



Smart Observatory – Sector Hotelero

Temporada Primavera 2024



El Smart Observatory se elabora a partir de una metodología integral que permite identificar las principales tendencias a futuro del sector

Marco metodológico



Estructura

Claves a analizar

Fuentes

- 1 Entorno macroeconómico** 

Arrancaremos el análisis identificando cómo han variado las principales variables macroeconómicas que pueden afectar al turismo, en España y en los países de su entorno.
- 2 Retrospectiva sectorial** 

Identificaremos cómo han variado los flujos turísticos en el último trimestre y qué tendencias se observan.
- 3 Sentimiento del turista** 

Analizaremos los atributos y valores que subyacen a los comentarios y reseñas que el turista genera en los canales digitales, pudiendo identificar el sentimiento neto del mismo y su evolución.
- 4 Intención de viaje** 

En este punto se analizará cómo los turistas están realizando sus búsquedas futuras, identificando los orígenes y destinos, con el fin de poder disponer de una orden de magnitud comparable entre los distintos periodos de tiempo.
- 5 Prospección futura** 

Analizaremos las reservas existentes en cartera realizadas previamente al inicio del trimestre a analizar, para identificar la tendencia futura de la demanda.
- 6 Índice Smart Observatory** 

En base a los anteriores análisis definimos el Índice Smart Observatory, que pondera los resultados relativos de los análisis previos (en base 2019), estableciendo un marco comparativo a nivel de trimestre.



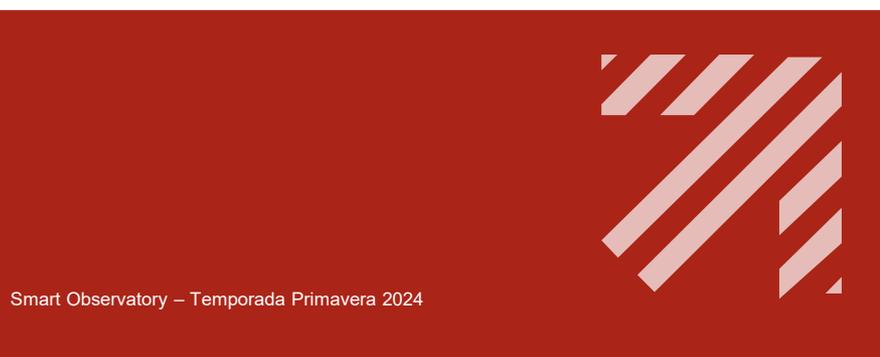


Índice

1 Resumen ejecutivo

2 Análisis Smart Observatory

- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Retrospectiva sectorial
- 2.3. Sentimiento del turista
- 2.4. Intención de viaje
- 2.5. Prospección futura





1

Resumen ejecutivo



Primavera '24 prolonga el crecimiento, con una mayor antelación en las reservas y más presencia del mercado internacional

La temporada primaveral de 2024 augura la continuidad de los niveles de crecimiento de temporadas anteriores, apoyada en la recuperación progresiva de los grandes mercados europeos, en un entorno macroeconómico más estabilizado, y con un interés de viaje creciente de cara al próximo trimestre

El **índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 1,25 para la Primavera 2024**, superando con creces unas perspectivas que ya fueron positivas en el mismo periodo del año anterior.

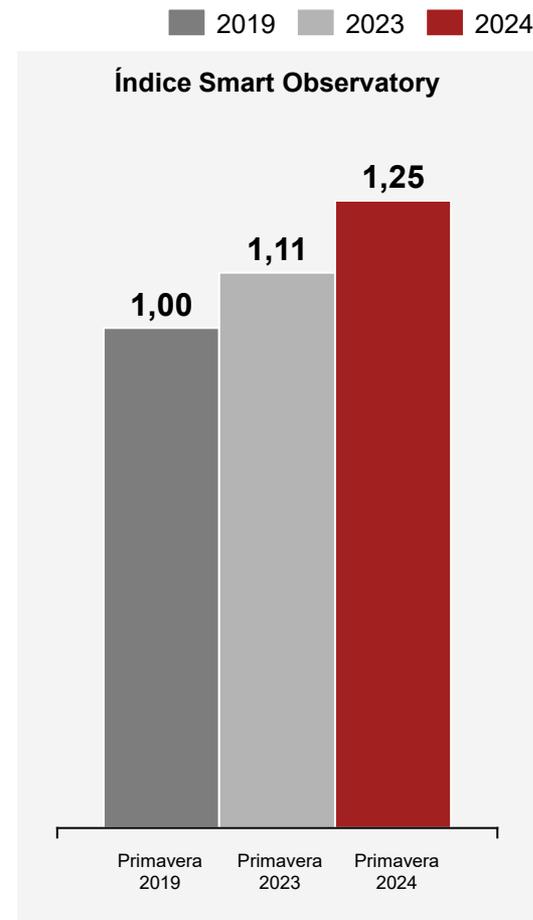
En un **entorno macroeconómico más estable que el año anterior**, y con el continuo cambio en los hábitos del cliente hacia un mayor uso de experiencias y servicios, junto con las dinámicas de viajes corporativos ya más consolidadas, **se dibuja un panorama de creciente demanda**. No obstante, no se debe dejar de prestar atención a la ligera bajada de las previsiones del PIB de España y a la inflación acumulada.

Dicha inflación acumulada ha afectado notablemente a los costes del sector, que ha tenido que ajustar sus tarifas como respuesta. Sin embargo, el sector ha logrado **incrementar los niveles de ocupación del período invernal** en 4,1 p.p. En este sentido, tanto el mercado internacional como el

nacional continúan creciendo respecto de los niveles prepandemia (+3% en diciembre y enero respecto a 2019) gracias a la **recuperación de la conectividad procedente de Alemania y Reino Unido**, junto con el crecimiento de otros mercados como el portugués o el italiano.

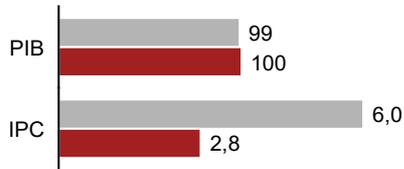
De cara a la temporada primaveral, el interés mostrado a través de búsquedas en internet continúa creciendo (+25p.p. respecto a 2023), y **remarca especialmente la intención de viaje de Francia e Italia**.

Continuando con la tendencia del periodo invernal, las **previsiones en cartera muestran unas perspectivas prometedoras de cara a los próximos tres meses**, con **ocupación en cartera del 45%** (+5,7p.p. vs. 2023), **una mejora del precio medio** y apoyadas además en la reducción de cancelaciones (-3,5% vs. 2023), que incrementa la **solidez de cartera**.



