

EL TURISMO SEGUIRÁ CREANDO RIQUEZA EN 2025: SE ESTIMA UN INCREMENTO DEL 3,6% DEL PIB TURÍSTICO

Madrid, 23 de abril de 2025. - El sector turístico español afronta 2025 con unas previsiones altamente favorables, impulsadas por un balance positivo del primer cuatrimestre y por los sólidos datos de ocupación en los principales destinos españoles que deja una Semana Santa marcada, a pesar de ello, por una climatología adversa. La Mesa del Turismo de España señala que la ocupación turística durante esta primera gran escapada del año ha mejorado en un 6% la Semana Santa de 2024 y avanza que el periodo enero-abril registrará un incremento en el entorno del 5% respecto al año pasado.

“Estos datos consolidados del primer cuatrimestre del año ponen de manifiesto la pujanza del turismo como sector tractor de crecimiento de la economía española y nos permiten anticipar que, si nada se antepone, seremos capaces de encarrilar otro ejercicio donde el turismo será el activo diferencial para la creación de riqueza en España”, apunta el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Molas.

Con todas las cautelas que exige la contingencia de la coyuntura económica y geopolítica, la Mesa estima en estos momentos que el PIB turístico crecerá un 3,6% en 2025, manteniendo un claro dinamismo por delante del conjunto de la economía española. El desglose de previsiones muestra un crecimiento leve del turismo doméstico del 1,2% y más potente, del 4,5%, del turismo internacional. Como resultado de este cuadro de previsiones, la contribución directa del turismo al PIB nacional alcanzará el 13,2% a final de año y la indirecta rondará el 8% adicional.

Ocupación turística y precios al alza

La Semana Santa se ha saldado con unas elevadas tasas de ocupación que han sido la tónica en prácticamente todas las zonas turísticas, tanto en la costa como en los destinos urbanos y especialmente en aquellos que destacan por su atractivo para el turismo religioso.

Buen ejemplo de ello ha sido Sevilla, la ciudad más visitada de Andalucía esta Semana Santa, con una ocupación del 87%, superando a Málaga, que ha alcanzado un 78%. En Castilla y León, donde la Semana Santa tiene también gran fuerza como reclamo turístico, los mayores incrementos se han registrado en las provincias de Salamanca y León, seguidas de Burgos, Valladolid y Segovia. En esta Comunidad Autónoma se han alcanzado tasas de ocupación del 60% en el inicio de la Semana Santa que han escalado hasta el 80% en los días centrales.

En Castilla-La Mancha la provincia con los mejores datos ha sido Toledo, donde se ha llegado a una ocupación del 92%, superando a Madrid, que también ha tenido una muy buena Semana Santa con una contundente ocupación del 85%. Barcelona, por su parte, se ha mantenido en un 80%, ligeramente por debajo de otros años, acusando el notable incremento en los precios de los hoteles, mientras que la Comunidad Valenciana ha registrado una ocupación media del 76%.

En cuanto a los archipiélagos, Canarias ha rematado una buena Semana Santa, sin que la huelga convocada en el sector turístico haya tenido incidencia relevante en ninguna de las principales zonas turísticas (Cristianos, Adeje, etc.), según ha informado la patronal ASHOTEL. Respecto al destino Baleares, se ha logrado una tasa media del 76%.

Si se atiende a los mercados emisores, la Mesa llama la atención sobre el buen comportamiento del turismo internacional, en particular de las llegadas de alemanes, portugueses, británicos e italianos, así como el progresivo equilibrio entre la demanda nacional-internacional, que oscila en un rango del 60%-40%.

Por último, respecto al comportamiento del emisor español, como nota más llamativa, la Mesa del Turismo advierte de la bajada del 15% en los viajes de los españoles a EE.UU., reflejando el impacto de la coyuntura política y económica; ello a pesar de que la paridad del euro/dólar en principio hubiera beneficiado la intención de viaje. Por lo demás, los destinos internacionales más visitados por los españoles esta Semana Santa han sido las capitales europeas clásicas (Londres, Roma, París, Ámsterdam...), junto a Marruecos, Turquía y Japón, como “destinos-revelación”.

