

## NOTA DE PRENSA

10 de julio de 2025

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

- El turismo mantiene su fortaleza, pero no es indemne a la creciente complejidad e incertidumbre del contexto geoeconómico internacional. El crecimiento del PIB turístico del segundo trimestre se acelera ligeramente (+3,6% vs IIT24 vs el +3,2% del T1), pero por debajo de lo esperado en abril (+4,0%).
- Tras un primer semestre levemente por debajo de lo previsto y una segunda mitad del año marcada por un contexto macroeconómico más adverso e incierto, se revisa a la baja la previsión de crecimiento del PIB turístico real para 2025, situándola en el +3,3%, frente al +4,0% estimado a comienzos de año.
- A pesar de este ajuste, el turismo se mantiene como el principal motor de la economía española, aportando el 18,3% del crecimiento previsto para 2025, muy por encima de su peso en el PIB, que alcanzará el 13,2% gracias a una actividad estimada en 220.000 millones de euros.
- Desde EXCELTUR reafirmamos nuestro compromiso con que esta contribución turística esté cada vez más valorada socialmente, lo que requiere una acción conjunta público-privada orientada a definir el turismo más deseable para cada destino y su sociedad local, y a desplegar los sistemas e instrumentos de gestión e inversión que lo hagan posible.
- Para ello, desde EXCELTUR anunciamos el lanzamiento del Plan de Acción 2025-2026 por un "Turismo Que Suma", que desarrolla el manifiesto hecho público en 2024 "Por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo". Esta iniciativa pretende poner en valor todo aquello que el conjunto de agentes del sector están haciendo para promover un turismo de mayor contribución social y comprometido con la calidad de vida de los residentes, a la vez que señalar las mejores políticas y acciones públicas para gestionar el necesario equilibrio del turismo con la sociedad.

## A. Valoración turística empresarial del IIT de 2025

- El turismo en España mantiene una dinámica positiva y continúa liderando la contribución al crecimiento económico. El PIB turístico real creció un **+3,6%** en el **segundo trimestre de 2025**, por encima del avance estimado para el conjunto de la economía española (+2,5%), aunque con una intensidad menor a la prevista (+4,0%) debido al aumento de la incertidumbre internacional y su impacto en el comportamiento de los consumidores, especialmente en los mercados más expuestos a la escalada arancelaria.
- El empleo turístico sigue creciendo hasta junio (+2,4%, con 55.559 nuevos afiliados), aunque a un ritmo más moderado que en meses anteriores (+3,0% en abril), en un contexto marcado por la apertura anticipada de la temporada, la escasez de personal cualificado (con un máximo de 18.337 vacantes en el primer trimestre de 2025) y un menor dinamismo en restauración (+1,6%).
- Se consolida el predominio de la **contratación estable en el sector turístico**, con un **93,4%** de los nuevos contratos indefinidos y un **76,1%** a tiempo completo, junto con una mejora de las condiciones laborales reflejada en un aumento salarial medio del **3,3%**, garantizando una mejora de capacidad adquisitiva (la inflación se sitúa en el **2,2%**).
- Las **empresas turísticas españolas** mantienen el crecimiento de las ventas en el **segundo trimestre (+4,5%**, aunque por debajo del **+5,3%** esperado en abril), 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 mejor comportamiento del mercado español y el adelanto de las reservas por la compra anticipada.
- Los **niveles de confianza de los empresarios turísticos se debilitan en el segundo trimestre de 2025**, descendiendo a **25,5** desde el **29,7** del primer trimestre, y **alejándose del 36,7 con el que comenzó el año**. Esta caída responde a unas ventas ligeramente por debajo de las previstas y al deterioro del contexto geopolítico global, que incrementa la incertidumbre e incorpora mayor cautela en las previsiones de crecimiento para los meses de verano.
- El gasto turístico mantiene su fortaleza gracias al dinamismo de la demanda extranjera, mientras que la demanda nacional, aunque mejora ligeramente, avanza aún con un tono más moderado:
  - La **demanda internacional se afianza en el segundo trimestre de 2025**, siguiendo la senda de normalización de los meses precedentes, con **mejor comportamiento en gasto (+8,2% interanual mar-may25) que en afluencia (pernoctaciones totales +5,7% mar-may25)**
  - El **81,4%** del aumento de la presión turística vinculada a la demanda extranjera se debe a la oferta residencial: la llegada de turistas a viviendas turísticas sube un **+18,7%** mar-may, a casas propias o de familiares y amigos un **+19,2%**, mientras a hoteles caen un **-0,8%**.
  - La evolución por mercados internacionales durante el segundo trimestre de 2025 ha sido desigual, con buen comportamiento en **Reino Unido (+3,0%**, +432 mil pernoctaciones), **Irlanda (+4,5%**, +80 mil), **Portugal (+9,4%**, +130 mil) y **Polonia (+9,4%**, +131 mil), mientras que países emisores tradicionales como los **nórdicos (-5,0%**, -151 mil), **Francia (-6,6%**, -343 mil) y **Alemania (-6,4%**, -696 mil) registran caídas relevantes en pernoctaciones hoteleras. Destaca el

crecimiento de la demanda asiática, liderada por **China** (+17,3%, +90 mil), junto con la solidez de **Latinoamérica** (+4,8%, +134 mil), en contraste con los signos de enfriamiento observados en **Estados Unidos** (-0,2%, +6 mil).

