



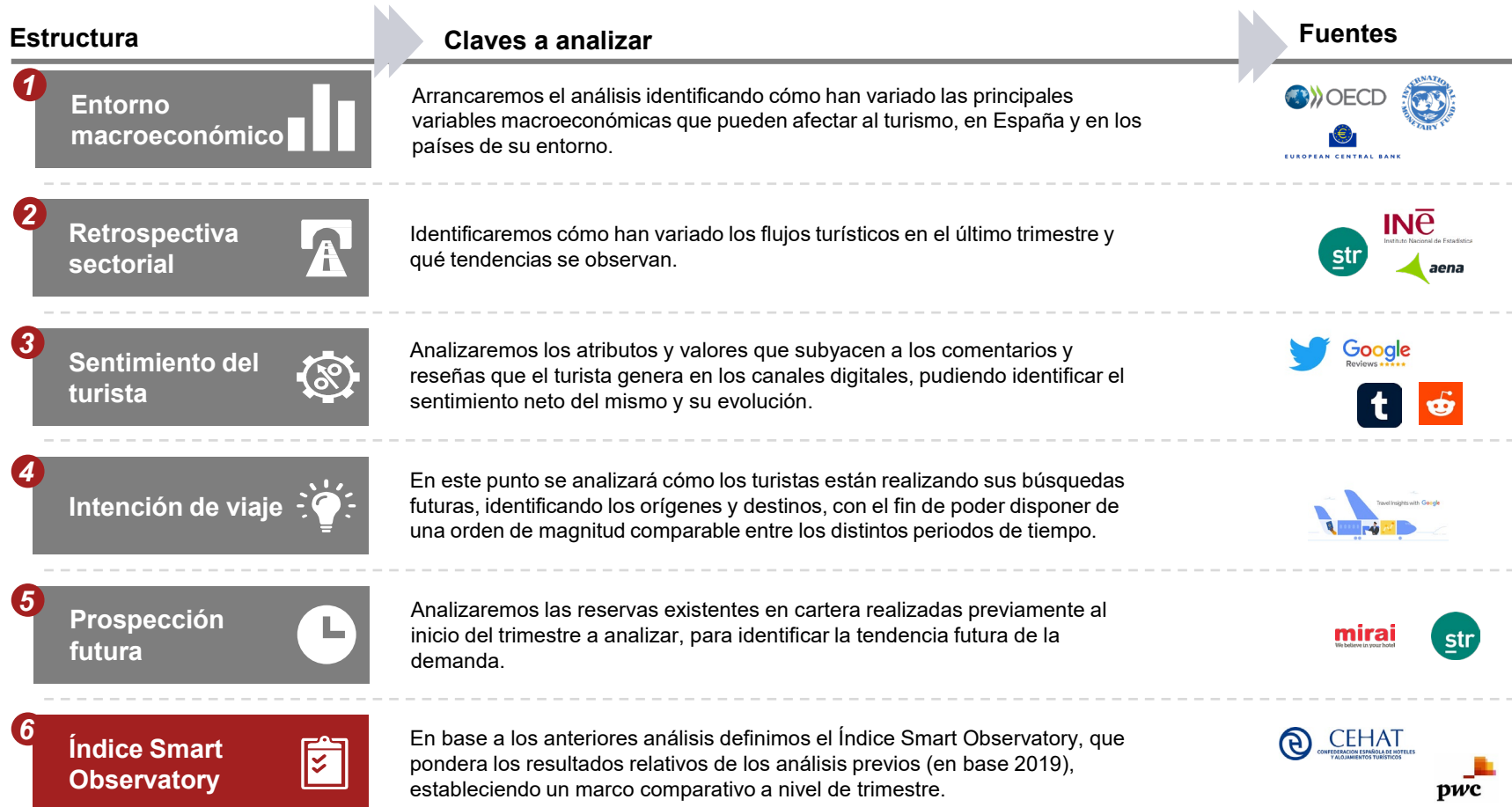
# Smart Observatory – Sector Hotelero

Temporada Invierno 2025



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

## Marco metodológico



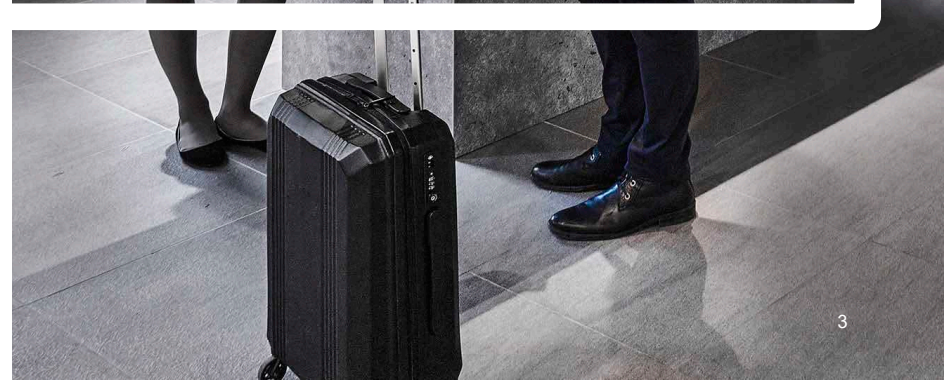


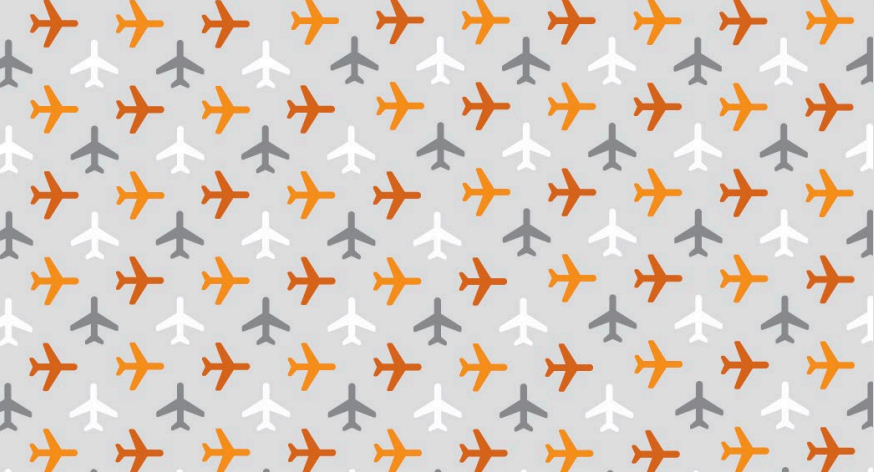
# Índice

## 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

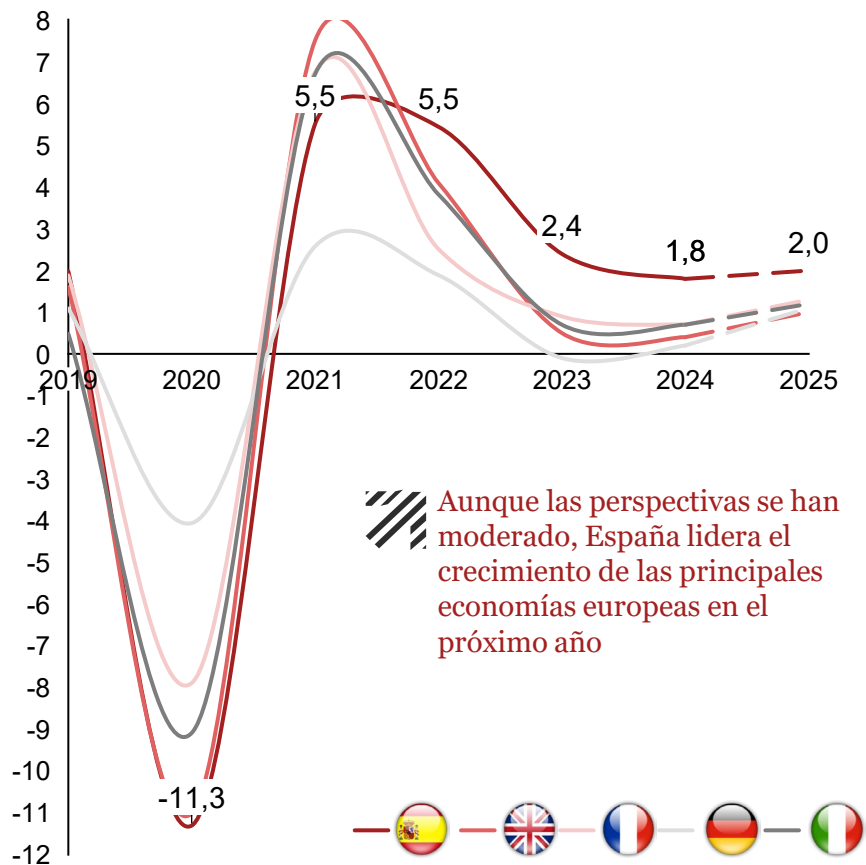
- 1.1. Entorno macroeconómico
- 1.2. Retrospectiva sectorial
- 1.3. Sentimiento del turista
- 1.4. Intención de viaje
- 1.5. Prospección futura



