

Observatorio de la Industria Hotelería Española

Temporada Primavera – Semana Santa 2016



Índice

| | | |
|---------------------|--|-----------|
| Sección I: | Índice OHE General | 4 |
| Sección II: | Coyuntura y perspectivas macroeconómicas | 5 |
| | Índice OHE Macro | 12 |
| Sección III: | Índice OHE Hotelero | 13 |
| | Desglose índice OHE Hotelero | 14 |
| Sección IV: | Resumen | 22 |

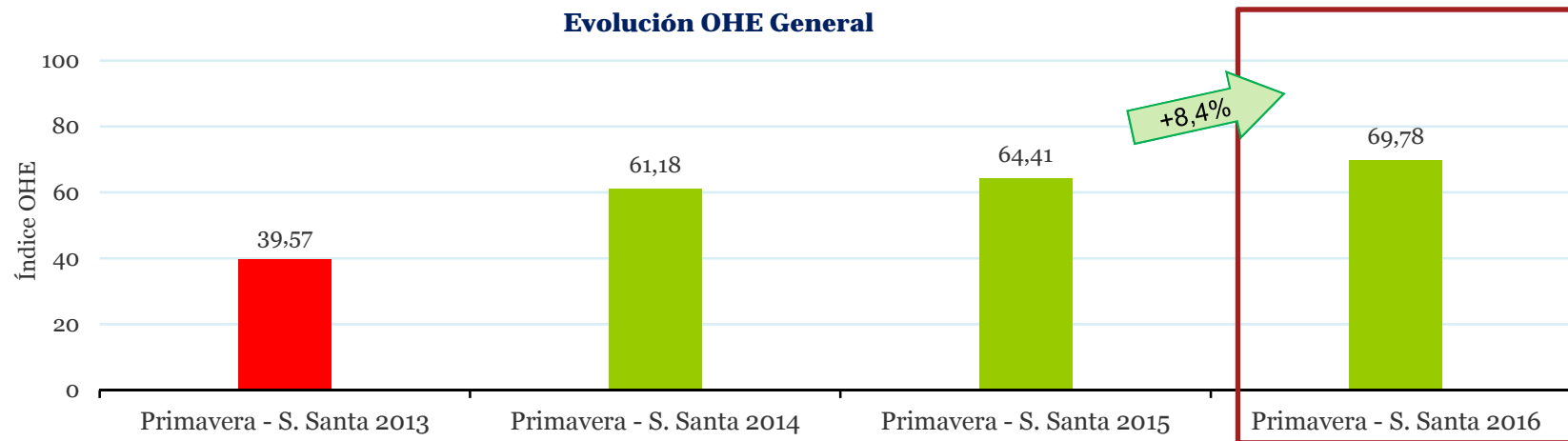
Nota introductoria

- El **OHE General** se desglosa en dos índices parciales, el **OHE Macroeconómico** y el **OHE Hotelero**:
 - El índice **OHE Hotelero** se obtiene como resultado de una encuesta enviada a las 54 asociaciones pertenecientes a CEHAT y refleja las expectativas de la tendencia del sector hotelero en España **basándose en las expectativas de los empresarios hoteleros** pertenecientes a dicha asociación, que engloban más de 1,5 millones de plazas hoteleras en España.
 - El **OHE Macroeconómico** refleja la influencia de los principales factores macroeconómicos combinada con el resultado del Consenso Económico de PwC. El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones (<http://www.pwc.com/es/es/publicaciones/consenso-economico.jhtml>).
- El índice OHE de Primavera – S. Santa mide las expectativas turísticas de dicha temporada, y siempre se ha de interpretar en comparación con el mismo período del año anterior. El Índice OHE puede tomar valores entre “0” y “100”, donde:
 - Los valores entre 60 y 100 puntos reflejan expectativas positivas
 - Los valores entre 40 y 60 puntos reflejan que no se esperan variaciones significativas
 - Los valores entre 0 y 40 puntos reflejan expectativas negativas para el sector

Sección I

Índice OHE General

Para la temporada de Primavera – S. Santa 2016, las expectativas reflejadas en el índice OHE general aumentan con respecto al año anterior, que ya fueron optimistas, y se sitúan en los 69,78 puntos.

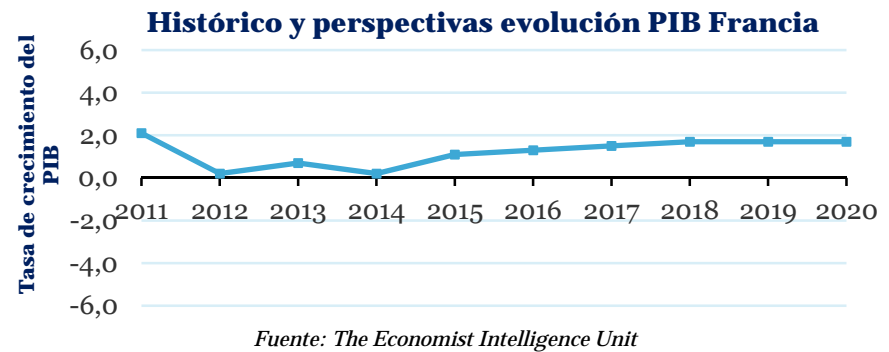
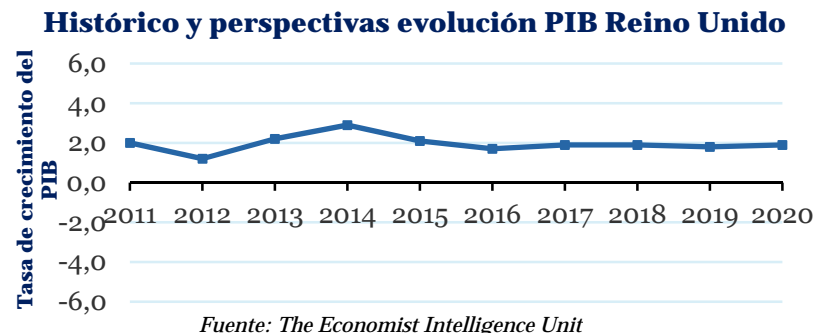
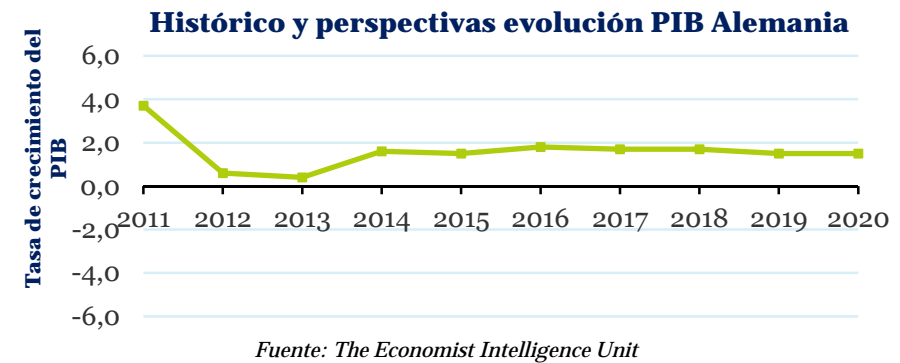
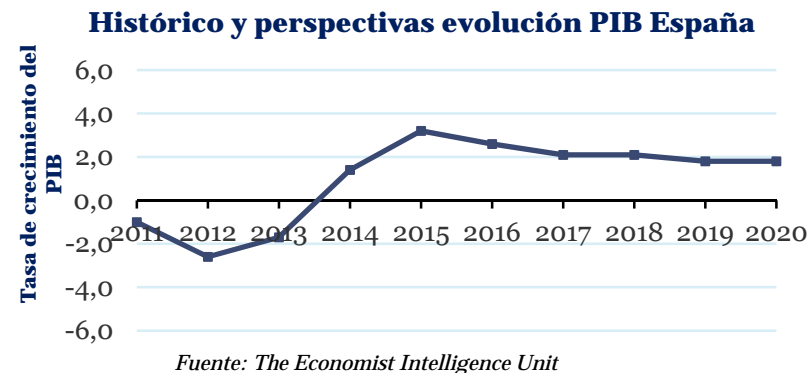


Fuente: Elaboración propia

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Las expectativas de crecimiento del PIB en España están en torno al 2,6% para el 2016, con unas perspectivas de estabilidad en torno al 2% para los próximos años.



