

# *Observatorio de la Industria Hotelería Española*

## Temporada Primavera – Semana Santa 2017



# Índice

<b>Sección I:</b>	Índice OHE General .....	<b>4</b>
<b>Sección II:</b>	Índice OHE Macro .....	<b>5</b>
	Coyuntura y perspectivas macroeconómicas .....	<b>6</b>
<b>Sección III:</b>	Índice OHE Hotelero .....	<b>13</b>
	Desglose índice OHE Hotelero .....	<b>14</b>
<b>Sección IV:</b>	Resumen .....	<b>23</b>

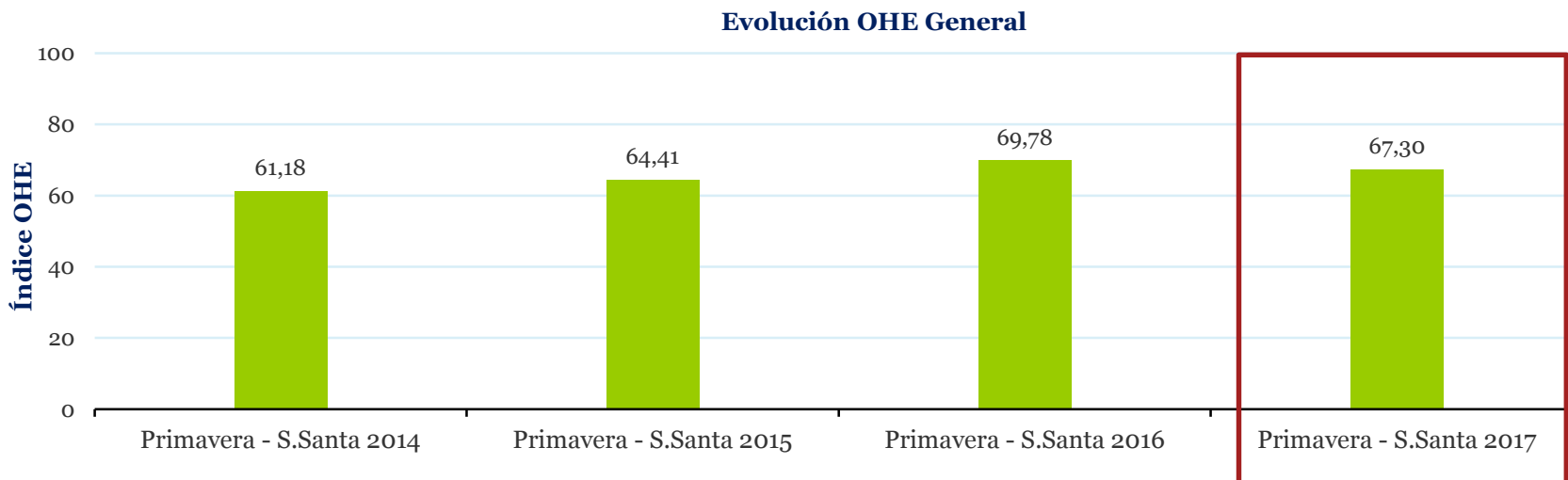
# Nota introductoria

- 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 - Semana Santa 2017, las expectativas reflejadas en el índice OHE general se muestran optimistas y en niveles incluso superiores a los de la temporada pasada



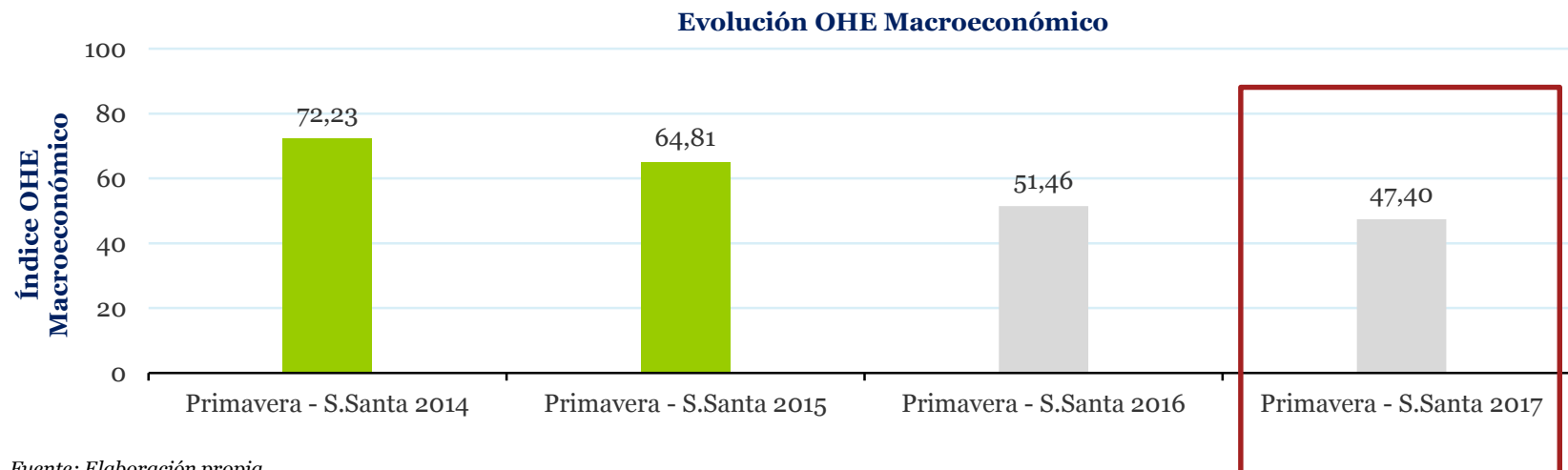
Fuente: Elaboración propia

## Sección II

### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

#### Índice OHE Macro

**El índice OHE macroeconómico para la temporada Primavera – S. Santa 2017 se mantiene en niveles neutrales de 47,40 puntos**



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.

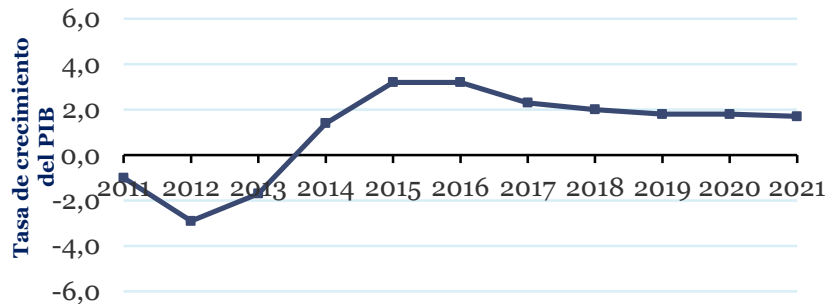
# Sección II

## Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

### Índice OHE Macro

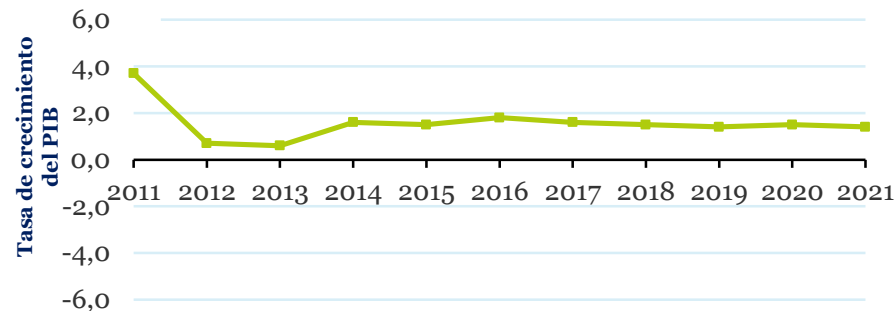
**Las expectativas de crecimiento del PIB en España están en torno al 2,3% para el 2017, siendo superiores a Alemania, Francia y UK. Éste último está sufriendo una desaceleración del PIB como consecuencia del Brexit, si bien a partir del 2020 las expectativas mejoran**

