

Observatorio de la Industria Hotelería Española

Temporada de Primavera - Semana Santa 2015



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	23

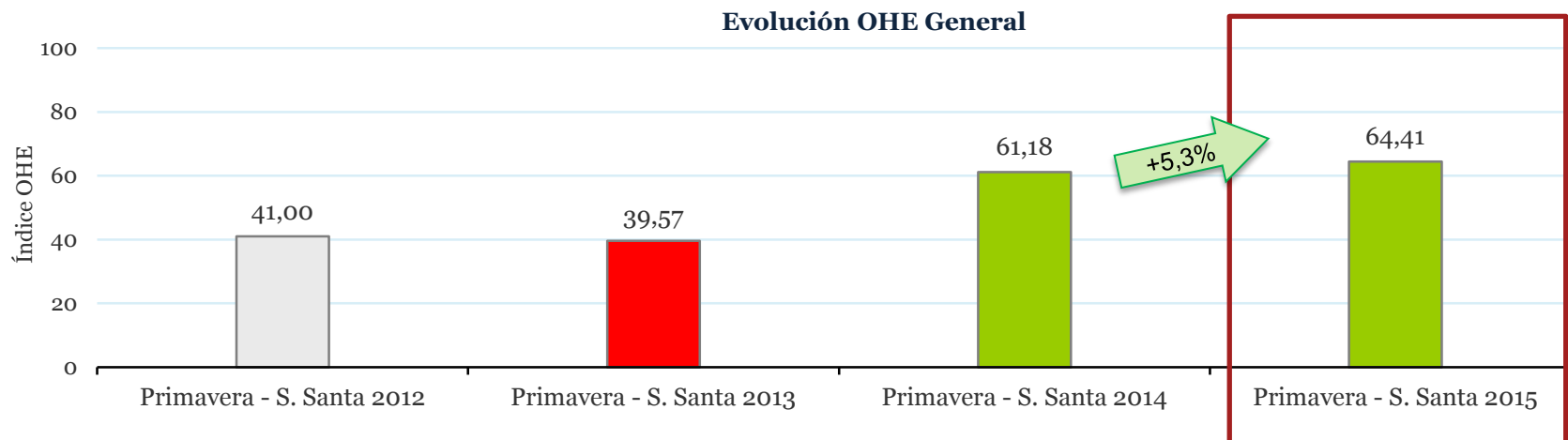
Nota introductoria

- 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 64 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 - Semana 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 Primavera - Semana Santa se prevé un incremento de los valores del índice OHE, hasta llegar a una cifra de 64,41 puntos, lo que supone un incremento del 5,3% de las expectativas respecto al mismo periodo del año anterior.



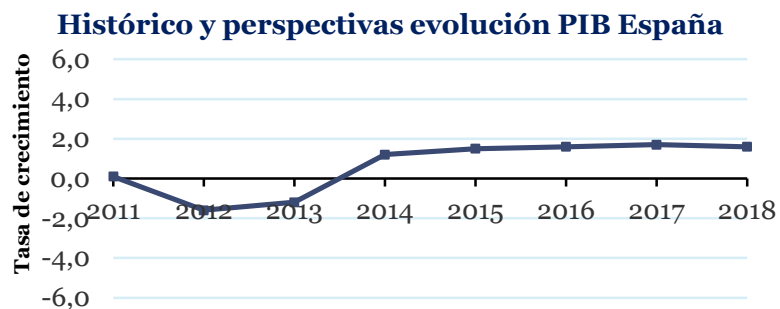
Fuente: Elaboración propia

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

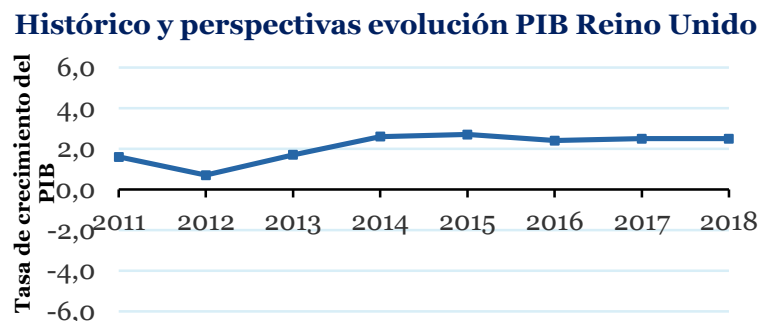
Las expectativas del PIB en España para 2015 muestran una leve tendencia de mejora respecto a 2014, continuando con la tendencia positiva que ya inició en 2014. Alemania, Reino Unido y Francia muestran una tendencia similar con niveles parecidos a los españoles.



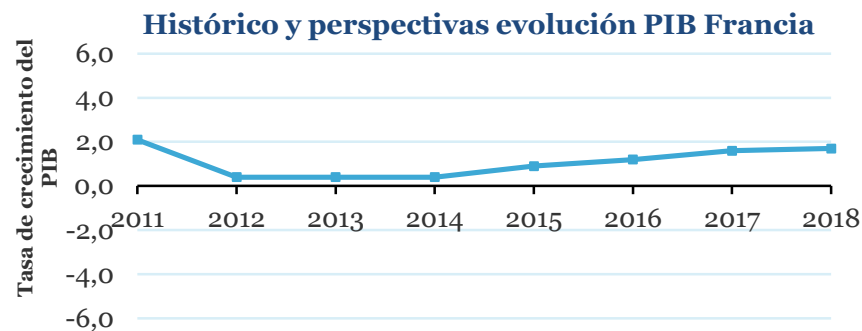
Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



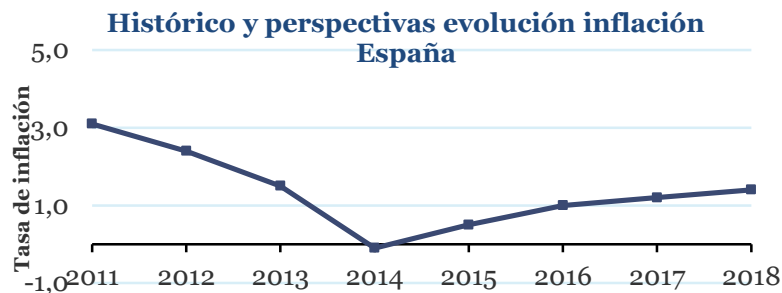
Fuente: The Economist Intelligence Unit

Sección II

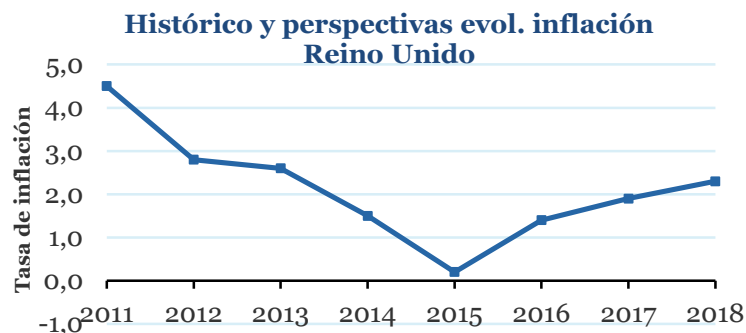
Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

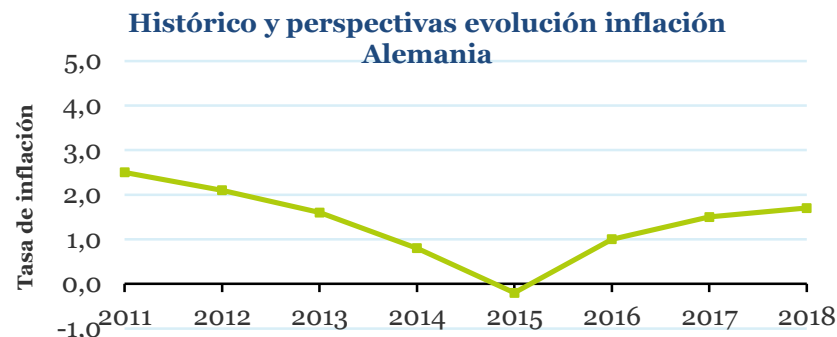
La inflación de España vuelve a tendencias positivas en 2015. Según el índice macroeconómico, los niveles de inflación esperados son similares a los del resto de países analizados, siendo Reino Unido quien presenta mayores niveles de inflación.



