



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 94

Octubre 2025

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL IIIT DE 2025
Y PERSPECTIVAS PARA EL IVT Y
EL CIERRE DE 2025



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
VERANO (IIIT) DE 2025

01 El crecimiento del PIB turístico en España se ralentiza en los meses de este verano de 2025 hasta el +2,8% (+3,3% cerró el IIT) respecto a lo que fue un buen verano de 2024, consolidando un nuevo patrón de comportamiento normalizado del turismo, más asociado a la evolución de los condicionantes económicos de las familias y las empresas, tras tres años de fuerte dinamismo

El dinamismo del sector turístico se va relajando, acorde al patrón de normalización de su comportamiento que comenzamos a percibir en este año 2025 y se ha confirmado en los meses centrales del verano.

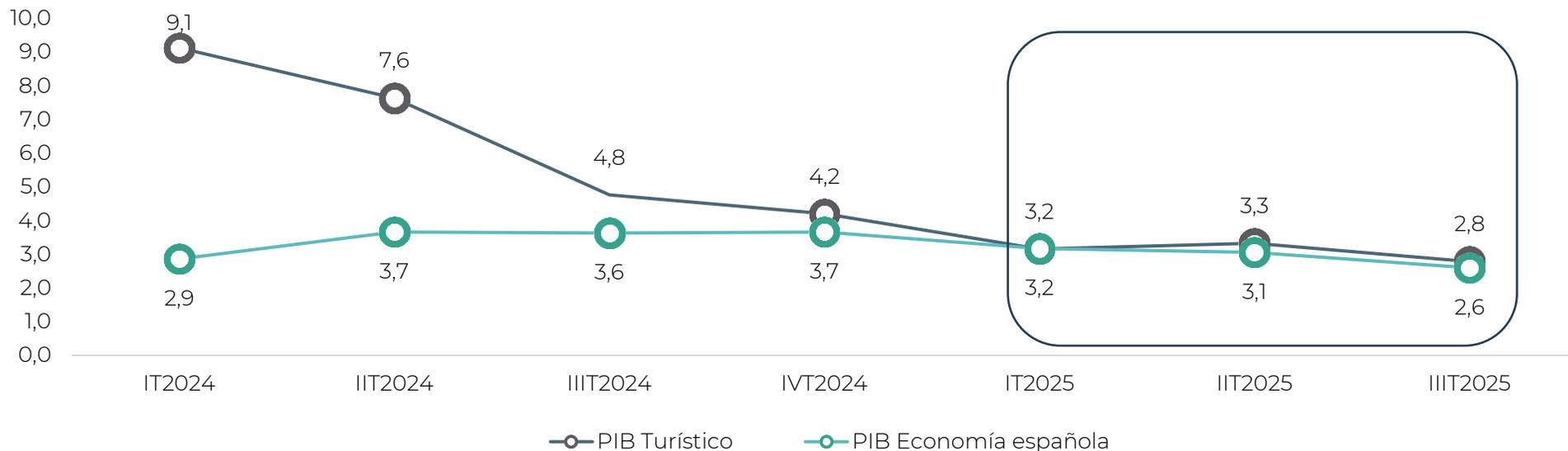
A medida que ha avanzado el año, el turismo ha suavizado sus ritmos de crecimiento en términos reales (+3,2% en IT, +3,3% en IIT y el +2,8% de IIIT), respondiendo al debilitamiento económico y el normal proceso de acompasamiento a los condicionantes de las economías de nuestros principales mercados.

Con esta tendencia de crecimiento similar al del resto de sectores, el turismo deja de ejercer de contribuidor neto al crecimiento real de la economía española, tras tres años de 2021 a 2024 en los que su contribución al crecimiento ha alcanzado el 52,6%.

PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española⁽¹⁾

Variaciones % frente al año anterior

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



El turismo normaliza su crecimiento en 2025 y lo asemeja a la media de la economía española

(1)

Se cierra un verano de positivos resultados empresariales, pero marcado por el debilitamiento de algunos mercados clave, preocupantes señales de superación de la capacidad de respuesta de infraestructuras de transporte claves, a la vez que un positivo avance en la eliminación de parte de la oferta ilegal de viviendas turísticas



Principales claves turísticas del verano de 2025

- Ralentización del crecimiento del volumen de viajes y noches de extranjeros y especialmente españoles, mientras se mantiene la positiva dinámica del gasto, más en el turismo extranjero, vinculado a la mejora de los precios, especialmente en las instalaciones y empresas que han invertido en la renovación y reposicionamiento de sus productos.
- Caída de mercados internacionales clave para España por sus condicionantes económicos internos: Alemania (-4,4% pernoctaciones hoteleras Jul-ago 25vs24), Italia (-4,0%), Holanda (-3,6%), Bélgica (-3,7%), Dinamarca (-13,2%) y Francia (-0,8%).
- Fortaleza de los mercados británicos (Reino Unido +3,3% e Irlanda +5,9%), los de larga distancia asiáticos (Japón +11,3%, China +12,5%), sudamericanos (+6,8%), Portugal (+7,0%) y Noruega (+11,1%), mientras EE.UU. pierde fuerza (+2,0%), ante la depreciación del dólar frente al euro, al igual que el mercado nacional (+0,2%).
- Ligero y generalizado descenso de la estancia media en los destinos españoles, reflejo tanto de la pérdida de vigor de la demanda, como del crecimiento de los viajes cortos vinculados al uso de segundas residencias, por la creciente flexibilidad en el trabajo (la llegada de turistas extranjeros en jul-ago crece el +2,3% y las noches solo un +0,5%, mientras los españoles en sus viajes a alojamientos reglados suben un +1,6% y las noches se mantienen en los niveles de 2024; 0,0%).
- Positivas primeras señales de la eliminación de la oferta ilegal de viviendas turísticas, resultado de la introducción de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos y el esfuerzo de algunos destinos por erradicarla (Ibiza, Palma, Barcelona, Madrid). El número de viviendas en el mercado del alquiler turístico durante agosto en las 25 principales ciudades españolas se ha reducido el -3,7% (casi 15 mil plazas menos) respecto a agosto de 2024.
- Superación de la capacidad de respuesta de algunas de las grandes infraestructuras aéreas y ferroviarias, ante el incremento de la movilidad y la falta de inversión en mejora de instalaciones y una errónea política de contratación de servicios básicos, primando el ahorro de costes.
- Efecto puntual de las olas de calor del interior sobre las escapadas urbanas, observándose una traslación hacia las ciudades vacacionales del norte, y de los incendios sobre las áreas afectadas.

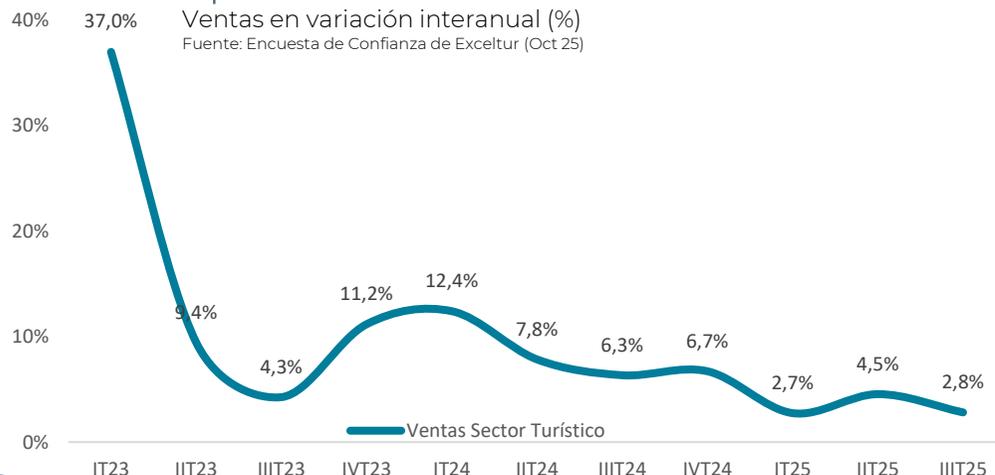
02 Las empresas turísticas españolas cierran un positivo verano en ventas (y resultados), si bien moderan sus ritmos de crecimiento hasta el +2,8% (desde el +4,5% del IIIT), en un contexto en el que el aumento de ingresos se debe principalmente a la traslación a los precios de las inversiones en mejora de producto realizadas durante los últimos años.

Balance de las empresas turísticas del IIItr 2025

- Se cierra un verano positivo para las empresas turísticas españolas, con resultados mejores a los registrados en 2024, pero dentro de una senda de ralentización en los ritmos de crecimiento de las ventas hasta el +2,8% en IIIT (+3,4% en julio, +2,7% en agosto y +2,4% en septiembre).
- La mayor ralentización se identifica en la hotelería urbana (las ventas crecen un +2,6% interanual en el IIIT) viéndose afectada por el menor volumen de escapadas a ciudades provocado por las altas temperaturas y las compañías de transporte (+1,3%) en un contexto de pérdida de fuerza de la movilidad y un deterioro de la experiencia de paso por las infraestructuras que les dan soporte.
- Los hoteles vacacionales registran un mejor comportamiento (+5,4% IIIT 25vs24), al igual que las compañías de alquiler de coches (+3,4%), mientras las actividades de ocio (+2,5%) también desaceleran el ritmo de crecimiento de sus ventas, según la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR
- Se aprecia un comportamiento cada vez más diferenciado de las ventas y resultados, en favor de las empresas turísticas con una mayor diferenciación de producto, mejor posicionamiento de marca, inversión en digitalización y eficiencia y escala operativa, lo que hace que los resultados medios expuestos deban leerse con cautela.

