



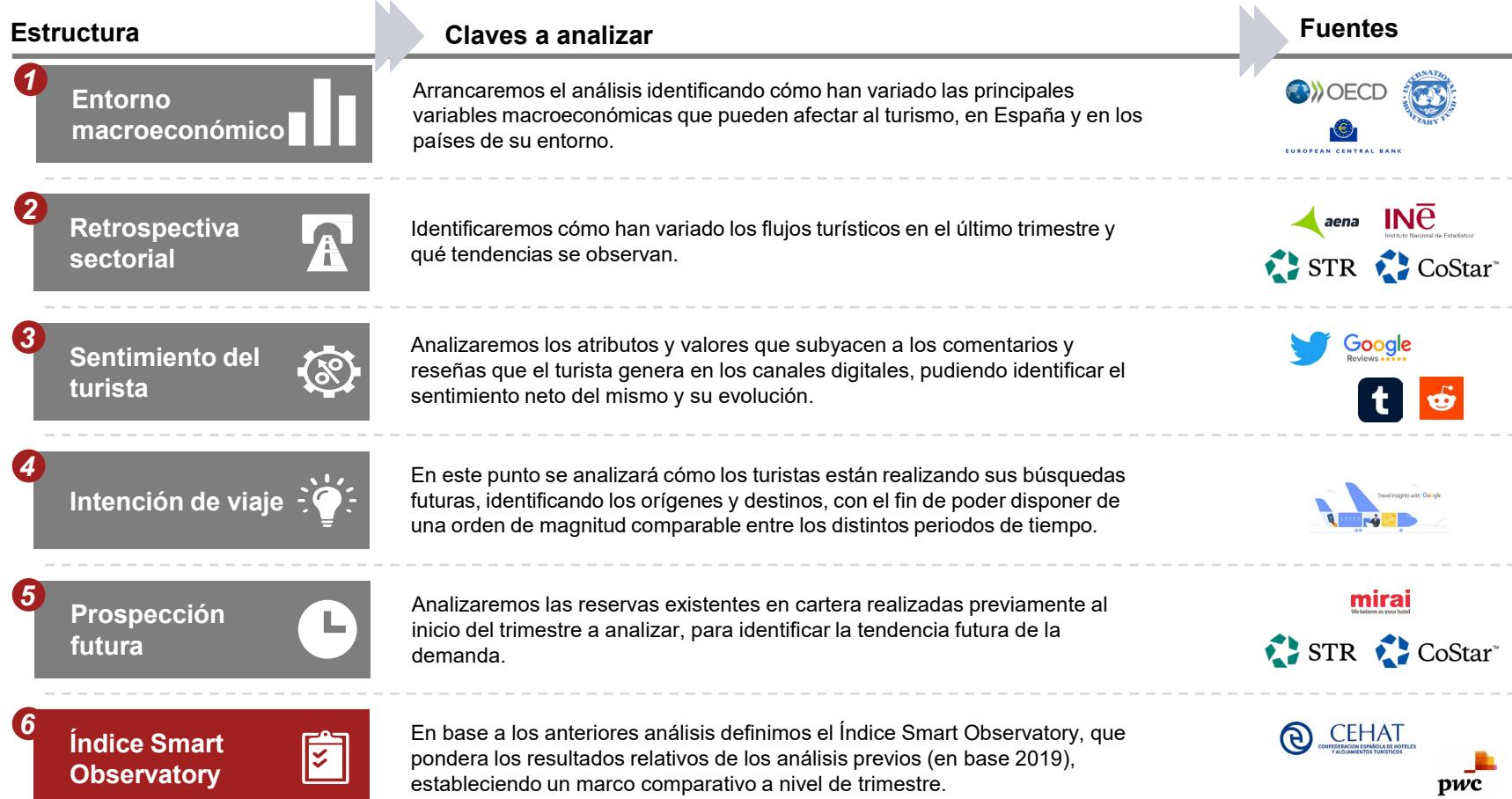
# Smart Observatory – Sector Hotelero

Temporada Primavera 2025



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

## Marco metodológico





# Índice

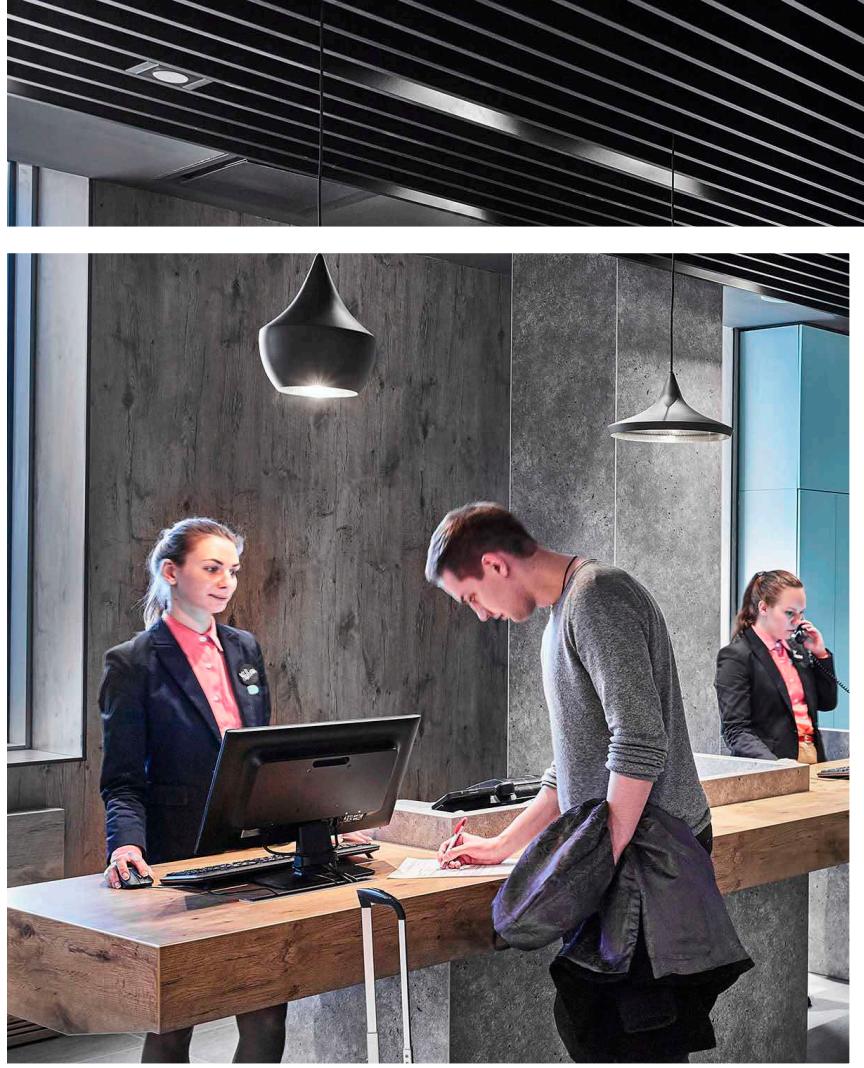
1

## Análisis Smart Observatory

- 1.1. Entorno macroeconómico
- 1.2. Retrospectiva sectorial
- 1.3. Sentimiento del turista
- 1.4. Intención de viaje
- 1.5. Prospección futura

2

## Resumen ejecutivo





# 1

## Análisis Smart Observatory

- 1.1. Entorno macroeconómico
- 1.2. Retrospectiva sectorial
- 1.3. Sentimiento del turista
- 1.4. Intención de viaje
- 1.5. Prospección futura