- **Leve repunte de la demanda turística nacional en primavera**, favorecido por el calendario, el dinamismo laboral y el aumento de población en segmentos con elevada propensión al gasto. **Se mantiene la demanda hotelera (+0,1%) y crecen las pernoctaciones en apartamentos (+4,4% interanual mar-may25) y turismo rural (+2,5% interanual mar-may25)**. Al mismo tiempo, continúa el **fuerte impulso del gasto en viajes al extranjero (+16,8% interanual mar-abr 25)**.
- **El buen desempeño del turismo en los meses de primavera y semanas de inicio de verano se extiende en la mayoría de los destinos españoles:**
  - 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 (**San Sebastián (+7,1%), Gijón (+20,6%), A Coruña (+19,7%)**), y del interior peninsular (**Zaragoza (+27,6%), Murcia (+14,6%), Burgos (+15,8%)**), muchos de ellos beneficiados por la mejor conectividad ferroviaria. **Barcelona** (159,5€) se mantiene líder en niveles de ingresos aunque la mejora interanual es más contenida (+4,4%) por un ligero retroceso de la ocupación por la desaceleración de la demanda internacional.
  - 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%), costa catalana (Costa de Barcelona (+7,5%), la Costa Brava (+9,5%) y la Costa Daurada (+10,4%)**) con un positivo arranque de campaña de primavera-verano, con mejora de precios. Los destinos canarios mantienen su dinamismo **(+4,5%) tras una muy positiva temporada de invierno**, impulsados por la conectividad aérea 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).

## B. Previsiones para el verano de 2025

- 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**.
- **Consenso generalizado entre los destinos turísticos españoles sobre una evolución positiva de las ventas en el tercer trimestre de 2025**, aunque con ritmos de crecimiento más moderados y heterogéneos según el tipo de destino y la tipología empresarial:
  - En los archipiélagos, **Baleares** anticipa un verano de 2025 positivo **(+3,7% en ventas vs III T 2024)**, apoyado en la alta conectividad aérea y la fortaleza de

la demanda vacacional europea, mientras Canarias prevé un crecimiento algo más moderado (+2,8%) tras una excelente temporada de invierno.

- o Los destinos vacacionales peninsulares con mayor peso de la demanda nacional comparten expectativas más contenidas: litoral andaluz (+2,1%), costa catalana (+2,6%), litoral valenciano (+2,0%) y Murcia (+1,9%).
- o Madrid (+3,8%) sigue liderando las previsiones entre los destinos urbanos, seguida por las principales ciudades turísticas andaluzas (+2,0%), valencianas (+1,4%) y Barcelona (+1,7%), impulsadas por la conectividad, la oferta cultural y la celebración de eventos internacionales.
- o En la España Verde, destacan Cantabria (+4,4%) y País Vasco (+2,8%) con positivas previsiones gracias a su conectividad y apuesta por diversificar su propuesta de valor, seguidas de Asturias (+2,2%) y Galicia (+1,4%) con expectativas más moderadas en un contexto de normalización de la demanda nacional.
- o Navarra (+5,7%) y La Rioja (+3,9%) encabezan las expectativas entre los destinos de interior del norte peninsular como prolongación de una muy favorable primavera turística, mientras Castilla y León (+2,5%), Extremadura (+2,4%), Castilla-La Mancha (+1,4%) y Aragón (+1,3%) proyectan crecimientos más moderados ante una previsible desaceleración del turismo nacional.

### C. Previsiones para el PIB turístico en 2025

- EXCELTUR revisa la previsión de crecimiento del PIB turístico real para 2025, hasta el +3,3% respecto a 2024 (frente al +4,0% estimado en abril), ante un primer semestre menos dinámico de lo previsto y un entorno internacional más adverso, especialmente en la segunda mitad del año, marcado por la desaceleración en los principales mercados emisores afectados por las tensiones comerciales e incertidumbre geopolítica.
- El turismo seguirá creciendo, con este +3,3%, por encima del conjunto de la economía española (+2,4% prevista por el Banco de España en junio), aportando el 18,3% de su crecimiento previsto.

# 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 2025-2026 que desarrolla este compromiso “Por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo”, que presentamos en forma de manifiesto en 2024. Esta iniciativa pretende poner en valor todo aquello que el conjunto de agentes del sector están haciendo para promover un turismo de mayor contribución social y comprometido con la calidad de vida de los residentes, a la vez que señalar las mejores políticas y acciones públicas para gestionar el necesario equilibrio del turismo con la sociedad. **Página web Turismo Que Suma** <https://turismoquesuma.es/>..

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

Departamento de Comunicación  
EXCELTUR - Alianza para la Excelencia Turística

Telf. 91 523 76 00

E-mail: [comunicacion@exceltur.org](mailto:comunicacion@exceltur.org)

[www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

