

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

Golfo Pérsico 2026
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

El turismo emisor de los países que conforman el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), integrados por Arabia Saudita, Bahréin, Catar, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Omán, hacia España creció un 2,3% en 2025, con 526.926 turistas, lo que confirma la consolidación de este mercado como uno de los emisores de mayor proyección para el destino español. Se trata de una región con una población conjunta de más de 60 millones de personas que, pese a su tamaño relativamente reducido, destaca por un poder adquisitivo muy elevado.

La frecuencia con la que viajan los residentes de estos países responde tanto a factores culturales como a las condiciones climáticas y geográficas de la zona. Los desplazamientos hacia Europa son mayoritariamente de carácter vacacional, aunque los viajes de negocios mantienen también un peso relevante, y el avión continúa siendo el medio de transporte de referencia dada la distancia hasta los destinos europeos.

4

Entre los factores que explican esta propensión a viajar al extranjero destacan la sólida situación económica de la población, el deseo de escapar de las altas temperaturas estivales buscando climas más frescos, y una curiosidad creciente por conocer nuevos destinos. España se beneficia de esta dinámica gracias tanto a su oferta turística como a su capacidad de ajustarse a las preferencias de estos viajeros.

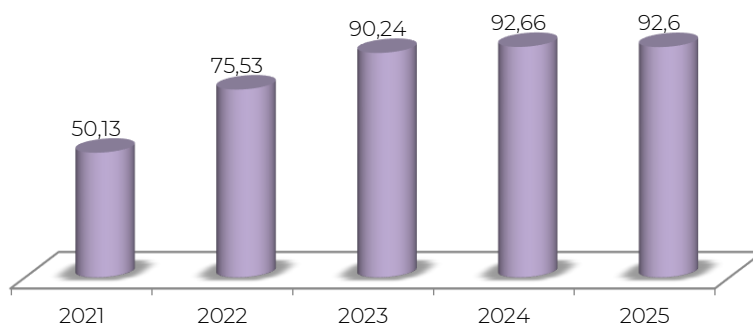
A lo largo del primer semestre de 2026, el estallido del conflicto entre Estados Unidos e Israel, por un lado, e Irán, por otro, derivó en el cierre, total o parcial, del espacio aéreo de varios países de la región y en la cancelación de miles de vuelos, en lo que se ha descrito como la mayor crisis de conectividad aérea desde la pandemia. Hasta la fecha, este episodio no ha alterado de forma significativa la tendencia de crecimiento del mercado emisor del CCG y su deseo de viajar a España, pero sí ha limitado, desde que estalló el conflicto, a finales de febrero, el volumen de viajeros que han podido materializar este deseo, debido a las limitaciones impuestas al tráfico aéreo, que han afectado de forma desigual a los países de la zona. Mientras que Arabia Saudita y Omán se vieron ligeramente afectadas, Kuwait y Bahréin han sido y siguen estando muy afectadas y, en menor medida, Catar y Emiratos Árabes Unidos. La situación sigue siendo inestable en la zona y no cabe descartar interrupciones en el tráfico aéreo mientras no se alcance una acuerdo de paz duradero entre las partes en conflicto.

Volumen del mercado por gasto

El gráfico presentado a continuación muestra la evolución del gasto turístico total en viajes al exterior, en miles de millones de euros, de los países que integran el Consejo de Cooperación del Golfo. A pesar de contar con una población relativamente reducida, el volumen de gasto registrado es considerablemente elevado, lo que refleja el alto poder adquisitivo de los residentes de la región.

Se muestra una evolución claramente al alza entre 2021 y 2023, con un crecimiento muy notable en ese periodo, seguido de una fase de estabilización en 2024 y 2025, en la que el gasto se mantiene en niveles máximos sin nuevos incrementos significativos. Esta consolidación en cifras elevadas sugiere que estos mercados seguirán siendo emisores clave dentro del turismo internacional, aunque el ritmo de crecimiento de los próximos años podría ser más moderado que el observado en el periodo post-pandemia.

Gasto Total (miles de millones de euros)



Fuente: Oxford Economics.

Volumen del mercado por número de viajes

El siguiente gráfico recoge la evolución del número de viajes al exterior realizados por la población del CCG en los últimos años. Se observa un crecimiento muy intenso entre 2021 y 2023, periodo en el que el volumen de viajes se multiplicó por más de tres, seguido de una fase de crecimiento más moderado en 2024 y 2025, en la que la cifra continúa al alza, pero a un ritmo claramente inferior al del periodo de recuperación post-pandemia. Para interpretar correctamente la magnitud de estas cifras, es importante tener en cuenta el elevado volumen de desplazamientos que también se produce a nivel regional, dentro de la propia península arábiga y a otros países del Medio Oriente. Uno de los destinos más frecuentados es Arabia Saudita, debido a la presencia de la ciudad de La Meca, lugar sagrado y de peregrinación para la población musulmana, mayoritaria en estos países.

Con una población total del CCG de más de 60 millones de personas, los 35,8 millones de viajes al exterior registrados en 2025 implican una tasa viajera media de aproximadamente 0,6 viajes por habitante al año, lo que confirma el elevado grado de movilidad internacional que caracteriza a esta región.



Fuente: Oxford Economics.

6

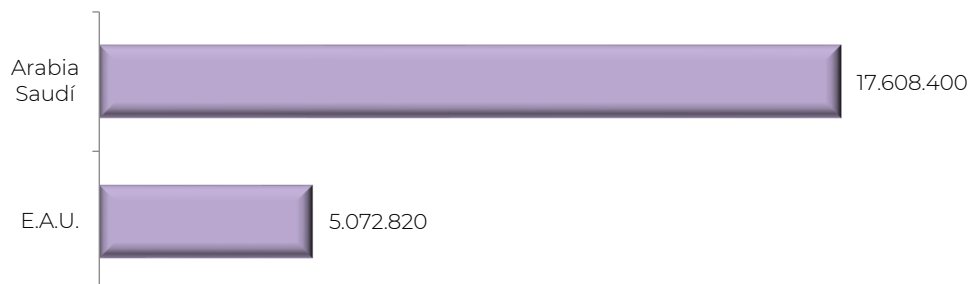
Principales áreas emisoras

Las principales áreas emisoras de turistas en la región del Golfo Pérsico siguen siendo Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos. Arabia Saudita lidera ampliamente el ranking con 17,6 millones de viajes al exterior en 2025, frente a los 5,1 millones de Emiratos Árabes Unidos. Arabia Saudita cuenta actualmente con una población de aproximadamente 35 millones de habitantes, de los cuales un 41,6% son no nacionales, mientras que Emiratos Árabes Unidos registra una población cercana a los 11 millones de personas, con una de las mayores proporciones de población expatriada del mundo (87,9% del total).

