



Horwath HTL

Hotel, Tourism and Leisure

Informe de Hoteles y Cadenas España 2023

Octubre 2023



El Líder Global en Consultoría de Hoteles, Turismo y Ocio

Índice de Contenidos

1. Introducción	2
2. El Mercado	2
3. Temas Clave	3
3.1. Las Cadenas Hoteleras Continúan Su Expansión	3
3.2. La Franquicia Gana Fuerza	3
3.3. Nuevos Modelos de Operación	3
3.4. Se Mantienen los Líderes del Mercado	3
3.5. Se Baten Récords en La Inversión Hotelera	3
4. Estadísticas Principales	4
4.1. Ranking por Tamaño	5
4.2. Ranking por Categoría	6
4.3. Ranking por Categoría & Tamaño	7
4.4. Modelo de Negocio	7
4.5. Ranking por Destino	7
4.6. Proyectos por Destino	8
4.7. Factor de Demanda	8
4.8. Inversores Hoteles	8
4.9. Propietarios Institucionales	8

1. Introducción

Con la confianza del consumidor ya recuperada, ha sido más sencillo para el mercado hotelero mejorar sus rendimientos. Estos factores han sido claves para mantener estable la evolución de la oferta hotelera, así como incrementar la presencia de nuevas cadenas y marcas. También ha favorecido la aparición de nuevos players en el mercado que apuestan por modelos alternativos que generan rentabilidad y ayuda a que nuevas marcas amplíen su presencia en España.



2. El Mercado

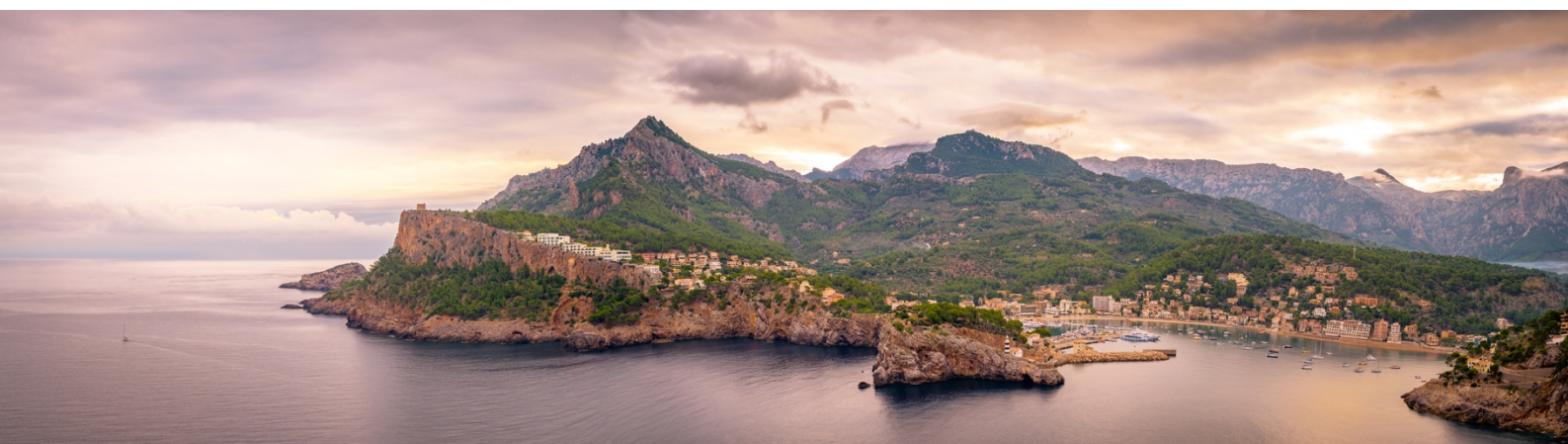
El 2022 se recordará como el año en el que se alcanzó la total recuperación de la actividad turística tras la pandemia, representando este sector el 61% del crecimiento de la economía española. El PIB turístico cerró el año 2022 con €159.490 millones (un 1,4% superior al de 2019), con una aportación al PIB español del 12,2%. Estos resultados se prevén incluso mejores en 2023, con Exceltur estimando que el PIB turístico del año pueda llegar a alcanzar los €178,831 millones, lo que se traduciría en un 13,6% por encima de los valores de 2019.

