

Turismo

Informe Sectorial

1S 2026

Sector turístico español: del rebote pospandemia a un crecimiento sostenible

El turismo español encara un crecimiento más sostenible en 2026

Radiografía del turismo de lujo internacional en España

El turismo *silver* en España: una oportunidad para desestacionalizar y diversificar destinos

La elevada rotación empresarial, la asignatura pendiente de la restauración española



INFORME SECTORIAL
Turismo Primer Semestre 2026

El *Informe Sectorial* es una publicación elaborada por CaixaBank Research

CaixaBank Research

Enric Fernández Economista jefe

José Ramón Díez Director de Economías y Mercados Internacionales

Oriol Aspachs Director de Economía Española

Sandra Jódar Directora de Planificación Estratégica

Nuria Bustamante Coordinadora del *Informe Sectorial de Turismo*

Colaboran: Pedro Álvarez Ondina, David César Heymann, Alberto Graciano y Eduard Alcobe

Fecha de cierre de esta edición: 15 de enero de 2026

Sumario

1S 2026



02 EL TURISMO ESPAÑOL ENCARA UN CRECIMIENTO MÁS SOSTENIBLE EN 2026
En 2025, el turismo consolidó su normalización tras el rebote pospandemia, alcanzando niveles récord de actividad y rentabilidad.



11 RADIOGRAFÍA DEL TURISMO DE LUJO INTERNACIONAL EN ESPAÑA
El turismo de lujo se ha consolidado como un segmento estratégico, tanto por su elevada contribución al gasto como por su potencial para incrementar el valor añadido del sector.



17 EL TURISMO SILVER EN ESPAÑA: UNA OPORTUNIDAD PARA DESESTACIONALIZAR Y DIVERSIFICAR DESTINOS
Creciente relevancia del turismo sénior: más del 15% del gasto turístico proviene de los mayores de 65 años.



24 LA ELEVADA ROTACIÓN EMPRESARIAL, LA ASIGNATURA PENDIENTE DE LA RESTAURACIÓN ESPAÑOLA
Cada año, una de cada 10 empresas del sector entra o sale del mercado.

«Desplazarse, ir de uno a otro lugar,
es una de las características de las especies superiores.»

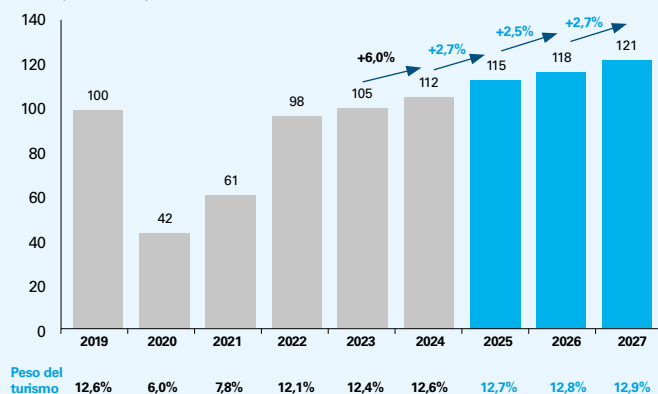
PAUL MORAND



PREVISIONES DE CAIXABANK RESEARCH PARA EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL EN 2026-2027

PIB turístico

Índice (100 = 2019)



2025: 97 millones de llegadas,
135.000 millones de gasto

Previsión PIB turístico:
2,5% en 2026 y 2,7% en 2027

Peso del
turismo
en el PIB

Nota: Los datos y las proyecciones de peso del PIB turístico incorporan la revisión de la serie histórica de la Cuenta Satélite del Turismo realizada por el INE.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

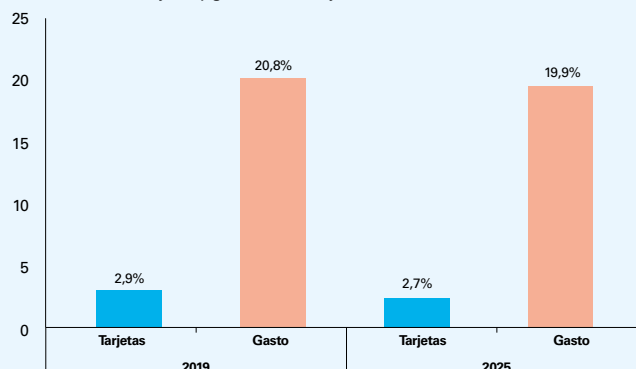
El turismo de lujo: una palanca de crecimiento de alto valor añadido

- Representa solo el **3% de las llegadas**, pero aporta el 20% del gasto turístico extranjero.
- **Reino Unido, Francia y Alemania** son los principales mercados emisores. Destacan también **EE. UU.** y los países del **Golfo Pérsico**.
- Es mayoritariamente **costero**, pero se observa un **boom** en **Madrid**.



Peso del turismo de lujo extranjero

% sobre el total de tarjetas y gasto de extranjeros

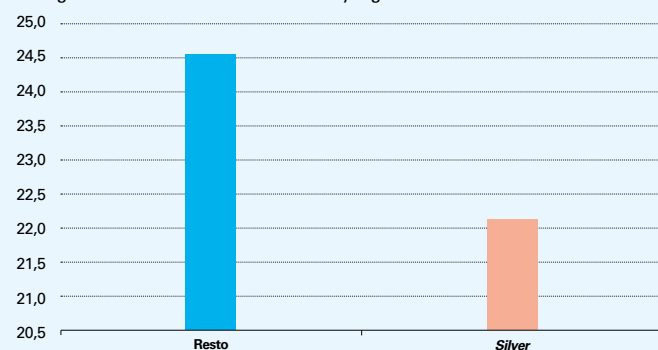


Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.

El turismo *silver* (>65): un segmento con un gran margen de crecimiento

Estacionalidad del turismo por franja de edad

% del gasto anual en los dos meses con mayor gasto



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y TPV de CaixaBank.

- Representa el 21,1% de la población española.
- Ingresos superiores a la media.
- Participación turística inferior en vista de su peso demográfico y económico.
- Potencial de crecimiento, desestacionalización y diversificación de destinos.



Resumen ejecutivo

Turismo en España 2026: nuevas oportunidades para un crecimiento sostenible y de mayor valor añadido

El sector turístico español afronta 2026 con bases sólidas y perspectivas favorables tras la normalización de las tasas de crecimiento que siguió al rebote pospandemia. En 2025, España reafirmó su liderazgo mundial con 97 millones de llegadas internacionales y un gasto récord de 135.000 millones de euros, situándose como segunda potencia global. El PIB turístico avanzó un 2,7% y se prevé que mantenga ritmos entorno al 2,5%-2,7% en los próximos ejercicios. Este escenario refleja un sector más equilibrado, con señales claras de diversificación territorial y desestacionalización, y con segmentos emergentes que impulsan su valor añadido.

Entre las tendencias que se van consolidando y que seguirán marcando el futuro del sector destacan la desestacionalización, con una distribución más homogénea de la actividad a lo largo del año, y la diversificación hacia destinos rurales, que ganan cuota frente a los tradicionales de sol y playa. Además, el turista residente reduce sus viajes nacionales y aumenta su gasto en destinos internacionales. Por regiones, Andalucía lidera el crecimiento del turismo internacional en la temporada alta del verano de 2025, mientras que Cataluña pierde protagonismo en favor de las Baleares. El sector hotelero mantiene ocupaciones históricas y aumenta su rentabilidad, aunque con un ritmo más moderado.

En este contexto, tal y como recoge el segundo artículo de este informe, el **turismo de lujo** emerge como un segmento estratégico para incrementar el valor añadido del sector. Aunque representa solo el 3% de las tarjetas internacionales, concentra el 20% del gasto presencial. El turista *prémium* gasta de media 731 euros diarios frente a los 46 euros del turista convencional. Madrid lidera este segmento, impulsada por la apertura de hoteles *ultraprémium*, seguida por Baleares, Barcelona y enclaves costeros como Marbella. Fidelizar a estos viajeros y atraer mercados

como EE. UU., Suiza o países del Golfo Pérsico será clave para reforzar esta tendencia.

Otro vector clave que analizamos en el tercer artículo es el denominado **turismo *silver***, protagonizado por los mayores de 65 años. Este colectivo ya supone el 21% de la población y cuenta con una renta superior a la media. Según los datos de pagos con tarjetas de CaixaBank, concentra el 16% del gasto turístico nacional y muestra una marcada preferencia por destinos domésticos y viajes fuera de temporada alta. Su papel es esencial para desestacionalizar la demanda y dinamizar las áreas rurales, donde alcanza cuotas superiores al 20% del gasto turístico. Con proyecciones demográficas que anticipan un fuerte crecimiento del segmento *sénior*, adaptar la oferta a sus necesidades será determinante para aprovechar su potencial.

El dinamismo turístico también ha impulsado a sectores vinculados, como la **restauración**, que ha duplicado su cifra de negocios desde 2021 y ha alcanzado máximos históricos de empleo. Sin embargo, tal y como analizamos en el cuarto artículo, el sector restaurador español presenta una elevada rotación empresarial. Cada año, una de cada diez empresas entra o sale del mercado, con una tasa de rotación muy por encima del promedio nacional y del resto de Europa. Reducir esta vulnerabilidad exige avanzar hacia modelos empresariales más escalables y profesionalizados, capaces de mejorar la rentabilidad y la supervivencia en un entorno altamente competitivo y sensible a la estacionalidad.

En definitiva, el sector turístico español encara el futuro con claras oportunidades: consolidar segmentos estratégicos como el lujo y el *silver*, reforzar la competitividad empresarial y seguir avanzando en la desestacionalización y diversificación geográfica de los destinos. España dispone de los ingredientes para afianzar su liderazgo turístico global y garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible en los próximos años.



Situación y perspectivas

El turismo español encara un crecimiento más sostenible en 2026

En 2025, el turismo consolidó su normalización tras el rebote pospandemia, alcanzando niveles récord de actividad y rentabilidad. Según nuestras estimaciones, el PIB turístico creció un 2,7%, moderándose frente al 6,0% de 2024, pero dando paso a una fase de expansión con unos ritmos más sostenibles y aún superiores a los prepandemia. El turismo internacional volvió a marcar máximos históricos, con 97 millones de llegadas (+3,5%) y un gasto de 135.000 millones de euros (+7,0%), situando a España como segunda potencia mundial tanto en llegadas (tras Francia) como en gasto (tras EE. UU.). El sector hotelero mantuvo ocupaciones históricas y mejoró su rentabilidad, con especial dinamismo en los destinos rurales frente a los tradicionales. Las perspectivas siguen siendo favorables: se prevé que el PIB turístico crezca entre un 2,5% y un 2,7% anual en 2026-2027, ligeramente por encima del ritmo de la economía.

Normalización del sector tras un ciclo pospandemia excepcional

La economía española mantuvo un notable dinamismo en 2025, con un crecimiento del PIB en torno al 3,0% interanual, apenas moderándose respecto al 3,5% anotado en 2024. Esta gradual normalización del crecimiento se produce en una fase del ciclo marcada por la fortaleza de la demanda interna, que compensa la moderación de la demanda externa, y en el que la mayoría de las ramas económicas crecen por encima de su media de largo plazo.¹

En este contexto, el PIB turístico también se ha ralentizado, con un crecimiento del 2,8% interanual en el 3T frente al 4,8% en el 3T 2024, en línea con nuestras expectativas de gradual normalización tras el extraordinario crecimiento registrado entre 2022 y 2024, impulsado por la fortísima recuperación pospandemia. Para el conjunto de 2025 estimamos un avance del 2,7% frente al 6,0% de 2024.

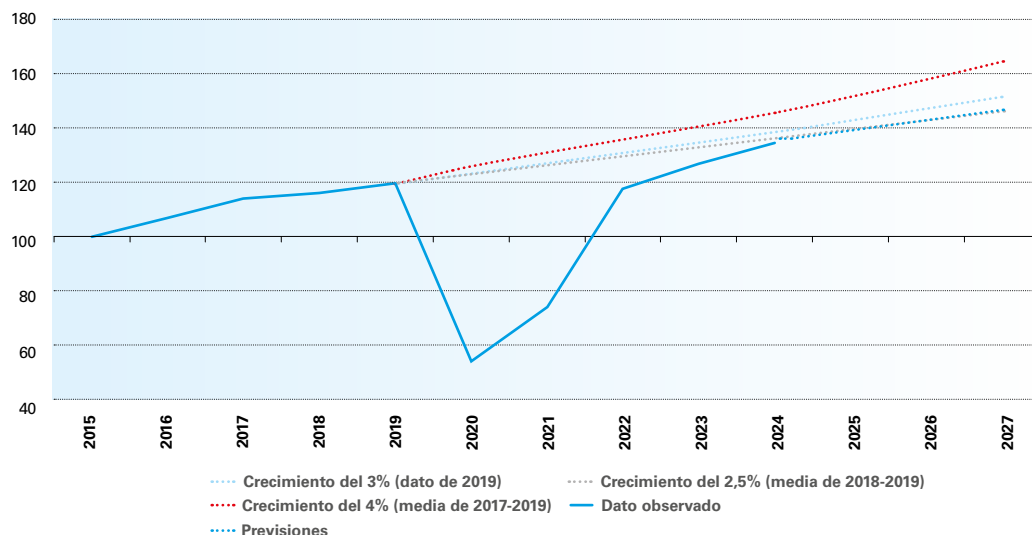
Las perspectivas para los próximos años siguen siendo positivas. Se espera que el elevado nivel de ahorro y el aumento de la renta disponible de los hogares sostengan la demanda en los principales mercados emisores. Nuestras estimaciones apuntan a un crecimiento del PIB turístico del 2,5% en 2026 y del 2,7% en 2027, ritmos comparables a los de 2025 y que suponen retomar los niveles a los que hubiera llevado la senda de expansión observada en el periodo 2018-2019, tal y como se refleja en el gráfico de la página siguiente. Según nuestras proyecciones, el peso del sector alcanzará en 2026 el 12,8% del PIB frente al 12,6% de 2019, alcanzando el 12,9% en 2027.²

① Para un análisis más pormenorizado del momento que atraviesa la economía española desde el punto de vista de sus sectores de actividad, véase «[La economía española, en expansión transversal](#)», *Observatorio Sectorial 2S 2025*. Según el informe, más del 70% de los sectores analizados están creciendo por encima de su media de largo plazo.

② Las proyecciones de peso del PIB turístico incorporan el cambio en la serie histórica en la cuenta satélite de turismo del INE. Anteriormente a este cambio, la previsión era del 13,1% para 2026 y del 13,3% para 2027.

PIB turístico español

Índice (100 = 2015)



Nota: Proyecciones a partir del crecimiento medio registrado en cada periodo.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

El turismo internacional bate récords en España por tercer año consecutivo

El turismo internacional volvió a marcar registros históricos en 2025. No obstante, tal y como anticipábamos, el ritmo de crecimiento de los indicadores de demanda extranjera se ha moderado tras varios años de intenso dinamismo.