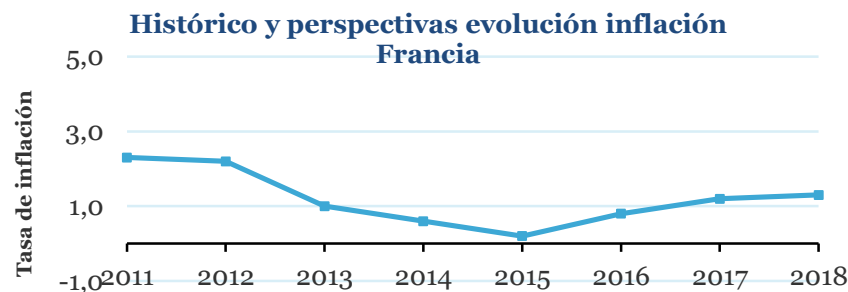
Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



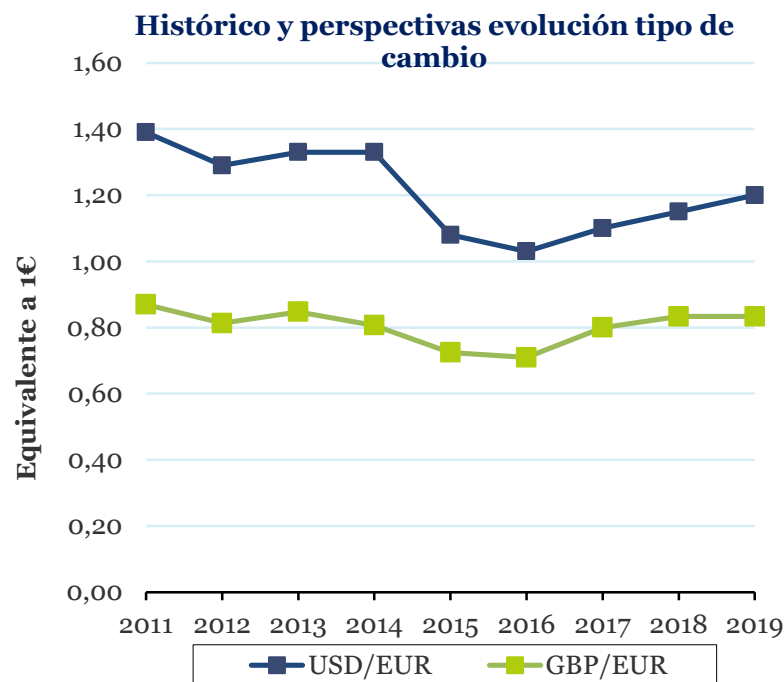
Fuente: The Economist Intelligence Unit

Sección II

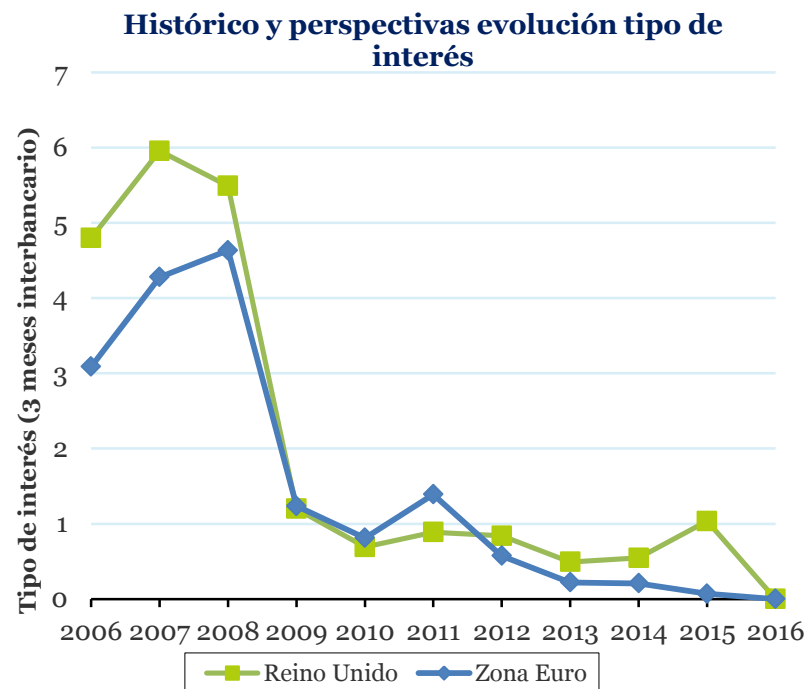
Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

Para el año 2015 se estima una ligera depreciación del euro frente a la libra esterlina y considerablemente frente al dólar americano. Los tipos de interés estimados descenderán hasta el 0,07% para la zona euro y aumentarán hasta 1,04% para Reino Unido.



Fuente: European Central Bank /The Economist Intelligence Unit



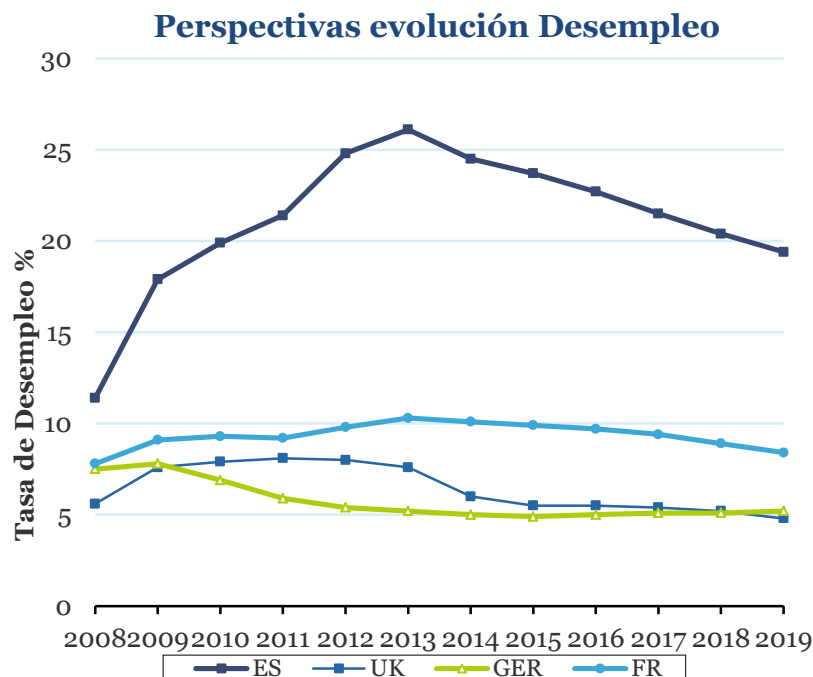
Fuente: OCDE

Sección II

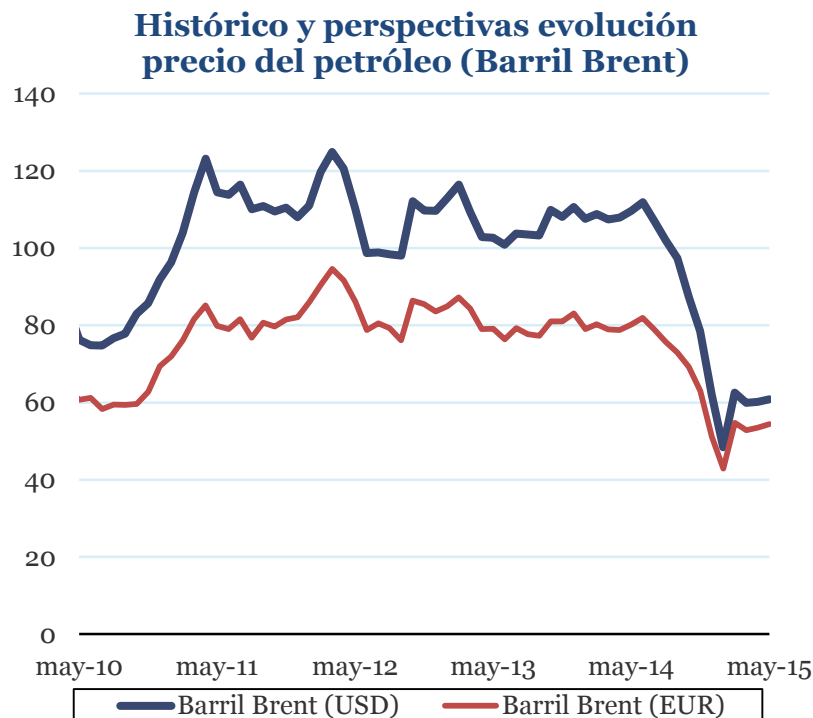
Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

En 2015 la tasa de desempleo continúa disminuyendo, pasando del 24,5% alcanzado en 2014 al 23,7% esperado a finales de año. La expectativa sobre la tendencia del precio del petróleo supone una bajada muy significativa del 45% en dólares y del 32% en euros.