Gran parte de la mejoría del sector se debe a la extraordinaria recuperación del turismo internacional poniendo de manifiesto la fortaleza del sector turístico en el país. Esta tendencia se inició en 2022 y ha continuado en el 2023 ya que en la primera parte del año y hasta julio, España ha recibido más de 47,6 millones de turistas internacionales lo que representa un 20,9% superior al año previo. Todo esto se traduce en una mejor rentabilidad del sector.

Sin embargo, muchos negocios hoteleros aun viendo que sus principales indicadores de ocupación y tarifa media mejoran y en muchos casos sobrepasan los de 2019, observaron cómo los márgenes de beneficios no son tan amplios debido al incremento principalmente de los costes energéticos y laborales.

Cómo 2021 representó un giro en lo que a transacciones hoteleras se refiere, los expertos eran cautos de cara al 2022. Sin embargo, la actividad no hizo más que reforzarse el año pasado, alcanzando los €3.279 millones, batiendo todos los récords de los últimos años y abriendo el camino a nuevos inversores en el 2023.

Independientemente de la categoría, siguen incrementando su presencia las marcas internacionales en el país. Algunos ejemplos incluyen a cadenas como Hyatt que se ha estrenado en el mercado con dos nuevas marcas como son Thompson en Madrid y Grand Hyatt en La Manga o a la compañía danesa Zleep Hotels que ha dado el salto a España con la apertura de uno de sus establecimientos de categoría económica en la capital. Cabe destacar que en la expansión de ciertas marcas cada vez va ganando más peso el rol del gestor hotelero multi-marca lo que está resultando en un cambio del modelo de gestión tradicional.



3. Temas Clave

3.1. Las Cadenas Hoteleras Continúan Su Expansión

Cada vez se va notando menos el impacto de la pandemia en el sector y esto es evidente al tener ya prácticamente todos los establecimientos operativos inclusive aquellos que aprovecharon para cerrar y realizar reformas de mejora en sus instalaciones.

La penetración por cadenas ha ido incrementando como lo ha hecho cada año, aunque en el 2023 de una forma menos dinámica. Aun así, el número de hoteles representado por enseñas (internacionales) sigue en aumento, con mayor presencia en los segmentos Upscale y Upper Upscale.

3.2. La Franquicia Gana Fuerza

Los modelos más tradicionales de gestión hotelera están dando paso a nuevas fórmulas que tras demostrar su rentabilidad y eficiencia están ganando presencia en el mercado. Es el caso de las franquicias hoteleras, que ahora representan casi un 10% del total de establecimientos de cadenas y que ha incrementado un 2% en comparación con el año pasado mientras que, por ejemplo, el modelo de gestión ha disminuido un 3%. Muchos operadores han optado por centrarse más en la distribución y el desarrollo de sus marcas y por ello han escogido el modelo de franquicia como estrategia de expansión.

3.3. Nuevos Modelos de Operación

En gran medida, el incremento del número de hoteles con el modelo de franquicia se debe a la mayor presencia en el mercado del operador multi-marca. Estos han demostrado un conocimiento extenso no solo del funcionamiento del mercado sino también de las necesidades tanto de las marcas como de los propietarios. Han sido capaces de ganarse un puesto de referencia en el mercado y los buenos resultados han derivado en una expansión de este tipo de operadores.

3.4. Se Mantienen los Líderes del Mercado

No hay grandes sorpresas en lo que respecta al ranking de mayores cadenas y marcas hoteleras ya sean locales o internacionales. Apenas existen cambios relevantes y los que ya lideraban el ranking mantienen sus posiciones como es el caso de Meliá Hotels International, Barceló Hotel Group y Eurostars en el ámbito nacional o de Marriott International, Hyatt Hotels y Accor como representantes internacionales. Si ha habido dos nuevas apariciones representadas por Paradores de Turismo y Fattal Hotel Group, ésta última tras la adquisición de seis propiedades en Mallorca el verano pasado.

3.5. Se Baten Récords en La Inversión Hotelera

En el 2022, el sector vacacional volvió a recuperar el peso que tenía antes en el mundo de las transacciones, representando el 58% de la inversión con Baleares, Canarias y Málaga a la cabeza y dejando a ciudades como Barcelona y Madrid por detrás. El 72% de los €3.279 millones transaccionados fue de origen extranjero lo cual revela el continuado y creciente interés de los inversores en el mercado.

