

Origen y perspectivas de la crisis específicamente hotelera

Inmaculada Ranera

Ideas para combatir la crisis
9-10 Marzo 2009



Agenda



1. Oferta: Hoteles existentes en España
2. Demanda: Llegadas y pernoctaciones en España
3. Hoteles con encanto
4. Evolución en Madrid y Barcelona (precios, ocupación, RevPar)
5. Competitividad del mercado turístico español
6. La Crisis y nuestra visión de la misma
7. Consecuencias
8. Recomendaciones

1. Evolución del sector en los últimos 10 años en cuanto al número de hoteles y camas disponibles

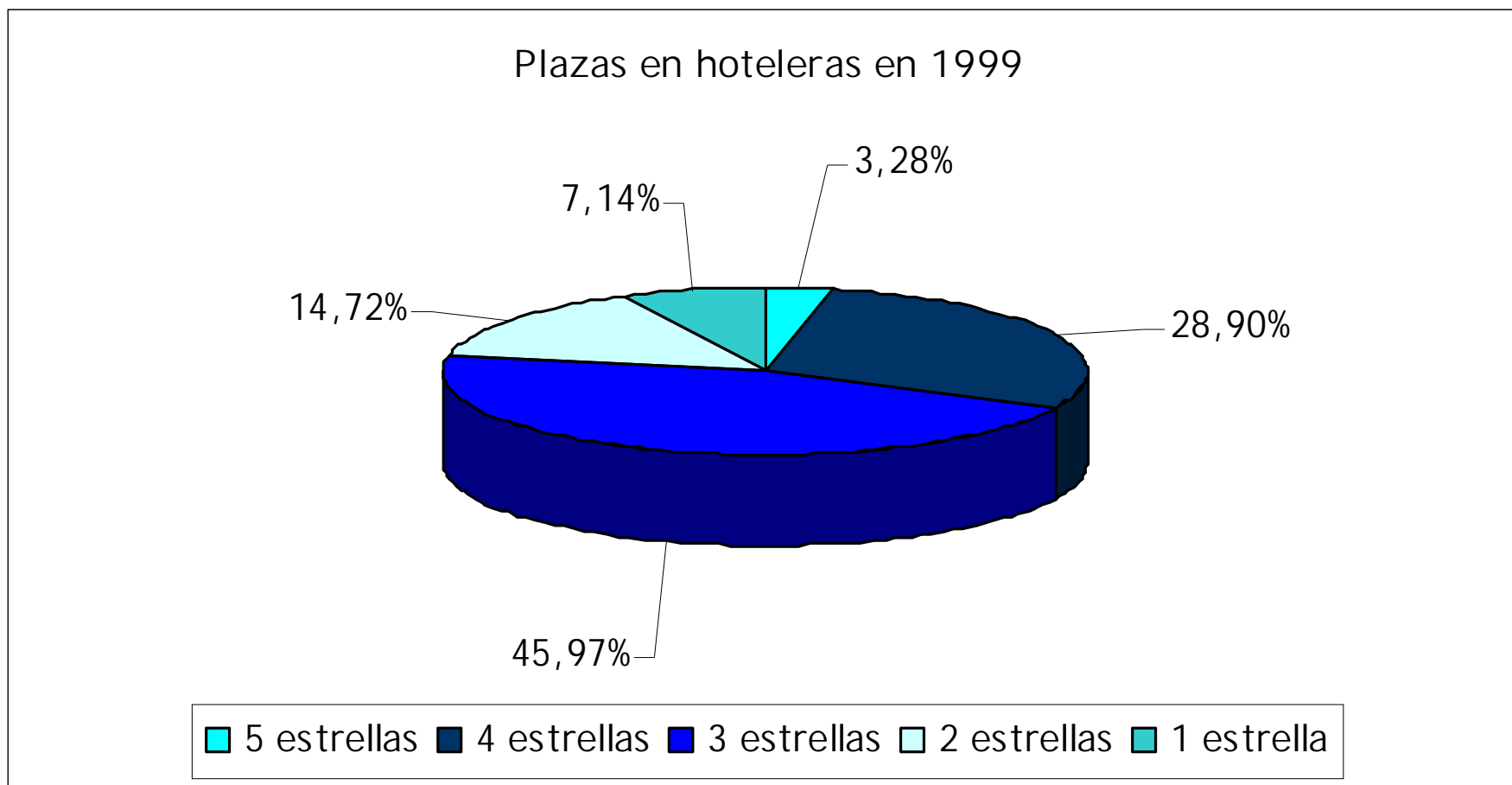


Hoteles en España en 2008

- + El número de plazas aumentó un 3.1% en relación al año anterior.
- + El grado de ocupación por plazas alcanzó el 53.6%, un descenso del 4.4% respecto a 2007.
- + El 75% de las plazas está representado por el segmento de 3 y 4 estrellas
- + Únicamente el 6% de las plazas ofrecen calidad de 5 estrellas



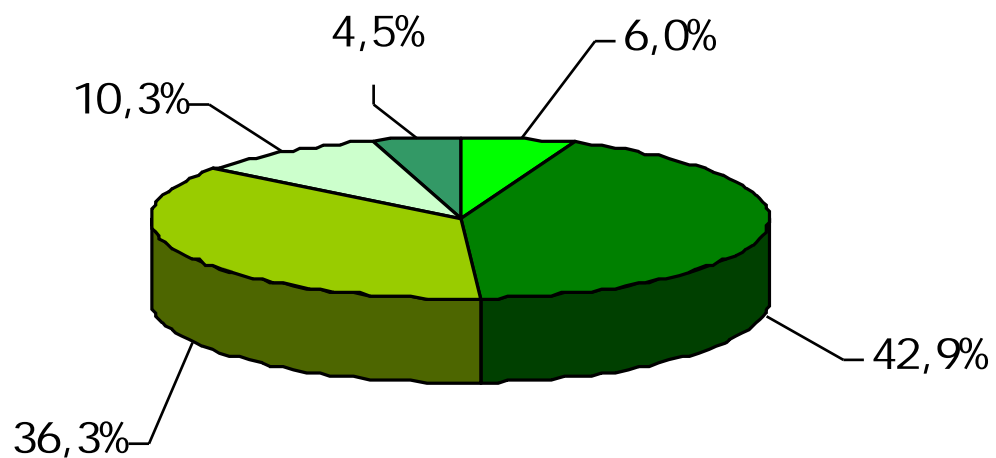
Hoteles en España





Hoteles en España (cont)

Plazas en hoteles españoles en 2008



■ 5 estrellas ■ 4 estrellas ■ 3 estrellas □ 2 estrellas ■ 1 estrella



Hoteles en España (cont.)

	1999		2008	
	Hoteles	Plazas	Hoteles	Plazas
5 estrellas	76	26,639	207	69,441
4 estrellas	730	234,909	1,615	494,256