#### Histórico y perspectivas evolución PIB España



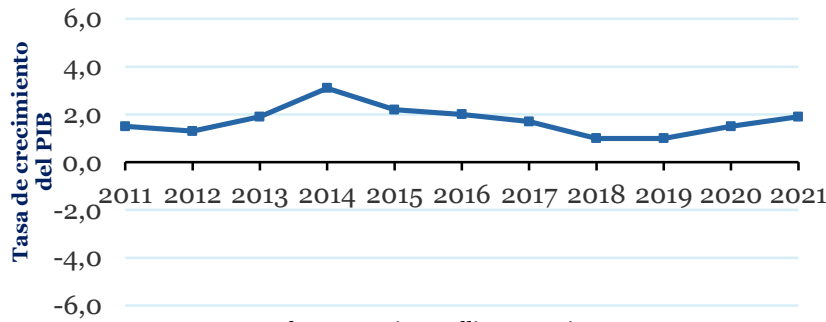
Fuente: The Economist Intelligence Unit

#### Histórico y perspectivas evolución PIB Alemania



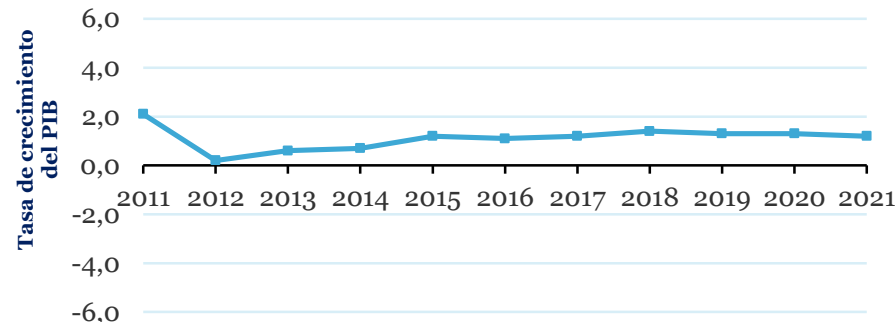
Fuente: The Economist Intelligence Unit

#### Histórico y perspectivas evolución PIB Reino Unido



Fuente: The Economist Intelligence Unit

#### Histórico y perspectivas evolución PIB Francia



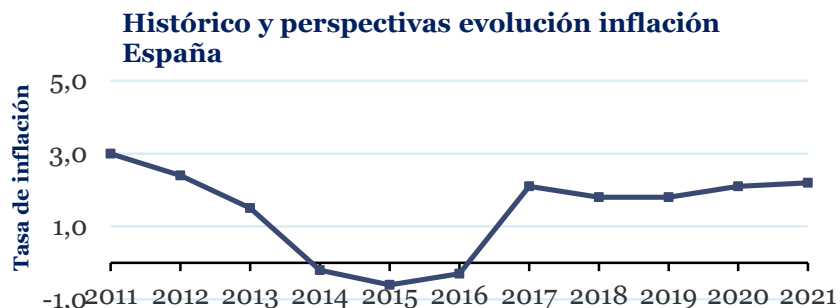
Fuente: The Economist Intelligence Unit

# Sección II

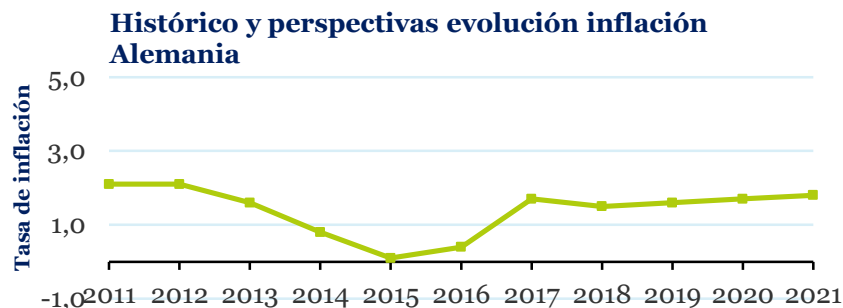
## Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

### Índice OHE Macro

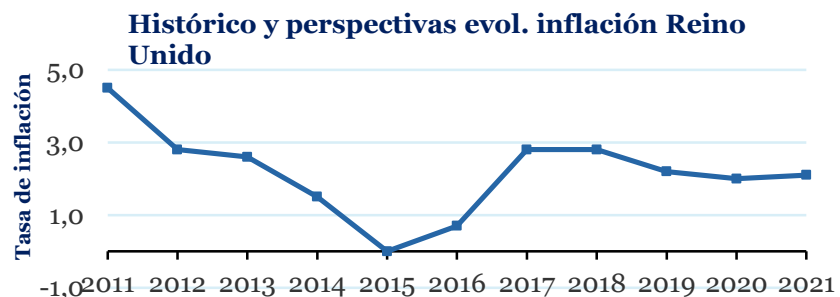
**La subida de precio del petróleo ha provocado un aumento de la inflación en Europa situándola en niveles del 2%. España y Reino Unido registran una tasa mayor (>2%) ya que también se han visto afectados por la subida de precio de la electricidad y por el efecto Brexit<sup>1</sup> respectivamente**



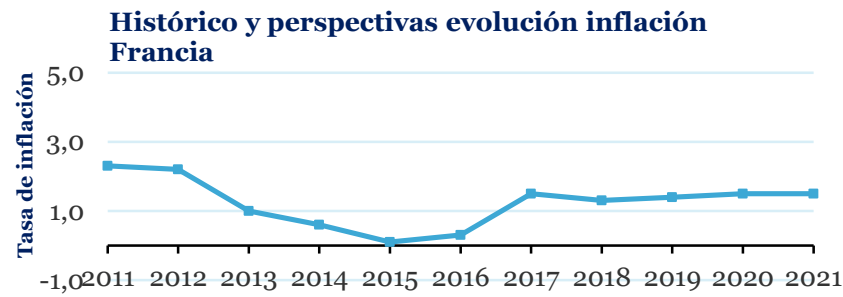
Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit



Fuente: The Economist Intelligence Unit

Nota: De acuerdo con el informe de PwC: "Leaving the EU: Implications for the UK Economy", la salida de Gran Bretaña de la UE podría aumentar las barreras de entrada tanto de los productos como de los servicios importados, incrementando la presión sobre el precio de los mismos. Este escenario dependerá de las próximas negociaciones de UK con el resto de los socios comerciales.

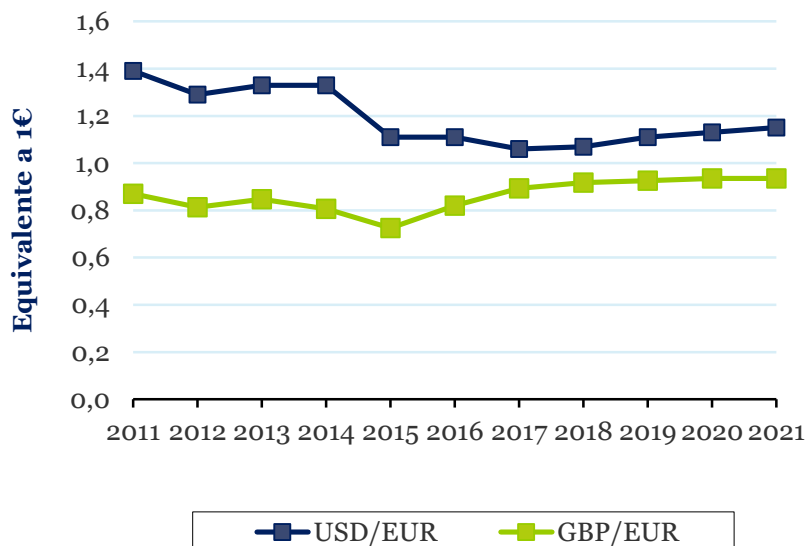
## Sección II

### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

#### Índice OHE Macro

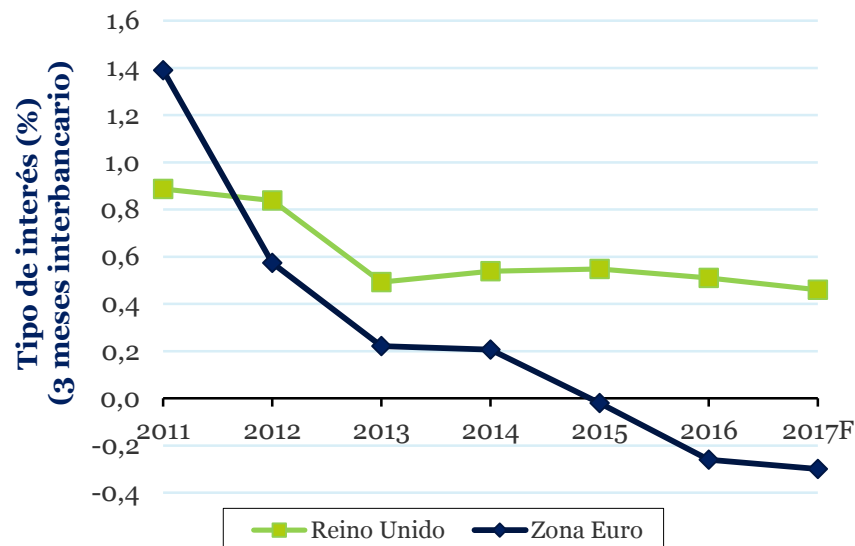
Se espera que este año la libra continúe depreciándose frente al euro y que incluso lleguen a alcanzar casi la paridad en 2021. Esto reduciría por tanto el poder adquisitivo de los turistas británicos. Por otro lado, se espera que los tipos de interés sigan cayendo en la zona euro, y continúen siendo negativos

