

Observatorio de la Industria Hotelera Española



*Temporada de Primavera -
Semana Santa 2018*



www.pwc.es
www.cehat.com

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 2018**.

Continúa el optimismo en el sector hotelero español para la temporada de Primavera - Semana Santa 2018 ante un entorno macroeconómico estable

Si bien el sector hotelero recibe con optimismo la temporada Primavera - Semana Santa 2018, se espera una ligera reducción en los niveles de crecimiento, que batieron récords históricos las pasadas temporadas.

En índice OHE General de esta temporada refleja estabilidad con ciertas connotaciones optimistas al rozar los 60 puntos.

En el entorno macroeconómico no se esperan variaciones significativas tal y como refleja el indicador OHE Macroeconómico que se sitúa en 51,44 puntos. Se prevé una situación estable y conservadora, marcada por una ligera ralentización del crecimiento de la economía española, que continúa manteniéndose por encima de sus vecinos europeos, por el aumento de la tasa de empleo y por la desaceleración de la inflación tras el abaratamiento de los precios de la electricidad.

El índice OHE Hotelero, que mide directamente las expectativas de los encuestados, obtiene un resultado optimista, ligeramente inferior a las temporadas pasadas, situándose en los 60,73 puntos.

Situación macroeconómica

OHE Macroeconómico Primavera - Semana Santa 2018

Evolución OHE Macroeconómico



Fuente: Elaboración propia.

- El índice **OHE Macroeconómico** se posiciona en los **51,44 puntos**, anticipando niveles de estabilidad en el entorno macroeconómico.
- La desaceleración de la inflación, tras el abaratamiento de los precios de la electricidad, unida al continuo crecimiento de la economía española y al descenso de la tasa de desempleo, auguran niveles de estabilidad ligeramente superiores a los de la temporada Primavera – Semana Santa 2017.

PIB Primavera - Semana Santa 2018

Si bien las expectativas de crecimiento del PIB en España siguen entorno al 3% para el 2018, se espera una ligera ralentización para los próximos años como consecuencia del comportamiento cíclico de la economía. No obstante se prevé que el crecimiento del PIB español continúe en niveles superiores a los de sus vecinos europeos.

IPC Primavera - Semana Santa 2018

Tras el abaratamiento de los precios de la electricidad, la inflación se ha desacelerado situándose en niveles inferiores al 2% y alineándose con el resto de países de la UE. Si bien Reino Unido continúa con inflaciones próximas al 3%, se prevé una tendencia correctiva en los próximos años.

Tipo de cambio Primavera - Semana Santa 2018

La libra continúa depreciándose lentamente frente al euro y se espera que en los próximos dos años se llegue incluso a alcanzar la paridad, disminuyendo el poder adquisitivo de los turistas británicos.

Con respecto a la evolución del dólar, se espera una ligera depreciación del dólar frente al euro para los próximos años, situándose en el entorno del 1,2USD/EUR.



Por otro lado, los tipos de interés en la Zona Euro continúan en niveles negativos por debajo del 0% con una tendencia al alza para el 2019. Adicionalmente, se espera que los tipos de interés en Reino Unido se incrementen ligeramente llegando a niveles en torno al 0,5% para el 2019.

Desempleo y precio del petróleo Primavera - Semana Santa 2018

La evolución de la tasa de desempleo continúa con una favorable tendencia a la baja, especialmente en España, donde se espera alcanzar una tasa del ~12% en 2021.

Por otro lado, se prevé que el precio del petróleo aumente ligeramente en los próximos meses debido, entre otros factores, a las previsiones de crecimiento de la demanda energética, situando el precio del barril Brent por encima de los 60\$.

Consenso Económico trimestral de PwC

El Consenso Económico de PwC recoge las expectativas de más de 300 expertos tanto del sector privado como del sector público. Los resultados de la encuesta, elaborada en el primer trimestre de 2018, reflejan niveles de estabilidad tanto en la economía de la UE como en la demanda de consumo de los hogares españoles para los próximos 6 meses.

¿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).

