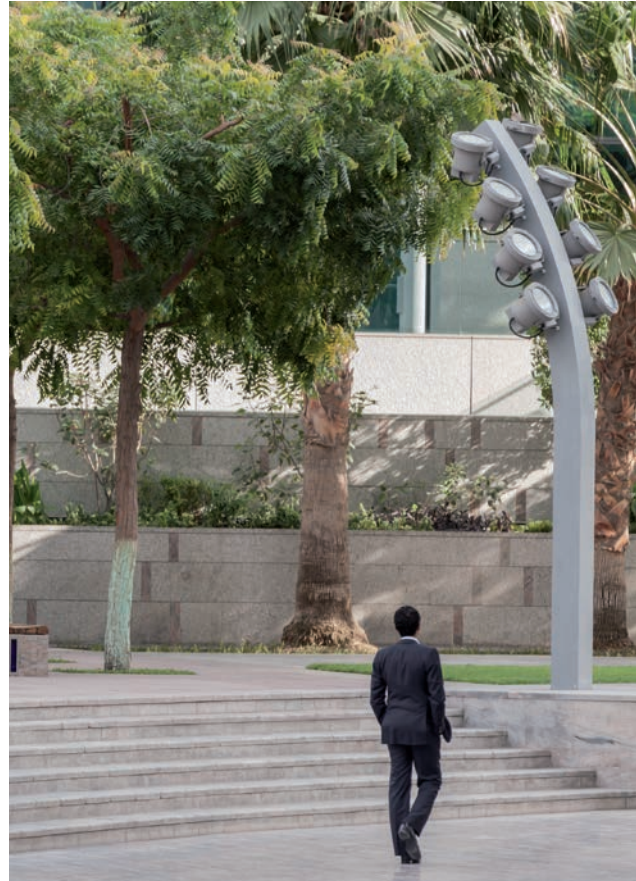


Observatorio de la Industria Hotelera Española



Temporada de Primavera-Semana Santa 2014

El presente documento resume las conclusiones del informe Observatorio de la Industria Hotelera Española, elaborado por PwC para CEHAT, del que se extrae el índice **OHE Primavera-Semana Santa 2014**. Este indicador mide las expectativas hoteleras de febrero a mayo de 2014.

Mejoran las expectativas del sector hotelero para esta Primavera-Semana Santa 2014

Los agentes del sector se muestran optimistas en sus perspectivas para la temporada de Primavera-Semana Santa 2014, como refleja el índice OHE General, que sobrepasa los 60 puntos por primera vez desde 2011.

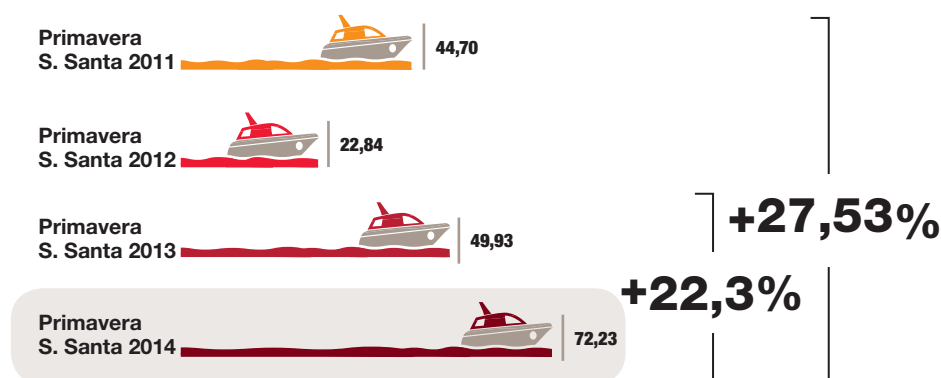
El índice OHE General alcanza la cifra de 61,18 puntos, lo que supone un incremento del 54,6% en las expectativas respecto a la temporada 2013. Esta subida se ve motivada por la importante mejora tanto en el OHE Macroeconómico como en el OHE Hotelero.

Las previsiones favorables en el entorno macro, principalmente en los indicadores de PIB e inflación, motivan un crecimiento de casi el 45% en el índice OHE Macroeconómico y ejercen de estímulo para la mejora de las expectativas hoteleras. Éstas pasan del empeoramiento esperado para la temporada 2013 a la estabilidad en 2014, con expectativas especialmente optimistas para el mercado doméstico.

