



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 93

JULIO 2025

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL IIT DE 2025
Y PERSPECTIVAS PARA EL
VERANO Y EL CONJUNTO DE
2025



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

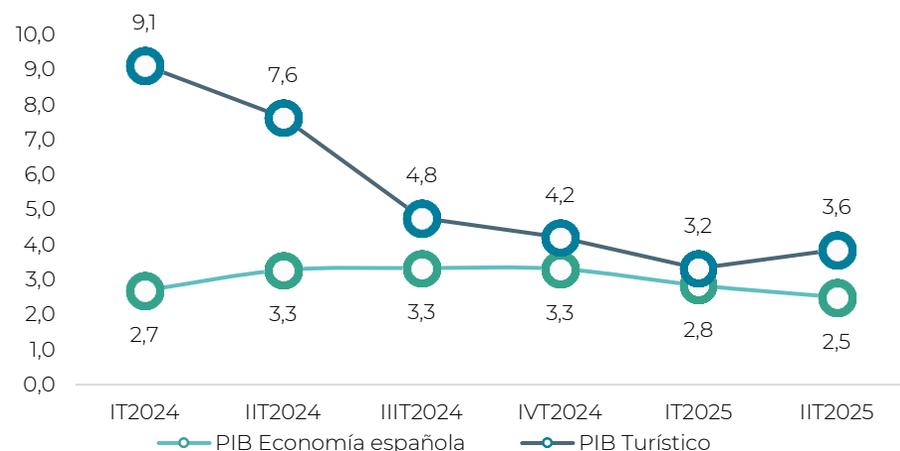
BALANCE EMPRESARIAL DEL
IIT DE 2025

01 La actividad turística en España repunta ligeramente en el segundo trimestre de 2025, a pesar de la complicación del contexto internacional: el PIB turístico crece un +3,6% interanual en el T2 (inferior a lo que esperábamos en abril) vs el +3,2% del T1, ampliando la brecha de crecimiento con el resto de sectores de la economía española y manteniendo su condición de principal impulsor de su dinamismo.

El turismo en España mantiene una dinámica positiva, que le permite seguir liderando la contribución al desempeño de la economía española. El segundo trimestre cierra con un crecimiento del PIB turístico del +3,6%, reflejando la aceleración que esperaban los empresarios en el mes de abril sobre el dinamismo del primer trimestre (+3,2%), pero con una intensidad inferior a la prevista, consecuencia del agravamiento de la incertidumbre en el contexto internacional y sus efectos sobre los consumidores, especialmente de los países más expuestos a la escalada arancelaria. A pesar de ello, el crecimiento turístico del +3,6% sigue situándose por encima del estimado en este segundo trimestre para la economía española (+2,5%), gracias a un mejor desempeño de los indicadores de gasto que de afluencia

PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española⁽¹⁾ Variaciones % frente al año anterior

Fuente: Exceltur (jul 2025), CST (INE), CNTR (INE) y Consensus Forecast (jun 25)
(En %)



(1) Datos ajustados de estacionalidad y calendario



Principales claves turísticas de la primavera de 2025

- Mantenimiento de la fortaleza de la demanda turística hacia España**, a pesar de la complejidad del escenario geoeconómico global, que comienza a afectar al consumo de algunos países clave (Alemania, -6,4% noches hoteleras mar-may 25vs24, nórdicos -5,0% y norteamericanos +0,2%) e intensifica la tendencia a la normalización de las tasas turísticas de crecimiento.
- Aumento de la disparidad por mercados**: crecen con fuerza los de larga distancia asiáticos (Japón +7,4% y China +17,3%) y, en menor medida, latino americanos (+4,8%), mientras se mantiene la pujanza del mercado británico (+3,0%) y se mantiene el mercado nacional (+0,1%).
- Positivo mejor desempeño del gasto en destino (+8,2% mar-may 25vs24) que de afluencia (+5,7% pernoctaciones y +5,0% turistas)** por la demanda extranjera. Mientras la demanda española muestra un mayor dinamismo aunque con ritmos de crecimiento de su gasto por debajo de la extranjera.
- Aumento de la presión turística vinculada a la demanda extranjera, directamente relacionado con la oferta residencial**, tanto de viviendas turísticas (+18,7% mar-may), como de casas propias o de familiares y amigos (+19,2%) mientras los hoteles caen -0,8%. Del aumento de la llegada de turistas extranjeros en mar-may el 81,4% se debe a la oferta residencial.
- Notable dinamismo de los indicadores de movilidad**, gracias al aumento de capacidades especialmente ferroviarias y aéreas, con una creciente preocupación por la gestión de las infraestructuras que les dan soporte

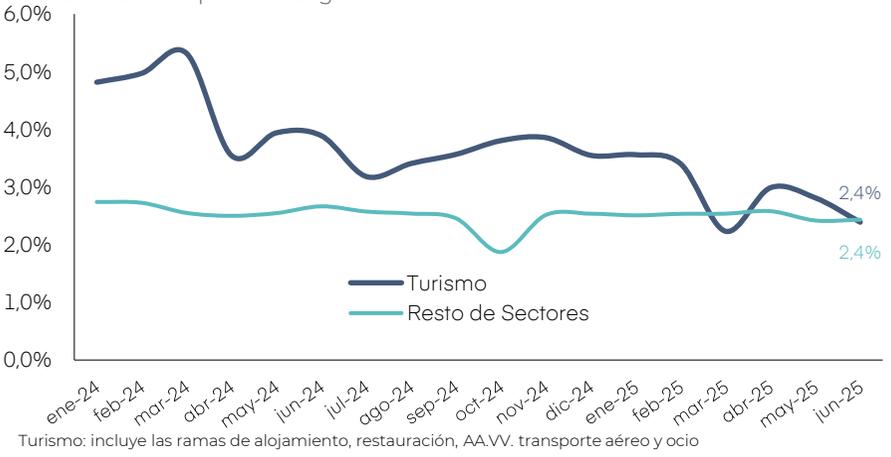
02

Se mantiene la creación de empleo turístico hasta junio, si bien a ritmos más moderados (+2,4%, 55.559 nuevos afiliados, frente al +3,0% del mes de abril), derivado de la apertura temprana de la temporada, las dificultades para encontrar personal formado (las vacantes alcanzan máximo de 18.337 en el primer trimestre de 2025) y el menor dinamismo de la restauración (+1,6%). Predominio de la contratación estable (93,4% de contratos indefinidos y el 76,1% a tiempo completo) y la mejora de las condiciones laborales (aumento salarial del +3,3%, por encima de la inflación del 2,2%).

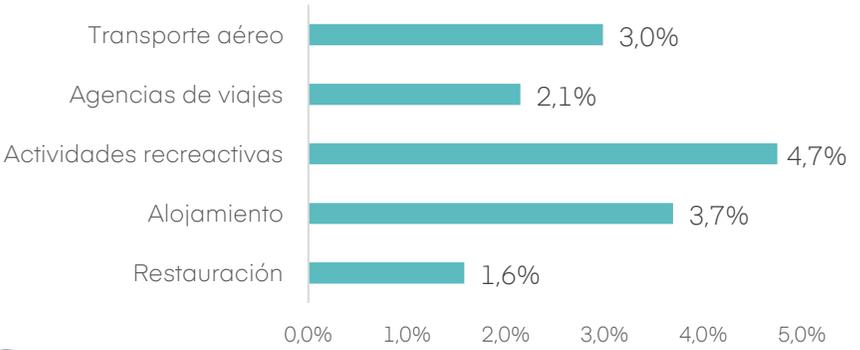
Moderación en la creación de empleo turístico en el Iitr de 2025

Tasa de variación interanual de afiliados a la Seg. Soc.

Fuente: EXCELTUR a partir de Seguridad Social



El empleo turístico en junio se sustenta sobre las ramas más turísticas



Rasgos de la creación de empleo turístico en el segundo trimestre de 2025

Mayor dinamismo en la creación de empleo hasta junio en las ramas más relacionadas con la actividad turística: el alojamiento (+16.805, +3,7%), del ocio (+12.345, +4,7%) y del transporte aéreo (+3,0%), en todos los casos por encima de los registros del resto de sectores de la economía (+2,4%).

Priorización de las modalidades de contratación estable. El 93,4% de los nuevos contratos firmados a trabajadores turísticos en junio de 2025 vs junio de 2024 fueron contratos indefinidos. De todos ellos, el mayor dinamismo se produce en los indefinidos turísticos a tiempo completo (+4,8%, suponiendo el 76,1% de todos los nuevos contratos indefinidos), muy por encima de los indefinidos a tiempo completo en el resto de sectores (+3,1%), mientras los indefinidos a tiempo parcial apenas crecen un +2,4% en las empresas turísticas, por debajo del resto de la economía (+3,8%).