Las previsiones para la Primavera '24 apuntan a números históricos sustentados en el crecimiento de la ocupación (+13% vs. 2023)

PIB Real en base 100 Q1 2019 e IPC*



España conserva unas previsiones de crecimiento favorables pese a la inflación acumulada

Interés por el viaje a España

Base 100 Q1 2019

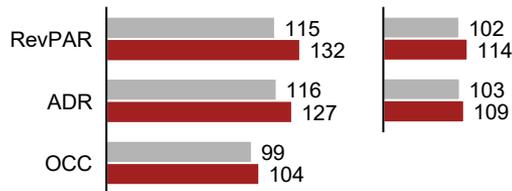


La proximidad de la Semana Santa dispara el interés por viajar a España en los países vecinos

Indicadores hoteleros Base 100 (diciembre-enero) 2019

Valores nominales

Valores reales**



Los ingresos se alzan un 14% en términos reales respecto a 2019 gracias a una mejoría del 4% de la ocupación

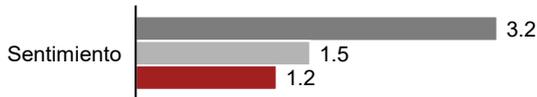
On the book (cartera) % ocupación a fecha 25 de febrero



Las reservas en cartera a 90 días superan notablemente al año anterior, especialmente en marzo debido a la Semana Santa

Sentimiento neto hacia España

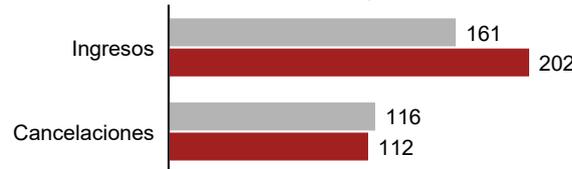
[-5 valor más negativo, +5 valor más positivo]



El sentimiento neto hacia España aún no alcanza los niveles de años previos a causa de las subidas de precios

On the book (cartera) en canal directo

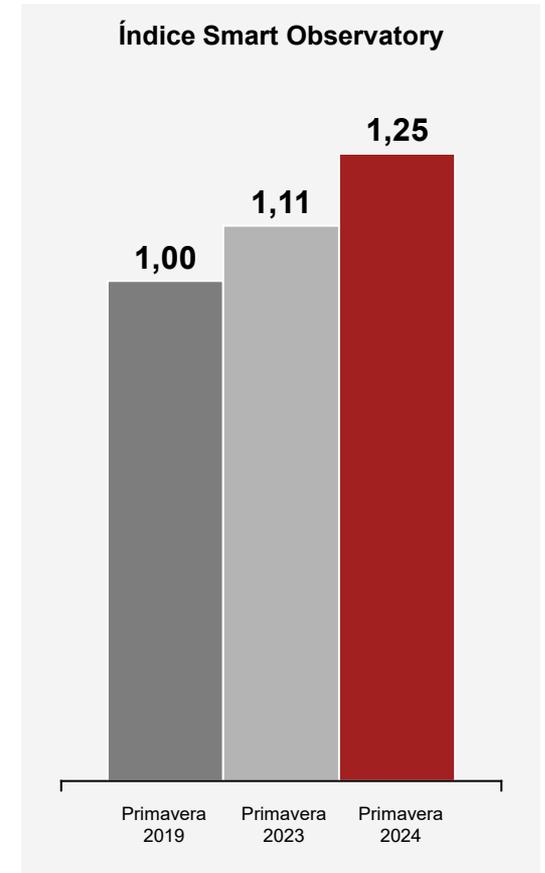
a fecha 4 de marzo en base 100 respecto a 2019



El crecimiento del canal directo, la subida de la ocupación y la mayor proximidad de la Semana Santa disparan los ingresos esperados

■ 2019 ■ 2023 ■ 2024

Índice Smart Observatory



*Datos disponibles más recientes

**Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: OCDE, Banco de España, INE, Our World in Data, Google Trends/Google Travel Insights, STR, Mirai, Análisis PwC



2

Análisis Smart Observatory

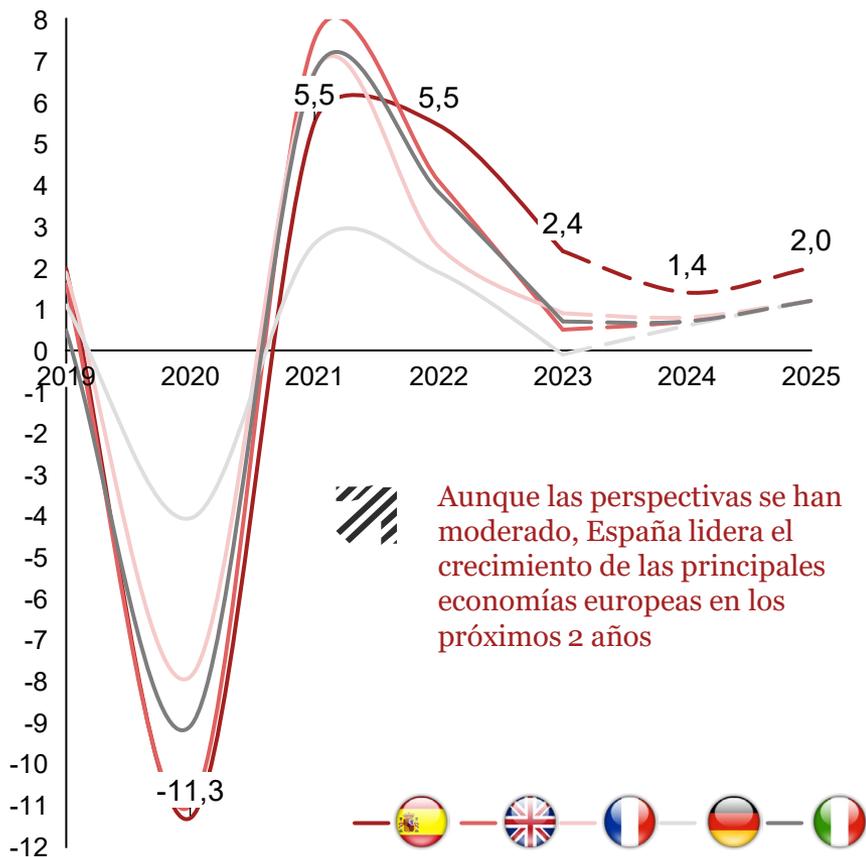
- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Retrospectiva sectorial
- 2.3. Sentimiento del turista
- 2.4. Intención de viaje
- 2.5. Prospección futura



España lidera las moderadas perspectivas de crecimiento de los principales países de la UE durante los próximos 2 años

Tendencias macroeconómicas

Evolución del PIB Real entre 2019 y 2025* [Var %, Anual]



Evolución y comparativa de proyecciones del PIB Real español [Base 100 Q4 2019]



La libra y el dólar se estabilizan ligeramente, y los tipos de interés comienzan a bajar

Tendencias macroeconómicas

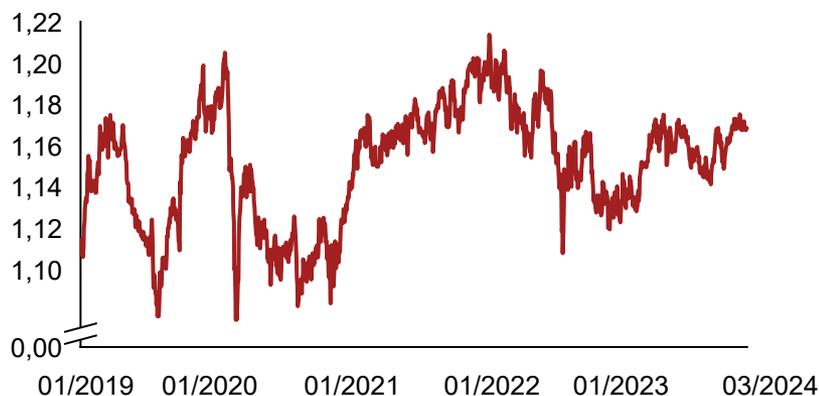
Euribor mensual histórico [%]