Histórico y perspectivas evolución tipo de cambio



Fuente: European Central Bank /The Economist Intelligence Unit

Histórico y perspectivas evolución tipo de interés



Fuente: OCDE

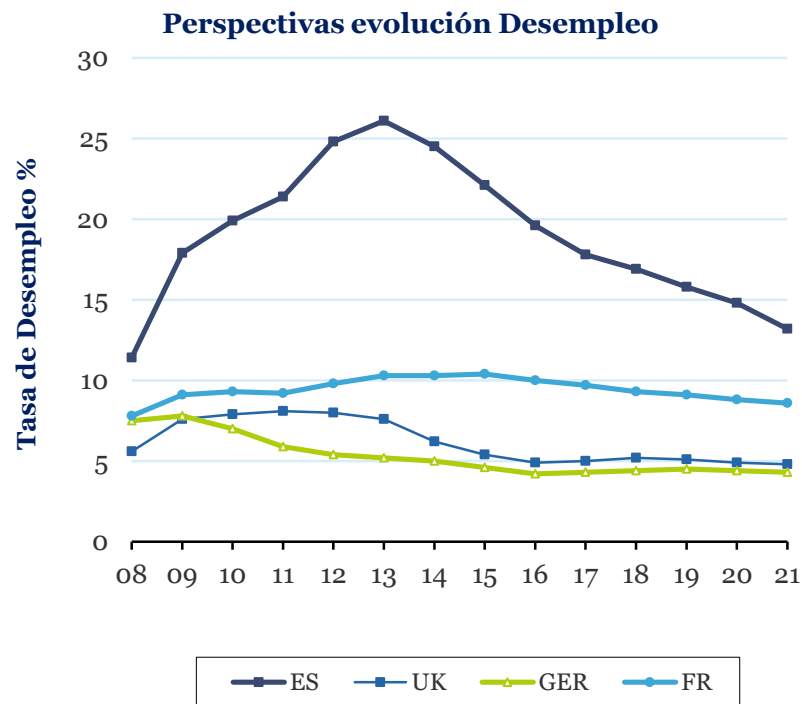


## Sección II

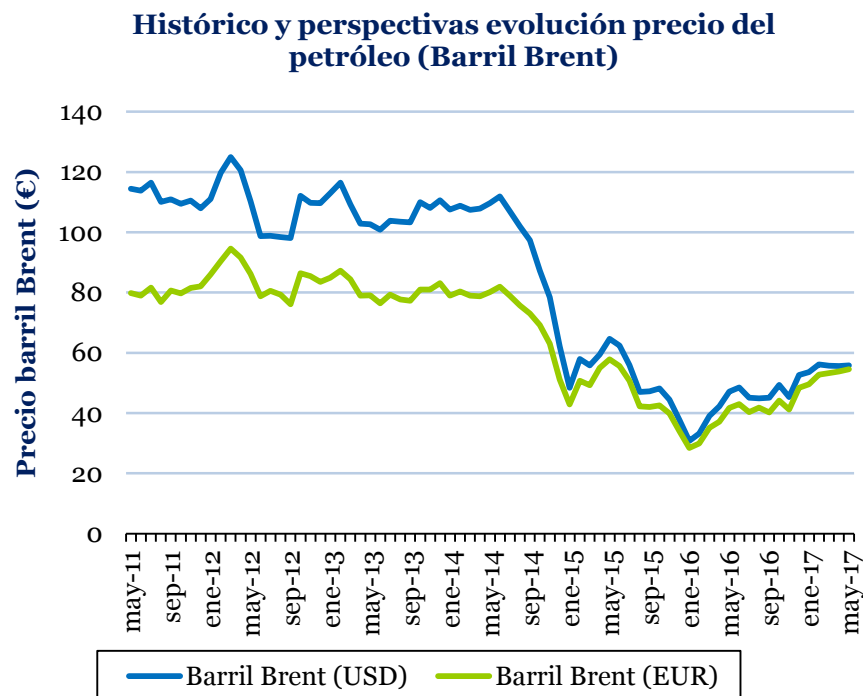
### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

#### Índice OHE Macro

La previsión sobre la evolución del desempleo sigue siendo favorable, especialmente en España, donde se espera alcanzar una tasa del ~13% en 2021 (reducción de -13p.p. del 2013 al 2021). Por otro lado, se prevé que el precio del petróleo se mantenga estable en los próximos meses, después del fuerte repunte ocurrido en febrero de 2017, alcanzándose los 53€ por barril Brent



Fuente: The Economist Intelligence Unit



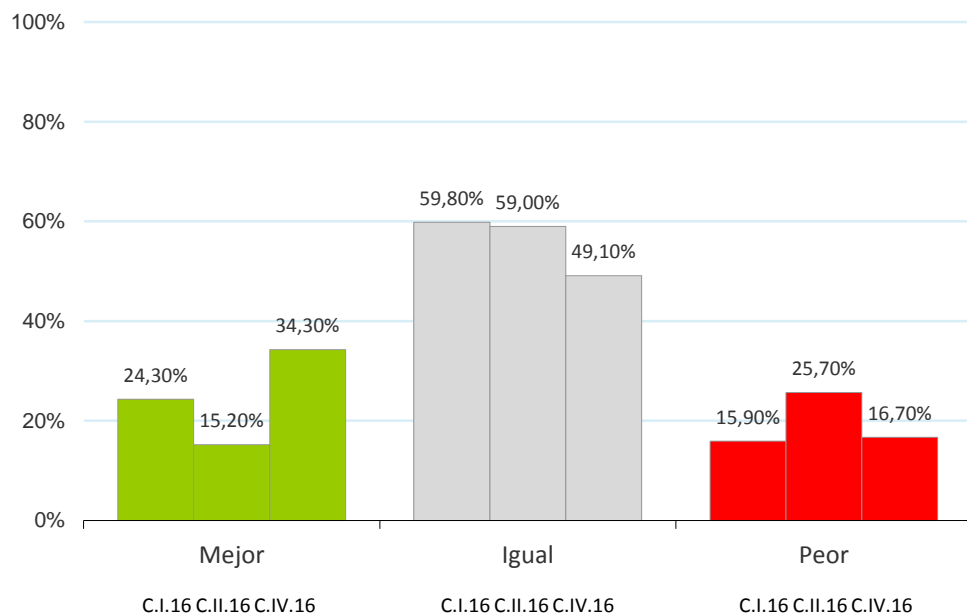
Fuente: CME Group

## Sección II

### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas Índice OHE Macro

**Un 34,3% de los expertos consultados estima que la situación económica de la UE a final de año mejorará frente a un ~15% del consenso anterior**

Perspectivas de la Economía en la UE a final de año



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.

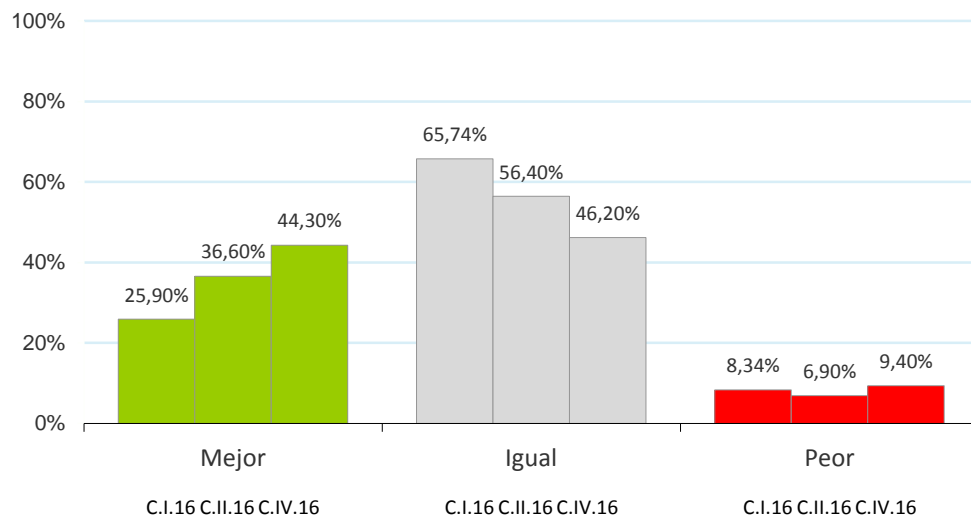
## Sección II

### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

#### Índice OHE Macro

**Un 44,3% de los expertos consultados estima que la demanda de consumo en España mejorará en los próximos 6 meses frente a un 36,6% del consenso anterior**

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



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.

Fuente: Consenso Económico PwC

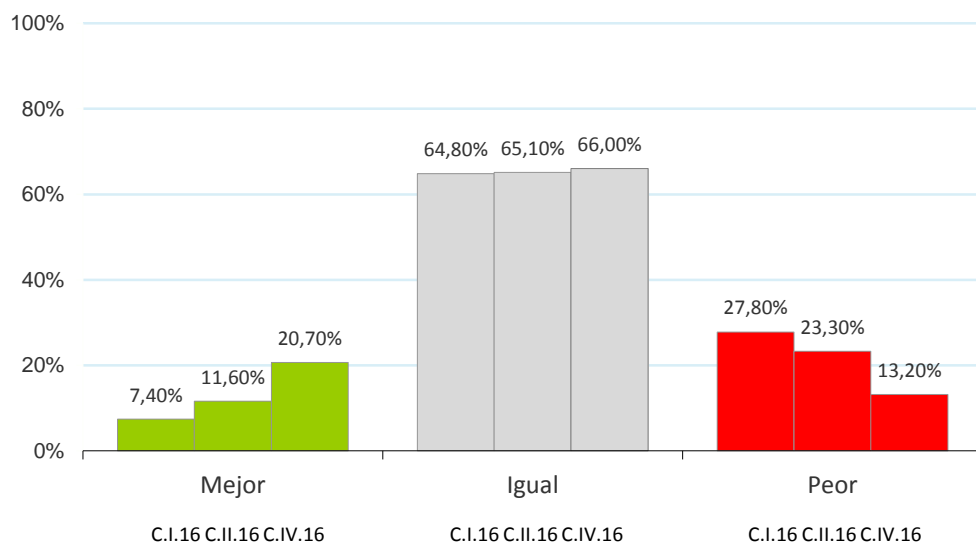
## Sección II

### Coyuntura y perspectivas macroeconómicas

#### Índice OHE Macro

**Las perspectivas sobre la coyuntura española para los próximos 6 meses se muestran más optimistas que las del consenso anterior, el 20,7% de los expertos consultados opina que mejorará frente al 11,6% del consenso anterior**