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: NYMEX, BCE, forecasts.org

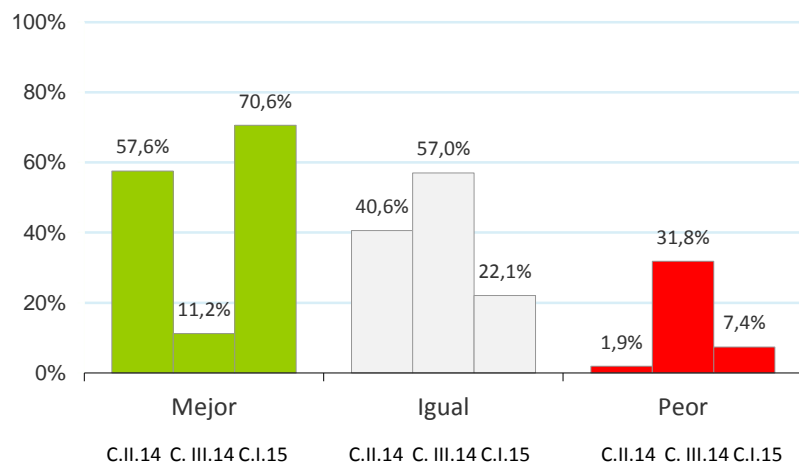
Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

El 70,6% estima que la situación económica en la Unión Europea a finales de 2015 será mejor que en el ejercicio anterior, frente a la estimación de 11,2% del invierno de 2014-2015. Asimismo, sólo el 29,5% de los encuestados opinan que la situación será igual o peor, frente al 88,8% del ciclo anterior.

Perspectivas de la Economía en la UE a final de año



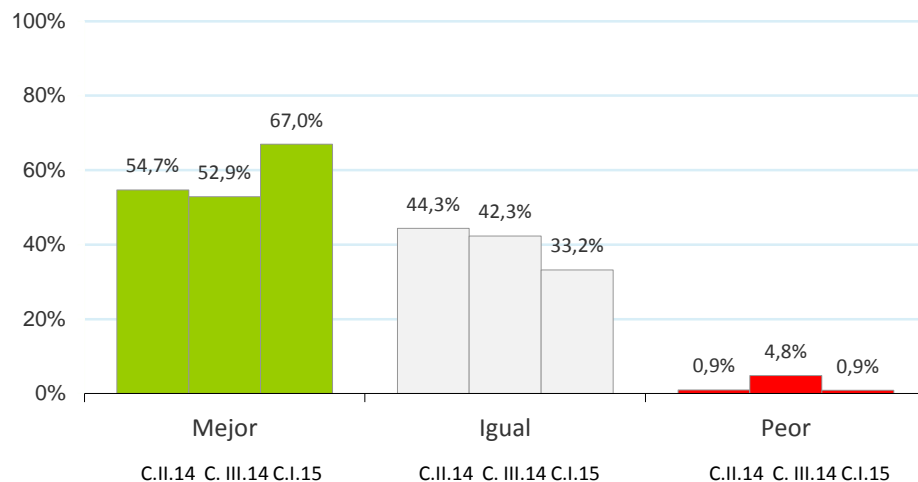
El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

Las expectativas de mejora de la demanda de consumo en los hogares españoles de cara a los próximos meses aumentan según las expectativas del Consenso Económico.

**Expectativas de evolución de la Demanda en España
Consumo de las Familias próximos 6 meses**



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.

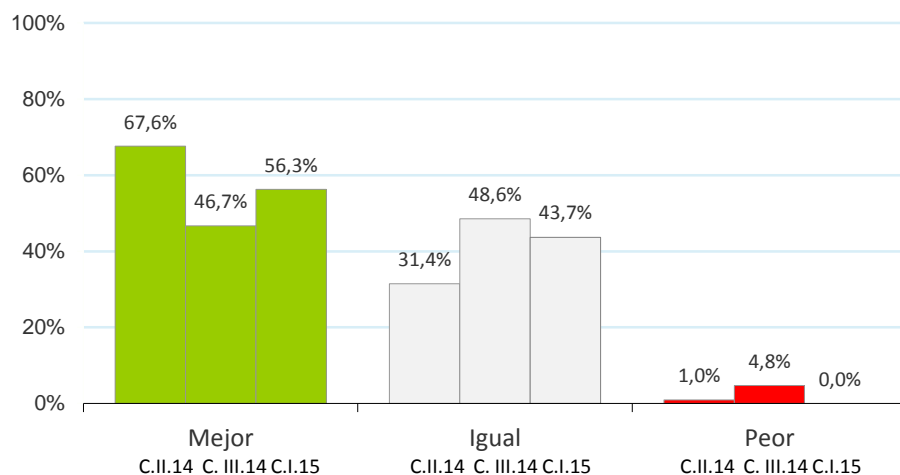
Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

Según los expertos consultados no se tienen expectativas de que la situación española empeore frente al periodo anterior, siendo un 56,3% los que consideran que la situación va a ser mejor.

Perspectivas de la coyuntura española para los próximos 6 meses



Fuente: Consenso Económico PwC

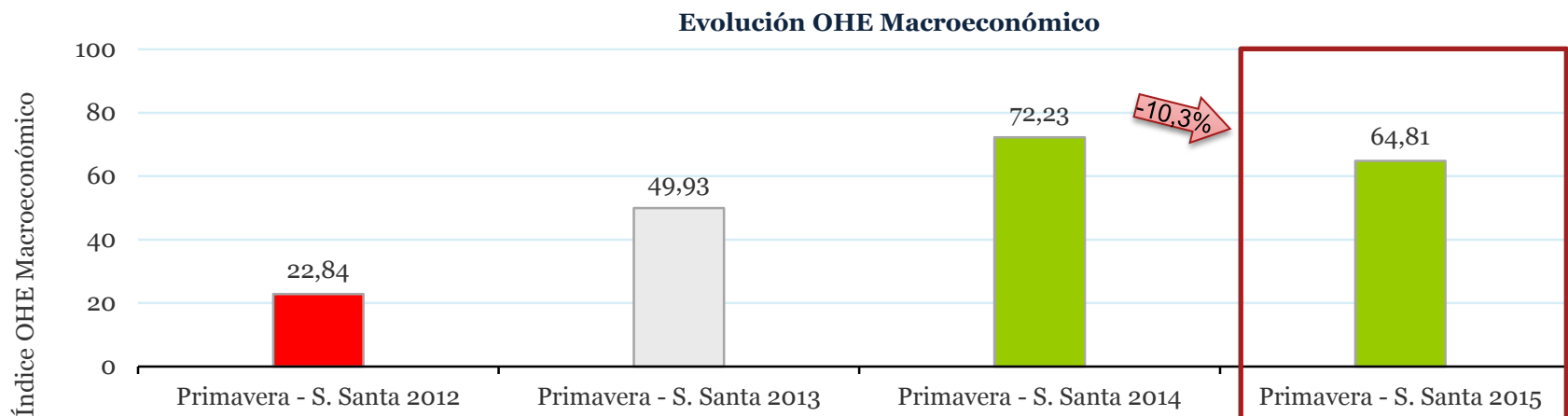
El Consenso Económico trimestral de PwC recoge las expectativas de un pool de más de 300 expertos pertenecientes a empresas financieras y no financieras, universidades y centros de investigación, asociaciones empresariales y profesionales y otras instituciones.

Sección II

Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

Índice OHE Macro

Las expectativas del índice macroeconómico continúan siendo positivas. Estas expectativas de mejora son ligeramente inferiores a la Primavera - Semana Santa de 2014.



