

Más de la mitad de las agencias nacionales cree que la rentabilidad de sus negocios se mantendrá en el año 2026

- Los profesionales del canal advierten una creciente presión sobre los márgenes, a causa sobre todo del alza de los precios de los proveedores y de la competencia online
- 3 de cada 10 agencias de viajes nacionales, en cualquier caso, piensan que mejorará su rendimiento económico en 2026
- El último condicionante referido para explicar la rebaja de los beneficios es el incremento de los costes laborales o de personal, que sería la causa para tres de cada 10 agencias de viajes

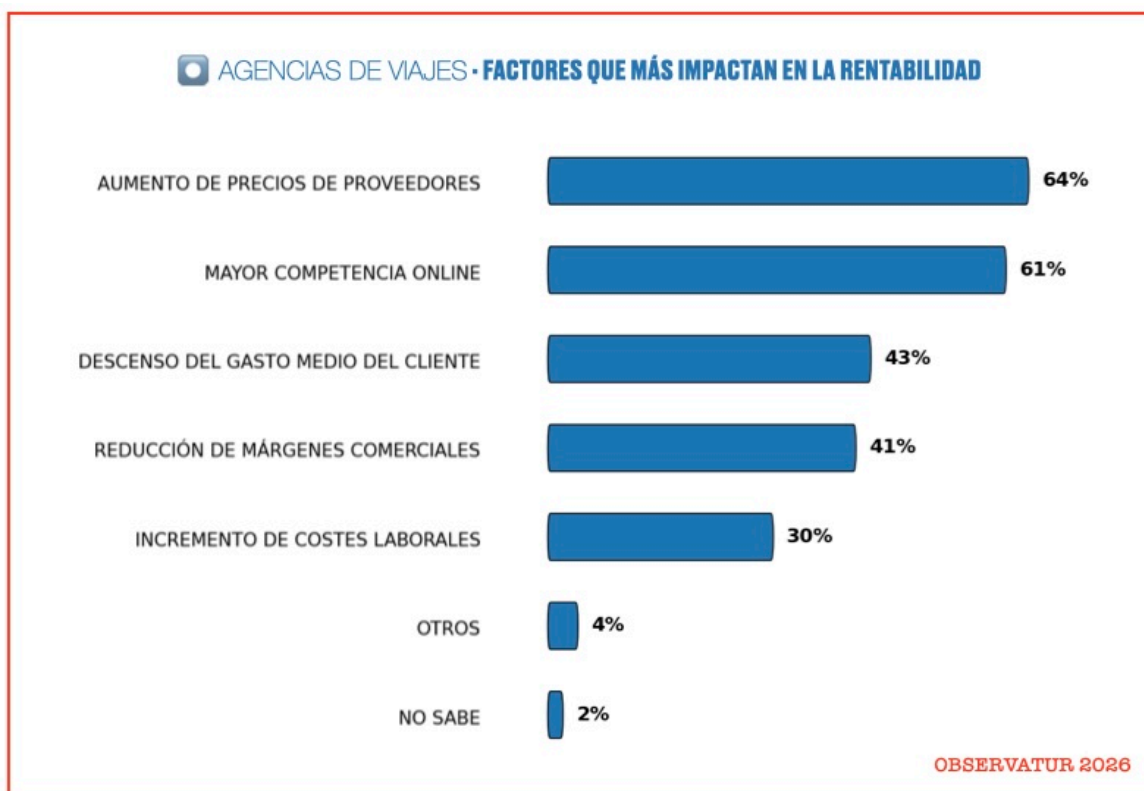
Madrid, 26 de febrero de 2026.- Más de la mitad de las agencias nacionales (54%) cree que la rentabilidad de sus negocios se mantendrá en el año 2026, un porcentaje que confirmaría de nuevo la tendencia a la estabilidad que se aprecia en el conjunto del sector, de igual manera que [se apreciaba en el ámbito de la contratación laboral](#).

Así se desprende al menos de las opiniones manifestadas por las agencias de viajes consultadas por ObservaTUR, el instrumento de análisis del emisor nacional, integrado por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Hay un grupo significativo de participantes (30%), no obstante, que se muestra optimista de cara al presente ejercicio, y considera que su rentabilidad evolucionará de manera positiva, cifra que duplica a la de aquellos que piensan que disminuirá (16%).

Entre los factores que más condicionan los márgenes, un 64% de los entrevistados por el Observatorio menciona en primer lugar, las subidas de precios de los proveedores (hoteles, compañías de transporte...), tres puntos por encima que la competencia online, citada por el 61% de los agentes de viajes.

A distancia, un 43% de los profesionales consultados opina que el descenso del rendimiento económico obedecería a una disminución del gasto medio de los clientes. Para el 41% de los participantes en la consulta, en cambio, la caída de la productividad sería consecuencia de la reducción de los márgenes comerciales.



El último condicionante referido por los agentes de viajes para explicar la rebaja de sus beneficios es el incremento de los costes laborales o de personal, que sería la causa para tres de cada 10 agencias de viajes.

Según Marcos Franco, socio fundador de ReiniziaT y portavoz de ObservaTUR, "los datos confirman que el sector de las agencias de viajes afronta 2026 desde una posición de estabilidad, lo que demuestra su capacidad de adaptación en un entorno complejo. No obstante, la presión sobre los márgenes sigue siendo una realidad, especialmente por el encarecimiento de proveedores y el aumento de los costes estructurales. La clave estará en reforzar la eficiencia, la especialización y el valor añadido que ofrecemos al cliente".

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es · jm.paredes@task-one.com