En términos de llegadas, España recibió 91,5 millones de turistas internacionales entre enero y noviembre, casi 3 millones más que en el mismo periodo del año anterior. La temporada de verano fue especialmente exitosa para el sector y se batió un nuevo récord: solo entre junio y septiembre llegaron 41,4 millones de turistas del extranjero, unos 750.000 más que en 2024, y 3,8 millones más que en 2019. Con todo, el incremento de las llegadas se moderó de forma significativa en 2025. Para el conjunto del año, estimamos que las llegadas crecerán un 3,5%, hasta alcanzar los 97 millones de turistas, frente al aumento del 10% registrado en 2024.

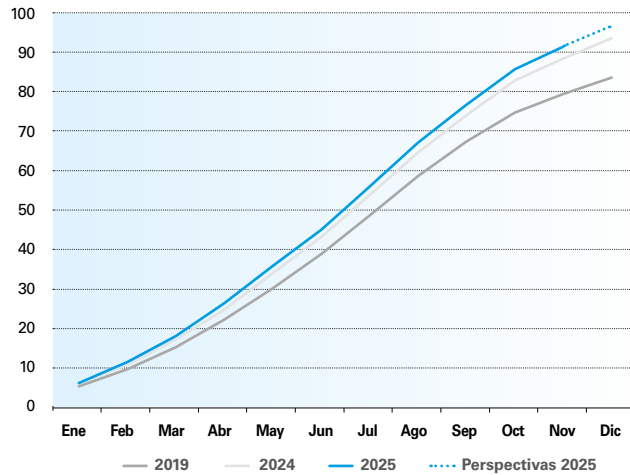
Por mercados de origen, la ralentización de las llegadas es generalizada, con la única excepción de los turistas portugueses (+14% interanual entre enero y noviembre). En el extremo opuesto, belgas y franceses corrigen a la baja tras los crecimientos de dos dígitos registrados en 2024. Por su parte, el turismo de larga distancia (categorizado como «Resto del mundo» y «Resto de América» en el gráfico adjunto) también muestra un comportamiento débil, aunque consolida las fuertes ganancias del año anterior, cuando anotó incrementos cercanos al 20% en el caso de «Resto del mundo», que recoge principalmente al turista asiático. En cualquier caso, conviene recordar que todos los mercados, salvo los nórdicos (y los rusos, por el contexto de la guerra en Ucrania), se encuentran en máximos históricos de llegadas. El hecho de que la ralentización sea tan generalizada sugiere que no se debe a factores externos concretos, sino que, simplemente, se normaliza la expansión.



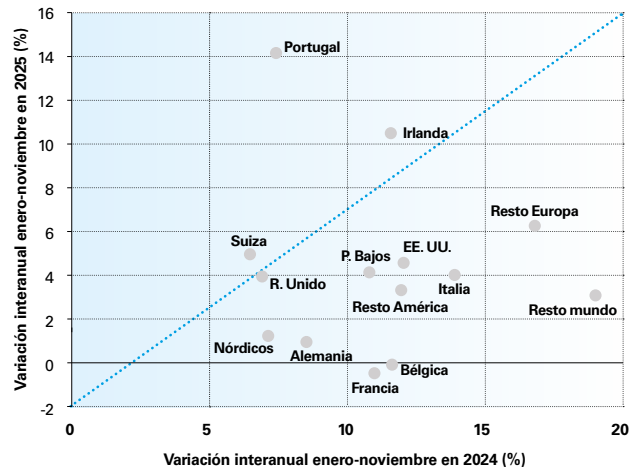
El crecimiento de las llegadas de turistas extranjeros se modera de forma generalizada entre mercados de origen

Llegadas de turistas internacionales

Millones, acumulado en el año



Llegadas según el mercado de origen



Nota: Perspectivas de llegadas para 2025 de CaixaBank Research.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

El gasto medio por turista internacional se situó cerca de los 1.400 euros en 2025, un 3,2% más que en 2024

En términos de gasto, el sector ingresó alrededor de 134.000 millones de euros por parte de los turistas extranjeros en los últimos 12 meses hasta noviembre, lo que supone un crecimiento del 6,9% interanual, frente al 17,5% en el mismo periodo de 2024.

El gasto medio por persona³ se situó cerca de los 1.400 euros de media hasta noviembre, lo que supone un incremento del 3,2%, por debajo del 5,7% registrado en el mismo periodo de 2024, pero similar al comportamiento de la inflación turística (véase el gráfico de la página siguiente). Este comportamiento se corresponde con unas estancias ligeramente más cortas (7,1 días de media, 1 décima menos que en 2024), y con un avance del gasto diario por turista (195 euros) del 4,6%.

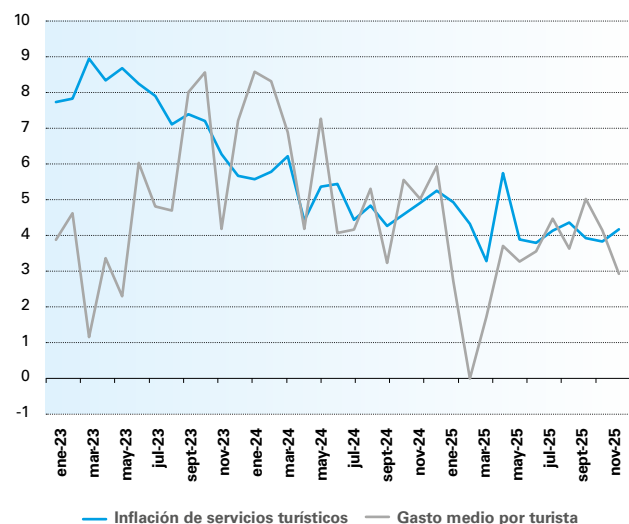
³ El gasto medio por persona y viaje calculado por el INE intenta capturar el gasto total de los viajeros incluyendo el transporte a España.

Según el indicador de gasto turístico extranjero de CaixaBank Research, la mayor parte de la debilidad se concentró en la partida de alojamiento (-3,6% interanual en el año hasta noviembre), mientras que el comercio y el ocio (11,6%) y la restauración (14,5%) siguieron creciendo con fuerza y compensando ese menor gasto en alojamiento.

El crecimiento del gasto turístico se desacelera en línea con la corrección de la inflación

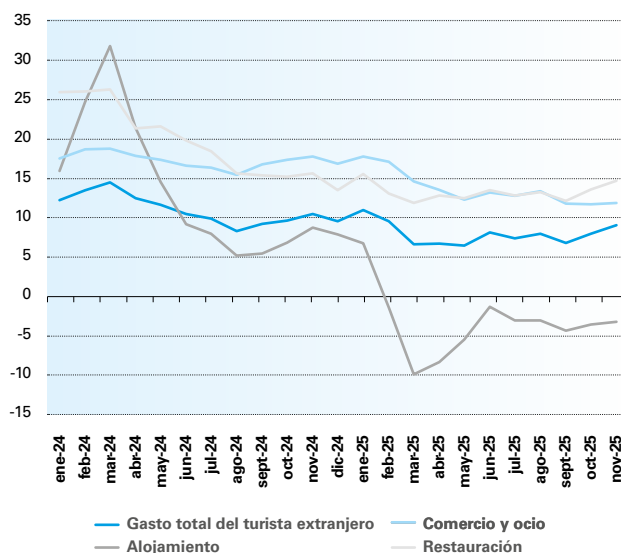
Gasto medio por turista (EGATUR)

Variación interanual (%)



Indicador de gasto turístico de CaixaBank Research*

Variación interanual (%)



Notas: (*) Pagos presenciales y retiradas de efectivo realizados por los turistas internacionales en España. Consideramos como gasto de turistas internacionales los pagos efectuados en España en TPV de CaixaBank con las tarjetas emitidas por entidades extranjeras. Media móvil de los últimos tres meses.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE y de datos internos.

Andalucía lideró el crecimiento del turismo internacional en el verano de 2025

El análisis de la temporada alta de verano permite extraer conclusiones relevantes por regiones. Todas las zonas tradicionalmente más atractivas para el turismo internacional superaron las cifras de 2024 y obtuvieron nuevos máximos históricos, aunque el ritmo de crecimiento se moderó tras las tasas de dos dígitos registradas el año anterior.

Entre ellas, Andalucía se consolida como la gran ganadora: fue la región en la que más se incrementó la llegada de turistas extranjeros en el verano de 2025, con 300.000 visitantes adicionales hasta alcanzar los 6,2 millones, situándose como la tercera región más visitada tras Baleares y Cataluña. Por el contrario, Cataluña recibió 8,6 millones de turistas internacionales en el verano de 2025, por debajo de los 8,7 millones de 2024 y de los 8,9 millones registrados en 2019. De hecho, ha dejado de ser la región más visitada en la temporada estival, cediendo el liderazgo a Baleares.



Balance de la temporada alta 2025 (junio-septiembre)

	Llegadas turistas internacionales Número	Variación		Peso %
		vs. 2024 %	vs. 2019 %	
Andalucía	6.165.699	5,3	16,8	14,9
Canarias	4.651.066	3,9	17,6	11,2
Otras CC. AA.	4.121.630	2,8	7,6	9,9
C. Valenciana	5.382.824	2,4	20,6	13,0
Baleares	9.548.234	2,3	10,1	23,0
Total nacional	41.432.649	1,8	10,0	100,0
Madrid	3.005.119	-1,2	18,4	7,3
Cataluña	8.558.077	-1,8	-4,2	20,7

Nota: Tabla ordenada de más a menos según la variación vs. 2024.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

El turista español vuelve a los destinos internacionales

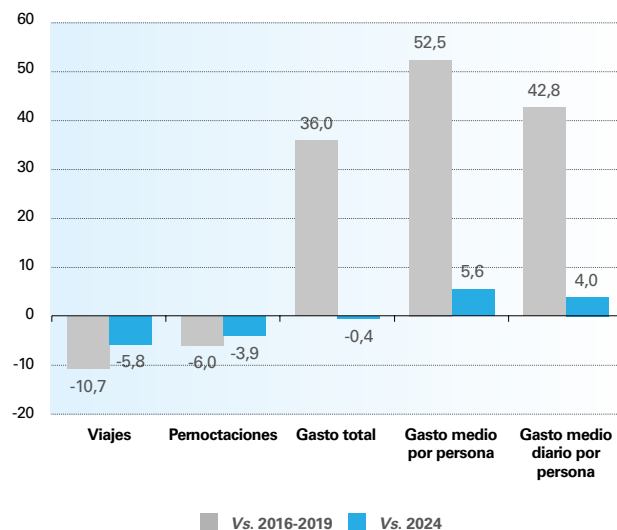
Las tendencias que comenzaban a perfilarse en 2024 se consolidaron en 2025 en lo que respecta al comportamiento del turista residente y revelan dos dinámicas diferenciadas. Por un lado, disminuye su presencia en los destinos nacionales, con caídas tanto en el número de viajes (-5,8% interanual) como en las pernoctaciones (-3,9%), situándose estas últimas incluso por debajo de los niveles prepandemia.⁴ El gasto total retrocede un 0,4% como consecuencia del descenso de los viajeros, si bien el gasto medio por persona crece un 5,6%. En contraste, los viajes al extranjero por parte de los españoles mantienen una tendencia expansiva: los desplazamientos aumentan un 4,7% y el gasto total, un 8,5%.

④ El dato de pernoctaciones de la encuesta de turismo residente del INE incluye todo tipo de alojamiento, no solo las pernoctaciones hoteleras.

Comportamiento del turista residente en 2025

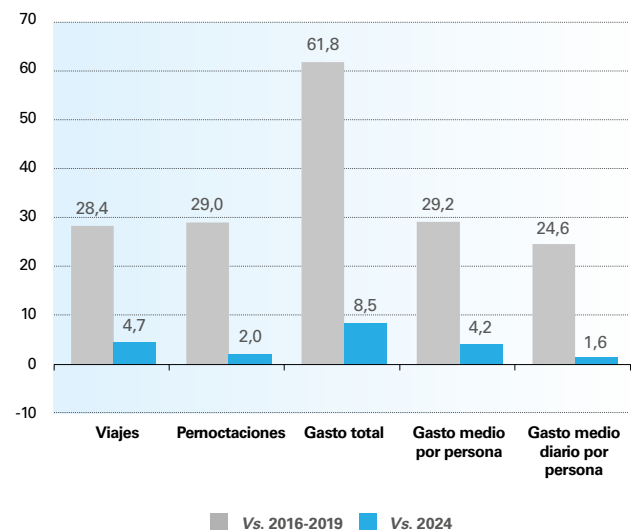
Destino España

Variación en 2025* (%)



Destino internacional

Variación en 2025* (%)



Nota: (*) Los datos anuales representan el acumulado en el año entre enero y septiembre.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

El sector hotelero mantiene los niveles de ocupación y su rentabilidad mejora

En 2025, las pernoctaciones hoteleras se han mantenido en niveles récord, muy similares a los de 2024, consolidando una demanda un 6% superior al periodo prepandemia. No obstante, el ritmo de crecimiento se ha moderado de forma notable: hasta noviembre, las pernoctaciones apenas aumentaron un 0,9% interanual, frente al 5,0% del año anterior. Esta desaceleración afecta a todos los tipos de turista, aunque es más acusada en el residente, que retrocede un 0,2%, mientras que el no residente crece un 1,5%. Por origen de los turistas extranjeros, destaca el descenso de las estancias de algunas nacionalidades que son claves para el sector, como los turistas franceses, alemanes e italianos, que concentran el 20% del total de estancias.

A pesar de esta estabilización, la ocupación se mantiene elevada y en máximos: en torno al 70% en el año y cerca del 77% en los meses de verano, superando ligeramente el excelente registro de 2024. Además, la rentabilidad del sector sigue al alza: el índice RevPAR creció un 6,4%, por encima de la inflación, aunque menos que en 2024 (9,8%).

Por regiones, la ocupación hotelera aumentó de forma generalizada, salvo en Extremadura y en la Comunidad Valenciana. Destacan los fuertes incrementos en destinos menos habituales para el turismo extranjero, como La Rioja, Navarra o Galicia. Ahora bien, ¿hasta qué punto esta mayor ocupación se traduce en una mejora de la rentabilidad hotelera? El análisis conjunto de ocupación y rentabilidad que se recoge en los gráficos de la página siguiente muestra la relación positiva esperada: donde sube la ocupación, mejora la rentabilidad. Sin embargo, hay casos que merecen atención. En positivo figura La Rioja, que registra el mayor crecimiento tanto en ocupación como en RevPAR. En el extremo opuesto, Extremadura y la Comunidad Valenciana registran descensos en ocupación y apenas mejoras en rentabilidad (en Extremadura, incluso cae). Navarra, con un fuerte incremento en ocupación –el segundo más alto–, presenta, sin embargo, un aumento en RevPAR relativamente moderado.