Notable mejora salarial (+3,3% en los convenios de hostelería y de transporte y +3,5% en las actividades de ocio) en línea con el del resto de sectores (3,3%), por encima de los niveles de inflación (+2,2%) consecuencia de los notables avances en la productividad de los trabajadores, gracias a los esfuerzos de inversión en la mejora y reposicionamiento de los productos y en los niveles de formación, adecuados al mayor valor añadido y conocimientos de las nuevas posiciones creadas.

03 Las empresas turísticas españolas mantienen el crecimiento de las ventas en el segundo trimestre (+4,5%), explicado más por la mejora de los precios que por el incremento del volumen. El aumento de las ventas en la banda entre el 4-5% es generalizada por subsectores, destacando las AA.VV. españolas (+5,9%), gracias al buen comportamiento del mercado español y el adelanto de las reservas por la compra anticipada. Los niveles de confianza empresarial se resienten por el contexto global.

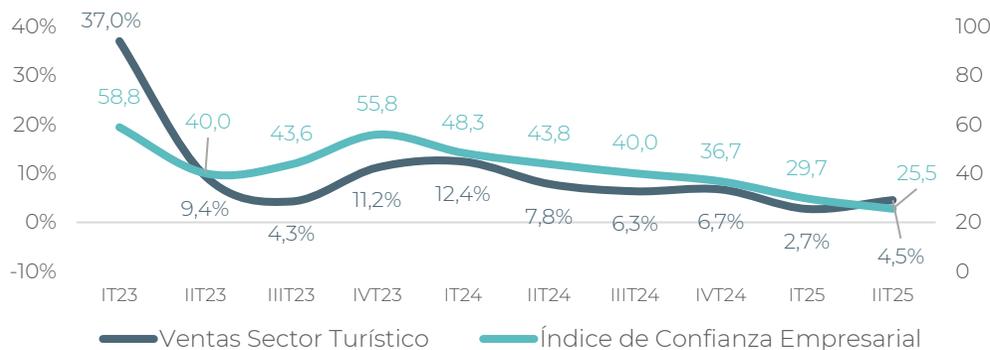
Rasgos del balance empresarial del IItr 2025

- Mejora de las ventas en el segundo trimestre (+4,5% interanual, por debajo del +5,3% que esperaban en abril), gracias a la fortaleza de la demanda, tanto de ocio como del segmento MICE y el avance en los precios (+4,3%), por encima de un mayor volumen de clientes. Todo ello en un contexto de intensas lluvias (la primavera de 2025 ha sido la quinta más lluviosa de los últimos 60 años), que ha afectado a las escapadas urbanas y algunos destinos de la costa.
- Alineamiento en el desempeño de los diferentes sectores de la cadena de valor turística, con crecimientos de las ventas entre el 4 y el 5% en todos los subsectores turísticos encuestados en la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, con una generalizada mejora de los beneficios (el 65% manifiesta haberlos mejorado respecto al 2Tr de 2024), salvo en las empresas de alquiler de coches.
- Deterioro en los niveles de confianza de los empresarios turísticos (cae del 29,7 del 1T al 25,5 del 2T, lejos del 36,7 con que se inició 2025, afectados por un aumento de las ventas en el 2Tr ligeramente inferiores a las esperadas y el deterioro del escenario geopolítico global y el aumento de la incertidumbre, que se manifestará en un menor crecimiento previsto para los meses de verano.

Variación de las ventas de las empresas turísticas españolas e índice de confianza empresarial

Ventas en variación interanual (%) e índice de confianza

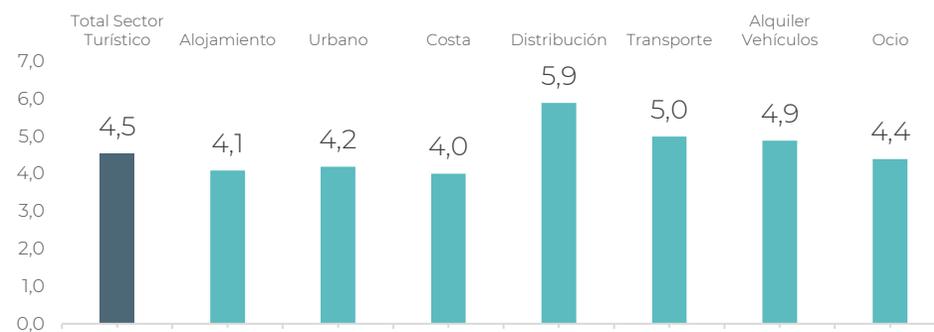
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul 25)



Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores

Variación IIT25 vs IIT24 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul25)

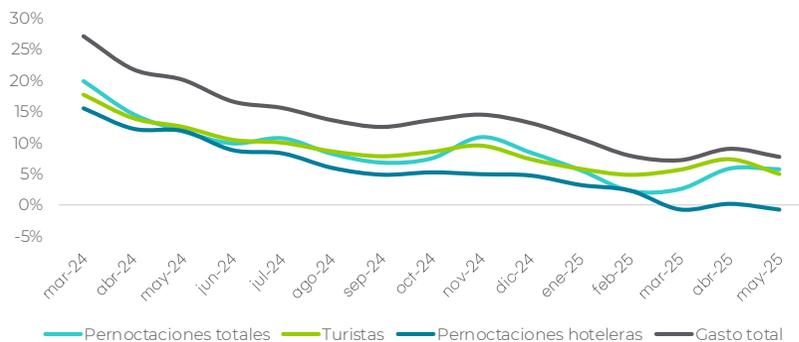


04 La demanda extranjera se afianza en el segundo trimestre de 2025, siguiendo la senda de normalización de los meses precedentes, con mejor comportamiento en gasto (+8,2% mar-may 25) que en afluencia (pernoctaciones totales +5,7% mar-may 25) y con una mayor intensidad de los turistas que se alojan en viviendas turísticas que incide en la menor contribución diaria en los destinos

Evolución de los principales indicadores de demanda extranjera.

Tv trimestral. (%)

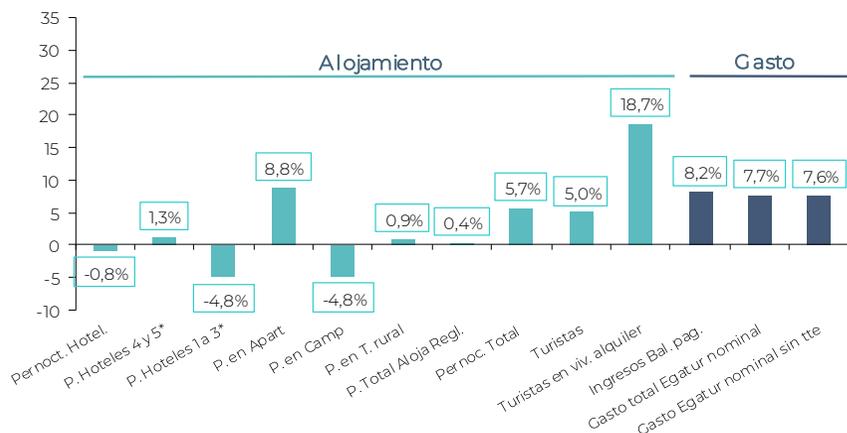
Fuente: Elaboración propia Exceltur a partir EOH, EGATUR y Frontur (INE)



Indicadores de demanda Extranjera en España.

Tasa de variación interanual en % (de marzo-mayo 2025 respecto 2024)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, Egatur, EOH, EOAC, EOAP, EOTR y BdE



La demanda internacional se consolida entre marzo y mayo de 2025, con una evolución positiva más intensa en el gasto extranjero en destino (+8,2% vs 2024) que en la afluencia de turistas (+5,0%) y las pernoctaciones internacionales (+5,7%), aumentando la contribución turística más que la presión en destino.

Los turistas extranjeros que se alojan en las **Viviendas de Uso Turístico (VUTs)** son los que más incrementan la presión en los destinos; su **afluencia ha aumentado un +18,7%** entre marzo y mayo de 2025 vs 2024; una opción alojativa que tiene un retorno económico diario significativamente menor al de la oferta reglada, además de una menor capacidad de generación de empleo generado en el destino.

El predominio en el crecimiento de la afluencia extranjera de los turistas alojados en VUT, **con un menor gasto diario** (161 euros, según EGATUR¹ en el acumulado hasta mayo de 2025 vs 267 de los turistas que se alojan en hoteles), explica **la ralentización del aumento del gasto total y del medio diario en destino (+1,9%)** en marzo-mayo de 2025.

La demanda extranjera en las tipologías regladas apenas crece (+0,4%), con una caída en los hoteles (-0,8%) explicado por una caída del -4,8% en las pernoctaciones en hoteles de 3, 2 y 1 estrellas. **La demanda extranjera mantiene su aumento en los hoteles de mayor categoría (+1,3%** pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas) respondiendo a los esfuerzos del sector privado por regenerar sus propuestas hacia las de mayor valor añadido, con un mayor impacto sobre la generación de riqueza y empleo de calidad en destino.