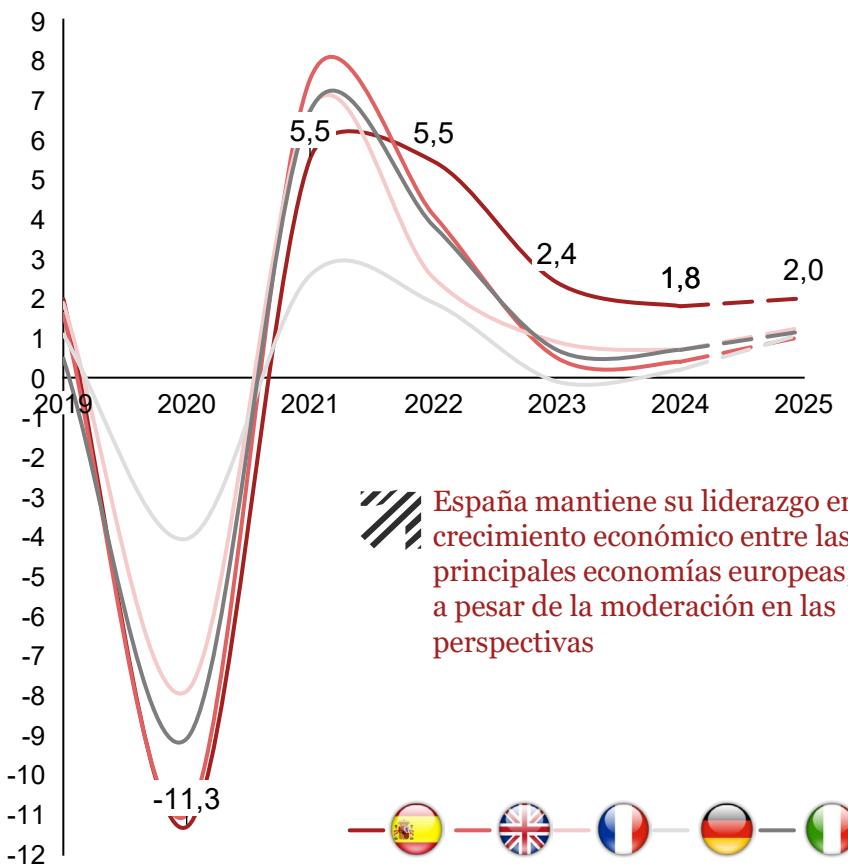


# Las proyecciones de crecimiento económico mantienen a España a la cabeza de Europa el próximo año

## Tendencias macroeconómicas

### Evolución del PIB Real entre 2019 y 2025\*

[Var %, Anual]



España mantiene su liderazgo en crecimiento económico entre las principales economías europeas, a pesar de la moderación en las perspectivas



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

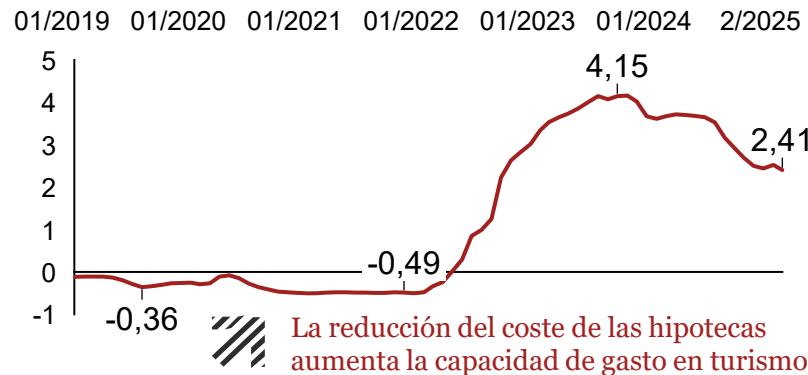


Para las previsiones de crecimiento del 2025 se espera un continuado crecimiento

La reducción de los tipos de interés aumenta el poder adquisitivo favoreciendo el consumo

## Tendencias macroeconómicas

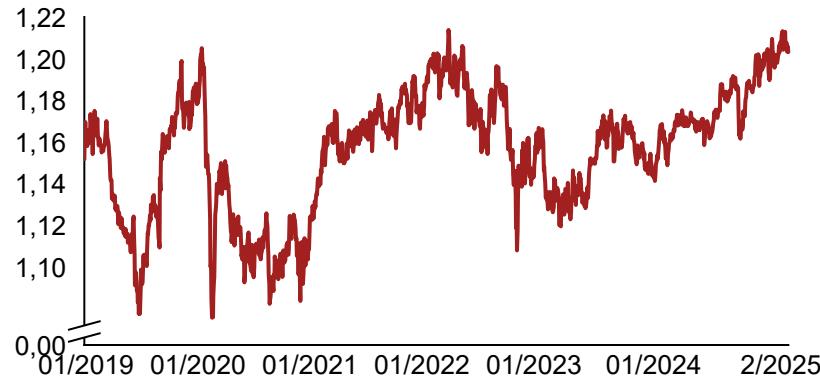
### Euribor mensual histórico [%]



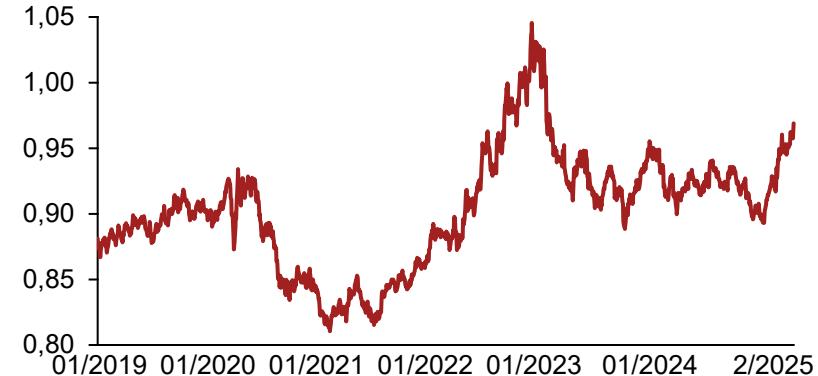
### Tasa de desempleo entre 2019 y 2025, previsión 2025\*

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
ESPAÑA	14,1	15,5	14,8	12,9	12,1	11,4	11,3
REINO UNIDO	3,8	4,6	4,5	3,7	4,3	4,3	4,7
FRANCIA	8,5	8,1	7,9	7,3	7,2	7,4	7,8
ALEMANIA	3,0	3,7	3,6	3,1	3,0	3,4	3,0
ITALIA	9,9	9,3	9,5	8,1	7,6	6,5	7,3

