



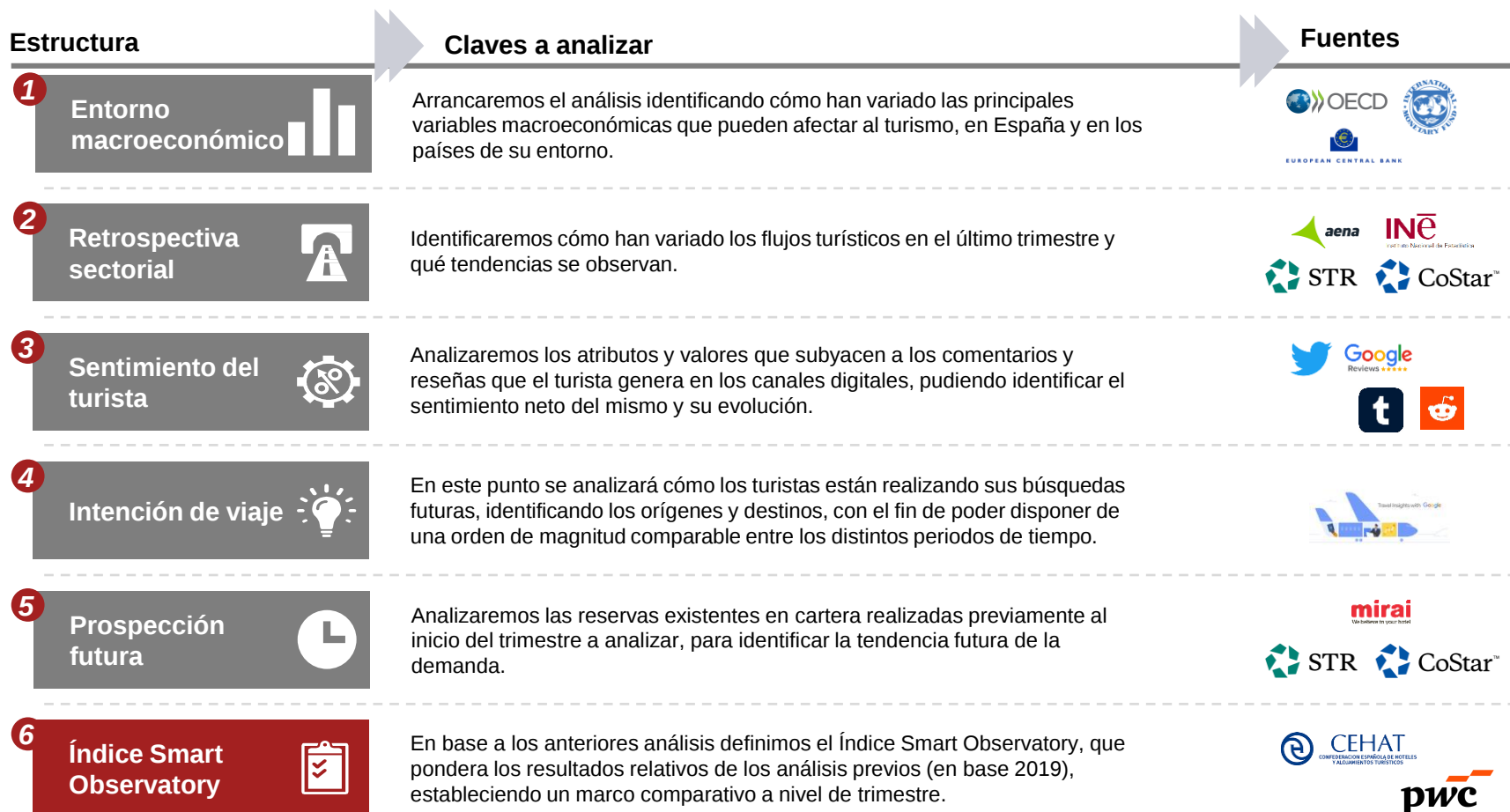
Smart Observatory – Sector Hotelero

Temporada Verano 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

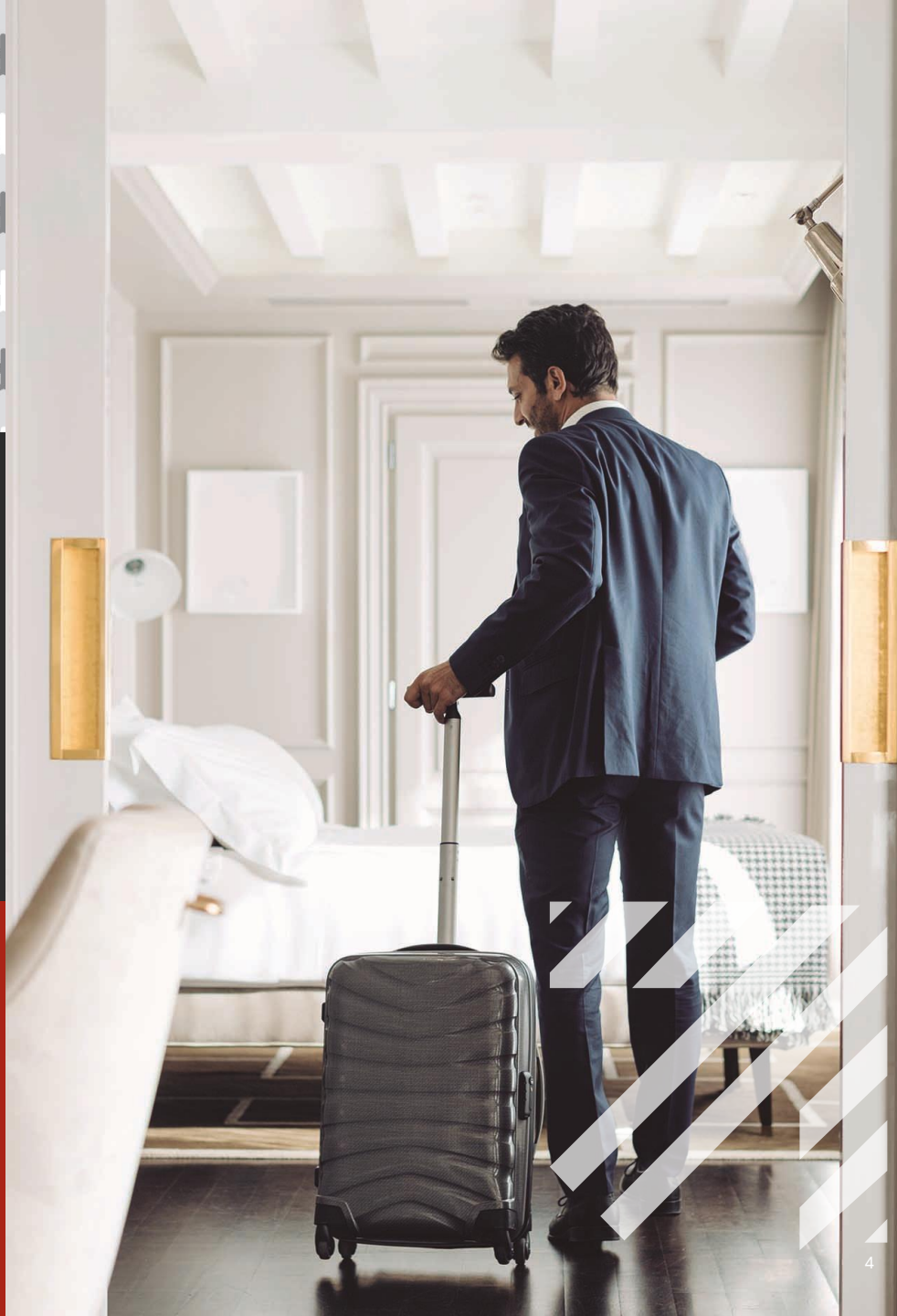




1

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

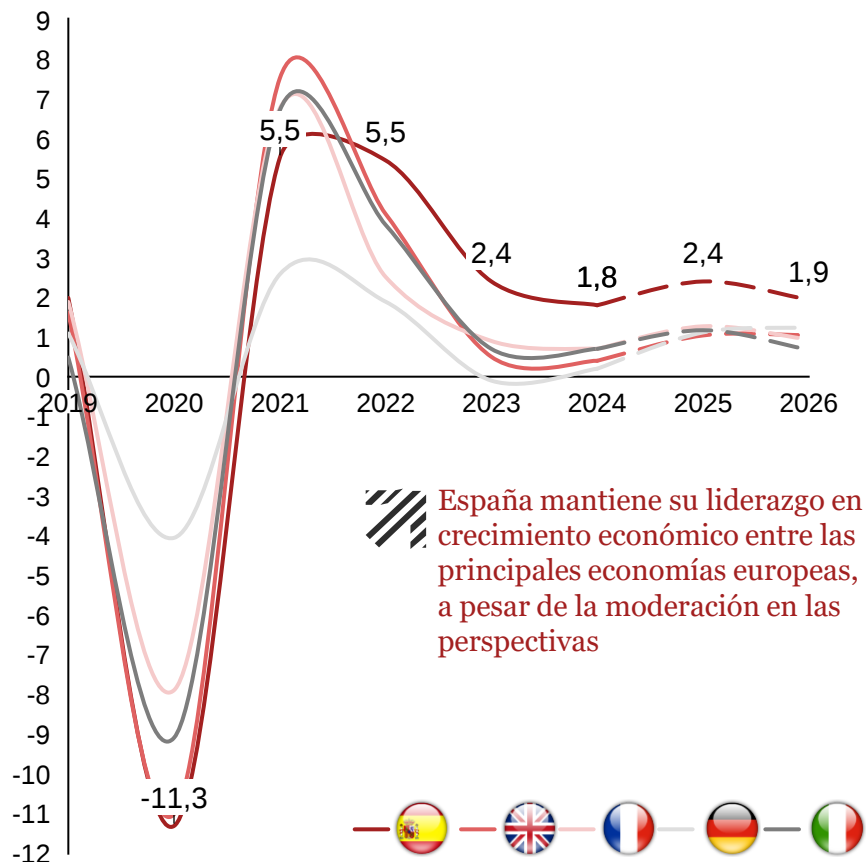


España lidera las proyecciones de crecimiento económico en Europa, esperando crecimientos en torno al 2% del PIB

Tendencias macroeconómicas

Evolución del PIB Real entre 2019 y 2026*

[Var %, Anual]



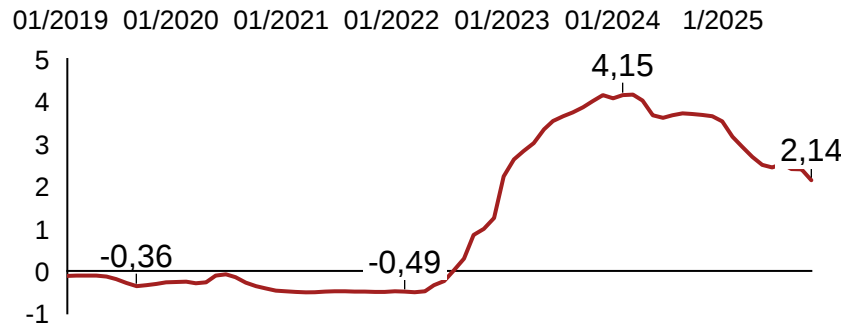
Evolución y comparativa de proyecciones del PIB Real español [Base 100 2019]



Europa continua con la reducción de los tipos de interés aumentando el poder adquisitivo y favoreciendo el consumo

Tendencias macroeconómicas