3 estrellas	1,721	373,715	2,339	418,425
2 estrellas	1,463	119,639	1,829	118,235
1 estrella	1,189	58,022	1,187	51,973
TOTAL	5,179	812,924	7,177	1,152,330

+El crecimiento ha sido del 40% en número de plazas y de casi el 42% en número de hoteles en los últimos 10 años.

+Los segmentos que experimentan un mayor crecimiento son los segmentos de 5 y 4 Estrellas, seguidos por los 3 E, mientras que ha disminuido el número total de camas en los segmentos de 1 y 2 E.

Hoteles en España



Mayores crecimientos desde 1999

Provincia	Crecimiento	CAGR	Plazas 2007
Ourense	160.1%	12.7%	3,342
Valencia	115.2%	10.1%	29,708
Segovia	96.3%	8.8%	3,385
Castellón	89.1%	8.3%	9,679
Vizcaya	84.6%	8.0%	8,654
Almería	81.2%	7.7%	19,360
Tarragona	79.2%	7.6%	14,400
Valladolid	77.8%	7.5%	5,568
Salamanca	76.9%	7.4%	7,067
Murcia	71.6%	7.0%	13,840

Ciudades con mayor numero de plazas

	Plazas en 2007
Las Palmas	104,932
Santa Cruz de Tenerife	87,473
Madrid	71,799
Málaga	64,908
Barcelona	62,330
Alicante	56,488
Islas Baleares	35,814
Valencia	29,708
Cádiz	22,877
Granada	22,194

2. Demanda

Llegadas en España



En 10 años, el número de Llegadas a España ha aumentado en un 48%, mientras que el número de pernoctaciones ha experimentado un incremento del 15%.

