



Smart Observatory

Temporada Verano 2022



El Smart Observatory establece una medida holística que permite identificar la tendencia sectorial para el trimestre futuro

Marco metodológico



Estructura

Claves a analizar

Fuentes

- | Estructura | Claves a analizar |
|---|--|
| 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 Situación sanitaria  | En este punto se analizará la evolución de las principales variables de la pandemia y su impacto en el sector. |
| 3 Retrospectiva sectorial  | Identificaremos cómo han variado los flujos turísticos en el último trimestre y qué tendencias se observan. |
| 4 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. |
| 5 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. |
| 6 Prospección futura  | Analizaremos las reservas existentes en cartera realizadas previamente al inicio del trimestre a analizar, para identificar la tendencia futura de la demanda. |
| 7 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. |



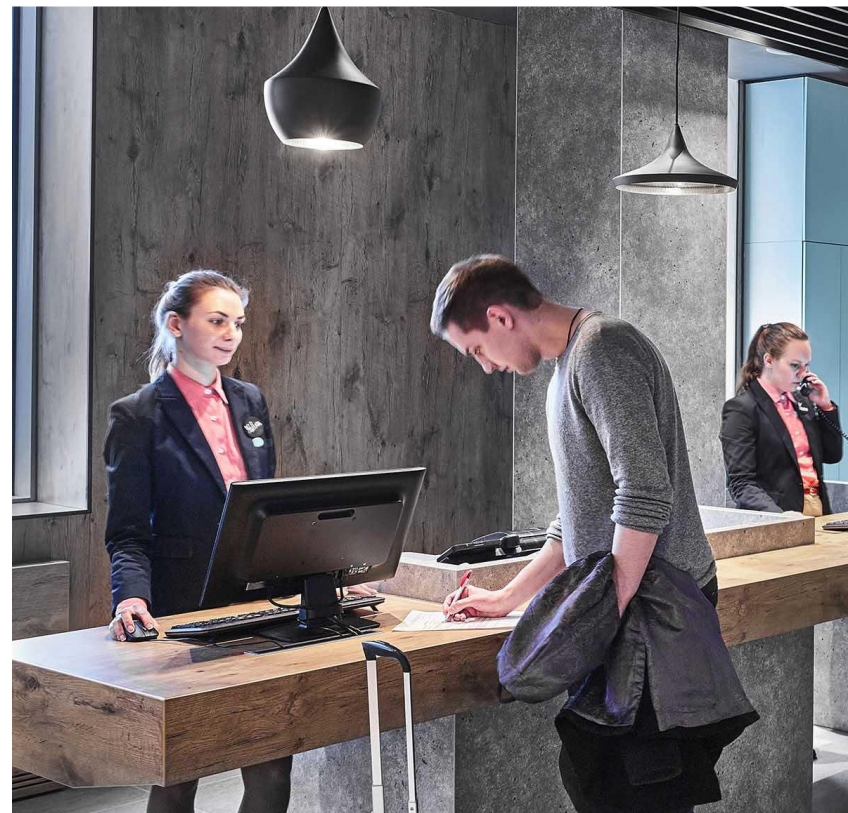


Índice

1 Resumen ejecutivo

2 Análisis Smart Observatory

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





1

Resumen ejecutivo



La temporada Verano 2022 roza la recuperación del sector, amenazado por el entorno macroeconómico global

El sector del turismo roza su recuperación en el Verano 2022, a pesar del escenario inflacionista que ha erosionado la intención de viaje en el mes de junio, aunque superando los niveles de 2019 en los principales países emisores

El **Índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 0,95 para el verano de 2022**, reflejando una recuperación prácticamente total y 0,32 puntos superior al mismo periodo de 2021

La eliminación de las restricciones ha permitido la **reactivación del turismo internacional** que, para los meses de abril y mayo de 2022, se situaba en **un 87% del volumen de 2019**, mientras que el **turismo nacional superaba el habido en 2019 en 0,4m** de turistas hospedados.

La intención de viaje de los países europeos se dispara, en especial **los países nórdicos casi duplicando los niveles de 2019**. La intención en los **Países Bajos, Italia y Alemania** también crece hasta **superar en más de un 50% la intención prepandemia**.

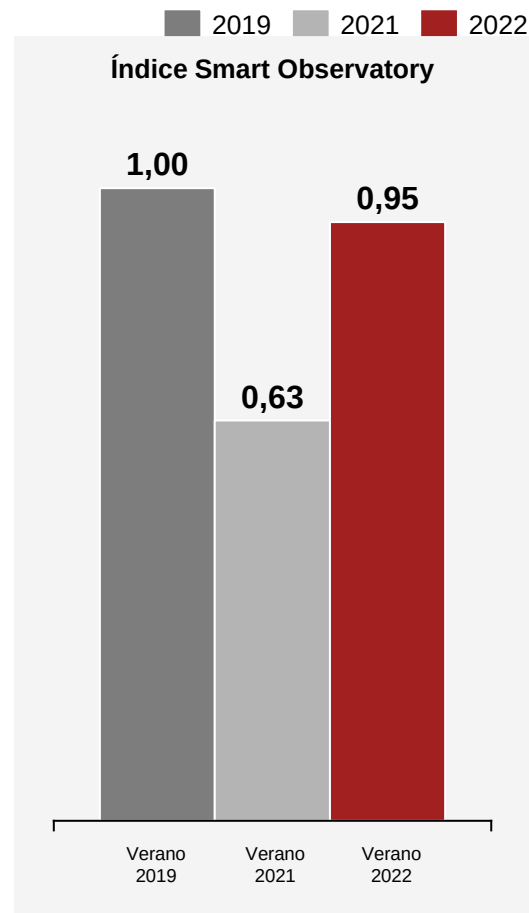
Por otra parte, **el sentimiento neto del viajero se mantiene positivo**, aunque impactado por el escenario inflacionista, así como por el

sentimiento de los turistas ingleses, que ven afectados sus viajes por los **controles fronterizos** al llegar al país.

Por último, **la mejora de precio medio** ha permitido al sector hotelero **superar los ingresos de 2019** en el Q2⁽¹⁾, a pesar de tener una **ocupación ligeramente inferior**.

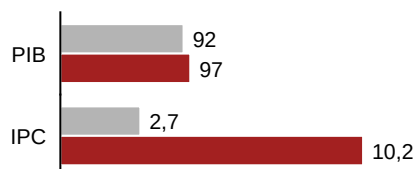
De cara a la **temporada de verano las reservas han crecido notablemente, duplicando los valores de 2021** en los meses de julio y septiembre, reforzando la recuperación del sector, en especial **Madrid y Barcelona**, que con la recuperación del turismo urbano y el turismo de grupos **triplican las reservas del 2021** para este verano.

No obstante, **las cancelaciones** para este segundo trimestre del año continúan siendo superiores a las de 2019, con un **incremento notable durante el mes de junio de 2022**. A lo que se debe añadir la **incertidumbre sobre una posible séptima ola de COVID**.



