



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 98

OCTUBRE 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL VERANO DE 2026
Y PERSPECTIVAS PARA EL IVT Y EL
CONJUNTO DE 2026



PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

BALANCE EMPRESARIAL DEL
IIIT DE 2026

01 La actividad turística en España mantiene en los meses de verano de 2026 el dinamismo alcanzado en el segundo trimestre (el PIB turístico crece un +3,5% IIITr26 vs IIITr25), impulsada, tal y como anticipamos en abril, por las rentas de seguridad de España, el impacto de los eventos (especialmente del eclipse en agosto), el aumento de la capacidad de transporte y el atractivo de la oferta, gracias a las inversiones del último lustro.

El turismo recupera su contribución positiva al crecimiento de la economía española (casi 1 punto por encima del +2,6% estimado en media para el total de la economía), explicando el 21,1% del incremento del PIB en los meses de verano.

El PIB turístico mantiene en el verano de 2026 una notable fortaleza y capacidad de generación de actividad económica (+3,5% interanual en el IIIT26), pese al deterioro del contexto internacional y a la creciente incertidumbre geopolítica. Su crecimiento prolonga el dinamismo del segundo trimestre y supera las expectativas que los empresarios anticipaban en julio.

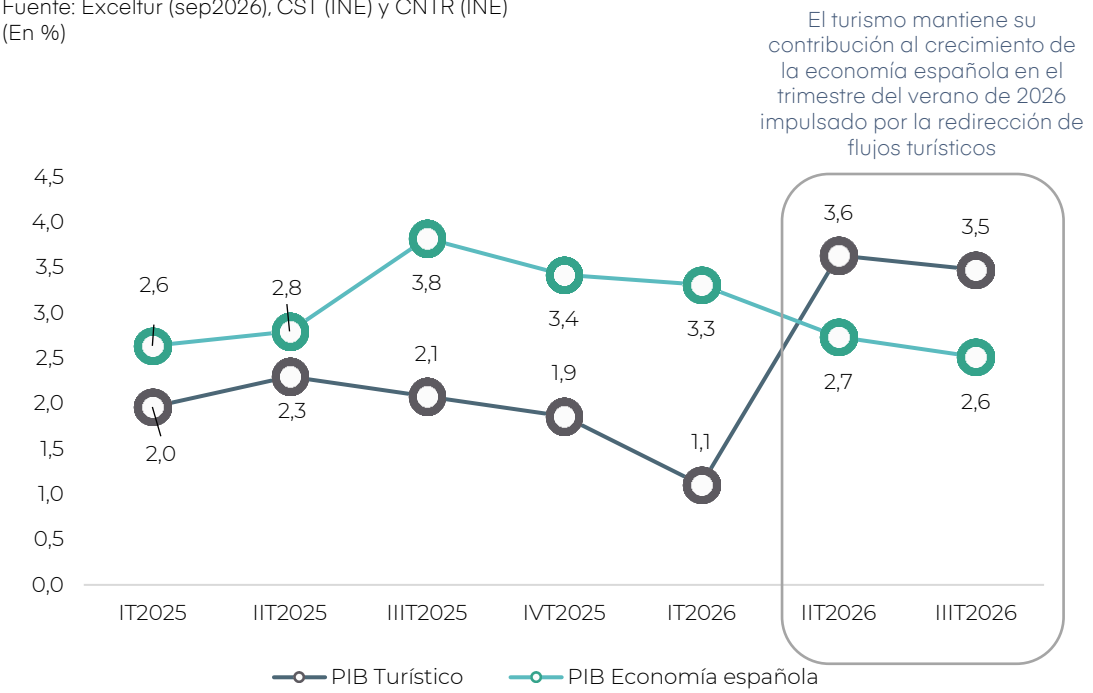
La solidez de la demanda nacional e internacional y el atractivo y percepción de seguridad de los destinos españoles explican este dinamismo y refuerzan la contribución del turismo a la economía española. Una parte relevante de ese impulso responde a la redirección de flujos desde destinos competidores afectados por la inestabilidad geopolítica en Oriente Medio, con notable incidencia en el segmento de sol y playa, además del notable efecto puntual en agosto del eclipse.

El positivo devenir de la demanda y los ingresos empresariales es especialmente positivo, por cuanto se produce en un entorno de pérdida de renta disponible debido la intensificación de la inflación y la subida de los tipos de interés.

Por segundo trimestre consecutivo, la actividad turística contribuye al crecimiento de la economía (+2,6% en el IIITr26 economía española según el consenso de analistas) y el empleo en España y se erige como uno de los principales factores diferenciales que explican su mayor crecimiento frente a otras economías europeas (+2,6% previsto por la OCDE para España en 2026, frente al 1,0% de la zona euro).

PIB Turístico en términos reales vs PIB Economía española(1)
Variaciones % frente al año anterior

Fuente: Exceltur (sep2026), CST (INE) y CNTR (INE)
(En %)



(1) Datos ajustados de estacionalidad y calendario

Fe de erratas: Se han revisado los datos trimestrales correspondientes a 2025 incluidos en el gráfico publicado en la edición anterior, tras detectarse una incidencia en los valores originalmente representados. El presente gráfico incorpora la serie corregida.

El verano de 2026 ha estado marcado por la superposición de múltiples factores, favorables y adversos, que han condicionado de forma simultánea la evolución de la actividad turística en España. La fortaleza de la demanda y el buen posicionamiento competitivo global de los destinos españoles dentro del actual contexto geopolítico han convivido con una mayor incertidumbre y volatilidad, el aumento de los costes empresariales y su presión acumulada sobre los resultados empresariales. Al mismo tiempo, factores extraordinarios, como el eclipse, o los mundiales, han propiciado cambios en los patrones de reserva y elección de los destinos e introducido dinámicas diferenciales por operadores.

10 claves del verano turístico de 2026

Crecimiento en valor

El crecimiento se ha apoyado más en los segmentos de mayor valor que en la afluencia, impulsando la contribución a empresas y destinos sin incremento notable de volumen.

Rentas de seguridad frente a la inestabilidad en Oriente Medio

Operadores turísticos y la demanda internacional apuesta por los destinos españoles ante la inestabilidad geopolítica

Dinamismo y diversificación de la demanda internacional

Mantiene su fortaleza, apoyada en el atractivo de España, la conectividad y el reposicionamiento internacional de destinos y productos y favorece la diversificación de mercados con mayor presencia de nuevos mercados europeos y de larga distancia

Fortaleza de la demanda nacional

Notable resistencia, sostenida por el empleo y la prioridad que los hogares siguen otorgando al viaje dentro de sus patrones de consumo y gasto.

Eclipse y eventos de atractivo internacional

Impulsan la diversificación territorial. El eclipse del 12 de agosto impulsa la actividad turística en el interior y norte. Los eventos culturales, festivales y deporte amplifican el atractivo en todo el territorio. La F1 posiciona a Madrid en septiembre.

Incertidumbre y volatilidad

Contexto de creciente incertidumbre geopolítica y volatilidad con menor visibilidad de reservas y necesidad de adaptar la operativa

Costes al alza y presión sobre márgenes

El encarecimiento energético y el contexto inflacionista elevan la presión de los costes sobre los márgenes. En el transporte de pasajeros, las coberturas amortiguan hasta hoy parte del aumento.

Financiación y talento

Mayores dificultades de financiación en un entorno de subidas de tipos. Persisten los problemas asociados a la escasez de talento y aumento del absentismo.

Infraestructuras y movilidad

Infraestructuras bajo creciente presión por mayor presencia y movilidad de residentes y turistas. Las incidencias ferroviarias y los cuellos de botella en nodos clave evidencian la necesidad de anticipar inversiones y mejorar el mantenimiento, los sistemas y recursos (como el refuerzo de este verano en aeropuertos).

Registro VUT

Anulado el Registro Único (TS, 19/05/2026) urge un sistema alternativo eficaz y jurídicamente sólido de control de la oferta ilegal de VUT, con coordinación interadministrativa y colaboración de las plataformas.

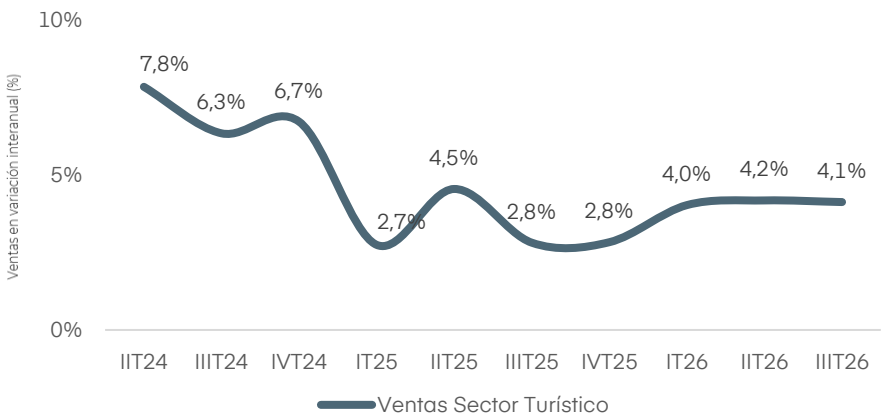
Factores favorables Factores adversos

02 El dinamismo de la actividad turística impulsa las ventas empresariales (+4,1% vs IIITr25) y los niveles de confianza, por encima de lo esperado en julio, en un contexto en el que cobran especial relevancia la capacidad de cada empresa para invertir en propuestas de mayor valor añadido, su posicionamiento por mercados, la escala para mitigar la subida de costes y la posibilidad de trasladarlos a una mejora de precios.

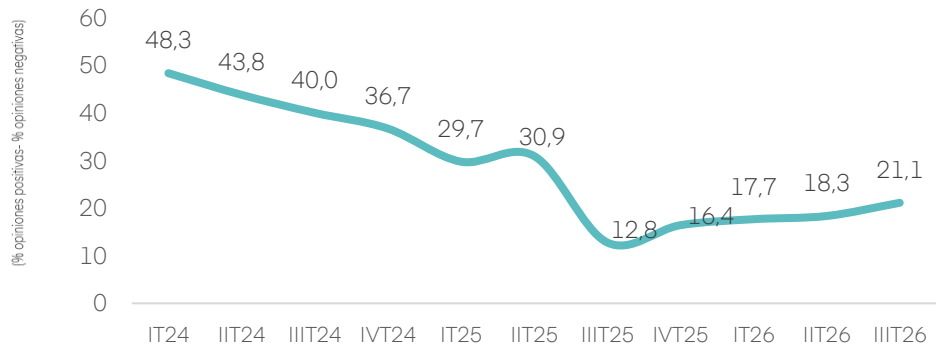
Rasgos del balance empresarial del IIITr 2026

- Las ventas de las empresas turísticas crecen en verano un +4,1%, por encima de lo que anticipaban los empresarios turísticos en el mes de julio (+3,2%), asociado tanto a un aumento de la demanda, que se mantiene fuerte, como a la posibilidad de mejora de precios, especialmente en algunos casos como el del alojamiento hotelero.
- La mejora de la actividad durante el verano, junto a las buenas perspectivas empresariales para los últimos meses del año, favorecen un avance de la confianza de los empresarios turísticos hasta un valor de 21,1 en el IIITr de 2026, respecto al 18,3 con que cerró el IItr, enlazando cuatro trimestres consecutivos de mejora.

Variación de las ventas de las empresas turísticas españolas
Ventas en variación interanual (%)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep 26)



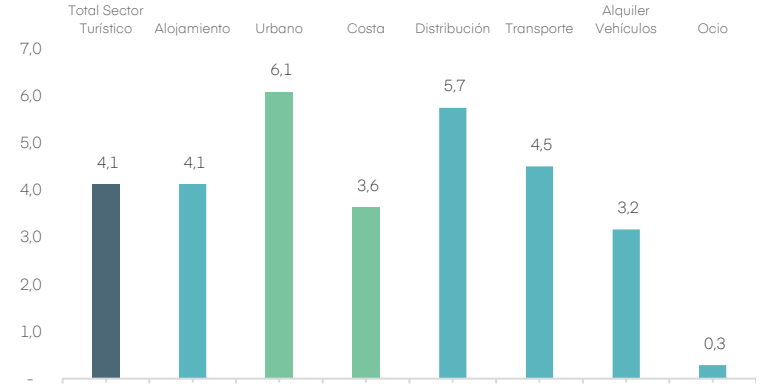
Índice de confianza empresarial del Sector Turístico
Ventas en variación interanual (%) e índice de confianza



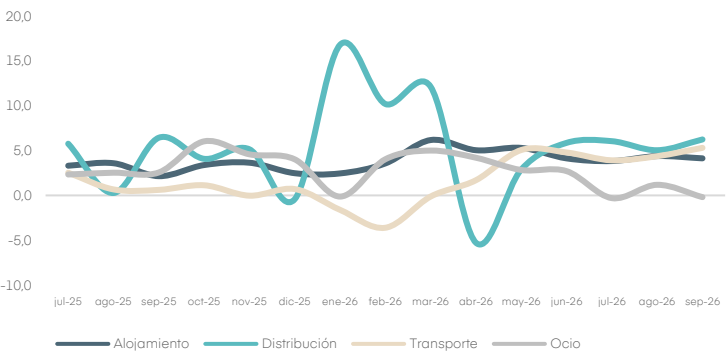
La fortaleza de la actividad turística se traslada a una mejora generalizada de las ventas empresariales a lo largo de toda la cadena de valor, con especial intensidad en los hoteles urbanos (+6,1%) y los grandes grupos de agencias de viajes (+5,7%).