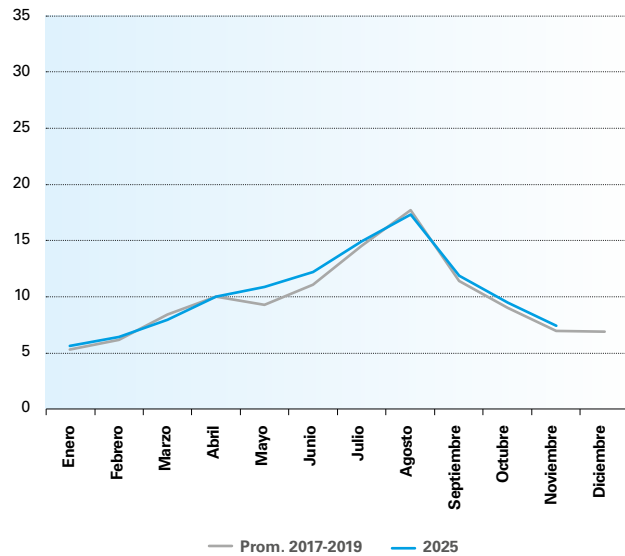




Sector hotelero: la demanda no residente sigue aumentando, así como la ocupación y la rentabilidad

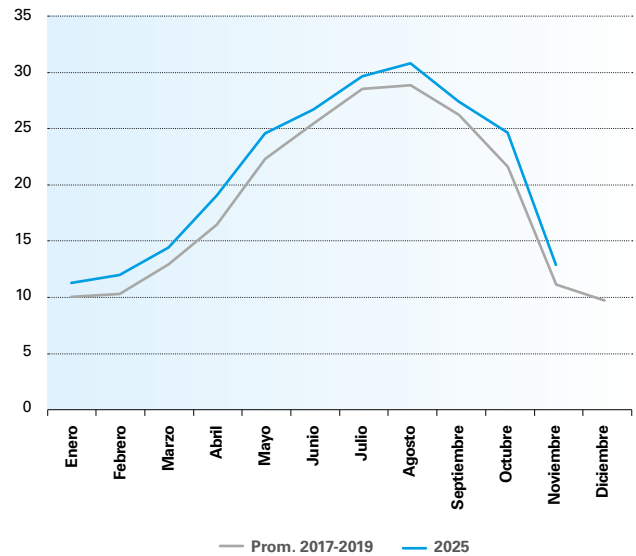
Pemotaciones de residentes

Millones



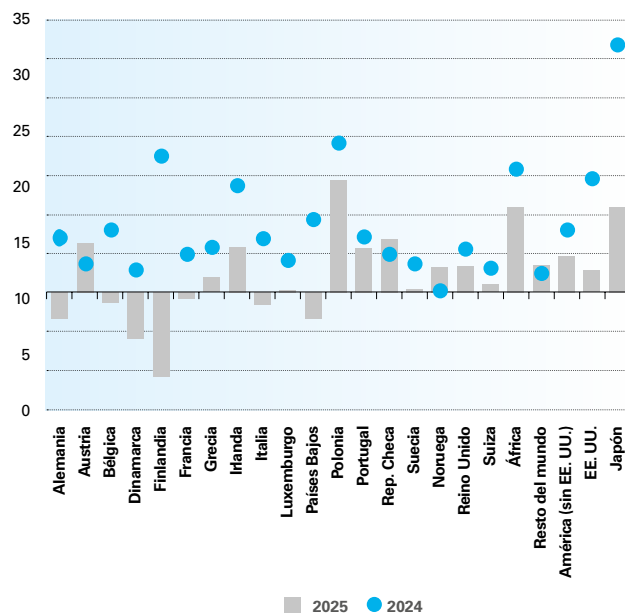
Pemotaciones de no residentes

Millones

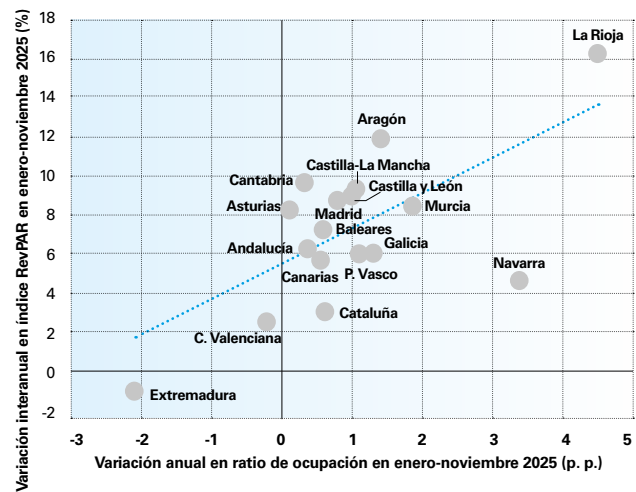


Pemotaciones hoteleras por mercado de origen en 2025

Variación interanual acumulado hasta noviembre (%)



Relación entre ocupación y rentabilidad



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

¿Qué tendencias turísticas pospandemia perduran en España cinco años después?

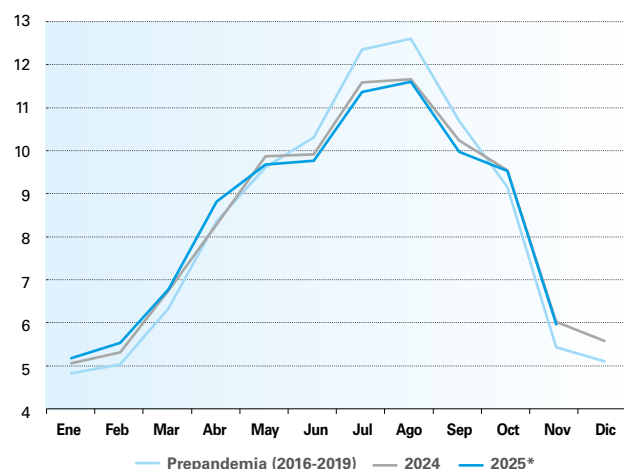
Tras constatar la normalización del sector turístico después de la pandemia, uno de los interrogantes naturales que cabe plantearse es si las tendencias que se han venido observando en los primeros años después del shock de la COVID-19 se han revertido o si, por el contrario, se han consolidado.

En primer lugar, el sector turístico ha mostrado una creciente desestacionalización de su actividad a lo largo del año tras el estallido de la pandemia.⁵ Los gráficos siguientes comparan para cada mes del año las llegadas de turistas y las ratios de ocupación en 2024 y 2025 frente al periodo prepandemia. Como es habitual, los meses de junio a septiembre concentran el mayor volumen, pero se observa que la actividad fuera de temporada alta gana peso. Aunque esta tendencia se mantuvo en 2025, no se puede decir que se haya acelerado respecto a 2024, sino que el proceso de desestacionalización del sector sigue siendo muy gradual.

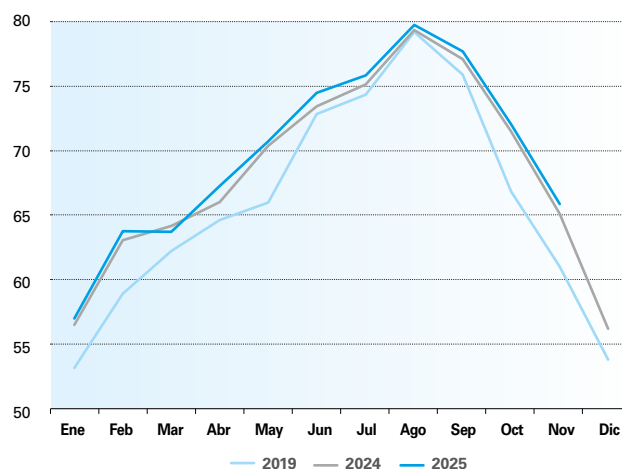
⑤ La reducción de la estacionalidad del sector es un proceso gradual que se ha observado desde hace décadas, pero que parece haberse acelerado en los últimos años. Para un análisis en profundidad de este proceso y de sus causas, véase el artículo [«¿Qué factores han contribuido a la desestacionalización del gasto turístico en España?»](#) en el *Informe Sectorial de Turismo 1S 2025*.

Se mantiene la tendencia a la desestacionalización de la actividad turística en España

Llegadas de turistas internacionales
(% sobre el total de llegadas al año)



Tasa de ocupación hotelera
(% de ocupación por habitación disponible)



Nota: (*) Los porcentajes de 2025 se calculan sobre nuestra previsión de 97 millones de llegadas de turistas en el año.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

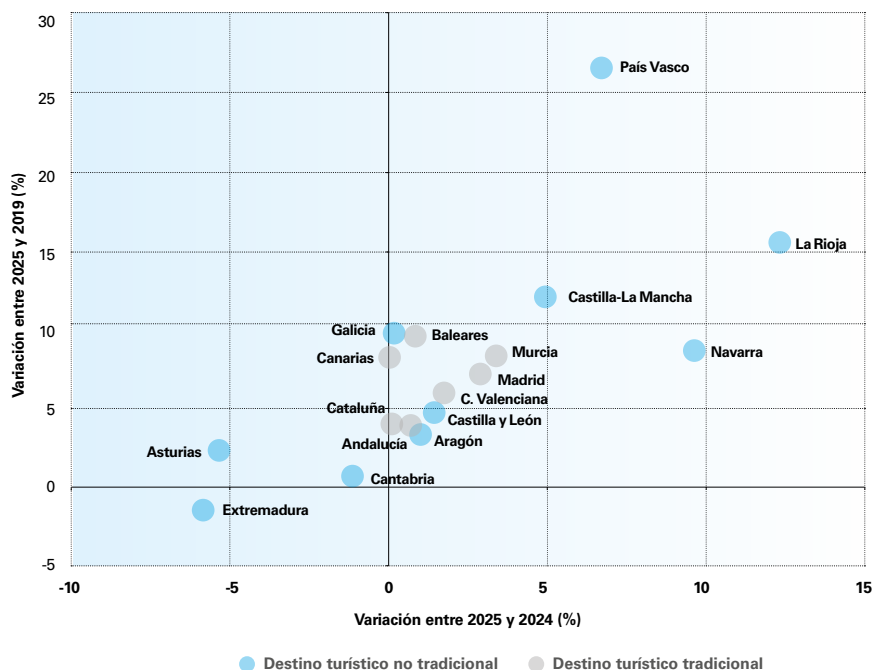
Una de las tendencias más destacadas tras la pandemia ha sido el creciente interés por destinos no tradicionales, vinculados al denominado turismo verde o rural, frente a los clásicos destinos de sol y playa, habitualmente más masificados y que concentran la mayor parte de la oferta turística en España.



Las tendencias hacia una gradual desestacionalización de la actividad turística y hacia la diversificación de destinos se mantienen

En 2025, el dinamismo se concentró en comunidades menos turísticas, como el País Vasco, La Rioja, Navarra y Castilla-La Mancha, que no solo siguen ganando cuota, sino que superan ampliamente los niveles prepandemia. Por el contrario, los grandes destinos consolidados presentan estabilidad tras el fuerte rebote de años anteriores. Esta tendencia apunta a una creciente diversificación territorial del turismo y abre oportunidades para reforzar la oferta en destinos emergentes, especialmente en los segmentos rurales y sostenibles.

Pernotaciones hoteleras por CC. AA.



Nota: Los datos corresponden al acumulado entre enero y noviembre.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Por último, otras de las grandes tendencias pospandemia ha sido el auge del turismo de lujo en nuestro país, lo que lo convierte en un segmento estratégico por su elevada contribución al gasto y su capacidad para impulsar el valor añadido del sector. En este sentido, este informe contiene el artículo «Radiografía del turismo de lujo internacional en España», donde profundizamos en las características, origen y comportamiento de este tipo de turista a partir de datos agregados y anonimizados de pagos con tarjetas extranjeras en TPV de CaixaBank.

Radiografía

Radiografía del turismo de lujo internacional en España

El turismo de lujo se ha consolidado como un segmento estratégico para el sector turístico español, tanto por su elevada contribución al gasto como por su potencial para incrementar el valor añadido del sector. Según los datos de pagos analizados por CaixaBank Research, aunque este segmento solo representa el 3% de las tarjetas internacionales, concentra el 20% del gasto presencial de los turistas extranjeros. El análisis evidencia también el auge del turismo de lujo urbano, impulsado en gran medida por el dinamismo de Madrid como destino de alta gama, pese a mantener todavía una marcada orientación costera. El Reino Unido, Francia y Alemania son los principales emisores de turistas hacia España, tanto en el segmento de lujo como en el convencional, aunque destacan otras economías con un PIB per cápita muy elevado, una gran desigualdad o una combinación de ambas.

El turismo de lujo: un segmento clave

España batió un nuevo récord de llegada de turistas al recibir 85,7 millones de personas en los 10 primeros meses de 2025, según el INE. Tal y como expondremos en el presente análisis, un componente clave de esta demanda es el turismo de lujo.

Para identificar qué turistas entran en esta categoría, partimos de los datos anonimizados de tarjetas internacionales que operan en TPV de CaixaBank, calculamos el gasto diario promedio de todas las tarjetas, y clasificamos como turistas de lujo aquellos cuyo gasto diario es al menos 10 veces superior al gasto mediano. Así, mientras que el gasto medio diario del conjunto de tarjetas extranjeras es de 46 euros,⁶ el turista de lujo realiza un gasto medio diario de 731 euros. Esta categoría de tarjeta representa cerca del 3% del total de tarjetas internacionales, pero concentra, ni más ni menos, alrededor del 20% del gasto turístico internacional presencial.

Lo primero que observamos en el análisis es que el gasto medio diario por tarjeta, tanto en el caso del turista de lujo como del resto de turistas, se redujo entre 2019 y 2025. No obstante, el descenso obedece, fundamentalmente, al aumento del número de tarjetas utilizadas por cada visitante, y no a una contracción del gasto por persona.⁷

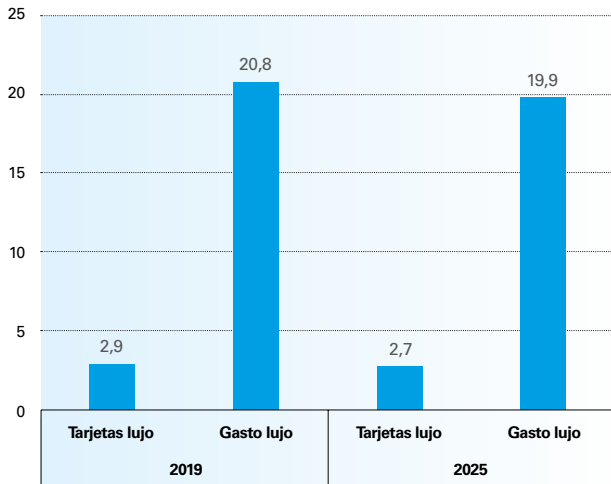
⁶ Solo refleja el gasto realizado en los TPV de CaixaBank, por lo que el gasto total será superior.

⁷ Véase [Payments statistics: first half of 2024](#), Banco Central Europeo.



