

## NOTA DE PRENSA

13 enero 2026

### VALORACIÓN TURÍSTICA DEL AÑO 2025 Y PERSPECTIVAS PARA 2026

- El turismo cierra un positivo año 2025 con un crecimiento real del PIB del +2,5% hasta generar 218.459 mlls de € (el 13,0% del PIB de España), dando continuidad al proceso de normalización de la evolución de su actividad, si bien por debajo del comportamiento del conjunto de la economía española (+2,9%, según el Banco de España).
- 2025 refleja un mejor patrón de crecimiento del turismo en el que crecen más los resultados empresariales (+5,6% 2025vs 2024) que las ventas (+4,0%), el gasto (+6,8%), que la afluencia (+1,4%) se crea un mejor empleo (91,9% de los nuevos contratos indefinidos y +3,9% salarios), se incrementa la productividad (+3,8%), se eliminan viviendas turísticas ilegales (-4,1%) y se reduce la presión turística (en 20 mil turistas al día). Gracias a ello, se ha reducido la contestación ciudadana en contra del turismo
- Las perspectivas empresariales para 2026 son positivas, con un crecimiento del PIB turístico real del +2,4% (similar al de 2025), del +3,9% (+4,0% en 2025) de las ventas y del +5,9% (+5,6% en 2025) en los resultados empresariales, sujeto a la creciente incertidumbre global y bajo la hipótesis que no incorporará restricciones a los movimientos turísticos entre países.
- EXCELTUR plantea como reto de 2026 “batir al mercado” y crecer por encima del 2,4% previsto a través de un turismo que sume: facilitando la inversión empresarial en mejora de producto, en vez de establecer sobrecargas, agilizar la inversión pública en infraestructuras y sistemas de gestión que favorezcan la accesibilidad y la movilidad en los destinos, intensificar la lucha contra el intrusismo y la oferta ilegal de servicios turísticos, especialmente en el caso de las viviendas, y la modificación de los incentivos necesarios para reducir el absentismo laboral.

#### A. Valoración turística empresarial del conjunto de 2025

- 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) **hasta alcanzar el 13,0% de la economía española, gracias a los 218.459 mlls de € de valor añadido generado a lo largo del año.**
- El turismo lidera 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.

- La creación de empleo turístico se relaja en 2025 (+2,3%; 47.815 afiliados más a dic), a la vez que se mejora la estabilidad (el 91,9% de los nuevos contratos turísticos de 2025 son indefinidos) y la remuneración (la subida media en convenio asciende al 3,9%, 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%.
- 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 42,4% de las empresas turísticas españolas esperan incrementar sus inversiones en 2026**, un 48,6% mantenerlas y apenas un 9,0% reducir las, según los resultados de la Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR
- Las empresas de transporte son las que más mejoran sus resultados en 2025 (+13,5%) y las de ocio las que más lo hacen ventas (+7,2%) entre los distintos subsectores de la cadena de valor turística, con positivos crecimientos de resultados en los hoteles (mejor en los de costa, +6,3%, que en los urbanos +4,2%), las agencias de viajes (+3,0%) y los rent a car (+4,1%)
- 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 crece a través del gasto (+7,9%) por encima de la 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%).

Desigual comportamiento de los principales mercados emisores: aumenta la larga distancia de Asia (China +13,8% y Japón+9,9%) y EE.UU ralentiza su crecimiento (+4,5%), mientras en Europa, Reino Unido (+3,2%), Portugal (+6,2%) e Irlanda (+5,6%) muestran una notable fortaleza y otros grandes mercados se ven lastrados por sus economías; Alemania (-3,4%), Francia (-1,1%), Holanda (-3,9%) e Italia (-1,3%).

- 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)
- Se reduce la presión turística en España en 2025 (la suma del 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 españoles.
- 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. **Se reduce, por primera vez, el número de viviendas de uso turístico en las 25 principales ciudades españolas** (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.

- 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, dentro de un año, en general, en el que los destinos vacacionales españoles (+7,0%) cierran 2025 con un mejor desempeño que los destinos urbanos (+3,9%).

#### **B. Previsiones turísticas para 2026**

- 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)**, muy similar al crecimiento de 2025 y situándose ligeramente por encima de la economía española (+2,2% en reales y +4,4 en nominales, espera el Banco de España), **gracias a la generación de 229.372 mlls de € de valor añadido, que elevará al 13,1% su contribución a la economía española.**
- 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 que las ventas y ligeramente por encima de 2025 (+5,9% 2026 vs +5,6% de cierre de 2025).**
- 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 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%)

# 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 “superar 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 en 2026 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 y su colaboración con otros ministerios.** 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.

Departamento de Comunicación

**EXCELTUR - Alianza para la Excelencia Turística**

Telf. 91 523 76 00

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

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

