



# LA VOZ DEL SECTOR

## ENTREVISTA A JUAN A. GÓMEZ

HEAD OF MARKET INTELLIGENCE-INSIGHTS. FORWARDKEYS

Juan Gómez García, Head of Market Intelligence – Insights en ForwardKeys, es un experto en investigación de mercado, consultoría y asesoramiento financiero en el sector de los viajes y turismo.

Después de completar sus estudios de posgrado en Gestión Turística en Reino Unido, adquirió experiencia profesional trabajando como gerente de Investigación de Hoteles, Ocio y Turismo en el departamento de consultoría hotelera de BDO LLP en Londres. En su cargo en ForwardKeys, asesora a clientes y socios en la toma de decisiones estratégicas utilizando los datos más actualizados y las perspectivas de nuevas oportunidades comerciales. Con mucha exposición internacional, se ha convertido en orador frecuente sobre el tema de los viajes después en tiempos del Covid-19 y la recuperación del sector.

**1** Después de la pandemia, ¿qué valoración haces de este año? ¿Podemos decir que ha sido el año de la recuperación? ¿Cuáles han sido los destinos más relevantes?

Globalmente el panorama ha sido bastante positivo, a pesar de la situación de gran inestabilidad, con muchos destinos que se acercan a la recuperación total y algunos incluso superan las cifras prepandemia.

Los destinos de sol y playa han demostrado ser los más resistentes, alcanzando una recuperación a nivel global del 70% en 2022 respecto a los niveles de 2019. Esto se refleja en el impresionante desempeño de muchos destinos en América Central, el Caribe, el sur de Europa y destinos tropicales en Asia Pacífico. Los viajes a destinos urbanos también están demostrando gran resiliencia. De hecho, la recuperación de los destinos urbanos está alcanzando a la de los destinos de sol y playa de cara a final de año, y en diciembre pronosticamos que ambos estén al mismo nivel una vez la demanda de vacaciones de sol y playa se ralentiza durante los meses de invierno del hemisferio norte.





Por su parte, el mercado emisor español ha sido uno de los más recuperado de Europa en 2022, con destinos como Egipto (+51%), Islandia (+32%), Maldivas (+31%), Tanzania (+31%) y Puerto Rico (+25%) creciendo fuertemente con respecto a las cifras prepandemia.

## **2** ¿Qué esperas de 2023? ¿Crees que cuestiones como la inflación afectarán negativamente al turismo?

Afortunadamente, los datos que manejamos animan a ser optimistas de cara al 2023. Las cifras de llegadas y gasto han superado en distintos mercados y destinos las cifras de 2019, sin embargo, la actual situación invita a ser cautos de cara a los próximos meses. Si algo hemos aprendido durante la pandemia es de la gran resiliencia de nuestro sector, pero también que las cosas pueden empeorar rápidamente. Durante los últimos meses hemos atribuido parte de esta recuperación tan exitosa a las ganas de viajar frustradas durante dos años de restricciones en constante cambio, sin embargo, la inflación sigue muy elevada y esto puede tener efectos negativos en el poder adquisitivo de los viajeros, que quizás busquen opciones más económicas el próximo año, dedicando menos recursos a viajar.

La recuperación total y global del mercado dependerá de la capacidad del sector para adaptarse a nuevas realidades y superar obstáculos asociados con las tensiones geopolíticas, la falta de recursos humanos en el sector y la crisis energética mundial.

## **3** ¿Qué podemos adelantar para los primeros meses de 2023 en cuanto a la procedencia de nuestros visitantes?

Los últimos datos de reservas aéreas de ForwardKeys apuntan a una recuperación en España del 90% del volumen de llegadas

internacionales de 2019 durante la temporada de invierno. Observamos también una diversificación de mercados, con las llegadas de turistas de México (+14%) o Colombia (+3%) creciendo con respecto al mismo momento hace tres años. Las llegadas de viajeros premium también se espera que sigan creciendo sobre todo en ciudades como Madrid, donde los mercados afluentes latinoamericanos tendrán gran relevancia. También crecerán las llegadas desde Irlanda (+19%), Suecia (+15%), Alemania (+12%) o Finlandia (+4%), mientras que las llegadas desde Estados Unidos durante los tres próximos meses todavía se prevén un 6% por debajo del mismo momento en 2019.

## **4** ¿Y en cuanto a los destinos elegidos?

El nivel de reservas para viajes internacionales desde España al extranjero durante los próximos seis meses se encuentra al mismo nivel que en el mismo momento en 2019. Teniendo en cuenta que los viajeros todavía reservan con menos antelación que antes de la pandemia, es posible que las cifras de viajes durante la primera mitad del 2023 no solo igualen, sino que superen ampliamente a las cifras prepandemia. Destinos como Egipto o Turquía ya muestran crecimiento con respecto a 2019 de cara al próximo año, así como otros destinos europeos como Italia, Francia o Reino Unido. Sin embargo, lo más relevante será el crecimiento de destinos de oriente medio como Emiratos Árabes, Qatar u Omán, que crecerán en popularidad tras el foco mediático durante la Copa del Mundo de la FIFA en Qatar.

## **5** Por último, ¿cómo puede una empresa como ForwardKeys ser útil para las agencias de viajes?

ForwardKeys es una empresa valenciana líder global en el análisis de viajeros. Trabajamos con más de 100 destinos en todo el mundo, así como empresas privadas del sector como cadenas hoteleras, grandes marcas, *duty free*, compañías de alquiler de vehículos y fondos de inversión, ayudándoles a entender y anticipar las últimas tendencias en el sector. Hacemos esto apoyándonos en un uso exhaustivo de datos casi a tiempo real, que nos permite determinar quien está interesado en viajar a donde, cuando y por cuanto tiempo, proveyendo a nuestros clientes y socios con una visión de 360 grados del mercado de los viajes.

ForwardKeys analiza datos de capacidad aérea, búsquedas de vuelos, reservas a través de agencias de viajes y billetes confirmados directamente con las aerolíneas, que ayudan a entender mejor el comportamiento de los viajeros antes de reservar y en destino, lo que a su vez puede ayudar a las agencias de viaje, de la misma forma que ayuda a destinos y a otros negocios de la industria, a conocer mejor a su potencial cliente y a adaptar sus estrategias comerciales y de marketing.

## **ESTADO DEL SECTOR TURÍSTICO**

ForwardKeys ha publicado recientemente una **revisión exhaustiva del estado del sector de los viajes y el turismo en el mundo durante el 2022**, en el que se repasan los destinos más visitados y que incluye además una revisión de las últimas tendencias. Puedes descargar una copia del mismo de manera gratuita en su [página web](#).

