



# Smart Observatory

Temporada Invierno 2021/22



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



## Marco metodológico

### Estructura

### Claves a analizar

### Fuentes

<p><b>1</b> Entorno macroeconómico </p>	<p>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.</p>	
<p><b>2</b> Situación sanitaria </p>	<p>En este punto se analizará la evolución de las principales variables de la pandemia y su impacto en el sector.</p>	
<p><b>3</b> Retrospectiva sectorial </p>	<p>Identificaremos cómo han variado los flujos turísticos en el último trimestre y qué tendencias se observan.</p>	
<p><b>4</b> Sentimiento del turista </p>	<p>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.</p>	
<p><b>5</b> Intención de viaje </p>	<p>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.</p>	
<p><b>6</b> Prospección futura </p>	<p>Analizaremos las reservas existentes en cartera realizadas previamente al inicio del trimestre a analizar, para identificar la tendencia futura de la demanda.</p>	
<p><b>7</b> Índice Smart Observatory </p>	<p>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.</p>	



# 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 confianza e intención del turista mantendrán la senda de recuperación del sector, frenada por la aparición de Ómicron

**Las perspectivas para el invierno de 2021-2022 marcan una continuidad en la senda de recuperación de los niveles prepandemia, gracias a la demanda manifestada por parte del cliente en la mayoría de los mercados y a la recuperación gradual del sentimiento del viaje, pero ralentizada con la ola de contagios generada por Ómicron.**

El índice Smart Observatory nos marca un valor de 0,63 para el invierno de 2022 reflejando una recuperación casi al doble que el mismo periodo del año anterior y continuando hacia la recuperación de los niveles de 2019.

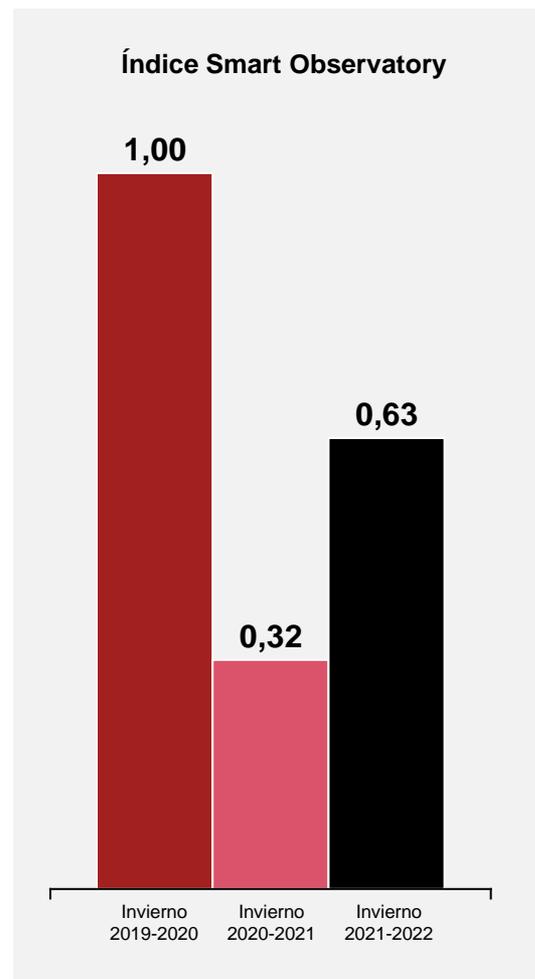
Esta mejora en el índice proviene del incremento de la confianza del turista, tanto para el mercado nacional como para el internacional, donde el turista empieza a mostrar una menor preocupación por el COVID, recuperando sus motivaciones por el resto de asuntos de interés en torno al viaje, a excepción del mercado británico donde las menciones de seguridad y sanidad suponen más del 40% de las conversaciones sobre el viaje a España. Estos niveles de confianza tienen su reflejo en la intención de viaje de los turistas, superando en el mercado nacional los valores de prepandemia, y un mercado internacional donde se alcanzan los niveles que se observaron en invierno 2019-2020 con la excepción de Reino Unido, cuya recuperación

se espera que sea más lenta que la del resto de mercados emisores.

La aparición de la nueva variante del COVID, Ómicron, ha limitado la venta de reservas futuras, a la vez que ha generado un volumen considerable de cancelaciones relacionadas con la temporada de invierno 2021-2022. En consecuencia, nos encontramos en un punto de partida para esta temporada donde los niveles de la cartera (On the book), en términos de ingreso, se sitúan en un tercio inferior para la parte peninsular y superiores a los niveles pre-COVID en la parte insular, además se observa una mejora del precio igualando los niveles previos a la pandemia, pero con una elevada incertidumbre sobre la solidez de dicha cartera.

Por tanto, se espera, salvo que la situación sanitaria lleve a escenarios drásticos, que este invierno de 2021-2022 siga consolidando la recuperación hacia niveles pre-COVID.

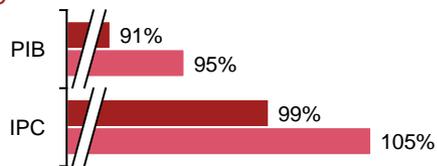
Fuente: Análisis PwC



# El invierno 2022 arranca con una intención de viaje muy positiva, mermada por el impacto de Ómicron

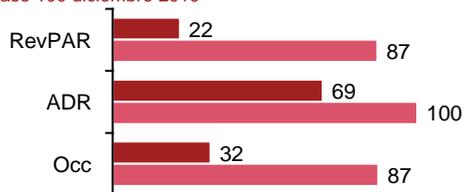
■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

PIB en base 100 noviembre 2019 e IPC\*



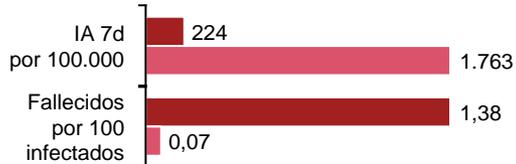
La economía española sigue creciendo a buen ritmo, pero bajo la sombra de la inflación.