Balance empresarial turístico por subsectores del IIITr 2026

Variación observada de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores
TV IIIT26 vs IIIT25 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep26)



Variación en las ventas de las empresas turísticas españolas
Evolución 2025-2026. Tasas interanuales en %
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep26)



Los **hoteles vacacionales** aumentan sus ventas un +3,6% durante el verano respecto al mismo periodo de 2025, manteniendo un comportamiento positivo, impulsado por la inestabilidad en Oriente Medio. El aumento de los ingresos se apoya cada vez más en **mejoras de tarifa, renovación de activos y reposicionamiento hacia productos de mayor valor añadido**, especialmente en destinos consolidados, insulares y del litoral mediterráneo, donde los elevados niveles de ocupación en temporada alta reducen el margen para seguir creciendo mediante mayores volúmenes..

El verano de 2026 confirma el **fuerte dinamismo de los hoteles urbanos** (+6,1% en el IIITr26 vs. IIITr25). El buen comportamiento del turismo en las ciudades españolas se sustenta en la **fortaleza del turista nacional y el tirón de la demanda internacional**, favorecida por el **reposicionamiento** y el **creciente atractivo** de los principales destinos urbanos, la **elevada conectividad**, la celebración de **eventos**, donde destaca el efecto del eclipse, una **atractiva agenda cultural y deportiva orientada tanto a residentes como a visitantes**, y la **fortaleza del segmento MICE**. A todo ello se suma, igualmente, la mejora de las tarifas, apoyada en la renovación y el reposicionamiento de una parte relevante de la oferta hotelera.

Las empresas de **transporte de pasajeros** aumentan sus ventas **(+4,5% en el IIITr26 vs. IIITr25)**, apoyadas en una demanda sólida y en un **entorno muy competitivo** que obliga a mantener tarifas contenidas para sostener la demanda y la cuota de mercado. Este contexto limita la capacidad de trasladar a precios el aumento de los costes, especialmente en el transporte aéreo, donde el repunte del queroseno (+100,7% de crecimiento acumulado desde el mes de marzo) comienza a tener un notable impacto sobre los resultados ante el vencimiento de las coberturas. A ello se añaden las dificultades operativas en determinadas infraestructuras, especialmente las ferroviarias, que perjudican el aprovechamiento del dinamismo de la demanda.

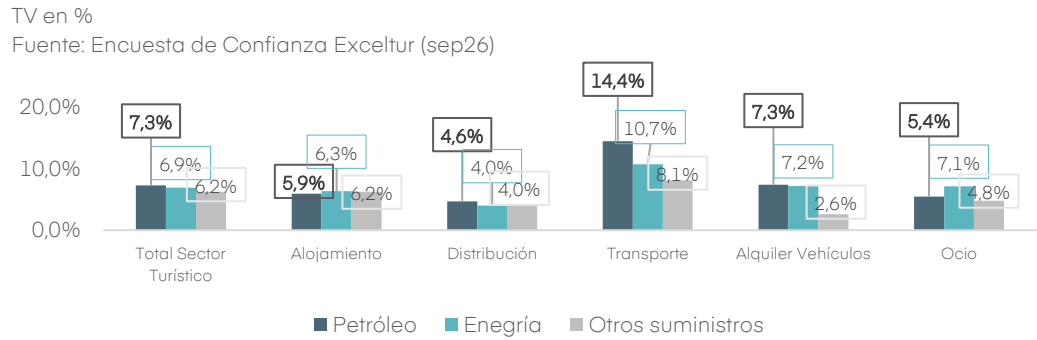
Favorable balance de las **empresas de alquiler de vehículos** **(+3,2% en el IIITr26 vs. IIITr25)**, en un contexto de fortaleza de la demanda, impulsados por las necesidades extra de movilidad vinculada al disfrute de eventos, especialmente relevante en el caso del eclipse, y con unos precios al alza derivado del aumento de costes del carburante y las limitaciones aplicadas en algunos destinos insulares.

Los **grandes grupos de agencias de viajes** aceleran el dinamismo de sus ventas durante los meses de verano **(+5,7% en el IIITr26 vs. IIITr25)**, gracias a la fortaleza de la demanda, con mayor intensidad en los viajes al exterior (el gasto turístico de los españoles en sus viajes al exterior creció un +8,8 en jul-ago26 vs 25, según Caixabank Research). El crecimiento se concentra especialmente en los productos y destinos internacionales de mayor valor, y supera la complejidad operativa asociada a los viajes afectados al conflicto de Oriente Medio y la incertidumbre del viajero en el contexto geopolítico.

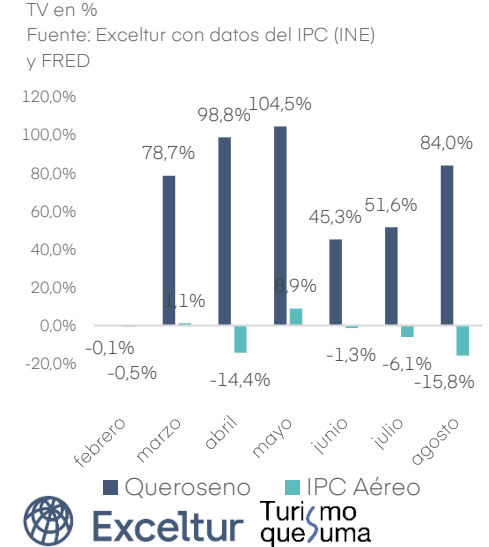
El balance de los **prestadores de servicios de ocio** es más estable **(+0,3% en el IIITr26 vs. IIITr25)**. El comportamiento apunta a una mayor contención del gasto en destino y niveles de afluencia más contenidos, en un contexto en el que los viajeros muestran una mayor sensibilidad en el gasto de actividades, experiencias y otros consumos complementarios

El positivo comportamiento de los ingresos no se traslada en la misma intensidad a los resultados de las empresas turísticas por la creciente presión de los precios del petróleo (+7,3%), la energía (+6,9%), la financiación (los tipos han subido un 25%), los suministros (+6,2%) y los costes laborales (cercano al 5,0%, con el absentismo). Las que más sufren son las compañías de transporte, con un impacto en sus resultados por el fuerte aumento del carburante, a pesar de las coberturas. Mientras los resultados de las empresas hoteleras mejoran considerablemente.

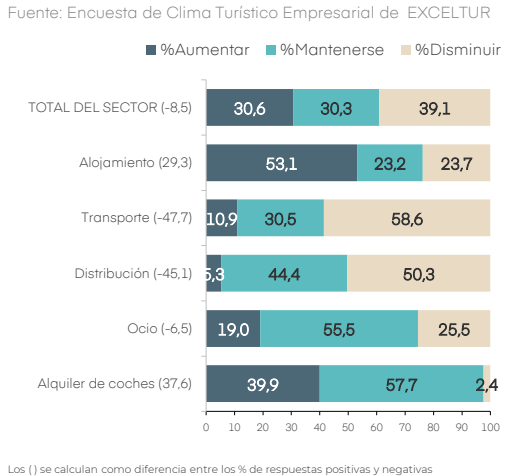
Incremento en costes asociados al petróleo, energía y otros suministros, por sectores turísticos en el IIITr de 2026



Evolución mensual del queroseno y los billetes aéreos en España



Opinión empresarial sobre la evolución de los RESULTADOS IIIT trimestre de 2026



El cierre del verano de 2026 viene acompañado de una **intensificación generalizada de los costes operativos de las empresas turísticas**, con incrementos para el conjunto del sector del +7,3% en los costes asociados al petróleo, +6,9% en energía y +6,2% en otros suministros. La presión de costes afecta de forma muy distinta a cada subsector de acuerdo con sus características operativas y estructura de costes.

El **transporte es la actividad más expuesta**, con aumentos de costes que alcanzan el +14,4% en el caso del petróleo, +10,7% en energía y +8,1% en otros suministros. En el caso del transporte aéreo, donde el combustible representa el 30% en su coste total, los indicadores de precios al consumo indican que, de momento, no están trasladando el intenso crecimiento de los costes del queroseno (ha crecido un +100,7% hasta el mes de agosto desde el comienzo de la guerra) a los consumidores (el IPC de billetes aéreos refleja un descenso en España del -10,9% jul-ago 26 vs jul-ago25), gracias a las coberturas y la dinámica de un entorno muy competitivo con una elevada capacidad puesta en mercado.

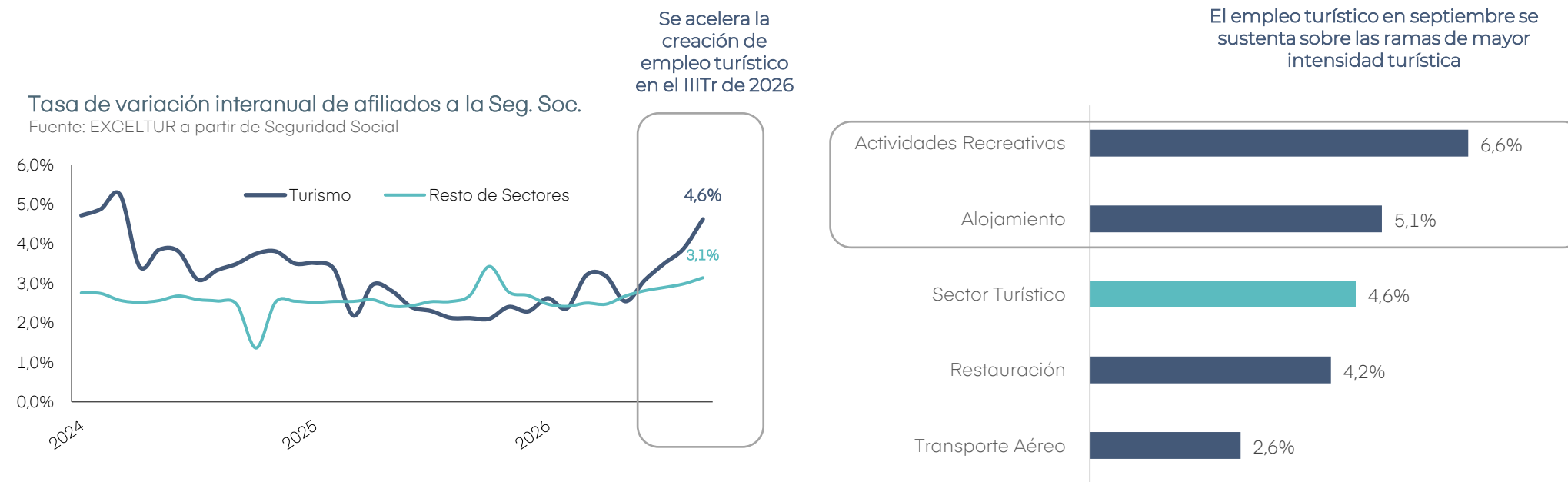
La **presión actual se suma a varios ejercicios de incrementos acumulados** en los costes de energía, suministros, personal y financiación, **reduciendo progresivamente la capacidad para absorber nuevos aumentos, si la demanda relaja su fortaleza**. Hasta ahora, esta presión ha podido compensarse parcialmente gracias a la solidez de la demanda, que ha respondido favorablemente a las mejoras de tarifas, especialmente allí donde han venido acompañadas de renovación, reposicionamiento e inversión en producto.

Esta presión está afectando de forma muy distinta a cada subsector en función de su propia estructura operativa y ya empieza a trasladarse a la **cuenta de resultados empresarial**. A tenor de los resultados de la Encuesta de Exceltur, un **39,1% de las empresas turísticas señala un deterioro de sus resultados en el III trimestre de 2026**, frente al 30,6% que apunta mejoras, lo que sitúa el saldo agregado en -8,5 puntos. Este deterioro es más evidente en las empresas de transporte de pasajeros (58,6% evidencian menores resultados que en el verano de 2025) y grandes grupos de agencias de viaje (50,3%). Mientras, el 53,1% de los empresarios hoteleros evidencian mejoras interanuales de sus resultados.

03 La fortaleza de la actividad turística continúa generando empleo (+105.160 afiliados) con mayor intensidad que el resto de la economía (+4,6% en turismo vs +3,1% en el resto, con datos de septiembre), acompañado de avances en estabilidad contractual (85,6% de las nuevas contrataciones son indefinidos) y mejora salarial (+3,5% hostelería, +3,0% resto). Las actividades de ocio (+6,6%) y las empresas de alojamiento (+5,1%) son las más dinámicas en la creación de empleo.

