

Madrid, 29 de junio de 2023

Los hoteleros presentan buenas perspectivas de ocupación para verano en toda España, con un 52% de reservas en cartera

- **El verano continúa la senda del crecimiento y muestra una gran resiliencia al escenario inflacionista actual, alcanzando valores de ocupación y precio medio superiores a 2022.**
- **El incremento de precio respecto al verano de 2019 se sitúa por debajo del crecimiento de la inflación en España.**

La **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)** y la consultora **PwC** han presentado hoy los datos de evolución del sector alojativo, así como las perspectivas para la temporada de verano, que reflejan una mejora generalizada de la ocupación en toda España para esta temporada con una **ocupación en cartera del 52%**.

El informe refleja unas **previsiones de verano que superan en 0'17 puntos** las registradas en un año histórico como fue 2019. En ello inciden, tal y como apunta el análisis, la **previsible mejora de las proyecciones macroeconómicas**.

El análisis realizado por PwC refleja igualmente un **reajuste de precios** derivado de la subida de costes operacionales (energía, alimentación y bebidas, etc.). Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), desde el verano de 2019, la inflación ha subido un 14,3%, mientras que el crecimiento medio de los precios (ADR) sube un 9,73% en ese periodo.

Las conclusiones se han dado a conocer durante la presentación en rueda de prensa del informe **Smart Observatory** en su **edición de verano 2023**. PwC realiza este análisis de forma exclusiva para CEHAT, analizando la evolución de la industria hotelera en España, a partir de un índice compuesto por cinco indicadores clave: **contexto macroeconómico, flujos turísticos, sentimiento del turista, intención de viaje y demanda futura**.

Entorno macroeconómico

El *Smart Observatory* apunta a una mejora en las previsiones de crecimiento de los países europeos, señalando que España recupera su ritmo y se equipara a las previsiones de 2022.

El informe refleja también que los **mercados de divisas** se estabilizan y mejoran las **perspectivas de empleo**. No obstante, señala que siguen subiendo los **tipos de interés** y el precio de las **hipotecas**, con una drástica incidencia en la capacidad de gasto.

A nivel macroeconómico, cabe destacar también que, según el *Smart Observatory* la **intervención al precio de la energía** ha permitido a España mantener unos niveles de inflación inferiores al resto de Europa, cuyas previsiones para el próximo año se reducen notablemente acercándose al 2%.

Asimismo, los datos indican que la **recuperación de la libra frente al euro** estimula el turismo británico en Europa ante el aumento de su poder adquisitivo.

Retrospectiva sectorial

Atendiendo a los datos del *Smart Observatory*, España ha recuperado la ocupación prepandemia en sus principales destinos, cerrando la temporada de primavera con un **incremento del 9,7% en el ADR**.

En lo relativo al turismo internacional, este continúa creciendo por encima de los niveles de 2019, apoyado por la **fortaleza del mercado nacional y el turismo internacional, donde destacan el crecimiento de los mercados europeos y la casi total recuperación de los viajes de largo radio**. Sin embargo, los mercados alemán y británico muestran una estabilización de su tráfico ligeramente inferior a los niveles de 2019 (90% y 92% respectivamente), afectados por la falta de recuperación en la conectividad con España.

Sentimiento del turista hacia España

Por su parte, según el *Smart Observatory*, el sentimiento del turista hacia España -que analiza las menciones relativas a España en blogs e internet- se mantiene por encima de la media de años previos. A ello contribuyen los turistas franceses y los viajeros nacionales, que mejoran su percepción de España.

Destacan la evolución del **turismo de naturaleza y el de cultura**, que han generado un fuerte interés entre los viajeros durante la primavera, junto al turismo de sol y playa.

Interés del turista por viajar a España

España continúa con su **fuerte presencia como destino turístico en internet**, mostrando en el análisis unos niveles de búsqueda de viajes muy por encima de 2019.

Este indicador -el interés del turista por viajar a este destino- se obtiene analizando las búsquedas sobre España en internet.

Así, el informe refleja un **crecimiento de la intención de viaje**, sustentado en la mejora de la situación económica y la consiguiente apertura al turismo internacional. Destaca la recuperación progresiva del mercado americano, que aumenta su intención de viaje a España en un 20%, subrayando la recuperación del turismo de largo radio.

Demanda futura

El *Smart Observatory* registra unas **previsiones de ocupación en cartera del 52%** para los meses de verano, que superan en 2 puntos las de 2022. Destacan Madrid y Andalucía como las comunidades con un mayor crecimiento respecto al año pasado.

La estabilidad de esta cartera se ve reforzada por unos niveles de **cancelaciones** similares a los de 2022. A pesar de la estabilidad en las cancelaciones para el verano, el crecimiento del canal directo y la recuperación del sector permiten unos ingresos en cartera por encima de otros años.

Durante la presentación del Smart Observatory, **Jorge Marichal**, presidente de CEHAT, ha querido destacar que *“los datos que arroja hoy la edición de verano del Smart Observatory apuntan a una mejora en muchos de los indicadores analizados: aumentan las previsiones de crecimiento, las perspectivas de ocupación, el interés de los turistas nacionales e internacionales por viajar a España y por España, crecen las reservas... Todo ello se debe, en gran medida, al restablecimiento de la normalidad y a la labor y los grandes esfuerzos a los que ha hecho frente el sector durante todos estos años difíciles. Iniciamos por tanto con optimismo la temporada de verano 2023, centrándonos en aquello que mejor se nos da: hacer felices a nuestros visitantes”*.

Para **José Manuel Fernández Terán**, socio responsable de Turismo en PwC, *“las perspectivas para este verano son muy positivas, por encima incluso a las esperadas en los smart observatory de invierno y primavera en su comparación relativa con 2019. La ocupación en cartera del 52% para los próximos 90 días, unido a la buena percepción del turismo en España y a la recuperación de la libra frente al euro, que seguro servirá de estímulo para un mercado británico que aún no ha llegado a niveles de 2019, anticipan un año de récord para el turismo en España”*.

Por su parte **Ramón Estalella**, secretario general de CEHAT, señala que *“afrontamos el verano con expectativas positivas en todos los destinos y celebramos que la aportación del turismo permita a España poder aportar estos ingresos para la sostenibilidad de las cuentas públicas. No olvidemos que nuestro sector es el que más redistribuye la riqueza entre todos los ciudadanos”*.

En opinión de **Cayetano Soler**, socio responsable Turismo en la división de Consultoría de PwC, *“la actividad turística sigue siendo muy positiva, con unos niveles de actividad en términos nominales muy por encima del año anterior y 2019, reflejo del interés por nuestros destinos, tanto del mercado nacional como internacional. Gracias al reposicionamiento hacia perfiles de mayor gasto y recuperación de mercados de alto poder adquisitivo, estamos teniendo unos niveles de ingresos muy relevantes para este año, por encima de lo esperado”*.

PwC.

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 156 países con más de 327.000 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. PwC se refiere (en conjunto o por separado) a la red de firmas que integran PwC, cada una de las cuales se constituye con una entidad legal independiente. Por favor, visite www.pwc.co/structure para más información.

CEHAT.

CEHAT es la Confederación que representa al sector del alojamiento turístico en España (hoteles, apartamentos turísticos, campings, resorts y balnearios). Representa a más de 16.000 establecimientos, suma un total de 1.800.000 plazas y da empleo de forma directa e indirecta a 500.000 personas trabajadoras. Agrupa a 51 asociaciones provinciales, regionales y sectoriales, y está presente en todas las Comunidades Autónomas de nuestro país.