

VERANO 2024

HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS DEL TURISTA NACIONAL

Observatorio Nacional del Turismo Emisor

► **INFORME 13**

***observa* TUR**



ENTIDADES PATROCINADORAS

AMADEUS AON BERONI

Carrefour viajes  IAG7/airMET/ viajes servicios/ IBERIA 

 ILUNION Hotels Mundiplan

reinizia^T  **Unav**
unión de agencias de viajes

ENTIDADES COLABORADORAS

 **Task ONE**
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

asociación española de profesionales del turismo


grupo de investigación en Estudios urbanos y del turismo






Creado en abril de 2018, el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor.

Esta herramienta de análisis y estudio ofrece una visión privilegiada de lo que ocurre cada temporada y de los cambios que se van produciendo en la industria turística año tras año, desde el punto de vista del viajero español y del profesional del viaje.

Para ello, ahonda en el comportamiento del turista: cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda o cuáles son sus hábitos de compra, entre otros aspectos.

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Iryo, Mundiplan, ReiniziaT y la Unión Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

También participan como empresas colaboradoras la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), la Universidad Autónoma de Madrid, a través del Grupo de Investigación en Estudios Urbanos y Turismo (UrbyTur), y la firma consultora Task ONE, especializada en comunicación estratégica y marketing de contenidos.



- ▶ **Relación de entidades patrocinadoras • 3**
- ▶ **Qué es ObservaTUR • 5**
- ▶ **Presentación • 9**
- ▶ **Resumen ejecutivo • 11**
- ▶ **A modo de contexto • 23**

MÓDULO 1 > La visión de los viajeros

CAMPAÑA DE VACACIONES 2024

- ▶ **Previsiones más destacadas para las vacaciones • 27**
- ▶ **Elementos impulsores de los viajes • 28**
- ▶ **Elementos impulsores de los viajes (género y edad) • 28**
- ▶ **Razones para no salir de vacaciones • 29**
- ▶ **Razones para no salir de vacaciones (edad) • 30**

VERANO '24 • ELEMENTOS BÁSICOS DE LOS VIAJES PREVISTOS

- ▶ **Decisiones tomadas para las vacaciones. Evolución • 33**
- ▶ **Decisiones tomadas (según género y edad) • 34**
- ▶ **¿Con quién te vas a ir de vacaciones? • 35**
- ▶ **¿Con quién te vas a ir de vacaciones? Evolución • 36**
- ▶ **¿Qué mes se elige para las vacaciones? • 37**
- ▶ **¿Qué mes se elige para las vacaciones? Evolución • 38**
- ▶ **¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones? • 39**
- ▶ **Tipo de alojamiento previsto para las vacaciones • 40**
- ▶ **Alojamiento decidido • 40**
- ▶ **Alojamiento decidido. Evolución • 41**
- ▶ **Medio de transporte decidido • 43**
- ▶ **Medio de transporte decidido. Evolución • 44**
- ▶ **Destino decidido • 45**
- ▶ **Detalle del destino • 46**
- ▶ **Motivo principal de elección de destino • 47**
- ▶ **Tipo de viaje en destinos decididos. Detalle • 48**
- ▶ **Tipo de viaje en destinos decididos. Evolución • 49**

PRESUPUESTO PARA LAS VACACIONES

- ▶ Presupuesto máximo • 51
- ▶ Presupuesto medio por persona • 52
- ▶ Distribución del presupuesto • 53
- ▶ Distribución del presupuesto (genero y edad) • 53
- ▶ Posibilidades de financiación • 53

LAS RESERVAS

- ▶ Las reservas • 55
- ▶ Valoración del servicio en agencias • 56

MÓDULO 2 > La visión de las agencias

VERANO 2024 • PERSPECTIVA GENERAL

- ▶ Perspectiva general • 59
- ▶ Situación en los últimos 6 meses • 61
- ▶ Expectativas para los próximos 6 meses • 62
- ▶ Confianza entre las agencias de viajes • 63
- ▶ Expectativas de empleo y precios • 63

SITUACIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS RESERVAS

- ▶ Expectativas • Visión general • 67
- ▶ Expectativas • Tipo de reserva • 67
- ▶ Expectativas • Duración del viaje • 69
- ▶ Expectativas • Tipo de destino • 70
- ▶ Expectativas • Destinos nacionales 1 • 70
- ▶ Expectativas • Destinos nacionales 2 • 71
- ▶ Expectativas • Destinos internacionales 1 • 72
- ▶ Expectativas • Destinos internacionales 2 • 74

TENDENCIAS VERANO 2024 ▫ VIAJES

- ▶ Las tendencias que vienen • 75
- ▶ Servicios más valorados de las agencias • 76

MÓDULO 3 > Apuntes metodológicos

- ▶ Informe sobre viajeros • 81
- ▶ Informe sobre agencias • 82

PRESENTACIÓN

Todo apunta a que **2024 puede ser un gran año para el turismo nacional e internacional**, con cifras de actividad que, ahora sí, parecen haber superado (con creces, en ciertas ocasiones) épocas pasadas —aunque muy recientes— que todos deseamos que nunca vuelvan a suceder.

Así además lo confirman todos los estudios e informes de prospectiva de organismos e instituciones, desde [ONU Turismo](#) hasta la [Comisión Europea](#), pasando por el [Consejo Mundial de Viajes y Turismo](#) (WTTC), o, en nuestro país, Caixa Research, Exceltur o la Mesa del Turismo, que en todos los casos pronostican grandes datos para el presente ejercicio.

Vaticinios, eso sí, que también llaman a la prudencia. **Porque hay que tener muy presente siempre que todavía persisten algunas incertidumbres en la industria.**

En unos casos debidas a **cuestiones de índole económica** (incremento de los costes, subida de las materias primas, aumento de los precios de la energía...) y, en otros, como **consecuencia de las circunstancias geopolíticas que se suceden**, como es el incierto desarrollo que puede tener la invasión rusa de Ucrania o el conflicto en Oriente Medio.

Cuando no asuntos domésticos, ya sean vinculados al ámbito normativo, impositivo o regulatorio. Sin olvidar las corrientes minoritarias contrarias al turismo, a pesar de ser la **principal fuente de riqueza de nuestro país**, con un peso en aumento tanto en términos de riqueza nacional (casi el 13% del PIB) como de ocupación (con un 13% del total de afiliados de la economía).

En este contexto, **este nuevo estudio de temporada del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR) no es ajeno al momento feliz que se disfruta** (que además es extensivo a todos los segmentos) y, por tanto, se sitúa en la misma dirección.

Es decir, **anticipa una campaña de verano exitosa para nuestra industria, con unas expectativas abiertamente al alza**, como confirman tanto los viajeros como los profesionales de las agencias que han participado en este **nuevo informe, decimotercero desde que se puso en marcha este instrumento de seguimiento y monitorización**, gracias al respaldo de empresas líderes del sector encuadradas en diferentes segmentos, que es precisamente uno de sus valores más destacados.

Desde esa doble perspectiva, por tanto, como ya viene siendo habitual, **se recogen las principales previsiones del primero de los grandes periodos vacacionales** (destinos más destacados, periodos preferidos, medios de transporte empleados, alojamientos, presupuesto...).

Igualmente se indaga sobre la evolución que puede tomar el turismo en los próximos meses, así como las perspectivas de futuro que se advierten.

Además se profundiza en otras cuestiones apegadas a la situación actual, que en general —como se ha dicho— se considera extraordinaria, con registros muy positivos (si finalmente se confirman) tanto para el turismo emisor como para el receptor, en el que **nuestro país se posiciona como uno de los destinos favoritos del turismo internacional**, según los informes de tendencias elaborados por la red de consejerías de España.

Desde este optimismo menos contenido que otras veces, **los miembros de ObservaTUR quieren dar las gracias a cuantos han hecho posible una vez más este informe**, que si se ha consagrado como un referente de consulta, trabajo y opinión dentro del sector lo es por todo el conocimiento que atesoran y transmiten quienes colaboran en su redacción.

Gracias a todos, por tanto. Y feliz verano 2024.

VERANO 2024

hábitos y comportamientos del turista nacional

RESUMEN EJECUTIVO



LA OPINIÓN DE LOS VIAJEROS

Para comenzar, un dato relevante: **cerca del 94% de los entrevistados viajarán este verano**, un 80% lo hará seguro y un 14% lo considera más que probable.

Estos porcentajes suponen, con respecto a 2023, **un aumento de 9 puntos en la proporción de aquellos que lo tienen contemplado o ven probable un viaje**. Cabe señalar, además, el incremento en 11 puntos en el grupo que lo sostiene con mayor rotundidad, pasando de un 69% a un 80%.

En torno a un 7% de los consultados, en cambio, declara que no saldrá este verano: un 4% afirma estar convencido de que no viajará y un 3% lo considera improbable.

▶ Elementos impulsores de los viajes

Relajarse, descansar y desconectar son los factores de mayor peso a la hora de emprender las vacaciones de verano.

Así lo entienden, sin ambages, el 23% de los participantes en el estudio, aspectos que, además, son igualmente referidos por el 54% como los tres más destacados. Tales números convierten estos elementos en los principales impulsores de los viajes esta próxima campaña estival.

