

Observatorio de la Industria Hotelera Española

Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

10 de Junio de 2008



Índice

Sección		Página
1	Introducción	1
2	Índice OHE	4
	2.1 - OHE Hotelero	5
	2.2 - OHE Entorno	16
	2.3 - OHE TOTAL - Evolución	18
3	Boletín Coyuntural	23

Sección 1

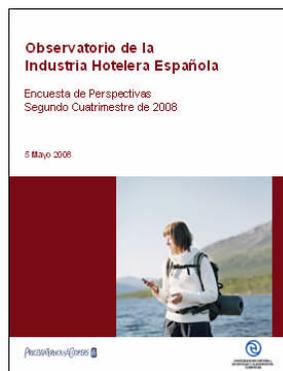
Introducción



Composición del índice OHE

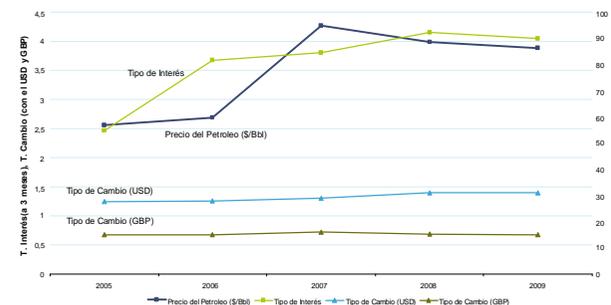
OHE_H “Hotelero”:

Índice parcial obtenido a través de una encuesta formulada a los empresarios hoteleros de todas las provincias españolas pertenecientes a CEHAT (representando a más de 1.500.000 plazas), que refleja sus expectativas para el segundo Cuatrimestre de 2008.



OHE_M “Entorno Macroeconómico”:

Índice parcial que refleja cómo influye en el turismo el comportamiento histórico y previsto de factores macroeconómicos, tanto generales a nivel Nacional como de los principales Mercados Emisores de Turismo a España.



INDICE OHE: refleja la tendencia del sector turístico para el segundo cuatrimestre de 2008 basándose en las expectativas de los empresarios hoteleros pertenecientes a CEHAT (OHE_H) y la influencia de los principales factores macroeconómicos en el turismo (OHE_M).

Nuevas secciones en el Observatorio de la Industria Hotelera Española

Contenidos del Boletín Coyuntural del Observatorio para el 2º C de 2008

- En esta segunda entrega del OHE se ha ampliado el alcance del Observatorio. Además de las previsiones obtenidas a partir de la encuesta a las Asociaciones y los estudios macroeconómicos, se ha añadido:
- Un **Boletín Coyuntural** que recogerá las opiniones o expectativas de las asociaciones turísticas e información de fuentes externas respecto a los temas clave de la temporada. Para este segundo cuatrimestre de 2008, los temas a tratar son:
 - Las perspectivas generales del turismo como resultado del deterioro de la **situación económica** mundial.
 - Los efectos de la **crisis inmobiliaria** en el sector hotelero en España.
 - Las últimas tendencias en **mercados emisores y destinos competidores**.

Panorama de la situación económica española y sus repercusiones en el Turismo



Efectos de la crisis inmobiliaria



Evolución de los mercados emisores tradicionales y nuevos destinos competidores



Sección 2

Índice OHE



Sección 2.1

OHE Hotelero



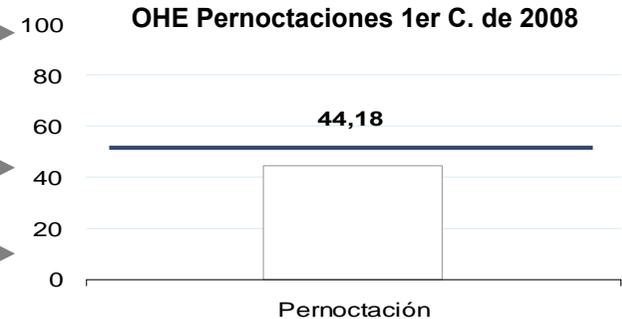
OHE Hotelero

El índice OHE mide las expectativas turísticas para el segundo cuatrimestre de 2008, siempre en comparación con el mismo cuatrimestre del año anterior.

El Índice OHE puede tomar valores entre “0” y “100”:

- Los valores entre **“60 y 100 puntos”** reflejan expectativas positivas respecto al mismo cuatrimestre del año anterior.
- Los valores entre **“40 y 60 puntos”** reflejan que no se esperan variaciones respecto al mismo cuatrimestre del año anterior.
- Los valores entre **“0 y 40 puntos”** reflejan expectativas negativas para el sector.

Ejemplo:



La estructura de esta sección se compone de:

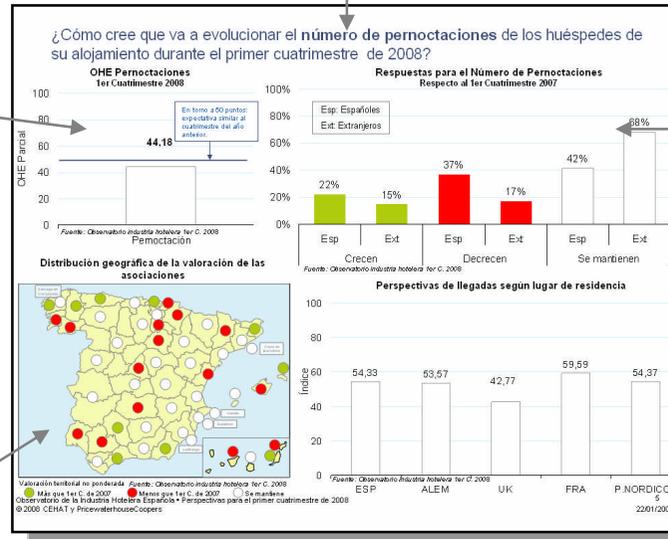
Índice OHE de cada variable:

Mide una de las variables de la encuesta. Variará de color en función de los valores que alcance:

- Superior a 60 puntos: **verde**.
- Entre 40 puntos y 60 puntos: blanco.
- Inferior a 40 puntos: **rojo**.

Distribución geográfica de la **valoración de las asociaciones**: indica las respuestas de los hoteleros que pertenecen a CEHAT, sin ponderación por su tamaño.

Pregunta planteada a los asociados

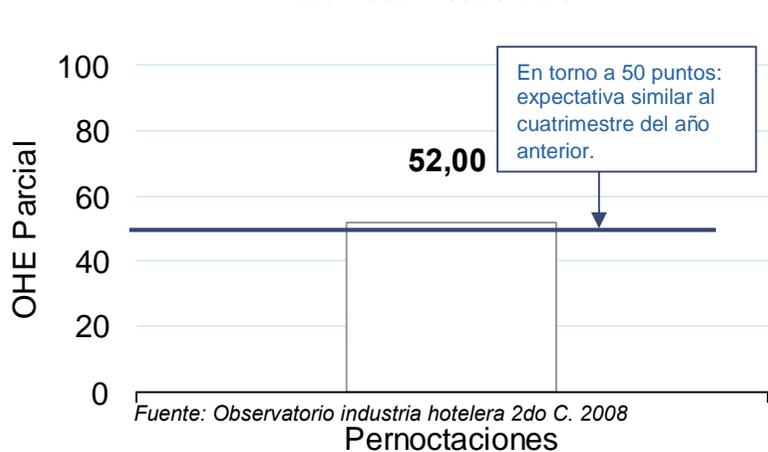


Porcentaje de **distribución de las respuestas** (ponderadas por el número de plazas (1.500.000):

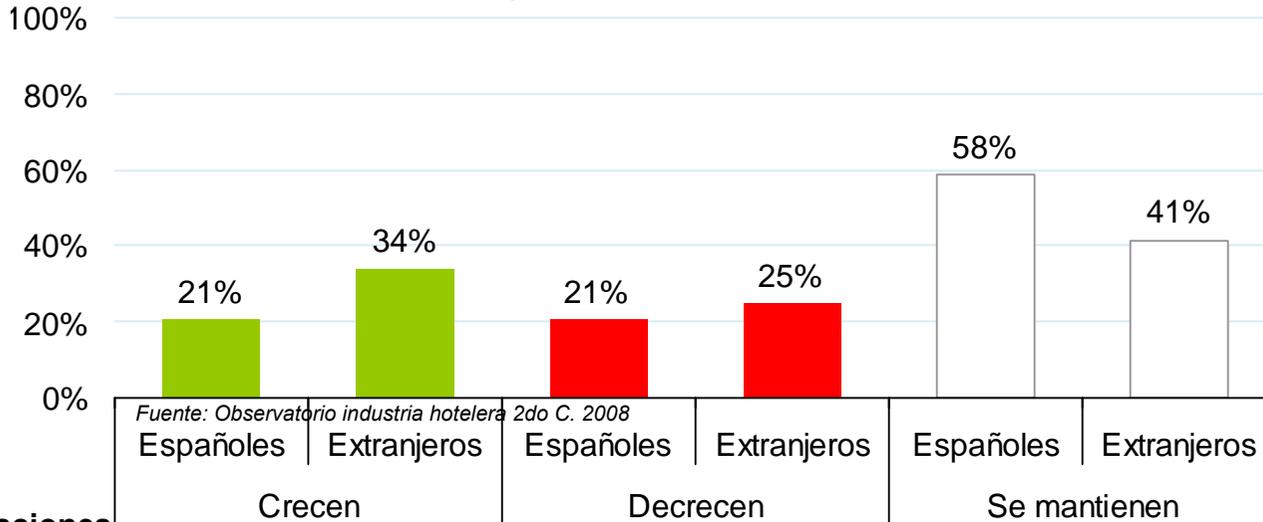
- “Crece/Mejora” indica el % de hoteleros que consideran que la variable va a crecer o mejorar respecto al mismo cuatrimestre del año anterior. El color que se utilizará para describir que “Crece/Mejora” será el **verde**.
- “Disminuye/Empeora” indica el % de hoteleros que consideran que la variable disminuirá o empeorará (**rojo**).
- “Igual” indica el % de asociaciones que consideran que la variable no va a sufrir cambios significativos (blanco).

¿Cómo cree que va a evolucionar el número de pernoctaciones de los huéspedes de su alojamiento durante el segundo cuatrimestre de 2008?

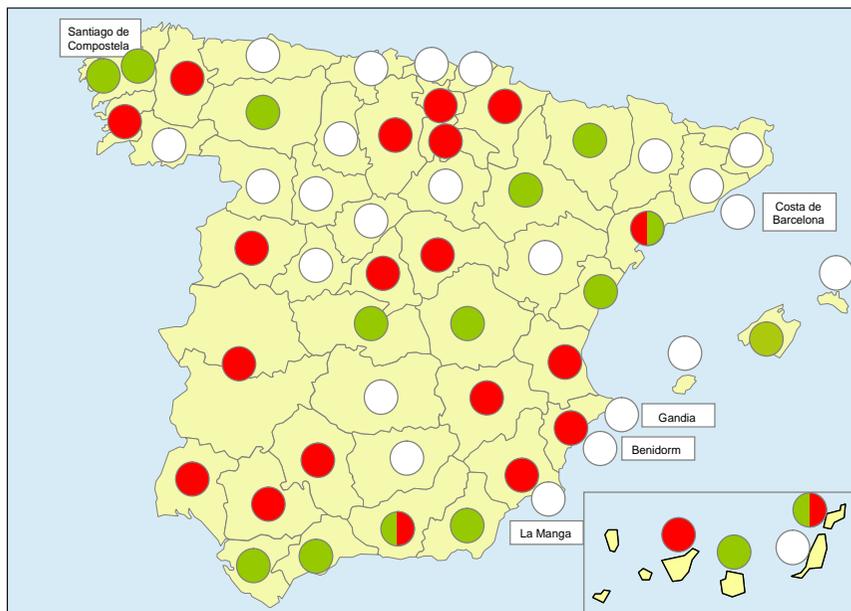
Índice OHE Pernoctaciones
2do Cuatrimestre 2008



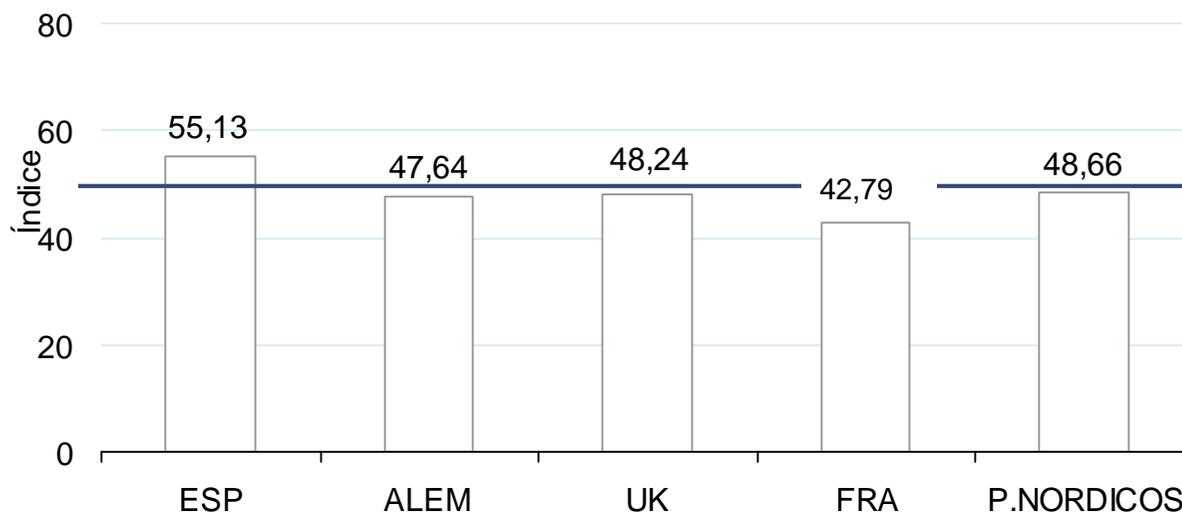
Respuestas para el Número de Pernoctaciones
Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Índice OHE perspectivas de llegadas según lugar de residencia



Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

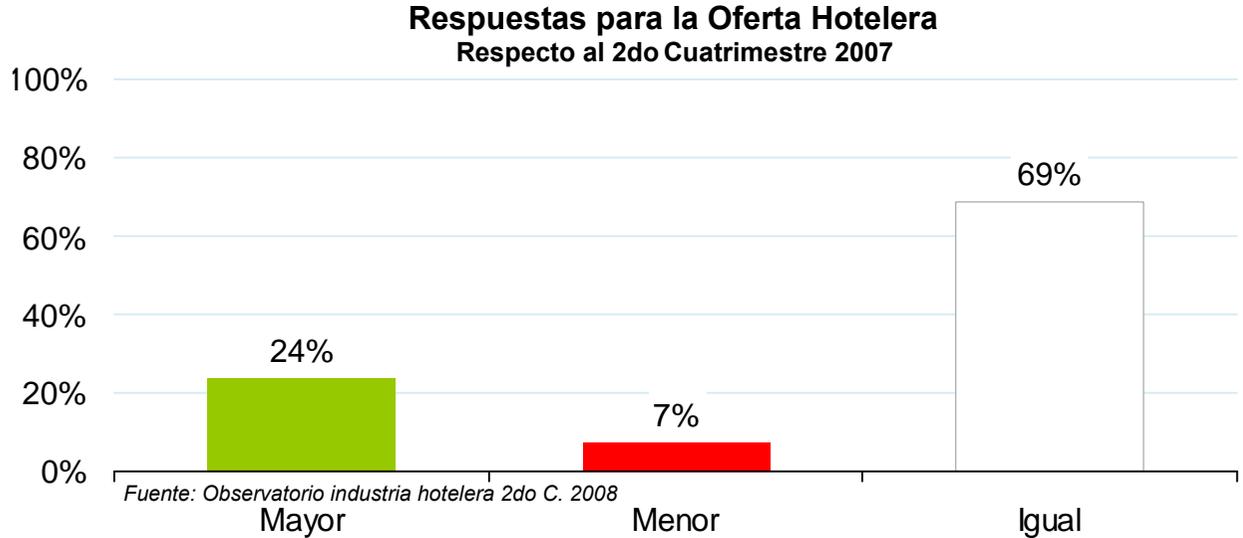
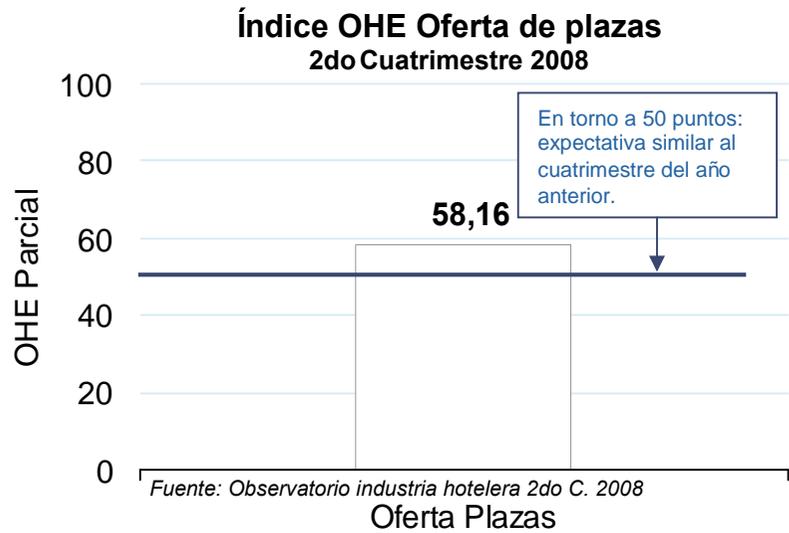
*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo
*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

● Más que 2do C. de 2007 ● Menos que 2do C. de 2007 ○ Se mantiene

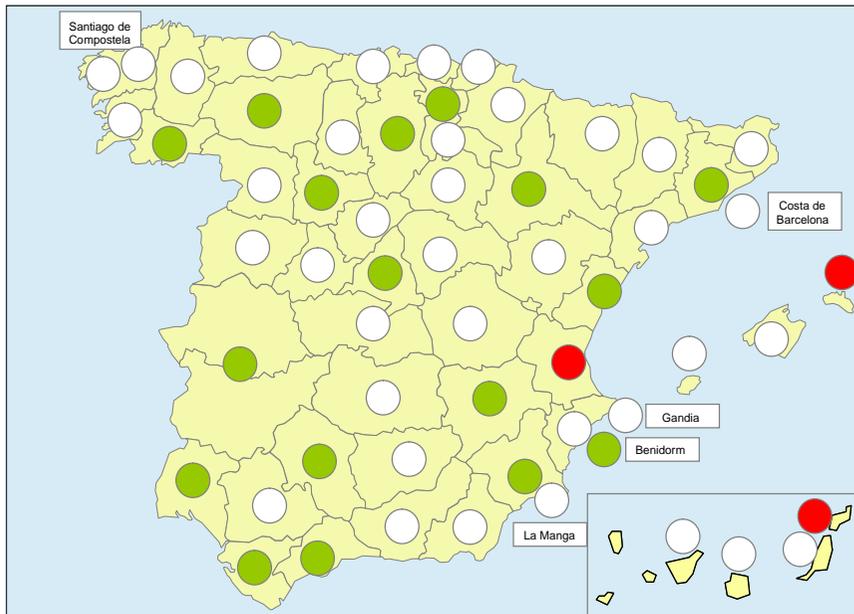
Observatorio de la Industria Hotelera Española • Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

© 2008 CEHAT y PricewaterhouseCoopers

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



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- Del año 2004 al año 2007 la oferta hotelera española ha aumentado un 14%.
- Se registran los mayores incrementos de oferta en Andalucía (25%) y en Madrid (23%), en el año 2007¹.
- Se observa cierta ralentización en la creación de nuevos proyectos de hoteles + residencial, debido a la influencia coyuntural del sector inmobiliario no vacacional.

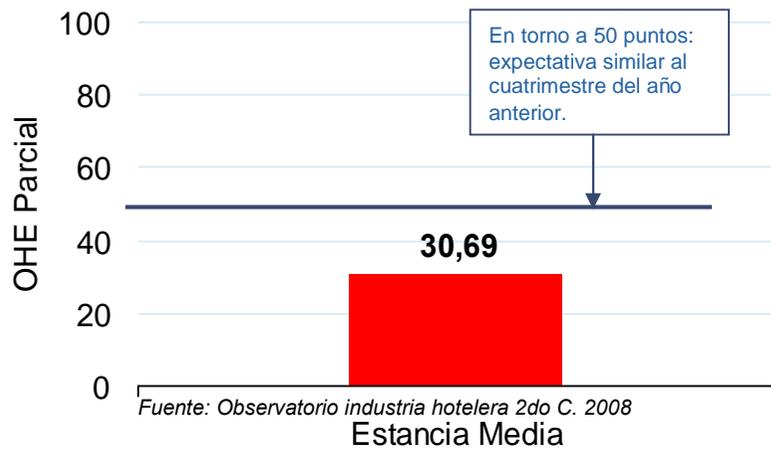
*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

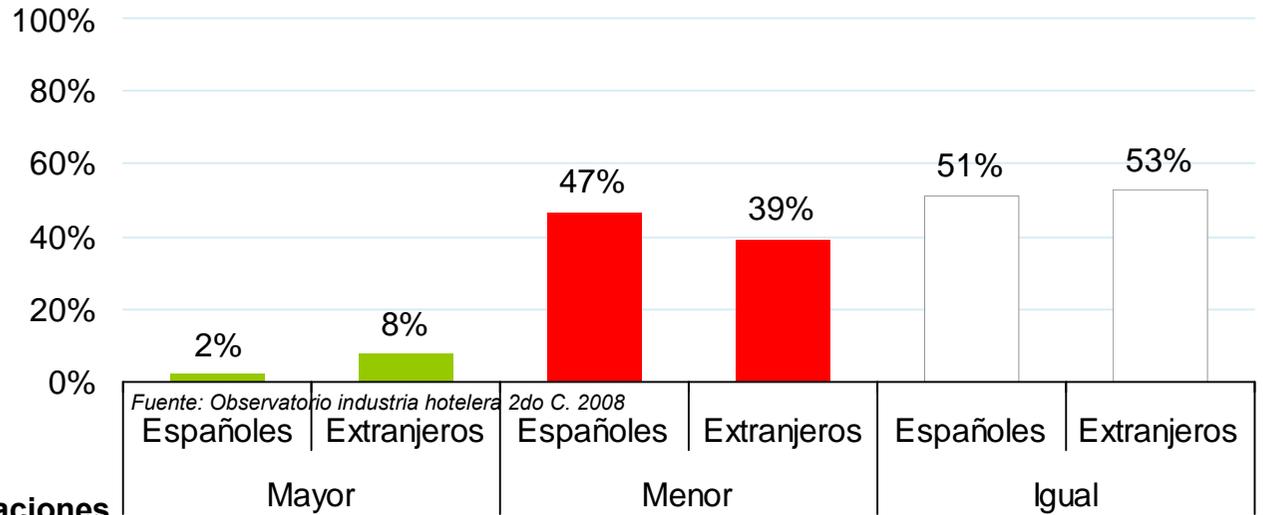
● Mayor que 2do C. de 2007 ● Menor que 2do C. de 2007 ○ Igual

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

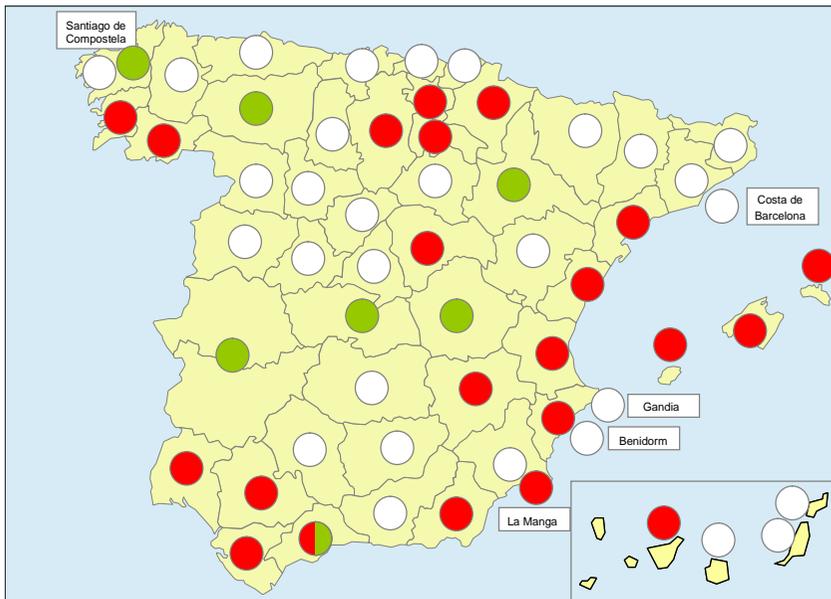
Índice OHE Estancia Media 2do Cuatrimestre 2008



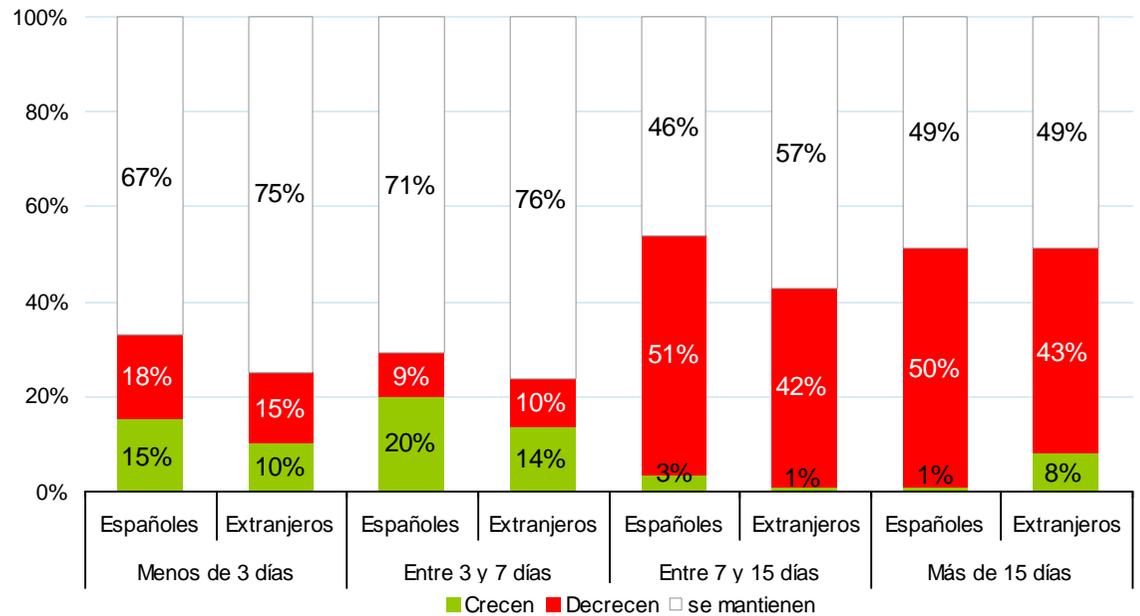
Respuestas para la Estancia Media Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Distribución de las respuestas por tramos de duración de la estancia