El liderazgo de Arabia Saudita como principal área emisora se explica en gran medida por su volumen de población, muy superior al del resto de países del CCG, así como por el proceso de apertura social y turística que el país ha experimentado en los últimos años, que ha impulsado el interés de sus propios ciudadanos por viajar al extranjero. Emiratos Árabes Unidos, por su parte, mantiene un perfil emisor más urbano y cosmopolita, apoyado en su elevada proporción de población expatriada, con un peso especialmente relevante de los residentes en Dubái y Abu Dabi.

Tras estos dos países se sitúan Bahrein (4,3 millones de viajes), Kuwait (4,1 millones), Omán (2,4 millones) y Catar (2,2 millones), completando un mapa de emisores en el que el tamaño de la población y la intensidad de los desplazamientos intrarregionales siguen siendo los factores determinantes.

Principales áreas emisoras (número de viajes en 2025)



Fuente: Oxford Economics.

Organización del viaje y reservas

En los países del Golfo Pérsico, la organización de los viajes se basa principalmente en paquetes personalizados, diseñados a medida según las necesidades, expectativas y preferencias de cada cliente. La cantidad y tipo de servicios incluidos varían en función del perfil del viajero y del grado de conocimiento que este tenga sobre el destino.

7

En este contexto, países como Arabia Saudita y Kuwait muestran una mayor tendencia a contratar paquetes con todo incluido, sobre todo entre aquellos viajeros que priorizan la comodidad y prefieren alojarse en un resort sin realizar desplazamientos adicionales. En cambio, los paquetes cerrados con menor flexibilidad presentan una demanda más limitada, generalmente entre los expatriados con menor poder adquisitivo.

El canal de reserva utilizado depende en gran medida del tipo de viaje y del perfil del viajero. Las plataformas online son ampliamente utilizadas, especialmente para la compra de billetes de avión y reservas de hotel cuando el destino es ya conocido por el cliente. Sin embargo, para viajes más complejos o a destinos menos familiares, persiste el uso de agencias físicas. Es habitual que los viajeros locales con alto poder adquisitivo mantengan fidelidad a una agencia o agente de confianza. En países como Catar y Kuwait, el pago en efectivo continúa siendo una práctica común.

En lo que respecta a los tiempos de reserva, se observa una clara segmentación según la nacionalidad y el nivel socioeconómico. Los inmigrantes residentes, así como los jóvenes locales o los viajeros con menor capacidad económica, tienden a reservar con varios meses de antelación para asegurar precios más asequibles y tener tiempo suficiente para tramitar el muchas veces necesario visado. Por el contrario, los viajeros locales con mayores recursos económicos suelen tomar decisiones de forma más impulsiva y reservar en el último momento, una tendencia especialmente visible en los Emiratos Árabes Unidos, cuyos ciudadanos pueden viajar a Europa sin obtener visado previo.

Finalmente, conviene destacar que la fase inicial del proceso de reserva, es decir, la toma de conciencia y decisión, suele estar fuertemente influida por contenidos digitales y medios online, ya sea mediante búsquedas directas por parte del cliente o a través de impactos publicitarios. Sin embargo, en muchos casos, la conversión final, entendida como la formalización de la reserva, se realiza a través de agencias físicas, motivada por la búsqueda de mejores precios, la necesidad de simplificar gestiones o la voluntad de reducir riesgos ante posibles cancelaciones o imprevistos.

Comportamiento viajero

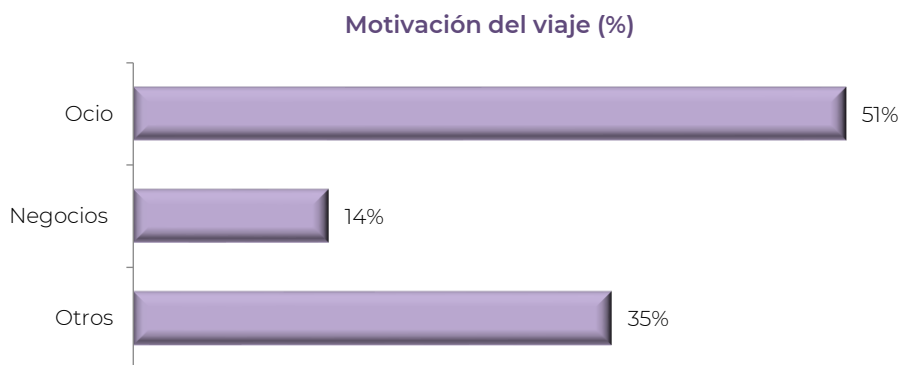
En cuanto a la motivación del viaje de los residentes del Golfo Pérsico, los datos de 2025 muestran que el ocio continúa siendo el principal motivo de los desplazamientos al exterior, con un 51,4% del total, seguido de una categoría de "otros motivos", que agrupa desplazamientos como visitas a familiares y amigos, salud, educación o turismo religioso, y que representa un 34,5%. El turismo de negocios, por su parte, supone un 14,1% del total.

8

El elevado peso de la categoría "otros motivos" resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta el perfil demográfico de la región, con una proporción muy alta de población inmigrante en países como Emiratos Árabes Unidos, Catar o Kuwait. Para estos colectivos, los viajes para visitar a familiares en sus países de origen (India, Pakistán, Filipinas, otros países árabes, entre otros) constituyen una parte sustancial de sus desplazamientos internacionales, lo que ayuda a explicar el peso de este segmento frente al puramente vacacional. Los residentes árabes no nacionales tienden a mostrar un comportamiento similar, mientras que los ciudadanos indios, además de visitar a sus familiares, cuentan con recursos económicos y motivaciones culturales suficientes como para constituir también una parte relevante del turismo vacacional.

El turismo de negocios, aunque representa un porcentaje más reducido del conjunto de viajes, mantiene un papel relevante dentro de la región, especialmente en los países con mayor actividad económica y comercial internacional, como Emiratos Árabes Unidos y Catar.

Por último, dentro de la categoría de "otros motivos" conviene destacar también los desplazamientos por razones de salud, educación o turismo religioso, que, si bien no siempre resultan fáciles de cuantificar de forma independiente, representan una parte significativa de este segmento y reflejan la diversidad de perfiles y necesidades que caracteriza a los viajeros de esta región.



Fuente: Oxford Economics.

La principal temporada del turismo emisor en los países del Golfo Pérsico coincide con las vacaciones escolares de verano, que se extienden desde finales de junio hasta principios de septiembre. Este periodo representa el mayor volumen de desplazamientos internacionales, en parte como respuesta a las altas temperaturas que caracterizan el verano en la región.