Visitantes 2008

- + Descenso del 1.7% en comparación al 2007 (2008= 73.9 millones)
 - + Residentes descienden 3.0% (2008: 41.2m)
 - + No residentes descienden 0.04% (2008: 32.7m)

Visitantes Enero 2009

- + Descenso del **13%** en comparación a Enero de 2008
 - + Residentes descienden 12,5% (tasa interanual)
 - + No residentes descienden 11.6% (tasa interanual)
 - + En lo que a no residentes se refiere, los mayores descensos provienen de los siguientes países emisores: Francia, Portugal, Italia, Reino Unido, Bélgica y Suiza principalmente.

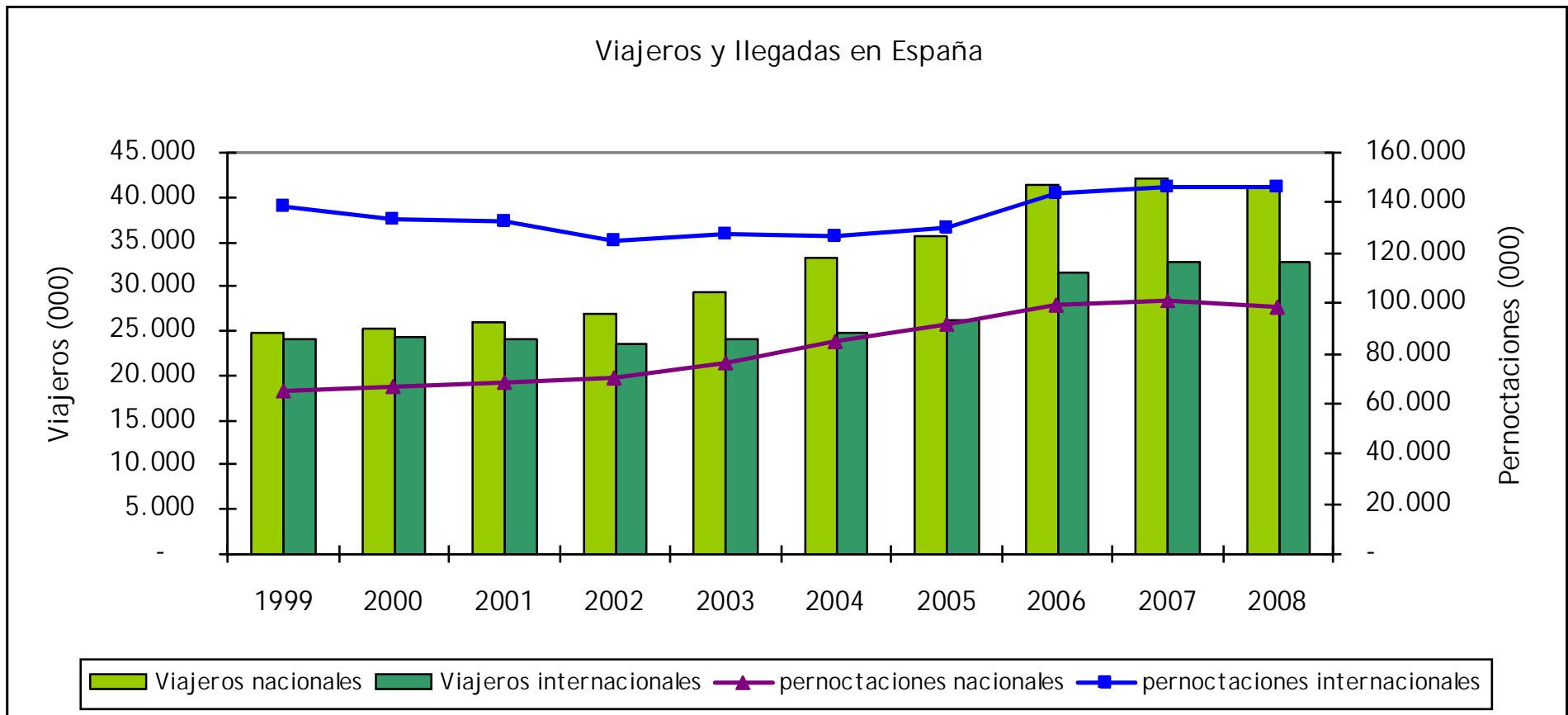


2. Demanda

Pernoctaciones en España (cont)

