



Exceltur

Alianza para
la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 95

ENERO 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2025
Y PERSPECTIVAS PARA 2026

Índice de contenidos

Balance empresarial del año 2025

(Pág.3)

- 01** Positivo año 2025 con un crecimiento del PIB turístico del 2,5%, por debajo de la economía española (Pág.4)
- 02** El turismo lidera el aumento de la productividad (Pág.5)
- 03** Mejoran más los resultados que las ventas, con crecientes diferencias entre compañías (Pág.7)
- 04** El transporte, el ocio y los hoteles de costa los sectores que registran un mejor balance anual (Pág.8)
- 05** El turismo extranjero aumenta su distancia con el nacional (Pág.9)
- 06** El turismo extranjero avanza más en gasto que en afluencia, mientras desciende su estancia (Pág.10)
- 07** La demanda nacional se estanca en España y crece en sus viajes al exterior (Pág.12)
- 08** La presión turística se reduce en 2025, propiciando un turismo más equilibrado (Pág.13)
- 09** Las viviendas turísticas racionalizan su comportamiento gracias a la Ventanilla Única de Arrendamientos (Pág.14)
- 10** Los destinos vacacionales cierran un mejor balance que los urbanos (Pág.16)

Previsiones para 2026

(Pág.19)

- 11** El PIB turístico volverá a crecer en 2026 a ritmos similares a los de 2025 (Pág.21)
- 12** Se espera un 2026 de mejora en resultados empresariales, algo menos intensa que en 2025 (Pág.22)
- 13** Viviendas turísticas, absentismo y más impuestos lo que más preocupa a los empresarios para 2026 (Pág.23)
- 14** Empresas de ocio y hoteles de costa con las mejores perspectivas (Pág.24)
- 15** La Comunidad Valenciana, la Región de Murcia y Baleares (reflejan las expectativas más positivas (Pág.25)

2026: SUPERAR LA NORMALIZACIÓN DEL MERCADO A TRAVÉS DE LA EXCELENCIA

(Pág.27)



Exceltur

Alianza para
la excelencia turística

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
AÑO 2025

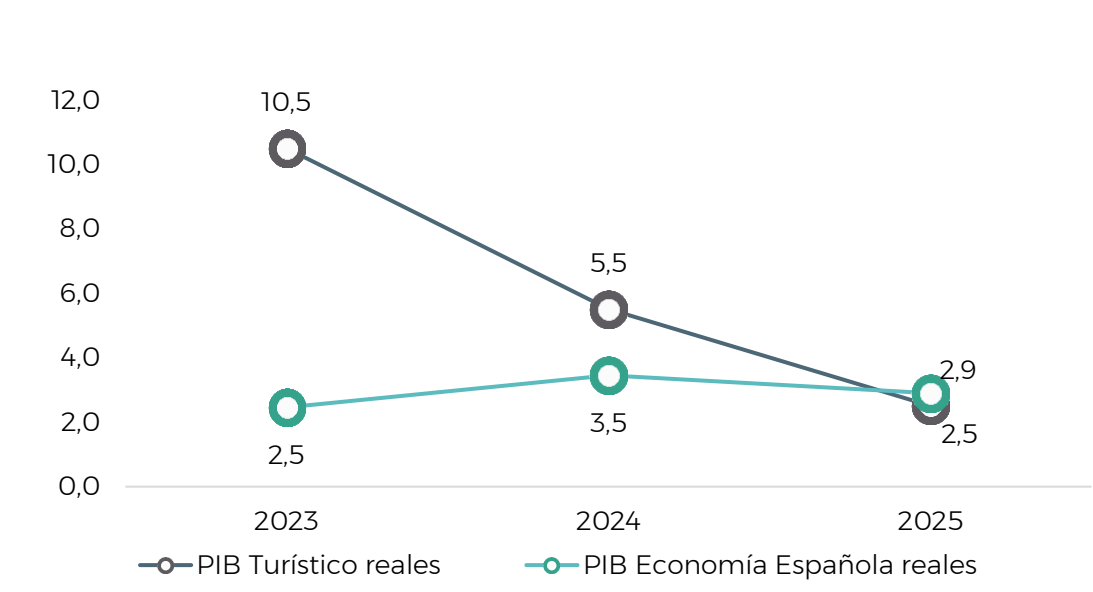
01 El turismo cierra un positivo año 2025 con un crecimiento real del PIB del +2,5%, dando continuidad al proceso de normalización de la evolución de su actividad, si bien por debajo del comportamiento de la economía española (+2,9% espera el Banco de España que cierre el año).

A medida que ha avanzado el año 2025 la actividad turística en España ha venido normalizando sus ritmos de crecimiento, con un cuarto trimestre que consolida esta tendencia, dentro de un comportamiento cada vez más diferencial entre la demanda extranjera, que sigue tirando (+6,8% en gasto hasta noviembre), pero con menor intensidad, y la española que cierra el año con un estancamiento de su gasto en España (-0,4%, el acumulado hasta septiembre).

Como resultado de ello, el turismo cierra 2025 con un crecimiento real del +2,5% (0,3 puntos por debajo de nuestra última a previsión de oct 25), tras crecer un 5,5% en 2024 y un 10,5% en 2023. Este aumento de la actividad turística real se sitúa ligeramente por debajo del crecimiento real de la economía española estimado por el Banco de España (2,9%), aunque por encima de su crecimiento nominal, (un +6,1% creció el PIB turístico incluyendo los precios, por el 5,5% del PIB nominal del conjunto de la economía española, según el Banco de España).

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

Fuente: Exceltur (ene 2025), CST (INE), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (dic 2025)
(En %)





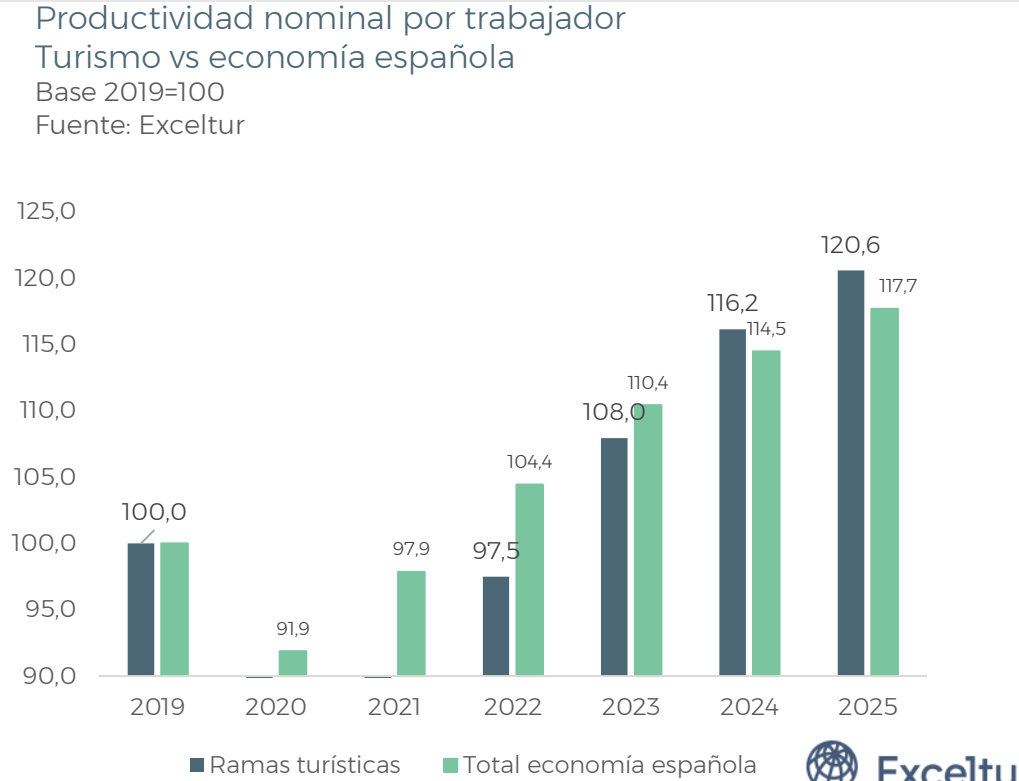
Contribución del turismo a la economía española en 2025

- 218.459 mlls € de PIB turístico durante 2025, estimación de EXCELTUR
- +2,5% de crecimiento real respecto a los niveles de actividad turística de 2024 (2.9% la economía española).
- +6,1% de crecimiento nominal en relación con los valores de 2024, gracias al mayor aumento de los precios (+5,5% la economía española).
- 13,0% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española (esta estimación no recoge el valor de la última Cuenta Satélite del Turismo, elaborada por el INE hasta 2024)

02 2025 ha reflejado un crecimiento turístico más cualificado, liderando el crecimiento de la productividad del trabajo en la economía española (+3,8% en 2025vs 2024, respecto al +2,8% de la media de España), consecuencia del esfuerzo en inversión de las empresas para reposicionar sus productos hacia segmentos de mayor valor añadido y el aprovechamiento en el incremento de la eficiencia operativa a través de la tecnología.

El modelo de crecimiento en valor añadido a partir de un intenso esfuerzo inversor en mejora de producto ha permitido **una intensificación en el crecimiento de la productividad por empleado en las empresas turísticas (+3,8%), así como por hora trabajada (+3,2%) en 2025**, en ambos casos por encima del aumento en media del resto de sectores de la economía española (+2,8% y +0,7%, respectivamente), liderando el avance en uno de los retos estructurales más demandados para la generación de un mayor nivel de prosperidad social a largo plazo.

El cambio estructural que han experimentado las actividades turísticas se percibe mejor comparándolo con los valores prepandemia. **La productividad real por hora trabajada en las empresas turísticas se sitúa un +48,6% por encima del valor de 2019 (la media de España un 37,1%)** y la productividad por empleado un +20,6% (un +17,7% en el total de España).



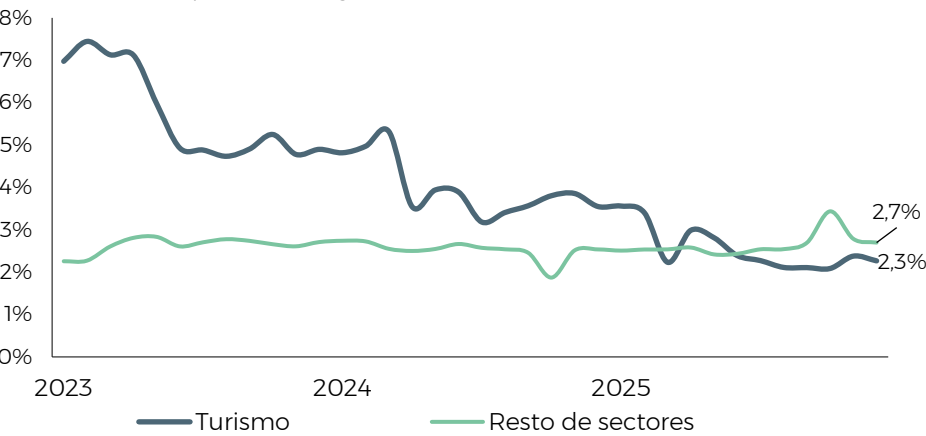
...y la creación de un empleo (47.815 afiliados más a dic) cada vez más estable (el 91,9% de los nuevos contratos son indefinidos) y mejor remunerado (la subida media en convenio asciende al 3,9%), aunque a ritmos inferiores (+2,3%) a los del resto de sectores de la economía española (+2,7%), por primera vez desde antes de la pandemia.