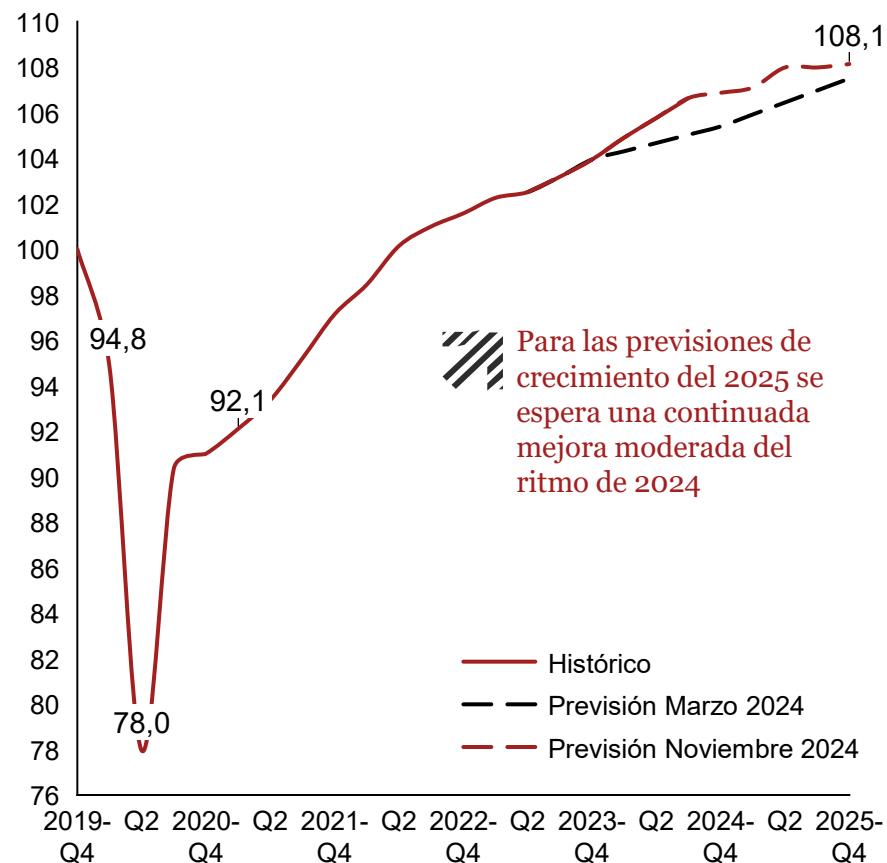
# España lidera las perspectivas de crecimiento de los principales países europeos durante el próximo año

## Tendencias macroeconómicas

Evolución del PIB Real entre 2019 y 2025\* [Var %, Anual]



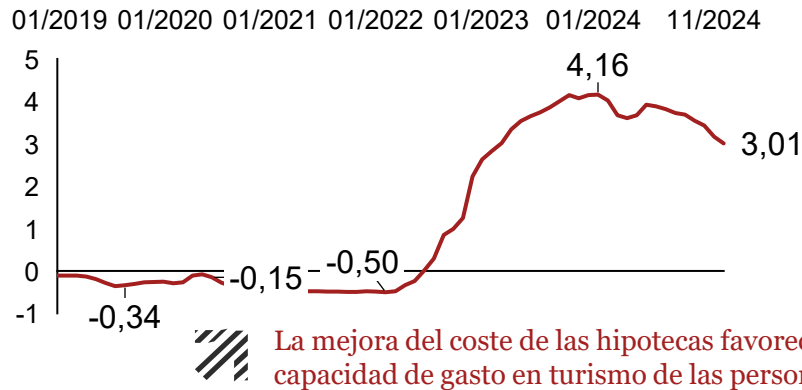
Evolución y comparativa de proyecciones del PIB Real español [Base 100 Q4 2019]



# La mejora en la capacidad de gasto y la subida en tipos de cambio de la libra y el dólar frente al euro favorecen el turismo en España

## Tendencias macroeconómicas

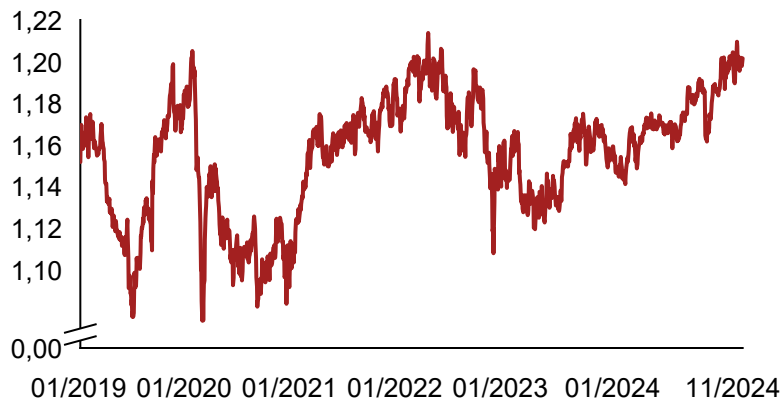
**Euribor mensual histórico [%]**



**Tasa de desempleo entre 2019 y 2025, previsiones 2024\* y 2025\* [%]**

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

**Cambio Libra/Euro histórico**



La libra se ha revalorizado en los últimos meses, mejorando el poder adquisitivo del turista británico en España