- + En 2008 hubo un descenso del 1.2% en relación al 2007 (2008= 135.8 millones)
 - + Residentes descienden 3.1% (2008:98.6m)
 - + No residentes suben 0.2% (2008: 146.6m)
- + En los últimos años, casi el 50% de las pernoctaciones se producen entre junio y septiembre
- + Madrid es, estadísticamente, la CCAA que mayor número de emisiones realiza, seguida por Cataluña y Andalucía.
- + En el 2008, más de la mitad de los viajes de residentes fueron en fin de semana, seguidos por los viajes de trabajo y por las vacaciones de verano.
- + En Enero de 2009 ha habido un descenso de pernoctaciones del **12%** en relación al mismo mes del año anterior.

Numero de Llegadas y pernoctaciones en España (cont)





3. Hoteles con Encanto*

Hoteles boutique de tamaño reducido que incluyen hoteles rurales y/o urbanos que atesoran un encanto especial.

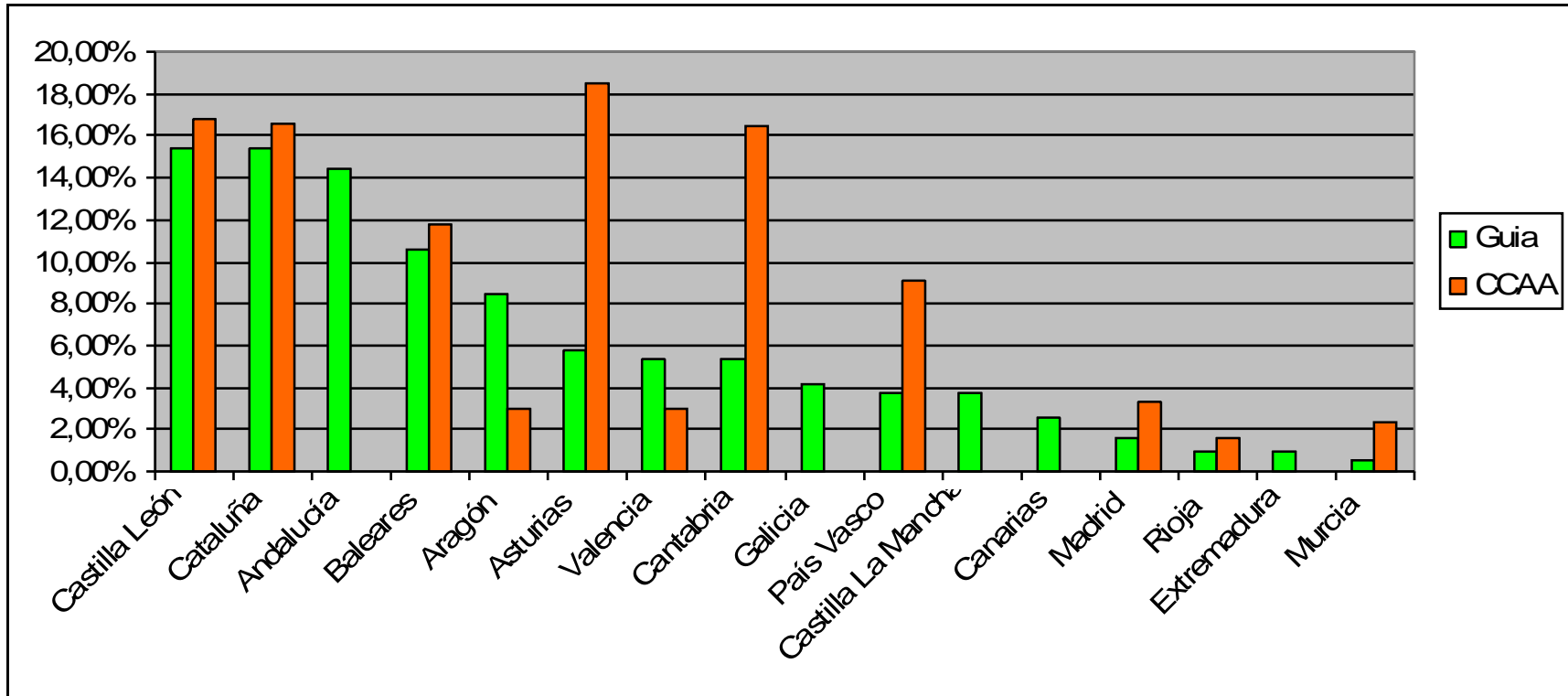
Comunidad Autónoma	Nombre	Num. Hoteles
Asturias	Casonas Asturianas	55
Islas Baleares	Hoteles Rurales	35
Cantabria	Palacios y Casonas Cantabras	49
Cataluña	Petits Grans Hotels	40
Castilla y León	Posadas Reales	50
Aragón	Hospederías	9