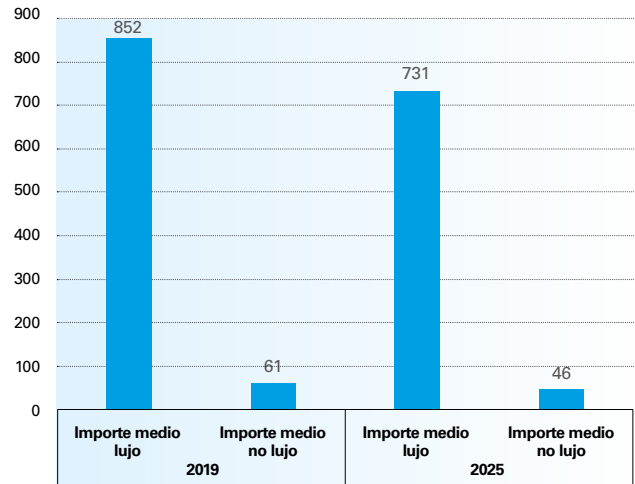
Peso del turismo de lujo por parte de extranjeros

Sobre el total de tarjetas y gasto (%)



Importe medio diario por tarjeta

Euros/día



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.

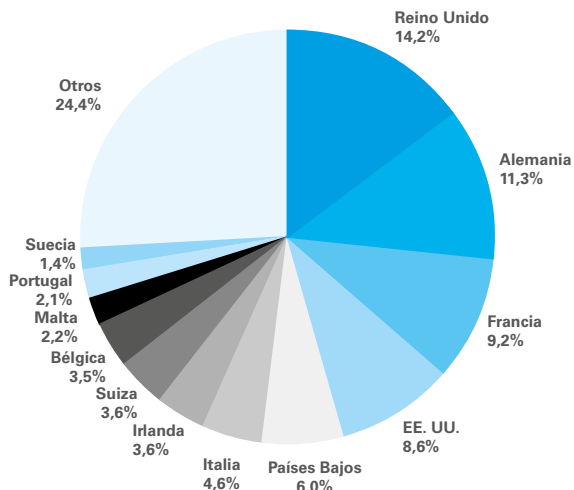
Una segunda característica que descubrimos es que la fidelidad del turista de lujo es ligeramente inferior a la del resto: entre las tarjetas internacionales con pagos en TPV de CaixaBank analizadas en 2024, el 17,9% de las que fueron identificadas como de lujo vuelven a realizar pagos en 2025, frente al 20,2% de las tarjetas asociadas a turistas no de lujo. Reforzar la fidelización de este segmento se perfila, por lo tanto, como una palanca relevante para seguir impulsando un turismo de mayor valor añadido.

El origen de los turistas de lujo: más allá de los mercados tradicionales

Los principales emisores del turismo de lujo

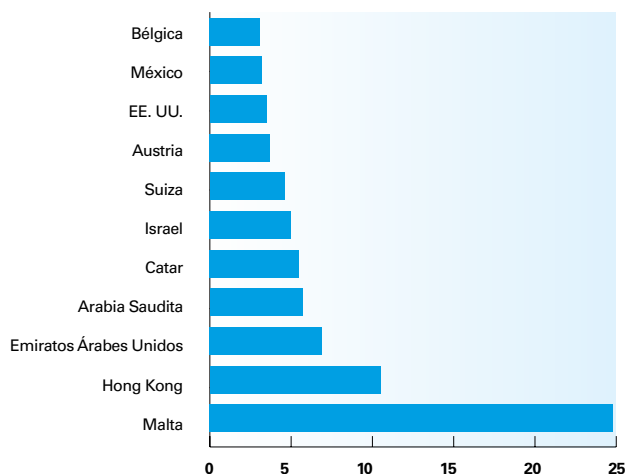
¿De dónde provienen los turistas de lujo?

Total de tarjetas de lujo (%)



¿Qué países tienen una mayor proporción de turistas de lujo?

Total de tarjetas de cada país (%)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.

En cuanto a los países de origen, el Reino Unido, Francia y Alemania son los principales emisores de turistas hacia España, tanto en el segmento de lujo como en el convencional. Aun así, si bien durante los 10 primeros meses de 2025 estos tres países concentraron el 45,8% del total de llegadas de turistas, según los datos del INE, su peso conjunto en el turismo de lujo, a partir de los datos internos de CaixaBank, se reduce al 34,7% de las tarjetas clasificadas como de alto gasto.

Los países que destacan en el turismo de lujo tienden a ser economías con rentas muy altas, con desigualdades elevadas, o una combinación de ambas. Entre los principales emisores cuyo peso en el segmento es muy superior al que tienen en el total de turistas, sobresale EE. UU., que, si bien solo supone el 4,6% de las llegadas totales, concentra el 8,6% de las tarjetas identificadas como de turistas de lujo. Los Países Bajos, Bélgica y Suiza también muestran un mayor peso en el turismo de alta gama que en el agregado –los tres entre los países con mayor renta per cápita en Europa–.

Al analizar la proporción de turistas de lujo sobre el total de tarjetas de cada país, destacan varios países del golfo Pérsico, Hong Kong, Israel y México. Malta constituye un caso particularmente llamativo: las tarjetas de lujo representan el 24,8% del total de tarjetas maltesas con pagos en TPV de CaixaBank. Sin embargo, el volumen observado de tarjetas de esa nacionalidad parece demasiado elevado para corresponder exclusivamente a residentes de Malta, lo que sugiere que una parte sustancial de este flujo podría corresponder a turistas de terceros países que utilizan tarjetas emitidas por bancos malteses durante sus visitas a España.

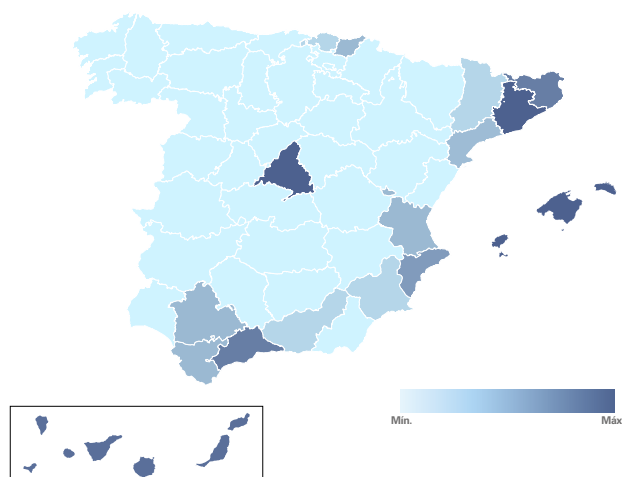
Destinos preferidos: el auge del turismo de lujo urbano

La distribución geográfica del turismo de lujo muestra una elevada concentración. En los 10 primeros meses de 2025, las tres provincias que recibieron el mayor número de turistas de lujo concentraron el 60,6% de las visitas de este segmento: las Islas Baleares (22,5%), Madrid (19,6%) y Barcelona (18,6%). Otros focos relevantes son las Canarias y diversas provincias del arco mediterráneo, como Málaga, Cádiz, Alicante y Valencia.

El turismo de lujo se concentra en la costa y en Madrid

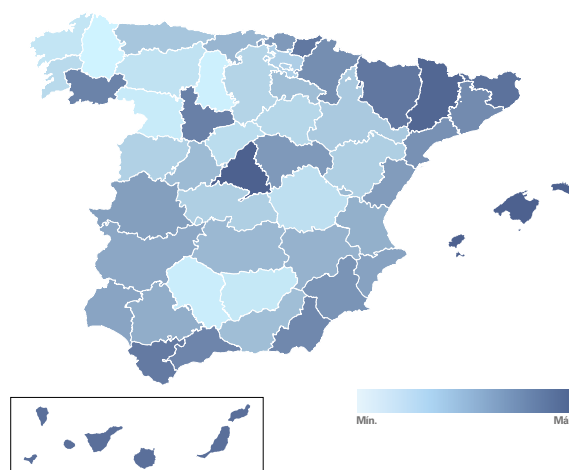
¿A qué provincias van los turistas de lujo?

Total de tarjetas de lujo (%)



¿Qué provincias tienen una mayor proporción de turistas de lujo?

Total de tarjetas en cada provincia (%)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de TPV de CaixaBank.



Atendiendo al peso del turismo de lujo sobre el gasto turístico internacional total en cada provincia, el mapa se vuelve más matizado. Madrid y las Islas Baleares continúan destacando: el 30,3% del gasto turístico internacional en Madrid y el 24,8% del gasto internacional en las Baleares provienen del turismo de lujo.

No obstante, otras provincias muestran también una notable dependencia de este segmento. Entre ellas, Lleida (18,4%) y Huesca (16,9%), donde el turismo de esquí tiene un peso relevante; y Orense (19,4%) y Vizcaya (18,4%). En Barcelona, el turismo de lujo representa el 16,8% del gasto turístico internacional de la provincia, un registro algo inferior al promedio nacional (19,9%).

Top 10 de municipios en el turismo de lujo

	% sobre el total nacional de tarjetas de lujo	% del gasto de lujo sobre el total de gasto de turistas extranjeros en el municipio	Importe medio diario por tarjeta
1 Madrid	18,7	31,3	727
2 Barcelona	14,9	16,5	611
3 Palma	8,0	27,3	673
4 Ibiza	3,4	25,3	667
5 Málaga	3,4	15,9	642
6 St. Josep de Sa Talaia	3,0	30,0	703
7 Calvià	2,6	27,2	729
8 Adeje	2,4	25,5	838
9 Sevilla	2,3	15,1	592
10 Marbella	2,2	27,0	762

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.



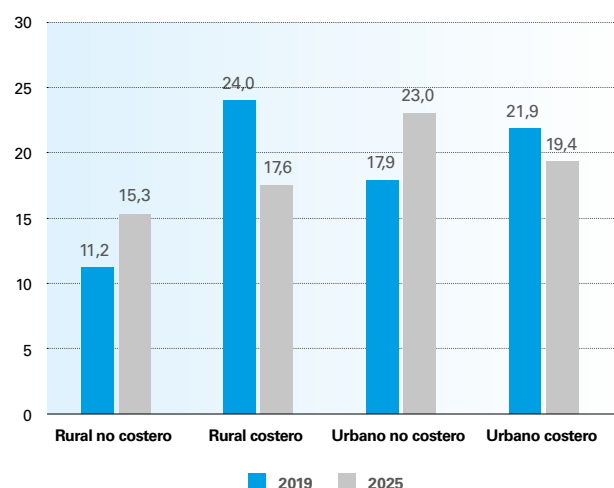
El *top 10* de municipios con mayor gasto turístico de lujo revela un patrón claro: una combinación de destinos urbanos y enclaves costeros con una marcada especialización en este segmento. Madrid encabeza la lista, tanto por número de turistas de lujo como por el peso de este segmento en el gasto turístico total del municipio. En los últimos años, la capital ha experimentado un *boom* del turismo de lujo, impulsado por la apertura de numerosos hoteles de categoría «ultra-luxury» y una clara apuesta de la oferta turística orientada a este nicho.

Barcelona, que continúa siendo el municipio con mayor gasto turístico internacional total, se sitúa en segunda posición en gasto de lujo. No obstante, la proporción del turismo de lujo en el gasto turístico de la ciudad (16,5%) es sensiblemente inferior a la observada en Madrid (31,3%). Además, los turistas de lujo registran un gasto medio diario algo superior en Madrid que en Barcelona, lo que refuerza el mayor posicionamiento de la capital en el segmento *prémium*.

Los destinos costeros mantienen su protagonismo, especialmente en las Baleares: Palma, Ibiza, Sant Josep de Sa Talaia o Calvià presentan un porcentaje muy elevado de gasto de lujo sobre el total del gasto turístico del municipio. En la provincia de Málaga, Marbella se consolida como un destino altamente especializado en ese segmento, y en las Canarias destaca Adeje, con una notable concentración de hoteles de cinco estrellas.

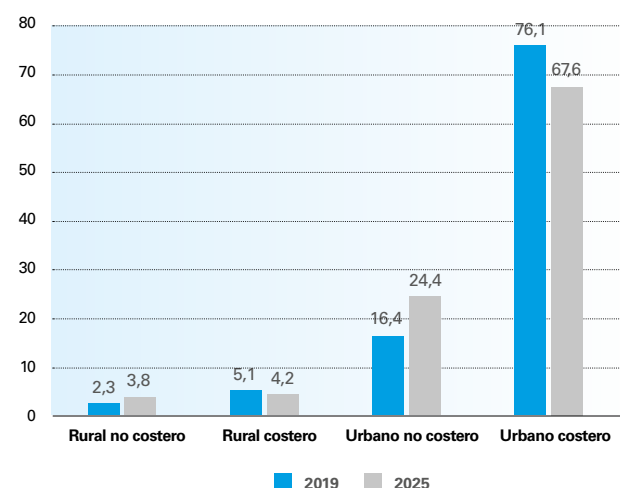
¿Qué importancia tiene el turismo de lujo en cada zona?

Gasto de lujo sobre el total de gasto en cada zona (%)



¿Dónde gastan los turistas de lujo?

Reparto de gasto de lujo por zonas (%)



Nota: Para identificar los municipios urbanos, rurales y costeros, se clasifican según su cercanía al mar y sus características demográficas (población y densidad).

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.



El fuerte dinamismo de Madrid ha provocado que, entre 2019 y 2025, la proporción del gasto de lujo realizado en destinos urbanos no costeros haya aumentado del 16,4% al 24,4%. Estos destinos se han convertido, además, en los más dependientes del turismo de lujo, que llega a representar el 23,0% del gasto turístico internacional en estas localidades. En cambio, en los destinos costeros, el peso relativo del turismo de lujo ha cedido ligeramente.

¿En qué gastan los turistas de lujo?

Finalmente, el análisis de las transacciones mediante tarjeta en TPV de CaixaBank, permite desglosar los pagos presenciales⁸ de los turistas de lujo por categorías de gasto. La partida más relevante corresponde al alojamiento hotelero, que concentra el 38,6% del total. Otras categorías destacadas son la restauración, la moda y la joyería.

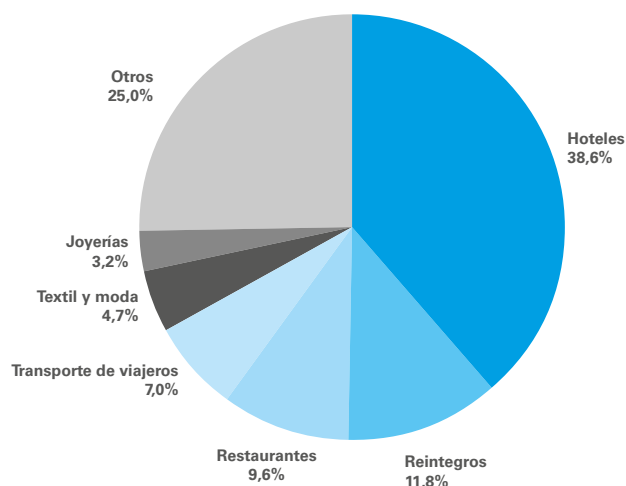
⁸ Los pagos presenciales excluyen, por tanto, los gastos realizados desde el país de origen en el momento de contratación del viaje.

Destaca especialmente el gasto en joyerías, donde los turistas de lujo representan el 64,5% del gasto total efectuado por los turistas extranjeros, así como los casinos (73,1%) y servicios exclusivos como el estacionamiento de aeronaves (84,3%). Por el contrario, su peso en la categoría de supermercados es marginal (4,5%).

