Resumen ejecutivo

# Observatorio de la Industria Hotelera Española

*Temporada de invierno 2015-2016*

*www.pwc.es*
*www.cehat.com*

pwc

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

*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 invierno 2015-2016****. Este indicador mide las expectativas turísticas para el periodo comprendido entre* ***octubre de 2015 y febrero de 2016****.*

# *El índice OHE muestra expectativas positivas para la temporada invernal 2015-2016 por primera vez en los últimos cuatro ejercicios*

A pesar de que la temporada invernal 2014-2015 fue sin duda la mejor de los últimos años, los hoteleros siguen incrementando sus expectativas para esta nueva temporada. Asimismo, los valores del índice hotelero superan por primera vez a los del índice macroeconómico.

El índice OHE General de invierno alcanza los 69,83 puntos, lo que supone un aumento del 23,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

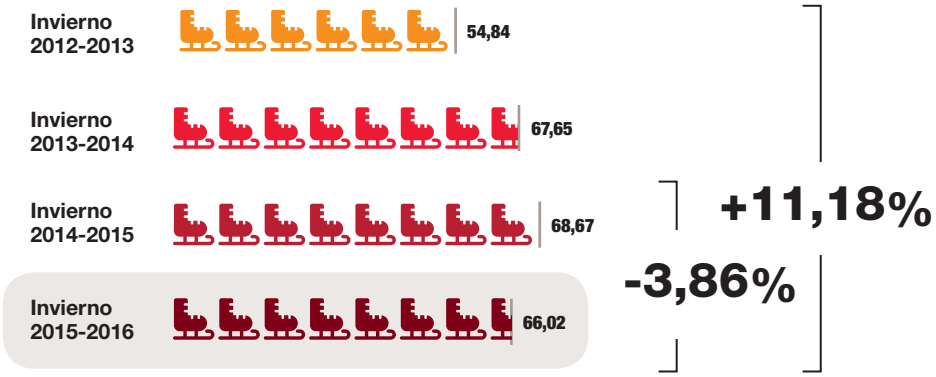
Los indicadores favorables en el entorno macroeconómico están influidos por las previsiones de crecimiento del PIB en España y la tendencia negativa de la tasa de desempleo; previsiones que promueven el optimismo sobre la coyuntura española y el consumo de los hogares, que se ve reflejado en el índice OHE Macroeconómico con 66,02 puntos.

El optimismo en los indicadores macroeconómicos, acompañados de los buenos resultados hoteleros obtenidos durante las temporadas de semana santa y verano de 2015, así como el entorno socio-político desfavorable de los principales países competidores, ejercen de estímulo para que las expectativas hoteleras sean positivas y crezcan un 35,43% en el OHE Hotelero con respecto al invierno de 2014-2015, alcanzando los 71,10 puntos.

## *Situación macroeconómica*

### *OHE Macroeconómico invierno 2015-2016*

**Evolución OHE Macroeconómico**




Fuente: Elaboración propia.

- El índice **OHE Macroeconómico** se mantiene en valores positivos, alcanzando los 66,02 puntos. Esto supone un leve decrecimiento del 3,86% con respecto al invierno del 2014-2015, debido a la mejora de expectativas que se produjo entre el verano y el invierno de 2014, que fueron mayores que entre el verano y el invierno de 2015.
- A pesar del leve decrecimiento, las previsiones macroeconómicas siguen siendo optimistas debido a las previsiones de crecimiento del PIB en España, la disminución de la tasa de desempleo y los bajos tipos de interés en toda Europa. Estos factores fomentan el optimismo sobre la evolución del consumo en los hogares españoles y europeos para los próximos cuatro meses.

### *PIB invierno 2015-2016*

Las previsiones del PIB en España para 2015-2016 muestran una mejora respecto a 2014, continuando la tendencia positiva iniciada ese mismo año. Estas expectativas positivas son parecidas a las de Reino Unido, y superan a las de Francia y Alemania para los próximos 4 años.

### *IPC invierno 2015-2016*

La inflación de España se prevé que continúe decreciendo en 2015 y los primeros meses de 2016. Los niveles de inflación esperados son inferiores a los del resto de países analizados, siendo Alemania y Reino Unido los países que presentan mayores niveles de inflación para los siguientes años.

