

Madrid, 7 de julio de 2022

## **El turismo roza la recuperación en verano, pero alerta del amenazante entorno macroeconómico**

- **El informe Smart Observatory apunta que, a pesar de la inflación, el sector está superando los niveles de 2019 en los principales países emisores y se aproxima este verano a las cifras prepandemia.**

**PwC** y la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, CEHAT**, han presentado hoy los datos de evolución y perspectivas de verano 2022, recogidos en una nueva edición del informe **Smart Observatory**, análisis que la consultora elabora en exclusiva para la patronal. El estudio concluye que, a pesar de la previsión inflacionaria que ha erosionado la intención de viaje en el mes de junio, **el sector turístico roza la recuperación en verano 2022** con un índice de 0,95 puntos con respecto a los datos registrados en 2019, y supera en 0,32 puntos al mismo periodo de 2021.

El Smart Observatory **permite identificar las tendencias del sector para los próximos tres meses**. El índice se obtiene a través de un marco metodológico que incluye el entorno macroeconómico, la situación sanitaria, las variaciones de los flujos turísticos, el sentimiento del turista en los canales digitales, la intención de viaje y la tendencia futura de la demanda.

A pesar del amenazante escenario global, el análisis apunta que existe un **alto interés por viajar a España en este primer verano sin restricciones**, que arranca con una cartera sustancialmente superior a la de 2021, pero, posiblemente, con **cancelaciones aún elevadas**.

### **Reactivación del turismo internacional y fortalecimiento de los viajes nacionales**

Tal y como señala el informe, la eliminación de las restricciones ha permitido **reactivar el turismo internacional** que se sitúa en **un 87% de los niveles de 2019**, lastrado por el turismo asiático o de larga distancia. En este sentido, en 2019 se registraron 10,6 millones de turistas internacionales alojados en España en un hotel durante el segundo cuatrimestre del año, mientras que en 2022 se han registrado **9,2 millones de turistas** en el mismo periodo. Los principales países emisores están recuperando así su cuota de mercado.

El Smart Observatory muestra además que **la intención de viaje de los países europeos se ha disparado**, sobre todo, la relativa a **los países nórdicos que casi duplican los niveles de 2019**. Igualmente, el análisis apunta que la intención en los **Países Bajos, Italia y Alemania** también crece hasta **superar en más de un 50% la intención prepandemia**.

Por su parte, el **turismo nacional supera los niveles de 2019**. Así, en 2019 se registraron 9 millones de turistas nacionales hospedados en establecimientos españoles, mientras que en 2022 se han alcanzado los 9,4 millones de turistas durante el periodo analizado.

### **Intención de viaje a España**

**La intención de viaje a España se dispara** en el segundo cuatrimestre de 2022. El estudio confirma cómo el interés por el viaje internacional se ha reactivado en todos los países, superando los niveles de 2019. De este modo, España se refuerza tras la pandemia con intenciones de viaje más de un 50% superiores a 2019 en países como Alemania, Italia, Países Bajos y los países nórdicos (estos un 96% por encima). Además, el turismo británico se recupera definitivamente situándose en una intención de viaje similar a 2019.

### **Aumento de las reservas y cancelaciones superiores a 2019**

De cara a **la temporada de verano, el informe apunta cómo las reservas han crecido notablemente**, duplicando los valores de 2021 en los meses de julio y septiembre y reforzando la sólida recuperación del sector.

**Madrid y Barcelona ratifican la recuperación del turismo urbano** triplicando los niveles de reserva en 2021, mientras que la reservas para septiembre se mantienen solidas (32% de cartera).

Por su parte, **el turismo de grupos triplica las reservas del 2021** para este verano.

Además, a pesar del importante **crecimiento del canal directo** (especialmente en el turismo vacacional), el sector muestra un crecimiento muy relevante.

El sector continúa con paso firme en la mejora constante y continua del **RevPAR** (*Revenue Per Available Room* o ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles), que supera en abril los niveles de 2019.

