

Los patronos de ObservaTUR creen posible alcanzar con éxito los 100 millones de turistas en 2025

- Los datos que se vienen registrando desde comienzos de año, con cifras récord en el primer cuatrimestre del año tanto en número de visitantes (+7,1%) como en gasto total (+9,3%), acercan cada vez más a nuestro país a ese número histórico
- Las empresas multisegmento que integran el Observatorio califican este hecho de oportunidad “única” para la transformación definitiva de nuestro modelo turístico, a partir de la estructura actual de éxito
- El camino hasta lograr ese hito impone dar respuesta a una serie de retos, que pasan necesariamente por dos actuaciones principales: la sostenibilidad de ese crecimiento y su alineación con la capacidad de absorción del sistema turístico nacional
- Piensan asimismo que nuestro país tiene margen para asumir este volumen de personas, aunque el verdadero desafío residiría en cómo habría de gestionarse ese aumento
- Los patronos de ObservaTUR proponen 12 actuaciones ineludibles a emprender a corto/medio para asumir con garantías tal número redondo de visitantes

Madrid, 10 de junio de 2025.- Más allá de situar a nuestro país a la cabeza del turismo mundial, por delante incluso de Francia, algo ya notorio de por sí, los patronos de ObservaTUR, instrumento de monitorización y análisis del turismo emisor nacional, juzgan muy posible alcanzar la cifra de 100 millones de turistas en 2025, si se mantienen la estabilidad geopolítica regional, la recuperación sostenida de mercados emisores estratégicos (como Asia-Pacífico) y la conectividad aérea sigue ampliándose. Y siempre que no se produzcan sobresaltos ajenos al ámbito del turismo.

Así al menos lo creen los representantes de esta herramienta del conocimiento turístico creada en 2018, a partir de los datos que se vienen registrando desde comienzos de año, con cifras récord en el primer cuatrimestre tanto en número de visitantes (+7,1%) como en gasto total (+9,3%), que cada vez acercan más a nuestro país a ese número redondo.

Los miembros de ObservaTUR, en cualquier caso, señalan **que lograr ese hito no es fruto de la casualidad**. Es consecuencia, apuntan, de una oferta consolidada, unos atributos extraordinarios, una percepción de seguridad y la calidad y variedad de nuestras propuestas turísticas.

De este modo, de consumarse la actual progresión que se viene dando, **las empresas multisegmento que integran el Observatorio consideran este hecho como una oportunidad “histórica” y “única” para la transformación definitiva de nuestro modelo turístico**, que habría de tender hacia parámetros de mayor valor añadido, resiliencia y cambio mental general de la población.

Piensan, además, que, partiendo del modelo actual de éxito, de nuestra experiencia y de la capacidad gestora demostrada por nuestras firmas, **nuestro país tiene capacidad estructural para asumir este volumen de personas**, aunque el verdadero reto residiría en cómo habría de gestionarse ese incremento y que, en paralelo, fuese sostenido en el tiempo. Y todo ello, afirman, sin alterar los recursos que sostienen nuestra competitividad: la calidad del destino, el bienestar de la población local y la salud de los ecosistemas.

En este sentido, los patronos de ObservaTUR coinciden en señalar como imprescindibles dos actuaciones principales: **consolidar la sostenibilidad de ese crecimiento de forma transversal y asegurar su alineamiento con la capacidad de absorción del sistema turístico nacional**.

Teniendo en cuenta este escenario, para hacer posible el logro de los 100 millones de turistas, y hacerlo con garantías de éxito, los patronos de ObservaTUR —que incluye a Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV)— **proponen 12 actuaciones ineludibles a emprender a corto/medio para asumir con garantías tal número de visitantes**.

- 1) **Dotarse de un Plan Estratégico de Turismo Nacional** para los próximos años con la participación y el seguimiento de los principales actores sectoriales.
- 2) **Fortalecer la colaboración público-privada**, mediante alianzas entre gobiernos, empresas y comunidades locales.

- 3) **Mejorar la financiación de los destinos turísticos**, dotando a los municipios de recursos adecuados para, llegados los casos, absorber las sobrecargas.
 - 4) **Incentivar las inversiones en infraestructuras y servicios turísticos**, con vistas a continuar afianzando la combatividad de la marca España en el plano internacional.
 - 5) **Ampliar la conectividad aérea internacional**, especialmente en largo radio, mediante acuerdos bilaterales y la incentivación de hubs intercontinentales en aeropuertos como Madrid-Barajas y Barcelona-El Prat.
 - 6) **Diversificar los mercados emisores con campañas de marketing de alto impacto** en regiones con potencial de crecimiento (Sudeste Asiático, India, América Latina, Norteamérica).
 - 7) **Consolidar la imagen del turismo en los propios destinos**, proyectando entre los locales sus valores y aportación a la riqueza nacional, con argumentos basados, por ejemplo, en la sostenibilidad, cultura, gastronomía, salud y naturaleza.
 - 8) **Impulsar las iniciativas orientadas al fomento de la desestacionalización y la descentralización.**
 - 9) **Invertir en digitalización y gobernanza inteligente del turismo.** En esta línea, implementar sistemas de análisis de datos en tiempo real (monitorización de flujos turísticos, inteligencia de mercados, gestión dinámica de precios, espacio de datos).
 - 10) **Fortalecer el capital humano del sector mediante planes transversales de formación continua y fomento del talento**, en materias tales como hospitalidad, idiomas, digitalización, y atención al cliente para elevar el estándar de servicio y de país amable con sus visitantes.
- Otras propuestas serían:
- Fomentar incentivos a la contratación estable y de calidad, especialmente en pymes y destinos menos desarrollados.
 - Promover programas de formación en colaboración con universidades y centros de formación.
- 11) **Establecer un marco normativo estable e incentivos a la inversión responsable:**
 - Simplificación administrativa para proyectos sostenibles.
 - Bonificaciones fiscales ligadas a mejoras en sostenibilidad, accesibilidad e innovación.

12) Efectuar una revisión de la planificación territorial turística

- Regulación clara del alquiler turístico y plataformas digitales para garantizar equilibrio entre oferta y demanda habitacional.
- Exigencias de estándares de eficiencia energética y circularidad en alojamientos turísticos.

Para Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR, "lo fácil sería caer en el discurso del 'ya somos demasiados' o mucho peor politizar el asunto y plantear restricciones generalizadas sin estrategia. **Pero lo que necesita el turismo español no es un freno, sino una transformación basada en la calidad.** El objetivo no debe ser solo atraer más turistas, sino turistas que aporten más valor. Es decir, elevar el gasto medio, fomentar estancias más largas y equilibrar mejor los flujos".

Y añade: "**España está ante una oportunidad única de consolidarse no solo como el país más visitado del mundo, sino como el que mejor gestiona su éxito turístico.** La cifra de 100 millones de turistas debe servir para repensar, reposicionar y reequilibrar nuestro modelo, no para celebrarlo sin más".

Para terminar, el representante de ObservaTUR asegura que lo verdaderamente importante no es llegar a los 100 millones, "lo fundamental es cómo llegamos, qué dejamos en el camino y qué modelo queremos construir para los próximos 20 años. Si lo hacemos bien, el turismo no solo será nuestro mayor sector económico: será también una palanca de desarrollo territorial, empleo digno, cohesión social y orgullo nacional".

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es · jm.paredes@task-one.com