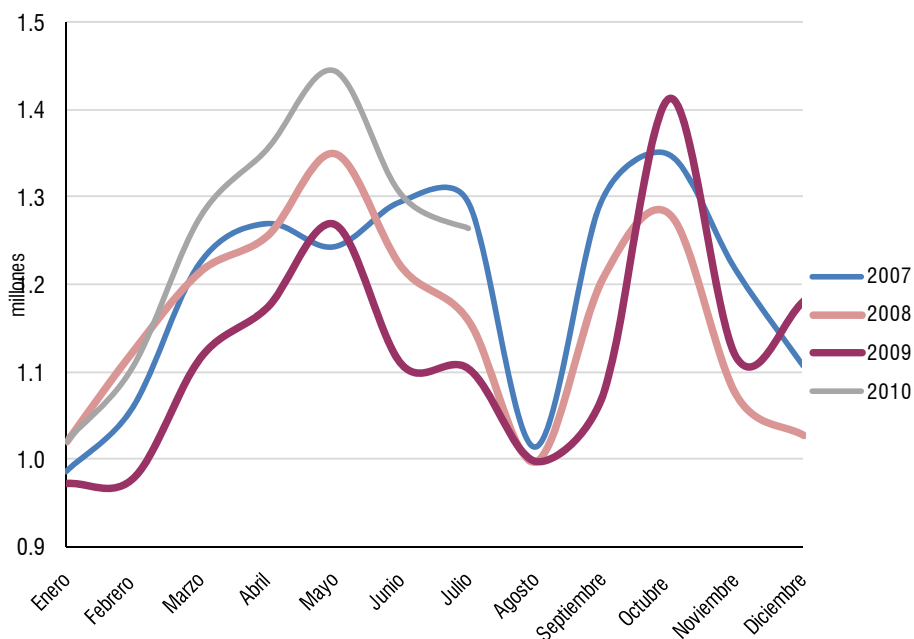
Tabla 4 Combinación de Nacionalidades en Madrid - 2009



Fuente: Patronato Municipal de Turismo de Madrid (2009)

Tabla 5 muestra la estacionalidad de pernoctaciones durante los cuatro años de 2007 a 2010.

Tabla 5 Estacionalidad de Pernoctaciones – Madrid 2007-2010



Fuente: INE Encuesta de Ocupación Hotelera

La pauta de la estacionalidad registrada en 2009 está en línea con los años anteriores, mostrando el nivel de ocupación más alto en mayo, después de los meses difíciles de invierno y los de primavera con menos actividad, y otro alto en octubre, después del tradicional descenso en los meses de verano.

Durante el primer semestre del 2009, se registró un total de pernoctaciones inferior al de 2008, mientras a partir de octubre de 2009 este total supera los niveles del año anterior, dato que se puede considerar un indicador en la vía de la recuperación del mercado.

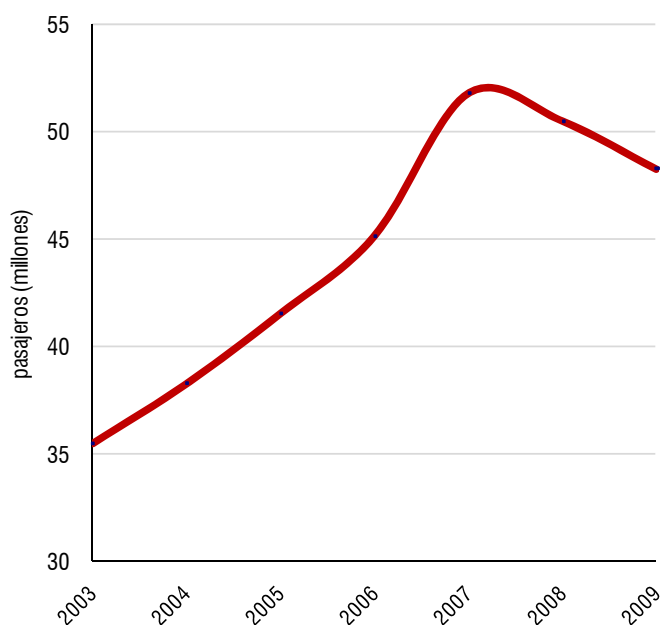
Las cifras del primer semestre de 2010 muestran señales interesantes en cuanto a la recuperación de la ciudad en términos de pernoctaciones, ya que en algunos casos se superan los niveles de 2008 y 2007. Esta recuperación ha sido alimentada por el incremento en pernoctaciones nacionales e internacionales aunque ambos segmentos han sufrido las típicas bajadas de temporada en los meses junio y julio.