Variación de las ventas de las empresas turísticas españolas

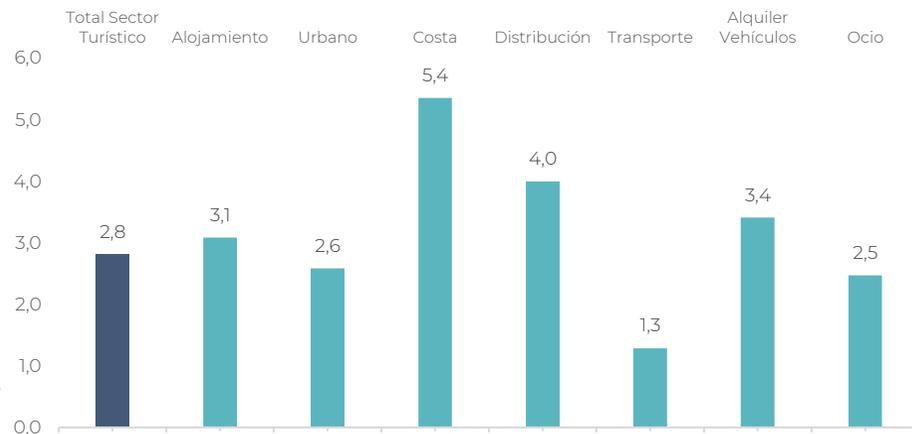
Ventas en variación interanual (%)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (Oct 25)



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

Variación IIIT25 vs IIIT24 (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (Oct25)

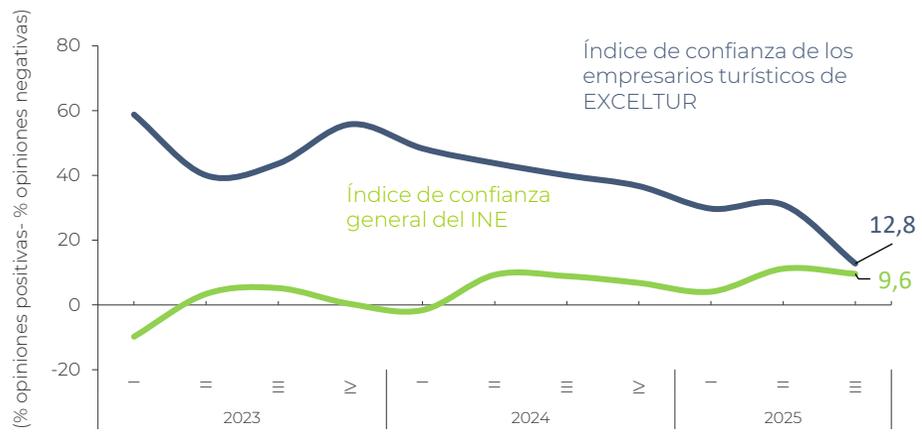


Los índices de confianza de las empresas turísticas españolas se reducen hasta un 12,8 (desde el 30,9 del IIT), reflejando la moderación de la demanda turística y la cautela sobre el desempeño turístico del último trimestre del año, según la encuesta de confianza de EXCELTUR

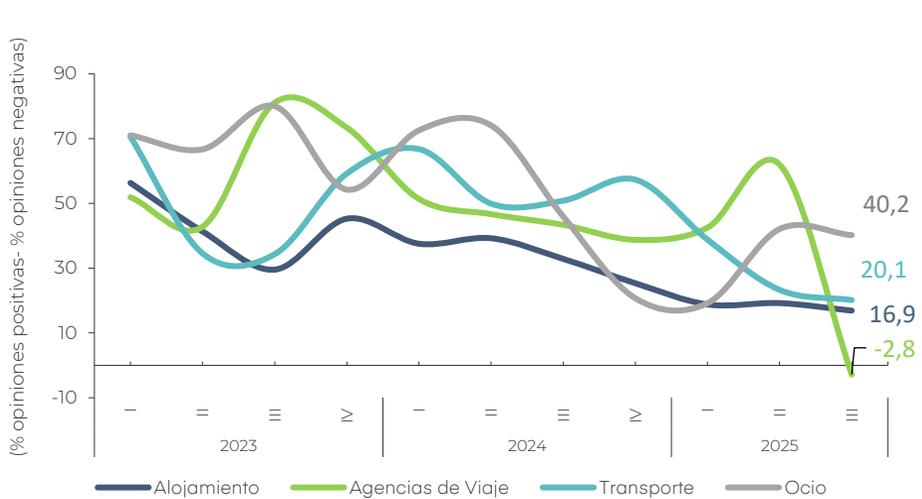
La confianza de las empresas turísticas se reduce en verano

- Los niveles de confianza de los empresarios turísticos recogidos por EXCELTUR reflejan este escenario de ralentización, reduciéndose notablemente hasta un valor positivo de 12,8 en el IIIT por el 30,9 del IIT, lo que supone los valores mínimos desde después de la pandemia.
- El paulatino descenso de los niveles de confianza empresarial es generalizado en todos los subsectores de la cadena de valor turística. Las empresas e instituciones relacionadas con el ocio son los que menos sufren la moderación de la demanda, mientras hoteles de costa y las empresas de distribución acusan los mayores descensos en los niveles de confianza.

Comparativa del Índice de confianza en el sector turístico (ICTUR de Exceltur) y el general de la Economía española (INE)
 Evolución trimestral 2023-2025
 Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR e INE



Indicador de confianza empresarial en los subsectores turísticos de Exceltur
 Evolución trimestral 2023-2025
 Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR



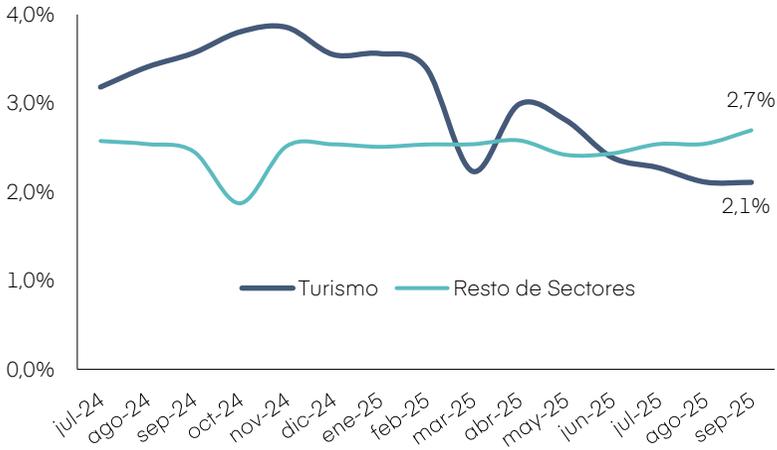
03

La moderación de la actividad turística sitúa los ritmos de creación de empleo turístico en España a cierre de septiembre por debajo de los registrados en el resto de la economía española (+2,1% en las ramas turísticas, 48.442 nuevos afiliados, frente al +2,7% del resto de sectores), algo que no ocurría desde la pandemia.

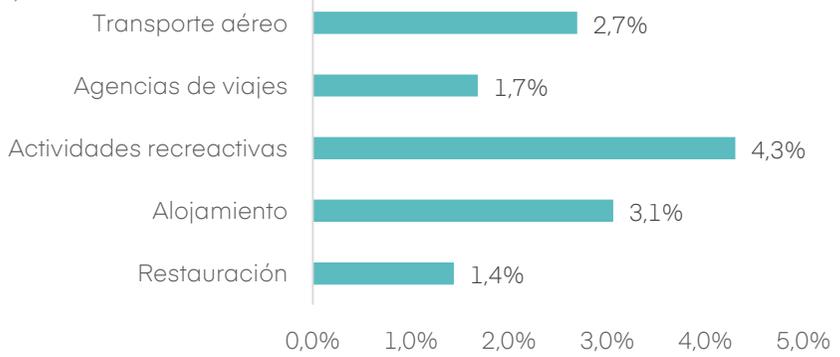
La ralentización de la demanda y la dificultad de encontrar trabajadores formados (especialmente en la restauración) sus principales causas

Afiliados a la Seguridad Social del turismo y el resto de sectores de la economía española. Variación interanual

Fuente: EXCELTUR a partir de la Tesorería General de la Seguridad Social



Turismo: incluye las ramas de alojamiento, restauración, AA.VV, transporte aéreo y ocio