Euribor mensual histórico [%]

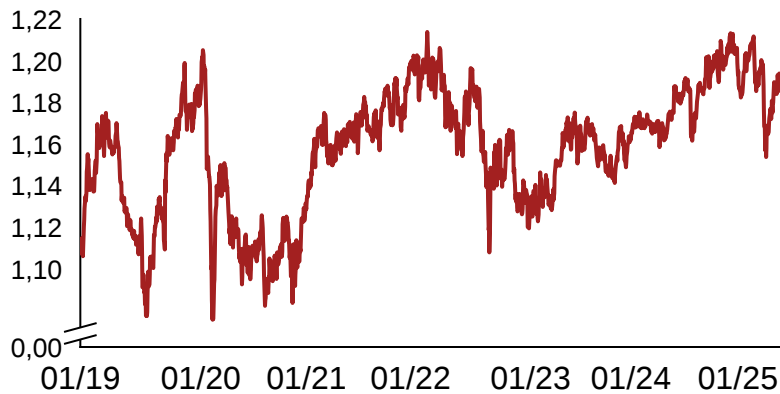


 El BCE continua con la reducción del coste de hipotecas y la financiación lo que aumenta la capacidad de gasto en turismo

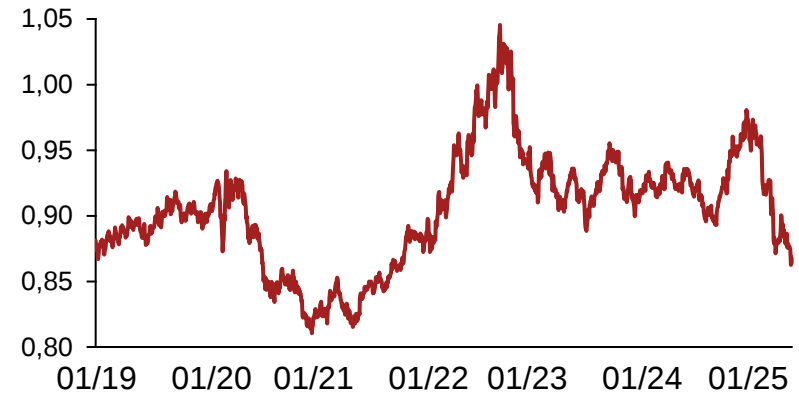
Tasa de desempleo entre 2019 y 2026, previsión 25-26* [%]

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*	2026*
	14,1	15,5	14,8	12,9	12,1	11,4	10,7	10,1
	3,8	4,6	4,5	3,7	4,3	4,3	4,6	4,6
	8,5	8,1	7,9	7,3	7,2	7,4	7,8	7,6
	3,0	3,7	3,6	3,1	3,0	3,4	3,6	3,5
	9,9	9,3	9,5	8,1	7,6	6,5	6,1	6,1

Cambio Libra/Euro histórico



Cambio Dólar/Euro histórico

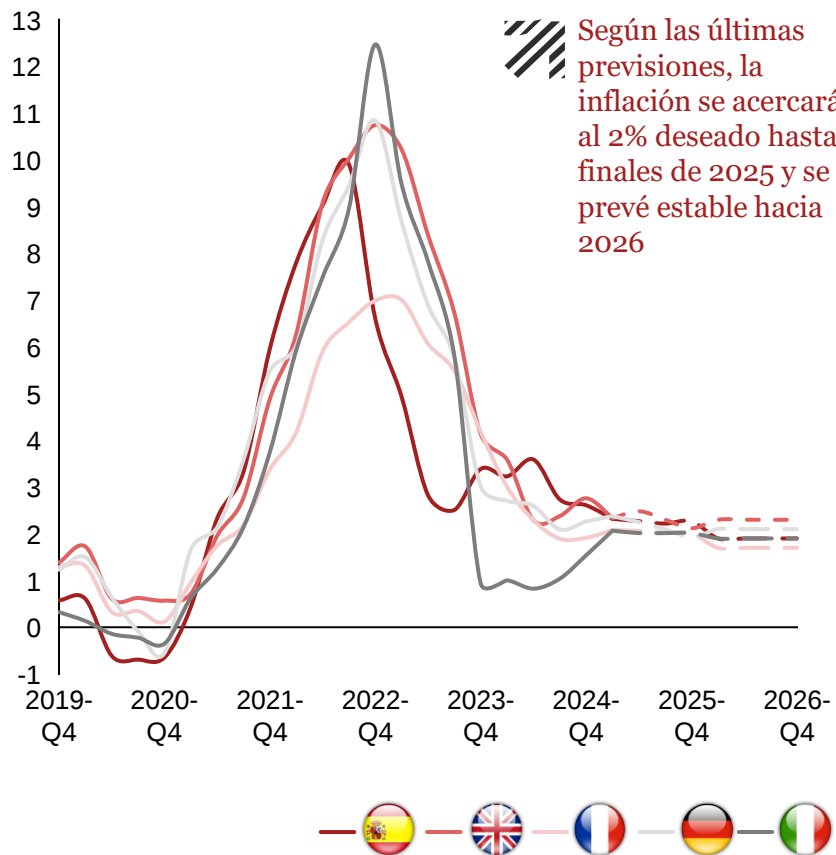


Se prevé un estancamiento de la inflación en torno al 2% a futuro que favorece el gasto, incluyendo el del turismo