9

Además de la temporada estival, también se registran picos de movilidad durante otros periodos vacacionales más breves, como las vacaciones de invierno a finales de diciembre, que suelen durar aproximadamente dos semanas, y el spring break, que tiene lugar entre marzo y abril, dependiendo del país.

Además de las vacaciones escolares, las dos festividades religiosas del Eid representan momentos clave para los desplazamientos turísticos en los países del Golfo Pérsico. Tanto el Eid al-Fitr, que marca el final del mes sagrado del Ramadán, como el Eid al-Adha, celebrado aproximadamente 70 días después, suelen aprovecharse como periodos vacacionales adicionales, especialmente cuando coinciden con los meses más calurosos del año. Estas festividades ofrecen a muchas familias la oportunidad de realizar viajes, tanto dentro como fuera de la región.

Segmentación de la demanda

La segmentación del turismo emisor en los países del Golfo Pérsico puede analizarse en función de tres criterios principales: el país de residencia, la nacionalidad del viajero (diferenciando entre población local y población inmigrante) y el nivel socioeconómico. La combinación de estos tres factores da lugar a una notable diversidad de motivaciones, comportamientos y preferencias de viaje dentro de la región.

Desde el punto de vista territorial, persisten diferencias claras entre los distintos países del Golfo. Emiratos Árabes Unidos mantiene un perfil de turismo predominantemente urbano, con Dubái y Abu Dabi como principales focos emisores, gracias a su oferta cosmopolita y su elevado nivel de internacionalización. En Arabia Saudita y Kuwait, en

cambio, la población local muestra una mayor inclinación hacia viajes de descanso, con estancias prolongadas en destinos de playa, en línea con una actitud más conservadora respecto al tipo de experiencia turística buscada. Catar ocupa una posición intermedia, combinando rasgos del modelo urbano emiratí con el perfil más tradicional de saudíes y kuwaitíes.

En cuanto a la nacionalidad, conviene distinguir entre viajeros locales e inmigrantes, dado que sus patrones de comportamiento difieren notablemente. Los nacionales suelen disfrutar de un poder adquisitivo elevado y mantienen hábitos de viaje más conservadores, priorizando la comodidad, la familiaridad con el destino y la cohesión familiar durante las vacaciones. Los inmigrantes, por su parte, constituyen un colectivo mucho más heterogéneo: los de origen árabe (Egipto, Líbano, Jordania, entre otros) suelen aprovechar sus vacaciones para visitar a la familia en el país de origen, con un comportamiento más cercano al de la comunidad india que al de la población local.

Los nacionales indios, que incluyen tanto perfiles empresariales como asalariados con cargos intermedios, combinan estas visitas familiares con un turismo vacacional más activo, apoyado en una mayor disponibilidad de recursos y en motivaciones culturales propias. Los filipinos, muy presentes en el sector doméstico y de servicios, destinan buena parte de su limitada capacidad de gasto turístico a regresar a su país de origen. Los occidentales (europeos, australianos, estadounidenses) tienden a emplear sus vacaciones para volver a sus países o explorar destinos cercanos, mientras que los iraníes, con un nivel económico notable, muestran predilección por productos turísticos de marcado contenido cultural. Por último, la comunidad paquistaní y bangladeshí, mayoritariamente empleada en puestos de inferior cualificación a los indios, suele requerir ciertos ajustes culturales en la oferta turística, especialmente en alimentación, alojamiento y servicios religiosos.

Perfil del viajero

El perfil socioeconómico del viajero del Golfo Pérsico no siempre se ajusta de forma estricta a la segmentación anterior. Si bien, en general, los ciudadanos árabes locales cuentan con un poder adquisitivo elevado, particularmente en Kuwait, Catar y Emiratos Árabes Unidos. Arabia Saudita presenta una mayor heterogeneidad económica, con un segmento considerable de población local de recursos más limitados. Esta diversidad interna obliga a evitar generalizaciones excesivas a la hora de diseñar producto turístico para el mercado saudí.

Productos turísticos demandados

Más allá de los productos de sol y playa y del turismo urbano, que continúan siendo el núcleo de la demanda, existen varios nichos especializados con potencial de desarrollo para empresas del sector. El turismo activo y de aventura, pese a representar todavía

una demanda reducida, se configura como un segmento emergente que operadores especializados pueden aprovechar.

El turismo de wellness y bienestar representa también una oportunidad relevante para España, en sintonía con el elevado poder adquisitivo de buena parte de los viajeros del Golfo y con el interés creciente, a nivel global, por experiencias vinculadas a la salud y el cuidado personal, especialmente entre las mujeres. La oferta española de spas, retiros de bienestar y turismo termal puede ayudar a captar esta demanda, en un segmento donde actualmente destacan otros competidores europeos.

Los grupos escolares constituyen asimismo un segmento relevante, con dinámicas similares a las de los grupos intergeneracionales, aunque con un componente cultural y educativo más marcado. El turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos) mantiene cierto nivel de demanda, si bien los desplazamientos hacia Europa con este fin siguen siendo menos frecuentes que en otras regiones emisoras.

Por último, el ámbito educativo se mantiene como un foco de interés relevante, con una demanda consolidada de programas de grado y posgrado impartidos en inglés, y un interés creciente, aunque más difícil de cuantificar, por la formación en español.

Conclusiones y tendencias

El conjunto de países del Golfo continúa registrando un volumen de gasto turístico comparable al de grandes mercados emisores como el Reino Unido o Francia, con Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos como los dos países que concentran el mayor peso, tanto en número de viajeros como en gasto generado, aunque con un cambio relevante respecto a ediciones anteriores: Arabia Saudí se sitúa ahora como el principal emisor de la región en volumen de viajes al exterior.

En cuanto a los canales de reserva, las plataformas digitales siguen ganando peso para la compra de billetes y la reserva de alojamiento, aunque las agencias físicas mantienen un papel relevante en destinos menos conocidos o en paquetes que requieren una gestión más compleja.

La demanda turística sigue segmentándose principalmente en función del país de origen y de la nacionalidad del viajero, diferenciando entre población local e inmigrante. Los datos más recientes confirman, además, el peso creciente de los motivos de viaje no estrictamente vacacionales ni de negocios, como visitas familiares, salud, educación o turismo religioso, estrechamente vinculados a la elevada proporción de población inmigrante de varios países del CCG.

En lo que respecta a la motivación del viaje, el turismo de ocio sigue representando la principal razón de los desplazamientos. El turismo de negocios, por su parte, se

mantiene como una tipología consolidada y en expansión moderada dentro del conjunto del mercado.