Situación macroeconómica

OHE Macroeconómico Primavera-Semana Santa 2014

Evolución OHE Macroeconómico



Fuente: Elaboración propia.

- Por primera vez en los últimos tres ejercicios, las perspectivas macroeconómicas alcanzan cifras positivas. El índice **OHE Macroeconómico** crece un 44,7% hasta situarse en los **72,23 puntos**, anticipando un entorno macroeconómico más optimista que el de la Primavera-Semana Santa del año pasado.

- Principalmente, las variables que motivan esta vuelta al optimismo en el entorno macroeconómico son las expectativas de mejora del PIB en España a partir de mediados de este año, las previsiones de estabilización de la inflación y la disminución de la tasa de paro.

PIB Primavera-Semana Santa 2014

Las previsiones del PIB en España reflejan una clara recuperación a partir de mediados de este año, cuando se espera que se inicie una tendencia positiva para los próximos cuatro años. Esta tendencia se mantiene similar en Alemania, Francia y Reino Unido, aunque para este último país las perspectivas de 2015 a 2017 son de ligero empeoramiento.

La opinión de los expertos recogida en el último *Consenso Económico de PwC* correspondiente al primer trimestre de 2014 coincide con estas previsiones, ya que casi el 100% de los encuestados confían en una recuperación o estabilidad de la economía en la Unión Europea a finales de este ejercicio.

IPC Primavera-Semana Santa 2014

Las estimaciones sobre la inflación apuntan a un descenso hasta el 1% en 2014, para mantenerse en torno al 2% en los próximos cuatro años, comportamiento similar al

resto de países emisores analizados (Alemania, Francia y Reino Unido).

Tipo de cambio Primavera-Semana Santa 2014

Para el año 2014 se estima una ligera depreciación del euro frente a la libra esterlina y frente al dólar americano, hasta tipos de 1,30 dólares y 0,80 libras por euro respectivamente.

Los tipos de interés estimados para 2014 descenderán hasta el 0,06% para la zona euro y hasta 0,50% para Reino Unido, lo que supone un ligero aumento en este último caso respecto al ejercicio anterior.

Desempleo Primavera-Semana Santa 2014

Por primera vez desde 2008 se estima que este año la tasa de desempleo comience una ligera pero constante tendencia a la baja a finales de 2013, pasando del 27% alcanzado en 2013 al 26% a finales de este año.

Precio del petróleo Primavera-Semana Santa 2014

Respecto a las previsiones sobre el precio del petróleo, éstas no reflejan variaciones significativas en comparación con los valores de la temporada anterior. El precio del barril se mantiene en el entorno de los 108 dólares para abril de 2014.

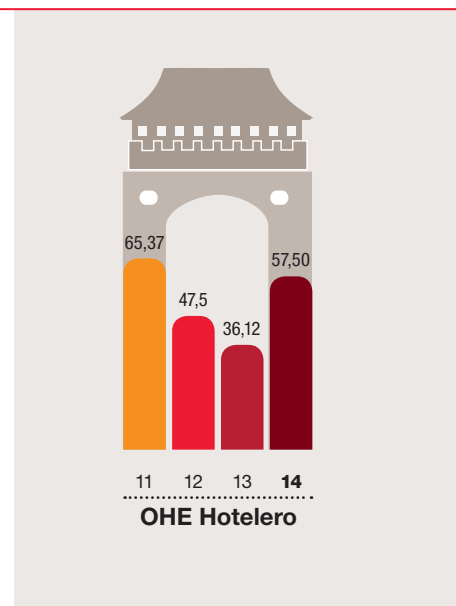
Consenso Económico trimestral de PwC

Los datos del *Consenso Económico de PwC* del primer trimestre de 2014 apuntan a una mejora de las expectativas sobre la economía de la Unión Europea y de la coyuntura española, y a un importante aumento en las expectativas de mejora de la demanda de consumo en los hogares españoles en los próximos meses. Sólo un 1,9% de los expertos encuestados estima que la economía de la Eurozona vaya a ser peor y ninguno espera que empeore la coyuntura española en los próximos seis meses.

