NOTA DE PRENSA

7 de octubre de 2025

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

- El turismo ralentiza su dinamismo en España durante 2025, cerrando los meses de verano con un crecimiento del PIB turístico del +2,8%, por el +3,3% que registró el IIT, consolidando el proceso de normalización de su comportamiento, que se inició a comienzos del año y con registros positivos en ventas y resultados.

- Los empresarios turísticos descuentan un cuarto trimestre de 2025 con una nueva moderación de los ritmos de crecimiento, lo que nos lleva a revisar a la baja la estimación del aumento del PIB turístico del conjunto del año hasta el +2,8%, por debajo del +3,3% que presentamos en el mes de julio, asimilándose al crecimiento medio de la economía española (2,6%-2,7%).

- De confirmarse estas cifras, el turismo dejaría de ejercer de contribuidor neto al crecimiento de la economía española, tras tres años de 2021 a 2024 en los que el turismo ha explicado el 52,6% del aumento del valor añadido real en España.

- Se abre, de esta manera, un nuevo escenario caracterizado por positivos resultados empresariales cuyos ritmos de crecimiento estarán cada día más asociados a la evolución de los condicionantes macroeconómicos y la capacidad de inversión de empresas y destinos en propuestas de mayor valor que justifiquen una mayor contribución sin mayor afluencia, ante la situación de colmatación que presentan algunos destinos, especialmente en temporada alta.

- En este contexto, desde EXCELTUR defendemos la necesidad de seguir trabajando de forma conjunta, sector público y privado, en estrategias y acciones que favorezcan la mejora de la contribución del turismo, la experiencia de los turistas y la calidad de vida de la sociedad y evitar medidas punitivas y nuevas cargas fiscales que solo pueden ahondar en un debilitamiento de la competitividad de un sector, que debe seguir aportando a la prosperidad de los españoles.

A. Valoración turística empresarial del verano (IIIT) de 2025

- 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 de los principales mercados.

- A pesar de la normalización, se cierra un verano positivo para las empresas turísticas españolas, con resultados mejores a los registrados en 2024, que ven cómo se van relajando 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), sostenidos principalmente por la traslación a los precios de las políticas de inversión en mejora de producto de los últimos años.

- 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 para la comercialización directa y mayor eficiencia y escala operativa, lo que hace que los resultados medios expuestos deban leerse con cautela

- 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, acorde con la reducción de los niveles de confianza empresarial (12,8 IIIT por el 30,9 del IIT).

- 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 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.

- 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%).

- Se acrecienta la disparidad de comportamiento por mercados internacionales en sus viajes a España. 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).

- Se estanca la demanda 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 (+13,4% en gasto, según el Banco de España).

- 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%), Cantabria (+9,3%) y las comunidades del sol y playa Baleares (+9,7%), Andalucía (+9,0%), Murcia (+8,7%) y Canarias (+8,2%) lideran el crecimiento de los ingresos turísticos en verano.

- El turismo urbano se resiente durante el IIIT, 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 jun-ago 25vs24, 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 (Madrid +2,9% o Sevilla +2,8%)

- 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 desiguales de los responsables públicos de los diferentes destinos para luchar contra la ilegalidad. Destaca el esfuerzo por erradicarla de Ibiza, Valencia, Palma, San Sebastián, Barcelona y, más recientemente, de Madrid.

B. Previsiones para el IVT de 2025

- 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% del IIIT, según la Encuesta de confianza empresarial de EXCELTUR cerrada el 1 de octubre), reflejando el efecto del complejo escenario geoeconómico internacional sobre el gasto turístico de familias y empresas, con especial incidencia en algunos mercados clave para España (Alemania, Francia e Italia, Estados Unidos y el propio mercado nacional).

- 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% en ventas IVT 25vs24), 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%).

C. Previsiones para el PIB turístico del conjunto de 2025

- Revisamos a la baja la estimación del crecimiento del PIB turístico para 2025 hasta el +2,8% respecto al +3,3% que estimábamos en el mes de julio, derivado de 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 el descenso de algunos mercados internacionales claves para España.

- De confirmarse estas previsiones y siendo un registro positivo en el actual contexto económico, 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 gran dinamizador de la economía española, como ha hecho en los últimos 3 años.

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 cuatro 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 contexto 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, restricciones o penalizaciones) y sistemas más avanzados para la gestión** de la incidencia del turismo en los destinos.

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 señalando 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, turistas y residentes, 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** 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, con la llegada de los nuevos operadores ferroviarios, a las infraestructuras necesarias para garantizar el adecuado tránsito de los pasajeros,** 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 sol y playa 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 derogación 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, 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 el actual 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 turístico 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.

Departamento de Comunicación
EXCELTUR - Alianza para la Excelencia Turística
Telf. 91 523 76 00
E-mail: comunicacion@exceltur.org
www.exceltur.org
https://turismoquesuma.es/