Tendencias de la creación de empleo turístico

- Se relaja el dinamismo en la creación de empleo a medida que ha avanzado el verano, tal y como reflejan los ritmos de crecimiento de la afiliación del conjunto de ramas relacionadas con el turismo (+2,8% may, +2,4% jun, +2,3% jul, +2,1% ago y +2,1% sep).
- Las empresas constatan el paulatino debilitamiento en la creación de empleo turístico, según los resultados de la Encuesta de Confianza de EXCELTUR. El número de empresarios que constatan un mantenimiento del empleo se eleva al 63,9%, mientras solo el 21,8% observa una mejora del empleo, con una tendencia a menor dinamismo para el IVT de 2025.
- La restauración explica la mayor parte de la pérdida de dinamismo de la afiliación turística (+1,4%), mientras las actividades de ocio reflejan su fortaleza (+4,3%), al igual que el alojamiento, que sigue creando empleo por encima del aumento de las ventas (+3,1%), fruto del reposicionamiento de parte de la oferta hacia propuestas de mayor valor

Las empresas turísticas siguen priorizando la mejora de las condiciones laborales a través de la contratación de figuras indefinidas (el 92,6% de los nuevos contratos de este verano son indefinidos) y a tiempo completo (el 64,6%), con incrementos salariales medios pactados en convenio (+3,7% en agosto), 1 punto por encima de la inflación (+2,7%)

Gran preocupación empresarial por el aumento del absentismo, tanto por el coste para las empresas, como por la sobrecarga que generan sobre el resto de trabajadores



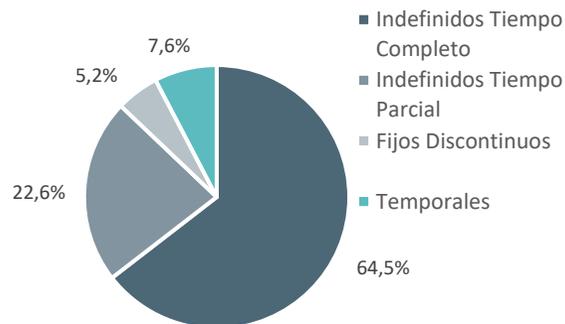
Características de la creación de empleo turístico

- Se mantiene la priorización de las modalidades de contratación indefinida (92,6% de los nuevos afiliados) y a tiempo completo (64,6%), que crecen a ritos más intensos (+3,1%), que el resto de modalidades contractuales (+1,8%), resultado del compromiso por la mejora de las condiciones laborales y atraer el talento.
- Notable incremento de los salarios pactados en convenio del conjunto de los sectores vinculados al turismo (+3,7%), que garantizan una mejora de la capacidad adquisitiva de los trabajadores turísticos, al situarse 1 punto por encima de la inflación (2,7%), dentro de una tendencia general de todos los subsectores (hostelería +3,8%, transporte +3,7% y ocio +3,5%) y por encima del resto de sectores (3,4%).
- Gran preocupación empresarial por los crecientes niveles de absentismo que, no solo incrementan los costes de operación, sino sobrecargan al resto de trabajadores, afectando al clima laboral de cada centro de trabajo. El absentismo en el sector hotelero se situaba en junio en el 7,7%, en el sector aéreo en el 6,3% y en la restauración en el 6,1%, según Randstad.

Estructura de la creación de empleo turístico en verano

Septiembre 2025

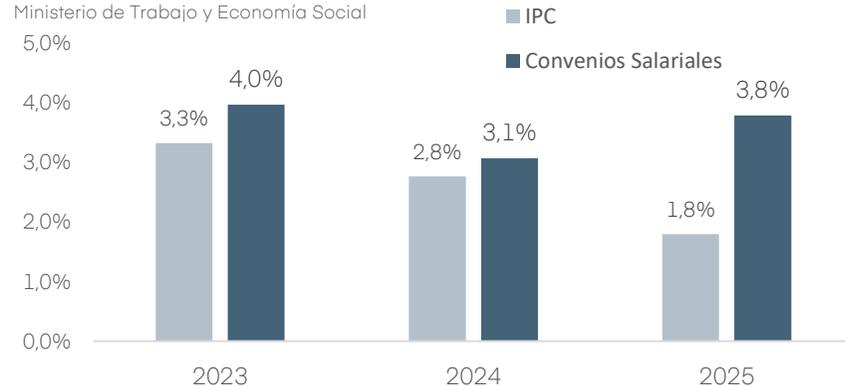
Fuente: EXCELTUR a partir de Afiliados a la Seguridad Social



Comparativa de la evolución del IPC General con los Convenios Salariales Pactados en Hostelería

Evolución 2023, 2024 y Enero-Agosto 2025

Fuente: EXCELTUR a partir de Datos de IPC del INE y Convenios del Ministerio de Trabajo y Economía Social

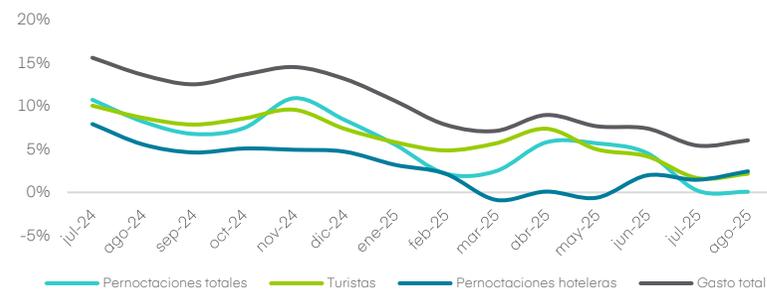


04 La demanda extranjera mantiene su papel como principal impulsor del crecimiento de los ingresos turísticos en España, bajo un positivo patrón, donde aumenta el gasto que revierte en los destinos (un +5,6% en jul-ago 25vs24), dentro de una tendencia a la moderación (el año comenzó al +10%), pero sin incrementar su presión (las noches apenas suben el +0,5%, inferior a los turistas +2,3%)

Evolución de los principales indicadores de demanda extranjera

Tv trimestral. (%)

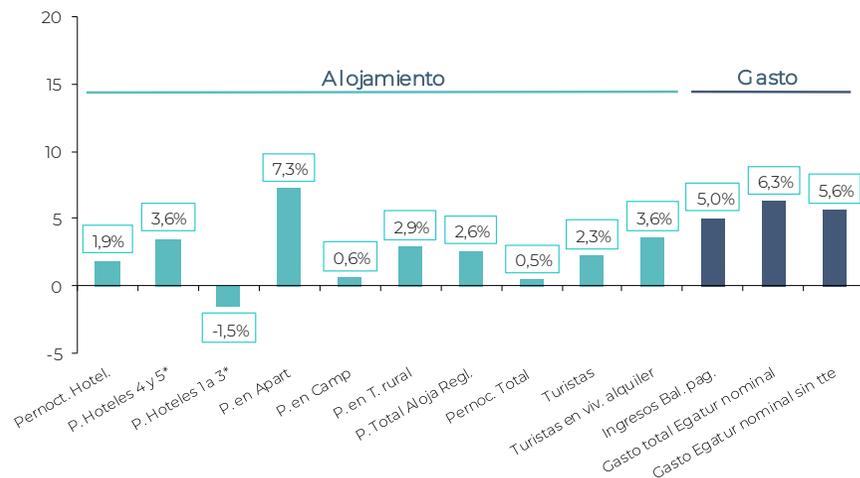
Fuente: Exceltur a partir de EOH, EGATUR y Frontur (INE)



Indicadores de demanda Extranjera en España

Tasa de variación interanual en % (julio-agosto 2025 respecto 2024)

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



La demanda internacional registra un notable aumento en el verano de 2025, pero dentro de una tendencia de normalización y basado en un patrón positivo, en el que crece más el gasto en destino (+5,6% jul-ago 25vs24) que la afluencia (las noches suben un +0,5% y los turistas +2,3%).

Se identifica una **divergencia de comportamientos en el mercado entre la afluencia a hoteles**, cuyo gasto se incrementa un +6,9%, con un aumento de turistas del +1,4% y **los que alquilan una vivienda**, donde la afluencia se incrementa el +3,6%, reflejando un todavía nulo efecto en la demanda de la reducción de la oferta por la entrada en vigor del reglamento de Ventanilla Única Digital de Arrendamientos.

Se observa un notable aumento en el uso de **casas propias, de estancias más cortas** (la afluencia sube +4,5%, pero las noches apenas suben un 0,6%), con un notable dinamismo en el gasto (+9,6%), que estaría reflejando el **desarrollo del mercado de nómadas digitales**, surgido por las oportunidades digitales consolidadas tras la pandemia.

Se aprecia un mejor comportamiento de la demanda internacional hacia los destinos vacacionales de sol y playa español, con un favorable dinamismo de **Canarias y Baleares**, respecto al resto de destinos, favorecido por el recrudecimiento de la inestabilidad en oriente medio que empieza a afectar a los destinos competidores del Mediterráneo Oriental (Turquía -1,6%)

Se acrecienta la disparidad de comportamiento por mercados internacionales en sus viajes a España, vinculado al desempeño de sus economías y el juego de los tipos de cambio.

Creciente debilidad de Alemania (-4,4% jul-ago 25vs24 en noches hoteleras), Italia (-4,0%), Centro Europa (Bélgica -3,7%, Holanda -3,6% y Suiza -1,3%) y Francia (-0,8%), compensado por el dinamismo de Reino Unido (+3,3%), Irlanda (+5,9%), Polonia (+24,4%), Portugal (+7,0%) y la larga distancia asiática (China +12,5%, Japón +11,3%) y latinoamericana (+6,8%).