Esta pauta de consumo –alta concentración en alojamiento de gama alta, restauración, compras de lujo y servicios muy exclusivos– refuerza la idea de que el turismo de lujo constituye un vector diferenciado para incrementar el valor añadido y la calidad del modelo turístico español.

Gasto de los turistas de lujo por categoría

Sobre el total del gasto por parte de los turistas de lujo (%)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de pagos en TPV de CaixaBank.

Turismo sénior

El turismo *silver* en España: una oportunidad para desestacionalizar y diversificar destinos

La población de más de 65 años se está consolidando como un segmento estratégico del sector turístico español, con un amplio margen de expansión. El peso demográfico de este grupo ha crecido de forma sostenida en España y su poder adquisitivo supera hoy la media nacional, lo que refuerza su relevancia estratégica. El análisis de los datos de pagos con tarjetas de CaixaBank confirma que este colectivo representa una parte significativa del gasto turístico, especialmente en el ámbito doméstico. Sin embargo, su participación sigue siendo inferior a su peso poblacional, lo que apunta a un considerable potencial de crecimiento si la oferta se adapta mejor a sus preferencias y necesidades. Además, adquiere una especial relevancia en las provincias rurales y contribuye a la desestacionalización.

El turismo *silver*: un segmento en crecimiento

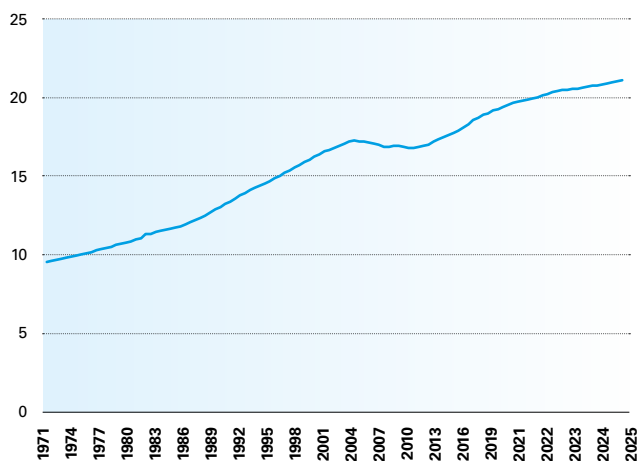
Los mayores de 65 años han adquirido un peso creciente en la pirámide demográfica española, pasando de representar alrededor del 10% de la población a principios de los años setenta al 15% a mediados de los noventa y al 21,1% en 2025. Paralelamente, su poder adquisitivo se ha incrementado de forma notable en términos relativos: si en 2008 su renta anual neta por persona era muy similar a la del conjunto de la población, en 2024 fue un 16,2% superior al promedio nacional.

**El peso demográfico
de este grupo ha crecido
de forma sostenida en España**



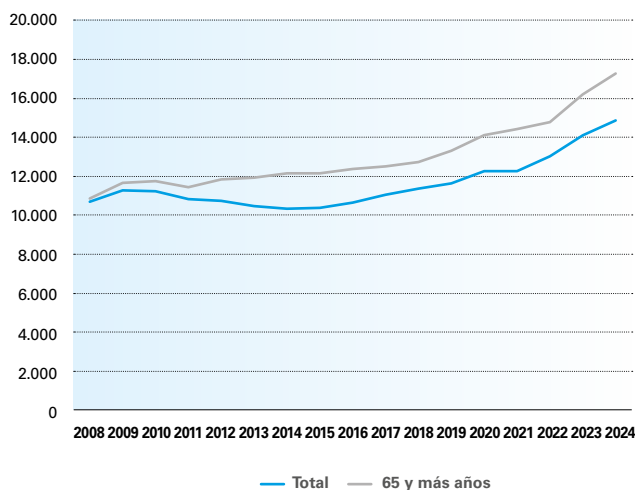
Población mayor de 65 años en España

(% sobre el total de población)



Poder adquisitivo de la población *silver*

Renta anual neta media por persona en euros (nominales)



Nota: Datos a 1 de enero de cada año.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Según los datos de tarjetas de CaixaBank, debidamente anonimizados y agregados, la población mayor de 65 años concentró el 15,6% del gasto turístico⁹ realizado por los españoles. Dada la mayor propensión de los turistas *silver* a optar por el turismo doméstico, este colectivo concentra el 16,4% del gasto turístico nacional realizado dentro de España. Estas cifras evidencian, por un lado, que el turismo *silver* ya es un componente relevante de la demanda turística en España. Por otro, ponen de manifiesto que la población sénior aporta un porcentaje de gasto inferior a su peso demográfico, pese a contar con una renta neta media más elevada. Además, cabe esperar que las futuras cohortes de mayores –con trayectorias vitales más viajeras y mayor familiaridad con el turismo– incrementarán su propensión a viajar. En consecuencia, estamos ante un segmento estratégico con gran potencial: si la oferta se adapta a sus preferencias y necesidades y se fidelizan los nuevos jubilados, el turismo *silver* puede convertirse en un motor clave para el sector.

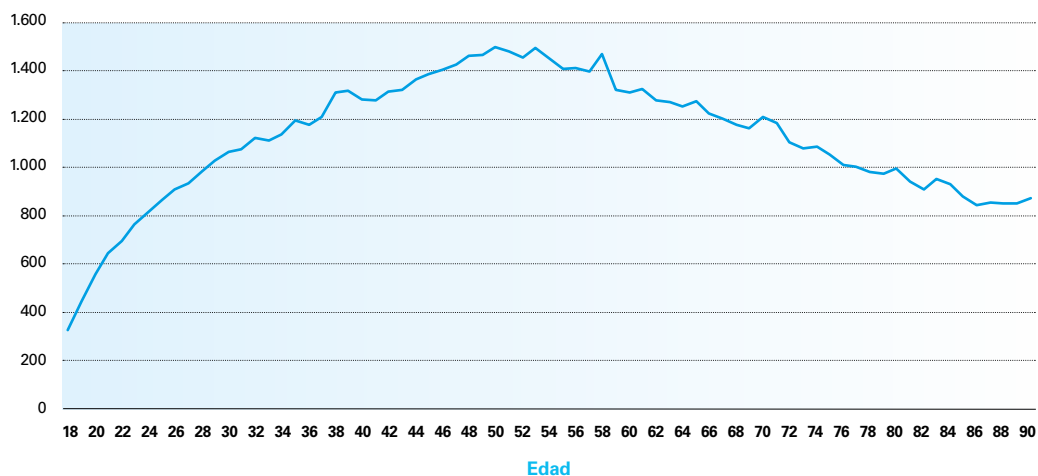
⁹ Se entiende por gasto turístico el efectuado fuera de una zona circular de 30 kilómetros en torno a los baricentros de consumo habitual. Este gasto comprende tanto los pagos con tarjeta como las retiradas de efectivo que se realizan fuera de estas zonas.

El gasto en turismo en España en función de la edad

El análisis del gasto turístico per cápita por edad revela un patrón claro: el gasto turístico de los españoles aumenta de forma progresiva desde los 18 años, alcanzando su máximo entre los 48 y 54 años, con cifras en torno a los 1.500 euros. A partir de esa edad, el gasto comienza a disminuir gradualmente, hasta situarse alrededor de los 800 euros en el caso de los mayores de 80 años. Este comportamiento subraya el potencial de crecimiento del segmento sénior. Una oferta turística adaptada a sus preferencias, y que tenga en cuenta situaciones de salud diversas, puede elevar la participación del turismo sénior en el sector.

Promedio de gasto turístico per cápita en 2025 por edad

Euros



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y TPV de CaixaBank.

Preferencia doméstica del turista *silver*

Una característica distintiva del turismo *silver* es su marcada inclinación hacia los viajes dentro de España, además de una mayor estabilidad a lo largo del año. A diferencia de los turistas más jóvenes, que muestran una mayor tendencia a viajar al extranjero, los mayores de 65 años centran la mayor parte de su gasto en el ámbito nacional. En 2025, los turistas entre los 16 y 29 años realizaron el 24,2% de su gasto turístico en destinos internacionales y los de mediana edad, un 17,4%, mientras que los *silver* realizaron solamente el 13,0% de su gasto turístico fuera de España.

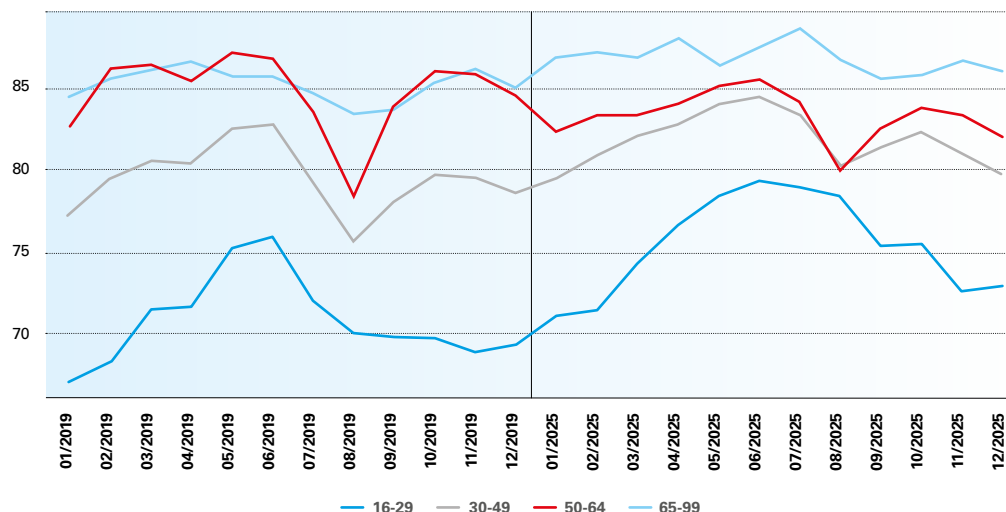
Además, los turistas de más de 65 años muestran una mayor consistencia a lo largo de todo el año: en todos los meses de 2025 realizaron más del 85% de su gasto turístico en España. En contraste, los turistas de mediana edad incrementan su componente internacional en agosto y en el periodo navideño, y los más jóvenes muestran una variabilidad aún mayor.





Gasto turístico que se realiza en viajes dentro de España

(% sobre el total de gasto turístico de cada franja de edad)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y deTPV de CaixaBank.

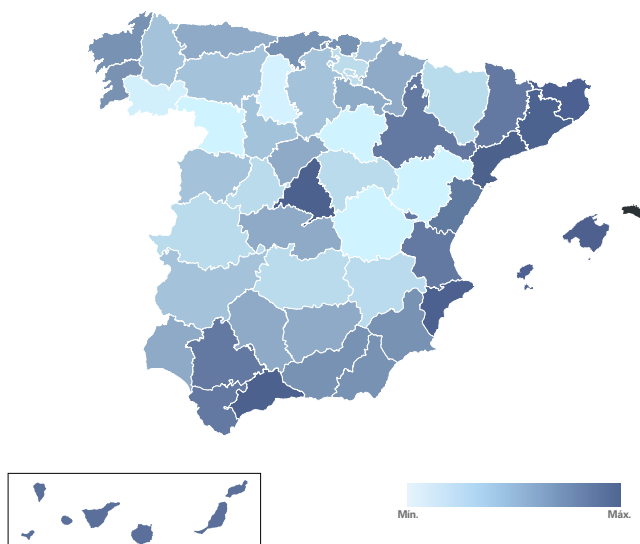
Relevancia del turismo *silver* español en las zonas rurales

Los turistas *silver* desempeñan un papel particularmente relevante en las áreas rurales. Aunque en términos absolutos el gasto turístico de los viajeros sénior se concentra en las provincias más turísticas, como Barcelona, Madrid, el litoral mediterráneo y las Canarias, su peso relativo adquiere una mayor relevancia en el interior del país. Destacan particularmente Soria, Zaragoza y Teruel, con más del 20% del gasto turístico total en la provincia. El peso del turismo sénior también es significativo en las Canarias (hasta el 20,4% del gasto turístico en Tenerife), impulsado por un clima benigno a lo largo del año. En cambio, su importancia es menor en destinos urbanos como Barcelona, o Madrid, donde representa aproximadamente el 15% del gasto turístico. Valencia (14,0%) y Sevilla (12,9%) registran un peso aún menor del turismo *silver*.

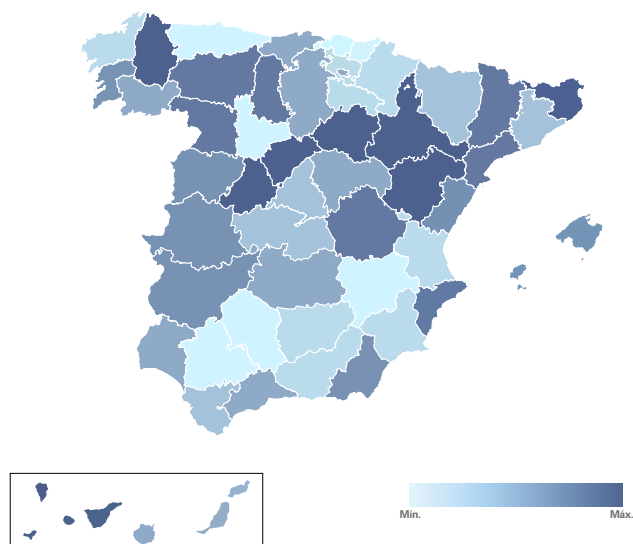
El buen desempeño de las provincias rurales puede estar relacionado con los vínculos que algunos turistas *silver* mantienen con sus pueblos de origen, o los de sus familias, lo que favorece viajes hacia estos destinos. Además, su preferencia por entornos menos masificados sugiere que el turismo sénior puede actuar como palanca de diversificación, especialmente si el sector público y el sector turístico apuestan por una estrategia coordinada que incentive a este segmento a seguir ampliando el abanico de destinos que visita.

La preferencia por entornos menos masificados sugiere que el turismo sénior puede actuar como palanca de diversificación

Total de gasto turístico *silver* por provincia
Euros, 2025



Proporción de gasto turístico *silver* por provincia
(% sobre el gasto turístico en la provincia)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y de TPV de CaixaBank.