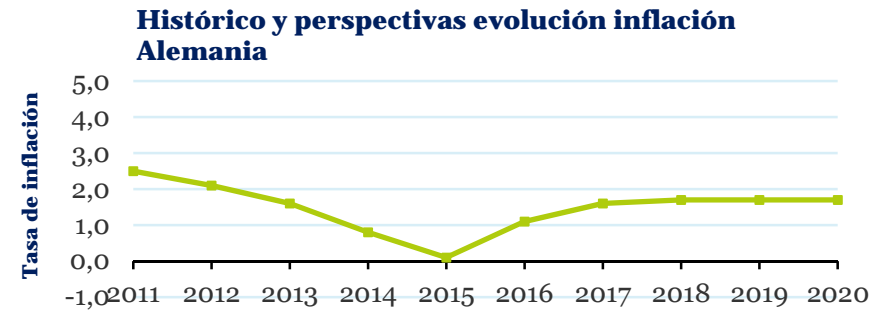
Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

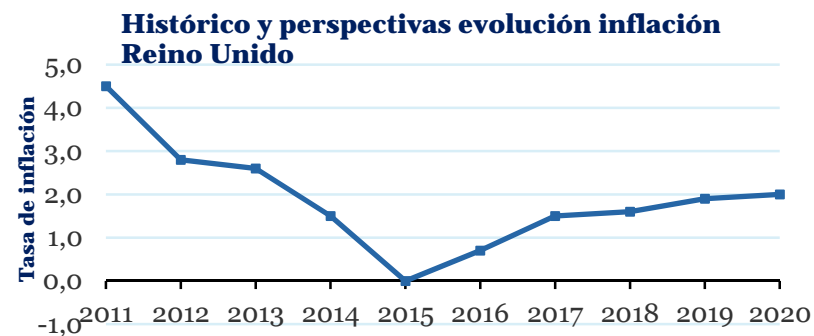
En 2016, se prevé que los precios al consumo comiencen a aumentar en España, aunque a un ritmo inferior al de Alemania, Reino Unido y Francia.



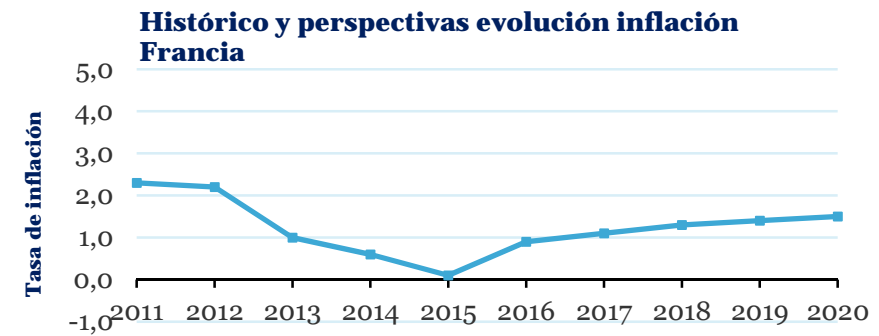
Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit

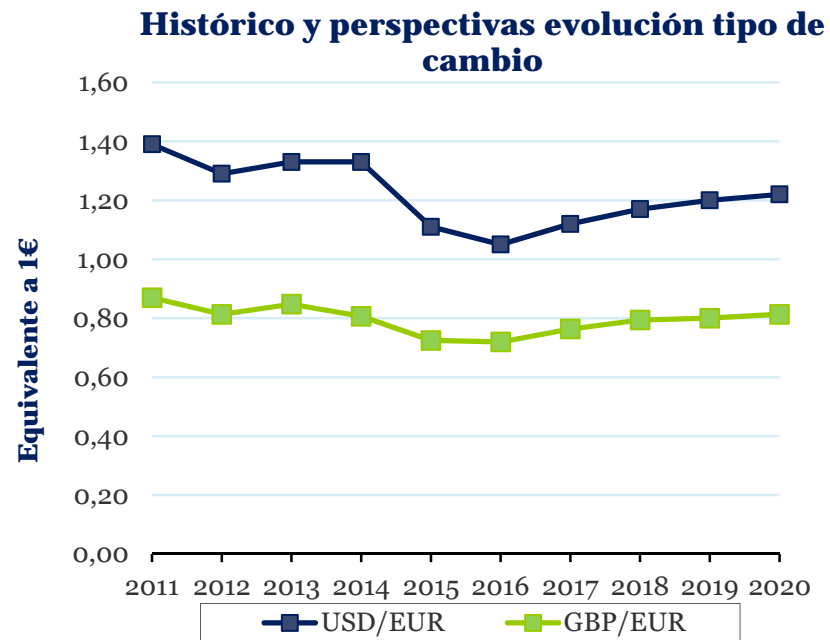


Fuente: The Economist Intelligence Unit

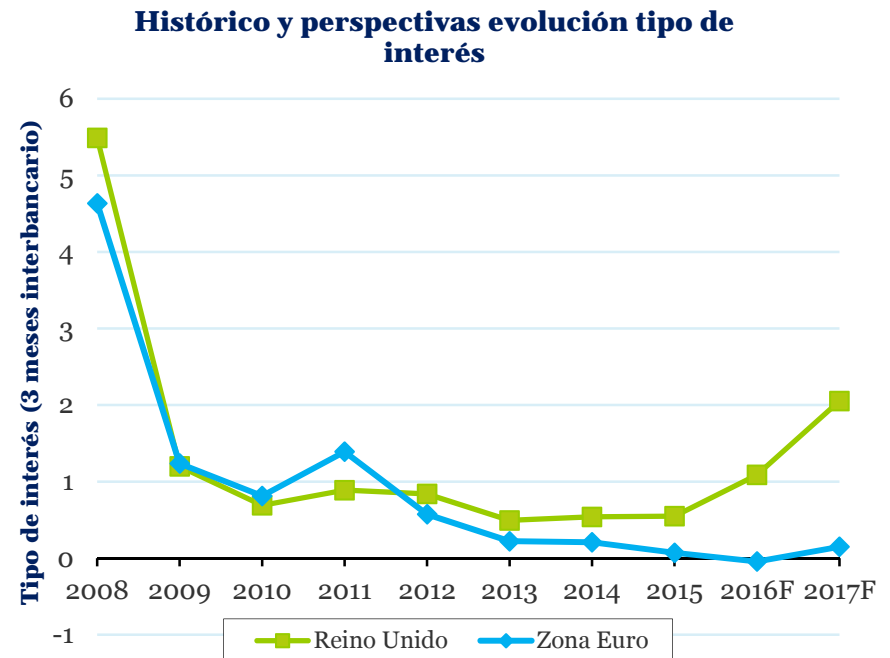
Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Se espera una depreciación ligera del euro frente al dólar y la libra, aunque esta relación se espera que se reinvierta en los próximos años. Por otro lado, se estima que los tipos de interés continúen a niveles del entorno del 0% en la zona euro y aumenten en Reino Unido.



