

Quehoteles prevé facturar un 50 % más que en 2021

Quehoteles.com afirma que este verano se han confirmado a través de su portal el mayor número de reservas de los últimos tres años

La agencia online ya lo vaticinaba en otros comunicados de prensa y no ha estado muy desencaminada. Los turistas han vuelto a viajar y han permitido que las agencias de viajes vean como aumentan sus cifras, tanto en reservas confirmadas como en precio medio por reserva.

La OTA comenta que este año han confirmado, para los meses de junio, julio y agosto, un 5 % más de reservas que en 2021 y con un precio medio de 522 €, un 9 % más alto que en el año anterior. Un dato de interés es que ese incremento de precio ha oscilado en los hoteles pertenecientes a cadenas hoteleras entre un 5 % y un 20 %, sin que haya afectado de manera negativa a la demanda, ya que las ventas han crecido con respecto al año anterior.

La dirección de la agencia de viajes afirma: "ha sido un verano muy positivo, a pesar de los factores negativos con los que estábamos conviviendo, como el conflicto de Ucrania, la inflación y las huelgas de compañías aéreas".

Los usuarios de Quehoteles.com han viajado principalmente a Canarias, Andalucía, Costa Dorada y Costa Blanca. Destacan zonas como Benalmádena, Roquetas de Mar, Salou y Benidorm. Un 60 % de las reservas se han confirmado para 3 o menos noches, un 34 % entre 4 y 7 noches y solo un 6 % para más de 7 noches.

Otoño incierto para el turismo

Después de un buen verano, viene un otoño de incertidumbre para el turismo. En la época estival, las compañías aéreas no han aumentado sus tarifas al ritmo de la subida general del carburante. Pero sí lo han hecho en algunos precios de última hora. Si siguen aumentando estos precios, las reservas hoteleras podrán verse afectadas.

Además, con la subida de precio de las materias primas, el poder adquisitivo de muchos españoles se ha visto afectado. Por lo que habrá que esperar a ver el comportamiento de los usuarios de cara a las reservas de última hora. A lo que se le suma que este año no habrá puente de octubre, ya que el día 12 festivo nacional caerá en miércoles.

La OTA apunta que tienen la mirada puesta en la campaña de Black Friday en el mes de noviembre, ya que será clave para los resultados del último trimestre.

A pesar de esto, gracias al buen inicio del 2022 en cuanto a incremento de ventas, la agencia online estima que podrá cerrar el año con una facturación un 50 % superior a 2021.

Datos de contacto:

Carmen Checa

910887401

Nota de prensa publicada en: [Santa Cruz de Tenerife](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Viaje Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>