La senda de un crecimiento más cualificado del sector turístico español en 2025 se manifiesta a través de los principales indicadores disponibles de su creación de empleo. En un contexto en el que las empresas turísticas mantienen una senda positiva de creación de empleo (acaban diciembre con **47.815 afiliados más que en 2024**), aunque desde julio por debajo de los ritmos del resto de la economía española), los nuevos empleos turísticos reflejan una notable mejora de sus condiciones. Las empresas turísticas están:

- **primando la estabilidad en la contratación** (el 91,9% de los nuevos contratos son indefinidos y la tasa de temporalidad se mantiene en valores mínimos del 7,6%) por encima del resto de sectores en España (donde el 23,3% de los nuevos contratos son temporales y la tasa de temporalidad se sitúa en el 12,3%).
- **incrementando los salarios** (+3,9% del crecimiento medio pactado en convenio) por encima del resto de sectores (+3,4%) y permitiendo una ganancia de capacidad adquisitiva de 1 punto, tras cerrar la inflación en diciembre en el 2,9%

Productividad nominal por trabajador
Turismo vs economía española

Tasas de variación interanual
Fuente: Exceltur a partir de la Seguridad Social



Avance en condiciones laborales en 2025

TURISMO

91,9 % de los nuevos contratos son indefinidos
7,6% de tasa de temporalidad

+3,9% aumento salarial en convenio

RESTO SECTORES

76,7 % de los nuevos contratos son indefinidos
12,3% de tasa de temporalidad

+3,4% aumento salarial en convenio

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

03 Las empresas turísticas cierran 2025 con una más intensa mejora en sus resultados (crecen un +5,6% 2025 vs 2024), que en sus ventas (+4,0%), con una creciente diferencia entre las que han invertido en mejora de producto y eficiencia operativa, ganado escala y capacidad de comercialización directa

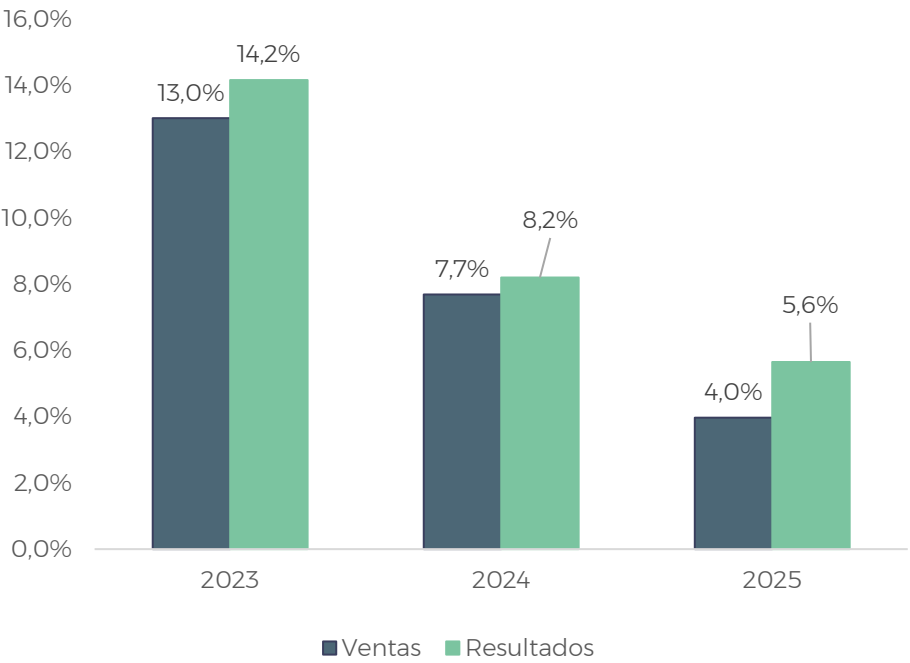
El positivo dinamismo de las ventas y resultados de las empresas turísticas españolas permite mantener e incluso incrementar las estrategias de inversión. El 42,4% de las empresas turísticas españolas esperan incrementar sus inversiones, un 48,6% mantenerlas y apenas un 9,0% reducirlas, según los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR

Ventas y resultados de las empresas turísticas españolas.

Variación 2023-2025

Tasas interanuales en %

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (diciembre 2025)



Factores determinantes de los resultados de las empresas turísticas españolas en 2025

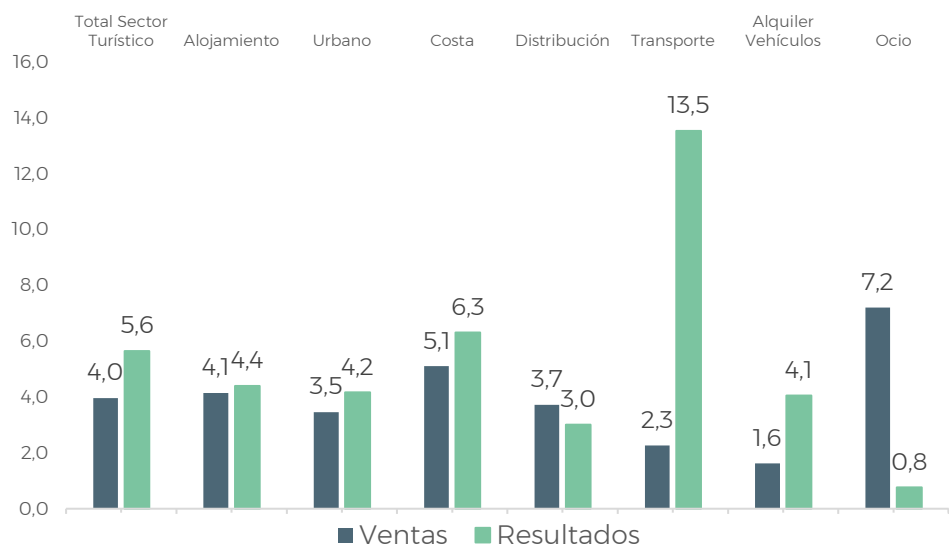
- Las empresas turísticas mejoran más en resultados (+5,6%) que en ventas (+4,0%) en 2025 respecto al que fue un positivo año 2024, gracias a las ganancias en eficiencia operativa, el escenario de menores costes energéticos (especialmente para las empresas de transporte) y financieros. Todo ello, a pesar del incremento en los costes de personal en un contexto de competencia por la atracción y fidelización del talento.
- La mayor parte del incremento de los ingresos procede más de la mejora de precios que de un mayor volumen (salvo en algunos eslabones del transporte por el fuerte aumento de competidores), en un contexto de aprovechamiento de las inversiones por reposicionamiento de producto y de apuesta por la mejora en la calidad del servicio y el cuidado de márgenes.
- Se intensifican los procesos de alianzas estratégicas, fusiones y adquisiciones entre empresas turísticas, con el objetivo de mejorar la capacidad de comercialización, el acceso a la financiación, la reducción de costes operativos y las capacidades de inversión en reposicionamiento de producto y capacidades tecnológicas
- Se incrementa la brecha entre empresas de la cadena de valor turística, beneficiándose aquellas que han invertido en nuevos productos diferenciados, enfocados a segmentos de mayor valor añadido, con marca y capacidad propia de comercialización y creciente apuesta por la tecnología para incrementar la eficiencia y personalizar los servicios a los clientes.

04 Las empresas de transporte son las que más mejoran sus resultados en 2025 (+13,5%) y las de ocio las que más lo hacen en ventas (+7,2%) entre los distintos subsectores de la cadena de valor turística, con positivos balances en los hoteles (mejor en los de costa), las agencias de viajes y los rent a car

El balance positivo del año 2025 se extiende sobre los principales subsectores de la cadena de valor turística, gracias a la fortaleza de la demanda, a pesar del proceso de normalización en sus ritmos de crecimiento, y la relajación de partidas clave de los costes, como los de energía (los precios del petróleo han reducido su nivel un 20%) y los financieros (del 30%)

Variación de las ventas y los resultados en 2025 de las empresas turísticas españolas por subsectores

Variación 2025-2024 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



Rasgos de la evolución de ventas y resultados por subsectores de la cadena de valor turística

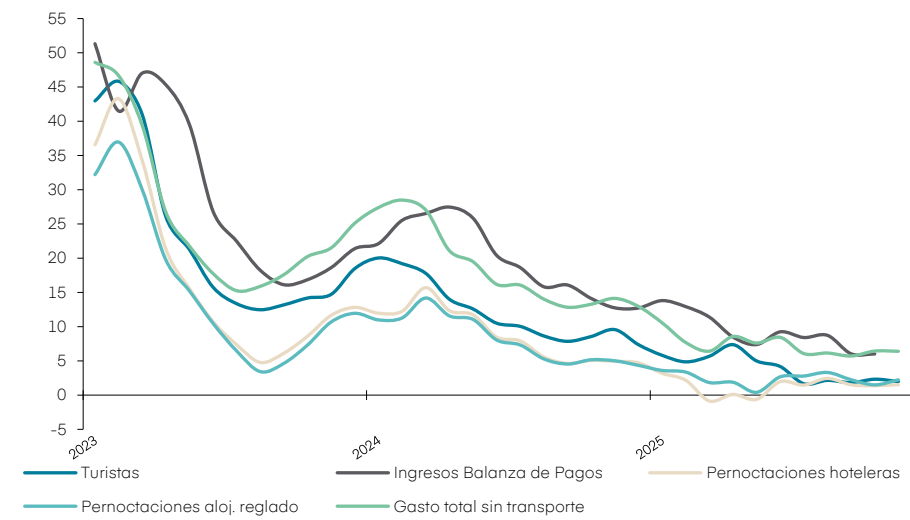
- Las empresas de transporte y especialmente las líneas aéreas, son las que consiguen una mayor mejora de resultados (+13,5%) en 2025 vs 2024, gracias al notable descenso del carburante y el positivo comportamiento de la demanda hacia y desde España, que ha favorecido un incremento del 2,3% en sus ventas.
- Las empresas de ocio se benefician del cambio en los patrones de consumo en favor del disfrute de experiencias frente a la compra de bienes y vuelven sus ventas a crecer de forma intensa (+7,2%), siendo el sector a la vez en el que más sube el empleo (+5,3%).
- Los hoteles de costa cierran 2025 con mejoras en ventas (+5,1%) y resultados (+6,3%) por encima de los hoteles urbanos (+3,5% y +4,2% respectivamente) al calor de un mayor avance en precios (+6,0% en los de costa por el +4,1% en los urbanos) por la fortaleza de la demanda, como respuesta a la apuesta por el reposicionamiento del producto, en los segmentos de mayor capacidad de gasto.
- Los resultados de las empresas del rent a car se recuperan (+4,1%), favorecidos por los menores precios de los carburantes, tras los dos últimos años de notable complejidad por las bajadas del valor de las ventas de los stocks de vehículos, beneficiándose de las necesidades de movilidad de la mayor demanda, a pesar de la presión sobre los precios.
- Las agencias de viajes se favorecen del notable aumento de los viajes de los españoles al exterior, lo que les permite cerrar el año con un aumento del +3,7% en sus ventas y del +3,0% de sus resultados.