### Cambio Libra/Euro histórico



### Cambio Dólar/Euro histórico

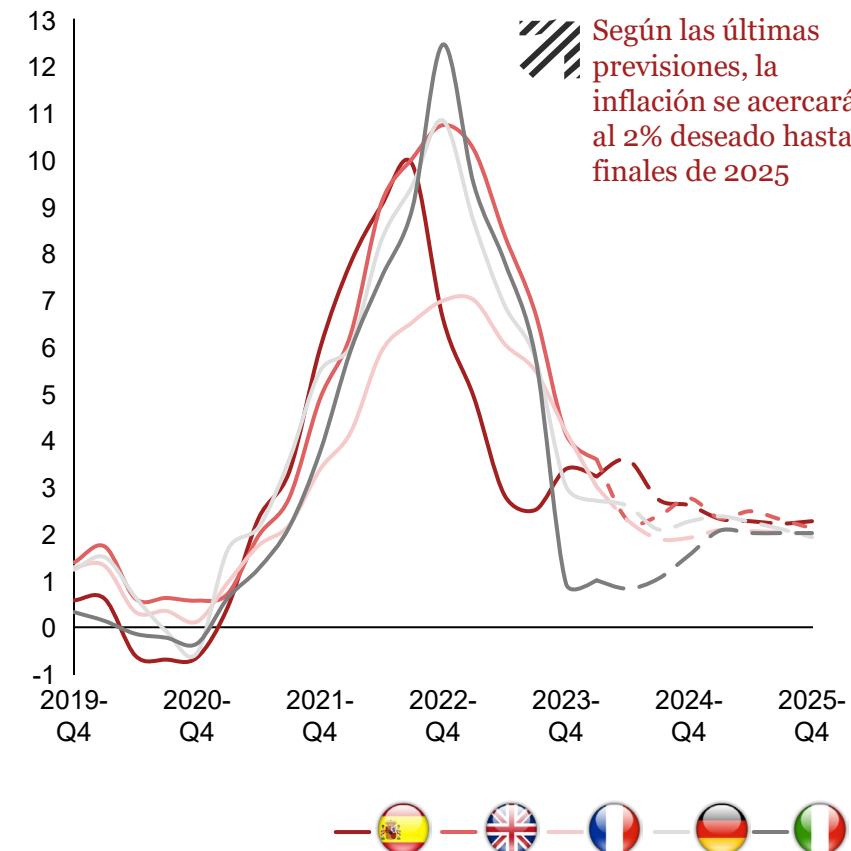


# La moderación de la inflación estimula el gasto en Europa y fortalece las expectativas del sector turístico

## Tendencias macroeconómicas

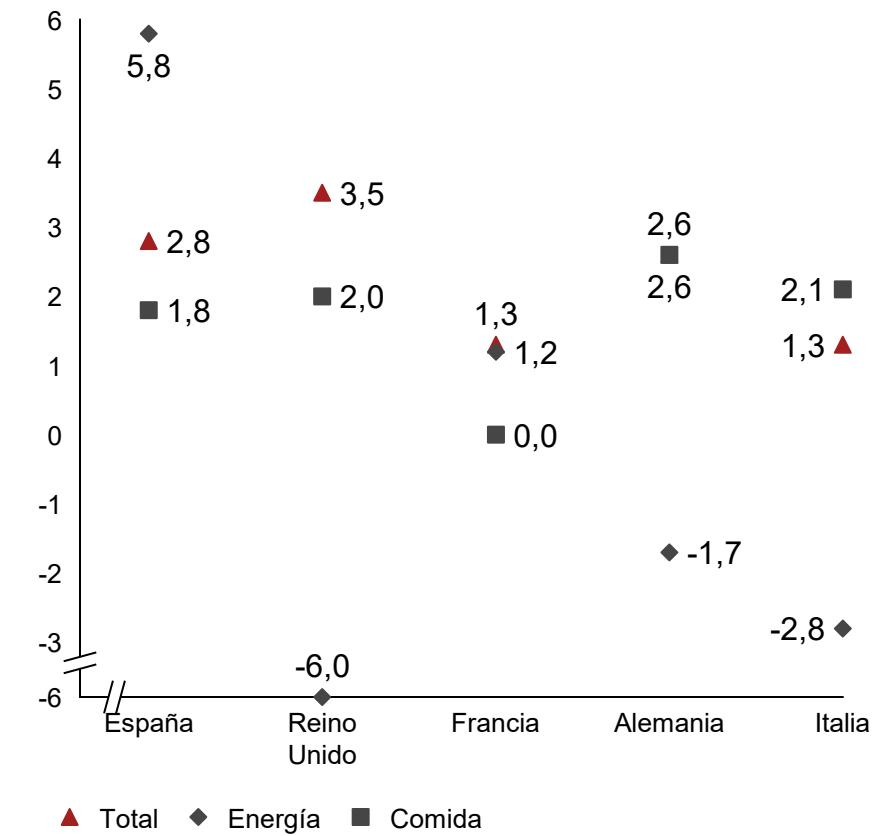
### Evolución de la inflación entre 2019 y 2025\*

[Var Anual, %]



### Inflación total, energía y comida a diciembre 2024

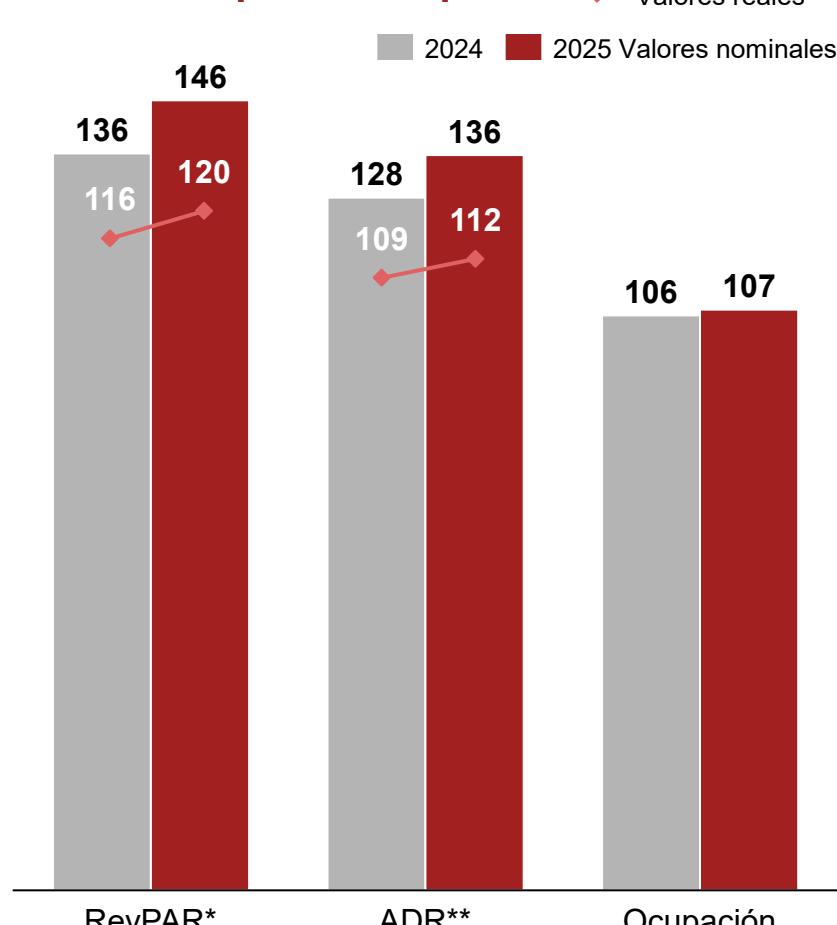
[Var Anual, %]



El sector continúa creciendo en invierno, aumentando un 3,4% los valores de RevPAR frente al 2024

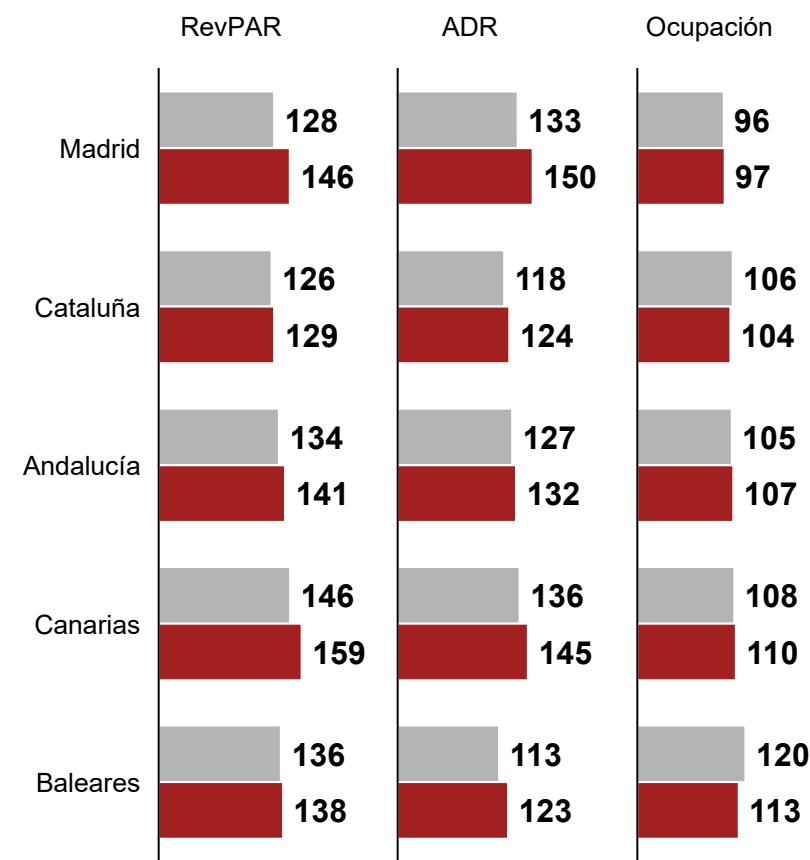
### Evolución de los principales indicadores hoteleros (enero-febrero)

