



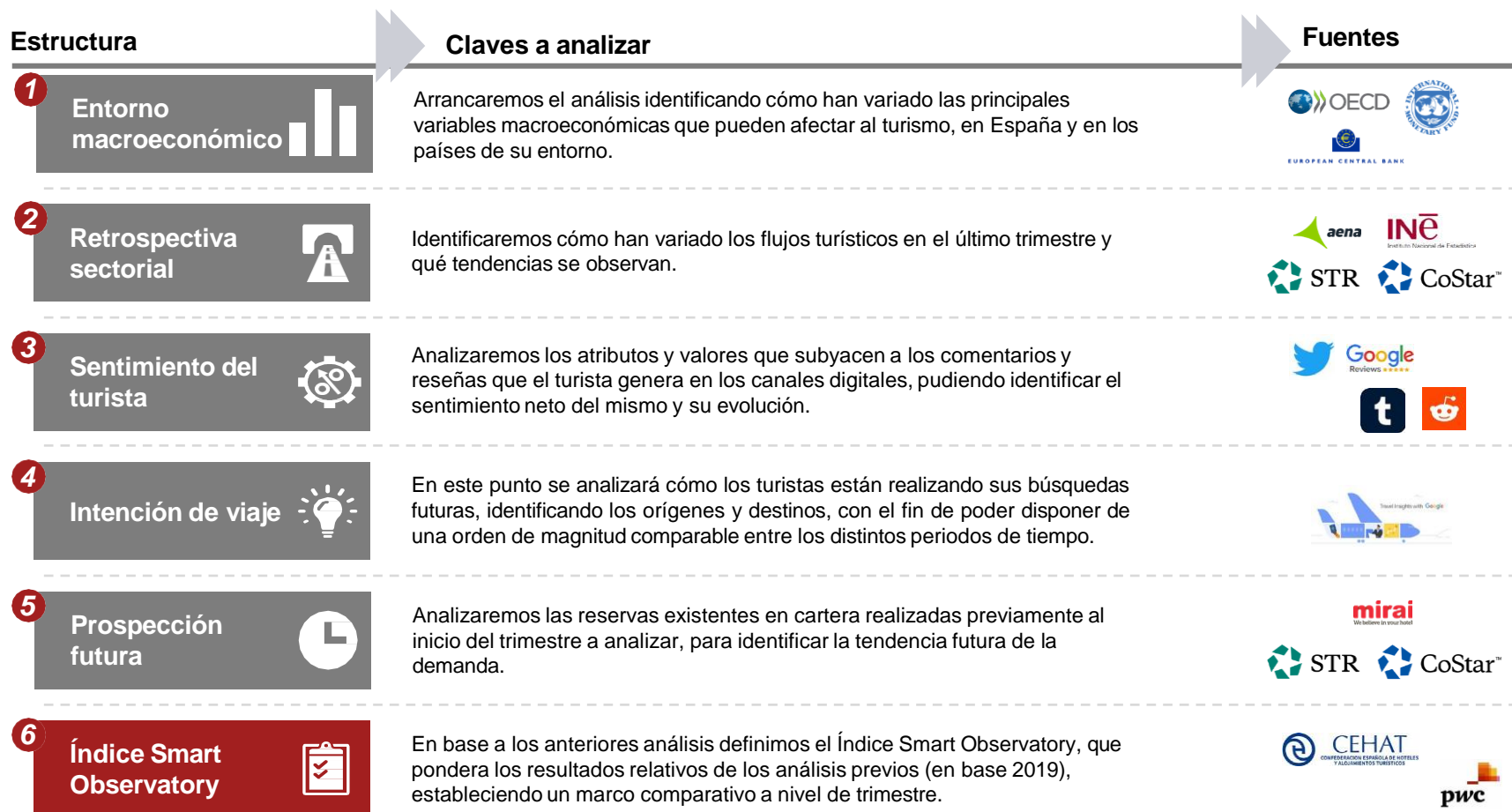
# Smart Observatory – Sector Hotelero

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



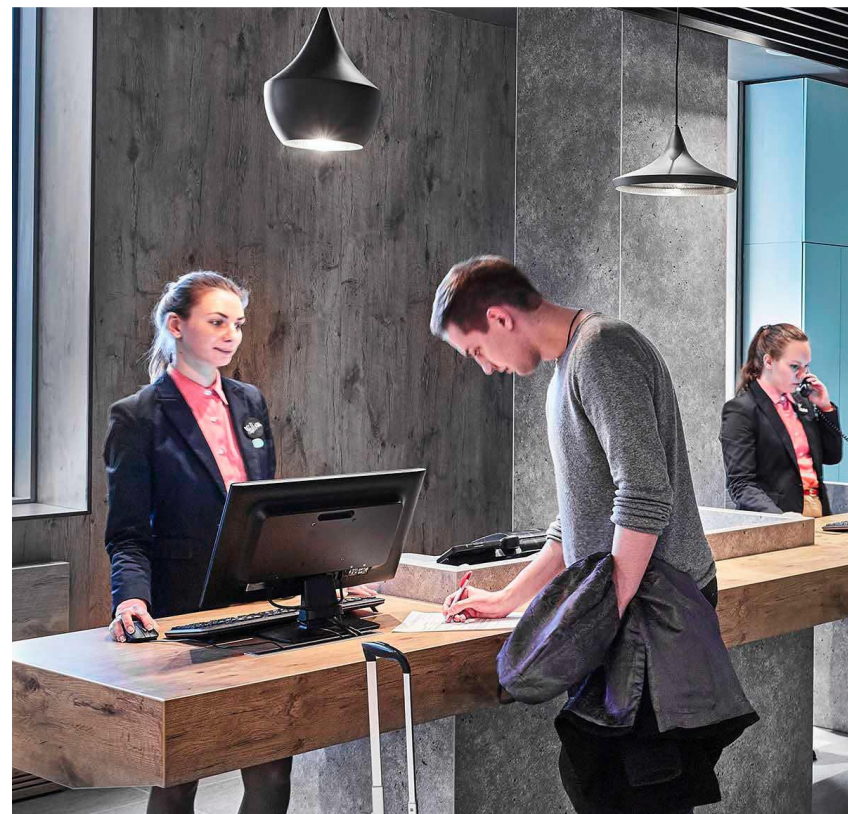


# Índice

## 1 Análisis Smart Observatory

1. Entorno macroeconómico
2. Retrospectiva sectorial
3. Sentimiento del turista
4. Intención de viaje
5. Prospección futura

## 2 Resumen ejecutivo







# 1

## Análisis Smart Observatory

1. Entorno macroeconómico
2. Retrospectiva sectorial
3. Sentimiento del turista
4. Intención de viaje
5. Prospección futura

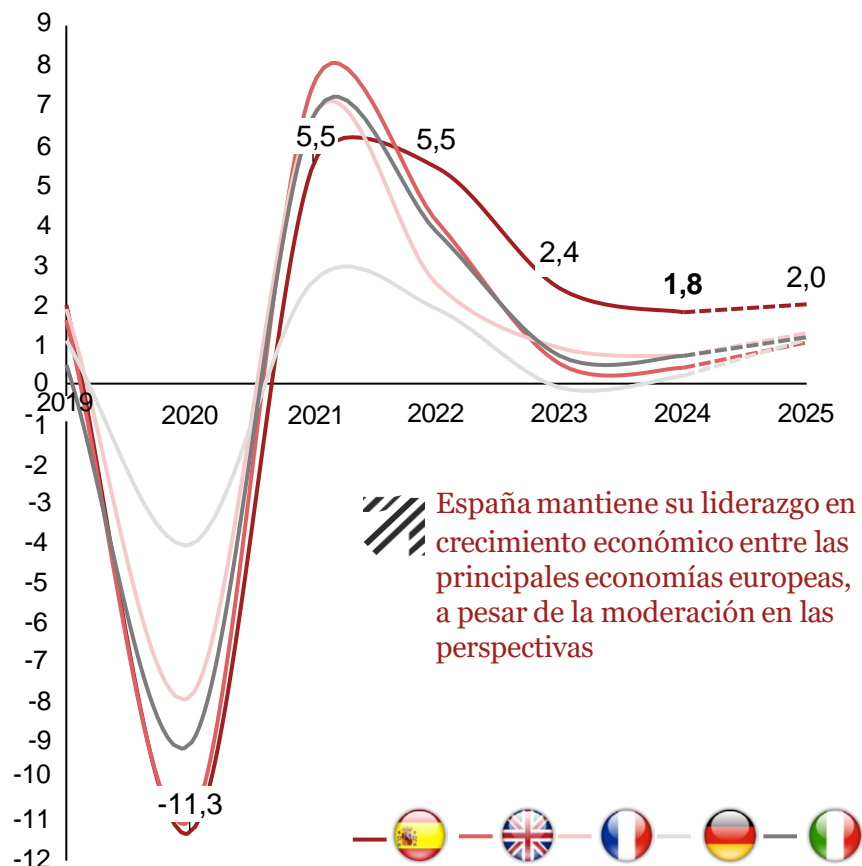


# Las proyecciones de crecimiento económico mantienen a España a la cabeza de Europa el próximo año

## Tendencias macroeconómicas

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

[Var %, Anual]