Tasa de desempleo entre 2019 y 2025, previsiones 2024 y 2025* [%]

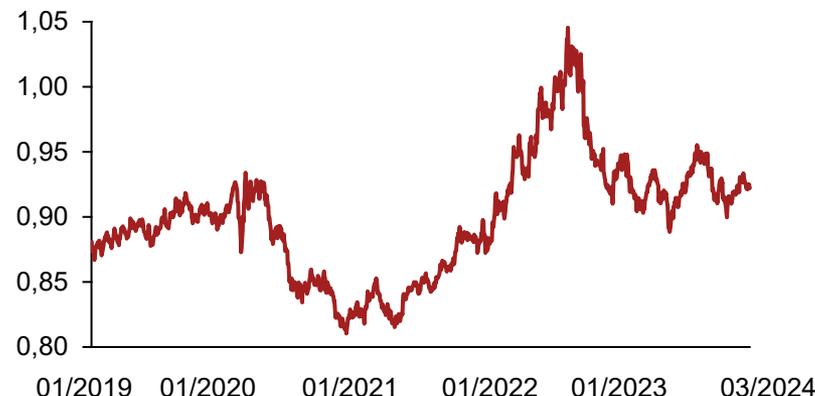
	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*
	14,1	15,5	14,8	12,9	12,1	12,0	11,8
	3,8	4,6	4,5	3,7	4,3	4,7	4,9
	8,5	8,1	7,9	7,3	7,2	7,4	7,5
	3,0	3,7	3,6	3,1	3,0	3,0	2,9
	9,9	9,3	9,5	8,1	7,6	7,8	7,6

Cambio Libra/Euro histórico



La libra se ha revalorizado en los últimos meses, suavizando la pérdida de adquisitivo del turista británico en España

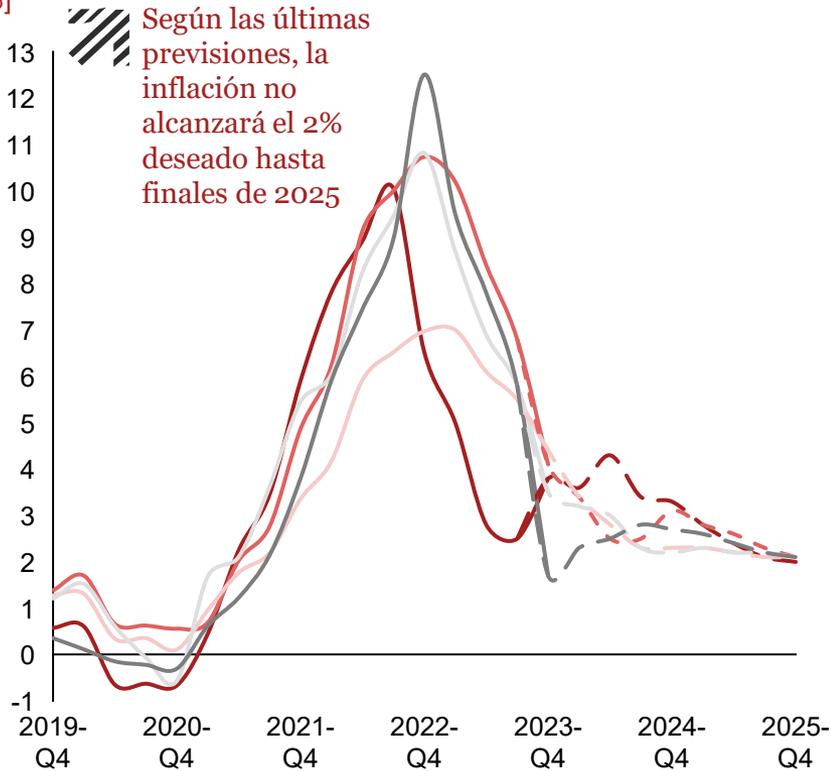
Cambio Dólar/Euro histórico



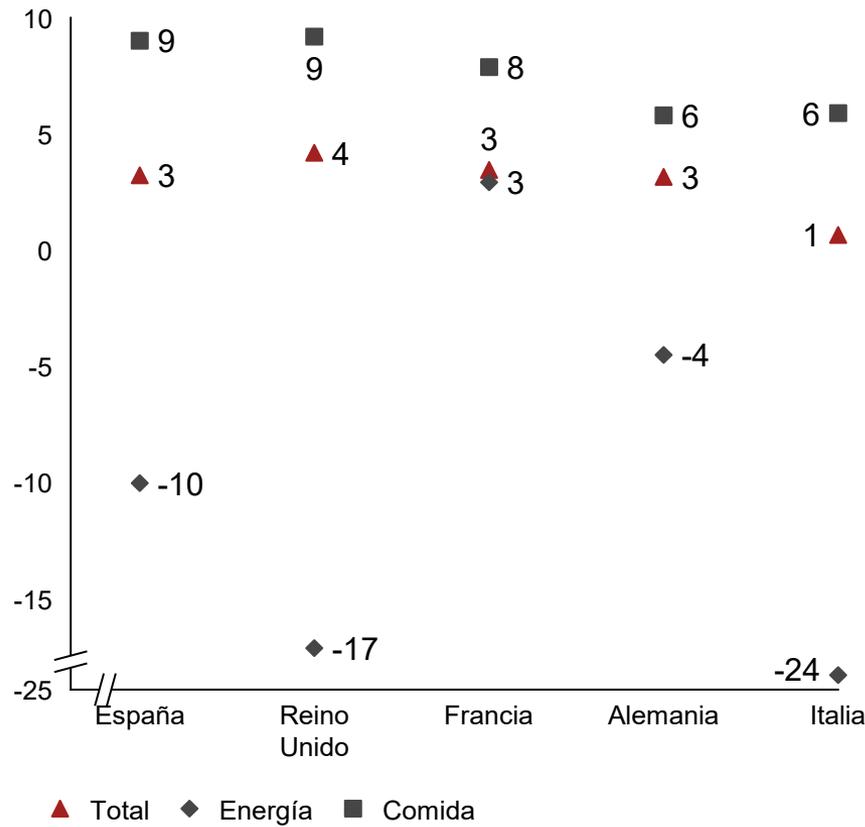
Aunque el incremento de los precios de la energía se ha moderado, la inflación sigue por encima de los niveles deseados

Tendencias macroeconómicas

Evolución de la inflación entre 2019 y 2024* [Var Anual, %]



Inflación total, energía y comida – noviembre 2023 [Var Anual, %]