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

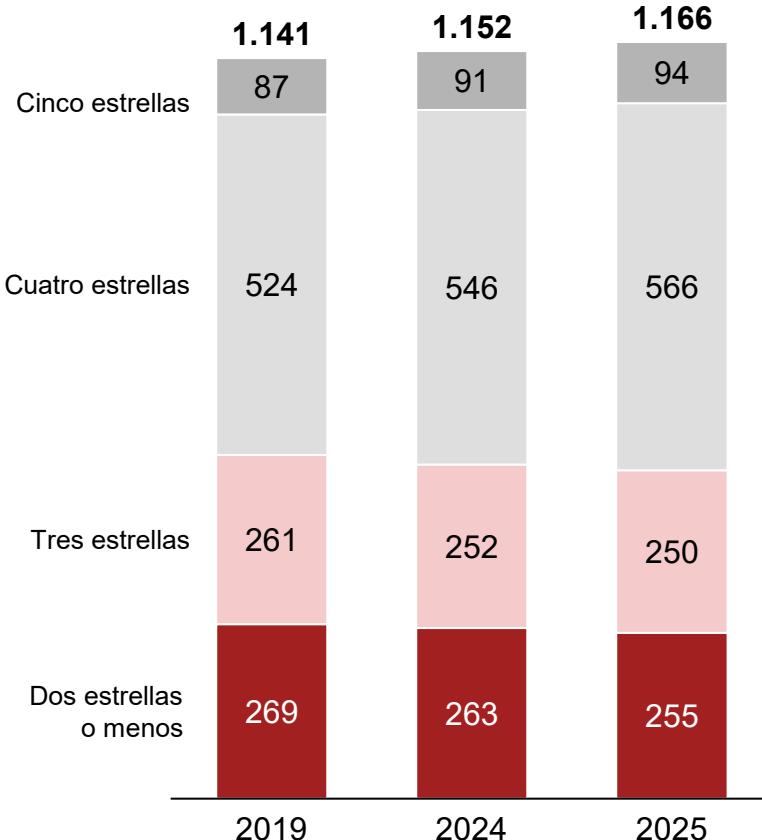
\*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

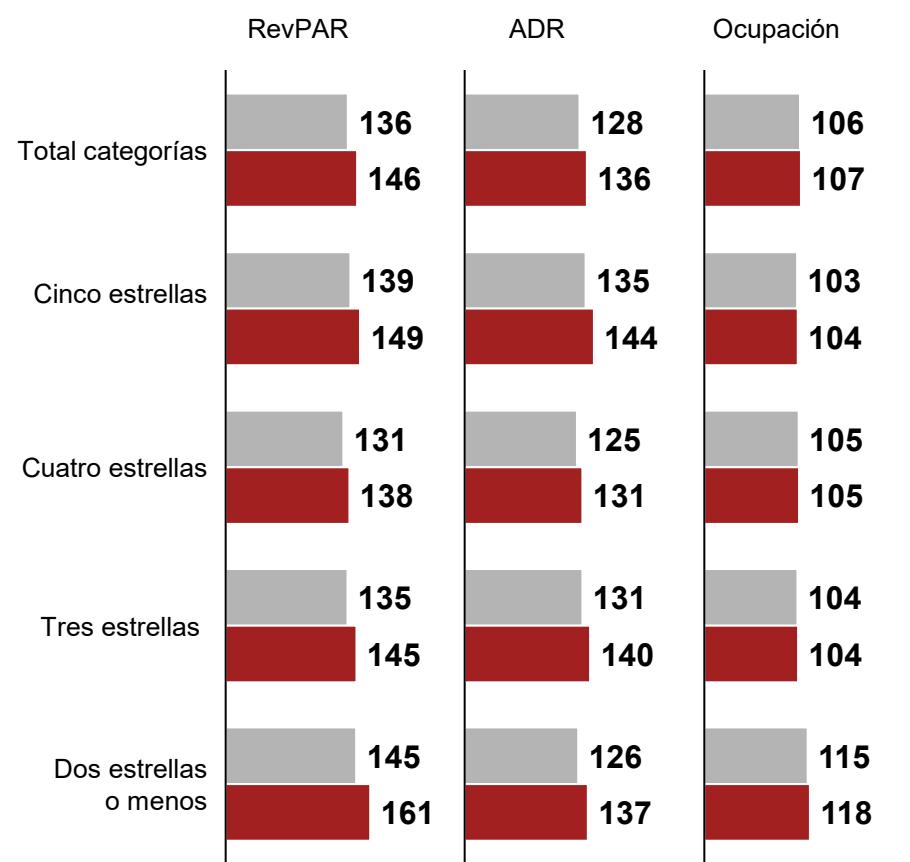
España mantiene su apuesta por una oferta turística de calidad, aumentando las plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas (+4% vs 2024)

### Evolución de los principales indicadores hoteleros (enero-febrero 2025)

Plazas por categoría [miles]



Detalle por categorías [Base 100 2019]



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

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

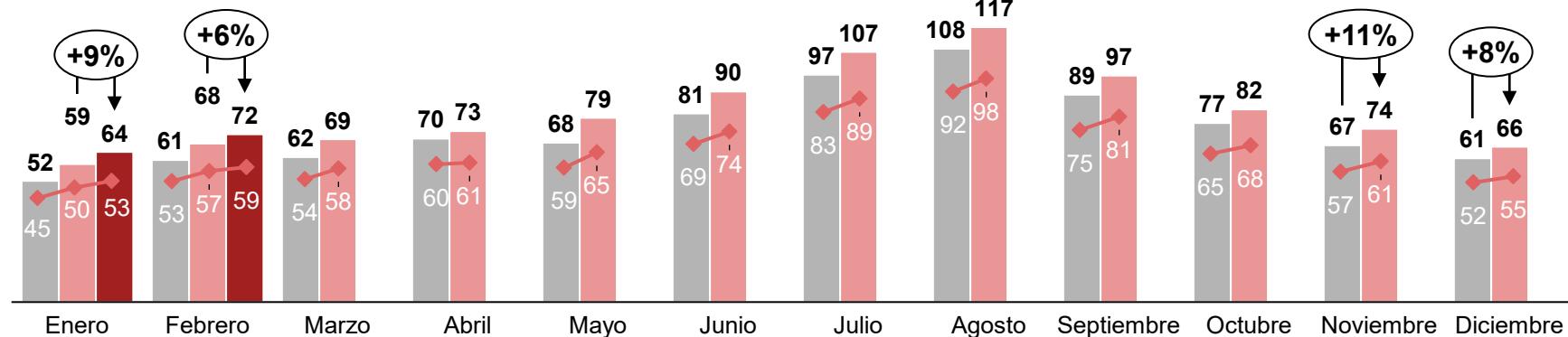
\*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

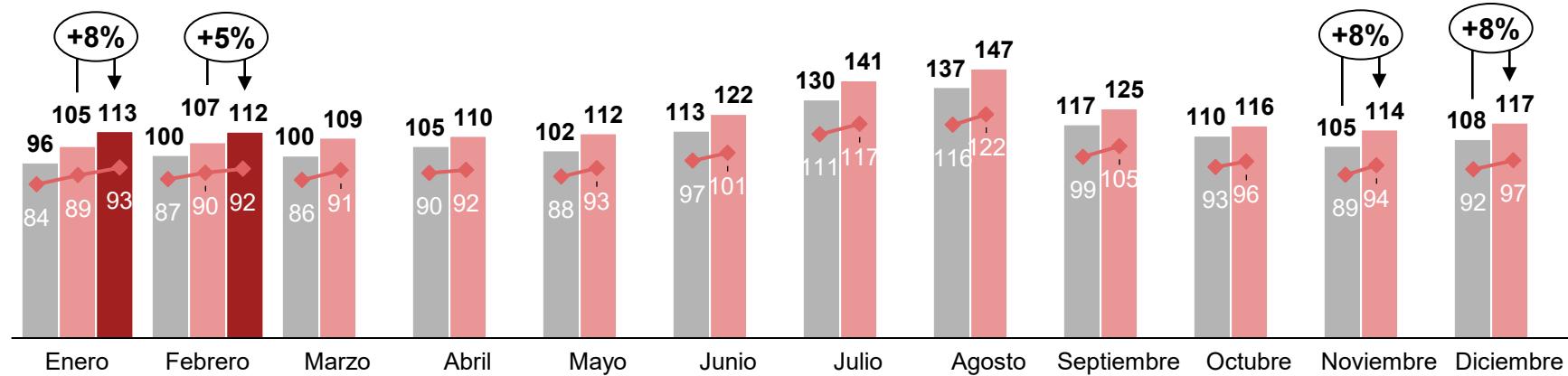
La mejora del RevPAR respecto al ADR refleja la mejora del crecimiento turístico en épocas valle

