



# INTELIGENCIA ECONÓMICA ÁRABE

INFORME DE POLÍTICA | JUNIO 2026



**Strategic Gears**  
Management Consultancy

Strategic Gears es una galardonada consultora dedicada a ayudar a las organizaciones más ambiciosas e influyentes del mundo a definir el camino a seguir y a llevarlo a cabo con la precisión, la rapidez y la profundidad que exige el momento. Fundada en Riad en 2015, hemos construido una de las prácticas de consultoría más respetadas de la región mediante la creación de un modelo único que combina una profunda experiencia con la proximidad y la relevancia para los clientes, una estrategia que nos valió la clasificación Platino entre las principales firmas de consultoría de Oriente Medio, y que hemos mantenido y replicado a medida que nos expandíamos hacia Europa y África. En tres continentes y siete ubicaciones, nuestro equipo de más de 300 profesionales trabaja con un ecosistema de confianza que incluye a miles de expertos globales, instituciones educativas de élite y socios de implementación.



Casa Árabe es una institución española de diplomacia pública dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, que actúa como centro estratégico para las relaciones entre España y el mundo árabe desde su fundación en 2006. Cuenta con dos sedes, situadas en Madrid y Córdoba, lo que la sitúa en una posición geográfica privilegiada, no solo en la región mediterránea, sino también como mediadora de los intercambios entre América y el mundo árabe. Su objetivo es, por un lado, promover las relaciones y los intercambios entre España y los países árabes a todos los niveles (político, económico, cultural, social, etc.) y, por otro, acercar el mundo árabe a España y contribuir a un mejor conocimiento de los países árabes, sus sociedades y culturas, actuando como puente y lugar de encuentro entre España y los países árabes.

## PROLOGO

Es para nosotros un orgullo presentar la edición inaugural del Inteligencia Económica Árabe, fruto de la colaboración entre Strategic Gears y Casa Árabe, dos instituciones comprometidas con la creación de puentes entre el mundo árabe y Europa a través de un riguroso intercambio de conocimiento. Para Strategic Gears, esta publicación supone un paso decisivo en nuestro camino hacia una presencia significativa en España y en el conjunto de la región europea: plasmar más de una década de experiencia en la región árabe ofreciendo información que sirva a aquellos agentes de cambio que se mueven en un entramado de oportunidades e incertidumbre. Es en ese mismo nexo en el que Casa Árabe ha trabajado durante las últimas dos décadas, acompañando la internacionalización de las empresas españolas en los mercados árabes y promoviendo el conocimiento y el análisis cualificado sobre temas árabes contemporáneos en España. Al celebrar la institución este año su vigésimo aniversario, es un placer especial inaugurar esta serie con Strategic Gears, una empresa cuya profundidad regional complementa la perspectiva institucional y cultural que Casa Árabe ha cultivado a lo largo de veinte años de compromiso hispanoárabe.



**Nasser  
Alqahtani**  
Socio Director,  
Strategic Gears



**Pablo  
Delgado**  
Socio Asociado,  
Strategic Gears



**Miguel José  
Moro Aguilar**  
Director General,  
Casa Árabe

## NOTA DEL EDITOR

El turismo es un pilar fundamental del comercio internacional de servicios y del desarrollo económico, y la región árabe se ha convertido en uno de sus beneficiarios con mayor crecimiento en la última década. Importantes inversiones en conectividad aérea, infraestructuras hoteleras y en el desarrollo de destinos turísticos han situado a varias economías árabes en el centro del turismo mundial. Sin embargo, la reciente guerra de Estados Unidos y Israel contra Irán ha introducido una nueva capa de incertidumbre geopolítica en toda la región.

En esta edición inaugural de Inteligencia Económica Árabe, examinamos cómo los desarrollos macroeconómicos actuales están afectando a distintos segmentos de las economías árabes— desde los países exportadores de petróleo en el Golfo hasta las economías dependientes del turismo y de renta media del norte de África y Oriente Medio—y evaluamos sus implicaciones para el sector turístico de la región, uno de los pilares de la actividad económica árabe más integrados a nivel mundial.