Por último, conviene tener en cuenta el contexto de inestabilidad regional derivado de la escalada del conflicto entre Estados Unidos e Israel, por un lado, e Irán, por otro, que durante el primer semestre de 2026 ha afectado a la conectividad aérea de la región mediante cierres parciales o totales del espacio aéreo de varios países del Golfo. Su impacto sobre el volumen total de turismo emisor ha sido significativo en los meses de marzo y abril y se trata de un factor de riesgo a vigilar, ya que una eventual intensificación del conflicto, que en estos momentos se encuentra en un compás de espera, podría traducirse en un encarecimiento de los vuelos, una menor disponibilidad de plazas y una posible desviación de la demanda hacia destinos con espacios aéreos más estables.

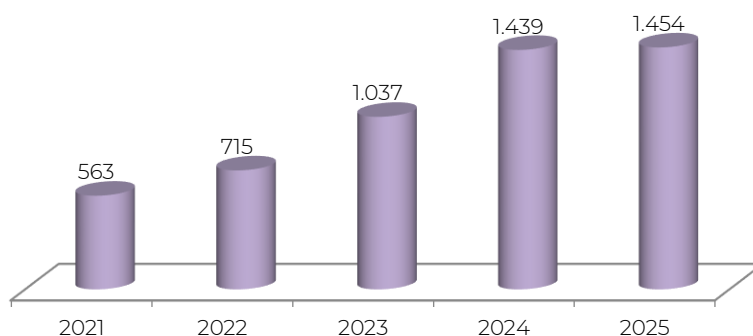
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

12

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

El gráfico a continuación muestra la evolución del gasto total en España por parte de los turistas procedentes del CCG, que en 2025 alcanzó los 1.454 millones de euros, consolidando el máximo histórico ya alcanzado el año anterior. Tras el fuerte crecimiento registrado entre 2021 y 2024, periodo en el que el gasto se multiplicó por más de dos veces y media, 2025 confirma una fase de estabilización, con un incremento mucho más moderado respecto al ejercicio anterior, en línea con la evolución también más contenida del número de turistas procedentes de la región.

Gasto Total CCG (Millones de euros)

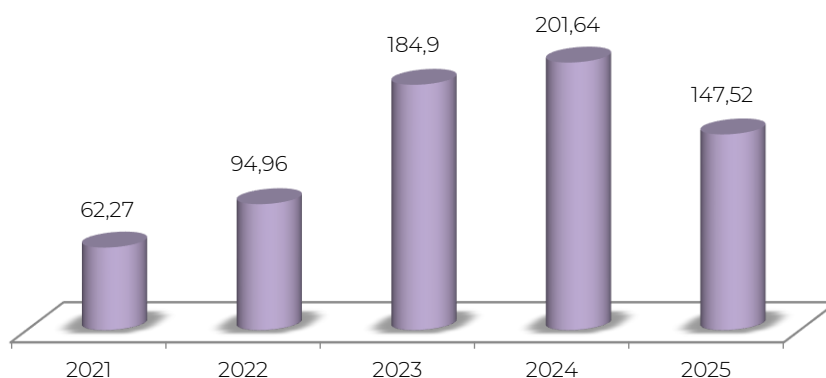


Fuente: Estimación Turespaña a partir de microdatos Frontur - INE.

Número de viajes a España

En los últimos años, el número de viajes desde Arabia Saudita a España ha mostrado un comportamiento irregular: tras un crecimiento sostenido entre 2021 y 2024, pasando de 62.270 a 201.640 viajes, en 2025 se registró un descenso hasta los 147.520 viajes, rompiendo la tendencia al alza de los ejercicios anteriores. Este retroceso contrasta con el comportamiento del resto del mercado del Golfo hacia España, donde el crecimiento se ha concentrado especialmente en el conjunto formado por Bahréin, Catar, Kuwait y Omán, que en 2025 ha ganado peso relativo dentro del total emisor del CCG hacia España.

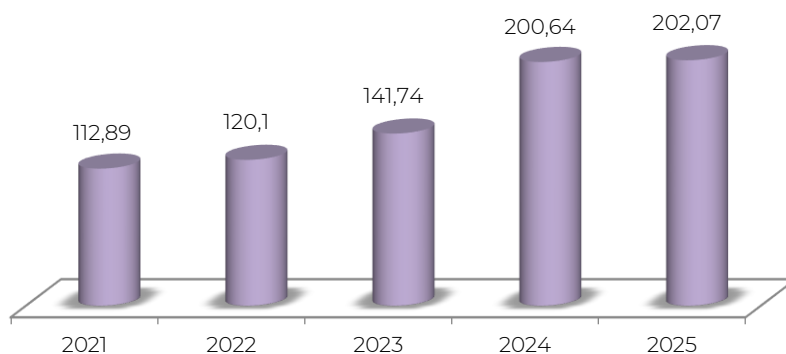
Viajes a España desde Arabia Saudí (miles)



Fuente: Oxford Economics.

Desde Emiratos Árabes Unidos, por el contrario, el crecimiento del turismo hacia España se ha mantenido constante, alcanzando los 202.070 viajes en 2025, lo que consolida a este país como el principal emisor individual de turistas del Golfo hacia España, superando a Arabia Saudita tras el descenso registrado por este último mercado.

Viajes a España desde Emiratos Árabes Unidos (miles)



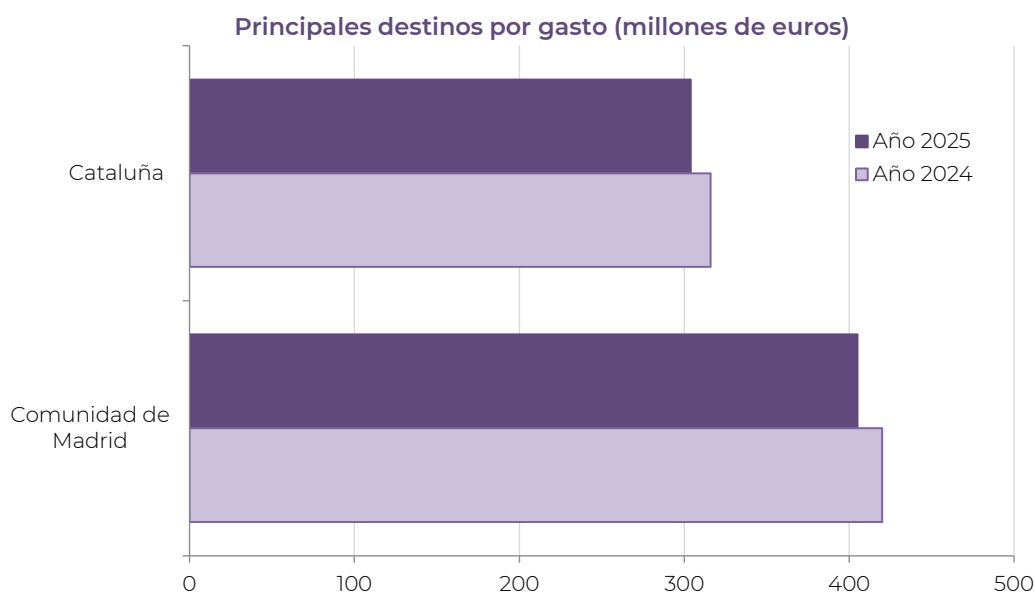
Fuente: Oxford Economics.