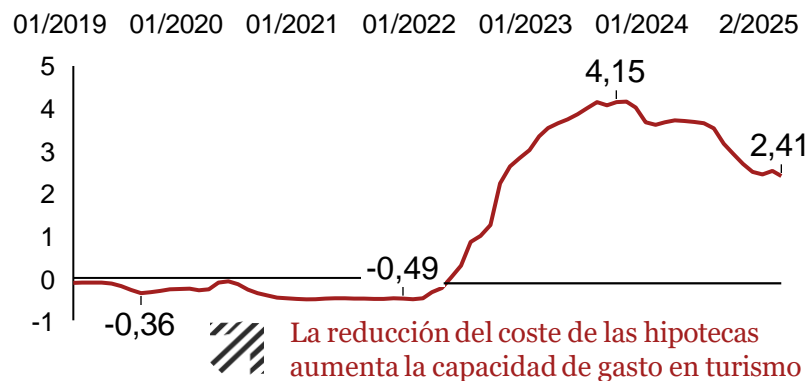
### Evolución y comparativa de proyecciones del PIB Real español [Base 100 Q4 2019]



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

## Tendencias macroeconómicas

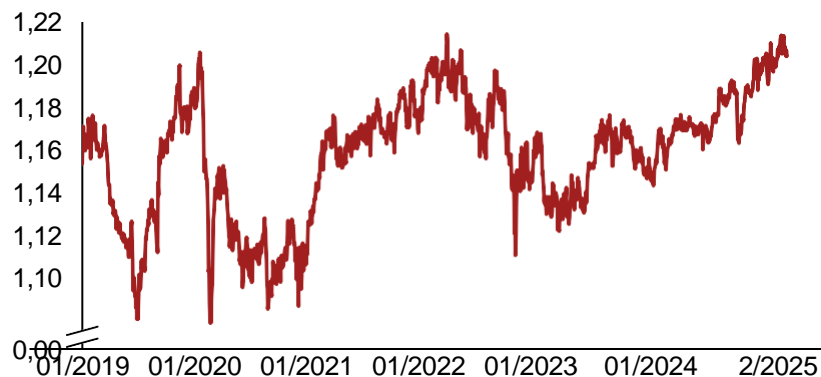
### Euribor mensual histórico [%]



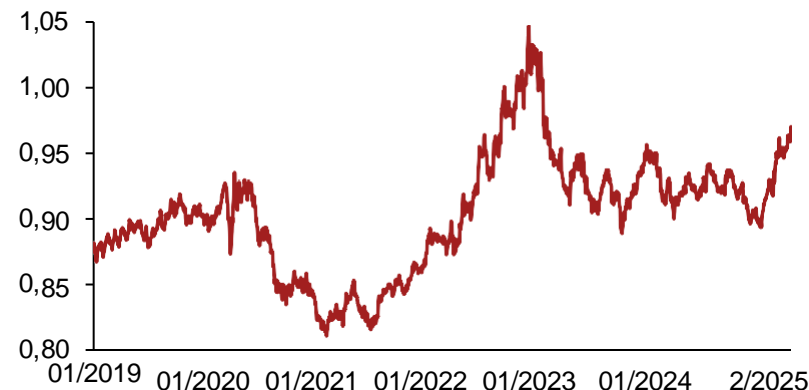
### Tasa de desempleo entre 2019 y 2025, previsión 2025\* [%]

