

Observatorio de la Industria Hotelera Española de CEHAT y PwC
para la temporada de verano 2013

Luces y sombras en las expectativas de turismo para el verano 2013

- **Las expectativas más negativas se centran en las previsiones de turistas domésticos y una caída continuada de la rentabilidad**
- **Los hoteleros consideran que habrá una aumento de los turistas extranjeros en las costas españolas y una mayor concentración de viajes en la temporada alta veraniega**

Madrid, 4 de julio de 2013

El sector hotelero mantiene unas expectativas similares a las registradas en la temporada de verano 2012, según el *Observatorio de la Industria Hotelera*, elaborado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (**CEHAT**) y **PwC**. El índice general del estudio -índice OHE-, que recoge las perspectivas de los hoteleros (**OHE Hotelero**) junto con las previsiones macroeconómicas (**OHE Macroeconómico**), se mantiene respecto a la temporada de verano del pasado año situándose en 36.21 puntos. Estas expectativas se reflejan en la práctica totalidad de factores analizados, que si bien no descienden abruptamente en relación a 2012, continúan decreciendo. Mención especial merece el capítulo de la rentabilidad donde los hoteleros esperan un descenso de 9.4 puntos en el índice. Asimismo, la percepción de estancamiento del mercado nacional arrastra las previsiones de los profesionales para este verano.

El **OHE Hotelero** -perspectivas de los hoteleros relativas a las pernoctaciones, ofertas de plazas, rentabilidad, estancia y precio medio, promoción y publicidad- se sitúa en los 31.48 puntos, asumiendo un descenso del 2% en relación al año anterior. Por su parte, el **OHE Macroeconómico** sube un 2% hasta los 50.40 puntos, debido a las expectativas de recuperación económica mostrada en algunos indicadores, si bien la tendencia es de mantenimiento de las actuales condiciones.

Las expectativas decrecen en casi todos los factores analizados en el OHE Hotelero. El descenso en rentabilidad se atribuye a una importante subida en los costes generales, la energía y el aumento de las comisiones de intermediación mientras los precios se estancan. Solamente los indicadores de expectativa de oferta de plazas y precio medio se mantienen con 52 y 40 puntos respectivamente. Son negativas también las expectativas sobre las pernoctaciones con 35 puntos, la estancia media con 34, el esfuerzo promocional con 37 y el esfuerzo publicitario con 28. No obstante, estos últimos cuatro factores, aun siendo bajos, son ligeramente mejores que en 2012.

Según **Juan Molas**, presidente de **CEHAT**, “la caída de las expectativas del empresariado hotelero español se debe fundamentalmente al estancamiento del mercado nacional, especialmente importante en este periodo del año. A pesar de que las previsiones de turismo extranjero puedan mantenerse en niveles similares a 2012 y existan mercados emergentes como Rusia que van a resultar estratégicos en los próximos años, las zonas receptoras de turismo nacional se ven más seriamente afectadas que nunca en los últimos años”.

En opinión de **Álvaro Klecker**, socio responsable de Turismo de **PwC**, “si bien las expectativas no apuntan hacia un buen verano 2013, especialmente a efectos de rentabilidad, nuestra recomendación es que ahora, más que nunca nuestro sector turístico debe innovar de forma proactiva. ¿Cómo? A través de iniciativas de productos o servicios de valor añadido, que permitan mejoras en los precios, así como del impulso público-privado de nuevas herramientas que amplíen la oferta para el visitante conectado. Un ejemplo sería la creación de una plataforma turística interactiva donde el visitante usuario tenga a mano todas las oportunidades de ocio y servicios que ofrece su destino y pueda interconectar con otros lugares próximos u opciones de ocio /entretenimiento complementario.”

Durante la presentación de los resultados del Observatorio, en la que también participaron **David Samu**, socio responsable de Turismo, Transporte y Servicios de **PwC** y **Ramón Estalella**, secretario general de **CEHAT**, se subrayó que, según el Observatorio de la Industria Hotelera, un 69.94% de los encuestados cree que el mercado extranjero se mantendrá, lo que contrasta con un 66.25% que estima que el nacional caerá.

Los turistas extranjeros más esperados, como refleja el estudio, son los ingleses, alemanes, franceses y nórdicos por ese orden. El OHE Hotelero refleja claramente las malas previsiones del empresariado hotelero hacia el mercado nacional, con un índice que se sitúa en tan sólo 14.9 puntos, un nivel históricamente negativo en el Observatorio.

En cuanto a la oferta de plazas, y pese a que el índice sube ligeramente, no se perciben grandes cambios en las expectativas de los hoteleros: el 82.30% de los encuestados cree que se mantendrá igual que en el mismo periodo del año pasado. Aunque dentro del rango de expectativa negativa, crecen ligeramente las previsiones de estancia media, una de las variables que más impacta porque en la temporada de verano las duraciones suelen ser más extensas. En cuanto a la estancia media el 57% de los encuestados creen que la estancia media del turista nacional decrecerá y el 90% cree que el turista extranjero se mantendrá.

El sector es pesimista respecto a la recuperación de la rentabilidad en este periodo. El índice OHE para este factor cae desde los 21 hasta los 12.3. Los expertos del sector prevén un aumento de costes generales y un crecimiento importante de los costes de intermediación, si bien no se esperan cambios importantes en el precio medio de los alojamientos. El índice del precio medio cae en este sentido desde los 48 hasta los 40 puntos, manteniéndose en valores neutros. El 58% de los encuestados piensan que el precio medio será parecido al de 2012, y un 30% espera que sea menor.

Las perspectivas de la industria hotelera en cuanto a esfuerzo promocional y publicitario de las administraciones públicas y privadas sigue bajo, si bien crecen ligeramente en relación a 2012. Así, el índice sitúa en 37 puntos el esfuerzo promocional de las Administraciones Públicas y en 28 el esfuerzo publicitario de entidades privadas. Desde **CEHAT** se ha insistido en la importancia de que el Gobierno revierta la situación y apueste por la promoción turística para que el sector pueda seguir aportando al PIB y a la creación de empleo.

CEHAT representa a todo el sector del alojamiento español (tanto hoteles independientes como cadenas hoteleras, apartamentos turísticos, balnearios y campings & resorts.) Cuenta con más de 14.000 establecimientos y 1.800.000 plazas, agrupadas en 64 asociaciones de ámbito nacional, provincial, autonómico y local 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 180.000 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
91 556 71 12
monica@cehat.es

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

INTERPROFIT
91 515 95 10
Gracia Aguirregomezcorta gracia.aguirregomezcorta@interprofit.es
Francisco Calderón francisco.calderon@interprofit.es