Tráfico Aeroportuario

En el año 2009 el número de llegadas al aeropuerto internacional de Madrid Barajas se situó en aproximadamente 48,3 millones, descendiendo de aproximadamente 50,5 millones en 2008, nivel alcanzado después de varios años de crecimiento continuo. El descenso comenzó en 2008, en parte causado por el AVE, el tren de alta velocidad que circula entre Madrid y Barcelona que disminuyó notablemente el uso del Puente Aéreo por los

viajeros diarios. Desde luego la otra razón por la cual han bajado las llegadas es la reducción de viajes de negocios y de ocio en general. Las cifras provisionales publicadas hasta el mes de julio de 2010 ascienden a un total de 28,6 millones de pasajeros, un 3% que en el mismo periodo del año 2009.

Tabla 6 Tráfico de Pasajeros en Madrid 2003-09



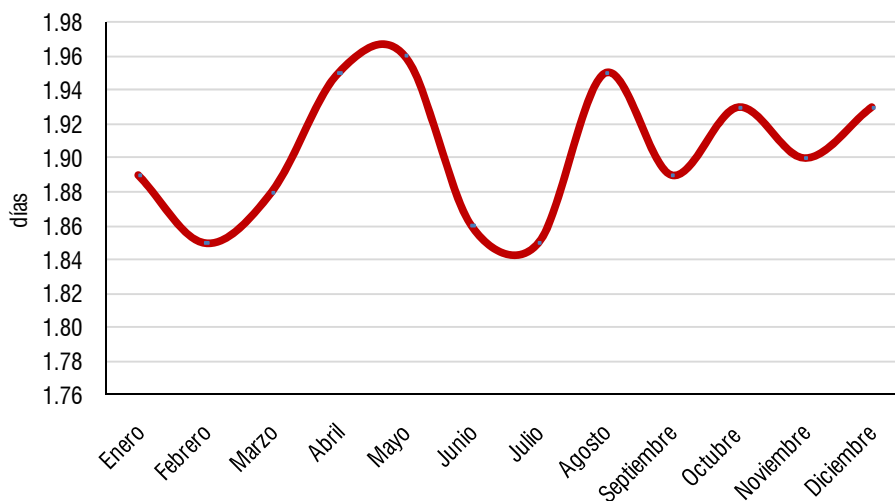
Fuente: ACI Worldwide, excepto datos de 2009 (AENA)

Duración de la Estancia

Tabla 7 indica la estancia media en los hoteles de Madrid en el año 2009. La estancia media general fue de 1,90 días, viéndose reflejado el impacto de la típica estancia de dos días de los viajeros de negocio. No obstante, a pesar de que no se ve una media de más de dos días durante ningún mes del año, la estancia media se ve influida por el cambio del tipo de turista que visita la ciudad. Es decir, que durante los meses de abril, mayo y octubre las estancias suelen ser ligeramente más largas porque los viajeros de ocio aprovechan de los festivos y puentes en estas fechas. El mismo comportamiento se observa en agosto y diciembre, los meses de vacaciones tradicionales. Durante el resto del año la estancia media se establece en menos de 1,90 días, más bien reflejando la actividad de viajeros de negocio que de ocio.

Las cifras provisionales publicadas en 2010 muestran una estancia media de 1,93 días, estando en línea con los resultados de años anteriores.