A pesar del escenario inflacionista, existe un interés alto por viajar a España en el primer verano sin restricciones

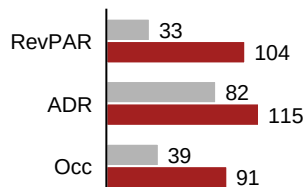
PIB en base 100 Q2 2019 e IPC*



La economía española reduce el ritmo de crecimiento a causa de la inflación e inestabilidad económica

Indicadores hoteleros

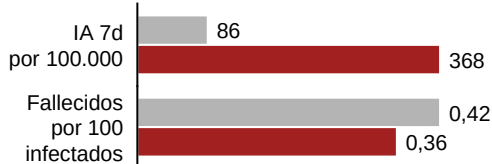
Base 100 Q2 2019



La mejora de precio medio consigue superar los ingresos por habitación de 2019, mientras que la ocupación está cerca de recuperarse

Situación COVID

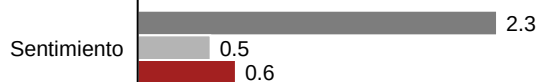
A fecha 29 de junio



El riesgo de una séptima ola dispara los contagios en España, mientras que la vacuna mantiene baja la mortalidad

Sentimiento neto hacia España

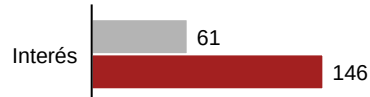
[-5 valor más negativo, +5 valor más positivo]



El sentimiento neto hacia España se mantiene positivo, aunque resentido por la subida de precios

Interés por el viaje a España

Base 100 Q2 2019



El interés por viajar a España se dispara y supera con creces los niveles de 2019

On the book (cartera) a fecha 22 de junio



Las reservas para el Q3 de 2022 duplican los valores de 2021

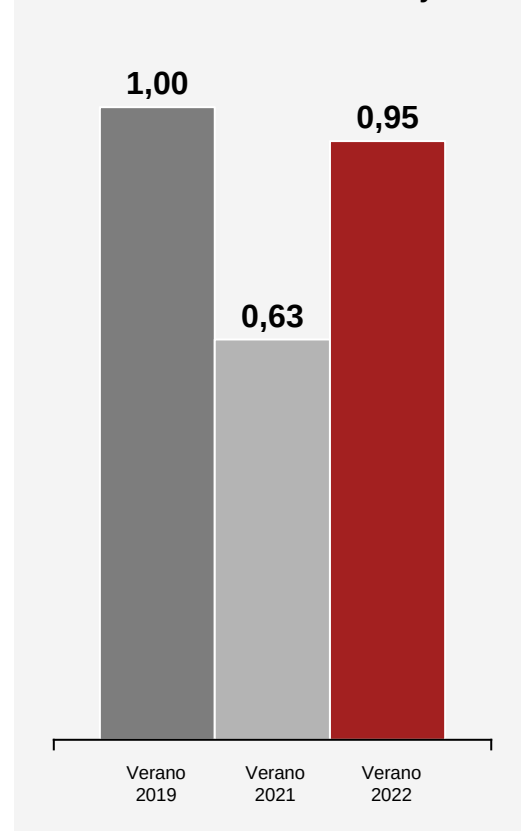
On the book (cartera) en canal directo

a fecha 1 de julio en base 100 1 de julio 2019



Para el verano de 2022 los ingresos de las reservas en cartera superan los niveles prepandemia, mientras que las cancelaciones continúan estabilizándose a niveles de 2019

Índice Smart Observatory





2

Análisis Smart Observatory

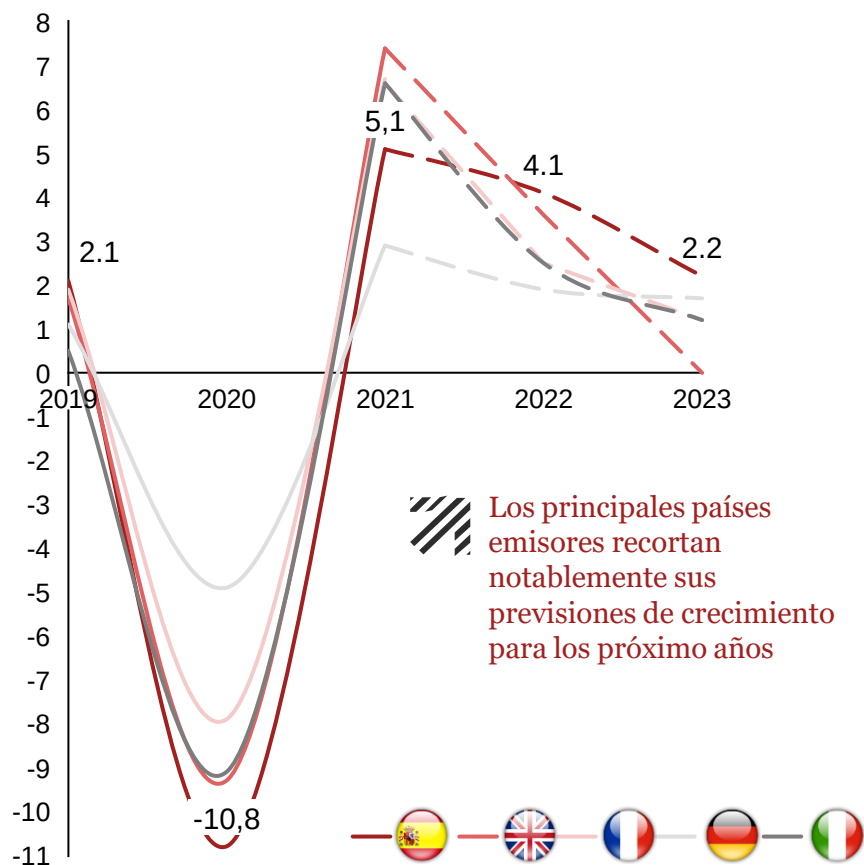
- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Situación sanitaria
- 2.3. Retrospectiva sectorial
- 2.4. Sentimiento del turista
- 2.5. Intención de viaje
- 2.6. Prospección futura



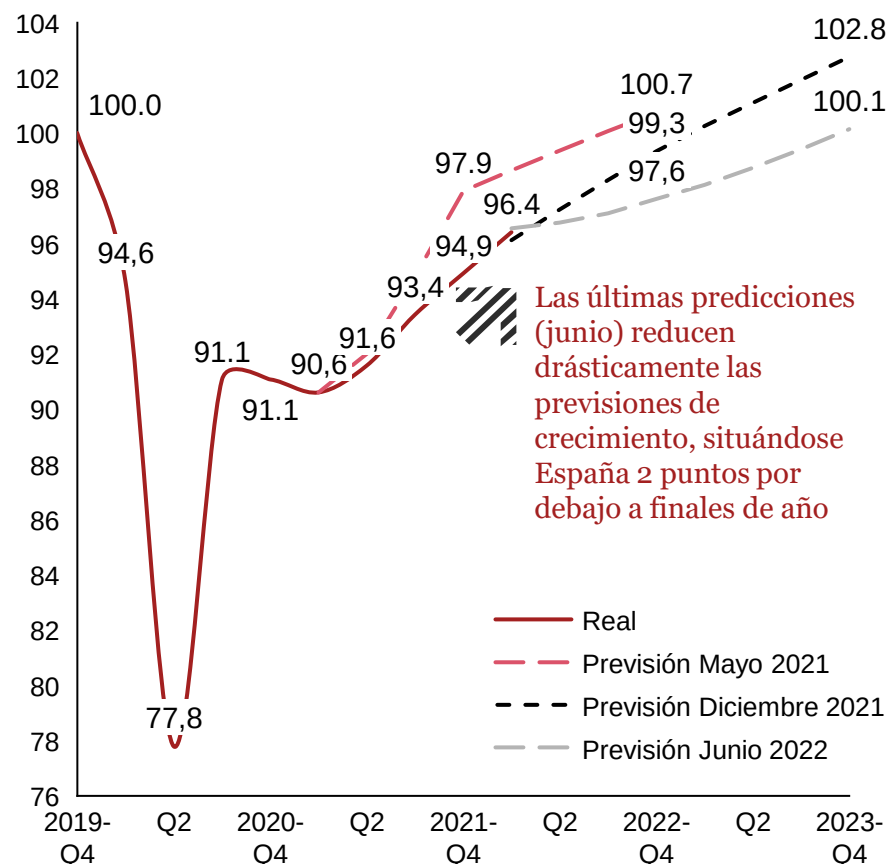
Las previsiones de crecimiento mantienen el pesimismo, ralentizando la recuperación de España hasta finales de 2023

Tendencias macroeconómicas

Evolución del PIB entre 2019 y 2023* [Var %, Anual]