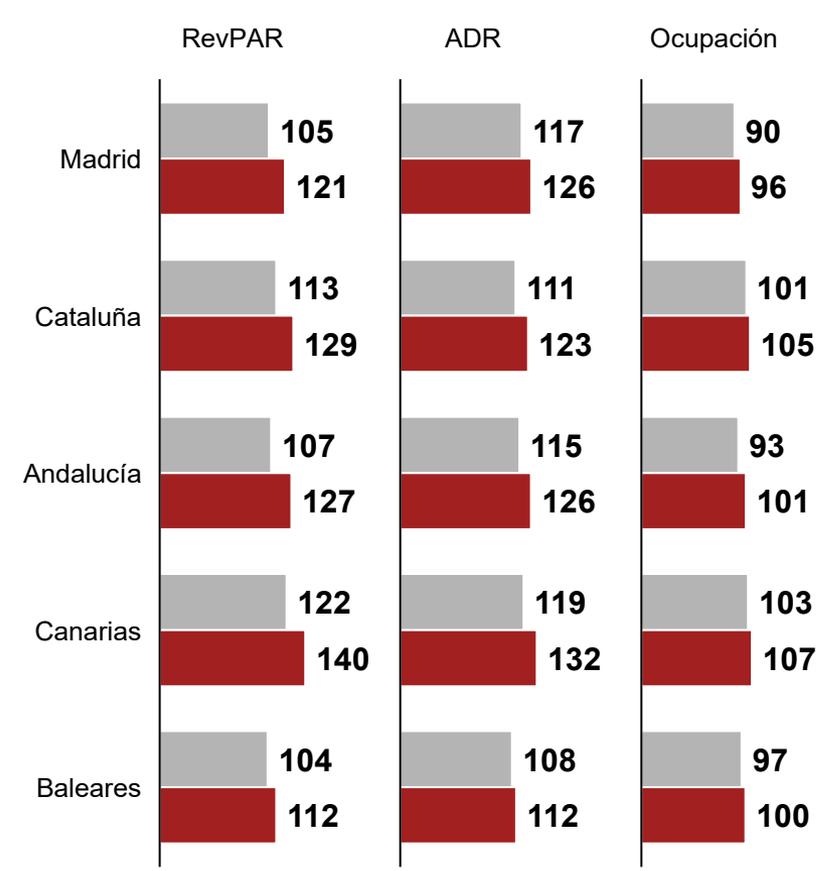
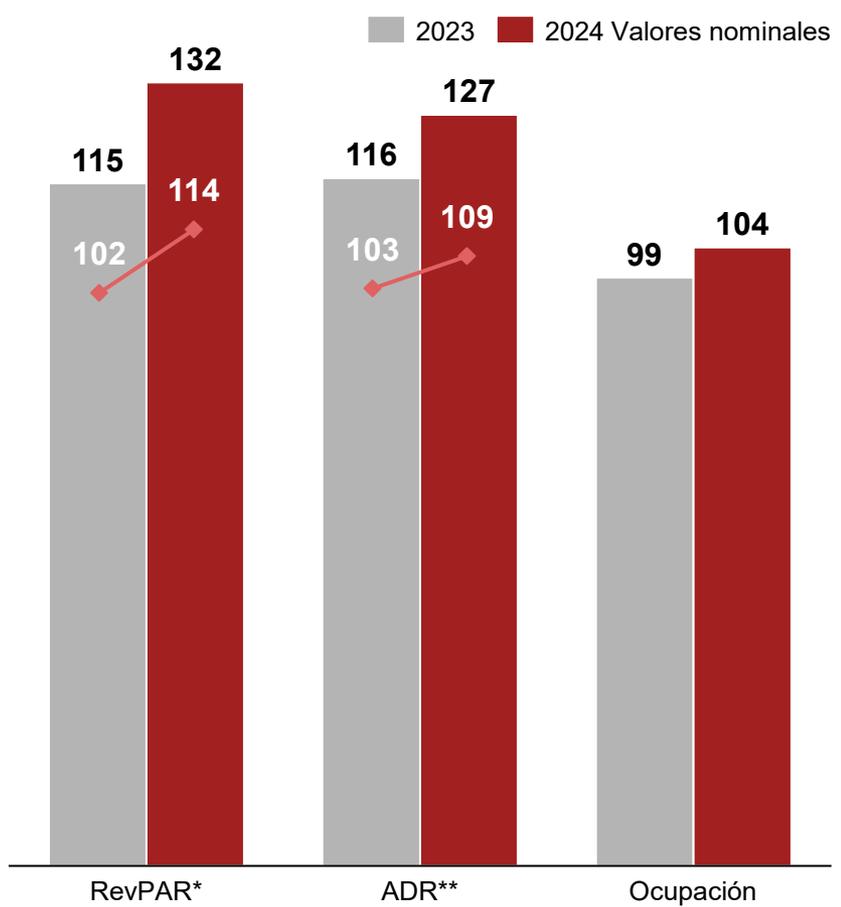


El sector supera en un 4% los niveles de ocupación de 2019 en la temporada de invierno y alcanza un RevPAR real un 14% superior

Evolución de los principales indicadores hoteleros (diciembre-enero 2024)

Nivel nacional [Base 100 2019] ◆ Valores reales***

Detalle regional [Base 100 2019]

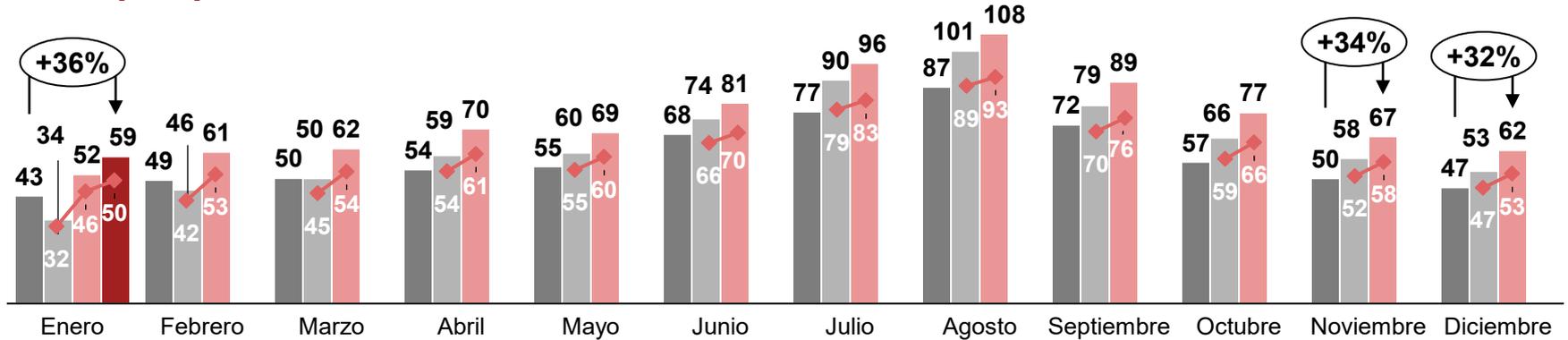


*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles
 **ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas
 ***Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019
 Fuente: INE, Análisis PwC