En un segundo nivel, se sitúan otros asuntos, como con:

- que el alojamiento sea de calidad (15% y 42%),
- que el viaje sea barato (14% y mencionado por el 40%),
- que exista la posibilidad de realizar actividades diversas (9% y 32%),
- que el destino no esté masificado (8% y 31%) y
- que el destino sea nuevo, desconocido (13% y 27%).

▶ Razones para no salir de vacaciones

De igual manera que en años previos, **en 2024 las consideraciones económicas aparecen como las principales responsables para no viajar.**

Así, el 55% aduce motivaciones de este tipo (-3% sobre 2023), el 40% señala el incremento de los precios (+12 % sobre 2023) y el 15% sostiene como argumento la caída de ingresos (-11% sobre 2023).

De nuevo, y como ya ocurriese en 2023 (aunque en una proporción ligeramente superior, +7%), las causas más citadas son las que están relacionadas con la falta de tiempo por trabajo o estudios (28%).

Por detrás, se encuentran los que sienten miedo por las consecuencias de la guerra de Ucrania y el conflicto de Oriente Medio (5,4%) y las personas que tienen que cuidar a sus mayores (5%).

VERANO '24 • ELEMENTOS BÁSICOS DE LOS VIAJES PREVISTOS

Todos los que prevén desplazarse este verano, prácticamente, tienen algunas características del viaje confirmadas, con datos muy similares al año 2023.

Las personas con las que se hará el viaje es el acuerdo tomado en mayor proporción (93%), seguido del medio de transporte (86%). El alojamiento escogido aparece en tercer lugar (con la decisión adoptada por el 80% de los consultados) y el cuarto lo ocupa la duración del viaje (80%). El destino (75%) cierra este capítulo.

De modo semejante a años previos, **el presupuesto es referido como el ámbito de decisión que más dudas genera entre los viajeros**, habiendo sido resuelto por un 61% de los entrevistados.

▶ **¿Con quién te vas a ir de vacaciones?**

Planificar las vacaciones de verano con la pareja es la fórmula más habitual (76%). Muy lejos se sitúan otras compañías: los hijos (39%), los amigos (18%) y otros familiares (13%).

A la hora de viajar, el histórico ofrece unos índices muy parejos, con oscilaciones no demasiado pronunciadas, y si acaso reseñar el aumento más o menos sostenido de quienes viajan solos (5 puntos más en su evolución: del 3% en 2020 al 8% en 2024). Igualmente remarcar la subida paulatina que se advierte en los viajes en grupo.

▶ **¿Qué mes se elige para las vacaciones?**

Al igual que en años anteriores, **agosto ocupa las preferencias para tomar las vacaciones de verano (38%), seguido del mes de julio, que es la opción predilecta de 3 de cada 10 viajeros**.

Las variaciones respecto a años anteriores son, en general, reducidas, con dos meses claramente posicionados en las preferencias de los viajeros nacionales: julio y agosto

Habrá que observar si la caída de agosto de 2024 (el dato más bajo en el histórico) se consolida en el tiempo, y si lo hace en favor del mes de septiembre, que en la presente campaña subiría 5 puntos con respecto a 2023 y registra el mejor guarismo de la serie.

Julio, mientras, es un periodo con un grupo estable de fieles: 3 de cada 10 consultados opta por esta fecha, con variaciones muy ligeras.

▶ **¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones?**

7 de cada 10 viajeros nacionales toma entre una semana y 15 días de vacaciones, según revelan los consultados por este informe, y tres de ellos lo hacen únicamente durante 7 días. Y sólo uno de cada 10 disfruta de más de 15 días de vacaciones.

▶ **Tipo de alojamiento previsto para las vacaciones**

3 de cada 4 de entrevistados aproximadamente afirman que viajarán contratando alojamiento (77%). Un 23%, mientras, pasará las vacaciones en casa de algún familiar o amigo o en su 2ª residencia.

▶ Alojamiento decidido

El hotel vuelve a encabezar el tipo de alojamiento decidido (57%). Tras esta alternativa vacacional se sitúa en preferencias el apartamento turístico (24%).

En un tercer nivel, a distancia, se opta por el resto de fórmulas, como los hostales o pensiones (6%), las casas rurales (3%), etc.

El hotel tiende a aumentar según avanza la edad, alcanzando a casi el 60% entre los 35 y 64 años. Por otro lado, el piso turístico es la elección de 1 de cada 4 de los perfiles más jóvenes.

En la serie, **el hotel continúa su crecimiento, aumentando 8 puntos respecto a 2023 y alcanzando su mayor valor en el histórico** (17 puntos más que en 2020).

El apartamento turístico, por el contrario, desciende a niveles similares al año 2020. El resto de alojamiento no presenta grandes cambios en comparación con 2023.

▶ Medio de transporte decidido

Los viajeros que ya tienen planificado el medio de transporte elegirán en su mayoría el coche particular (49%). Por detrás, se optará por el avión, escogido por un 40%.

El resto de los transportes estarían en un tercer nivel, a distancia de los dos primeros. **Entre ellos destaca el tren, por ser empleado por el 16 % de los entrevistados.**

La evolución permite constatar que el coche, desde el año 2020, sigue una tendencia descendente, registrando en 2024 su valor más bajo del histórico (49%).

El avión, por el contrario, mantiene el mismo porcentaje que en 2023 (40%), y continúa siendo el segundo medio de transporte más utilizado durante el verano y sigue una propensión al alza.

En cuanto al tren, se aprecia una corriente en aumento, obteniendo el registro más elevado de la serie (16%).

▶ Destino decidido

Entre quienes ya tienen lo tienen decidido, **algo menos de dos tercios optarán por un destino nacional (65%),** mientras que el porcentaje restante (**aproximadamente un tercio de los consultados**) se decantará por un emplazamiento internacional.

Por segmentos, no hay grandes diferencias. Referir, si acaso, a los viajeros entre 35-49 años, que eligen más los destinos en España (70%), mientras que los más jóvenes prefieren moverse fuera de nuestras fronteras (41%).

En lo relativo a la evolución observada, hay que decir que **los valores de 2024 son similares a los dos años anteriores (2023 y 2022),**

recuperando con nitidez la cuota perdida en los desplazamientos al extranjero, marcados claramente por las restricciones y los cierres registrados por la crisis del Covid.

En el plano nacional, los dos principales puntos de interés señalados por los entrevistados son la Costa Mediterránea (18%) y Andalucía (17%), seguidos por el Cantábrico (12%).

Si se analizan en detalle los movimientos fuera de nuestras fronteras, se aprecia que **la visita a las capitales europeas (13%) y las rutas culturales por este continente (8%) son los dos destinos decididos más frecuentes.**

En conjunto, **Europa parece ser el lugar predilecto para los viajeros con salidas internacionales decididas, alcanzando más de un 20% el total de sus menciones.** El resto están más alejados de los dos destinos extranjeros preferidos.

Motivo principal de elección de destino

La causa más citada para justificar la elección del destino es el coste (20%) y, en una proporción similar (19%), aparecen las menciones relativas a la oferta de ocio/gastronómica.

Tras estas razones, en un segundo término, se refiere que se trata de un viaje pendiente desde hace tiempo (13%) o bien que se lo han recomendado (12%). La propia experiencia y la no sobrecarga, cada uno con un 10%, son factores igualmente muy señalados.

Tipo de viaje en destinos decididos. Detalle

Los viajes de sol y playa son, con diferencia, la opción favorita para los viajeros nacionales (42%), y prácticamente duplica a la segunda de las alternativas, el turismo cultural, modalidad elegida por dos de cada 10 entrevistados (22%).

Los viajes a la naturaleza y al medio rural y los familiares son igualmente vertientes muy referidas (11%), muy por encima también de otras fórmulas: turismo de relax y bienestar (5%), turismo experiencial (4%), ecoturismo (2%) y deporte/aventura (1%).

Analizando su progreso, **los viajes de sol y playa se consolidan claramente como el tipo de destino preferido** y crecen tres puntos respecto a 2023, rompiendo la tendencia descendente que mantenía desde hace 2 años.

La segunda predilección de los nacionales la ocupan los viajes culturales, que no paran de crecer en el histórico, consolidándose con una de las fórmulas de mayor auge (14 puntos en la serie).

Llama la atención cómo se habría desinflado el interés hacia el turismo de bienestar y de salud, que registra una caída muy pronunciada (12 puntos comparado con 2023).

▶ Presupuesto máximo

El **presupuesto medio por persona para las vacaciones de este verano será de 677€**. El gasto medio previsto, por tanto, continúa su tendencia al alza, **creciendo en 51€/persona respecto a 2023**.

Entre los hombres, el gasto medio previsto por persona se encuentra por encima de los 700 euros (735 euros), cantidad significativamente superior a la que se registra entre las mujeres (615 euros). Atendiendo a los distintos segmentos de edad, **el gasto medio por persona aumenta a medida que la edad crece**.

▶ Distribución del presupuesto

Considerando las opiniones manifestadas por los entrevistados, **el gasto entre los distintos elementos del viaje se distribuiría en sus principales partidas del siguiente modo:**

- Alojamiento → 33%
- Gastos en restauración → 24%
- Transporte → 19%

▶ Posibilidades de financiación

6 de cada 10 viajeros NO se plantearían hacer uso de una forma de financiación, aunque pueda resultar una propuesta atractiva y con unos intereses razonables para su viaje de verano.