Tendencias macroeconómicas

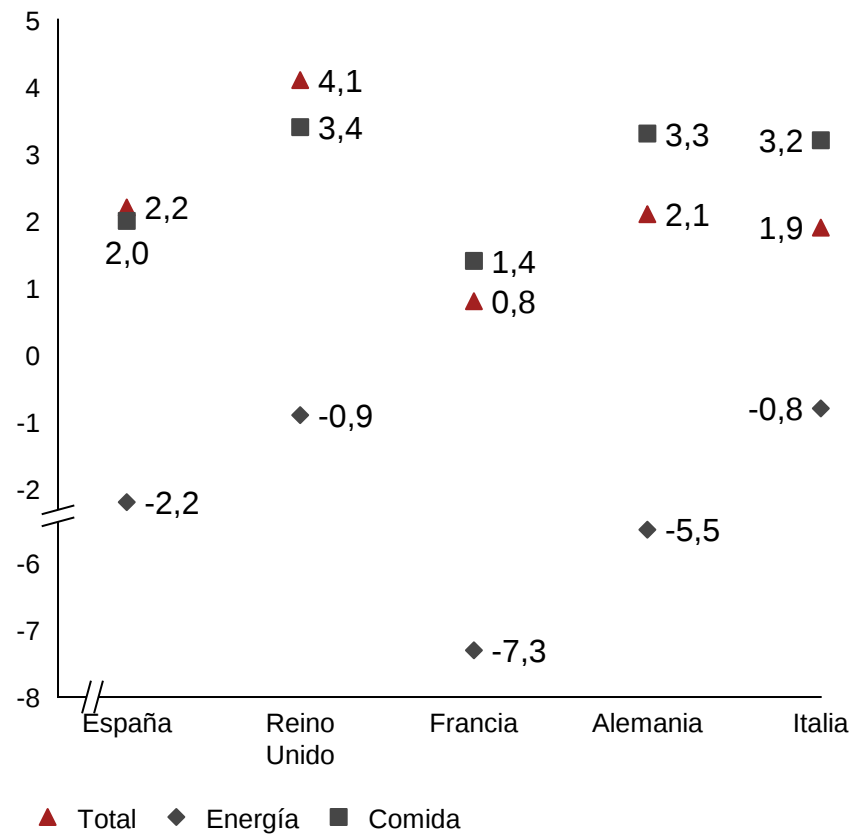
Evolución de la inflación entre 2019 y 2026*

[Var Anual, %]



Inflación total, energía y comida a abril 2025

[Var Anual, %]



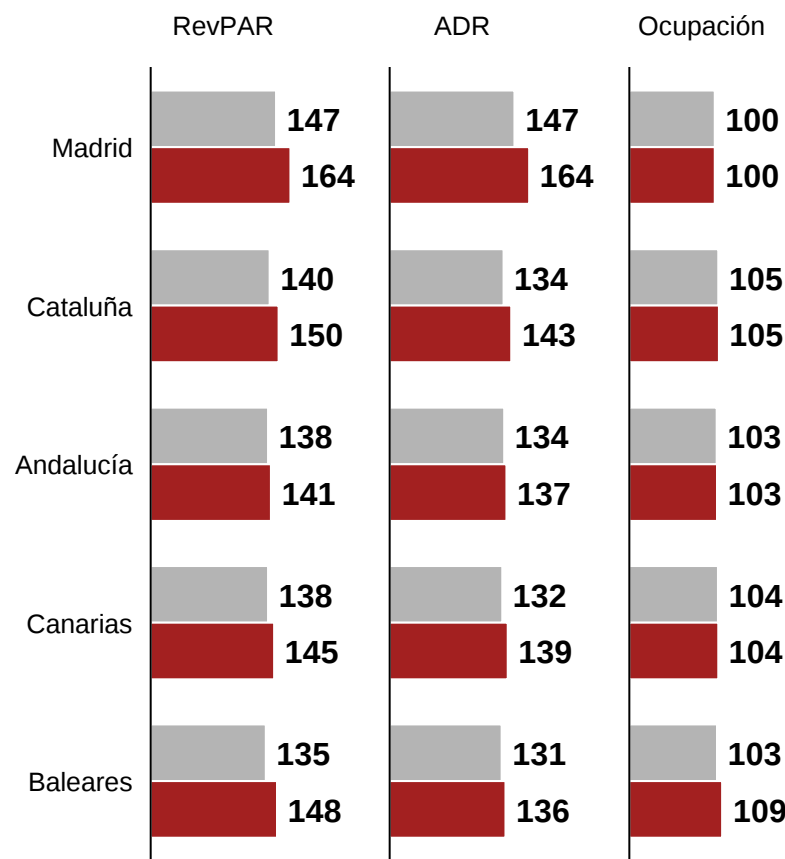
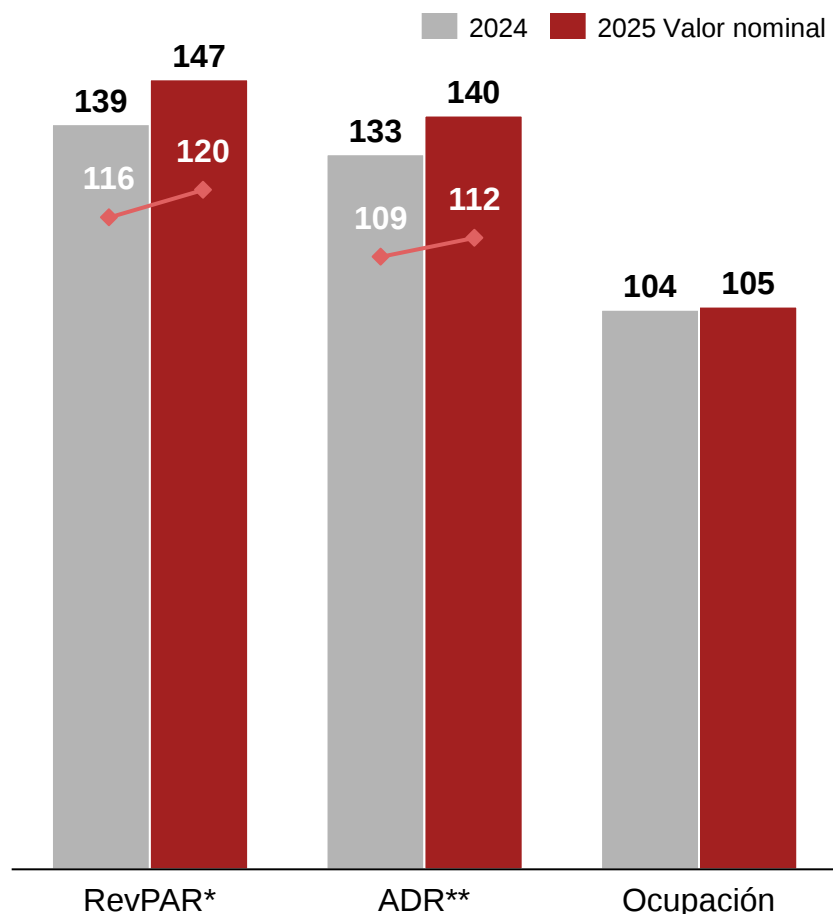
La mejora en ocupación y ADR permite que el RevPAR continúe creciendo y mejore 6% respecto al año anterior hasta mayo

Evolución de los principales indicadores hoteleros (marzo-mayo)