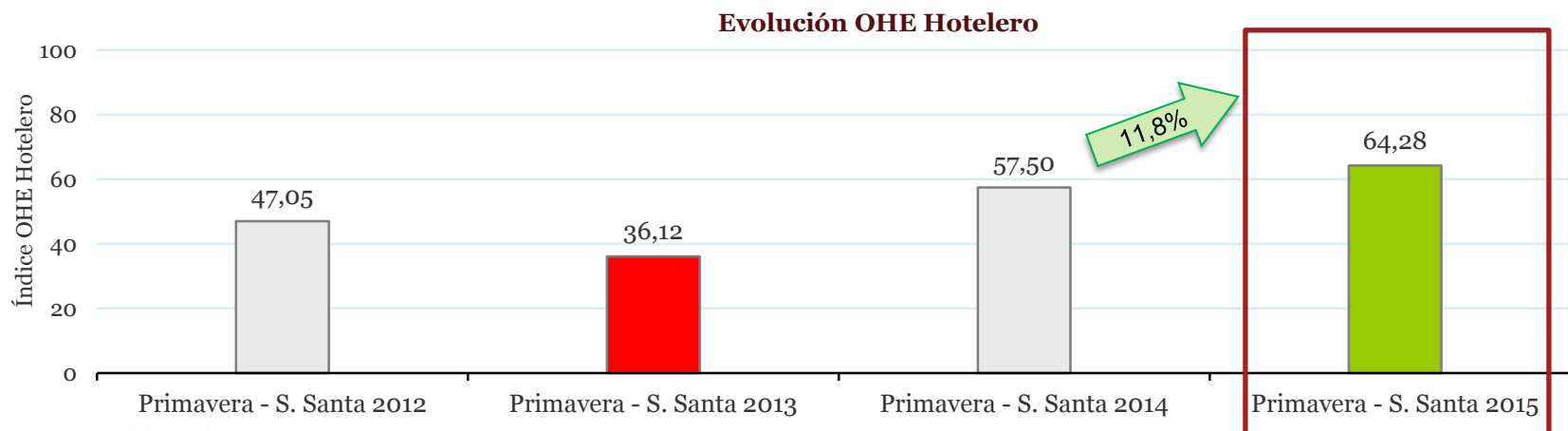
Fuente: Elaboración propia

- 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 son de crecimiento respecto al periodo anterior y suponen un crecimiento del 11,8%, alcanzando niveles positivos por primera vez en los últimos 4 ejercicios.



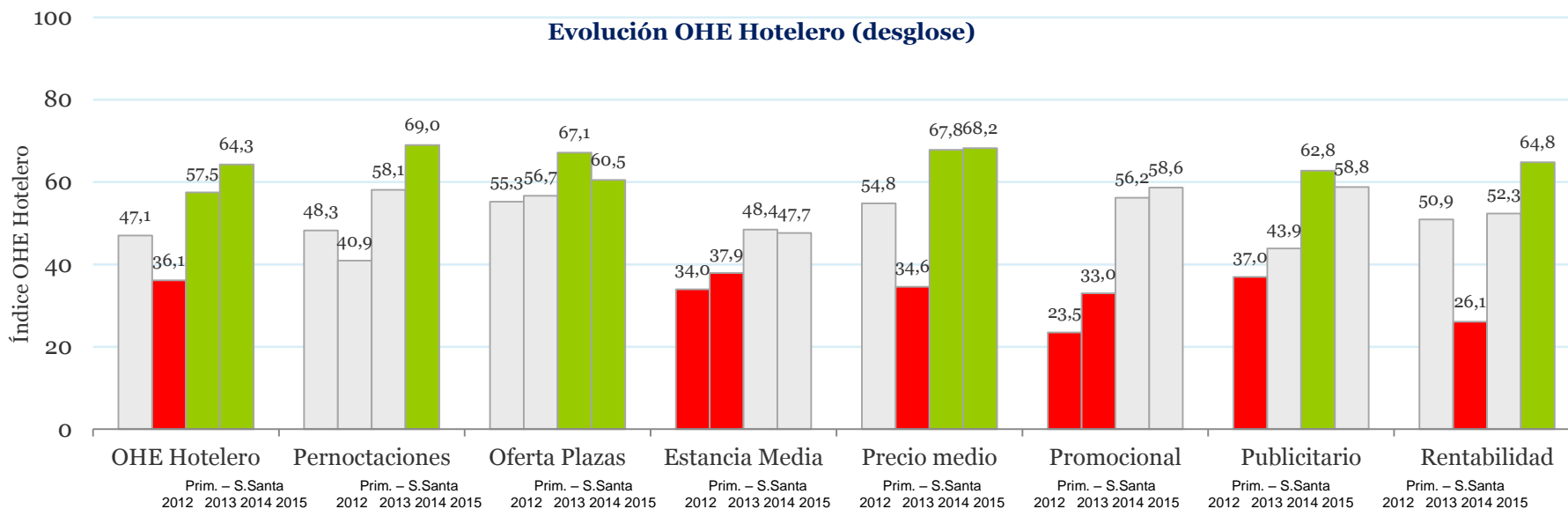
Fuente: Elaboración propia

- El OHE Hotelero se obtiene como resultado de una encuesta enviada a las 64 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.
- En comparación con lo observado en la temporada de Primavera - Semana Santa de 2014 se observa una mejora en las expectativas de los agentes del sector para la misma temporada de 2015, basando este optimismo principalmente en la mejora de las previsiones estimadas por éstos en las pernoctaciones y precio medio para la temporada de análisis (si bien el resto de indicadores también presenta valores muy positivos)

Sección III

Índice OHE Hotelero - desglose

Hay expectativas positivas en los conceptos analizados, observándose una mejoría de las previsiones en pernoctaciones, precio medio y rentabilidad.



Fuente: Elaboración propia

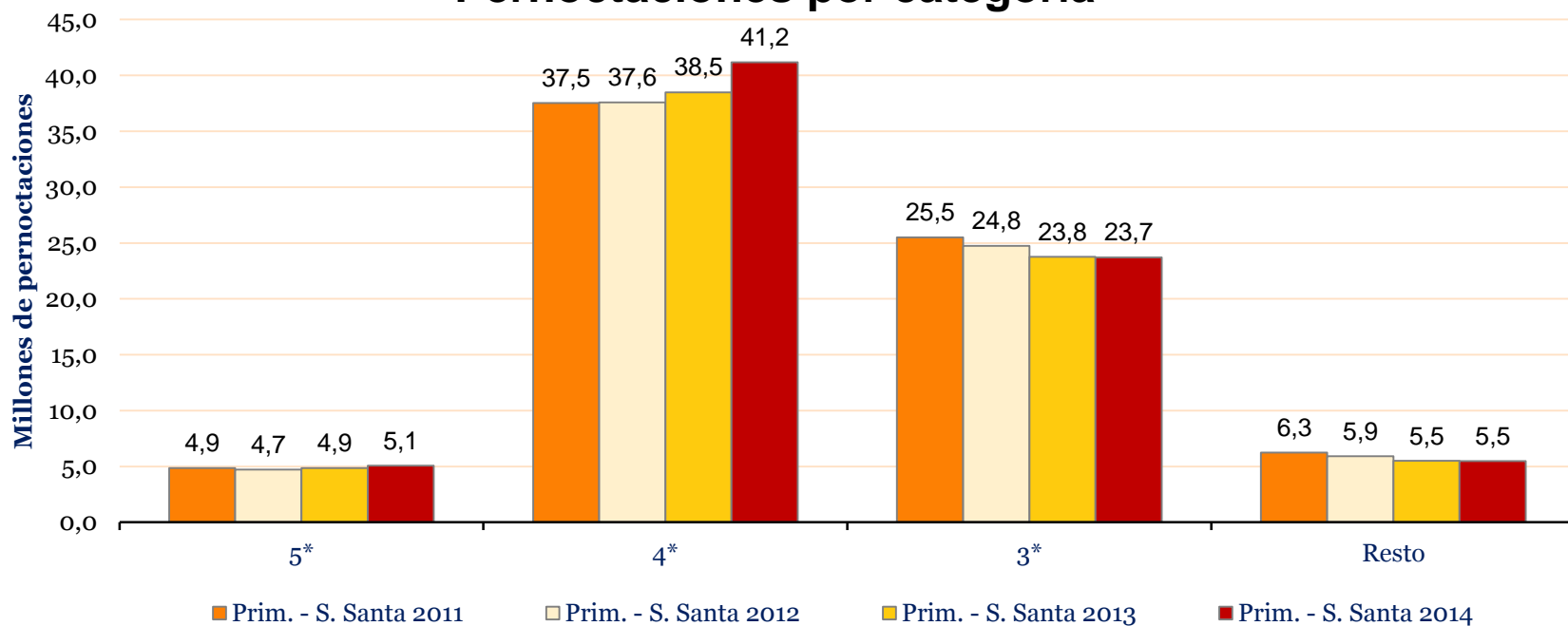
Tan solo los valores de estancia media, esfuerzo promocional y gasto publicitario no alcanzan valores positivos, si bien todos ellos salvo el ultimo mejoran respecto del periodo anterior

Sección III

Índice OHE Hotelero

Los resultados obtenidos por los hoteles de 4* mejoraron en Semana Santa de 2014 respecto de 2013. El resto de categorías mantuvieron niveles muy similares a los del ejercicio anterior.