En función de este dato, y tomando como referencia el año 2023, **se eleva de manera notoria (3 de cada 10 viajeros más) el número de personas que consideraría esta financiación para disfrutar de su periodo vacacional**.

▶ Las reservas

A la hora de contratar algún elemento de sus vacaciones de verano, **los jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años serían los más previsores**. Esta anticipación va disminuyendo conforme va avanzando la edad de los viajeros.

La mayoría de los consultados que han reservado o contratado algún servicio han utilizado una agencia física u online para la reserva (77%). Las personas más mayores (65-74 años) son visiblemente las que mayor uso han hecho de una agencia para reservar/contratar.

▶ Valoración del servicio en agencias

Algo más de la mitad de las personas (55%) que habían realizado una reserva en una agencia en el momento de la entrevista le **otorgan una valoración muy alta (9 ó 10)**.

El 44% ofrece puntuaciones entre los 5 y los 8 puntos y únicamente el 1% refleja insatisfacción con el servicio. **La calificación media general es de 8,6 puntos**.

LA OPINIÓN DE LAS AGENCIAS

VERANO 2024 • PERSPECTIVA GENERAL

Los empleados de las agencias tienen una visión muy nítida sobre el próximo periodo vacacional: **los viajeros están ilusionados ante el hecho de viajar y hacerlo además con los mejores precios**, intentando obtener el máximo ahorro.

Con todo, prevén que aumente el gasto por persona/viaje, si bien entienden que ese incremento no compensará el efecto de la inflación. Quizás por esta razón, perciben un leve decaimiento en las emociones manifestadas.

Otra consideración general destacada que advierten los expertos en esta campaña es una **mayor inquietud en la búsqueda de sitios nuevos y emergentes** (1 de cada 3 percibe este deseo), tal vez con la pretensión de aminorar costes, a lo mejor para evitar las sobrecargas o, simplemente, por un nuevo espíritu surgido tras la pandemia, ahora que las fronteras se han abierto de nuevo al mundo.

■ POSIBLES ACELERADORES ▫ IMPORTANCIA

El deseo de viajar de los ciudadanos, en cualquier caso, se mantiene como el gran acelerador de la actividad turística, según los profesionales de las agencias.

Mejoran ligeramente con respecto al verano pasado la importancia del ahorro de las familias y las ofertas atractivas de viajes.

■ AMENAZAS EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

De cara al futuro, **la subida de los precios se identifica como el principal riesgo a considerar (82%)**, aunque cae 15 puntos en comparación con 2023.

La preocupación por los conflictos de Ucrania y Oriente Medio va en aumento, con un incremento de más de 30 puntos, acrecentado probablemente por los enfrentamientos desatados en el Cercano Oriente tras los ataques del 7 de octubre de 2023.

En coherencia, **también se incrementan los temores a las amenazas globales**, que suben 37 puntos porcentuales.

Otro asunto que eleva la incertidumbre en el turismo, a juicio de los agentes de viajes, es la situación política doméstica, que sube 13 puntos y alcanza su pico en 2024.

A pesar del temor que existe por la escalada de los precios, parecen disiparse las dudas sobre una posible nueva crisis económica, un tema que decae 30 puntos con respecto a 2023.

La sobrecarga de los destinos ocupa la última plaza en las preocupaciones de los profesionales de las agencias, aunque hay que hacer notar el crecimiento que registra desde 2022.

Situación en los últimos 6 meses

Aunque los pasados 6 meses siguen considerándose positivos para el sector, las agencias de viajes y su propia agencia, **disminuye considerablemente esta visión positiva con respecto a cómo se calificaba la situación el pasado año.**

- Al igual que se veía en los últimos años, **la situación económica sólo tiene un balance negativo cuando se refiere al global del país** y puede decirse que esta visión se mantiene en la línea de 2023.
- En cambio, **la situación del sector turístico, de las agencias y de su propia agencia es evaluada de forma favorable,** si bien se observa un decremento llamativo comparativamente a la medición del año pasado, aminorándose en todos los casos.

Expectativas para los próximos 6 meses

En coherencia con la ilusión que perciben los profesionales sobre los viajeros, **las perspectivas para el sector y las agencias son positivas, pero también en correlación con las cautelas económicas, prosigue cierta propensión al descenso, tal y como se advertía en 2023,** proyectando ahora unas expectativas menos favorables.

- **Las previsiones para los próximos 6 meses son negativas para la economía nacional** (con un balance prácticamente igual al del año pasado, -29 puntos).
- **Las estimaciones son positivas, en cambio, para el sector turístico (+11), y para la propia empresa (+19).**
- **A propósito de las agencias de viajes, el balance positivo es solo de 1 punto,** por lo que se trata de un grupo que considera que se mantendrá más bien estable.

Confianza entre las agencias de viajes

La confianza de los cuatro ámbitos (economía, sector, agencias de viajes y la propia agencia) es algo menor que la reflejada el verano pasado.

- En este caso, **el mayor refrendo se da en el seno de las agencias,** sobre todo cuando se habla de su propio establecimiento.

- En lo concierne a la economía nacional, **la situación se muestra prácticamente igual que en 2023 y la confianza aquí sigue luciendo en rojo** (en torno a 30 puntos porcentuales menos).

▶ **Expectativas de empleo y precios**

Las previsiones sobre el empleo mantienen una buena tónica, aunque por debajo de las que se registró el año pasado. **Los precios son considerados mayormente desfavorables**, pero se observa cierta recuperación con respecto a 2023.

SITUACIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS RESERVAS

De media, **la proporción de reservas ya realizadas se sitúa en torno al 41%**.

Respecto a la temporada pasada, **se estima que las contrataciones se retrasarán (42%) o bien se mantendrán (40%)**.

▶ **Expectativas • Tipo de reserva**

Las predicciones sobre las contrataciones de alojamiento, de transporte y de actividades en destino apuntan más bien a la estabilidad y son inferiores a las del verano pasado. En cambio vemos una clara visión positiva en cuanto a las reservas de seguros.

▶ **Expectativas • Duración del viaje**

De cara a la temporada vacacional, se confía en que se incrementen todos los tipos de viajes definidos en función de su duración, excepto en los de más de siete días, que disminuirán (-19 puntos).

En todo caso, **las previsiones, aunque positivas en su mayoría, son moderadamente inferiores a las que se han venido dando en los dos últimos veranos**.

▶ **Expectativas • Tipo de destino**

Se espera un alza en ambos destinos (nacionales e internacionales), pero se rebajan las previsiones de crecimiento con respecto al verano pasado.

- Aunque las expectativas positivas de los viajes internacionales superan a las de los nacionales, se constata que disminuyen en comparación con el verano de 2023.

▶ **Expectativas • Destinos nacionales**

En función de las opiniones, **se contempla un crecimiento en playas insulares, mientras que en las peninsulares y los espacios naturales la expectativa tiende a la estabilidad**. Parece que hay cierto pesimismo en cuanto a las reservas de destinos rurales.

Los profesionales estiman también una previsión de crecimiento para los destinos de ciudad, mientras que se espera que los parques temáticos y, en especial, los circuitos nacionales disminuyan.

▶ **Expectativas • Destinos internacionales**

En este contexto, **se anticipan aumentos en las reservas de capitales europeos y de cruceros**, mientras que en otros destinos (como circuitos europeos y parques temáticos) la previsión es de estabilidad.

Los agentes de viajes **esperan crecimientos al Caribe y una mejora en los desplazamientos de larga distancia**, mientras que los destinos de aventura siguen su tendencia al descenso.

TENDENCIAS VERANO 2024 ▫ VIAJES

En el apartado de tendencias para este verano, **los agentes destacan en especial la flexibilidad y la política de cancelación como elementos clave en la contratación.**

Los clientes, además, según los profesionales del canal, **buscan experiencias más personalizadas y menos convencionales, y destinos más económicos.**

Por el contrario, **los agentes no perciben que haya mayor demanda de destinos sostenibles.**

Los agentes apuestan por un crecimiento en todos los sectores, en especial el experiencial y el de turismo senior.

Otra tendencia que se subraya de cara a la nueva campaña vacacional, a juicio de los consultados: **1 de cada 3 viajeros buscan sitios nuevos y emergentes.**

▶ **Servicios más valorados de las agencias**

El asesoramiento profesional se mantiene como el capítulo más valorado de una agencia de viajes.

- Aunque el consejo experto sigue liderando el apartado de servicios más apreciados de una agencia, **se advierte una disminución de su importancia con respecto al verano pasado.**
- **En un segundo plano se sitúan la seguridad y garantías que proporcione la agencia;** la capacidad de personalización se incrementa con respecto a los dos últimos veranos.
- **La capacidad para personalizar viajes, tercer servicio más reseñado, pierde algo de presencia** en comparación con la campaña vacacional pasada, si bien mejora su dato de elección en primer lugar.