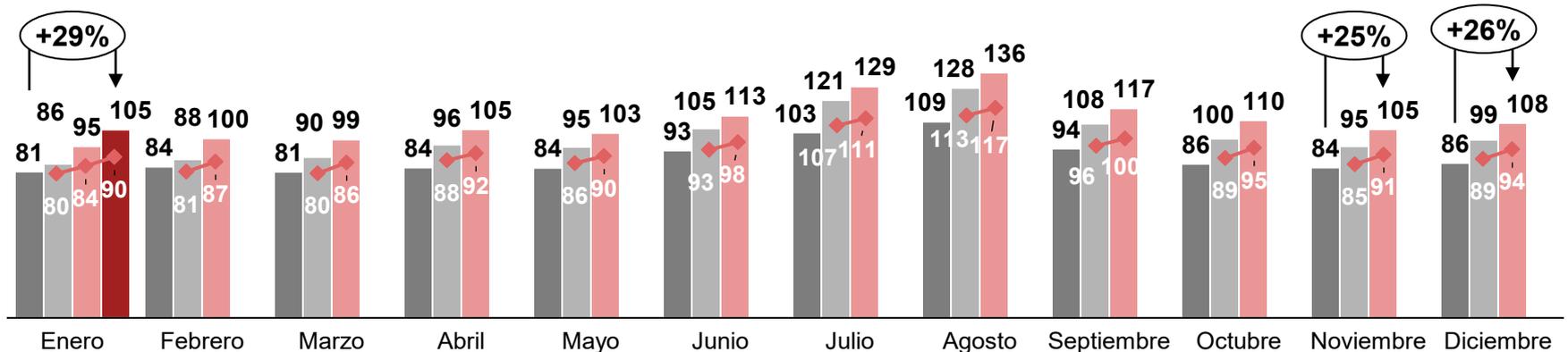
El RevPAR mantiene el ritmo de crecimiento de los meses anteriores, superando al del ADR, pese al efecto de la inflación

Evolución RevPAR* y ADR**

RevPAR [Euros]



ADR [Euros]



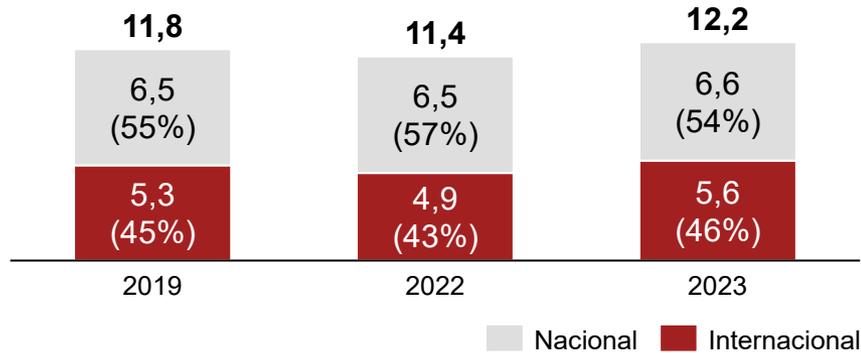
◆ Valores reales*** 2019 2022 2023 2024 Valores nominales

*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones
 **ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas
 ***Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019
 Fuente: INE, Análisis PwC

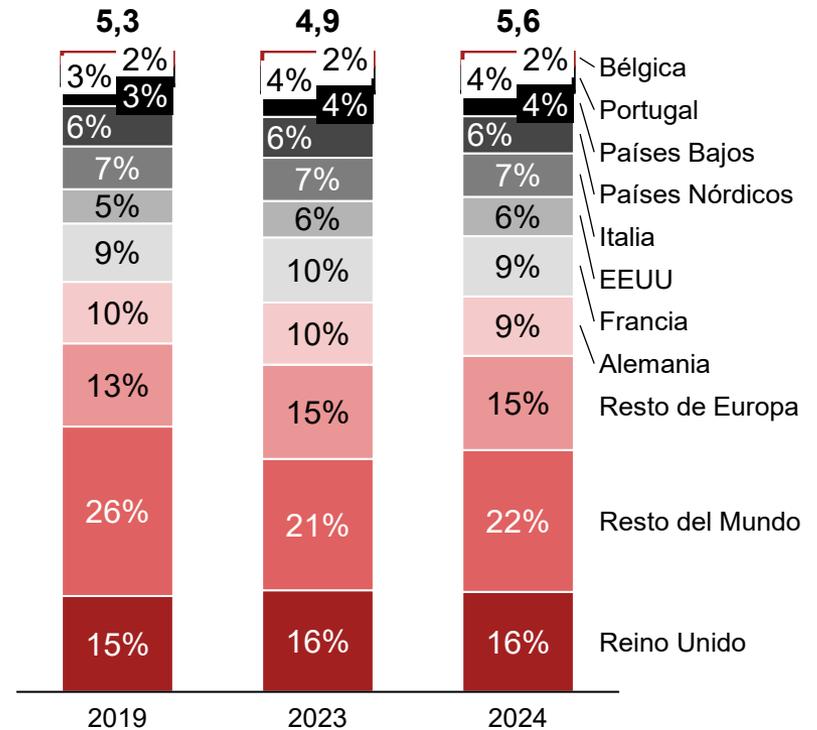
El sector alcanza volúmenes de récord en la temporada de invierno, tanto en turismo nacional como internacional (+3% vs. 2019)

Evolución en el número de viajeros

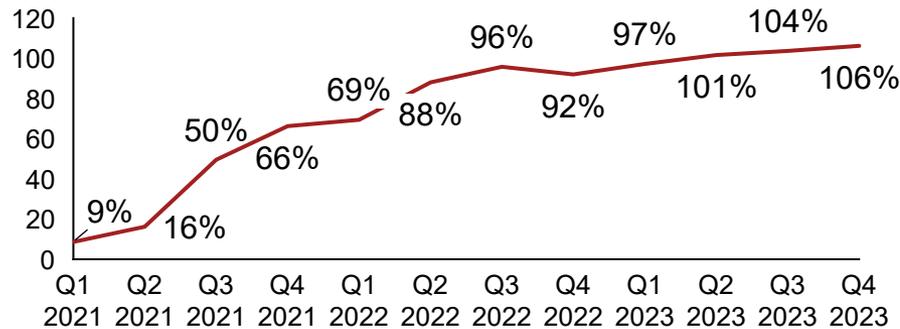
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (dic-ene) [Millones de turistas]



Distribución de turistas internacionales según país de origen (dic-ene) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]

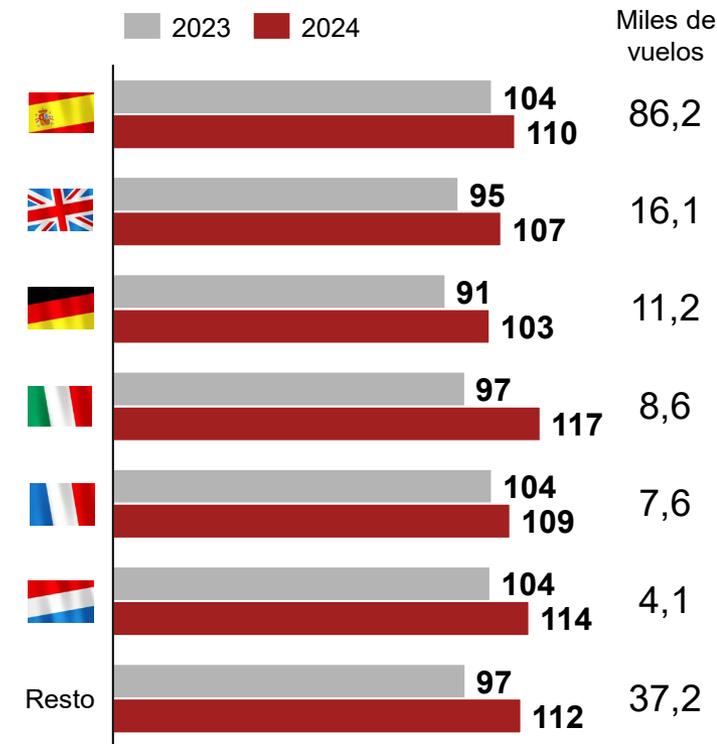


El peso del turismo internacional crece un 6% respecto a 2019 y se refleja en todos los mercados (especialmente en Portugal y Europa del Este), aunque los minoritarios fuera de Europa aún no alcanzan la recuperación total