Comunidad Autónoma	Nombre	Num Hoteles
Madrid	Hoteles con Encanto / Rurales	10
Murcia	Hospederías rurales	7
La Rioja	Alojamientos del Vino/ Paradores	5 aprox.
Valencia	Hoteles Rurales	9
País Vasco	Hoteles Rurales	27

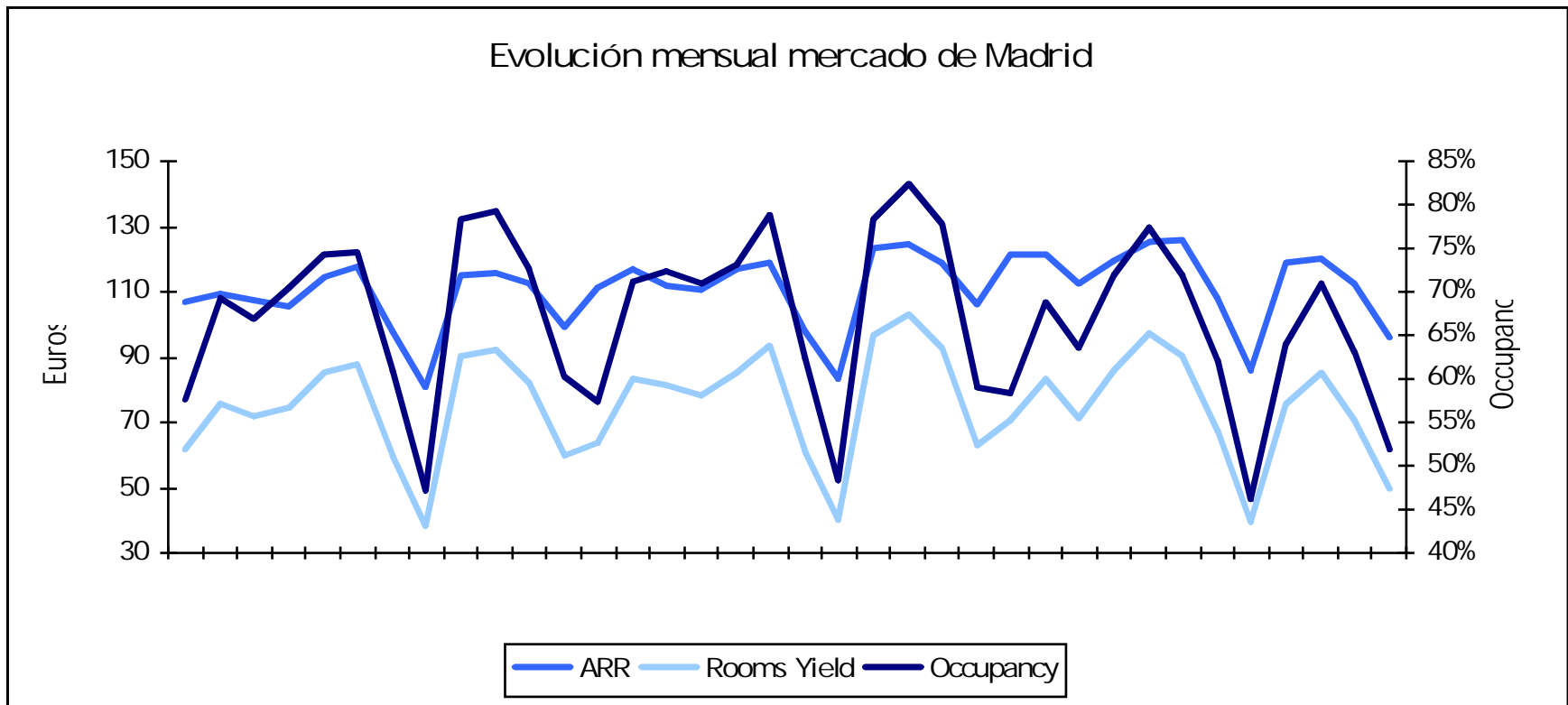
* Datos facilitados por los organismos turísticos de las CCAA.