Pero el 2023 no se ha quedado atrás. Dos de las transacciones que han acaparado más atención han sido la del fondo de Abu Dhabi (ADIA) con la compra por €800 millones de dos portfolios de 24 activos (17 de ellos gestionados por Meliá Hotels International) y la adquisición del Hotel Mandarin Oriental de Barcelona por parte del fondo saudí The Olayan Group valorada en más de €200 millones. En el primer semestre se han realizado inversiones en el sector por valor de €1.300 millones, pero los expertos del sector no creen que se lleguen a alcanzar las cifras del año pasado sobre todo teniendo en cuenta la subida de tipos de interés y el incremento en el coste de la financiación.

Todos los datos de julio 2023.

4. Estadísticas Principales

Estadísticas Principales	2022	2023	%
Total de hoteles de cadenas	2,780	2,831	2%
Total de habitaciones de cadenas	426,527	427,951	0.33%
Tamaño medio por hotel de cadena (habs.)	153	151	-1%
Oferta hotelera del país (hoteles)	7.766	7.597	-2%
Oferta hotelera del país (habitaciones)	728.938	707.430	-3%
Tamaño medio por hotel en habitaciones	94	93	-0.79%
Penetración de cadenas hoteleras % (hoteles)	36%	37%	4%
Penetración de cadenas hoteleras % (llaves)	59%	60%	3%
Número total de enseñas	346	353	2%
Eneñas domésticas	241	234	-3%
Enseñas internacionales	105	119	13%
Hoteles de cadenas internacionales*	569	578	2%
Hoteles de cadenas nacionales*	2,211	2,253	2%
Habitaciones de cadenas internacionales*	86,904	86,352	-1%
Habitaciones de cadenas nacionales*	339,623	341,599	0.58%

* Incluye doble conteo

Para la realización de este informe se han considerado únicamente hoteles de 1* a 5* y no otros tipos de unidades de alojamiento.



4.1. Ranking por Tamaño

CADENAS

Puesto	Cadenas	Hoteles	Habs.
1	Meliá Hotels International	119	31,357
2	Barceló Hotel Group	81	18,590
3	Eurostars Hotel Company Hotusa	156	15,683
4	Marriott International	98	13,927
5	Hyatt Hotels	45	12,313
6	Accor Hotels	94	11,879
7	NH Hotel Group	91	11,267
8	H10 Hotels	52	11,059
9	Riu Hotels & Resorts	25	9,748
10	Best Hotels	30	9,473

ENSEÑAS

Puesto	Enseñas	Hoteles	Habs.
1	Barceló	46	11,842
2	H10 Hotels	51	10,970
3	Meliá	35	10,839
4	Best Hotels	30	9,473
5	Sol	24	9,251
6	Alua	30	8,373
7	Globales	37	7,983
8	Eurostars	66	7,419
9	NH	61	7,011
10	Riu	17	6,750

Puesto	Cadenas Nacionales	Hoteles	Habs.
1	Meliá Hotels International	119	31,357
2	Barceló Hotel Group	81	18,590
3	Eurostars Hotel Company	156	15,683
4	H10 Hotels	52	11,059
5	Riu Hotels & Resorts	25	9,748
6	Best Hotels	30	9,473
7	Hoteles Globales	37	7,983
8	Iberostar Hotel & Resorts	28	7,836
9	Catalonia Hotels & Resorts	57	6,721
10	Paradores de Turismo	97	6,138

Puesto	Enseñas Nacionales	Hoteles	Habs.
1	Barceló	46	11,842
2	H10	51	10,970
3	Meliá	35	10,839
4	Best	30	9,473
5	Sol	24	9,251
6	Globales	37	7,983
7	Eurostars	66	7,419
8	Riu	17	6,750
9	Catalonia	57	6,721
10	Parador	97	6,138

Puesto	Cadenas Internacionales	Hoteles	Habs.
1	Marriott International	98	13,927
2	Hyatt Hotels	45	12,313
3	Accor Hotels	94	11,879
4	NH Hotel Group	91	11,267
5	B&B Hotels	47	4,171
6	IHG	31	3,982
7	Allsun Hotels	19	3,754
8	Hilton	19	3,170
9	TUI Hotels & Resorts	7	2,650
10	Fattal Hotel Group	16	2,507

Puesto	Enseñas Internacionales	Hoteles	Habs.
1	Alua	30	8,373
2	NH	61	7,011
3	AC by Marriott	56	6,387
4	B&B Hotels	45	4,069
5	Ibis	37	4,000
6	Allsun Hotels	19	3,754
7	NH Collection	26	3,634
8	Novotel	8	2,319
9	Ibis Budget	23	2,215
10	Pierre & Vacances	10	2,180