05 2025 consolida la distancia entre el notable crecimiento de la demanda extranjera y el estancamiento de la española en sus viajes por España, dentro de una tendencia generalizada de reducción de la estancia media, pero de crecimiento del gasto diario en destino

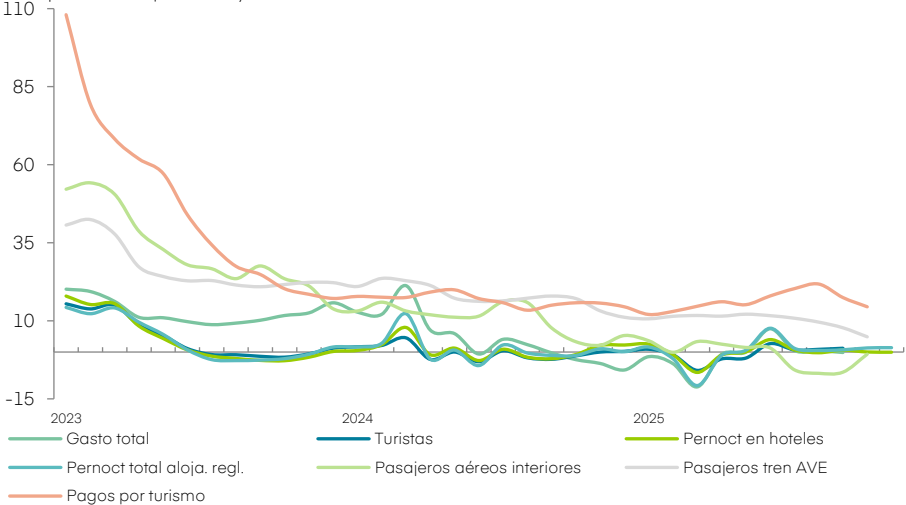
La demanda extranjera se erige como el principal dinamizador de las ventas de las empresas turísticas españolas, en un contexto de creciente disparidad de comportamiento por mercados

La demanda española se estanca en sus viajes por España y crece de forma notable en sus viajes al exterior, favoreciendo a las agencias de viajes y las empresas de transporte

Evolución de los indicadores de demanda EXTRANJERA 2023-2025
Tasa de variación interanual en %
Fuente: Elaborado a partir de Frontur, EGATUR y Balanza de Pagos

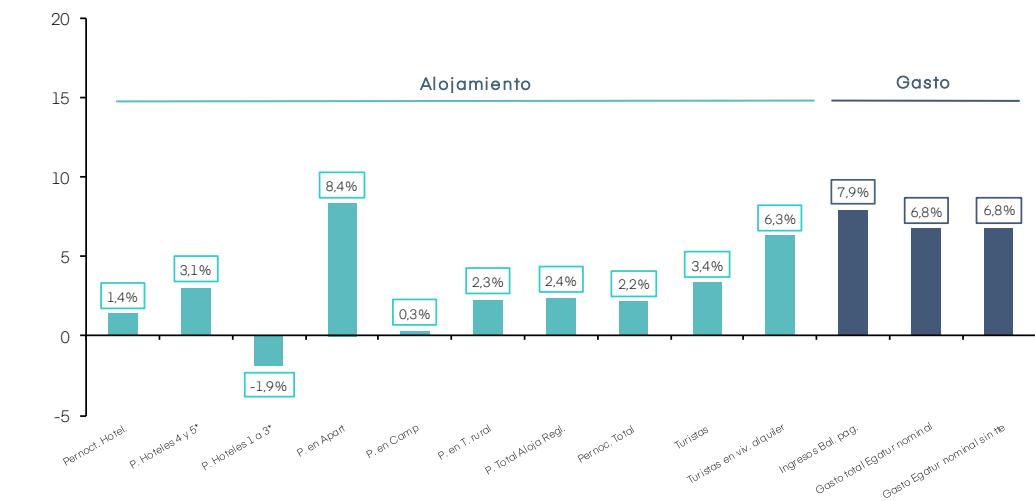


Evolución de los indicadores de demanda ESPAÑOLA 2023-2025
Tasa de variación interanual en %
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, Estadísticas de transporte de viajeros INE y BdE



06 La demanda extranjera sigue evolucionando positivamente dentro de los nuevos rangos de normalidad, con un patrón de crecimiento de mayor rentabilidad que prima ingresos (+7,9%) frente afluencia (+3,4% turistas y +1,4% pernoctaciones vs 2024), en un contexto de reducción de la estancia y favorable dinamismo de tipologías alojativas de mayor valor añadido (+3,1% pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas) y el aumento del gasto medio diario (+4,5%).

Indicadores de demanda Extranjera en España
Tasa de variación interanual en % (enero-noviembre 2025 respecto 2024)
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur, Egatur, EOH, EOAC, EOAP, EOTR y Bde



(*) Los datos de ingresos por turismo de 2024 corresponden a enero-octubre de Bde y noviembre de Egatur

El mercado recompensa la apuesta inversora en la mejora de la oferta hotelera y de ocio en destinos

El crecimiento de las pernoctaciones en hoteles de cuatro y cinco estrellas (+3,1%) más que duplica el avance medio del conjunto hotelero (+1,4%), en un contexto en el que las estancias en establecimientos de menor categoría retroceden (-1,9%). La demanda extranjera muestra un mayor dinamismo en destinos en los que los procesos de reposicionamiento de su oferta turística han sido más intensos. Las tres regiones que lideran los crecimientos, captando siete de cada diez nuevas pernoctaciones hoteleras de extranjeros en España hasta noviembre, son la Comunidad de Madrid (+976.067 pernoctaciones), la Comunidad Valenciana (+722.167 pernoctaciones) y Baleares (+506.650 pernoctaciones).

Estancias más cortas con un mayor gasto por día sostienen los ingresos turísticos

La ralentización en los ritmos de crecimiento del gasto medio diario en destino por parte de los turistas extranjeros (+4,5%), una tercera parte del que se registraba hace un año (+13,2%), se ha visto acompañada de una ligera reducción de la estancia media (-1,2%) de la que participan prácticamente todos los mercados, aunque con intensidades distintas, lo que pone de manifiesto la propensión de la demanda extranjera a seguir manteniendo e incluso incrementando sus niveles de gasto en destino aunque, en algunos casos, sea a costa de reducir la duración de sus viajes a España.

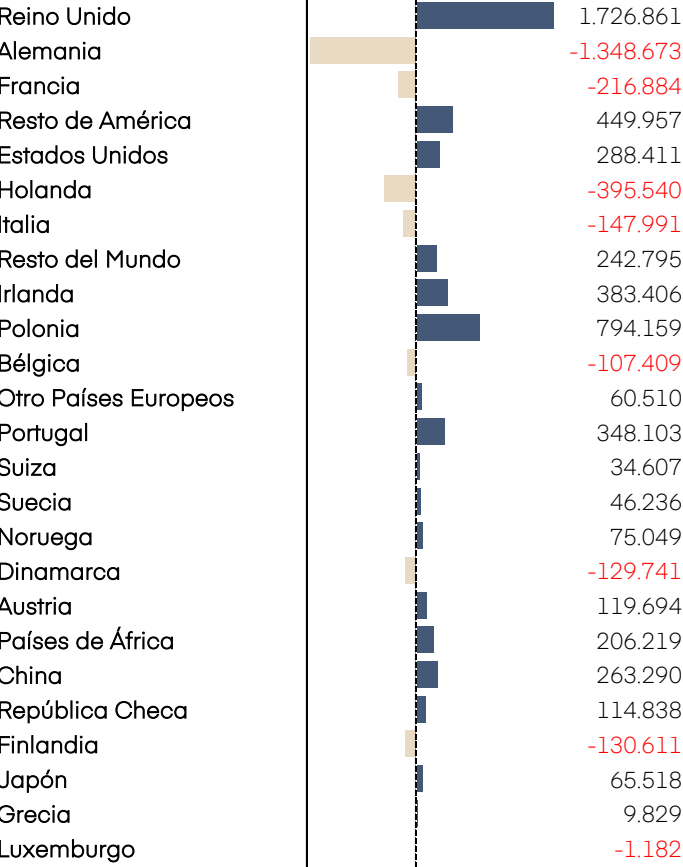
Se desacelera el crecimiento del alquiler vacacional entre los turistas extranjeros

El crecimiento de la demanda extranjera de viviendas de alquiler vacacional, una tipología alojativa de menor impacto socioeconómico se reduce en 2025 a una cuarta parte del ritmo de 2024 (+6,3% frente al +27,3%). Esta desaceleración refleja el efecto de las medidas aplicadas desde la implantación de la Ventanilla Única para combatir las viviendas turísticas ilegales, especialmente en determinados destinos, y subraya la necesidad de seguir profundizando en ellas.

La demanda extranjera crece dentro de un contexto de desigual comportamiento de los principales mercados emisores europeos: mientras el Reino Unido (+3,2%), Portugal (+6,2%) e Irlanda (+5,6%) muestran una notable fortaleza; otros grandes mercados se ven lastrados por sus economías; Alemania (-3,4%), Francia (-1,1%), Holanda (-3,9%) e Italia (-1,3%). La larga distancia está marcada por el crecimiento de Asia (China +13,8% y Japón+9,9%), mientras EE.UU ralentiza su crecimiento (+3,3%).

Pernotaciones en hoteles por mercados de origen

Enero-Noviembre 2025 vs 2024
Diferencia interanual en volumen
Fuente: Elaborado por Exceltur con datos de la EOH del INE



El distinto desempeño económico de los principales países europeos condiciona las dos dinámicas de signo opuesto que han caracterizado la evolución de la demanda extranjera hacia España en 2025, en un contexto de crecimiento neto. Mientras crecen las pernoctaciones de un bloque de países europeos cuyas economías muestran un mayor dinamismo, liderados por el Reino Unido (+3,2%), junto con Portugal (+6,2%) e Irlanda (+5,6%); se reducen las de las cuatro de las principales economías de la UE en consonancia con el peor desempeño de sus economías: Alemania (-3,4%), Francia (-1,1%), Italia (-1,3%) y Holanda (-3,9%).