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

### Cambio Libra/Euro histórico



### Cambio Dólar/Euro histórico

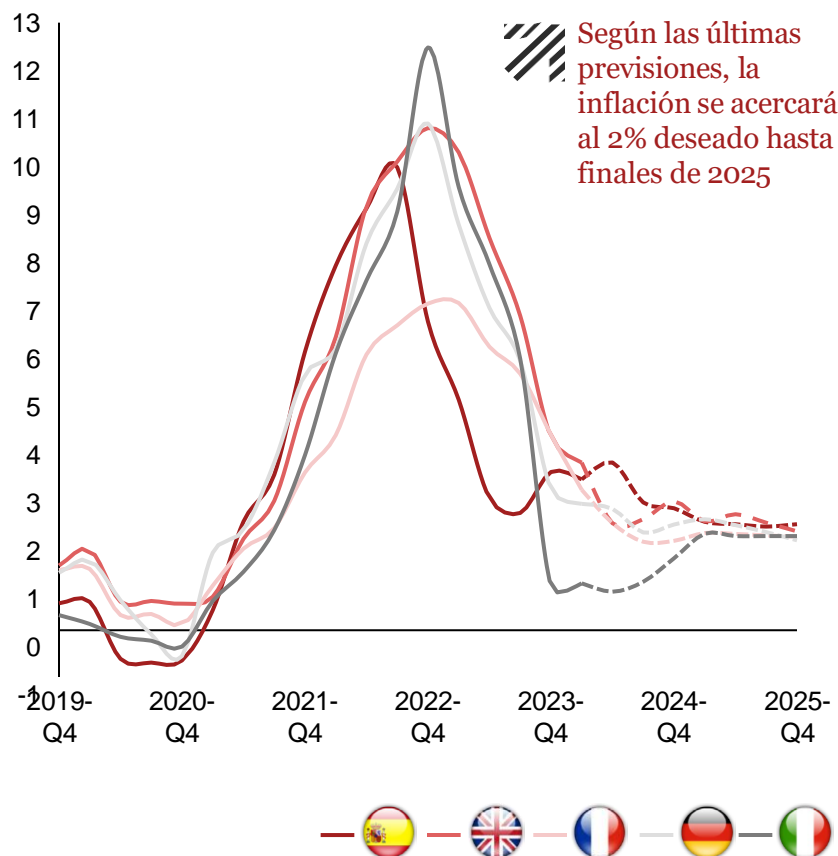


# La moderación de la inflación estimula el gasto en Europa y fortalece las expectativas del sector turístico

## Tendencias macroeconómicas

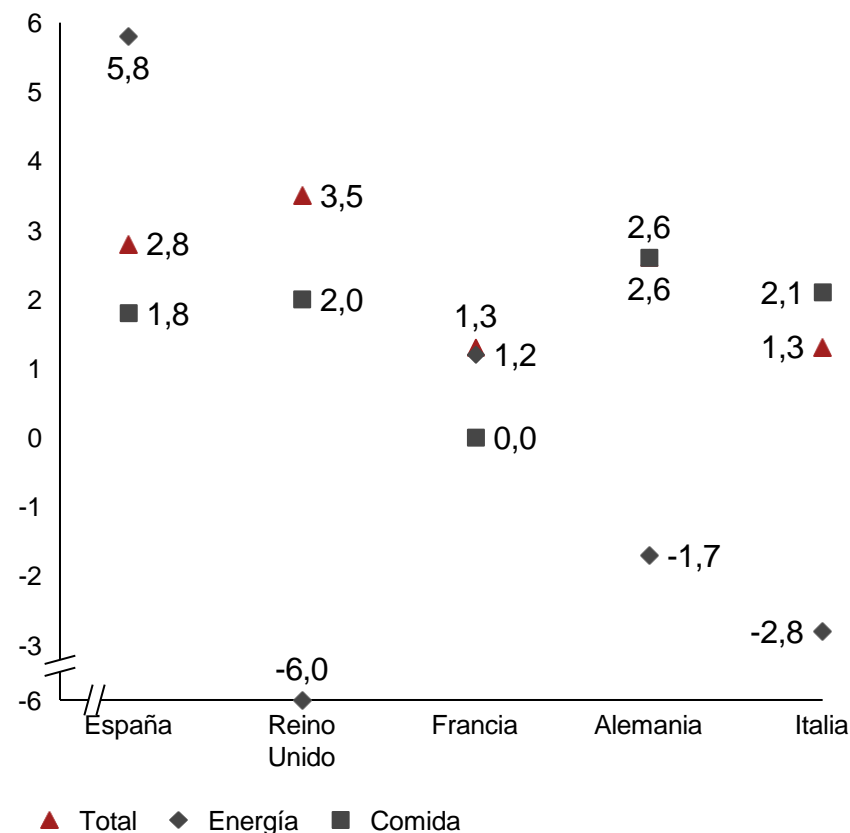
### Evolución de la inflación entre 2019 y 2025\*

[Var Anual, %]



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

[Var Anual, %]



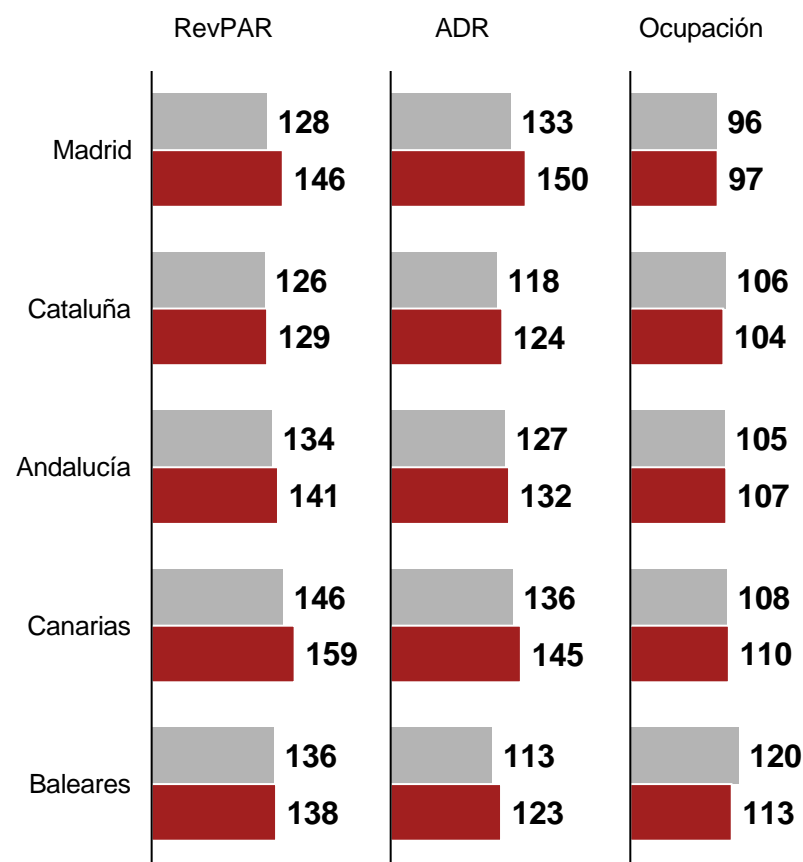
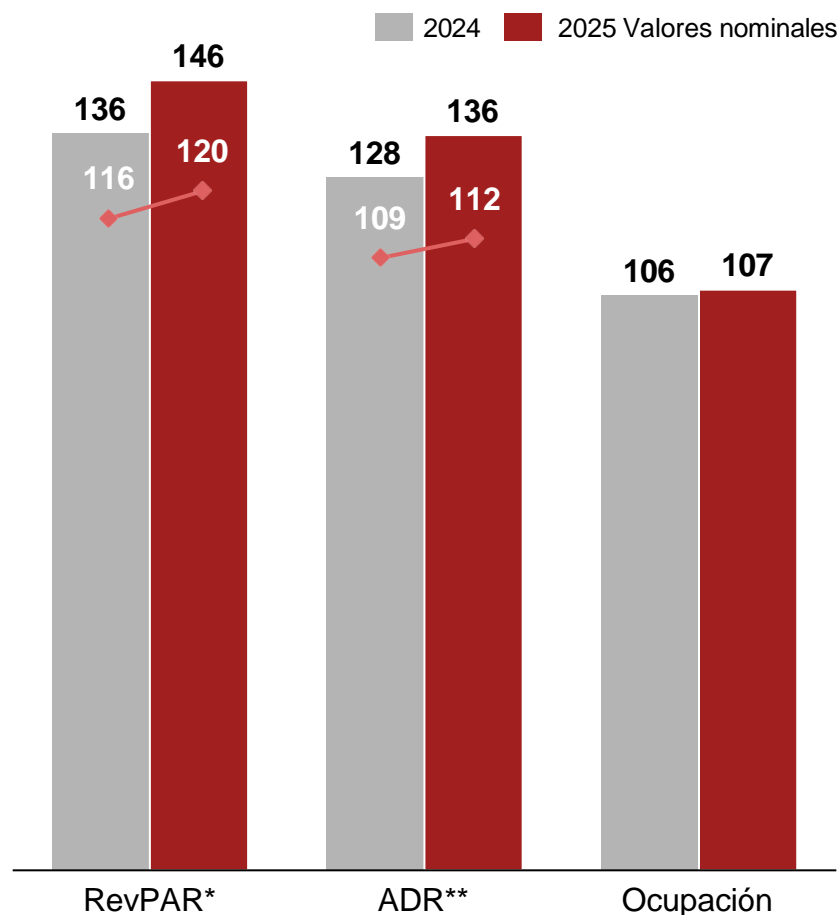
# El sector continúa creciendo en invierno, aumentando un 3,4% los valores de RevPAR frente al 2024

