

NOTA DE PRENSA

9 de abril 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2026 Y PERSPECTIVAS PARA EL SEGUNDO Y EL CONJUNTO DEL AÑO

- El sector turístico cierra un primer trimestre en positivo: el PIB turístico real crece un +2,1% y las ventas empresariales un +4,0%, en un contexto de fortaleza a la vez que cautela de la demanda, con notable preocupación por el devenir del conflicto y sus implicaciones sobre el crecimiento de los precios del transporte, los costes para las empresas y su plasmación en la capacidad de consumo de los turistas.
- La mejora de ingresos se ve acompañada de un fuerte aumento de costes operativos (+9,0% el petróleo, +8,1% energía y +7,0% suministros) derivados del conflicto de Oriente Medio y el desarrollo de sucesos inesperados (condiciones climáticas especialmente adversas, corte de la conectividad ferroviaria con Andalucía y retrasos en otros corredores clave) con un efecto sobre sus márgenes, con especial afectación en las empresas de transporte.
- En un contexto de guerra corta y sujeto a la incertidumbre geopolítica actual, el conflicto de Oriente Medio impulsaría ligeramente a corto plazo el crecimiento de la actividad turística en España, situando el crecimiento real del PIB turístico en 2026 en el +2,5% (+6,7% nominal), frente al +2,4% que estimábamos en enero y por encima del +2,3% (+5,3% nominal), que espera el Banco de España para la economía española. De cumplirse, el sector turístico explicaría el 15,9% de todo el crecimiento esperado para la economía española en 2026.
- La revisión al alza de nuestra estimación del PIB turístico procede del mayor efecto que esperamos tengan los posibles turistas españoles y extranjeros que elijan España por el atractivo y seguridad de su oferta (supondría una aportación de 2,0 puntos de PIB turístico en 2026; 4.239 mlls de €), por encima de los efectos económicos negativos derivados de la subida de precios, retraimiento del consumo y afectación a la renta de familias y empresas (supondría una reducción de 1,9 puntos de PIB Turístico en 2026; 4.045 mlls de €)

A. Valoración turística empresarial del primer trimestre de 2026

- El PIB turístico crece un +2,1% en términos reales, por debajo del crecimiento medio de la economía española +2,5%, en un contexto de fortaleza a la vez que cautela de la demanda, afectado por los primeros efectos del conflicto y dentro de una notable preocupación por su impacto en el crecimiento de los precios del transporte, los costes para las empresas y su plasmación en la capacidad de consumo de los turistas.
- Las empresas turísticas españolas incrementan sus ventas un +4,0% en el primer trimestre, sin que se vea afectados sus niveles de confianza por el contexto de

inestabilidad y de volatilidad operativa: el indicador de EXCELTUR repunta ligeramente desde el 16,4 con el que cerró el IVtr de 2025 hasta el 17,7 en el que se sitúa en este Itr de 2026.

- **Las empresas turísticas certifican una fuerte subida de sus costes operativos (+9,0% el petróleo, +8,1% energía y +7,0% suministros) derivados del conflicto de Oriente Medio, superior al crecimiento de las ventas, con un efecto a corto plazo en el retraimiento de sus márgenes unitarios, con especial afectación en las empresas de transporte aéreo y marítimo.**
- Adicionalmente, el primer trimestre ha estado marcado por la **multiplicación de factores imprevistos** (condiciones climáticas especialmente adversas en destinos claves del sur de España y las islas, especialmente en Canarias, cortes de la conectividad ferroviaria con Andalucía y retrasos en otros corredores clave) **generadores de dificultad operativa y crecimiento de los costes, incertidumbre y volatilidad en las reservas.**
- Con todo, **el turismo mantiene su compromiso con la creación de un mayor y un mejor empleo en el inicio de 2026: los afiliados a la seguridad Social se incrementan en marzo en +56.324, gracias al efecto de la Semana Santa, el 93,3% con contratos indefinidos, bajando la tasa de temporalidad a mínimos del 7,5%, por debajo de la media nacional (12,1%), acompañado de una subida salarial pactada en convenio del +3,4%, por encima del +2,9% del resto de sectores.**
- **Positiva evolución de la demanda extranjera hacia España, dentro de la senda de normalización, manteniendo un patrón saludable de mayor contribución económica per cápita, en el que prevalece el gasto en destino (+8,5% de ingresos por turismo y +4,4% del gasto medio diario) frente a la afluencia de turistas (+1,6% en pernoctaciones), consecuencia del intenso proceso de inversión y reposicionamiento de la oferta hotelera y de ocio en destinos con propuestas de mayor valor añadido.**
- **La demanda turística nacional arranca el año con menor intensidad en sus viajes a destinos españoles (+3,3% en gasto), lastrado por una meteorología excepcionalmente adversa y las dificultades en la movilidad de alta velocidad. Crecen las noches en hoteles de mayor categoría (+2,1% en pernoctaciones), la demanda vacacional a Canarias, al tiempo que hasta febrero y antes del estallido del conflicto se mostraban muy dinámicos los viajes al extranjero (+13,8% pagos), dentro de un año que se espera positivo para la demanda española.**
- **El inicio de 2026 ha venido marcado por una caída generalizada del -8,8% (31.579 plazas) en la oferta de viviendas turísticas en las 25 principales ciudades españolas respecto a los niveles de 2025, vinculado al creciente esfuerzo en los destinos y la implantación de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos y su positivo efecto sobre la erradicación de la oferta ilegal.**