Entre los mercados emisores europeos, de un peso relativo menor, que registran un mejor desempeño en 2025, es necesario destacar a Polonia (+1,4%) el segundo país que más crece en términos absolutos después del Reino Unido, y que ha venido a ocupar el espacio del mercado ruso en destinos del litoral mediterráneo y canarios, espoleado por la buena marcha de su economía y el aumento de la conectividad aérea.

Por su parte, el resto de mercados no europeos, que representan aproximadamente el 15% de las pernoctaciones hoteleras del año, han exhibido un notable dinamismo: un resiliente EEUU (+3,3%) se beneficia de rutas y frecuencias no sólo desde Madrid o Barcelona también desde ciudades como Málaga y Palma; resto de América (+4,5%) se expande gracias al impulso en la región de Iberia, especialmente hacia Brasil, Perú, Argentina o México; Japón (9,9%) consolida su ruta directa Madrid-Tokio; China (13,8%) ve aumentar sus frecuencias, y resto del Mundo (+3,2%) se expande con nuevas rutas y frecuencias a ciudades como Estambul o Seúl.

07 En 2025, la demanda turística nacional muestra un estancamiento en sus viajes por España (las noches caen un -3,9%, el gasto se mantiene estable -0,4% en ETR a septiembre y +3,9% en pagos con tarjeta a noviembre), mientras crecen los viajes y gastos a destinos internacionales (+4,7% en viajes, +2,0% en pernoctaciones, +11,0% en la balanza de pagos)

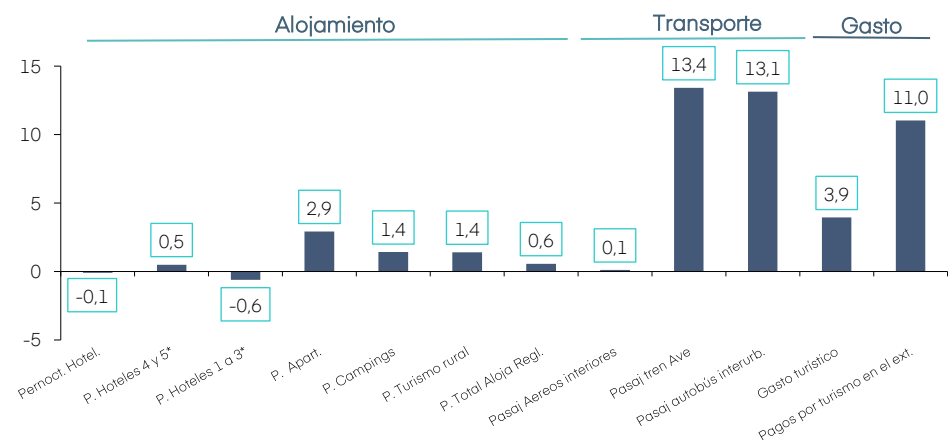
Rasgos destacados del comportamiento de la demanda española

- La demanda española en 2025 mantiene los niveles de gasto (-0,4% según la ETR a septiembre) respecto a 2024 mientras se relaja el impulso de la afluencia del turista viajando por el territorio nacional (-3,9% en noches a septiembre por la ETR). Los establecimientos reglados experimentan un leve crecimiento de las noches efectuadas (+0,6% a noviembre, según la Encuesta de Ocupación), con un mantenimiento (-0,1% a noviembre) de los establecimientos hoteleros y con el particular impulso de los apartamentos (+2,9%).
- El turismo español hacia destinos extranjeros muestra mayores signos de fortaleza en 2025 (+4,7% viajes y +2,0% noches respecto a 2024), gozando de estancias medias más prolongadas (8,4 noches en el extranjero frente a 4,2 noches en España) y niveles de gasto más elevados (gasto medio diario de 124,4€ en el extranjero frente a 63,6€ en España).

- Continúa la tendencia de reposicionamiento de la demanda hacia productos de mayor capacidad de gasto (+0,5 en pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas entre ene-nov 2025 vs 2024, frente al -0,6% en los de 1 a 3 estrellas), mientras que se reduce intensamente la demanda nacional en viviendas de alquiler (-5,1% en noches), una tipología de alojamiento con menor gasto asociado que el hotelero. En contraste, positivas evoluciones en los demás alojamientos reglados (+2,9% en noches en apartamentos de llaves y +1,4% en campings).
- Se relaja el crecimiento de la movilidad nacional con medios de transporte terrestres (+13,4% en trenes de alta velocidad y +13,1% en autobús interurbano entre 2025 y 2024), fruto de la apertura de nuevas conexiones entre centros urbanos; frente a un mantenimiento de los viajes aéreos (+0,1%) y por vías marítimas (+0,8%) en el territorio, afectadas por las restricciones a ciertos destinos insulares.

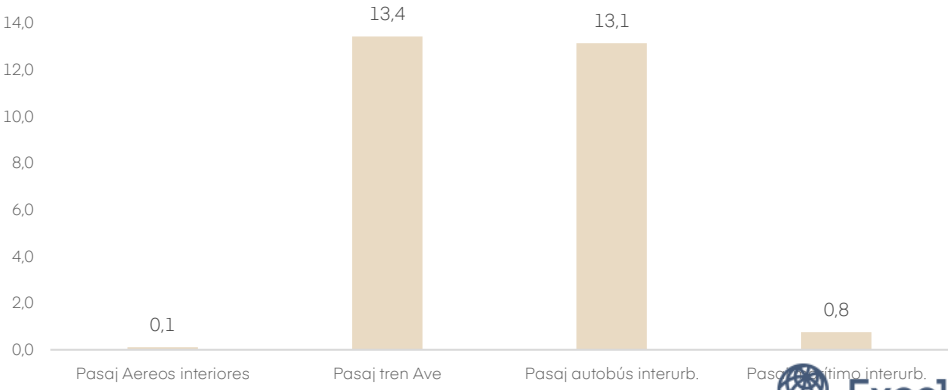
Indicadores de demanda Nacional en España

Tasa de variación interanual en % (enero-noviembre 2025 respecto 2024)
Fuente: Elaborado por Exceltur con datos de ETR, EOH, EOAP, EOAC, EOTR, CaixaBank, BdE y Transporte



Estadísticas de transporte Nacional en España

Tasa de variación interanual (%) (enero-octubre 2025 respecto 2024)
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de estadísticas de transporte de viajeros INE



08 Se reduce la presión turística en España en 2025 (el número medio de turistas extranjeros y españoles al día baja en casi 20 mil personas vs 2024), favoreciendo una relajación del clima de rechazo social al turismo, mientras sigue creciendo el volumen de residentes, que se consolida como el principal factor explicativo (el 93,5%) del aumento de la presión humana en los principales destinos.



La presión media diaria de los turistas en España desciende en 2025 hasta una media de 7,4 turistas (españoles y extranjeros) por cada 100 residentes, por debajo de los 7,5 que había en de 2024, gracias a **un descenso de casi 20 mil turistas de media al día** y un aumento de 365 mil nuevos residentes.



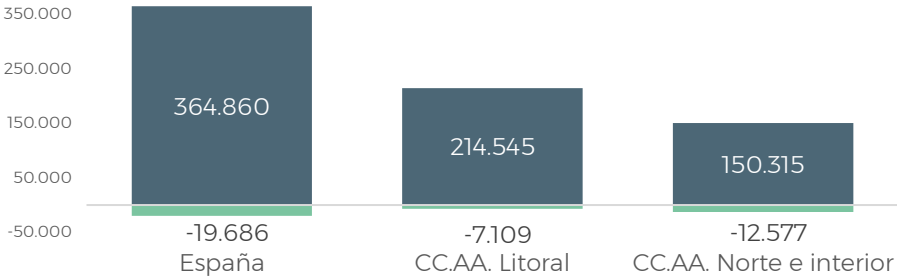
La incidencia del turismo como factor explicativo de la creciente presión sobre el tráfico, la vivienda y otros servicios públicos es muy limitada respecto a la llegada de nueva población residente, salvo en algunos destinos y en los momentos de temporada alta.

Como reflejo de ello, el aumento de la presión humana media en España desde 2019 a 2025 ha sido de 2,3 millones de personas, de las cuales el 93,5% se ha debido a un aumento de los residentes y el 6,5% al mayor número de turistas.

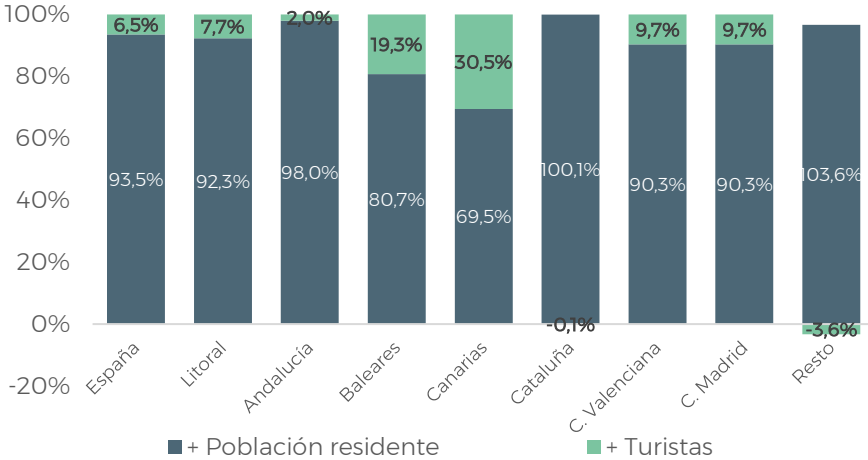
Incluso en las comunidades autónomas de un mayor crecimiento del turismo y con una configuración territorial más sensible por su condición insular, el crecimiento demográfico es el principal factor explicativo de la mayor presión humana que tensiona elementos clave de la calidad de vida de los residentes.

Este es el caso de **Baleares**, donde el aumento de la población residente explica el 80,7% del aumento de la presión humana en su territorio, o en **Canarias** donde el crecimiento demográfico determina el 69,5% de la mayor población en las calles.

Fuentes del aumento de la presión humana diaria en España 2025-2024



Fuentes del aumento de la presión humana diario en España por destinos 2025-2019



09 La conversión de viviendas en alojamientos turísticos racionaliza su comportamiento en 2025, gracias a la entrada en vigor en julio de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos y el esfuerzo desigual por destinos para ordenar su crecimiento y erradicar la ilegalidad. Por primera vez, el número de viviendas de uso turístico en las 25 principales ciudades españolas se reduce (un -4,1% la media jul-nov de 2025 vs 2024), lo que suponen 15.963 plazas menos y se acaba el año con 366 mil en este periodo.