Tabla 7 Duración de la Estancia en Madrid 2009

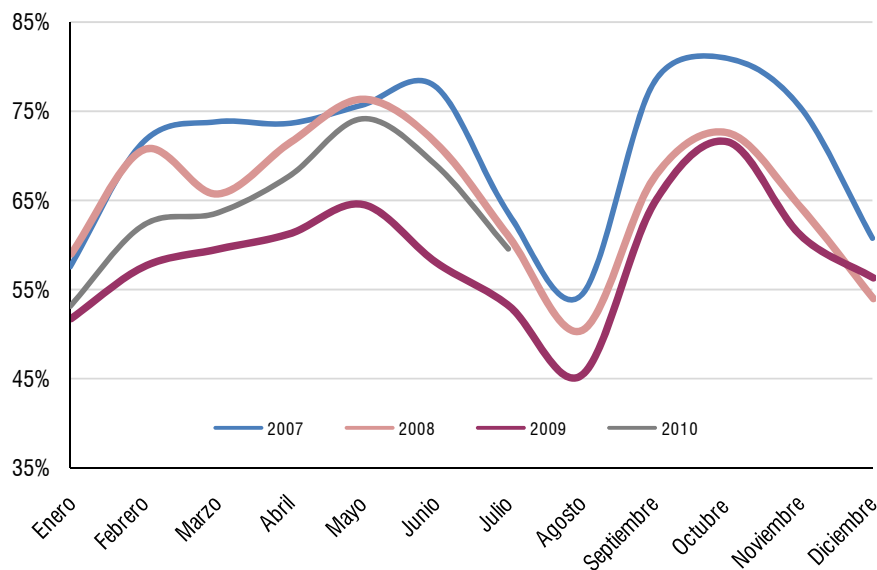


Fuente: INE-Instituto Nacional de Estadísticas

Ocupación Hotelera

La Tabla 8 muestra la estacionalidad de la ocupación hotelera en Madrid desde 2007 hasta julio de 2010. Todas las cifras se encuentran en un nivel más bajo que las de 2008 y 2009, con la excepción de enero y mayo 2008. Sin embargo consta que la ocupación media comenzó a subir a partir del mes de diciembre de 2009, mostrándose los valores de 2010 (de enero a julio) más altos que los del mismo periodo del año anterior. Esta tendencia va en paralelo con el aumento de pernотaciones mostrado en Tabla 5 que inició en octubre 2009 para así seguir hasta el verano 2010.

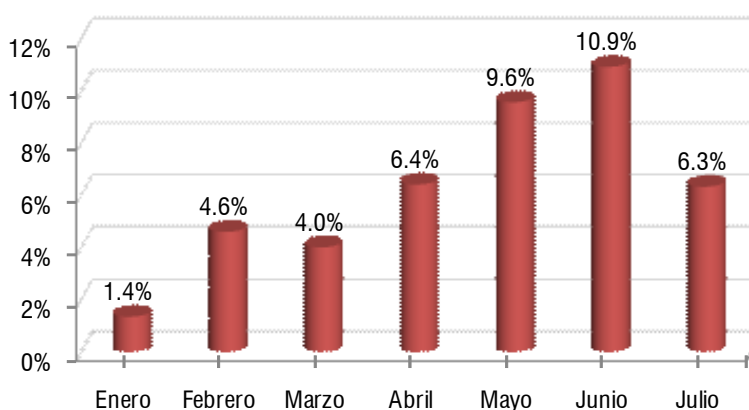
Tabla 8 Estacionalidad de la Ocupación Hotelera en Madrid 2007-2010)



Fuente: INE Encuesta de Ocupación Hotelera

Contemplando las cifras mensuales en algunos casos como mayo 2010, la ocupación llegó a un 74,1%, solo un 1,5% menos que el nivel más alto en 2007. Comparando el mes de junio 2010 con el mismo mes del año 2009 se registra un incremento de un 10,9% (véase la Tabla 9 abajo). Todos estos datos nos hacen esperar que el mercado siga recuperándose poco a poco durante la segunda mitad del año 2010, a pesar de la ralentización en el mes de julio.

Tabla 9 Ocupación enero-julio - Tasa de Variación 2010/2009



Fuente: INE Encuesta de la Ocupación Hotelera

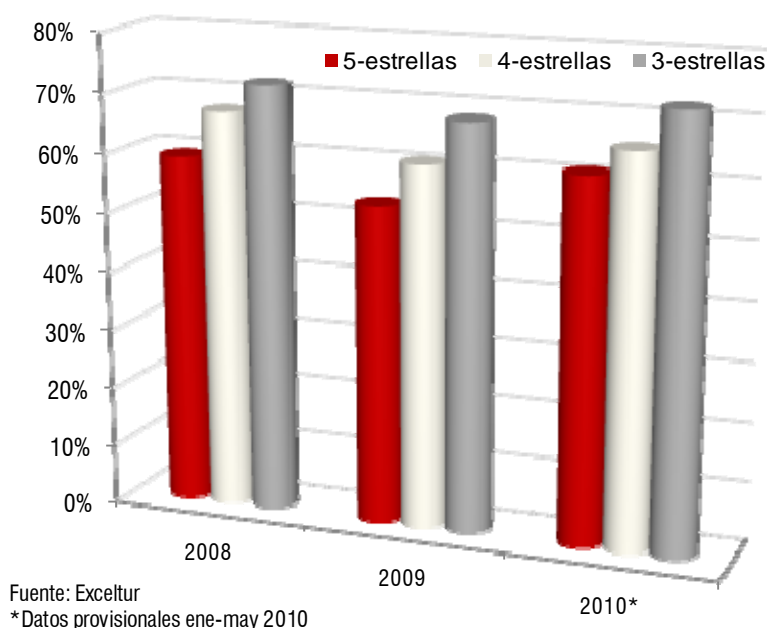
Según nuestra investigación de mercado y las conversaciones mantenidas con personas involucradas en el sector hotelero de Madrid, hemos podido identificar varios factores que han influido en los resultados del mercado:

- Condiciones económicas ligeramente mejoradas en los mercados de fuente internacionales que más importancia tienen para España;
- Aumento de interés en Madrid como destino urbano internacional hasta en los meses calurosos de verano;
- Pasos de recuperación por parte del sector de viajes de negocios, reconociendo las empresas la necesidad de mantener el negocio vivo para sobrevivir la crisis.
- El próximo mes de octubre será significativo por su tradicional importancia como mes de temporada alta en la segunda mitad del año. Si los porcentajes de ocupación se acercan a los niveles del año 2007, realmente se podrá decir que el sector hotelero en Madrid se está recuperando.

