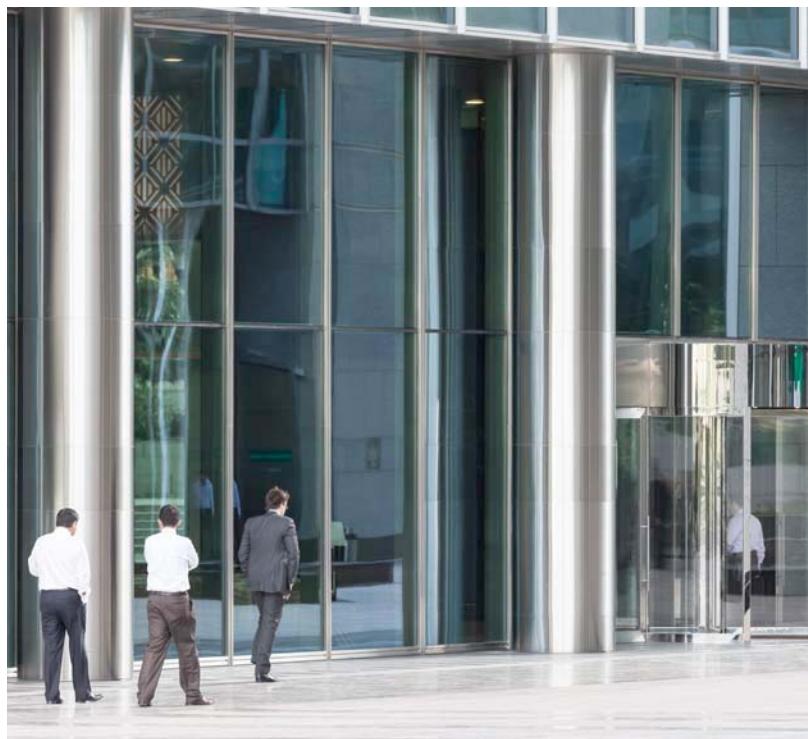


Observatorio de la Industria Hotelera Española



Temporada Primavera-Semana Santa 2013



El presente documento resume las conclusiones del informe Observatorio de la Industria Hotelera Española, elaborado por PwC y CEHAT, del que se extrae el índice OHE Primavera-Semana Santa 2013. Este indicador mide las expectativas turísticas de febrero a mayo de 2013.

Las expectativas del sector hotelero para Primavera-Semana Santa apuntan a un empeoramiento respecto a la misma temporada del año pasado

A pesar de que las expectativas acerca de la evolución de la economía española comienzan a ser algo más positivas, los hoteleros prevén, por primera vez en los últimos cuatro años, que las expectativas del OHE General serán negativas de cara la temporada de Primavera-Semana Santa de 2013.

El índice OHE General se sitúa en los 39,57 puntos, lo que supone una caída de un 3% con respecto al periodo de Primavera-Semana Santa de 2012. Estas bajas expectativas pueden estar motivadas principalmente por dos razones: por los malos resultados del sector en los meses de enero y febrero de 2013, y por ser Semana Santa un periodo vacacional que se nutre básicamente de turistas nacionales, los cuales se están viendo mucho más afectados por la crisis que los turistas extranjeros.

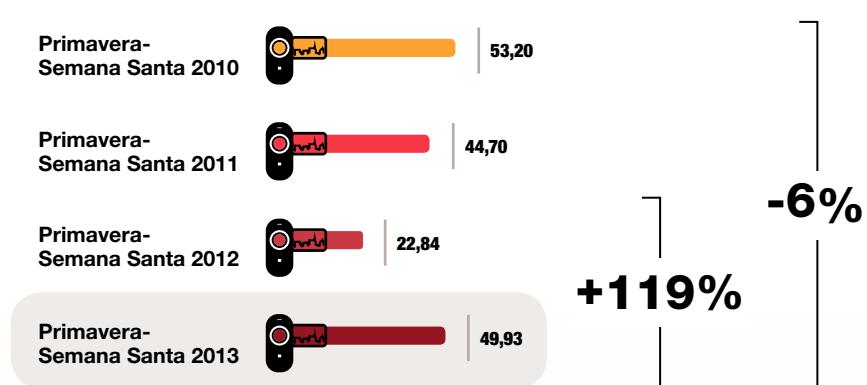
Asimismo, los resultados reales de Primavera-Semana Santa del año 2012 fueron peores en términos generales que los de la misma temporada del ejercicio anterior, lo que probablemente haya incrementado el pesimismo en los encuestados del sector.