B. Previsiones turísticas para el Itr y el conjunto de 2026

- En el actual contexto no deseado de conflictividad en Oriente Medio, sujeto a la incertidumbre actual y suponiendo que su duración sea corta, **elevamos ligeramente al alza el crecimiento de la actividad turística en España, situando el crecimiento real del PIB turístico en el +2,5% (+6,7% nominal), frente al +2,4% que presentamos en enero y por encima del +2,3% (5,3% nominal), que espera el Banco de España para la economía española en el mismo contexto de duración del conflicto, lo que supondría el 15,9% de todo el crecimiento esperado para la economía española.**

- La revisión al alza procede del **mayor efecto que esperamos tengan los posibles turistas españoles y extranjeros que elijan España por el atractivo y seguridad de su oferta** (supondría una aportación de 2,0 puntos de PIB turístico en 2026; **4.239 mlls de €**), **que los efectos económicos negativos** derivados de la subida de precios, retraimiento del consumo y afectación a la renta de familias y empresas (supondría una reducción de 1,9 puntos de PIB Turístico en 2026; **4.045 mlls de €**).
- Los empresarios turísticos españoles recogen en sus expectativas para el segundo trimestre de 2026 los efectos del escenario previsto, sujeto a la alta incertidumbre y volatilidad de las reservas. Se identifican comportamientos diferenciales de las ventas por subsectores para el segundo trimestre de 2026:
 - Los hoteles (+4,6% IItr vs +4,0% Itr), con mejor comportamiento de los vacacionales (+5,2% IItr) que los urbanos (+3,3% IItr), y las empresas de ocio (+3,3% IItr) esperan una aceleración en sus ventas para el segundo trimestre
 - Las agencias de viajes (+2,3% IItr) y, sobre todo, las compañías de transporte (-1,6% IItr) más impactadas por el conflicto descuentan un contexto de mayor preocupación para los meses de primavera
- Castilla La Mancha (+8,2%) y Extremadura (+7,8%) por el impulso del turismo interior de proximidad, junto con los destinos del Levante; la Comunidad Valenciana (+7,7%) y Murcia (+6,3%), Baleares (+6,0%) y, en menor medida, Canarias (+2,7%), gracias al impulso adicional del efecto refugio, son las que registran unas mejores expectativas de crecimiento de sus ventas para el IItr de 2026. Galicia (+4,8%) y la Comunidad de Madrid (+3,8%) mantienen su dinamismo, con crecimiento más moderado en País Vasco (+2,3%), Andalucía (+2,2%) y Cataluña (+1,1%).

El sector turístico español ante el conflicto de Oriente Medio

Se cierra un primer trimestre de 2026 bajo un clima de alta incertidumbre e intensa volatilidad en el comportamiento de la demanda turística. Los vaivenes que día a día sacuden el contexto geoestratégico global, el inicio de la manifestación de sus efectos económicos sobre la inflación y especialmente los precios del transporte, así como sobre la incertidumbre en el comportamiento del consumidor dibujan un escenario negativo para el turismo a escala global. Factores que vienen a impactar a un mercado que en España ha empezado caracterizado por la fortaleza de la demanda y las ganas de viajar, cerrando con un crecimiento real del PIB turístico del +2,1% y de las ventas del +4,0% en el primer trimestre.

El sector turístico español afronta a corto plazo este desafío bajo la incidencia de condicionantes contrapuestos, todos ellos sujetos a la hoy incierta duración, extensión y nivel de estabilidad que pueda alcanzarse en el Conflicto en Oriente Medio. **En un deseable escenario de guerra corta, acotada territorialmente y resuelta con una estabilidad razonablemente duradera, nuestras previsiones de crecimiento de la actividad turística real en España para 2026 se situarían en el +2,5%**, mejorando la previsión de enero (2,4%) y mejorando el desempeño de 2025 (un +2,1%).