La comparación de las tasas de ocupación en su totalidad por categoría hotelera (véase Tabla 10) muestra claramente que los más afectados por la crisis son los establecimientos "upscale" y de lujo, con un descenso del 9,7% en la categoría de cinco estrellas y un 9,5% en el segmento de cuatro estrellas, cuando la ocupación de los hoteles de tres estrellas en cambio solo ha bajado un 5,4%.

Durante la segunda mitad de cada año la ocupación suele ser más baja que en los primeros seis meses. Los datos publicados para el periodo enero a mayo 2010 contienen tasas medias de ocupación mucho más elevadas que la tasa media de todo el año 2009 y aunque las cifras bajen durante la segunda mitad del año 2010, puede que nos encontremos con la prueba de que los resultados del año 2010 superarán a los del año pasado.

Tabla 10 Tendencias de Ocupación por Categoría - 2008-2010



En este contexto es importante mencionar que la disminución de la tasa de ocupación en 2009 no se debe únicamente al hecho de que los clientes han cambiado su modelo de consumo sino que es una consecuencia de la estrategia de precios adoptada por cada segmento.

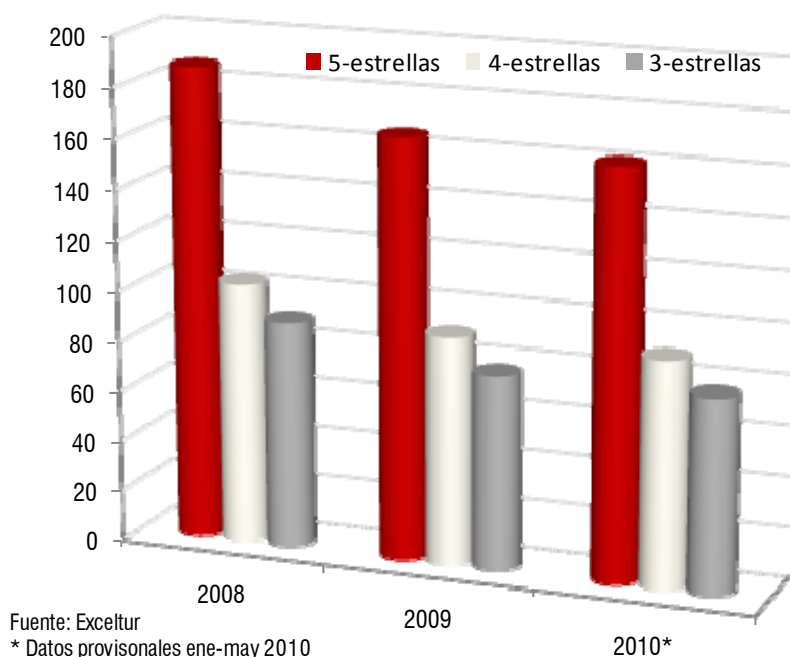
La Tabla 11 muestra que los hoteles de cinco estrellas han preferido aceptar una ocupación reducida, manteniendo a su vez los precios (ADR) en el nivel más alto posible, a pesar de una caída acumulada del 11,3% en los años 2008 y 2009. Esta estrategia ha sido aplicada por la mayoría de los hoteles de la ciudad, con la excepción de unos pocos con espíritu independiente que han optado por reducir el precio por habitación o lanzar ofertas especiales durante todo el año. En la mayoría de los casos esta táctica ha sido aplicada por un problema práctico más inminente, la falta de liquidez, y no por falta de estrategia.

Los hoteles de tres y cuatro estrellas sufrieron las mayores caídas de ingresos por habitación (ADR) en los años 2008 and 2009, reduciéndose los mismos por un 12,7% en 2008 y un 14,4% en 2009. Por la cantidad de establecimientos abiertos en este segmento, el mercado "midscale" de la ciudad no es tan transparente como el de los todavía contados cinco

estrellas. Por tanto, los gerentes con frecuencia se enfrentan a problemas en reaccionar con rapidez al cambio de política de precios realizado por sus competidores. Es evidente que los hoteles no han adoptado una estrategia en común sino han decidido escoger el camino más fácil, rebajando los precios para generar negocio. A largo plazo quizás habría sido preferible añadir valor, ofreciéndole al cliente más por su dinero o destacar más el producto para no perjudicar la recuperación de los precios en el futuro.

De enero a mayo 2010 las cuotas de los hoteles de cuatro y cinco estrellas no han variado notablemente, registrando los de cinco estrellas una reducción de 2,7% y los cuatro estrellas un 0,8% respectivamente, mientras el segmento de tres estrellas no ha variado. Esto podría significar que la cosa ya está tocando fondo.