## 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

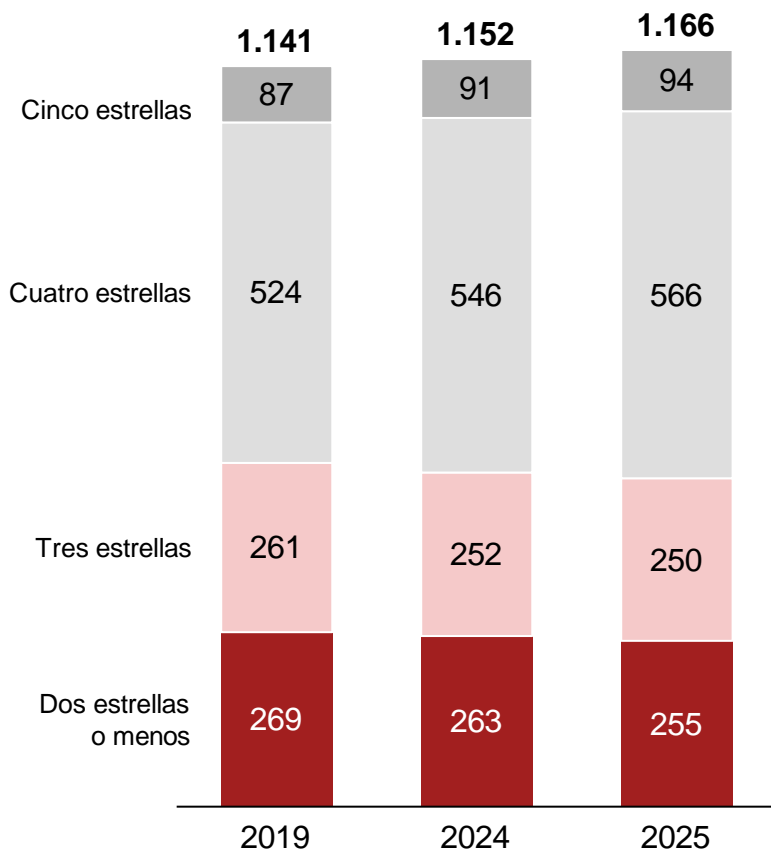
Fuente: INE, Análisis PwC



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

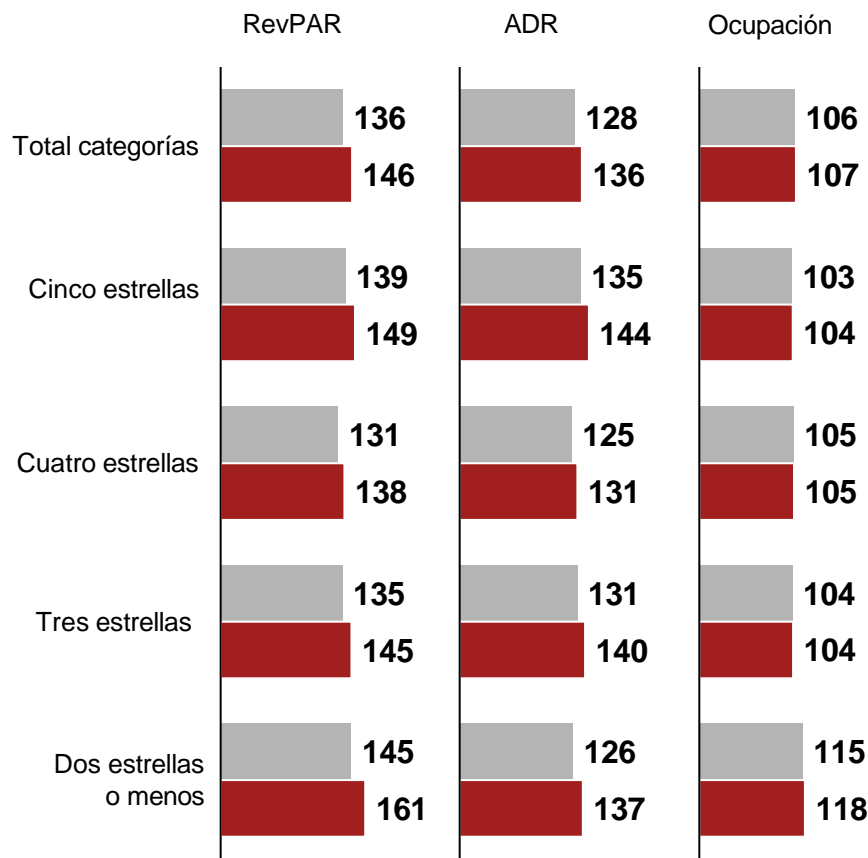
## Evolución de los principales indicadores hoteleros (enero-febrero 2025)

Plazas por categoría [miles]



Detalle por categorías [Base 100 2019]

2024 2025



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

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

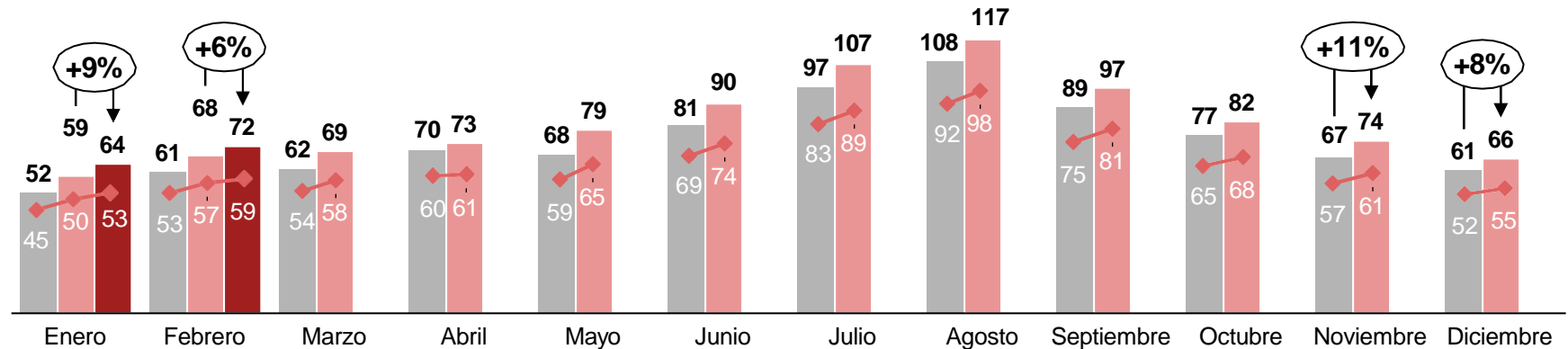
\*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

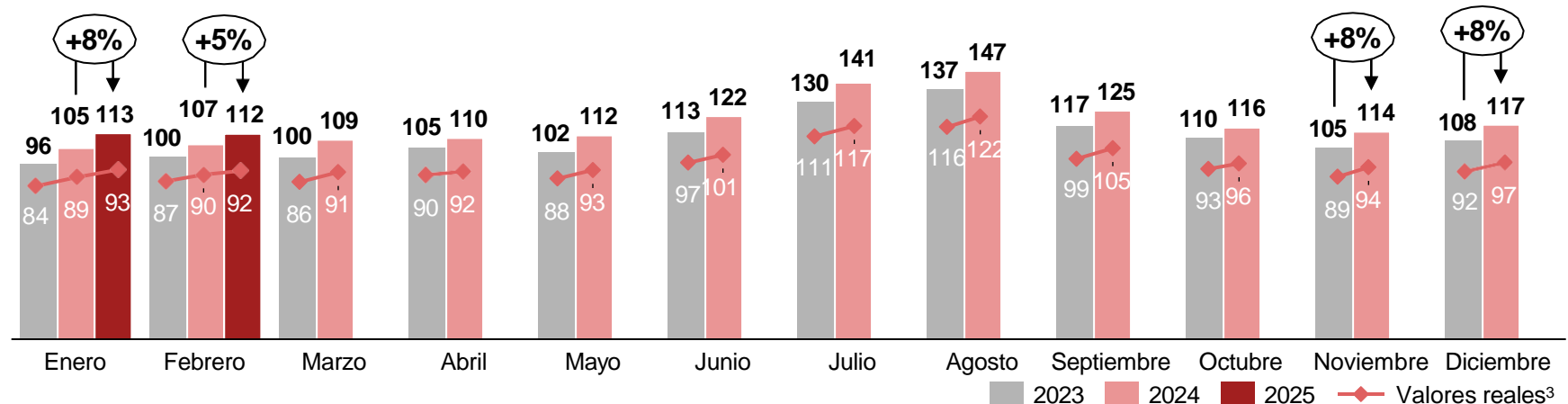
# La mejora del RevPAR respecto al ADR refleja la mejora del crecimiento turístico en épocas valle

## Evolución RevPAR\* y ADR\*\*

### RevPAR [Euros]



### ADR [Euros]



\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones

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

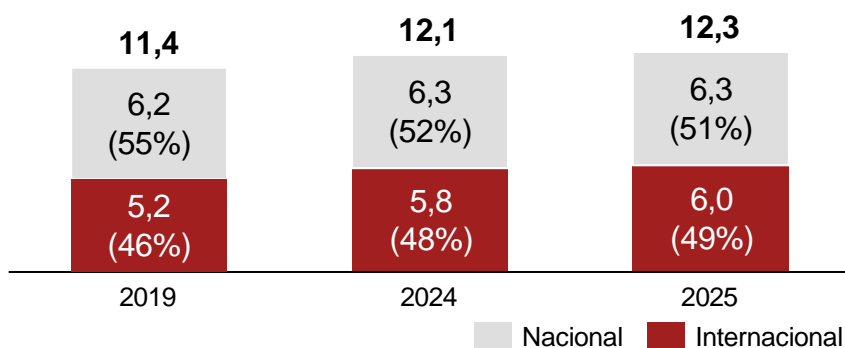
\*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