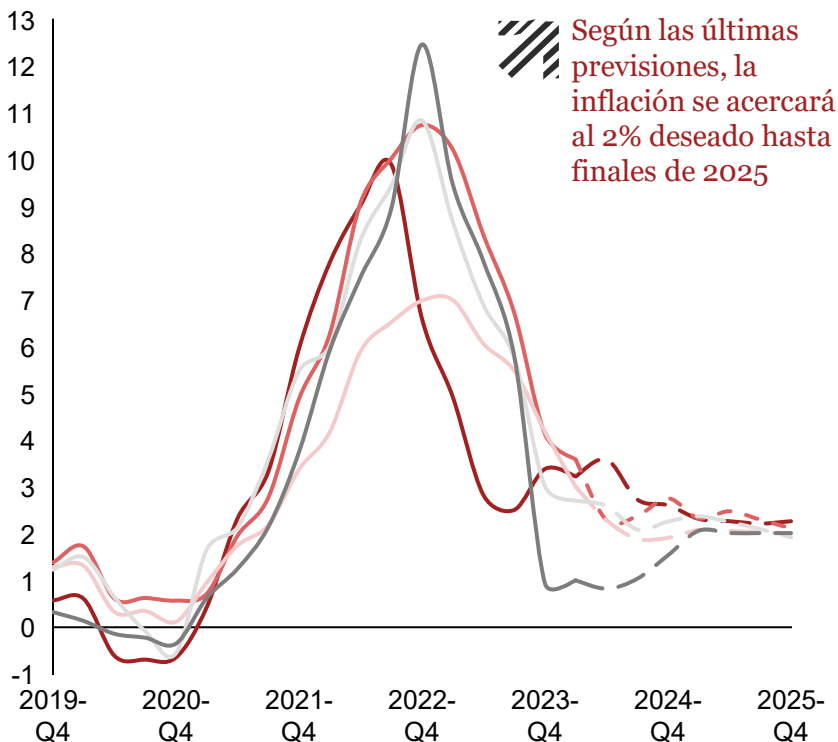
**Cambio Dólar/Euro histórico**



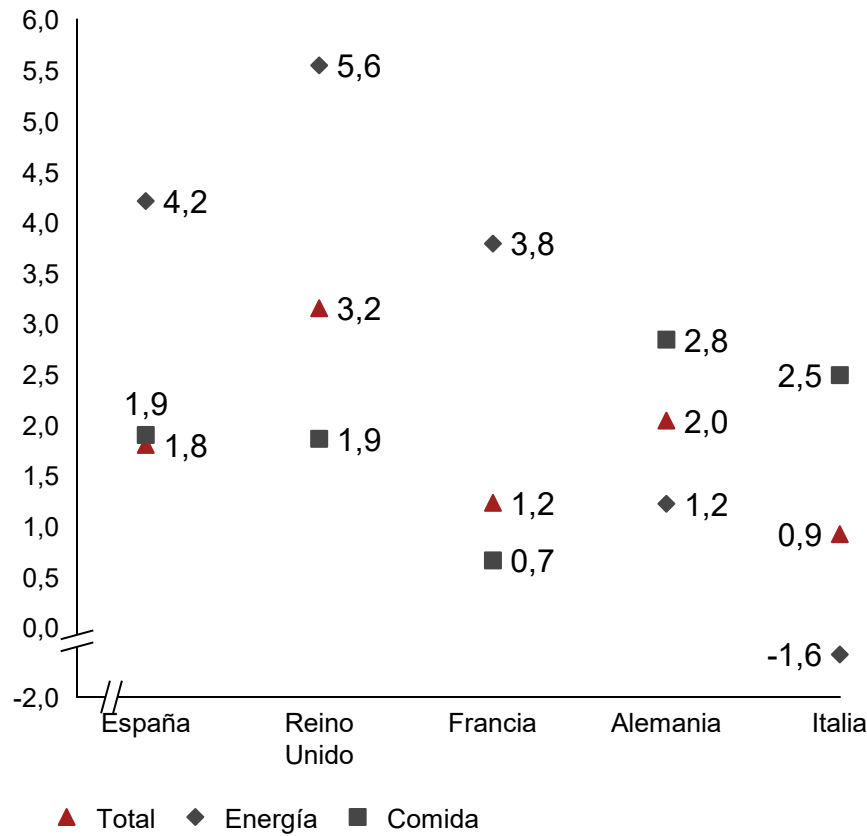
# La estabilización de la inflación favorece el consumo en Europa, mejorando las previsiones turísticas

## Tendencias macroeconómicas

**Evolución de la inflación entre 2019 y 2025\*** [Var Anual, %]



**Inflación total, energía y comida – octubre 2024** [Var Anual, %]

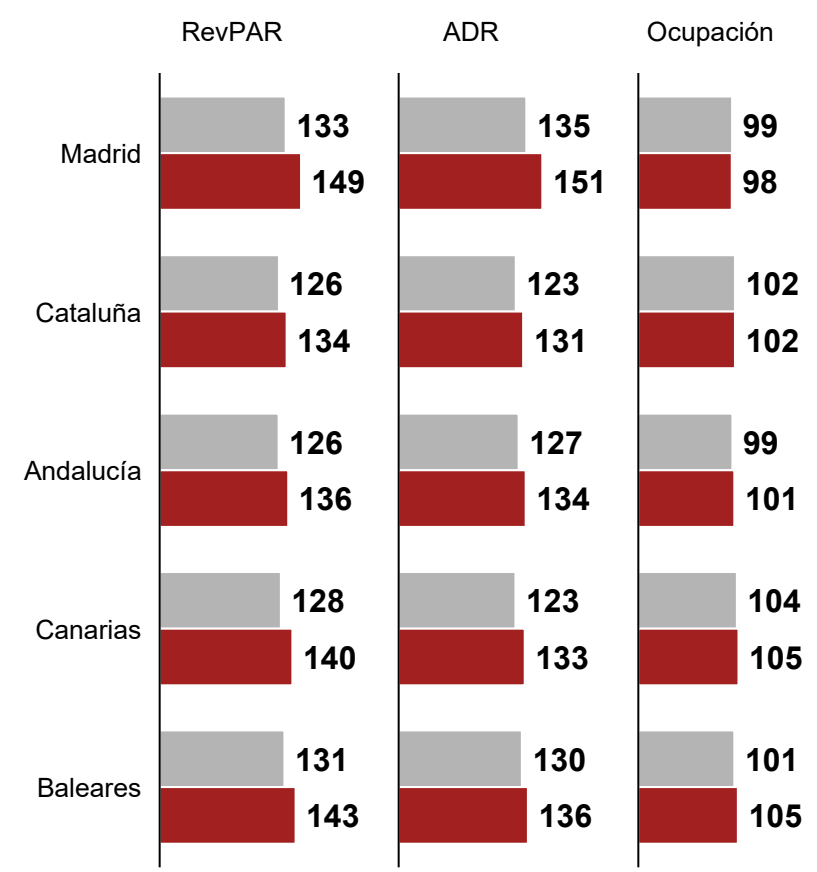
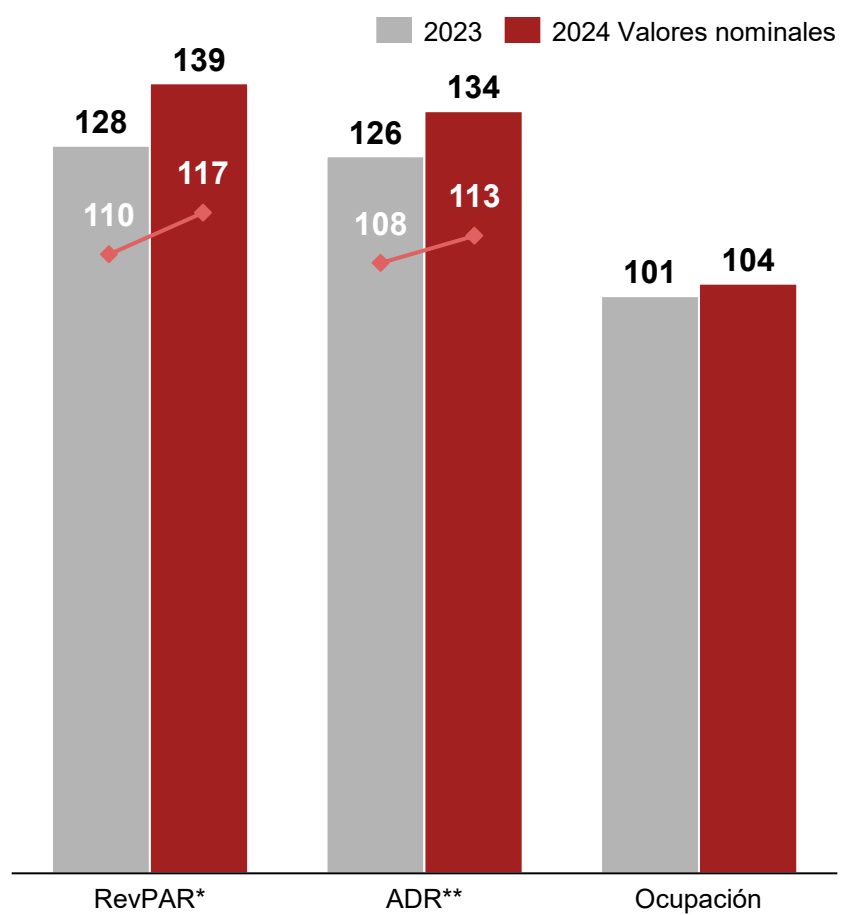


# El sector supera en un 4% los niveles de ocupación de 2019 en la temporada de otoño y alcanza un RevPAR real un 17% superior

## Evolución de los principales indicadores hoteleros (septiembre-octubre 2024)

Nivel nacional [Base 100 2019] ◆ Valores reales\*\*\*

Detalle regional [Base 100 2019]



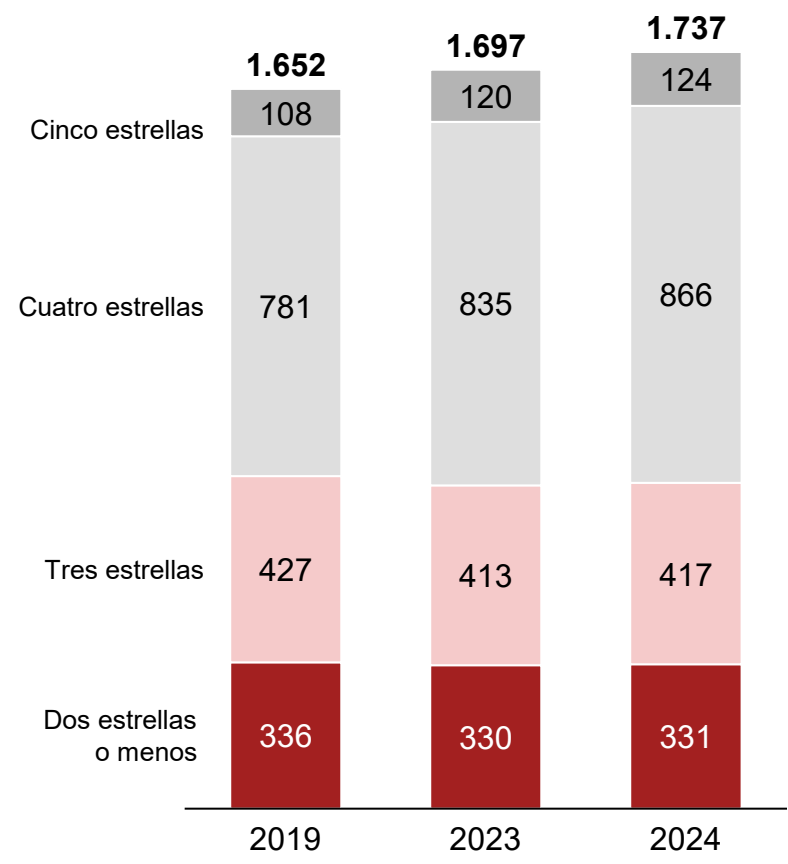
\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles  
 \*\*ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas  
 \*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019  
 Fuente: INE, Análisis PwC