No obstante, cabe señalar que **las cancelaciones** para este segundo trimestre del año **continúan siendo superiores a las de 2019**, aunque se han reducido en 20 puntos porcentuales frente al mismo periodo de 2021 (aunque están aumentando en el mes de junio).

## Sentimiento hacia España

El sentimiento hacia España, que se calcula restando las menciones negativas de las menciones positivas, **sigue siendo positivo**, pero se sitúa a niveles más bajos que el año anterior.

Empiezan a aparecer muchas menciones resaltando los **problemas geopolíticos, la inflación y el encarecimiento del combustible**, lo cual puede hacer que se vea reducida la duración de los viajes o que una parte de los turistas extranjeros se replanteen el tipo de viaje a España que van a realizar (tipología del alojamiento o actividades que harán en destino).

## Preocupante escenario macroeconómico

A pesar de los positivos resultados y perspectivas, **CEHAT y PwC llaman a la prudencia subrayando que el entorno macroeconómico es amenazante**. En este sentido, el informe refleja cómo las previsiones de crecimiento mantienen el pesimismo, ralentizando la recuperación de España hasta finales de 2023.

La patronal destaca el **rápido crecimiento del Euribor** en la primera mitad del año, que cambia su tendencia (0,85% en junio). Dentro de las tendencias macroeconómicas, CEHAT apunta que hay que tener en cuenta cómo, a nivel nacional, el **encarecimiento de las hipotecas** produce una **reducción en la capacidad de compra** de las familias españolas y, a nivel internacional, el escenario es también desalentador ya que, por ejemplo, la **devaluación de la libra** afecta a los turistas ingleses que ven cómo sus viajes a España se encarecen.

A ello se suma que, tal y como señala el informe, el **precio de la energía y la comida** continúan subiendo por el desabastecimiento, que se prevé que continúe hasta 2024.

En línea con ello, el Smart Observatory apunta que la inflación prevista para los próximos años (superior al 4%) demuestra que se trata de una **inflación estructural y no coyuntural**.

A nivel sanitario, el estudio apunta que **la virulencia de la COVID se reduce** a medida que aumentan las vacunaciones, sin embargo, la aparición de una nueva ola dispara los contagios en Europa donde la mortalidad se reduce drásticamente.

*“El Smart Observatory que presentamos hoy refleja una buena salud de la demanda y una intención muy positiva de viajar por y hacia España que se está reflejando en las reservas y pernoctaciones. No obstante, el sector está preocupado por las amenazas que presenta el escenario macroeconómico a nivel global. La **inflación** hotelera supera el 20% y, en muchos casos, el 25% dependiendo de la tipología del alojamiento. Se está produciendo una **subida de costes a nivel energético** y nosotros somos un sector muy dependiente en este sentido. A esto se suma un **incremento de los costes de la alimentación y bebidas**. Y para nuestro sector es imposible trasladar esta*

*subida de costes al precio por la dinámica del mercado y la bajada de márgenes empresariales”, afirma **Jorge Marichal**, presidente de CEHAT.*

Por su parte, **Cayetano Soler**, socio responsable de Turismo de PwC, ha señalado que *“la industria demuestra su capacidad para ser de nuevo motor de crecimiento económico del país y generación de empleo de valor, siendo una palanca clave para afrontar la recuperación económica. No obstante, tenemos que estar en alerta, ante la incertidumbre macroeconómica a la que nos enfrentamos, tanto a nivel nacional, como a nivel internacional de todos nuestros principales países emisores que puede afectar a la recuperación sostenible. **Es necesario trabajar de una manera conjunta con los diferentes agentes de la cadena de valor, los agentes sociales y la administración que nos permita desarrollar un servicio y producto diferencial frente a nuestros principales competidores”.***

Para **Ramón Estalella**, secretario general de CEHAT, *“hay que destacar el **poder de recuperación del sector turístico**, que se enfrenta a un mercado internacional a corto plazo de mucha demanda, pero que con seguridad se va a ralentizar una vez que la bolsa de ahorro se haya gastado en el corto plazo. Es necesario entender que el conjunto del año marca índices preocupantes de caída de demanda en los últimos meses del mismo”.*

#### 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 295.000 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](http://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](http://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.