El mercado de la vivienda turística en España inicia una racionalización en su comportamiento, comenzando a eliminar parte de la ilegalidad sobre la que ha venido creciendo en los últimos años. La entrada en vigor en el mes de julio de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos impulsada por el Gobierno de España a partir del mes de julio ha favorecido el cumplimiento de las crecientes normativas autonómicas y locales, provocando una reducción de parte de la oferta ilegal existente. Como reflejo:

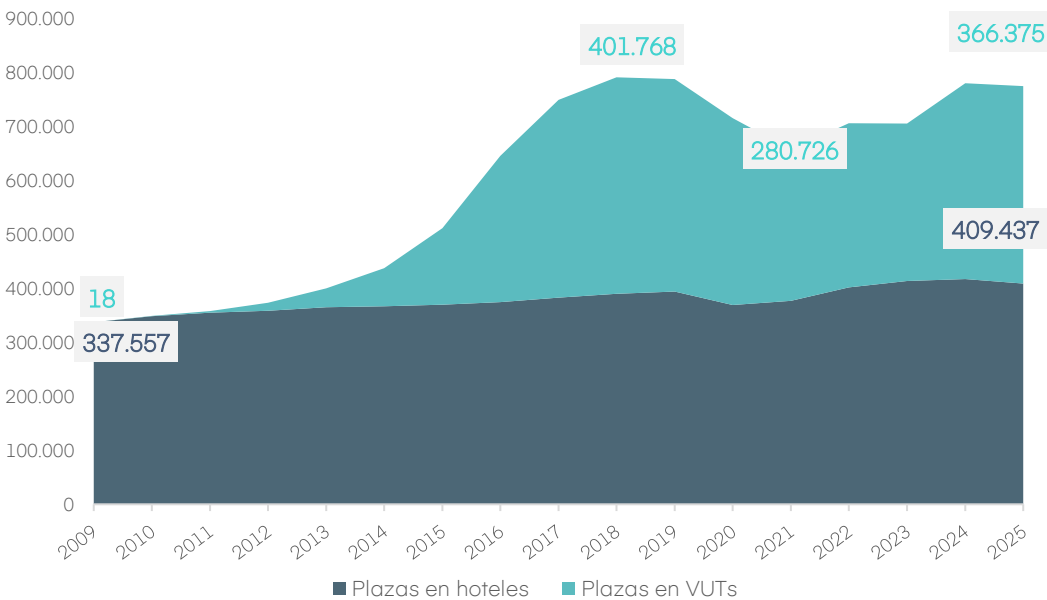
- el número de plazas en viviendas de uso turístico comercializado en las plataformas en las 25 ciudades españolas de mayor presencia turística se ha reducido en -15.863 (un -4,1%) en el período julio-noviembre de 2025 respecto a los mismos meses de 2024, hasta alcanzar las 366.375 de media.
- del mes de julio de 2025 a noviembre del mismo año, las plazas han pasado de 390 mil a 344 mil, una reducción de 47 mil, cuando en 2024 entre los mismos meses el descenso fue de 25 mil, por el efecto de la estacionalidad.

Se frena así el principal causante del desbordamiento de la oferta turística en las ciudades españolas producido en los tres últimos lustros, con sus negativos efectos tanto sobre el mercado de la vivienda, como sobre la convivencia ciudadana en los centros que ha impulsado un deterioro de la imagen del turismo en la opinión pública de los principales lugares afectados por su aumento, en un contexto de reducido aumento de la oferta del resto de tipologías alojativas. Frente a las más de 366 mil nuevas plazas en VUTs que se han creado entre 2010 y 2025, el parque hotelero se ha incrementado en poco más de 60 mil.

Plazas en viviendas de uso turístico y en hoteles en las 25 principales ciudades españolas

Evolución 2009-2025

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA y EOH del 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.

Los destinos con un mayor compromiso político en favor de la reducción de los efectos de las viviendas turísticas sobre el mercado residencial, plasmado en ordenaciones urbanísticas equilibradas y más medios para su control, además de campañas de concienciación ciudadana, son los que consiguen una mayor racionalización de su oferta en 2025.

Plazas en viviendas de uso turístico en las 25 principales ciudades españolas
Años 2025 y 2024

Niveles y tasas de variación interanuales (%)
Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de AirDNA

	Plazas VUT			Tasas de Variación	
	Año Máximo	Máximo Histórico	Año 2025	2024 vs 2025 ^(*)	Máximo vs 2025
Total	2018	401.768	366.375	-4,1%	-8,8%
Madrid	2019	80.514	75.610	-7,8%	-6,1%
Barcelona	2018	112.225	71.169	3,8%	-36,6%
Málaga	2025	38.070	38.848	3,3%	2,0%
Valencia	2024	35.123	33.172	-12,2%	-5,6%
Sevilla	2025	32.561	32.318	4,0%	-0,7%
Alicante	2024	19.405	17.234	-10,5%	-11,2%
Granada	2018	16.829	15.781	3,9%	-6,2%
Las Palmas	2019	11.693	11.056	4,0%	-5,4%
Córdoba	2025	10.738	10.370	0,9%	-3,4%
San Sebastián	2017	9.938	6.155	-5,7%	-38,1%
Gijón	2024	6.633	6.136	-14,7%	-7,5%
Palma	2017	15.901	5.853	-18,8%	-63,2%
Santander	2024	5.679	5.394	-18,6%	-5,0%
Bilbao	2025	5.056	5.135	3,0%	1,6%
Zaragoza	2024	4.529	4.439	-5,3%	-2,0%
Murcia	2024	4.945	4.151	-20,9%	-16,1%
Almería	2025	3.576	3.856	-4,1%	7,8%
Oviedo	2024	3.639	3.478	-11,1%	-4,4%
Toledo	2025	3.241	3.138	-5,8%	-3,2%
León	2025	2.959	2.963	4,8%	0,2%
A Coruña	2024	3.239	2.480	-30,5%	-23,5%
Pamplona	2024	2.492	2.422	-8,7%	-2,8%
Santiago	2019	3.560	2.179	-17,5%	-38,8%
Valladolid	2025	1.601	1.570	0,0%	-1,9%
Ibiza	2017	7.281	1.469	-48,6%	-79,8%

(*) Variación interanual post introducción VUDA julio-noviembre 2024 vs 2025

* 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.

10

La Región de Murcia (+9,0%) y Baleares (+7,4%), entre las comunidades de sol y playa, y País Vasco (+7,8%), Aragón (+7,2%) Madrid (+7,0%) y La Rioja (+7,0%) lideran los crecimientos de las ventas y los resultados de las empresas turísticas en 2025.

El turismo crece en todas las comunidades autónomas durante 2025, con la única excepción de Extremadura, según los resultados de la Encuesta de Confianza de Exceltur, cerrada el 30 de diciembre y que certifica la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE.

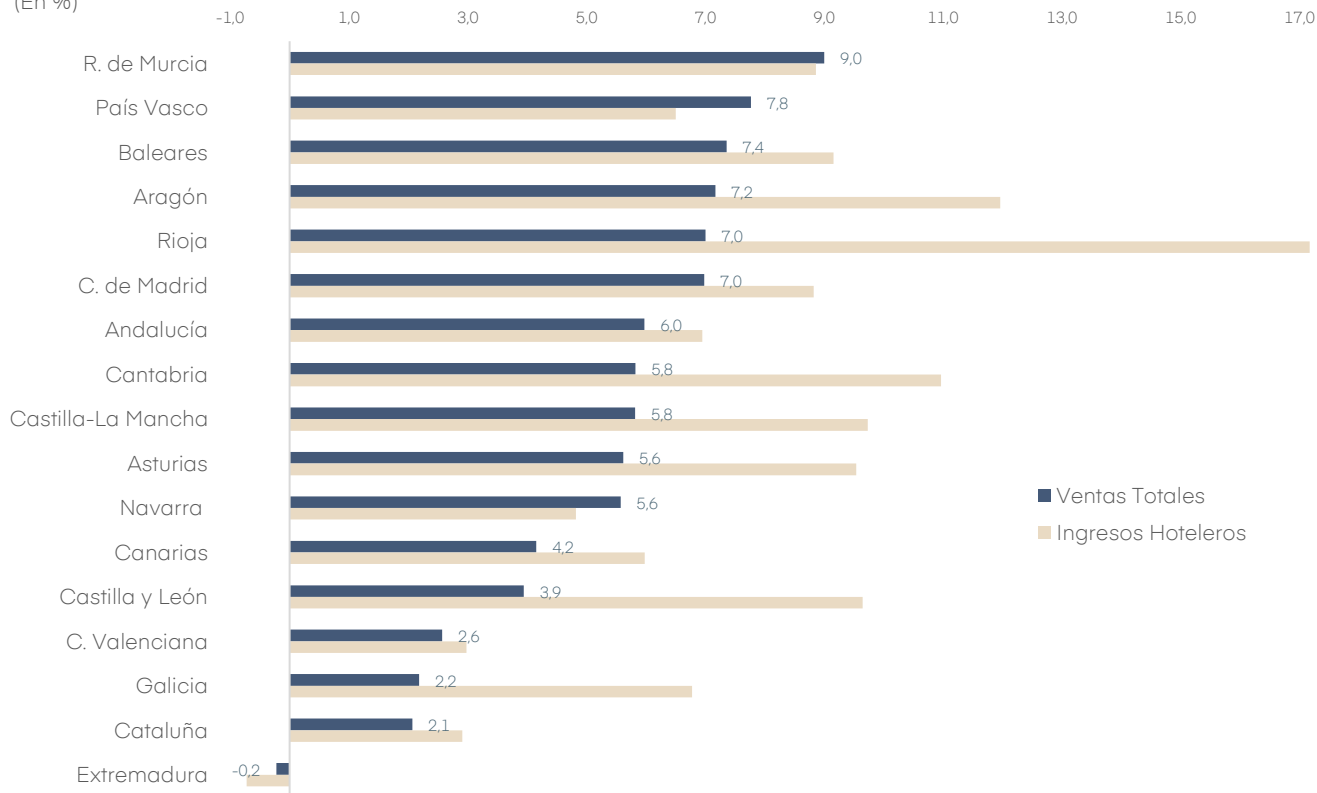
Las CCAA que más destacan son la Región de Murcia (+9,0% ventas, +8,9% en ingresos por habitación) y País Vasco (+7,8%, +6,5%), seguidas de las Islas Baleares (+7,4%, +9,2%) Aragón (+7,2%, +12,0%) la Comunidad de Madrid (+7,0%, +8,8%) y La Rioja (+7,0%, +17,2%)

Ranking por CCAA de la variación en Ventas Totales e Ingresos por Habitación
Disponible en hoteles

Años 2025/2024

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur y RevPAR del INE

(En %)



Los destinos vacacionales españoles cierran 2025 con un mejor desempeño que los destinos urbanos (+3,9%), gracias a un generalizado crecimiento de los ingresos (del +7,0% en el acumulado hasta noviembre), explicado en su práctica totalidad por una mejora en los precios (+6,0%) asociado a la mejora del producto y sin apenas incrementar la demanda hotelera y, en consecuencia, su presión sobre el territorio.