# España mantiene su apuesta por una oferta turística de calidad, aumentando las plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas (+11% vs 2019)

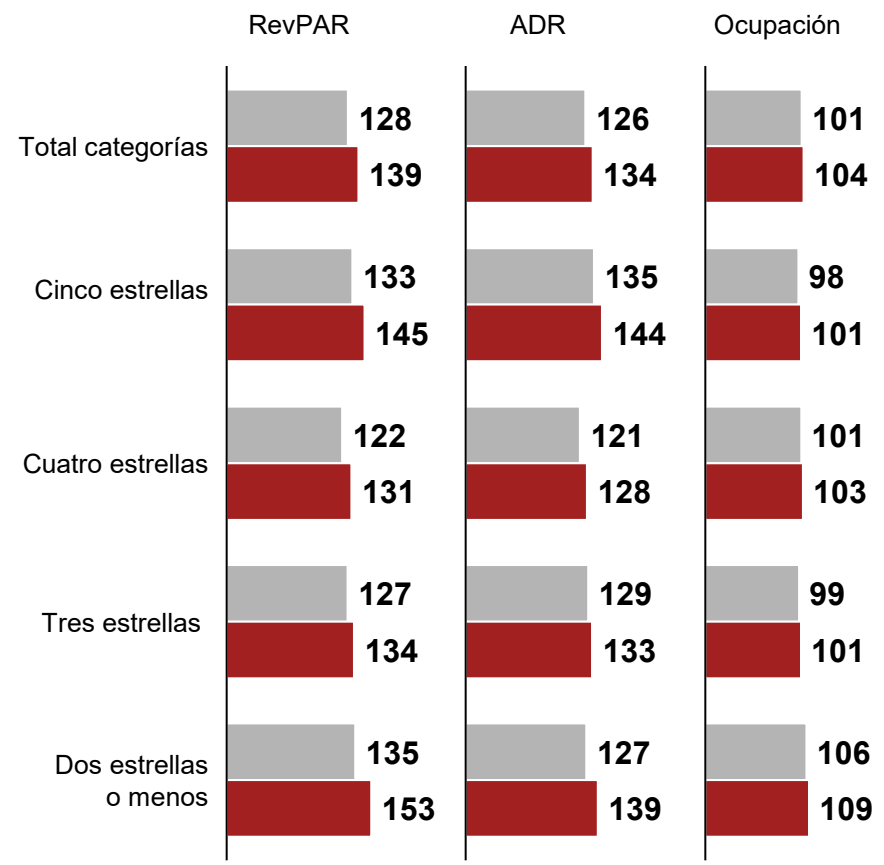
## Evolución de los principales indicadores hoteleros (septiembre-octubre 2024)

Plazas por categoría [miles]



Detalle por categorías [Base 100 2019]

■ 2023 ■ 2024

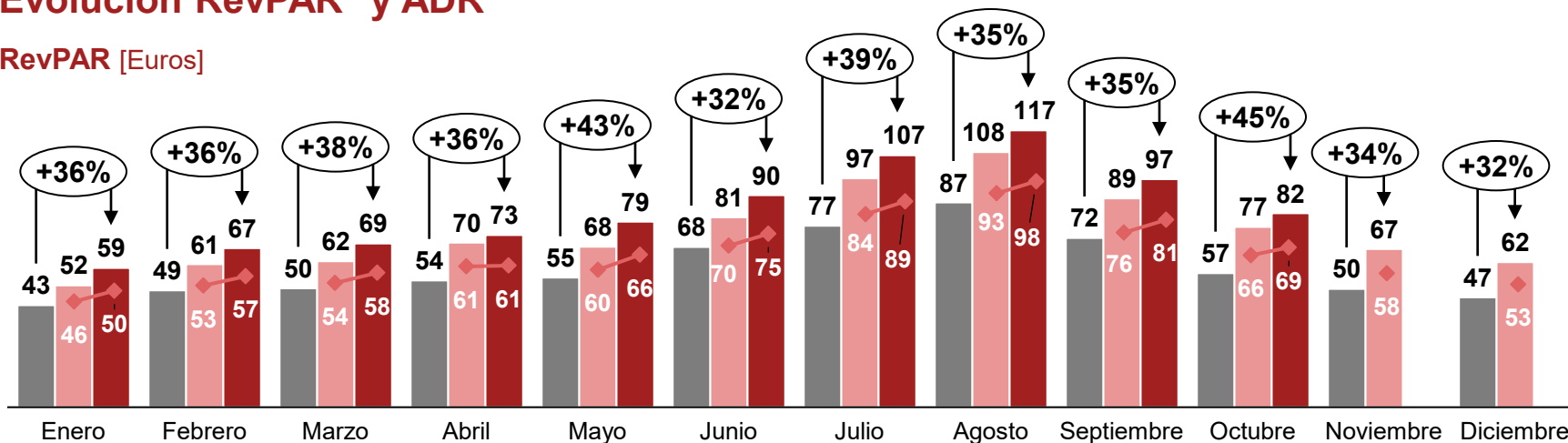


\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles  
 \*\*ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas  
 \*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019  
 Fuente: INE, Análisis PwC

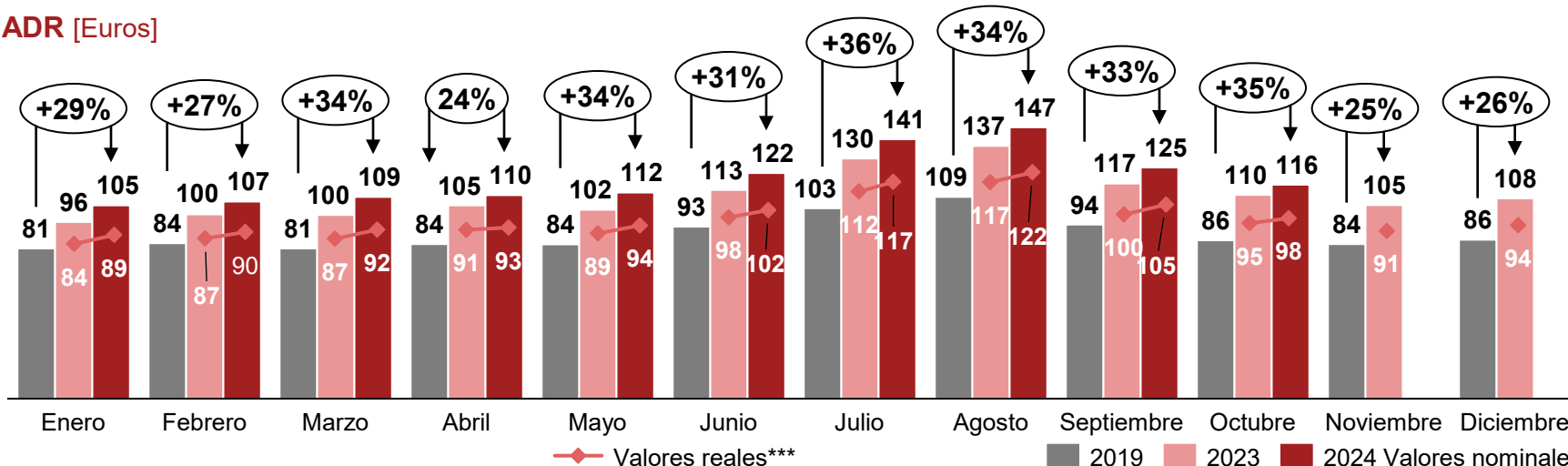
# La mejora del RevPAR respecto al ADR en octubre refleja la mejora del crecimiento turístico en épocas valle, reduciendo la estacionalidad

