

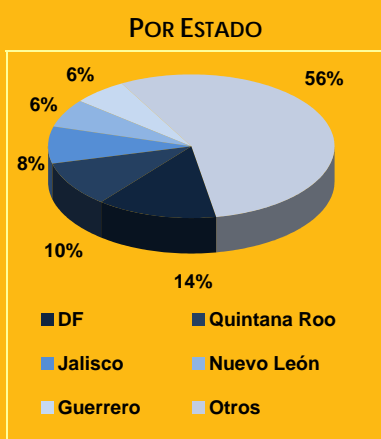


# HORWATH HTL MÉXICO

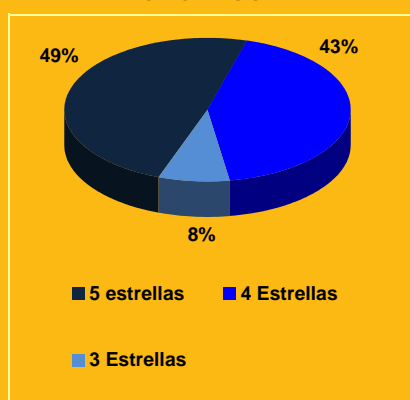
## OPINION SOBRE EL MERCADO HOTELERO

Febrero 2009

### ORIGEN DE LOS PARTICIPANTES



### POR CATEGORÍA



## INTRODUCCIÓN

La encuesta "Horwath HTL México, Opinión Sobre el Mercado Hotelero", forma parte de una iniciativa global, diseñada para ofrecer a la industria hotelera, una rápida evaluación de las perspectivas del mercado para los próximos 12 meses. La encuesta se centra en las perspectivas de ocupación, tarifa promedio e ingreso total.

A los encuestados se les preguntó sobre el impacto que tendrán diversos factores clave en el crecimiento de la demanda de cuartos noche, así como una evaluación de los principales segmentos de demanda.

Este informe resume los resultados obtenidos de la encuesta realizada en todos los Estados que conforman la República Mexicana. Del total de los encuestados, el 14% corresponde al Distrito Federal, seguido de Quintana Roo 10%, Jalisco con el 8%, Nuevo León 6% y Guerrero 6%.

La mayoría de los participantes fueron hoteles de 5 estrellas con el 49%, seguido de los hoteles 4 estrellas con el 43% y por último el de 3 estrellas con el 8%.

Por otra parte, de acuerdo al perfil del destino, el 59% fueron propiedades establecidas en ciudades y el restante 41% en playa.

Actualmente, con la crisis financiera afectando a todos los rincones del mundo, incluyendo México, es lógico encontrar que el panorama del mercado hotelero doméstico, sea negativo para el 2009; sin embargo, esperamos que este análisis le proporcione información útil sobre las expectativas de diferentes destinos turísticos mexicanos.



[www.HorwathHTL.com](http://www.HorwathHTL.com)

**RANKING DE OPINIÓN**

Por Estado (Estados con mayor participación)	Calificación
1. Jalisco	-13.1
2. Distrito Federal	-17.2
3. Guerrero	-18.4
4. Quintana Roo	-30.2
5. Nuevo León	-35.5
Por Categoría	Calificación
1. 4 estrellas	-22.2
2. 3 estrellas	-22.9
3. 5 estrellas	-26.6
Perfil del Destino	Calificación
1. Ciudad	-18.1
2. Playa	-32.9
Total	Calificación
México	-24.5

*“Una calificación nacional de -24.5, indica que los hoteleros en México, esperan una disminución en sus operaciones para el año 2009”*