Determinantes de la creación de empleo turístico en el tercer trimestre de 2026

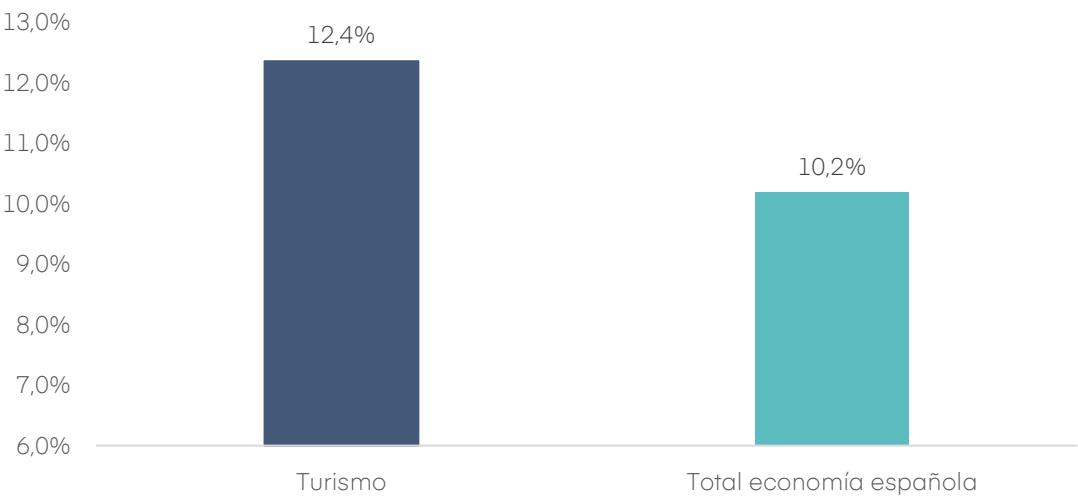
- El crecimiento de la actividad durante el verano se materializa en +105 mil afiliados turísticos más respecto a septiembre de 2025, cerrando un muy favorable verano en términos de la contribución laboral del turismo. Un dinamismo, además, que no parece contenerse de cara al cierre de año 2026, ya que el 26,2% de las empresas del sector turístico tiene previsto aumentar sus plantillas durante el último trimestre de 2026, según la encuesta Confianza de Exceltur (sep26).
- Las contrataciones del sector turísticos también continúan mejorando en materia de estabilidad laboral y ello se plasma en la predominancia de fórmulas contractuales estables. El 85,6% de los nuevos contratos turísticos firmados en septiembre 2026 respecto a 2025 corresponde a contratos indefinidos, +80.424 frente al año pasado. Además, la mejora en condiciones ha venido acompañada de una mejora salarial del +3,5% en hostelería, por encima del +3,0% del resto de sectores de la economía española.



Los avances en un mayor y mejor empleo han sido posibles gracias a las ganancias en productividad, resultado del esfuerzo inversor en mejora de producto hacia propuestas de mayor diferenciación y calidad de servicio. La productividad de los trabajadores en empresas turísticas acumula una mejora del +12,4% desde 2023, por encima del avance producido en el conjunto de la economía española (+10,2%),

- El turismo español muestra una mejora sostenida de su productividad nominal en los últimos años, apoyada en una creciente capacidad para generar más valor gracias al esfuerzo inversor. El PIB turístico por puesto de trabajo alcanza en 2026 un aumento acumulado del +12,4% desde 2023 (primer año de normalidad tras la crisis del COVID), frente al +10,2% registrado por el conjunto de la economía española. En 2026 se mantendría esta tendencia (3,5% la ganancia interanual de la productividad en turismo frente al 3,2% de la media para España).
- Esta evolución es consistente con la inversión en reposicionamiento del producto desarrollado por numerosas empresas turísticas en los últimos años. La renovación de activos hacia productos de mayor valor añadido, el trabajo en refuerzo de los valores intangibles y la creciente digitalización han permitido mejorar el valor aportado por cada trabajador.
- Esta evidencia refuerza la importancia de mantener las condiciones que favorezcan la inversión empresarial, tanto en activos físicos como en intangibles, tecnología, talento y organización, como vía para sostener simultáneamente mejoras de productividad y rentabilidad, que permitan seguir mejorando las condiciones de los trabajadores y la atracción de talento.

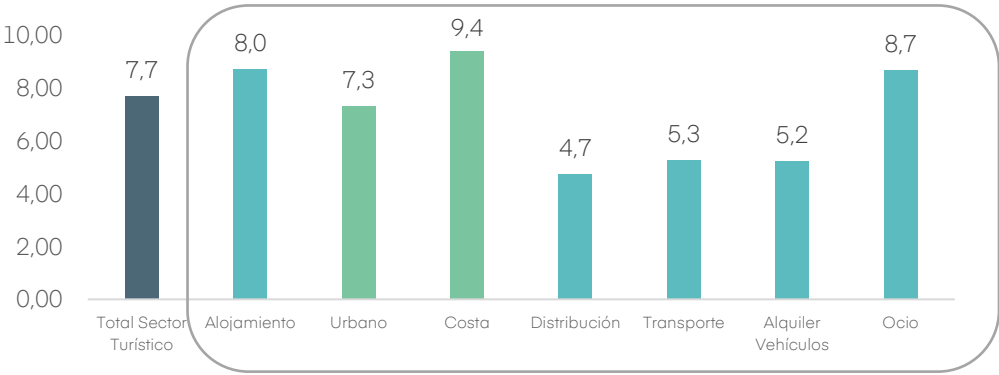
Evolución de la productividad del turismo y de la economía española 2023-2026
Fuente: Exceltur a partir CSTE, CNE, CNTR
En %



El absentismo, que en verano se ha elevado hasta el 7,7% de las horas trabajadas en las empresas turísticas (desde el 6,6% en junio), se mantiene como una de las principales lacras para los costes y el clima laboral en las empresas turísticas españolas, afectando a su capacidad para seguir mejorando la productividad. El impacto del absentismo sobre las empresas turísticas españolas alcanza un coste total al 3,8% de su facturación, según la encuesta de Confianza de EXCELTUR.

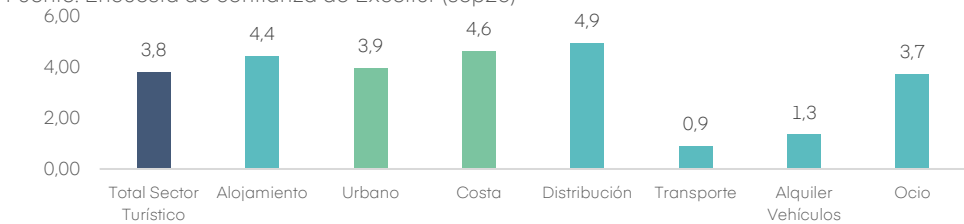
Porcentaje de horas pactadas y no trabajadas por Absentismo Laboral por subsectores turísticos, durante el 3er trimestre de 2026
Fuente: Encuesta de confianza de EXCELTUR (sep26)

El absentismo se extiende por toda la cadena de valor turística, destacando su negativa incidencia sobre las empresas de ocio y los hoteles, principalmente vacacionales

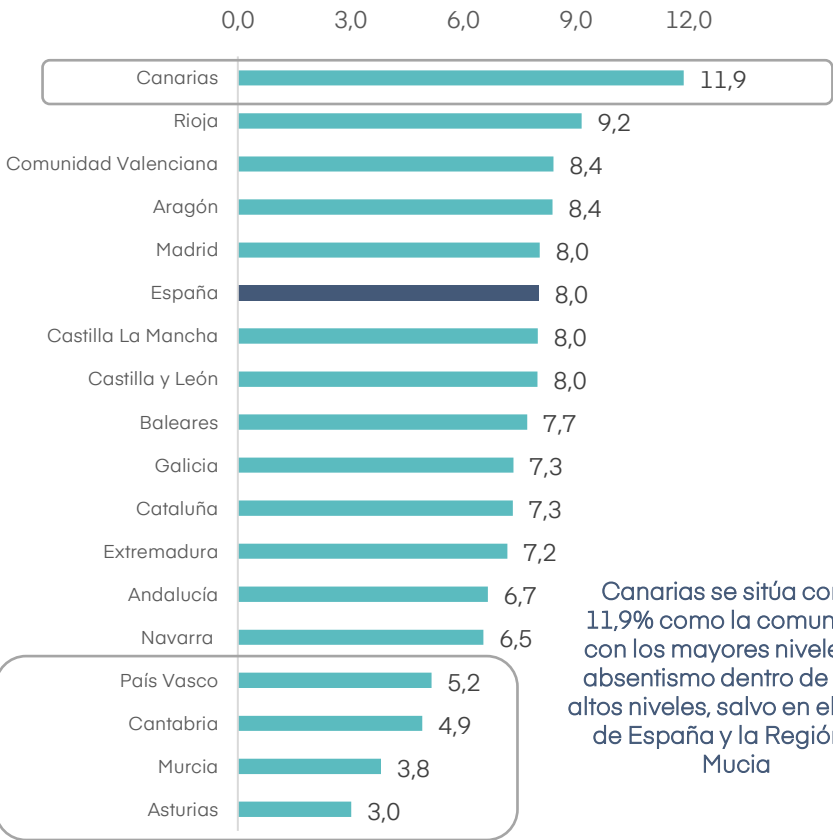


El coste para las empresas turísticas se eleva hasta el 3,8% de su facturación del verano de 2026

Porcentaje de coste del Absentismo Laboral sobre la facturación en el Sector Turístico
Julio-Septiembre 2026
En %
Fuente: Encuesta de confianza de Exceltur (sep26)

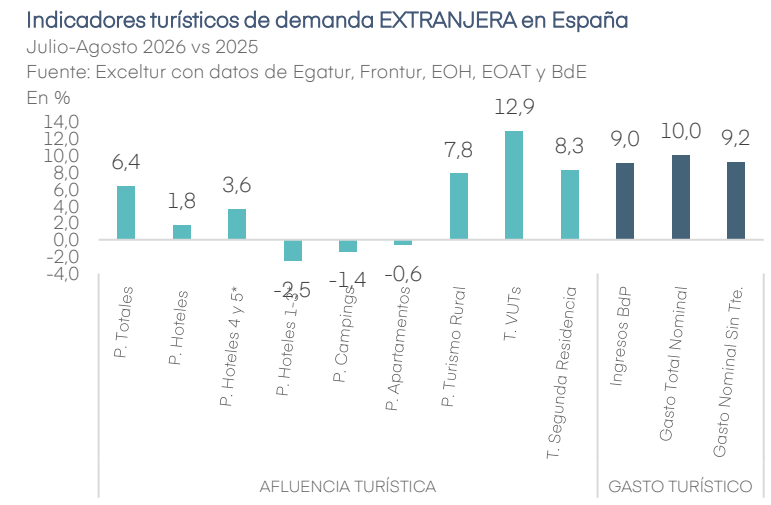
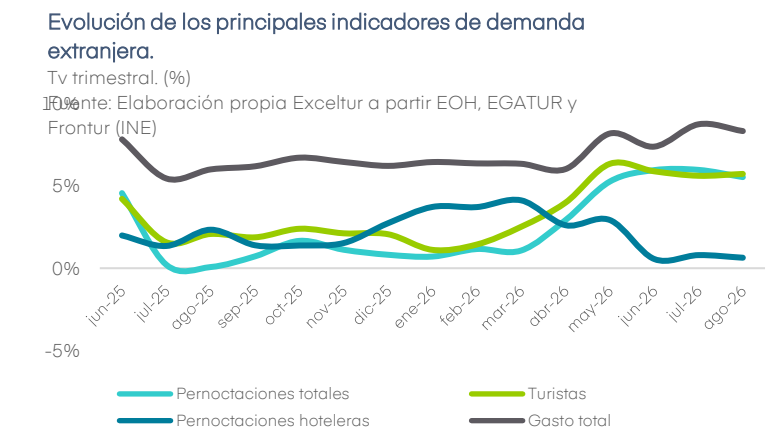


Porcentaje de horas pactadas y no trabajadas por Absentismo Laboral en el sector de alojamiento por CCAA
Julio-Septiembre 2026
Fuente: Encuesta de confianza de Exceltur (sep26)



Canarias se sitúa con el 11,9% como la comunidad con los mayores niveles de absentismo dentro de unos altos niveles, salvo en el Norte de España y la Región de Murcia

04 El turismo internacional mantiene su papel como principal impulsor del crecimiento de la demanda turística en España, con un positivo patrón de mejor comportamiento del gasto (+9,2%) que de la afluencia, (+6,4% pernотaciones), en un contexto más diversificado por mercados, gracias a una creciente aportación de la larga distancia, principalmente de norte americanos, e impulsado por las rentas de seguridad ante el conflicto en Oriente Medio, que afecta a países de su entorno (Turquía -6,0%, Chipre -9,9%).