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

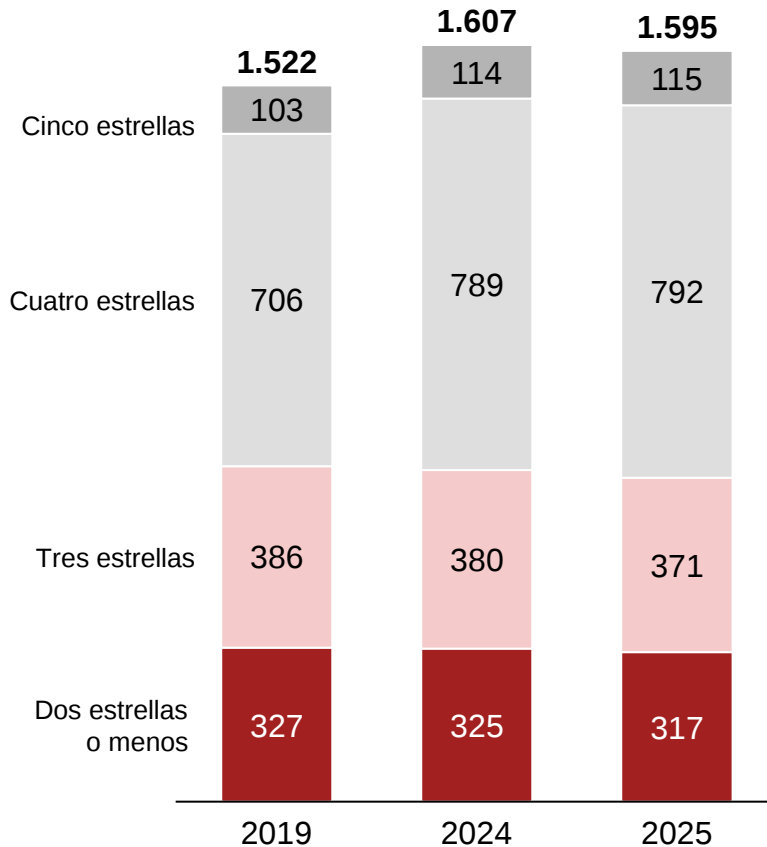
***Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

España apuesta por una oferta de calidad aumentando 0,5% las plazas de 4/5 estrellas mientras que disminuye 2,5% las inferiores

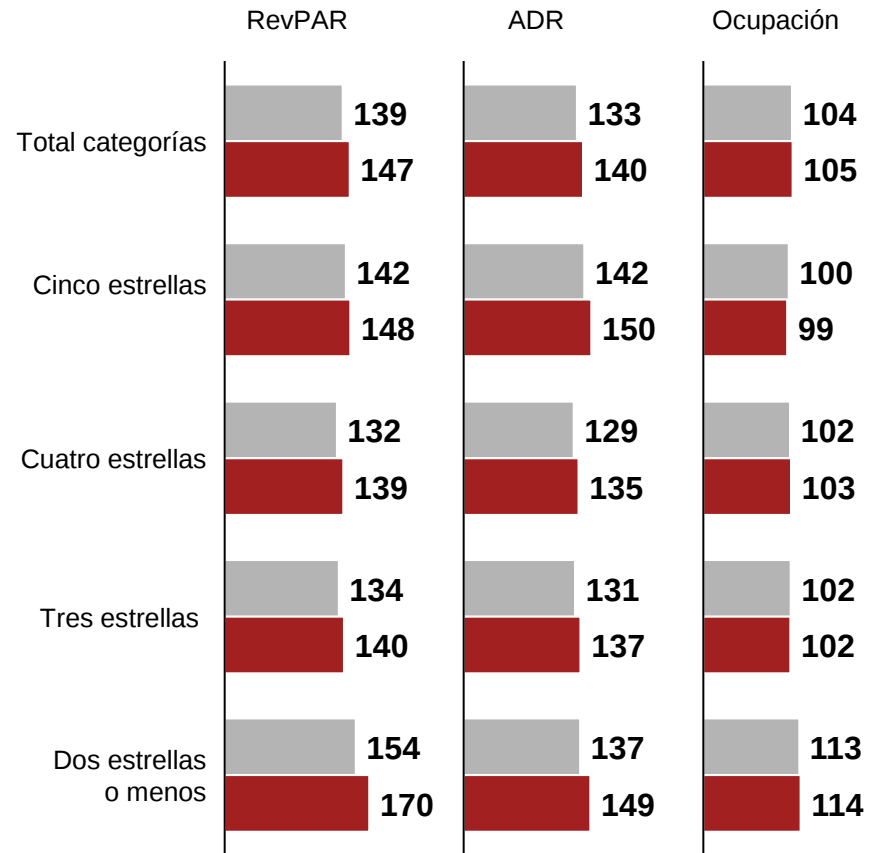
Evolución de los principales indicadores hoteleros (marzo-mayo 2025)

Plazas por categoría [miles]



Detalle por categorías [Base 100 2019]

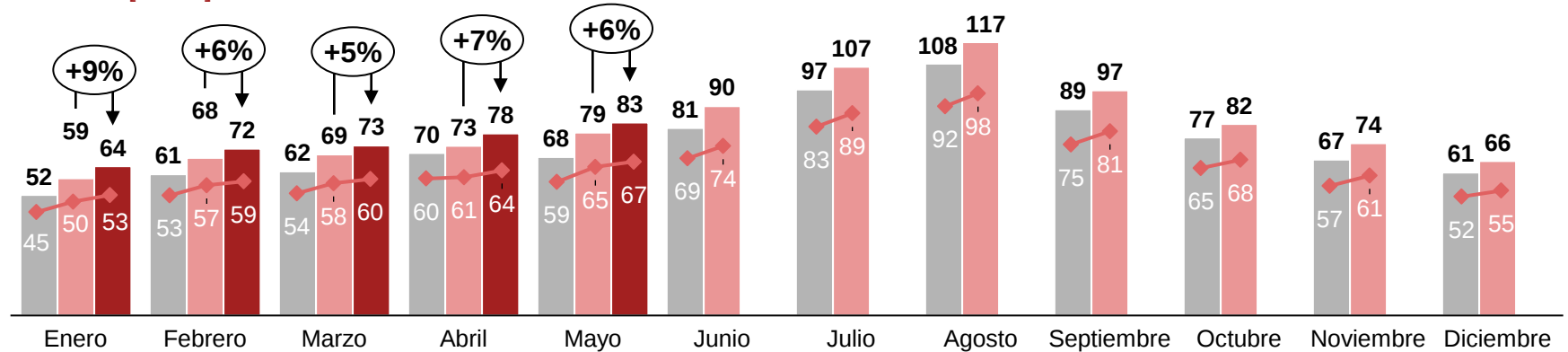
2024 2025



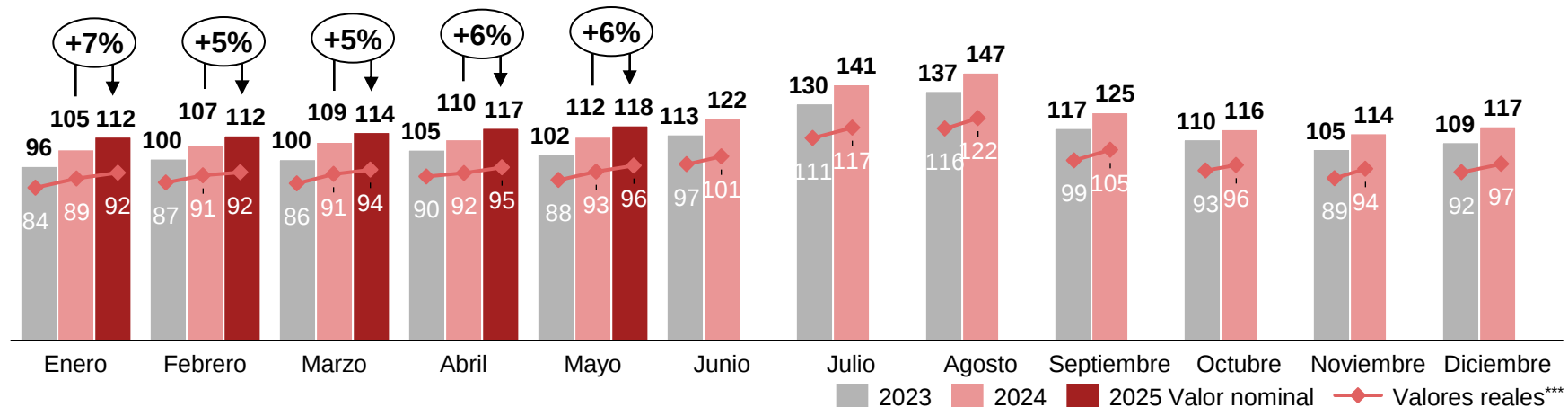
El RevPAR continúa creciendo conforme se acerca la temporada de verano por la llegada de la temporada alta

Evolución RevPAR* y ADR**

RevPAR [Euros]



ADR [Euros]