Perspectivas de la coyuntura española para los próximos 6 meses



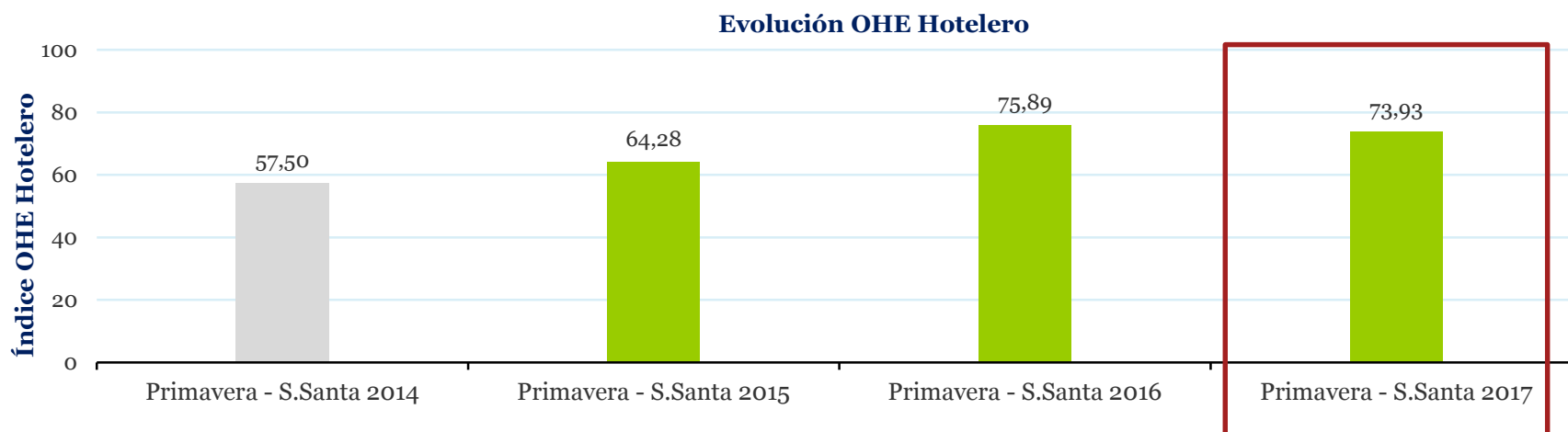
Fuente: Consenso Económico PwC

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 III

### Índice OHE Hotelero

**El índice OHE hotelero continúa reflejando expectativas optimistas para la temporada Primavera – Semana Santa 2017**



Fuente: Elaboración propia

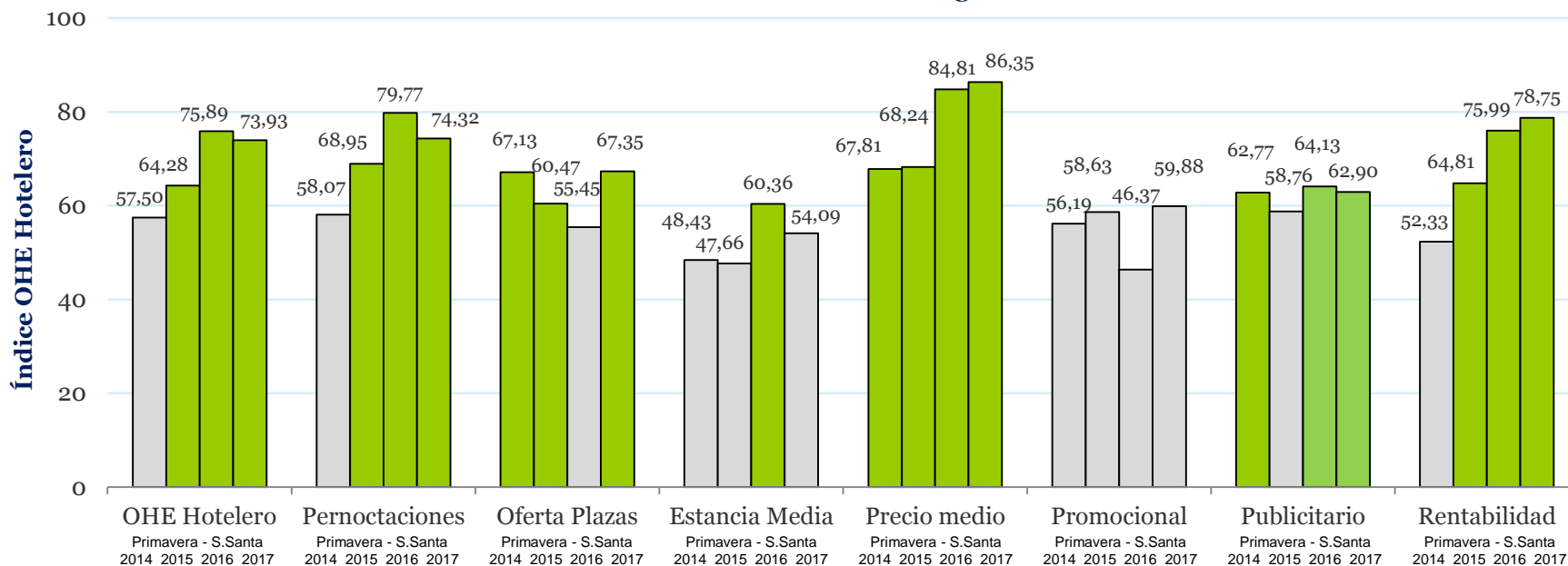
- El OHE Hotelero se obtiene como resultado de una encuesta enviada a las 54 asociaciones pertenecientes a CEHAT que engloban más de 1,5M de plazas hoteleras, recogiendo sus expectativas de evolución sobre los principales factores de la ocupación hotelera: número de pernoctaciones, oferta de plazas, 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.
- Aunque la temporada de Primavera – S.Santa 2017 presenta una perspectiva más conservadora respecto a la del año pasado, se siguen manteniendo las expectativas optimistas

## Sección III

### Índice OHE Hotelero - desglose

Los principales subíndices no presentan variaciones muy significativas con respecto a la temporada pasada. Destacan no obstante, las plazas ofertadas, el precio medio por estancia, la rentabilidad y el esfuerzo promocional, que aumentan ligeramente respecto al año anterior

Evolución OHE Hotelero (desglose)



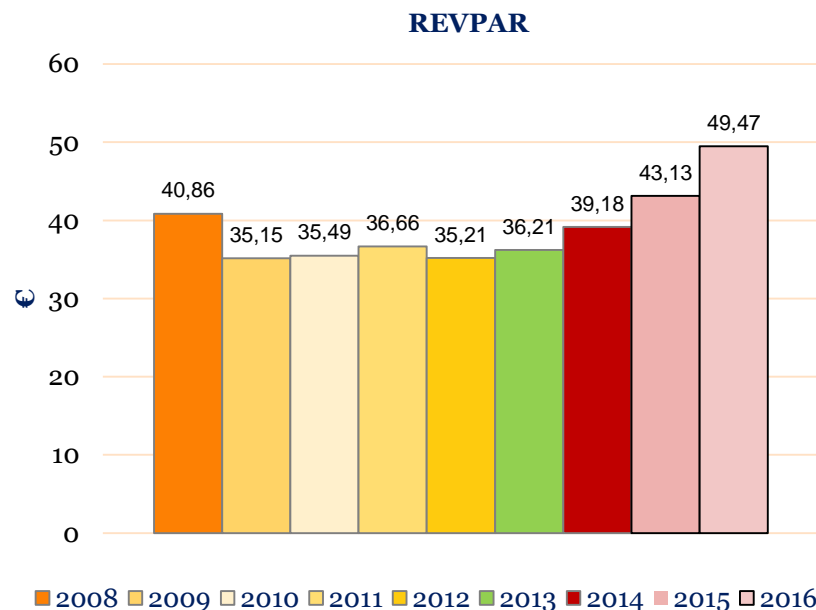
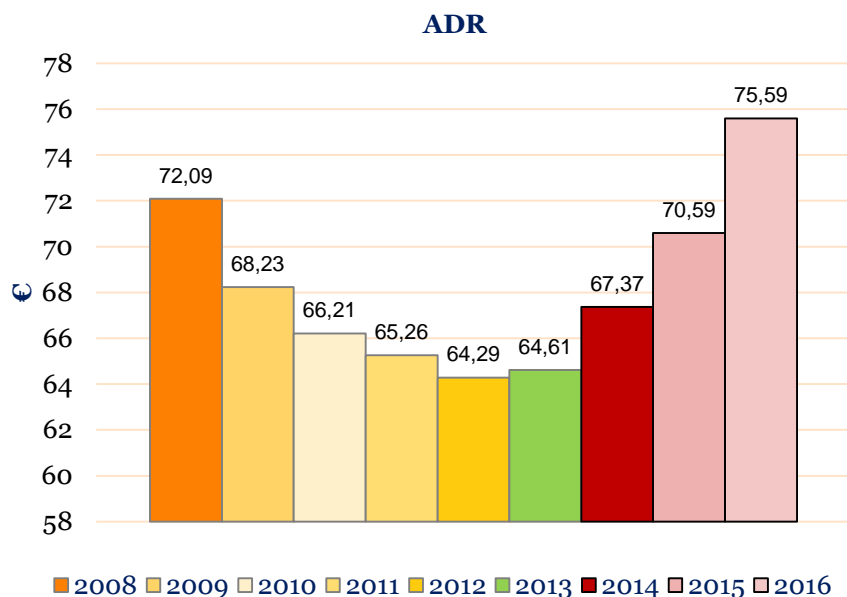
Fuente: Elaboración propia