Rasgos del mercado internacional

- El comportamiento de la demanda extranjera refleja una **mayor capacidad de generación de valor por turista**, con un avance interanual del gasto del +9,2% en el periodo jul-ago excluido el transporte, frente al crecimiento de la afluencia medida en pernотaciones (+6,4%).
- Esta evolución se acompaña de una **composición de la demanda más favorable hacia productos de mayor categoría y valor añadido**. Las pernотaciones en establecimientos hoteleros de 4 y 5 estrellas aumentaron un +3,6%, mientras que descendieron un -2,5% en las categorías inferiores, reforzando la idea de la ganancia en presencia de turistas con mayor capacidad de contribución a empresas y destinos.
- Esta mayor aportación de la demanda internacional se acompaña de una **creciente diversificación territorial**, con aumentos de las pernотaciones en turismo rural (+7,8%), más allá de los destinos tradicionales de sol y playa. En este contexto, **el eclipse solar del 12 de agosto actuó como dinamizador de la demanda extranjera hacia zonas del interior y territorios con menor afluencia turística estival**, favoreciendo una mayor distribución territorial de los flujos y del gasto. Los datos de BBVA Research muestran un **crecimiento del gasto extranjero del +25,7% interanual en las provincias con cobertura total** durante la semana del eclipse, especialmente en lugares como Soria, La Rioja, Asturias, Segovia, Teruel o León.
- Los **mercados de larga distancia, especialmente Estados Unidos (+14,6% pern. hoteleras jul-ago26), destacan por su fortaleza** durante el verano, contribuyendo a sostener el crecimiento de la demanda internacional y a elevar su valor. Su evolución resulta especialmente relevante en un contexto en el que los **mercados europeos tradicionales muestran un comportamiento más heterogéneo** (Reino Unido +1,9%, Alemania -1,1%, Francia -3,0%, Países Bajos -1,6%, Portugal +3,0 pern. hoteleras jul-ago26), en un contexto de crecimientos más contenidos y **condicionados por la evolución de sus economías domésticas**.
- La evolución de algunos de los principales destinos competidores mediterráneos apunta a un **verano menos dinámico en los destinos más próximos geográficamente al conflicto de Oriente Medio**: en Turquía y Chipre las llegadas procedentes de los principales mercados europeos descendieron un -3,3% y un -8,4% respectivamente (jul-ago26).

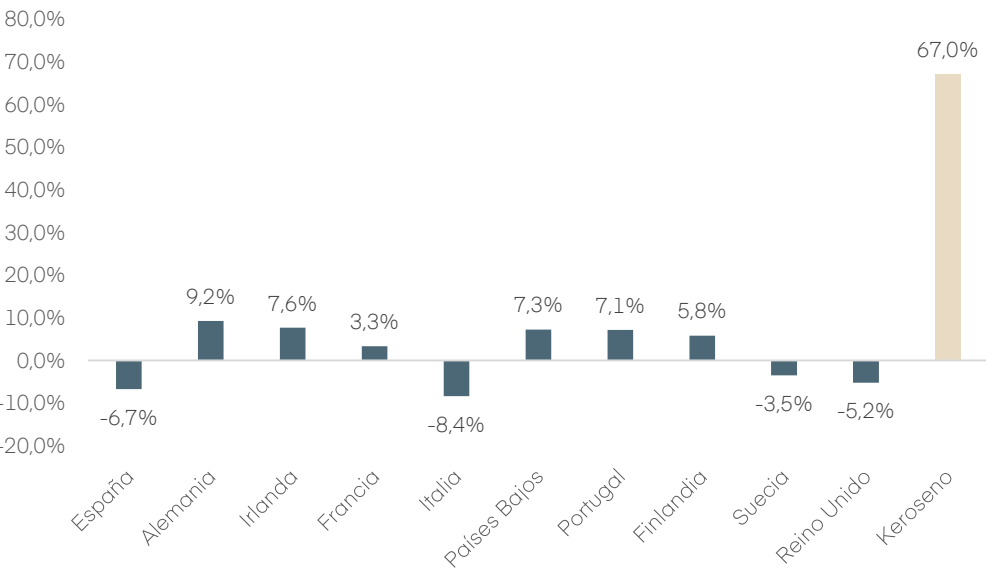
La creciente conectividad aérea y la contención del precio de los billetes, con abaratamientos notables en algunos de los principales mercados emisores (Reino Unido, Italia, España) han sido dos de los principales impulsores de la demanda turística este verano. Las aerolíneas programaron un 7,7% más de asientos hacia España que en la temporada anterior, con un récord de capacidad en los meses centrales del verano, registrando aumentos muy relevantes desde mercados como Polonia (+37,9%), Italia (+13,2%) o Reino Unido (+8,4%), con caídas únicamente desde Irlanda (-1,3%) y Países Bajos (-2,1%).

Esta combinación de más plazas con tarifas de vuelos contenidas ha facilitado la llegada de visitantes internacionales y los desplazamientos de los residentes, a pesar del encarecimiento del queroseno por la crisis de Ormuz, gracias a las coberturas disponibles.

Evolución de los precios de vuelos internacionales en mercados de origen y evolución del precio del queroseno

Tv trimestral jul-ago 26 vs jul-ago 25. (%)

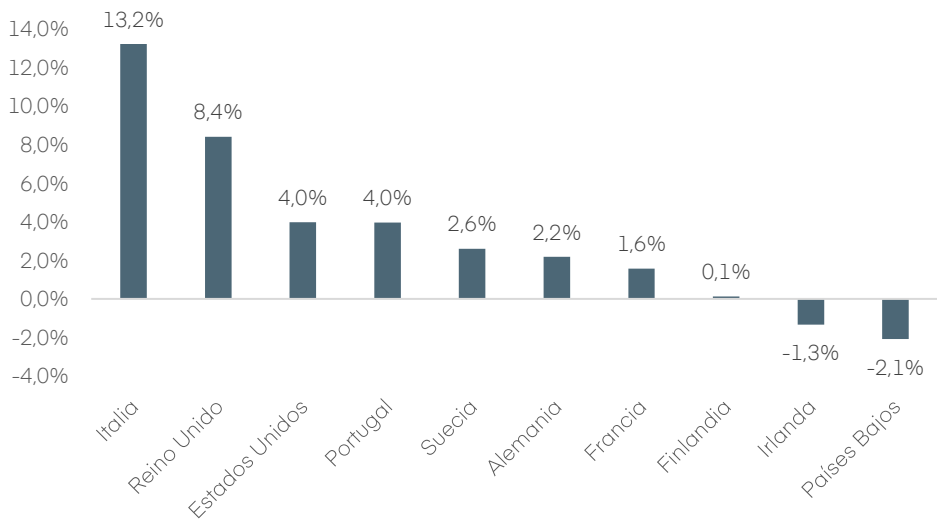
Fuente: Exceltur a partir de Eurostat, INE, EIA



Variación en los asientos aéreos previstos hacia aeropuertos españoles, según mercados de origen

TV jul-sep 2026-2025

Fuente: Exceltur con datos de Turespaña



El favorable comportamiento de la demanda turística extranjera se explica por el dinamismo de EE.UU (+14,6% en pernoctaciones hoteleras vs jul-ago 25, con un elevado gasto diario em destino, 186,2 euros), así como el buen desempeño del mercado de largo radio latinoamericano y asiático, mientras que los principales mercados europeos muestran un comportamiento más heterogéneo.

- La larga distancia sobresale gracias al buen desempeño del mercado estadounidense, sustentado en una combinación de dinamismo en afluencia (+14,6% en noches hoteleras) y un perfil de gasto diario elevado (186,2€), apoyado todo sobre una conectividad aérea que se amplía intensamente durante el verano (+7,1% en operaciones desde EEUU a aeropuertos españoles). Los mercados latinoamericanos presentan comportamientos también positivos, destacando el aumento en llegadas desde Canadá (+49,6%), Brasil (+21,0%), México (+13,4%) y pese a la contención del argentino (-4,9%) durante el verano. Entre el largo radio asiático, destaca China por el aumento de las llegadas a España (+13,1%) durante el verano, que se materializan en casi +30 mil turistas más frente al verano 2025, un mercado que en 2025 atrajo a casi 800 mil viajeros.
- Los grandes mercados europeos mantienen el grueso de la demanda hotelera, aunque con un comportamiento desigual y menor dinamismo que otros mercados de mayor gasto. Reino Unido continúa liderando ampliamente las noches (15,8 millones), con un crecimiento moderado (+1,9%) de las noches hoteleras sobre un buen verano 2025, impulsados por el fuerte aumento de la conectividad aéreas (+8,4% en asientos aéreos) durante en el 3er trimestre y con un modelo de mayor crecimiento en valor frente a la afluencia (+6,2% gasto total jul-ago 26), como revela el detalle de Egatur. Alemania (-1,1%) y Francia (-3,0%) reducen sus pernoctaciones en hoteles, si bien se produce un crecimiento de la afluencia en las otras tipologías alojativas, tanto de mercado como no mercado, pero por debajo del aumento en gasto total en ambos casos (Alemania +9,7% y Francia +6,3%).
- Entre el resto de mercados europeos, se observa un comportamiento algo más favorable, con avances de Portugal (+3,3%) e Italia (+2,9%) y estabilidad de Países Bajos (+1,6%). Italia, por su lado, presenta un fuerte incremento de la conectividad (+13,2% en asientos) y un aún mayor crecimiento en el gasto total durante el verano (+12,0%), mientras Países Bajos registra una ligera caída de conectividad (-2,1%) sin apenas impacto sobre sus noches hoteleras.

Comportamiento de la demanda hotelera por mercados de origen y perfiles de gasto*

Julio-Agosto 2026-2025
Fuente: Exceltur con datos Egatur y EOH (INE)

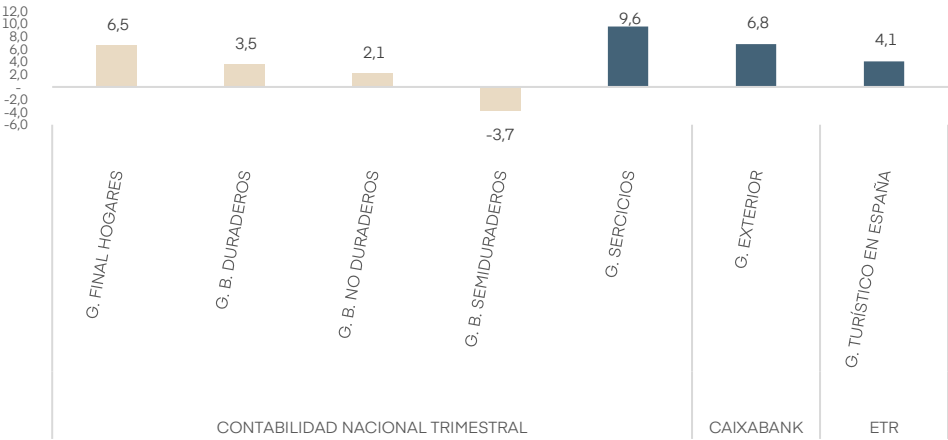
	Ingresos diarios (€)	Noches Hoteleras (miles)	Dif (miles)	TV (%)
EEUU	186,2	2.476	315 ▲	14,6%
Reino Unido	138,3	15.815	289 ▲	1,9%
Italia	125,1	3.230	91 ▲	2,9%
Portugal	137,2	2.439	79 ▲	3,3%
Países Nórdicos	134,9	2.026	55 ▲	2,8%
Países Bajos	145,7	3.049	49 ▲	1,6%
Bélgica	127,6	1.726	22 ▲	1,3%
Resto de Europa	128,7	1.791	19 ▲	1,1%
Resto América	170,2	2.485	-6 ▼	-0,2%
Irlanda	143,0	1.869	-9 ▼	-0,5%
Resto del mundo	217,1	1.737	-22 ▼	-1,3%
Alemania	130,2	8.925	-95 ▼	-1,1%
Francia	117,2	5.889	-185 ▼	-3,0%

*Ingresos diarios sin transporte a partir de dato anual de Egatur, para 2025

05 La demanda española mantiene su fortaleza en el verano, con un incremento del gasto turístico en España del +4,8% interanual entre julio y agosto, con unos volúmenes de noches en alojamientos reglados similares a los del año 2025 (+0,2%), y un notable aumento del gasto a destinos internacionales (+8,8%).