Estados Unidos relaja su dinamismo (+2,0% en verano y +1,9% en el acumulado hasta agosto), respecto a los crecimientos de dos dígitos registrados en los últimos años

Pernoctaciones de turistas extranjeros en hoteles por mercados de origen

Jul-Ago 2025/2024

(Diferencia interanual en pernoctaciones y tasa de variación)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE

Mercado	TV %	Difer.	Peso (%)
UK	3,3%	503.528	26,5%
Polonia	24,4%	419.550	2,7%
Latinoamérica	6,8%	158.937	5,3%
Portugal	7,0%	152.826	2,0%
Irlanda	5,9%	103.951	3,4%
Austria	11,4%	65.763	1,1%
China	12,5%	44.403	1,1%
EEUU	2,0%	43.321	5,4%
Japón	11,3%	14.061	0,4%
Nórdicos	0,3%	5.311	5,1%
Suiza	-1,3%	-14.887	1,9%
Francia	-0,8%	-49.583	8,6%
Bélgica	-3,7%	-65.689	3,0%
Holanda	-3,6%	-111.572	4,5%
Italia	-4,0%	-131.804	4,2%
Alemania	-4,4%	-410.430	18,2%

05 Estancamiento de la demanda turística de los españoles en sus viajes por España durante el IIIT, repitiendo los registros de los dos últimos veranos (pernoctaciones en hoteles +0,2%, pernoctaciones totales 0,0%) dentro de una contención de sus niveles de consumo turístico, salvo en los productos de mayor categoría (+2,3% las noches en hoteles de 5*) y los viajes al exterior, que vuelven a crecer (+13,4% en gasto, según el Banco de España).

La demanda turística de los españoles en sus viajes por España durante el verano de 2025 se ha mantenido en los niveles de los tres últimos años, tras el fuerte repunte experimentado en 2021 y 2022. Los datos de noches en los alojamientos reglados de los meses de jul-ago del INE (principal indicador de volumen de turismo español) alcanza los 52,2 millones de noches, según el INE, repitiendo los mismos niveles de jul-ago de 2024, pero notablemente por debajo de los 58,6 millones alcanzados en 2022

El crecimiento del consumo turístico de los españoles en sus viajes por España, aproximado en los datos de tarjetas (+3,0% jul-ago 25vs24), se explica ya solo por el crecimiento de los precios, en una tendencia de desaceleración.

La menor pujanza general del consumo turístico de los españoles se refleja igualmente en la **relajación del crecimiento de la movilidad turística** por medios de transporte. El crecimiento de los pasajeros en trenes de alta velocidad se situaba en julio en el +13,3%, lejos del +23,5% de julio de 2024 y del +20% del inicio del año, mientras en vuelos interiores descendían un -1,0%, según los últimos datos publicados por el INE..

Los productos de mayor precio son los que registran un mejor comportamiento. Tanto los datos de **noches en hoteles de 5*** (+2,3% en el acumulado jul-ago de 25vs24), como los **viajes de los españoles al extranjero (+13,4% en gasto)**, en un contexto favorecido por la apreciación del dólar, son los únicos indicadores de la demanda española que crecen en este verano de 2025 .

Este comportamiento de la demanda española se ha reflejado en un **incremento del +2,4% de las agencias de viajes españolas**, en los meses de julio a septiembre, según se desprende de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR.

Pernoctaciones de españoles en los alojamientos reglados

Jul-ago. Total millones y tasa de variación en %

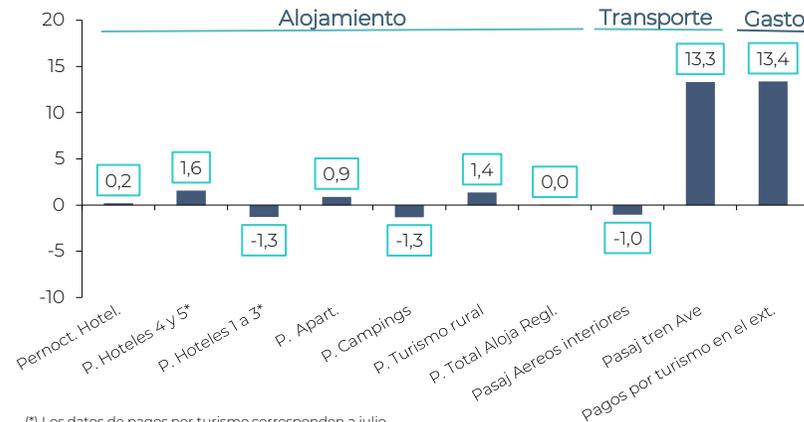
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de EOH del INE



Indicadores de demanda Nacional en España

Tasa de variación interanual en % (julio-agosto 2025 respecto 2024)

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



(*) Los datos de pagos por turismo corresponden a julio.

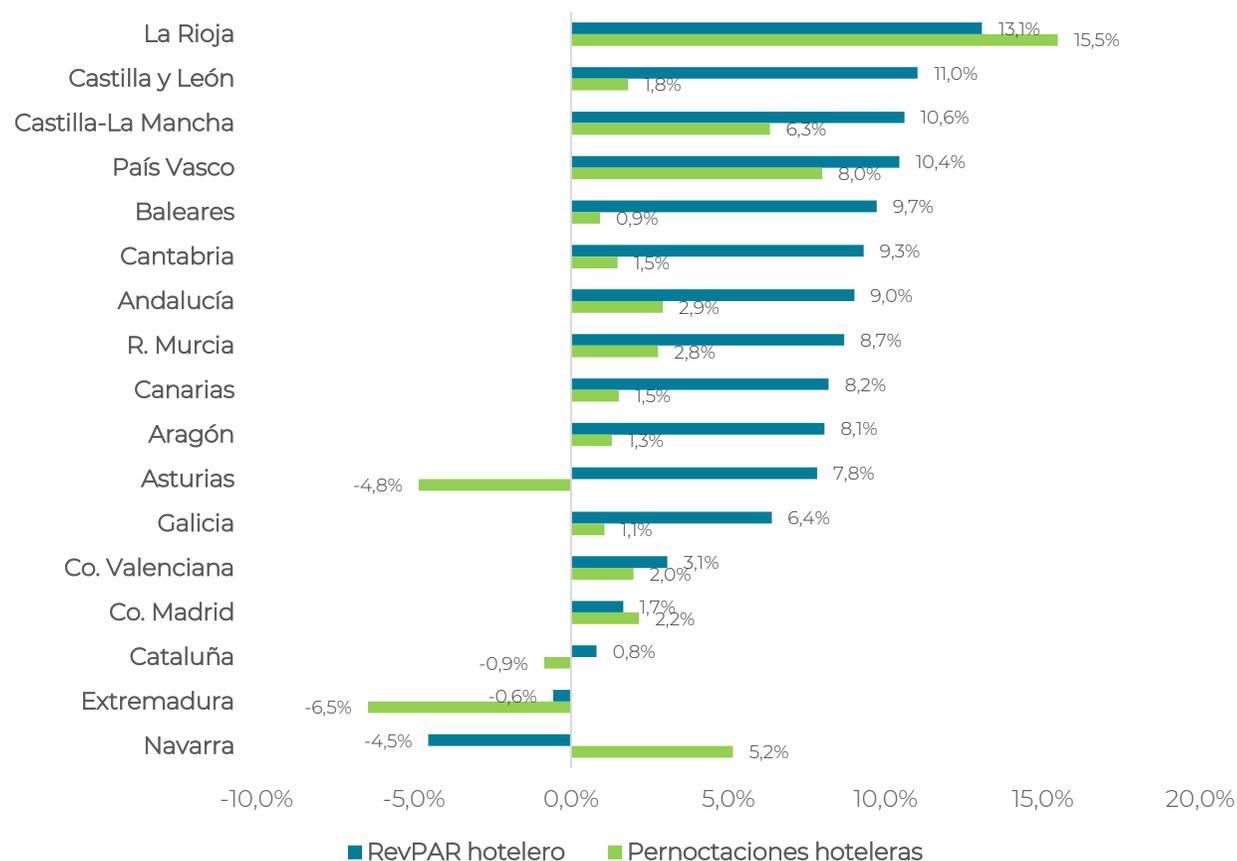
06

La Rioja (+13,1%), las dos Castillas (Castilla y León +11,0% y Castilla La Mancha +10,6%), beneficiándose de un posicionamiento basado en una favorable relación entre recursos culturales y naturales y menor precio, junto con País Vasco (+10,4%) y Cantabria (+9,3%), todas gracias a un notable aumento de la afluencia de turistas, lideran el crecimiento por comunidades autónomas de los ingresos turísticos en verano.

Baleares (+9,7%) disfruta igualmente de un buen verano en ingresos, principalmente gracias a la mejora de precios, mientras Andalucía (+9,0%), Murcia (+8,7%) y Canarias (+8,2%) observan también un crecimiento en afluencia.

Madrid (+1,7%) y Cataluña (+0,8%), que venían creciendo de forma intensa frenan esta tendencia, con ligeros aumentos de sus ingresos, en el caso de Madrid marcado por el aumento de la oferta (+1,3%), a pesar de haberse incrementado la afluencia (+2,2%), mientras Extremadura y Navarra sufren caídas.