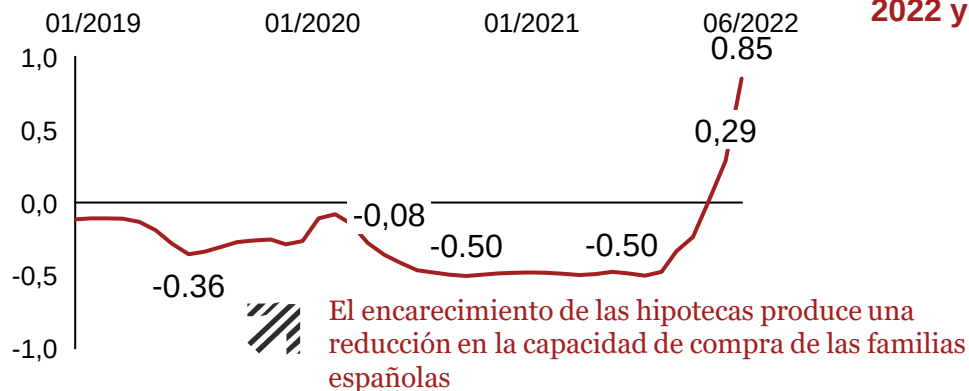
Evolución y comparativa de proyecciones del PIB español [Base 100 Q4 2019]



El Euribor crece rápidamente en la primera mitad del año, situándose en valores positivos (0,85% en junio)

Tendencias macroeconómicas

Euribor mensual histórico [%]



Tasa de desempleo entre 2019 y 2023, previsiones 2022 y 2023 [%]

	2019	2020	2021	2022*	2023*
	14,1	15,5	14,8	13,6	13,9
	3,8	4,5	4,5	3,9	4,3
	8,5	8,1	7,9	7,5	7,8
	3,2	3,9	3,6	3,1	3,4
	10,0	9,3	9,5	9,0	9,3

Cambio Libra/Euro histórico



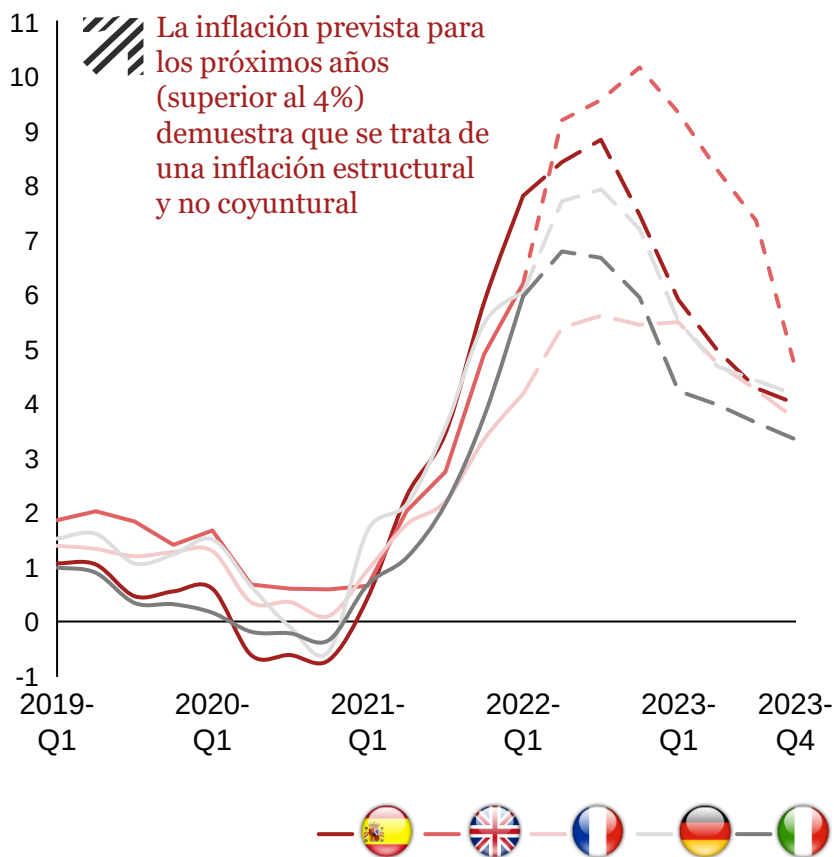
Cambio Dólar/Euro histórico



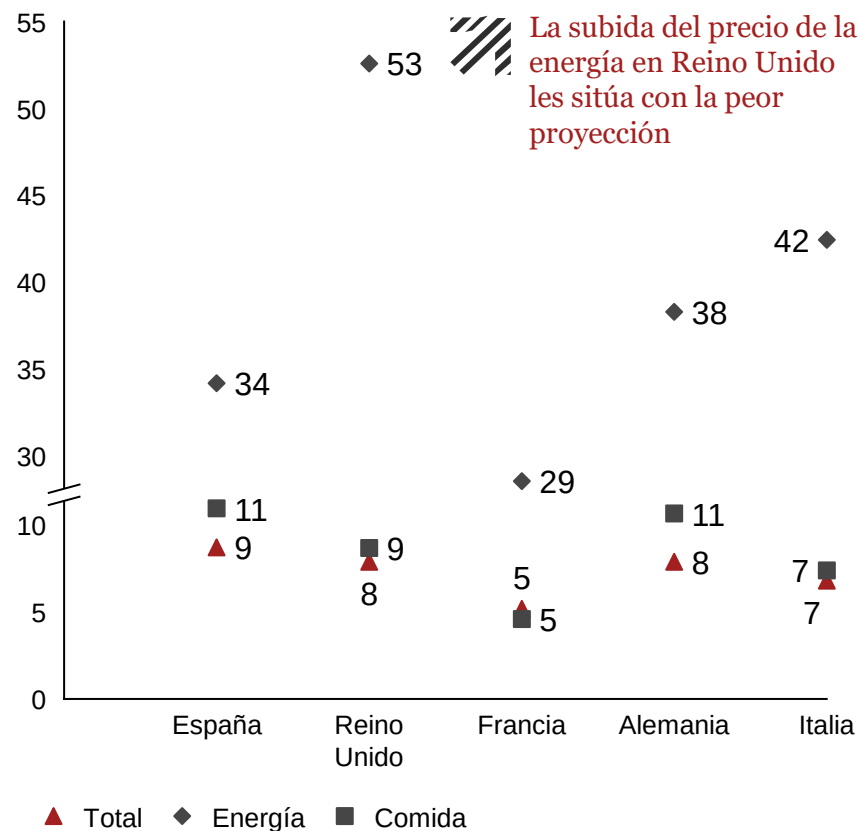
El precio de la energía y la comida continúan subiendo por el desabastecimiento, que se prevé que continúe hasta 2024

Tendencias macroeconómicas

Evolución de la inflación entre 2019 y 2023 [Var Anual, %]



Inflación total, energía y comida – junio 2022 [Var Anual, %]

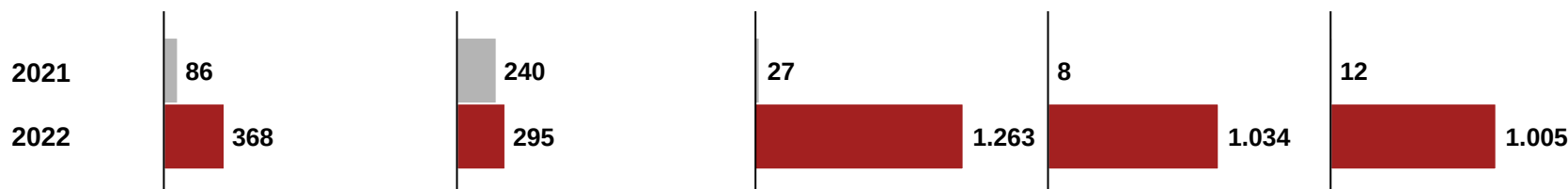


La séptima ola aumenta los contagios en Europa, mientras que la mortalidad se reduce drásticamente