*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones

**ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas

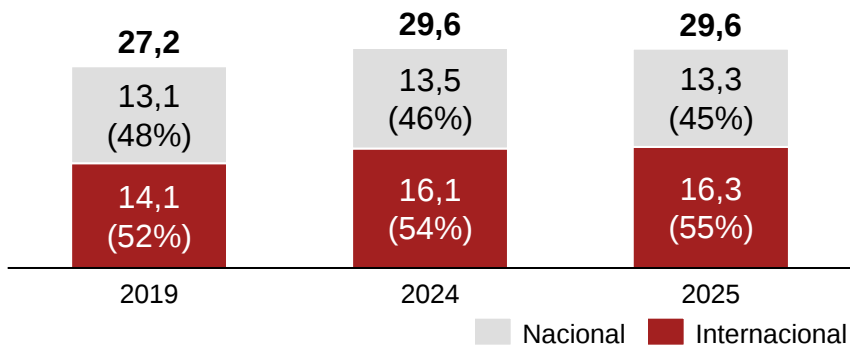
***Los valores reales se calculan ajustando al IPC en base 100 2019

Fuente: INE, Análisis PwC

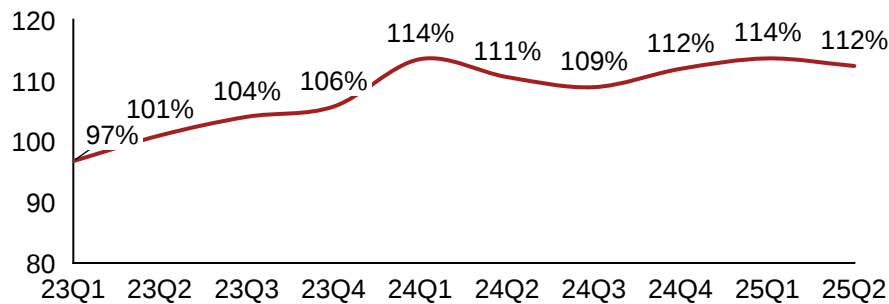
El turismo internacional en España crece un 1% en primavera 2025 soportado por el turismo británico y el de largo radio

Evolución en el número de viajeros

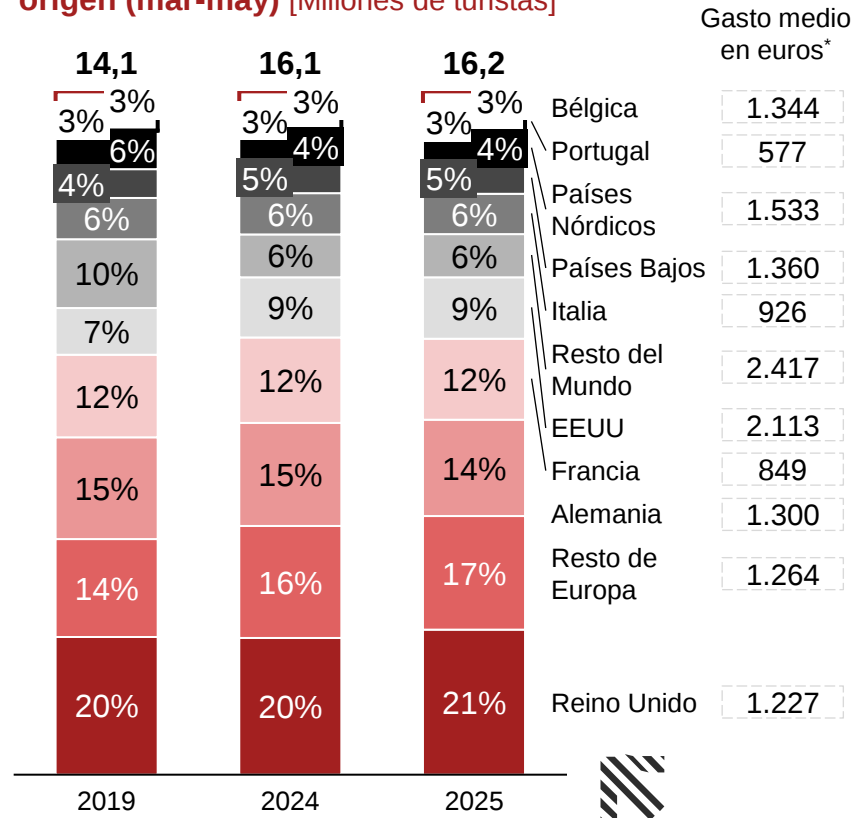
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (mar-may) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]



Distribución de turistas internacionales según país de origen (mar-may) [Millones de turistas]

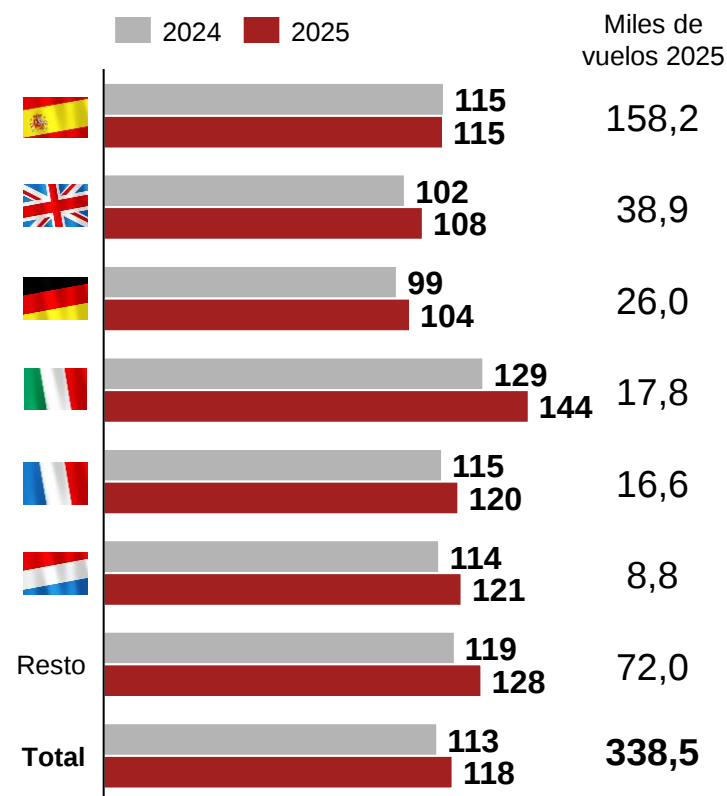


El aumento del turismo internacional continúa siendo la principal palanca de crecimiento del sector donde destacan los crecimientos de Portugal (9% vs 2024), Reino Unido (7%) y EEUU (3%)

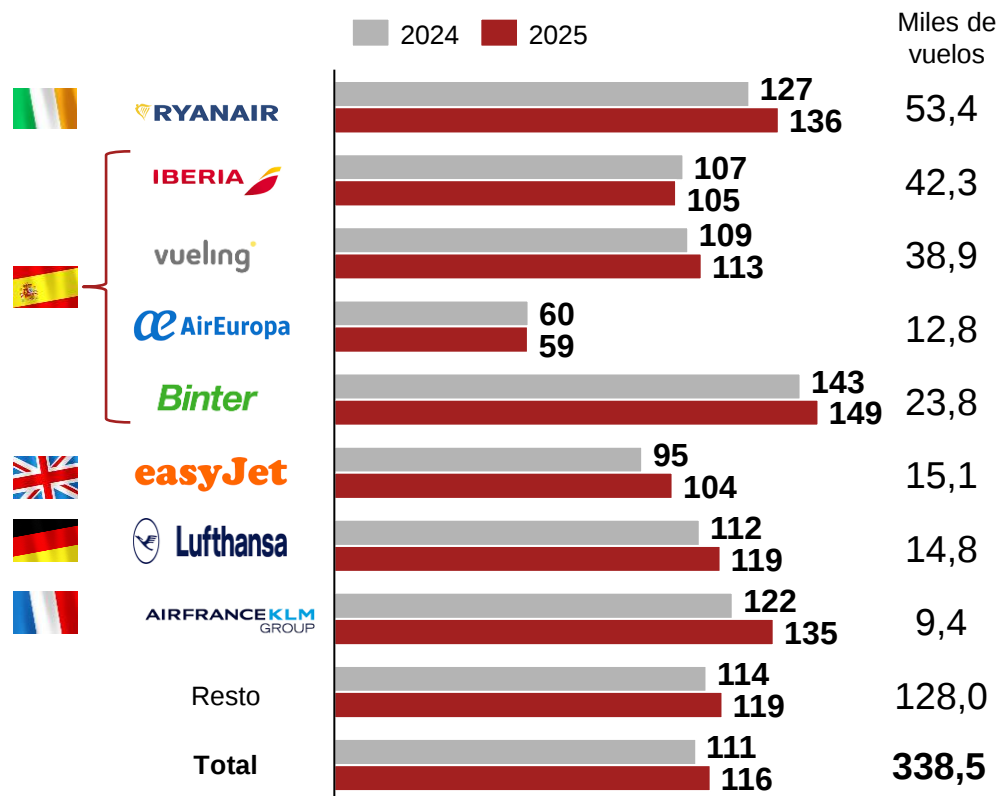
Las llegadas de vuelos internacionales aumentan 7% vs 2024, con Italia (10%) y RU* (9%) liderando el crecimiento

