

Resumen mensual de **HotStats** Agosto 2012

Sigue el incremento de la demanda internacional, tanto en turistas como en pernoctaciones...

Si bien las pernoctaciones hoteleras en el mes de agosto disminuyeron en un 2,1% global, arrastrada por el descenso de la demanda nacional de un 10%, la demanda internacional sigue aumentando con un incremento del 3,5%.

Este crecimiento de la demanda internacional sigue liderado por el mercado de UK, que durante el mes de agosto representó cerca del 26% de las pernoctaciones internacionales con un crecimiento con respecto al mismo mes del año anterior del 12,4%. El otro mercado principal que representa el 24% de la demanda, el alemán, sin embargo experimentó un retroceso del 3%. Destacar por otra parte el fuerte incremento de los mercados nórdico, y francés, y la disminución de las pernoctaciones procedentes de Italia que acusan en este mes de agosto una caída del 17% con respecto al ejercicio anterior.

Respecto a la distribución de la demanda internacional, las Islas Baleares fueron el principal destino, recibiendo cerca del 40% de las pernoctaciones, seguido de Cataluña con un 23% y Canarias con un 17%.

Agosto sigue siendo un mes negativo para la capital...

En un mes en el que el principal segmento de la capital, el corporativo y MICE (segmento profesional), prácticamente no tienen actividad, Madrid muestra una evolución negativa tanto en las pernoctaciones nacionales como internacionales. La consecuencia directa de ello ha sido una disminución en los porcentajes de ocupación de las dos categorías, siendo muy representativa la correspondiente a la categoría 4 estrellas con una caída de 11 puntos porcentuales y una disminución además en el precio medio del 12%.

Ambas categorías presentan en el mes de agosto un GOP PAR negativo que pone en signo negativo los resultados acumulados de ambas categorías en los meses transcurridos del 2012 con respecto al mismo periodo del año anterior.

Barcelona, destino turístico de primer orden...

El incremento en el número de pernoctaciones de origen internacional que ha experimentado la ciudad Condal durante el mes de agosto con respecto al mismo periodo del año anterior tiene un reflejo positivo en las dos categorías y en todas las variables de gestión, destacando el nivel de ocupación alcanzado por los hoteles de la categoría 4 estrellas con cerca del 93%, y el incremento en el RevPAR del 18% y de más del 48% en el GOP PAR de los hoteles de 5 estrellas.

La capital Hispalense sigue la senda negativa...

El turismo internacional no salva a Sevilla en un mes de Agosto que siempre suele ser complicado. La fuerte disminución de la demanda nacional (un 8,2% menos de pernoctaciones) contrasta con un crecimiento prácticamente nulo de la demanda internacional (0,8% más de pernoctaciones) lo que ha tenido un impacto negativo en los hoteles de la ciudad, tanto en los niveles de ocupación (poco más del 26%, más de 2 puntos menos con respecto al mismo mes del año anterior) como de precio medio (disminución del 5,5%). El resultado de ello ha sido una disminución en el RevPAR del 13% y en el GOP PAR del 146%.

El precio medio impulsa a Palma de Mallorca...

La capital Balear se mantiene en niveles de ocupación del 80% (similares a los del ejercicio anterior), por lo que la correcta gestión del precio medio, con un incremento superior al 8%, le ha permitido alcanzar el GOP PAR más elevado de las 5 ciudades analizadas, llegando cerca de los 110 euros por habitación disponible y mostrando un crecimiento con respecto al mismo mes del año anterior del 22%.

La ocupación influye positivamente en Valencia...

Si bien las pernoctaciones nacionales presentan una evolución negativa, la demanda internacional ha tenido un impacto positivo en los niveles de ocupación de Valencia superando el 76% de ocupación y con un incremento de casi 4 puntos. Ello ha permitido compensar la disminución en el precio medio del 3,3% y arrojar incrementos positivos en el RevPAR y el GOP PAR del 2% y 11% respectivamente.

	The month of August 2012					
	Occ %	ARR	RevPAR	TrevPAR	Payroll %	GOP PAR
Barcelona 4 star	92,3	94,10	86,89	111,54	28,6	45,63
Barcelona 5 star	86,6	183,64	158,94	224,55	26,7	97,37
Madrid 4 star	36,3	65,52	23,80	31,82	71,3	-6,27
Madrid 5 star	46,8	146,44	68,50	90,68	60,1	-2,85
Palma de Mallorca	80,6	221,44	178,43	259,97	27,8	109,65
Sevilla	26,5	70,25	18,64	28,66	66,5	-5,17
Valencia	76,6	67,17	51,43	70,92	42,2	14,67

Sobre Magma - TRI Hospitality Consulting

Magma Turismo se integró a la red de TRI Hospitality Consulting en noviembre de 2011, creando la marca de consultoría Magma-TRI Hospitality Consulting para el mercado de la península ibérica, Italia y América Latina, su conocimiento del mercado, del sector operativo y del análisis financiero les hace expertos en toda clase de estudios de viabilidad, valoraciones, arbitrajes e informes relacionados con el sector hotelero.

Sobre TRI Hospitality Consulting

TRI Hospitality Consulting, ganadora del premio “Hotel Advisor of the Year” de Hotel Report en 2008, 2009 y 2010, es una de las empresas líderes en Europa y Medio Oriente en estudios de viabilidad, búsqueda de operador hotelero y análisis del mercado. Cuenta con oficinas en Londres, Barcelona y Dubai. Para más información consulte www.trihospitality.com

Sobre HotStats

El servicio de benchmarking operacional HotStats forma parte del grupo TRI. Durante los últimos diez años, HotStats se ha convertido en el referente en la oferta de benchmarking financiero y operacional en el sector hotelero desde ingresos hasta beneficios y segmentación. Actualmente los contribuyentes de HotStats representan casi 2.900 hoteles y 410.000 habitaciones. Para más información consulte www.hotstats.com

Para mas información contacte:

En España:

Albert Grau, socio-director

Bruno Hallé, socio-director

+34 934 869 180

info@magmaturismo.com

En Reino Unido:

Jonathan Langston, managing director

+44 (0)20 74865191

jonathan.langston@trihc.com

Servicios

Para un conocimiento local o regional de un mercado hotelero específico, ofrecemos informes personalizados de HotStats, sujetos a nuestras condiciones de confidencialidad.

Para una muestra de nuestros informes, visite: www.trich.com o consulte nuestra página web, seleccionando Market Knowledge y después Market Report.