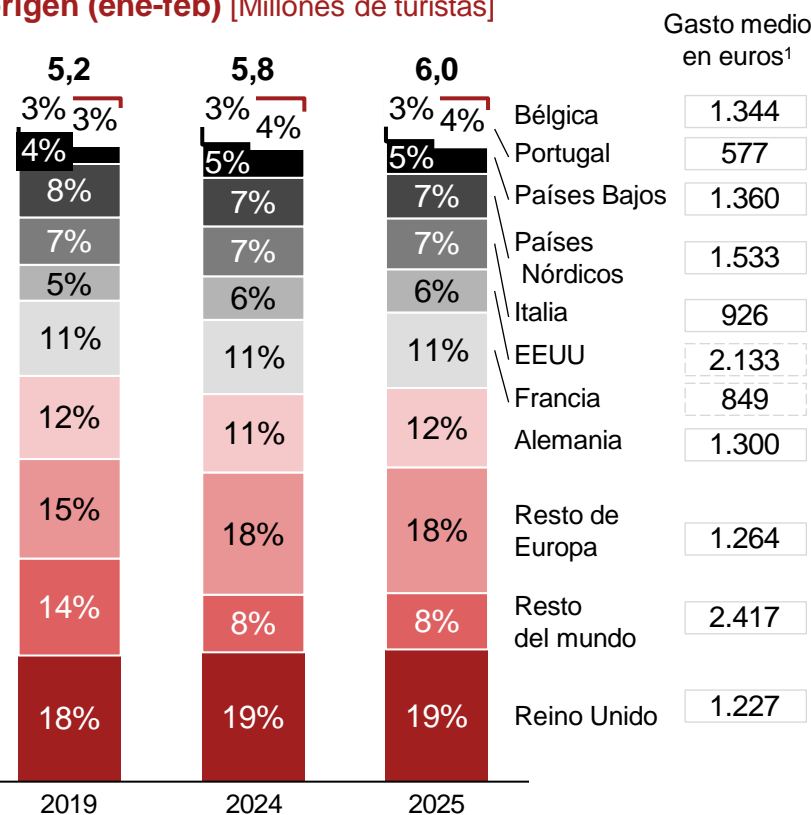
# El aumento del turismo internacional (c.3% vs. 2024) impulsó el crecimiento del sector en la temporada de invierno (c.2% vs. 2024)

## Evolución en el número de viajeros

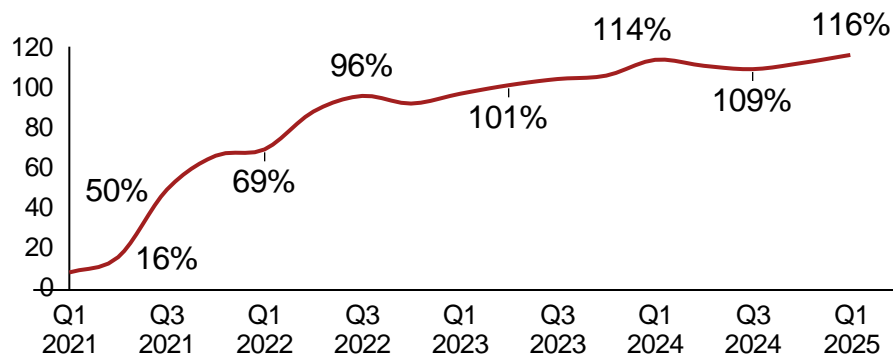
**Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (ene-feb) [Millones de turistas]**



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



**Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]**



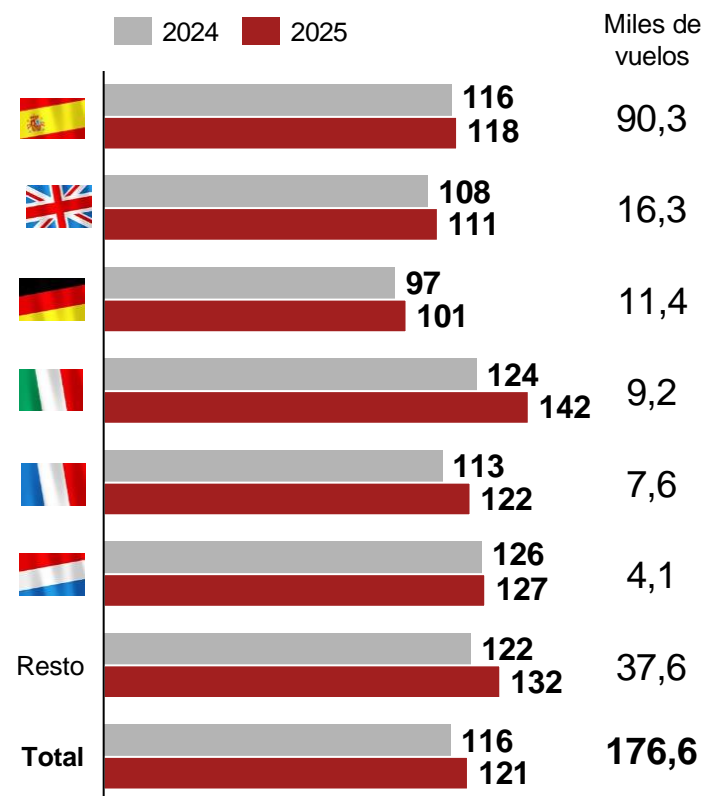
El aumento del turismo internacional, en concreto turistas de alto impacto económico como los estadounidenses y asiáticos, continúa siendo la principal palanca de crecimiento del sector

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

## Histórico – Tráfico aéreo (enero y febrero)

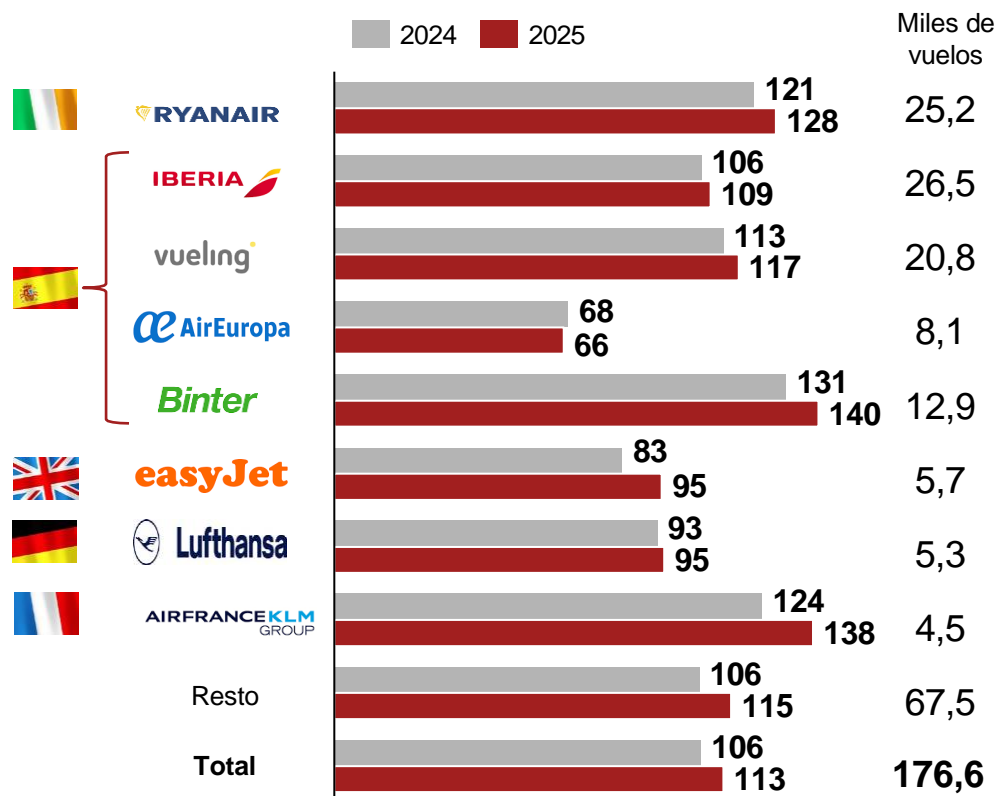
### Pasajeros con destino a España por país de origen