Pernoctaciones por categoría



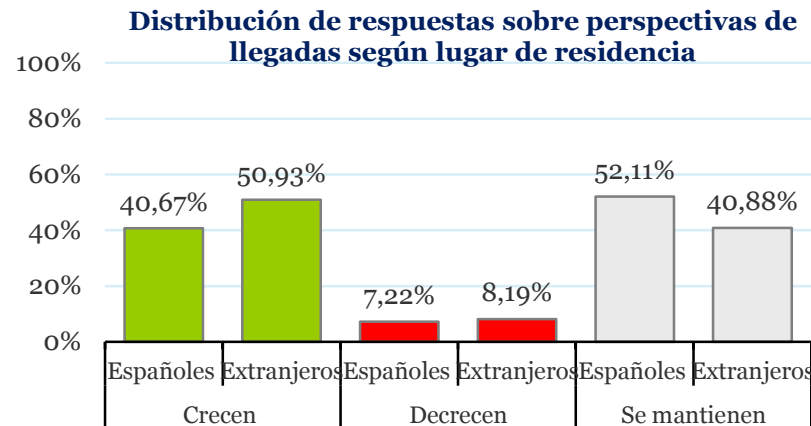
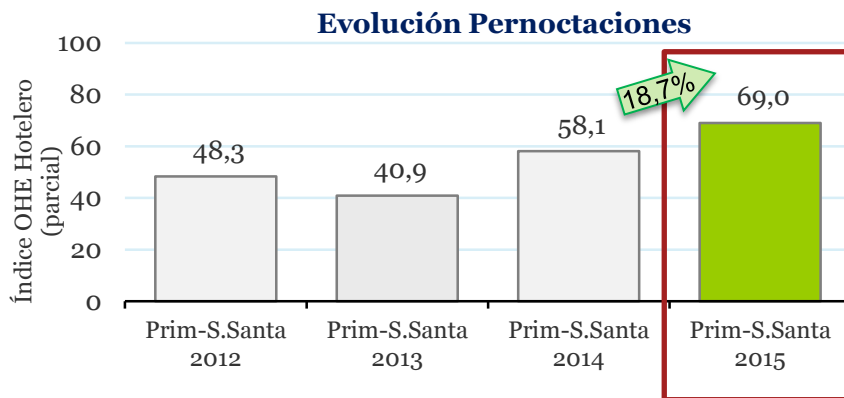
Fuente: CEHAT Hotel Monitor

*El gráfico comprende únicamente los meses de febrero, marzo, abril y mayo

Sección III

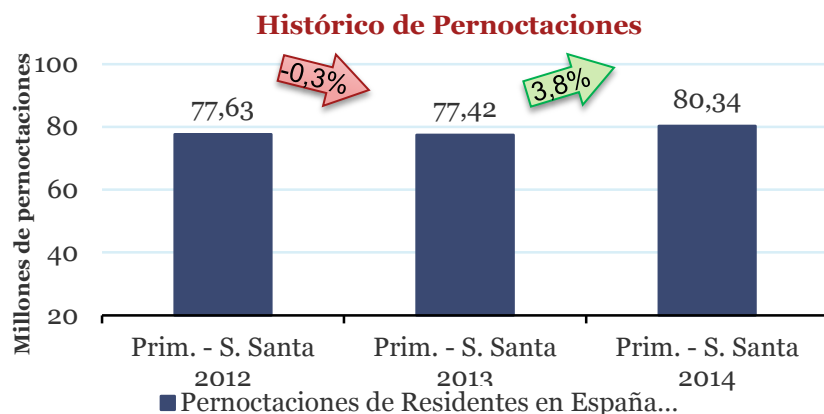
Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que va a evolucionar el número de pernoctaciones de los huéspedes de su alojamiento durante la Primavera - Semana Santa de 2015?

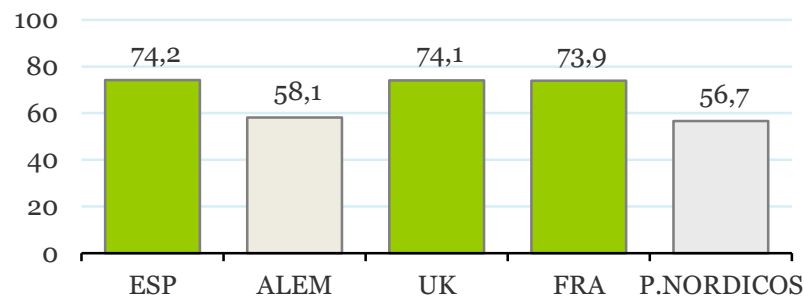


Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia



Índice OHE perspectivas de pernoctaciones según lugar de residencia



Fuente: INE

Fuente: Elaboración propia

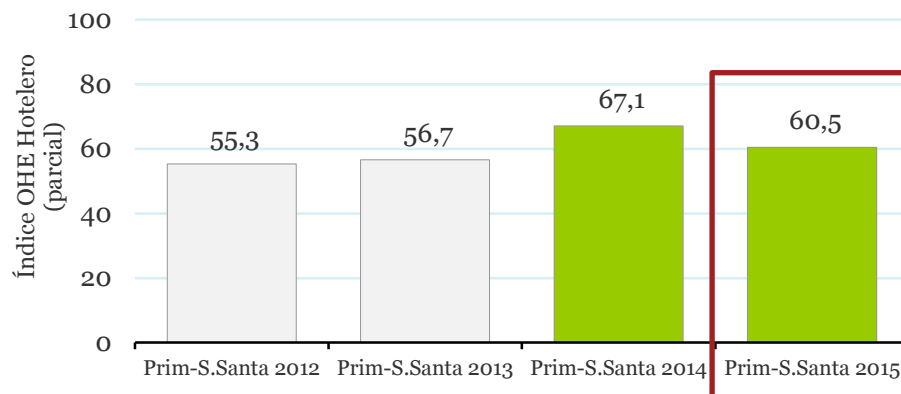
Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo

Sección III

Índice OHE Hotelero

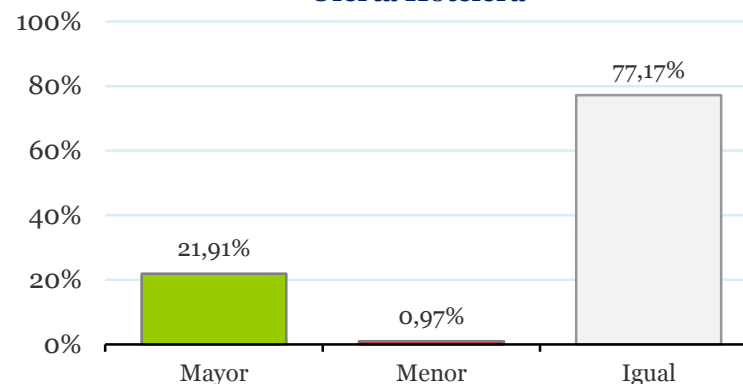
¿Cómo cree que va a evolucionar la oferta hotelera de su zona en cuanto al número de plazas?

Evolución Oferta de Plazas



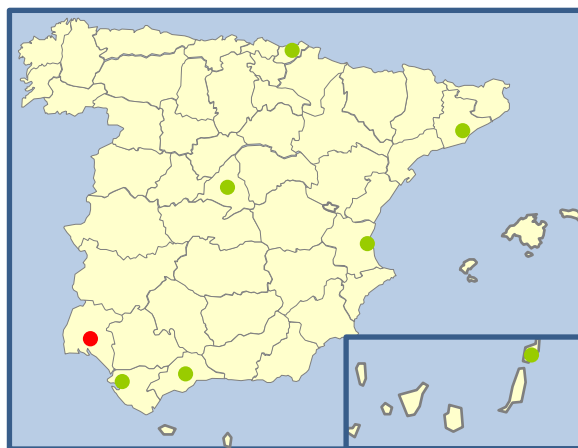
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para la Oferta Hotelera