*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

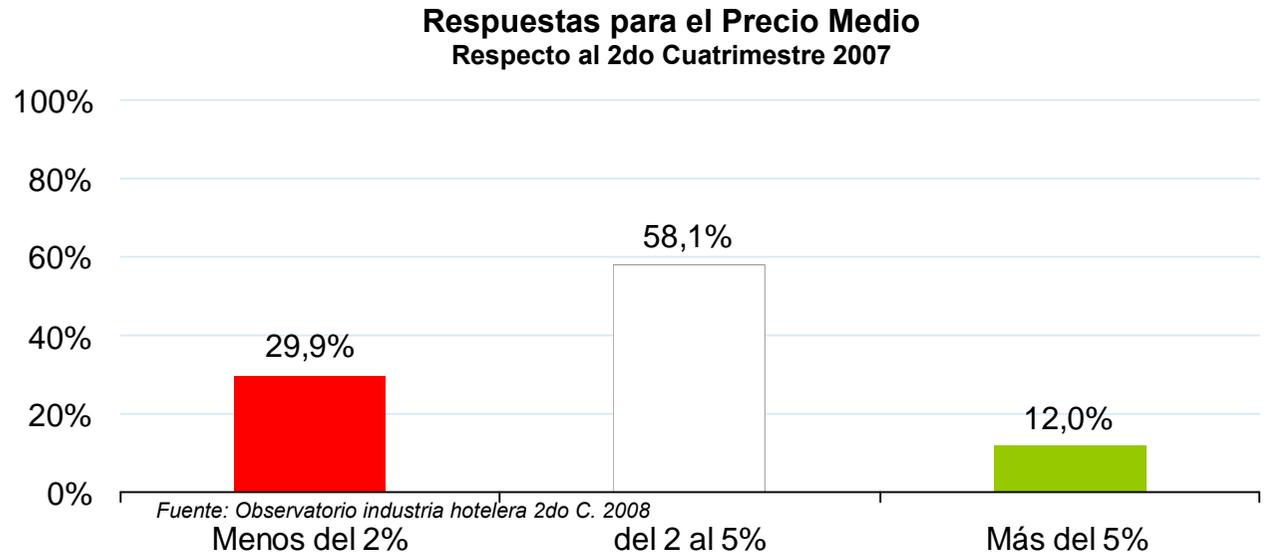
*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

● Mayor que 2do C. de 2007 ● Menor que 2do C. de 2007 ○ Igual

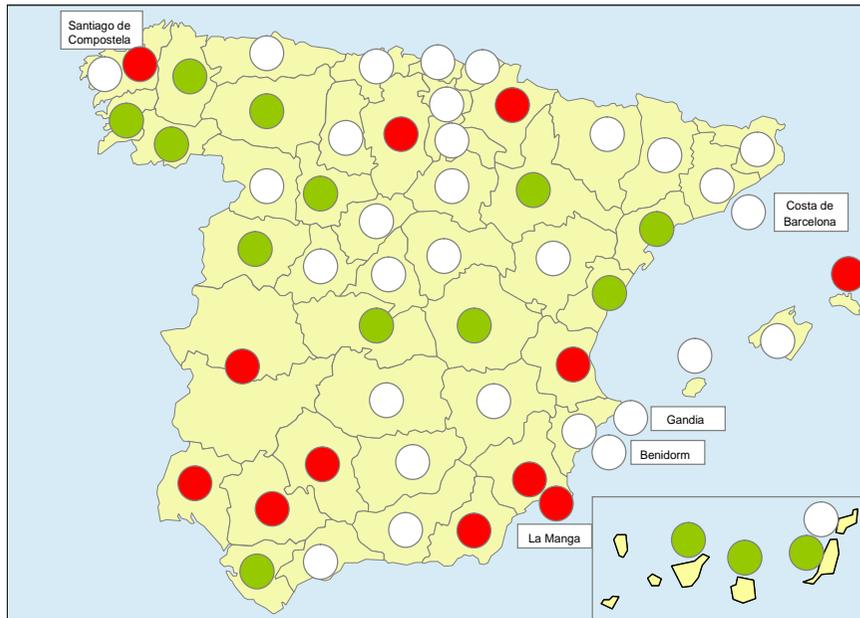
Observatorio de la Industria Hotelera Española • Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

© 2008 CEHAT y PricewaterhouseCoopers

¿En cuánto estimaría que se va a incrementar el **precio medio** de la habitación de su empresa de alojamiento?



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- El mercado no permitirá a los hoteleros ajustar el precio al actual nivel de inflación.

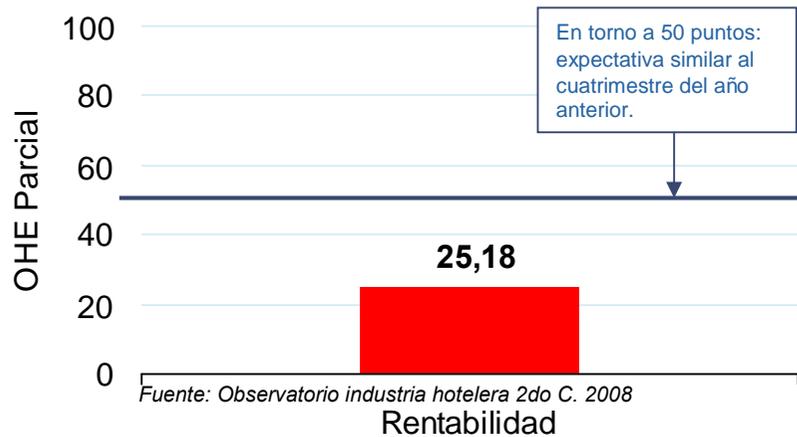
*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C 2008

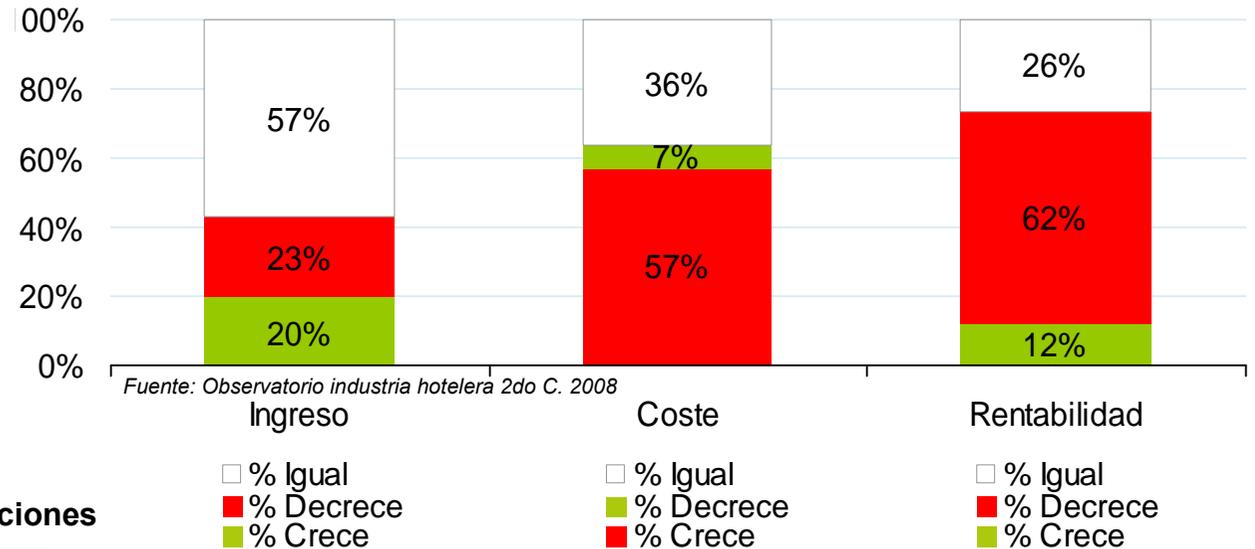
● Más del 5% ● Menos del 2% ○ Del 2 al 5%

¿Cómo cree que evolucionará la rentabilidad de su empresa de alojamiento?

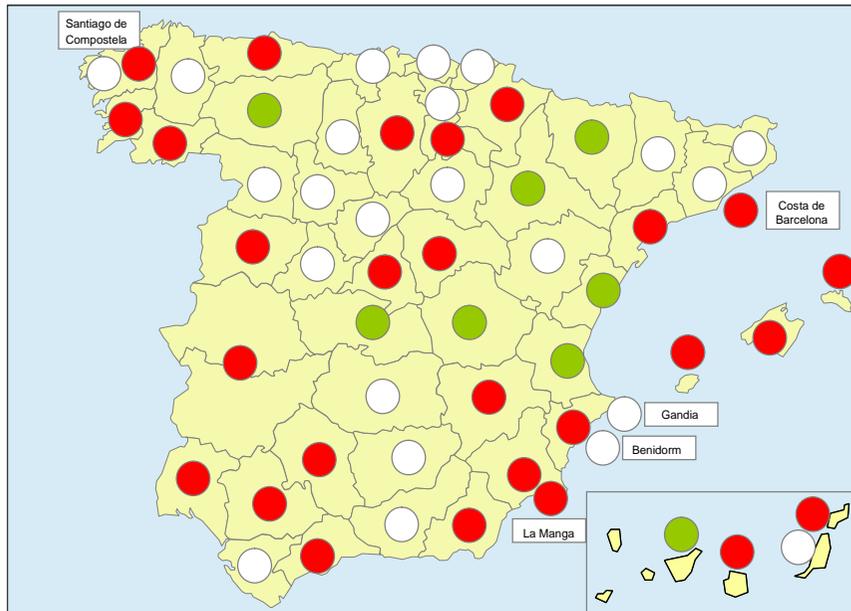
Índice OHE Rentabilidad 2do Cuatrimestre 2008



Respuestas para la Rentabilidad Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- Notable impacto del precio del petróleo sobre los precios de la energía, el transporte, los suministros, la alimentación...
- Encarecimiento del tipo de cambio del Euro frente a la Libra esterlina del 17,6%

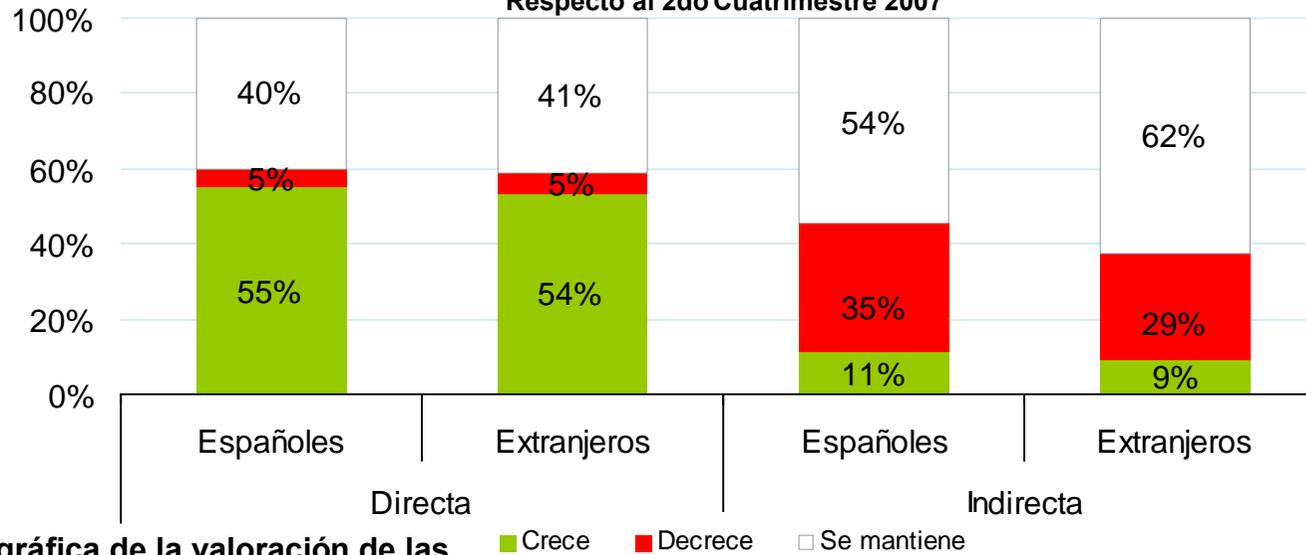
*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

● Crece la rentabilidad ● Decrece la rentabilidad ○ Igual

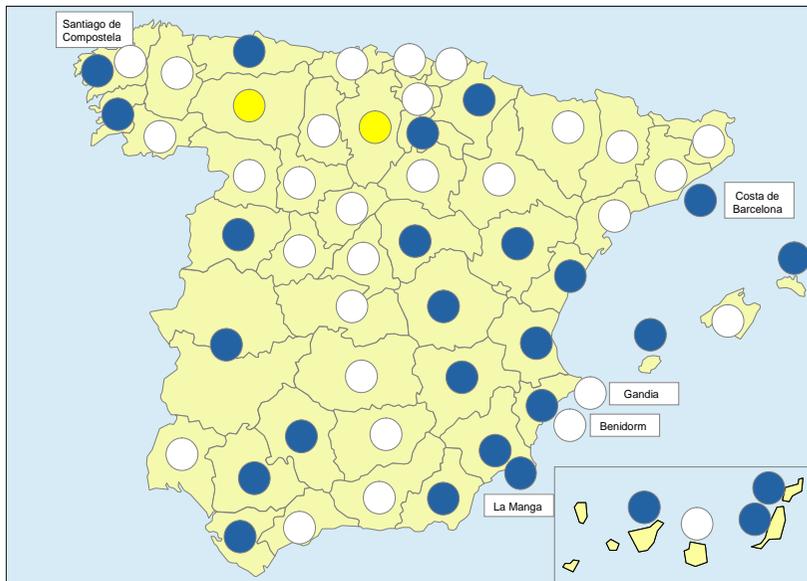
¿Cómo cree que evolucionará la **contratación** de su oferta de alojamiento por cada uno de los siguientes **Canales de Intermediación**?