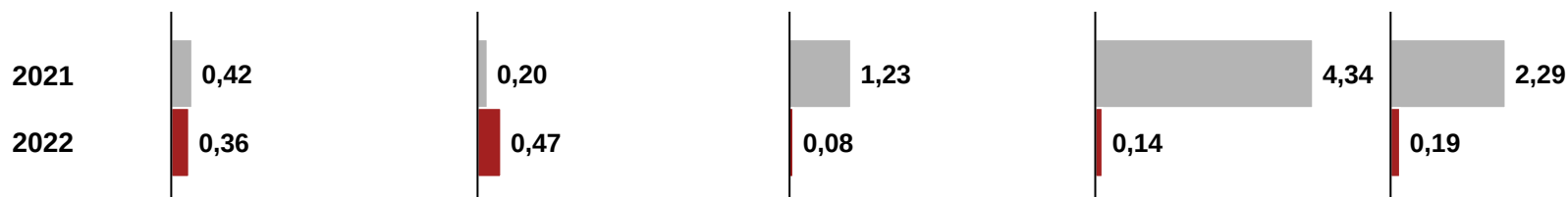
Evolución situación sanitaria (act, 29/06/2022)

Incidencia acumulada 7 días [Contagios por 100.000 habitantes en los últimos 7 días]

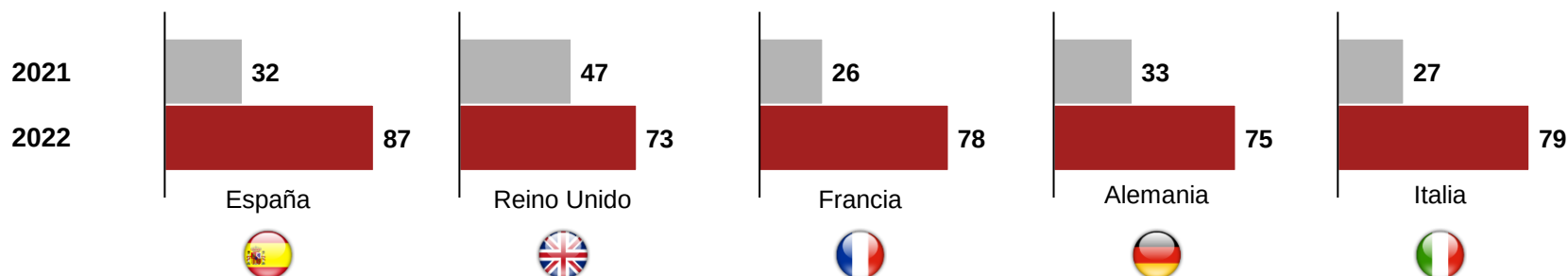
■ 2021 ■ 2022



Porcentaje de mortalidad entre los infectados [fallecido entre contagiados, %]



Porcentaje de la población con vacunación completa [personas con pauta completa entre población, %]



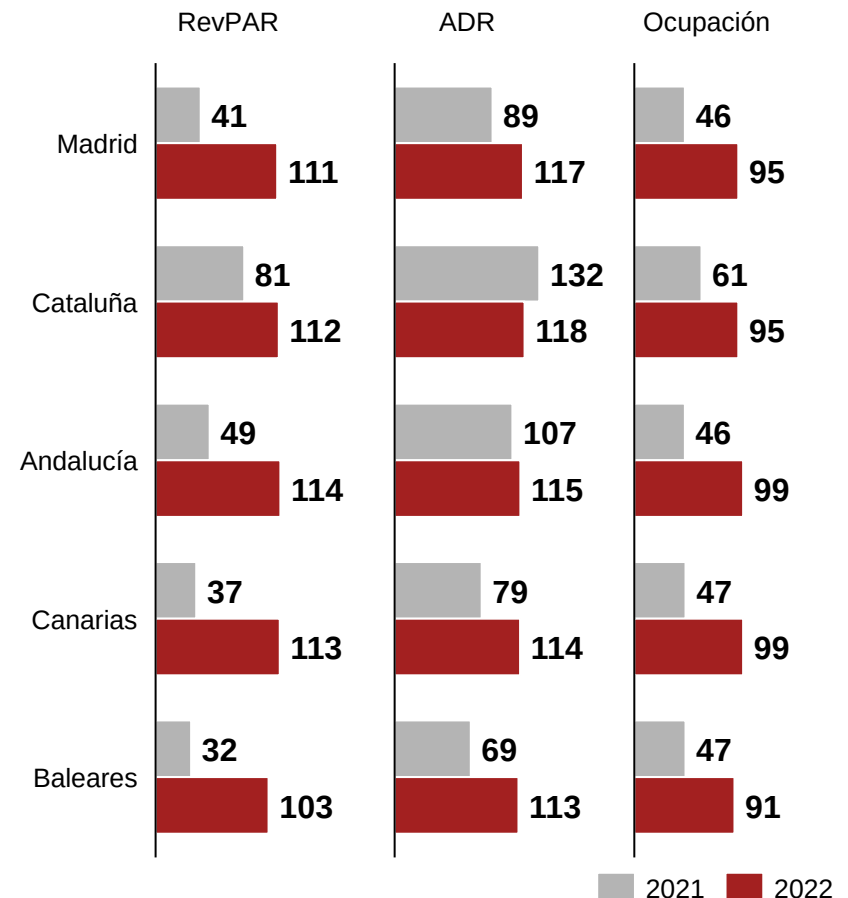
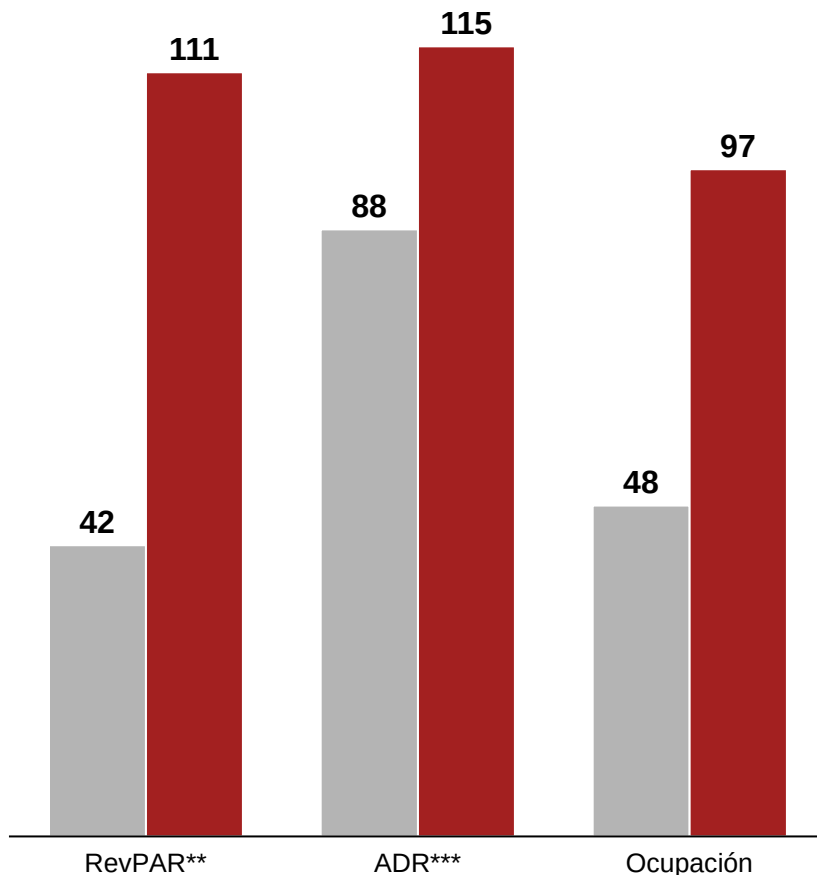
 La virulencia del COVID se reduce a medida que aumentan las vacunaciones, sin embargo, la aparición de una nueva ola dispara los contagios en Europa

El turismo continúa con su reactivación, alcanzando ocupaciones al 97% de 2019 y superando el precio medio

Evolución de los principales indicadores hoteleros

Nivel nacional [Base 100 Q2* 2019]

Detalle regional [Base 100 Q2* 2019]



*Los datos se refieren solo a abril y mayo, ya que los datos de junio no estaban disponibles a la hora de realizarse el informe

**RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles

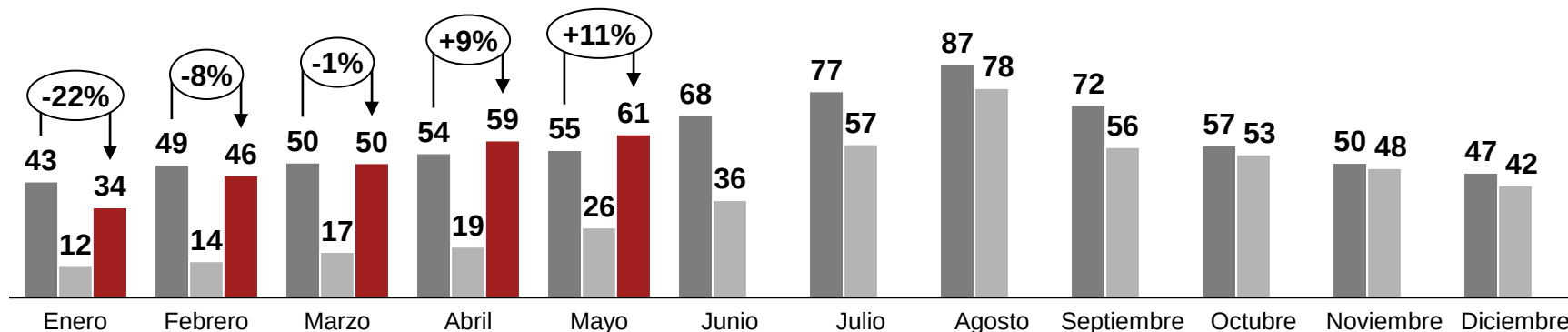
***ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas

Fuente: INE, Análisis PwC

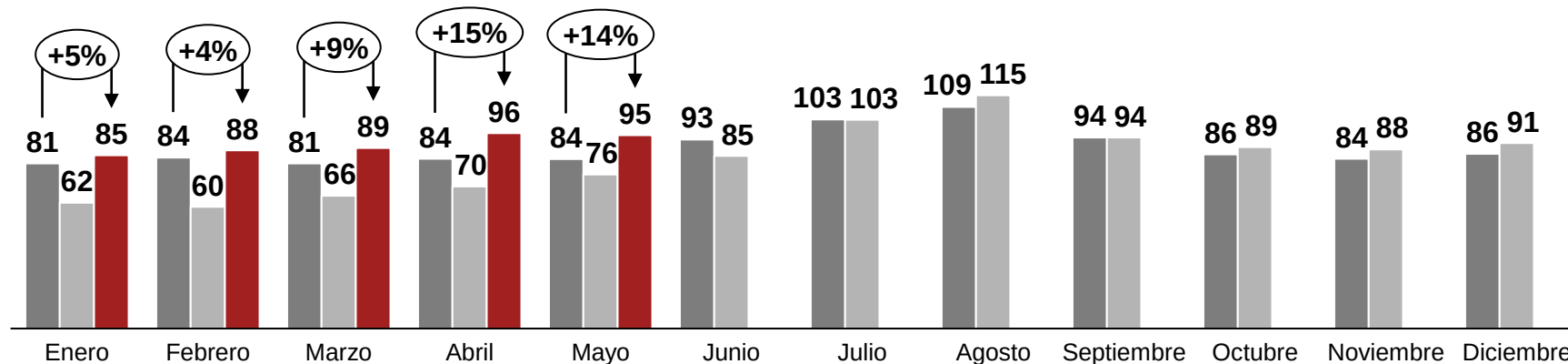
El sector continua con paso firme en la mejora constante y continua del RevPAR, que supera en abril los niveles de 2019

Evolución RevPAR* y ADR**

RevPAR [Euros]



ADR [Euros]



■ 2019 ■ 2021 ■ 2022

*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones.

**ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Análisis PwC

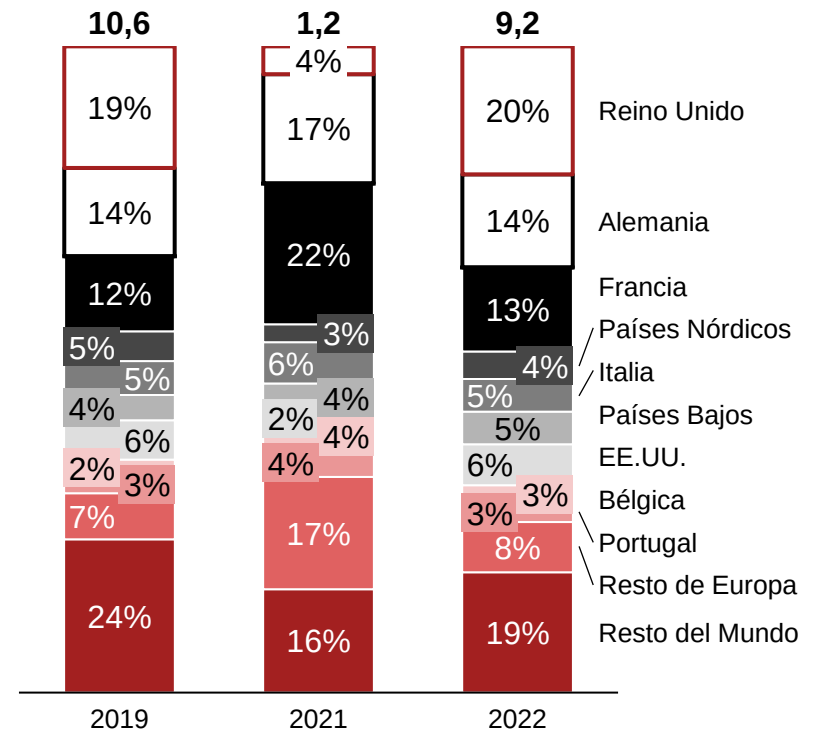
El turismo internacional acelera su recuperación en el Q2, aumentando en casi 20 puntos su peso respecto al Q1

Evolución en el número de viajeros

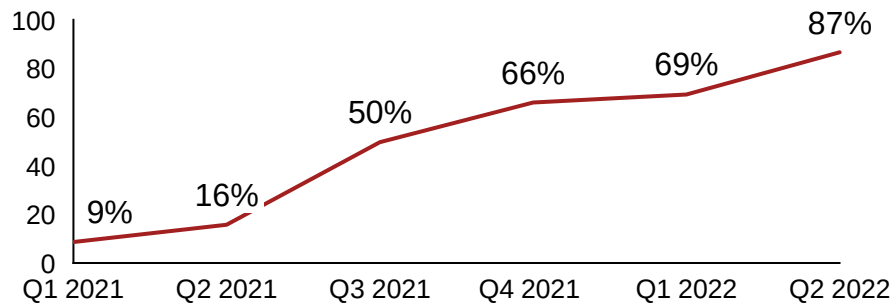
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (abril-mayo) [Millones de turistas]



Distribución de turistas internacionales según país de origen (abril-mayo) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]



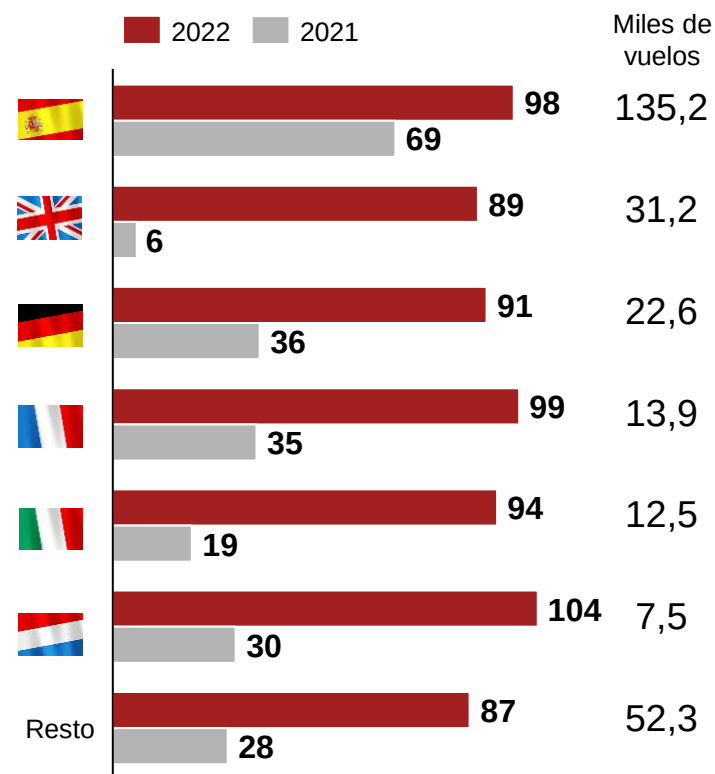
El turismo nacional supera los niveles de 2019, mientras que los principales países emisores recuperan su cuota de mercado y se sitúan en un 87% de los niveles de 2019, lastrado por el turismo asiático (Resto del Mundo)

