

Madrid, 1 de abril de 2025

Las previsiones para primavera apuntan a un ligero ascenso, apoyadas por una cartera estable

- La mejora de la oferta hotelera española y el incremento del gasto medio por turista consolidan la buena salud del turismo en España.

La **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)** y **PwC** han presentado hoy una nueva edición del informe '**Smart Observatory Primavera 2024/25**', que refleja unas buenas perspectivas para esta temporada, impulsadas, entre otros factores, por una cartera estable y por el aumento del gasto medio por turista.

El Smart Observatory es un análisis exhaustivo que evalúa las tendencias y perspectivas de la industria hotelera española de cara a la próxima temporada. Así, para la primavera 2024/25, **el índice Smart Observatory alcanza un valor de 1,31 puntos**, reflejando un incremento del 1% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Este estudio exclusivo se basa en un índice compuesto por cinco indicadores clave: entorno macroeconómico, flujos turísticos, sentimiento del turista, intención de viaje y demanda futura.

Perspectivas económicas favorables

Tal y como señala el [Smart Observatory](#), la moderación de la inflación, que se acercará al 2% deseado hasta finales de 2025, estimula el gasto en Europa y fortalece las expectativas del sector turístico.

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

A este escenario de bonanza se suma la reducción de los tipos de interés, que aumenta el poder adquisitivo y favorece el consumo.

Incremento del turismo internacional y las conexiones aéreas

El informe muestra cómo el aumento del turismo internacional, que ha crecido un 3%

con respecto a invierno de 2024, impulsó el crecimiento del sector durante la pasada [temporada de invierno](#). Destacan los mercados estadounidense y asiático, que reportan un alto impacto económico.

A este escenario contribuyen el aumento de la llegada de vuelos a España, que ha crecido un 7% desde 2024, reforzando la conectividad aérea del país.

Mejora de la planta hotelera española y la ocupación

Desde el pasado año, la planta hotelera española ha experimentado un aumento del 4% en las plazas de 4 y 5 estrellas. La mejora en la calidad de la oferta unida al aumento de la calidad del turista ha dado como resultado un crecimiento **del 3,4% del ReVPAR respecto a 2024**.

Así, se observa una mejora del RevPAR (ingresos totales entre el total de habitaciones) respecto al ADR (precio medio diario de las habitaciones ocupadas) que refleja el crecimiento turístico en épocas valle.

Por su parte, la ocupación en cartera alcanza el equilibrio manteniendo los niveles del año anterior. Destaca el canal directo, que continúa captando una mayor cuota de mercado y aumenta los ingresos en cartera un 27% respecto a 2024.

Aumentan la intención de viaje y el sentimiento del turista hacia España

Respecto a la intención de viaje, se observa un creciente interés con respecto al mismo periodo del año anterior debido a las visitas a España de los emisores de largo radio. Así, se observa un creciente interés por viajar a España por parte de mercados como Norteamérica (+27%), América Latina (+4%) y el Sudeste Asiático y Australia (+37%). Sin embargo, España y los demás países europeos comienzan a valorar hacer desplazamientos cada vez mayores, poniendo el foco en destinos de largo radio.

El sentimiento neto hacia España experimenta una ligera aceleración con respecto a 2024, generando una sensación positiva media superior a la de años anteriores. La cultura se consolida como el principal interés a nivel internacional, seguida por las playas, y ambos atractivos turísticos se posicionan como los más destacados del país.

Jorge Marichal, presidente de CEHAT, ha comentado durante la presentación del informe que *“las previsiones para primavera que refleja el [Smart Observatory](#) son optimistas y ponen de relieve que España está de moda y que, a tenor de los resultados, no será una moda pasajera puesto que el sector turístico nacional está demostrando cómo mejora día a día su oferta y su competitividad para seguir a la cabeza del turismo mundial”*.

José Manuel Fernández Terán, socio responsable de Turismo, Transporte y Logística en **PwC**, ha señalado que *“las previsiones para esta primavera son muy positivas para España en el ámbito turístico donde seguimos siendo un referente internacional más allá del turismo de sol y playa. Gracias al fortalecimiento de la conectividad aérea y a la mejora paulatina de la oferta hotelera, estamos siendo capaces de captar turistas de mayor poder adquisitivo, destacando los mercados de largo radio como el estadounidense y al asiático”*.

El informe completo se puede descargar a través de este enlace: [Smart Observatory Primavera 2024/25](#).

PwC.

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 156 países con más de 327.000 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. PwC se refiere (en conjunto o por separado) a la red de firmas que integran PwC, cada una de las cuales se constituye con una entidad legal independiente. Por favor, visite www.pwc.co/structure para más información.

CEHAT.

CEHAT es la Confederación que representa al sector del alojamiento turístico en España (hoteles, apartamentos turísticos, campings, resorts y balnearios). Representa a más de 16.000 establecimientos, suma un total de 1.800.000 plazas y da empleo de forma directa e indirecta a 500.000 personas trabajadoras. Agrupa a 51 asociaciones provinciales, regionales y sectoriales, y está presente en todas las Comunidades Autónomas de nuestro país.