El esfuerzo publicitario, el número de pernoctaciones y la estancia media esperada empeoran sus expectativas con respecto al ejercicio 2016

# Sección III

## Índice OHE Hotelero

Los ratios ADR y REVPAR<sup>1</sup> han incrementado de forma significativa en el último ejercicio, superando en ambos casos los valores del 2008, por primera vez desde entonces



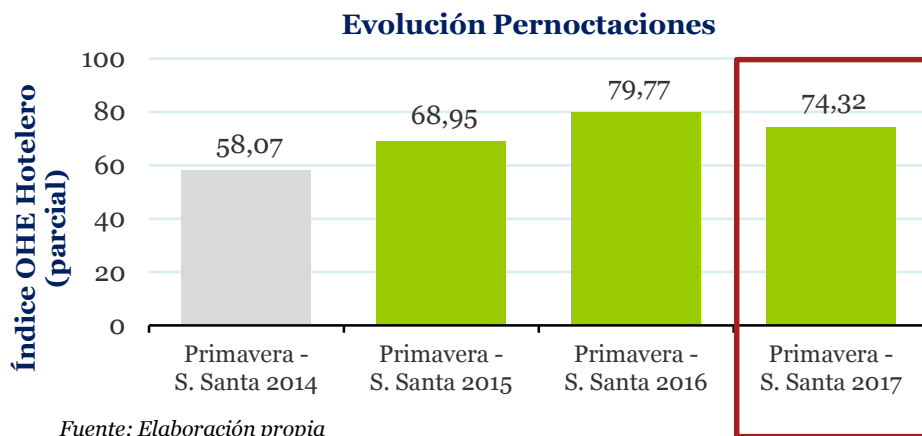
Nota<sup>1</sup>: Con el objetivo de mejorar la comparabilidad de los datos, la tarifa media por habitación ocupada (ADR, por sus siglas en inglés) y el ingreso por habitación disponible (REVPAR) han sido calculados ajustando el efecto de la inflación desde 2008.

Fuente: CEHAT Hotel Monitor

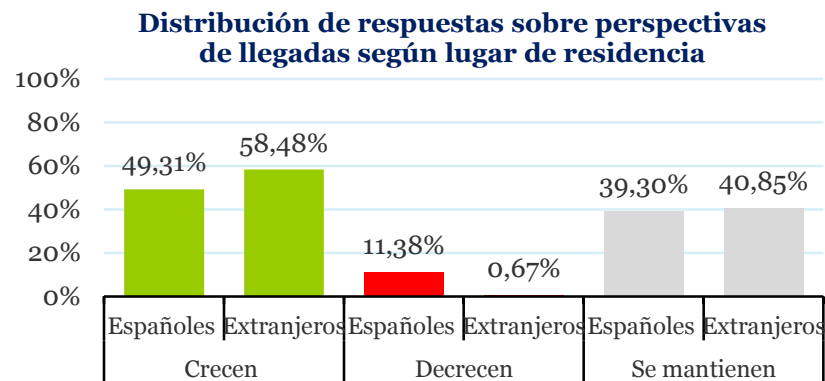
# Sección III

## Índice OHE Hotelero

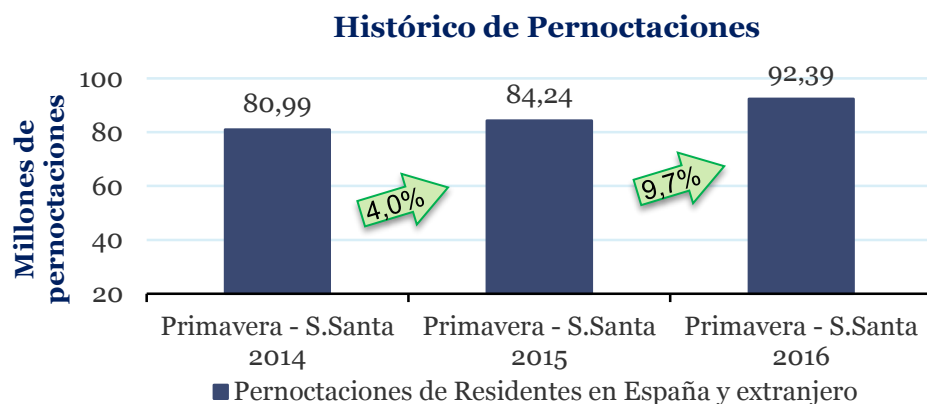
¿Cómo cree que va a evolucionar el número de pernoctaciones de los huéspedes de su alojamiento durante la temporada de Primavera – S. Santa 2017?



Fuente: Elaboración propia

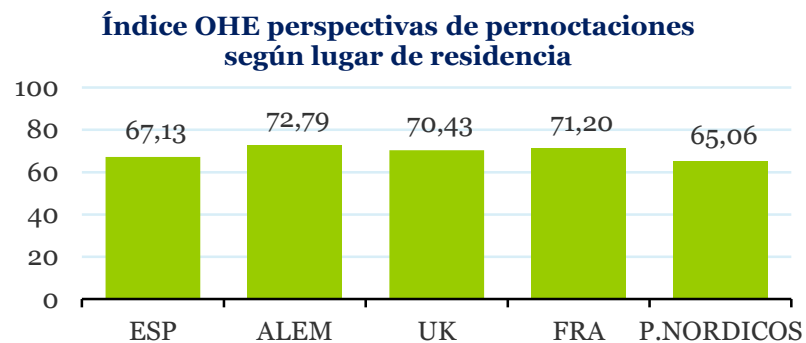


Fuente: Elaboración propia



Fuente: INE

Nota: Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 2017.



Fuente: Elaboración propia

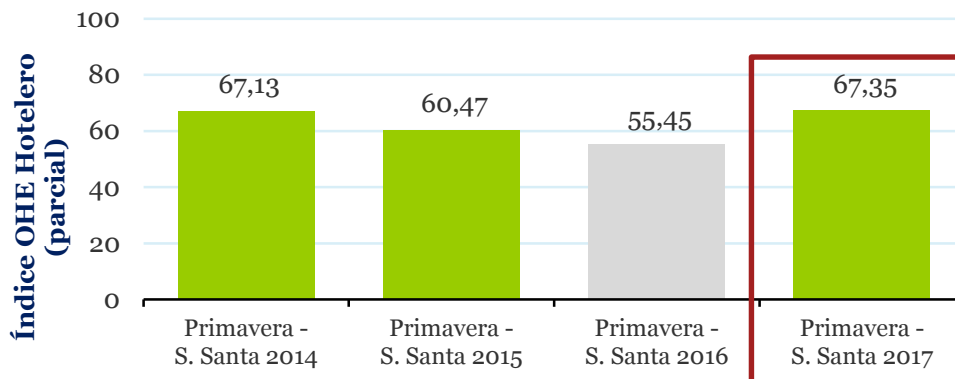


# Sección III

## Índice OHE Hotelero

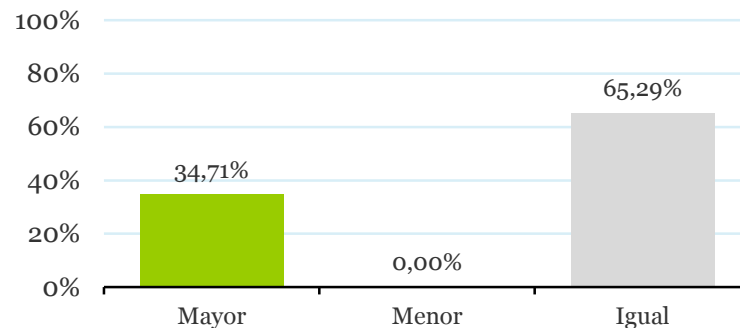
¿Cómo cree que va a evolucionar la oferta hotelera de su zona en cuanto al número de plazas?