Respuestas para el Canal de Intermediación
Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. de 2008

Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- Se observa que continúa la tendencia hacia una creciente desintermediación.

*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. de 2008

● Crece la intermediación directa ● Crece la intermediación indirecta ○ Se mantienen

Observatorio de la Industria Hotelera Española • Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

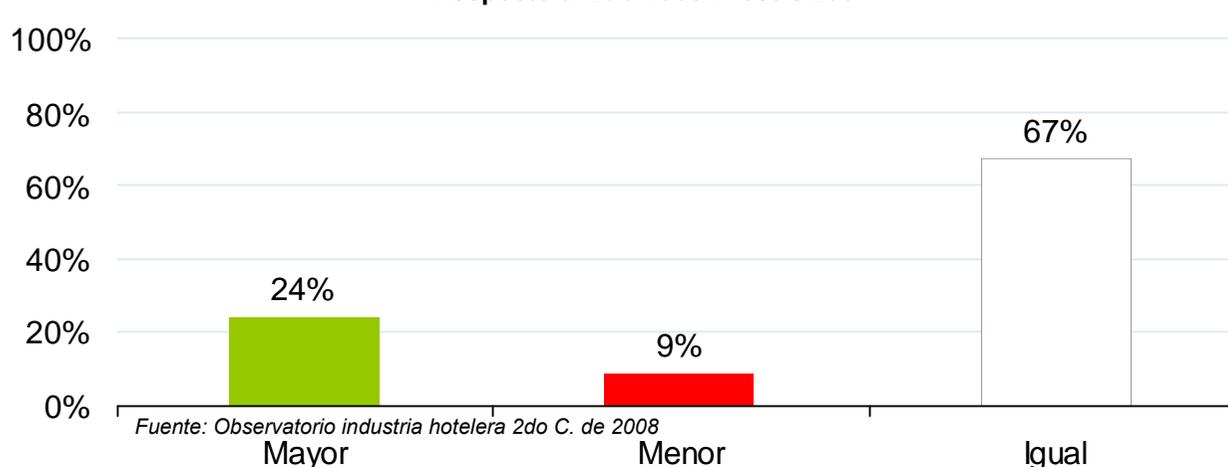
© 2008 CEHAT y PricewaterhouseCoopers

¿Cómo cree que evolucionará el **esfuerzo promocional** realizado por las **administraciones públicas**, en comparación con el cuatrimestre del año anterior?

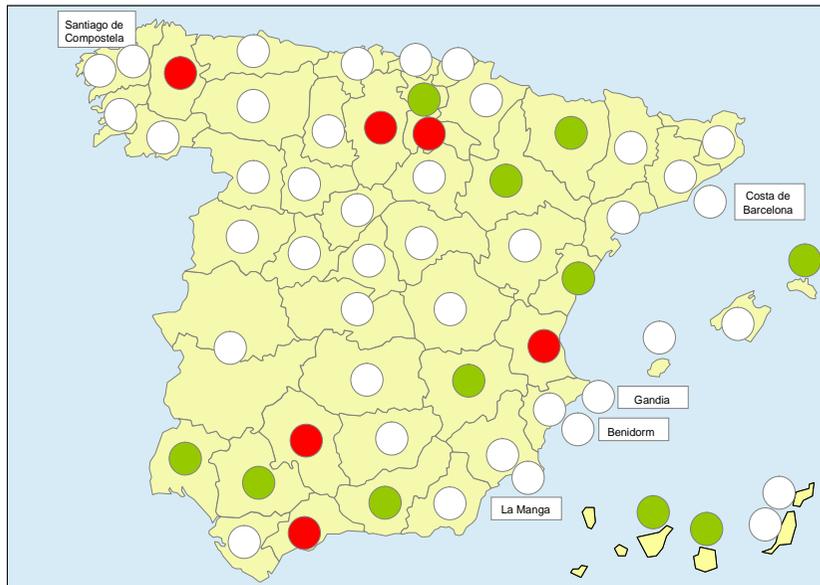
OHE Esfuerzo Promocional Público
2do Cuatrimestre 2008



Respuestas para el Esfuerzo Promocional de las Admin. Públicas
Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- Creciente necesidad de coordinación de los esfuerzos promocionales de las diferentes administraciones públicas.

*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

*Valoración territorial no ponderada

Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. de 2008

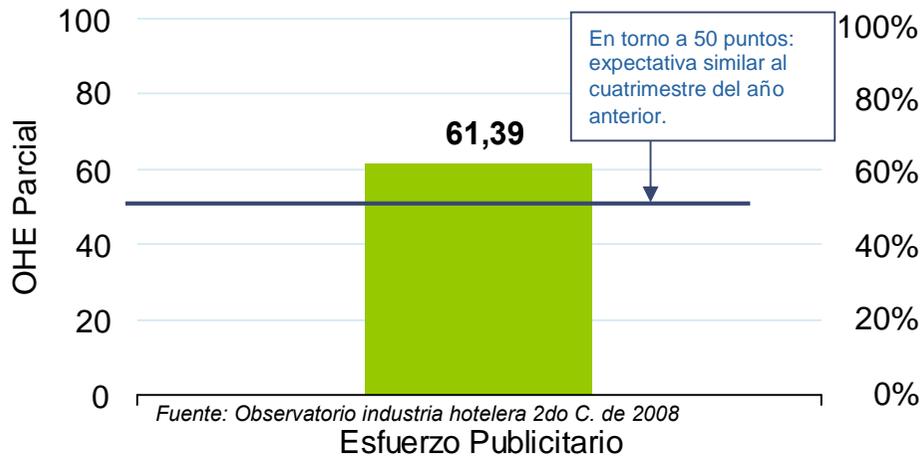
● Mayor que 2do C. de 2007 ● Menor que 2do C. de 2007 ○ Igual

Observatorio de la Industria Hotelera Española • Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

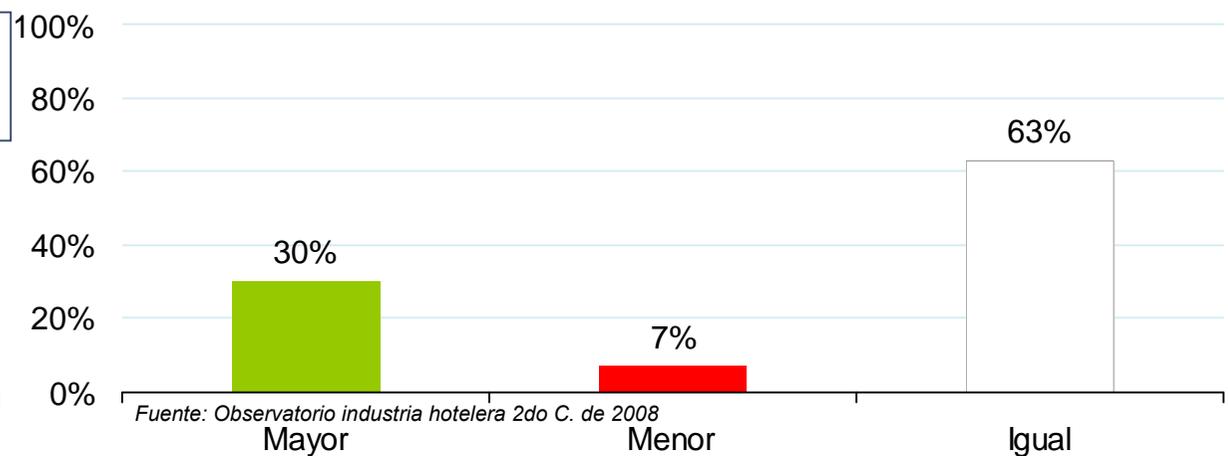
© 2008 CEHAT y PricewaterhouseCoopers

¿Cómo cree que evolucionará el gasto en publicidad realizado por hoteles, en comparación con el mismo cuatrimestre del año anterior?

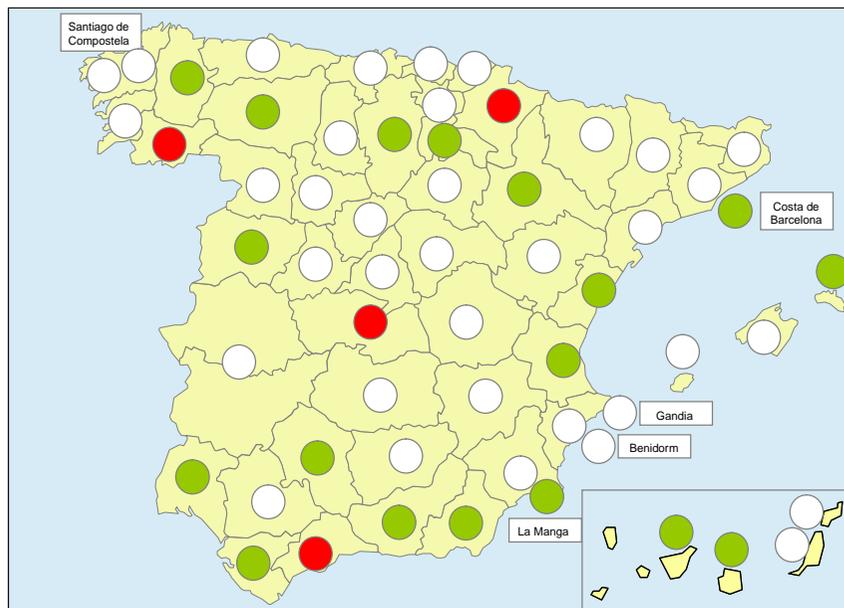
OHE Esfuerzo Promocional Privado
2do Cuatrimestre 2008



Respuestas para el Gasto Publicitario
Respecto al 2do Cuatrimestre 2007



Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Conclusiones:

- Se prevé un cambio en la evolución del canal promocional:
 - aumentará la segmentación del mercado,
 - se realizarán esfuerzos promocionales innovadores,
 - Se utilizarán nuevos canales.

*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo

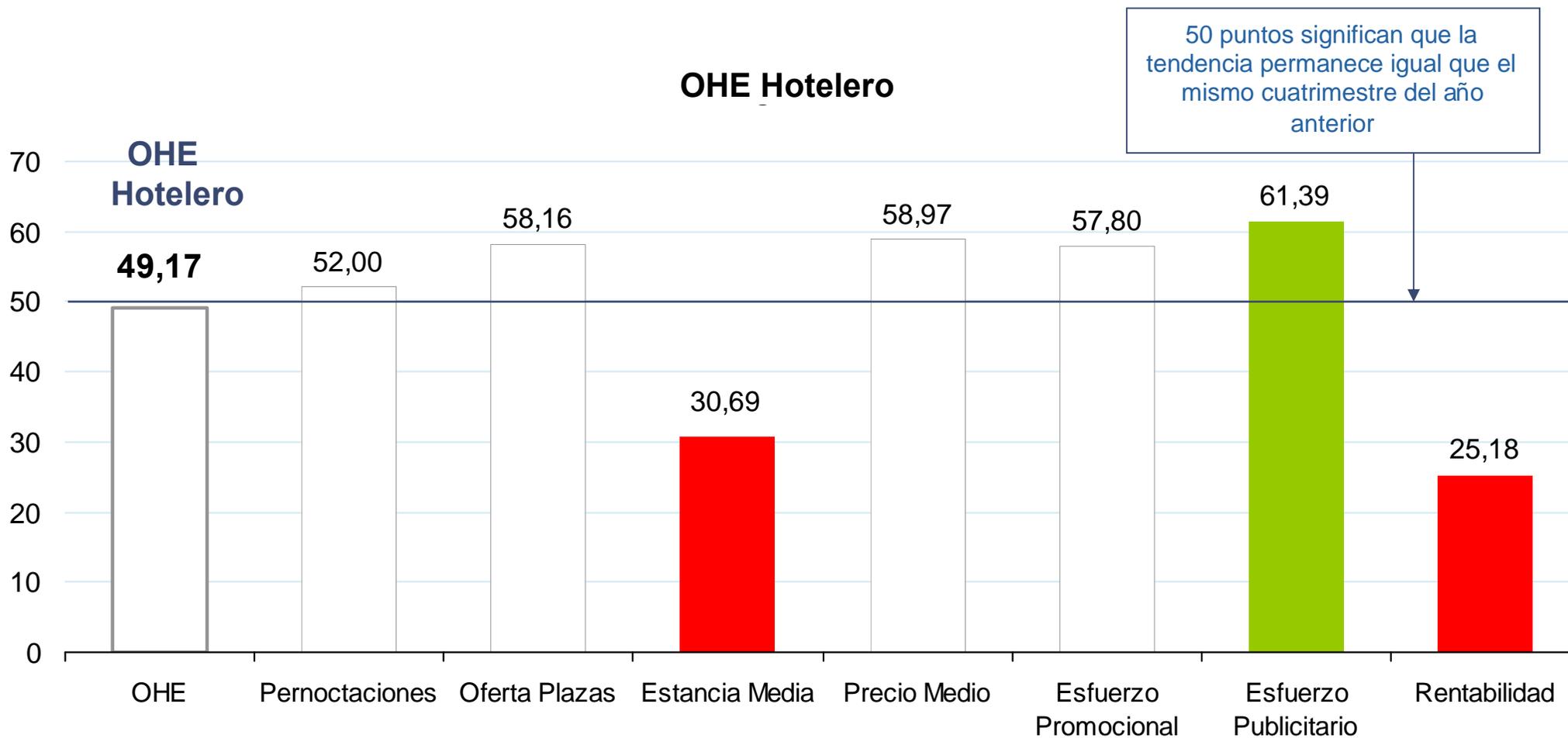
*Valoración territorial no ponderada Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. de 2008