A MODO DE CONTEXTO

De acuerdo con los datos de la [Encuesta de Turismo de Residentes](#) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), **los residentes en España realizaron 185,9 millones de viajes en el conjunto del año 2023, un 8,5% más que en 2022.**

Las pernoctaciones correspondientes a estos viajes superaron los 802 millones, con un aumento del 19,1%. Por su parte, **el gasto total asociado ascendió un 16,8%, hasta 58.750 millones de euros.**

El 89,6% de los viajes tuvo como destino principal España y el 10,4% el extranjero. Los viajes con destino interno acumularon el 80,2% de las pernoctaciones y el 67,6% del gasto total, con un gasto medio diario de 62 euros.

Por su parte, **los viajes al extranjero supusieron el 19,8% de las pernoctaciones y el 32,4% del gasto total, con un gasto medio diario de 120 euros.**

Los principales motivos de viaje en 2023 fueron el ocio (52% del total) y las visitas a familiares o amigos (33,4%). Completan este apartado los viajes de negocios y por razones profesionales (9,6%) y otros motivos (5%).

Los viajes de ocio acumularon el 60,5% del gasto total, con un gasto medio diario de 81 euros. **El gasto medio diario más elevado fue el de los viajes de negocios (133 euros).**

Más información en la web del INE, o [haciendo clic aquí](#).

¹ Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR). Cuarto trimestre de 2023 y año 2023. Últimos datos disponibles hasta el día 26 de marzo de 2024. Datos elaborados a partir de la nota de prensa emitida el día 26 de marzo de 2024.

VIAJES SEGÚN DESTINO			
	Viajes	%	Variación anual
TOTAL	185.895.163	100,0	8,5
España	166.604.638	89,6	7,3
Extranjero	19.290.525	10,4	19,6

VIAJES SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE Y DESTINO PRINCIPAL			
	Viajes	%	Variación anual
TOTAL	185.895.163	100,0	8,5
Ocio, recreo y vacaciones	96.590.985	52,0	9,2
Visitas a familiares o amigos	62.146.266	33,4	6,2
Negocios y otros motivos profesionales	17.832.415	9,6	22,9
Otros motivos	9.325.497	5,0	-6,0
ESPAÑA	166.604.638	100,0	7,3
Ocio, recreo y vacaciones	84.624.813	50,8	7,7
Visitas a familiares o amigos	57.677.980	34,6	5,7
Negocios y otros motivos profesionales	15.727.218	9,4	22,0
Otros motivos	8.574.627	5,1	-7,2
EXTRANJERO	19.290.525	100,0	19,6
Ocio, recreo y vacaciones	11.966.172	62,0	21,5
Visitas a familiares o amigos	4.468.286	23,2	12,4
Negocios y otros motivos profesionales	2.105.197	10,9	29,5
Otros motivos	750.870	3,9	9,2

GASTO TOTAL SEGÚN DESTINO			
	Gasto total (millones €)	%	Variación anual
TOTAL	58.750,0	100,0	16,8
España	39.698,4	67,6	12,0
Extranjero	19.051,7	32,4	28,2

GASTO TOTAL SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE Y DESTINO PRINCIPAL			
	Gasto total (millones €)	%	Variación anual
TOTAL	58.750,0	100,0	16,8
Ocio, recreo y vacaciones	35.535,1	60,5	18,1
Visitas a familiares o amigos	11.992,6	20,4	13,0
Negocios y otros motivos profesionales	8.526,1	14,5	21,5
Otros motivos	2.696,2	4,6	4,9
ESPAÑA	39.698,4	100,0	12,0
Ocio, recreo y vacaciones	24.123,5	60,8	12,8
Visitas a familiares o amigos	8.602,1	21,7	14,3
Negocios y otros motivos profesionales	5.117,5	12,9	10,5
Otros motivos	1.855,2	4,7	-1,4
EXTRANJERO	19.051,7	100,0	28,2
Ocio, recreo y vacaciones	11.411,7	59,9	31,1
Visitas a familiares o amigos	3.390,4	17,8	10,1
Negocios y otros motivos profesionales	3.408,5	17,9	43,1
Otros motivos	841,0	4,4	21,8

VERANO 2024

hábitos y comportamientos del turista nacional

MÓDULO 1
**LA VISIÓN DE LOS
VIAJEROS**



CAMPAÑA DE VACACIONES 2024

▶ Previsiones más destacadas para las vacaciones

Para comenzar, un dato extraordinario: **cerca del 94% de los entrevistados viajarán este verano**, un 80% lo hará seguro y un 14% lo considera más que probable, según manifiestan.

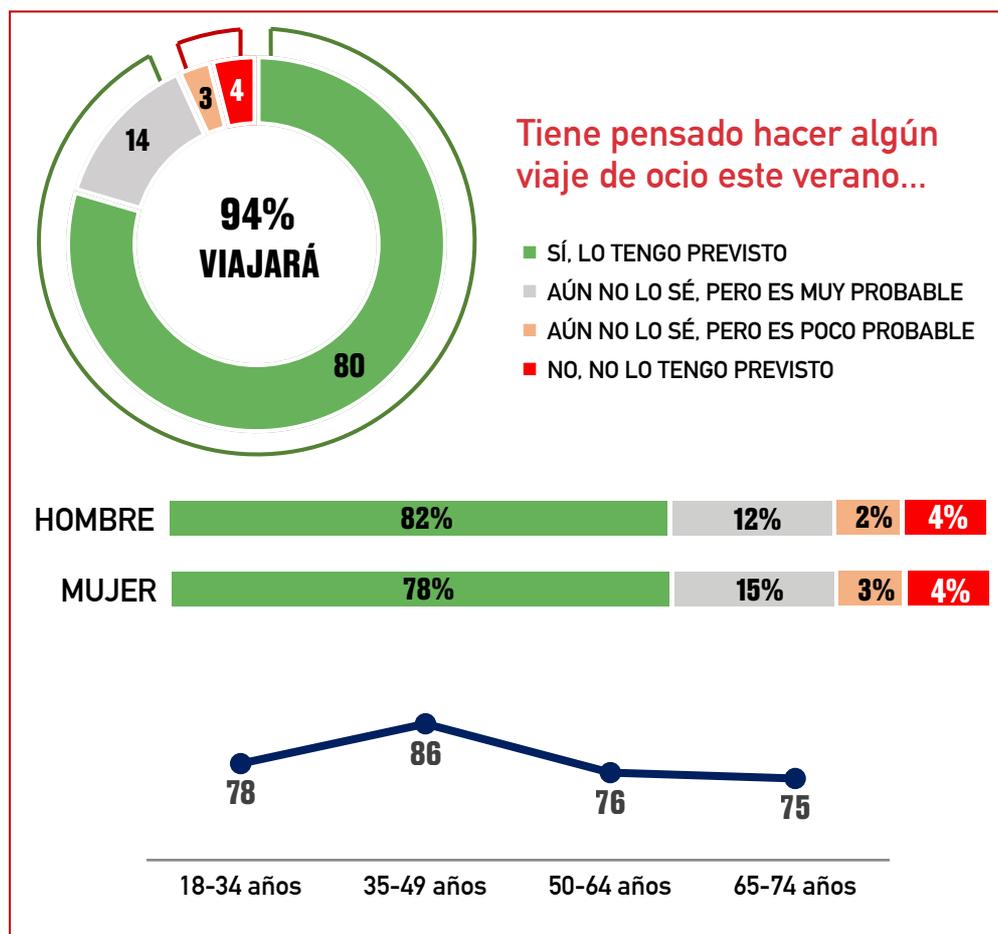
Estos porcentajes suponen, con respecto al año pasado, **un aumento de 9 puntos en la proporción de aquellos que lo tienen ya contemplado o ven probable un viaje**.

Cabe señalar, además, el incremento en 11 puntos del grupo que lo sostiene con mayor rotundidad, pasando de un 69% a un 80%.

Entre las mujeres y los más mayores se percibe un menor optimismo con respecto a esta previsión.

En torno a un 7% de los consultados, en cambio, declara que no saldrá este verano: un 4% afirma estar convencido de que no viajará y un 3% lo considera improbable.

🗨 VERANO 2024 · PREVISIONES PARA LAS VACACIONES



▶ Elementos impulsores de los viajes

Relajarse, descansar y desconectar son los factores de mayor peso a la hora de emprender las vacaciones de verano.

Así lo entienden, sin ambages, el 23% de los participantes en el estudio, aspectos que, además, son igualmente referidos por el 54% como los tres más destacados. Tales números convierten estos elementos en los principales impulsores de los viajes esta próxima campaña estival.

En un segundo nivel, se sitúan otros asuntos, como con:

- que el alojamiento sea de calidad (15% y 42%),
- que el viaje sea barato (14% y mencionado por el 40%),
- que exista la posibilidad de realizar actividades diversas (9% y 32%),
- que el destino no esté masificado (8% y 31%) y
- que el destino sea nuevo, desconocido (13% y 27%).

Por debajo del 10% en primera mención se enuncian la duración, la extensión del seguro, la rapidez del trayecto, la sostenibilidad del destino y el asesoramiento de una agencia de viajes.