Evolución Oferta de Plazas



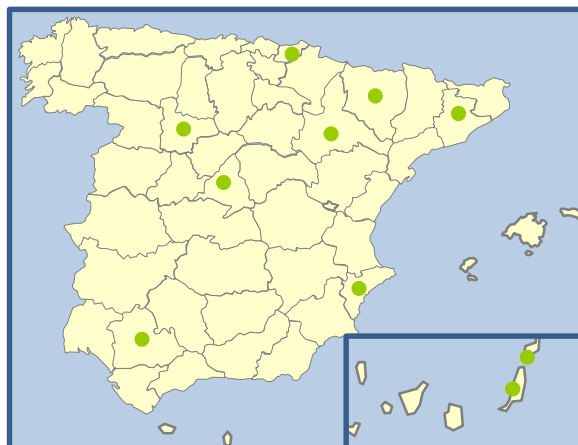
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las respuestas para la Oferta Hotelera



Fuente: Elaboración propia

Distribución Geográfica de las respuestas para la Oferta Hotelera



Leyenda

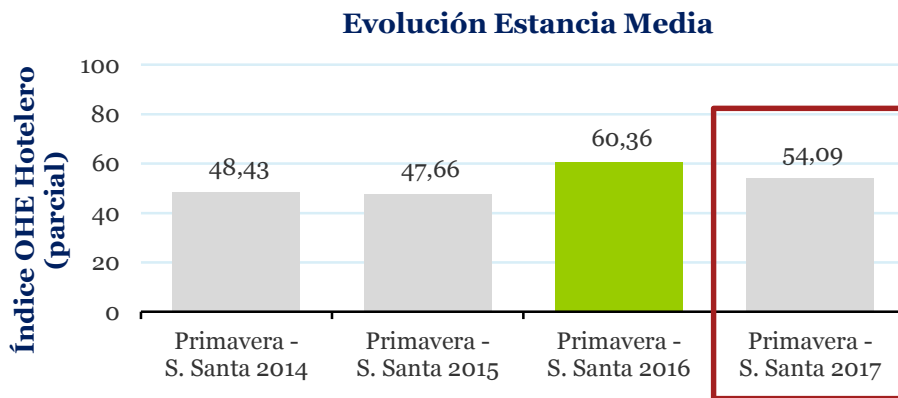
- Provincias donde se espera un aumento de la oferta hotelera
- Provincias donde se espera una disminución de la oferta hotelera

Fuente: Elaboración propia

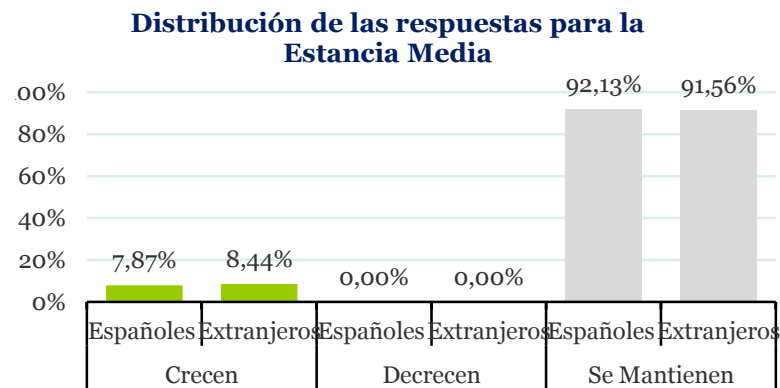
# Sección III

## Índice OHE Hotelero

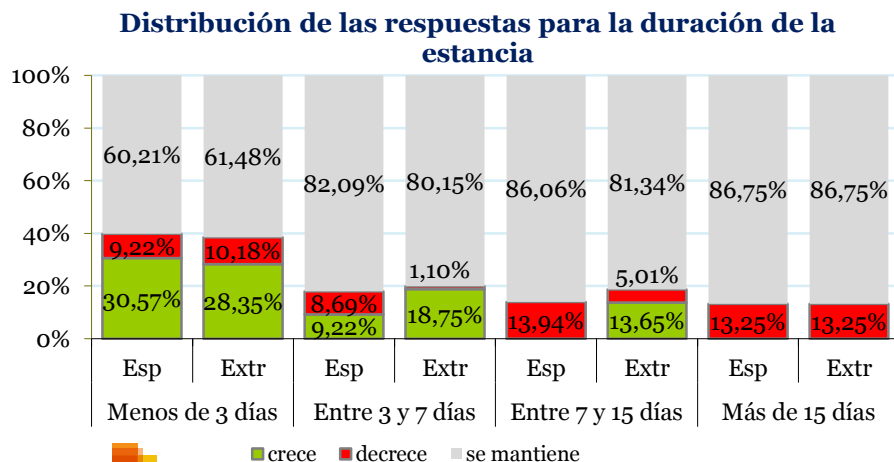
¿Cómo cree que evolucionará la estancia media de sus huéspedes?



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 en estancia media tanto en españoles como en extranjeros. La única provincia que presenta una disminución es Fuerteventura, en el segmento español, si bien se mantiene estable en el segmento extranjero.

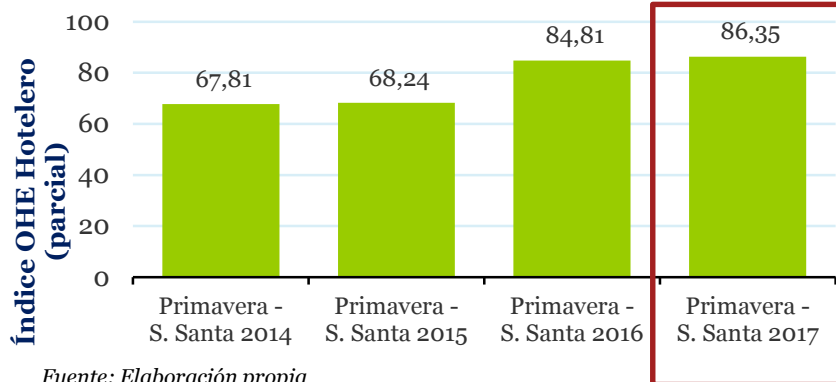
Fuente: Elaboración propia

# Sección III

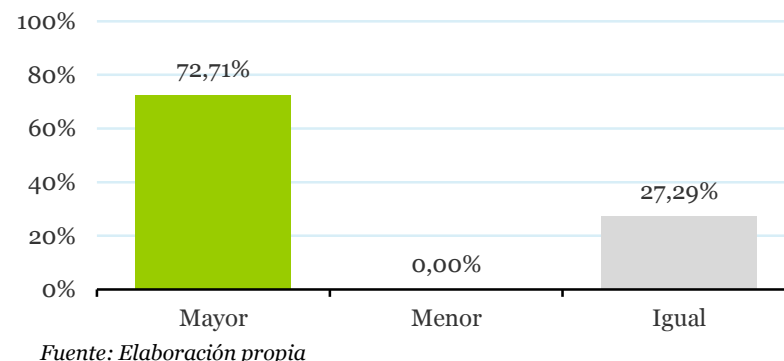
## Índice OHE Hotelero

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

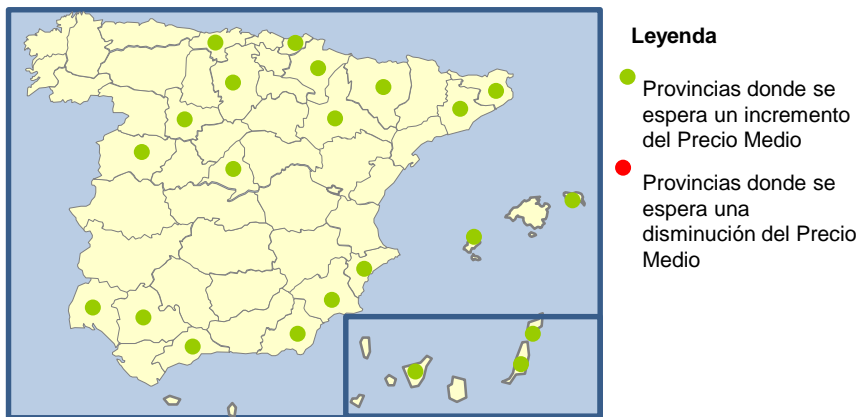
Evolución Precio Medio



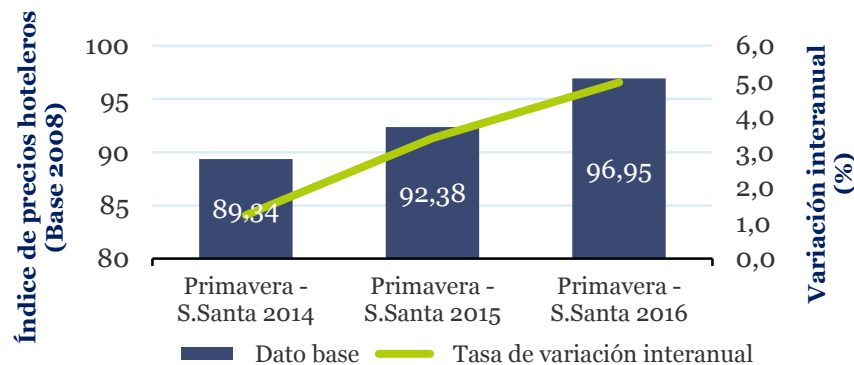
Distribución de las respuestas para el Precio Medio