# SEÑAL DE MERCADO

A comienzos del año 2026 las economías árabes se encuentran navegando entre dos corrientes que se refuerzan mutuamente: unas perspectivas energéticas inciertas a nivel global y una repentina escalada de las tensiones geopolíticas en Oriente Medio. El estallido la guerra de Estados Unidos e Israel contra Irán a finales de febrero generó interrupciones de forma inmediata en los sistemas regionales de transporte y energía, con el cierre del estrecho de Ormuz y ataques contra algunas instalaciones de almacenamiento de combustible en partes del Golfo. Al mismo tiempo, varios países de Oriente Medio suspendieron el tráfico aéreo civil, lo que obligó a cancelar miles de vuelos y a desviar rutas en los corredores aéreos claves que conectan Europa y Asia. Si bien los mercados de hidrocarburos reaccionaron rápidamente, implicaciones económicas más amplias se extendieron a través de la conectividad aérea, los flujos turísticos y la confianza de los inversores, sectores cada vez más fundamentales para el desarrollo de la región.

Para las economías del Golfo, la magnitud del impacto sigue siendo incierta. La diversificación económica de la región, puesta en marcha durante la última década, ha supuesto que el CCG está ahora más expuesto que nunca a la movilidad y el comercio de servicios a nivel global. Los aeropuertos de la región gestionan en conjunto aproximadamente el 14 % del tráfico de tránsito mundial, y ciudades como Dubái, Doha y Riad han realizado importantes inversiones en hostelería, entretenimiento y eventos internacionales como pilares de sus visiones de crecimiento más allá de los hidrocarburos.<sup>2</sup>



En esta línea, cualquier interrupción prolongada de las rutas aéreas o inquietud en la percepción de los destinos podrían lastrar sectores que se han convertido en protagonistas de la transformación económica de la región.

Para las economías árabes de ingresos medios, el impacto es mixto. El primer grupo incluye a países en conflicto o próximos a él, donde la demanda turística corre un riesgo especialmente elevado (el Líbano, Siria, Jordania) y donde la gravedad del impacto depende de la dependencia económica del país de los ingresos por turismo. El segundo grupo incluye a países fuera de la zona de conflicto, principalmente de la región del norte de África. Para estos mercados, el impacto puede resultar más variado: si bien la inestabilidad regional puede afectar la disposición a viajar, algunos destinos podrían captar en cambio una parte de la demanda turística desviada.

En este sentido, el sector analizado en esta edición se sitúa en el epicentro de estas dinámicas. Se trata de una de las industrias de más rápido crecimiento de la región y una de las más expuestas a los cambios en la movilidad internacional y las percepciones en materia de seguridad. Antes de la reciente escalada, se preveía que las llegadas internacionales a Oriente Medio y el norte de África aumentarían en 2026 en aproximadamente un 13%. Los próximos meses determinarán si esta trayectoria representa una pausa temporal o un reajuste más sostenido.

Figura I: Canales de transmisión de los conflictos en las economías árabes<sup>3</sup>



### OFERTA Y PRECIO DEL PETRÓLEO



### AVIACIÓN



### TURISMO



### TRABAJO Y REMESAS



### INVERSIÓN E IED



Fuente: Basado en datos de OPEC+, IEA, Oxford Economics, Capital Economics, y cobertura de diversos medios.





# TURISMO EN FOCO

## SITUACIÓN INICIAL Y RESPUESTA ANTE LAS CRISIS

En 2025, el turismo aportó más de 360 000 millones de dólares a la economía de Oriente Medio y la región recibió cerca de 110 millones de llegadas internacionales.<sup>4</sup> Arabia Saudí lideró el ranking, con unos 30 millones de llegadas internacionales con pernoctación,<sup>5</sup> mientras Egipto registró el mayor crecimiento interanual, con un 20%, seguido de Jordania (12%), Baréin (11%) y Qatar (4%).<sup>6</sup>

En comparación con 2018, casi todos los países de la región registraron una mayor huella turística. Gracias a su margen fiscal y a la temprana liberalización de los visados, el CCG se recuperó de la pandemia a un ritmo más rápido que otros países árabes, seguido de cerca por Egipto y Jordania (Figura 2). Las llegadas internacionales a Arabia Saudí se dispararon de 3,5 millones en 2021 a 29,7 millones en 2024, siendo 2022 el año con mayor incremento interanual, como efecto indirecto de la Copa del Mundo de Qatar y tras el desarrollo de segmentos más amplios del turismo interno, como la cultura, el ocio y los deportes. Marruecos también experimentó un aumento constante, alcanzando los 19,8 millones de llegadas en 2025, mientras se prepara para coorganizar la Copa del Mundo de la FIFA de 2030.