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

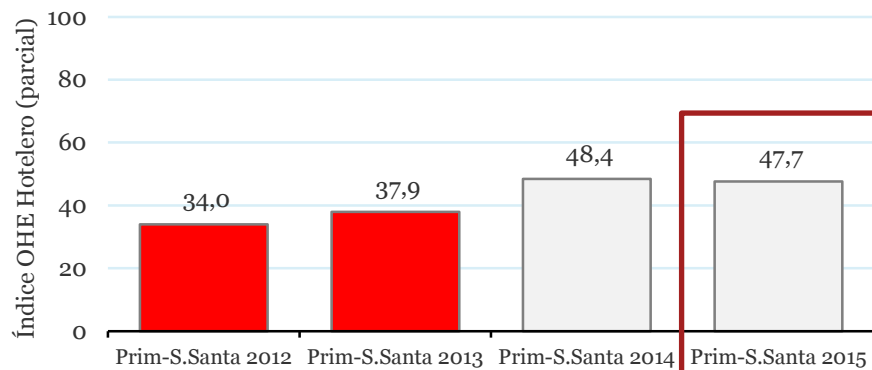
Fuente: Elaboración propia

Sección III

Índice OHE Hotelero

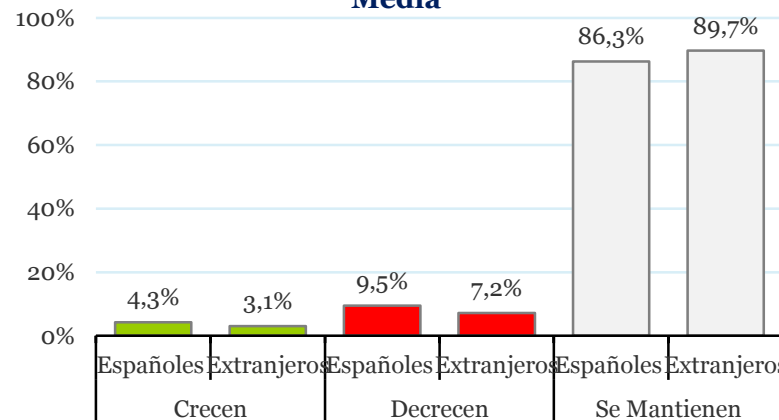
¿Cómo cree que evolucionará la estancia media de sus huéspedes?

Evolución Estancia Media



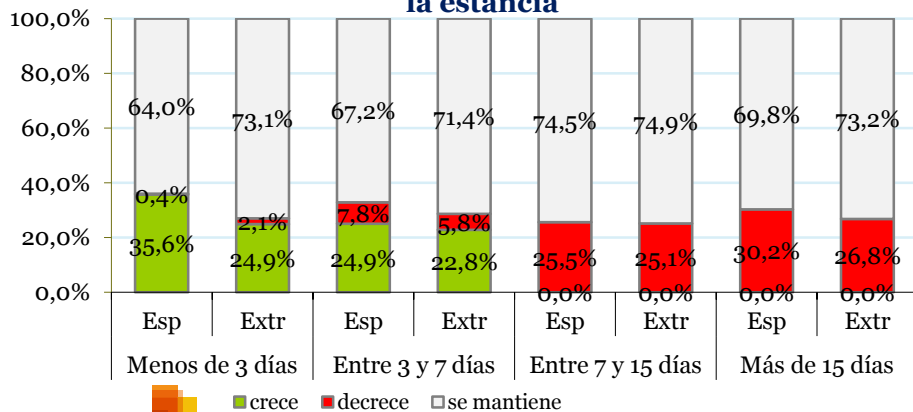
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para la Estancia Media



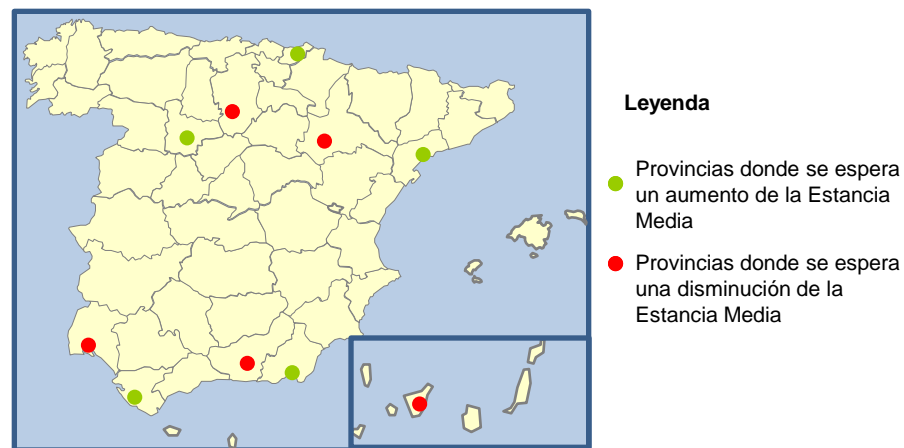
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para la duración de la estancia



Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para la Estancia Media



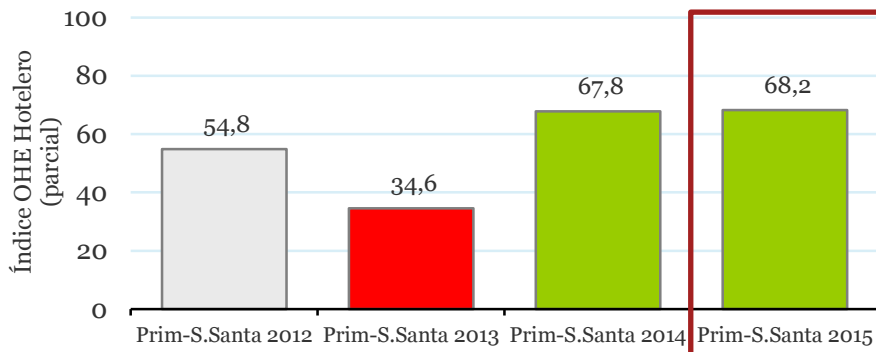
Fuente: Elaboración propia

Sección III

Índice OHE Hotelero

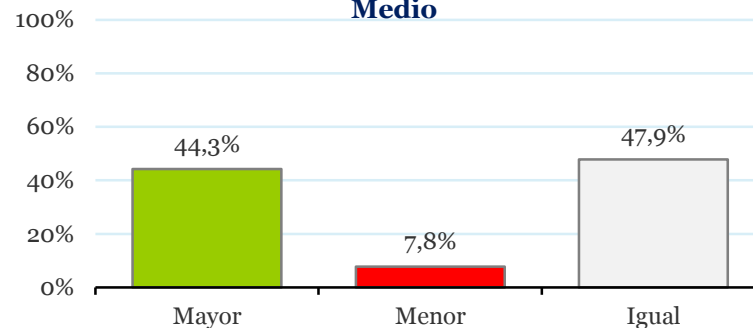
¿Cómo estima que va a evolucionar el precio medio de la habitación de su empresa de alojamiento?

Evolución Precio Medio



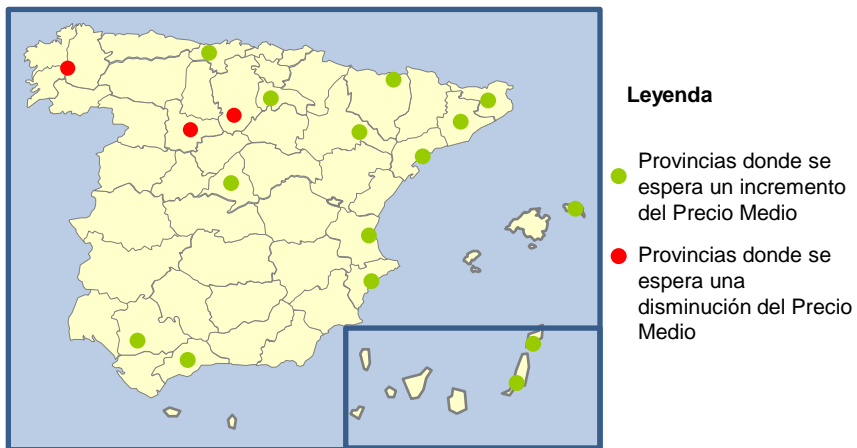
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para el Precio Medio



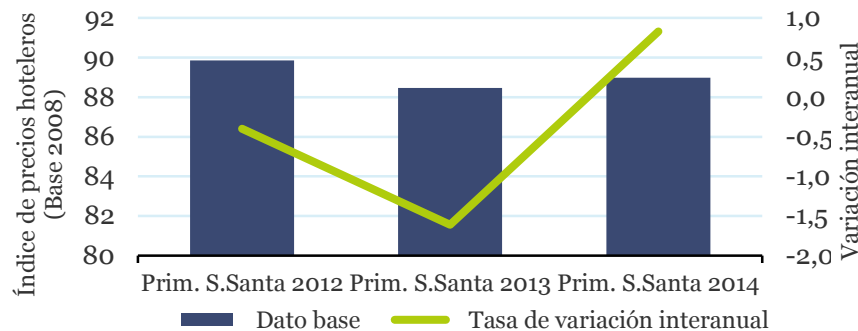
Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para el Precio Medio