Principales destinos en España

Las comunidades autónomas en las que más gasto realizan los turistas procedentes de la región del Golfo Pérsico continúan siendo la Comunidad de Madrid y Cataluña, que se mantienen como los dos principales destinos por volumen de gasto dentro de España. En 2025, la Comunidad de Madrid registró un gasto de 405 millones de euros, mientras que Cataluña alcanzó los 304 millones de euros.

Ambas comunidades muestran en 2025 un ligero descenso respecto al año previo: la Comunidad de Madrid pasa de 420 a 405 millones de euros, y Cataluña de 316 a 304 millones de euros. Este matiz resulta interesante si se tiene en cuenta que el gasto total del conjunto del CCG en España creció ligeramente en el mismo periodo, lo que sugiere que parte de ese crecimiento se está canalizando hacia otras comunidades autónomas distintas de Madrid y Cataluña. Esta posible diversificación territorial sería coherente con la tendencia, de un interés creciente por destinos más allá de los dos grandes tradicionales, como Andalucía o algunos destinos complementarios a Barcelona y Madrid.

14



Fuente: **Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Egatur (INE).**

Organización del viaje y reserva

En los países del Golfo Pérsico, la forma predominante de organizar los viajes hacia España sigue siendo a través de paquetes personalizados, diseñados según las demandas específicas de cada cliente. La cantidad de servicios incluidos varía según el tipo de viaje y el nivel de conocimiento que el viajero tenga del destino. Además, el

tiempo con el que se realizan las reservas depende en gran medida de la nacionalidad del viajero. Aunque el uso de canales online sigue siendo muy común para la compra de billetes aéreos y reservas hoteleras, especialmente cuando el destino ya es conocido, las agencias de viajes continúan operando principalmente bajo demanda para los paquetes más complejos.

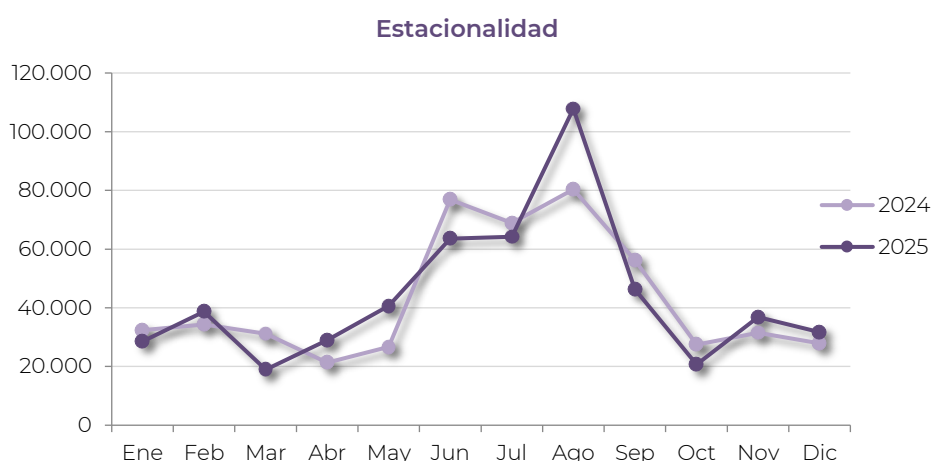
En cuanto a los destinos preferidos por estos turistas dentro de España, destacan Cataluña (Barcelona), la Comunidad de Madrid y Andalucía (Málaga-Costa del Sol). Esta última mantiene un carácter especialmente estacional, concentrado en los meses de verano, mientras que Madrid y Barcelona atraen visitantes de forma más continua a lo largo del año.

Respecto a los canales de reserva, se mantiene la proporción aproximada de tres cuartas partes online frente a una cuarta parte offline observada en años anteriores. No obstante, sigue siendo relevante el papel de las agencias de viajes, ya que, aunque muchas reservas se inicien a través de plataformas digitales, la interacción personal con agentes continúa siendo mucho más intensa en esta región que en otros mercados emisores.

15

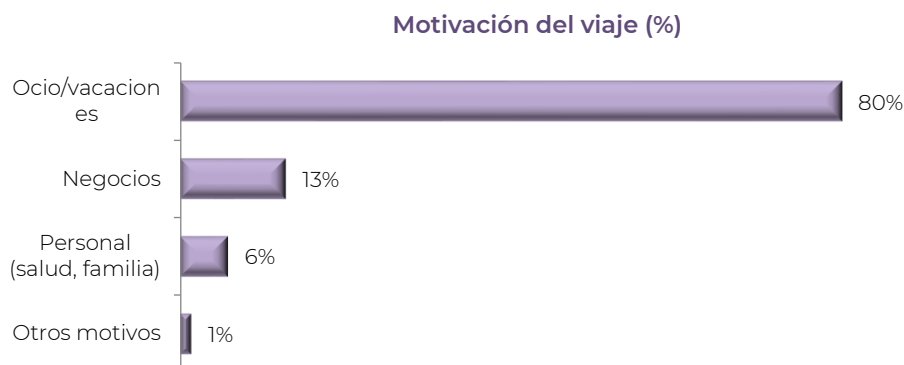
Comportamiento viajero

En el siguiente gráfico podemos observar que existe una marcada estacionalidad en los viajes desde los países del Golfo Pérsico hacia España, principalmente en los meses de verano debido a las altas temperaturas que se registran en la región, lo que impulsa una mayor demanda de destinos más frescos y con oferta de ocio al aire libre. En 2025, esta concentración estival se acentúa, con agosto como mes de mayor afluencia.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Frontur (INE).

En cuanto a las motivaciones del viaje, el turismo de ocio continúa siendo, con diferencia, la principal razón por la que los visitantes del Golfo Pérsico eligen España, concentrando el 80% de los desplazamientos. Le siguen los viajes de negocios, con un 13%, y los motivos personales como salud o visita a familiares, con un 6%, mientras que el resto de motivaciones representa apenas un 1% del total.