RevPAR y pernoctaciones hoteleras por CC.AA.
TV interanual en (%) jun-ago 2025 vs 2024
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE



Se cierra un verano de 2025 mejor que el de 2024 en la práctica totalidad de destinos vacacionales españoles. Con niveles de ocupación medios ya por encima del 86,1%, la mejora de los ingresos (+8,9%) se ha explicado en la mayor parte de destinos de la costa por la mejora de precios (+7,3%), mientras la ocupación ha crecido tan solo un 1,5%, reflejándose una notable diferencia entre los productos reposicionados y de mayor diferenciación y los que no han sido renovados.

Ranking RevPAR hotelero por zonas vacacionales

Jun-ago 2025, 2024 y TV interanual (%)

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

ZONA	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2024	Dif	TV interanual
Islas De Ibiza-Formentera	207,5	193,1	14,5	▲ 7,5%
Costa Guipuzkoa	197,3	174,9	22,4	▲ 12,8%
Isla De Menorca	180,9	162,2	18,6	▲ 11,5%
Costa Del Sol	161,6	144,1	17,6	▲ 12,2%
Costa de Barcelona	158,4	161,3	-2,9	▼ -1,8%
Isla De Mallorca	155,2	142,2	13,1	▲ 9,2%
Costa De La Luz De Cádiz	138,9	137,2	1,7	▲ 1,2%
Isla De Lanzarote	128,2	116,0	12,2	▲ 10,5%
Isla De Gran Canaria	120,9	106,8	14,1	▲ 13,2%
Costa Blanca	119,8	116,4	3,3	▲ 2,9%
Costa Bizkaia	116,3	94,9	21,4	▲ 22,6%
Costa De La Luz de Huelva	115,4	109,0	6,4	▲ 5,8%
Isla De Tenerife	114,8	111,7	3,2	▲ 2,8%
Costa De Almería	109,2	92,5	16,7	▲ 18,0%
Costa Daurada	109,0	102,2	6,8	▲ 6,7%
Costa Tropical	107,5	101,4	6,1	▲ 6,0%
Costa Brava	102,5	99,7	2,8	▲ 2,8%
Isla De Fuerteventura	100,4	92,5	8,0	▲ 8,6%
Costa Valencia	98,9	98,2	0,8	▲ 0,8%
Costa Verde	74,2	68,4	5,8	▲ 8,5%
Costa Cálida	72,6	69,2	3,5	▲ 5,0%
Isla De La Gomera	64,1	64,8	-0,7	▼ -1,1%
Rías Altas	61,9	55,6	6,3	▲ 11,2%
Rías Baixas	59,5	56,3	3,2	▲ 5,6%
Costa Da Morte	55,0	52,4	2,6	▲ 5,0%
Costa A Mariña Lucense	51,4	54,4	-3,0	▼ -5,5%

Las costas vascas de Bizkaia (+22,6%) y Guipúzkoa (+12,8%) lideran el mayor dinamismo en la mejora de los ingresos, de la mano de un notable aumento de la demanda (+9,0% y +6,6%, respectivamente), facilitado por el aumento de la oferta registrada en los últimos años.

Los destinos canarios mantienen su dinamismo, con un positivo aumento de ingresos en Gran Canaria (+13,2%), Fuerteventura (+8,6%) y Tenerife (+2,8%) de la mano de un aumento de la demanda, mientras Lanzarote mejora los ingresos (+10,5%), sostenido en una mejora de precios y una reducción de la demanda (-4,1%).

Baleares cierra los meses de verano con un nuevo aumento en los ingresos (+9,7%), de mayor intensidad en Menorca (+11,5%) y Mallorca (+9,2%), con un comportamiento desigual por zonas de la isla, mientras Ibiza se incrementa un +7,5%, volviendo a liderar los ingresos por habitación de los destinos españoles y superando por primera vez los 200€ (207,5€), con una tarifa media de 240€.

La Costa del Sol (+12,2%) y la de Almería (+18,0%) registran un positivo verano en Andalucía, por encima de la Costa de Huelva (+6,4%), la Tropical de Granada (+6,0%) y la de Cádiz (+1,2%)

Los registros son más moderados en Cataluña (Costa Brava +2,8%), Costa Daurada (+6,7%) y Costa de Barcelona (-1,8%) y en el levante (Costa Blanca +2,9% y Costa de Valencia +0,8% y la Costa Cálida +5,0)



El turismo urbano se resiente durante el verano, en un contexto de altas temperaturas, que ha afectado a los viajes a las principales ciudades españolas (los ingresos apenas crecen un +1,5% de media, lejos del +8,9% de los vacacionales), con algunas de las principales en registros negativos (Valencia -6,5%, Barcelona -1,7%, Alicante -1,2%, Málaga -6,2%, Granada -1,6% y Las Palmas -14,3%) y otras desacelerando sus ritmos de avance respecto al 1er semestre (Madrid +2,9% o Sevilla +2,8%)

Ranking RevPAR hotelero por ciudades

Jun-ago 2025, 2024 y TV interanual (%)

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

CIUDAD	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2024	Dif	TV interanual
San Sebastián	209,8	185,3	24,4	▲ 13,2%
Barcelona	163,6	166,4	-2,8	▼ -1,7%
Palma de Mallorca	156,9	146,4	10,5	▲ 7,2%
Santander	137,6	129,5	8,1	▲ 6,2%
Málaga	124,4	132,7	-8,3	▼ -6,2%
Alicante	121,5	123,1	-1,5	▼ -1,2%
Bilbao	114,4	110,2	4,2	▲ 3,8%
Madrid	110,7	107,6	3,1	▲ 2,9%
Valencia	100,5	107,4	-7,0	▼ -6,5%
Gijón	91,2	82,5	8,7	▲ 10,6%
Almería	89,1	84,0	5,1	▲ 6,1%
Sevilla	79,2	77,1	2,1	▲ 2,8%
Santiago de Compostela	78,6	77,9	0,8	▲ 1,0%
Oviedo	77,2	70,2	7,0	▲ 10,0%
A Coruña	75,6	66,0	9,6	▲ 14,6%
Burgos	68,4	57,7	10,7	▲ 18,5%
Vigo	64,5	63,0	1,6	▲ 2,5%
Toledo	60,0	57,7	2,3	▲ 3,9%
Granada	54,3	55,1	-0,9	▼ -1,6%
Valladolid	53,2	47,7	5,6	▲ 11,7%
Palmas de Gran Canaria	49,9	58,2	-8,3	▼ -14,3%
Zaragoza	47,2	43,1	4,1	▲ 9,5%
Salamanca	46,3	45,2	1,2	▲ 2,6%
Córdoba	45,4	43,9	1,4	▲ 3,2%
Murcia	43,8	36,3	7,5	▲ 20,7%

Las grandes ciudades moderan el crecimiento de los ingresos, a pesar del tirón de la demanda internacional de largo radio. **Los ingresos caen en Barcelona** un -1,7%, derivado de una caída de la demanda del -0,6% y un descenso de los precios (-2,0%). **Madrid modera su incremento de ingresos hasta el +2,9%** (lejos de los dos dígitos del inicio del año), en un contexto de aumento en la demanda (+2,3%), pero con caídas en la ocupación media (-2,2%), derivado del aumento de la oferta.

La caída de los ingresos afecta a ciudades del sur y de la costa levantina. **Es el caso de Valencia -6,5%**, con una caída en la demanda, y de **Alicante -1,2%** y **Málaga -6,2%**, donde a pesar de haberse incrementado la demanda, han descendió los ingresos por un descenso en los precios, en un contexto de fuerte aumento de las viviendas de uso turístico.

Las ciudades vacacionales del norte son la que registran un mayor dinamismo de sus ingresos, favorecidos por las altas temperaturas del resto de España. **Destaca el dinamismo de San Sebastián (+13,2%)**, que eleva la brecha como destino urbano de mayor REVPAR en España), **Santander (+6,2%)**, **Gijón (+10,6%)** y **A Coruña (+14,6%)**.

La ciudad de **Palma de Mallorca (+7,2%)** mejora sus ingresos hasta alcanzar el tercer puesto entre las ciudades con mayor ingreso por habitación de España



07 El verano ha sido testigo de una incipiente reducción del -3,7% (agosto 25 vs agosto 24) de la oferta de viviendas turísticas en las 25 principales ciudades españolas, fruto de la positiva entrada en vigor de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos y los esfuerzos crecientes en algunos destinos (Ibiza, Valencia, Palma, Madrid y los realizados desde hace años por Barcelona o San Sebastián) por erradicar la oferta ilegal

Plazas en viviendas de uso turístico en las 25 principales ciudades españolas.

Volumen total y tasas de variación interanuales (%)

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de AirDNA e INE



* Los datos se refieren al número de plazas en VUTs. Las mismas han sido calculadas a partir de la publicación de listings de AirDNA y su estructura por cada tipología (casas completas, habitaciones privadas y habitaciones compartidas) para cada ciudad analizada, utilizando los datos del Instituto Nacional de Estadística de plazas por cada tipología para la conversión de listings a plazas

La entrada en vigor de la ventanilla única digital de arrendamientos empieza a generar un efecto positivo en la eliminación de la ingente oferta ilegal de viviendas turísticas que operaba en las plataformas de comercialización on-line en las 25 principales ciudades españolas, objeto de seguimiento por parte de EXCELTUR, por sus negativos efectos sobre la convivencia y el acceso a la vivienda.