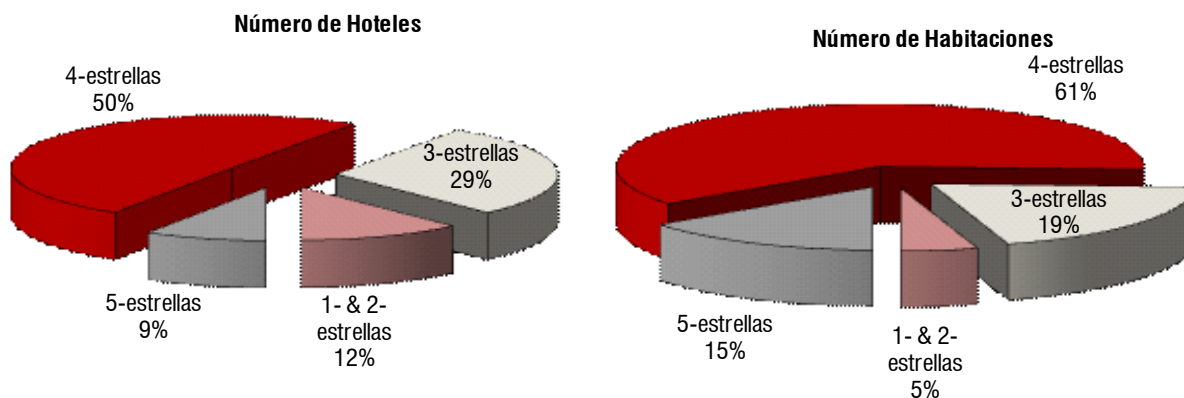
Tabla 11 ADR por Categoría 2008-2010



Oferta Hotelera

En la actualidad la ciudad de Madrid cuenta con un total de 260 hoteles. El desglose por categoría se puede consultar en la Tabla 12.

Tabla 12 Cuota de Mercado de la Oferta – Ciudad de Madrid (2010)



Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio Pyme, INE (2008)
 Dirección General de Turismo, Comunidad de Madrid (2009, 2010)

Tal como en los años anteriores el segmento de los hoteles de cuatro estrellas representa un 50% de los establecimientos hoteleros y un 60% del suministro de habitaciones en la ciudad.

En los últimos años el número de hoteles en Madrid ha ido aumentando un 20%, de 216 hoteles en 2008 a 260 en 2010, reflejando un aumento del 15% en el número de habitaciones.

Hemos notado que los hoteles recién abiertos ofrecen un número inferior de habitaciones que la media en general. En una ciudad con escasez de espacio los hoteles a menudo tienen que cambiar el bien de más espacio por el bien mayor de la ubicación.

La mayor parte del incremento de la oferta en el sector se encuentra en el segmento de una y dos estrellas, donde ha aumentado un 68% durante los últimos 3 años. Las otras categorías también han registrado incrementos, aumentando la oferta de los hoteles de cinco estrellas un 30%, los de cuatro un 37% y los de tres estrellas un 34%.

El “boom” reciente de los hoteles de servicio limitado que suelen pertenecer a la categoría de tres estrellas o incluso “hostal”, hace muy difícil medir los cambios reales de la oferta porque en la actualidad los hoteles se evalúan muchas veces por su pertenencia a cierta marca o se definen por el tipo de producto ofrecido y no por las estrellas en la licencia.

Nueva Oferta

Con muchos proyectos hoteleros oficialmente o no oficialmente parados, es difícil anticipar el desarrollo de la oferta durante los próximos 12 meses. Tabla 13 muestra aperturas recientes y algunos hoteles que supuestamente abrirán este año o el próximo.

Tabla 13 Aperturas de Hoteles en Madrid - Recientes y Previstas

Nombre del Hotel	Categoría	Nº de Hab.	Fecha Apertura
Selenza Hotel	4-estrellas	44	Junio 2009
Summa Hotels- Juan de Austria	4-estrellas	51	Noviembre 2009
AC Atocha	4-estrellas	161	Mayo 2010
Radisson Blu Madrid Prado	4-estrellas	54	Febrero 2010
Mercure Santo Domingo	4-estrellas	80	Junio 2010
NH Palacio de Tepa	4-estrellas	86	Octubre 2010
IHG Crowne Plaza, Barajas	4-estrellas	124	Octubre 2010
Hightech Alfonso XII	4-estrellas	90	Finales de 2010
Indigo, Opera	4-estrellas	89	2011
Total		779	

Fuente: HVS Research

Siendo muy escasa la oferta de terrenos y edificios para el uso hotelero en el centro de la ciudad, la mayoría de los hoteles nuevos con un número de habitaciones bastante alto se encuentran en las afueras. Las ubicaciones favoritas son áreas bien conectadas con el aeropuerto (especialmente la parte norte del Paseo de la Castellana) que se benefician de generadores de demanda como la Universidad Autónoma de Madrid, una demanda desarrollada de espacios profesionales por parte de empresas corporativas, parques industriales cercanos y la Feria de Madrid que es fácil de alcanzar en automóvil gracias a las buenas conexiones en autopista. Se espera que el acuerdo entre Iberia y British Airways vaya a crear más potencial de pernoctaciones (tanto de pasajeros como de tripulación) y que el satélite en la Terminal 4 se establezca como "hub" oeste de Europa para vuelos a América del Sur y América Central.