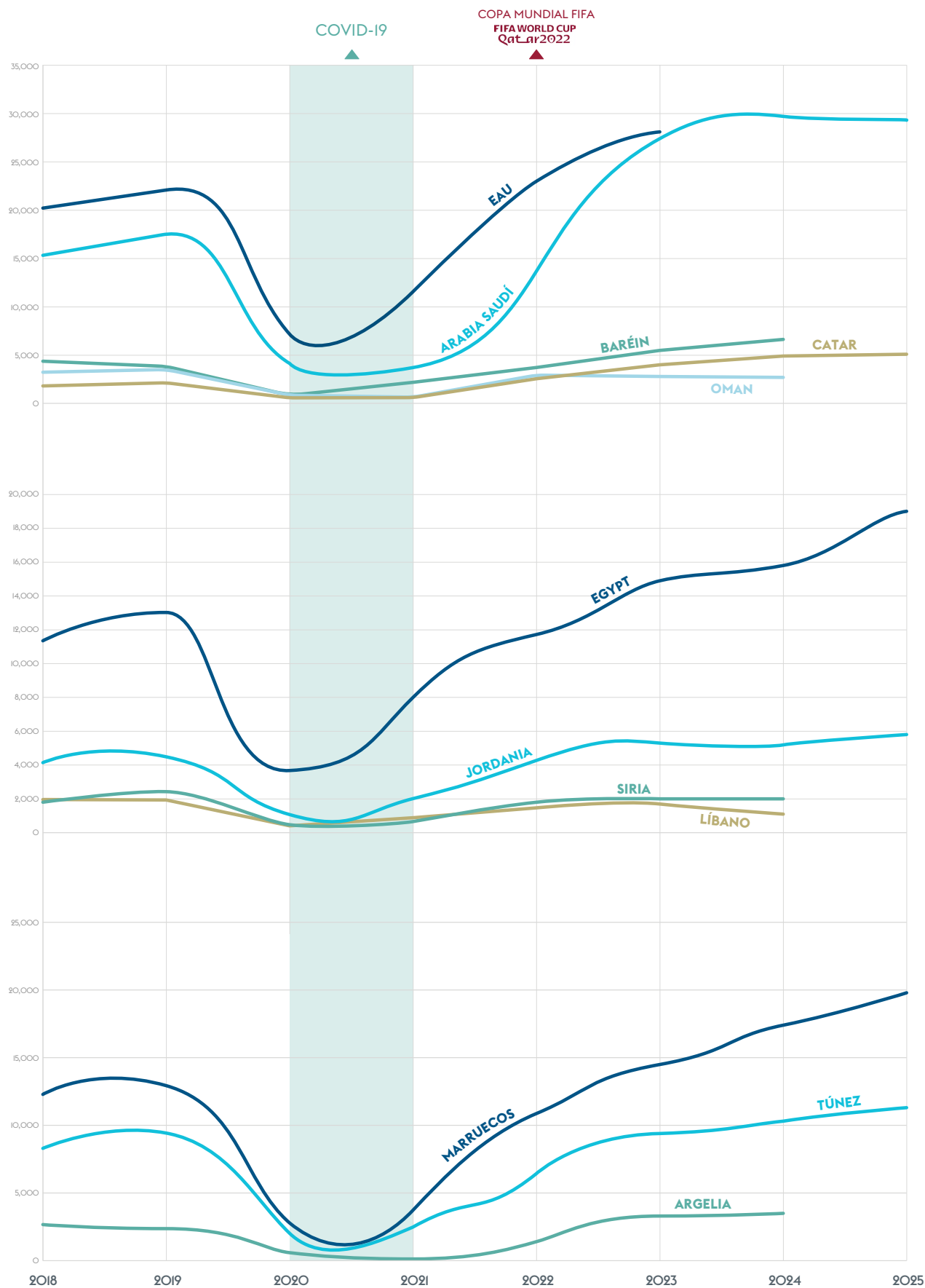


## IMPULSO DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Una encuesta realizada entre todos los Estados miembros de la Liga Árabe pone de manifiesto un consenso político sin precedentes sobre la importancia estratégica del sector turístico para el desarrollo económico, habiendo la mayoría de ellos revisado o adoptado sus estrategias turísticas oficiales en la última década.