Hoteles con Encanto (cont.)

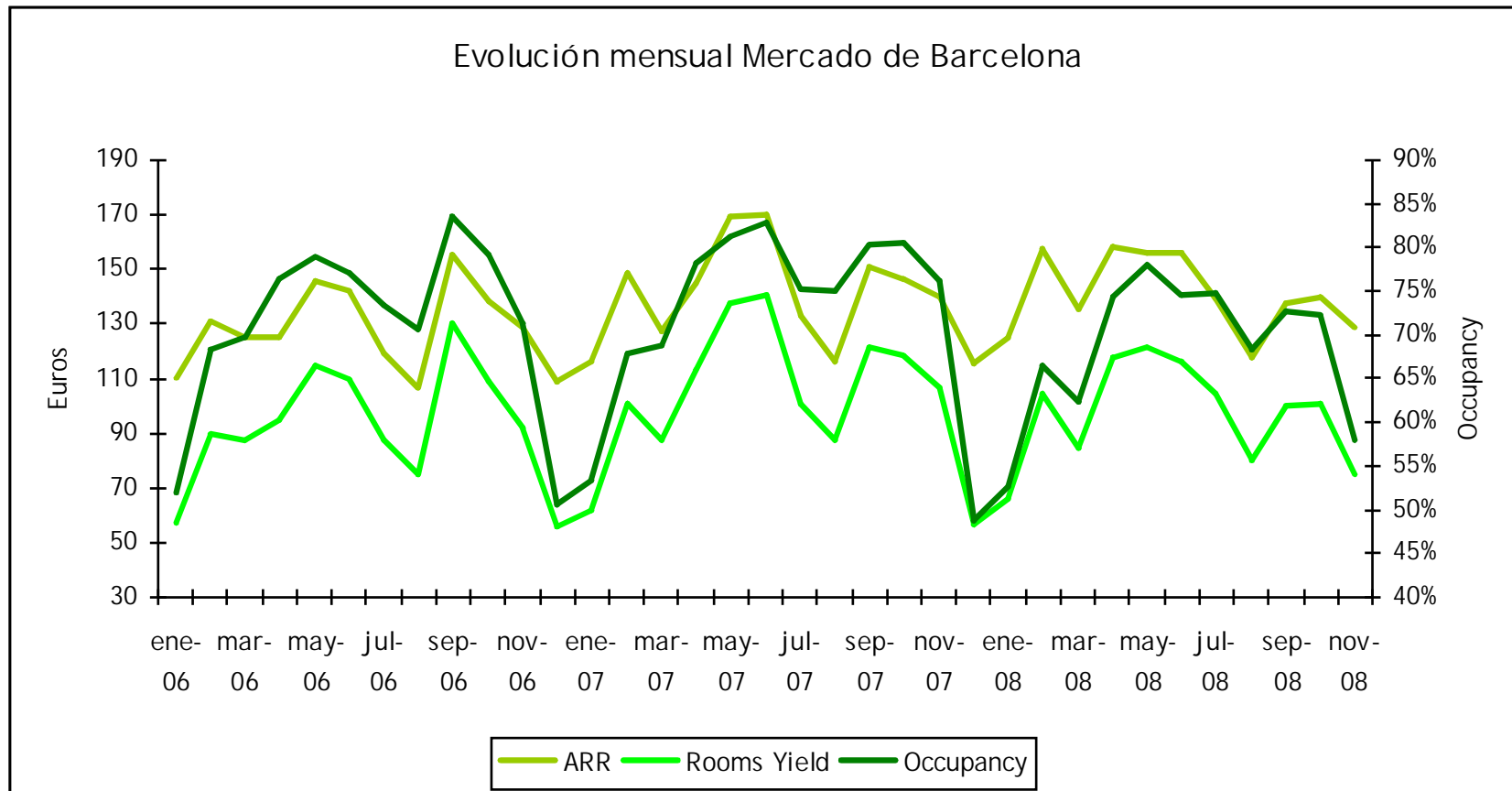
Según la Guía de Hoteles con Encanto de 2008, los 188 establecimientos recogidos se reparten en los siguientes porcentajes por CCAA (en naranja la comparativa con los datos recogidos en las CCAA):