Distribución Geográfica de las respuestas para el Precio Medio



Histórico de Precio Medio



Fuente: INE

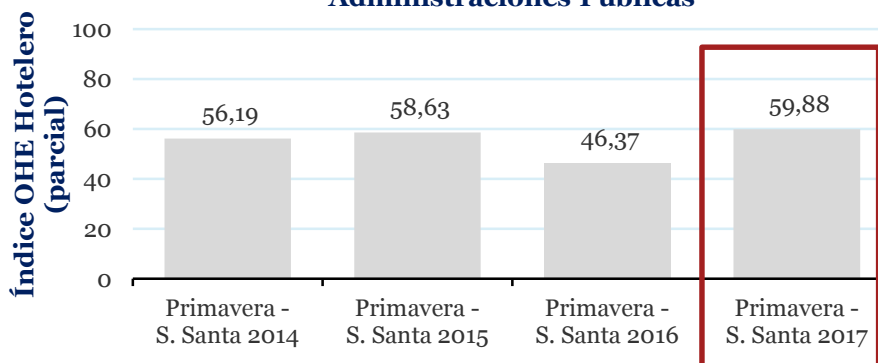
Nota: Los ejercicios hacen referencia a los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 2017

# Sección III

## Índice OHE Hotelero

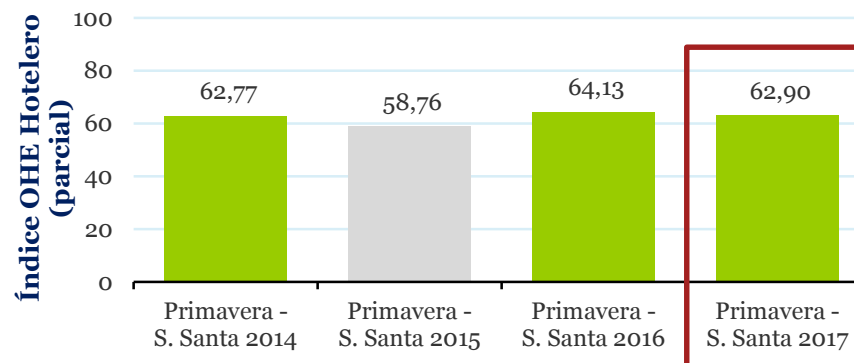
¿Cómo cree que evolucionará el esfuerzo promocional en comparación con la misma temporada del año anterior?

### Evolución Esfuerzo Promocional de las Administraciones Públicas



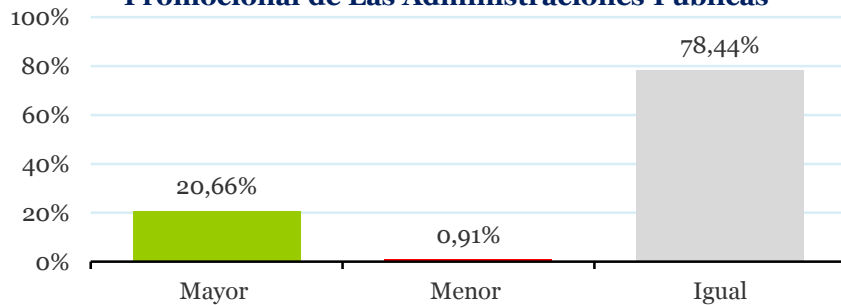
Fuente: Elaboración propia

### Evolución Esfuerzo Publicitario



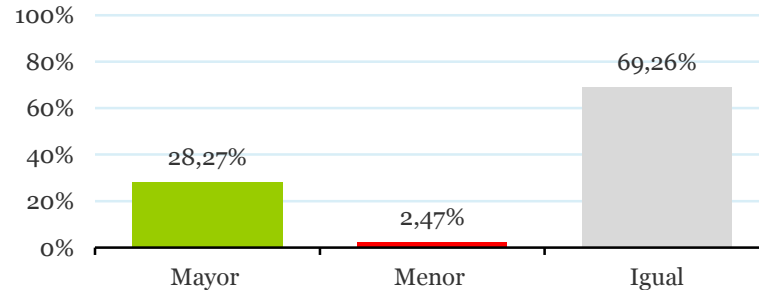
Fuente: Elaboración propia

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



Fuente: Elaboración propia

### Distribución de las respuestas para el esfuerzo Publicitario

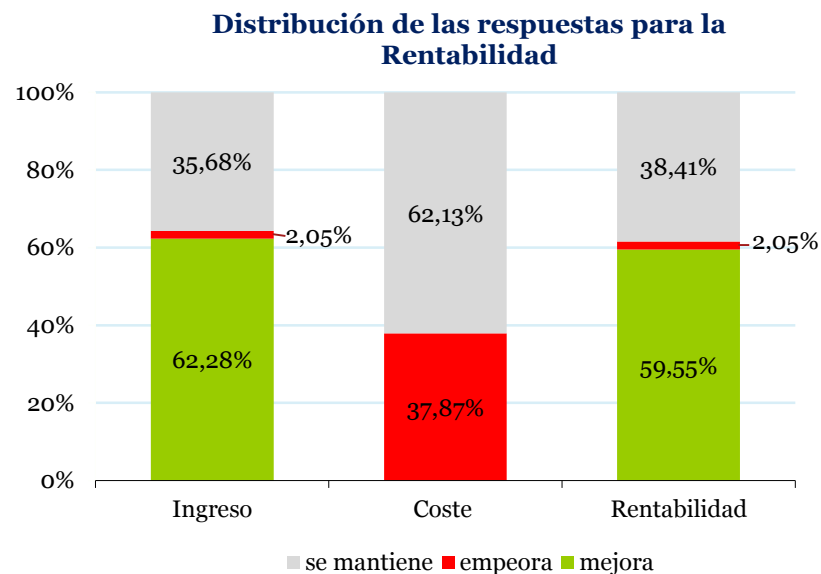
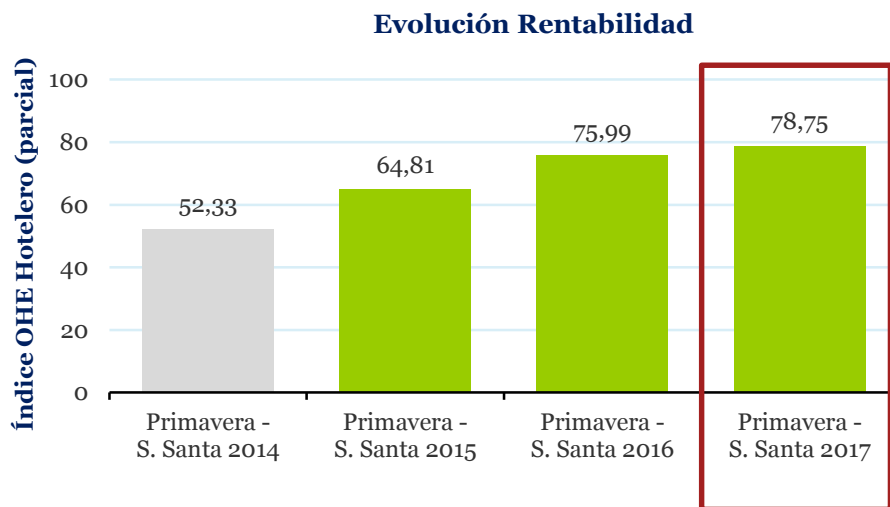


Fuente: Elaboración propia

# Sección III

## Índice OHE Hotelero

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



Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

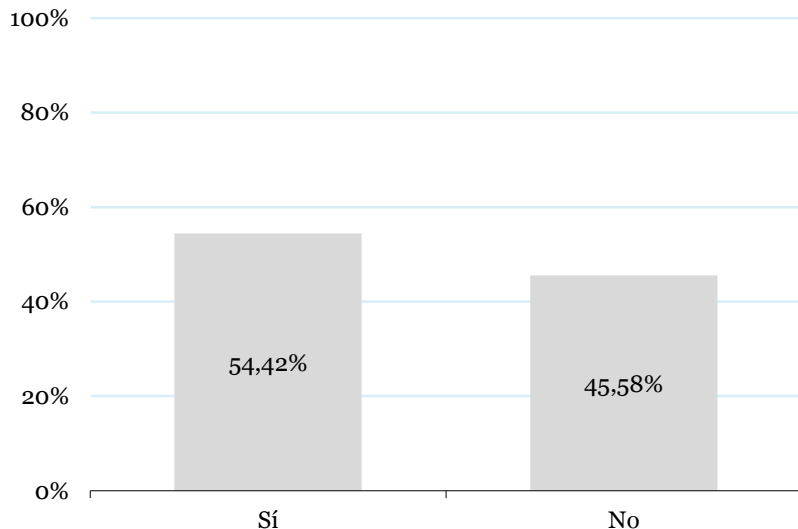
El incremento en la mejora de los ingresos estimados, junto con el mantenimiento de los costes, favorece el optimismo sobre la rentabilidad para la temporada de Primavera – Semana Santa 2017

# Sección III

## Índice OHE Hotelero

¿Cómo cree que se distribuye la gestión de la ocupación hotelera?<sup>1)</sup>

¿Más del 50% de la ocupación la llevan a cabo mayoristas (TO, OTAs, etc) ?