Indicadores hoteleros Base 100 diciembre 2019



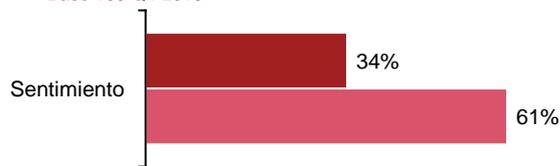
Se recupera los precios por habitación de 2019 pero todavía no se alcanzan los ingresos por habitación disponible de 2019.

Situación COVID A fecha 31 de diciembre



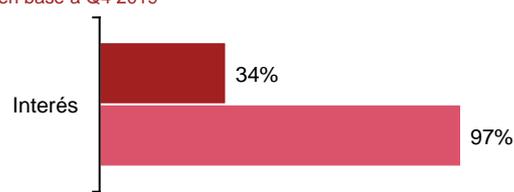
Pese a estar en un máximo histórico de contagios, la mortalidad se ha reducido gracias a la vacunación.

Sentimiento neto hacia España Base 100 Q4 2019



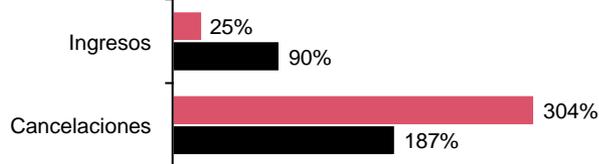
Se avanza con paso firme en recuperación del sentimiento neto del turista hacia España.

Interés por el viaje a España en base a Q4 2019



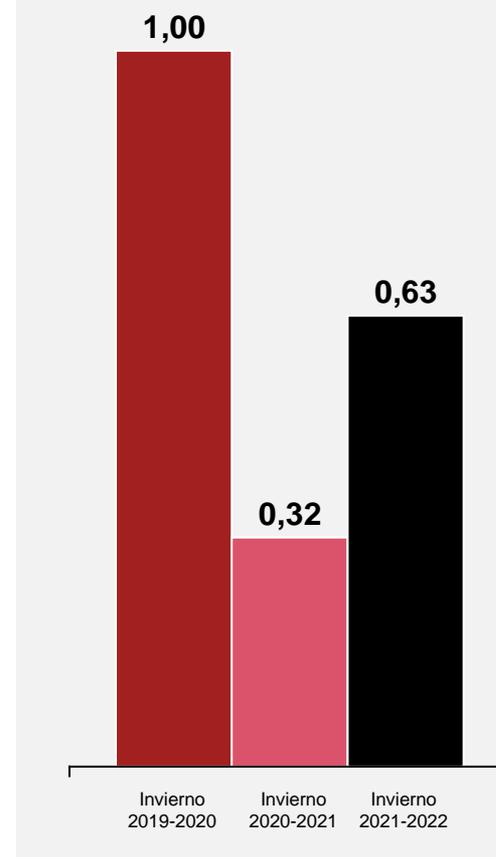
El turista manifiesta una demanda que prácticamente iguala a la de 2019, siendo superior los meses previos a Ómicron.

On the book (cartera) en canal directo a fecha 1 de enero en base 1 de enero 2020



Para el invierno de 2021-2022 los ingresos de las reservas en cartera se acercan a los niveles prepandemia, pero con alto nivel de volatilidad.

Índice Smart Observatory



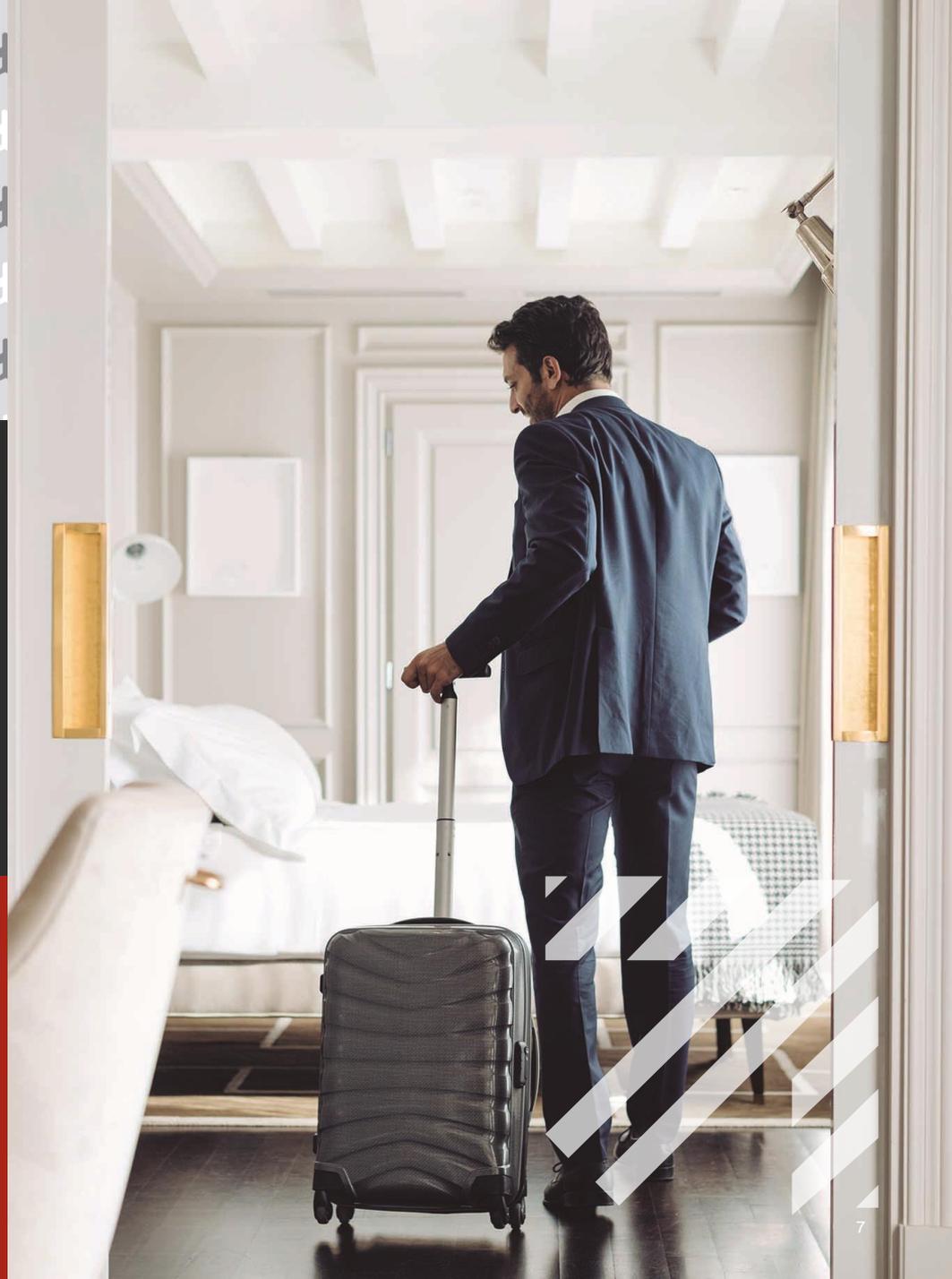
Aunque hay una recuperación en el interés por viajar a España y ha mejorado el sentimiento hacia nuestro país, la situación de contagios actual amenaza la tendencia de crecimiento.