Por el otro lado, la falta de edificios de tamaño apropiado ha hecho aumentar el número de hoteles más pequeños, los hoteles "boutique", con menos de 100 habitaciones, como el Radisson Blu, el nuevo Mercure y el Indigo que pronto abrirá en Ópera.

3º y 4º Trimestre 2010 y Perspectiva del Futuro

Teniendo en cuenta el número de pernoctaciones presentado en Tabla 5, adoptando un punto de vista conservador, podríamos suponer que durante la segunda mitad del año 2010 se producirá el mismo número de pernoctaciones que en el mismo periodo de 2009. Esto significaría un número total de pernoctaciones de 14,5 millones, el 1,0% más que en 2007, un 4,1% más que en 2008 y un 7,4% más que en 2009.

Desde un punto de vista más optimista, podríamos argumentar que un 49% - 51% de las pernoctaciones se producen durante el primer semestre, y por tanto hay un cierto equilibrio durante todo el año. Asimismo suponemos que el crecimiento registrado durante los primeros seis meses también se puede aplicar al segundo semestre. El incremento mensual de las

pernoctaciones en los meses enero a julio 2009 y el mismo periodo en 2010 muestra una media de 13,3% con un mínimo de 4,9% en enero hasta un máximo de 17,5% en junio. Aplicando estas cifras a la segunda mitad de 2010, obtendríamos un total de 15,3 millones de pernoctaciones, un 6,5% más alto que en 2007, un 9,9% más alto que en 2008 y un 13,3% más que en 2009.

Resultados de este tipo nos pueden hacer pensar que la cosa está mejorando, al menos en cuanto a las pernoctaciones. Tal como mencionado antes obtendremos la prueba principal en octubre, cuando, conociendo las cifras del mes y una previsión de los resultados anuales, seremos capaces de confirmar o denegar nuestra previsión optimista del futuro. Se puede implicar que el exceso de oferta en el presente, causado por una demanda más baja, es solo una situación pasajera y que los próximos meses serán un periodo transitorio en el cual la demanda crecerá para ponerse en línea con la oferta existente y futura, elevando la ocupación a los niveles antes de la crisis. ¿Pero también se notará este supuesto incremento en términos de ocupación hotelera?

Cuando convertimos las pernoctaciones en ocupación tenemos que tener en cuenta el Factor de Ocupación Doble (FOD) registrado para Madrid. La Tabla 14 muestra el FOD obtenido en los años 2007, 2008 y 2009.

Tabla 14 Pernoctaciones – Conversión de Noches por Habitación

	2007	2008	2009
Pernoctaciones (actuales)	14.361.371	13.926.190	13.500.573
Factor de Ocupación Doble (DOF)	1,98	1,99	2,08
Habitaciones Ocupadas (actuales)	7.245.459	6.981.114	6.500.460
Oferta de Habitaciones	28.430	29.309	30.326

Fuente: HVS Research & Estimates

Como muestra la tabla, el FOD apenas ha variado en los últimos años. Durante los primeros dos trimestres de cada año el FOD siempre es inferior que en la segunda mitad, probablemente por la cantidad de familias y grupos de ocio que viajan en verano.

Sin embargo, en el periodo de enero a julio 2010, el FOD muestra un ligero descenso comparándolo con años anteriores, cayendo de 2,02 en 2009 a 1,87 en 2010. Suponiendo que nos encontraremos con un FOD más elevado durante el resto del año, pero todavía inferior a los niveles de 2008 y 2009, el resultado del año 2010 completo sería de 1,90 tal como podemos comprobar en la Tabla 14. Por tanto concluimos que sí se puede calcular el impacto del incremento de pernoctaciones en términos de ocupación hotelera. La Tabla 15 muestra el impacto de acuerdo con nuestros dos

enfoques arriba presentados, considerando tanto un escenario conservador como uno optimista.