### *Tipo de cambio y tipos de interés*

Para lo que resta del año 2015 se esperan depreciaciones del euro tanto con la libra esterlina como con el dólar americano, aunque es especialmente fuerte con este último. Por otro lado, se estima que los tipos de interés desciendan hasta el 0,07% para la zona euro y se mantengan en Reino Unido en el entorno del 0,55%.

### *Desempleo y precio del petróleo*

Se mantendrá la tendencia de disminución en la tasa de desempleo, esperando alcanzar el 22,5% a finales de año. Por otro lado, se espera una contención de la caída de los precios del petróleo, manteniéndose los precios en el entorno de los 50 dólares americanos.

### *Consenso Económico trimestral de PwC*

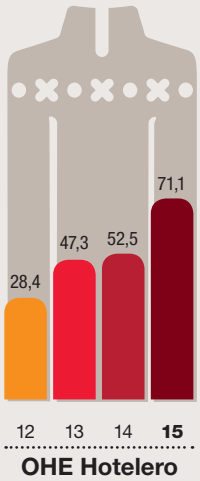
Los datos del Consenso Económico de PwC del segundo trimestre de 2015 apuntan a una mejora o estabilidad en la situación económica de la Unión Europea a final de año. El 62,5% de los encuestados estiman que será mejor, el 30% igual y un 7,5% de los encuestados estiman que será peor. Asimismo, se observa un crecimiento en las expectativas de mejora de la demanda de consumo en los hogares españoles y en la economía de nuestro país en los próximos seis meses.

## *Situación hotelera*

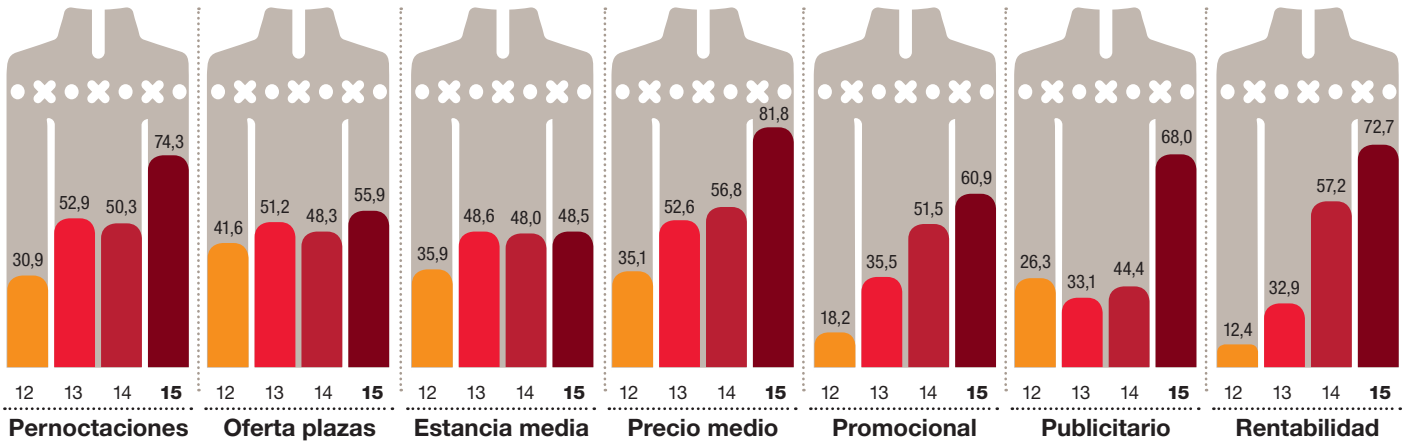
### *OHE Hotelero desglosado invierno 2015-2016*

- 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, alcanza por primera vez valores optimistas, situándose en los **71,10 puntos** para la temporada de invierno 2015-2016. Esto supone una subida del 35,43% respecto al mismo periodo de 2014-2015.

- En comparación con lo observado en la temporada de invierno de 2014-2015, se registra una mejora en las expectativas de los agentes del sector, basándose este optimismo principalmente en el número esperado de pernoctaciones, y el incremento del precio y la rentabilidad para la temporada de análisis. Todos los indicadores alcanzan niveles optimistas, exceptuando la oferta de plazas y la estancia media, que no superan los 60 puntos a pesar de la mejora con respecto al año anterior.