# 2

## Análisis Smart Observatory

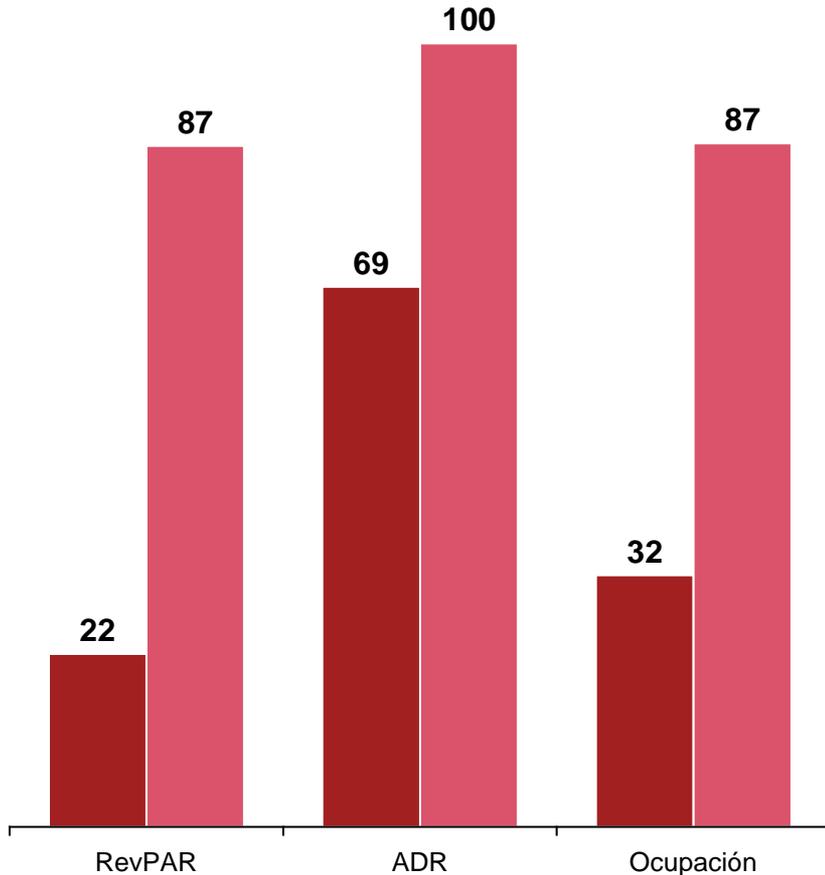
- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Situación sanitaria
- 2.3. Retrospectiva sectorial
- 2.4. Sentimiento del turista
- 2.5. Intención de viaje
- 2.6. Prospección futura