La recuperación del tráfico se consolida, a pesar de que sólo Países Bajos supera los niveles de pasajeros de 2019

Histórico – Tráfico aéreo (marzo, abril y mayo)

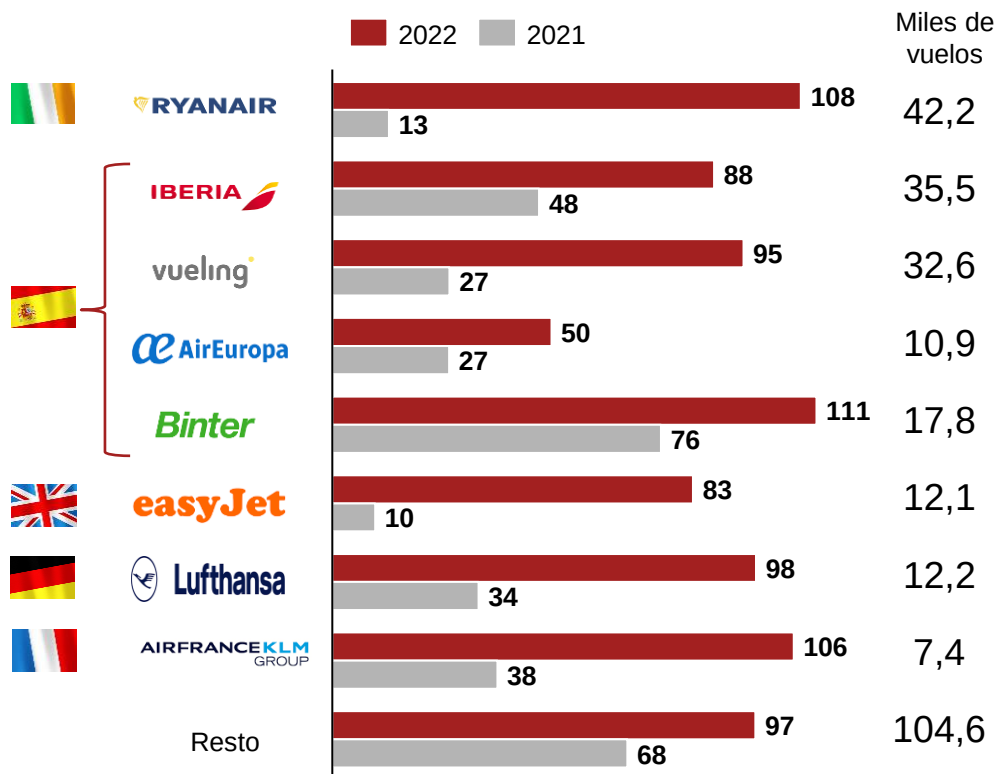
Pasajeros destino España por país de origen

[Base 100 2019 / Miles de vuelos en 2022]



Número de vuelos con destino España por compañía

[Base 100 2019/ Miles de vuelos en 2022]



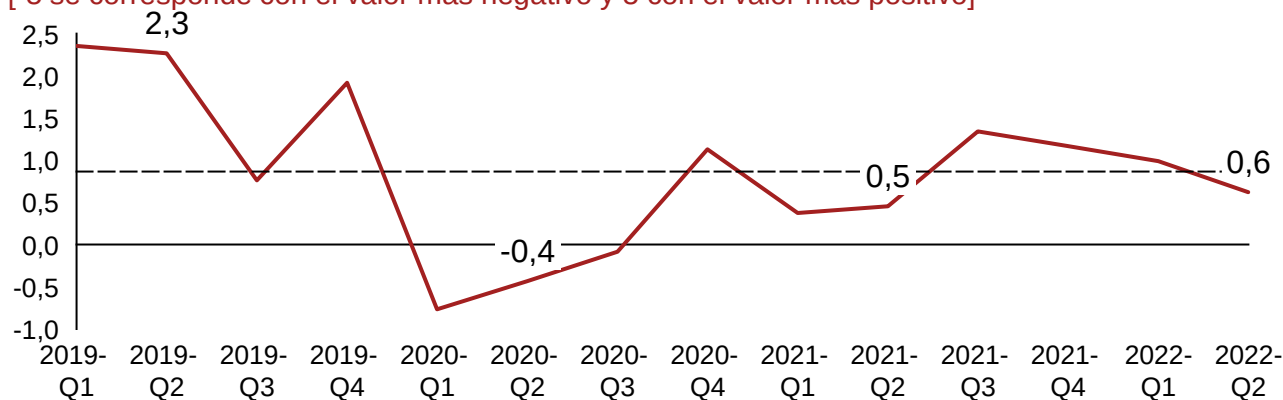
Las principales compañías recuperan sus frecuencias aéreas ante el aumento de pasajeros

El sentimiento neto del viajero, a pesar de la situación inflacionista, se mantiene positivo en el Q2 de 2022

Sentimiento del viajero

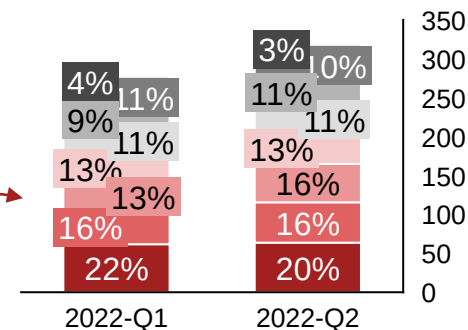
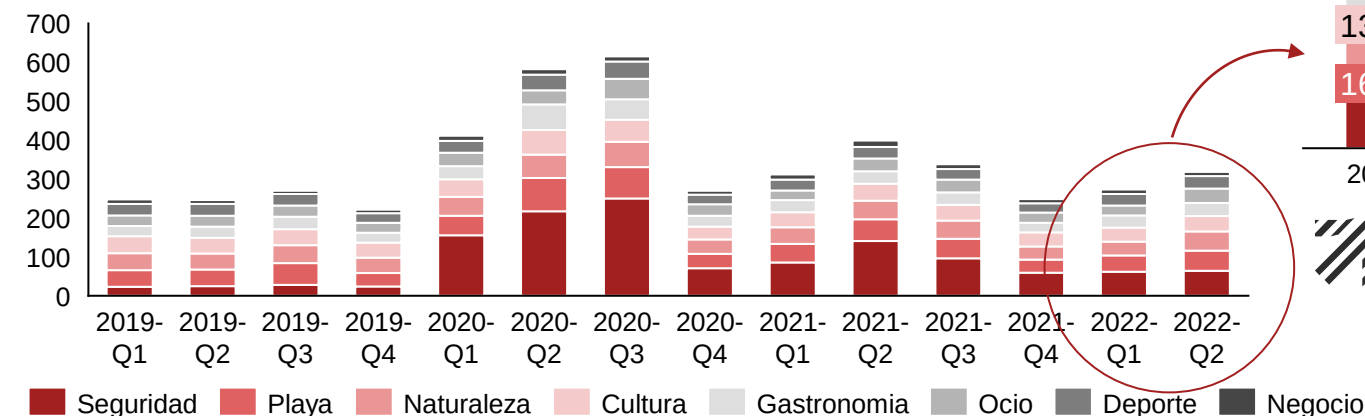
Evolución del sentimiento neto* del turista hacia España

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



El sentimiento del turista mantiene su tendencia decreciente ante la incertidumbre económica

Evolución de las menciones internacionales de España [Números absolutos, miles]