**PUNTUACIÓN PARA EL RANKING**

Mucho Peor	-150.0
Peor	-75.0
Igual	0
Mejor	75.0
Mucho Mejor	150.0

**RANKING DE OPINIÓN**

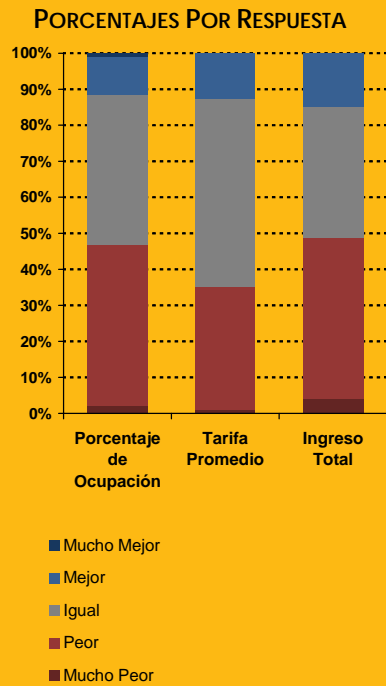
Para medir y comparar los resultados entre los diferentes destinos en México, creamos un índice que establece una calificación promedio de opinión de todas las preguntas de la encuesta. Se asignaron puntos a cada respuesta de la encuesta. El índice utiliza una escala que va desde -150 hasta 150; en donde 150 negativo indica una opinión de absoluto pesimismo; una calificación de 0 indica que no se espera cambio alguno respecto al año anterior y por último 150 positivo señala una perspectiva optimista.

El propósito de crear este índice o calificación de opinión, es para dar un mejor seguimiento a cambios en el mercado en futuras encuestas realizadas por Horwath HTL.

A partir de los resultados, se puede observar que la crisis económica mundial afectó la opinión de los participantes en México, con un promedio nacional de -24.5; sin embargo, esta calificación fue más optimista que la calificación mundial (-34.2).

En todos los estados de la República Mexicana, se espera un panorama pesimista; Nuevo León fue el estado (dentro del grupo de estados con mayor participación) que registró la calificación mas baja con -35.5; por otro lado, Jalisco registró la calificación más alta con -13.1.

En cuanto a clasificación, los hoteles de 4 estrellas obtuvieron la puntuación más alta con -22.2; la más baja, fue para los hoteles 5 estrellas con -26.6.



*"46.9% de los participantes esperan que la ocupación general del mercado disminuya respecto al año 2008; solamente el 11.6% espera que sea mayor"*

**CALIFICACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL MERCADO POR ESTADO**

	Oc.	Tarifa Promedio	Ingreso
1. Jalisco	-18.8	-18.8	-9.4
2. Distrito Federal	-11.5	-11.5	-28.8
3. Quintana Roo	-15.0	-37.5	-45.0
4. Guerrero	-37.5	-37.5	-37.5
5. Nuevo León	-50.0	-50.0	-62.5

## DESEMPEÑO DEL MERCADO HOTELERO

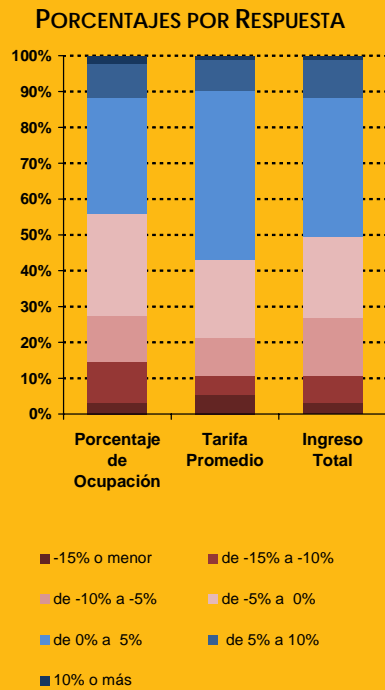
La primera pregunta de la encuesta se basa en una evaluación sobre el Mercado Hotelero para el año 2009 respecto al 2008.

Respecto a la ocupación esperada para el mercado, el 46.9% de los encuestados respondieron que disminuiría, 41.7% contestó que el porcentaje sería similar al registrado en 2008, mientras que el 11.6% mencionó que mejoraría.