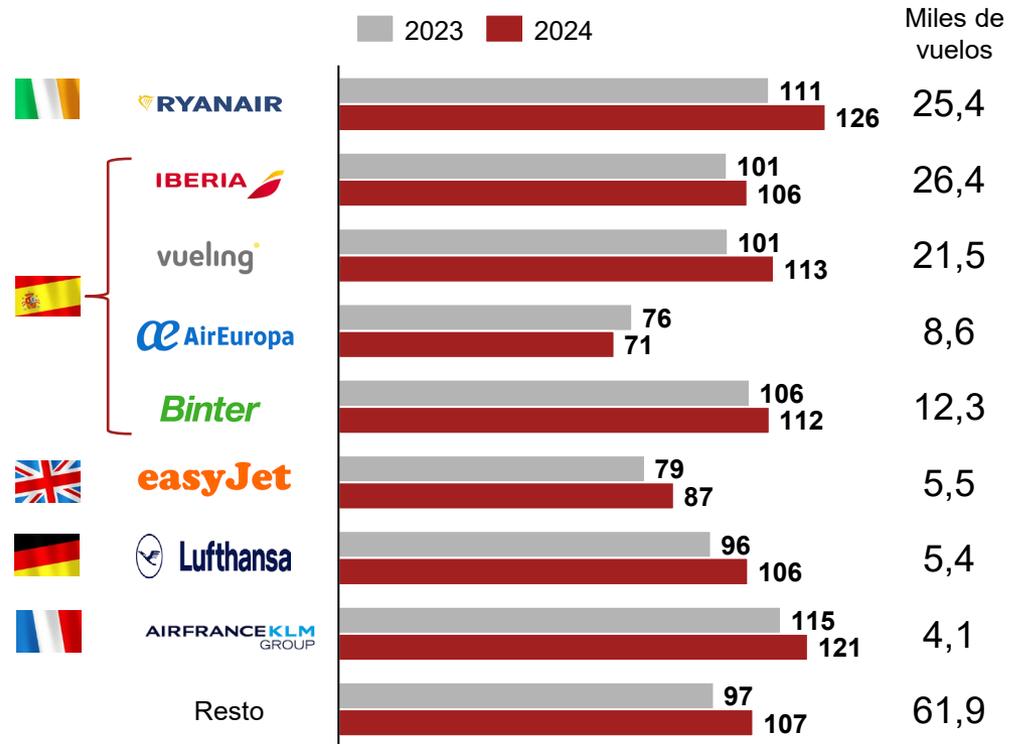
En la temporada de invierno, UK y Alemania han superado el volumen prepandemia de pasajeros que viajan a España

Histórico – Tráfico aéreo (diciembre y enero)

Pasajeros destino España por país de origen
[Base 100 2019]



Número de vuelos con destino España por compañía
[Base 100 2019]



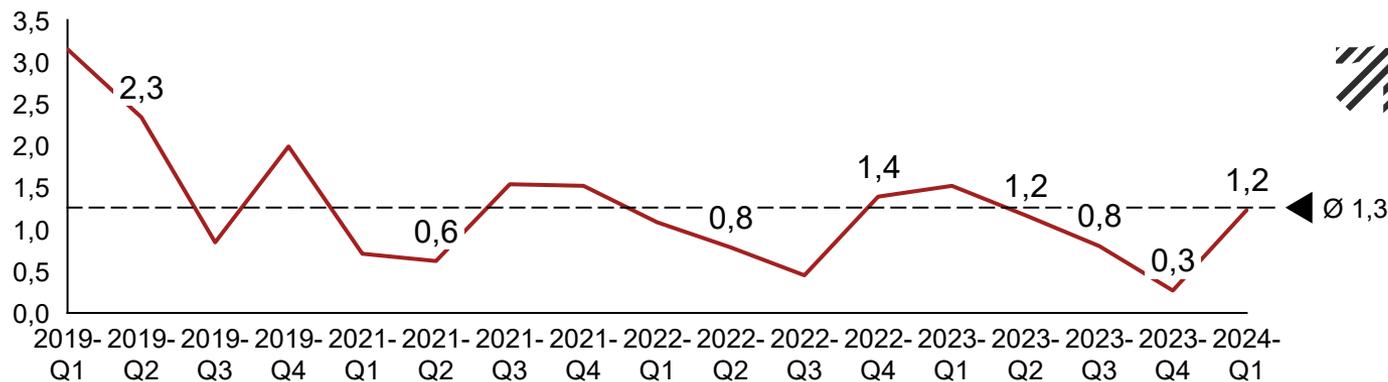
 Reino Unido y Alemania han acelerado su recuperación en el periodo invernal, y alcanzan el volumen de pasajeros previo a la pandemia

2024 comienza con una recuperación del sentimiento neto, aunque la subida de precios sigue preocupando al turista

Sentimiento del viajero

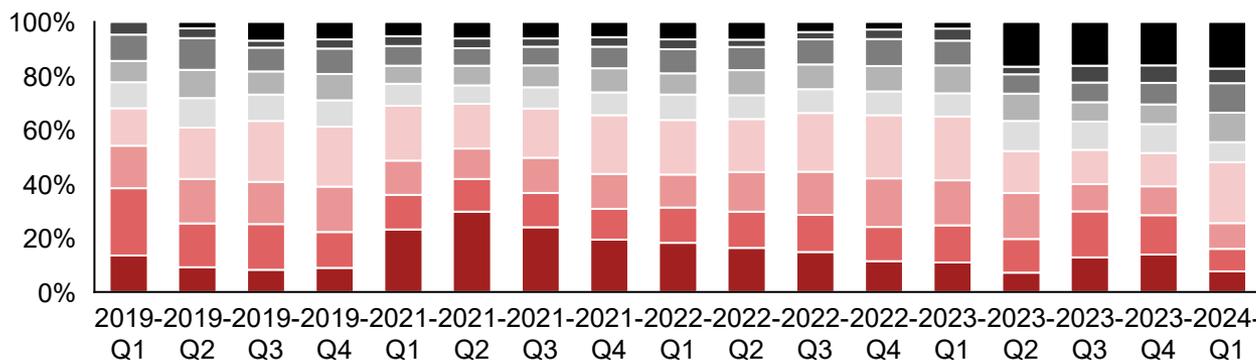
Evolución del sentimiento neto¹ del turista hacia España

[-5 se corresponde con el valor más negativo y 5 con el valor más positivo]



El sentimiento neto hacia España mejora aunque no alcanza los niveles prepandemia a causa de las quejas relacionadas con la inflación

Evolución de las menciones internacionales de España² [Porcentaje relativo por temática]



La preocupación por la subida de precios del transporte y la hostelería continúa al alza (+1,2 p.p.), mientras que las quejas de seguridad se han visto reducidas (-6,2 p.p.)