Ranking RevPAR hotelero por zonas vacacionales

Enero-noviembre 2025 y TV interanual (%)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

	RevPAR	
	Acumulado 2025	TV 25/24
Islas De Ibiza-Formentera(*)	170,3 €	5,6%
Costa de Barcelona	146,5 €	1,6%
Isla De Menorca	135,6 €	13,0%
Costa Guipuzkoa	129,6 €	9,6%
Isla De Gran Canaria	128,9 €	7,8%
Isla De Lanzarote	127,8 €	10,2%
Isla De Tenerife	124,0 €	3,8%
Isla De Mallorca	121,4 €	9,3%
Costa Del Sol	113,2 €	6,7%
Isla De Fuerteventura	95,9 €	2,9%
Costa De La Luz De Cádiz	88,0 €	2,1%
Costa Blanca	83,2 €	3,4%
Isla De La Gomera	81,6 €	7,0%
Costa De La Luz de Huelva	79,9 €	7,0%
Costa Daurada	75,7 €	7,2%
Costa Bizkaia	75,0 €	21,2%
Costa Brava	72,9 €	5,2%
Costa De Almería	72,3 €	19,6%
Costa Tropical	68,8 €	7,0%
Costa Valencia	60,9 €	-1,2%
Costa Cálida	51,3 €	5,9%
Costa Verde	46,5 €	5,9%
Rías Altas	43,4 €	14,5%
Rías Baixas	41,8 €	8,0%
Costa Da Morte	36,3 €	7,6%
Costa A Mariña Lucense	29,8 €	1,2%

El desempeño de los destinos vacacionales españoles a partir de los ingresos hoteleros constata la relevancia de la combinación de la mejora del producto con el cuidado del territorio, así como las medidas de preservación del equilibrio de la oferta con la calidad de vida de los residentes.

En esta clave y dentro de una dinámica positiva en casi todas las zonas de costa, se sitúan los resultados de 2025 de Menorca (+13,0% vs 2024, 135,6€ de ingreso medio en 2025), Lanzarote (+10,2%, 127,8€), Gran Canaria (+7,8%, 128,9€), Mallorca (+9,3%, 121,4€) e Ibiza y Formentera (+5,6%, que con 170,3€ vuelve a liderar los niveles de ingresos en España).

El desempeño es igualmente positivo en otros grandes destinos del Sol y playa: Tenerife (+3,8%, 124,0€) y Fuerteventura (+2,9%, 96,9€) en Canarias, la Costa del Sol (+6,7%, 113,2€) y la Costa de la Luz de Cádiz (+2,1%, 88,0€) en Andalucía, la Costa Blanca (+3,4%, 83,2€) en la Co. Valenciana y la costa Dorada (+7,2%, 75,7€) y Brava (+5,2%, 72,9€) en Cataluña, con dinámicas más moderadas.

Destinos emergentes del norte, especialmente en el País Vasco y Galicia, registran notables aumentos en 2025: Costa de Bizkaia (+21,2%) y Gipuzkoa (+9,6%) en el País Vasco y las Rías Altas en Galicia (+14,5%)

(*) RevPAR y tasa de variación de las Islas de Ibiza-Formentera para agosto-noviembre 2025

El turismo urbano en España refleja notables diferencias por ciudades en 2025, en un contexto de mercado condicionado por las distintas aproximaciones políticas al papel del turismo y su modelo de desarrollo. **San Sebastián lidera los crecimientos (+9,4% vs 2024, 137,6€ de media anual en 2025), con Madrid (+9,1%, 127,2€) y Palma de Mallorca (+7,9%, 125,1€), mientras se estancan o caen Barcelona (+0,4%, 148,4€), Málaga (-4,8%, 112,3€), Valencia (-5,1%, 92,4€) o Alicante (-0,6%, 89,1€)**

Ranking RevPAR hotelero por ciudad española

Enero-noviembre 2022025 y TV interanual (%)

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

	RevPAR		ADR	Grado de Ocupación	Pernoctaciones	Plazas
	Acumulado 2025	TV 25/24	TV 25/24	TV 25/24	TV 25/24	TV 25/24
Barcelona	148,4 €	0,4%	0,6%	-0,1%	-0,5%	0,8%
San Sebastián	137,6 €	9,4%	7,1%	2,3%	7,7%	4,5%
Madrid	127,2 €	9,1%	10,1%	-0,8%	2,5%	0,7%
Palma	125,1 €	7,9%	9,8%	-1,7%	-0,4%	-0,1%
Málaga	112,3 €	-4,8%	-1,1%	-3,8%	8,1%	9,0%
Sevilla	105,7 €	3,0%	3,1%	0,0%	0,7%	2,8%
Valencia	92,4 €	-5,1%	-1,7%	-3,4%	-1,9%	1,9%
Bilbao	92,1 €	1,3%	2,1%	-0,7%	6,8%	5,0%
Alicante	89,1 €	-0,6%	4,6%	-5,0%	3,4%	8,4%
Santander	76,7 €	0,8%	1,6%	-0,7%	-1,3%	0,3%
Pamplona	72,6 €	5,9%	2,0%	3,8%	5,5%	1,7%
Las Palmas	70,8 €	-2,1%	2,9%	-4,9%	-1,7%	3,5%
Granada	68,7 €	5,5%	5,5%	0,1%	2,9%	1,8%
Córdoba	64,7 €	3,6%	1,0%	2,6%	1,3%	-0,6%
Toledo	63,4 €	5,7%	9,7%	-3,7%	0,3%	6,6%
Santiago	61,5 €	-1,2%	2,5%	-3,6%	-3,7%	-1,5%
Almería	59,5 €	6,8%	8,6%	-1,6%	2,7%	0,4%
León	55,7 €	12,0%	9,9%	1,9%	-5,6%	-0,8%
Valladolid	55,5 €	13,5%	9,8%	3,4%	-3,9%	-6,5%
Gijón	54,5 €	8,9%	10,7%	-1,6%	-3,5%	-5,8%
A Coruña	54,1 €	16,8%	7,9%	8,3%	13,3%	-0,2%
Zaragoza	53,3 €	14,6%	11,3%	3,0%	-1,6%	-2,4%
Oviedo	53,1 €	9,5%	6,3%	3,1%	-8,3%	-3,9%
Murcia	47,2 €	16,2%	9,1%	6,5%	12,3%	6,2%



Exceltur
Alianza para
la excelencia turística

**Turismo
que suma**

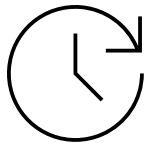
PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

ESCENARIO DE
PREVISIÓN
PARA 2026



Determinantes de 2026

Nuevo escenario geoeconómico cambiante
Debilitamiento de las principales economías
Incidencia de factores climáticos

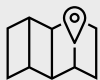


Incertidumbre política nacional
Dificultad de políticas turísticas de calado

Escasa incidencia de la nueva Estrategia Turismo 2030
Cuellos de botella en las infraestructuras de transporte a resolver
Aumento del salario mínimo, urgencia de reducir el absentismo

€ Oportunidad
pérdida Fondos
Next Gen

Restricciones y extensión de nuevas cargas fiscales en algunas CC.AA. y CC.LL.



Mantener la inversión
en propuestas del
mayor valor añadido
y trasladarlo al precio

Activos cada vez más valorados

Concentración empresarial y valor
creciente de las marcas



Control del
fenómeno de las
viviendas turísticas



Creciente valor del
ocio

Diversificación
cadena de valor

La tecnología como facilitador de la
eficiencia operativa, valor de la
persona



Consolidar el mayor
atractivo como
empleador

La IA como nueva herramienta de
organización de los viajes



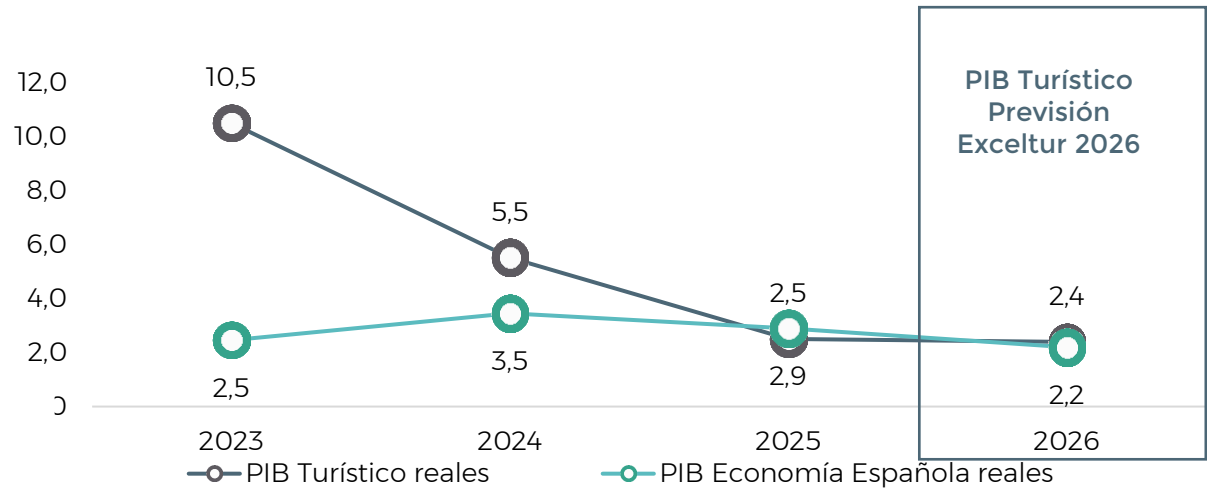
Equilibrio entre el
turismo y la calidad de
vida de los residentes

11 Sujeto a la creciente incertidumbre global y bajo la hipótesis que no incorporará restricciones a los movimientos turísticos entre países, desde Exceltur estimamos que el PIB Turístico en España crecerá un +2,4% en términos reales durante 2026 (un +5,0% en nominales), situándose ligeramente por encima de la economía española (+2,2% en reales y +4,4 en nominales, según el Banco de España) y repitiendo los niveles de 2025 (+2,5%), tal y como descuentan los empresarios turísticos.

Dentro de la **creciente incertidumbre internacional**, derivada de las decisiones de la administración americana y sus efectos sobre la configuración de bloques y las principales variables macroeconómicas, y sujeto a que las mismas **no afecten a la libertad de viajar**, 2026 debería ser un año turístico positivo, marcado por el ligeramente menor crecimiento económico.

Dentro de la tendencia de normalización en los ritmos de crecimiento en España, esperamos que **2026 esté marcado por un nuevo incremento del PIB turístico del 2,4%**, más basado en la generación de valor añadido por cada viaje, que por una mayor afluencia. De cumplirse, el turismo crecería ligeramente por encima de la economía española y **su peso en la economía ascendería al 13,1% del PIB**.

