

www.pwc.com/ve

## Hotelería y Esparcimiento

### Industria en crecimiento en tiempos de crisis



Espiñeira Pacheco  
y Asociados

PwC en el boletín correspondiente al cuarto trimestre del 2012 (Hospitality Directions US) (1), publicado recientemente presenta su último pronóstico para la industria de Hotelería y Esparcimiento en Estados Unidos

La perspectiva de alojamiento anticipa un crecimiento en la ocupación y en la tarifa diaria media (TDM) en el cuarto año de recuperación, la cual se traducirá en un incremento del 5,9% en los ingresos por habitación disponible (IngPHD) en 2013. El crecimiento de la oferta se mantiene suprimido y se espera que la ocupación avance a 62% en 2013. Se espera que el crecimiento de la TDM acelere.

Entre las presunciones que favorecen esta perspectiva de crecimiento, compartiremos en este boletín dos de los aspectos resaltados por Macroeconomic Advisers LLC. (2):

1. Se espera que el gasto del consumidor mejore en los próximos dos años, impulsado por varios factores. En general, se espera que el crecimiento del gasto del consumidor aumente de ritmo de 1,9% en 2012, hasta el 2,2% en 2013 y 2,7% en 2014. Los presupuestos familiares están en mejor condición, con una ganancia neta de hasta aproximadamente 8,2% en 2012, y se espera que dichas ganancias impacten el gasto de los consumidores aunque no de manera tan rápida. Se estima que los precios de las viviendas hayan aumentado un 7% en 2012, y se prevé un aumento adicional del 2,4% y 3% en 2013 y 2014, respectivamente. Mientras tanto, las deudas de los hogares están disminuyendo, con una parte reducida del ingreso personal que está siendo destinada para pagar las deudas y por otro lado, los bancos están cada vez más dispuestos a conceder créditos, como préstamos a plazos por consumo y tarjetas de crédito.
2. Se espera que el crecimiento económico extranjero mejore, impulsando las exportaciones estadounidenses. La economía mundial disminuyó en 2012, particularmente debido a la contracción en Europa y un crecimiento más lento en China. De cara al futuro, las perspectivas de crecimiento son más fuertes, y el Fondo Monetario Internacional espera que el crecimiento del PIB mundial mejore de un 3% en 2012 al 4% en 2013. Se perciben progresos en el manejo de la crisis de la deuda soberana según lo evidenciado por la disminución de los diferenciales de la deuda española e italiana; los temores relacionados con la desaceleración de la economía de China se han moderado un poco; y los inversores globales están mostrando mayor apetito de riesgo.

La industria hotelera en los Estados Unidos se encuentra segmentada en siete categorías de establecimientos de alojamiento; por categoría destaca lo siguiente:

Segmento	Resultados en 2012 y expectativas para 2013
De lujo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad de los hoteles de lujo creció a paso firme durante 2012.</li> <li>• Se espera que la ocupación promedio en los hoteles de lujo alcance 73,9% en 2013.</li> <li>• Parte de la restricción en el crecimiento de la TDM se atribuye a los niveles bajos de la demanda del grupo, dejando a los hoteles más dependientes de atraer a los clientes de paso. Sin embargo, en este punto, los niveles de hospedaje deberían estar permitiendo a los hoteles de lujo orientar la gestión de ingresos hacia la mejora de la TDM.</li> <li>• La construcción de nuevos hoteles sigue siendo escasa, aunque se dice que hay un número creciente de proyectos en fase preliminar de desarrollo.</li> </ul>

Segmento	Resultados en 2012 y expectativas para 2013
<b>Alta superior:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuestra expectativa para 2013 es que el crecimiento de la TDM se mantenga en 5,4%, con un aumento en la ocupación de 0,9%.</li> <li>Buscarán aumentar sus ganancias a través de estrategias que combinen el segmento de grupos con segmentos transitorios de mayor categoría, además de mejores tarifas por habitación.</li> <li>La construcción de nuevos hoteles es baja y los proyectos de construcción activos representan aproximadamente 1,3% de la oferta existente.</li> </ul>
<b>Superior:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluye una mezcla de hoteles con servicios completos más tradicionales, así como hoteles pequeños de servicios selectos.</li> <li>La tasa de recuperación de la ocupación se desaceleró en los tres primeros trimestres de 2012, pero para el cuarto trimestre subieron inesperadamente.</li> <li>Este segmento sigue teniendo una construcción más activa que cualquiera de los otros segmentos; sin embargo, ese nivel de actividad es muy baja (3,8% de la oferta existente) con respecto a los niveles históricos. Nuestra expectativa para 2013 es que el crecimiento de la oferta suba ligeramente, dado el nivel de habitaciones que abrieron sus puertas en 2012.</li> </ul>
<b>Media superior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La TDM estuvo por encima del promedio de la industria en general durante la recesión, pero experimentó una mayor caída en los índices de ocupación.</li> <li>Se espera que ayuden a aumentar la TDM en 2013, a la vez que intenten captar cualquier aumento de la demanda.</li> <li>En algunos casos, los hoteles de categoría media superior podrían beneficiarse del aumento en las tarifas para clientes transitorios que implementarían los hoteles de categoría superior, debido a que el costo de este tipo de esparcimiento subiría y muchos viajeros de negocios recurrirían nuevamente a los hoteles de categoría media superior.</li> <li>Las habitaciones en construcción representan el 2,4% de la oferta existente dentro del segmento.</li> </ul>
<b>Media</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los IngPHD subieron más de lo esperado en el cuarto trimestre por el aumento de los índices de ocupación, a pesar de que el crecimiento interanual de la TDM fue inferior al de otros segmentos.</li> </ul>
<b>Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los IngPHD en este segmento por lo general son inferiores al promedio.</li> <li>Los resultados en el cuarto trimestre de 2012 superaron las expectativas, en particular los que muestran las ganancias de la TDM, lo que puede deberse en parte al efecto de los residentes desplazados por la Tormenta Sandy.</li> <li>Hay muy pocas construcciones nuevas en marcha y el crecimiento de la oferta se produce principalmente a través de las conversiones.</li> </ul>
<b>Hoteles Independientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Del inventario de habitaciones de hotel en Estados Unidos para el cierre de 2012, el 30,3% eran de hoteles no afiliados con una marca.</li> <li>Este segmento incluye una gran variedad de productos y precios, con niveles de ocupación y TDM levemente por debajo del promedio de Estados Unidos.</li> </ul>