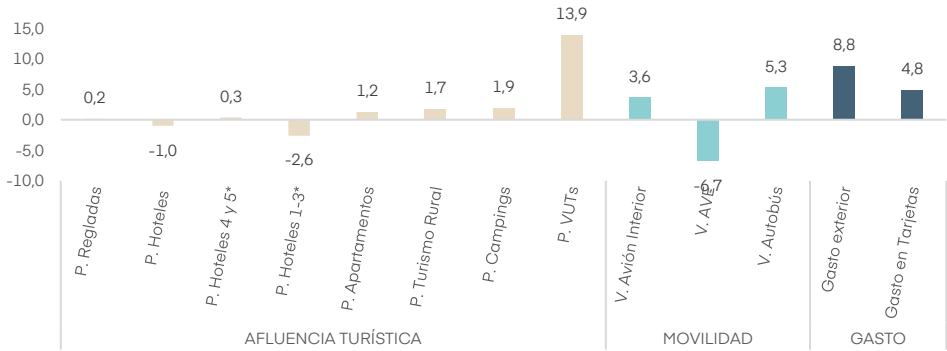
Indicadores de consumo de los españoles, según conceptos

Enero-Junio 2026-2025
Fuente: Elaborado por Exceltur de ETR, CNTR y BdE
En %



Indicadores turísticos de demanda NACIONAL en España

Julio-Agosto 2026-2025
Fuente: Exceltur con datos de Egatur, Frontur, EOH, EOAT, CaixabankResearch
En %



Rasgos del mercado español

- Los españoles mantienen una elevada propensión a viajar y gastar en turismo, con avances del gasto turístico superiores a los observados en partidas como los bienes duraderos (+3,5% CNTR), y +2,1% en bienes no duraderos (alimentación, bebidas.), llegando incluso a caer un -3,7% el gasto en bienes semiduraderos (ropa, calzado, textil, hogar..), como muestra el detalle del mayor gasto en servicios hasta junio (+9,6% CNTR) o el intenso gasto en viajes al extranjero (+6,8%, Caixabank Research).
- La demanda nacional mantiene un tono contenido en verano, con las pernoctaciones regladas prácticamente estables (+0,2%) y las hoteleras a la baja (-1,0%), pese al mejor comportamiento de las categorías superiores (+0,3% 4 y 5*). Mientras, sigue creciendo de forma notable la demanda en las viviendas vacacionales, cuya demanda crece un +13,9% hasta junio (ETR 2026).
- La contención de la afluencia contrasta con la fortaleza del gasto en destino, con los pagos con tarjeta de los españoles creciendo un +4,8% en verano, prolongando el patrón de mayor contribución económica por viaje.
- La movilidad de los residentes mantiene un notable dinamismo, aunque continúa el trasvase entre medios de transporte: la alta velocidad pierde viajeros (-6,7%), mientras repuntan el aéreo interior (+3,6%) y el autobús de media y larga distancia (+5,3%).
- Se intensifican los viajes de los españoles al extranjero, con los pagos turísticos al exterior creciendo un +8,8% interanual entre julio y agosto, según la información de Caixabank Research, coincidiendo con el abaratamiento de los vuelos internacionales (-12,9%) y los paquetes turísticos (-2,7%) durante el verano.

06

El verano de 2026 deja un desempeño positivo, aunque heterogéneo por comunidades autónomas, con un claro protagonismo de los destinos de interior (Extremadura +14,7% y Aragón +7,3%) y del norte peninsular (Cantabria +12,4%, País Vasco +10,0%, Galicia +8,7% y, con menor intensidad Asturias +5,6%). Por su parte, los destinos vacacionales del arco mediterráneo e insular mantienen desempeños positivos, aunque más moderados en ventas, en un contexto de menor margen para crecer por volumen y avance por reposicionamiento por tarifas.

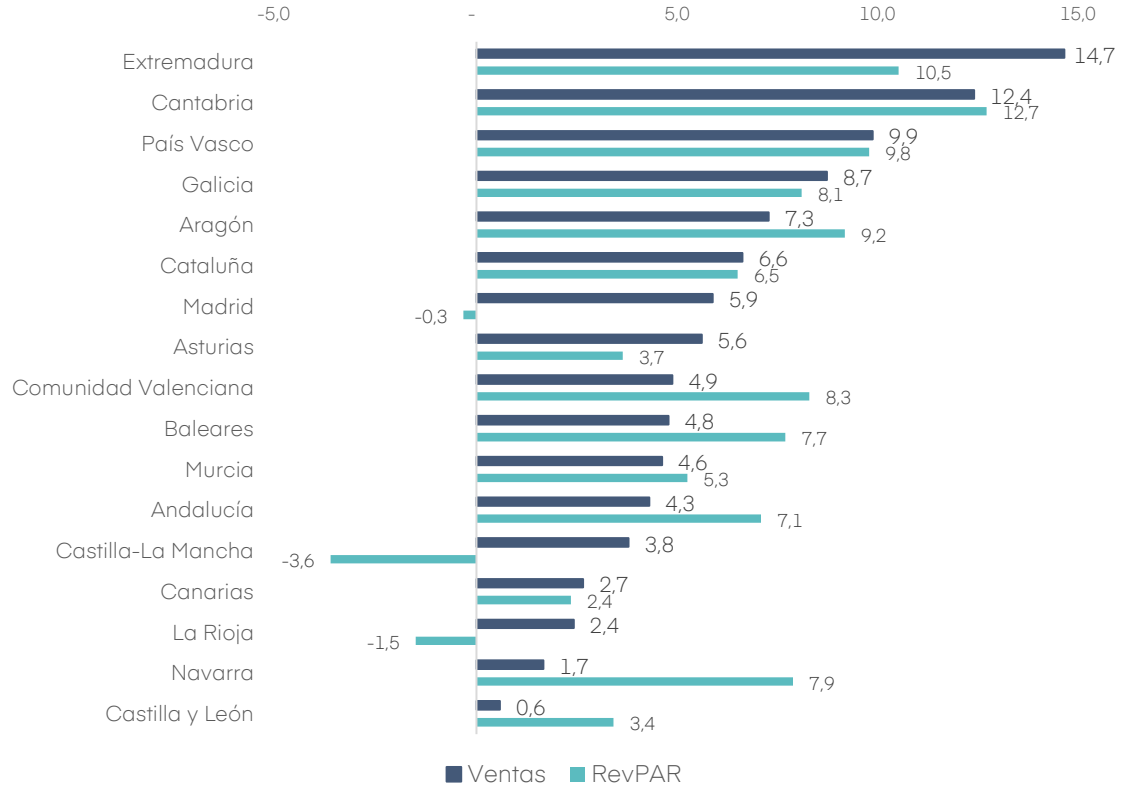
Los destinos vacacionales del litoral mediterráneo e insular mantienen un balance positivo durante el verano de 2026, con avances de ventas en Cataluña (+6,6%), Comunidad Valenciana (+4,9%), Baleares (+4,8%), Murcia (+4,6%), Andalucía (+4,3%) y Canarias (+2,7%). En los destinos más consolidados, los elevados niveles de ocupación limitan el margen para crecer por volumen, de modo que la renovación y el reposicionamiento de la oferta hacia productos de mayor valor añadido ganan peso como motores de los ingresos. Así lo refleja el mayor avance del RevPAR entre los meses de julio y agosto en Comunidad Valenciana (+8,3%), Baleares (+7,7%) y Andalucía (+7,1%).

Las zonas de interior y norte peninsular muestran el mayor dinamismo del trimestre, en un contexto en el que se consolida una mayor diversificación de los gustos y preferencias de los viajeros, con creciente interés por destinos de naturaleza, interior y norte durante los meses de verano, favorecidos estos últimos además por temperaturas más suaves y una menor concentración turística. Destacan Extremadura (+14,7% en ventas) y Aragón (+7,3%) junto con Cantabria (+12,4%), País Vasco (+9,9%), Galicia (+8,7%) y Asturias (+5,6%). A esta tendencia se sumó en agosto el efecto puntual del eclipse, que generó picos de demanda y reforzó ocupación y precios en varios de estos territorios, actuando como acelerador coyuntural de una evolución de demanda más estructural

Evolución de las Ventas e Ingresos por Comunidad Autónoma durante el III Trimestre 2026

TV de ventas y RevPAR (*) en %

Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (jun26) y EOH del INE



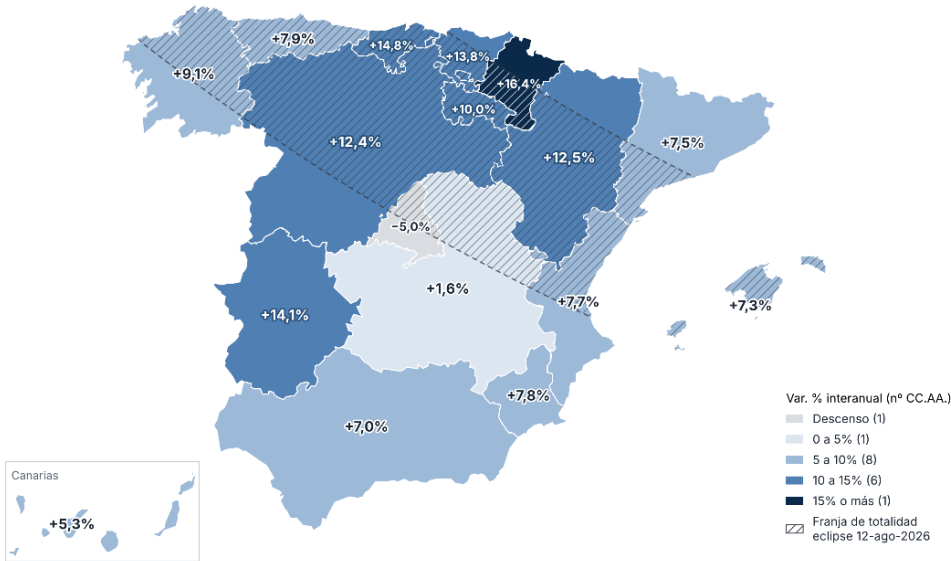
(*) Los datos de REVPAR se refieren al periodo junio-agosto y las ventas de la Encuesta de EXCELTUR recogen los datos de julio-septiembre.

El eclipse solar total del 12 de agosto impulsó la dinamización de la demanda en determinados destinos del norte y del interior peninsular. Su celebración favoreció una notable redistribución temporal y territorial de los flujos turísticos hacia localidades rurales y destinos secundarios situados en la banda de totalidad, con elevados niveles de ocupación, una fuerte rentabilidad y una atracción de turistas internacionales en algunos de estos territorios de demanda interna.

Con datos del conjunto del mes de agosto, su impulso se evidencia especialmente en Navarra, La Rioja, Aragón y Castilla y León y en segmentos como el turismo rural y campings. En el norte de España, impulsan los resultados del conjunto del principal mes de la temporada alta de verano.

Comportamiento del RevPAR hotelero en agosto de 2026

Agosto 2026-2025
Fuente: Exceltur a partir de EOH
En %



6.1 Los destinos más internacionalizados siguen liderando los niveles y dinamismo de los ingresos hoteleros en el verano de 2026, especialmente los destinos baleares (182,5€, +7,7%, con Ibiza a la cabeza 225,1€, +9,5%) y la Costa del Sol (175,4€, +9,7% RevPAR), apoyados en su capacidad para sostener elevados niveles de precios en plena temporada alta, gracias a la renovación del producto, mientras el crecimiento de la afluencia pierde peso como determinante del desempeño. Entre los destinos de mayor orientación nacional, destaca la Costa de la Luz de Cádiz (143,2€; +2,9%) y Huelva (133,7€; +16,9%), combinando elevados niveles de ingresos con un intenso crecimiento durante el verano.

- Los destinos más internacionalizados mantienen los mayores niveles de ingresos del litoral español y varios consiguen mejoras notablemente desde registros ya elevados. **Ibiza-Formentera** alcanza 225,1€ de RevPAR (+9,5%), mientras la **Costa del Sol** (175,4€; +9,7%) y **Mallorca** (170,1€; +9,2%) registran igualmente fuertes avances. Todo ello con una demanda prácticamente estable o a la baja en varios de estos destinos, reforzando un patrón de crecimiento de los ingresos sustentado en mayor valor y menos en afluencia.
- La evolución de los ingresos es más desigual en los destinos insulares canarios, con **Fuerteventura** (+8,3%) y **Tenerife** (+5,2%) todavía en positivo, mientras **Gran Canaria** (-3,5%) retrocede pese al crecimiento de la demanda (+2,0%).
- Los destinos de mayor orientación nacional concentran los mayores crecimientos relativos de los ingresos, aunque generalmente desde niveles más reducidos de RevPAR. **A Mariña Lucense** (+23,7%) y **Rías Altas** (+22,8%) lideran los avances, mientras las **Costas de la Luz** destacan por combinar mayor nivel y crecimiento, especialmente **Huelva** (133,7€; +16,9%), junto a **Cádiz** (143,2€; +2,9%) desde niveles ya altos.
- La demanda extranjera refuerza el desempeño de numerosos destinos de orientación nacional, con avances muy superiores al mercado doméstico en **Costa Verde** (+19,2%), **Costa da Morte** (+18,5%), **Costa de Almería** (+14,4%), **Costa Valencia** (+13,8%) y **A Mariña Lucense** (+12,0%). El eclipse de agosto habría favorecido especialmente esta llegada de demanda internacional a destinos del norte peninsular.