Tabla 15 Proyecciones sobre la Ocupación Hotelera 2010

	2010 hasta Julio	2010 Año
Pernoctaciones		
Pernoctaciones (actuales)	8.765.085	
Pernoctaciones (enfoque conservador)		14.544.656
Pernoctaciones (enfoque optimista)		15.315.607
Factor de Ocupación Doble (DOF)	1,87	1,90
Habitaciones Ocupadas		
Habitaciones Ocupadas (actuales)	4.676.628	
Habitaciones Ocupadas (enfoque conservador)		7.640.362
Habitaciones Ocupadas (enfoque optimista)		8.045.345
Ocupación Hotelera		
Pernoctaciones (actuales)	65,4%	
Ocupación Hotelera (enfoque conservador)		62,1%
Ocupación Hotelera (enfoque optimista)		65,4%
Oferta de Habitaciones	33.720	33.720

Fuente: HVS Research & Estimates

Estas proyecciones para 2010, incluso en un escenario conservador, muestran un aumento de la ocupación hotelera tanto como una previsión que casi llega los niveles de 2008 si nos basamos en un escenario optimista.

Lecciones aprendidas por la crisis

Últimamente los operadores de hotel se han visto enfrentados a múltiples variantes de los desafíos de siempre, pero también a algunos nuevos. La falta de liquidez ha empujado a los gerentes hacia el lanzamiento de paquetes de prepago con descuentos y a ofrecer cuotas económicas sin reembolso a través de páginas web dedicadas a la promoción de hoteles o viajes. La disminución de demanda ha creado la necesidad de inventar otros métodos para mantener el coste de personal, normalmente poco flexible, más bajo dentro de lo que marca la ley, aumentando el número de contratos temporales y adjudicando más tareas al personal fijo existente.

Lógicamente esto influye en la calidad de servicio y la formación profesional y como consecuencia se han creado productos de servicio limitado todavía más innovadores para ayudar a controlar el coste fijo en tiempos difíciles.

Para algunos estas medidas han sido decisivas para poder sobrevivir pero en el futuro se necesitará aún más creatividad en un entorno de mercado cambiado que probablemente no se recuperará del todo. Al igual que las personas, los mercados no suelen volver a lo que eran antes.

Hoy en día los Directores Generales están gestionando los activos a tiempo completo, continuamente analizando centros de costes con extrema atención al detalle, identificando todo tipo de oportunidad para ahorrar y aumentar el margen de beneficio, sea en del parking o del bar panorámico del hotel. No cabe duda que estas clases de supervivencia representarán un beneficio para los próximos años.

Conclusión

El segmento de mercado que más ha sufrido durante estos dos últimos años de recesión en España es el sector de los viajes de negocio. Por la necesidad de las empresas de reducir personal y gastos, el número de los viajeros de negocio se ha reducido drásticamente. No obstante, a pesar de estos tiempos de austeridad, Madrid finalmente parece haberse convertido en la verdadera capital de finanzas y economía de España. Muchas empresas han trasladado sus oficinas centrales de Cataluña a Madrid y, según Actualidad Económica (julio 2010), Madrid ya ha adelantado a Barcelona, estando más representada en el sector de servicios que en la industria, tanto en términos de contribución al BIP que en fuerza económica en general. Esto implica que la capacidad de Madrid de atraer viajeros de negocio ha aumentado notablemente y, una vez recuperado este sector, la ciudad tendrá una gran ventaja para recuperarse.

El potencial de Madrid como destino de ocio no se ha visto tan seriamente afectado por la crisis como se podía haber esperado, hasta puede que la ciudad haya reforzado su posición. Los atractivos de Madrid, su vida cultural sofisticada, sus edificios magníficos, sus museos espectaculares, la famosa marcha nocturna, la calidad de vida y las mentes abiertas de sus habitantes ni se han disminuido, ni han desaparecido, siguen presentes en la experiencia de los turistas y representan una herramienta excelente para promocionar Madrid como destino de ocio en Europa.

Hay que admitir que este desarrollo ya había comenzado hace unos años pero últimamente parece haberse consolidado. La exposición masiva a los medios de comunicación por La Champions League y la victoria de la Copa del Mundo también ha influido muy positivamente.

Un estudio elaborado por el buscador de vuelos online Skyscanner pone Madrid en cuarta posición como destino europeo más deseado durante el mes de julio 2010, directamente después de los destinos ya más establecidos Londres, Paris y Barcelona. Esto nos hace suponer un rumbo positivo para el resto del año y ayudará a mejorar los resultados de los hoteles en la ciudad durante el verano normalmente más bajo en ocupación.

Cabe muy poca duda de que el sector de turismo y hostelería está muy bien posicionado y representa un fuerte instrumento para Madrid y España en el difícil camino de recuperación.

Nota:

No se debe tomar ninguna decisión de inversión basada en este artículo. Para más información, por favor, pónganse en contacto con los autores.