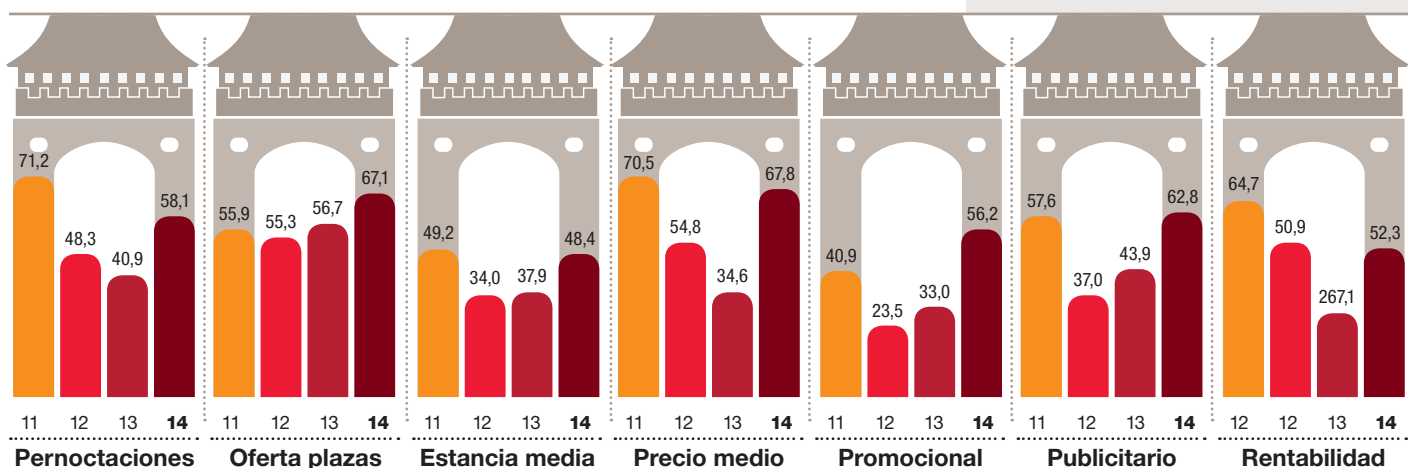
Situación hotelera

OHE Hotelero desglosado Primavera-Semana Santa 2014

- El índice OHE Hotelero se sitúa en los 57,50 puntos para la temporada de Primavera-Semana Santa 2014, mostrando una mejora notable del 59,2% respecto a la temporada de 2013.
- La confianza de los hoteleros se refleja en todos los factores analizados, que experimentan aumentos de las expectativas de entre 10 y 30 puntos para alcanzar expectativas neutras y positivas, especialmente significativas para las previsiones sobre la oferta de plazas, precio medio e inversión publicitaria esperados en estos cuatro meses.
- También es notable la mejora en las expectativas hoteleras sobre la rentabilidad y el esfuerzo promocional de las AA.PP., cuyos índices alcanzan casi los 60 puntos.



Evolución OHE Hotelero (desglose)



Pernoctaciones Primavera-Semana Santa 2014

Los agentes del sector muestran mayor optimismo sobre la evolución de pernoctaciones esta temporada respecto a la anterior, si bien el índice se sitúa aun ligeramente por debajo de los 60 puntos, reflejando expectativas de estabilidad.

Las predicciones de la mayoría de los encuestados apuntan a que se mantenga el volumen de turistas nacionales respecto a la temporada pasada, y que aumente el número de viajeros extranjeros, especialmente de Reino Unido, Francia y los Países Nórdicos.

Oferta de plazas 2014

Las perspectivas casi positivas en número de pernoctaciones van en línea con las expectativas de evolución en la oferta de plazas, que alcanza índices por encima de los 60 puntos. Un 98% de los encuestados espera que la oferta hotelera se mantenga o aumente en estos cuatro meses.

Estancia media Primavera-Semana Santa 2014

Los hoteleros no esperan variaciones significativas en la evolución de la estancia media, reflejando expectativas de estabilidad para todas las categorías, tanto para viajeros nacionales como extranjeros. Estiman que se produzcan descensos en algunas provincias como Barcelona, Asturias y Córdoba.