Fuente: Elaboración propia

Histórico de Precio Medio



Fuente: INE

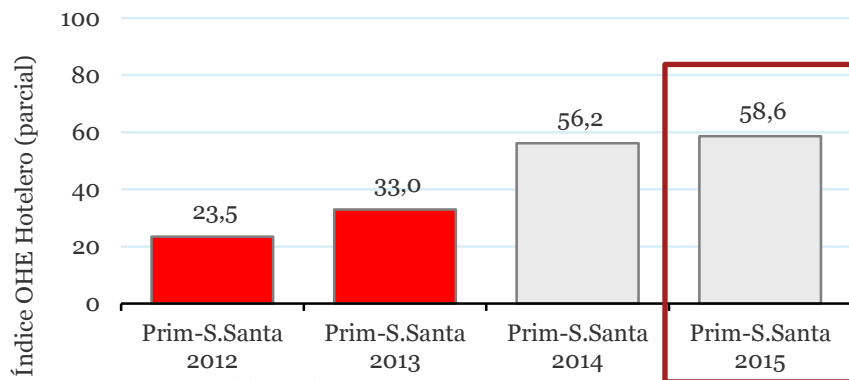
Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo

Sección III

Índice OHE Hotelero

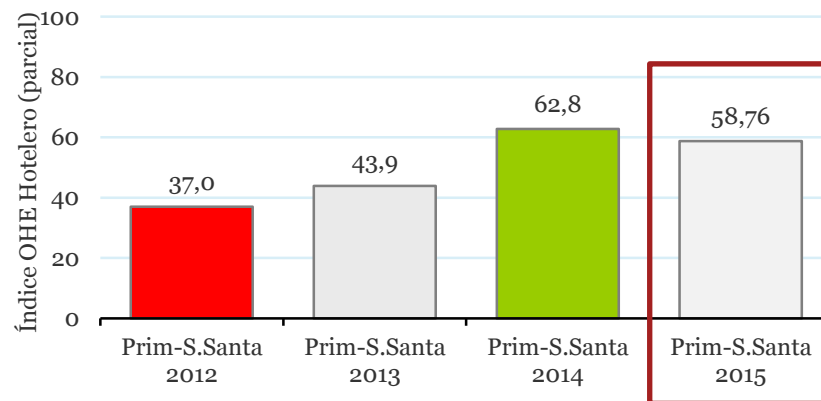
¿Cómo cree que evolucionará el esfuerzo promocional en comparación con la misma temporada del año anterior?

Evolución Esfuerzo Promocional de las Administraciones Públicas



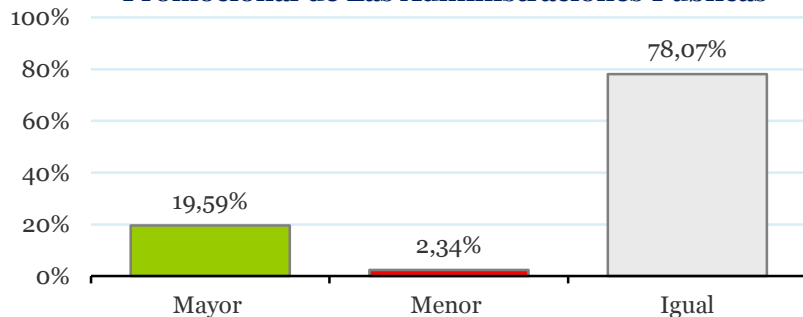
Fuente: Elaboración propia

Evolución Esfuerzo Publicitario



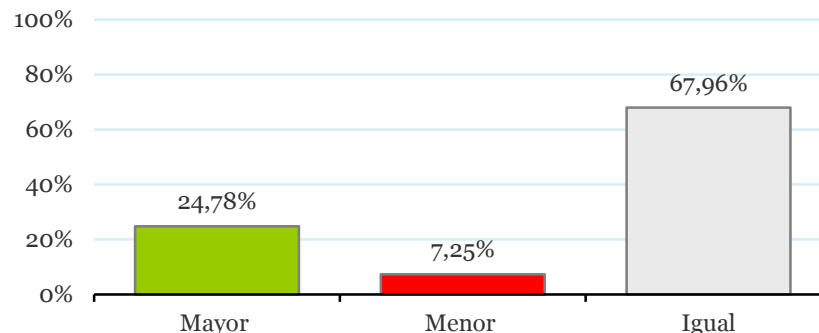
Fuente: Elaboración propia

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



Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para el esfuerzo Publicitario

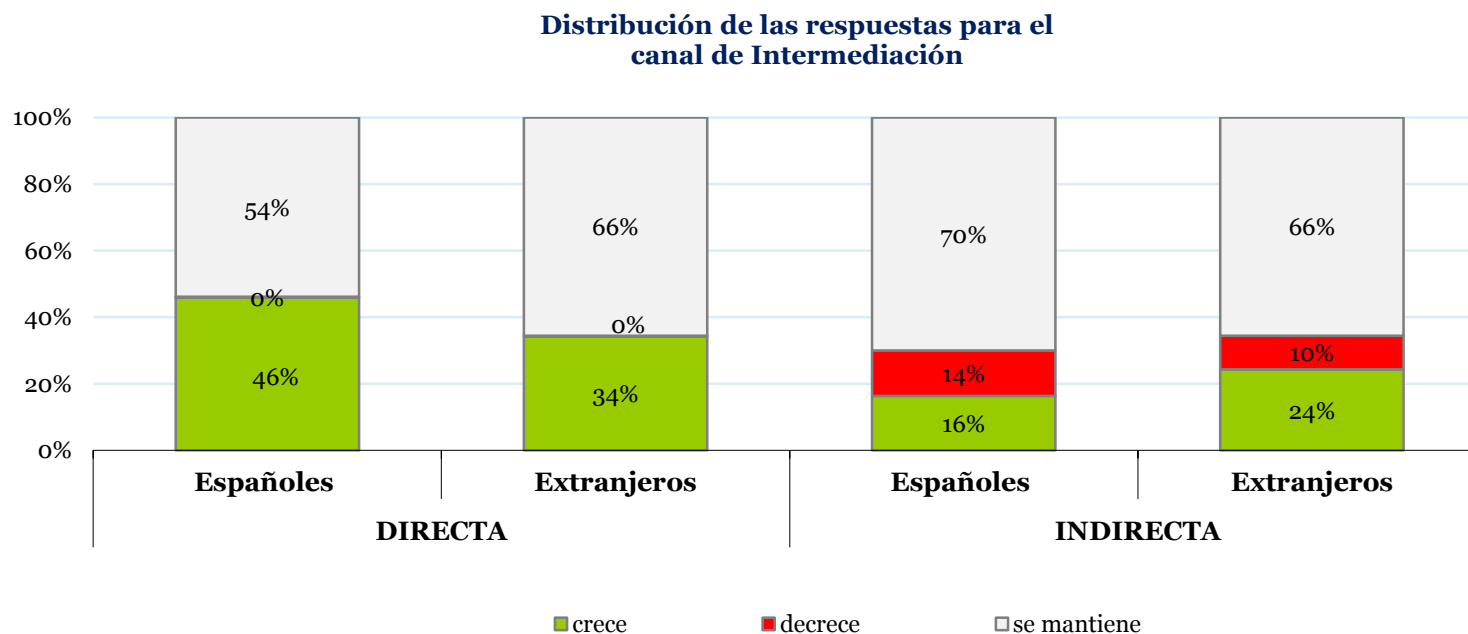


Fuente: Elaboración propia

Sección III

Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que evolucionará la contratación de su oferta de alojamiento por cada uno de los siguientes canales de intermediación?