Fuente: European Central Bank / The Economist Intelligence

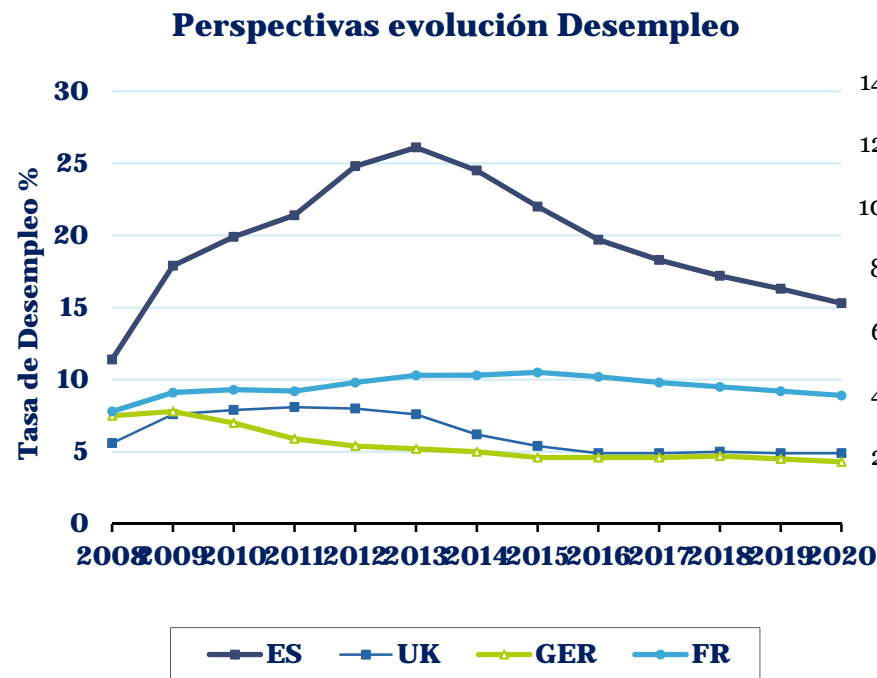


Fuente: OCDE

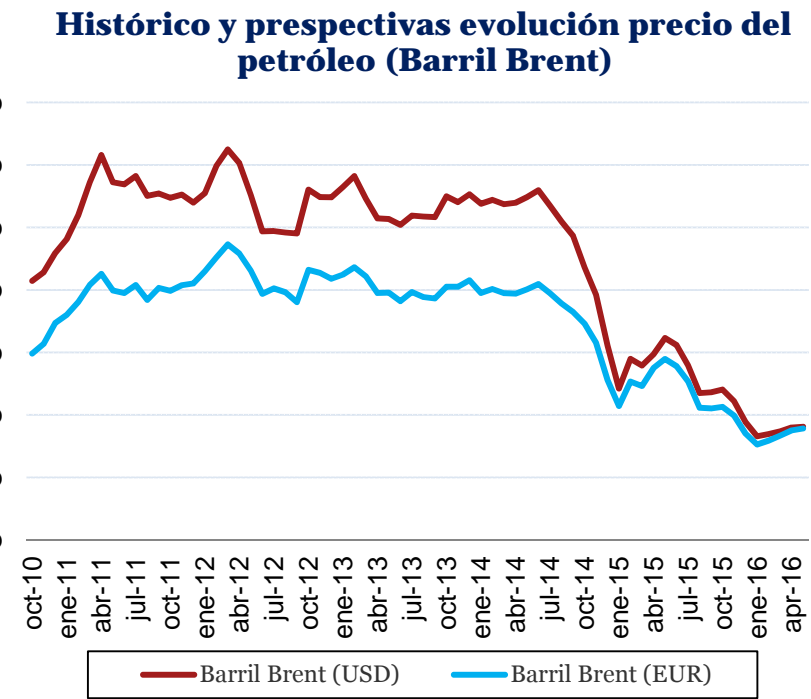
Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

La previsión sobre la evolución del desempleo sigue siendo favorable en los principales países de Europa, y especialmente en España, con unas tasas previstas del ~15,3% para 2020. Por otro lado, se prevé que el precio del petróleo repunte levemente en el corto plazo, situándose en el entorno de los 35€ por barril.



Fuente: The Economist Intelligence Unit

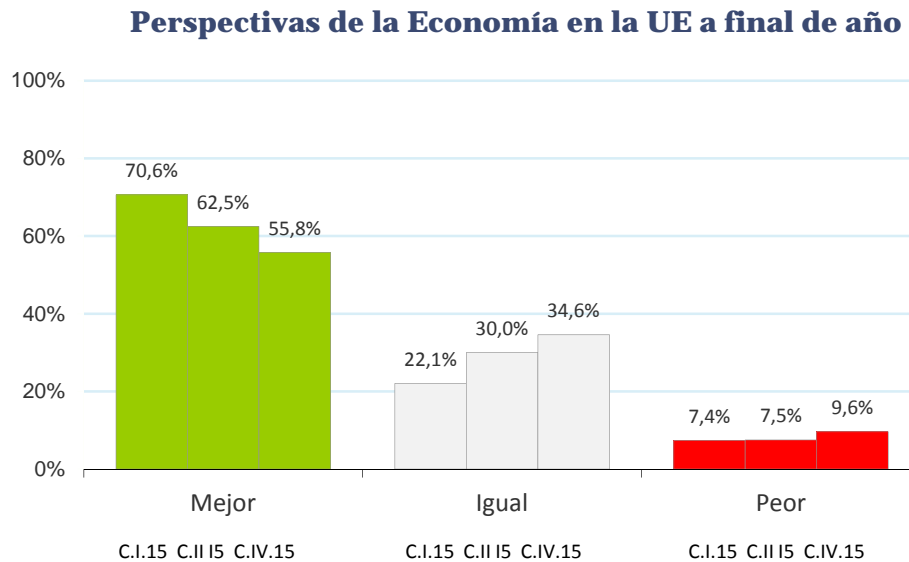


Fuente: CME Group

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Las expectativas económicas sobre la UE fueron empeorando a lo largo del 2015, si bien las expectativas de la mayoría de los encuestados son optimistas. En el cuarto trimestre del 2015, un 55,8% de los encuestados esperaba que la economía mejorase con respecto al año anterior, frente al 70,6% del primer trimestre.



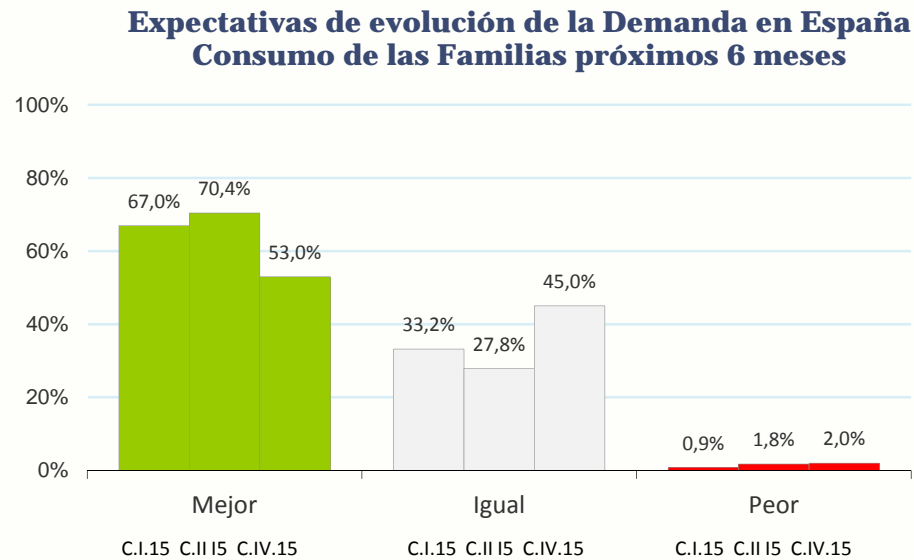
Fuente: Consenso Económico PwC

El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Un 53% de los expertos consultados estima que la demanda en consumo en España para los próximos 6 meses mejorará, mientras que el 45% de los encuestados opina que se mantendrá en niveles similares.



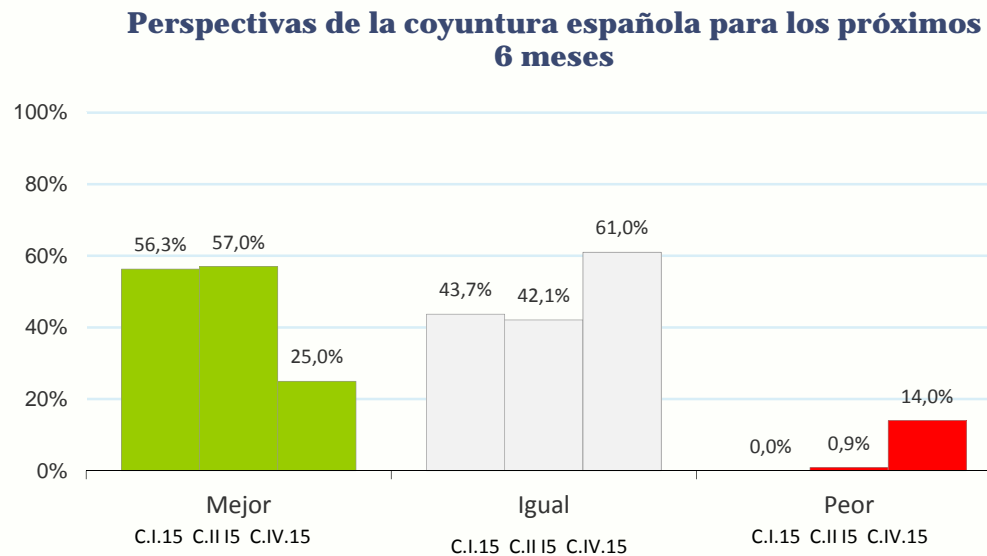
Fuente: Consenso Económico PwC

El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

El 25% de los encuestados opina que la coyuntura española mejorará en los próximos 6 meses, frente al 61% que estima que se mantendrá en niveles similares.