Histórico – Tráfico aéreo (marzo-mayo)

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



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

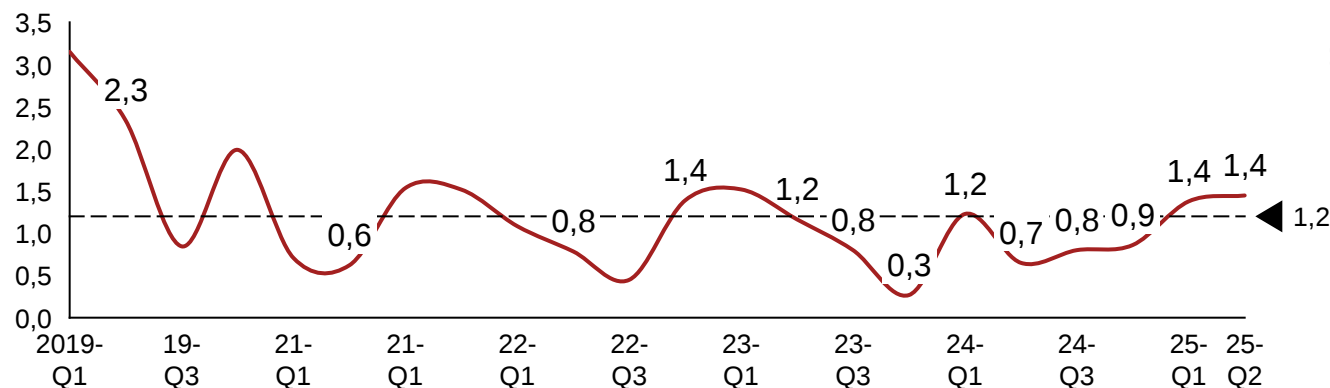


El sentimiento neto hacia España se estabiliza en valores por encima de la media de los últimos años

Sentimiento del viajero

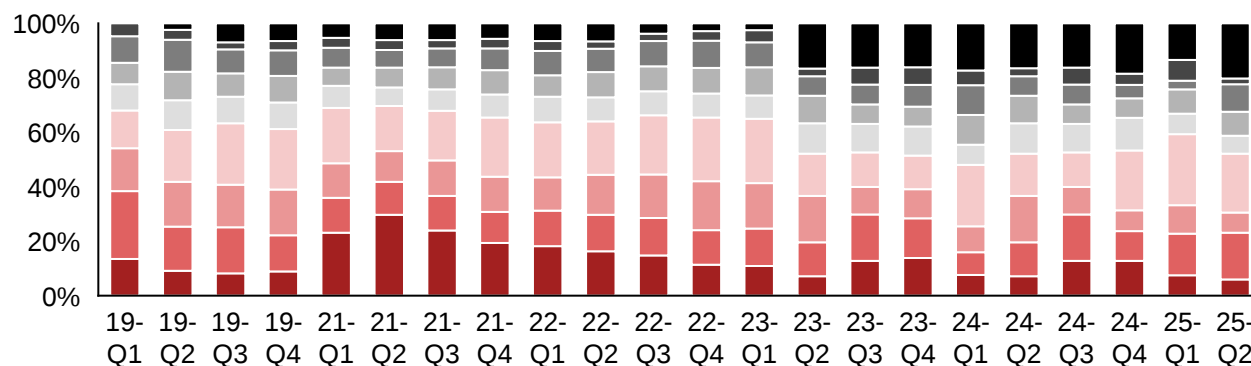
Evolución del sentimiento neto* del turista hacia España

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



El sentimiento neto hacia España continúa con su recuperación, aunque frena el crecimiento respecto al cuatrimestre pasado

Evolución de las menciones internacionales de España** [Porcentaje relativo por temática]



El interés por el turismo cultural (+6% vs Q2 24') y por el turismo de playa (+5% vs Q2 24') lideran los crecimientos en la temporada de verano. Asimismo, la preocupación por el precio crece también (+4% vs Q2 24')

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

Sentimiento Neto: 5(Menciones Positivas – Menciones Negativas)/(Menciones Positivas + Menciones Negativas).

**Se ha modificado el sistema de clasificación de tweets a partir de 2023-Q2

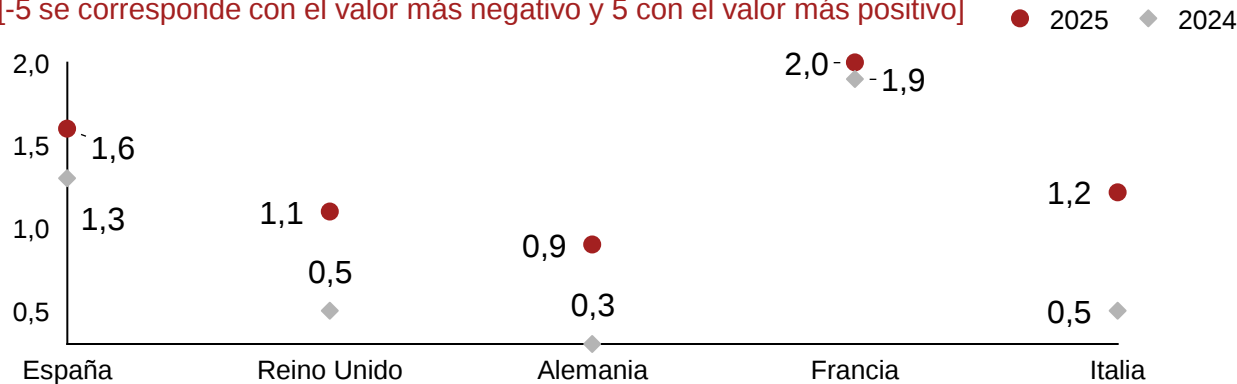
Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

El sentimiento neto del viajero internacional aumenta con un fuerte crecimiento en el interés por la cultura y la playa

Sentimiento del viajero (abril-mayo)

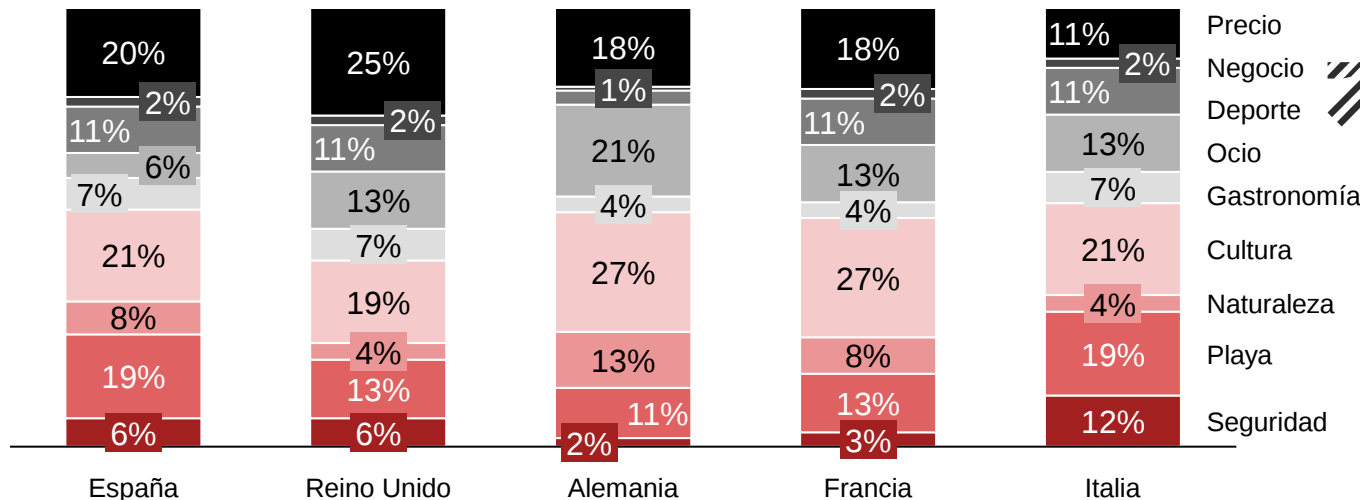
Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