**Evolución OHE Hotelero (desglose)**




Fuente: Elaboración propia.

### *Pernoctaciones invierno 2015-2016*

El índice de pernoctaciones se sitúa en niveles optimistas, alcanzando los 74,3 puntos y mejorando un 47,7% con respecto a la temporada anterior.

Las predicciones apuntan a que el número de viajeros tanto nacionales como extranjeros aumentará en la temporada de invierno 2015-2016.

### *Oferta de plazas invierno 2015-2016*

Las perspectivas de los hoteleros sobre la evolución de la oferta de plazas se incrementan en un 15,7% respecto de las del invierno pasado, alcanzando los 55,9 puntos. El 76,22% de los encuestados espera que se la oferta de plazas se mantenga igual al invierno de 2014 y un 17,75% espera que aumente. Las provincias en las que se espera un aumento de oferta hotelera son Almería, Girona, Madrid, Málaga y Zaragoza.

### *Estancia media invierno 2015-2016*

La estancia media se mantiene en valores de estabilidad, con apenas un incremento del 1% hasta alcanzar los 48,5 puntos. Los hoteleros esperan que se mantenga la duración media de las estancias tanto de los turistas españoles como de los extranjeros. Se destaca la mejora en las expectativas sobre el número de turistas nacionales de la franja de duración menor a 3 días y el decrecimiento de los turistas tanto nacionales como extranjeros de la franja de duración mayor a 15 días.

### *Precio medio invierno 2015-2016*

Más del 66,8% de los hoteleros encuestados prevén un aumento en los precios medios por habitación, factor que provoca un incremento del 44% en este índice hasta alcanza los 81,8 puntos, los más altos desde el año 2008.

### *Esfuerzo promocional de las AA. PP. invierno 2015-2016*

El 30,72% del sector espera un incremento en el esfuerzo promocional de las Administraciones Públicas para la temporada de invierno de este año. El índice mejora con respecto a 2014, y se sitúa en niveles optimistas por primera vez desde el 2008, alcanzando los 60,9 puntos. Estos datos contrastan con el mínimo obtenido en el invierno de 2012, de 18,2 puntos.

### *Esfuerzo publicitario de los empresarios privados invierno 2015-2016*

En el caso del esfuerzo publicitario por parte de los alojamientos privados, éste experimenta un considerable aumento del 53% en el índice hasta alcanzar los 68 puntos. Como sucede en otros índices analizados, la evolución del esfuerzo publicitario alcanza valores optimistas en el 2015 por primera vez desde el comienzo de la crisis económica.

### *Canales de intermediación invierno 2015-2016*

Los hoteleros prevén un aumento en la contratación de su oferta tanto en los canales directos como en los canales indirectos. En el mercado nacional, el canal de intermediación directo gana importancia frente al canal de intermediación indirecto; mientras que, en el mercado en extranjero, el canal indirecto gana importancia frente al directo.

### *Rentabilidad invierno 2015-2016*

Las expectativas de los hoteleros para el índice de rentabilidad crecen un 27,1% hasta alcanzar los niveles más altos desde 2008 y situarse en niveles optimistas. El índice se sitúa en los 72,7 puntos motivado principalmente por las previsiones de mejora en ingresos.

## *¿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 invierno 2015-2016 es la primera vez desde el comienzo de la crisis económica en el que el **OHE General de invierno** alcanza valores optimistas, llegando a los 69,83 puntos, con un aumento del 23,5% con respecto al mismo periodo de 2014.
- El índice **OHE Macroeconómico** de invierno se mantiene en niveles optimistas con 66,02 puntos, aunque los niveles decrecen ligeramente un 3,86% con respecto al invierno de 2014.
- El índice **OHE Hotelero** de invierno alcanza valores optimistas por primera vez desde el 2008 con 71,10 puntos, experimentando un fuerte aumento del 35,43% con respecto al invierno de 2014.
- El crecimiento constante del turismo en toda Europa, el incremento anual de turistas extranjeros en España, la anticipación de reservas o la recuperación económica española son algunos de los factores que motivan el optimismo de los hoteleros, que prevén una buena temporada de invierno 2015.

## *Contactos*

**David Samu**
Socio de Turismo, Transporte y Servicios de PwC España
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 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

CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 157 países con más de 208.000 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

© 2015 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.