[Base 100 2019]



### Número de vuelos con destino España por compañía

[Base 100 2019]



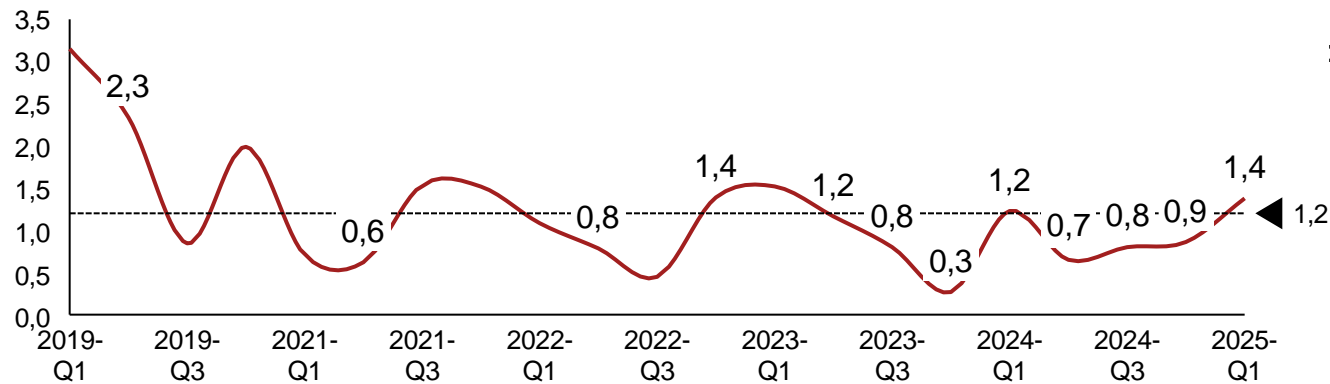


# El sentimiento neto hacia España continúa con su tendencia positiva y supera los niveles medios registrados

## Sentimiento del viajero

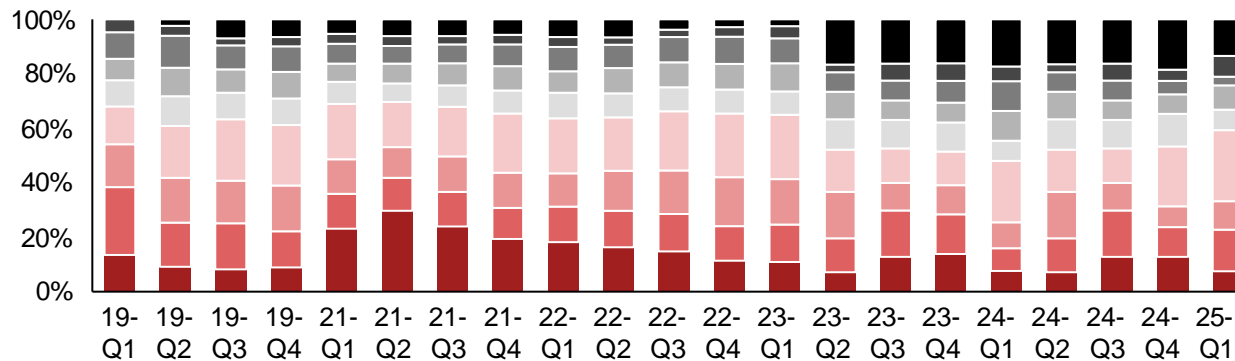
### Evolución del sentimiento neto<sup>1</sup> del turista hacia España

[-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

(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

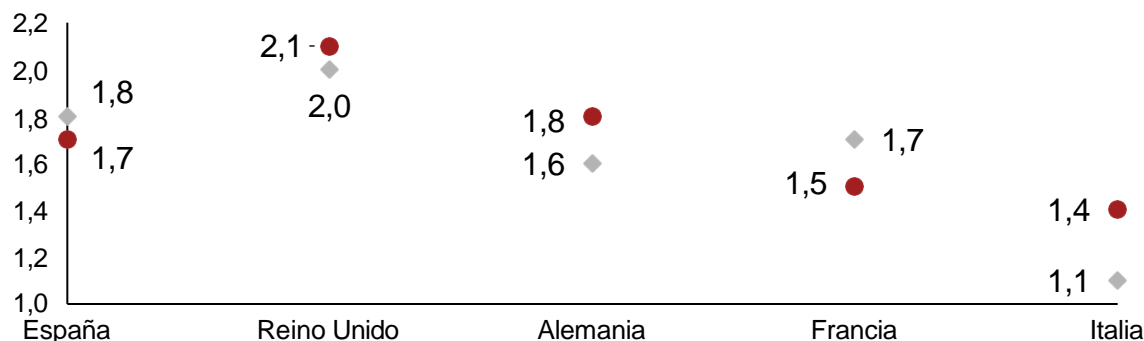
# El sentimiento neto del viajero internacional aumenta con una fuerte concentración en el interés cultural y la playa

## Sentimiento del viajero (enero-febrero)

### Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

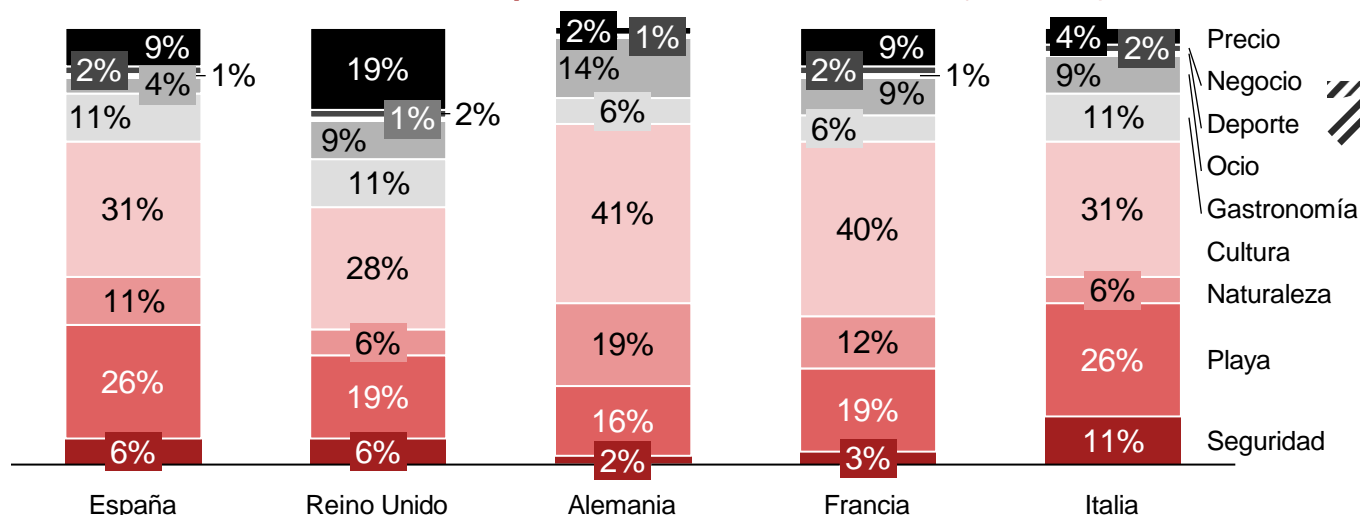
[-5 se corresponde con el valor más negativo y 5 con el valor más positivo]