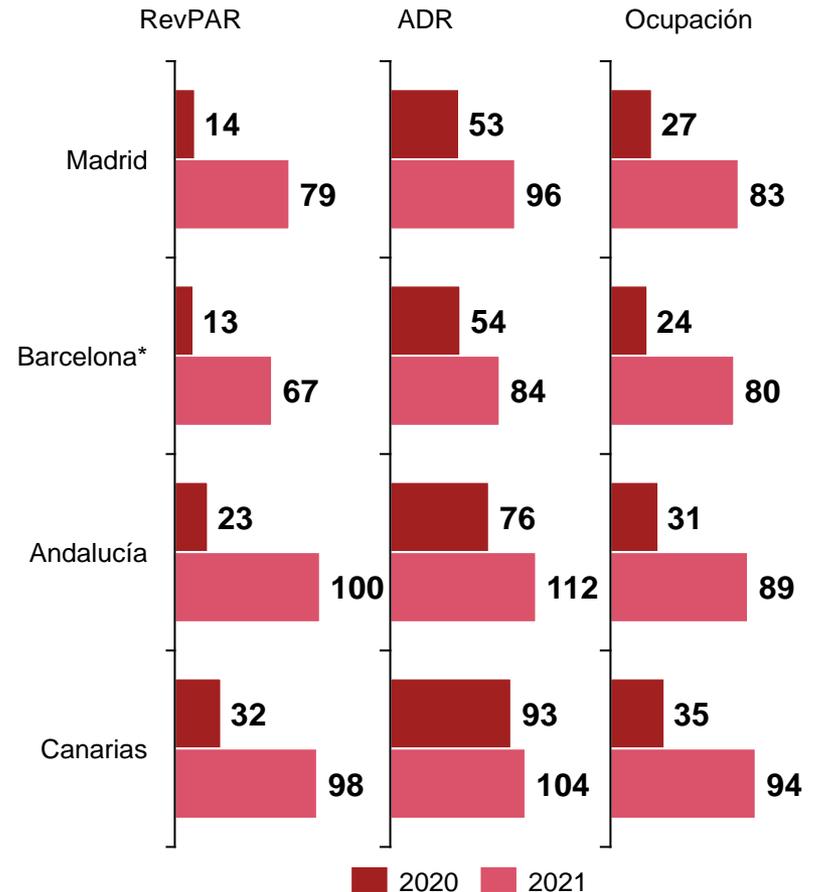
# A nivel sectorial, en diciembre de 2021 se igualan los niveles de ADR de 2019 y se recupera gran parte del RevPAR

## Evolución de los principales indicadores hoteleros

Nivel nacional [base 100 diciembre 2019]



Detalle regional [base 100 diciembre 2019]

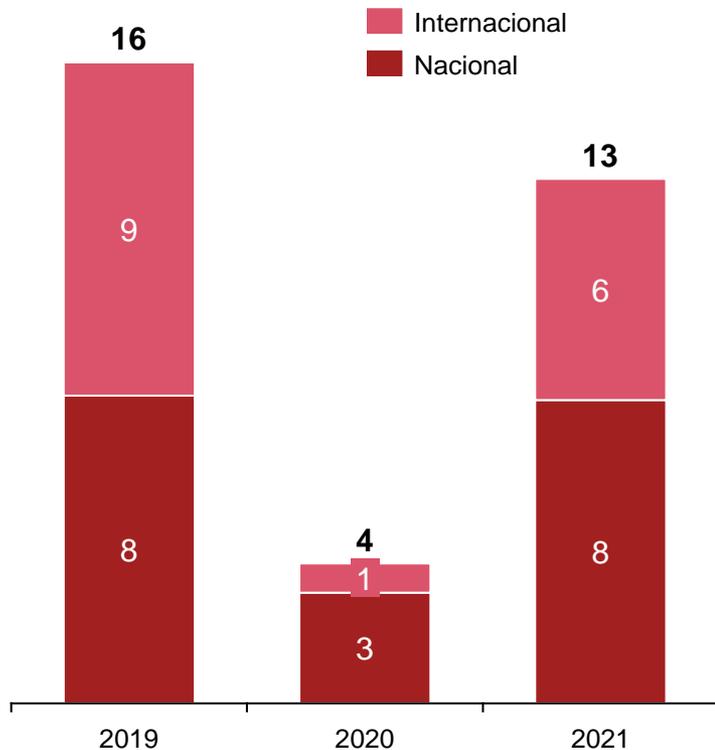


\* La información se corresponde con Barcelona provincia.  
Fuente: STR, Análisis PwC

# Las mejoras proceden del turismo doméstico, aunque se experimenta un crecimiento considerable del internacional

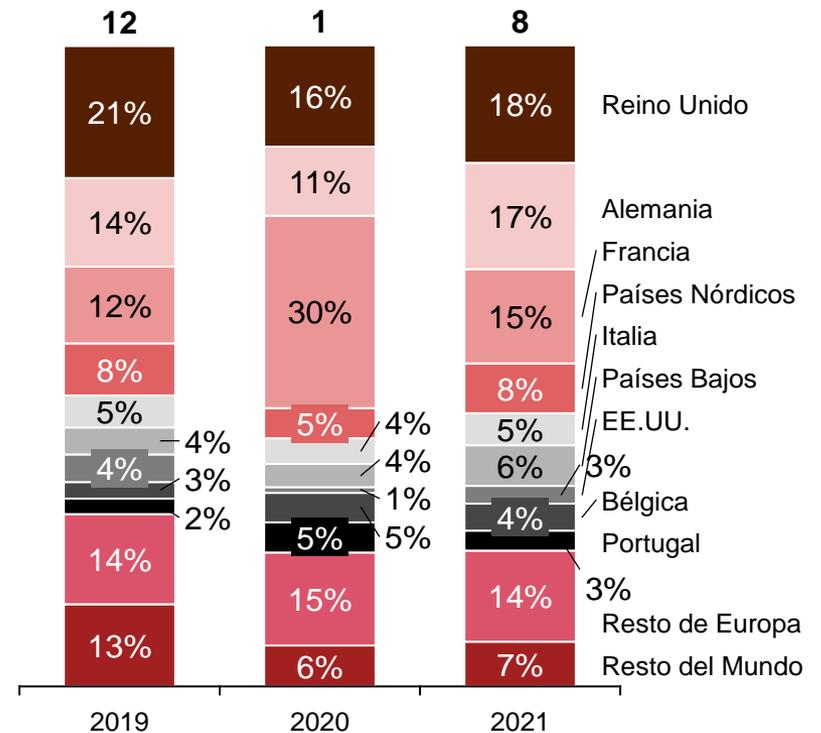
## Evolución en el número de viajeros

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



Distribución de turistas internacionales según país de origen (octubre - noviembre)