🗓 VERANO 2024 · ELEMENTOS IMPULSORES DE LOS VIAJES

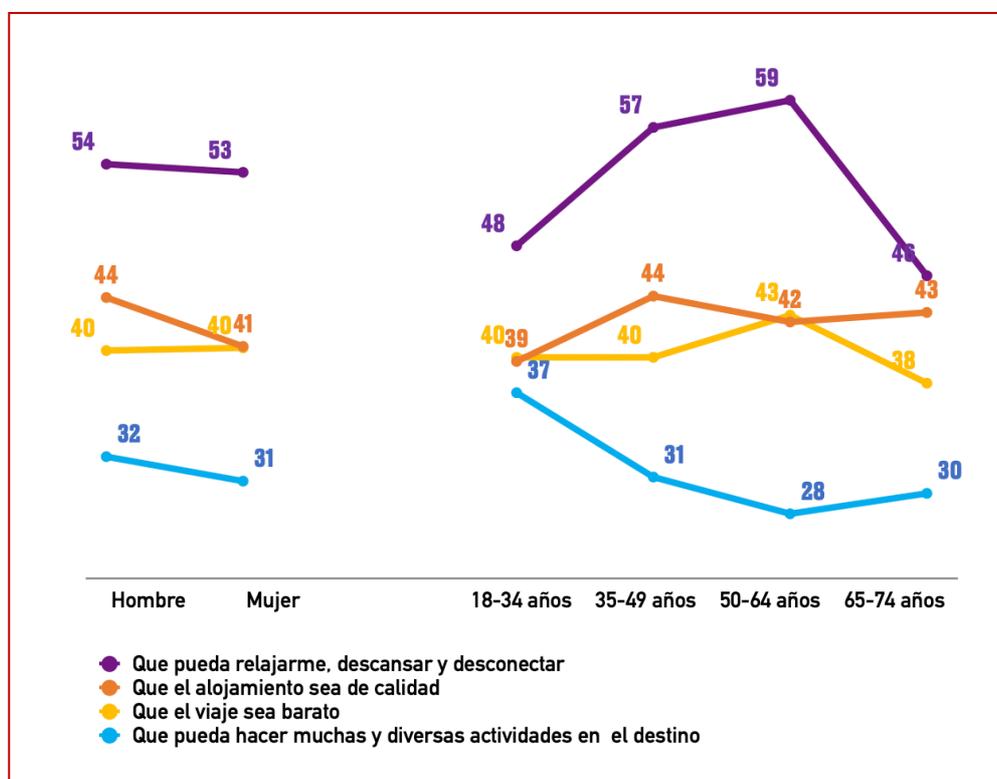


▶ Elementos impulsores de los viajes (género y edad)

Tomando los cuatro principales impulsores como referencia, y considerando el género, **no se advierten diferencias relevantes que otorguen una importancia llamativa entre hombres y mujeres.**

Por edades, **entre los más jóvenes, la práctica de actividades (37%) aumenta su protagonismo como elemento principal**, disminuyendo su papel de forma progresiva según se eleva la edad. El interés otorgado a las actividades en el destino tiende a elevarse conforme se es más joven.

VERANO 2024 • ELEMENTOS IMPULSORES DE LOS VIAJES ▫ GÉNERO & EDAD



▶ Razones para no salir de vacaciones

De igual manera que en años anteriores, **en 2024 las consideraciones económicas aparecen como las principales responsables para no viajar.**

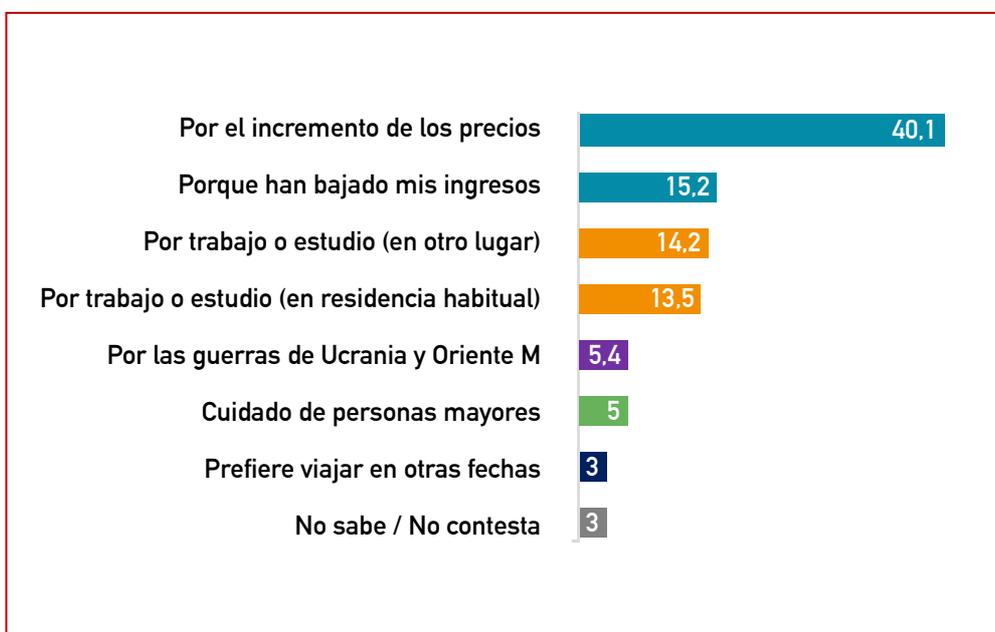
Así, el 55% aduce motivaciones de este tipo (-3% sobre 2023), el 40% señala el incremento de los precios (+12 % sobre 2023) y el 15% sostiene como argumento la caída de sus ingresos (-11% sobre 2023).

De nuevo, y como ya ocurriese en 2023 (aunque en una proporción ligeramente superior, +7%), **las causas más citadas son las que están relacionadas con la falta de tiempo por trabajo o estudios (28%).**

El 13,5% asegura que tendrá que dedicarse a tales quehaceres y un 14% revela que lo hará en otro lugar diferente a su residencia.

Por detrás, **se encuentran los que sienten miedo por las consecuencias de la guerra de Ucrania y el conflicto de Oriente Medio (5,4%) y las personas que tienen que ocuparse de sus mayores (5%).**

● VERANO 2024 · RAZONES PARA NO SALIR DE VACACIONES



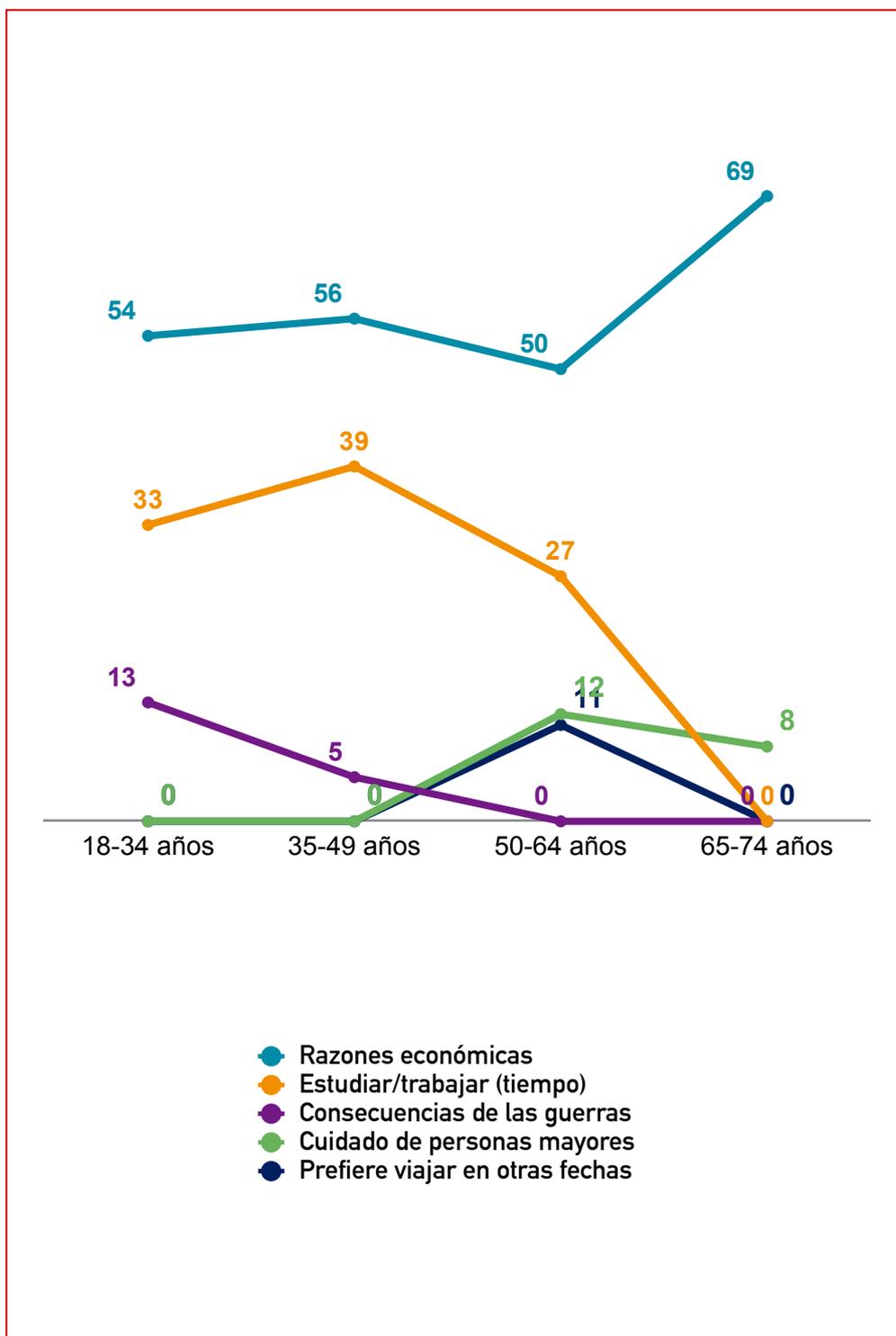
▶ Razones para no salir de vacaciones (edad)

Las motivaciones económicas son la causa principal que explica las razones para no viajar este verano. Y lo son, además, para todos los grupos de edad. **Sin embargo, tiene especial prevalencia entre los segmentos que se sitúan entre los 65 y los 74 años (69%).**

Tener que estudiar o trabajar es la justificación esgrimida por casi un tercio de los encuadrados entre los 18 y los 49 años (33% y 39%), más de 5-10 puntos por encima del resultado global (28%). A partir de los 50 años este asunto desciende, como es lógico, al ser personas que, en principio, no estudian ni trabajan.