Fuente: **Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Egatur (INE).**

16

Segmentación de la demanda

La segmentación del mercado turístico del Golfo Pérsico hacia España puede establecerse en función de tres criterios principales: el país de origen, la nacionalidad (diferenciando entre población local e inmigrante) y el poder adquisitivo. Estos tres factores siguen determinando de forma conjunta el comportamiento y las preferencias de viaje hacia España.

Perfil del viajero

El perfil del viajero de alto nivel de gasto del Golfo Pérsico se caracteriza por una elevada personalización en la organización de sus viajes, con preferencia por paquetes a medida adaptados a sus necesidades específicas. Estos viajeros combinan habitualmente estancias largas en destinos de sol y playa, especialmente en Andalucía durante el verano, con visitas urbanas a Madrid y Barcelona a lo largo de todo el año. Aunque recurren con frecuencia a canales online para reservar vuelos y alojamiento, mantienen una relación sólida con las agencias de viajes tradicionales, valorando la atención personalizada y la seguridad que estas ofrecen durante el proceso de reserva. Asimismo, prefieren contratar actividades y excursiones una vez en destino, para conservar flexibilidad en sus planes. Este perfil incluye tanto a viajeros locales de alto poder adquisitivo como a inmigrantes con patrones de viaje influidos por sus países de origen, lo que da lugar a una demanda diversa, pero con un claro interés por experiencias culturales, de ocio y de descanso costero.

Productos turísticos demandados

Los productos turísticos que demandan los viajeros del Golfo Pérsico en España no difieren sustancialmente de los que buscan a nivel internacional, aunque mantienen ciertos matices distintivos. El descanso en la costa sigue teniendo un peso superior al observado en otros mercados europeos, con los destinos de playa especialmente valorados como lugares ideales para relajarse.

El puerto de Barcelona continúa siendo un punto de partida y llegada relevante para los cruceros por el Mediterráneo, lo que sigue influyendo en la demanda turística hacia la ciudad. El atractivo del fútbol de alto nivel, particularmente los partidos de clubes como el Real Madrid o el FC Barcelona, sigue generando un flujo de turistas de muy corta duración, normalmente de una o dos noches.

Por último, la herencia patrimonial de origen árabe presente en regiones como Andalucía continúa despertando interés entre los viajeros del Golfo, aunque la demanda que genera sigue siendo más limitada de lo que cabría esperar dado el orgullo cultural que esta población manifiesta por esta parte de la historia compartida. En este sentido, el turismo de wellness y bienestar se perfila como un nicho con potencial de crecimiento todavía no plenamente explotado por España en este mercado.

Conclusiones y tendencias

En 2025, los países del Golfo Pérsico han mantenido cifras de visitantes a España en niveles históricamente elevados, aunque con un ritmo de crecimiento más moderado que en los ejercicios anteriores. Este mercado continúa segmentándose principalmente en dos grandes grupos, árabes locales e inmigrantes, manteniéndose el patrón ya descrito: los locales muestran un consumo menos diversificado, pero con un gasto significativamente mayor que el de los inmigrantes, cuyos hábitos siguen siendo propios de mercados emergentes. El gasto total de la región en España alcanzó los 1.454 millones de euros en 2025, consolidando el máximo histórico del año anterior.

Dentro de Europa, España se mantiene como uno de los destinos más atractivos para estos turistas. Las comunidades autónomas más visitadas siguen siendo Cataluña y Madrid, aunque ambas registran en 2025 un ligero descenso en el gasto, lo que podría apuntar a una incipiente diversificación territorial de la demanda hacia otras comunidades. Para la temporada de verano de 2026, las perspectivas de reservas se mantienen en líneas similares a las del mismo periodo del año anterior, si bien sujetas a la evolución del contexto geopolítico regional.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

En la región del Golfo Pérsico continúan operando oficinas de turismo de numerosos países europeos, entre ellos Alemania, Austria, Francia, Reino Unido, Suiza, Irlanda y Turquía, además de la participación habitual de otros muchos destinos en la feria Arabian Travel Market (ATM) y en jornadas promocionales específicas. El Reino Unido sigue siendo el competidor con mayor presencia e influencia en la región, gracias a sus estrechos vínculos históricos, políticos y económicos, que generan flujos de viajeros no solo por motivos turísticos, sino también educativos, empresariales y familiares.

Los principales productos que promocionan estos países competidores siguen centrándose en el turismo urbano, las compras, las vacaciones de costa, la naturaleza y el senderismo ligero, en el caso de Suiza, así como propuestas más especializadas: el turismo de salud, con Alemania en una posición consolidada; la educación, atractivo distintivo del Reino Unido; o los itinerarios temáticos, los eventos deportivos y los parques de atracciones en el caso de Francia. El segmento de wellness y bienestar, que España debería seguir reforzando, continúa ganando peso entre la oferta promocional de varios competidores europeos.

El régimen de visados continúa siendo un factor determinante en la evolución de estos flujos: la necesidad de visado para entrar en el espacio europeo común, “Schengen”, excepto para los nacionales de Emiratos Árabes Unidos, combinada con la limitada capacidad de tramitación consular ante una demanda creciente, sigue desviando parte de la demanda hacia destinos con políticas de entrada más flexibles, en particular hacia países del sudeste asiático y otros destinos próximos a la región del Golfo.

A este contexto se suma, en 2026, el impacto del conflicto entre Estados Unidos, Israel e Irán sobre la conectividad aérea de varios hubs del propio Golfo Pérsico, lo que ha obligado a aerolíneas y operadores a redirigir y reprogramar parte de su operativa. Esta inestabilidad regional podría reforzar, más que la atracción hacia destinos europeos como España, la tendencia ya existente de desviación de la demanda hacia destinos de proximidad y con menores barreras de entrada, como los del sudeste asiático, dado que estos ofrecen rutas más cortas y sin necesidad de visado Schengen ni de sobrevolar zonas de conflicto.

Posicionamiento e imagen de España

España continúa gozando de buena imagen en la región del Golfo Pérsico, con una reacción de simpatía generalizada entre la población local derivada de sus lazos histórico-culturales. Persiste, no obstante, un desconocimiento generalizado sobre la

oferta del país más allá de los estereotipos habituales y de sus ciudades más conocidas, lo que deja un margen de mejora relevante en la promoción de destinos secundarios.

La imagen de España sigue siendo muy positiva en aspectos como su legado histórico-cultural, su estilo de vida, sus playas, su gastronomía y el fútbol, mientras que continúa sin destacar en la percepción como destino de compras, lujo o naturaleza, ni en sus ciudades secundarias o itinerarios menos conocidos. Turísticamente, España mantiene una posición fuerte en sol y playa, visible en ciudades como Marbella, en turismo urbano, especialmente en Barcelona y Madrid, y en turismo histórico-cultural, particularmente por su herencia árabe en Andalucía.