[Millones de turistas, porcentaje del total]



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Análisis PwC



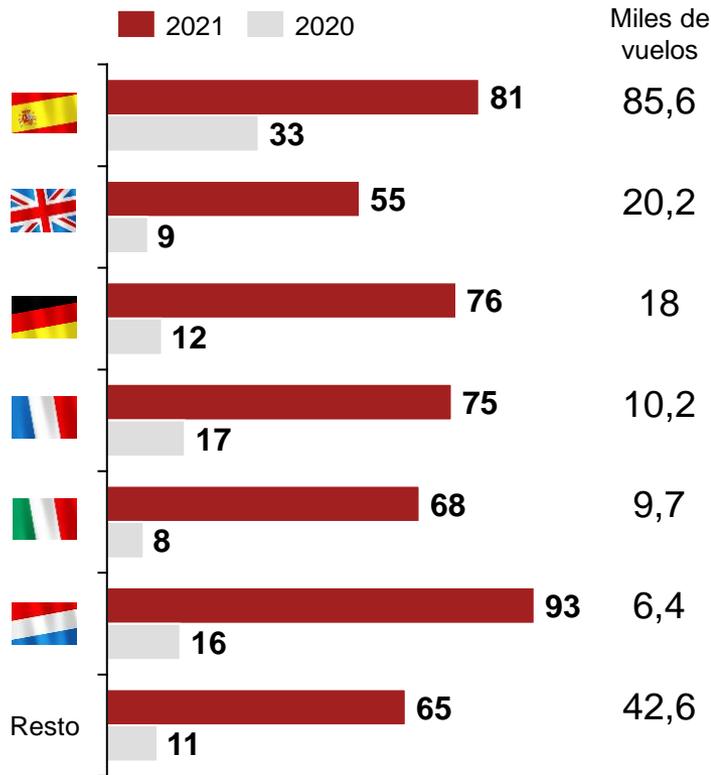
El turismo nacional está en camino de superar las cifras de 2019 y los turistas británicos consiguen el liderazgo pero sin alcanzar la cuota previa a la pandemia.

# Buena recuperación de los movimiento aéreos nacionales y con la UE, sin embargo el mercado británico no despega

## Histórico- Tráfico aéreo (Trimestre octubre a diciembre)

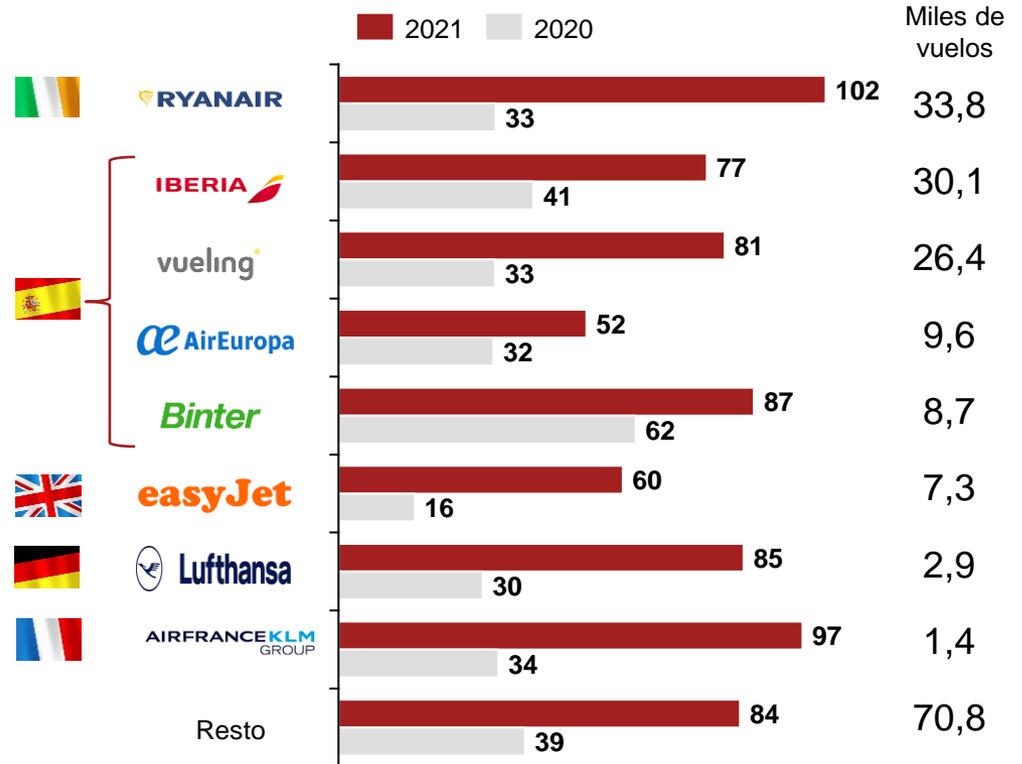
### Pasajeros destino España por país de origen

[Base 100 2019 / Miles de vuelos en 2021]



### Número de vuelos con destino España por compañía

[Base 100 2019/ Miles de vuelos en 2021]



