

Verano 2026: los españoles mantienen firme su deseo de viajar, y la demanda turística se mantiene sólida

Los viajeros planifican más y muestran una mayor cautela en el gasto, mientras las agencias confían en que las reservas sigan creciendo durante las próximas semanas

El 89% de los españoles tiene previsto o considera probable realizar algún viaje o escapada durante los próximos meses

- España vuelve a consolidarse como el principal destino vacacional, concentrando cerca de dos tercios de las preferencias
- La costa mediterránea, la costa andaluza, los archipiélagos y los destinos del norte peninsular lideran las previsiones
- El turismo internacional mantiene una posición destacada: el 35% de los viajeros tiene previsto desplazarse al extranjero
- Los viajeros muestran una actitud más racional y selectiva, prestando una atención creciente al presupuesto, que en promedio se rebaja a 737 euros (dos menos que en 2025)
- Continúan las señales que advierten una mayor desestacionalización de los viajes, con estancias más cortas y una distribución más equilibrada entre los meses vacacionales
- A pesar de la fortaleza de la demanda, las agencias perciben un ritmo de reservas más moderado que en campañas anteriores

Madrid, 18 de junio de 2026.- Las vacaciones siguen siendo una prioridad para los españoles. El 89% de la población tiene previsto o considera probable realizar algún viaje o escapada durante los próximos meses y prácticamente tres de cada cuatro ciudadanos (74%) afirman haber decidido ya que viajarán este verano. Unos datos que ponen de manifiesto la fortaleza de la demanda turística en un contexto marcado por una mayor atención al presupuesto y por un consumidor cada vez más informado y exigente.

Así al menos se desprende del contenido del Informe 17 del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (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).

Las cifras muestran además que los viajeros afrontan la campaña con un elevado grado de planificación. El 94% ya tiene decidida la compañía con la que viajará; el 80% ha definido aspectos como la duración de las vacaciones o el medio de transporte; y el 76% sabe ya cuál será su destino.

Sin embargo, esta mayor planificación convive con una actitud más reflexiva en el momento de formalizar determinadas reservas, especialmente aquellas más vinculadas al precio o a servicios complementarios, una circunstancia que las agencias de viajes interpretan como una señal de prudencia, pero no de debilitamiento de la demanda.

Viajar sigue siendo prioritario

Uno de los principales mensajes que deja esta edición del informe es que las ganas de viajar permanecen intactas.

Tanto los viajeros como las agencias coinciden en señalar que las vacaciones continúan ocupando un lugar destacado dentro de las prioridades de ocio de los españoles. Lo que cambia no es el deseo de viajar, sino la forma de hacerlo.

Los consumidores comparan más, planifican mejor y prestan una atención creciente a la relación calidad-precio, configurando un perfil de viajero más racional, pero igualmente comprometido con sus vacaciones.

Vacaciones más cortas y repartidas

El estudio detecta también una evolución progresiva de los hábitos vacacionales. El 53% de los viajeros disfrutará este verano de estancias de una semana o menos, tres puntos más que el año pasado.

Esta tendencia apunta hacia una mayor flexibilidad en la distribución de los viajes a lo largo del año y sugiere una lenta pero constante transformación de los patrones tradicionales de vacaciones, con una creciente presencia de escapadas y desplazamientos más breves.

Además, aunque julio y agosto continúan concentrando la mayor parte de las salidas vacacionales, se observa una distribución cada vez más equilibrada de los viajes estivales, especialmente entre determinados segmentos de población.

España gana peso, pero el extranjero resiste

España vuelve a consolidarse como la principal elección de los viajeros para el verano de 2026. El 65% de quienes ya tienen decidido su destino optará por un viaje dentro del territorio nacional.

La costa mediterránea, la costa andaluza, los archipiélagos y los destinos del norte peninsular lideran las preferencias.

Al mismo tiempo, el turismo internacional mantiene una posición destacada. El 35% de los viajeros tiene previsto desplazarse al extranjero, una cifra que, aunque ligeramente inferior a la del pasado ejercicio, continúa situándose en niveles elevados tras el comportamiento excepcional registrado durante 2025.

El presupuesto importa más que nunca

El estudio confirma igualmente que el factor económico continúa desempeñando un papel determinante en la planificación de las vacaciones.

Aunque el gasto previsto por persona se mantiene prácticamente estable respecto al año anterior (737 euros frente a los 739 de 2025), los viajeros muestran una sensibilidad creciente hacia el coste total del viaje y una mayor predisposición a comparar alternativas antes de tomar decisiones.

Las agencias comparten esta percepción y consideran que la búsqueda de valor, el ahorro y la comparación de precios seguirán condicionando buena parte del comportamiento de la demanda durante la campaña.

Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR: "Los resultados muestran que las ganas de viajar siguen siendo extraordinariamente sólidas. Las vacaciones continúan ocupando un lugar prioritario para los españoles, aunque observamos un viajero más reflexivo, más informado y más exigente. No vemos una caída de la demanda, sino una evolución en la forma de decidir y contratar los viajes. El verano de 2026 estará marcado por la búsqueda de equilibrio entre experiencia, confianza y presupuesto, y en ese escenario las agencias de viajes siguen desempeñando un papel fundamental para ayudar al viajero a tomar las mejores decisiones".

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