En comparación con sus principales competidores europeos, Francia mantiene su liderazgo en imagen de lujo, compras y atractivo de gran metrópoli en torno a París, mientras que Italia comparte con España la percepción de país amable y de excelente gastronomía, pero la supera en turismo de compras, interés por ciudades de segunda y tercera categoría, itinerarios y naturaleza. A nivel global, conviene situar este posicionamiento dentro de un contexto en el que España se mantiene como segundo destino mundial por número de visitantes según los datos más recientes de UN Tourism, únicamente por detrás de Francia, lo que refuerza su solidez como marca turística de referencia, también para los mercados del Golfo.

Entre los inmigrantes árabes, la percepción de España sigue siendo similar a la de los locales, aunque de menor intensidad, sin constituir un destino prioritario. Los inmigrantes del sur de Asia mantienen también una imagen positiva, aunque débil y basada en un conocimiento limitado; para los indios, España continúa siendo el tercer destino más visitado en Europa.

En términos generales, España sigue percibida como un país atractivo y seguro en todos los ámbitos, incluido el turístico, sin que se hayan detectado cambios de tendencia relevantes en esta percepción de seguridad, ni siquiera en el contexto del actual conflicto en Oriente Medio. De hecho, la inestabilidad regional parece estar reforzando, si acaso, la imagen de España como destino estable y predecible frente a alternativas más próximas a la zona de conflicto, aunque esta dinámica conviene seguir monitorizándola. En comparación con sus competidores, España continúa destacando en atributos como la amabilidad y simpatía, la cultura, el estilo de vida y las opciones de ocio y entretenimiento.

Conectividad aérea con España

La conectividad aérea entre los países del Golfo Pérsico y España se ha visto significativamente afectada por la escalada del conflicto entre Estados Unidos, Israel e Irán, iniciado el 28 de febrero de 2026. Los ataques y represalias mutuas provocaron el cierre del espacio aéreo de varios países clave para la conectividad con España, entre

ellos Catar, Bahréin, Kuwait y Emiratos Árabes Unidos, lo que obligó a numerosas aerolíneas a cancelar o reprogramar vuelos durante las fases más intensas del conflicto. La situación ha sido especialmente grave en Kuwait, cuyo aeropuerto sufrió daños directos por ataques de misiles y drones en fechas muy recientes.

Tras el alto el fuego acordado entre Estados Unidos e Irán el 8 de abril de 2026, posteriormente extendido el 21 de abril, y ratificado a mediados de junio, la recuperación de las redes aéreas de la región ha sido progresiva. Gulf Air, por ejemplo, operó de forma temporal desde el aeropuerto de Dammam (Arabia Saudí) hasta finales de abril, y solo a partir de esa fecha pudo restablecer gradualmente su red habitual desde su hub principal en Bahréin. A día de hoy, persisten restricciones operativas puntuales en algunos países de la región, lo que recomienda seguir monitorizando la evolución del conflicto antes de dar por sentada una normalización plena de las frecuencias.

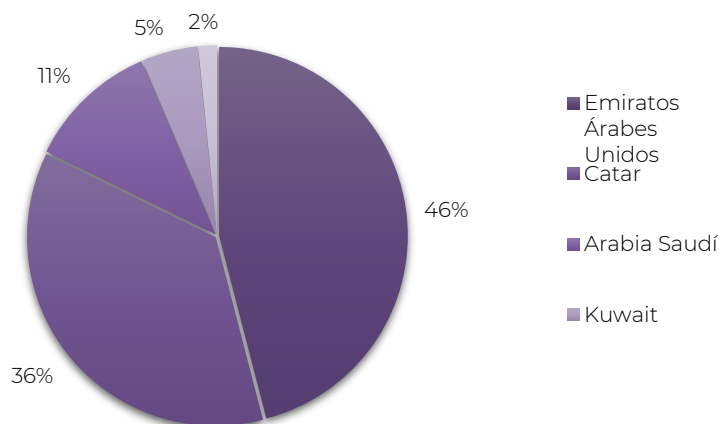
España mantiene conexiones aéreas directas con los principales hubs del Golfo Pérsico (Abu Dabi, Dubái, Doha, Yeda, Riad, Kuwait y Bahréin) a través de Madrid, Barcelona, Málaga y Mallorca, operadas por Etihad Airways, Emirates, Catar Airways, Iberia, Saudia, Kuwait Airways y Gulf Air. Madrid y Barcelona concentran las conexiones de carácter anual y mayor frecuencia, mientras que Málaga y Mallorca reciben principalmente rutas estacionales de verano, en línea con su perfil de destino vacacional de sol y playa.

En este contexto de progresiva recuperación, la red de conexiones directas a España presenta dos novedades relevantes para la próxima temporada. Por un lado, Riyadh Air lanzará su primera conexión directa a Madrid el 17 de julio de 2026, con tres frecuencias semanales, ampliando a Riad la oferta de vuelos que la compañía Saudia ofrece desde Yeda. Por otro lado, Gulf Air retoma su conexión estacional Bahréin-Málaga, operativa entre el 17 de junio y el 25 de septiembre de 2026 con dos frecuencias semanales, tras la cancelación de esta misma ruta en la temporada de verano de 2025. Además, este mismo mes de junio de 2026 Etihad Airways ha abierto su nueva conexión estacional entre Abu Dabi y Mallorca, siendo la primera aerolínea del Golfo en ofrecer una conexión directa con el archipiélago balear.

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

Aeropuerto de Destino	Aeropuerto de Origen	Nº Frecuencias Semanales	Compañía Aérea
Madrid	Abu Dhabi	11	Etihad Airways
	Dubái	14	Emirates
	Doha	17	Catar Airways e Iberia
	Yeda	4	Saudia
	Riad	3	Riyadh Air
Barcelona	Abu Dhabi	11	Etihad Airways
	Dubái	14	Emirates
	Doha	21	Catar Airways
	Yeda	3	Saudia
	Riad	2	Saudia
	Kuwait	3	Kuwait Airways
Málaga	Abu Dhabi	4	Etihad Airways
	Doha	7	Catar Airways
	Riad	2	Saudia
	Kuwait	3	Kuwait Airways
	Bahréin	2	Gulf Air
Mallorca	Abu Dhabi	3	Etihad Airways

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Elaboración propia.