Dispar comportamiento por mercados en el segundo trimestre de 2025. Europa presenta resultados mixtos, con buen desempeño en Reino Unido, Irlanda, Portugal y Polonia, mientras que los nórdicos, Francia y Alemania registran caídas superiores al -5% en pernoctaciones hoteleras. Asia, liderada por China, muestra un crecimiento destacado, y Latinoamérica mantiene su fortaleza, mientras que Estados Unidos evidencia síntomas de enfriamiento. Todo ello en un entorno de creciente incertidumbre económica y geopolítica, que empieza a afectar las decisiones de viaje en países con mayor exposición a tensiones comerciales.

Pernoctaciones de turistas extranjeros en hoteles por mercados de origen

Mar-May 2025/2024

(Diferencia interanual en miles de pernoctaciones y tasa de variación)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

Mercado	TV %	Difer.	Peso (%)
UK	3,0%	432.594	27,3%
Latinoamérica	4,8%	134.425	5,5%
Polonia	9,4%	130.173	2,8%
China	17,3%	89.603	1,1%
Irlanda	4,5%	80.010	3,5%
Portugal	7,5%	78.050	2,1%
Bélgica	3,3%	53.218	3,1%
Suiza	3,3%	33.852	2,0%
Japón	7,4%	15.446	0,4%
EEUU	0,2%	6.029	5,5%
Austria	-3,5%	-21.848	1,1%
Italia	-1,6%	-37.010	4,3%
Holanda	-5,3%	-140.958	4,7%
Nórdicos	-5,0%	-151.277	5,3%
Francia	-6,6%	-343.401	8,9%
Alemania	-6,4%	-696.744	18,7%

La demanda europea hacia España en los últimos meses ha evidenciado un desempeño especialmente positivo desde **Reino Unido, Irlanda y Portugal**, tres mercados tradicionales que consolidan su contribución, especialmente en los destinos canarios y el litoral andaluz, con elevada presencia de estas nacionalidades en estos meses. **Reino Unido** lidera la mejora de los mercados internacionales tradicionales en volumen absoluto, con un incremento de 433 mil pernoctaciones hoteleras (+3,0 % vs mar-may 25), junto a **Portugal** (+7,5%, +78 mil), e **Irlanda** (+4,5%, +80 mil). Junto a ellos, **Polonia** sigue protagonizando un dinamismo notable entre los mercados emergentes de Europa del Este (+9,4 %; +130 mil) como mercado alternativo al ruso en el litoral mediterráneo y destinos canarios.

En contraste, los principales retrocesos se concentran en emisores del norte y centro de Europa, como **Alemania** (-6,4 %, -697 mil), **Francia** (-6,6 %, -343 mil) y los **países nórdicos** (-5,0 %, -151 mil), afectados los dos primeros por condiciones económicas más adversas e incertidumbre al alza con cambios en patrones de consumo hacia otras fórmulas de alojamiento más asequibles con menor capacidad de aportación al destino (VUTs y segundas residencias o visita a familiares y amigos).

Dentro del largo radio, se consolida una senda positiva con realidades dispares. **China** registra un avance del +17,3 % vs mar-may 25 (+90 mil pernoctaciones) y el avance de **Japón** sigue beneficiándose de las nuevas conexiones (+7,4 %, +15 mil pernoctaciones). **Latinoamérica**, por su parte, aporta 134 mil pernoctaciones (+4,8 %). Estos resultados se ven favorecidos por la mejora de la conectividad aérea con Asia y América, y reflejan un creciente interés de los mercados lejanos por los destinos urbanos y culturales españoles, en un contexto de diversificación geográfica de la demanda acelerado por la geopolítica. Mientras, el mercado emisor de **Estados Unidos** (+0,2%, +6 mil pernoctaciones) comienza a verse afectado por la incertidumbre y el contexto macro más negativo y frena su avance en estos meses primaverales.

05 Leve repunte de la demanda turística de los españoles en los meses de primavera impulsada por el calendario favorable, el dinamismo del mercado laboral y el crecimiento poblacional en perfiles de mayor propensión al gasto, que se traduce en una leve mejoría del consumo de servicios turísticos (se mantiene el mismo nivel de pernoctaciones hoteleras y aumenta en apartamentos y turismo rural; +4,4% y +2,5%, respectivamente). En paralelo, se prolonga el elevado dinamismo de los viajes de los españoles al extranjero (+16,8% de gasto fuera de España según el Banco de España).

La primavera turística de 2025 muestra señales de **recuperación del dinamismo en la demanda turística de los españoles, tras un comienzo de año condicionado por las lluvias intensas**. Aunque los indicadores de consumo turístico interno aún presentan crecimientos contenidos, empiezan a reflejar una **mejora compartida entre distintas modalidades de alojamiento**. En el acumulado marzo-mayo de 2025, las pernoctaciones en alojamientos reglados crecieron un +0,6% interanual, con un +0,1% en hoteles, +4,4% en apartamentos reglados y +2,5% en establecimientos rurales, con mayor presencia en estos meses de primavera.

Ello ha sido impulsado por el **aumento de la movilidad interior** de los españoles, fundamentalmente por los trenes de alta velocidad (+18,7% vs mar-may24) en un contexto de despliegue de nuevas conexiones desde la liberalización del mercado, mientras que los pasajeros aéreos se mantienen en niveles similares a los del segundo trimestre de 2024. De cara al verano, se espera que esta tendencia se consolide, reforzada por el impulso adicional del descuento a jóvenes (entre 18 y 30 años) para viajar entre julio y septiembre promovida por el Gobierno de España.

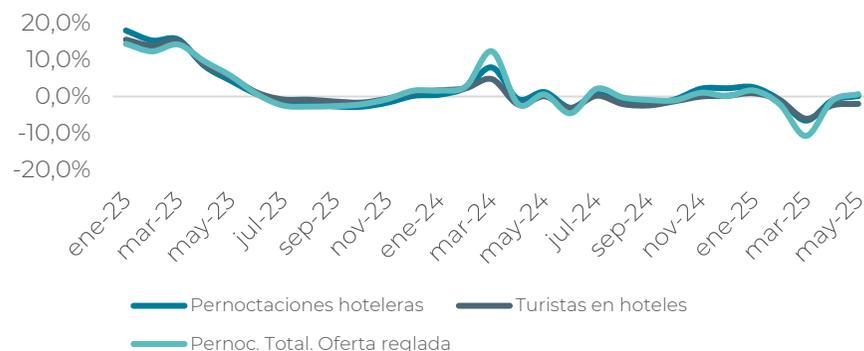
Al mismo tiempo, los **viajes de los españoles al extranjero siguen creciendo con intensidad (+16,8% en gasto)**, favorecidos por la mejora de la conectividad internacional y la apreciación del euro frente al dólar, en un entorno de buen comportamiento del empleo y una creciente preferencia por viajes hacia este tipo de destinos entre la población con mayor capacidad adquisitiva y los jóvenes.

Esta tendencia es respaldada por los **grandes grupos de agencias de viaje que evidenciaron una mejora en sus ventas en el segundo trimestre de 2025 del +5,9%** frente al mismo período de 2024, apoyado en los viajes de mayor valor añadido y la reserva anticipada.

Evolución de indicadores de demanda NACIONAL en España

Tasa de variación interanual trimestral (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, BdE y Transporte de Viajeros INE



Indicadores de demanda NACIONAL en España. Marzo-Mayo 2025

Tasa de variación interanual (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, BdE y Transporte de Viajeros INE



(*) Los datos de pagos por turismo corresponde a marzo-abril.

06

Los destinos urbanos mejoran sus ingresos hoteleros un +5,7% (RevPAR mar-may25) en la primavera de 2025, más por una mejora en precios (+6,8%) que por la ocupación (-1,0%), en un contexto de normalización de la senda de crecimiento. La ciudad de Madrid (+12,2%) vuelve a destacar entre los principales destinos urbanos españoles más dinámicos en ingresos, junto a algunos destinos del interior y norte peninsular, muchos de ellos beneficiados por la mejor conectividad ferroviaria. Barcelona se mantiene líder en ingresos (159,5€) aunque de forma más contenida (+4,4%) por la desaceleración de la demanda internacional.

