vinetur

Radiografía sobre pagos digitales para el sector HORECA español de Dojo y Mastercard

El gasto en bares y vida nocturna lidera el crecimiento del sector HORECA en España con un +15,6% CAGR

martes 28 de enero de 2025

ESCRITO POR REDACTOR CURIOSO



El turismo refuerza su papel como motor económico en España, con un crecimiento destacado del consumo en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafés). Un análisis conjunto sobre los pagos digitales en este sector realizado por Dojo, proveedor

de herramientas y tecnología de pagos, y Mastercard revela que el segmento de bares y vida nocturna ha sido el que mayor incremento ha registrado entre 2022 y 2024 con una tasa de crecimiento compuesto anual (CAGR) del +15,6 %. Le siguen las categorías de alojamientos (+15,4 %) y restaurantes (+14,9 %).

Tal y como se desprende de este análisis, basado en datos agregados y anonimizados del periodo comprendido entre enero de 2022 y septiembre de 2024, el gasto total en el sector HORECA continúa consolidándose gracias a su atractivo para turistas nacionales e internacionales. En concreto, ha experimentado un crecimiento del 20 % en el periodo 2022 a 2023, y un 17 % en el periodo analizado de 2024. En lo que respecta a sus componentes, alojamiento representa, de media, alrededor del 61 % del gasto y restaurantes el 30 %.

Destaca, además, que el gasto de los turistas es típicamente estacional en España. En el periodo analizado, los meses de verano (junio a septiembre) concentraron casi el 50 % del gasto anual, con julio y agosto como los meses de mayor actividad, representando cada uno el 14 % del total. El periodo de otoño e invierno (octubre a febrero) también mostró una notable expansión, alcanzando un crecimiento interanual del 22 %.

Regiones clave en el gasto turístico

Las Islas Baleares, Barcelona, Málaga, Las Palmas y Madrid son las cinco provincias que lideran el gasto turístico en el sector, concentrando el 65 % del total. Sin embargo, otras regiones como Santa Cruz de Tenerife, Alicante y Valencia destacan por su dinamismo. Por su parte, las Islas Canarias registran un aumento significativo en el gasto turístico durante los meses más fríos, consolidándose como un destino atractivo durante todo el año.

En cuanto a la nacionalidad de los turistas que mayor gasto realizan mediante pagos digitales, destacan los británicos, alemanes y franceses, que representan más de la mitad del gasto extranjero en el sector HORECA. Asimismo, los estadounidenses han mostrado el mayor incremento interanual en gasto total, lo que subraya el creciente interés de este mercado en España y que ratifica el estudio de Mastercard, "La

economía de las experiencias"[1], que muestra cómo la gente prefiere gastar más dinero en experiencias (viajes, hostelería...etc) que en bienes materiales.

Pagos digitales, una tendencia imparable

El análisis también revela la rápida adopción de métodos de pago digitales y contactless en el sector. Según el Banco de España[2], los pagos no efectuados en efectivo crecieron un 8,8 % en 2023. Las tarjetas representaron el 65 % de las transacciones, convirtiéndose en el método de pago preferido, especialmente para pequeñas compras.

"*El informe que hemos realizado junto a Mastercard pone de manifiesto cómo el sector HORECA continúa adaptándose a las nuevas dinámicas de consumo. Desde el crecimiento en bares y vida nocturna hasta el aumento de los pagos digitales, el sector refuerza su papel como motor clave de la economía española y atractivo para turistas de todo el mundo*", afirma Javier Jover, director general de Dojo en España.

Según Juan Pablo Vivas, director general de Mastercard España: "*El crecimiento del gasto en hostelería y alojamientos en España ha sido excepcionalmente fuerte en 2023 y 2024. Esto refrenda nuestro estudio "La economía de las experiencias" en el que ya anticipábamos que un 88 % de los europeos tenían pensado gastar en verano lo mismo o más en experiencias en 2024 que en el año anterior, siendo los viajes y los planes relacionados con la gastronomía las dos experiencias principales en los que tenían pensado gastar su presupuesto. Las experiencias, sin duda, siguen siendo muy importantes para los turistas que nos visitan e impulsan la economía de nuestro país*".