Ranking RevPAR hotelero por zonas vacacionales y evolución de la demanda

Jun-Ago 2026 vs 2025
Nivel RevPAR (€), TV interanual (%) y peso de la demanda (% de 2025)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

Zona Turística	RevPAR Jun-Ago 26	TV RevPAR Jun-Ago 26/25	TV demanda total	TV demanda nacional	TV demanda extranjera
Costa A Mariña Lucense	63,2	▲ 23,7%	▲ 1,3%	▲ 0,0%	▲ 12,0%
Rías Altas	75,9	▲ 22,8%	▼ -5,2%	▼ -7,3%	▲ 2,2%
Costa De La Luz de Huelva	133,7	▲ 16,9%	▲ 5,7%	▲ 6,7%	▲ 4,0%
Costa Verde	84,0	▲ 13,2%	▲ 1,6%	▼ -2,2%	▲ 19,2%
Costa Brava	111,8	▲ 10,3%	▲ 1,1%	▲ 4,3%	▼ -0,1%
Costa Valencia	111,4	▲ 10,0%	▲ 3,9%	▲ 1,8%	▲ 13,8%
Costa Del Sol	175,4	▲ 9,7%	▲ 1,3%	▼ -1,5%	▲ 2,3%
Ibiza y Formentera	225,1	▲ 9,5%	▼ -2,4%	▲ 0,7%	▼ -2,8%
Mallorca	170,1	▲ 9,2%	▼ -0,8%	▼ 0,0%	▼ -0,8%
Fuerteventura	111,5	▲ 8,3%	▲ 0,4%	▲ 19,3%	▼ -2,2%
Costa Cálida	80,4	▲ 8,0%	▲ 1,7%	▲ 1,3%	▲ 2,9%
Rías Baixas	63,5	▲ 6,8%	▼ -0,2%	▼ -0,5%	▲ 1,0%
Costa De Almería	116,6	▲ 6,7%	▲ 4,8%	▲ 2,1%	▲ 14,4%
Costa Daurada	114,8	▲ 6,3%	▼ -1,7%	▲ 0,2%	▼ -2,9%
Costa Blanca	125,5	▲ 5,2%	▲ 1,2%	▲ 1,1%	▲ 1,3%
Tenerife	119,9	▲ 5,2%	▲ 0,8%	▲ 2,1%	▲ 0,5%
Costa de Barcelona	163,4	▲ 3,5%			
Costa De La Luz De Cádiz	143,2	▲ 2,9%	▲ 5,3%	▲ 5,5%	▲ 4,8%
Costa Tropical	111,3	▲ 2,4%	▼ -8,8%	▼ -11,8%	▼ -0,9%
Costa De Morte	56,7	▲ 1,7%	▲ 7,9%	▲ 4,8%	▲ 18,5%
Lanzarote	130,8	▲ 1,1%	▲ 2,4%	▼ -9,8%	▲ 5,1%
Menorca	186,7	▲ 1,0%	▼ -2,8%	▼ -2,5%	▼ -2,8%
Costa Vizcaína	115,7	▼ -2,0%	▲ 0,6%	▼ -4,7%	▲ 8,4%
Gran Canaria	117,3	▼ -3,5%	▲ 2,0%	▼ -2,6%	▲ 3,1%

6.2 Los destinos urbanos registran fuertes avances de los ingresos hoteleros durante el verano, especialmente en las ciudades con mar (Valencia +15,8% RevPar jun-ago, Málaga +13,5%, Las Palmas +32,4%), que combinan durante el verano el atractivo urbano y vacacional, mostrando un mejor desempeño de los ingresos, impulsadas algunas de ellas por el eclipse en agosto (La Coruña +22,5%, Santander +12,6%, Bilbao, +7,3%, San Sebastián +11,0%). Mientras, los destinos urbanos del centro de España e interior del sur peninsular evidencian desempeños más modestos hasta el mes de agosto.

Ranking RevPAR hotelero por destinos urbanos y evolución de la demanda

Jun-Ago 2026 vs 2025
Nivel RevPAR (€), TV interanual (%) y peso de la demanda (% de 2025)
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH del INE

Punto Turístico	RevPAR Jun-Ago 26	TV RevPAR Jun-Ago 26/25	TV demanda total	TV demanda nacional	TV demanda extranjera
Las Palmas de Gran Canaria	66,6	▲ 32,4%	▲ 19,7%	▲ 10,3%	▲ 33,1%
A Coruña	93,0	▲ 22,5%	▼ -0,3%	▼ -3,9%	▲ 10,3%
Zaragoza	54,9	▲ 15,8%	▼ -1,0%	▼ -1,0%	▼ -1,0%
Valencia	116,8	▲ 15,8%	▲ 7,4%	▼ -8,7%	▲ 14,2%
Almería	101,7	▲ 14,3%	▲ 10,7%	▲ 9,8%	▲ 14,6%
Málaga	140,3	▲ 13,5%	▲ 0,9%	▼ -17,8%	▲ 9,1%
Santander	151,7	▲ 12,6%	▼ -3,0%	▼ -5,9%	▲ 2,7%
Alicante	134,6	▲ 11,3%	▲ 7,4%	▼ -12,0%	▲ 17,2%
San Sebastián	233,6	▲ 11,0%	▲ 0,1%	▼ -13,9%	▲ 5,2%
Vigo	71,6	▲ 9,4%	▼ -4,1%	▼ -2,3%	▼ -7,0%
Palma de Mallorca	173,2	▲ 8,9%	▼ -0,9%	▼ -9,5%	▼ -0,4%
Gijón	97,7	▲ 7,6%	▼ -10,6%	▼ -15,1%	▲ 9,4%
Bilbao	123,0	▲ 7,3%	▲ 5,0%	▼ -6,5%	▲ 11,4%
Salamanca	49,3	▲ 6,3%	▼ -1,6%	▼ -1,5%	▼ -1,7%
Santiago de Compostela	82,4	▲ 3,5%	▼ -0,5%	▼ -10,5%	▲ 10,6%
Barcelona	166,4	▲ 2,3%	▲ 1,4%	▼ -1,6%	▲ 1,8%
Toledo	60,6	▲ 0,6%	▲ 3,8%	▲ 5,0%	▲ 0,9%
Madrid	109,9	▼ -1,2%	▲ 1,5%	▲ 6,6%	▼ -0,7%
Burgos	67,1	▼ -2,4%	▼ -5,7%	▲ 2,5%	▼ -15,9%
Sevilla	77,7	▼ -3,0%	▲ 2,3%	▲ 7,4%	▲ 0,2%
Valladolid	51,4	▼ -3,7%	▲ 5,0%	▲ 6,8%	▲ 1,0%
Granada	51,0	▼ -4,7%	▼ -4,4%	▼ -0,8%	▼ -7,2%
Murcia	41,7	▼ -4,8%	▲ 4,4%	▲ 5,3%	▲ 2,5%
Oviedo	72,3	▼ -6,3%	▲ 7,1%	▼ -0,2%	▲ 31,0%
Córdoba	39,6	▼ -12,1%	▼ -1,0%	▲ 2,1%	▼ -4,7%

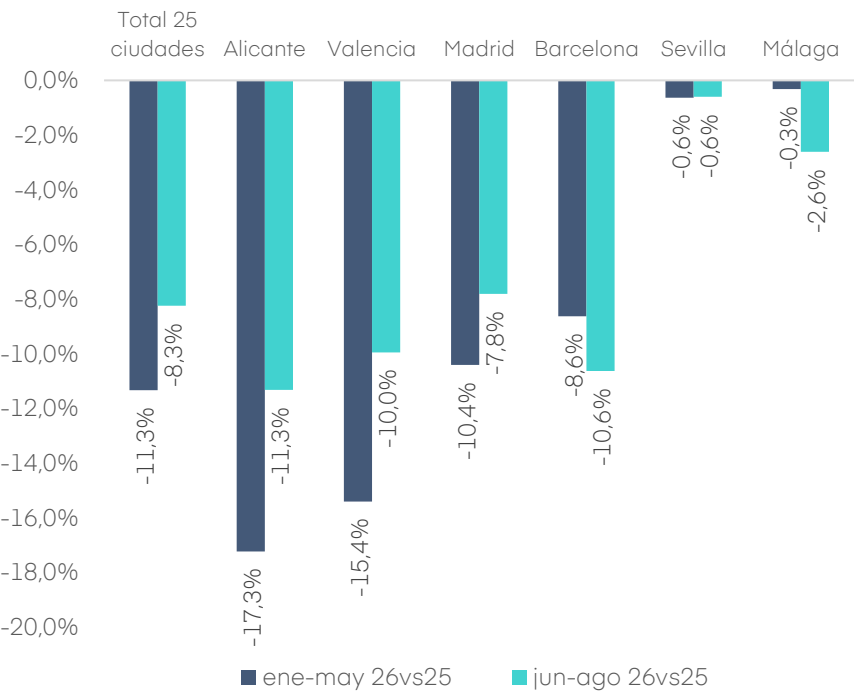
Rasgos de los principales destinos urbanos

- Las ciudades costeras evidencian en media los mayores avances de los ingresos hoteleros durante el verano, beneficiadas por la combinación de atractivo urbano y vacacional y por un calendario de eventos y festivales con capacidad de atracción para residentes y turistas , con Las Palmas de Gran Canaria (+32,4% RevPAR entre jun-ago), A Coruña (+22,5%), Valencia (+15,8%), Almería (+14,3%) y Málaga (+13,5%) entre los registros más destacados.
- Las ciudades situadas en la franja de visibilidad total del eclipse reciben un impulso adicional en agosto, especialmente La Coruña, pero también otros destinos del norte y del eje interior como Zaragoza (+15,8%), Santander (+12,6%), San Sebastián (+11,0%), Bilbao (+7,3%), favorecidos por los desplazamientos específicos asociados a este acontecimiento excepcional.
- Los grandes destinos urbanos muestran un comportamiento más desigual hasta el mes de agosto, con Barcelona (+2,3%) todavía en positivo, frente a la contención de los ingresos en Madrid (-1,2%), con datos hasta agosto que se ha revertido en septiembre con la celebración de la F1, y Sevilla (-3,0%), dos ciudades donde el buen desempeño de la demanda nacional ayuda a compensar un dinamismo contenido de la extranjera.
- El crecimiento de los ingresos durante el verano en los destinos urbanos responde de forma generalizada a la mejora de las tarifas más que a un aumento de los volúmenes, en un contexto de evolución heterogénea de la afluencia entre destinos. Este patrón permite mantener avances de los ingresos en ciudades con demanda estancada o en retroceso y refuerza el papel del reposicionamiento y del perfil del cliente de valor añadido como principales palancas del desempeño.

La reducción de la oferta de VUTs pierde intensidad tras la derogación del registro único en mayo (-8,3% jun-ago 26vs25, por -11,3% que registraba en ene-may), aunque continúa el ajuste a la baja en las principales ciudades españolas, por el creciente esfuerzo de sus administraciones locales por priorizar el uso residencial como vía para paliar el déficit habitacional

Evolución de plazas VUT máximas en las principales ciudades españolas

TV interanual ene-may y jun-ago 26vs25
Fuente: Exceltur con datos de AirDNA*



* Los datos se refieren al número de plazas en VUTs. Las mismas han sido calculadas a partir de la publicación de listings de AirDNA y su estructura por cada tipología (casas completas, habitaciones privadas y habitaciones compartidas) para cada ciudad analizada, utilizando los datos del Instituto Nacional de Estadística de plazas por cada tipología para la conversión de listings a plazas

Comportamiento de la oferta de plazas de VUTs tras la eliminación del Registro Único

- La entrada en vigor de la Ventanilla Única Digital de Arrendamiento en julio de 2025 había reforzado, junto con las actuaciones autonómicas y locales, el proceso de depuración de la oferta de VUTs que no cumplían con la normativa vigente. **Tras su derogación a finales de mayo de 2026, la reducción de plazas no se revierte, aunque sí pierde intensidad: entre junio y agosto caen un -8,3% interanual en las 25 principales ciudades, frente al -11,3% registrado entre enero y mayo.** Con ello, la capacidad alojativa de VUTs se reduce en 32.852 plazas durante el verano, hasta situarse en 352.180 plazas en estos destinos urbanos.
- Se aprecia un creciente esfuerzo por parte de las administraciones locales por ordenar las VUTs y eliminar la oferta ilegal, especialmente en las seis principales ciudades, que concentran casi 3 de cada 4 plazas.
- En **Alicante (-11,3%)** continúa vigente la moratoria sobre nuevas VUT, a la que se suma desde 2026 la asunción municipal de competencias sancionadoras; en **Valencia (-10,0%)**, la nueva regulación establece límites simultáneos de implantación por distrito, barrio y manzana, junto con mayores requisitos urbanísticos, reforzando el control de nuevas altas. **Madrid** reduce su oferta en casi 6.500 plazas, en paralelo al despliegue del Plan RESIDE, orientado a restringir las VUT dispersas en edificios residenciales y a reforzar la protección del uso residencial.
- Barcelona (-10,6%)**, reduce igualmente la oferta en el marco de una estrategia que mantiene congelado el crecimiento de las viviendas turísticas y prevé **no renovar sus licencias en 2028**, con el objetivo de devolver estos inmuebles al uso residencial. **Málaga (-2,6%)** intensifican la reducción de su oferta coincidiendo con una **moratoria de nuevas viviendas turísticas de hasta tres años mientras se modifica el PGOU**, con 8.063 y 1.094 plazas menos, respectivamente, entre junio y agosto, mientras **Sevilla (-0,6%)** mantiene prácticamente el ritmo observado hasta mayo, con fuertes restricciones en las zonas del centro: el límite municipal del 10% de VUT sobre las viviendas familiares impide nuevas altas en numerosos barrios del Casco Antiguo y en Triana.
- Esta evolución posterior a mayo sugiere que **las medidas autonómicas y locales continúan siendo determinantes para contener y depurar la oferta ilegal, aunque la ausencia de un marco estatal común puede limitar la capacidad de acelerar el control y el ajuste allí donde la presión de las VUT sigue siendo elevada.**