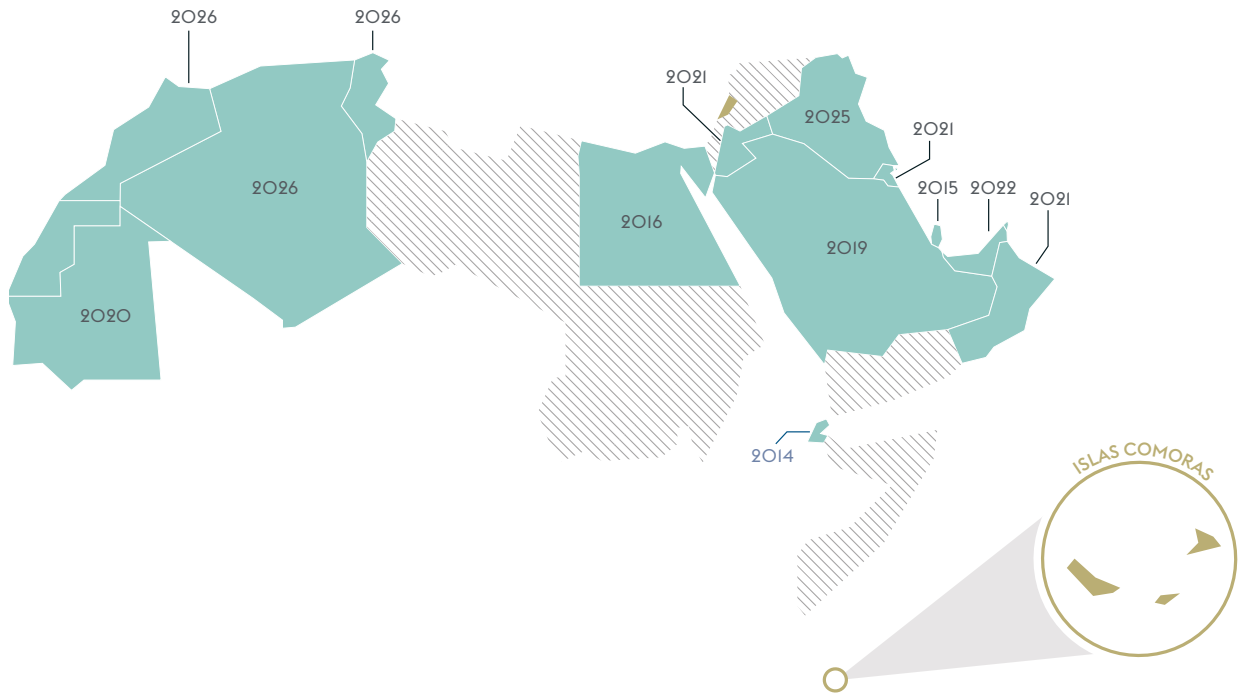
Estas estrategias han impulsado una ola sin precedentes de desembolso de capital: solo la cartera de proyectos hoteleros de Arabia Saudí supera los 110.000 millones de dólares, con el objetivo de crear 362.000 habitaciones adicionales de hotel para 2030,<sup>7</sup> y los Emiratos Árabes Unidos aspiran a recibir 40 millones de huéspedes de hotel al año para 2031, lo que supone un aumento del 150% con respecto a 2019.<sup>8</sup> Megaproyectos emblemáticos, como Qiddiya City (Arabia Saudí), Ras El-Hikma (Egipto) y Galali Coast Waterfront (Baréin), son solo algunas de las obras de infraestructura de la región responsables de las inversiones de capital. La capacidad aérea se está ampliando de forma paralela: las cuatro mayores aerolíneas de la región han realizado pedidos conjuntos de casi 780 aviones.<sup>9</sup>