● Mayor que 2do C. de 2007 ● Menor que 2do C. de 2007 ○ Igual

Observatorio de la Industria Hotelera Española • Perspectivas para el segundo cuatrimestre de 2008

© 2008 CEHAT y PricewaterhouseCoopers

OHE Hotelero – visión general



Fuente: Observatorio de la industria hotelera española 2do C. de 2008

Nota metodológica:

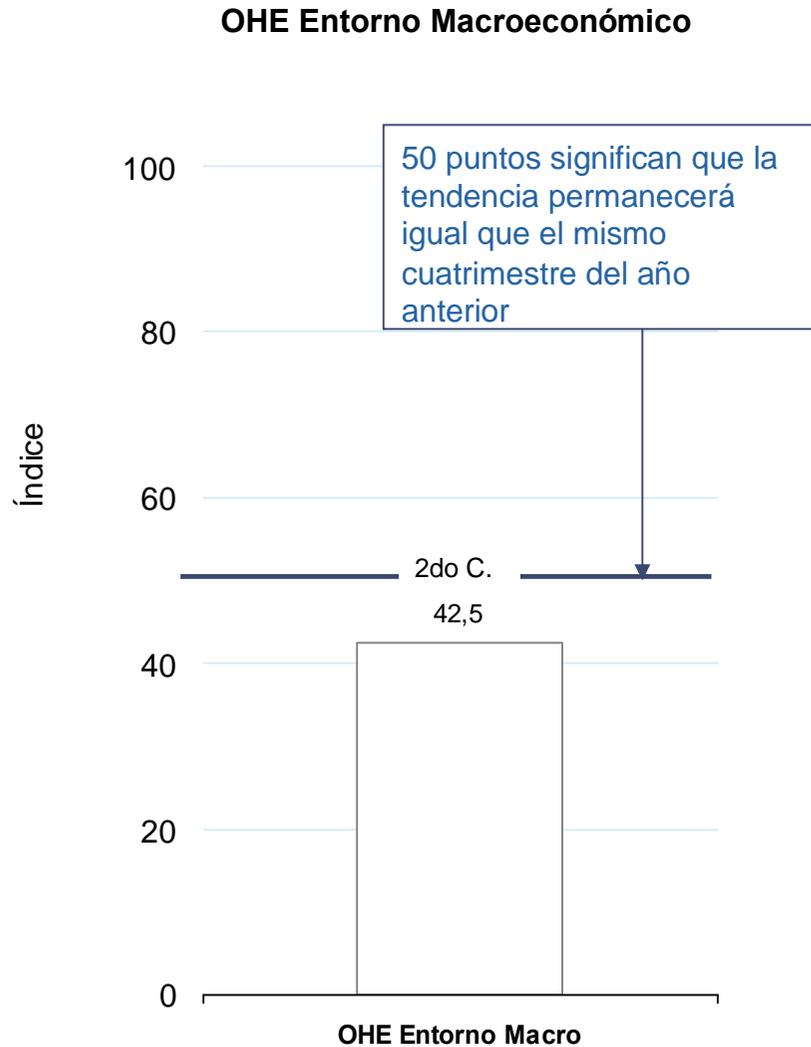
- Los valores entre **“60 y 100 puntos”** reflejan expectativas positivas respecto al mismo cuatrimestre del año anterior.
- Los valores entre **“40 y 60 puntos”** reflejan que no se esperan variaciones respecto al mismo cuatrimestre del año anterior.
- Los valores entre **“0 y 40 puntos”** reflejan expectativas negativas para el sector.

Sección 2.2

OHE Entorno



OHE Entorno Macroeconómico



Conclusiones:

- La mayor disminución del PIB se prevé para España: se estima que alcanzará un valor aproximado 0,9% a finales de año.
- En los principales mercados emisores, se espera que la tasa de paro aumente en España y el Reino Unido, mientras que las previsiones son positivas para Alemania y Francia.
- El encarecimiento del Euro respecto al dólar mitigará en parte las subidas del precio del Brent, sin embargo reducirá la competitividad de España frente a destinos “dolarizados”. Por otra parte, el encarecimiento de nuestra divisa frente a la libra esterlina puede repercutir negativamente en la afluencia de viajeros ingleses a España.

La evolución de las **variables** consideradas ha sido la siguiente:

- Índice de precios al consumo. ▲
- Producto interior bruto. ▼
- Precio del petróleo. ▲
- Tasa de paro. ▲
- Tipo de interés. ▼
- Tipo de cambio. ▲
- Perspectivas del Consenso Económico de PwC para el 2do Trimestre de 2008:
 - Expectativas sobre la coyuntura española para los próximos 6 meses. ▼
 - Expectativas de evolución de la demanda de consumo de las familias españolas para los próximos 6 meses. ▼
 - Expectativas sobre la coyuntura económica en la UE para el próximo año. ▼

Fuentes: OECD, The Economist, NYMEX, Organizatino por Economic Co-operation and Development, Consenso Económico de PwC

Sección 2.3

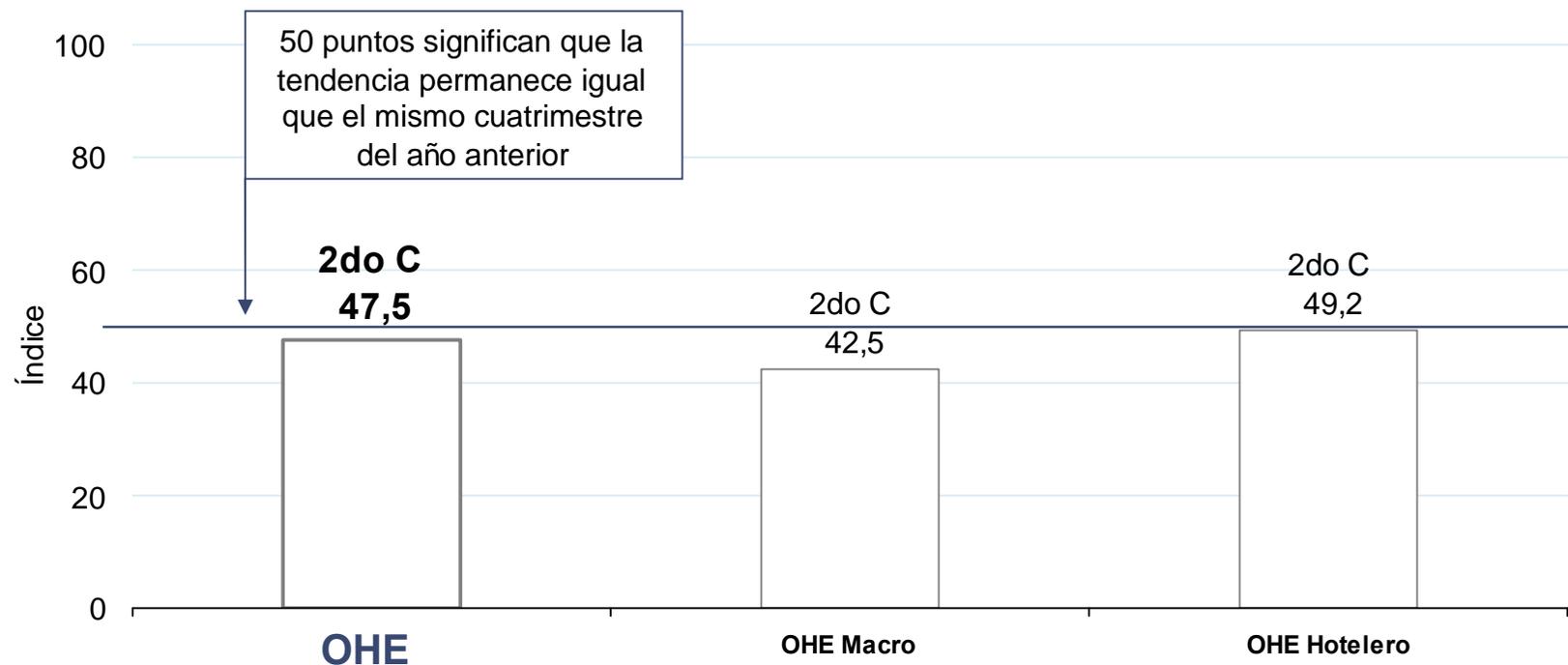
OHE TOTAL - Evolución



Índice OHE total

El Índice OHE total para el segundo cuatrimestre de 2008 se sitúa en 47,5 puntos. Cabe destacar el empeoramiento de las expectativas del entorno macroeconómico para el próximo cuatrimestre

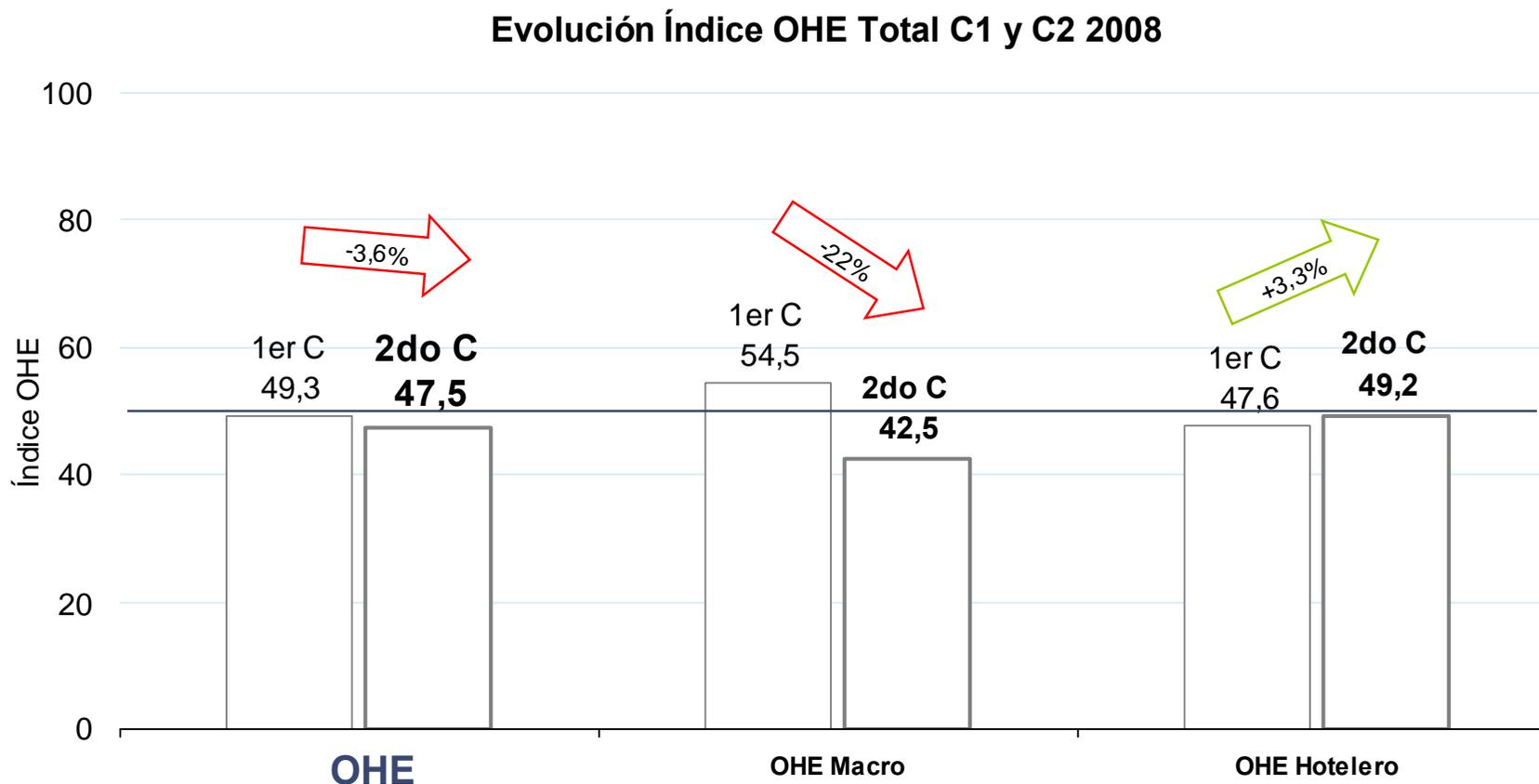
Índice OHE 2do Cuatrimestre 2008



Fuente: Observatorio Industria Hotelera 2do C. de 2008

Índice OHE total – Evolución

El Índice OHE total disminuye un 3,6% respecto al primer cuatrimestre del año. Las repercusiones de la situación macroeconómica negativa contrastan con las expectativas positivas del sector hotelero español para los meses estivales