● 2025 ◆ 2024



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

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



**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**

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

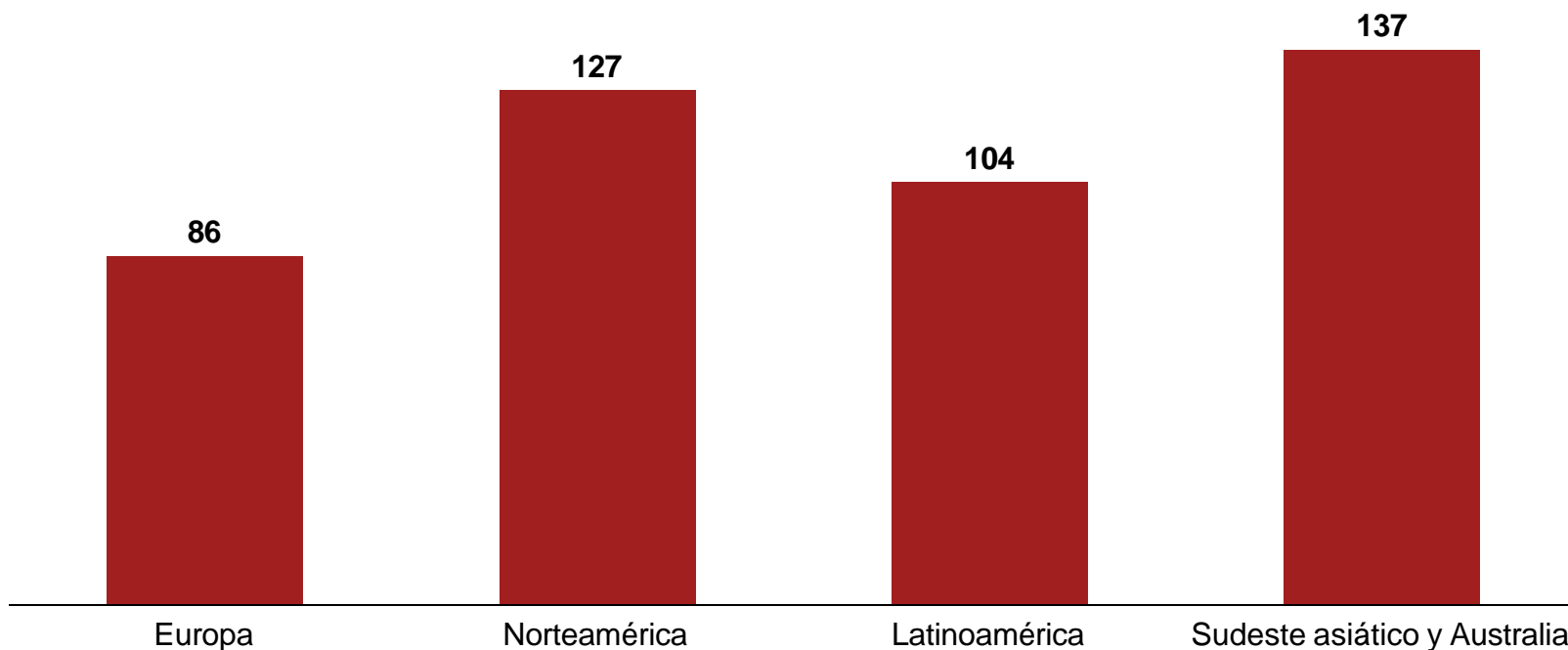
Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

# 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



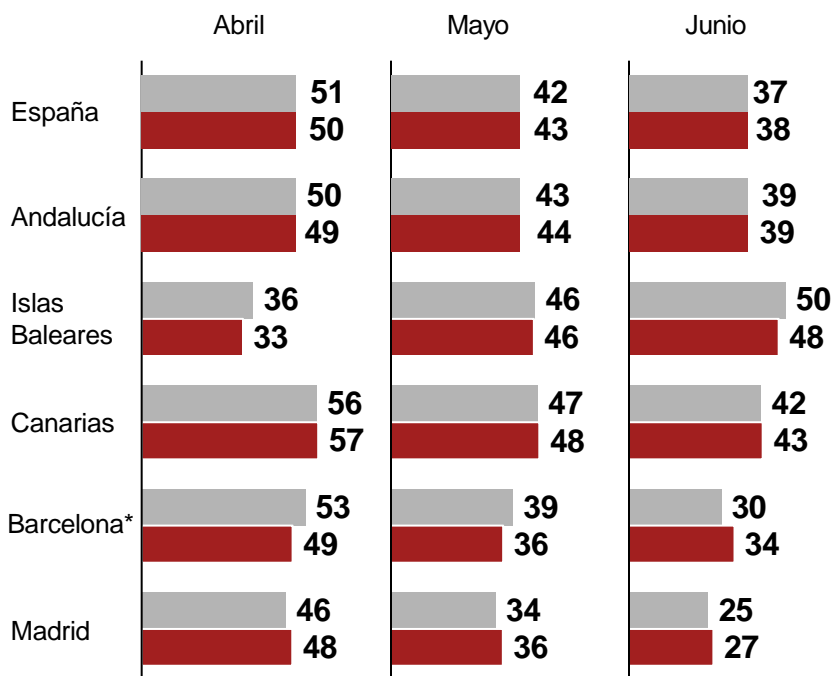
/// Norteamérica, Latinoamérica, el Sudeste asiático y Australia destacan por su creciente interés por viajar a España, mientras que España y los demás países europeos comienzan a valorar otros destinos de largo radio

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

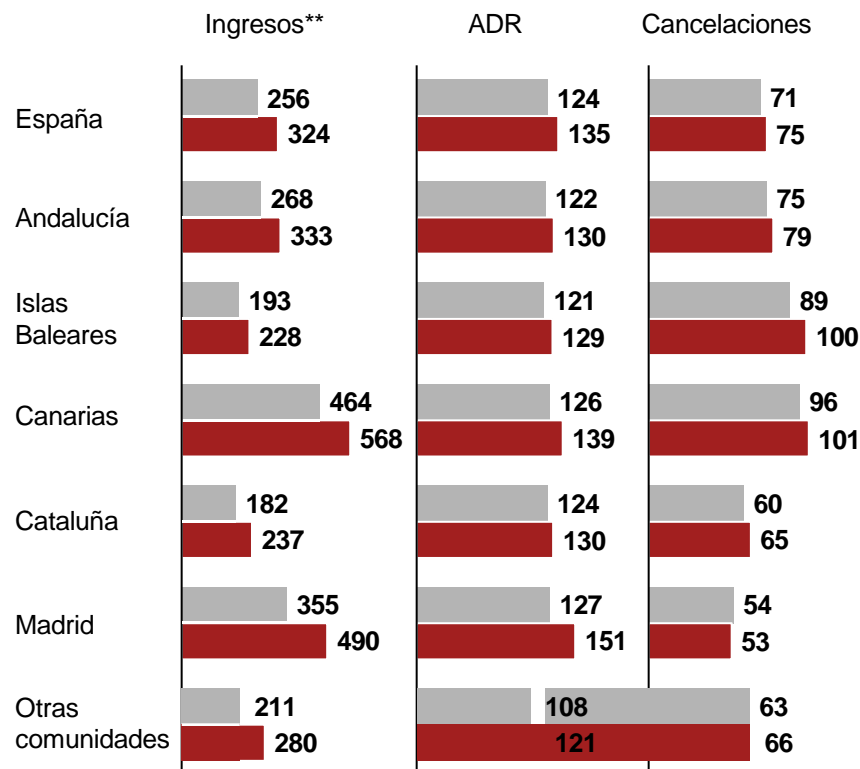
## Indicadores de la posición de cartera

2024 2025

### Ocupación en Cartera a 90 días



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



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

 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.