Un patrón de gasto diferenciado

Los turistas *silver* presentan patrones de consumo diferenciados respecto al resto de la población. Destacan por una mayor tendencia al pago en efectivo: los reintegros representan el 37% de su gasto turístico, frente al 26,3% en el resto de los viajeros. Además, los mayores de 65 años destinan casi el doble a agencias de viajes (6,5% del gasto turístico sénior, frente al 3,3% en los no sénior) y también asignan una proporción mayor a alojamiento en hoteles. En cambio, su gasto en restauración es menor, mientras que el gasto en supermercados se mantiene en niveles similares al resto. Aunque los turistas en la franja entre 65 y 70 años tienen una elevada propensión a disponer de una segunda residencia, esta se reduce con fuerza para los séniores de mayor edad, lo que explica la necesidad de alojarse en hoteles.¹⁰

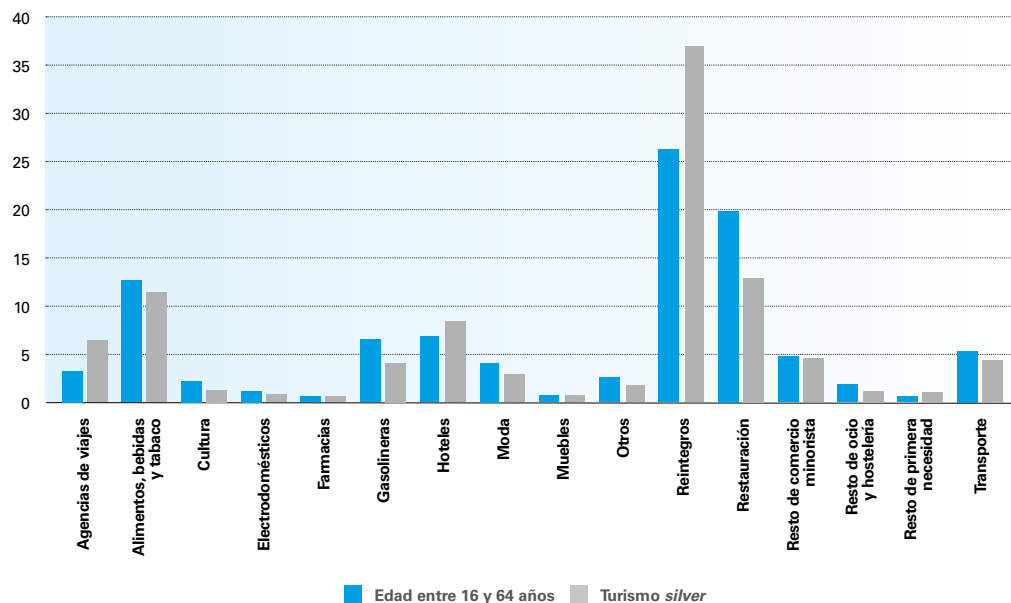
¹⁰ Véase «[Las segundas residencias en España: ¿mar o montaña?](#)», CaixaBank Research, 2020.





¿En qué gastan los turistas *silver*?

(% del gasto total por segmento de edad)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y deTPV de CaixaBank.

El turismo *silver* contribuye a la desestacionalización

Los turistas *silver* exhiben un patrón de gasto menos estacional que el del conjunto de viajeros españoles y viajan con mayor frecuencia fuera de la temporada alta, lo que los convierte en un vector para impulsar una distribución más equilibrada de la demanda turística a lo largo del año.

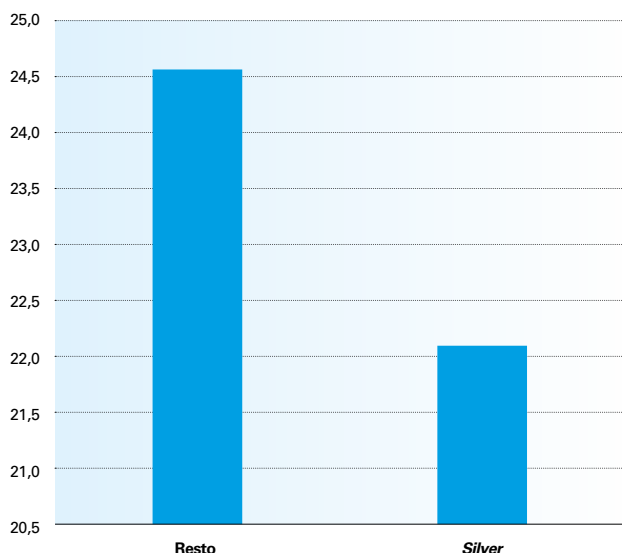
En concreto, los mayores de 65 años concentraron solo el 22,1% de su gasto turístico en los dos meses de máxima actividad, frente al 24,6% del resto de turistas. Esta menor estacionalidad se explica, en gran medida, por factores asociados a su mayor disponibilidad de tiempo de ocio: al encontrarse en su mayoría fuera del mercado laboral y no tener hijos en edad escolar, el segmento sénior disfruta de una flexibilidad superior para viajar en cualquier época del año.

Sin embargo, el análisis provincial revela una realidad más heterogénea. Aunque en términos agregados son menos estacionales, en algunas regiones muestran picos marcados, e incluso superiores a los del resto de turistas. Este sería el caso de la cornisa cantábrica, donde el segmento sénior muestra una estacionalidad más acusada, un patrón coherente con una mayor sensibilidad al frío en edades avanzadas.

Este resultado subraya la importancia de incorporar las preferencias de este segmento para maximizar su contribución a la desestacionalización, lo que redundará en una mejora de la eficiencia del sector y favorecerá una generación sostenida de valor durante todo el año.

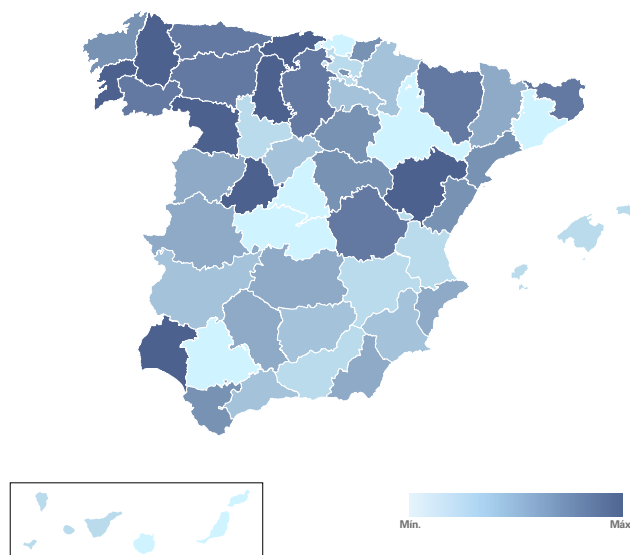
Estacionalidad del turismo por franja de edad

(% del gasto anual en los dos meses con mayor gasto)



Estacionalidad del turismo *silver* por provincia

(% del gasto en los dos meses con mayor gasto)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y de TPV de CaixaBank.

De cara al futuro, las proyecciones del INE indican que en 2055 el 30,5% de la población española tendrá más de 65 años, y a nivel mundial se estima que este grupo alcanzará los 2.000 millones de personas. Se trata de una población numerosa, que además llega a esta etapa con mayor poder adquisitivo y mejor estado de salud que generaciones anteriores, lo que abre una oportunidad para los destinos turísticos que se adapten a sus necesidades específicas. Aspectos como la accesibilidad, la seguridad y las experiencias personalizadas serán claves para atraer a este segmento y potenciar su contribución al sector.





Restauración

La elevada rotación empresarial, la asignatura pendiente de la restauración española

Desde 2022, la restauración en España vive una fuerte reactivación gracias al auge turístico y a la recuperación pospandemia. Sin embargo, aunque los ingresos prácticamente duplican los niveles previos a la crisis sanitaria y el empleo en el sector ha alcanzado cifras récord, persiste un reto estructural: cada año, 1 de cada 10 empresas del sector entra o sale del mercado. El análisis regional y la comparación con la UE confirman que la elevada rotación empresarial responde, entre otros factores, a la alta densidad de locales, al reducido tamaño de las empresas y a un menor grado de profesionalización, lo que se traduce en ingresos por empleado significativamente inferiores.

Un sector muy dinámico, pero con elevada rotación empresarial

El buen momento que exhibe la restauración española desde 2022, apoyado en los registros históricos del sector turístico, se ha traducido en un notable repunte de sus ingresos: la cifra de negocios presenta un crecimiento cercano al 100% desde 2021 superando a la inflación acumulada, del 24%. Además, el empleo ha alcanzado máximos históricos, con más de 1,5 millones de afiliados, unos 200.000 más que antes de la pandemia.¹¹

Pese a este buen comportamiento a nivel agregado de la restauración española, la rotación empresarial sigue siendo elevada y uno de los grandes desafíos estructurales del sector. Las tasas brutas de entrada y salida de empresas en el sector se sitúan habitualmente entre el 10% y el 12% del total de empresas activas (frente al 9% y 7% para el conjunto de la economía), lo que implica que 1 de cada 10 empresas cambia de estatus cada año (es dada de alta o de baja).¹²

En la década 2010-2019, las entradas y salidas estaban muy equilibradas, en torno al 12% de las empresas activas en el sector, de forma que la tasa neta de entradas¹³ era prácticamente neutral. La pandemia llevó a una contracción significativa del parque empresarial (-2,9%) y, a partir de 2023, las entradas ya empezaron a superar a las salidas, con tasas muy próximas al 11% (entradas) y en torno al 10% (salidas), llevando a una expansión neta moderada del número de empresas que operan en el sector.

¹¹ Para un análisis más pormenorizado del buen momento del sector de la restauración en los años posteriores a la pandemia, véanse los artículos [«La restauración española empieza el año con buen pie, a pesar del apagón»](#) y [«El sector de la restauración en España en 2024: lo que revelan los datos de millones de transacciones de pagos con tarjetas»](#).

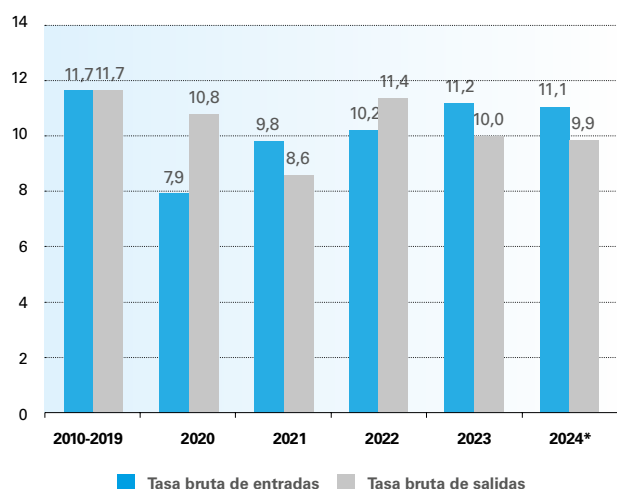
¹² La tasa bruta de entradas se define como el número de altas de empresas como porcentaje del total de empresas activas, para cada periodo de tiempo y para cada sector. La tasa bruta de salidas se define como el número de bajas de empresas como porcentaje del total de empresas activas, también para cada periodo de tiempo y para cada sector.

¹³ La tasa neta de entradas se define como la diferencia de las altas y las bajas como porcentaje del total de empresas activas, para cada periodo.

La elevada movilidad empresarial es uno de los principales hándicaps del sector de la restauración español

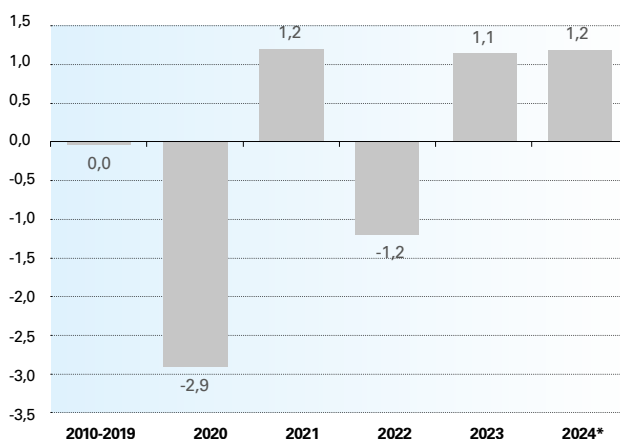
Tasas brutas de movilidad empresarial en la restauración

Altas y bajas de empresas como porcentaje del total de empresas activas (%)



Tasa neta de entradas en la restauración

Entradas menos salidas como porcentaje del total de empresas activas (%)



Nota: Dato de 2024 estimado a partir de los resultados para ese año de la estadística DIRCE.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE (demografía armonizada).

El sector de la restauración tiene una de las tasas de rotación empresarial más elevadas de la economía española, solo por detrás de las TIC. Además, concentra más empresas jóvenes que el conjunto de la economía

La rotación empresarial en la restauración es una de las más altas de la economía española,¹⁴ con tasas en torno al 21% en 2023-2024, solo superadas por el sector de información y las telecomunicaciones, y claramente por encima del promedio nacional (16,9%). Este comportamiento refleja la propia naturaleza de un sector caracterizado por barreras de entrada reducidas y una competencia especialmente intensa.

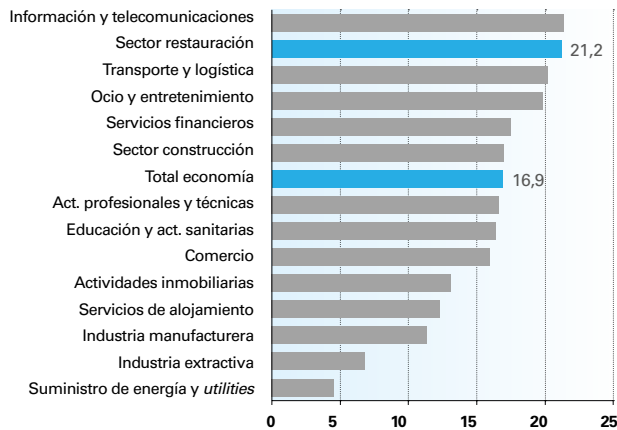
No obstante, la evolución reciente muestra cierta mejora: tras alcanzar máximos cercanos al 24% entre 2012 y 2016, la rotación se ha reducido de forma gradual, tocando mínimos durante la pandemia y estabilizándose en niveles algo inferiores en los últimos años.

¹⁴ La tasa de rotación empresarial se define como el porcentaje de empresas que han causado alta o baja en un periodo determinado respecto al total de empresas activas (es decir, es la suma de la tasa bruta de entradas y de salidas). Refleja el grado de renovación o reemplazo del tejido empresarial.

