



Observatorio de la Industria Hotelera Española de CEHAT y PwC para la temporada
Semana Santa –Primavera 2012

El sector hotelero espera mantener la ocupación del año pasado y modera sus expectativas de recuperación

- **El índice de expectativas del Observatorio de la Industria Hotelera Española para la temporada de Semana Santa y primavera indica una cierta estabilidad en cuanto a ocupación y precios medios, mientras que se prevé una caída en el número de turistas españoles. A pesar de los buenos resultados del año pasado, no se están produciendo los incrementos de rentabilidad que deberían ser correlativos debido al aumento de las ofertas y la estabilidad en los costes operacionales del hotel.**

Madrid, 27 de marzo de 2012

El sector hotelero confía en que los resultados de esta Semana Santa y primavera serán similares a los registrados el año pasado, si bien muestra su preocupación por la situación de las reservas, según datos del Observatorio de la Industria Hotelera Española (OHE), elaborado por CEHAT y PwC. El índice OHE Hotelero, que mide las expectativas de los empresarios asociados a CEHAT, refleja una caída del 28% respecto al mismo periodo del año anterior, hasta los 47 puntos. El año pasado en estas mismas fechas, el sector se veía claramente optimista pues venía de un año muy negativo. Sin embargo, esto evidencia que el sector no espera variaciones significativas respecto a la misma temporada de 2011, en la que se obtuvieron buenos resultados.

La contención de las expectativas se refleja en una rebaja de todos los factores analizados en el OHE, especialmente aguda en estancia media y esfuerzo promocional y publicitario. Las expectativas sobre pernoctaciones, oferta de plazas, precio medio y rentabilidad también sufren una ligera caída en sus valores, aunque se espera que se mantengan en niveles similares a los del año pasado. Además Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), ha señalado que la rebaja del índice responde en gran medida a una fuerte caída de las perspectivas en referencia al turismo nacional. En cuanto al número de pernoctaciones el indicador se sitúa en los 48 puntos y rompe la tendencia optimista del año pasado, que se situó en 71 puntos.

Durante la presentación de los resultados del Observatorio, en la que participaron también Álvaro Klecker, socio responsable de Turismo de PwC ; David Samu, socio del Grupo de Turismo de PwC y Ramón Estalella, secretario general de CEHAT; se subrayó que según el Observatorio de la Industria Hotelera, un 56% de los encuestados cree que el mercado extranjero crecerá, lo que contrasta con un 68% que estima que el nacional caerá.

Los turistas extranjeros más esperados para los próximos meses son, de nuevo, los alemanes, británicos, franceses y rusos, con índices superiores a 70 puntos, muy alejados de las expectativas de los viajeros españoles que alcanzan solo 22 puntos según este estudio. En este sentido, la patronal hotelera ha alertado de la ampliación de las expectativas entre el turismo de procedencia nacional y extranjera y ha

recordado que el turismo nacional es de vital importancia para el sector durante la temporada estival.

En cuanto a oferta de plazas, no se perciben grandes cambios en las expectativas de los hoteleros: el 83% de los encuestados cree que se mantendrá igual que en el mismo periodo del año pasado. Es notoria la rebaja de las expectativas de estancia media. El índice cae de 49 a 34 puntos, lo que supone niveles negativos por primera vez en tres años. Los hoteleros creen que en los próximos meses prevalecerán las escapadas de fin de semana frente a los periodos vacacionales largos, una tendencia que se acentúa en el turista nacional.

Los hoteleros confían en que este año la rentabilidad se mantenga en niveles similares al año pasado. En este sentido, esperan que el precio medio sea parecido a 2011, con un índice de 51 puntos que indica perspectivas de mantenimiento.

Las perspectivas de la industria hotelera son muy negativas en cuanto a esfuerzo promocional y publicitario de las administraciones públicas y privadas, un dato sobre el que ha llamado la atención Juan Molas, que ha señalado la importancia que tiene la puesta en marcha por parte de Turespaña del plan de Marketing 2012. El índice del esfuerzo promocional de las administraciones públicas y entidades privadas cae por primera vez a valores negativos. La caída del índice es especialmente aguda en el caso de las administraciones públicas, con un indicador que se sitúa en 23 puntos. En este sentido, el 67% de los encuestados cree que el esfuerzo promocional de las administraciones públicas será menor.

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español (tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras y apartamentos turísticos). Cuenta con más de 14.000 establecimientos y 1.500.000 plazas, agrupadas en 64 asociaciones de ámbito local, provincial y autonómico en todo el territorio nacional.

PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con cerca de 169.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.com

Para más información:

CEHAT

Mónica González
Teléfono: 91 556 71 12

PwC

Xavier Janer
Teléfono: 915 684 275
xavier.janer.serra@es.pwc.com

INTERPROFIT

María Muñoz / Esteban Redolfi
maria.munoz@interprofit.es / esteban.redolfii@nterprofit.es
Teléfono: 91 515 95 10