## Evolución RevPAR\* y ADR\*\*

### RevPAR [Euros]



### ADR [Euros]

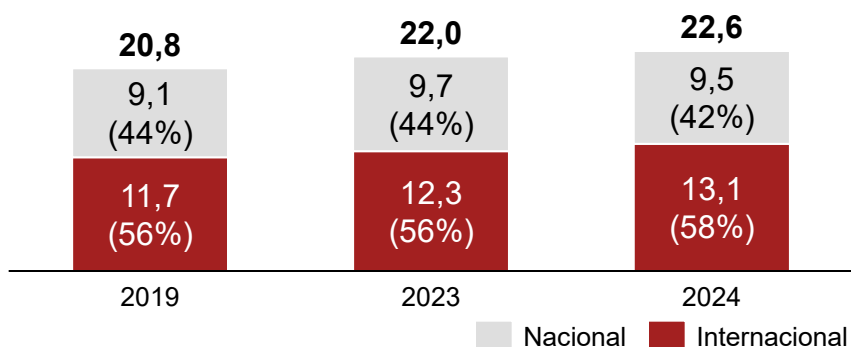


\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones  
 \*\*ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas  
 \*\*\*Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019  
 Fuente: INE, Análisis PwC

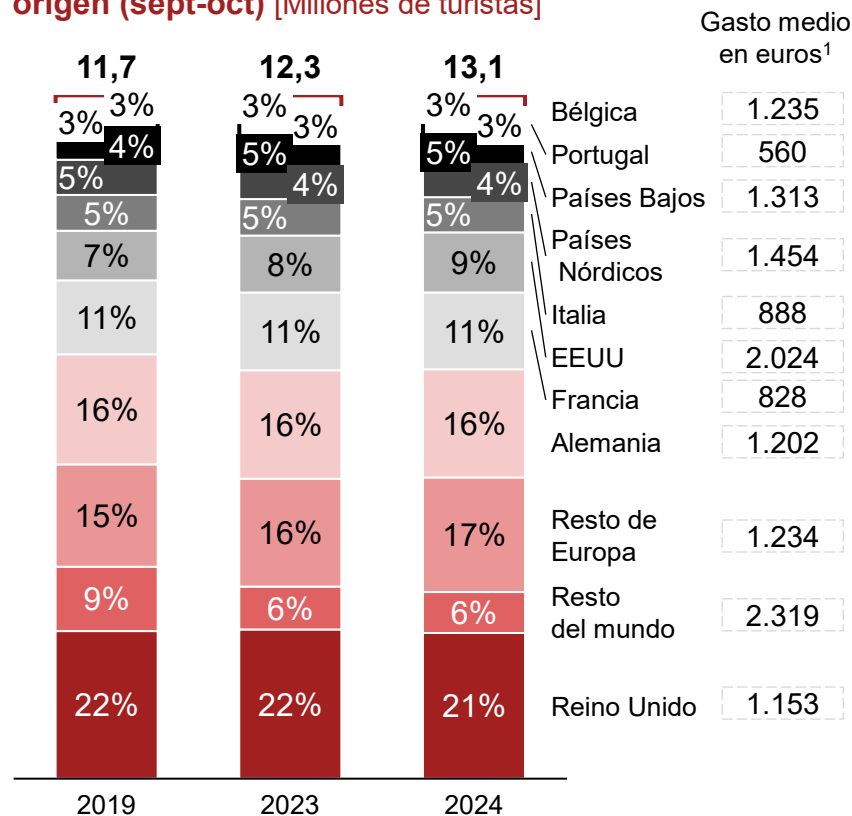
El sector continúa creciendo en la temporada de otoño (+2% vs. 2023), impulsado por el turismo internacional (+6,5% vs. 2023),

### Evolución en el número de viajeros

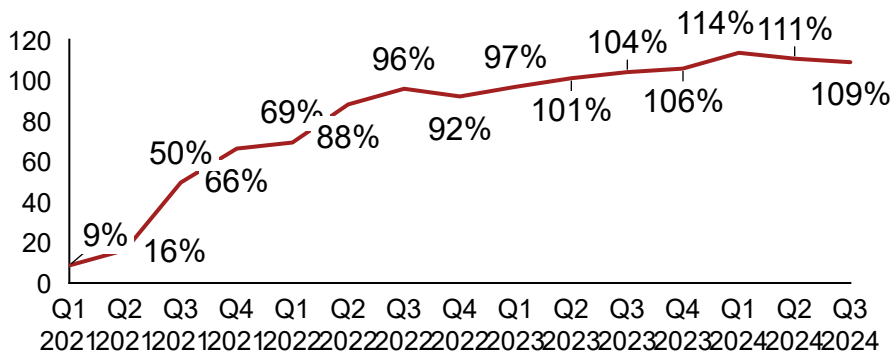
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (sept-oct) [Millones de turistas]



Distribución de turistas internacionales según país de origen (sept-oct) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]

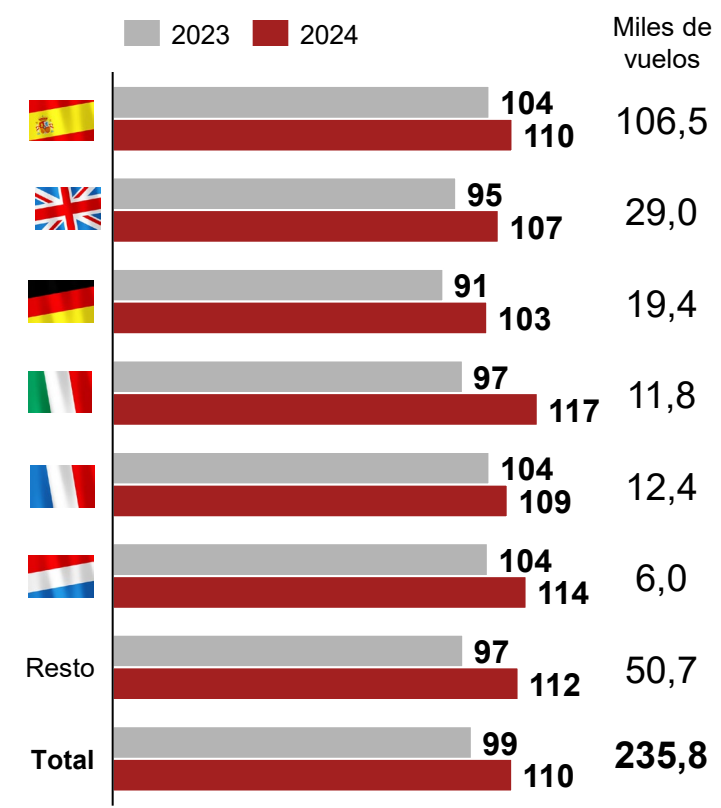


El aumento del turismo internacional está marcado por un incremento del número de turistas de alto impacto económico como estadounidenses que pasan a suponer un 9% de los turistas en 2024

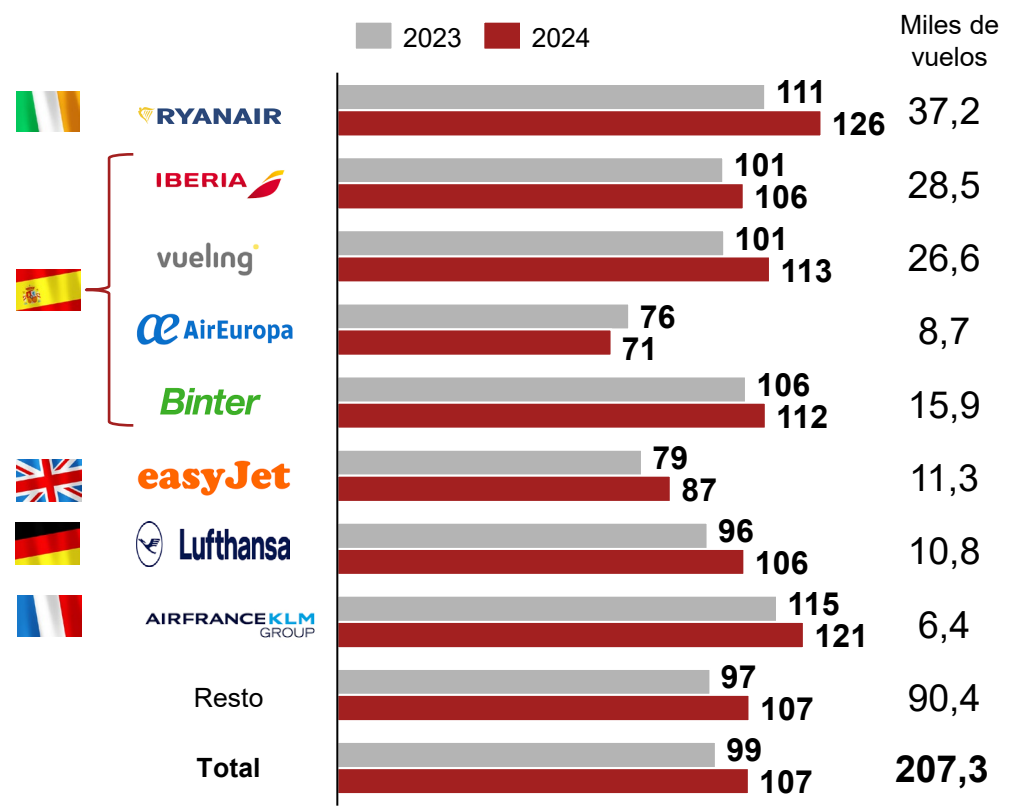
# Los principales mercados continúan creciendo y consolidan la recuperación total del tráfico aéreo