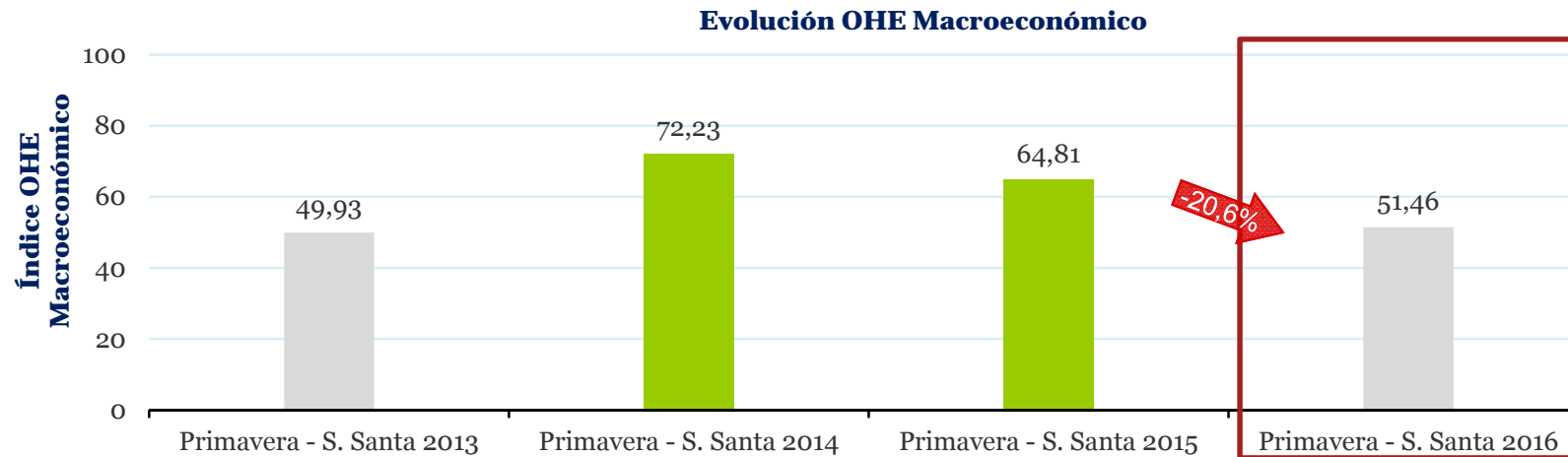
Fuente: Consenso Económico PwC

El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Las expectativas del índice OHE Macroeconómico se reducen hasta niveles neutrales, reduciéndose de 64,81 puntos en la temporada Primavera – Semana Santa 2015 a 51,46 puntos en 2016.



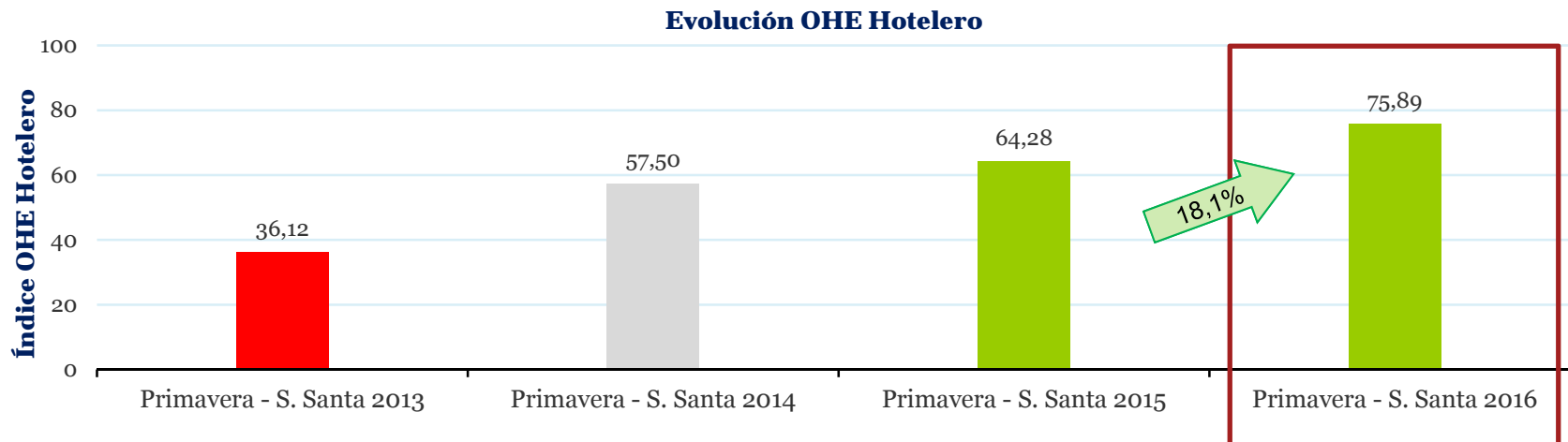
Fuente: *Elaboración propia*

- El índice parcial Macroeconómico se calcula en base a los 7 factores macroeconómicos que se considera influyen de forma más significativa en el turismo: el PIB, el IPC, la tasa de desempleo, el precio del petróleo, el tipo de cambio con el dólar americano y la libra esterlina, el tipo de interés y las expectativas de los expertos sobre la coyuntura económica española, europea y de la demanda de consumo de las familias españolas.

Sección III

Índice OHE Hotelero

Las expectativas del Índice Hotelero para Primavera–S. Santa 2016 mejoran considerablemente los resultados ya optimistas del año anterior, alcanzando los 75,89 puntos.



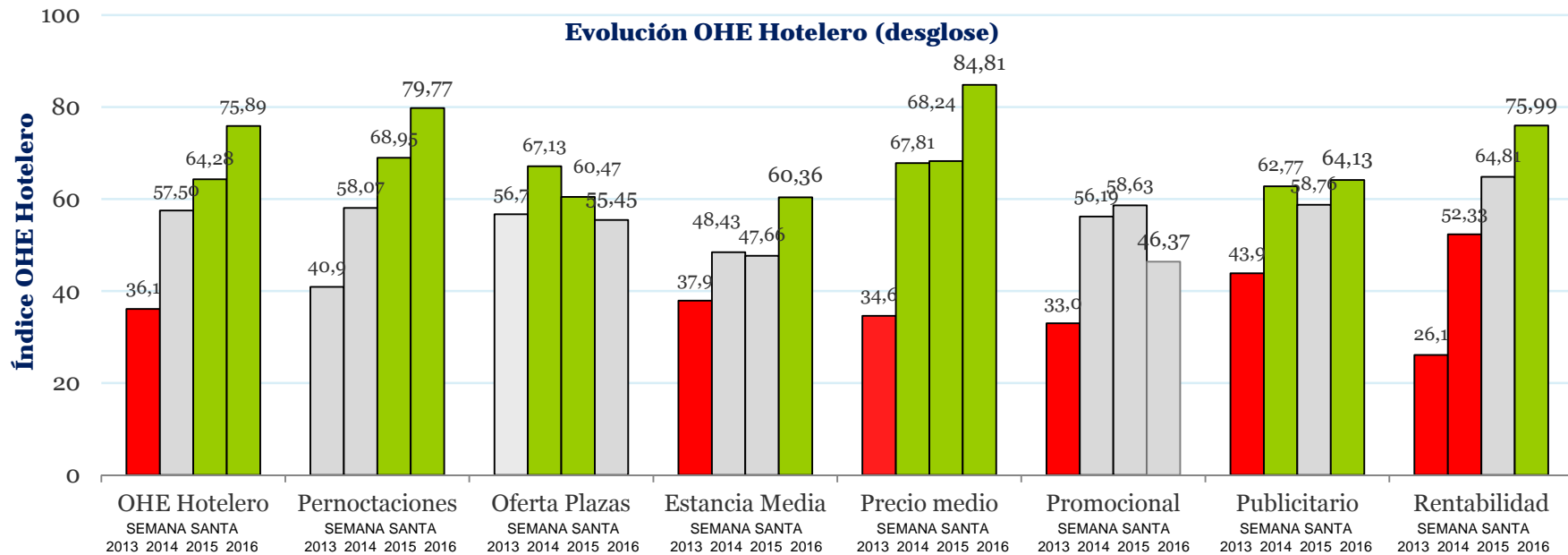
Fuente: *Elaboración propia*

- El OHE Hotelero se obtiene como resultado de una encuesta enviada a las 54 asociaciones pertenecientes a CEHAT que engloban más de 1,5M de plazas hoteleras, recogiendo sus expectativas de evolución sobre los principales factores de la ocupación hotelera: número de pernoctaciones, oferta de plazas, duración de la estancia, precios de los alojamientos, esfuerzos promocionales de las administraciones públicas, esfuerzos publicitarios de los empresarios de establecimientos turísticos y su rentabilidad.
- Para la temporada de Primavera – Semana Santa, el 2016 presenta una clara mejoría respecto al año anterior, mejorando la mayoría de las variables analizadas, que ya eran de por sí optimistas.

Sección III

Índice OHE Hotelero - desglose

Las causas principales en la mejoría de las expectativas son el incremento sustancial en el precio medio estimado, el aumento en el número de pernoctaciones esperadas, y la potencial mejora de la rentabilidad.