4. Evolución en Madrid y Barcelona (2006-2008)



4. Evolución en Madrid y Barcelona (2006-2008)



5. Competitividad del mercado turístico español



Foro Económico Mundial: España baja posiciones.

- + Según el reciente estudio publicado por el FEM, "The Travel and tourism competitiveness, report 2009", **España ha caído una posición, bajando del 5º al 6º puesto**, por detrás de países como Suiza, Austria, Alemania, Francia o Canadá, que ostentan los primeros puestos en cuanto a competitividad.
- + España obtiene **buenos resultados** en cuanto a infraestructuras y en cuanto a **recursos culturales**, alcanzando puntuaciones en ambos casos en torno a la máxima puntuación (7 puntos).
- + En lo que se refiere a **competitividad de precios** o en cuanto a **recursos naturales** las puntuaciones son de **suspense**, estando en ambos casos ligeramente por encima de 4 puntos.
- + Según dicho estudio, los **aspectos mejorables** serían: la conciencia ambiental, la **seguridad en las carreteras** y las **facilidades para poner en marcha una empresa turística** (España ocupa el puesto 102), además del **acceso a las nuevas tecnologías y a Internet**.
- + Dicho estudio se lleva a cabo con una muestra de 133 países

6. La Crisis hotelera y nuestra visión de la misma



- Oferta Hotelera: crecimiento del 40% en 10 años.
- Demanda hotelera: crecimiento del 15% en 10 años.
- Índice de Precios Hoteleros (IPH): Desde Enero de 2006 el crecimiento del IPH ha sido positivo. Desde Octubre de 2008 ha iniciado una tónica de descenso (Enero 09: -2.6%)..
- El número de viajeros está descendiendo debido a la crisis financiera.
- Los viajes se acortan. La estancia media es de 3 días.
- Las zonas turísticas pioneras de España (sol y playa) tienen una planta hotelera con establecimientos bastante obsoletos que se mezclan con los de nueva planta (competencia de precios).

6. La Crisis y nuestra visión de la misma



Turismo Rural:

- Número de viajeros en 2008 fue un 0,7% inferior en relación al 2008
- Pernoctaciones: descenso del 1.2 en relación a 2007 (82.6% españoles; 17.4% extranjeros).
- Estancia media: de 3 días en 2008 (en 2005 era de 3.2 días y ha ido descendiendo progresivamente)
- Ocupación plazas: media del 18.4% en 2008 (en 2005 era del 20.3%) .

6. La Crisis y nuestra visión de la misma



Debilidades del sector hotelero en los últimos 10 años:

- Financiación: bancos/cajas han financiado sin tener en consideración las proyecciones/resultados del negocio: muchos nuevos establecimientos ahora no pueden asumir la deuda.
- Nuevas tecnologías: han hecho al cliente más exigente e independiente, convirtiéndose en prescriptor directo.
- Disparidad de marcas: falta de esfuerzo a la hora de crear y definir el producto y su esencia, lo que ha conllevado el desarrollo de productos clónicos pero con marcas poco consolidadas y poco reconocidas.
- “Intrusismo” del ladrillo en el sector hotelero: se han desarrollado establecimientos sin el soporte de un análisis de mercado o de viabilidad lo que ha conllevado un crecimiento que no se ha basado en un modelo turístico sostenible.