En agosto de 2025 existía un total de 91.774 anuncios de alojamientos para alquiler de corta estancia (con la dificultad creciente de diferenciar los turísticos de los de temporada) en las plataformas on-line las 25 principales ciudades española, 73.719 viviendas completas y 18.055 habitaciones, hasta sumar un total de 364,257 plazas, un -3,7% inferior a las de agosto de 2024 y un -2,4% respecto a las del mes de julio de 2025.

Desde EXCELTUR valoramos muy positivamente este paso dirigido a erradicar la ilegalidad en la prestación de servicios de alojamiento turístico que, como en el resto de servicios turísticos, debe someterse a la legislación urbanística y de ordenación turística vigente en cada destino, con el fin de preservar el equilibrio con los residentes y garantizar una cobertura y un estándar de servicios a los turistas.

Un primer avance en una necesaria dirección que esperamos se intensifique en los próximos meses. Para ello es determinante tanto el cumplimiento de la legalidad de todos aquellos agentes que lo hacen posible (especialmente de las plataformas on-line) que, hasta la fecha, se han beneficiado de la comercialización de viviendas que no cumplían con las normas existentes, como de la determinación de las comunidades autónomas y locales para hacerlas cumplir con los medios necesarios.

Plazas en viviendas de alquiler turístico en plataformas en las 25 principales ciudades españolas. Agosto 2025

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

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA e INE

Ciudades	Agosto 2025		
	Volumen Plazas	Dif interanual N° plazas	TV interanual % plazas
Total 25 ciudades	364.257	-14.156	-3,7%
Madrid	73.872	-5.391	-6,8%
Barcelona	64.535	3.323	5,4%
Málaga	40.587	903	2,3%
Valencia	33.057	-4.227	-11,3%
Sevilla	31.726	-27	-0,1%
Alicante	17.682	-1.661	-8,6%
Granada	15.628	95	0,6%
Córdoba	10.120	-78	-0,8%
Las Palmas de Gran Canaria	10.575	635	6,4%
Santander	6.912	-862	-11,1%
Gijón	6.875	-883	-11,4%
Palma de Mallorca	6.134	-1.293	-17,4%
San Sebastián	6.386	-313	-4,7%
Bilbao	5.514	226	4,3%
Murcia	4.306	-715	-14,2%
Zaragoza	4.208	-186	-4,2%
Almería	4.415	-124	-2,7%
A Coruña	3.086	-1.198	-28,0%
Oviedo	3.978	-150	-3,6%
Toledo	3.274	-306	-8,5%
Ibiza**	1.904	-1.320	-40,9%
Santiago de Compostela	2.615	-570	-17,9%
León	3.126	209	7,2%
Pamplona	2.229	-258	-10,4%
Valladolid	1.512	13	0,8%

La salida de anuncios de viviendas turísticas del mercado está siendo muy desigual por destinos, en función de la prioridad política concedida por los equipos autonómicos y locales. Destacan los casos de:

- **Ibiza**, donde la creación de una oficina de intrusismo ha permitido reducir de forma notable la ilegalidad,
- **Barcelona y San Sebastián**, que desde 2017 llevan años ordenando urbanísticamente el fenómeno e invirtiendo en su cumplimiento.
- El anuncio del **nuevo Plan Reside en la ciudad de Madrid y el incremento de las multas**, a pesar de que todavía buena parte de los alojamientos comercializados turísticamente no cumplen las normas vigentes.
- **Palma de Mallorca**, en un contexto de esfuerzo por parte de la ciudad y el Consell Insular.

Todavía múltiples destinos necesitan incrementar y reforzar los instrumentos (personal de inspección, sistema sancionador y agilidad en la denuncia) para acabar con aquellos anuncios que no cuentan con el registro que verifica su cumplimiento normativo..

Se aprecian dos tendencias preocupantes para superar la nueva normativa de registro:

- **Un aumento de la ilegalidad en el alquiler de habitaciones** Un ejemplo es **Barcelona**, que vienen luchando con éxito frente a la ilegalidad del alquiler turístico (mantiene un control de la oferta de viviendas completas cercanas a las que marca su Plan de Alojamiento (9.500), mientras las habitaciones han aumentado notablemente (1.000 en el último año).
- **La solicitud de números de registro de alquiler de temporada para operar en el mercado turístico, evitando así la legislación turística y urbanística que las regula.** Un fenómeno muy difícil de ser identificado sin la colaboración de las plataformas que las comercializan.



Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

PREVISIONES PARA EL IVT Y EL
CONJUNTO DE 2025

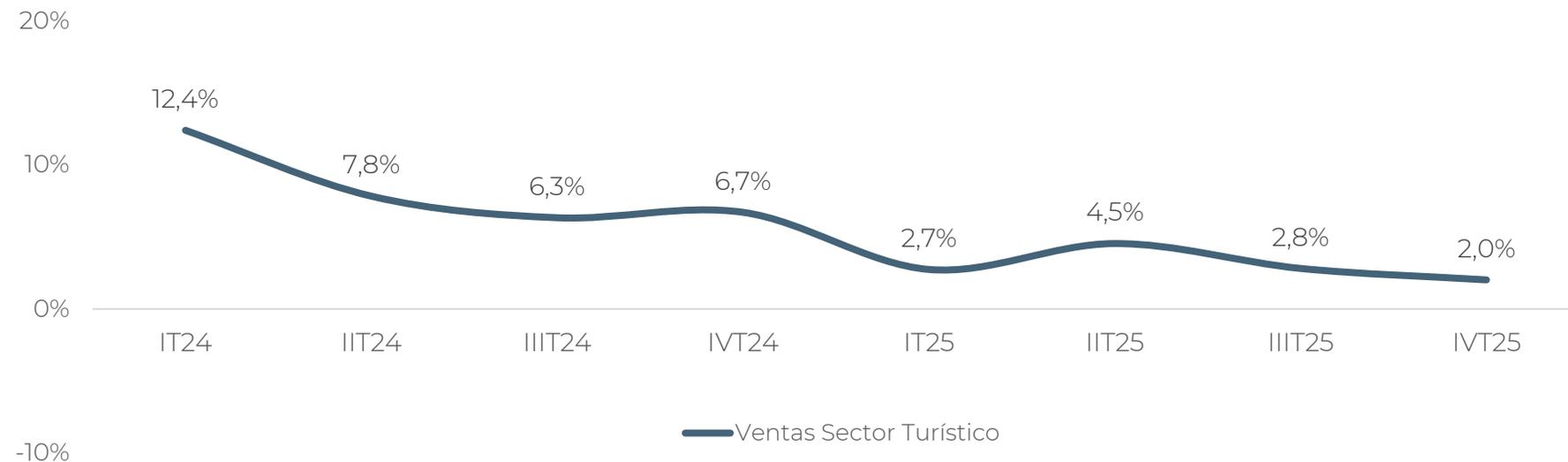
08 El cuarto trimestre de 2025 apunta el mantenimiento de la desaceleración de los ritmos de crecimiento de las ventas en España de las empresas turísticas hasta el +2,0%, por debajo del +2,8% que cerró el verano, según la Encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR, cerrada el 1 de octubre.

Las expectativas empresariales recogen las implicaciones del contexto geoeconómico internacional sobre el gasto turístico de familias y empresas, con especial incidencia en el debilitamiento de algunos mercados clave para España, como son Alemania, Francia e Italia, junto con una menor fortaleza del mercado de Estados Unidos, afectado por la depreciación del dólar, y del propio mercado nacional.

Variación de las ventas de las empresas turísticas españolas

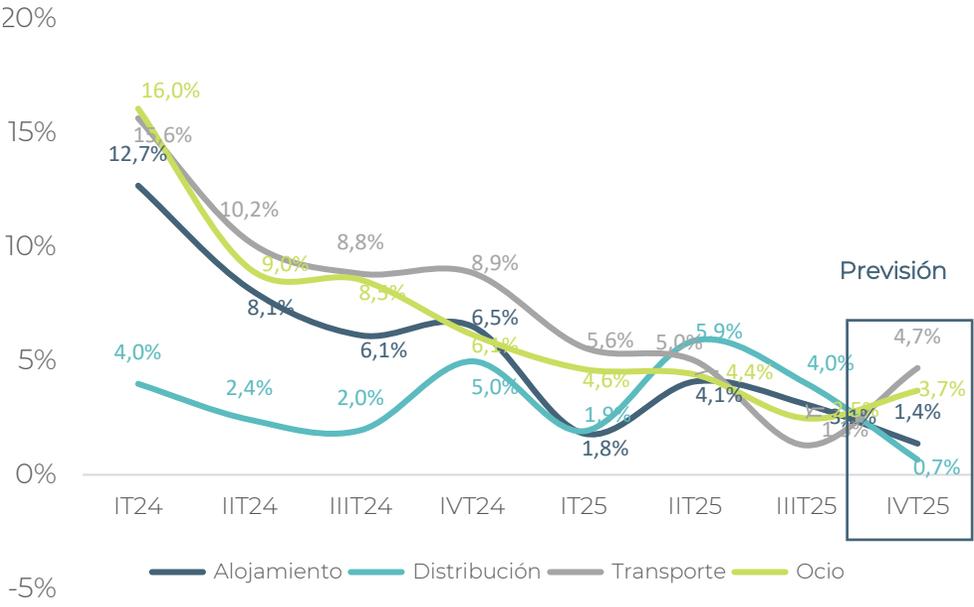
Variación interanual (en %) Total Sector Turístico.

