

El turismo, listo para superar los 100 millones de viajeros extranjeros

El sector cierra el mejor verano de su historia, con 44 millones de llegadas

CARLOS MOLINA
Madrid

El buen comportamiento del turismo extranjero durante el pasado verano acerca un poco más la meta de cerrar el año con una cifra récord de 100 millones de visitantes de otros países. Los números han ido creciendo entre junio y septiembre, a pesar de las señales de desaceleración económica que emiten los grandes países emisores de viajeros, como el Reino Unido, Alemania o Francia, y del repunte inflacionista global que vive el mundo desde la guerra en Irán, a finales de febrero. Con datos aún provisionales, los meses de verano se han saldado con cifras que rondan los 44 millones de viajeros y porcentajes de ocupación que superan el 80%, según los datos aportados a este diario por diferentes patronales.

En los tres primeros meses de la temporada alta, la llegada de viajeros ha escalado un 5,7% hasta los 33,5 millones, superando incluso las previsiones del Ejecutivo, que auguró antes del verano que los cuatro meses comprendidos entre junio y septiembre se cerrarían con la llegada de 43 millones de turistas. En el supuesto de que la entrada de viajeros no creciera en septiembre, en comparación con el mismo mes de 2025, el balance de esos cuatro meses arrojaría un resultado de 43,25 millones. El sector anticipa que el resultado será superior, similar al 5% registrado en los tres meses anteriores, con lo que el balance rozaría los 44 millones de viajeros en verano. La tailandesa Minor Hotels, que compró la antigua NH Hoteles, sostiene: "En septiembre hemos registrado una sólida evolución de la demanda en España con niveles de reservas superiores a los del mismo periodo del año pasado. Las previsiones apuntan a una ocupación superior al 85%, respaldada por un comportamiento positivo tanto de la demanda nacional como internacional, y por el mantenimiento de una sólida estrategia de valor que permite incrementar el precio medio respecto a ejercicios anteriores". Así lo asegura un portavoz de la compañía, que cuenta con 82 hoteles en España.

El optimismo, sin ser desbordante, es unánime entre las grandes cadenas hoteleras. Meliá, la compañía hotelera con más activos en España (157 al cierre del primer semestre de 2026), comparte diagnóstico con Minor: "El verano en nuestros hoteles en España ha cerrado con una evolución positiva. Todos los meses han registrado avances respecto al año anterior, destacando especialmente los de inicio y cierre de temporada. El crecimiento de los ingresos se ha apoyado principalmente en la mejora del precio medio, acompañado también de un incremento de la ocupación", precisa un portavoz de la compañía.

Un dinamismo que choca con la parálisis de las ventas, especialmente en el mercado británico, en el arranque del verano como consecuencia del Mundial de fútbol, que se celebró del 11 de junio al 19 de julio. "El turismo desde nuestro primer mercado emisor siempre se resiente con este evento", subraya Alejandro Páez, cofundador y director general de la gestora hotelera Canarian Hospitality, con una cartera de nueve inmuebles en el archipiélago.

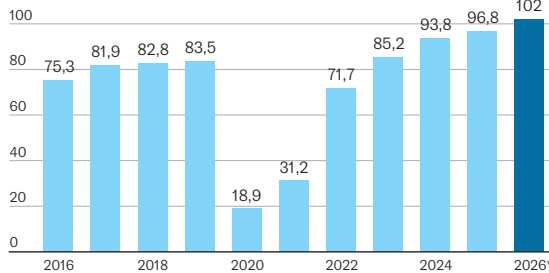
Esa tardanza del mercado británico, que luego se ha acelerado en julio y especialmente en agosto, y el retroceso del alemán, con un estancamiento del 0,3% entre enero y agosto, ha podido ser compensada por la irrupción del mercado estadounidense, que sumó 3,35 millones de viajeros hasta agosto, un 11,6% más, superando a emisores mucho más fuertes como los países nórdicos y acercándose a Países Bajos. "Estados Unidos sigue ganando relevancia y consolidándose como uno de los mercados de mayor valor para los hoteles vacacionales de la compañía", apuntan desde Meliá, mientras que la compañía tailandesa también lo corrobora. "Continúa consolidándose como uno de los principales mercados emisores para nuestro país", subrayan desde Minor.