6. La Crisis y nuestra visión de la misma



- Guerra de precios: poco acordes con la calidad del producto hotelero de nueva creación, no ha ayudado a consolidar la relación calidad-precio y que, una vez iniciada, es difícil de parar.
- Comercialización: se destinan pocos recursos a su mejora, por parte principalmente por parte de pequeñas cadenas y hoteleros independientes, exceso de confianza en la comercialización mediante agentes externos y falta de control sobre los mismos.
- Idiomas... ¿somos conscientes de que se hablan otros idiomas en el mundo? Pues en las webs de los hoteles no siempre parece que se sepa...
- Turismo rural: falta de una marca genérica fácilmente reconocible dentro y fuera de nuestras fronteras, lo que dificulta su consolidación como destino puesto que los viajeros no disponen de una marca claramente identificada que buscar.

6. La Crisis y nuestra visión de la misma



Fortalezas del sector hotelero en los últimos 10 años:

- +Notable mejora de la calidad de la planta hotelera en todos los segmentos y niveles
- +Hoteles de ciudad: incremento de la oferta con calidades incluso superiores en determinados segmentos en relación a otras ciudades europeas.
- +Cadenas hoteleras españolas: siguen siendo pioneras en la creación de nuevos destinos (segmento medio del all included).
- +Menor dependencia de los TT00 (parecía que el mundo se acababa, pero en realidad, acababa de empezar una nueva era...)

6. La Crisis y nuestra visión de la misma



Fortalezas del sector turístico de España:

- +España dispone de buenas infraestructuras de comunicación.
- +España es un destino consolidado frente a otros destinos emergentes.
- +España tiene una tradición y una vocación de servicio turístico.
- +España dispone de verdaderos paraísos naturales, muchos de ellos protegidos.
- +España dispone de una gastronomía reconocida a nivel mundial.
- +España disfruta de una forma de vida atractiva para unos países determinados.
- +España tiene: sol, nieve, playas y montañas (y no todos los países los tienen todos).

7. Consecuencias de la crisis



Posible consecuencias:

- Cierre de alrededor del 20% del número de hoteles existentes, que no van a tener comprador/operador interesados en el establecimiento.
- Veremos la fusión de empresas hoteleras y la desaparición de algunas marcas.
- Entidades financieras: como ya sucedió en los 90, serán los propietarios mayoritarios de los establecimientos hoteleros.
- La crisis financiera puede complicar mucho la viabilidad de establecimientos que sí tienen futuro y son rentables.

Por tanto:

- Los hoteleros que no estén ya diseccionando su producto para determinar si es el mejor que pueden ofrecer, se verán abocados al cierre en un futuro posiblemente no lejano.
- Existe el deber de trabajar de forma coordinada por el bien común desde todos los ámbitos, públicos y privados.
- Las nuevas tecnologías son nuestras aliadas, pero los factores clave siguen siendo el **producto y el servicio**.

8. Recomendaciones



- Pensar, re-pensar y volver a pensar en nuestro producto y en nuestro concepto.
- Tener claro a qué nicho/s de mercado nos queremos dirigir.
- Buscar la excelencia en el servicio que damos a nuestros clientes.
- Involucrar a todos los empleados en conseguir la excelencia: un cliente satisfecho en nuestro mejor activo y nuestro mejor reclamo.
- Utilizar el máximo de herramientas que nos permitan mejorar nuestra comercialización a todos los niveles.
- Crear sinergias y participar de las mismas para, entre todos, superar la situación actual. No tener miedo a compartir ideas ni a colaborar con la competencia (si, he dicho colaborar, no hacerlo ver...).
- En resumen, trabajar, trabajar y trabajar.

MUCHAS GRACIAS A TODOS POR VUESTRA
AMABLE ATENCIÓN