Ranking RevPAR hotelero por ciudad española

Marzo-mayo 2025, 2024 y TV interanual (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

CIUDAD	Mar-May 2025	Mar-May 2024	Dif	TV interanual
Barcelona	159,5	152,7	6,8	▲ 4,4%
Madrid	136,9	122,0	14,9	▲ 12,2%
Sevilla	136,0	133,9	2,1	▲ 1,6%
Málaga	116,1	118,7	-2,7	▼ -2,2%
San Sebastián	114,0	106,4	7,6	▲ 7,1%
Palma de Mallorca	105,3	92,1	13,2	▲ 14,3%
Valencia	92,4	104,8	-12,4	▼ -11,9%
Córdoba	91,9	87,8	4,2	▲ 4,8%
Bilbao	90,6	93,1	-2,5	▼ -2,7%
Granada	80,1	75,5	4,6	▲ 6,0%
Alicante	79,2	82,8	-3,7	▼ -4,4%
Palmas de Gran Canaria	71,1	68,2	2,9	▲ 4,3%
Toledo	71,0	65,3	5,7	▲ 8,7%
Zaragoza	59,7	46,8	12,9	▲ 27,6%
Santiago de Compostela	57,3	59,0	-1,7	▼ -2,9%
Santander	55,9	59,3	-3,4	▼ -5,8%
Valladolid	55,7	49,5	6,2	▲ 12,6%
Burgos	52,2	45,1	7,1	▲ 15,8%
Murcia	51,1	44,6	6,5	▲ 14,6%
A Coruña	44,4	37,1	7,3	▲ 19,7%
Gijón	44,4	36,8	7,6	▲ 20,6%
Almería	44,1	42,3	1,9	▲ 4,4%
Salamanca	43,4	41,6	1,9	▲ 4,5%
Oviedo	41,2	39,1	2,2	▲ 5,6%
Vigo	32,6	31,7	0,9	▲ 2,7%

La mayor parte de las grandes ciudades españolas mejora sus ingresos en los meses previos a la temporada estival, destacando el fuerte dinamismo de **Madrid (+12,2% mar-may 2025vs2024)**, que se sigue beneficiando de la apuesta por la **regeneración de la oferta turística y de ocio atractivo**, logrando atraer turistas con mayor capacidad de gasto.

La ciudad de **Barcelona** se mantiene como **destino con mayores ingresos (159,5€, +4,4%)**, potenciado por el segmento MICE, aunque en un contexto de retroceso de la ocupación por una desaceleración de la demanda internacional (-1,7% pernoctaciones hoteleras mar-may2025vs2024) y nacional (-9,3%).

En el resto del territorio **destaca el dinamismo de ingresos** de ciudades del norte peninsular, como **San Sebastián (+7,1%**, desde niveles ya elevados), **Gijón (+20,6%)** y **A Coruña (+19,7%)**, así como otras del interior nacional, como **Zaragoza (+27,6%)**, **Murcia (+14,6%)** o **Burgos (+15,8%)** aunque desde niveles de ingresos más moderados.

Entre los centros urbanos andaluces, **destacan en dinamismo las ciudades de interior de Córdoba (+4,8%)** y **Granada (+6,0%)**. Mientras, **Sevilla** mantiene unos ingresos hoteleros elevados (136,0€, +1,6%) y **Málaga** los reduce ligeramente (-2,2%) por una contracción en la ocupación (-5,9%).

Los destinos insulares de **Palma de Mallorca (+14,3%)** y **Las Palmas de Gran Canaria (+4,3%)** mejoran sus ingresos en los meses primaverales, gracias a la mayor conectividad aérea.

La práctica totalidad de las zonas vacacionales de sol y playa mejora los ingresos hoteleros (5,2%) entre los meses de marzo y mayo de 2025, más por una mejora de precios (+3,9%) que de ocupación. Destacan las Islas Baleares (+7,7%) y la costa catalana con un positivo arranque de campaña de primavera-verano. Los destinos canarios mantienen su dinamismo (+4,5%) impulsados por la mejora de la conectividad y la seguridad frente a destinos del Mediterráneo Oriental (los turistas en Turquía caen -0,9% interanual entre enero y mayo 2025, aunque el comportamiento de Egipto es positivo).

Ranking RevPAR hotelero por zonas vacacionales

Marzo-mayo 2025, 2024 y TV interanual (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

ZONA	Mar-May 2025	Mar-May 2024	Dif	TV interanual
Costa de Barcelona	160,7	149,5	11,2	▲ 7,5%
Isla De Lanzarote	121,4	107,5	13,9	▲ 13,0%
Isla De Gran Canaria	121,1	112,8	8,3	▲ 7,4%
Isla De Tenerife	116,7	115,0	1,7	▲ 1,5%
Costa Guipuzkoa	105,8	98,3	7,4	▲ 7,5%
Islas De Ibiza-Formentera	99,4	97,3	2,1	▲ 2,1%
Costa Del Sol	90,9	90,1	0,8	▲ 0,9%
Isla De Fuerteventura	84,7	85,4	-0,6	▼ -0,7%
Isla De Mallorca	83,5	77,2	6,3	▲ 8,2%
Isla De La Gomera	73,4	72,1	1,4	▲ 1,9%
Costa Blanca	66,4	67,1	-0,7	▼ -1,0%
Isla De Menorca	65,9	57,5	8,4	▲ 14,7%
Costa De La Luz De Cádiz	58,0	55,6	2,5	▲ 4,4%
Costa Bizkaia	55,3	47,3	8,0	▲ 16,9%
Costa Brava	49,8	45,5	4,3	▲ 9,5%
Costa Daurada	46,2	41,9	4,3	▲ 10,4%
Costa Tropical	45,7	39,8	5,9	▲ 14,8%
Costa De Almería	42,9	37,2	5,8	▲ 15,5%
Costa De La Luz de Huelva	42,3	42,2	0,1	▲ 0,2%
Costa Cálida	40,9	34,6	6,4	▲ 18,4%
Costa Valencia	39,4	38,2	1,2	▲ 3,0%
Rías Altas	34,7	30,2	4,5	▲ 14,9%
Costa Verde	32,5	29,7	2,8	▲ 9,4%
Rías Baixas	27,9	24,7	3,2	▲ 12,9%
Costa Da Morte	25,6	24,3	1,3	▲ 5,5%
Costa A Mariña Lucense	17,1 €	17,0 €	0,1	▲ 0,8%

Los **destinos baleares** destacan en la evolución de ingresos hoteleros en los meses de reactivación de la actividad, destacando **Mallorca** (+8,2%) y **Menorca** (+14,7%), con evoluciones más moderadas en **Ibiza** (+2,1%), que alcanza los mayores ingresos en las islas (99,4€).

También despuntan en el arranque de temporada los **destinos catalanes** en la **Costa de Barcelona** (+7,5%), **Costa Brava** (+9,5%) y **Costa Daurada** (+10,4%), principalmente motivado por mejoras en precios.

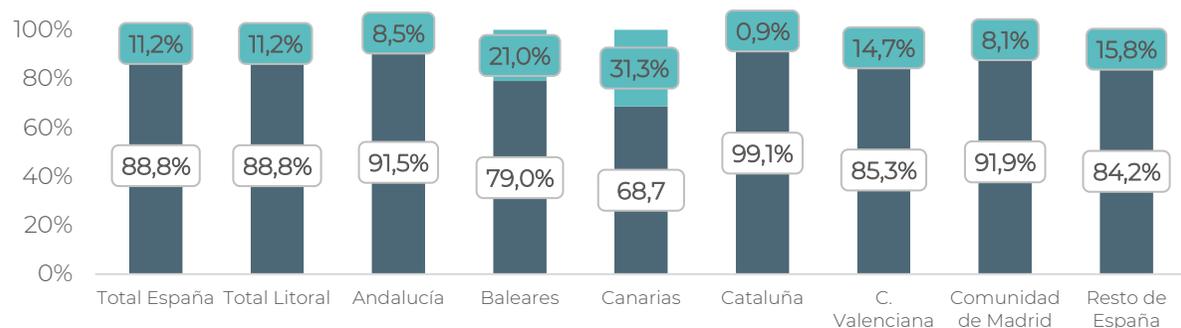
Los **destinos canarios** también evolucionan positivamente tras una muy buena temporada de invierno, destacando **Lanzarote** (+13,0% vs 2024) y **Gran Canaria** (+7,4%), seguidas de **Tenerife** (+1,5%); una zona que sigue apostando por el reposicionamiento del producto hacia propuestas alojativas de mayor valor, y que se beneficia de una mejor conectividad aérea y de la seguridad frente a destinos del Mediterráneo Oriental.

En el resto del litoral nacional, se comportan positivamente la **Costa Tropical** (+14,8%) y la de **Almería** (+15,5%), con evoluciones más contenidas en la **Costa de la Luz de Cádiz** (+4,4%) y del **Sol** (+0,9%).

07 En un contexto en el que se achaca al turismo problemas derivados de la mayor presencia poblacional (escasez de vivienda, congestión de tráfico, encarecimiento de la cesta de la compra,...), las cifras oficiales reflejan que de 2019 a 2024 el 88,8% del incremento de la presión humana diaria en los destinos españoles se debe al crecimiento de la población residente, mientras el aumento de los turistas explica el 11,2%.