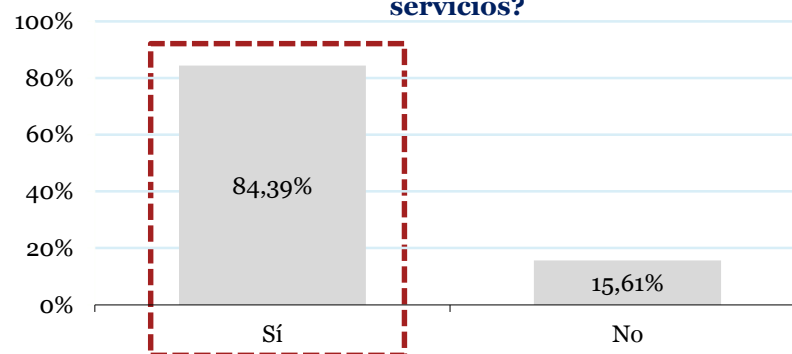


Fuente: Elaboración propia

1) Estas variables no forman parte del cálculo del índice hotelero

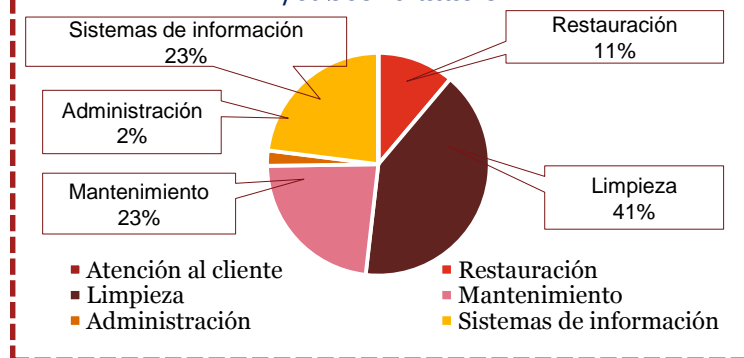
Nota: Para el cálculo de estas variables se han tenido en cuenta las encuestas realizadas ponderándolas con el número de plazas hoteleras

¿Recurren los establecimientos de su zona a externalizaciones / subcontrataciones de servicios?



Fuente: Elaboración propia

Áreas en las que se cuenta con mayor grado de externalización /subcontratación

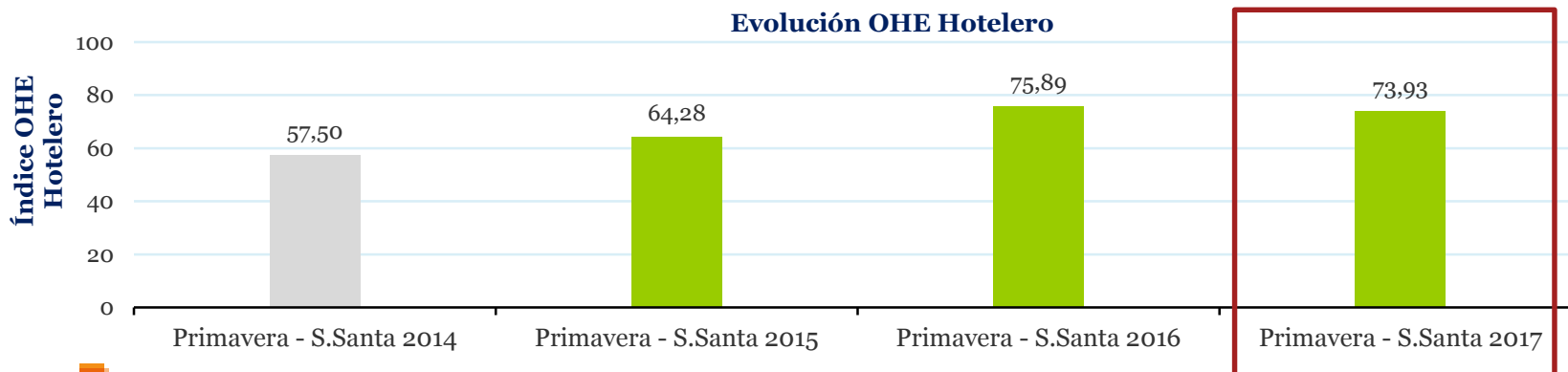
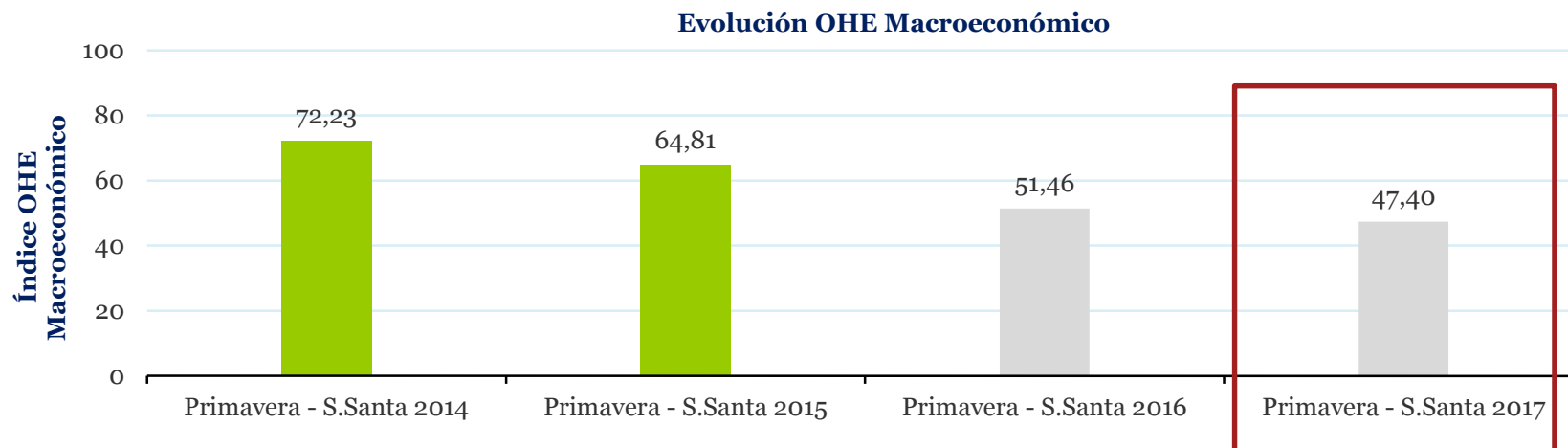


Fuente: Elaboración propia

# Sección IV

## Resumen

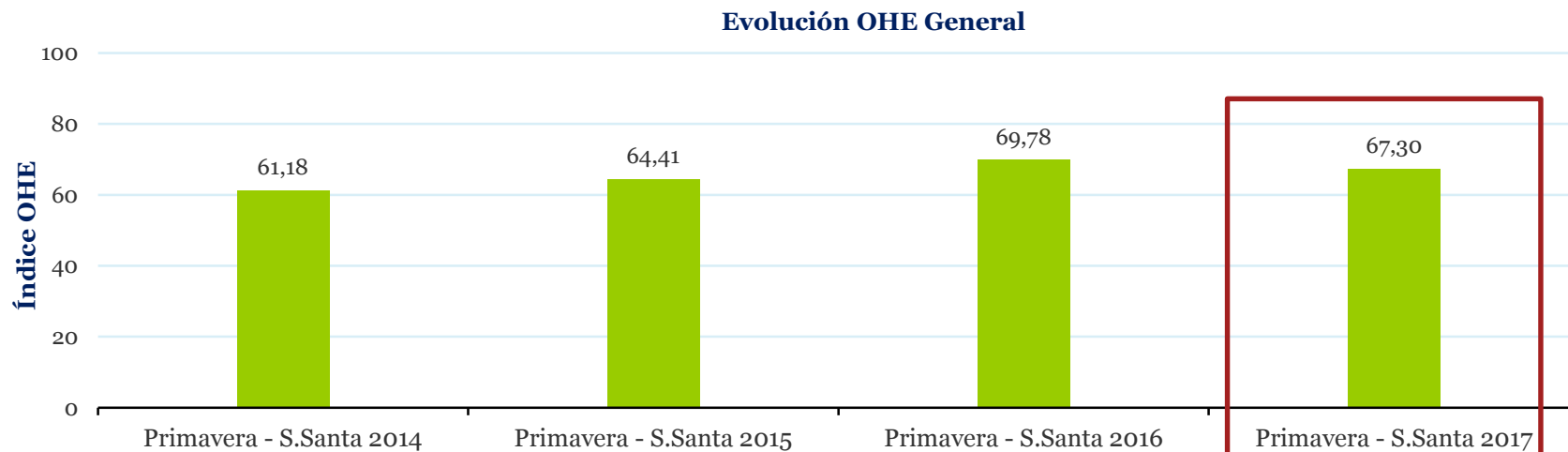
**Para la temporada de Primavera – Semana Santa 2017 las expectativas macroeconómicas muestran estabilidad mientras que las hoteleras reflejan optimismo**



## Sección IV

# Índice OHE General

Las expectativas reflejadas en el índice OHE general de la temporada Primavera – Semana Santa 2017 se muestran optimistas, situándose en 67,30 puntos



Fuente: Elaboración propia