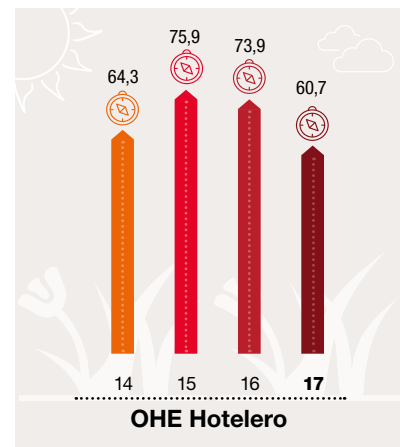
El índice OHE aúna el impacto de la situación económica global en la industria hotelera y el conocimiento sectorial proveniente de los propios agentes del sector: grandes cadenas hoteleras, establecimientos hoteleros independientes, grandes y pequeños agentes del sector, así como los establecimientos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

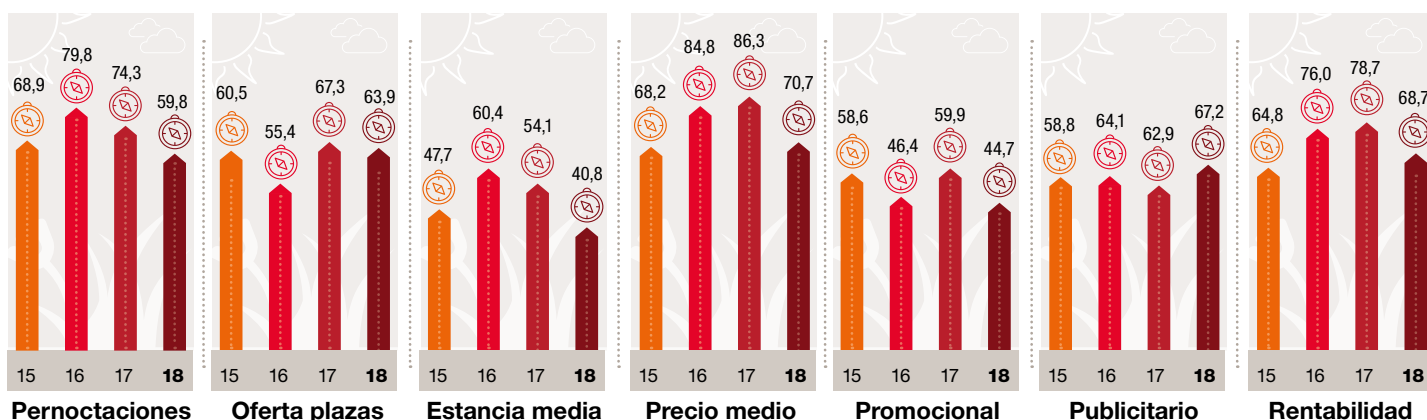
Situación hotelera

OHE Hotelero desglosado Primavera - Semana Santa 2018

- El índice **OHE Hotelero**, que refleja las estimaciones de la tendencia de dicho sector en España en base a una encuesta a los asociados a CEHAT, se sitúa en los **60,73 puntos** para la temporada Primavera – Semana Santa 2018, manifestando optimismo dentro del sector al situarse por encima de 60 puntos.
- Pese a que se espera que el sector hotelero afronte con optimismo la temporada Primavera - Semana Santa 2018, el descenso en el número de pernотaciones, la duración de la estancia media, el precio medio y la rentabilidad hacen que se reduzcan ligeramente los niveles de crecimiento con respecto a temporadas pasadas.



Evolución OHE Hotelero (desglose)



Fuente: Elaboración propia.

Pernотaciones Primavera - Semana Santa 2018

El índice de pernотaciones se sitúa en 59,82 puntos, y pese a que roza el optimismo, se sitúa en niveles muy inferiores a los de las temporadas pasadas que batieron récords históricos. Aunque en general las expectativas se muestran conservadoras, se espera un aumento en el número de pernотaciones de los turistas alemanes.

Oferta de plazas Primavera - Semana Santa 2018

Las perspectivas de los hoteleros sobre la evolución de la oferta de plazas reflejan positivismo, alcanzando los 63,95 puntos. Cerca del 36% de los encuestados espera que la oferta de plazas aumente, mientras que el 56% opina que se mantendrá igual que la temporada pasada. Las provincias en las que se espera un aumento de oferta hotelera son Tenerife, Fuerteventura, Cádiz, Granada, La Rioja, Madrid, Salamanca, Soria, Valencia y Zaragoza, a diferencia de Barcelona en la que se espera una reducción de la oferta hotelera.

Estancia media Primavera - Semana Santa 2018

El índice de la estancia media se mantiene en niveles de estabilidad inferiores a los de las temporadas pasadas situándose en

40,76 puntos. Tenerife, Barcelona y Zaragoza son las únicas provincias donde se espera un descenso de la estancia media tanto de turistas españoles como extranjeros.

Precio medio Primavera - Semana Santa 2018

Pese a que el índice del precio medio para la temporada de Primavera - Semana Santa 2018 se sitúa en valores optimistas de 70,71 puntos, está muy por debajo de los niveles obtenidos en las temporadas pasadas en las que se batieron récords históricos. Cabe destacar Barcelona, Granada y Lanzarote al ser las tres únicas provincias en las que se espera una reducción del precio medio.

