

Las hoteleras priorizan precio a ocupación

En un momento dulce para el turismo en España, que se consolida como uno de los destinos más deseados por el viajero internacional, las grandes cadenas hoteleras afrontan la temporada estival con la premisa de que el crecimiento ya no pasa tanto por llenar habitaciones como por atraer a un cliente dispuesto a gastar más. Con la ocupación estabilizada –e incluso ligeramente a la baja en algunos destinos–, las hoteleras han optado por mantener una subida moderada de las tarifas. Según las previsiones de una decena de compañías consultadas por EXPANSIÓN, entre ellas Meliá, Barceló, Eurostars, Palladium, Iberostar y RIU, los ingresos volverán a marcar récord este verano, impulsados principalmente por la evolución de los precios. La mejora del ingreso por habitación disponible (RevPAR) será uno de los principales motores del negocio, mientras que se consolida como tendencia que el gasto de los viajeros crece a un ritmo superior al de las llegadas de turistas. En los seis primeros meses de 2026, último dato del INE disponible, el número de turistas que visitaron España aumentó un 4,6%, hasta los 46,6 millones, mientras que el gasto total de estos viajeros creció en un 7% y alcanzó los 63.836 millones de euros. De mantenerse esta tendencia España alcanzaría este año el hito de los 100 millones de turistas internacionales

y, sobre todo, el gasto de estos viajeros superará los 134.712 millones registrados en 2025. El inestable contexto geopolítico ha favorecido a España como destino seguro pero para competir a futuro la apuesta por la calidad es la única baza ganadora. Es por eso que las grandes hoteleras han apostado en los últimos años por reposicionar su cartera con un refuerzo de las marcas premium o de lujo de su porfolio. Al margen de poner en valor otros reclamos más allá del tradicional sol y playa, las hoteleras deben hacer hincapié en la formación, atracción y retención del talento sin desatender el posible impacto a largo plazo de la subida de las temperaturas en el negocio.

OpenAI juega en la batalla publicitaria

OpenAI cuenta con más de 1.000 millones de usuarios de ChatGPT. Sin embargo, la inmensa mayoría de ellos no paga por utilizar el popular chatbot de la compañía. Aunque las suscripciones se han convertido en una fuente creciente de ingresos, OpenAI afronta elevados costes de infraestructura para entrenar y operar sus modelos. La tecnológica, que se prepara para salir a Bolsa, ha decidido impulsar el negocio publicitario como una vía para monetizar la am-

plia base de consumidores que sigue usando la opción gratuita del servicio de inteligencia artificial o, como mucho, se han suscrito a la tarifa básica de ocho euros mensuales. Con la llegada la próxima semana de la plataforma publicitaria de ChatGPT a una treintena de países europeos, incluida España, OpenAI da por cerrada la fase piloto y se adentra de lleno en la explotación comercial a escala de esta línea de negocio, que espera que aporte miles de millones de dólares de ingresos. La empresa tiene aún que demostrar que un chatbot puede ser un destino atractivo para los presupuestos de marketing que hoy dominan gigantes digitales como Google y Meta. OpenAI defiende que una de cada cinco conversaciones en ChatGPT tiene una finalidad comercial clara, y que por ello considera el chatbot como un emplazamiento publicitario para las marcas. Todo ello mientras sigue impulsando de manera paralela el más lucrativo negocio de IA para empresas, donde Anthropic ha tomado la delantera.

China suaviza el veto a Nvidia

Las autoridades chinas han autorizado la entrada de pequeños lotes del procesador H200 de Nvidia para mantener la competitividad de sus principales compañías de IA. El H200 está dos generaciones por detrás de los chips más potentes de Nvidia, que los clientes chinos no pueden adquirir debido a los controles estadounidenses a la exportación. ByteDance y Tencent habrían recibido 10.000 procesadores cada una, sobre un total liberado de hasta 100.000 unidades para todo el sector. China está limitando deliberadamente las importaciones para favorecer a fabricantes nacionales y reducir su dependencia tecnológica de EEUU. Se estima que la brecha entre los mejores procesadores de Nvidia y las alternativas chinas se ha reducido a unos ocho meses, pero los avances chinos empiezan a ser visibles, con laboratorios como Moonshot, Alibaba, DeepSeek y Z.ai avanzando. Moonshot, por ejemplo, acaba de lanzar K3, cuyo rendimiento se acercaría al de los modelos estadounidenses más avanzados. Los chips chinos ganan terreno especialmente en inferencia, pero Nvidia continúa siendo fundamental para el entrenamiento. Paralelamente, las restricciones han favorecido un mercado negro que permite acceder parcialmente a procesadores estadounidenses avanzados. EEUU está ralentizando a China, pero también ha creado un poderoso incentivo para su autosuficiencia, por lo que las restricciones pueden impulsar un ecosistema chino independiente.

Iberdrola electrifica la flota de buques de la eólica marina

Iberdrola quiere extender la electrificación a un elemento esencial de la cadena de valor de la eólica marina: los buques utilizados para construir, poner en marcha y mantener los parques. Ignacio Galán visitó ayer Astilleros Ría de Vigo para conocer el nuevo buque eléctrico de operaciones diseñado por la española Seaplace para Bibby Marine, compañía que ya ha participado en proyectos de Iberdrola. El barco dispondrá de más de 24 MWh de almacenamiento en baterías, que supone la mayor capacidad mundial en un buque de estas características, y combinará propulsión eléctrica con motores auxiliares de metanol, reduciendo las emisiones de las operaciones marítimas que tradicionalmente dependen de combustibles fósiles. La iniciativa adquiere relevancia por la dimensión alcanzada por Iberdrola en eólica marina. La compañía cuenta con cerca de 3.200 MW operativos en Reino Unido, Alemania, Francia y EEUU, desarrollados con una inversión de 13.000 millones de euros. A ellos añadirá



2.700 MW actualmente en construcción, que supondrán cerca de 10.000 millones adicionales. Además, el parque *East Anglia 1 North*, de unos 900 MW, dispone ya de permisos. La electrificación de estos buques amplía así la descarbonización a toda la cadena de la eólica marina. Astilleros, ingeniería, componentes, puertos, logística y mantenimiento pueden beneficiarse de este proceso, generando nuevas oportunidades.