Incremento de la presión humana por aumento de población y turistas diarios. 2019-2024

Fuente: Exceltur a partir Censo de población, Encuestas de Ocupación, EGATUR, ETR (INE)

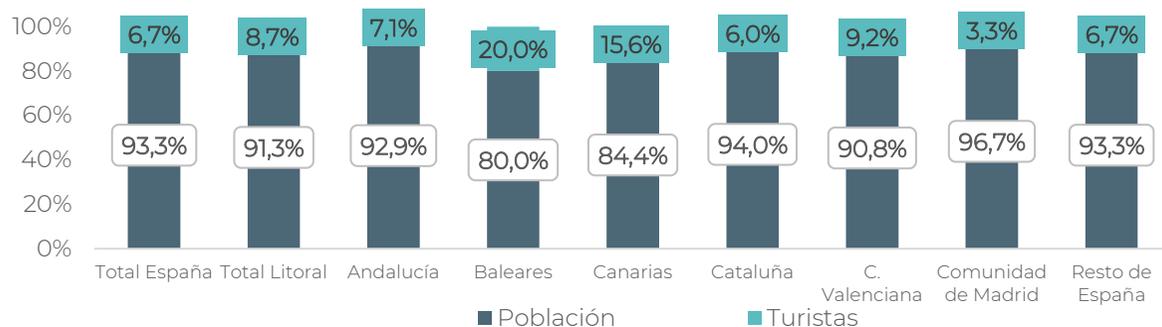


El aumento de la población residente es el principal factor del aumento de la presión humana en las principales regiones turísticas españolas

+1,2 millones de personas medias diarias de aumento de la presión humana (+4,7%) en las comunidades del litoral e islas, +440 mil en la Comunidad de Madrid y +280 mil en el resto de España. Este incremento se descompone en:

Presión humana media anual durante 2024 en los territorios del litoral

Elaborado por EXCELTUR a partir de los datos de Egatur, ETR y Padrón de Habitantes del INE



El 88,8% (+1,1 millones) de la mayor presión humana en las CCAA del litoral se debe al aumento de **residentes** (79,0% y 68,7% en Canarias y Baleares), un 91,9% (405 mil) en la Comunidad de Madrid y un 84,2% en el resto de España (234 mil).

El 11,2% del aumento de la presión humana se debe a **más turistas diarios** (+141 mil de media) en las comunidades del litoral (21,0% y 31,0% en Canarias y Baleares), 8,1% (+35 mil) en la Comunidad de Madrid y 15,8% (+44 mil en media) en el resto de las regiones españolas.

08 Dentro de la mayor afluencia turística, buena parte de esta presión ha estado vinculada al crecimiento exponencial de las plazas en viviendas de uso turístico. Los últimos datos disponibles evidencian el mantenimiento de esta tendencia, que está impulsando un incremento en el uso de esta tipología de alojamiento, con el reto de eliminar la ilegalidad y mejorar la convivencia con los residentes.

Plazas en viviendas de uso turístico y en hoteles en las 25 principales ciudades españolas. Enero-Mayo 2025

Niveles, diferencias absolutas interanuales y tasas de variación interanuales (%)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE

Ciudades	Plazas en viviendas de uso turístico			Plazas en hoteles		
	Volumen	Dif interanual	TV interanual	Volumen	Dif. Abs.	TV
Total 25 ciudades	339.108	21.235	6,7%	398.461	4.589	1,2%
Madrid	72.218	3.264	4,7%	92.892	307	0,3%
Barcelona	56.230	2.722	5,1%	86.378	725	0,8%
Málaga	36.630	3.522	10,6%	14.294	917	6,9%
Valencia	31.123	1.153	3,8%	20.419	523	2,6%
Sevilla	33.506	2.421	7,8%	26.580	667	2,6%
Alicante	16.056	724	4,7%	9.591	533	5,9%
Granada	15.097	1.118	8,0%	14.851	81	0,6%
Córdoba	11.359	1.396	14,0%	7.579	20	0,3%
Las Palmas de Gran Canaria	10.170	908	9,8%	6.629	185	2,9%
Santander	4.432	-101	-2,2%	4.734	120	2,6%
Gijón	5.546	-240	-4,1%	4.357	-194	-4,3%
Palma de Mallorca	5.564	-458	-7,6%	30.325	-473	-1,5%
San Sebastián	5.466	-101	-1,8%	8.682	689	8,6%
Bilbao	4.722	382	8,8%	9.946	493	5,2%
Murcia	4.630	182	4,1%	5.011	329	7,0%
Zaragoza	4.136	15	0,4%	10.110	-144	-1,4%
Almería	2.967	58	2,0%	3.728	-166	-4,3%
A Coruña	2.463	-365	-12,9%	5.112	53	1,0%
Oviedo	3.359	110	3,4%	5.184	-180	-3,4%
Toledo	3.544	167	4,9%	4.687	217	4,9%
Ibiza**	1.539	-531	-25,7%	10.205	0	0,0%
Santiago de Compostela	1.966	-295	-13,1%	6.855	55	0,8%
León	2.816	297	11,8%	3.354	-6	-0,2%
Pamplona	2.029	101	5,3%	3.270	65	2,0%
Valladolid	1.541	136	9,7%	3.688	-229	-5,8%

En los últimos 15 años, el 80 % del crecimiento de la capacidad turística urbana se ha concentrado en viviendas de uso turístico (VUT), con más de 339 mil nuevas plazas entre 2010 y 2025.

En mayo de 2025, el número de plazas en VUT alcanzó los 1,9 millones en España, superando así a las 1,6 millones registradas en hoteles, según datos oficiales del INE.

En los cinco primeros meses de 2025, la tendencia al alza no se ha detenido. El número de plazas en viviendas de uso turístico continúa creciendo en las principales ciudades españolas, con un aumento del +6,7 % respecto a los niveles de 2024, lo que representa 21.000 plazas adicionales.

No obstante, esta evolución presenta diferencias significativas entre destinos: mientras algunas ciudades han logrado ordenar y controlar razonablemente el crecimiento de este tipo de alojamiento, registrando incluso descensos en su número, otras aún se siguen enfrentando a un desarrollo descontrolado del fenómeno, con tasas de crecimiento cercanas o superiores al 10 %, alcanzando o superando ya la oferta de alojamiento reglado.



PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

VALORACIÓN EMPRESARIAL DE
ACCIONES DE POLÍTICA A NIVEL
LOCAL PARA GESTIONAR EL
TURISMO

09 Los empresarios turísticos españoles manifiestan su disconformidad con la aplicación de nuevos impuestos y recargos al turismo como instrumento para gestionar la mayor afluencia turística, y priorizan la lucha y eliminación de la oferta ilegal, el fomento del comportamiento cívico, la mejora de la información y mejorar la inversión pública en las capacidades para responder a más población, según la Encuesta de Confianza de Exceltur (julio 2025)

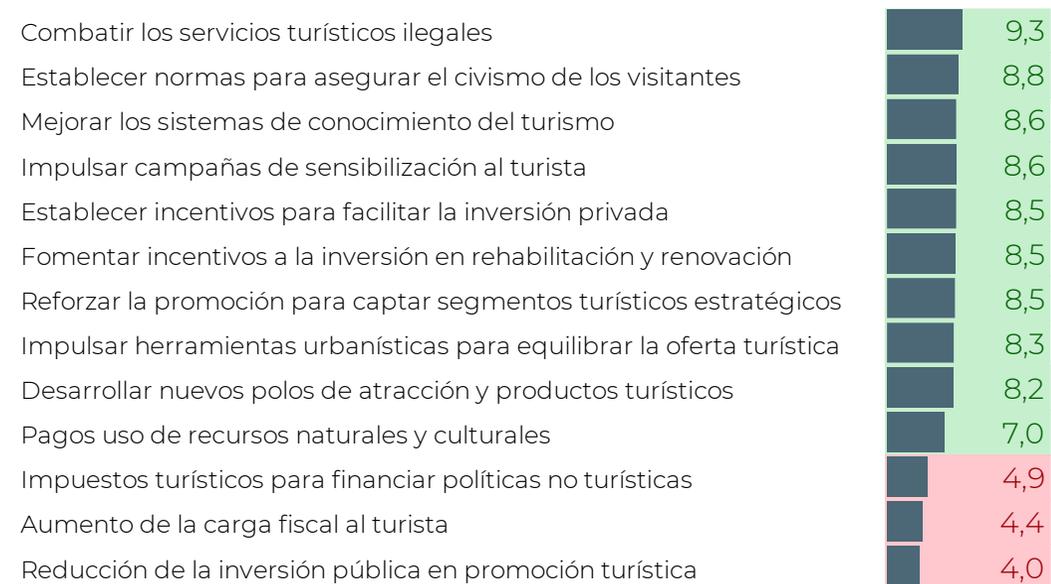
Ante el reto de la gestión del turismo los empresarios turísticos defienden la **lucha contra la oferta turística ilegal**, el establecimiento de **normas para garantizar la convivencia** entre residentes y visitantes, la mejora de los **sistemas de inteligencia turística** para facilitar una toma de decisiones más táctica y estratégica, así como la necesidad de **garantizar inversiones y orientar la promoción hacia segmentos de mayor interés estratégico** para el destino.