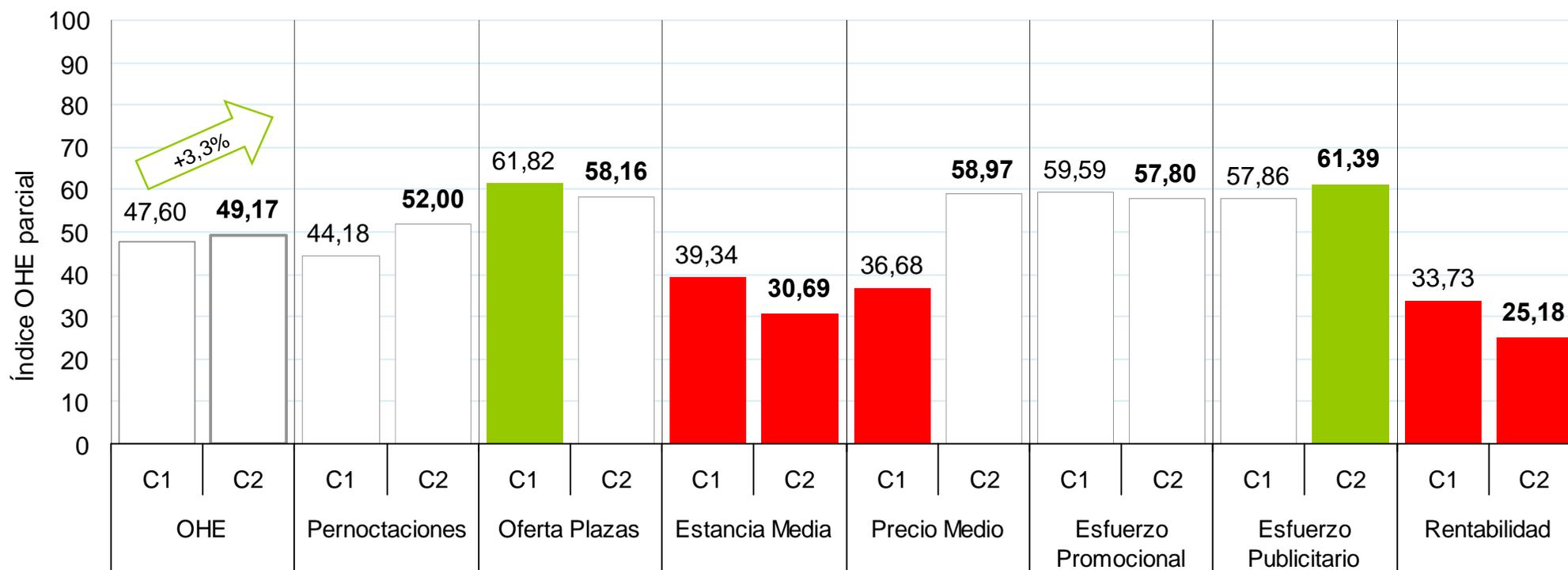


Fuente: Observatorio Industria Hotelera 1er y 2do C. de 2008

Índice OHE parcial Hotelero – Evolución

El Índice OHE parcial Hotelero se mantiene estable a excepción de los factores de Estancia Media y Rentabilidad, que se prevé sigan empeorando. Las empresas de alojamiento reaccionarán a la crisis a través de gasto en publicidad para reactivar la demanda turística

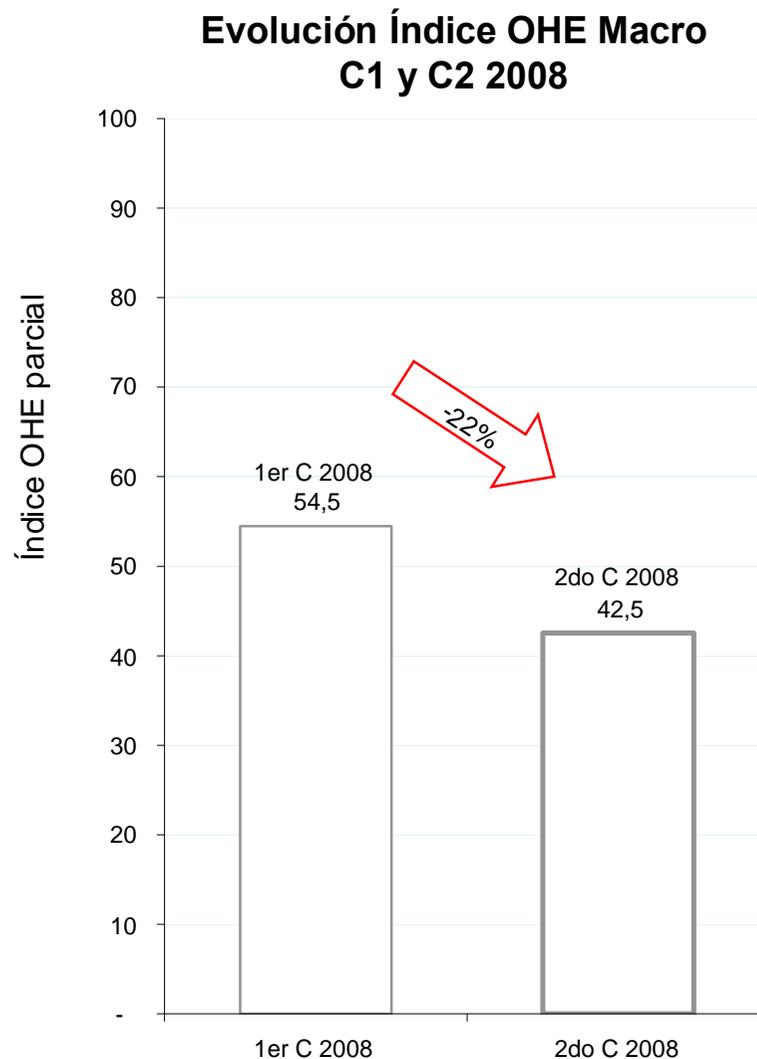
Evolución Índice OHE Hotelero
C1 y C2 2008



Fuente: Observatorio Industria Hotelera 1er y 2do C. de 2008

Índice OHE parcial Macroeconómico – Evolución

La situación económica actual se ve claramente reflejada en el descenso del 22% en el Índice OHE Macroeconómico. La desaceleración generalizada en los principales mercados emisores de turismo para España impactará en los resultados del cuatrimestre



Fuente: Observatorio Industria Hotelera 1er y 2do C. de 2008

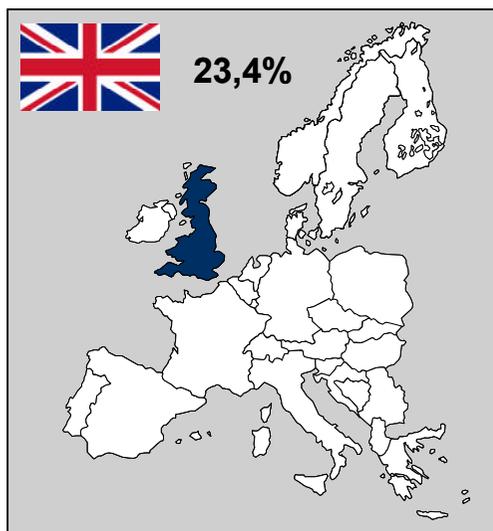
Sección 3

Boletín Coyuntural

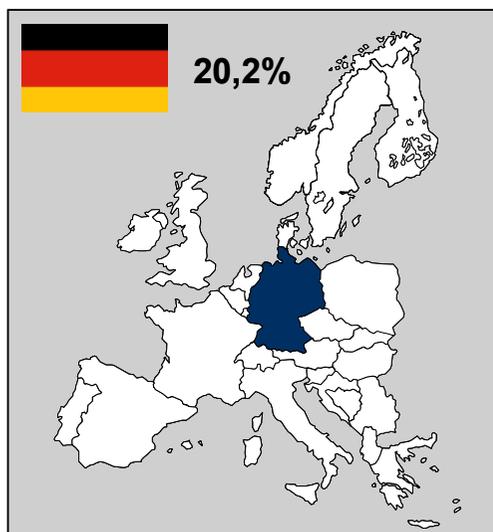
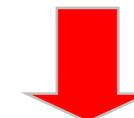


Tendencias en los principales mercados emisores y destinos competidores

Principales mercados emisores (1 de 2)



- Los turistas Británicos representaron el 23,4% de los viajeros extranjeros a España en el segundo cuatrimestre de 2007.
- Se espera que el **Reino Unido** sea uno de los países europeos en los que más se vea un efecto de desaceleración en el consumo de las familias.
- La depreciación de la Libra frente al Euro (un Euro ha pasado de valer 0,68GBP en 2007 a tener previsiones de cerrar 2008 valiendo 0,80GBP², lo cual supone un encarecimiento del 18%) también influirá en la llegada de turistas Británicos a España, que posiblemente optarán por nuevos destinos donde el tipo de cambio de su divisa les resulte más favorable.

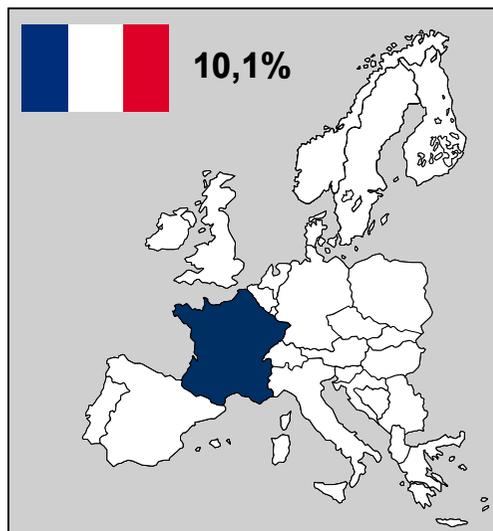


- El turismo de procedencia Alemana supuso el 20,2% del total de viajeros extranjeros a destinos Españoles en el segundo cuatrimestre de 2007.
- A diferencia de otros países más afectados por la situación económica, los **Alemanes**, con una inflación del 2,4 y un PIB del 1,9 previstos para 2008¹, verán incrementada su capacidad de consumo en comparación con años anteriores de menor crecimiento económico.
- No obstante jugará un papel fundamental en el comportamiento de este sector la capacidad de atracción de estos turistas a destinos españoles en vez de a nuevos destinos más exóticos.

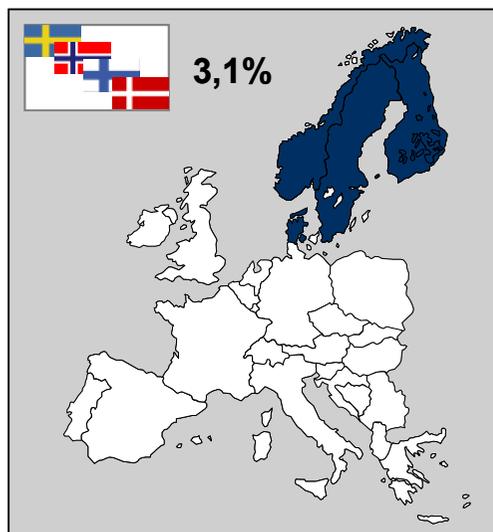


Tendencias en los principales mercados emisores y destinos competidores

Principales mercados emisores (2 de 2)



- En el segundo cuatrimestre de 2007, los franceses fueron el tercer mercado emisor de turistas a España, con el 10,1% del total de extranjeros.
- Se espera una reducción leve del desempleo y una mejora del consumo que podrían favorecer los desplazamientos de **Franceses** a destinos españoles.
- Además, el número de pernoctaciones de franceses ha aumentado un 9% en los primeros dos meses de 2008. Esto podría ser muestra de que los franceses pueden comenzar a optar por destinos de corta distancia en vez de los de media y larga, fomentado por la incertidumbre de la situación económica.