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (Oct25)

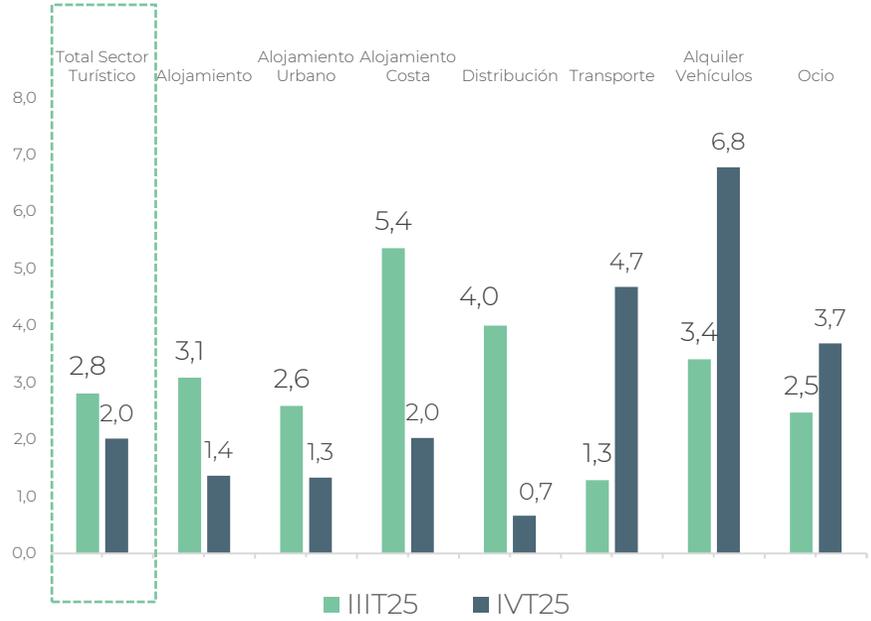


Las expectativas de los empresarios turísticos sobre la evolución de sus ventas para el IVT de 2025 difieren notablemente por subsectores y empresas. Mientras las instituciones y empresas relacionadas con el ocio y las empresas de transporte descuentan un repunte de sus ventas para el IVT respecto al IIIT de 2025 (del +2,5% al +3,7% y del +1,3% al 4,7%, respectivamente), los hoteles acusan una desaceleración (del +3,1% en el IIIT al +1,4% en el IVT), tanto en destinos urbanos como vacacionales, en línea con las agencias de viajes (del +4,0% en el IIIT al +0,7% en el IVT), afectado por un calendario menos propicio para las escapadas del mercado nacional.

Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores
 Variaciones interanuales (en %)
 Niveles de facturación. Variación interanual (en %)
 Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (Oct 2025)



Variación de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores
 Variaciones IIIT25 vs IIIT24 y IVT25 vs IVT24 (en %)
 Niveles de facturación. Variación interanual (en %)
 Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (Oct 2025)

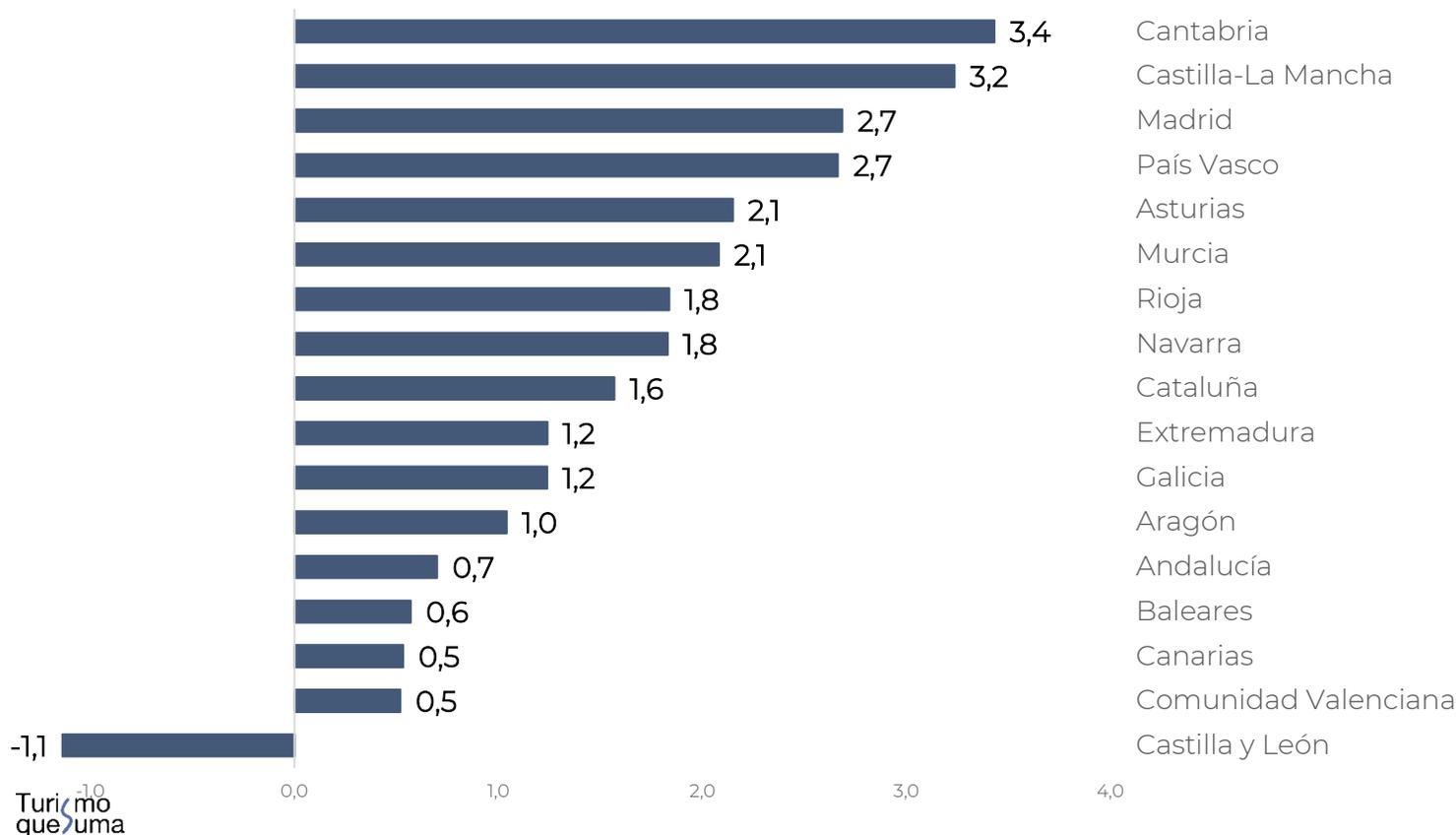


09 Moderación generalizada en las expectativas empresariales por destinos para el último trimestre del año. Algunos destinos de interior y del norte registran las expectativas más positivas; Cantabria (+3,4% ventas IVT 25v24), Castilla-La Mancha (+3,2%), País Vasco (+2,7%) y Madrid (+2,7%), mientras los destinos del litoral descuentan mejoras mucho más tenues (Andalucía +0,7%, Baleares +0,6%, Canarias +0,5%, y la Co Valenciana 0,5%).