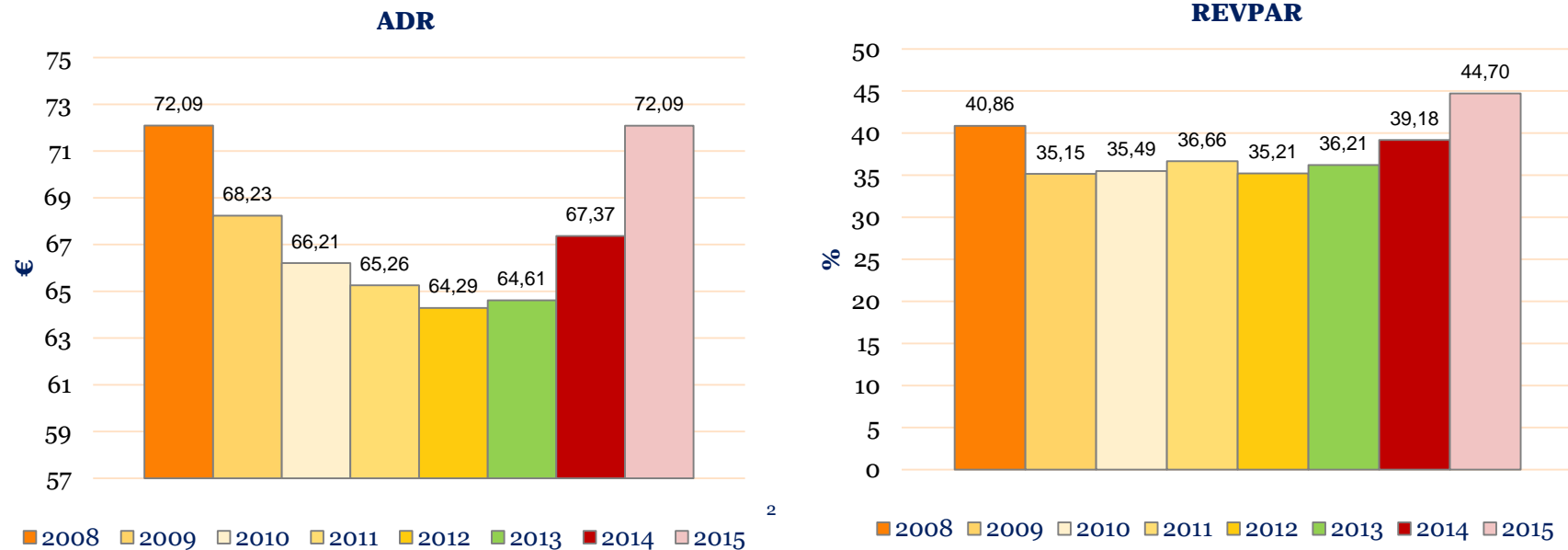
Fuente: Elaboración propia

Tan sólo las previsiones de la oferta de plazas y el gasto promocional empeoran sus expectativas con respecto al ejercicio 2015

Sección III

Índice OHE Hotelero

Los ratios ADR y REVPAR¹ han incrementado de forma significativa en el último ejercicio, alcanzando valores similares a los del 2008 en el caso del ADR y superándolos claramente en REVPAR.



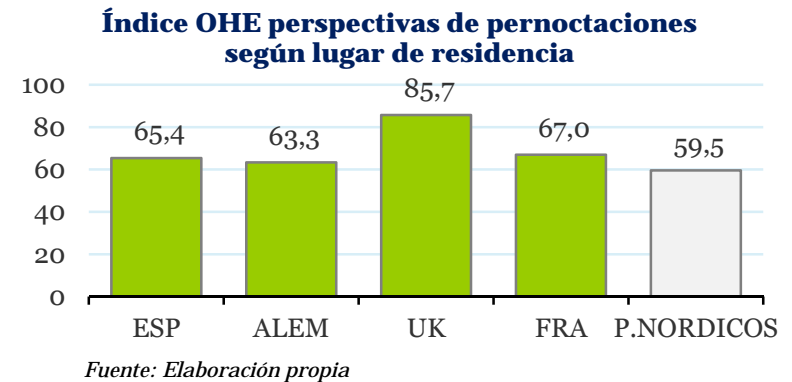
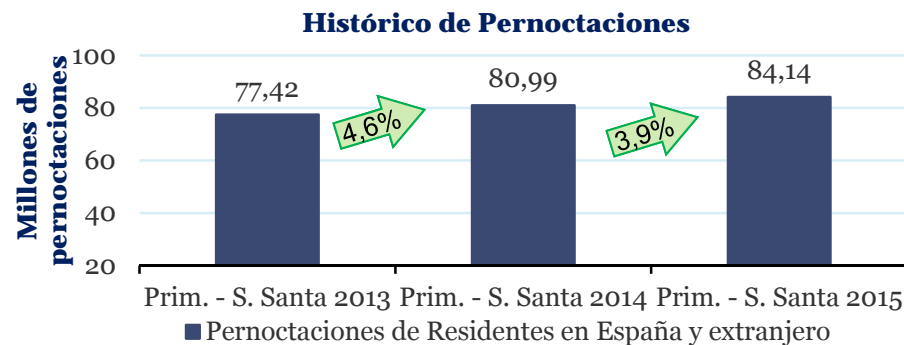
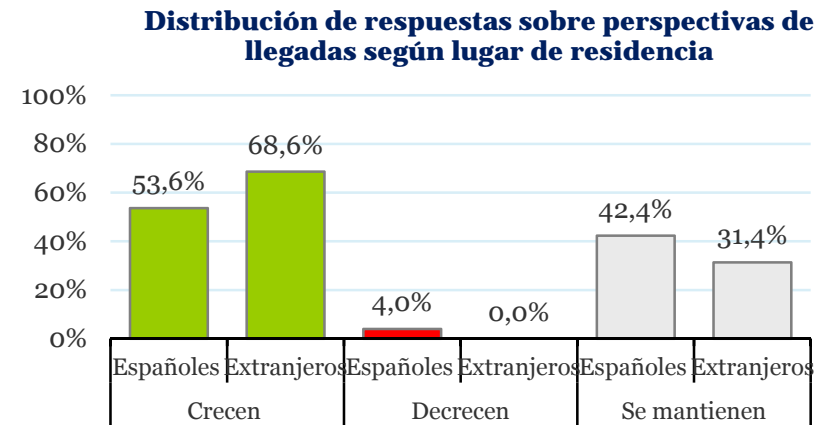
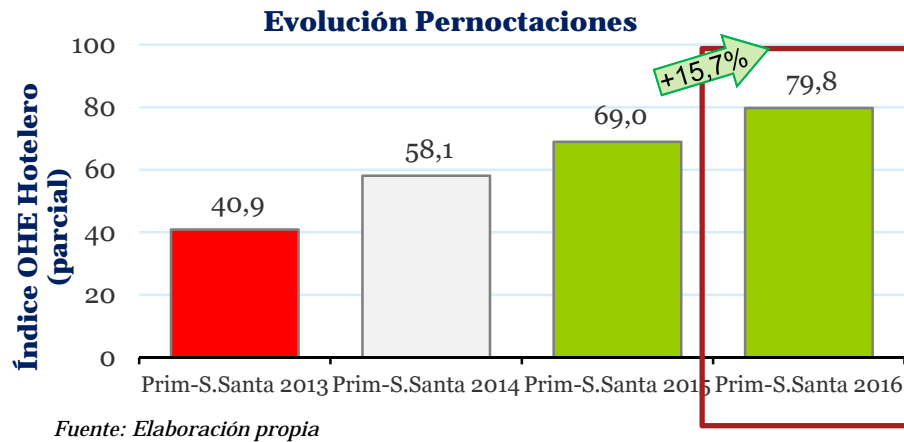
Nota¹: El ADR y REVPAR han sido calculados con el efecto de la inflación desde 2008 para hacerlos comparables entre años.

Fuente: CEHAT Hotel Monitor

Sección III

Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que va a evolucionar el número de pernoctaciones de los huéspedes de su alojamiento durante la temporada de Primavera – S. Santa 2016?



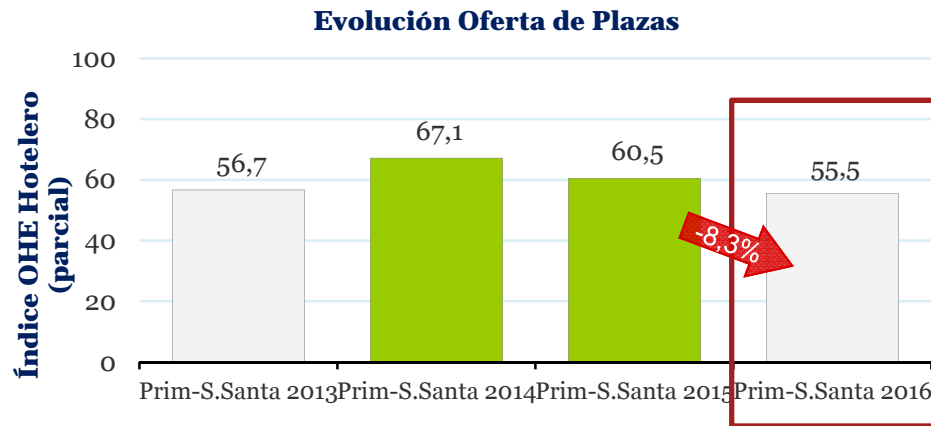
Fuente: INE

Nota: Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo.