Figura 2: Turistas internacionales por país árabe, en miles



Fuente: UN Tourism Dashboard

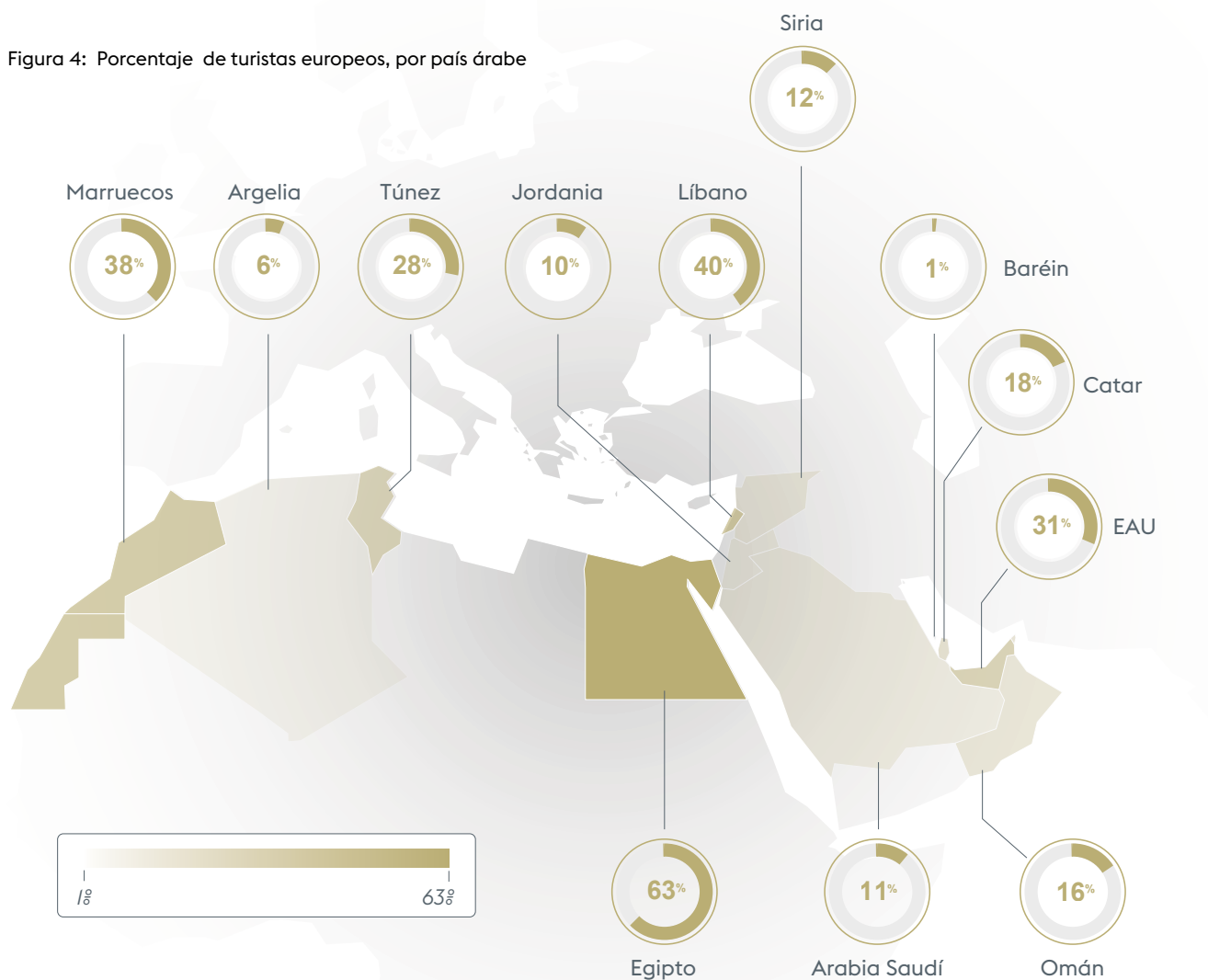
Figura 3: Análisis de las estrategias turísticas en el mundo árabe