Previsiones de ventas por CC.AA. para el IVT de 2025

Niveles de ventas. Variaciones interanuales (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (oct 2025)



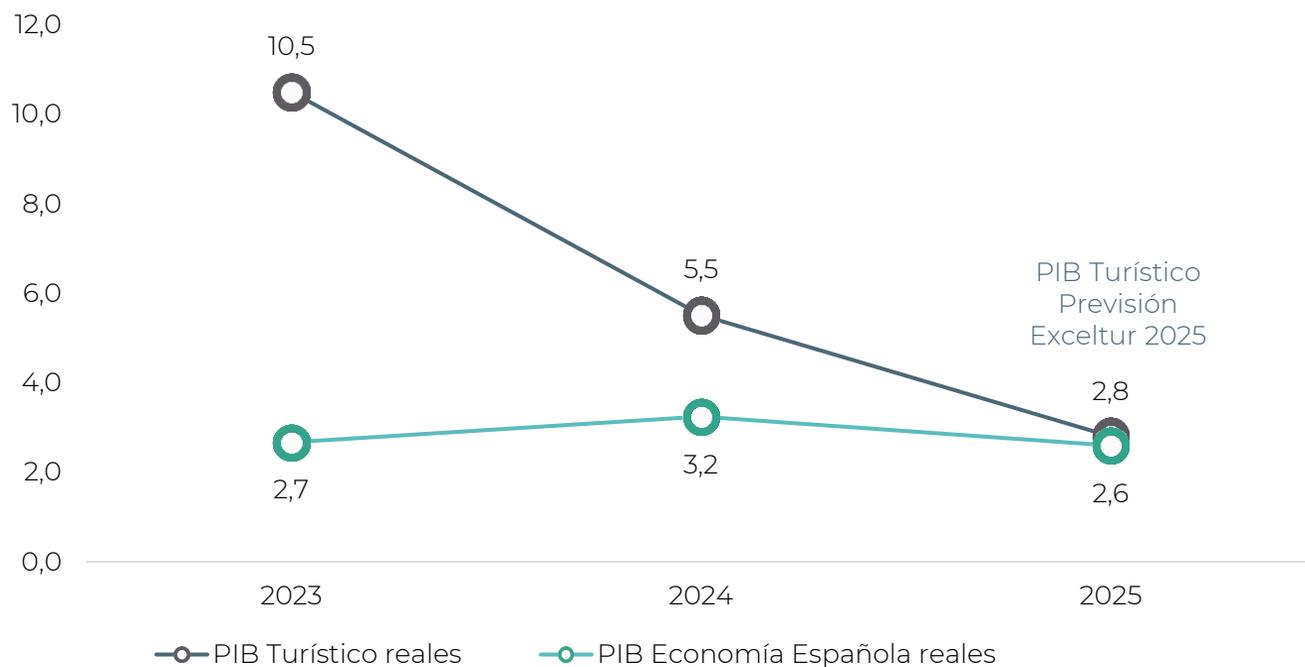
10 La tendencia a la moderación de los ritmos de crecimiento esperada por los empresarios para el IVT de 2025, tras un verano menos dinámico de lo previsto por la menor fortaleza de la demanda nacional y la debilidad de algunos mercados clave para España, nos lleva a revisar a la baja la estimación del crecimiento del PIB turístico para 2025 hasta el +2,8%, respecto al +3,3% que estimábamos en julio.

De confirmarse estas previsiones y a pesar de ser un registro positivo, el dinamismo del turismo se situaría en los niveles medios de la economía española (+2,6%, según el Banco de España y +2,7%, según el Gobierno), dejando de ejercer de dinamizador neto del crecimiento del PIB español, como ha hecho en los últimos 3 años.

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)



Generación de actividad económica prevista por el Turismo en 2025

- **219.068 mlls €** el valor del PIB turístico previsto en 2025 en España
- **+2,8%** respecto a los niveles de actividad turística de 2024
- **13,1%** el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española (máximo en la serie histórica)
- **4.862 mlls €** la ganancia en términos reales (eliminando el efecto de los precios) de actividad turística en 2025 respecto a 2024.



Exceltur

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

VALORACIÓN EMPRESARIAL DE
ACCIONES DE POLÍTICA
TURÍSTICA ANTE LA NUEVA
ETAPA DE NORMALIZACIÓN DE
LA DINÁMICA DEL TURISMO

El sector turístico español confirma el inicio de una nueva etapa de normalización



La evolución de los indicadores turísticos del verano y las previsiones para el cuarto trimestre de 2025 **confirman la etapa de normalización en el comportamiento del sector turístico español**, tras los intensos ritmos de crecimiento experimentados en los últimos tres años. Se consolida **un patrón de crecimiento más relacionado con los fundamentos macroeconómicos y la evolución de la renta de familias y empresas**, tal y como venimos observando desde los meses de primavera.

Una normalización que se produce en un momento de **positivos resultados empresariales y con todos los indicadores turísticos muy por encima de los niveles prepandemia**. Los efectos macroeconómicos del menor dinamismo del turismo ya se han dejado notar en la economía española, tanto por su menor empuje sobre el PIB de España, como sobre la creación de empleo, inferior en agosto y septiembre a la media del resto de sectores de actividad, por primera vez desde 2020.

Este menor dinamismo debe entenderse como **un acicate para impulsar de forma más decidida las actuaciones de política turística y empresarial necesarias para generar un turismo de mayor valor integral (económico, social y ambiental)**, que no necesariamente se base en más afluencia y avance en los indicadores que reflejan una contribución inteligente y sostenible: **mayor valor añadido, más y mejor empleo, reducción de la huella ambiental y equilibrio con la preservación de la calidad de vida de los residentes**.

Revertir esta tendencia e impulsar un nuevo ciclo de crecimiento en valor integral pasa por **acelerar una política de Estado en favor del turismo, que afronte los retos pendientes, a la vez que consolide actuaciones dirigidas a facilitar la inversión pública y privada para seguir mejorando la oferta (en vez de nuevos impuestos o penalizaciones) y sistemas más avanzados para la gestión de la incidencia del turismo en los destinos**.

La temporada turística de 2025 viene reflejando los positivos resultados económicos y sociales de los destinos y empresas que han adoptado por estrategias y acciones en favor de la creación de productos diferenciales, en espacios públicos atractivos y en los que el turismo es integrado de forma prioritaria en la toma de decisiones de políticas clave de sus equilibrio con la sociedad y sus territorios (urbanísticas, de movilidad, de accesibilidad, de dinamización económica, de formación, de marketing, de reducción de la huella ambiental...).

Desde EXCELTUR seguimos trabajando para hacer posible que cada vez más empresas y destinos avancen hacia estos principios con los que propiciar un mejor turismo que, bajo la iniciativa Turismo Que Suma, aporte el mayor valor integral a futuro.

Desde esta lógica, los meses de verano han puesto de manifiesto la necesidad de acelerar las acciones en una serie de ámbitos clave que venimos identificando desde hace tiempo y que manifestamos, concretados en:

1. El detalle de acciones y presupuestos de la **Estrategia Turismo Sostenible España 2030**, como plan de acción del Gobierno de España en favor del turismo, tras la acertada celebración de la Comisión Interministerial de Turismo, órgano que no era convocado desde 2012 y su presentación prevista para el 8 de octubre en Cáceres.
2. La prioritaria inversión en la mejora de las grandes infraestructuras de transporte que dan acceso a los destinos españoles, tras los lamentables incidentes y trastornos generados a los viajeros durante el verano.
 - En el caso de AENA y siguiendo su condición de monopolio público, priorizando en sus inversiones y decisiones de contratación operativa el interés general y la calidad de servicio a los viajeros y operadores versus la maximización de su beneficio. No son aceptables las continuas colas en los controles de seguridad, ni la escasez de medios para la limpieza, de unos concursos en los que prima el ahorro de costes frente a la necesaria excelencia en el servicio que demandan sus usuarios y la imagen turística de España.
 - En el caso de ADIF, agilizando las inversiones para adecuar el aumento de las conexiones y frecuencias a las infraestructuras necesarias para garantizar el adecuado tránsito de los pasajeros ferroviarios, tras la apuesta estratégica por la alta velocidad sufragada en buena parte con los presupuestos generales del Estado.
3. La puesta en marcha de una iniciativa de regeneración urbana en una muestra seleccionada de los destinos pioneros de primera generación (la venimos reclamando bajo la denominación Plan Turismo Litoral 2030) que, bajo el liderazgo del Gobierno de España, el apoyo de las comunidades autónomas y el compromiso de aplicación de sus municipios permita abrir un proceso para su reposicionamiento y mejora de su propuesta de valor turístico, social y ambiental.

4. La **cancelación de la aplicación de nuevas tasas, incrementos de las existentes y recargos a las empresas turísticas** (como los incrementos de las existentes en Cataluña y Baleares, o la introducción en el País Vasco, municipios canarios como Arona, gallegos o lo que se plantea en algunas ciudades andaluzas y de Castilla-La Mancha) en un contexto en el que no han demostrado su utilidad para gestionar los flujos turísticos y pueden mermar los resultados empresariales en un contexto de normalización del mercado.

5. La **consolidación de los positivos efectos de la implantación del registro único de alquileres de corta duración para erradicar la ilegalidad en la comercialización turística de viviendas** y sus problemas conexos sobre el acceso a la vivienda y la convivencia vecinal, en dos líneas:

- **Obligando, por fin, a las plataformas on-line de comercialización a cumplir con la legislación vigente**, tras años de lucrarse intermediando ofertas ilegales y sin el número de registro oficial que les identifique.
- **Estableciendo de forma clara en la Ley de Arrendamientos Urbanos la diferencia entre el alquiler de temporada y el turístico**, para evitar que con los números de registro de temporada se alquile turísticamente, infringiendo las leyes autonómicas y locales.

6. El apoyo a la CEOE y resto de asociaciones empresariales para revertir el crecimiento de unos niveles de absentismo (principalmente de incapacidad temporal), que no solo están incrementando los costes de las empresas y del sistema de la Seguridad Social, si no que suponen una carga adicional para las personas de los equipos que responden diariamente a sus obligaciones laborales.

Ello es especialmente necesario, cuando por parte de algunos miembros del Gobierno se ha planteado mejorar las condiciones laborales, a través de la reducción de la jornada laboral, aspecto que desde EXCELTUR hemos defendido debe formar parte de la negociación colectiva.





Exceltur

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 94

Octubre 2025

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL VERANO (IIIT)
Y PERSPECTIVAS PARA EL IVT DE
2025