### Evolución RevPAR\* y ADR\*\*

#### RevPAR [Euros]



#### ADR [Euros]



\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones

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

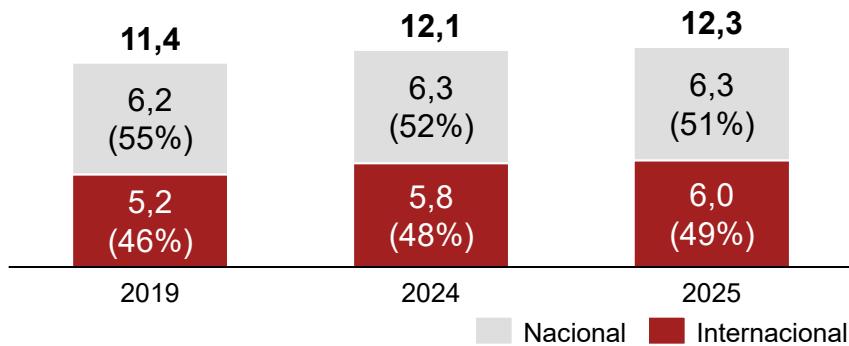
\*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

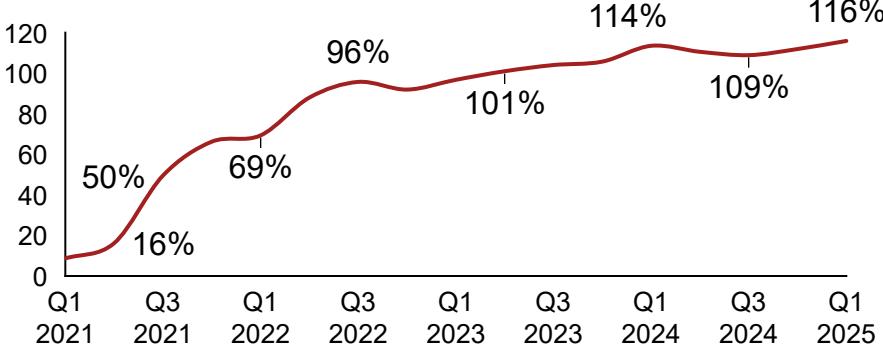
El aumento del turismo internacional (c.3% vs. 2024) impulsó el crecimiento del sector en la temporada de invierno (c.2% vs. 2024)

## Evolución en el número de viajeros

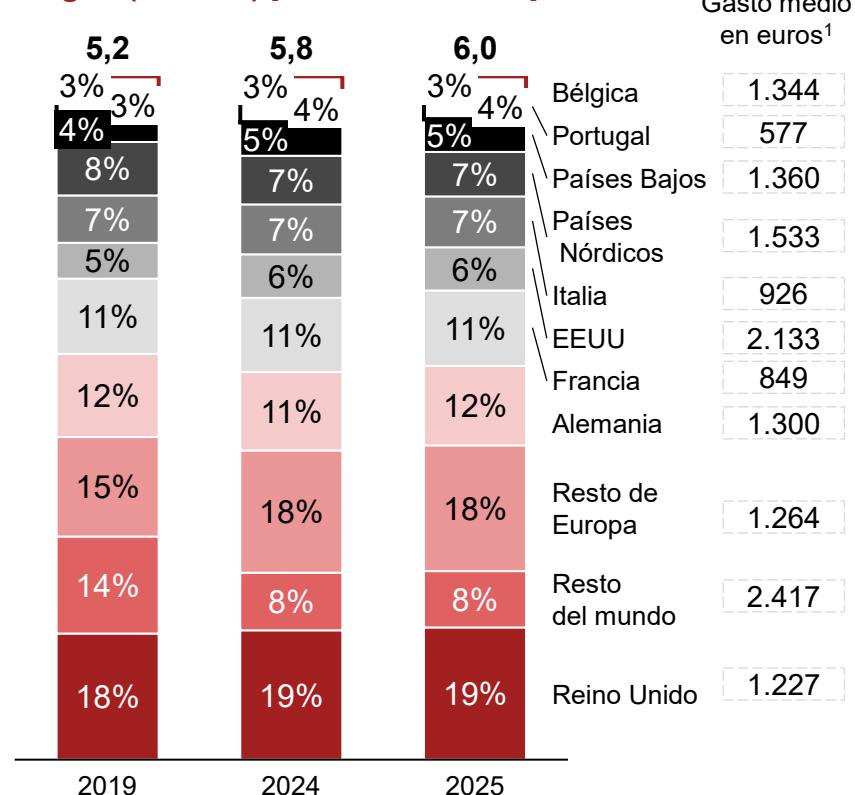
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (ene-feb) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]



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

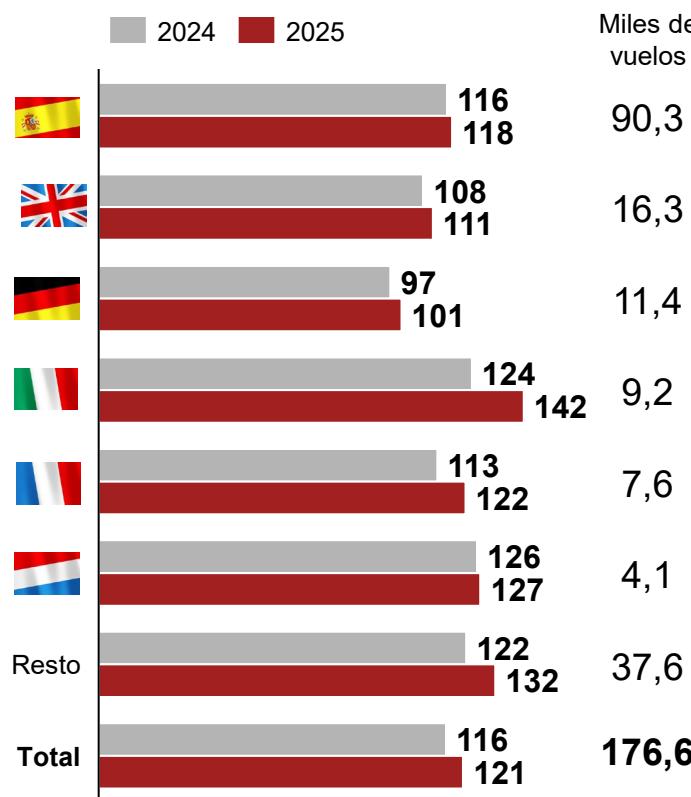


El aumento del turismo internacional, en concreto turistas de alto impacto económico como los estadounidenses y asiáticos, continúa siendo la principal palanca de crecimiento del sector

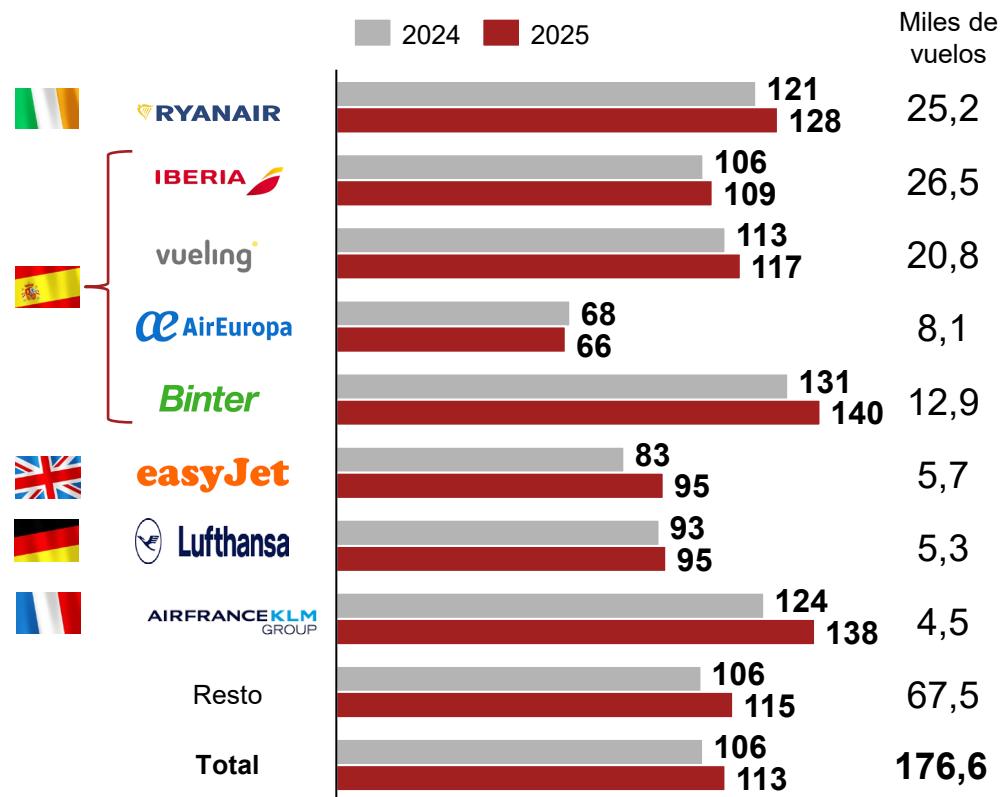
España refuerza su conectividad aérea con un aumento de la llegada de vuelos del 7% frente al 2024