País	Estrategia	Estado / Año de lanzamiento
<b>Estrategia activa</b>		
Arabia Saudí	Estrategia Nacional de Turismo	2019; revisada en 2023
EAU	Estrategia Nacional de Turismo 2031	2022
Catar	Estrategia Nacional de Turismo 2030	2017; revisada en 2024
Omán	Visión 2040	2021
Baréin	Estrategia Nacional de Turismo	2015; ampliada en 2021
Kuwait	Nueva Visión Kuwait 2035	2017
Egipto	Visión 2030	2016; revisada en 2023
Jordania	Estrategia Nacional de Turismo 2021–25+	2021
Irak	Estrategia Nacional de Turismo	2025
Marruecos	Estrategia Nacional de Turismo	2023
Túnez	Estrategia Nacional de Turismo	2023
Argelia	Estrategia Nacional de Turismo	2026
Mauritania	Plan Nacional de Desarrollo Turístico	2020
Yibuti	Visión Yibuti 2035 (componente turístico)	2014
<b>En desarrollo</b>		
Líbano	Marco de recuperación	En desarrollo; anuncio ministerial 2025
Comoras	Con el PNUD	En desarrollo
<b>Sin estrategia</b>		
Siria	Sin estrategia formal vigente	Planes previos al conflicto suspendidos
Palestina	Sin estrategia formal vigente	Afectado por el conflicto
Libia	Sin estrategia formal vigente	Capacidad institucional limitada
Sudán	Sin estrategia formal vigente	Afectado por el conflicto
Yemen	Sin estrategia formal vigente	Afectado por el conflicto
Somalia	Sin estrategia formal vigente	Estado frágil

Fuente: Recopilado a partir de documentos de estrategias nacionales, comunicados gubernamentales, PNUD, e informes del Banco Mundial.