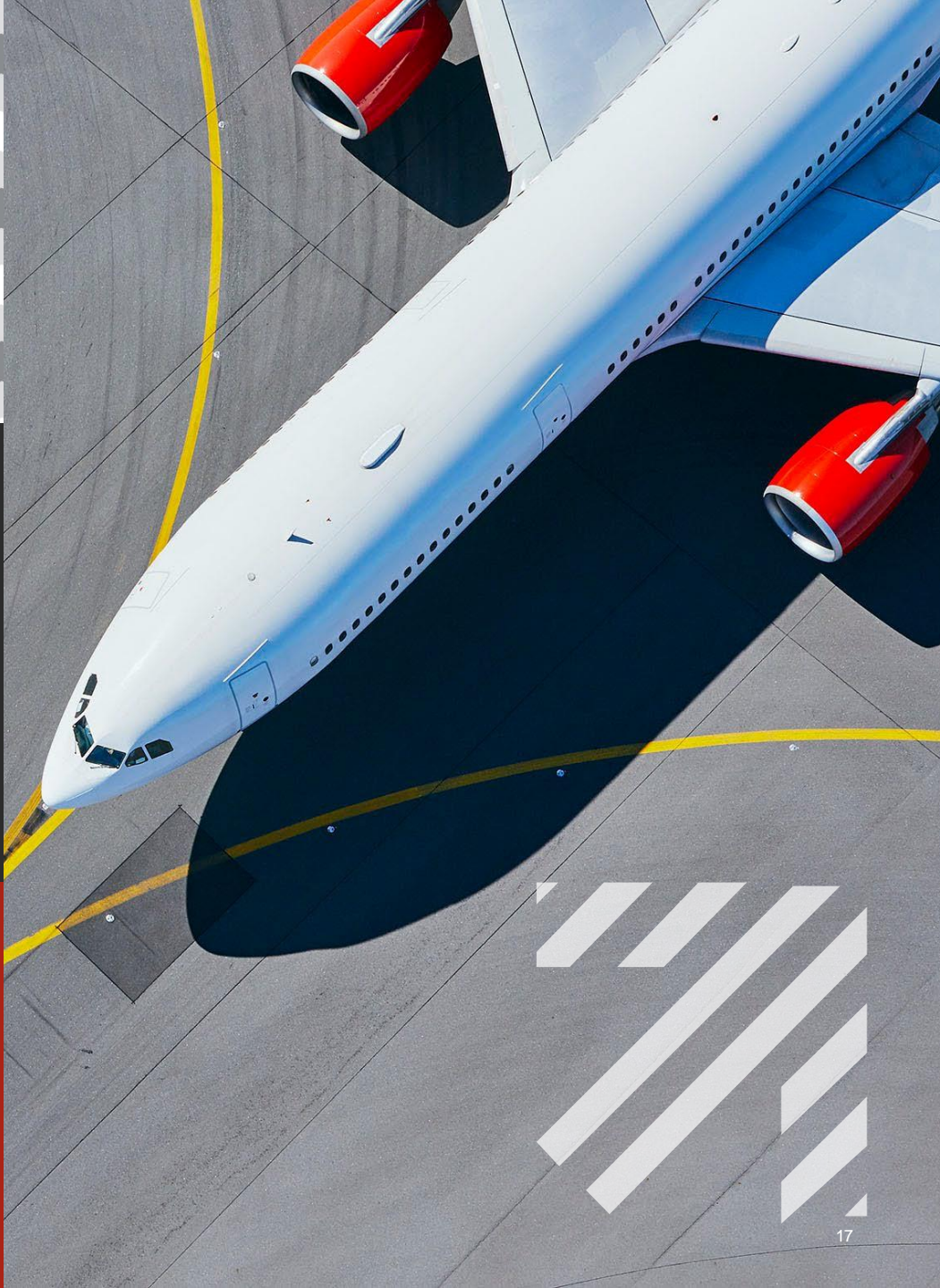
\*\* Estos valores se refieren a venta directa, cuya cuota frente al resto de canales ha crecido considerablemente tras la pandemia  
Datos: Mirai, STR, Análisis PwC





# 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**

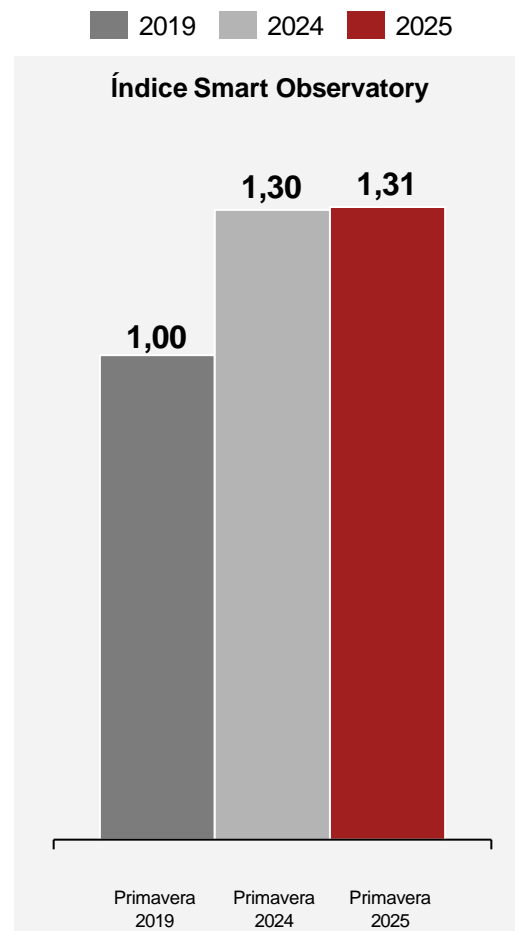
El **índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 1,31 para la primavera 2025**, mostrando una leve mejoría que indica el comienzo de la consolidación del sector en valores de récord histórico.

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

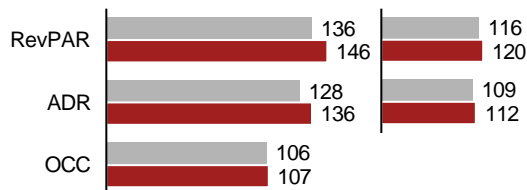
## PIB Real en base 100 Q4 2019 e IPC\*



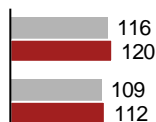
España conserva unas previsiones de crecimiento favorables pese a la inflación acumulada

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

### Valores nominales



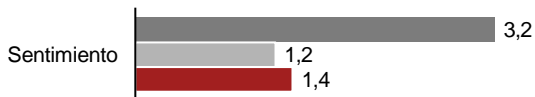
### Valores reales\*\*



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

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



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

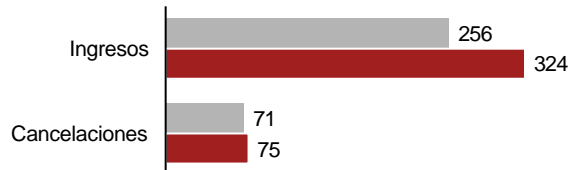
**On the book (cartera)** % ocupación a fecha 10 de marzo para los próximos 90 días (hasta el 7 de junio de 2025)



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

## On the book (cartera) en canal directo

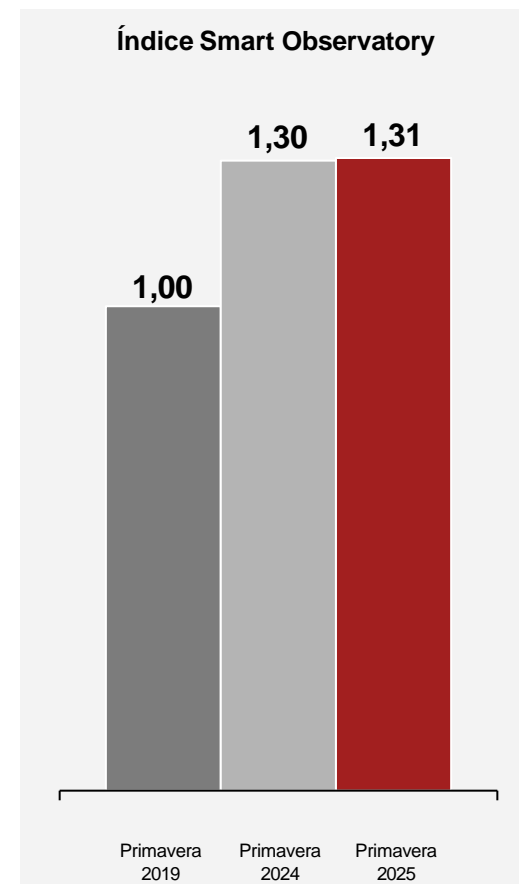
a fecha 13 de marzo en base 100 respecto a 2019



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

# José Manuel Fernández Terán

Socio responsable de Turismo, Transporte y  
Logística en PwC

[jose.fernandez.teran@pwc.com](mailto:jose.fernandez.teran@pwc.com)



El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 151 países con más de 364.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en [www.pwc.es](http://www.pwc.es)

© 2025 PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocio, S.L. Todos los derechos reservados. “PwC” se refiere a PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocio, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.