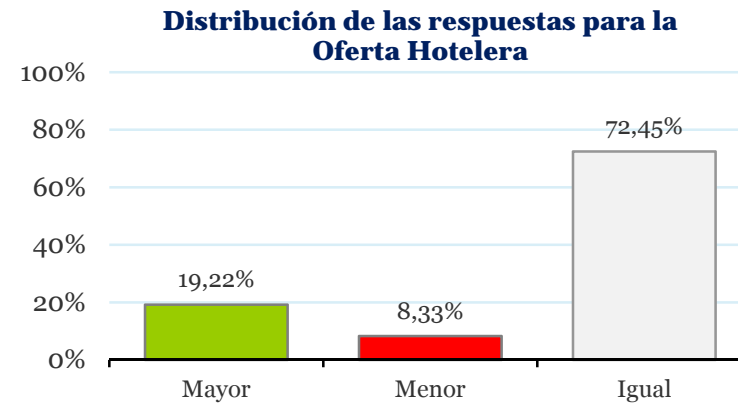
Sección III

Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que va a evolucionar la oferta hotelera de su zona en cuanto al número de plazas?

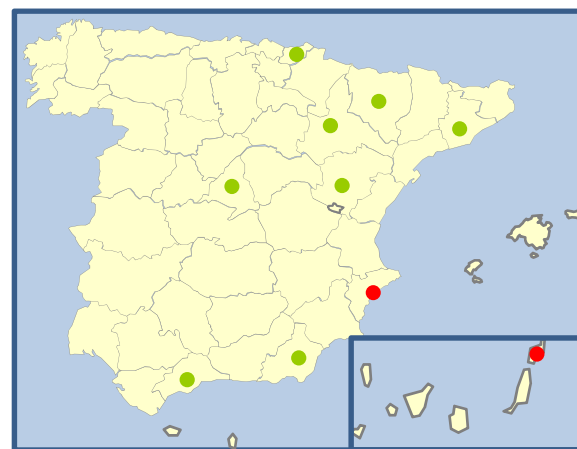


Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para la Oferta Hotelera



Leyenda

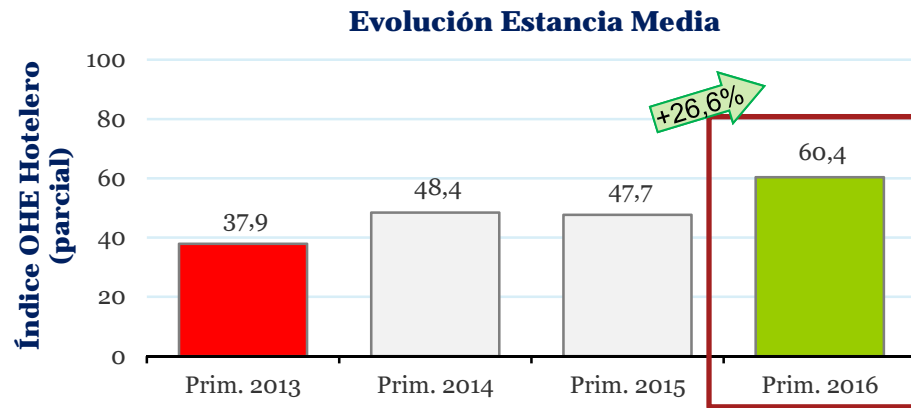
- Provincias donde se espera un aumento de la oferta hotelera
- Provincias donde se espera una disminución de la oferta hotelera

Fuente: Elaboración propia

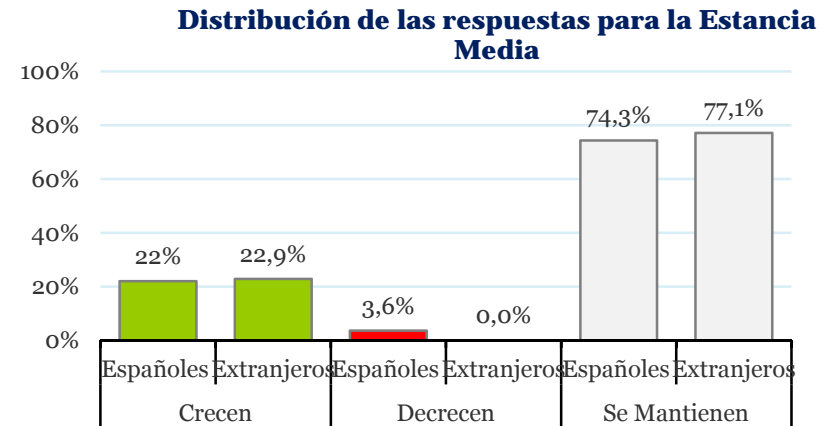
Sección III

Índice OHE Hotelero

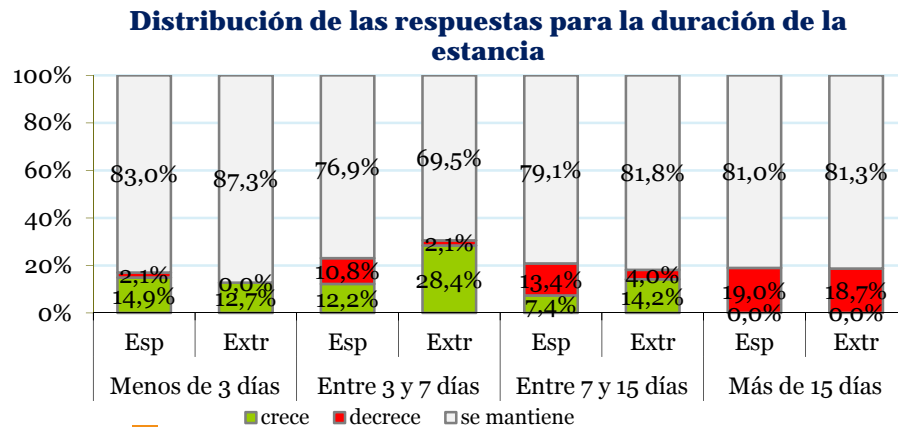
¿Cómo cree que evolucionará la estancia media de sus huéspedes?



Fuente: Elaboración propia

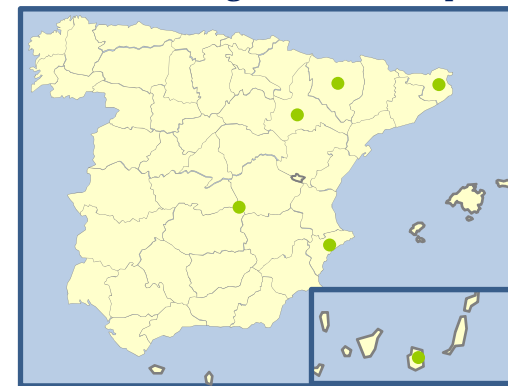


Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para la Estancia Media



Leyenda

- Provincias donde se espera un aumento de la Estancia Media
- Provincias donde se espera una disminución de la Estancia Media

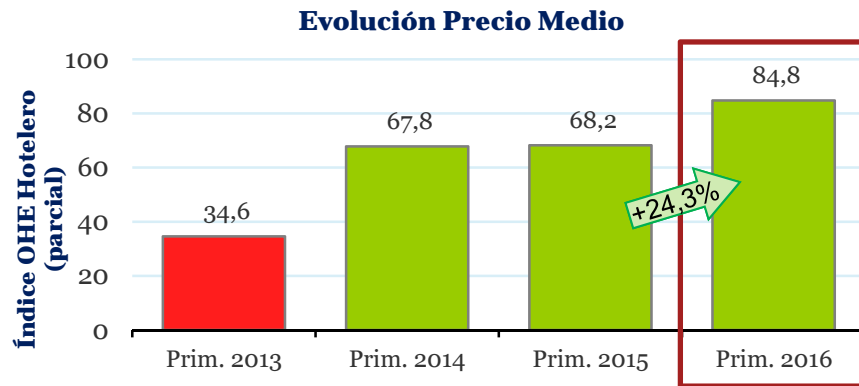
Nota: Sólo se ilustran aquellas provincias que presentan variaciones tanto en españoles como en extranjeros. Granada y Lanzarote presentan una disminución en estancia media del segmento español, y Salamanca y Teruel presentan aumentos en el segmento extranjero

Fuente: Elaboración propia

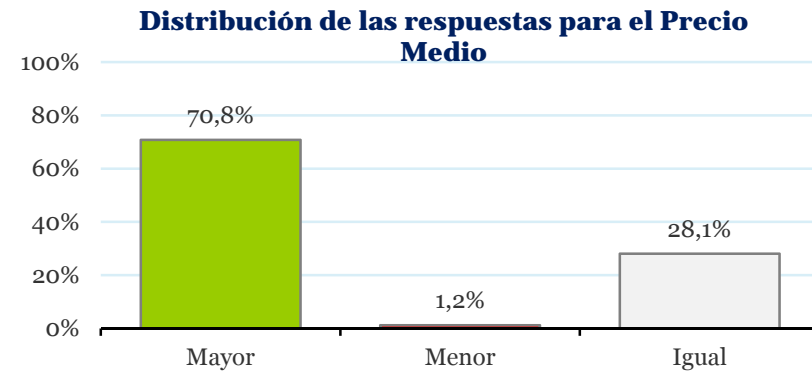
Sección III

Índice OHE Hotelero

¿Cómo estima que va a evolucionar el precio medio de la habitación de su empresa de alojamiento?