En cambio, los empresarios muestran un amplio **rechazo a propuestas como el incremento de la carga fiscal al turista**, la **creación de nuevas figuras impositivas no finalistas** o la **reducción de los esfuerzos de promoción**, opciones que están defendiendo e implementando algunos destinos españoles.

Estas prioridades recogidas en las respuestas de más de 2000 empresarios turísticos a julio de 2025 se alinean con los principios recogidos en el **Decálogo para afrontar los retos de los destinos españoles consolidados (Exceltur, junio 2025)**, que aboga por una nueva gobernanza turística basada en el diálogo público-privado, la innovación normativa, la sostenibilidad territorial y la mejora de la experiencia turística con beneficios compartidos para el conjunto del ecosistema local.

Valoración de acciones de la política turística para gestionar el turismo a nivel local

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul2025)





Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

PREVISIONES PARA EL VERANO y
CONJUNTO DE 2025

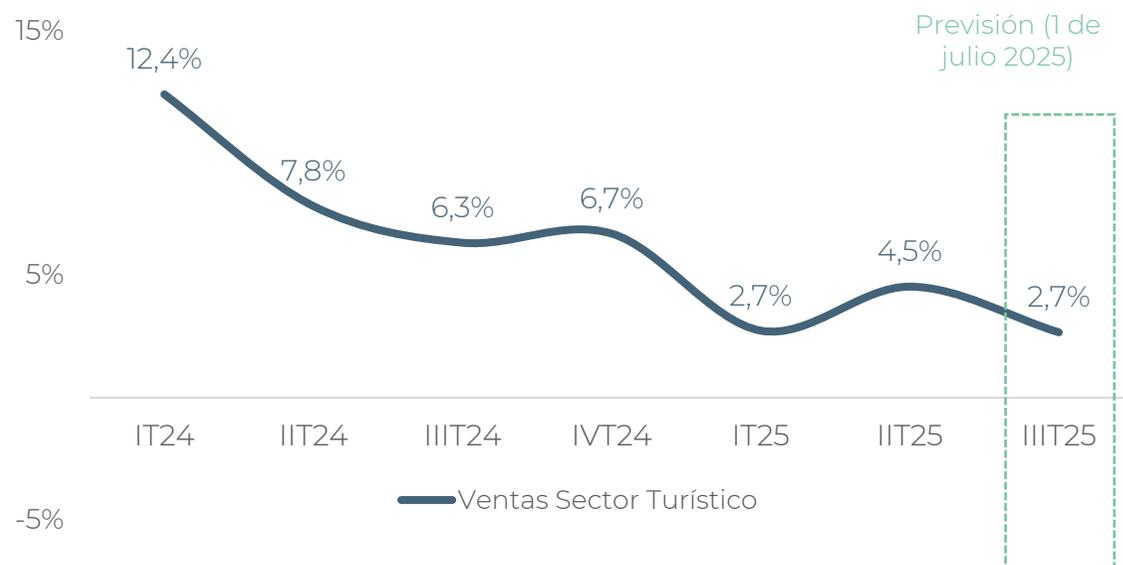
10 Los empresarios turísticos descuentan una moderación del crecimiento de sus ventas para el verano de 2025 hasta el +2,7% (+4,5% en el T2) respecto a los niveles del que ya fue un buen verano de 2024.

Estas expectativas se sustentan en la firmeza esperada de la demanda internacional, especialmente la vacacional europea y mercados de largo radio hacia destinos urbanos, así como en la notable disposición a viajar del mercado nacional, que mantendrá un tono moderado. La cautela trasladada por los empresarios está vinculada al contexto de incertidumbre geopolítica y menor vigor económico previsto en los principales mercados emisores (Estados Unidos, Alemania, Francia), derivado de las tensiones comerciales internacionales.

Ventas de las empresas turísticas españolas

Niveles de facturación. Total Sector Turístico. Variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul25)



Las previsiones turísticas para el verano de 2025 siguen siendo positivas en todos los subsectores, aunque con un tono general de moderación. Destacan el alquiler de vehículos (+6,9% en ventas IIT25 vs IIT24) y el transporte de pasajeros (+4,9%), impulsados por el aumento de la movilidad. El alojamiento, especialmente en destinos vacacionales, muestra mayor cautela (+2,1%), frente al + 3,2% de los hoteles de destinos urbanos, favorecidos por el dinamismo previsto del largo radio. Los prestadores de servicios de ocio y los grandes grupos de agencias de viajes prevén crecimientos contenidos (+2,4%) ante la incertidumbre del comportamiento del consumidor de última hora.

Las compañías de transporte de pasajeros (+4,9% ventas IIT25 vs IIT24) revelan perspectivas sólidas de crecimiento para el verano de 2025, apoyadas en la continuidad de la demanda turística internacional y en una conectividad aérea y ferroviaria cada vez más competitiva. El entorno actual, con precios energéticos contenidos (66,7 dólares/barril previsto en 2025 vs 82,0 en 2024), favorece la actividad del sector, aunque su evolución seguirá condicionada por la estabilidad geopolítica y las tensiones en los mercados globales de energía. Sin embargo, los recientes episodios de saturación en infraestructuras aeroportuarias y alteraciones en los servicios ferroviarios ponen de manifiesto la necesidad de reforzar la planificación, la coordinación operativa para garantizar la eficiencia del servicio durante la temporada alta.

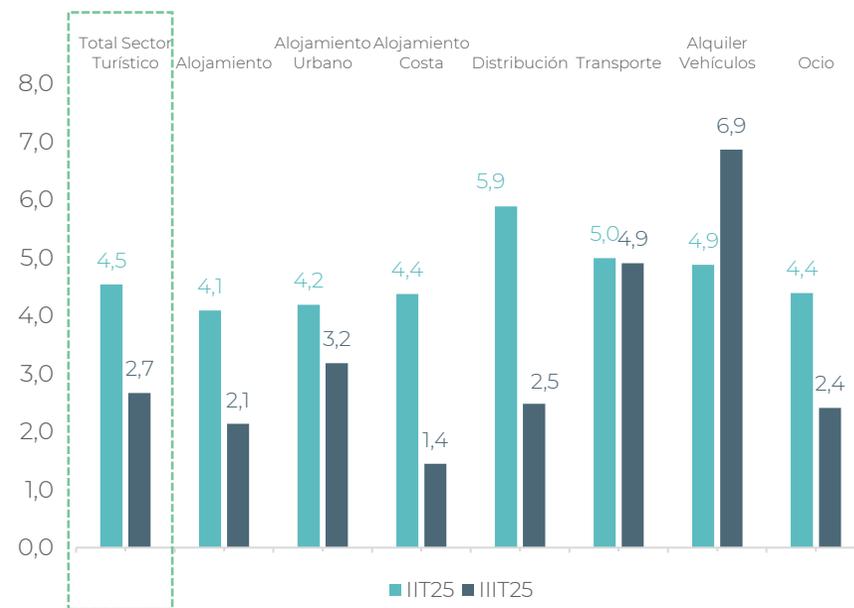
Positivas expectativas de las empresas de alquiler de vehículos (+6,9%) impulsadas por el crecimiento del turismo insular, el incremento de los viajes organizados de forma independiente y la demanda de movilidad en destinos con menor infraestructura de transporte público. No obstante, el sector permanece atento a posibles incertidumbres regulatorias y fiscales, especialmente en territorios con restricciones operativas como Baleares, así como al potencial encarecimiento de flotas derivado del contexto comercial internacional.

Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores

Variaciones IIT25 vs IIT24 y IIT25 vs IIT24 (en %)

Niveles de facturación. Variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul 2025)



Los **hoteles urbanos** anticipan una evolución positiva durante el verano de 2025 **(+3,2%)**, favorecida por la proyección internacional de los destinos, la conectividad y un elevado atractivo de la programación de contenidos culturales. Por su parte, los **alojamientos de sol y playa** evidencian una moderación en sus expectativas de crecimiento **(+1,4%) respecto a un extraordinario** verano 2024. Esta contención responde, en parte, a cierta distribución de las reservas hacia meses fuera de temporada alta. Las expectativas son más favorables en aquellos establecimientos que han avanzado en procesos de reposicionamiento, orientados a mejorar la calidad de la oferta, atraer segmentos de mayor contribución y reforzar la diferenciación del producto.