Los cuidados de mayores se centran en los perfiles más maduros (entre los 50 y los 74 años) y el miedo a la guerra en los más jóvenes (18 a 34 años).

VERANO 2024 · RAZONES PARA NO SALIR DE VACACIONES ▫ EDAD





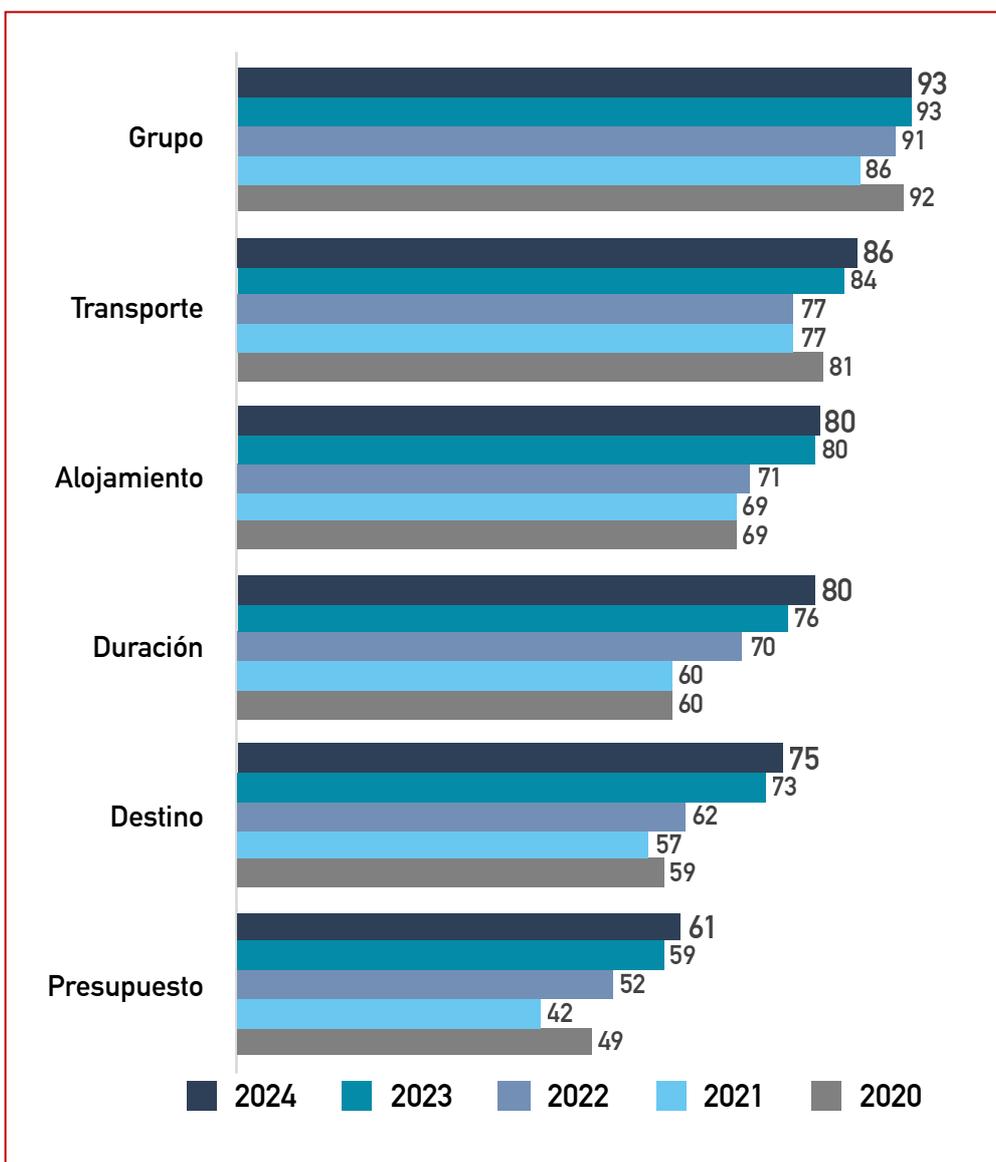
VERANO '24 • ELEMENTOS BÁSICOS DE LOS VIAJES PREVISTOS

▶ Decisiones tomadas para las vacaciones. Evolución

Todos los que prevén desplazarse este verano, prácticamente, tienen ya algunas características del viaje confirmadas. Y las tienen, además, con datos muy similares al año 2023.

Las personas con las que se hará el viaje es el acuerdo adoptado en mayor proporción (93%), seguido del medio de transporte (86%). El alojamiento escogido aparece en tercer lugar (con la decisión tomada por el 80% de los consultados) y el cuarto lo ocupa la duración del viaje (80%). El destino (75%) cierra este capítulo.

■ VERANO 2024 • DECISIONES TOMADAS ▫ EVOLUCIÓN



De modo semejante a años previos, **el presupuesto es referido como el ámbito de decisión que más dudas genera entre los viajeros**, habiendo sido resuelto por un 61% de los entrevistados.

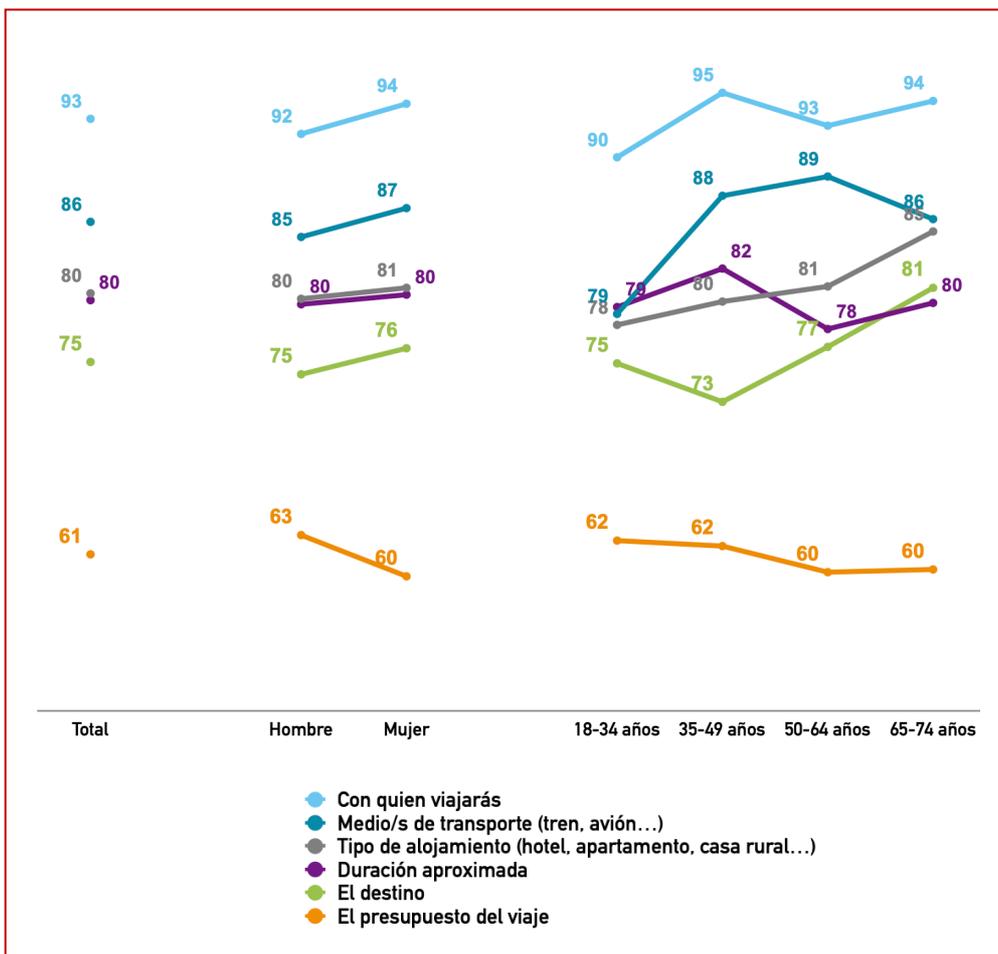
Todo esto parece indicar que existe una definición más o menos clara del tipo de viaje, incluido el destino, y de todos los elementos de la logística (transporte y alojamiento), aunque resten por concretar los recursos económicos que se destinarán a cubrir los gastos de los desplazamientos.