## Histórico – Tráfico aéreo (septiembre y octubre)

**Pasajeros destino España por país de origen**  
[Base 100 2019]



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

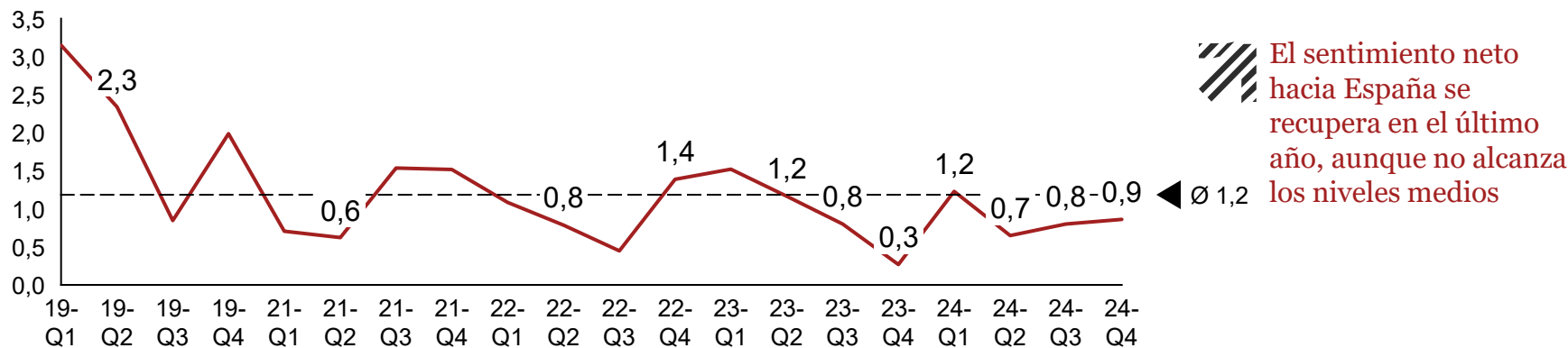


# El sentimiento neto se recupera paulatinamente hasta alcanzar los niveles medios post-pandemia

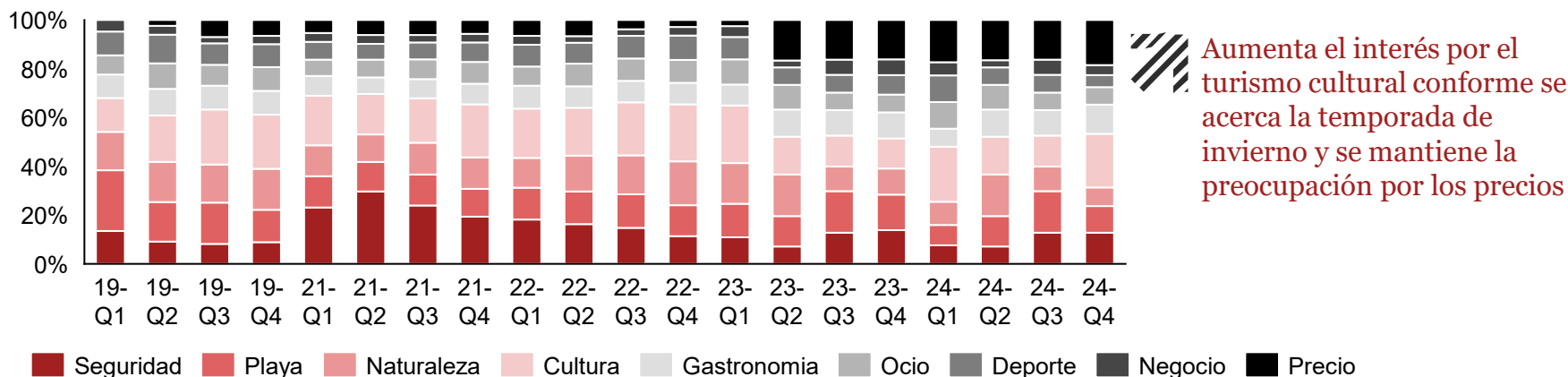
## Sentimiento del viajero

### 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]



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



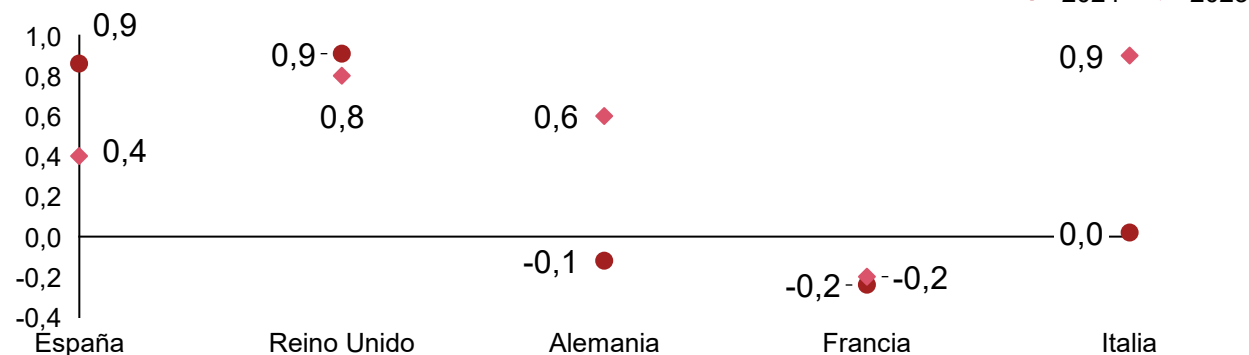
(1) Sentimiento Neto:  $5 * (\text{Menciones Positivas} - \text{Menciones Negativas}) / (\text{Menciones Positivas} + \text{Menciones Negativas})$ . (2) Se ha modificado el sistema de clasificación de tweets a partir de 2023-Q2  
Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

# El turismo cultural concentra el interés del turista extranjero, aunque preocupa la tendencia hacia la masificación

## Sentimiento del viajero (octubre-noviembre)

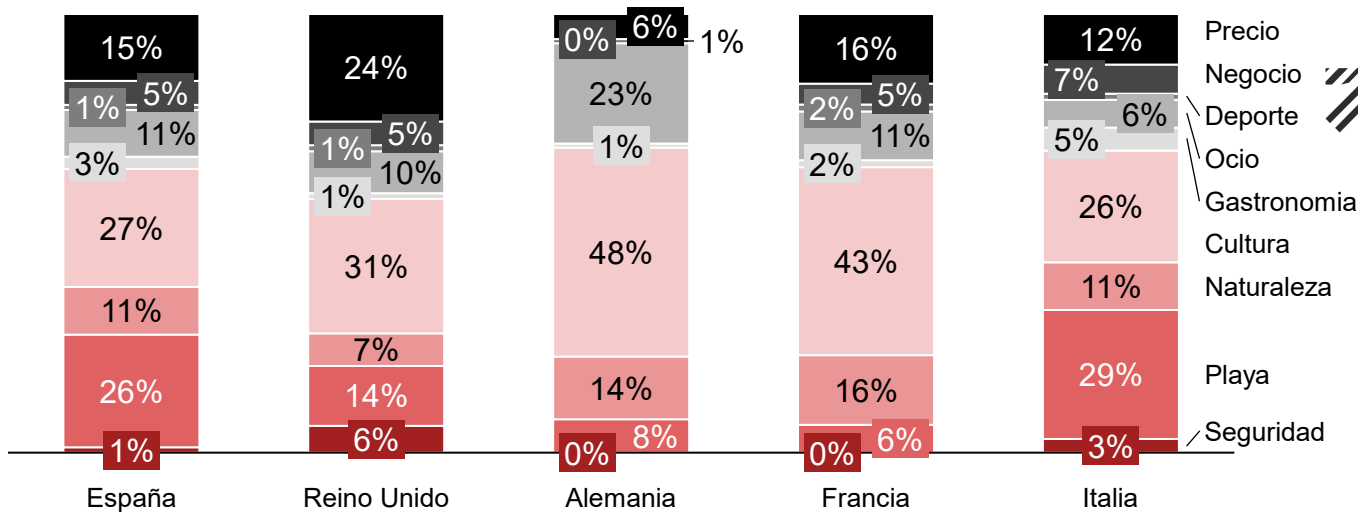
### Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