Tramitación de documentos de viaje

La obtención de visado continúa siendo un requisito imprescindible para la mayoría de los ciudadanos de los países del Golfo Pérsico que desean viajar a España, con la excepción de los nacionales de Emiratos Árabes Unidos, que están exentos de este trámite para estancias cortas dentro del espacio Schengen. Para el resto de nacionalidades del CCG (Arabia Saudita, Catar, Kuwait, Bahréin y Omán), así como para la gran mayoría de la población de residentes no nacionales de la región, el visado Schengen sigue siendo obligatorio.

Esta exigencia continúa representando una de las principales barreras para el crecimiento del flujo turístico hacia España y hacia Europa en general, dado que la elevada demanda de solicitudes supera con frecuencia la capacidad de gestión de los consulados en la región. Como consecuencia, una parte de la demanda potencial opta por destinos alternativos con trámites más ágiles o políticas de entrada más flexibles.

La Unión Europea continúa trabajando en la posible exención de visado para los nacionales de Catar, Kuwait, Omán y Arabia Saudí, en línea con el régimen ya vigente para los nacionales de Emiratos Árabes Unidos, aunque su implementación efectiva sigue requiriendo de un horizonte temporal de varios años. A nivel general, persisten diferencias significativas entre los países miembros de la Unión Europea en cuanto a la agilidad y al enfoque en la tramitación de visados, lo que continúa condicionando la competitividad relativa de cada destino dentro del espacio Schengen. España se mantiene, en este sentido, en el grupo de cabeza por su agilidad de tramitación y por sus reducidas tasas de rechazo en comparación con otros socios europeos.

Otro obstáculo relevante, particularmente para los turistas locales de mayor poder adquisitivo, sigue siendo la dificultad para obtener visados para sus empleados de hogar. La normativa actual no contempla ni visados turísticos ni laborales específicos para este colectivo, lo que continúa limitando las posibilidades de estos viajeros de desplazarse acompañados de su personal doméstico.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Los mercados del Golfo Pérsico se caracterizan por una clara división entre población local e inmigrante, con proporciones que varían notablemente de un país a otro. Los residentes locales suelen disfrutar de un poder adquisitivo elevado y mantienen hábitos de consumo y viaje de carácter conservador, con una demanda centrada en productos de sol y playa, compras y alojamientos de categoría superior. Es habitual que combinen estancias prolongadas en destinos de costa con escapadas cortas a grandes ciudades, viajando mayoritariamente en familia y mostrando una mayor fidelidad a las agencias de viaje tradicionales que el segmento inmigrante.

Los extranjeros residentes, por su parte, conservan en buena medida los hábitos de viaje de sus países de origen, aunque con un mayor poder adquisitivo y experiencia internacional. Su interés se dirige sobre todo hacia destinos icónicos y grandes urbes, donde valoran especialmente las compras y un entorno dinámico y estimulante. A medio plazo, el relevo generacional entre la población local podría dar lugar a un viajero algo menos conservador, con mayor curiosidad por experiencias culturales, gastronómicas o de bienestar, aunque sin que se anticipe un giro brusco en el corto plazo.

Previsiones a medio plazo

No se espera, de cara a la temporada alta, un crecimiento relevante de los flujos turísticos desde el Golfo hacia España. La tramitación de visados continúa siendo el principal freno, un problema compartido con el resto de destinos europeos que sigue desviando parte de la demanda hacia países con políticas de entrada más flexibles. A este obstáculo estructural se suma, en el corto plazo, la incertidumbre asociada al conflicto entre Estados Unidos, Israel e Irán, cuyos efectos sobre la conectividad aérea de la región todavía no se han disipado por completo. Con todo, los flujos turísticos hacia España deberían mantenerse durante la temporada estival, con un ritmo de crecimiento contenido en el corto y medio plazo.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

A medio y largo plazo no se anticipa un crecimiento sustancial de la población en los países del Golfo Pérsico, ya que el aumento natural entre los locales podría verse contrarrestado por una eventual reducción de la población inmigrante. En el corto y medio plazo, las variaciones demográficas dependerán en mayor medida del contexto

económico, que actualmente muestra signos claros de estancamiento debido al conflicto bélico.

El conflicto en Oriente Medio entre Estados Unidos, Israel e Irán se encuentra bajo un alto el fuego vigente desde abril de 2026, aunque todavía persisten restricciones operativas puntuales en algunos países de la región. Hasta la fecha, este episodio no ha tenido un impacto sustancial sobre la demanda de viajes hacia Europa, más allá de las disrupciones puntuales en la conectividad aérea ya mencionadas, pero conviene no perder de vista la fragilidad de la situación: un alto el fuego reciente no equivale a una resolución definitiva, y una eventual reactivación o prolongación del conflicto podría agravar sus efectos sobre la conectividad y, por extensión, sobre el volumen de turismo emisor hacia España. Las aerolíneas de la región están todavía en proceso de recuperar su operativa habitual, lo que sugiere que la normalización completa del mercado podría no llegar antes de la próxima temporada alta.

El sistema de visados sigue siendo uno de los principales obstáculos para el crecimiento del flujo turístico hacia España. Las quejas por la falta de citas y la saturación consular continúan siendo habituales en los periodos de mayor demanda, una problemática que comparte con otros destinos europeos, aunque algunos de ellos cuentan con más recursos para gestionar el volumen de solicitudes. España mantiene unos plazos de tramitación y tasas de denegación similares a los de sus principales competidores.

El volumen y el gasto del turismo procedente del Golfo continúan muy por encima de las cifras previas a la pandemia, y todo apunta a que esta tendencia se mantendrá, si bien con un ritmo más moderado que el observado durante los años de recuperación, y ahora también sujeto a la evolución del contexto geopolítico regional. El mercado evolucionará hacia una mayor diversificación de producto a medida que se complete el relevo generacional entre los locales y el perfil del viajero inmigrante siga ganando en experiencia y poder adquisitivo, lo que debería impulsar especialmente la demanda de propuestas turísticas más cosmopolitas y flexibles.

En cuanto a los canales de reserva, las plataformas online seguirán ganando peso, en línea con la tendencia global, sin que ello reste relevancia a las agencias tradicionales: muchos viajeros siguen recurriendo a ellas para formalizar sus reservas, valorando el trato personal y la tranquilidad que ofrecen frente a posibles cancelaciones o imprevistos, una garantía especialmente apreciada en el contexto actual de mayor incertidumbre regional.

España conserva un margen de crecimiento considerable en este mercado, y es razonable esperar que su evolución siga siendo favorable frente a la de otros destinos competidores, siempre que la situación geopolítica no experimente un nuevo

deterioro significativo. La clave residirá en diversificar la oferta territorial del país, de forma que aumenten tanto el número de viajes como la duración media de las estancias.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