▶ **Decisiones tomadas** (según género y edad)

No hay diferencias notables en cuanto al género se refiere, al igual que tampoco son apreciables en lo que concierne a la edad en los elementos básicos de los viajes.

Sólo cabe señalar, si acaso, la variación que se advierte en torno al grupo de viaje y el transporte en el segmento de los más jóvenes: son los más indecisos.

📊 VERANO 2024 - DECISIONES TOMADAS ▫ GÉNERO & EDAD



▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones?

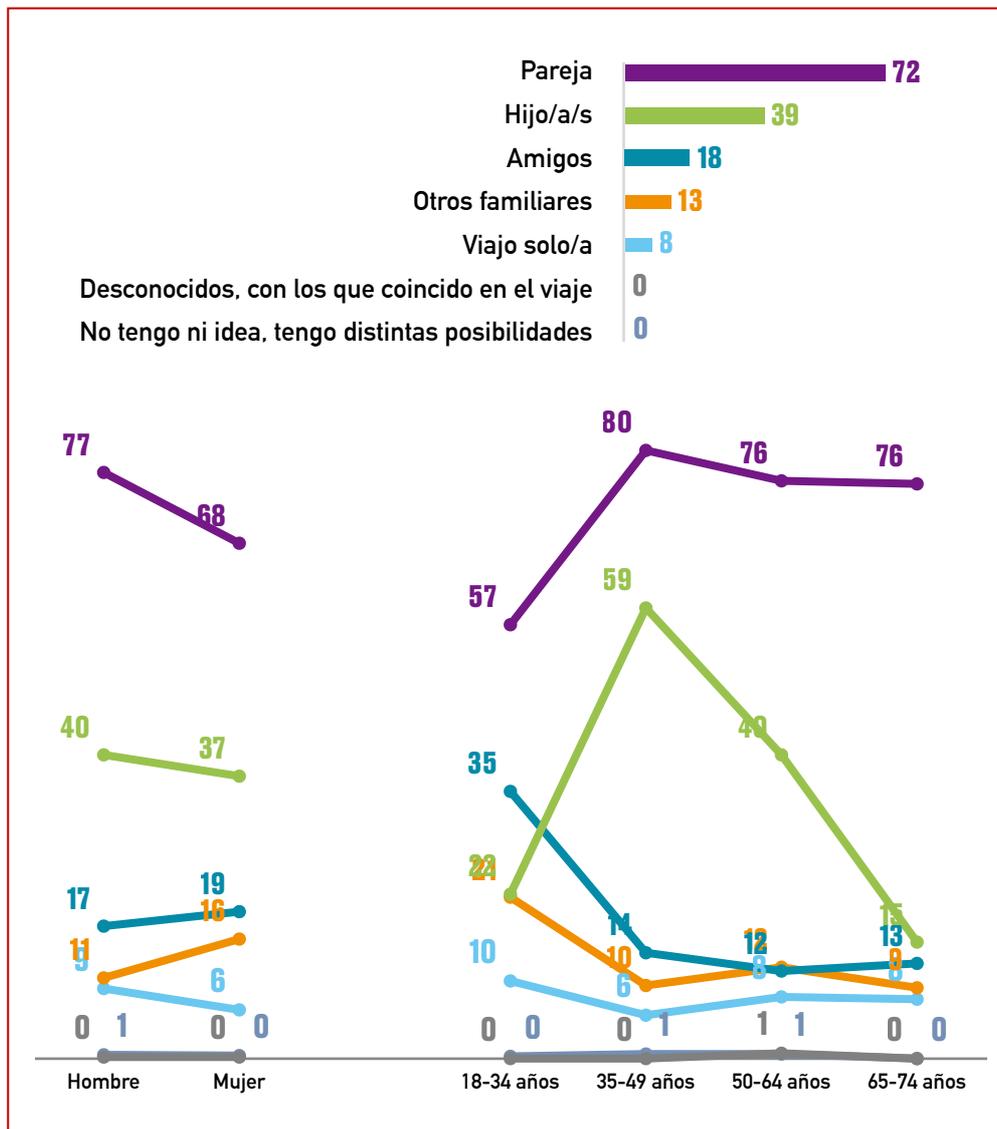
Planificar las vacaciones de verano con la pareja es la práctica más habitual (el 76% de los viajeros).

Muy lejos se sitúan otras compañías: los hijos (39%), los amigos (18%) y otros familiares (13%).

Los acompañantes varían con la edad y el género:

- Entre los hombres destacan las vacaciones con la pareja; y entre las mujeres, con otros familiares.
- Amigos y otros familiares pierden protagonismo según sube la edad. Los hijos aumentan en las franjas intermedias (35-49 años) y la pareja a partir de los 35 años.

VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▣ CON QUIÉN TE VAS

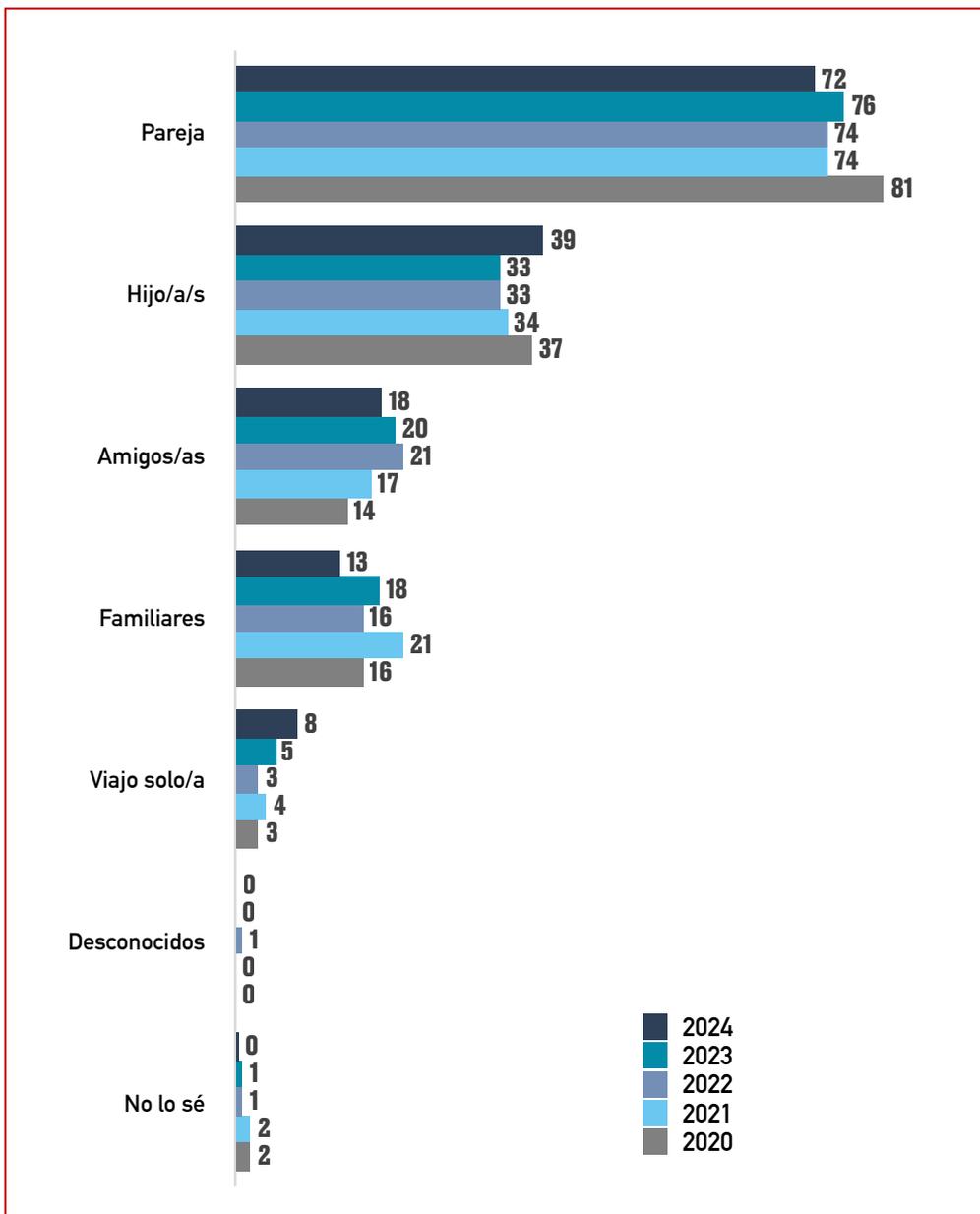


▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones? Evolución

A la hora de viajar, el histórico ofrece unos índices muy parejos, con oscilaciones no demasiado pronunciadas, y si acaso llamar la atención ante el aumento más o menos sostenido de quienes viajan solos (5 puntos más en su evolución: del 3% en 2020 al 8% en 2024).