Acerca de los autores



Esther Gladen es Analista de Negocio y Mercados en HVS Madrid. Originalmente Esther es de Düsseldorf, Alemania, y además de su lengua materna habla castellano, inglés y francés. Esther forma parte del equipo de HVS Madrid desde septiembre de 2007 y es responsable de desarrollar y mantener la base de datos utilizada en proyectos de consultoría de clientes, investigación de mercado y artículos. Después de su formación profesional inicial en la banca en Alemania, Esther ha trabajado en varias organizaciones corporativas y empresariales en Alemania y España. Antes de unirse a HVS, Esther que ha vivido y trabajado en España durante más de 20 años, ganó experiencia extensa en la gestión de equipos y la promoción y venta de inmuebles, incluyendo tanto las viviendas vacacionales como la propiedad compartida.



Giuliano Gasparini, MRICS es un Senior Associate en HVS Madrid desde el mes de enero del 2008. Es economista y se graduó por la Universidad Bocconi en el año 2001. 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 realizado muchos estudios de viabilidad económica y financiera para hoteles y complejos turísticos de uso mixto. Además ha realizado diversas valoraciones en Europa Central y Europa del Este, Alemania, Italia, España y la zona mediterránea.



Para más información, por favor, contacte a:

Giuliano Gasparini – Senior Associate

c/ Velázquez 80, 6º Izq.
28001 Madrid
Spain

Email: ggasparini@hvs.com

O visite hvs.com

Acerca de HVS

HVS es la organización líder en el mundo de consultoría y de los servicios centrados en la industria de hoteles, restaurantes, tiempo compartido, juegos y ocio. Fundada en 1980, la compañía ofrece una amplia gama de servicios especializados y experiencia en la industria para ayudar a mejorar la rentabilidad económica y el valor de sus activos hoteleros.

Debido a que los hoteles representan tanto la propiedad del inmueble como las empresas que la gestionan, los socios fundadores de HVS decidieron desarrollar la primera metodología de valoración integral para evaluar estos activos especializados. Su libro de texto inicial sobre este tema titulado “La Valoración de Hoteles y Moteles”, publicado por el Instituto de Evaluación (Appraisal Institute), creó el estándar de la industria para la valoración de hoteles y es utilizado por casi todos los tasadores del mundo.

HVS sigue estando a la vanguardia de la metodología de valoración de hoteles, después de haber publicado seis libros y cientos de artículos sobre este tema, que se utilizan en los cursos y seminarios de evaluación y en las escuelas de hostelería líderes como Lausana, IMHI, y Cornell. Los socios de HVS son constantemente llamados a enseñar esta metodología a los propietarios de hoteles, prestamistas y operadores, y, además, para participar en conferencias del sector. Los socios de HVS literalmente “escribieron el libro” sobre la valoración de hoteles lo cual aumenta considerablemente la credibilidad y fiabilidad de nuestras conclusiones.

Durante las últimas tres décadas, HVS ha expandido tanto en su gama de servicios como en sus límites geográficos. Su alcance global, a través de una red de 30 oficinas con 300 profesionales experimentados del sector le da acceso a una gama incomparable de servicios complementarios para la industria hotelera:

Consultoría & Valoraciones
Banca de Inversión
Gestión de Activos & Asesoramiento
Gestión de Hoteles
Asesoramiento sobre Parkings de Hoteles
Búsqueda de Ejecutivos
Servicios de Alimentación & Bebidas
Servicios de Juegos

Servicios de Impuestos sobre Bienes Inmuebles
Convenciones, Instalaciones de Deporte & Entretenimiento
Diseño Interior
Servicios de Ventas & Marketing
Propiedad Compartida
Servicios de Golf
Servicios Ecológicos
Gestión de Riesgos

Nuestra clientela incluye a propietarios importantes de hoteles, instituciones de crédito, compañías hoteleras internacionales, entidades de gestión, organismos gubernamentales y bufetes de abogados y contables en América del Norte, Europa, Asia, América Latina y el Caribe. Los socios de HVS son considerados los mejores profesionales en sus respectivas regiones del globo. Estamos enfocados en nuestros clientes, somos emprendedores, y nos dedicamos a proporcionar el mejor asesoramiento y servicio de manera oportuna y rentable. Los empleados de HVS siguen siendo líderes de la industria, generando constantemente una gran variedad de artículos, estudios y publicaciones sobre todos los aspectos del negocio hotelero.

HVS es la principal fuente de datos sobre la propiedad de hoteles. Nuestros más de 2.000 trabajos asignados cada año nos mantienen a la vanguardia de las tendencias y de los conocimientos de todo tipo de información sobre resultados financieros operativos, contratos de gestión, acuerdos de franquicia, programas de compensación, estructuras de financiación y transacciones. Con el acceso a nuestra inteligencia de mercado y a nuestros datos, Vd. tendrá siempre la información más actualizada y las mejores herramientas disponibles para tomar decisiones críticas acerca de sus activos hoteleros.

Para más información sobre nuestra experiencia y detalles acerca de nuestros servicios, por favor, visite www.hvs.com.