



Marzo, 2001

## TRAS LA INTEGRACIÓN DE TRYP HOTELES, SOL MELIÁ ANUNCIA SU NUEVA ESTRUCTURA DE MARCAS

- La compañía hotelera reorganiza su actual portafolio con el fin de adaptarlo a los diferentes segmentos del mercado
- La nueva estructura contempla el lanzamiento de una nueva marca TRYP que dispondrá de 157 establecimientos urbanos

La compañía hotelera Sol Meliá ha anunciado hoy viernes, día 30 de marzo, su nueva estrategia de marcas, que tendrá como resultado la reducción de su actual portafolio y el lanzamiento de una **nueva** marca TRYP destinada a comercializar los establecimientos urbanos, nacionales e internacionales, de tres y cuatro estrellas. De esta manera, la nueva estructura estará integrada por 4 grandes marcas: **TRYP, Sol y Paradisus**. Además, la compañía mantendrá la submarca **Meliá**, debido al alto grado de reconocimiento de la misma.

### Nueva estrategia de marcas:

MARCAS:	URBANO:	VACACIONAL:
Paradisus:		5 Estrellas <b>Todo Incluido</b>
Meliá:	5 Estrellas - 4 Estrellas <b>Sup.</b>	5 Estrellas - 4 Estrellas <b>Sup.</b>
TRYP:	4 Estrellas - 3 Estrellas <b>Sup.</b>	
Sol:		4 Estrellas - 3 Estrellas <b>Sup.</b>

### Posicionamiento frente a la competencia:

MARCA:	COMPETIDOR:
Paradisus:	Sandals y Club Lido
Meliá:	Hilton, Marriott, Hyatt, Le Meridien, Westin e Intercontinental
TRYP:	NH, Scandic, Dorint y Novotel
Sol:	Riu, Iberostar, Club Med y Robinson



Esta simplificación permitirá concentrar todos los esfuerzos de promoción en **4** grandes grupos de hoteles, compuestos respectivamente por **100** establecimientos (**Sol**), **157** establecimientos (**TRYP**), **155** establecimientos (**Meliá**) y **8** establecimientos (**Paradisus**), cuya solidez facilitará el reforzamiento de los estándares de cada una de las marcas, el aumento de sus índices de reconocimiento y la mejora de su posicionamiento frente a sus competidores directos. Una ambiciosa campaña de publicidad, que requerirá una inversión de 400 millones de pesetas, apoyará esta nueva línea de comercialización.

**Portafolio de Sol Meliá según la nueva estructura de marcas:**

MARCA:	Nº HOTELES OPERATIVOS:	Nº HOTELES INCLUIDOS PROYECTOS:
Paradisus:	3	8
Meliá:	137	155
TRYP:	111	157
Sol:	90	100
<b>TOTAL:</b>	<b>341</b>	<b>420</b>

**TRYP: Líder del segmento de hoteles urbanos de nuestro país:**

Con más de más de 157 establecimientos, la **nueva marca TRYP** es un referente del segmento de hoteles urbanos de 3 y 4 estrellas. Para marcar la diferencia, Sol Meliá ha creado un nuevo **logotipo** que refleja el carácter urbano de los hoteles a los que designa: de ciudad, moderno, funcional y asequible.

**Nuevo logotipo de TRYP:**



Según el Vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, “la integración de la cadena de Hoteles TRYP, y la consiguiente incorporación de un nuevo anagrama a nuestro portafolio, nos ha brindado una magnífica oportunidad para hacer un análisis de nuestra actual estructura de marcas, y ver de qué manera podemos reorganizarla y adaptarla a los diferentes segmentos del mercado”.

Para ello, explica, “hemos requerido los servicios de la empresa mundial en investigación de mercados y posicionamiento estratégico de marcas, que ha realizado un exhaustivo estudio del reconocimiento de nuestras marcas y de la de Hoteles TRYP, y además, hemos elaborado un análisis comparativo de las 8 cadenas hoteleras más



El resultado de la encuesta, añade, “muestra el elevadísimo reconocimiento de las marcas **Gran Meliá** y **Paradisus** (96%), y la consecución del más alto índice promedio del mercado por parte de **TRYP** y **Sol** (71%)”. Sin embargo, agrega, “el estudio desvela la gran confusión existente entre las marcas **Gran Meliá** y **Sol Élite** con **Meliá** y **Sol**, respectivamente, así como el gran desconocimiento que existe de la enseña **Sol Inn**”.

Asimismo, recuerda, “hemos comprobado como la tendencia actual del mercado hotelero internacional se caracteriza por una clara concentración del portafolio de marcas; y por la asociación de las submarcas a los diferentes segmentos de negocio (golf, congresos...), en lugar de hacerlo a la tradicional clasificación por categorías (estrellas)”.

En este sentido, “una compañía como **Bass**, que dispone de casi 3.000 hoteles, tiene únicamente 4 marcas y 1 submarca, **Marriott**, con algo más de 1.800 establecimientos, cuenta con 5 marcas y 4 submarcas, mientras que **Sol Meliá**, con más de 340 hoteles, ha utilizado, hasta la fecha, 8 marcas, contando TRYP”.

#### Comparativo de marcas de las principales cadenas hoteleras internacionales:

Cadenas hoteleras:	Nº hoteles:	Nº marcas:
<b>Sol Meliá</b>	341	4 marcas y 1 submarca (antes 8 marcas)
<b>Carlson Hospitality World.:</b>	616	3 marcas
<b>Starwood:</b>	716	6 marcas
<b>Hilton:</b>	1.700	7 marcas y 4 submarcas
<b>Marriott</b>	1.880	5 marcas y 4 submarcas
<b>Bass</b>	2.886	4 marcas y 1 submarca
<b>Accor:</b>	3.234	8 marcas
<b>Choice Hotels Int.:</b>	4.248	7 marcas
<b>Cendant:</b>	6.315	8 marcas

Después de evaluar todos estos elementos, concluye, “la decisión de Sol Meliá ha sido simplificar y clarificar la estructura de marcas, eliminando aquellas que inducen a confusión o que carecen de reconocimiento, y reposicionando el resto en los nichos de mercado que mejor le corresponde a cada una”.

Una vez aprobada esta reorganización, “se ha procedido al análisis de los estándares de producto y servicio de todos los establecimientos que integran actualmente Sol Meliá, y de los proyectos firmados que lo harán en un futuro próximo, asignando a cada uno de los hoteles la marca que mejor se ajusta a dichas características”. A consecuencia de este proceso, **16** establecimientos deberán pasar a ser comercializados bajo la marca **Meliá**, se darán de alta otros **72** establecimientos **TRYP** y otros **8** adoptarán el anagrama **Sol**.

En estos momentos, estamos finalizando la comunicación a los propietarios de los establecimientos implicados, por lo que prevemos que la conclusión de este proceso de reorganización tendrá lugar en un plazo máximo de seis meses”.



Como **ejemplo** de la reorganización emprendida por Sol Meliá, la ciudad de testigo en breve de dos importantes cambios: el paso del **TRYP María Pita**, de 4 estrellas superior, a **Meliá María Pita**, mientras que el **Meliá Confort Coruña**, de 4 estrellas, pasa a **TRYP Coruña**.

Sol Meliá, líder del mercado hotelero español, tanto urbano como vacacional, y de Latinoamérica y el Caribe, ocupa el segundo puesto del ranking europeo y el décimo a nivel mundial. Además, es la compañía hotelera vacacional más grande del mundo.

Para más información: [prensa@solmelia.com](mailto:prensa@solmelia.com) ó <http://www.solmelia.com>