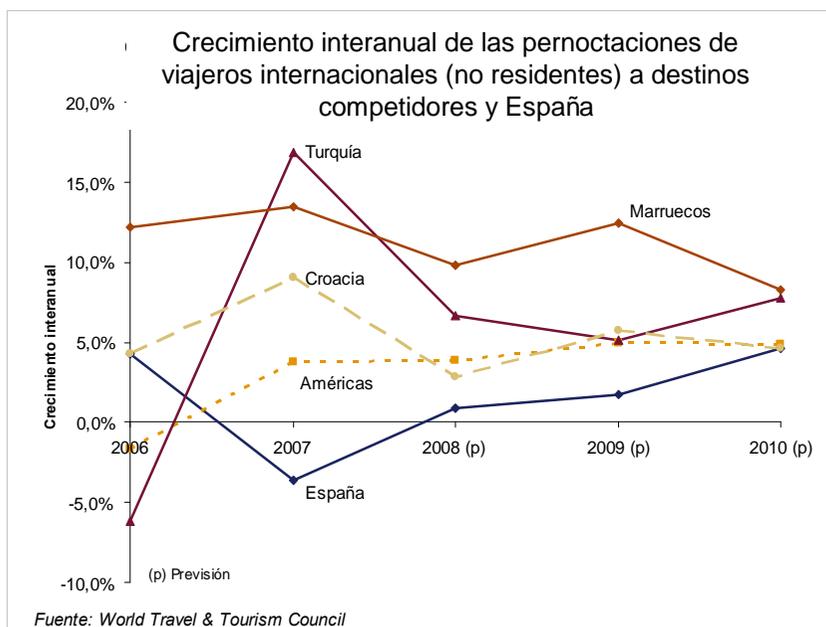


- Los países nórdicos representaron el 3,1% del total de viajeros extranjeros a España en el mismo cuatrimestre del año pasado.
- En enero y febrero de este año, los **países nórdicos** han liderado el crecimiento del número de pernoctaciones de los países emisores tradicionales para España. Si se sigue esta tendencia, podrían afianzarse como el tercer grupo emisor de turismo a España, por delante de Francia, en número de pernoctaciones.



Tendencias en los principales mercados emisores y destinos competidores

Nuevos destinos competidores



Se prevé que la región de las **Américas** (considerando EEUU, el Caribe y América Latina), que atrajo un total de 258,5 Millones de turistas internacionales en 2007¹, crezca en su conjunto por debajo de la media mundial con un 2,1%².

A pesar de que en el pasado mes de marzo la afluencia de Alemanes a **Turquía** cayó considerablemente en favor de nuevos destinos³, Turquía sigue atrayendo muchos turistas, principalmente europeos. En 2007, atrajo 23,2 Millones de viajeros internacionales¹.



El 9,5% de las asociaciones hoteleras considera a Croacia el principal destino competidor de España para este cuatrimestre. El incremento en turismo de **Croacia** del 2007 fue de un 8%, con un importante crecimiento de los mercados europeos, fundamentalmente alemanes e italianos.



Se observa que en el año 2007 Croacia atrajo a un total de 8,7 millones de turistas (procedentes en su mayoría de Rumania, Rusia y Eslovaquia) los cuales supusieron 42 millones de pernoctaciones. Se espera que esta cifra aumente hasta el 8% en 2009⁴.

El World Travel & Tourism Council prevé que para 2010, la Tasa Compuesta de Crecimiento Anual del número de viajeros internacionales a **Marruecos** haya sido del 11,2%, superior al resto de nuevos destinos competidores. Así, para 2008, se estima que Marruecos atraerá a 7,7 millones de turistas internacionales.

La reciente dinamización del sector privado está impulsando el crecimiento de Marruecos, respaldado por reformas del gobierno destinadas a mejorar la competitividad interna. Esto favorece la capacidad del país para acoger turistas. Un 9,6% de las asociaciones consideran a Marruecos como el principal destino competidor de España para este segundo cuatrimestre de 2008.



¹ World Travel & Tourism Council – Tourism satellite accounting tool: número de visitantes internacionales en 2007, excluyendo la demanda de residentes.

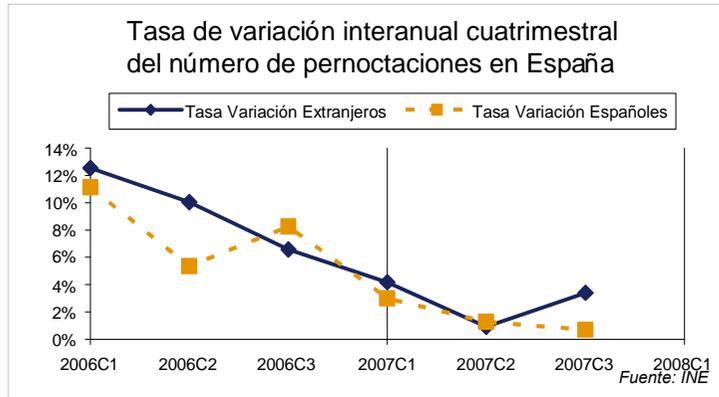
² World Travel & Tourism Council – Perspectivas 2007/2008

³ Hostelmarket

⁴ Business Monitor International

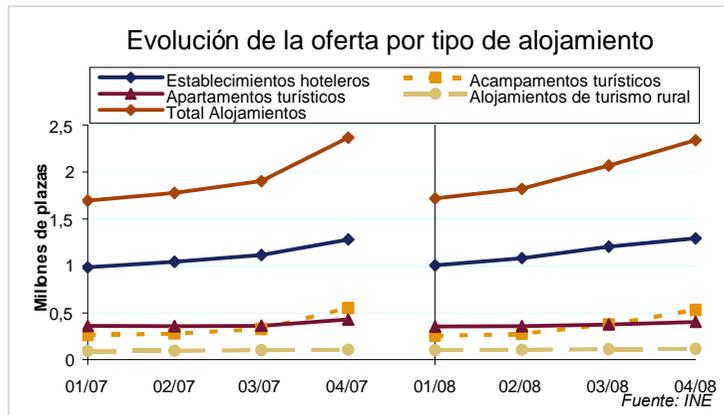
El número total de pernoctaciones sigue creciendo, si bien la tasa de variación interanual es cada vez menor. Las expectativas sobre la oferta hotelera no son concluyentes: algunos expertos prevén caídas en la apertura de hoteles mientras otros esperan que se aumente la oferta hotelera debido a la bajada de los precios de algunos inmuebles

Número de Pernoctaciones



- Para 2008 se espera un leve incremento del 1,5% en el número de viajeros extranjeros que pernoctan en España, alcanzando la cifra de 60,5 millones de turistas¹. Este segmento alcanzará así un mayor peso frente al segmento español en el número total de pernoctaciones hoteleras.
- La tasa de crecimiento interanual del número de pernoctaciones cuatrimestrales es cada vez menor: el crecimiento del segundo cuatrimestre de 2007 respecto a 2006 fue del 1% tanto para extranjeros como para españoles, mientras en 2006, respecto a 2005, el crecimiento fue del 10% y el 5%, respectivamente.
- Para el segundo cuatrimestre del año, el porcentaje de pernoctaciones de españoles ha ido bajando del 41,9% en 2005 hasta el 40,9% en 2007².

Oferta Hotelera



- Las aperturas de hoteles de obra nueva han caído en 2007 un 25,7% respecto a 2006. Se ha de mencionar que en el número de nuevas habitaciones, la desaceleración existe desde 2005, influida por el cambio del modelo de crecimiento hotelero en el cual se construyen más hoteles urbanos con menos habitaciones. No obstante, desde 2007 la ralentización del crecimiento afecta también al número total de hoteles nuevos³.
- La venta de viviendas vacacionales ha experimentado en el último año una caída del 50%, descenso que se suma al ya registrado en 2006, que se cifró en el 57%⁴.
- Por otra parte, algunos expertos ven una "gran oportunidad" en la crisis inmobiliaria ya que la situación de falta de liquidez de estas empresas permitirá al sector turístico adquirir edificios a precios rebajados, mejorando así su oferta⁵.

¹ Tourism Satellite Accounting Tool del World Travel & Tourism Council

² INE

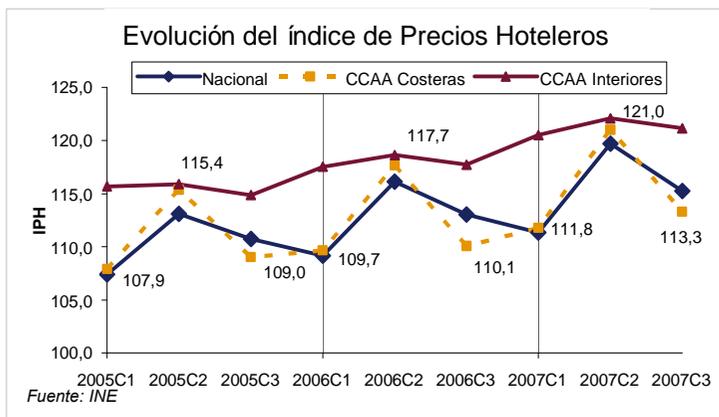
³ Hostelmarket 01/03(2008)

⁴ Asociación de Constructores y Promotores de la Costa del Sol

⁵ Europa Press, El Economista

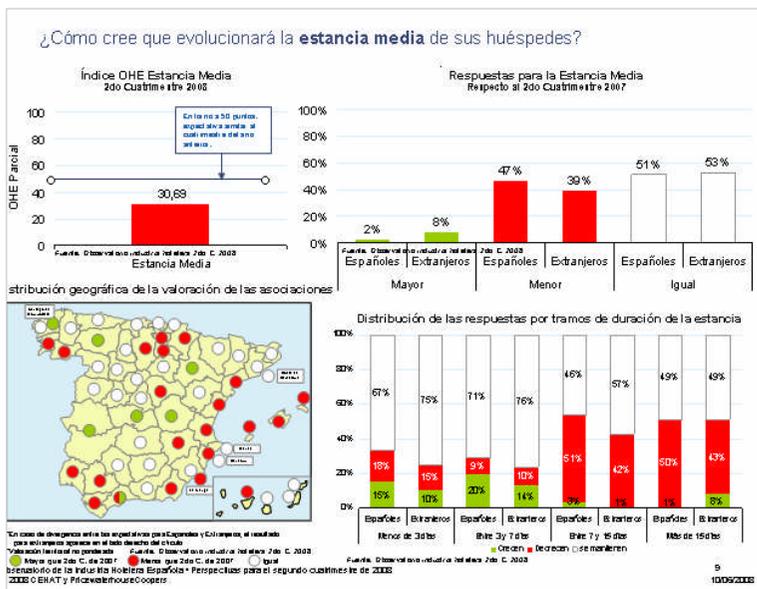
En línea con las previsiones para el primer cuatrimestre del año, se espera que la estancia media se reduzca. El incremento del precio hotelero no aumentará en la misma proporción que la inflación

Precio Hotelero



- El IPC, que alcanzó la cifra de 4,4% en marzo (y que mide la evolución de los costes de los bienes consumidos de forma regular por la familia “media” española) se sitúa por encima del Índice de Precios Hoteleros¹ para el mismo mes (2,1%) lo cual reduce los márgenes de este sector.

Estancia Media



- A pesar de la inestabilidad económica y de que el Índice de Confianza de los Consumidores² ha disminuido 16,3 puntos en el primer trimestre de 2008 (respecto al mismo trimestre del año anterior), se espera que los turistas no sacrificarán sus vacaciones en cuanto a la realización de desplazamientos. No obstante, se prevé que la duración de los viajes sea levemente inferior.

¹ INE
² ICO

Aumentará la intermediación directa, no obstante, las agencias de viajes y touroperadores no prevén modificaciones sustanciales en su demanda. En cuanto al gasto promocional de las Administraciones Públicas, cabe destacar el esfuerzo realizado en la Expo Zaragoza y las inversiones en líneas de AVE

Canales de Intermediación



- El Barómetro de la OMT prevé para 2008 una **situación más optimista para las Agencias de viajes y Tour operadores** (puntuación de 141, calificada como “mejor que el año anterior”) **que para otros sectores relacionados con el turismo** como el alojamiento y restauración o el transporte (puntuaciones de 121 y 135, respectivamente).
- Las aperturas de nuevos puntos de venta de las grandes agencias crecieron en 2007 un 8% (frente al 0,5% de las PYMES). las pequeñas agencias de viaje son quienes más sufrirán en este cuatrimestre.

Promoción realizada por las AAPP

Líneas ferroviarias de alta velocidad

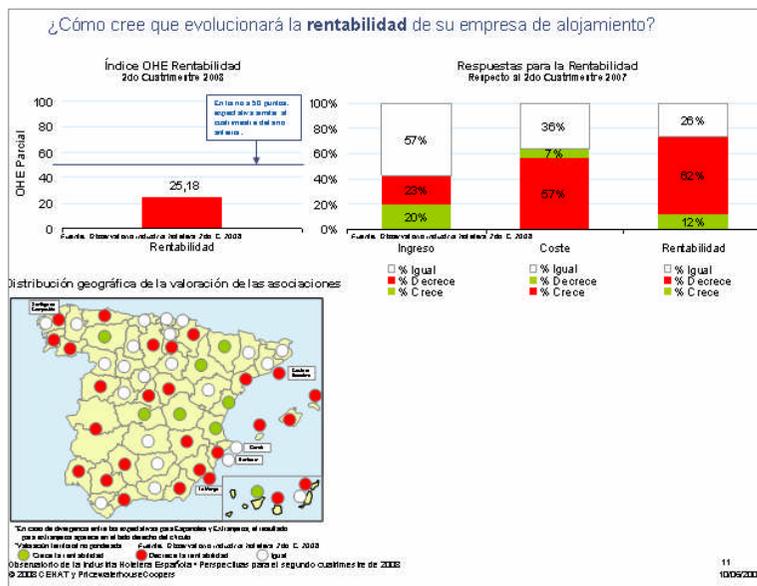


- Se espera que las medidas que el Gobierno pretende llevar a cabo a través del **Plan de Turismo 2020**, centradas en las áreas identificadas como críticas: sostenibilidad, recursos humanos, promoción, inteligencia de mercado, marketing estratégico, competitividad e innovación, repercutan positivamente en la reactivación y crecimiento de este sector.
- **Las promoción de las nuevas líneas de Alta Velocidad** fomentarán el turismo interno. En concreto, Málaga ha experimentado un incremento del 8% de ocupación hotelera en el 1er trimestre de 2008¹.