Figura 4: Porcentaje de turistas europeos, por país árabe



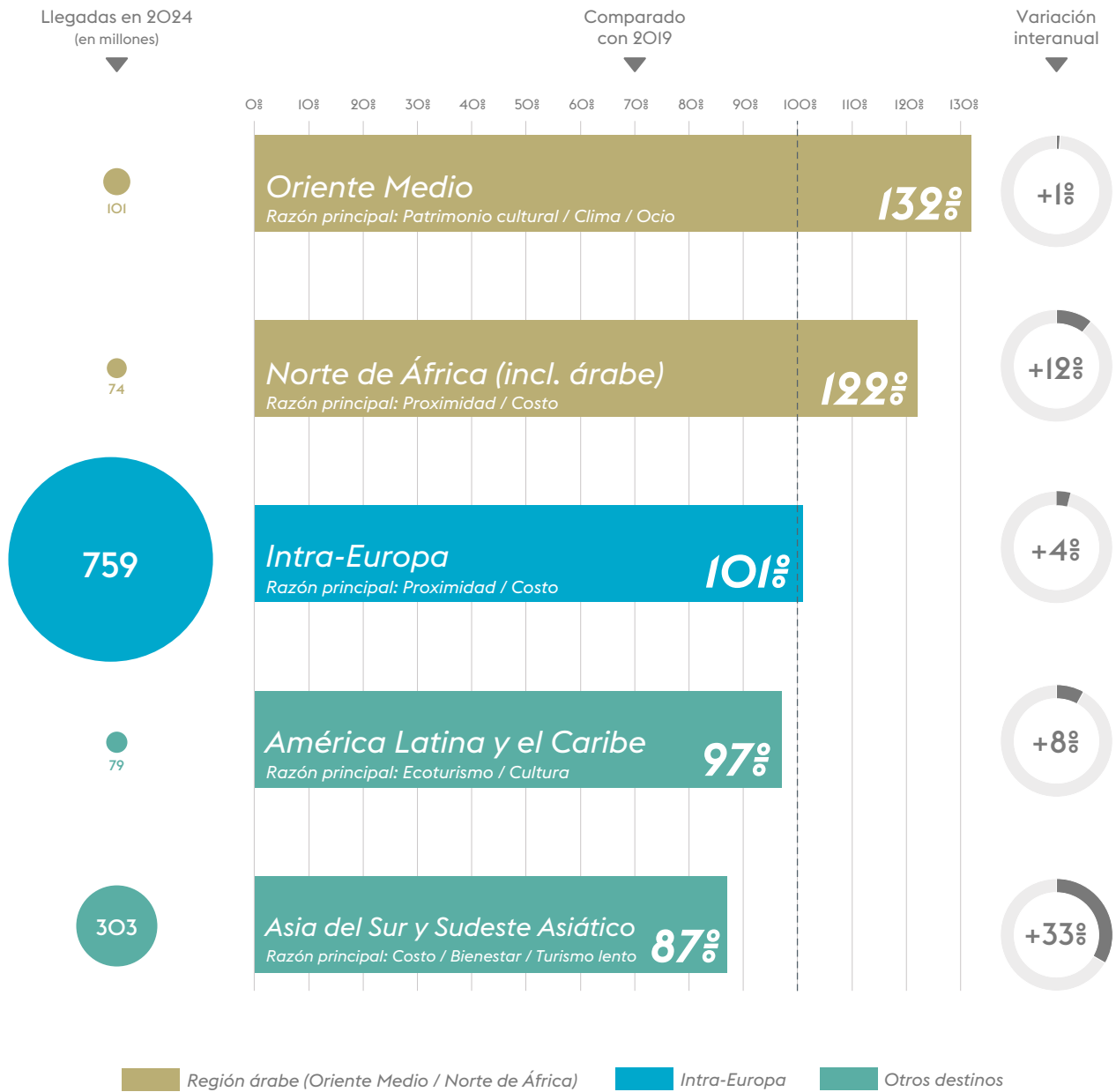
Fuente: UN Tourismx

## DE DÓNDE PROCEDEN LOS VISITANTES

En lo que respecta a los visitantes internacionales, los mercados europeos han sido históricamente fundamentales para el norte de África, ya que representan más del 60% de las llegadas a Egipto y aproximadamente el 40% de las de Marruecos y Túnez. En el caso del CCG, la cuota de mercado europea parte de una base mucho más baja, pero está aumentando, especialmente en Arabia Saudí, tras la apertura del turismo no religioso en 2019, donde la proporción de visitantes europeos pasó del 7% en 2018 a más del 11% en 2024.

Un análisis más detallado de los patrones turísticos de Europa muestra que retiene la abrumadora mayoría de sus propios flujos emisores: los viajes dentro de Europa representaron alrededor del 80% de todos los viajes emisores europeos en 2024. De los destinos extraeuropeos, el Norte de África (particularmente Marruecos, Túnez y Egipto) ha tenido mejores resultados que otras regiones en desarrollo a la hora de atraer flujos europeos.<sup>10</sup> América Latina, encabezada por México, Brasil y Costa Rica, también ha dejado una fuerte huella, mientras que el Sudeste Asiático (Tailandia, Vietnam, Indonesia) ha tardado más en volver a atraer visitantes europeos, alcanzando aproximadamente sólo el 87% de los niveles previos a la pandemia a finales de 2024.<sup>11</sup>

Figura 5: Destinos turísticos emisores de Europa



Fuente: Basado en datos de Oxford Economics, Capital Economics, Mabrian, Euronews, e informes del sector.

La posición competitiva del mundo árabe para los visitantes europeos es característica. Si bien las llegadas a Oriente Medio en su conjunto crecieron modestamente en 2024 (+1%), la región ha superado los niveles previos a la pandemia con el margen más amplio de cualquier destino mundial (132% de 2019). Los Estados Árabes del norte de África se benefician de sus fuertes vínculos lingüísticos e históricos con Europa, pero el atractivo del CCG para los viajeros europeos es cualitativamente diferente: ocio, conectividad global y el atractivo del sol invernal.



## IMPLICACIONES GEOECONÓMICAS

El conflicto actual plantea un riesgo particular para los viajes y el turismo en la región árabe, principalmente para el CCG. Entre los segmentos europeos, algunas pruebas anecdóticas ya reflejan el deterioro de las puntuaciones sobre la percepción de seguridad en los destinos del Golfo entre los viajeros del Reino Unido, Alemania, Francia e Italia.<sup>12</sup>

El turismo del CCG ha demostrado una fuerte capacidad de recuperación, ayudado por sus reservas fiscales y una rápida toma de decisiones e implementación de políticas. Pero el episodio actual es cualitativamente diferente en cuanto a escala y proximidad. Los próximos trimestres revelarán si las enormes inversiones en infraestructura realizadas por la región pueden absorber el impacto o si las curvas de demanda futura y la confianza de los inversores requerirán de un período más prolongado de recalibración.

Figura 6: Evaluación rápida del impacto sobre el sector turístico en el mundo árabe



Fuente: Basado en datos de Oxford Economics, Capital Economics, Mabrian, Euronews e informes del sector.

# NOTICIAS DE NEGOCIOS

Principales acuerdos y desarrollos euroárabes.