Estimaciones de PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española
Variaciones frente al año anterior
Fuente: Exceltur (ene 2026), CST (INE), CNTR (INE) y previsiones Banco de España (dic 2025)
(En %)

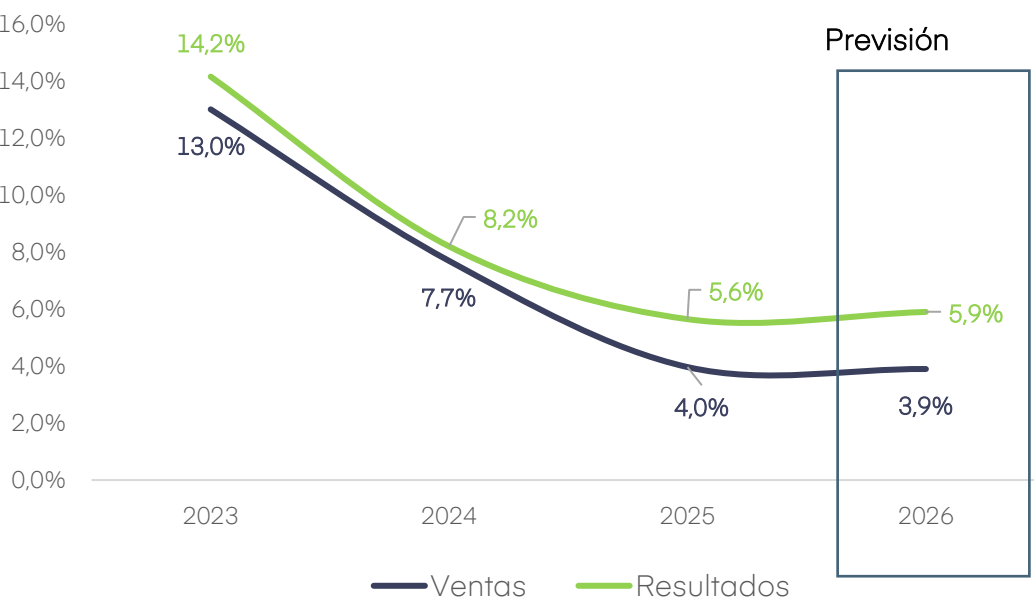


Contribución prevista del Turismo a la economía española en 2026

- 229.372 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2026 en España
- +2,4% respecto a los niveles de actividad turística real de 2025 (+5,0% si se incluyen los precios)
- 13,1% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española
- 4.256 mlls € la ganancia en términos reales (eliminando el efecto de los precios) de actividad turística en 2025 respecto a 2024 (10.913 en nominales).

12 Con la información de reservas y a pesar del contexto de incertidumbre geopolítica, 2026 se presenta con perspectivas empresariales positivas sobre las principales variables del negocio turístico. Los empresarios descuentan crecimientos en sus ventas durante 2026 similares a los registrados en 2025 (+3,9% 2026 vs +4,0% de 2025), acompañada de mejora de resultados más intensa y ligeramente por encima de 2025 (+5,9% 2026 vs +5,6% de cierre de 2025).

Ventas y resultados de las empresas turísticas españolas.
2023-2026
Tasas de variación interanuales en %
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (diciembre 2025)



Claves de escenario turístico de 2026

- Crecimiento moderado del consumo de las familias y los gastos de las empresas de nuestros principales mercados, que deben favorecer un positivo avance de su gasto turístico, en un contexto de mantenimiento de la prioridad por viajar.
- Escenario de contención en los precios del petróleo, relajación de las políticas monetarias con efectos a la baja de los tipos de interés y ligera apreciación del euro, lo que va a favorecer el abaratamiento del transporte, si no se incrementan tasas o derechos de emisión de CO2.
- Posible recuperación de los países competidores del Mediterráneo Oriental (Egipto, Turquía, Túnez y Marruecos), tras la relajación de la tensión en la franja de Gaza.
- Capitalización de las rentas de seguridad de España, ante un contexto geopolítico cada vez más incierto .
- Costes de adaptación derivados de la entrada en vigor del ETIAS europeo (Sistema Europeo de Información y Autorización de Viajes), a producirse a finales de 2026.
- Mejor desempeño de los precios frente a los crecimientos en volumen de reservas, en un contexto de esperable y positiva reducción de las propuestas ilegales, especialmente en el ámbito alojativo.

13 Las oportunidades de la inteligencia artificial y la inversión en la mejora del producto los factores que los empresarios turísticos españoles esperan que tengan una mayor incidencia positiva en sus resultados de 2026, mientras la mayor preocupación se concentra en el crecimiento de las viviendas turísticas, el absentismo laboral y la imposición subida de impuestos/tasas al turismo.

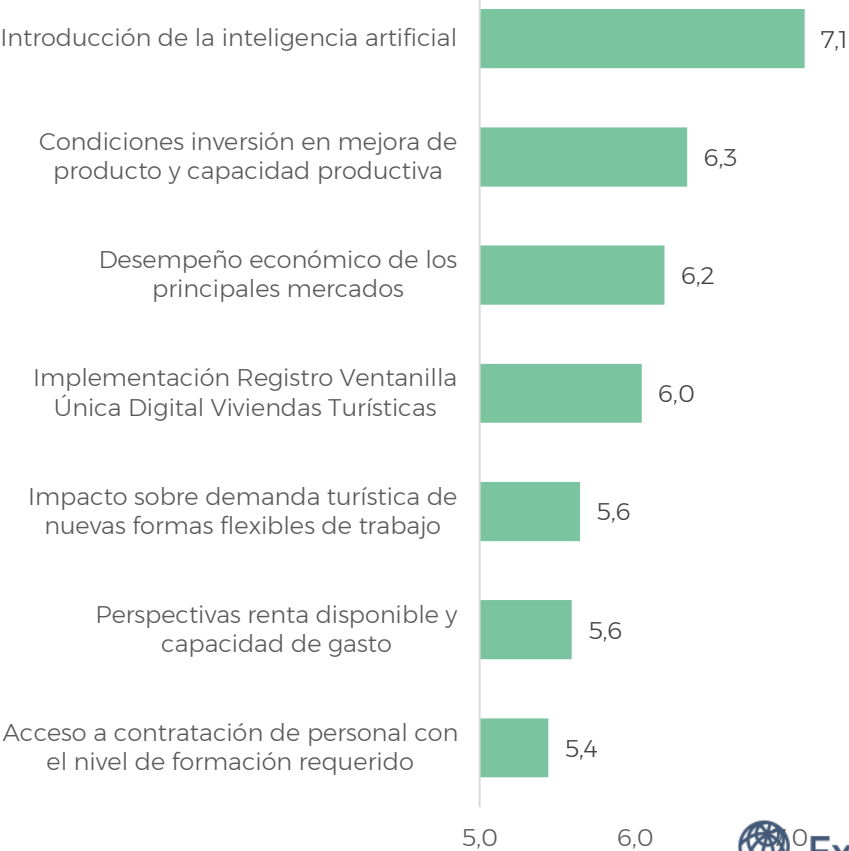
Los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial cerrada el 30 de diciembre de 2025 con la participación de más de 2000 empresarios turísticos españoles de toda la cadena de valor identifica para 2025 los factores con mayor incidencia positiva para sus resultados, así como los de mayor impacto negativo

Claves empresariales temporada 2026

Factores negativos



Factores positivos



14 Las empresas de ocio (+6,4%) y los hoteles localizados en la costa (+5,4%) son lo que presentan mejores perspectivas en el comportamiento de sus ventas en 2026. Las agencias de viajes (+4,1%) anticipan un escenario más positivo que el de 2025, mientras las empresas de transporte (+1,0%), de alquiler de coches (+2,9%) y los hoteles urbanos (+1,7%) son más moderados en sus previsiones, todos con aumentos vs 2025.

Las empresas e instituciones gestoras de instalaciones de ocio (parques temáticos, museos, monumentos y campos de golf) anticipan un nuevo e intenso crecimiento de sus ventas para 2026 (+6,4%, algo inferior al +7,2% con que cerraron 2025), liderando las previsiones empresariales por subsectores. Estas positivas expectativas responden a la notable traslación de los patrones de consumo hacia el disfrute de experiencias de ocio y el positivo devenir del empleo y los niveles de renta de la población de nuestros principales mercados. El notable aumento en costes, sin embargo, se dejará notar con menor intensidad en la mejora de resultados (+3,9%).

Los hoteles de la costa descuentan un nuevo aumento en sus ventas para 2026 (+5,4%), similar al registrado en 2025, con una mejora en la misma línea de sus resultados (+5,0%), sostenido sobre la consistencia del atractivo de los destinos vacacionales españoles, las rentas de seguridad de España en un contexto geopolítico cada vez más incierto, el esfuerzo inversor en el reposicionamiento de producto y las nuevas conexiones con mercados de larga distancia, todo ello a pesar del previsible mejor comportamiento de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental. Se trata de una conjunción de factores que se dejan notar en las positivas previsiones para el primer trimestre del año cercanas a un crecimiento del +3,0%.

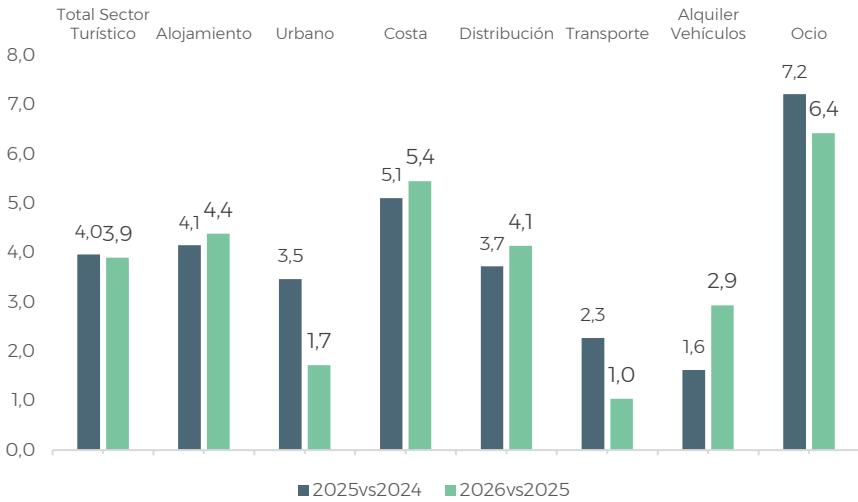
Las agencias de viajes (anticipan un crecimiento en sus ventas algo más intenso que en 2025 (+4,1%), reflejando las mejores perspectivas respecto del comportamiento del mercado nacional para 2026 y el notable tirón de los viajes al exterior (donde más intermedian), que se viene produciendo desde 2025.

Tras un año 2025 muy positivo, especialmente en resultados para el transporte aéreo y con mayor tensión sobre los márgenes en el ferroviario y el Rent a Car, las compañías de transportes de pasajeros moderan sus expectativas en 2026 (esperan un aumento en ventas del +1,0% vs 2025 y del 10,9% en resultados). 2026 estará marcado por los crecientes costes derivados del cumplimiento normativo sobre medio ambiente (los ETS), así como de las nuevas subidas de tasas (en el aéreo a partir de marzo) y las crecientes y cuestionables limitaciones que se están imponiendo en algunos territorios sobre el transporte marítimo y los coches de alquiler, en un contexto de precios del petróleo contenidos a expensas de cómo avance el escenario internacional.