Esfuerzo promocional de las AA.PP. Primavera - Semana Santa 2018

Por cuarto año consecutivo, el índice del esfuerzo promocional de las Administraciones Públicas se sitúa en niveles neutrales, situándose para la temporada de Primavera - Semana Santa 2018 en 44,69 puntos.

Esfuerzo publicitario de los empresarios privados Primavera - Semana Santa 2018

El 40% de los hoteleros encuestados espera que el esfuerzo publicitario por parte de los

alojamientos privados aumente tal y como se refleja en los 67,24 puntos obtenidos. La apuesta por las redes sociales como medio publicitario está generando un mayor impacto/coste que los medios tradicionales, lo que explica el optimismo del sector hotelero con un mantenimiento continuado de los gastos en esfuerzo publicitario.

Rentabilidad Primavera - Semana Santa 2018

A pesar de que un 54,4% de los hoteleros encuestados opina que los costes empeorarán, las expectativas de mejora de los ingresos estimados, reflejadas por un 57,62% de los consultados, favorecen el optimismo sobre la rentabilidad para la temporada de Primavera – Semana Santa 2018, tal y como se muestra en los 68,71 puntos obtenidos.

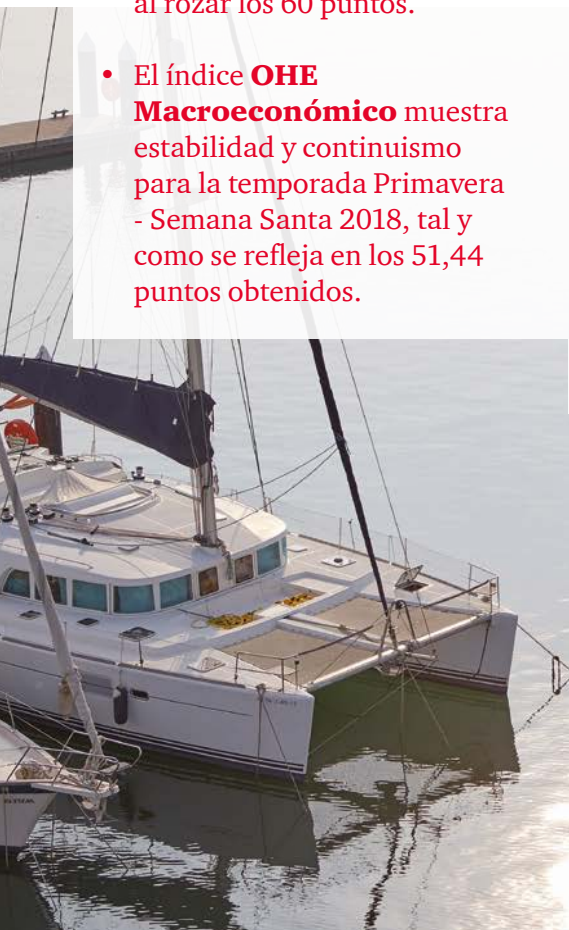
Variables adicionales de la situación hotelera

Gestión de la ocupación hotelera Primavera - Semana Santa 2018

El 83,81% de las empresas hoteleras encuestadas se apalancan en los mayoristas para la gestión de más del 50% de sus plazas. Además, casi el 57% de los hoteles recurren a la externalización/ subcontratación de determinados servicios dentro de los límites permitidos.

Las claves

- El índice **OHE General** de la temporada Primavera - Semana Santa 2018 se sitúa en niveles neutrales de 58,41 puntos, reflejando estabilidad con connotaciones optimistas al rozar los 60 puntos.
- El índice **OHE Macroeconómico** muestra estabilidad y continuismo para la temporada Primavera - Semana Santa 2018, tal y como se refleja en los 51,44 puntos obtenidos.
- El índice **OHE Hotelero** se sitúa en 60,73 puntos anticipando una situación de optimismo ligeramente más conservadora que las temporadas pasadas.
- La mayor parte de los encuestados espera un descenso en el número de pernoctaciones, la duración de la estancia media, el precio medio y la rentabilidad, reduciendo de esta manera los niveles de crecimiento alcanzados en las temporadas pasadas.



Contactos



Cayetano Soler
Socio responsable de Turismo, Transporte y
Servicios de PwC España
cayetano.soler.morella@es.pwc.com
Teléfono : +34 915 684 133



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



Francisco Juan Sanchís Illueca
Director experto en el sector turístico
de PwC España
francisco_juan.sanchis.illueca@es.pwc.com
Teléfono : +34 963 032 000



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



El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 158 países con más de 236.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es

© 2018 PricewaterhouseCoopers S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a (incluir la sociedad legal correspondiente), firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.