## SERVICIOS PROFESIONALES

---

Strategic Gears se convierte en la primera consultora saudí de la historia en establecer operaciones en España, con la misión de tender puentes entre los ecosistemas empresariales e institucionales de ambas regiones. Con una sólida experiencia en servicios de consultoría y formación en múltiples disciplinas y más de 13 sectores, Strategic Gears ofrece a sus socios españoles y europeos una puerta de entrada de confianza hacia la región del Golfo, y viceversa.

Su implantación refleja el creciente impulso de la Visión Saudí 2030 y el fortalecimiento de los lazos económicos entre el Reino de Arabia Saudí y España, abriendo un nuevo capítulo de colaboración bilateral en consultoría, inversión e intercambio de conocimiento.



## TRANSPORTE

---

**Renfe prorroga el contrato del AVE Meca-Medina hasta 2038** — El Ministerio de Transportes de España anunció una prórroga por cinco años del contrato de operador de Renfe para la línea ferroviaria saudita de alta velocidad, junto con la compra de aproximadamente una veintena de nuevos trenes a Talgo. Indra dará soporte a los sistemas tecnológicos. (Cinco Días, 05/02/26)



## ENERGÍA

---

**MOEVE y Acciona avanzan en el desarrollo de proyectos relacionados con el hidrógeno verde en Marruecos:** MOEVE se asocia con la saudí Taqa en materia de electrocombustibles en el país. Moeve se encargará de la producción y comercialización de amoníaco verde y combustible industrial, mientras que Taqa Marruecos suministrará energía renovable desde activos en el sur del país. Acciona, junto con la alemana Nordex y la estadounidense Ortus, producirá amoníaco renovable. (Industria Química, 11/02/26)

**Repsol gana una licencia de exploración petrolera en Libia:** la Corporación Nacional del Petróleo (NOC) de Libia autorizó a cinco compañías petroleras, incluida Repsol, a emprender nuevas exploraciones en veinte áreas terrestres y marinas, lo que marca la primera ronda de licitación adjudicada por Libia en 17 años. (Industria Química, 12/02/26)



## SEGURIDAD Y DEFENSA

---

**Navantia pone la quilla de la séptima corbeta para Arabia Saudí:** Las dos primeras corbetas del segundo programa contratado en 2025 esperan en el astillero para su botadura en fechas próximas (Navantia, 08/05/2026).

**El Grupo EM&E y EDGE forman una empresa conjunta de defensa de 1.500 millones de dólares:** el Grupo EM&E (España) y el grupo EDGE (EAU) firman un acuerdo para crear una empresa conjunta con sede en los Emiratos Árabes Unidos respaldada por una cartera comercial de aproximadamente 1.500 millones de dólares. La empresa establecería una fuerza laboral cualificada en los EAU que abarcaría ventas, ingeniería y gestión de programas. (Tedaee, 27/02/26)

## REFERENCIAS | NOTAS AL PIE

1. Global Travel Retail Magazine.
2. Strategic Gears. February 2026. "Tourism Diversification in KSA and Qatar."
3. Data on arrivals from Oxford Economics.
4. World Travel and Tourism Council.
5. Gulf News. "Saudi Arabia Attracts 122 Million Tourists in 2025."
6. UN Tourism World Tourism Barometer. January 2026.
7. Sahnik Insights, "Saudi Arabia Set to Deliver 362,000 New Hotel Rooms by 2030."
8. Roland Berger, "The UAE Tourism Strategy 2031."
9. Economy Middle East, "ATM 2026: GCC Carriers Order 780 Aircraft."
10. CBI Netherlands, "European Outbound Tourism Market," 2024.
11. UN Tourism, International Tourism Highlights 2025.
12. Euronews, "Middle East War Disrupts Tourism," March 2026.







**Strategic Gears**  
Management Consultancy



Veinte años JUNTOS

٢٠|٢٠

Casa Árabe  
البيت العربي

عشرون عاماً معاً

Inteligencia Económica Árabe es una serie de informes (policy briefs) elaborados por Strategic Gears en colaboración con Casa Árabe, con el objetivo de informar y sensibilizar sobre el creciente espacio económico entre Europa y el mundo árabe. La información contenida en este documento tiene exclusivamente fines informativos y educativos, y no debe interpretarse como asesoramiento en materia de inversión ni como sustituto de servicios de consultoría o asesoramiento profesional. Para cualquier consulta adicional, póngase en contacto con [info@strategicgears.com](mailto:info@strategicgears.com).