Precio medio Primavera-Semana Santa 2014

Las estimaciones sobre la evolución del precio medio por habitación son positivas para la temporada de Primavera-Semana Santa 2014, situándose este índice en los 67,8 puntos. Solo el 11,4% de los hoteleros encuestados prevé un descenso de su precio medio.

Esfuerzo promocional de las AA.PP. Primavera-Semana Santa 2014

Tras dos ejercicios registrando expectativas de reducción del gasto promocional por parte de las Administraciones Públicas, los encuestados prevén que este factor se mantenga similar al año pasado, pasando el índice de los 33 a los 56,2 puntos.

Esfuerzo publicitario de los empresarios privados Primavera-Semana Santa 2014

Las expectativas de los agentes del sector sobre la evolución de su inversión publicitaria mejoran respecto a la temporada pasada. Este año se observa una subida significativa del índice, que se sitúa por encima de los 60 puntos, reflejando una evolución desde expectativas de estabilidad en 2013 a perspectivas de mejora este año.

Rentabilidad Primavera-Semana Santa 2014

Si bien las expectativas de evolución del índice de rentabilidad son de relativa estabilidad respecto a la temporada pasada, el índice se acerca a valores positivos. Más de la mitad de los encuestados espera una mejora en su volumen de ingresos y sin variaciones significativas en los costes, lo que resulta en un 69% que opina que la rentabilidad se mantendrá estable estos cuatro meses.

Canales de intermediación Primavera-Semana Santa 2014

Por último, más de la mitad de los hoteleros esperan un crecimiento de la intermediación directa tanto para viajeros nacionales como extranjeros y una estabilidad en la contratación a través de canales de intermediación indirecta.

¿Cómo interpretar el OHE?

El OHE General se elabora a partir del análisis macroeconómico de los principales mercados emisores de turistas a España (índice OHE Macroeconómico) y los resultados de una encuesta de perspectivas sectoriales enviada a los asociados de CEHAT, representando más de 1,5 millones de plazas hoteleras en toda España (índice OHE Hotelero).

El índice OHE aúna el impacto de la situación económica global en la industria hotelera y el conocimiento sectorial proveniente de los propios agentes del sector: grandes cadenas hoteleras, establecimientos hoteleros independientes, grandes y pequeños

agentes del sector, así como los establecimientos de costa y de turismo interior.

El índice OHE puede tomar valores entre "0" y "100" y siempre se ha de interpretar en comparación con el mismo período

del año anterior. Los valores superiores a los 60 puntos reflejan expectativas positivas; los valores entre 40 y 60 puntos reflejan que no se esperan variaciones significativas; y los valores inferiores a los 40 puntos reflejan expectativas negativas para el sector.

Las claves

- El índice OHE General alcanza los 61,18 puntos, lo que supone un incremento del 54,6% de las expectativas respecto al periodo Primavera-Semana Santa de 2013.
- El índice OHE Macroeconómico muestra una notoria mejora respecto a la temporada de 2013, influido principalmente por las previsiones positivas sobre la inflación y PIB. Así, alcanza los 72,23 puntos.
- El índice OHE Hotelero se sitúa en un valor estable de 57,50 puntos, con un aumento de las expectativas hoteleras en todos los factores analizados hasta valores positivos, principalmente significativos para oferta de plazas, precio medio e inversión publicitaria.
- La rentabilidad del sector subirá en menor proporción que el número de llegadas, ya que los costes que soporta el sector turístico se siguen incrementando y, a pesar del aumento de los ingresos, las cuentas de explotación no mejorarán significativamente.



Contactos



David Samu
Socio responsable de Turismo, Transporte
y Servicios de PwC España
david.samu.villaverde@es.pwc.com
Teléfono : +34 915 684 013



Juan Molas
Presidente de CEHAT
presidencia@cehat.com
Teléfono: +34 915 567 112



Álvaro Klecker
Socio responsable de Turismo de PwC España
alvaro.klecker@es.pwc.com
Teléfono : +34 915 684 244



Ramón Estalella
Secretario General de CEHAT
restalella@cehat.com
Teléfono : +34 915 567 112



Escanea este código QR
con tu smartphone para descargarte
el informe completo o accede a
www.pwc.es o a www.cehat.com



PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con más 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.es

© 2013 PricewaterhouseCoopers S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers S.L, firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.