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



El sentimiento de los turistas internacionales se ve afectado por el aumento de turistas y empiezan a percibir masificación en los principales destinos

### Menciones internacionales de España en oct-nov 2024 [Porcentaje relativo por temática]



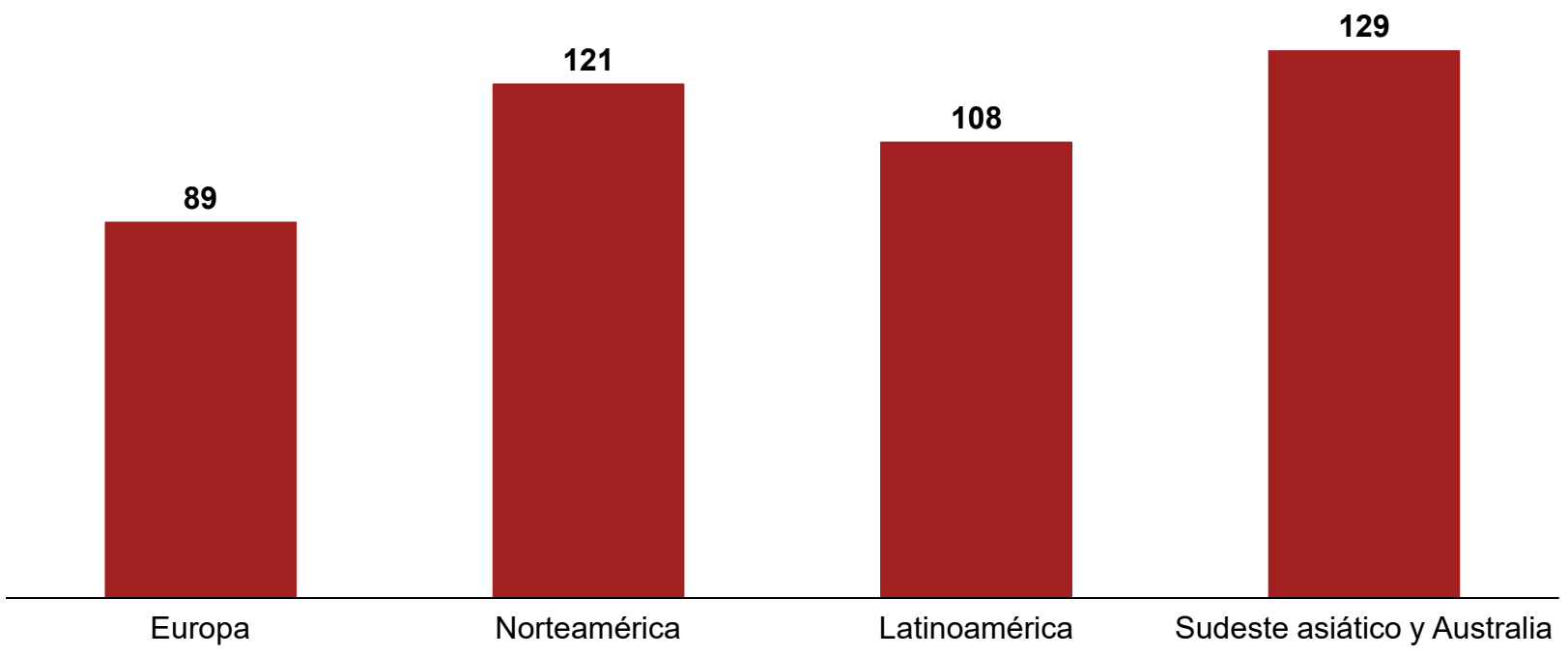
Con la llegada de la época invernal el turismo cultural comienza a predominar sobre la playa, mostrando la riqueza turística del país

# Se identifica un crecimiento sustancial en la intención de viaje a España por parte de los mercados emisores de largo radio

## Tendencias – Intención de viaje a España (septiembre-noviembre)

Google Travel Insights metric normalizado por País [Base 100 2023]

2024



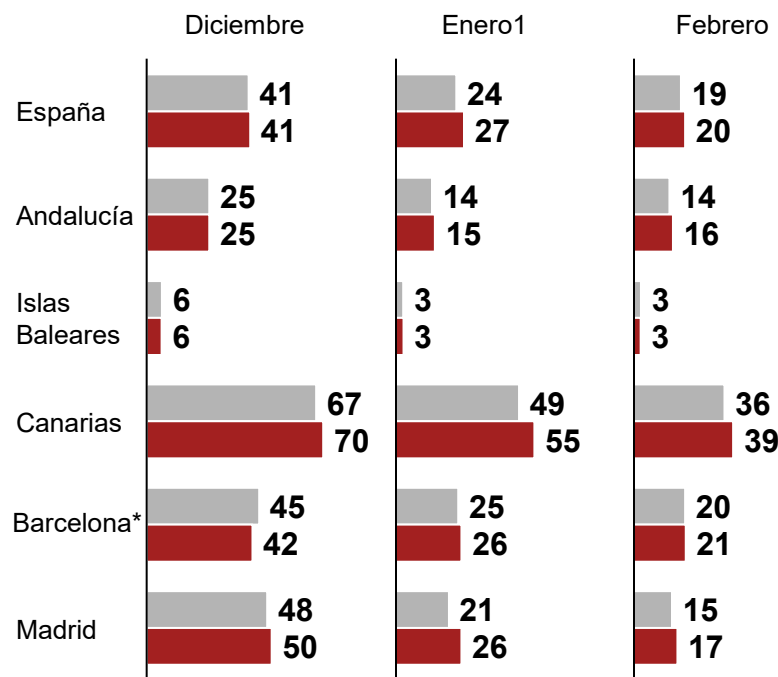
Norteamérica, Latinoamérica, el Sudeste asiático y Australia destacan por su creciente interés por viajar a España, mientras que España y los demás países europeos comienzan a valorar otros destinos de largo radio

# Invierno 2025 arranca con una cartera 0,7 p.p. por encima de 2024 gracias a una mejora en la antelación de las reservas

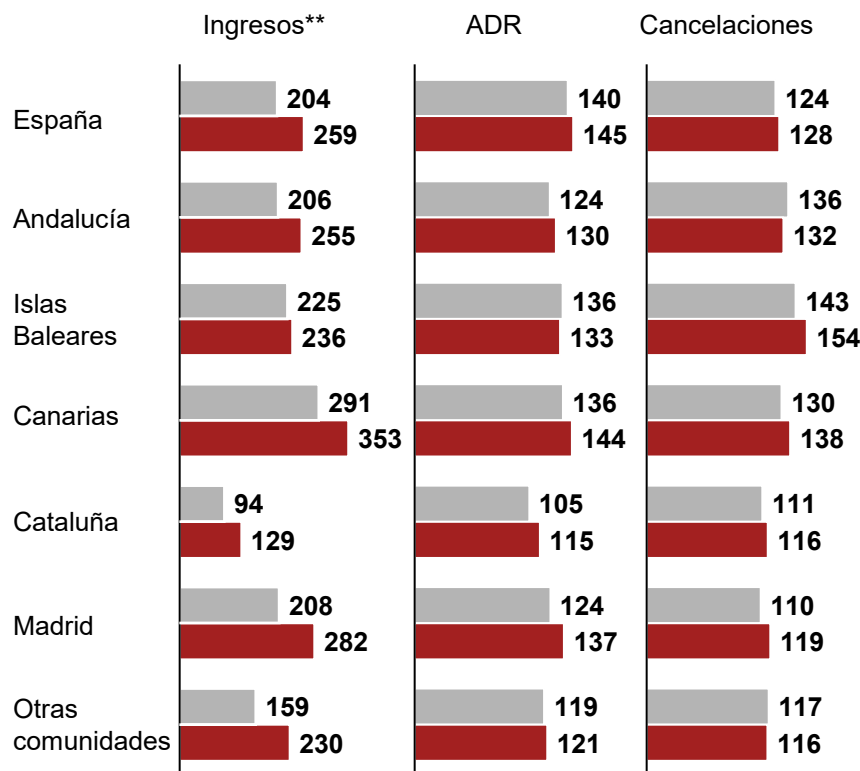
## Indicadores de la posición de cartera

■ 2023 ■ 2024

### Ocupación en Cartera a 90 días



### Canal directo (On the book) a 5 de diciembre [Mirai] [Base 100 2019]



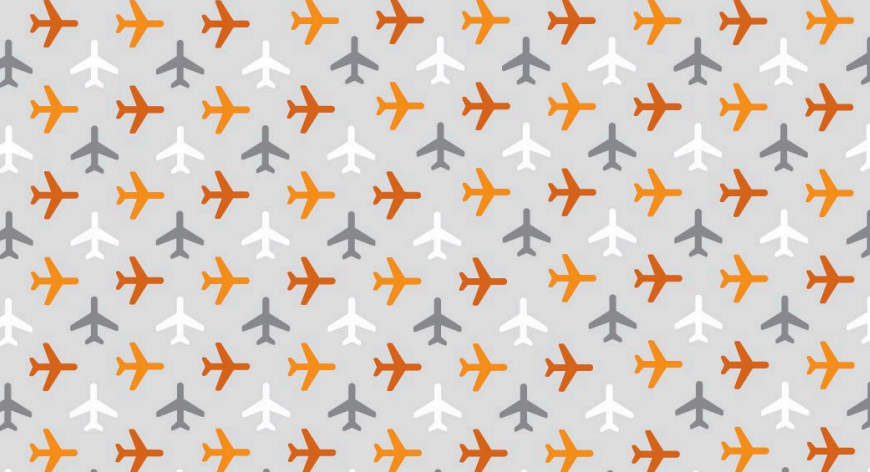
La ocupación en cartera está marcada por un aumento la antelación de las reservas, destacando el caso de Canarias, un destino de popularidad creciente durante el invierno (+3-5pp.)