Como telón de fondo, el pesimismo general de la opinión pública acerca de un empeoramiento de nuestra economía está teniendo un impacto negativo en las expectativas de los hoteleros encuestados.

Situación macroeconómica

OHE Macroeconómico Primavera-Semana Santa 2013

Evolución OHE Macroeconómico



Fuente: Elaboración propia.

- El índice OHE Macroeconómico crece un 119% hasta alcanzar los 49,93 puntos, anticipando un entorno macroeconómico más optimista que en Primavera-Semana Santa del año pasado, pero en el que se prevé que la situación no sufra variaciones considerables.
- Las expectativas son más optimistas que el año anterior por primera vez en los últimos tres años, debido principalmente a las estimaciones de estabilización de los tipos de interés así como a la previsión positiva del PIB en tres de los cuatro países de estudio.

PIB Primavera-Semana Santa 2013

Las previsiones del PIB en España para 2013 muestran una ligera tendencia de recuperación, aunque siguen sin alcanzarse cotas positivas hasta el año 2014. En Alemania, Francia y Reino Unido esta tendencia se mantiene hasta 2017 salvo en los dos últimos años en este último.

La opinión de los expertos del Consenso Económico de PwC en el informe del primer trimestre de 2013 coincide con estas previsiones ya que más de la mitad de los encuestados confían en una recuperación de la economía de la Unión Europea a finales de este ejercicio.

IPC Primavera-Semana Santa 2013

Las estimaciones sobre la inflación apuntan a un panorama estable a partir del año 2013 en Alemania y Francia y a partir de 2014 en España y Reino Unido con una tasa del IPC situada en torno al 2%.

En el caso concreto de España, hasta el año 2014 la inflación descenderá hasta el 1% según las previsiones, año a partir del cual, su tendencia se mantiene en torno al 2% al igual que en el resto de países emisores analizados.

Tipo de cambio

Primavera-Semana Santa 2013

Los tipos de cambio previstos para el año 2013 son de 1,31 euros con respecto al dólar americano y de 0,76 euros para el caso de la libra esterlina, lo que supone una ligera depreciación del euro frente a ésta y una ligera apreciación frente al dólar americano si se compara con las cifras de ambas monedas durante el año anterior.

Desempleo

Primavera-Semana Santa 2013

Se mantienen en España unos niveles de desempleo muy altos, y las expectativas son todavía más pesimistas.

Se prevé un aumento del desempleo para 2013 con respecto al ejercicio anterior, llegando casi a una cifra de 27 puntos porcentuales, si bien para dicho porcentaje se prevé una disminución hasta alcanzar valores cercanos al 20% en el año 2017.

Precio del petróleo

Primavera-Semana Santa 2013

Las previsiones en el precio del petróleo muestran una tendencia alcista, situándose el precio del barril por encima de los 115 dólares durante la temporada de Primavera-Semana Santa de 2013 aunque si se comparan estos precios con los de la misma temporada del año anterior se observa un pequeño descenso en los mismos.

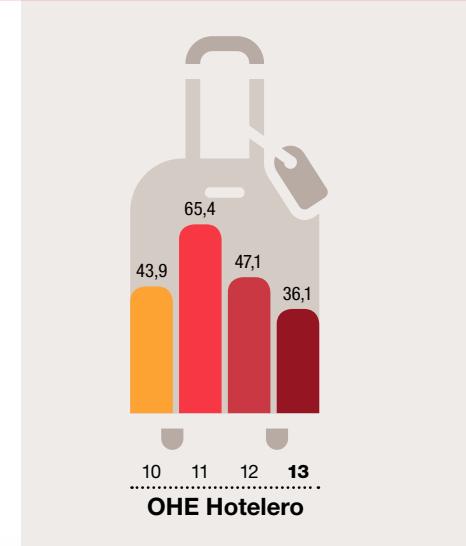
Estos precios pueden contribuir negativamente al mantenimiento de la estabilidad en los precios del transporte tanto por aire como por carretera.