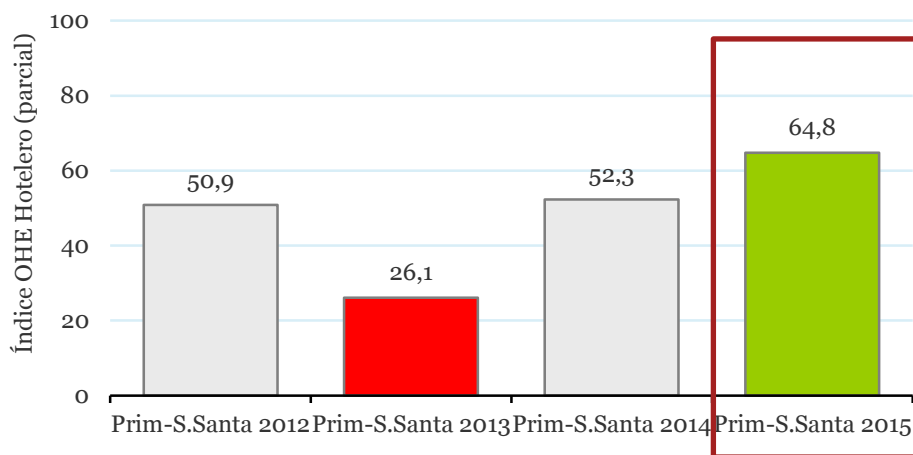
Fuente: Elaboración propia

Sección III

Índice OHE Hotelero

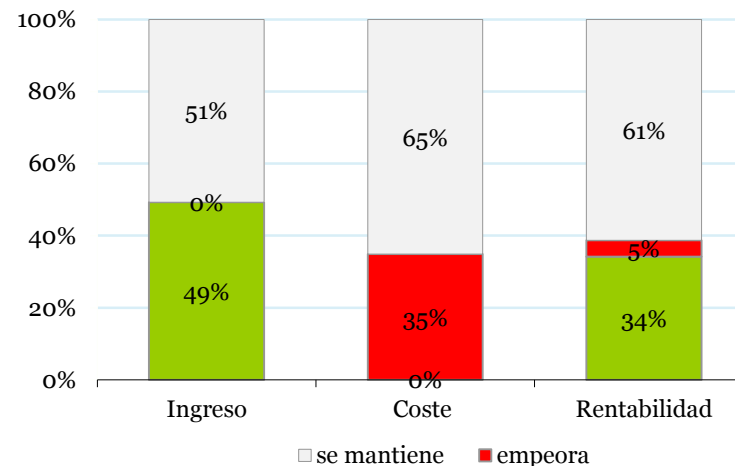
¿Cómo cree que evolucionará la rentabilidad de su empresa de alojamiento (sin costes financieros)?

Evolución Rentabilidad



Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para la Rentabilidad



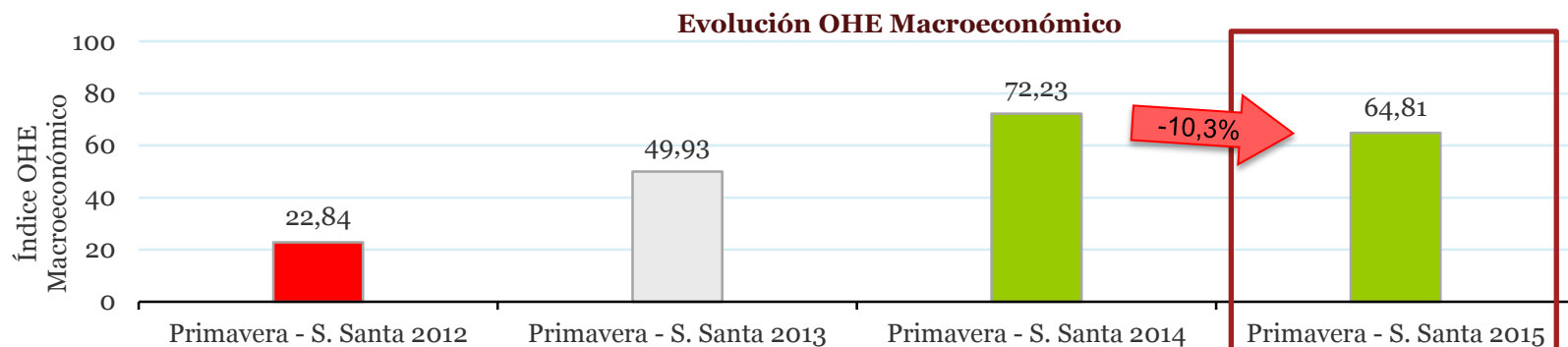
Fuente: Elaboración propia

Por primera vez en los últimos 4 ejercicios las expectativas sobre rentabilidad para el periodo de Primavera - Semana Santa 2015 alcanzan niveles de optimismo

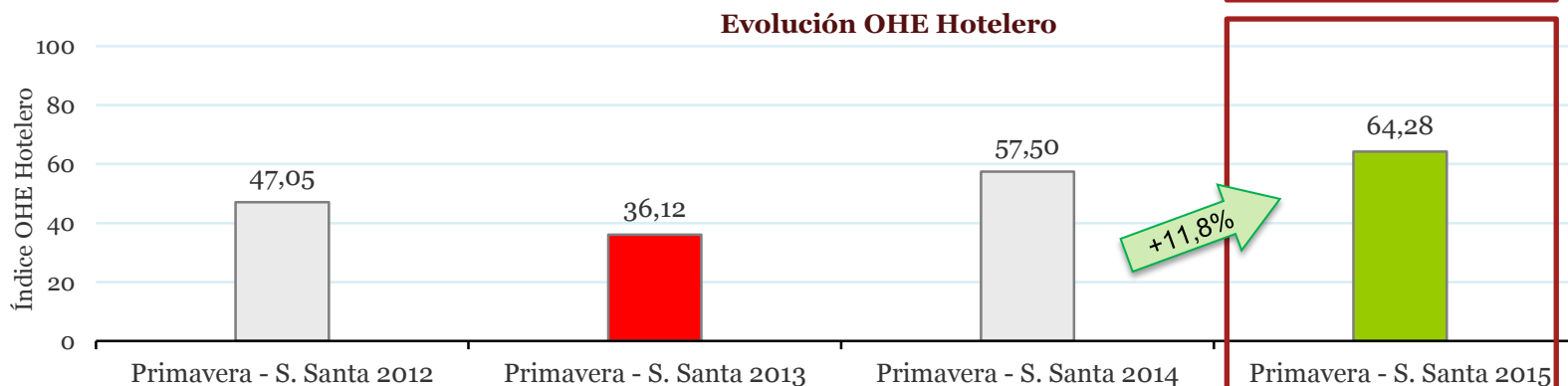
Sección IV

Resumen

Ambos índices presentan expectativa positivas de crecimiento para la temporada de Primavera - Semana Santa 2015 por primera vez en los 4 últimos ejercicios. El índice macro continúa mostrando niveles positivos y el hotelero lo hace este ejercicio tras haber crecido un 11,8% respecto del periodo anterior.



Fuente: Elaboración propia

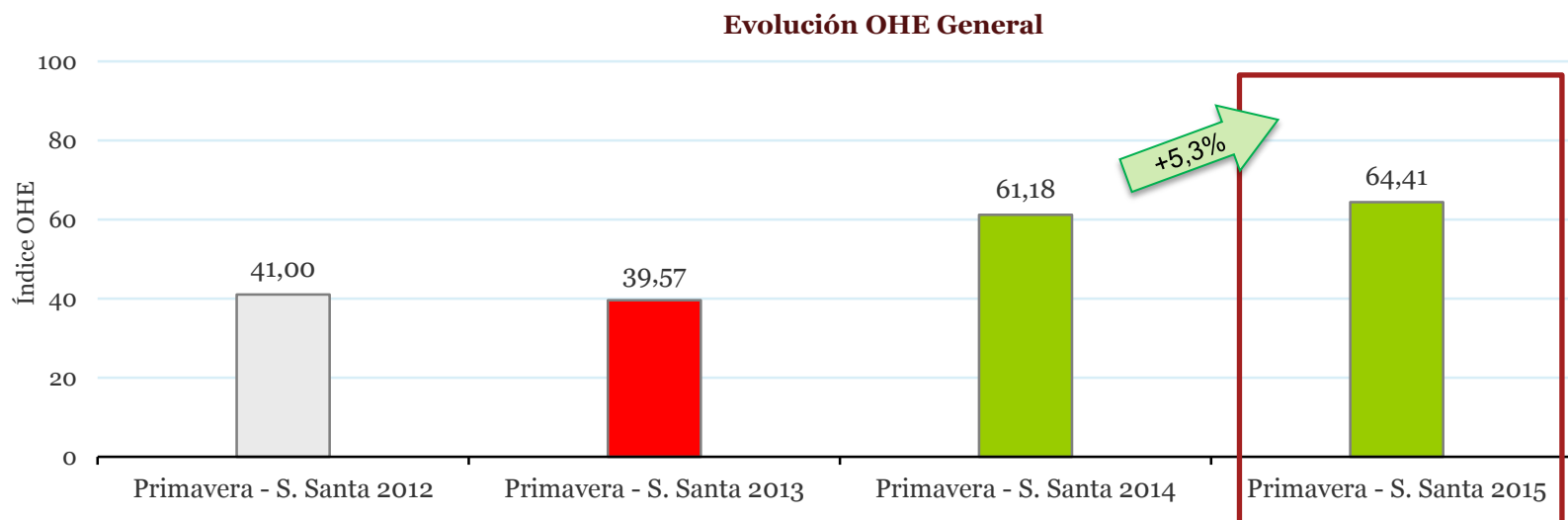


Fuente: Elaboración propia

Sección IV

Índice OHE General

Por tanto, para la Primavera - Semana Santa de 2015, el OHE incrementa las expectativas un 5,3%, situándose en valores de crecimiento del entorno



Fuente: Elaboración propia