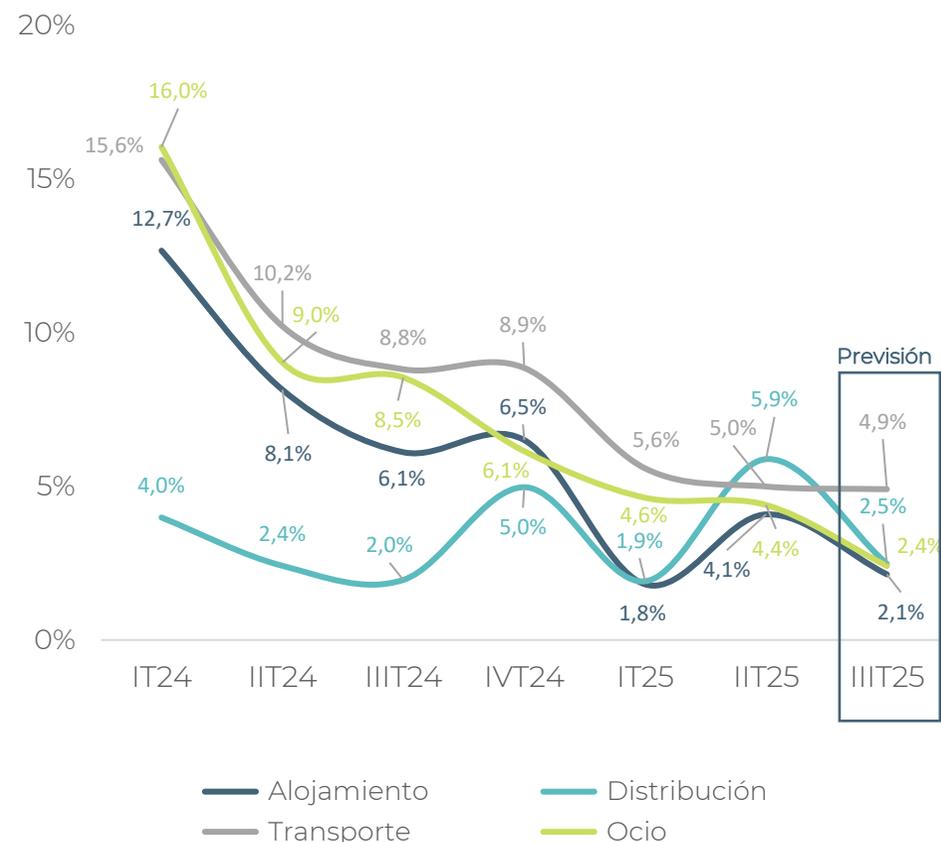
Los **grandes grupos de agencias de viajes (+2,5%)** prevén consolidar avances en sus niveles de venta positivos en verano, tras un segundo trimestre especialmente dinámico. Este comportamiento se ve favorecido por una demanda nacional robusta, impulsada por la estabilidad del mercado laboral (+2,2% de crecimiento previsto para 2025 por el Banco de España) y la alta disposición a viajar. Al mismo tiempo, se afianza el interés por propuestas de mayor valor añadido, con un notable crecimiento de la demanda de productos personalizados y experiencias únicas. Si bien las previsiones se mantienen estables, se traslada cierta cautela supeditada a la evolución de las reservas de última hora, especialmente para destinos internacionales, ante la incertidumbre sobre la evolución de los conflictos en el Mediterráneo Oriental.

Por su parte, los **establecimientos de servicios de ocio y actividades en destino anticipan un crecimiento del +2,4%**, sostenido por el aumento del gasto en experiencias, especialmente en destinos vacacionales (campos de golf y parques temáticos) y museos y monumentos en destinos urbanos de posicionamiento internacional, aunque condicionado por un contexto de expectativas de gasto en destino más moderado.

Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores

Niveles de facturación. Variación interanual (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul 2025)

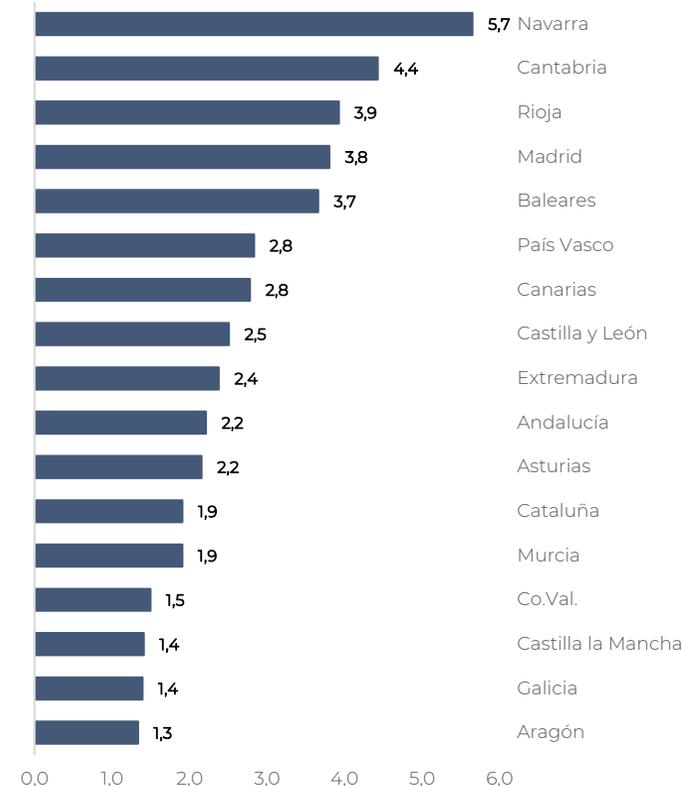


12 Las expectativas empresariales para el verano de 2025 son favorables en el conjunto del territorio, si bien con un tono general de moderación en los ritmos de crecimiento. Navarra y La Rioja (+5,7% y +3,9%, respectivamente), Cantabria (+4,4%), Madrid (+3,8%) y Baleares (+3,7%) lideran las perspectivas empresariales. El litoral peninsular y Canarias esperan mejorar de manera más contenida el positivo verano de 2024. Moderación compartida por los destinos de interior y Galicia en la España Verde.

Consenso en todos los destinos turísticos españoles sobre la expectativa de mejora en un tono más moderado de sus ventas para el III trimestre de 2025, aunque de intensidades dispares entre destinos y empresas:

- Como continuidad del buen desempeño del final de la primavera y primeras semanas del verano, las expectativas de los empresarios turísticos de **Baleares** apuntan a un positivo verano de 2025 (+3,7% en ventas vs III trimestre de 2024), impulsado por la alta conectividad aérea y la fortaleza prevista de la demanda vacacional europea. En una línea similar, **Canarias** prevé un crecimiento del +2,8%, aunque de menor intensidad tras una excelente temporada de invierno.
- Los destinos vacacionales peninsulares con mayor presencia de demanda nacional, con un comportamiento previsto más modesto, revelan igualmente cierta moderación en sus ventas previstas **litoral andaluz (+2,1%), la costa catalana (+2,6%), el litoral valenciano (+2,0%) y Murcia (+1,9%)**.
- Madrid (+3,8%)** sigue destacando entre los destinos urbanos por sus favorables expectativas para el verano de 2025, le acompañan, aunque con ritmos de crecimiento previstos más contenidos principales **ciudades turísticas andaluzas (+2,0%), valencianas (+1,4%) y Barcelona (+1,7%)**. En un contexto de buen comportamiento previsto de la demanda europea y de largo radio, todos ellos siguen viéndose favorecidos por una oferta cultural consolidada, la mejora continua de la conectividad aérea y ferroviaria, el creciente posicionamiento internacional de sus destinos y la capacidad de atracción vinculada a la celebración de eventos de proyección global.
- Dentro de la España Verde, **Cantabria (+4,4%) y País Vasco (+2,8%)** muestran unas positivas expectativas de crecimiento para el verano de 2025, impulsadas por una combinación de buena conectividad y esfuerzos en la diversificación de su oferta turística seguidas de **Asturias (+2,2%) y Galicia(+1,4%)** con expectativas más modestas en un contexto de normalización de la demanda nacional tras varios veranos especialmente dinámicos.
- Por su parte, los destinos de interior del norte peninsular, **Navarra (+5,7%) y La Rioja (+3,9%)** destacan por las favorables expectativas para el verano de 2025, tras una muy positiva primavera turística. **Castilla y León (+2,5%), Extremadura (+2,4%), Castilla-La Mancha (+1,4%), y Aragón (+1,3%)** comparten expectativas más moderadas sobre el comportamiento de los ingresos turísticos en el trimestre del verano, por una previsible desaceleración de la demanda interna.

Previsiones de ventas por CC.AA. IIIIT de 2025
Niveles de ventas. Variaciones interanuales (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jul 2025)



13 Tras una primera mitad del año algo menos dinámica de lo previsto y derivado de los efectos del deterioro del contexto macroeconómico internacional, junto a la incertidumbre geopolítica, ajustamos la previsión de crecimiento del PIB turístico para 2025 al +3,3% vs 2024, desde el +4,0% estimado en el mes de abril, manteniéndose por encima del crecimiento previsto para la economía española en su conjunto (+2,4%), que también ha sido revisado a la baja por la mayor parte de casas de análisis.

