

NOTA DE PRENSA

6 de octubre de 2026

VALORACIÓN TURÍSTICA DEL VERANO DE 2026 Y PERSPECTIVAS PARA EL IV Tr Y EL CONJUNTO DEL AÑO

- La actividad turística en España mantiene en 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 desde EXCELTUR en abril, por las rentas de seguridad de España, el impacto de los eventos (especialmente del eclipse en agosto), las mayores capacidades de transporte y el atractivo de la oferta, resultado de las inversiones de los últimos años.
- El crecimiento de la actividad turística impulsa las ventas de toda la cadena de valor (+4,1%), sin que se vea acompañado en la misma intensidad por la mejora de resultados, en un contexto de intenso aumento de los costes cercanos al +7,0%.
- Los empresarios turísticos descuentan un último trimestre del año marcado por la moderación en los ritmos de crecimiento de sus ventas hasta el +2,8%, condicionados por el deterioro de la renta disponible de familias y empresas, y la intensificación de la presión sobre los costes.
- EXCELTUR mantiene en el +2,7% la estimación de crecimiento del PIB turístico español para el conjunto de 2026 (por encima del +2,5% previsto para la economía española), tras un verano mejor de lo previsto, pero con desaceleración en el último trimestre.
- En un contexto de crecimiento positivo de la contribución del turismo, pero impulsado en parte por efectos exógenos, EXCELTUR hace un llamamiento a incorporar en las propuestas electorales de los partidos políticos una agenda de 10 prioridades en favor del turismo, que responda a los retos de corto plazo, a la vez que a la necesidad de seguir invirtiendo en la generación de valor y garantizar el equilibrio con la calidad de vida de la población de los destinos.

A. Valoración turística empresarial del segundo trimestre de 2026

- La actividad turística en España mantiene en los meses de verano de 2026 el dinamismo alcanzado durante la primavera, registrando un crecimiento del +3,5% del PIB turístico en el IIITr, respecto al +3,6% del IITr, impulsado tanto por los flujos adicionales de turistas procedentes de la inestabilidad de Oriente Medio, los efectos de eventos de gran relevancia internacional (especialmente del eclipse solar de agosto), el incremento de capacidades de transporte y el atractivo de la oferta, gracias a las inversiones realizadas durante los últimos años.
- El dinamismo de la demanda impulsa las ventas empresariales (+4,1% vs IIITr25), extendiéndose de forma generalizada por todos los subsectores de la cadena de valor turística, con especial intensidad sobre los hoteles urbanos (+6,1%), las agencias de viajes (+5,7%) y el transporte (+4,5%).

- 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 de 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), así como la volatilidad e incertidumbre derivada del contexto geopolítico. Los que más sufren son las compañías de transporte, con una caída de resultados por el fuerte aumento del precio del carburante, a pesar de las coberturas. Mientras los resultados de las empresas hoteleras mejoran considerablemente.
- La fortaleza de la actividad turística ha favorecido el aumento en el empleo (+105.160 afiliados en las ramas turísticas) 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), debido al mayor aumento de la productividad en las actividades turísticas (del +12,4% desde 2023, por el +10,2% en la media de España).
- El absentismo vuelve a situarse como una de las principales preocupaciones de los empresarios turísticos, elevándose en verano hasta el 7,7% de las horas trabajadas (se situaba en el 6,6% en junio), lo que supone un coste total del 3,8% de la facturación de las empresas turísticas, según la encuesta de Confianza de EXCELTUR, subiendo desde el 2,8% con el que se cerró en IITr.
- 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%), aunque se ha dinamizado la afluencia (+6,4% crecen las pernoctaciones por el fuerte aumento de agosto). Destaca el intenso crecimiento de los turistas norte americanos (+14,6%), que encabezan el incremento en volumen de pernoctaciones hoteleras este verano (+315 mil).
- 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%).
- Las comunidades autónomas del norte de España (Cantabria +12,4%, País Vasco +10,0%, Galicia +8,7% y, con menor intensidad Asturias +5,6%), impulsadas por el efecto del eclipse solar, junto con las de interior (Extremadura +14,7% y Aragón +7,3%) son las que registran un mayor dinamismo de las ventas en sus empresas turísticas, durante los meses de verano. Las comunidades del sol y playa mantienen su dinamismo, aunque con menor intensidad, en un contexto de altos niveles de ocupación.
- La depuración de la oferta ilegal de VUTs pierde intensidad tras la derogación del registro único en mayo. La caída de la oferta de las VUTs en las plataformas digitales se ralentiza durante el verano hasta el -8,3% (jun-ago 26vs25), respecto al -11,3% que registraba entre enero y mayo de 2026. Se percibe un creciente esfuerzo regulador y de lucha contra la ilegalidad en los principales municipios españoles, ante el acuciante problema de la vivienda.

B. Previsiones turísticas para el cuarto trimestre y el conjunto de 2026

- Las empresas turísticas moderan sus expectativas para los últimos meses de 2026 (+2,8% en ventas respecto al IVT25 vs el +4,1% del verano), ante el efecto esperado de las crecientes presiones inflacionistas y la subida de tipos sobre el gasto turístico, dentro de un contexto de incertidumbre global.
- Cantabria (+6,9%) y Galicia (+4,0%), en el norte peninsular; Aragón (+6,7%), 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 cuarto trimestre de 2026, dentro de un contexto de moderación.
- Tras un verano mejor de lo esperado, pero descontando una desaceleración para el cuarto trimestre, **mantenemos la previsión de crecimiento del PIB turístico en España para el conjunto de 2026 en el +2,7%**. De cumplirse, el sector turístico español aportaría 226.995 millones a la sociedad española, elevando su participación en el PIB hasta el 12,9%, superior al último dato del INE (12,6%), por su capacidad de crecimiento por encima de la economía española.

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 FI 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.

Departamento de Comunicación

EXCELTUR - Alianza para la Excelencia Turística

Telf. 91 523 76 00

E mail: comunicacion@exceltur.org

www.exceltur.org