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



Mantenimiento de la mejora en sentimiento neto observada en primavera, que supone un fuerte crecimiento respecto al Q2 de 2024

Menciones internacionales de España en abr-may 2025 [Porcentaje relativo por temática]



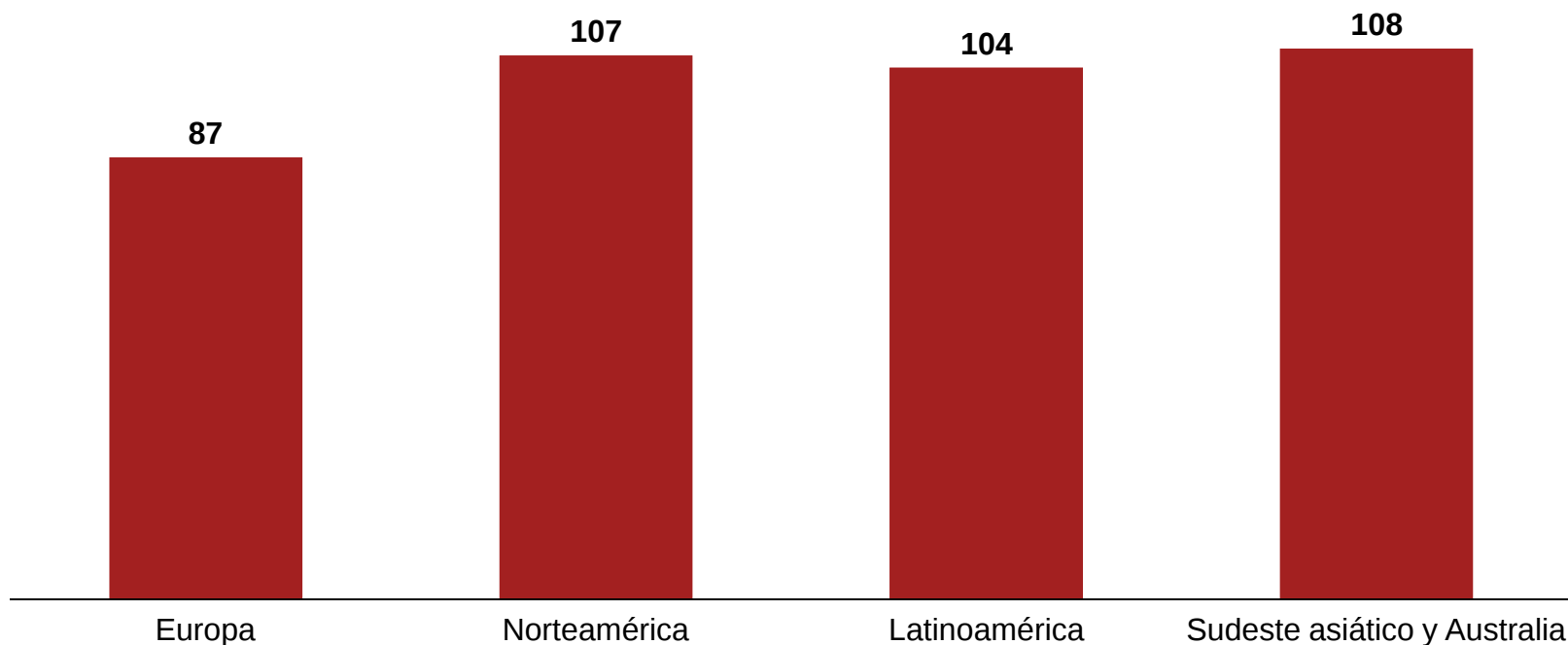
La cultura se mantiene como el principal interés a nivel internacional, seguida por la playa, sin embargo, crecen las menciones al precio del turismo en España

España mantiene los niveles de intención de viaje para los mercados de largo radio en comparativa con la temporada de 2024

Tendencias – Intención de viaje a España (abril-junio)

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

■ 2025



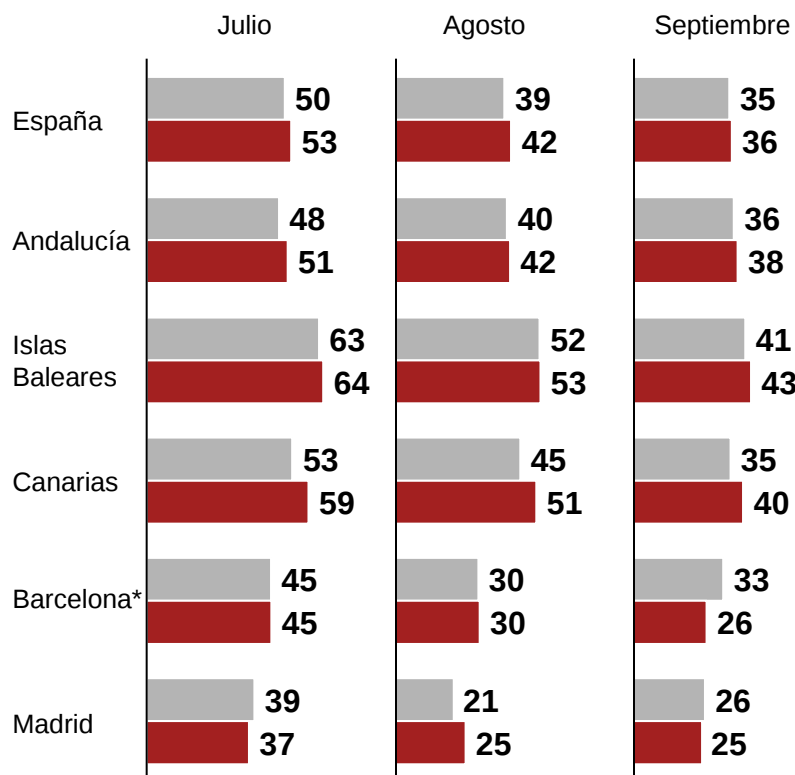
/// A pesar del decrecimiento en el interés de viaje a nivel europeo, España mantiene una tendencia positiva sobre el turismo global, reflejando que se mantiene el atractivo turístico del país para los mercados de largo radio.

La venta anticipada u ocupación en cartera sigue mejorando +3 p.p. con un fuerte crecimiento en la región de Canarias (+6 p.p.)

Indicadores de la posición de cartera

■ 2024 ■ 2025

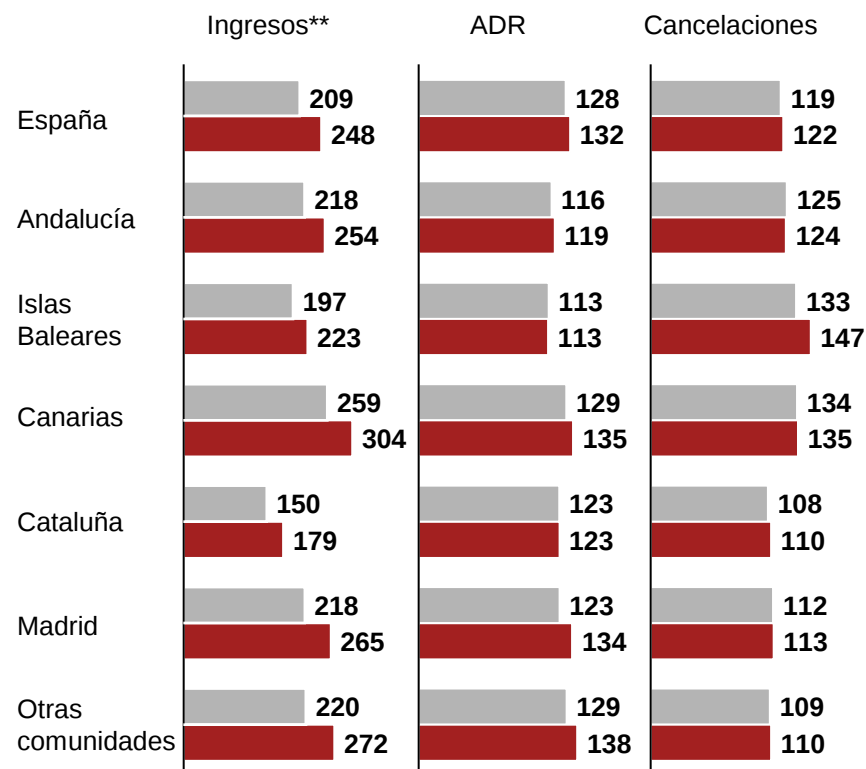
Ocupación en Cartera a 90 días



La ocupación en cartera mejora principalmente debido a las regiones de sol y playa, observando ligeras caídas en los destinos urbanos