4.2. Ranking por Categoría

ENSEÑAS NACIONALES

Puesto	Economy & Midscale	Hoteles	Habs.
1	Globales	17	3,083
2	Sol	5	2,803
3	Vibra	14	2,246
4	Med Playa	8	1,947
5	Servigroup	6	1,833
6	Catalonia	16	1,747
7	H Top	8	1,607
8	Blue Sea	8	1,488
9	Sercotel	22	1,482
10	Poseidón	4	1,446

ENSEÑAS INTERNACIONALES

Puesto	Economy & Midscale	Hoteles	Habs.
1	ibis	37	4,000
2	B&B Hotel	35	3,122
3	ibis Budget	23	2,215
4	Holiday Inn Express	19	2,147
5	NH Hotels	23	1,983
6	Alua	5	992
7	ibis Styles	10	929
8	Allsun Hotels	4	783
9	Campanile	6	772
10	Pierre & Vacances	3	759

Puesto	Upscale & Upper Upscale	Hoteles	Habs.
1	Barceló	34	9,581
2	H10 Hotels	45	9,562
3	Meliá	28	9,465
4	Best	24	7,846
5	Riu	16	6,530
6	Sol	19	6,448
7	Eurostars	56	5,385
8	Princess	13	5,275
9	Affiliated by Meliá	28	5,202
10	Parador	79	5,060

Puesto	Upscale & Upper Upscale	Hoteles	Habs.
1	Alua	25	7,381
2	AC By Marriott	52	5,883
3	NH	37	4,970
4	Allsun Hotels	15	2,971
5	NH Collection	19	2,724
6	Novotel	8	2,319
7	Pierre & Vacances	7	1,421
8	Leonardo Royal	4	964
9	B&B Hotels	10	947
10	Marriott	1	869

Puesto	Luxury	Hoteles	Habs.
1	Eurostars	12	2,156
2	Iberostar	7	2,153
3	Barceló	11	2,094
4	Gran Meliá	9	2,013
5	Meliá	6	1,335
6	H10 Hotels	3	1,249
7	Lopesán	2	1,238
8	Riu Palace	3	1,198
9	Royal Hideaway	7	1,141
10	Zafiro Hotels	3	897

Puesto	Luxury	Hoteles	Habs.
1	Autograph Collection	12	1,175
2	Hard Rock Hotels	2	944
3	The Ritz-Carlton	2	942
4	NH Collection	7	910
5	Westin	3	775
6	Secrets	3	739
7	Ikos	2	730
8	The Unbound Collection by Hyatt	2	662
9	W	2	635
10	The Luxury Collection	5	561

4.3. Ranking por Categoría & Tamaño

Categoría	TOTAL				NACIONAL		INTERNACIONAL	
	Hoteles	Habs.	%	Tamaño medio	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
Budget & Economy	234	15,470	4%	66	151	6644	83	8,826
Midscale	667	79,282	19%	119	543	65,242	124	14,040
Upscale & Upper Upscale	1,650	282,400	66%	171	1,378	235,607	272	46,793
Luxury	280	50,799	12%	181	178	32,921	102	17,878
TOTAL	2,831	427,951	100.0%	151	2,250	340,414	581	87,537

4.4. Modelo de Negocio

Por Hoteles

Categoría	Franquicia	%	Alquiler	%	Gestión	%	Propio	%	Total	%
Budget & Economy	53	22%	94	11%	39	10%	48	4%	234	8%
Midscale	67	28%	231	27%	56	14%	313	23%	667	24%
Upscale & Upper Upscale	89	37%	482	56%	219	57%	860	64%	1,650	58%
Luxury	30	13%	60	7%	73	19%	117	9%	280	10%
Total	239	100%	867	100%	387	100%	1,338	100%	2,831	100

Por Habitaciones

Categoría	Franquicia	%	Alquiler	%	Gestión	%	Propio	%	Total	%
Budget & Economy	3,899	12%	4,676	4%	3,847	6%	3,048	1%	15,470	4%
Midscale	6,474	19%	20,999	20%	6,682	11%	45,127	20%	79,282	19%
Upscale & Upper Upscale	16,017	48%	70,783	67%	40,139	65%	155,461	68%	282,400	66%
Luxury	7,089	21%	9,037	9%	11,216	18%	23,457	10%	50,799	12%
Total	33,479	100%	105,495	100%	61,884	100%	227,093	100%	427,951	100%