### Histórico – Tráfico aéreo (enero y febrero)

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



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

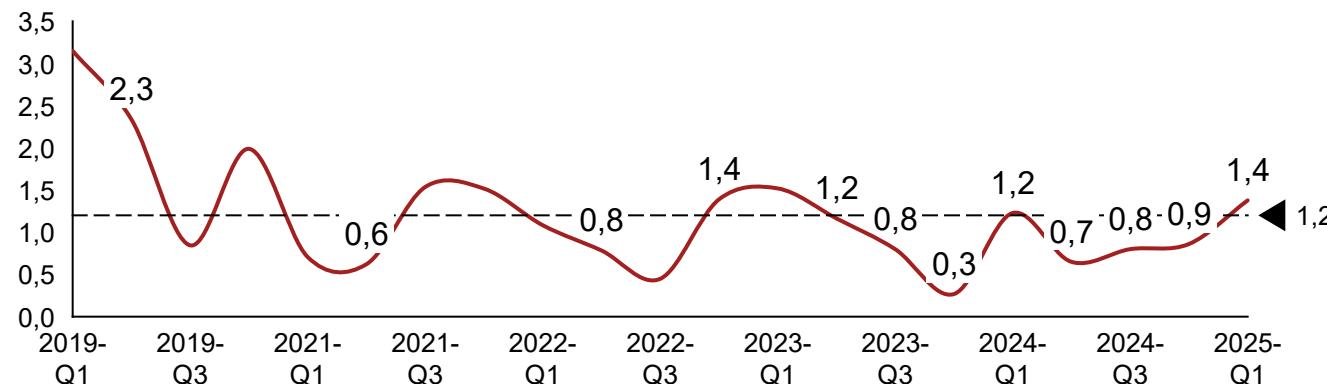


El sentimiento neto hacia España continúa con su tendencia positiva y supera los niveles medios registrados

## Sentimiento del viajero

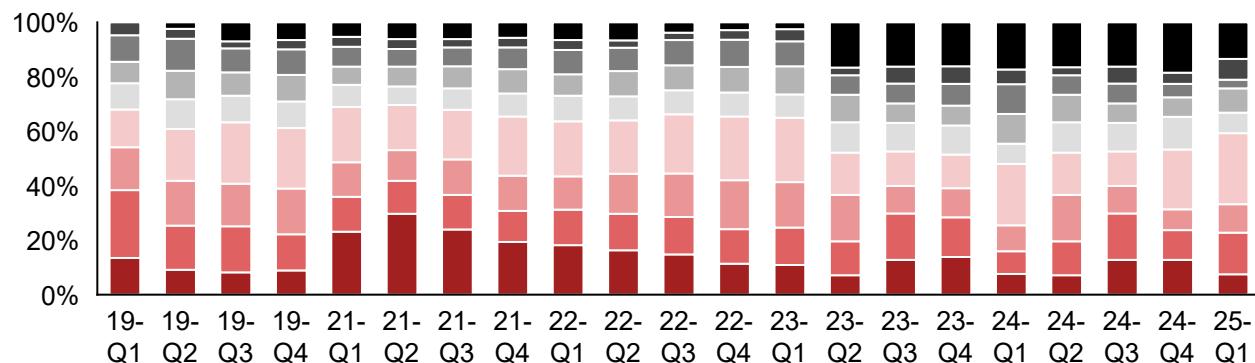
### Evolución del sentimiento neto<sup>1</sup> del turista hacia España

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



El sentimiento neto hacia España continúa con su recuperación y supera los niveles medios de los últimos años

### Evolución de las menciones internacionales de España<sup>2</sup> [Porcentaje relativo por temática]



El interés por el turismo cultural ha marcado el periodo de primavera, conforme crecen las menciones al Sol y la Playa

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

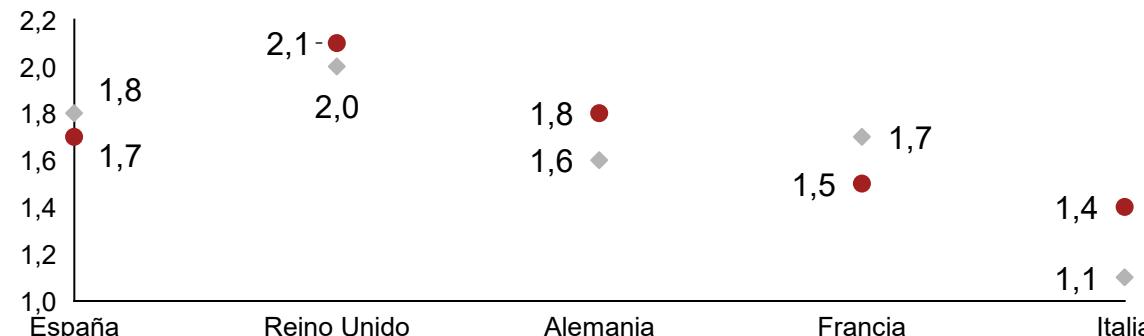
El sentimiento neto del viajero internacional aumenta con una fuerte concentración en el interés cultural y la playa

### Sentimiento del viajero (enero-febrero)

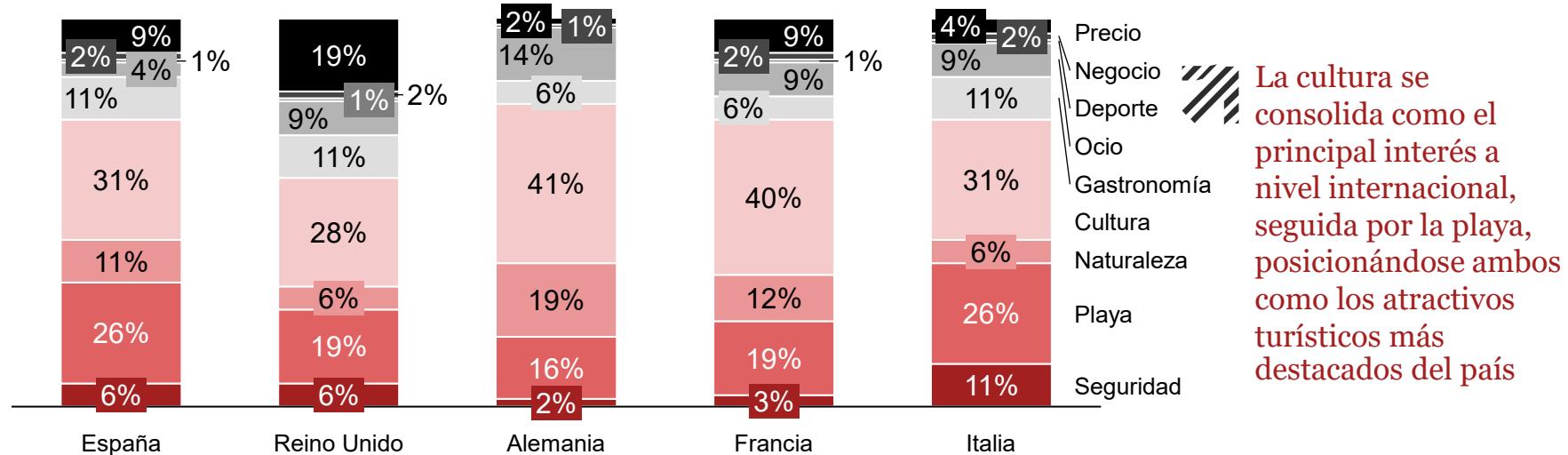
#### Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

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

● 2025 ◇ 2024



#### Menciones internacionales de España en ene-feb 2025 [Porcentaje relativo por temática]



(1)Sentimiento Neto:  $5 * (\text{Menciones Positivas} - \text{Menciones Negativas}) / (\text{Menciones Positivas} + \text{Menciones Negativas})$ .

Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

Ligera aceleración en el sentimiento del viajero, generando una sensación positiva media superior a la de años anteriores

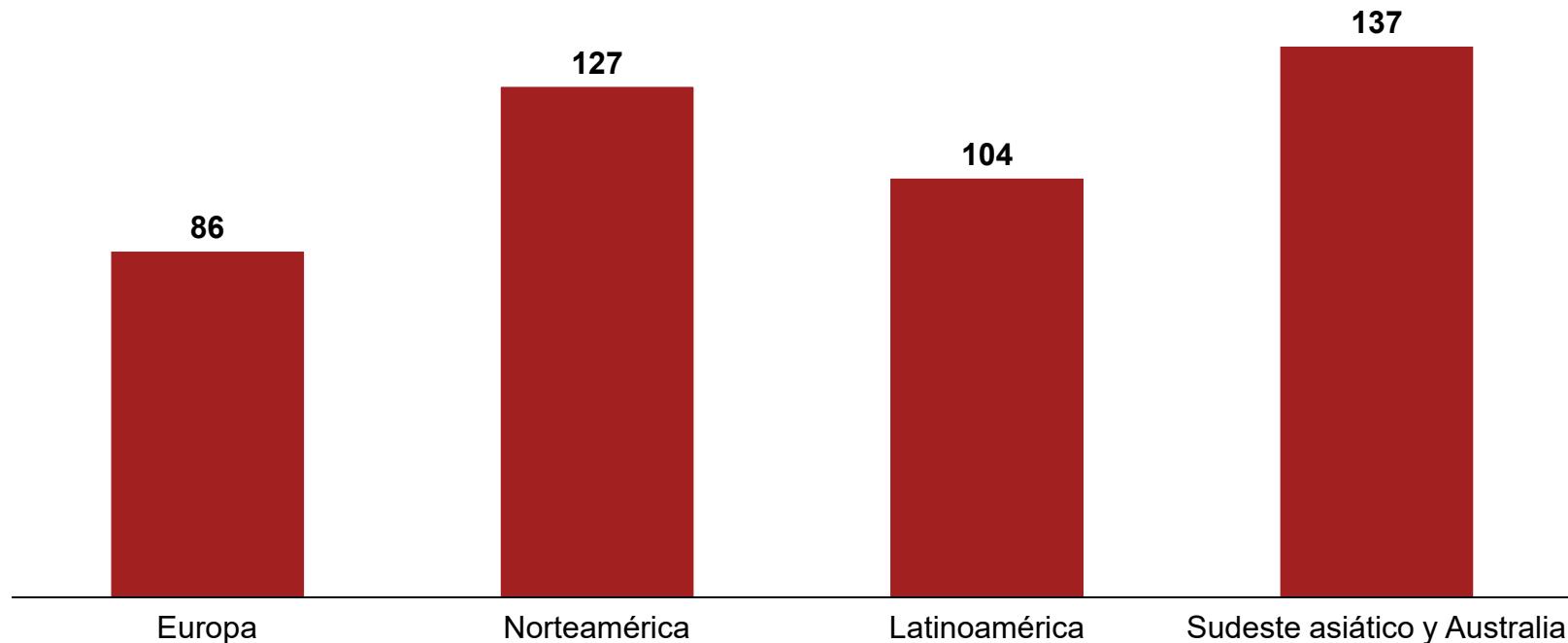
La cultura se consolida como el principal interés a nivel internacional, seguida por la playa, posicionándose ambos como los atractivos turísticos más destacados del país

Los mercados de largo radio mantienen su interés por España como destino y continúan creciendo sus búsquedas

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

Google Travel Insights metric normalizado por País [Base 100, 2024\*]

2025

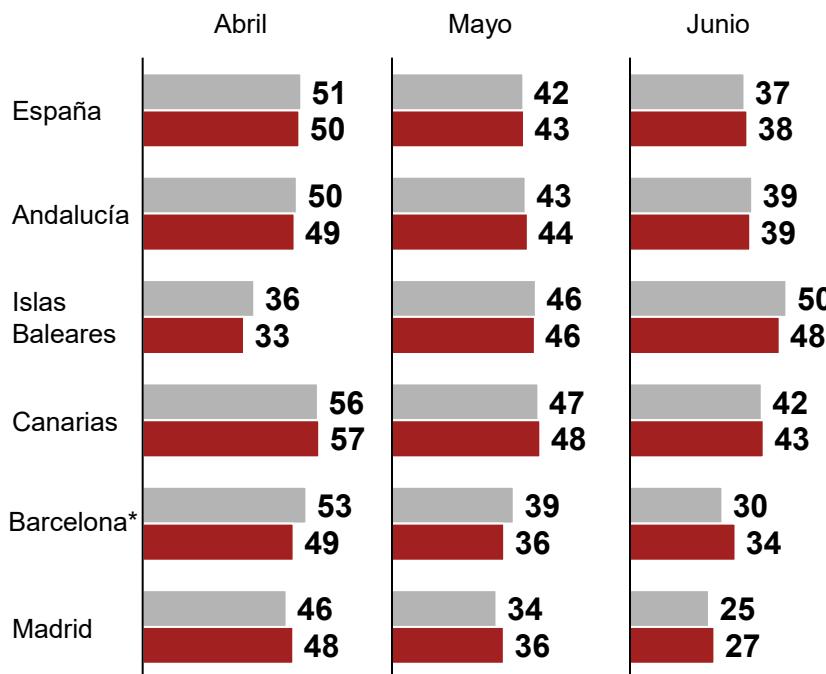


Norteamérica, Latinoamérica, el Sudeste asiático y Australia destacan por su creciente interés por viajar a España, mientras que España y los demás países europeos comienzan a valorar otros destinos de largo radio

Los ingresos en cartera se mantienen al alza gracias a una cartera estabilizada y la mejora del precio medio de las habitaciones

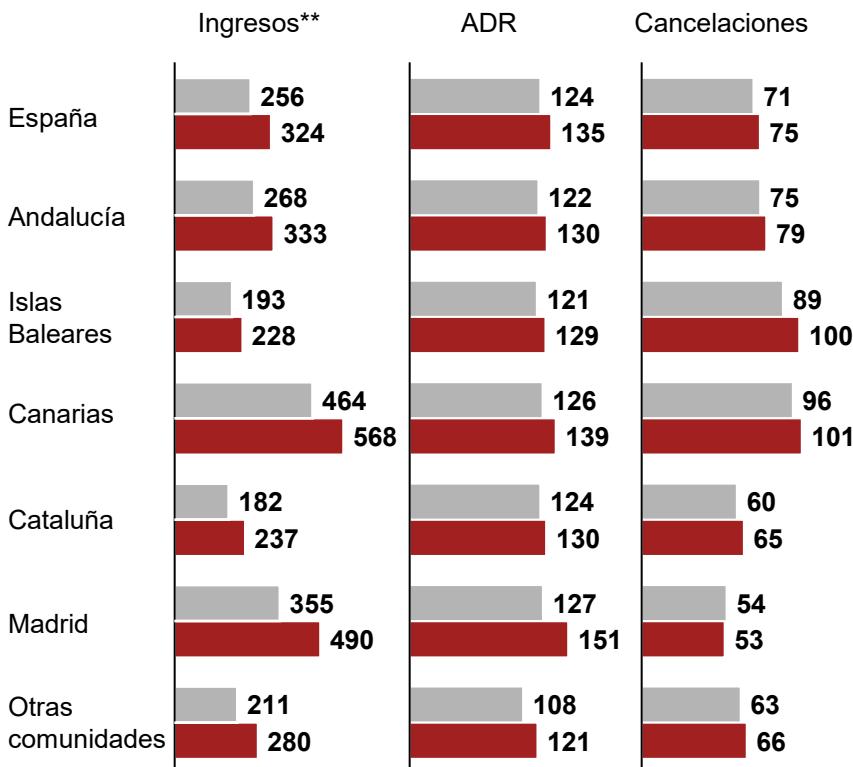
### Indicadores de la posición de cartera