Canal directo (On the book) a 16 de junio [Mirai]

[Base 100 2019]



El canal directo continúa mostrando un fuerte crecimiento respecto a la temporada pasada, con un crecimiento en ingresos de 19%

* 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



El sector afronta el verano bajo el reto de gestionar de forma sostenible un contexto de alta ocupación positivo para visitantes y residentes

La temporada de verano de 2025 muestra la consolidación del sector y mejora ligeramente los niveles previos de ocupación. La mejora de la calidad hotelera ha permitido un aumento del RevPAR y ADR y, además, existe una fuerte mejora del sentimiento del viajero. La intención a futuro muestra una disminución de búsquedas respecto a 2024 en Europa, con subidas en el mercado de largo radio

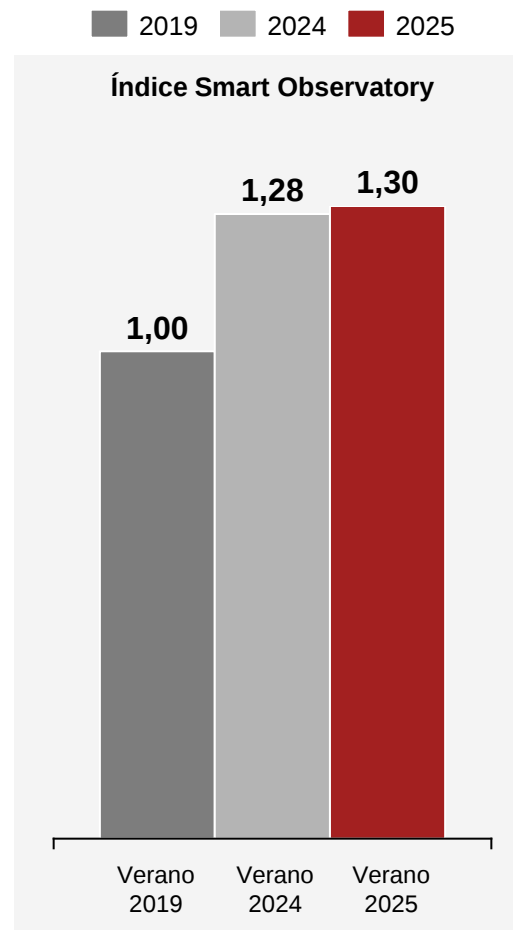
El **Índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 1,30 para el verano de 2025**, mostrando un moderado crecimiento que indica la consolidación del sector en valores de indicadores muy superiores a los de prepandemia

La **mejora en la calidad de la oferta hotelera continúa**, reflejado en un aumento del 0,5% en las plazas de 4 y 5 estrellas respecto 2024. Ello ha **aumentado el ADR un 5%** respecto a 2024 y, como consecuencia, el **RevPAR un 6%**.

El **atractivo turístico de España** sigue en ascenso, como refleja la **mejora en el sentimiento del viajero**, que duplica el valor obtenido durante esta temporada en 2024. A su vez, el **fortalecimiento de conectividad aérea** ha impulsado un **aumento del 5% en el número de viajeros** en comparación con 2024

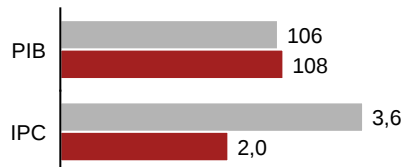
Respecto a la **intención de viaje**, se observa una reducción del interés en las búsquedas del mercado europeo, con respecto al mismo periodo del año anterior. Sin embargo, el interés se mantiene por las visitas a España en los **mercados emisores de largo radio**.

La **ocupación continúa creciendo y supera ligeramente los ya elevados niveles registrados en 2024**, lo que plantea al sector hotelero el reto de seguir creciendo. Para ello, la **principal palanca continúa siendo** la mejora de la oferta hotelera y un mayor gasto por viajero. Las **perspectivas a corto plazo son optimistas**, con un aumento de los ingresos en cartera y un sentimiento creciente, aunque empiezan a aparecer muestras de saturación con una reducción del interés de búsqueda en Europa y con crecimientos muy ligeros de saturación.



El índice Smart Observatory muestra un moderado crecimiento del sector en valores de récord históricos

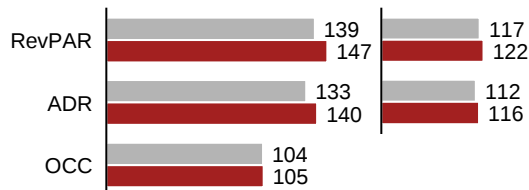
PIB Real en base 100 Q2 2019 e IPC*



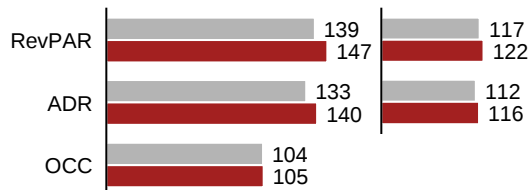
España conserva unas previsiones de crecimiento favorables a la cabeza de comparables europeos

Indicadores hoteleros Base 100 (mar-may) 2019

Valores nominales



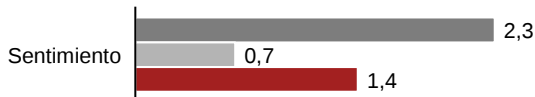
Valores reales**



Los ingresos por habitación disponible se alzan un 4% en términos reales respecto a 2024 así como la ocupación que crece 1% respecto a 2024

Sentimiento neto hacia España

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



El sentimiento neto hacia España continúa con su recuperación y duplica su valor en el último año para la temporada de verano

Interés por el viaje a España

Base 100 2024 (abr-jun)



El interés por viajar a España experimenta una caída de búsquedas desde Europa, aunque se mantiene el interés para los mercados de largo radio

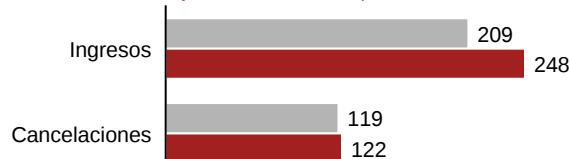
On the book (cartera) % ocupación a fecha 16 de junio para los próximos 90 días (hasta el 30 de septiembre de 2025)



La ocupación en cartera a 90 días crece hasta 50%, aumentando en 2 p.p. respecto al nivel de ocupación de 2024

On the book (cartera) en canal directo

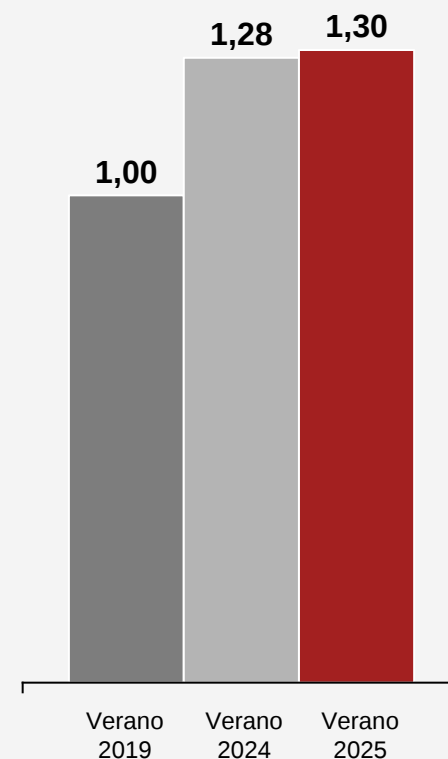
a fecha 16 de junio en base 100 respecto a 2019



Continúa el crecimiento de los ingresos en canal directo con una subida de 19% respecto a 2024, donde además se observa un ligero aumento de las cancelaciones

■ 2019 ■ 2024 ■ 2025

Índice Smart Observatory



Muchas gracias