4.5. Ranking por Destino

Puesto	Destino	Hoteles	Habs.
1	Islas Canarias	332	84,309
2	Andalucía	517	81,569
3	Islas Baleares	456	80,176
4	Cataluña	509	73,486
5	Comunidad de Madrid	263	34,007
6	Comunidad Valenciana	191	28,801
7	Galicia	112	7,680
8	País Vasco	68	7,396
9	Aragón	71	7,134
10	Castilla y León	87	6,169

4.6. Proyectos por Destino

Puesto	Destino	Hoteles	Habs.
1	Andalucía	97	5,966
2	Comunidad de Madrid	35	4,351
3	Islas Canarias	20	3,318
4	Comunidad Valenciana	44	2,533
5	Cataluña	22	2,424
6	Islas Baleares	31	1,993
7	País Vasco	13	512
8	Castilla y León	10	310
9	Aragón	7	299
10	Castilla La Mancha	6	262

4.7. Factor de Demanda

Factor	NACIONAL		INTERNACIONAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
Arte & Negocio	762	85,569	207	28,360
Negocio	28	3,425	103	11,758
Sol & Playa	929	203,625	152	33,821
Otros ocio	366	35,521	62	6,949
Golf	22	3,310	5	826
Montaña / Esquí	26	2,338	3	256
Vino	4	169	3	254
Termal	15	1,386	1	43
SPA	5	217	0	0

4.8. Inversores Hoteles

Puesto	Nombre	Volúmen en €M
1	ADIA	919,999,215
2	Olayan Group	220,000,000
3	Brookfield AM	215,900,000
4	Blasson Property Investments	180,000,000
5	AXA Group	180,000,000

Fuente: Real Capital Analytics, últimos 24 meses

4.9. Propietarios Institucionales

Puesto	Nombre	No. De Hoteles
1	Blackstone	51
2	Atom Hoteles Socimi	27
3	Apollo Global RE	23
4	Perial	13
5	Azora	11

Fuente: Real Capital Analytics, últimos 24 meses



Horwath HTL

Hotel, Tourism and Leisure

Información de Contacto

Philip Bacon

Senior Director, *MRICS, FCA*
pbacon@horwathhtl.com
+34 663 726 880

Antoni Cuadrada

Senior Director, *CEFA*
acuadrada@horwathhtl.com
+34 93 240 28 20

Franklin Carpenter

Director
fcarpenter@horwathhtl.com
+34 634 60 37 46

Karan Lalwani

Director
klalwani@horwathhtl.com
+34 91 598 43 44

Para más información,
escanear el siguiente
Código QR:



Sobre Horwath HTL

En Horwath HTL, nos centramos al cien por cien en la consultoría hotelera, turística y de ocio. Nuestros servicios abarcan todos los aspectos del desarrollo inmobiliario hotelero, turístico y de ocio.

Nuestros clientes nos eligen porque nos hemos ganado una reputación de asesoramiento imparcial que a menudo supone la diferencia entre el fracaso y el éxito. Cada proyecto al que ayudamos es diferente, por lo que necesitamos toda la experiencia que hemos adquirido a lo largo de nuestros 100 años de historia.

Somos una marca global con 54 oficinas en 40 países, que ha realizado con éxito más de 40.000 encargos para clientes privados y públicos. Formamos parte de la red Crowe Global, una de las 10 mejores redes de servicios contables y financieros. Somos la primera opción para las empresas e instituciones financieras que buscan invertir y desarrollarse en el sector.

Somos Horwath HTL, el líder mundial en consultoría de hoteles, turismo y ocio.

Oficinas Globales Horwath HTL

AFRICA

Ruanda
Sudáfrica

ASIA PACIFICO

Australia
China
India
Indonesia
Japón
Malasia
Nueva Zelanda
Singapur
Tailandia

EUROPA

Albania
Alemania
Andorra
Austria
Croacia
Chipre
España
Grecia
Hungría
Irlanda
Italia
Noruega
Países Bajos
Polonia
Portugal
Reino Unido
Serbia
Suiza
Turquía

AMERICA LATINA

Argentina
Brasil
Chile
Dominicana
México
República

ORIENTE MEDIO EAU & Omán

AMERICA DEL NORTE

Atlanta, GA
Bend, OR
Denver, CO
Los Ángeles, CA
Nueva York, NY
Orlando, FL
Scottsdale, AZ
Montréal, Canada
Toronto, Canadá

www.horwathhtl.com