#### Ocupación en Cartera a 90 días



La ocupación en cartera alcanza el equilibrio, manteniendo los niveles del año anterior

#### Canal directo (On the book) a 13 de marzo [Mirai] [Base 100 2019]



El canal directo continúa captando mayor cuota de mercado y aumenta los ingresos en cartera un 27% respecto al año anterior

\* 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



2

## Resumen ejecutivo



# Crecimiento moderado en la primavera de 2025, impulsado por la atracción de mayor gasto medio por turista

**La temporada primaveral de 2025 proyecta la consolidación del sector, manteniendo los niveles previos de ocupación. Gracias a la mejora de la oferta hotelera y el aumento de gasto medio por viajero se ha visto una mejora sostenida del precio de las habitaciones, destacando los mercados de largo radio como el estadounidense y el asiático**

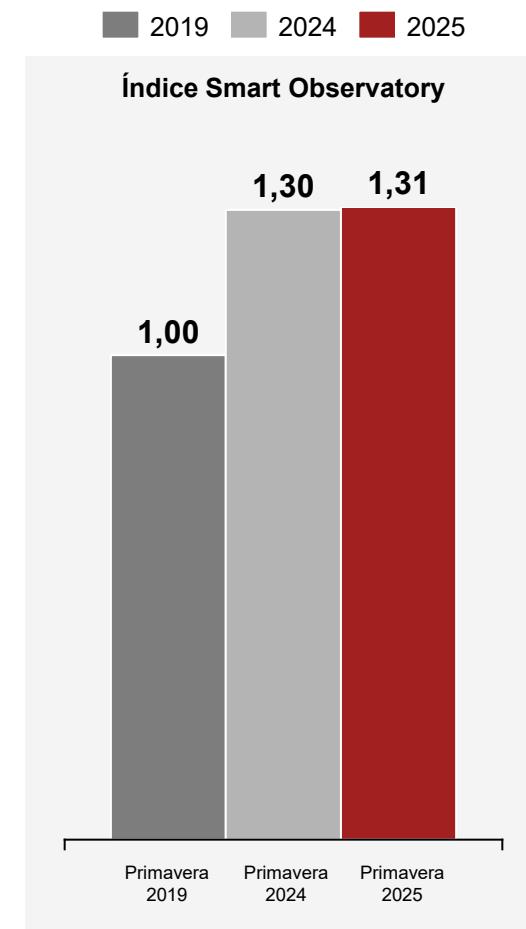
El índice **Smart Observatory** nos marca un **valor de 1,31 para la primavera 2025**, mostrando una leve mejoría que indica el comienzo de la consolidación del sector en valores de récord histórico.

El aumento del gasto medio del turista unido a la **mejora en la calidad de la oferta hotelera**, reflejado en un aumento del 4% en las plazas de 4 y 5 estrellas respecto 2024, han aumentado el **ReVPAR un 3,4% respecto a 2024**.

El **atractivo turístico de España** sigue en ascenso, como refleja la **mejora en el sentimiento del viajero**, que supera la media de los últimos años. A su vez, el **fortalecimiento de la conectividad aérea** ha impulsado un **aumento del 7 % en el número de viajeros** desde 2024.

Respecto a la **intención de viaje**, se observa un creciente interés, con respecto al mismo periodo del año anterior, por las visitas a España de los **mercados emisores de largo radio** con unos crecimientos de Norteamérica (+27%), América Latina (+4%) y el Sudeste asiático y Australia (+37%).

La **ocupación continúa registrando los elevados niveles de 2024**, lo que plantea al sector hotelero el reto de seguir creciendo. Para ello, la **principal palanca debe ser** la continua mejora de la oferta hotelera. Las **perspectivas son optimistas**, con un aumento de los ingresos en cartera y un sentimiento creciente.



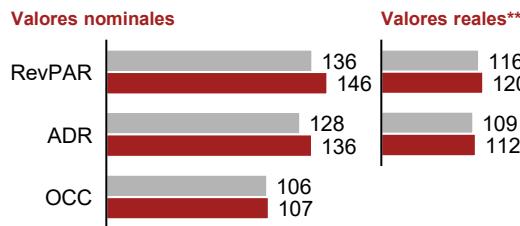
# Primavera '25 mantiene un leve crecimiento de sus previsiones, soportada por una cartera estable

## PIB Real en base 100 Q4 2019 e IPC\*



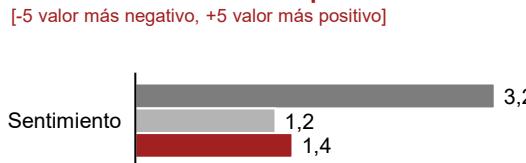
España conserva unas previsiones de crecimiento favorables pese a la inflación acumulada

## Indicadores hoteleros Base 100 (ene-feb) 2019



Los ingresos se alzan un 3,4% en términos reales respecto a 2024 gracias a una mejoría del 1% de la ocupación

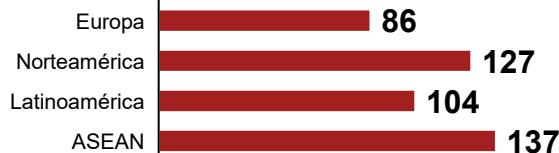
## Sentimiento neto hacia España



El sentimiento neto hacia España continúa con su recuperación y se sitúa en máximos post-pandemia

## Interés por el viaje a España

Base 100 2024 (ene-feb)



El interés por viajar a España está experimentando un crecimiento en el largo radio con una ligera bajada en el viaje de corto y medio radio

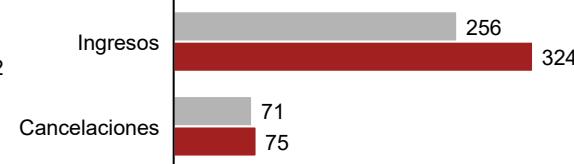
## On the book (cartera) % ocupación a fecha 10 de marzo para los próximos 90 días (hasta el 7 de junio de 2025)



La ocupación en cartera a 90 días se estabiliza, a valores del año anterior, 2024

## On the book (cartera) en canal directo

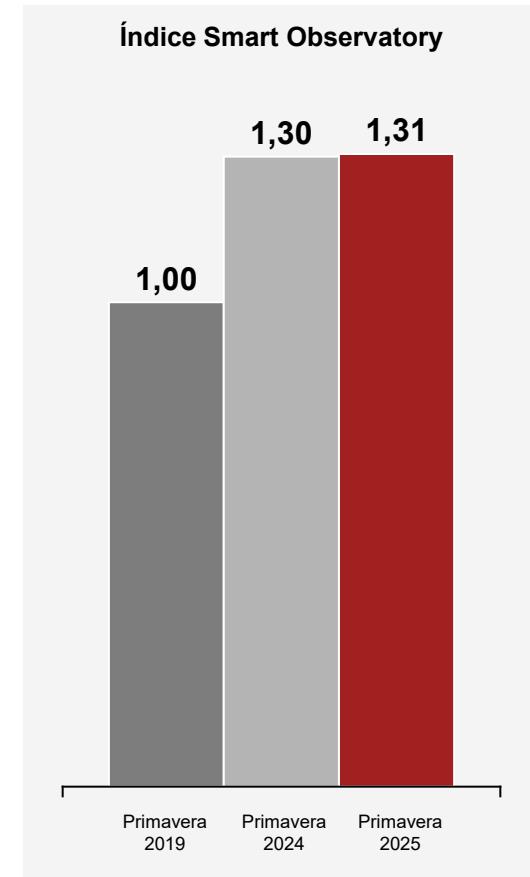
a fecha 13 de marzo en base 100 respecto a 2019



El crecimiento del canal directo y la subida de la ocupación incrementan los ingresos esperados un 27% frente a 2024

2019 2024 2025

## 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

Muchas gracias