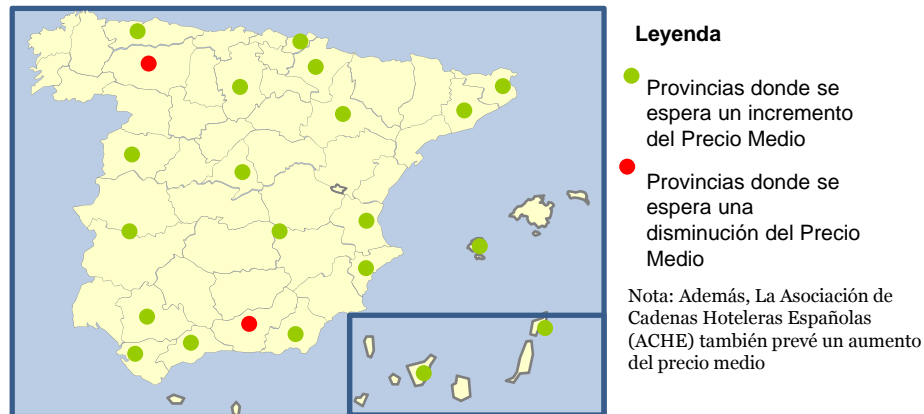


Fuente: Elaboración propia

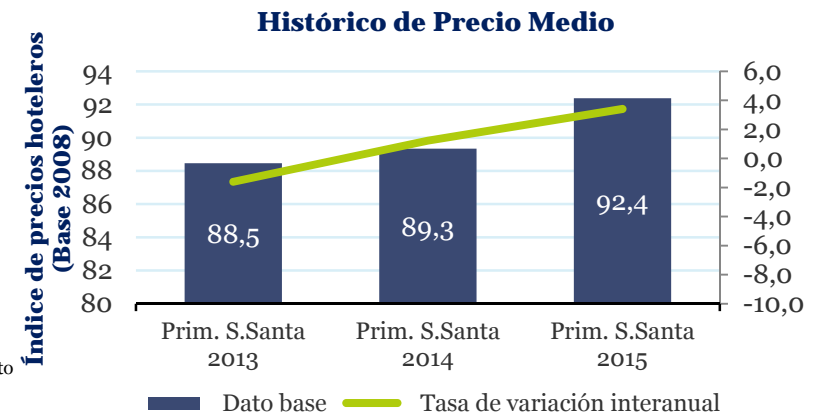


Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para el Precio Medio



Fuente: Elaboración propia



Fuente: INE

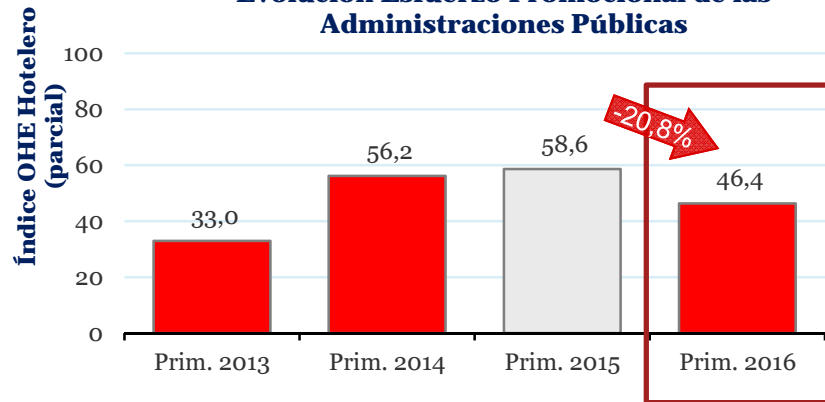
Nota: Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo.

Sección III

Índice OHE Hotelero

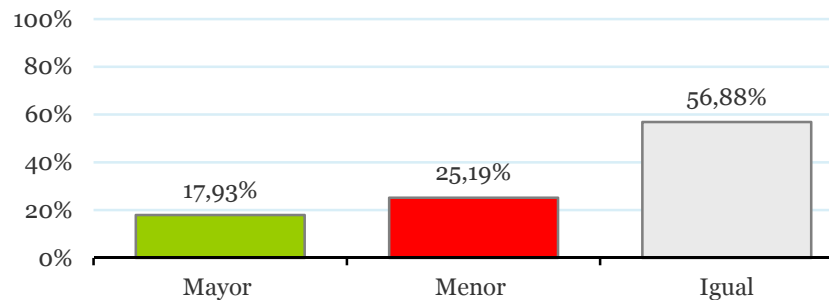
¿Cómo cree que evolucionará el esfuerzo promocional en comparación con la misma temporada del año anterior?

Evolución Esfuerzo Promocional de las Administraciones Públicas



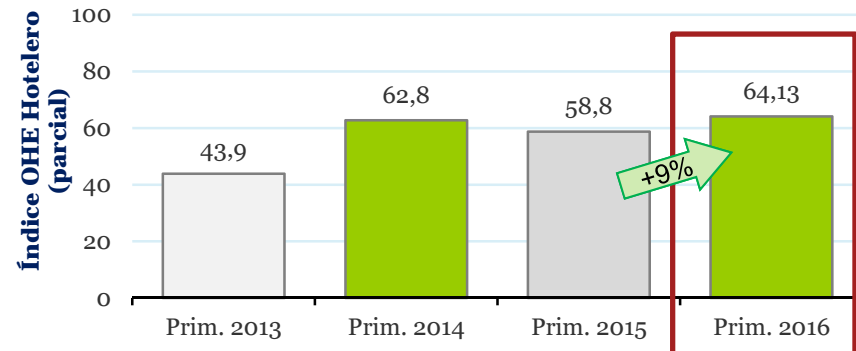
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para el esfuerzo Promocional de Las Administraciones Públicas



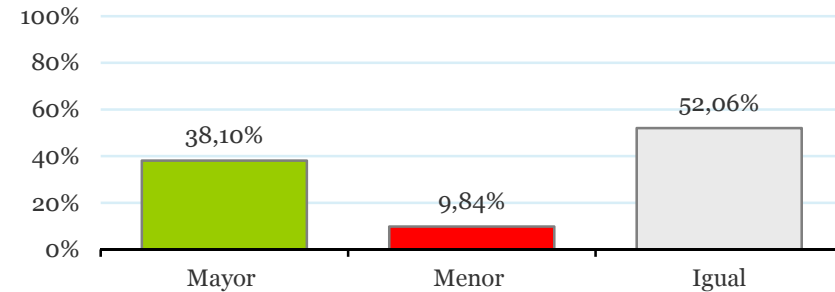
Fuente: Elaboración propia

Evolución Esfuerzo Publicitario



Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para el esfuerzo Publicitario