■ Seguridad ■ Playa ■ Naturaleza ■ Cultura ■ Gastronomía ■ Ocio ■ Deporte ■ Negocio ■ Precio

(1) Sentimiento Neto: $5 \times (\text{Menciones Positivas} - \text{Menciones Negativas}) / (\text{Menciones Positivas} + \text{Menciones Negativas})$. (2) Se ha modificado el sistema de clasificación de tweets a partir de 2023-Q2
Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

El sentimiento del turista nacional crece gracias al fomento del turismo cultural y de ocio

Sentimiento del viajero (enero-febrero)

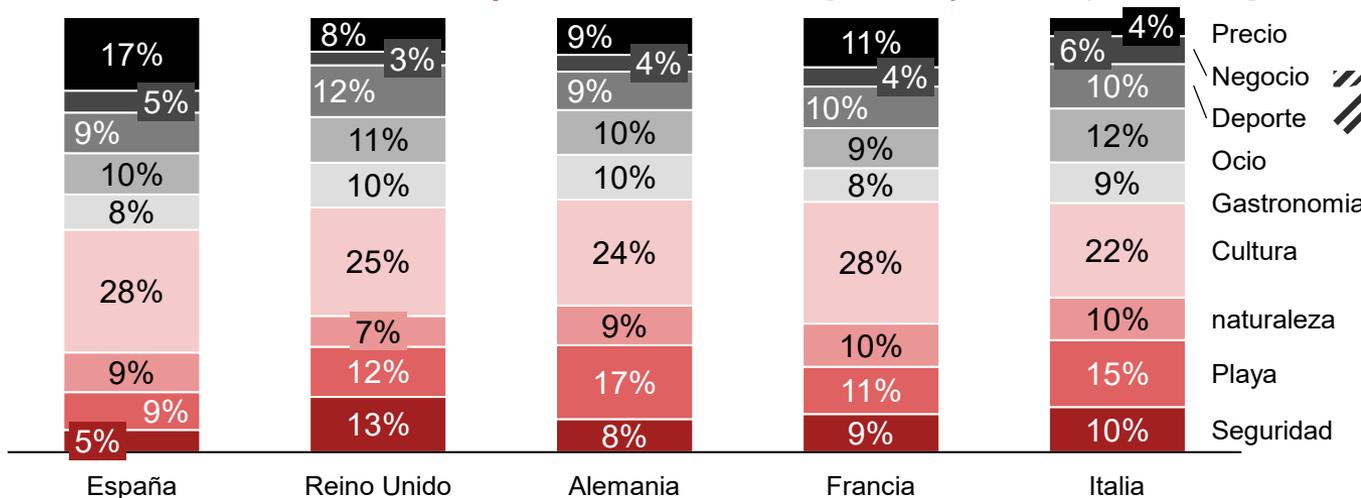
Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

[-5 se corresponde con el valor más negativo y 5 con el valor más positivo]



El sentimiento se mantiene en torno a los niveles de 2023, mejorando en España y Reino Unido

Menciones internacionales de España en ene-feb 2024 [Porcentaje relativo por temática]

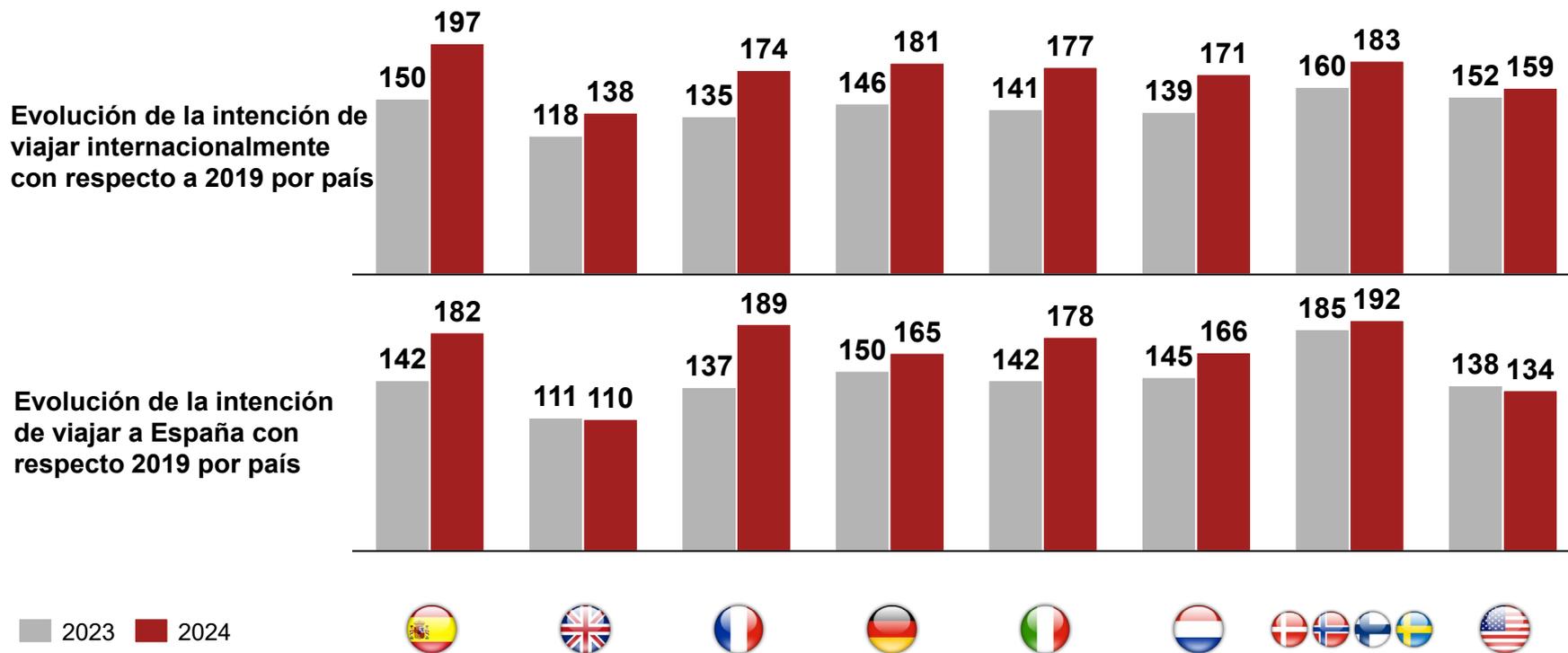


El turista español muestra mayor preocupación que el extranjero por los precios, mientras que Italia y Reino Unido muestran más quejas de seguridad

Los viajes de corta distancia a España despiertan el interés de los países vecinos para esta primavera

Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (enero-febrero)

Google Travel Insights metric normalizado por País [Base 100 2019]