El actual escenario revisado contempla un mantenimiento del dinamismo de la demanda internacional, si bien con una moderación respecto a lo inicialmente previsto en algunos de los principales mercados emisores, como el estadounidense, el alemán y el francés. Se trata de países condicionados por un entorno de menor capacidad adquisitiva por los mayores niveles de inflación y un aumento de la incertidumbre económica y geopolítica sobre sus estructuras productivas, a las que se une para el mercado americano la debilidad del dólar.

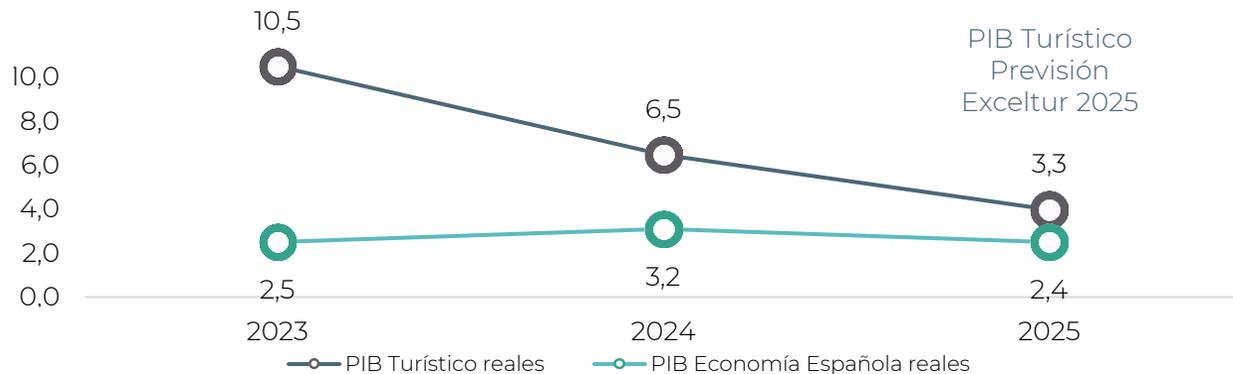
En positivo, el escenario recoge un buen comportamiento de otros mercados europeos y de los asiáticos, que optarán por viajes intra europeos y hacia Europa ante la menor intención de viaje hacia Estados Unidos, además del mantenimiento del dinamismo del mercado doméstico, gracias a su buena conectividad, oferta diversificada y percepción de seguridad.

Bajo estos condicionantes, la actividad turística en España se mantiene como motor de la economía española, creciendo por encima de su media, aportando el 18,3% de su crecimiento previsto.

Estimaciones de PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española

Variaciones frente al año anterior (%)

Fuente: Exceltur (jul 2025), CST (INE), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (jun 2025)



Contribución prevista del Turismo a la economía española en 2025

- 220.340 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2025 en España
- +3,3% respecto a los niveles de actividad turística de 2024
- 13,2% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española (máximo en la serie histórica)
- 5.733 mlls € la ganancia en términos reales (eliminando el efecto de los precios) de actividad turística en 2025 respecto a 2024.



Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

PRIORIDADES PARA LA
GESTIÓN DE LA
TEMPORADA DE VERANO
DE 2025

EL TURISMO ESPAÑOL ANTE LA TEMPORADA DE VERANO DE 2025



El turismo mantiene su fortaleza en lo que llevamos de 2025, pero no es indemne a la creciente complejidad e incertidumbre del contexto geoeconómico internacional. A pesar de ello, nuestras previsiones apuntan **un verano positivo, pero en ritmos inferiores a los que descontábamos a principios del año**, lo que nos lleva a ajustar a la baja nuestras estimaciones del crecimiento del conjunto del valor añadido del turismo en 2025 hasta el +3,3%, lo que supone la contribución de 220 mil millones a la sociedad española.

Desde EXCELTUR estamos comprometidos con que esta contribución económica del turismo en España sea cada vez más reconocida y valorada por la sociedad española, para lo cual es necesario un trabajo conjunto entre AA.PP. y empresas de los múltiples subsectores que componen la cadena de valor del turismo. Un esfuerzo que exige, en primer lugar, elegir qué turismo es el más deseable por su contribución, comportamiento y alineamiento con los valores de las sociedades locales en los destinos, a la vez que, en segundo lugar, activar los sistemas e instrumentos de gestión e inversión necesarios para alcanzarlo.

Una acción que opte por **crecer más en valor añadido, sin que sea necesario mayor afluencia en los territorios y momentos del tiempo en los que se identifican situaciones de saturación**. Un compromiso por la aplicación de acciones de aporten un mayor valor social y una menor huella ambiental.

Respondiendo a estos principios y bajo el lema “Turismo Que Suma” las empresas de EXCELTUR han desarrollado un Plan de acción 2025 que desarrolla este compromiso “Por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo”, que presentamos en forma de manifiesto en 2024. Una iniciativa que conlleva la señalización y difusión de las actuaciones (buenas prácticas) empresariales más comprometidas con este objetivo, a la vez que las políticas y sistemas públicos de gestión de las infraestructuras y acciones básicas en los destinos españoles para hacer compatible la preservación de los valores y calidad de vida de su sociedad con un desarrollo turístico generador de más valor.

Se trata del **lanzamiento de un proyecto que hemos querido hacerlo coincidir con el inicio de los meses de la temporada de verano**, en los que se produce un mayor número de desplazamientos y estancias en los destinos. Unos meses del año en los que se multiplica la afluencia y capacidad dinamizadora del turismo, a la vez que se constatan los mayores desafíos para garantizar la mayor satisfacción de los que visitan España y el equilibrio con la calidad de vida de los residentes.

En esta línea y para superar los desafíos de gestión e imagen frente a la opinión pública del turismo en España, desde EXCELTUR queremos compartir las siguientes reflexiones:

1. Es necesario disponer de la información oportuna y pormenorizada sobre la incidencia del turismo en la sociedad que habita los destinos. Muchos de los efectos que se le imputan al turismo (dificultades de acceso a la vivienda, incremento del tráfico, pérdida de vitalidad comercial o encarecimiento de la vida, entre otros) o no son provocados por el turismo o su incidencia no alcanza la magnitud que algunos colectivos sociales le achacan. Por ejemplo, del incremento de la presión humana en los principales destinos españoles de 2019 a 2024 el 88,8% es por el mayor volumen población residente. En algunos destinos, como Ibiza, se están imponiendo restricciones al tráfico de vehículos llegados por barco, cuando tan solo representan el 1,5% del total del parque existente en la isla o se están planteando trasladarlas al alquiler de coches en Baleares, cuando en temporada alta suponen el 10%.
2. Es imprescindible luchar contra la ilegalidad en toda la cadena de valor (plazas de alojamiento ilegal, taxis piratas, guías sin titulación, ventas ambulantes o fiestas clandestinas), prestando una especial atención a la oferta de alojamiento ilegal de viviendas turísticas. Desde EXCELTUR, apoyamos a la administración central en su determinación por eliminar la oferta ilegal de viviendas turísticas a través de la aplicación de la ventanilla Única Digital de Arrendamientos y hacemos un llamamiento a las plataformas para que dejen de ser facilitadoras de su comercialización, sin el número de registro correspondiente.
3. Es prioritario garantizar el buen funcionamiento de las infraestructuras, sistemas informáticos y dotación de servicios de gestión de pasaportes y seguridad en las grandes infraestructuras de transporte, claves para facilitar el tránsito de los turistas en los destinos y reflejo histórico de la positiva imagen internacional de España. No son admisibles los problemas continuos en la alta velocidad, ni la infradotación medios humanos en el control de pasajeros y servicios básicos como la limpieza en aeropuertos, que se han venido manifestando en las últimas semanas.
4. Es determinante primar la planificación y los sistemas de gestión profesional para la gestión de los flujos turísticos en los destinos de mayor concentración humana (con sistemas de información de capacidades en tiempo real, cierres temporales preventivos, tasas de acceso a espacios y recursos culturales y naturales concretos, sistemas de reservas y tarificación dinámica o acceso regulado en función de la demanda, ...), frente al establecimiento de "tratamientos de choque" desorientados (como impuestos turísticos para pagar políticas de vivienda) y, en algún caso, discriminatorios, tan dirigidos a responder a una parte de la opinión pública como poco eficaces en la resolución de los problemas que pretenden paliar
5. Es preciso promover y poner los medios oportunos para garantizar el comportamiento cívico en los destinos, a través de la redacción y aplicación de ordenanzas municipales sobre uso de los espacios públicos, ruido en instalaciones turísticas, consumo de bebidas alcohólicas en las calles, horario de terrazas y cierre de bares, restaurantes discotecas y salas de fiesta..., que dañan la opinión que tienen los residentes



Exceltur

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 93

JULIO 2025

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL IIT DE 2025
Y PERSPECTIVAS DEL VERANO
DE 2025 Y TOTAL AÑO 2025