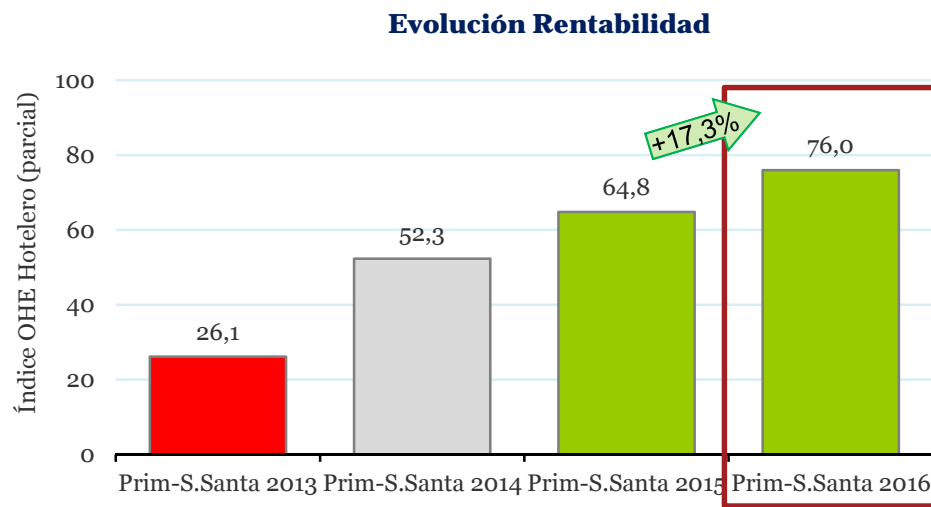


Fuente: Elaboración propia

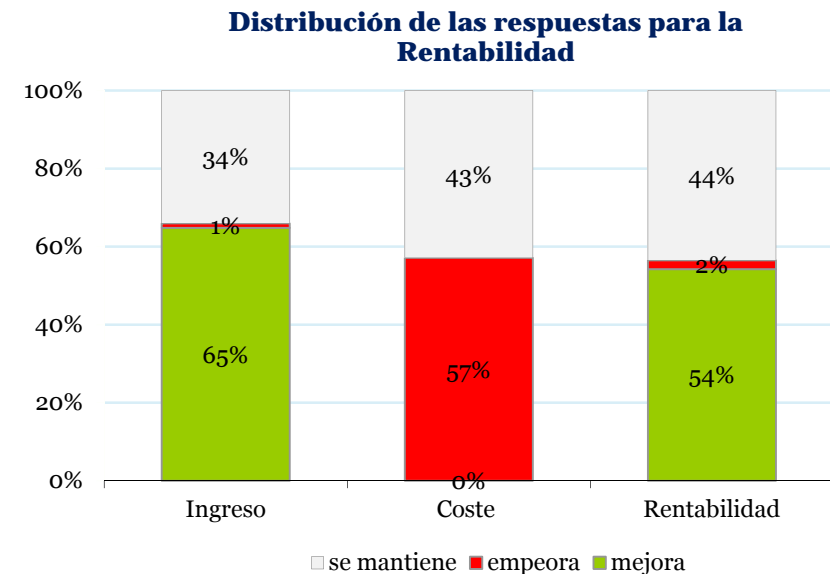
Sección III

Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que evolucionará la rentabilidad de su empresa de alojamiento (sin costes financieros)?



Fuente: Elaboración propia



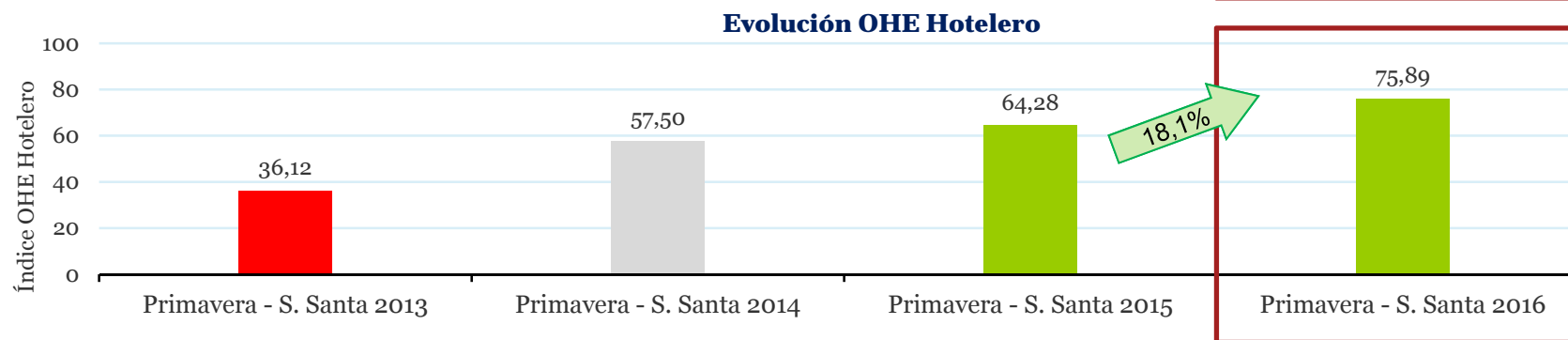
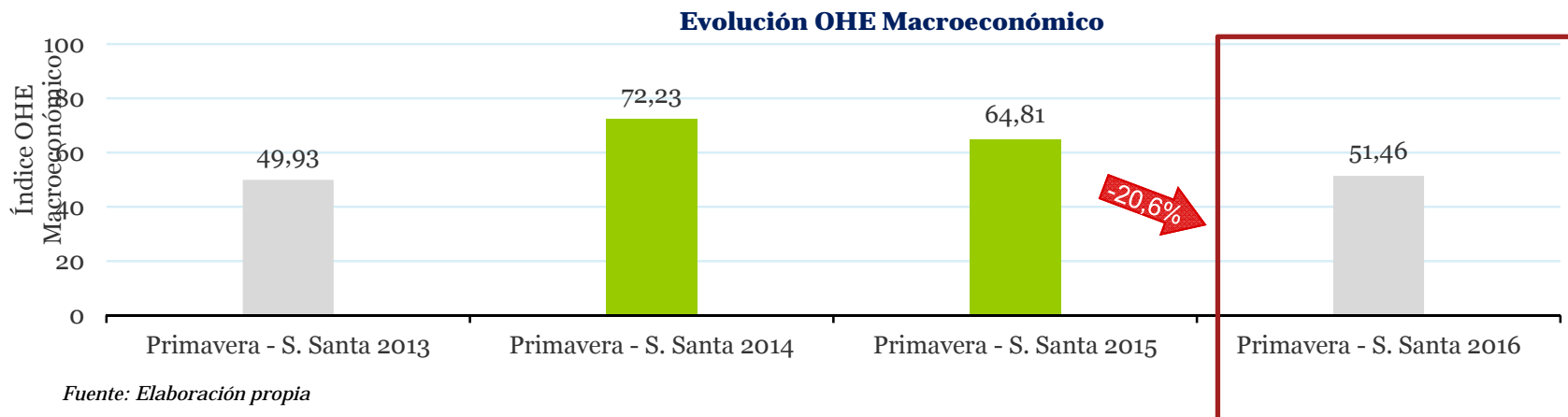
Fuente: Elaboración propia

A pesar de las expectativas negativas sobre el comportamiento de los costes, el mayor incremento en la mejora de los ingresos estimados favorece el optimismo sobre la rentabilidad para 2016.

Sección IV

Resumen

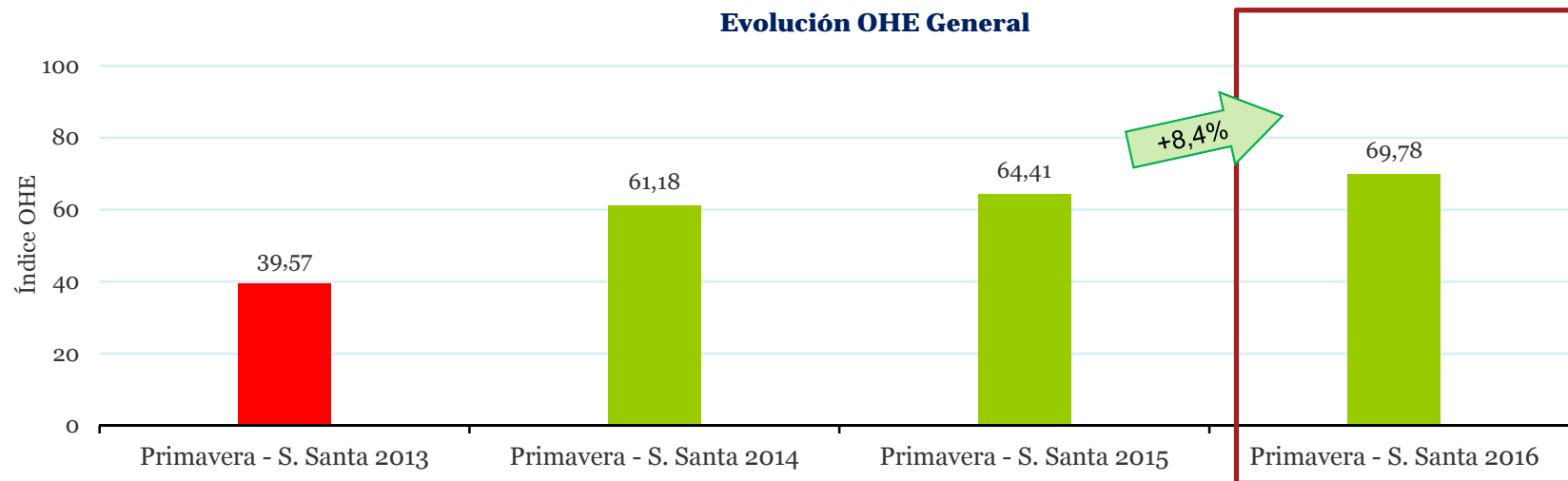
Para la temporada de Primavera- S. Santa 2016, las expectativas macroeconómicas empeoran con respecto al año anterior, situándose en niveles de estabilización. Sin embargo, las expectativas hoteleras mejoran considerablemente hasta alcanzar los 75,89 puntos.



Sección IV

Índice OHE General

Para la temporada de Primavera – S. Santa 2016, el OHE incrementa las expectativas un 8,4%, mejorando los valores ya optimistas del año pasado.



Fuente: Elaboración propia