Los ingresos del canal directo se incrementan en relación con la temporada anterior, aumentando un 27% respecto a 2023

\* 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

# Invierno '25 mantiene el crecimiento del sector, apoyado en una oferta de mayor calidad y la atracción de turistas de alto impacto económico

■ Año de referencia ■ Año anterior ■ Año actual

**La temporada invernal de 2025 muestra la consolidación del sector, superando los niveles previos de ocupación y con una mejora sostenida del precio de las habitaciones, gracias a la mejora de la oferta hotelera y la captación de turistas de alto impacto económico, destacando los mercados de largo radio como el estadounidense**

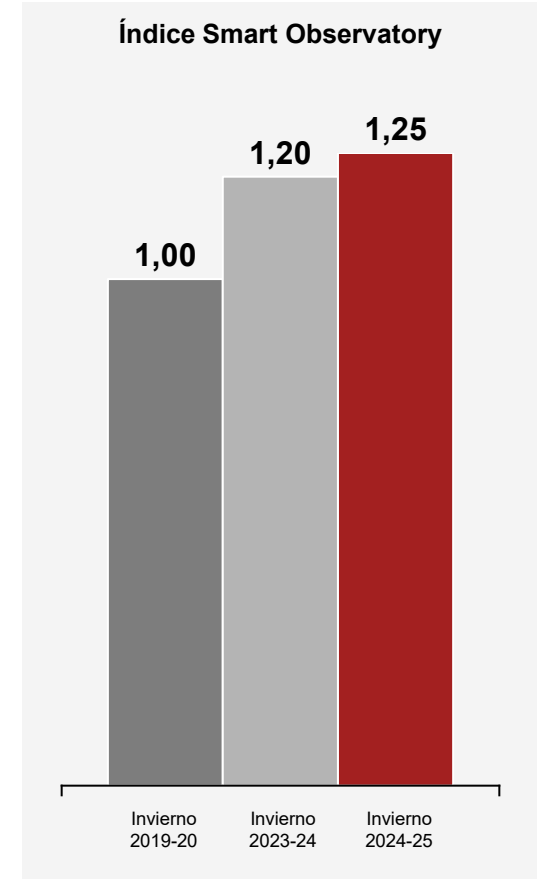
El **índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 1,25 para el Invierno 2025**, mostrando una leve mejoría que indica el comienzo de la consolidación del sector en valores de récord histórico.

La **mejora de la situación macroeconómica** y la recuperación del Dólar y la Libra frente al Euro **umentan la capacidad de gasto en nuestro país**, impulsando el **tráfico internacional**. Este crecimiento (**+6.5% vs 2023**) se centra **especialmente en turismo de largo radio**, caracterizado por un mayor gasto medio, destacando el mercado estadounidense.

Gracias a ello observamos una **mejora en el ratio de ocupación hotelera (+3 p.p. vs 2023)**. Lo que unido a la **mejora en la calidad de la oferta hotelera** (aumento del 11% en las plazas de 4 y 5 estrellas respecto 2019), permiten impulsar el **ReVPAR un 17% por encima de los niveles prepandemia**.

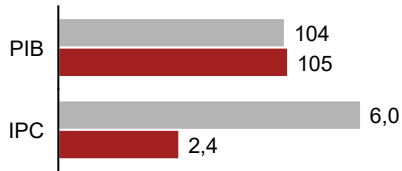
Respecto a la **intención de viaje**, se observa un creciente interés, con respecto al mismo periodo del año anterior, por las visitas a España de los mercados emisores de largo radio con unos crecimientos de Norteamérica (+21%), América Latina (+8%) y el Sudeste asiático y Australia (+29%).

Por todo ello, el sector hotelero continúa mostrando una tendencia prometedora de crecimiento de cara a la temporada invernal, reflejado por una **ocupación en cartera ascendente (+0.7% vs 2023)** y una mejora de la antelación.



# Las previsiones para Invierno '25 apuntan a crecimientos sostenidos, con una cartera ligeramente superior al año anterior

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



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

## Interés por el viaje a España

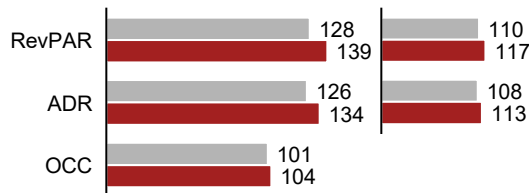
Base 100 2023 (sept-nov)



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

## Indicadores hoteleros Base 100 (septiembre-octubre) 2019

Valores nominales      Valores reales\*\*



Los ingresos se alzan un 17% en términos reales respecto a 2019 gracias a una mejoría del 4% de la ocupación

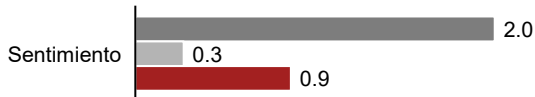
## On the book (cartera) % ocupación a fecha 25 de noviembre para los próximos 90 días (hasta el 23 de febrero de 2025)



Las reservas en cartera a 90 días superan notablemente al año anterior

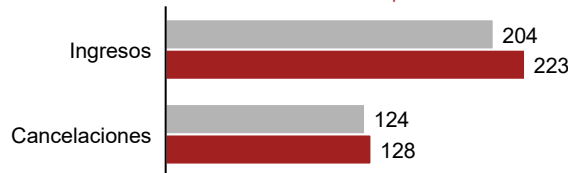
## Sentimiento neto hacia España

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



El sentimiento neto hacia España aún no alcanza los niveles de años previos, con el aumento de precios como una de las principales preocupaciones

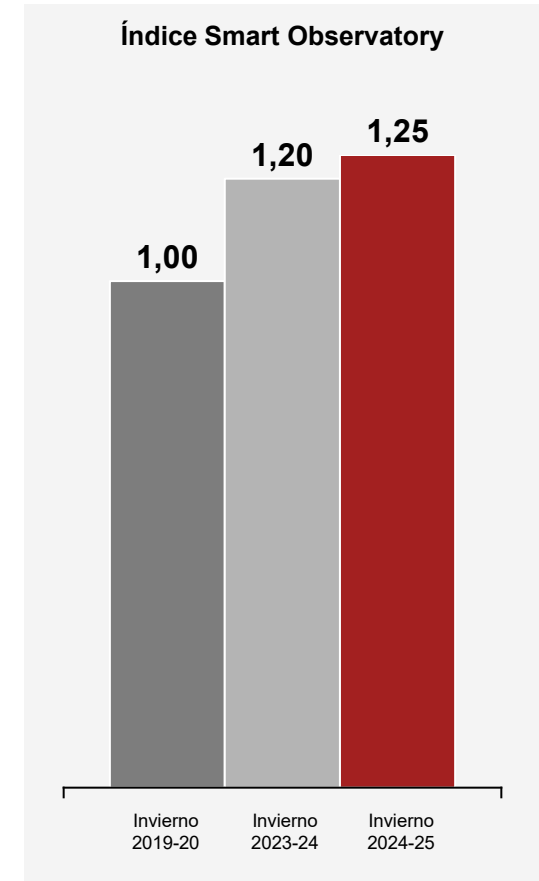
## On the book (cartera) en canal directo a fecha 5 de diciembre en base 100 respecto a 2019



El crecimiento del canal directo y la subida de la ocupación incrementan los ingresos esperados un 23% frente a 2019

■ Año de referencia    ■ Año anterior    ■ Año actual

## 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