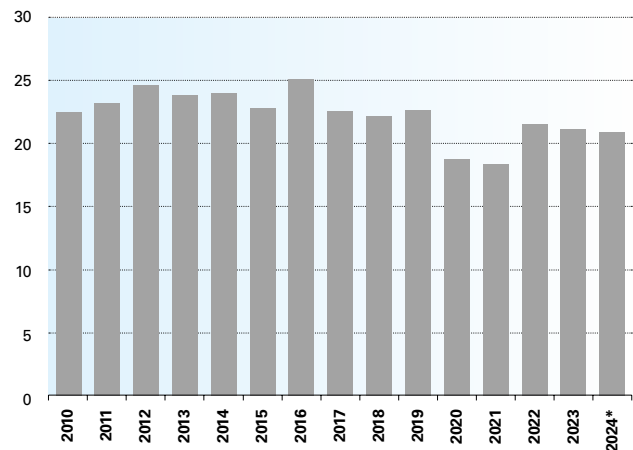


La restauración, uno de los sectores con mayor rotación empresarial de la economía española

Tasa de rotación empresarial por sectores
(% sobre el total de empresas activas)



Evolución de la tasa de rotación del sector de restauración
(% sobre el total de empresas activas)



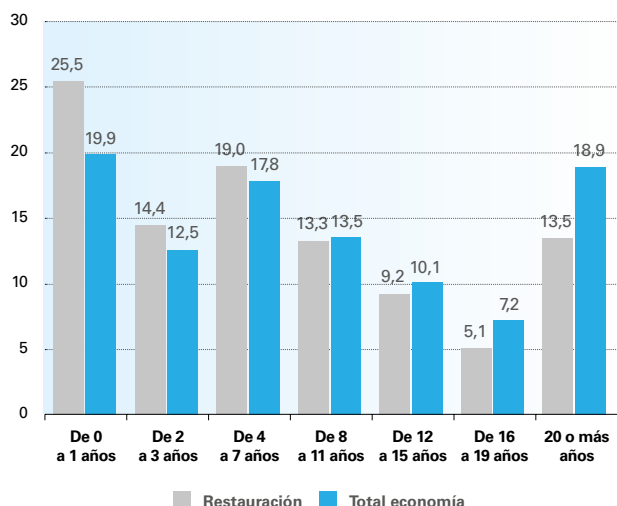
Notas: Datos por sectores corresponde al año 2023. (*) Estimación propia a partir de la estadística DIRCE.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE (demografía armonizada).

Como consecuencia de la elevada rotación, el sector se caracteriza por tener un tejido empresarial especialmente joven, donde predominan las empresas con un año o menos de antigüedad, que suponen 1 de cada 4 empresas en activo. Por el contrario, la proporción de empresas con 20 o más años es muy inferior a la media. No obstante, en lo que llevamos de esta década, ha aumentado la proporción de empresas más maduras, que suponen el 26% del total frente al 24% del periodo 2013-2019. Habrá que esperar a los próximos años (más de 16 años) para ver si nos hallamos ante un cambio de tendencia o si, simplemente, el buen momento que ha atravesado el sector de la restauración en los últimos dos o tres años ha permitido que las empresas del sector alcancen una mayor madurez.

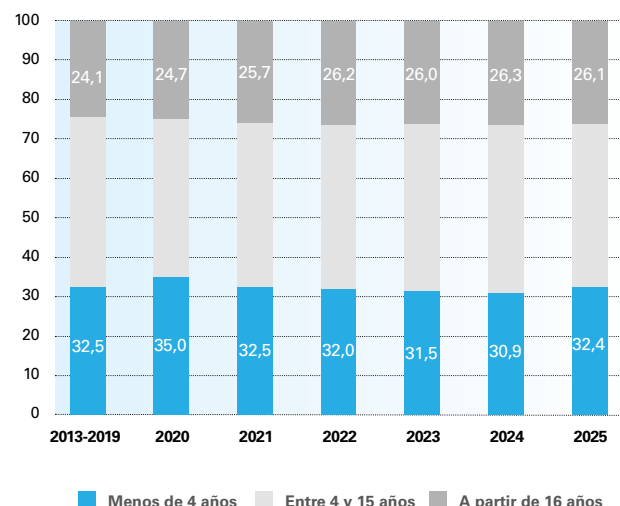


La restauración tiene empresas más jóvenes que la media de la economía

Edad de las empresas
(% sobre el total de empresas)



Distribución de las empresas de restauración por edad
(% sobre el total de empresas)



Nota: Datos correspondientes a 2023.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

¿A qué se debe la elevada rotación del sector de la restauración española?

Tras analizar los movimientos empresariales en el sector, nos planteamos comprender los factores que explican este hándicap. Para ello, analizamos otras características adicionales del tejido empresarial de la restauración española.

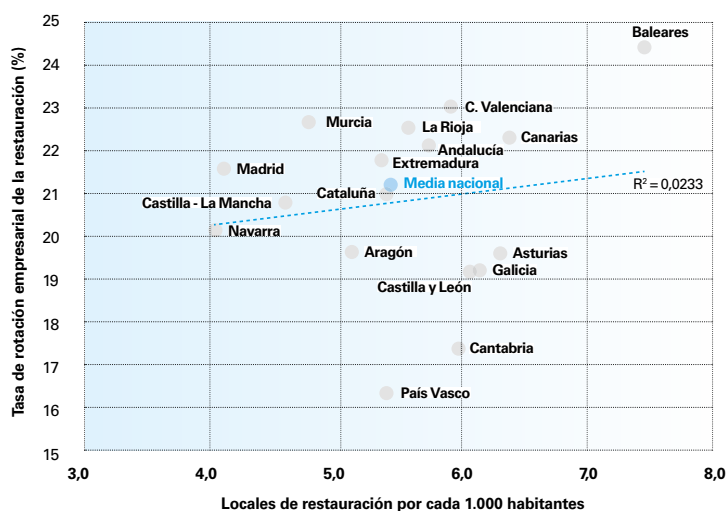
En primer lugar, examinamos cómo influye la densidad de empresas del sector por regiones, analizando la relación entre el número de locales por cada 1.000 habitantes con la tasa de rotación. Aunque la relación directa es moderada, se observa que aquellas regiones con una mayor densidad de locales tienden a sufrir una mayor rotación. Este patrón se observa en las Baleares, Canarias, Comunidad Valenciana o Andalucía, entre otras. Sin embargo, hay excepciones, como el País Vasco, Cantabria, Galicia o Asturias, que presentan una mayor estabilidad en su tejido empresarial pese a contar con una densidad relativamente elevada.

Cabe señalar que las zonas con mayor densidad empresarial y, por tanto, con un mayor nivel de competencia, suelen coincidir con destinos turísticos que acostumbran a contar con una demanda más volátil y estacional, lo que explicaría unas tasas de rotación más elevadas.

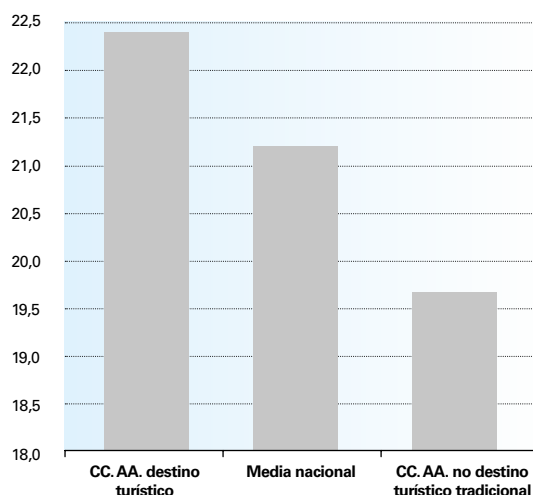


Las regiones turísticas y con mayor densidad de empresas tienden a una mayor rotación empresarial

Relación entre la densidad de locales y la tasa de rotación empresarial



Tasa de rotación en el sector de la restauración (% sobre el total de empresas activas)



Nota: Datos correspondientes a 2023.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

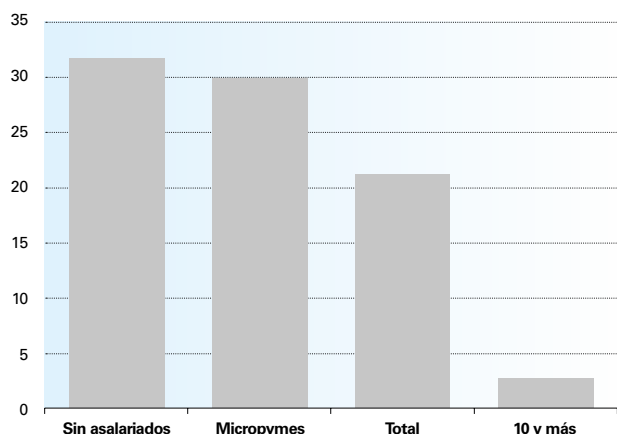
Otra característica empresarial que puede explicar la movilidad empresarial del sector es el tamaño de las empresas. La relación es clara: las empresas sin asalariados son las que presentan las tasas de rotación más elevadas, muy por encima de la media del sector; a medida que aumenta el tamaño, la rotación disminuye de forma significativa, y las empresas con 10 o más trabajadores muestran niveles mucho más bajos, inferiores al promedio de la economía. Parece evidente, así pues, que el tamaño aporta estabilidad, probablemente por una mayor capacidad financiera, estructura organizativa y resiliencia ante *shocks*.

Atendiendo a la condición jurídica de la empresa, se aprecia que las sociedades (anónimas o limitadas) registran una rotación media más baja, similar a la del conjunto de la economía (en torno al 17%). Por el contrario, las empresas en manos de personas físicas presentan tasas claramente superiores, lo que evidencia su mayor vulnerabilidad.

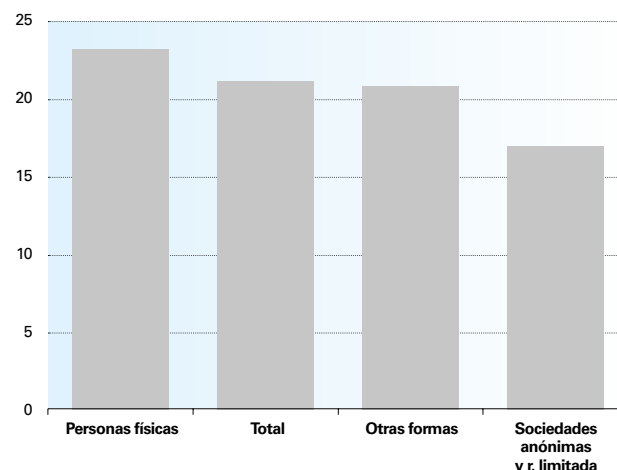
Las empresas sin asalariados son las que presentan las tasas de rotación más elevadas

Tasa de rotación en restauración según número de asalariados

(% sobre el total de empresas activas)

**Tasa de rotación en restauración según condición jurídica**

(% sobre el total de empresas activas)



Nota: Datos correspondientes a 2023.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE (Demografía de empresas).

El sector de restauración europeo exhibe menores tasas de rotación empresarial

La comparativa entre el sector español de la restauración y el de otras economías europeas permite identificar algunas características propias del mercado nacional. En términos de tamaño del sector, la restauración española ocupa uno de los primeros puestos de Europa, muy por encima de la media europea tanto en número de empresas activas (7,6% del total de la economía) como en ingresos anuales (suponen el 2,4% del total de la cifra de negocios de la economía), superando de forma significativa la media de la UE (4,7%).

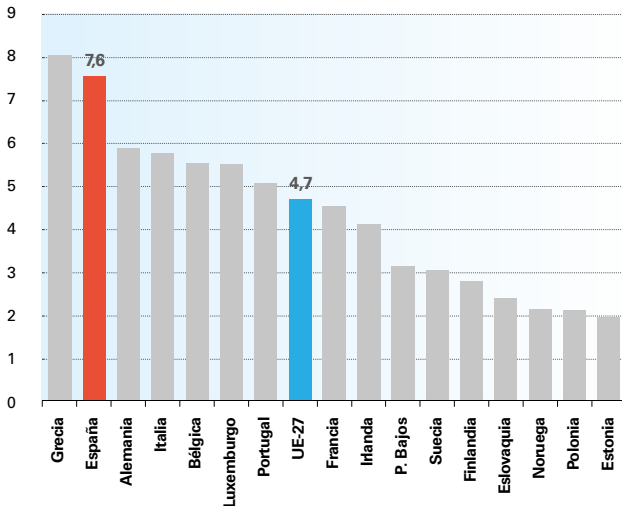
Sin embargo, el sector español presenta dos rasgos diferenciales: una menor proporción de empresas de 10 o más empleados, reflejo de un tejido empresarial dominado por las micropymes, y por la modesta profesionalización en la gestión, con un porcentaje de empresas propiedad de personas físicas muy superior a la media de la eurozona y a la de economías como Francia, Italia o Bélgica.

El sector restaurador español tiene un gran peso en Europa tanto en empresas activas como en ingresos, pero está menos profesionalizado y más dominado por las micropymes

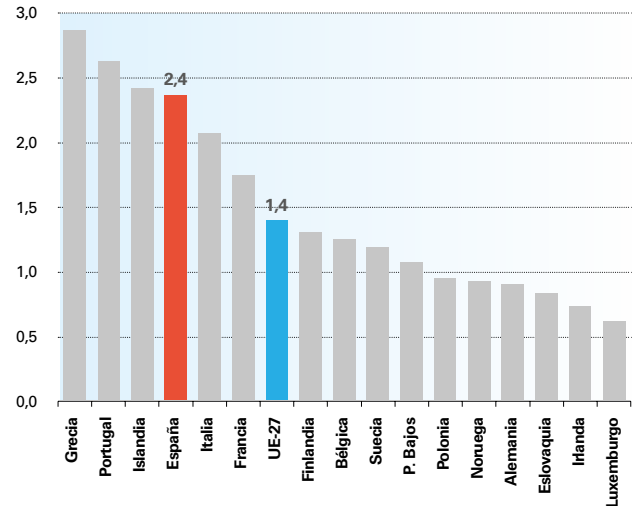


El sector de la restauración europeo: empresas más grandes y en manos de sociedades

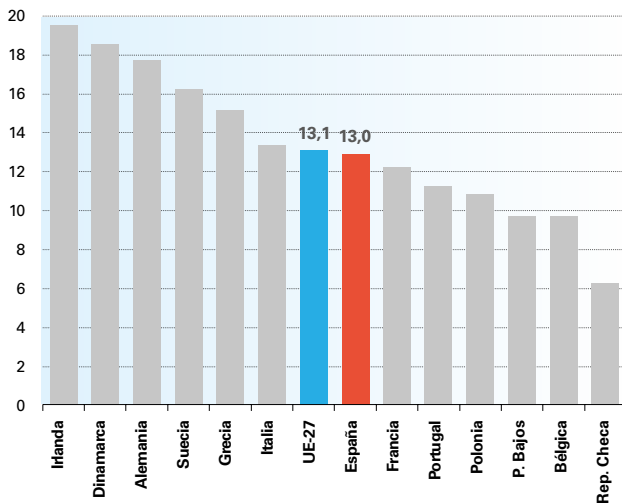
Número de empresas
(% sobre el total de empresas)



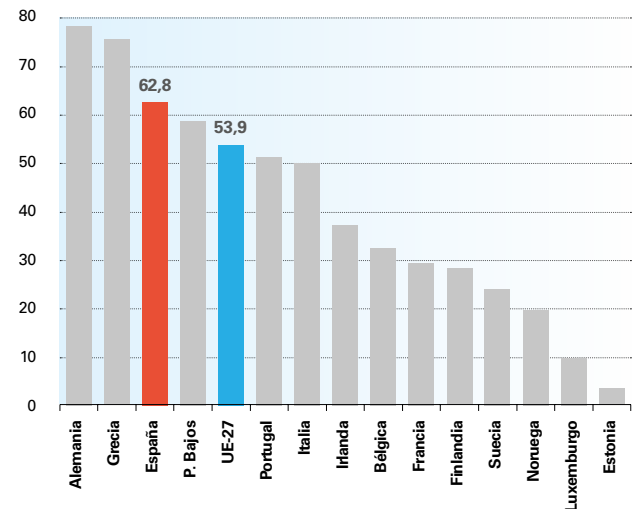
Cifra de negocios
(% sobre el total)



Empresas de restauración con 10 o más empleados
(% sobre el total de empresas en el sector)



Empresas de restauración en manos de personas físicas
(% sobre el total de empresas del sector)



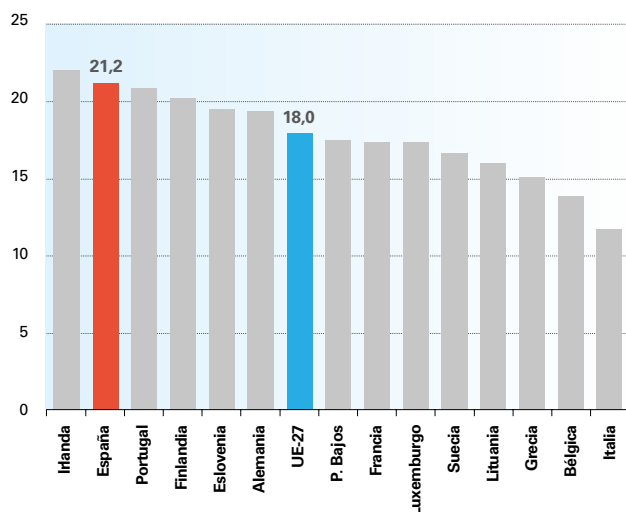
Nota: Datos de 2023.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Eurostat.