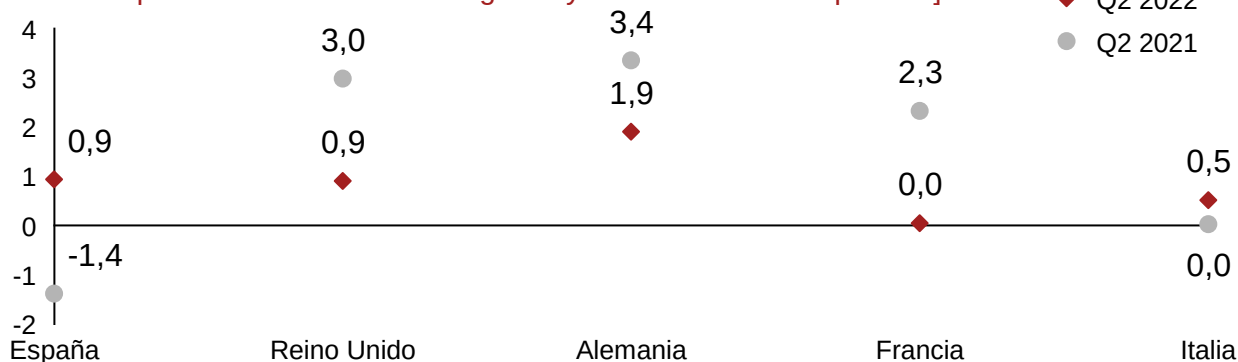
La subida de precios preocupa a los usuarios, aumentando el número de post relacionados

El sentimiento internacional hacia España se resiente ante el aumento de precios, pero se recupera el nacional

Sentimiento del viajero

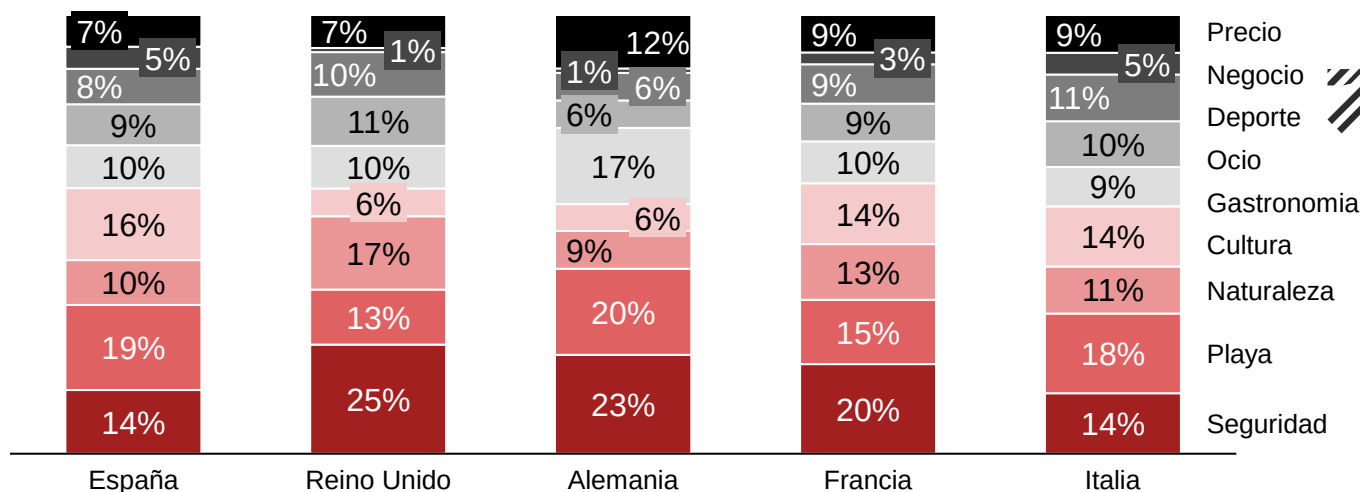
Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

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



La esperada reactivación del turismo recupera el ánimo de los españoles, aumentando el sentimiento neto hacia España

Menciones internacionales de España en Q2 2022 [Porcentaje relativo por temática]

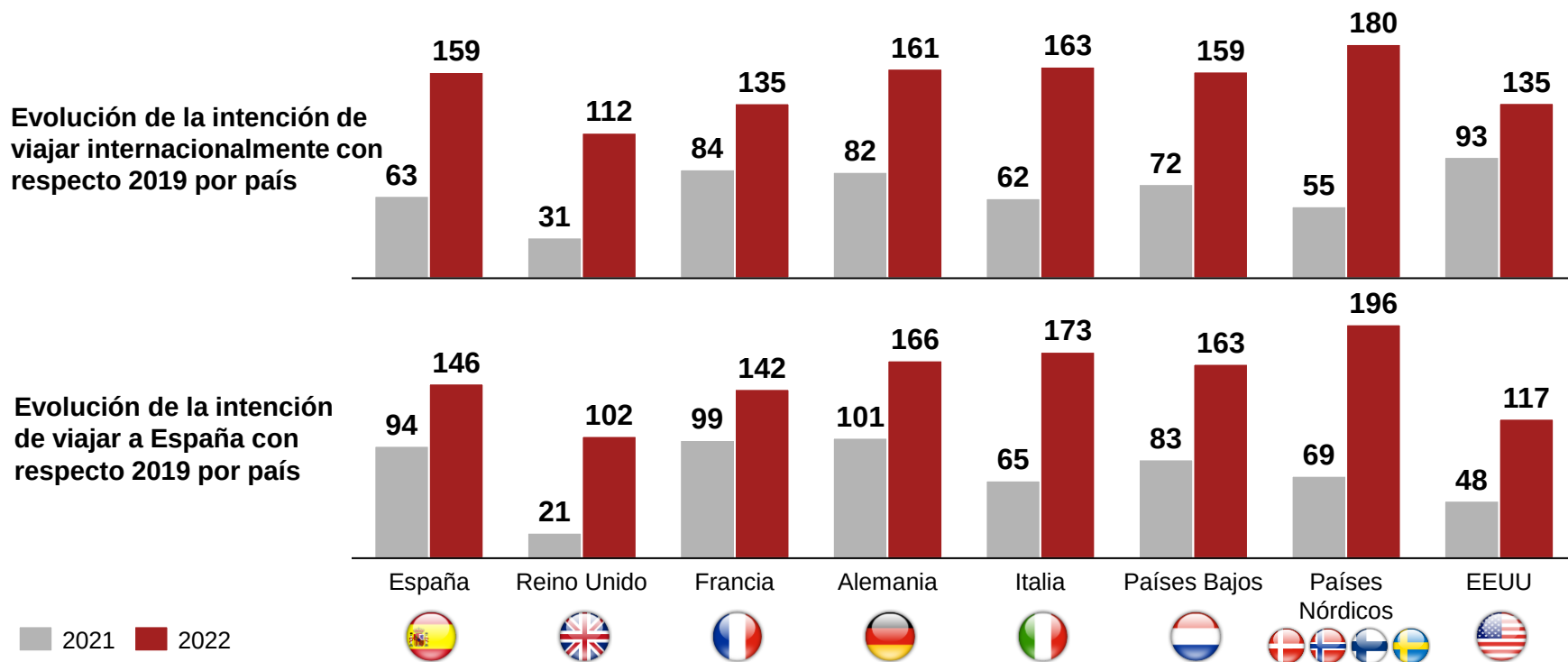


Reino Unido y Alemania mantienen su preocupación por la seguridad, mientras que España e Italia mantienen como su principal foco de interés la Playa y el Sol

La intención de viaje a España se dispara en el Q2 de 2022, con los países nórdicos duplicando los valores de 2019

Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (abril-junio)