La mayoría de los encuestados (52.1%) espera que la tarifa promedio del mercado se mantenga en el mismo nivel presentado en 2008, un 35.1% espera una disminución y el 12.8% espera que aumente.

Por último, el 49% de los participantes esperan que los ingresos totales del mercado hotelero disminuyan en 2009, 36.2% espera que el ingreso presente la misma tendencia que en 2008 y el 14.8% espera que aumente.

El índice se utilizó para medir el promedio de todas las respuestas; registrándose una calificación negativa en el panorama del mercado hotelero para todos los Estados. Dentro de los estados con mayor porcentaje de participación, Nuevo León obtuvo la calificación mas baja con -54.2.



**CALIFICACIÓN DESEMPEÑO DEL HOTEL POR ESTADO**

1. Distrito Federal	33.3
2. Guerrero	16.7
3. Jalisco	14.6
4. Quintana Roo	11.7
5. Nuevo León	11.1

**CALIFICACIÓN DESEMPEÑO DEL HOTEL POR ESTADO**

	Oc.	Tarifa Promedio	Ingreso
1. Distrito Federal	34.6	34.6	30.8
2. Guerrero	-8.3	25.0	33.3
3. Jalisco	31.3	-6.3	18.8
4. Quintana Roo	15.0	10.0	10.0
5. Nuevo León	16.7	8.3	8.3

## DESEMPEÑO DE LAS PROPIEDADES HOTELERAS

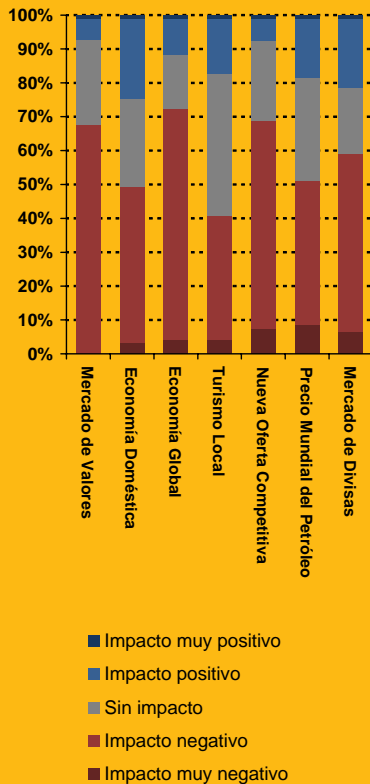
La segunda pregunta solicitó a cada participante, estimar el crecimiento o disminución del desempeño de sus respectivas propiedades en 2009 respecto al 2008.

Cuando se preguntó si seguían esperando un crecimiento en sus operaciones para el 2009, el 27.4%, 21.6% y 26.8% de los participantes establecieron que sus hoteles sufrirían una disminución en ocupación, tarifa promedio e ingreso total respectivamente, de por lo menos 5%.

Por otra parte, el 44.2%, cree que la ocupación de sus propiedades mejorará en 2009. Aproximadamente el 57% y 50%, anticipan un aumento en su tarifa promedio e ingreso total respectivamente. La mayoría de los participantes que contemplan un panorama positivo, esperan un incremento marginal hasta del 5% en ocupación tarifa e ingresos totales.

Si analizamos el resultado por categoría, obtenemos que los hoteles de 3 estrellas son los que presentan un panorama más optimista; con la calificación más alta (28.6), los hoteles de 4 y 5 estrellas esperan un panorama más desalentador con 16.5 y 3.1 puntos respectivamente.