¹ Diario Sur 18.04.08

El estancamiento de los precios hoteleros, el incremento de costes y el creciente interés de inversores en otros destinos competidores emergentes reducen la rentabilidad hotelera española de forma generalizada

Evolución de la Rentabilidad



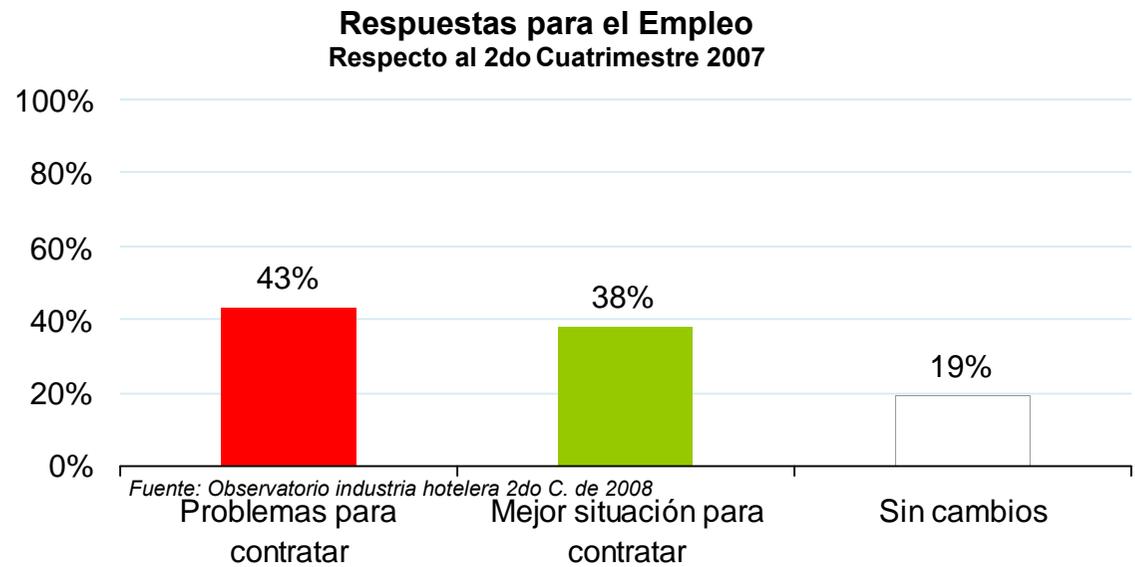
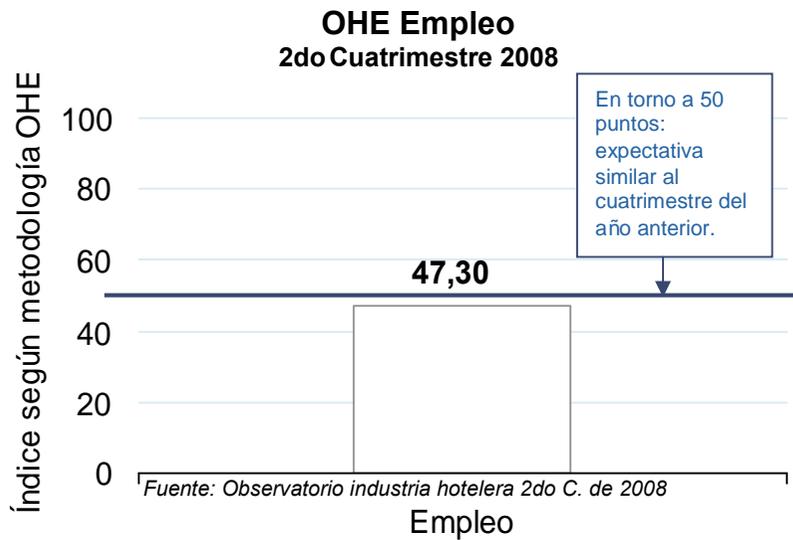
- La **situación económica** de los españoles, principalmente aquellos con menor capacidad adquisitiva, **puede favorecer el turismo interno** por la percepción de que salir al extranjero es más caro.
 - En este sentido, el Barómetro de la OMT establece que debido a los efectos de la **subida del precio del carburante** en el transporte, en mercados maduros turísticos como el Europeo podrán prevalecer los viajes a destinos cercanos en detrimento de los de larga distancia, fomentando el turismo interno.
- Las **líneas aéreas de bajo coste** sufrirán los efectos de la **subida del precio del carburante de forma más notable**, debido a su dependencia en los ciclos económicos y sus ajustados márgenes.
 - Los permisos de vuelo solicitados entre abril y octubre por todas las líneas aéreas han bajado un 15%¹.
- Como ya se ha mencionado, el **estancamiento de los precios hoteleros** junto con el crecimiento de los costes supondrá posiblemente una **disminución de los márgenes de los alojamientos turísticos**, que tendrán dificultades para aumentar significativamente sus tarifas debido a la inestabilidad de sus ventas y la incertidumbre general.
- Por último, cabe mencionar que **la rentabilidad de la hotelería de sol y playa es superada ya por la urbana**, y los complejos operados en el extranjero aportan mejores resultados y se amortizan en plazos más breves que en España. Esto remarca la tendencia de las grandes cadenas hoteleras a **invertir en otros países menos desarrollados** como los nuevos países de la UE, el Caribe y América Latina.

A pesar de los crecientes costes laborales, el empleo en el sector hotelero podría verse favorecido por el éxodo de personal proveniente del sector de la construcción, si bien asumiendo el riesgo de que dicho personal no tenga la preparación adecuada

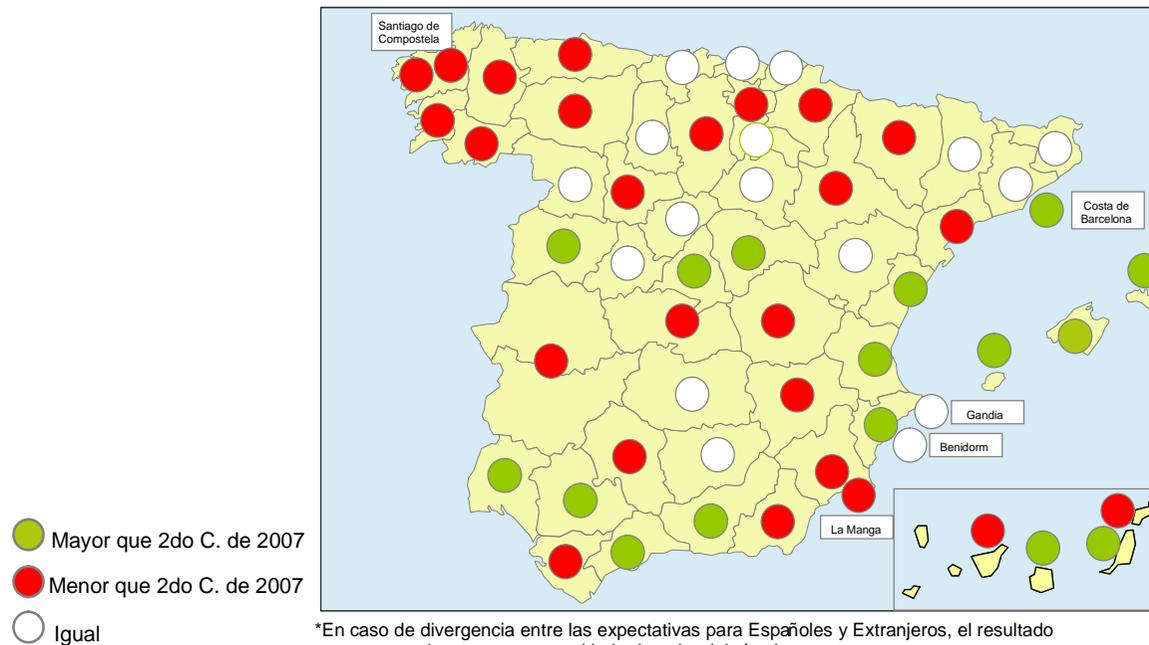


- El sector turismo español debería también contar y **favorecerse de las medidas de apoyo que el Gobierno tenga previsto arbitrar en los próximos meses para reactivar la economía y limitar la prevista destrucción de empleo** debido a la capacidad del sector para absorber desempleados de otros sectores. Esto se debe en cierta medida a la baja cualificación exigida en una parte de los empleos relacionados con la hostelería, y a la temporalidad y baja remuneración de los mismos en algunos casos.
- **Se prevé que el sector hotelero contrate parte del personal que ha quedado desempleado del sector de la construcción.** Esto supone a la vez una ventaja y un reto, ya que a pesar de garantizar en cierta medida la capacidad de contratación de personal, es posible que las empresas deban realizar planes de gestión y formación para los trabajadores que vayan a ocupar puestos para los cuales no estén suficientemente cualificados.

¿Cree que habrá problemas para encontrar personal para contratar en el sector hotelero de su zona en este cuatrimestre?



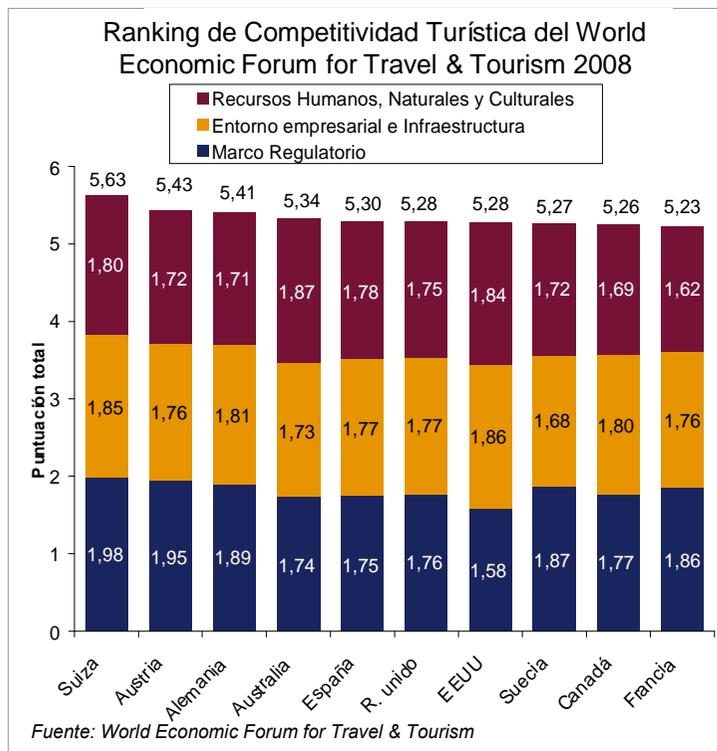
Distribución geográfica de la valoración de las asociaciones



Fuente: Observatorio industria hotelera 2do C. 2008

*En caso de divergencia entre las expectativas para Españoles y Extranjeros, el resultado para extranjeros aparece en el lado derecho del círculo
*Valoración territorial no ponderada

El sector turístico español se caracteriza por su solidez y resistencia ante ciclos económicos bajistas. A pesar de la multitud de factores coyunturales adversos, los expertos esperan que siga una tendencia de crecimiento, si bien a tasas más conservadoras que en los últimos años



- **Resistencia del sector:** a pesar de factores como el IPC, los tipos de interés o el precio del combustible, que alcanzan máximos históricos de efectos negativos para la actividad económica, el desempeño real del sector turístico es por lo general mejor que el esperado.
 - En este sentido, y a pesar de la crisis mundial, la OMT sitúa las expectativas de sus expertos para 2008 en 132 puntos, calificación que significa que la situación será “Mejor” que el año anterior, si bien el crecimiento será leve.
 - El **World Economic Forum for Travel & Tourism** da a España el 5º puesto en el ranking de competitividad turística por país (sobre un total de 130 países), mientras en 2007 estaba en la 29ª posición. Este ranking analiza la capacidad de un país para atraer turismo basándose en tres categorías:
 - calidad del marco regulatorio,
 - entorno empresarial e infraestructuras, y
 - calidad de los recursos humanos, naturales y culturales.
- El alto **precio del Euro** (1,57 USD¹) favorece el turismo a destinos “dolarizados”, lo cual supone un riesgo de fuga de viajeros, principalmente los de mayor capacidad adquisitiva. Además, la rentabilidad ya ha empeorado en el primer trimestre de 2008 por el incremento de los costes energéticos y financieros.
- El **precio del carburante** no parece tener límite, y a pesar de que algunos expertos esperan una bajada de los precios, Goldman Sachs prevé que el barril Brent pueda alcanzar los 150 ó US\$200 en un plazo de 2 años.

Glosario

Término

Definición

C2

Cuatrimestre segundo

OECD

Organization for Economic Co-operation and Development

OHE

Observatorio Hotelero Español

CEHAT

Confederación Española de Hoteles y Asociaciones Turísticas

NYMEX

New York Mercantile Exchange

OPEC

Organization of Petroleum Exporting Countries

WEF for T&T

World Economic Forum for Travel and Tourism