Los hoteles urbanos (+1,7%) ralentizarán el incremento en sus ventas en 2026, más afectadas por el clima de incertidumbre geopolítica y a pesar del excelente posicionamiento del MICE y los eventos previstos para este año. La opinión empresarial apunta cierta dificultad para seguir incrementando sus niveles de ingresos, aunque en 2026 contarán con un factor favorable, como es la paulatina eliminación de la oferta alojativa ilegal de viviendas turísticas.

Variación esperada para 2026 de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores
Variación (en %)

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur



15

Los empresarios de la Comunidad Valenciana (+9,9%), la Región de Murcia (+8,8%) y Baleares (+6,6%) reflejan las expectativas más positivas de crecimiento de sus ventas en 2026 vs 2025, acompañados por Castilla – la Mancha (+5,5%) y el País Vasco (+5,3%)

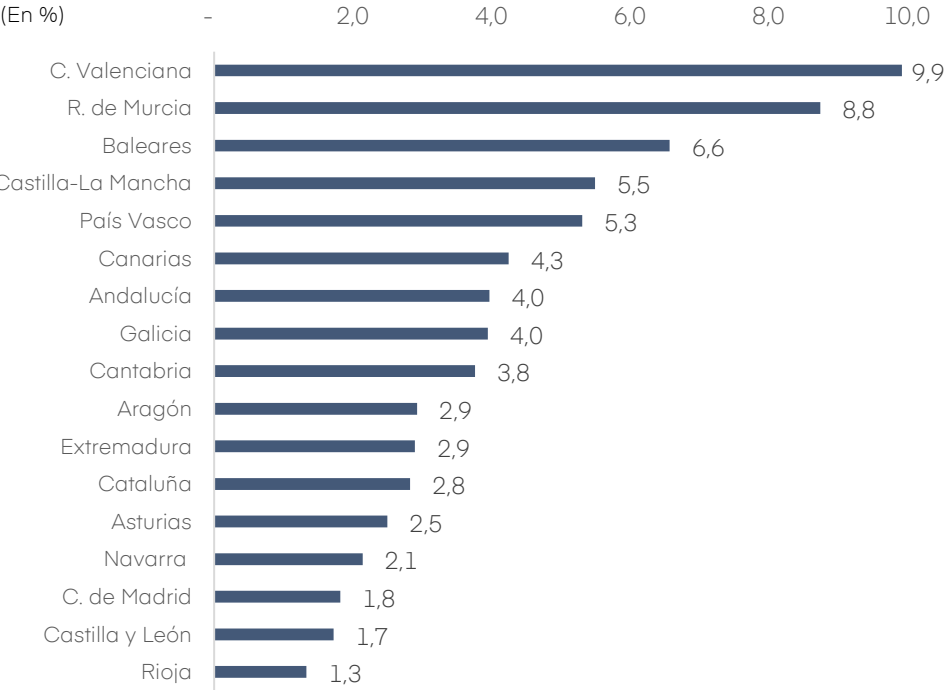
Los destinos del litoral español presentan de cara a 2026 las mejores expectativas de mejora de sus ventas y resultados respecto a 2025, siguiendo la tendencia manifestada en 2025, con la Co. Valenciana, la Región de Murcia y Baleares a la cabeza, si bien las expectativas son también positivas en Canarias y Andalucía.

En los destinos del norte destaca el País Vasco y en los de interior Castilla La Mancha, mientras los destinos urbanos se muestran más cautos por su mayor exposición al turismo de negocios y a mercados de larga distancia, más sensibles al escenario geopolítico global

Ranking por CCAA de la variación en Ventas Anuales prevista en 2026 respecto a 2025

Años 2026/2025

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur





Exceltur
Alianza para
la excelencia turística

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

REFLEXIONES TURÍSTICAS PARA 2026

2026: SUPERAR LA NORMALIZACIÓN DEL MERCADO A TRAVÉS DE LA EXCELENCIA



El turismo encara 2026 demostrando su notable resistencia. A pesar de la creciente incertidumbre geopolítica que ha marcado 2025, afectando a la renta de algunos de nuestros principales mercados emisores, **los indicadores turísticos reflejan un buen año turístico, con niveles de actividad (218 mil mlls €), empleo (3 mlls) y resultados empresariales en máximos.**

En paralelo a esta realidad, los ritmos de crecimiento de la contribución turística han entrado en una fase de normalidad, acorde a la evolución de los condicionantes macroeconómicos. Siguiendo esta tendencia, **el turismo en 2026 crecerá de forma moderada, alineándose con el desempeño esperado de la economía española**, con crecimientos reales del +2,4%, similares a los de 2025, lo que supone reducir la extraordinaria contribución neta a su dinamismo que ha venido ejerciendo desde 2022.

Desde EXCELTUR, sin embargo, pensamos que **no debemos ser autocomplacientes** y que esta tendencia puede ser superada. Para ello es necesario **reforzar las acciones hacia la excelencia**, afrontando retos pendientes y actuando con más determinación en una serie de temas claves, que nos permitan **en 2026 “batir al mercado”, creciendo por encima del +3,0% en valor añadido, y respondiendo a un mejor patrón de crecimiento, como el iniciado en 2025.**

Responder a este reto implica arbitrar medidas que aceleren los círculos virtuosos ya constatados en estos años, donde se apuesta por **políticas públicas y estrategias empresariales que primen la inversión en el reposicionamiento y mejora de la experiencia del turista.** Acciones que han demostrado poder incrementar los ingresos, los márgenes, el volumen y la productividad del empleo, extendiendo la cadena de valor turística y multiplicando sus efectos positivos, reduciendo incluso la presión en los destinos. .

Este esfuerzo debe venir acompañado por medidas **que erradiquen las propuestas que no responden a la legalidad y que generan desbordamiento de los destinos y perjudican la calidad percibida de aquellos que nos visitan, a la vez que las cargas impositivas y administrativas que restan competitividad a las empresas.**

Desde EXCELTUR, entendemos que **las principales prioridades para avanzar en esta superación del desempeño tendencial de la demanda turística** deberían ser:

1. **Facilitar, a través de medidas administrativas y fiscales, la inversión empresarial en la mejora y reposicionamiento de todos los eslabones que conforman el producto** que percibe el turista, y que es la base para crecer más por valor añadido, mejora del empleo y reducción de la huella ambiental, que por volumen de turistas.
2. **Agilizar la inversión pública en infraestructuras y sistemas de gestión que favorezcan la accesibilidad y la movilidad en los destinos, superando los cuellos de botella constatados en 2025.** En este ámbito sentimos prioritario:
 - **Garantizar la excelencia en el tránsito y la calidad del servicio de los viajeros en los aeropuertos españoles.** Priorizar la condición de monopolio público al servicio de interés general de AENA frente a la maximización de sus beneficios, de forma que se posponga la subida de tasas prevista para marzo de 2026, se refuercen los presupuestos de servicios básicos (limpieza, control de seguridad de pasajeros y equipaje de mano, respuesta ante incidencias,..) y se relajen las condiciones de las nuevas concesiones a los operadores de servicios comerciales, que redundan en una subida exagerada de precios a los consumidores finales.
 - **Reforzar las inversiones de ADIF en el mantenimiento de las vías** para responder adecuadamente al aumento de las conexiones y frecuencias y evitar los continuos retrasos que sufren los viajeros.
 - **Priorizar la respuesta de los sistemas de movilidad en los destinos**, combinando la inversión en infraestructuras (viales, parkings disuasorios,...) y sistemas de gestión (información en tiempo real, señalización dinámica,..), **con la apuesta por nuevos sistemas de transporte público**, sin penalizar opciones clave como el alquiler de coches o el transporte marítimo de vehículos.
3. **Intensificar la lucha contra el intrusismo y la oferta ilegal de servicios turísticos** (alojamiento, transporte, guías, ocio nocturno, etc) que generan desbordamiento de los destinos y deterioro de la calidad de la experiencia turística. En este ámbito, **2026 debe ser testigo del refuerzo de los mecanismos de control y coordinación administrativa de las viviendas turísticas**, destacando la consolidación de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos, junto con **la superación de la hasta ahora limitada ayuda de algunas plataformas de internet**, que siguen permitiendo subir a sus webs anuncios sin los necesarios y preceptivos números de registro.

4. Mantener el trabajo por mejorar la imagen como empleador de las actividades turísticas junto con el refuerzo colectivo del valor del trabajo y la modificación de los incentivos necesarios para reducir el absentismo laboral (reforzar el papel de las mutuas, limitar los días de baja inicial sin revisión médica efectiva, ...), uno de los principales problemas de todas las actividades de la cadena de valor turística, con especial relevancia en los destinos vacacionales.
5. Revisar las crecientes iniciativas de nuevas o mayores cargas fiscales a las actividades turísticas (subida en Cataluña y Barcelona, nuevas en Galicia, País Vasco, Mogán o Toledo, posibles aumentos en Baleares,...) que, bajo **un diseño injusto que penaliza a las actividades alojativas**, responden más a una respuesta frente a los movimientos críticos contra el turismo, sin tener claro el objeto de su recaudación, que a un instrumento eficaz que sirva para mejorar la propuesta turística de cada destino y gestionar mejor su equilibrio con los residentes.
6. Reforzar a lo largo de 2026 los avances en iniciativas de política turística del Ministerio de Turismo puestas en marcha en 2025. Específicamente:
 - Concretar las acciones y dotar de los presupuestos necesarios para su implementación a la Estrategia Turismo Sostenible España 2030, presentada el 21 de octubre de 2025.
 - Convocar un concurso público de ideas para la renovación de alguno/os de los destinos pioneros del litoral, como proyecto piloto para la extensión de una iniciativa nacional de regeneración de estos espacios emblemáticos y estratégicos de la oferta turística de España y su imagen internacional.
 - Acelerar la transformación jurídica de Turespaña para permitir la entrada del conjunto las AA.PP. territoriales y las empresas turísticas, adaptándolo a las necesidades del nuevo marketing y promoción turística internacional y ampliando a los destinos principales españoles, la campaña lanzada el 25 de junio de 2025
 - Reactivar el Consejo Español de Turismo para acelerar el avance en las actuaciones enunciadas, integrando a los agentes públicos y privados que conforman el sector.
 - Aclarar y reorientar hacia una lógica de servicio público las actuaciones en digitalización desarrolladas por Segittur, hoy con un bajo nivel de detalle y valor empresarial.
 - Presentar un análisis de impacto real del Componente 14 dedicado al Turismo dentro de los Fondos Next Generation, que justifique el verdadero papel transformador sobre la realidad del sector.

Una oportunidad para reflexionar en el 13 Foro de EXCELTUR el próximo 20 de enero



Exceltur

Alianza para
la excelencia turística

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

Nº 95

ENERO 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DE 2025
Y PERSPECTIVAS PARA 2026