**PORCENTAJES POR RESPUESTA**



**FACTORES QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DEL MERCADO**

1. Economía Local	-20.2
2. Turismo Local	-20.2
3. Precio Mundial del Petróleo	-30.2
4. Mercado de Divisas	-32.3
5. Comportamiento del Mercado de Valores Local / Global	-44.5
6. Economía Global	-47.9
5. Nueva oferta competitiva	-50.8

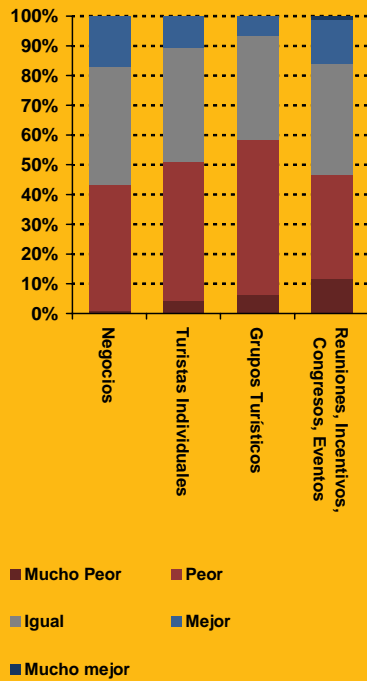
**FACTORES QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DEL MERCADO**

Se establecieron siete factores (1) Comportamiento del Mercado de Valores Local / Global, (2) Crecimiento Económico Local, (3) Crecimiento Económico Mundial, (4) Tendencias del Turismo Local, (5) Nueva Oferta Competitiva, (6) Precio Mundial del Petróleo, (7) Mercado de Divisas y a cada participante se le solicitó que opinara en que medida cada uno de ellos podría afectar el desempeño del mercado para 2009.

Utilizando el índice, todos los factores registraron resultados negativos. Los participantes percibieron que la nueva oferta competitiva tendrá el mayor impacto negativo en sus hoteles con una calificación de -50.8. La situación actual de la economía mundial también fue considerada como un factor que afectaría, en gran medida, el desempeño para el 2009 con una calificación de -47.9. Por otra parte, la economía y turismo local tuvieron las calificaciones más altas.

En cuanto a los estados analizados, múltiples factores fueron los que más afectarán al desempeño del mercado; la situación de la economía mundial para el Distrito Federal y Quintana Roo; el mercado de valores para Nuevo León; el mercado de divisas para Guerrero y la nueva oferta competitiva para Jalisco

PORCENTAJES POR RESPUESTA



**DESEMPEÑO DE LOS SEGMENTOS DE DEMANDA**

Negocios	-20.5
Reuniones, Incentivos, Congresos, Eventos	-31.1
Turistas Individuales	-33.5
Grupos Turísticos	-43.5

**SEGMENTO MAS AFECTADO POR ESTADO**

Distrito Federal	Turistas Individuales
Quintana Roo	Grupos Turísticos
Chalisco	Grupos Turísticos
Nuevo León	Turistas Individuales
Querrero	Reuniones, Incentivos, Congresos, Eventos

## SEGMENTOS DE DEMANDA

La última pregunta de la encuesta se relaciona con la opinión de cada participante sobre el futuro desempeño de los diferentes segmentos de demanda, Negocios, Turistas Individuales, Grupos Turísticos y Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos (MICE).

La mayoría de los hoteleros esperan un panorama desalentador en todos los segmentos analizados, porque suponen una disminución en la demanda para el 2009; para Turistas Individuales el 51.1%, Grupos Turísticos el 58.5%, Negocios el 43.2% y MICE el 46.8% del total de participantes.

Empleando nuestro índice, se espera que todos los segmentos disminuyan en relación a 2008; ya que todos obtuvieron calificaciones negativas. Dentro de los 4 segmentos de demanda, la mayoría de los hoteleros creen que el segmento de Grupos Turísticos será el que resulte más afectado en 2009, con una calificación de -43.5, seguido de Turistas Individuales con -33.5, MICE -31.1 y Negocios con -20.5.

