
Nota de Prensa

Fecha	abril de 2011
Contacto	Xavier Janer, PwC
Teléfono	91 568 42 75
Email	xavier.janer.serra@es.pwc.com
Páginas	2

Observatorio de la Industria Hotelera Española elaborado por PwC y CEHAT

El sector hotelero se muestra optimista de cara a la próxima Semana Santa

- El índice OHE Hotelero de Semana Santa de 2011 se sitúa por primera vez en tres años en valores positivos y supera los 65 puntos
- Los hoteleros estiman que durante este período crecerán las pernoctaciones y se recuperará el precio medio, lo que hace pensar en una mejora de la rentabilidad

Madrid, 14 de abril 2011. Tras tres años de expectativas negativas, el sector hotelero recupera este año el optimismo de cara a su actividad en Semana Santa, según se desprende del Observatorio de la Industria Hotelera Española (OHE) de Semana Santa del 2011, elaborado por la Confederación Española de Hoteles (CEHAT) y PwC. Aún así, el sector se mantiene prudente y subraya que aún es prematuro para hablar de una verdadera recuperación de la industria. El informe de previsiones ha sido presentado hoy por Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, Álvaro Klecker, socio del Grupo de Turismo de PwC y por Juan Pérez de Lema, director del Grupo de Turismo de PwC.

El indicador OHE Hotelero, que recoge las perspectivas de los empresarios hoteleros asociados a CEHAT, representante de 64 asociaciones y 1.500.00 plazas, se sitúa por primera vez desde 2008 en valores que indican perspectivas de mejoría para el periodo de Semana Santa de este año, con un índice que registra los 65,37 puntos, lo que representa un incremento del 49% con respecto al mismo período de 2009, y de un 83% respecto a 2008. Esta significativa recuperación de las expectativas responde, principalmente, a las previsiones de los hoteleros en materia de pernoctaciones, precio medio y rentabilidad, que también registran un incremento respecto a los últimos años.

Así, las expectativas de los hoteleros hacia las pernoctaciones en Semana Santa experimentan una notable mejoría respecto a los últimos años, situándose en 71 puntos, 56,9 más que en 2009. En relación a los mercados de origen, existe un equilibrio entre los encuestados que estiman que el mercado extranjero y el nacional crecerán y los que piensan que ambos se mantendrán. El índice también recoge expectativas positivas acerca



de la llegada de turistas alemanes (65,5 puntos), franceses (63,5 puntos) y nórdicos (61,1 puntos).

Dentro de los factores con un mayor impacto positivo en el OHE Hotelero de Semana Santa de 2011 es el precio medio, que registra valores positivos por primera vez en tres años, con una mejora de 32 puntos con respecto a las expectativas registradas por el sector en 2009, hasta situarse por encima de los 70 puntos. Así, un 53% de los encuestados creen que el precio medio aumentará durante este período, frente a un 12% que considera que seguirá bajando.

La mejora de las previsiones en pernoctaciones y precio medio también influyen en el ascenso de las expectativas de rentabilidad del sector, factor que se incrementa por primera vez desde 2008, con un índice que se sitúa en 64,7 puntos, lo que marca un cambio radical con los 18,8 puntos registrados en 2009. En este sentido el 56% de los hoteleros prevé que los ingresos del sector mejorarán y el 42% que lo hará la rentabilidad. Según el 51% de los empresarios encuestados, los costes se mantendrán en los próximos tres meses.

A pesar de estas previsiones optimistas, el sector se muestra escéptico con respecto a la estancia media. Así, la mayor parte de los encuestados considera que la estancia se mantendrá en los mismos niveles que los registrados en los últimos años, con una duración media de la estancia inferior a los 3 días.

En cuanto a oferta de plazas, el sector estima mayoritariamente que se mantendrá la oferta actual (75% de los encuestados), con sólo un 7% de los hoteleros que creen que será menor. Las provincias en las que se espera un aumento de plazas disponibles durante este período son: Valladolid, Salamanca y Segovia. También se esperan un incremento de plazas en Girona, Barcelona, Álava, Granada y las islas Baleares y Canarias.

En cuanto a canal de distribución, las respuestas manifiestan que el sector que el canal de venta directa evolucionará positivamente (un 61% de los encuestados lo prevé así en referencia al mercado español y un 50% con respecto al extranjero), mientras que el canal de venta indirecta se mantendrá.

El sector subraya la importancia de la promoción para la mantener el ritmo de recuperación de su actividad, aunque el Observatorio registra una reducción de las perspectivas de los hoteleros en referencia al esfuerzo promocional de las administraciones públicas de 18 puntos con respecto a 2009, por lo que se sitúa en los 40,9 puntos.

Incertidumbre ante las perspectivas macroeconómicas

El índice OHE Macroeconómico del Observatorio de la Industria Hotelera Española, en el que están incluidas las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones, sin embargo refleja un empeoramiento de las perspectivas de la evolución económica del país respecto al 2010 (caída del 16%) aunque recupera en un 30% las perspectivas respecto al 2009.

Más del 50% de los expertos entrevistados coinciden en que durante este periodo la economía europea mejorará, aunque sólo el 38% piensa que también lo hará la española. La percepción sobre la economía española sigue siendo de esta manera menos positiva que la de todo el conjunto de la Unión Europea, con un 58% de los encuestados manteniendo que permanecerá igual en los próximos meses.

Nota:

PwC (www.pwc.com) ofrece servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal, especializados en cada sector, para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes. Más de 161.000 personas en 154 países aúnán sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico

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.