**Le interesa conocer más detalles sobre los resultados de esta investigación? Le invitamos a contactarnos a las siguientes direcciones:**

**Víctor J. Morales F.** Socio de Auditoría Interna - victor.j.morales@ve.pwc.com +58 281 4187935 al 38 / 286 9624995  
**Soler Yiriana Pérez M.** Director de Auditoría Interna - soler.perez@ve.pwc.com +58 241 8242321  
**Jennie O. D'Amico** Gerente de Auditoría Interna - jennie.damico@ve.pwc.com +58 286 9624995 / 281 4187935 al 38

**(\*)Fuentes:**

- 1) PricewaterhouseCoopers LLP. (Q4 2012- January 2013) Hospitality Directions US. Disponible en: <http://www.pwc.com/us/hospitality>
- 2) Macroeconomic Advisers, LLC. (2012, December 28) Forecast at a Glance. Disponible en: <http://macroadvisers.com>

El Boletín de Auditoría Interna es publicado por la Línea de Servicios de Auditoría de Espiñeira, Pacheco y Asociados, Firma miembro de PwC. El contenido del presente documento se basa en investigaciones y es información disponible para el público. Bajo ninguna circunstancia, el contenido de esta comunicación podrá ser considerado como una sugerencia, recomendación o consejo profesional. Este boletín es de carácter informativo y no expresa opinión de la Espiñeira, Pacheco y Asociados. Si bien se han tomado todas las precauciones del caso en la preparación de este material, Espiñeira, Pacheco y Asociados no asume ninguna responsabilidad por errores u omisiones; tampoco asume ninguna responsabilidad por daños y perjuicios resultantes del uso de la información contenida en el presente documento. Las marcas mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños.

Si no desea recibir este tipo de información, por favor, háganoslo saber por esta vía a la siguiente dirección electrónica: [victor.j.morales@ve.pwc.com](mailto:victor.j.morales@ve.pwc.com) e inmediatamente eliminaremos su dirección electrónica de nuestra lista de correos. Igualmente si conoce de alguna persona que pueda estar interesada en recibir nuestros boletines, agradecemos puedan remitirnos su dirección electrónica para ser incorporada en nuestra base de datos.

**Nuestras oficinas**

**Caracas - Sede**

Avenida Principal de Chuao. Edificio PwC (antes Del Río). Teléfonos: +58 212 7006666

**Barquisimeto**

Calle Los Comuneros. Urb. El Parque. Centro Ejecutivo Los Leones. Piso 5. PH 5-2. Teléfonos: +58 251 2554983 / 2550061 / 2550404

**Maracaibo**

Avenida 9B entre Boulevard 5 de Julio y Avenida Dr. Portillo. Edif. Banco Industrial, Piso 6. Teléfonos: +58 261 7979805 / 7979806 / 7983869

**Maracay**

Avenida Las Delicias. Urb. El Bosque. Edificio Banvenez - Centro Financiero. Piso 2. Teléfonos: +58 243 2322742 / 2322745

**Puerto La Cruz**

Avenida Intercomunal Jorge Rodríguez. Sector Las Garzas. C.C.MT (CCMT). Piso 1. Local 39. Teléfonos: +58 281 2670845 / 281 4187935 al 38

**Puerto Ordaz**

Avenida Guayana. Sector Alta Vista. Torre Colón. Piso 6. Oficina 2, 3 y 4. Teléfonos: +58 286 9626451 / 9624995 / 9625926

**Valencia**

Avenida Bolívar Norte. Centro Comercial y Profesional El Camoruco. Piso 21. Teléfonos: 58 241 8242321 / 241 8241383 / 241 8242604