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



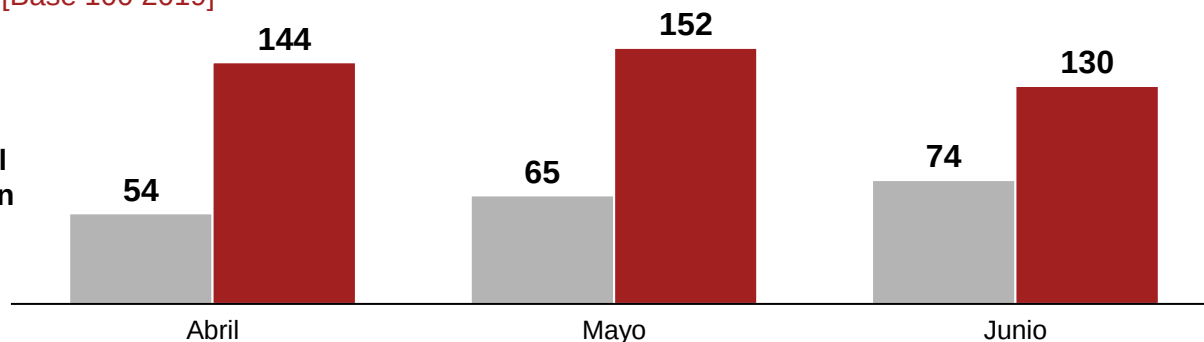
El interés por el viaje internacional se reactiva en todos los países, superando los niveles de 2019. España se refuerza tras la pandemia, con intenciones de viaje mas de un 50% superiores a 2019 en países como Alemania, Italia, Países Bajos y los países nórdicos (estos un 96% por encima). Además, el turismo británico se recupera definitivamente situándose en una intención de viaje similar a 2019

El turismo internacional supera la intención de viaje, que puede verse alterada por la inestabilidad económica

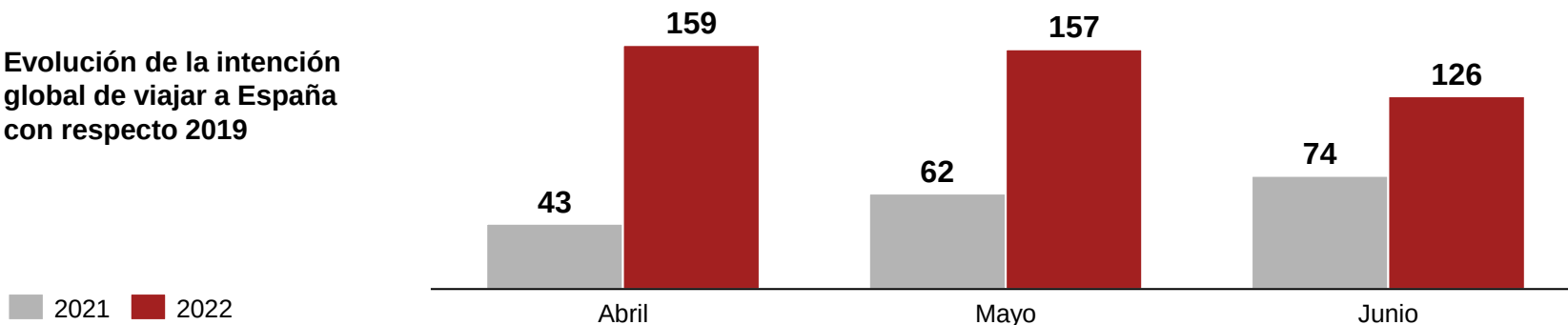
Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (abril-junio)

Google Travel Insights metric [Base 100 2019]

Evolución de la intención global de viajar internacionalmente con respecto 2019



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



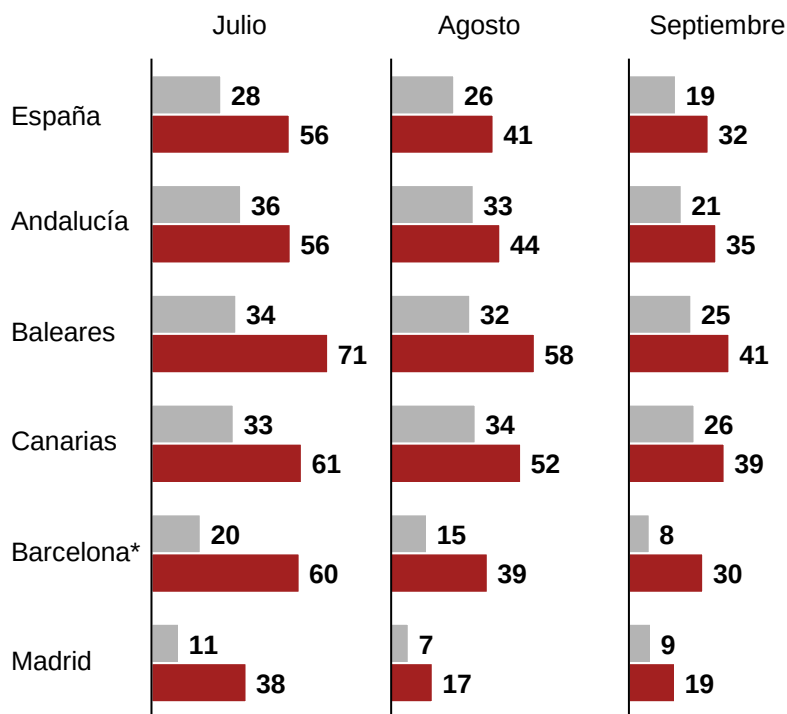
El interés por viajar se mantiene fuerte tras superar la pandemia, excediendo en un 50% los niveles de 2019 en Abril y Mayo. Sin embargo, la inestabilidad económica y la subida de precios está causando reorganizaciones en los viajes afectando a la intención de viajar

Verano 2022 arranca con una cartera sustancialmente superior a la de 2021, pero con cancelaciones aún elevadas

Indicadores de la posición de cartera

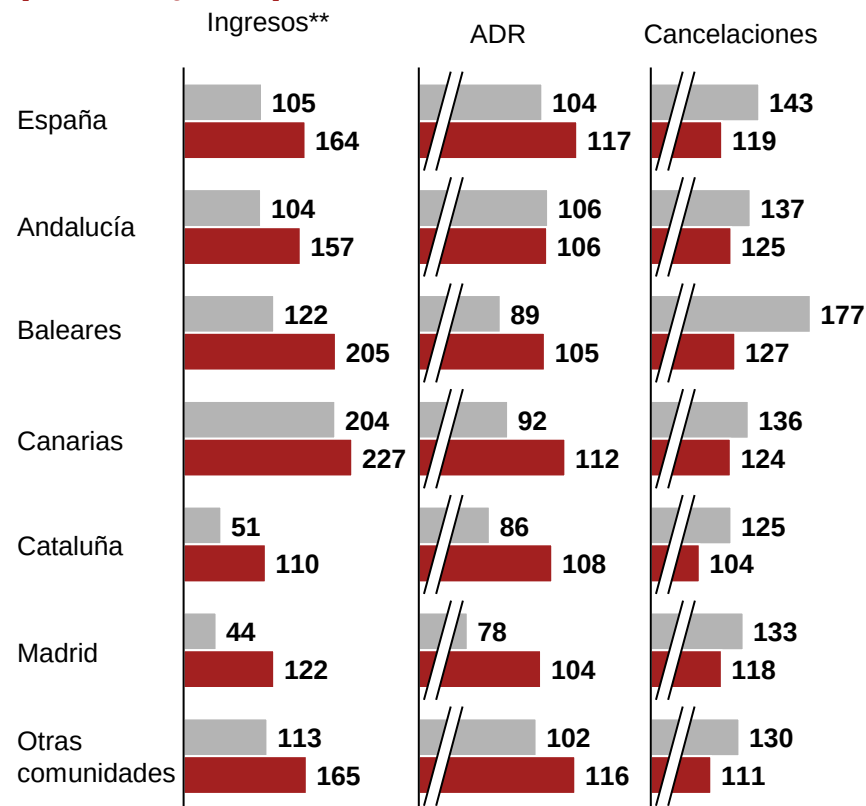
■ 2021 ■ 2022

Ocupación (On the book) a 22 de junio [STR] [%]



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)

Canal directo (On the book) a 1 de julio [Mirai] [Base 100 Q3 2019]



A pesar del importante crecimiento del canal directo (especialmente en el turismo vacacional), el sector muestra un crecimiento muy relevante

* 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