## CONCLUSIÓN

En conclusión, para la mayoría de los encuestados en México, la perspectiva del mercado hotelero es negativa para el año 2009, en cuanto a ocupación, tarifa promedio e ingreso total; sin embargo, las propiedades analizadas, esperan un menor impacto en su operación comparadas con el mercado hotelero en general. La nueva oferta competitiva, la situación actual de la economía mundial y el mercado de valores, fueron elegidos entre los factores que tendrán un impacto más negativo en el desempeño del mercado hotelero. La mayoría de los participantes esperan que todos los segmentos de demanda, tengan un desempeño menor que el año anterior, el segmento que resultara más afectado será el de turistas, tanto individuales como el de grupos.

## Otros Reportes de Mercado a Nivel Mundial

### POR REGIÓN

ASEAN      Benelux      Europa      Noroeste de Asia      Suroeste de Europa

### POR PAÍS

Australia      Austria      Bélgica      Bulgaria      Canadá      China  
 Croacia      República Checa      Francia      Hungría      India      Indonesia  
 Italia      Japón      Macedonia      Montenegro      México      Holanda  
 Noruega      Rumania      Serbia      Singapur      Eslovenia      Sudáfrica  
 España

### POR CIUDAD

Beijing      Hong Kong      Shangai      Shenzhen

# Horwath HTL – Oficinas Internacionales

## ASIA/PACIFICO

**Auckland, Nueva Zelanda**  
auckland@horwathhtl.com

**Beijing, China**  
beijing@horwathhtl.com

**Hong Kong, SAR**  
hongkong@horwathhtl.com

**Honolulu, EUA**  
hawaii@horwathhtl.com

**Jakarta, Indonesia**  
jakarta@horwathhtl.com

**Kuala Lumpur, Malasia**  
kl@horwathhtl.com

**Mumbai, India**  
horwath@horwathindia.com

**Shangai, China**  
shanghai@horwathhtl.com

**Singapur, Singapur**  
singapore@horwathhtl.com

**Sydney, Australia**  
sydney@horwathhtl.com

**Tokio, Japón**  
tokyo@horwathhtl.com

## EUROPA

**Ámsterdam, Holanda**  
hoogendoorn@horwath.nl

**Andorra la Vella, Andorra**  
vmarti@horwathhtl.com

**Barcelona, España**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Belfast, Reino Unido**  
michael.williamson@asmhorwath.com

**Budapest, Hungría**  
office@horwathconsulting.net

**Dublín, Irlanda**  
post@horbc.ie

**Frankfurt, Alemania**  
knospe@horwathhtl.de

**Kiev, Ucrania**  
afernandez@horwathhtl.com

**Londres, Reino Unido**  
jomahoney@horwathhtl.com

**Madrid, España**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Moscu, Rusia**  
moscowoffice@horwathhtl.com

**París, Francia**  
pdoizelet@horwathhtl.fr

**Rabat, Maruecos**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Roma, Italia**  
aiadecola@horwathhtl.it

**Salzburgo, Austria**  
kploberger@horwathhtl.at

**Tunis, Túnez**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Zagreb, Croacia**  
sanja.cizmar@horwath.hr

## NORTE/CENTRO AMERICA

**Atlanta, EUA**  
mbeadle@horwathhl.com

**Dallas, EUA**  
rbesse@horwathhl.com

**Denver, EUA**  
jmontgomery@horwathhl.com

**Los Ángeles**  
ynathraj@horwathhl.com

**Ciudad de México, México**  
htl@horwath.com.mx

**Montreal, Canadá**  
horwath@horwath-lariviere.com

**Palm Beach, EUA**  
staylor@horwathhl.com

**San Francisco, EUA**  
jhiser@horwathhl.com

**Santo Domingo, República Dominicana**  
sotero@codetel.net.do

**Toronto, Canadá**  
horwath@hhgi.com

## SUDAMÉRICA

**Buenos Aires, Argentina**  
ochudnobsky@horwathhtl.com

## ÁFRICA

**Cape Town, Sudáfrica**  
mdewitt@horwathhtl.co.za

## MEDIO ORIENTE

**Beirut, Líbano**  
kamelac@horwathac.com