Por lo que respecta a la rotación de las empresas, el sector español muestra una de las tasas más elevadas de Europa, por encima de las de otras grandes economías, como Francia, Alemania o Italia, y de otras donde la restauración tiene una presencia relevante, como Grecia o Portugal.

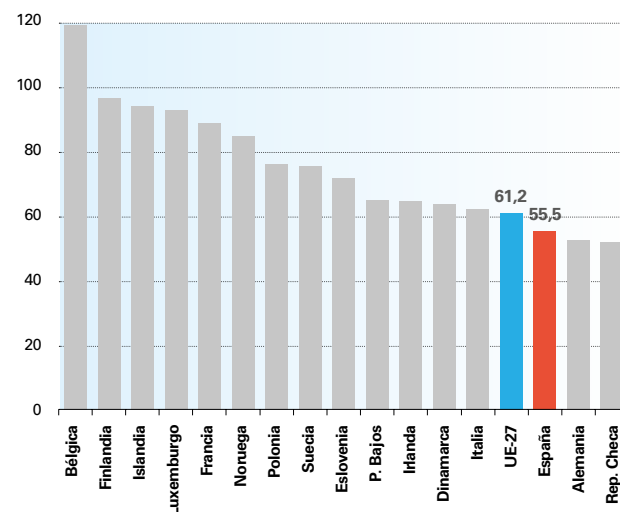
También se observa una mayor capacidad de generar ingresos por parte de la restauración europea. Países como Bélgica, Finlandia, Luxemburgo, Francia o Suecia, entre otros, cuentan con un sector más reducido que el español, pero con menores tasas de rotación y una productividad notablemente superior.

Mayor rotación empresarial y menores ingresos por empleado

Tasa de rotación empresarial en la UE
(% sobre el total de empresas activas)



Ingresos netos por empleado
Miles de euros por empleado



Nota: Datos de 2023.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Eurostat.

Una mejora de la rotación pasa por empresas más grandes y mejor gestionadas

La elevada rotación empresarial en la restauración responde a varios factores estructurales y coyunturales, que se manifiestan en:

- (i) Barreras de entrada muy bajas: se requiere poca inversión inicial en comparación con otros sectores, lo que facilita la entrada de nuevos proyectos.
- (ii) Alta competencia y saturación del mercado: España tiene una elevada densidad de locales de restauración por habitante, lo que presiona los márgenes y dificulta la supervivencia.
- (iii) Sensibilidad a la demanda y elevada estacionalidad: el sector depende del turismo y del consumo interno, lo que lo hace vulnerable a crisis y a cambios de hábitos.
- (iv) Costes operativos elevados, con escasa posibilidad de trasladarlos a precios sin perder clientes.
- (v) Alta rotación laboral y falta de personal cualificado.

Aunque la tendencia reciente apunta a cierta estabilización de la rotación empresarial, la mejora de la tasa de supervivencia de las empresas requiere avanzar en la gestión profesional, la escalabilidad y la eficiencia. Solo así se reducirá la vulnerabilidad y se mejorará la rentabilidad. Resulta crucial propiciar el desarrollo de empresas más sólidas y de mayor tamaño, con una gestión profesional y eficiente, capaces de mejorar su productividad y su resiliencia ante los vaivenes del mercado. Del mismo modo, resulta prioritario mejorar la formación y la retención del talento, reduciendo la elevada rotación laboral que también debilita al sector. Asimismo, es necesario adaptar la oferta y los modelos de negocio para amortiguar la estacionalidad. En definitiva, solo con compañías más fuertes, mejor gestionadas y alineadas con su entorno, la restauración española podrá consolidar los avances recientes en ingresos y empleo, disminuir su exposición ante futuras crisis y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo.



Principales indicadores del sector turístico

Porcentaje de variación sobre el mismo periodo del año anterior, salvo indicación expresa

	Promedio 2000-2007 ¹	Promedio 2008-2014 ²	Promedio 2015-2019 ³	2020	2021	2022	2023	2024	2025 ⁴	Tendencia	Fecha del último dato
Indicadores de actividad											
PIB total	3,4	-1,2	2,6	-10,9	6,7	6,4	2,5	3,5	2,9	☀️	
PIB turístico	1,7	-0,7	4,6	-54,9	37,4	58,6	7,9	6,0	2,7	☀️	
Mercado laboral											
Afiliados total	3,5	-2,3	4,1	2,6	2,6	3,9	2,7	2,4	2,3	☀️	dic-25
Afiliados en el sector turístico	4,4	-1,0	4,0	2,4	2,4	10,9	5,1	3,6	2,6	☀️	dic-25
Servicios de alojamiento	4,9	-0,8	4,9	5,1	5,1	23,2	8,7	5,7	3,6	☀️	dic-25
Servicios de comidas y bebidas	4,6	0,9	4,0	2,2	2,2	10,6	4,5	3,2	1,8	☁️	dic-25
Agencias de viajes/operadores turísticos	5,6	-2,8	5,7	-6,9	-6,9	7,8	9,9	6,5	2,6	☀️	dic-25
Otros servicios turísticos	4,1	-3,1	3,6	2,3	2,3	6,7	4,5	3,3	3,2	☀️	dic-25
Balanza de pagos											
Ingresos por turismo (% del PIB)	4,7	4,6	5,6	1,4	2,4	5,0	5,7	6,2	6,6	☀️	3T 2025
Pagos por turismo (% del PIB)	1,2	1,2	1,7	0,7	0,9	1,5	1,8	1,9	2,0	☀️	3T 2025
Saldo turístico (% del PIB)	3,6	3,4	3,9	0,8	1,5	3,5	3,9	4,3	4,6	☀️	3T 2025
Indicadores de demanda turística											
Turismo internacional											
Número de turistas internacionales	3,8	2,2	5,2	-77,4	64,7	129,8	18,9	10,1	3,4	☀️	nov-25
Procedencia: Reino Unido	-	4,6	3,5	-82,5	36,6	251,5	14,2	6,5	2,9	☁️	nov-25
Procedencia: Alemania	-	5,7	1,6	-78,6	117,8	87,5	12,5	8,6	0,9	☁️	nov-25
Procedencia: Francia	-	11,1	1,4	-65,2	49,8	73,4	16,6	9,8	-0,5	☁️	nov-25
Procedencia: Italia	-	14,1	4,8	-79,1	79,8	135,5	20,9	13,4	4,0	☀️	nov-25
Procedencia: Estados Unidos	-	1,2	15,8	-87,9	97,8	251,1	36,9	11,2	4,6	☁️	nov-25
Procedencia: resto de Europa	-	-	7,6	-77,5	82,7	118,0	20,0	15,6	6,3	☀️	nov-25
Procedencia: fuera de Europa	-	-	13,0	-79,2	6,9	205,0	47,1	13,6	8,6	☀️	nov-25
Gasto total de los turistas internacionales	5,4	3,4	7,9	-78,5	76,4	149,7	24,8	16,0	6,9	☀️	nov-25
Duración media (días)	-	-	7,6	6,6	8,4	7,7	7,4	7,2	7,0	☁️	nov-25
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	142	104	133	159	173	186	197	☀️	nov-25
Turismo doméstico											
Pernoctaciones ⁷	-	-	0,1	-30,6	23,7	9,1	1,3	0,0	0,4	☁️	nov-25
Duración media (días)	-	-	3,8	4,7	4,1	3,9	3,9	3,9	4,2	☀️	sept-25
Gasto medio diario por persona (€)	-	-	45,7	38,9	48,7	58,3	61,7	63,7	63,6	☁️	sept-25
Indicadores de oferta hotelera											
Número de plazas hoteleras ofertadas	3,3	1,2	1,3	-51,2	44,2	39,2	3,3	2,7	0,4	☁️	nov-25
Categoría: 4 o 5 estrellas	9,7	3,6	3,0	-53,4	53,4	42,7	3,6	4,0	2,1	☀️	nov-25
Resto de categorías	0,2	-0,8	-0,4	-48,7	34,8	35,2	2,9	1,1	-1,8	☁️	nov-25
Grado de ocupación hotelera (p. p.)	-0,4	0,2	1,2	-31,9	16,7	18,4	4,4	1,5	0,8	☁️	nov-25
Categoría: 4 o 5 estrellas	-0,6	0,6	0,7	-36,0	18,3	19,9	4,7	1,3	0,5	☁️	nov-25
Resto de categorías	-0,5	-0,5	1,4	-27,2	14,7	16,3	4,1	1,6	0,6	☁️	nov-25
Tarifa media diaria (ADR) ⁵	-	0,2	4,1	-28,7	31,6	20,8	9,2	7,8	5,1	☀️	nov-25
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	-0,8	4,1	-25,7	30,5	17,1	8,9	7,8	5,1	☀️	nov-25
Resto de categorías	-	0,4	3,2	-31,6	27,5	25,9	12,0	8,5	5,4	☀️	nov-25
Ingresos por habitación disponible (RevPAR) ⁶	-	0,6	6,9	-60,0	61,9	67,9	15,4	10,0	6,1	☀️	nov-25
Categoría: 4 o 5 estrellas	-	0,4	5,6	-60,0	60,2	66,8	14,8	9,7	5,7	☀️	nov-25
Resto de categorías	-	-1,3	7,6	-57,8	54,9	65,4	17,3	11,7	7,2	☀️	nov-25

Notas: 1. Para los indicadores número de turistas internacionales y gasto total de los turistas internacionales, el promedio corresponde a 2004-2007. 2. Para los indicadores número de turistas internacionales por procedencia, el promedio corresponde a 2013-2014. 3. Para el indicador de pernoctaciones domésticas, el promedio corresponde a 2016-2019. 4. Último dato disponible para el año 2025, excepto para PIB, PIB turístico y balanza de pagos (para PIB y PIB turístico las cifras de 2025 corresponden a la previsión de CaixaBank Research y para balanza de pagos al promedio de los tres primeros trimestres de 2025). 5. ADR indica *average daily rate*. 6. RevPar indica *revenue per available room*. 7. Pernoctaciones en hoteles, *campings*, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE, del MITRAMISS y del Banco de España.

CaixaBank Research

Los *Informes Sectoriales* y el resto de publicaciones de CaixaBank Research están disponibles en la web www.caixabankresearch.com. A través de nuestros estudios, intentamos estimular el debate y el intercambio de opiniones entre todos los sectores de la sociedad, y favorecer la divulgación de los temas clave del entorno socioeconómico de nuestro tiempo.



Informe Observatorio Sectorial 2S 2025

La economía española atraviesa una fase de expansión sólida y transversal, con un crecimiento equilibrado entre sectores y una notable resiliencia frente a un contexto internacional complejo. Además, la reducción de la temporalidad laboral y el buen momento de la industria manufacturera, en parte gracias a la ventaja competitiva energética respecto a Europa, son vientos a favor del actual dinamismo sectorial.



Informe Sectorial Inmobiliario 2S 2025

Se confirma que el sector inmobiliario español se encuentra en plena fase expansiva en 2025. La reactivación de la demanda se ha activado, pero la producción de vivienda nueva todavía no alcanza niveles suficientes para equilibrar el mercado. El déficit acumulado de vivienda es uno de los factores que explican las presiones sobre los precios, que continúan acelerándose y dificultan el acceso a la vivienda, especialmente en las zonas de mayor demanda.



Informe Agroalimentario 2025

El sector agroalimentario español encara 2025 con vigor renovado, afianzando la senda de crecimiento iniciada en 2023 y destacando por el dinamismo de sus exportaciones.



Informe Mensual

Análisis de la coyuntura económica española, portuguesa, europea e internacional, así como de la evolución de los mercados financieros, con artículos especializados sobre temas clave de la actualidad.



Notas Breves de Actualidad Económica y Financiera

Valoración inmediata de los principales indicadores macroeconómicos de España, Portugal, la eurozona, EE. UU. y China, y de las reuniones del Banco Central Europeo y de la Reserva Federal.



Monitor de consumo

Análisis mensual de la evolución del consumo en España mediante técnicas *big data*, a partir del gasto con tarjetas emitidas por CaixaBank, del gasto de no clientes en TPV CaixaBank y de los reintegros en cajeros CaixaBank.

Síguenos en:



www.caixabankresearch.com



Newsletter



CaixaBank



Pódcast

Te recomendamos:

Economía en tiempo real

Sigue la evolución de la economía española
a través de nuestros indicadores en tiempo real.

<https://realtimееconomics.caixabankresearch.com>

El *Informe Sectorial* es una publicación de CaixaBank Research que contiene informaciones y opiniones procedentes de fuentes que consideramos fiables. Este documento tiene un propósito meramente informativo, por lo cual CaixaBank no se responsabiliza en ningún caso del uso que se pueda hacer del mismo. Las opiniones y las estimaciones son propias de CaixaBank y pueden estar sujetas a cambios sin notificación previa. Se permite la reproducción parcial del *Informe Sectorial* siempre que se cite la fuente de forma adecuada y sea remitida una copia al editor.



Cerca del turismo sostenible y responsable

En CaixaBank Hotels & Tourism te ayudamos con soluciones diferenciales y con expertos en el sector turístico muy cercanos. Además, te ofrecemos la financiación¹ que necesitas para acompañarte en tu crecimiento y para llevar a cabo la **transformación sostenible** de tu establecimiento, un paso fundamental para llevar tu negocio a la excelencia.



Si necesitas ayuda o tienes alguna consulta, contacta con tu gestor de CaixaBank Empresas o entra en www.CaixaBank.es/hotels



CaixaBank
Hotels & Tourism

¹. La concesión de la operación está sujeta al análisis de la solvencia y de la capacidad de devolución del solicitante, en función de las políticas de riesgo de la entidad. NRI: 7218-2024/09542