Fuente: Aena, Análisis PwC



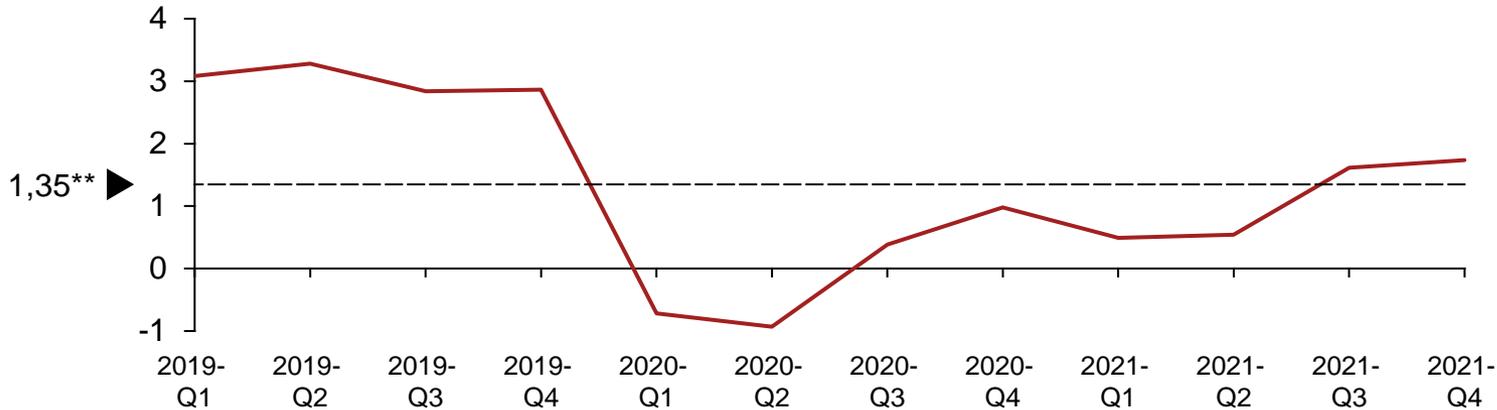
Además de la recuperación de los turistas de los Países Bajos destaca que la gran mayoría de las aerolíneas están cerca de volver al número de vuelos que operaban en 2019.

# El sentimiento neto del viajero arranca 2022 en su valor máximo desde el inicio de la pandemia

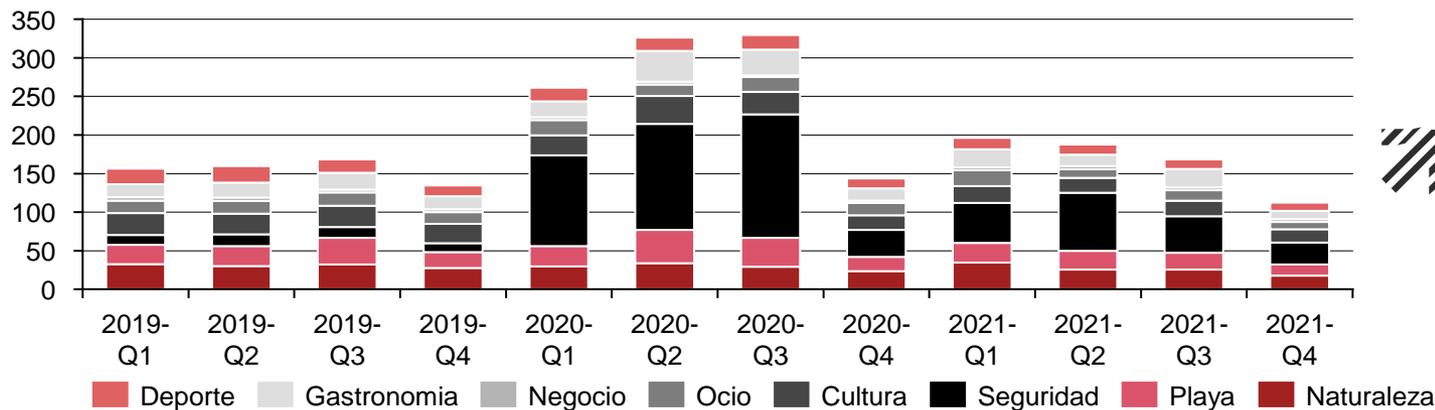
## Sentimiento del viajero

### Evolución del sentimiento neto\* del turista hacia España

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



### Evolución de las menciones internacionales de España [números absolutos, miles]



La seguridad/salud pierde peso en las búsquedas internacionales

\* Sentimiento Neto: (Menciones Positivas – Menciones Negativas)\*5/(Menciones Positivas + Menciones Negativas)

\*\* Valor medio del sentimiento neto del periodo representado.

Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

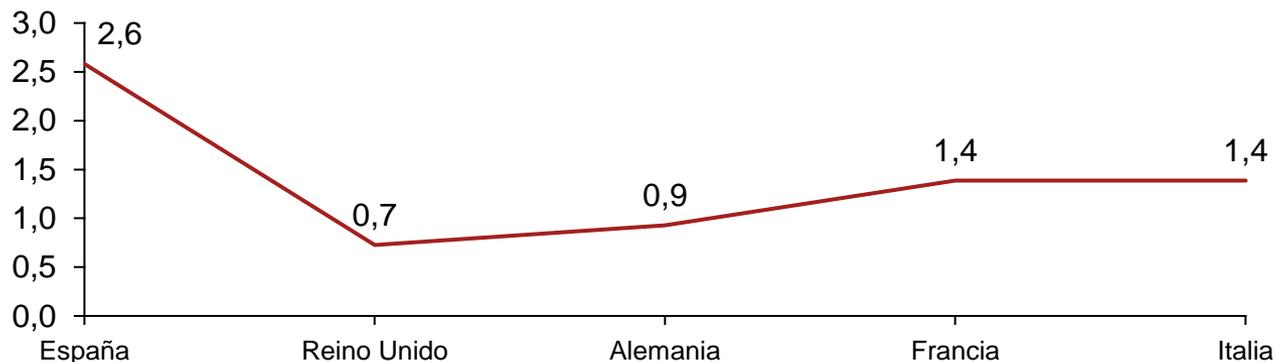
Smart Observatory – Temporada Invierno 2021/2022