Exceltur

Turismo
que suma

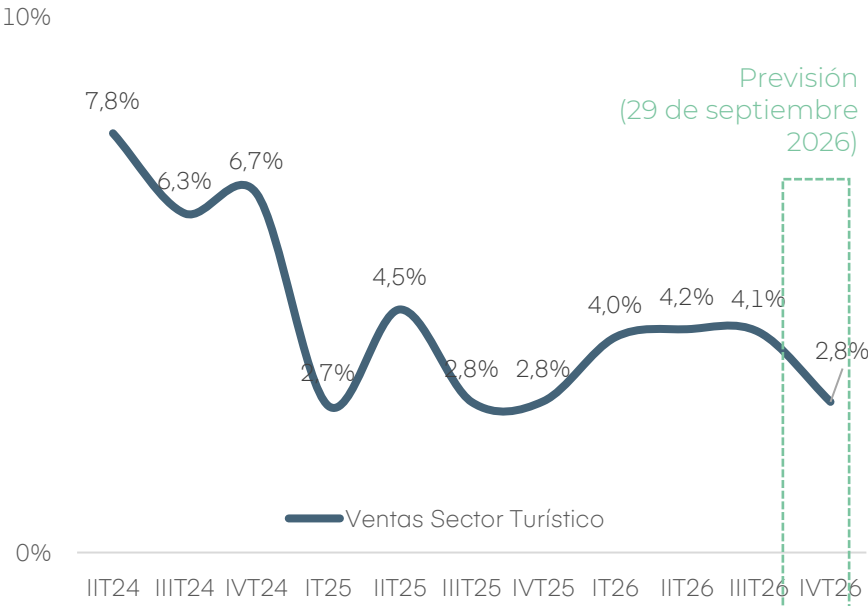
PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

PREVISIONES TURÍSTICAS PARA
IV T Y CONJUNTO DE 2026 EN EL
CONTEXTO DE INCERTIDUMBRE
GLOBAL

07 Las empresas turísticas mantienen expectativas positivas para los últimos meses de 2026, sustentadas en la fortaleza prevista de la demanda, aunque con una moderación respecto a los elevados ritmos registrados en los trimestres centrales del año (+2,8% en ventas respecto al IVT25 frente al +4,1% del verano). Los empresarios turísticos comparten una creciente cautela sobre su traslación a márgenes, ante la evolución de las condiciones financieras y la persistencia de elevados costes energéticos y de suministros, en un contexto de prolongada volatilidad e incertidumbre geopolítica.

Ventas de las empresas turísticas españolas

Ventas en variación interanual (%)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep2026)

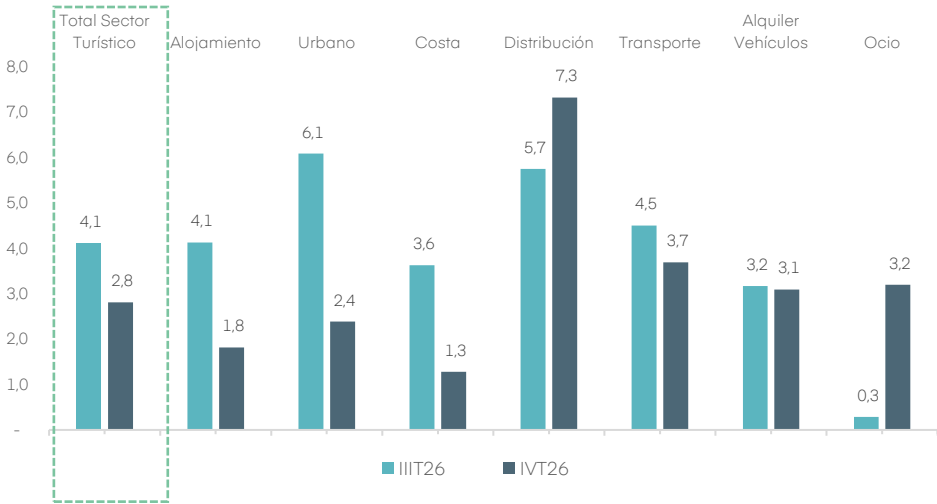


Rasgos de la demanda para el IVTr 2026

- La **demanda internacional** mantendrá un notable dinamismo en el IVT26, favorecida por una elevada **conectividad aérea** (+5,5% interanual prevista para octubre y noviembre) y por la **percepción de España como destino estable y seguro**, aunque con ritmos de crecimiento más moderados. El gasto seguirá creciendo por encima de la afluencia, gracias a la atracción de segmentos de mayor valor y de mercados de larga distancia, especialmente Estados Unidos, mientras los grandes emisores europeos tenderán a estabilizarse. en un contexto de mayor atonía prevista del consumo privado (1,1 % IVTr26 zona euro, según el consenso de analistas).
- La **demanda nacional** seguirá mostrando fortaleza, con un **calendario favorable para escapadas urbanas, culturales y de interior** durante los puentes y viajes de mayor duración durante el periodo navideño. A ello se sumará el tirón de los viajes de negocios y del segmento MICE, que reforzará la actividad de los destinos urbanos durante los meses de otoño.
- La **cronificación del conflicto en Oriente Medio** mantendrá la **geopolítica** como un **condicionante relevante** en el IVT de 2026. Los destinos más expuestos seguirán acusando mayores dificultades, para la atracción de turistas, mientras **Canarias**, los **destinos de litoral abiertos en invierno** y otros competidores mediterráneos como Grecia podrán seguir viéndose beneficiados parcialmente de una redistribución de flujos. Este efecto convivirá con el **riesgo de encarecimiento del transporte aéreo por la subida del queroseno**, con posibles efectos sobre costes, capacidad, precios y decisiones de viaje.

08 Mayor disparidad sectorial en las previsiones de ventas para los tres últimos meses de 2026: moderación en el alojamiento hasta el +1,8% (+4,1% del IIItr26), tanto urbano (+2,4%) como vacacional de costa (+1,3%), más suave en el transporte de pasajeros (+3,7%; +3,1% las empresas de alquiler de vehículos). Positivas expectativas de las agencias de viajes (+7,3%), impulsadas por las reservas para puentes, Navidad y de los viajes de larga distancia, y de prestadores de servicios de ocio (+3,2%), que recupera pulso con las propuestas de otoño e invierno y el dinamismo esperado de la demanda.

Variación observada y esperada de las ventas en España de las empresas turísticas españolas por subsectores
Variación IIIT26 vs IIIT25 y IVT26 vs IVT25 (en %)
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep26)



Claves empresariales para el IVTr 2026

- Los resultados de la Encuesta de Exceltur cerrada el 29 de septiembre evidencian una **notable cautela sobre la evolución de los costes**. Pesarán la energía y los suministros, las mejoras salariales pactadas, el absentismo y el encarecimiento de la financiación tras la subida de tipos del BCE. La fuerte competencia y la sensibilidad al precio de la demanda nacional limitarán su traslado a tarifas, **estrechando los márgenes y sin trasladarse a mejoras equivalentes en resultados**.
- La **prolongación del conflicto mantendrá elevada la volatilidad del precio del queroseno**, principal partida de costes de las aerolíneas. Las **coberturas** han amortiguado parcialmente hasta el día de hoy el impacto, pero su vencimiento trasladará el encarecimiento a las cuentas de las compañías aéreas, que, ante la fuerte competencia, solo podrán repercutirlo parcialmente en los billetes y tenderán a ajustar capacidad y rutas menos rentables, con sus posibles implicaciones en la **conectividad** de los destinos españoles.
- En este marco, de cara a los próximos meses, las empresas turísticas afrontarán una demanda todavía sólida, pero con **mayores retos sobre márgenes, productividad y adaptación a los cambios de mercado**. Entre las principales claves empresariales destacan la necesidad de preservar márgenes, mantener el esfuerzo inversor en renovación, reposicionamiento, digitalización e IA, mejorar productividad y organización del trabajo frente a la cronificación del absentismo y las dificultades para atraer talento y ganar visibilidad y estabilidad regulatoria, especialmente en ámbitos como las tasas turísticas, las limitaciones de acceso y la lucha contra la oferta ilegal.

09 Cantabria (+6,9%) y Galicia (+4,0%), en el norte peninsular, Aragón (+6,7%) y Castilla-La Mancha (+4,6%) y Madrid (+4,4%), entre los destinos de interior, y la Comunidad Valenciana (+5,5%) y Canarias (+3,0%) lideran las expectativas de crecimiento de las ventas para el cierre de 2026.

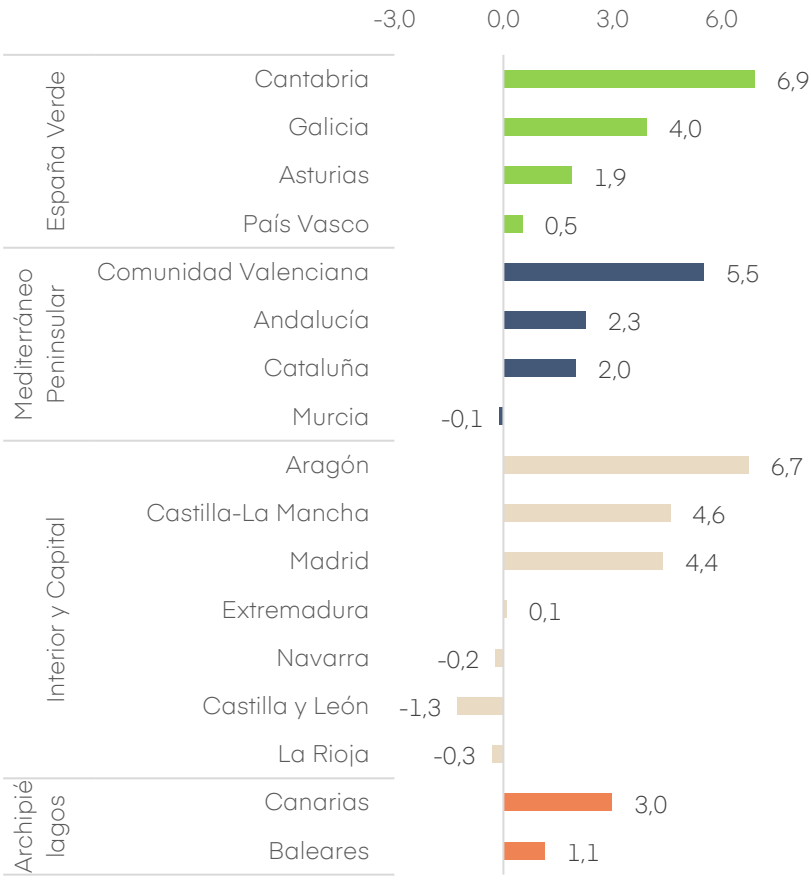
Expectativas por destinos para el IVTr 2026

- El norte peninsular mantiene unas perspectivas empresariales favorables, especialmente en Cantabria (+6,9%) y Galicia (+4,0%), dando continuidad al buen desempeño mostrado durante los meses de verano y favorecido por la creciente diversificación de las preferencias de viaje y por un calendario propicio para escapadas de naturaleza, culturales y gastronómicas y la puesta en valor de nuevos atractivos y productos turísticos que amplían la capacidad de captación de estos destinos. Los empresarios turísticos de Asturias (+1,9%) y País Vasco (+0,5%) prevén un comportamiento de sus ventas más moderados.
- En el interior, las expectativas son más heterogéneas. Aragón (+6,7%) y Castilla-La Mancha (+4,6%) se sitúan entre los destinos con mejores perspectivas, favorecidos por las escapadas asociadas a los puentes y al turismo cultural y de interior y la proximidad de grandes mercados emisores. Madrid (+4,4%) mantendrá asimismo un notable dinamismo, apoyado en su elevada conectividad (+8,2% en los dos próximos meses), la fortaleza de los viajes de negocios y del segmento MICE, así como en la demanda internacional y de ocio. En contraste, Extremadura (+0,1%). La Rioja (-0,3), Castilla y León (-1,3%) y Navarra (-0,2%) anticipan ventas muy similares a las del IVTr25.
- Dentro del litoral mediterráneo, la Comunidad Valenciana (+5,5%) destaca por encima del resto, beneficiándose de su conectividad internacional (+9,4%) y de la prolongación de la temporada en destinos de costa y urbanos. Andalucía (+2,3%) y Cataluña (+2,0%) mantienen expectativas positivas, aunque a ritmos más moderados, mientras Murcia (-0,1%) prevé una práctica estabilización.
- Los archipiélagos anticipan un crecimiento moderado de las ventas durante el último trimestre. En Canarias (+3,0%), en el inicio de su temporada alta invernal, la conectividad aérea (+4,0%) y su posicionamiento como destino seguro podrían favorecer además una redistribución parcial de flujos desde destinos más expuestos a las tensiones geopolíticas en Oriente Medio