Situación hotelera

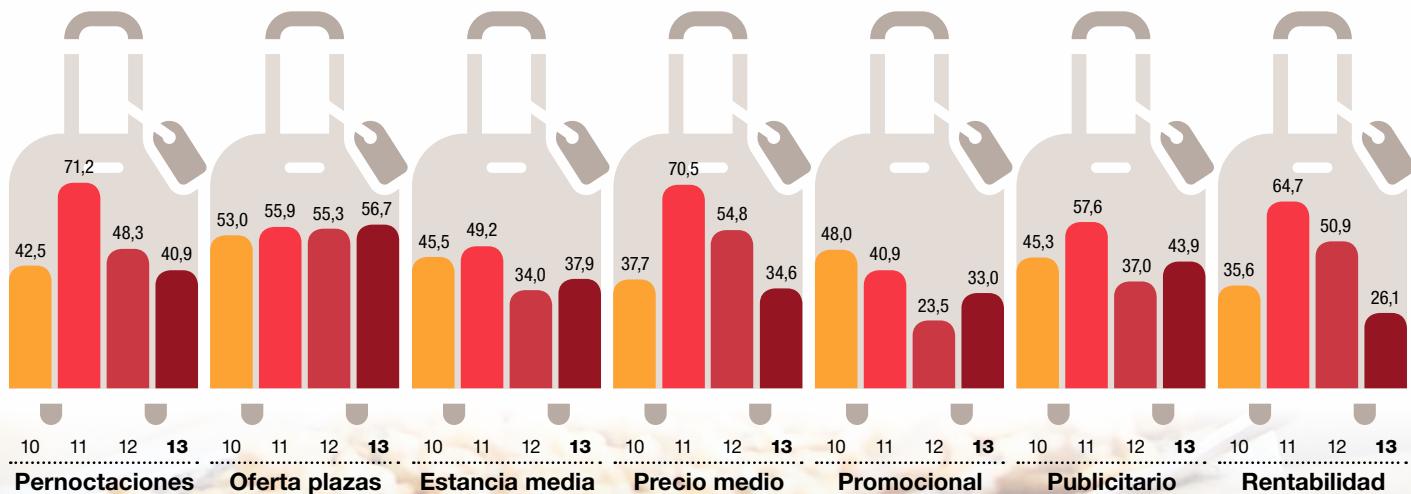
OHE Hotelero desglosado Primavera-Semana Santa 2013

- El índice OHE Hotelero, que refleja las estimaciones del sector en España, en base a una encuesta a las Asociaciones pertenecientes a CEHAT, se sitúa en los **36,12 puntos** para la temporada de Primavera-Semana Santa 2013. Al contrario que en lo estimado por el OHE Macroeconómico, esto supone

unas previsiones negativas para esta temporada por primera vez desde 2010, con un **descenso acumulado del 18%** con respecto a las expectativas de ese ejercicio, lo que refleja el pesimismo en el sector derivado de la complicada situación económica del país.



Evolución OHE Hotelero (desglose)



Pernoctaciones

Primavera-Semana Santa 2013

No se esperan grandes cambios en cuanto al volumen de pernoctaciones respecto al año 2012, si bien el índice cae hasta los 40,9 puntos, mostrando una perspectiva de empeoramiento.

Las predicciones apuntan a que el número de viajeros nacionales descenderá significativamente si bien se espera un aumento de las llegadas de turistas provenientes de Reino Unido o Países Nórdicos con respecto a la temporada anterior, estimándose que la llegada de viajeros extranjeros aumente o se mantenga en más de un 75% de los encuestados.

Estancia media

Primavera-Semana Santa 2013

Igual que ocurriera durante la misma temporada del año anterior, los agentes del sector hotelero estiman, en general, una reducción en la estancia media de los viajeros en comparación con la temporada de 2012, especialmente en el caso de los turistas nacionales.

Un porcentaje relativamente importante de los encuestados espera un aumento para las estancias de menos de tres días en el caso de turistas nacionales, y un ligero crecimiento para los turistas extranjeros en las franjas de entre 7 y 15 días.

Precio medio

Primavera-Semana Santa 2013

Las estimaciones sobre la evolución del

precio medio de la habitación también son negativas para la temporada de Primavera-Semana Santa 2013, situándose este índice por debajo de los 35 puntos.

Únicamente un 9% de las asociaciones encuestadas predice un aumento en sus precios medios esperados, porcentaje que se corresponde con las asociaciones de Barcelona, Fuerteventura, La Rioja y Tarragona.