Desde la balear Riu, con 27 de sus 100 hoteles en España, también destacan otros dos mercados emisores europeos que han crecido con fuerza. "Aunque el mercado británico continúa mostrando un decrecimiento, esta caída se ha suavizado en las últimas semanas y ha sido compensada por el repunte de la demanda desde Polonia y Luxemburgo, además del crecimiento del mercado nacional", destaca un portavoz de la compañía. Al igual que Meliá y Minor, las reservas que mane-

España se prepara para otro año récord en el turismo

Llegada de viajeros

En millones de personas



*Estimación si el crecimiento del 5,4% experimentado entre enero y agosto se consolida hasta final de año

Principales mercados emisores

Enero-agosto de 2026. En millones de personas.

TOTAL: 70,4 millones de personas

País	Millones de personas	% total
Reino Unido	13,9	19,7
Francia	9,3	13,2
Alemania	8,2	11,6
Italia	4,4	6,3
Países Bajos	3,6	5,1
Países Nórdicos	3,4	4,8
Estados Unidos	3,3	4,7
Resto	24,1	34,2

Principales autonomías de destino

Autonomía	Millones de personas	% total
Cataluña	14,3	20,3
Baleares	11,8	16,7
Andalucía	11,1	15,7
Canarias	10,3	14,6
C. Valenciana	9,4	13,3
Resto	6,9	9,8
Madrid	6,6	9,4

Gasto de los turistas

Año	Millones de euros	Euros/día	Duración de la estancia
2016	77.416	130	7,88
2017	87.004	137	7,74
2018	89.751	146	7,45
2019	91.912	155	7,11
2020	19.787	134	7,82
2021	34.903	137	8,15
2022	87.138	162	7,50
2023	108.789	177	7,22
2024	126.143	186	7,23
2025	134.743	195	7,13
2026*	145.523		

*Estimación si el crecimiento del 8% experimentado entre enero y agosto se consolida hasta final de año

Fuente: INE

EL PAÍS

ja Riu para los tres últimos meses del año invitan al optimismo. "Esperamos unos niveles de ocupación positivos y similares a los registrados en los meses de otoño de 2025".

Pep Cañellas, fundador y presidente ejecutivo de la cadena balear Fergus, con más de 30 hoteles en destinos vacacionales espa-

ñoles, señala que los ingresos han crecido a tasas cercanas al doble dígito en los activos que llevan varios años funcionando y que han sido renovados. "La demanda sigue avanzando para el último trimestre del año. Vemos que se mantiene la tendencia de crecimiento en reservas de última hora, por lo que la gestión de la de-

manda a corto plazo es crucial. El reto es trasladar el buen ritmo de reservas a ocupación final, y para eso tenemos que ser muy ágiles ajustando precios, inventario y disponibilidad en tiempo real". Desde Iberostar también se muestran optimistas tras cerrar el verano con una evolución favorable de las ventas en la región que engloba Europa, Oriente Próximo y África. "Andalucía, Canarias y Baleares siguen siendo los destinos favoritos". La posibilidad de alcanzar e incluso superar los 100 millones de viajeros parece al alcance de la mano.

Incluso las aerolíneas, que antes de la temporada alta estaban diseñando planes de contingencia ante la posible falta de queroseno y calculando el impacto negativo que el alza de precios de los billetes tendría en la demanda, hacen un balance muy positivo del verano. "Durante los meses de junio, julio y agosto, los aeropuertos de la red de Aena registraron más de 100 millones de pasajeros, un 4,5% más que en el mismo periodo del año anterior, confirmando una evolución positiva de la activi-

Los porcentajes de ocupación superan el 80%, según los datos de las patronales

Las entradas han subido el 5,7% en los tres primeros meses de la temporada alta

dad. El sector afronta así el cierre del año con una actividad sólida y con una demanda que continúa creciendo, en línea con la evolución registrada durante los primeros ocho meses de 2026, precisa Javier Gándara, presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA), que representa a 70 compañías aéreas que suponen el 85% del tráfico aéreo en España.

Esa tendencia de crecimiento exponencial del turismo extranjero a España hasta agosto ha tenido lugar al mismo tiempo que el viajero nacional ha buscado alternativas precisamente en el extranjero ante la fuerte subida de precios. "Estamos viendo un comportamiento algo diferente por parte del mercado español: bajan las reservas a España y suben ligeramente las del extranjero", subraya un portavoz de la agencia de viajes online Destinia. Frente a lo sucedido en anteriores ejercicios, en los que había un porcentaje elevado de reservas de última hora en busca de mejores tarifas, este verano no ha sucedido así. "Las reservas de última hora no han terminado de aparecer con la intensidad que se esperaba. Se ha visto principalmente en las reservas de españoles, mientras que en extranjeros junio fue muy bien, julio estuvo más o menos en línea, pero agosto y septiembre han estado por debajo de nuestros datos", señala esta portavoz.