Hoja de ruta 2025/2026: objetivos prioritarios

Con la mira de contribuir a hacer buenas las previsiones de crecimiento y creación de riqueza anunciadas para este 2025, el presidente de la Mesa del Turismo ha dado a conocer los propósitos prioritarios que la asociación se marca de cara a 2025 y 2026. Esta hoja de ruta de la Mesa se apoya en ocho objetivos tasados:

1.- Apoyar a todos los destinos turísticos españoles a progresar, pero en particular a aquellas Comunidades Autónomas donde el turismo debería ser el motor de crecimiento. Actualmente, tan sólo seis CC.AA. (Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid) concentran 84,6 millones de turistas, el 90% de los que recibe toda España, mientras que las once comunidades restantes se reparten únicamente 9,2 millones.

2.- Reforzar la presencia de España en la Unión Europea haciendo valer su condición de líder en turismo. La Mesa apostará por involucrar al sector privado al lado del público en la defensa de este liderazgo que ha de ejercerse en Bruselas.

3.- Influir a favor de las Comunidades Autónomas que se beneficiarían de la puesta en funcionamiento de las futuras líneas de Alta Velocidad Madrid-Badajoz-Lisboa, Madrid-Salamanca-Oporto y el tramo Vigo-Oporto. La Mesa solicitará al Gobierno que actúe con la mayor celeridad en relación a estos grandes proyectos de infraestructuras que podrían aprovechar la proximidad de Oporto como *hub* de referencia, pues la ciudad portuguesa está conectada con más de 130 vuelos internacionales.

4.- Insistir con Aena para que acometa la ampliación suficiente y necesaria de las infraestructuras aeroportuarias con mayor tráfico y en riesgo de colapso, como son los aeropuertos de Málaga, Alicante, Valencia y Barcelona. Madrid/Barajas por el momento no se incluye en este grupo, ya que dispone aún de capacidad para crecer hasta un 25%.

5.- Exigir una actuación del Gobierno coherente y conveniente ante los problemas que se anticipan del nuevo concurso del Inmerso. Las condiciones de los pliegos recién aprobados incluyen precios de imposible mantenimiento para cubrir costes, una tarifa plana de 50€ para cerca de 8.000 plazas e incompatibilidades para los licitadores que, en conjunto, reducen considerablemente el atractivo de concurrir a este programa de turismo social en su próxima campaña.

6.- Buscar soluciones de la mano de la CEOE y el Ministerio de Trabajo al absentismo laboral en el sector, que alcanza cotas realmente escandalosas en determinadas zonas y ciudades turísticas. En este asunto, y ante el colapso de los centros de salud, la Mesa propone que sean los facultativos de las mutuas quienes puedan gestionar las bajas laborales.

7.- Impulsar un Plan de Formación para Mandos Intermedios en el sector turístico capaz de paliar la situación de falta de personal cualificado que sufren la hotelería y la hostelería de manera persistente. En este sentido, la Mesa tiene identificado un catálogo de nuevas profesiones turísticas que será de particular interés.



8.- Apoyar por su gran impulso de la marca España las candidaturas como sede de **grandes eventos deportivos**, incluyendo entre estas la candidatura de la ciudad de Madrid a los Juegos Olímpicos de 2040 y el Mundial de Fútbol de la FIFA de 2030, compartido entre Portugal, Marruecos y España.

SOBRE LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA

Asociación empresarial y profesional creada en 1986 en la que están representados los diferentes sectores turísticos. Entre sus principales objetivos destaca transmitir a la opinión pública y a la sociedad española la valoración real del turismo, apoyándose en la investigación y el análisis científicos de esta actividad. Actualmente integran la Mesa del Turismo de España más de un centenar de empresarios y profesionales de reconocida trayectoria y prestigio. www.mesadelturismo.org

Más información

MUNKA

Agencia de Comunicación & PR de la Mesa del Turismo de España

Mari Cruz Marina | mcmarina@munka.es

Lidia Megina | comunicacion1@munka.es