Esfuerzo promocional de las AAPP

Primavera-Semana Santa 2013

En el sector hotelero se sigue prediciendo una reducción en el gasto promocional de las Administraciones Públicas, en línea con los recortes presupuestarios que se están sufriendo en todos los ámbitos de la economía. No obstante, esta reducción prevista es menos pesimista que la que se preveía por los mismos encuestados en la temporada de Primavera-Semana Santa del año anterior, pasando el índice de los 23,5 a los 33 puntos ya que muchos de estos encuestados, cerca del 42%, opinan que el esfuerzo será similar al del ejercicio anterior.

Esfuerzo publicitario de los empresarios privados

Primavera-Semana Santa 2013

Cerca del 70% del sector hotelero considera que el esfuerzo publicitario por parte de los alojamientos privados será similar durante la temporada de Primavera-Semana Santa de 2013 al del año anterior. No obstante, el índice aumenta en 6,87 puntos hasta situarse en

los 43,67 puntos con respecto a Primavera-Semana Santa del año 2012 cuyas expectativas eran mucho más pesimistas en este aspecto.

Rentabilidad

Primavera-Semana Santa 2013

Las expectativas para el índice de rentabilidad son las más pesimistas para los agentes del sector dentro del índice OHE Hotelero, tanto en comparación con el resto de índices previstos para esta temporada como si se analizan éstos respecto a la misma temporada del año anterior.

El análisis global de los índices hoteleros refleja que la reducción prevista en el precio medio de las estancias afecta de forma directa a la rentabilidad. El índice de rentabilidad decrece a prácticamente a la mitad con respecto a Primavera-Semana Santa de 2012, situándose en 26,2 puntos, promovido por estimaciones negativas tanto en costes como en ingresos de más de la mitad de las asociaciones encuestadas.

Canales de intermediación

Primavera-Semana Santa 2013

Las estimaciones sobre la contratación de estancias hoteleras por canales de intermediación directa prevén un aumento en más de la mitad de los encuestados mientras que en el caso de los canales de intermediación indirecta las expectativas son a la baja, sobre todo para el caso de los viajeros nacionales donde se prevé un decrecimiento con respecto al ejercicio anterior.

¿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 se sitúa en los 39,57 puntos, lo que supone una caída de un 3% en las expectativas con respecto al periodo Primavera-Semana Santa de 2012.
- El índice OHE Macroeconómico es de 49,93 puntos, anticipando un entorno macroeconómico un 119% más optimista que la Primavera-Semana Santa pasada, influido por las perspectivas de mejora en los factores macroeconómicos de los principales mercados emisores.
- El índice OHE Hotelero disminuye un 23% con respecto a las expectativas de 2012, situándose por primera vez en los últimos cuatro años por debajo de los 40 puntos lo que refleja expectativas negativas para el sector.
- Los resultados del sector en las últimas temporadas han estado soportados por la buena afluencia de turistas internacionales. La temporada



de Primavera-Semana Santa es un periodo vacacional puramente nacional, lo que ha podido ser uno de los principales motivos que ha afectado al pesimismo de los encuestados. Los malos resultados obtenidos en los meses de enero y febrero de 2013 puede ser otro de los posibles motivos que ha afectado de forma negativa al mismo.

• El cambio de tendencia en el comportamiento del turista, que pasa de planificar sus viajes y reservas con antelación, a ser un comprador de servicios más impulsivo y de última

hora, dificulta a los hoteleros su capacidad para anticipar y prever de forma clara la afluencia de turistas, y por lo tanto, les lleva a augurar niveles de ocupación bajos.

- Se agrava la tendencia bajista en las expectativas relativas a la rentabilidad del sector hotelero, así como el precio, estancia media y el gasto promocional esperado para la temporada de Primavera-Semana Santa de 2013 a pesar de que éste se estima algo mayor que para la misma temporada del año anterior.

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



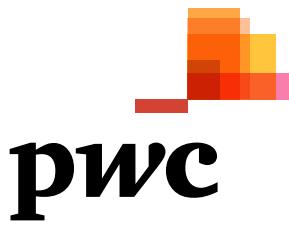
Álvaro Klecker
Socio responsable de Turismo de PwC España
alvaro.klecker@es.pwc.com
Teléfono : +34 915 684 244



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.