Este mejor desempeño esperado para 2026 del sector turístico español procede de la **mayor incidencia que tendrá la posible recepción a corto plazo de turistas (extranjeros y nacionales) a destinos españoles por sus ventajas de seguridad percibida, respecto a la contracción del consumo turístico** por la subida de precios, tipos de interés y demás efectos económicos de segunda ronda.

Siempre bajo el supuesto mencionado de guerra corta, acotada y de estabilidad, nuestra estimación recoge que el efecto de destino refugio añade en España 2,0 puntos de PIB turístico al crecimiento de 2026 (4.239 mlls€), compensando el efecto de pérdida de 1,9 puntos (4.045 mlls €) asociado a los impactos económicos sobre los viajes y el gasto turístico.

España vería así mejorado ligeramente su desempeño turístico en 2026, contribuyendo a generar el 15,9% del crecimiento de la economía española y volviendo a ejercer de contribuidor neto al crecimiento neto de la economía, que el Banco de España sitúa en el +2,3%. Una consecuencia del conflicto no deseada por las empresas turísticas españolas, que persiguen seguir ganando cuota de mercado por la generación de un mayor valor añadido, como así ha ocurrido en el último lustro, sin beneficiarse de sucesos de un impacto humanitario.

En este escenario preocupa notablemente el fuerte aumento de costes que ha comenzado a impactar en las cuentas de resultados de las empresas turísticas, con especial incidencia en las compañías de transporte. Incremento que extrema la preocupación de alargarse el conflicto por sus implicaciones sobre la conectividad, especialmente aérea y sus derivadas sobre el resto de la cadena de valor.

En este contexto, el escenario actual y los acontecimientos acaecidos durante este primer trimestre han subrayado varios aspectos esenciales en los que priorizar las acciones de empresas y administraciones a corto plazo:

1. **La necesidad de hacer seguimiento y garantizar el suministro de carburante y especialmente de jet fuel** a unos precios normalizados, necesarios para mantener la conectividad aérea de España y la movilidad de los turistas.
2. **El refuerzo de las dotaciones de servicios públicos y capacidad operativa empresarial para trasladar una experiencia en el viaje que permita responder adecuadamente a las necesidades de los eventuales visitantes derivados de las ventajas de seguridad de España como destino.**
3. **La urgencia de reforzar las inversiones de ADIF en el mantenimiento y adecuación de las vías de alta velocidad ferroviaria (tal y como reclamábamos en la rueda de prensa de enero)**, para alcanzar la normalidad operativa y trasladar un mensaje de fiabilidad a los usuarios del tren, tras el trágico accidente de Adamuz y la errática gestión de las incidencias posteriores, que hoy todavía se mantienen con el cierre del trayecto de Málaga.
4. **La necesidad de reforzar los planes de contingencia y necesidad de respuesta logística tanto públicos como privados, ante la multiplicación de incidencias** derivadas de factores diversos, que han complicado la operativa empresarial en el primer trimestre y es previsible que se sucedan a corto plazo.
5. **La intensificación del trabajo por mantener el posicionamiento de la marca España como destino turístico de referencia** y evitar posibles acciones que la perjudiquen respecto a mercados internacionales generadores de un turismo de alta contribución de valor.
6. **La profundización en la oportuna aplicación de la Ventanilla Única Digital de Arrendamientos, para erradicar la comercialización en las plataformas de viviendas turísticas ilegales**, que no cumplan las normativas autonómicas y locales que las regulan, y que en estos primeros meses han permitido la eliminación de 31,6 mil plazas. **En este particular, se hace especialmente urgente introducir con claridad en la Ley de Arrendamientos Urbanos, el número de días de alquiler que diferencie el alquiler turístico del de temporada.**
7. **Aplicar una “moratoria de tasas y tributos turísticos” que al menos posponga la aplicación de las nuevas o mayores cargas fiscales a las actividades turísticas previstas en Cataluña y el recargo de Barcelona, las planteadas en el País Vasco o en Baleares,...), evitando la complejidad operativa y las cargas a un sector afectado por un notable aumento de costes.**

Departamento de Comunicación

EXCELTUR - Alianza para la Excelencia Turística

Telf. 91 523 76 00

E mail: comunicacion@exceltur.org

www.exceltur.org