Previsiones de ventas por CC.AA IVT de 2026

Variaciones interanuales (en %)

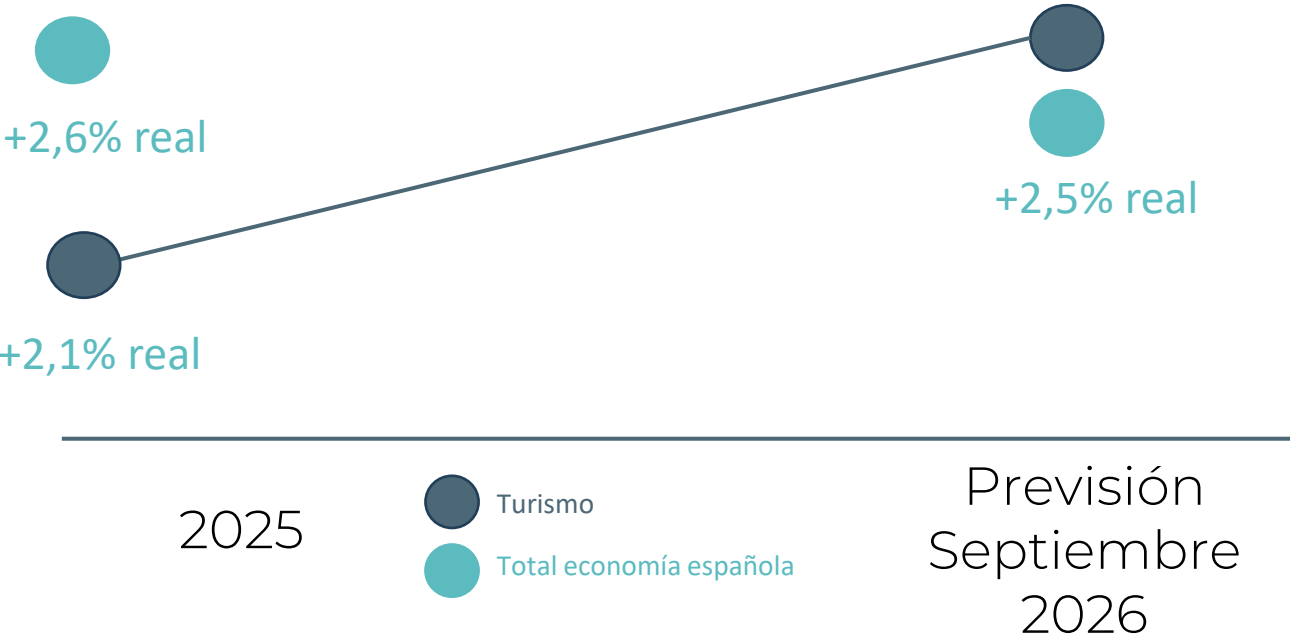
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur (sep26)



10 Mantenemos la previsión de crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2026 en el +2,7%, respaldada por el positivo desempeño de la actividad durante los meses centrales del año, la solidez de la demanda y el favorable posicionamiento competitivo de España. Los riesgos sobre este escenario se concentran, no obstante, a la baja, ante la persistencia de una elevada incertidumbre geopolítica y su posible traslación a mayores precios de la energía y del transporte, así como a una menor confianza de hogares y empresas, por la subida de precios y tipos de interés.

Previsiones de PIB Turístico(*)

Variaciones frente al año anterior (%)
Fuente: Exceltur (sep26), CNE y Consensus Forecast (sep26)



Contribución del Turismo a la economía española en 2026

- 226.995 mlls € el valor del PIB turístico previsto en 2026 en España.
- +2,7% respecto a los niveles de actividad turística de 2025.
- 12,9% el valor que en Exceltur estimamos alcanzará la participación del turismo en la economía española (máximo en la serie histórica).
- 14.061 mlls € de valor añadido corriente adicional a los generados en el año 2025.

(*) Este escenario de crecimiento del PIB turístico está anclado a un contexto macroeconómico más heterogéneo entre mercados emisores. Entre los principales mercados europeos, Reino Unido mantendrá un crecimiento moderado de capacidad de consumo (+1,2% en el IVT26), mientras Alemania y Francia mostrarán una mayor debilidad (-0,1% y +0,4%, respectivamente). En los mercados de larga distancia, Estados Unidos conservará un mayor dinamismo relativo (+2,0%), mientras Latinoamérica afrontará una desaceleración del crecimiento agregado y Asia seguirá presentando ritmos de expansión superiores. Las previsiones para el consumo de los españoles mantienen un mayor dinamismo, impulsados por el empleo y el crecimiento demográfico (+2,4% en el IVT26). Los tipos de cambio apenas alterarían significativamente la capacidad de compra, mientras persiste una elevada incertidumbre para las previsiones del precio del petróleo de moderación del Brent hacia el entorno de 90 dólares al cierre del año convivirá con riesgos al alza ligados a la persistencia de la incertidumbre geopolítica. Este escenario convivirá, no obstante, con unas condiciones financieras más exigentes y con el riesgo de que un nuevo repunte de la energía reduzca renta disponible y capacidad de gasto turístico de familias y empresas.



Turismo
que suma

PERSPECTIVAS TURÍSTICAS

PRIORIDADES PARA LA
GESTIÓN DE LA TEMPORADA
DE VERANO DE 2026

10 PRIORIDADES TURÍSTICAS FRENTE A LAS ELECCIONES GENERALES



El sector turístico español cierra un positivo verano de 2026, mejor de lo esperado, reflejado en un crecimiento del PIB turístico del +3,5%, muy similar al registrado en el segundo trimestre (+3,6%). Un desempeño que rompe la tendencia a la moderación en sus ritmos de crecimiento que veníamos observando en 2025 y el primer trimestre de 2026 y que permite al sector turístico acelerar la mejora de sus ingresos y volver a ejercer temporalmente de motor de la economía española. Un repunte que se ha visto explicado por la **combinación tanto de factores coyunturales, como de cambios estructurales**, cuyos principales exponentes se concretan en:

- La demanda adicional derivada de la inestabilidad en torno a Oriente Medio y sus destinos turísticos. Un positivo y notable efecto que ya anticipamos en el mes de abril y que se ha mantenido en el tiempo por la falta de una solución estable a esta gran área económica y turística, que en 2025 recibió 171 millones de turistas.
- La celebración de eventos puntuales, pero de notable impacto positivo sobre la demanda turística; especialmente el disfrute del eclipse solar del 12 de agosto, la victoria de la selección española de fútbol, la celebración del Gran Premio de España de F1 u otros muchos que han acontecido este verano a lo largo de los diferentes destinos españoles.
- El crecimiento de las capacidades de transporte, especialmente aéreo y ferroviario, en un contexto de precios contenidos, a pesar del fuerte aumento de los costes del carburante, que tiene visos de cambiar en los próximos meses.
- El continuo y generalizado esfuerzo empresarial en la mejora del producto en toda la cadena de valor, que ha favorecido la atracción de una creciente demanda de mayor contribución económica, favoreciendo un mayor crecimiento del gasto turístico que de la afluencia.
- La fortaleza de la demanda turística y la preminencia que las personas siguen dando a los viajes y el disfrute del ocio frente a la compra de bienes físicos, que está permitiendo que la demanda turística se comporte mejor que la media del consumo.

El positivo desempeño en ingresos y contribución económica del sector turístico español en estos meses del segundo y tercer trimestre **no se está traduciendo con la misma intensidad a los resultados por el fuerte aumento de los costes**, tanto energéticos, como de suministros y laborales, con implicaciones muy diferentes por subsectores. El fuerte aumento de los precios del carburante, su traslación a presiones inflacionistas en los suministros y la paulatina tensión sobre las condiciones de financiación y el aumento de los tipos de interés están reduciendo los márgenes unitarios de las empresas turísticas, **con especial afectación en las compañías de transporte**, a pesar de las coberturas disponibles. A esta realidad **se suman los problemas del absentismo**, con especial incidencia en algunos subsectores de la cadena de valor turística, como el alojamiento, y territorios, que siguen incorporando costes adicionales a las empresas que lo padecen.

Con este escenario de incertidumbre y paulatina complicación de los elementos que inciden en la renta disponible para viajar de familias y empresas se enfrenta el último trimestre del año. **Un cuarto trimestre para el que las empresas turísticas mantienen unas previsiones todavía positivas, aunque más moderadas en la evolución de sus ingresos (+2,8% vs el +4,1% del verano)**, pero para las que se acentuará la presión de los costes y la necesidad de trasladarlos a los precios, por cuanto empieza a relajarse el escudo de las coberturas.

Se abre un periodo caracterizado por una alta incertidumbre, que estará marcado por cómo incida la geopolítica en la resolución de los conflictos globales y las cadenas de suministro, a la que se suma en España la convocatoria de elecciones generales. **Los factores que han impulsado el crecimiento turístico en España durante 2026 obligan a huir de la autocomplacencia**. El momento electoral se plantea como una oportunidad para que los partidos políticos incorporen en su agenda los retos para reforzar la competitividad turística de España y sus destinos, a través de la definición de una Política de Estado que impulse el crecimiento de la contribución económica, más por la generación de valor que de mera afluencia, preservando el equilibrio con la calidad de vida de los residentes y el territorio.

Con estos objetivos, desde EXCELTUR queremos trasladar **10 prioridades que sentimos clave en la acción del nuevo Gobierno de España en favor del turismo**, con el propósito de seguir contribuyendo positivamente a la prosperidad de España en la nueva legislatura y dentro de una visión positiva del turismo que bajo, **los principios y compromisos de la iniciativa Turismo Que Suma**, trabaje en mejorar su contribución a la sociedad:

1. **Conceder al turismo la máxima prioridad política** que requiere como principal sector y dinamizador de la economía española, con el diseño de una **Política de Estado** que, bajo una hoja de ruta estratégica renovada, afronte sus retos más importantes, desde la presidencia del Gobierno y con un presupuesto y los medios con capacidad real de transformación.
2. **Reforzar la inversión en infraestructuras de transporte**, garantizando las dirigidas a mejorar la capacidad y excelencia del servicio en los aeropuertos recogidos en el DORA III (sin más sobre costes sobre los operadores), priorizando las enfocadas a recuperar la capacidad operativa de la alta velocidad ferroviaria y mejorando las infraestructuras portuarias, apostando por las oportunidades de intermodalidad.

3. **Situar el abastecimiento energético, bajo un mix competitivo, que, a corto plazo, incorpore al transporte aéreo y marítimo en los sistemas de apoyo del Gobierno**, de forma que se reduzca su afectación al aumento del carburante. Concretamente, se propone: posponer temporalmente el incremento de tasas a pagar por las compañías y valorar ayudas temporales vinculadas al incremento extraordinario del combustible y Introducir mecanismos temporales de flexibilidad en las obligaciones de consumo de SAF y del Régimen Europeo de Comercio de Derechos de Emisión (EU ETS).
4. Diseñar una **estrategia para acelerar la adopción efectiva de la inteligencia artificial en toda la cadena de valor turística**, especialmente entre pymes, facilitando el acceso a soluciones, conocimiento y capacidades que permitan mejorar la productividad, optimizar procesos, personalizar la experiencia del cliente.
5. **Establecer un marco de simplificación administrativa que agilice e impulse la inversión** en la renovación y mejora del producto turístico y las necesidades de instalaciones conexas, incluyendo la construcción de viviendas para empleados.
6. Poner en marcha un **programa plurianual de regeneración integral de destinos pioneros del litoral**, que concrete en un Master Plan la inversión pública y facilite la inversión privada en la mejora del espacio urbano, la renovación de establecimientos de toda la cadena de valor turística, la movilidad, infraestructuras básica de soporte, equipamientos y vivienda para trabajadores, con objetivos medibles y una gobernanza compartida entre el Gobierno central, comunidades autónomas, ayuntamientos y sector privado.
7. Reformar el **sistema de financiación local para reconocer de forma objetiva la población flotante y los costes adicionales soportados por los municipios turísticos**, creando mecanismos estables de financiación derivados de los ingresos por IVA, evitando la creación de nuevas figuras fiscales a escala regional y local.
8. Consolidar un **marco legal que establezca el alquiler turístico de una vivienda como una actividad económica**, sobre la que se grave el correspondiente IVA, regule su uso urbanístico, lo separe del alquiler de temporada, **e involucre a las plataformas digitales en evitar la comercialización de la oferta ilegal**, respetando las competencias autonómicas y locales.
9. Impulsar una política integral de **reducción de los niveles de absentismo**.
10. Impulsar una **estrategia nacional de integración y capacitación de los empleados de las empresas turísticas**, dirigido incorporar y retener profesionales, a través del alineamiento de la formación profesional, universitaria y continua con las competencias que demandan las empresas.



Exceltur

Turismo
que suma

PERSPECTIVAS
TURÍSTICAS

Nº 98

OCTUBRE 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA
EMPRESARIAL DEL VERANO DE 2026
Y PERSPECTIVAS DEL IVT DE 2026 Y
TOTAL AÑO 2026