# El turista nacional muestra el mejor sentimiento, mientras que el británico destaca por su preocupación sanitaria

## Sentimiento del viajero

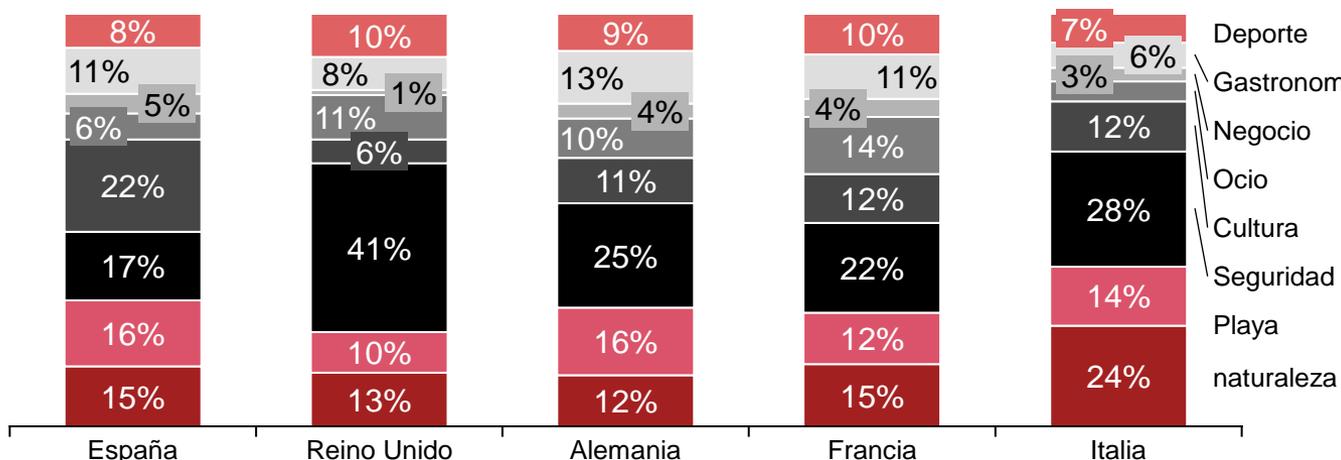
### Evolución del sentimiento neto\* del turista hacia España Q4 2021

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



Crece el sentimiento internacional hacia España salvo en Reino Unido. Los test y cuarentenas impuestos por Reino Unido disuade a los británicos del viaje internacional.

### Menciones internacionales de España en Q4 [porcentaje relativo por temática]



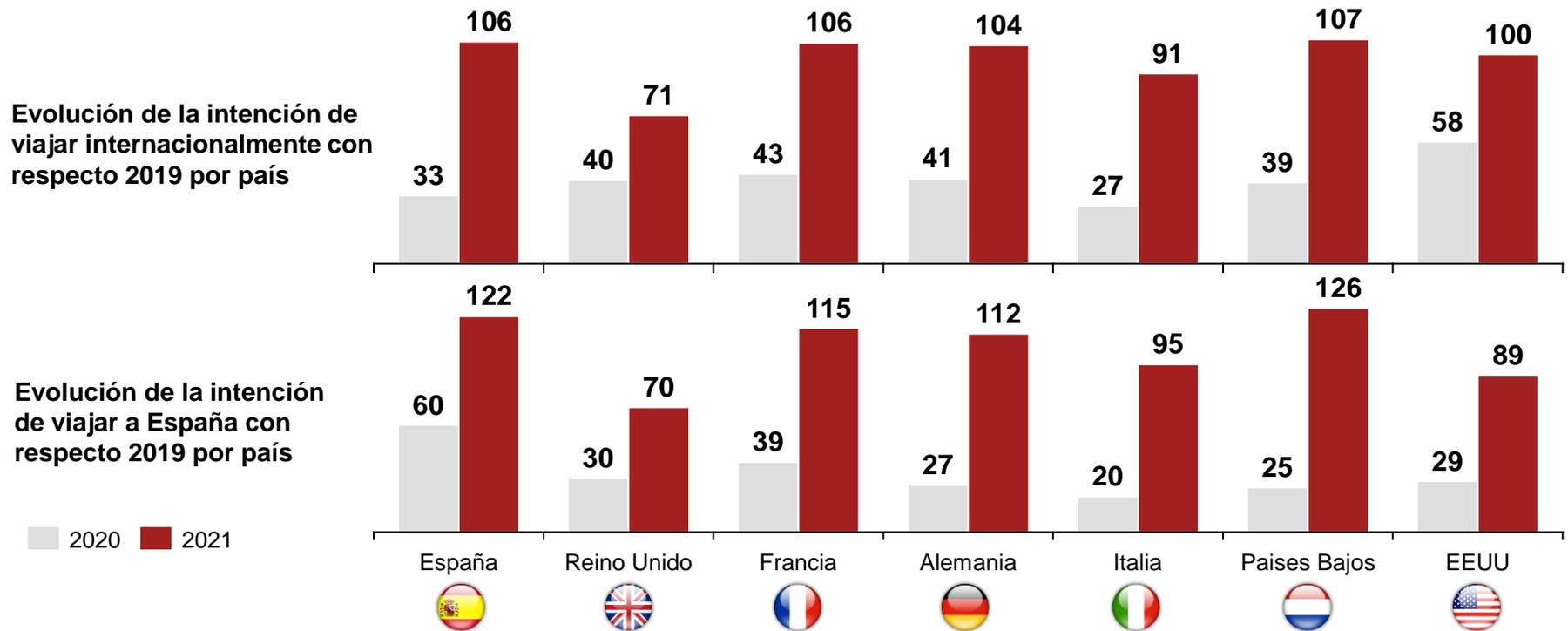
Se observa como en Alemania hay un mayor interés por las playas, en Francia por el ocio y en Italia por la naturaleza

Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

# El interés en el viaje internacional y por viajar a España se reactiva en los países europeos excepto en el Reino Unido

## Tendencias – Intención de viaje internacional y a España, septiembre-noviembre de cada año

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



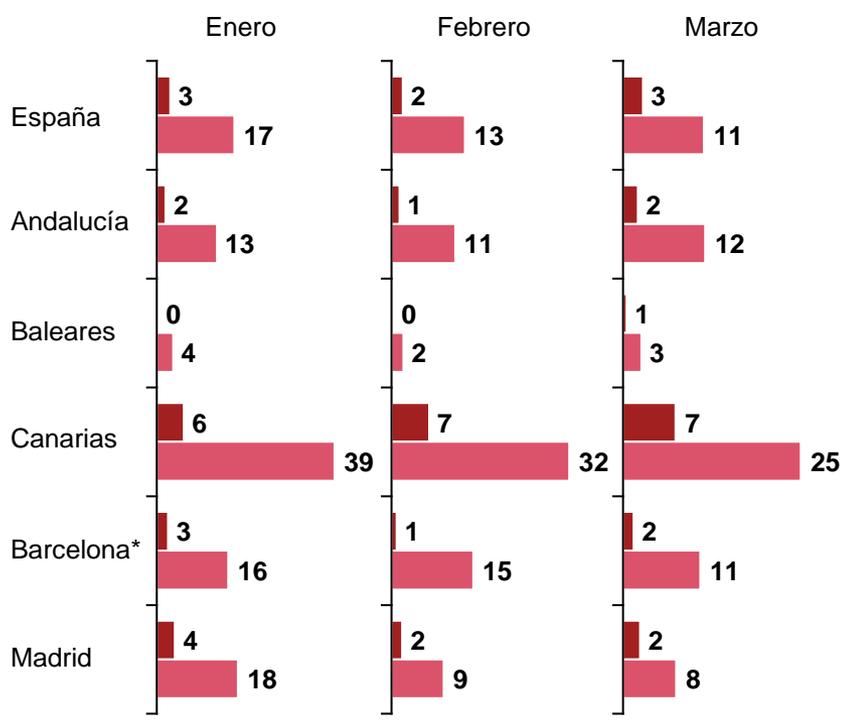
Fuente: Google Trends/Google Travel Insights, Análisis PwC

El interés por el viaje internacional se reactiva en casi todos los países, además aumenta el interés relativo a España posicionando a España entre los destinos más relevantes. De nuevo, destaca el mercado inglés, donde el interés por el viaje internacional sigue cayendo y el mercado americano donde el interés por España no logra volver a valores de 2019.

# 2022 arranca con unos valores de cartera próximos a 2020 pero con una gran volatilidad debido a las cancelaciones

## Indicadores de la posición de cartera

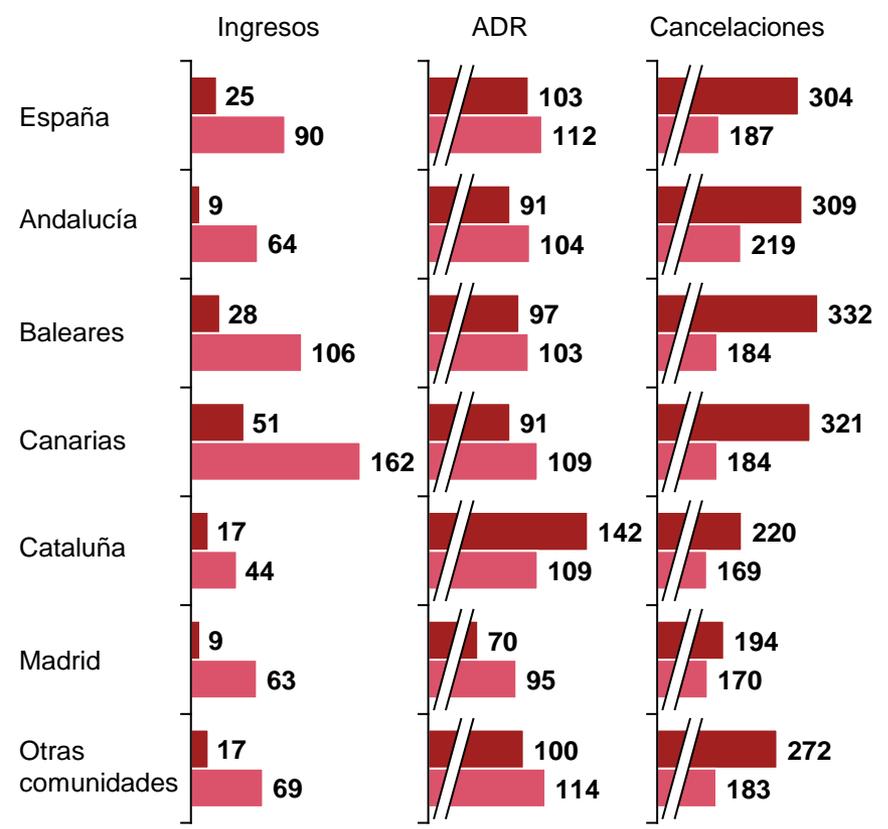
Ocupación (On the book) a 1 de enero [STR] [%]



\* La información se corresponde con Barcelona provincia.  
 Datos: Mirai, STR, Análisis PwC

2021 2022

Canal directo (On the book) a 1 de enero [Mirai] [base 100 Q1 2020]



Muchas gracias