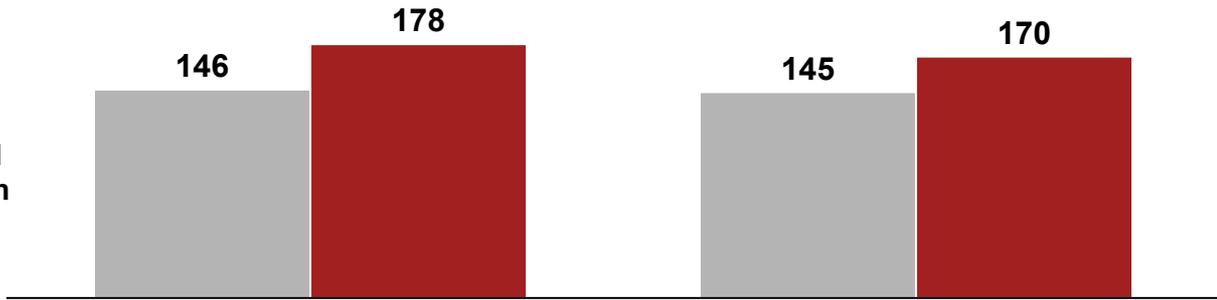
Italia y Francia destacan por su creciente interés por viajar a España, priorizando para esta primavera los viajes de corta distancia frente a otras alternativas. Por otro lado, Reino Unido y Estados Unidos han ralentizado ligeramente la evolución de búsquedas que traían de meses anteriores

El interés por viajar a España crece notablemente respecto de ejercicios anteriores, alineado con la intención de viaje global

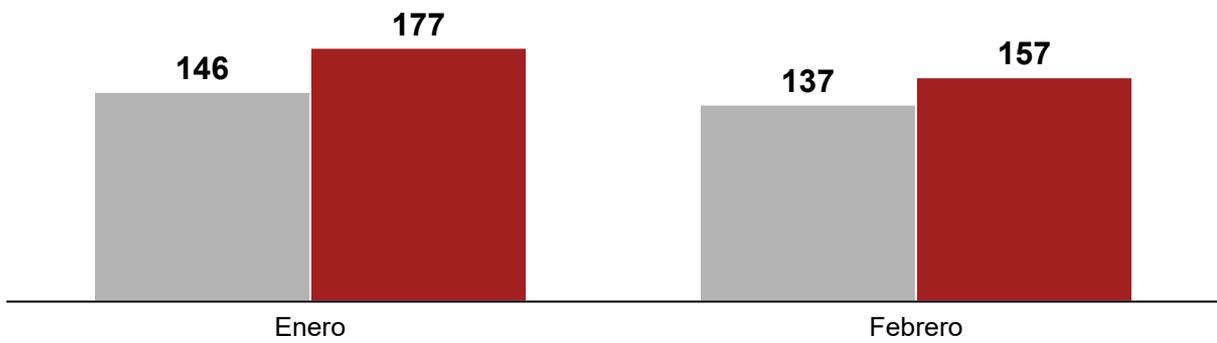
Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (enero-febrero)

Google Travel Insights metric [Base 100 2019]

Evolución de la intención global de viajar internacionalmente con respecto a 2019



Evolución de la intención global de viajar a España con respecto a 2019



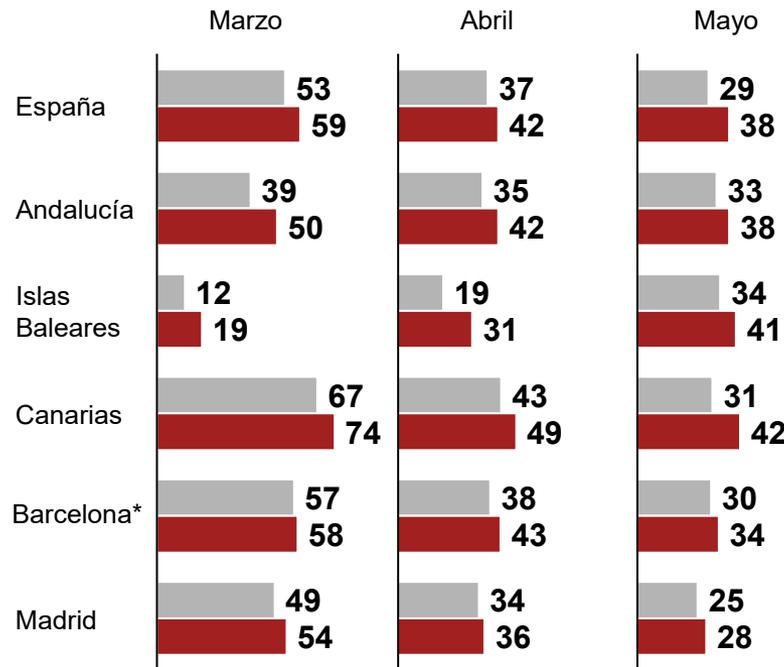
■ 2023 ■ 2024

Primavera 2024 arranca con una cartera 5,7 p.p. por encima de 2023, con un impacto notable del adelanto de la Semana Santa

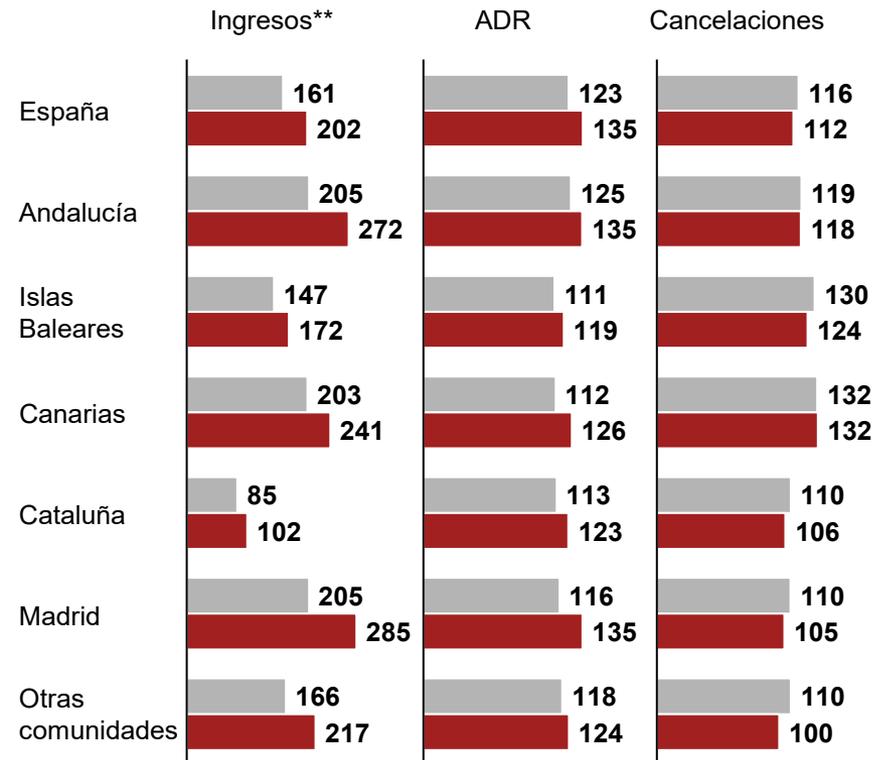
Indicadores de la posición de cartera

■ 2023 ■ 2024

Ocupación en Cartera a 90 días



Canal directo (On the book) a 4 de marzo [Mirai] [Base 100 2019]



La mejora de la anticipación junto con la mayor cercanía de la Semana Santa provocan un crecimiento de la ocupación de un 13% respecto a 2023, destacando especialmente Canarias

Los ingresos del canal directo continúan creciendo en línea con la temporada anterior, creciendo un 26% respecto a 2023

* La información se corresponde con Barcelona provincia.

** Estos valores se refieren a venta directa, cuya cuota frente al resto de canales ha crecido considerablemente tras la pandemia
 Datos: Mirai, STR, Análisis PwC

Muchas gracias