Igualmente remarcar la subida paulatina que se advierte en los viajes en grupo. **Por lo demás, la nota predominante podría ser la estabilidad.**

🗓 VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▫ CON QUIÉN TE VAS > EVOLUCIÓN

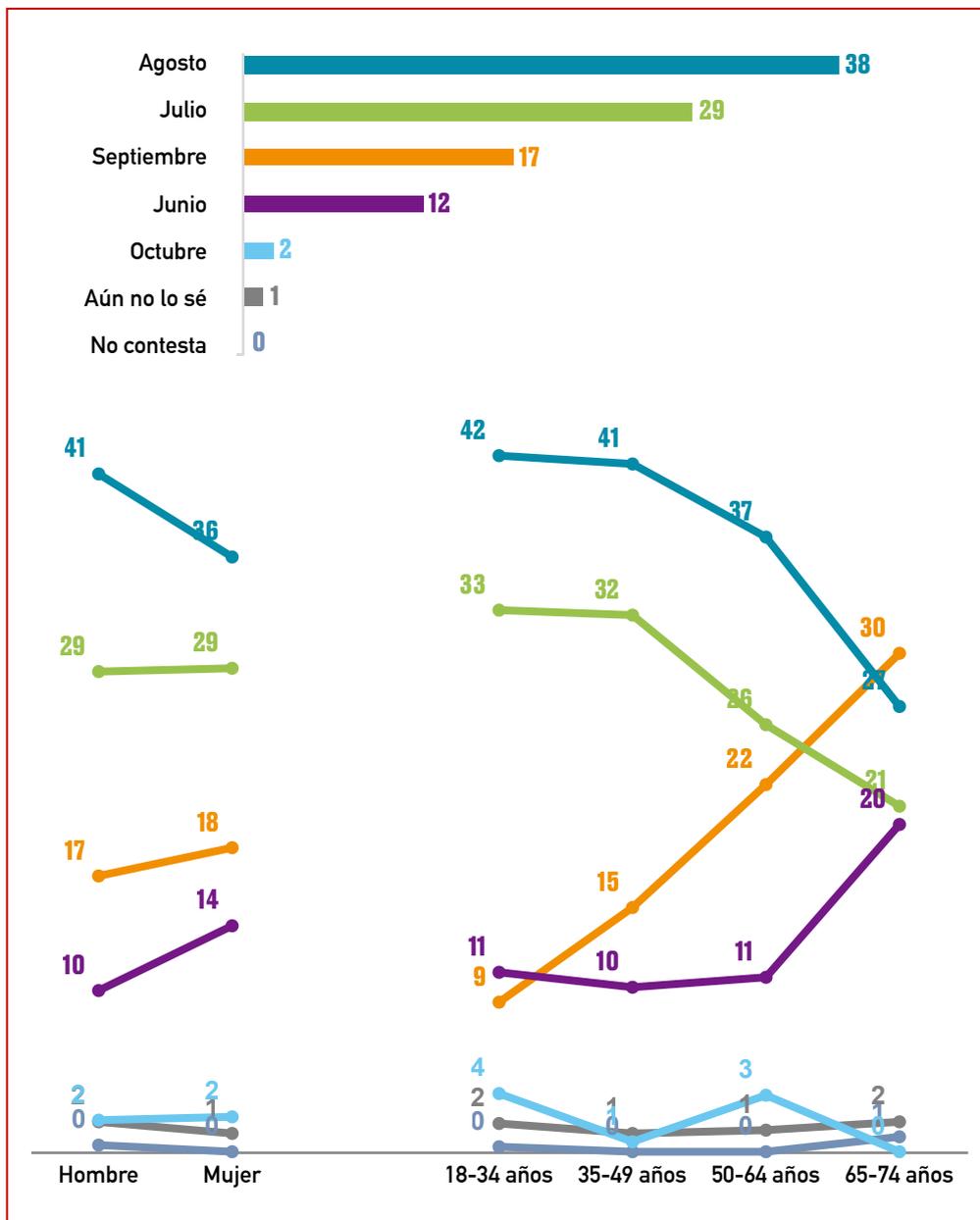


▶ ¿Qué mes se elige para las vacaciones?

Al igual que en años anteriores, **agosto ocupa las preferencias para tomar las vacaciones de verano (38%), seguido del mes de julio, que es la opción predilecta de 3 de cada 10 viajeros.**

La edad está relacionada con el periodo de elección: el octavo mes del año cobra especial notoriedad en la franja comprendida entre los 18 y los 49 años (41-42%). Mientras que, para los mayores de 65 años, septiembre (30%) supera a agosto (sólo el 27% de ese intervalo de edad prevé viajar en agosto).

VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▢ QUÉ MES ELIGES PARA LAS VACACIONES



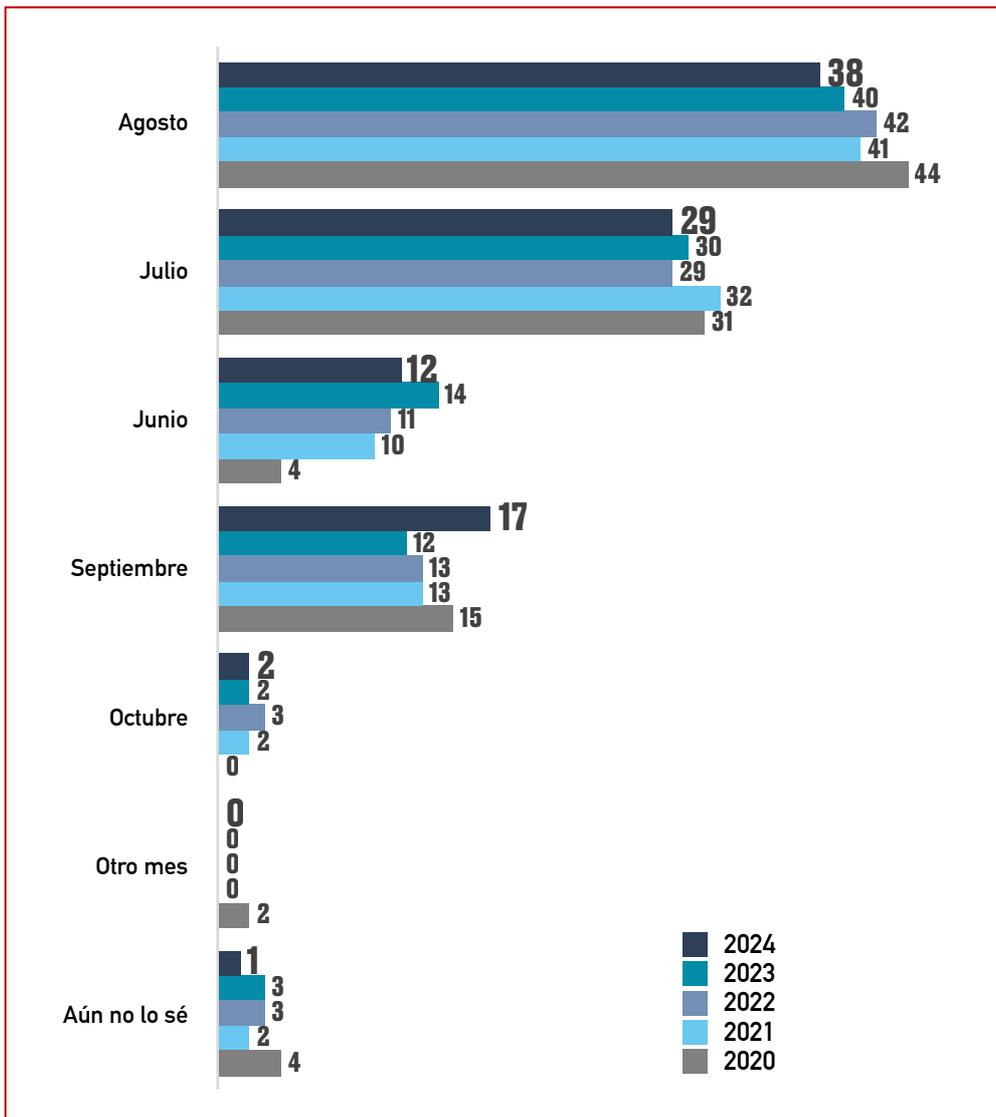
▶ ¿Qué mes se elige para las vacaciones? Evolución

Las variaciones respecto a años anteriores son, en general, reducidas, con dos meses claramente posicionados en las preferencias de los viajeros nacionales: julio y agosto

Habrà que observar si la caída de agosto de 2024 (el dato más bajo en el histórico) se consolida en el tiempo, y si lo hace en favor del mes de septiembre, que en la presente campaña subiría 5 puntos con respecto a 2023 y registra el mejor guarismo de la serie, y se constata cierta tendencia a desestacionalizar el octavo mes del año.

Julio, por otra parte, es un periodo con un grupo estable de fieles: 3 de cada 10 consultados opta por esta fecha, con variaciones muy ligeras.

▶ VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▫ QUÉ MES ELIGES PARA LAS VACACIONES

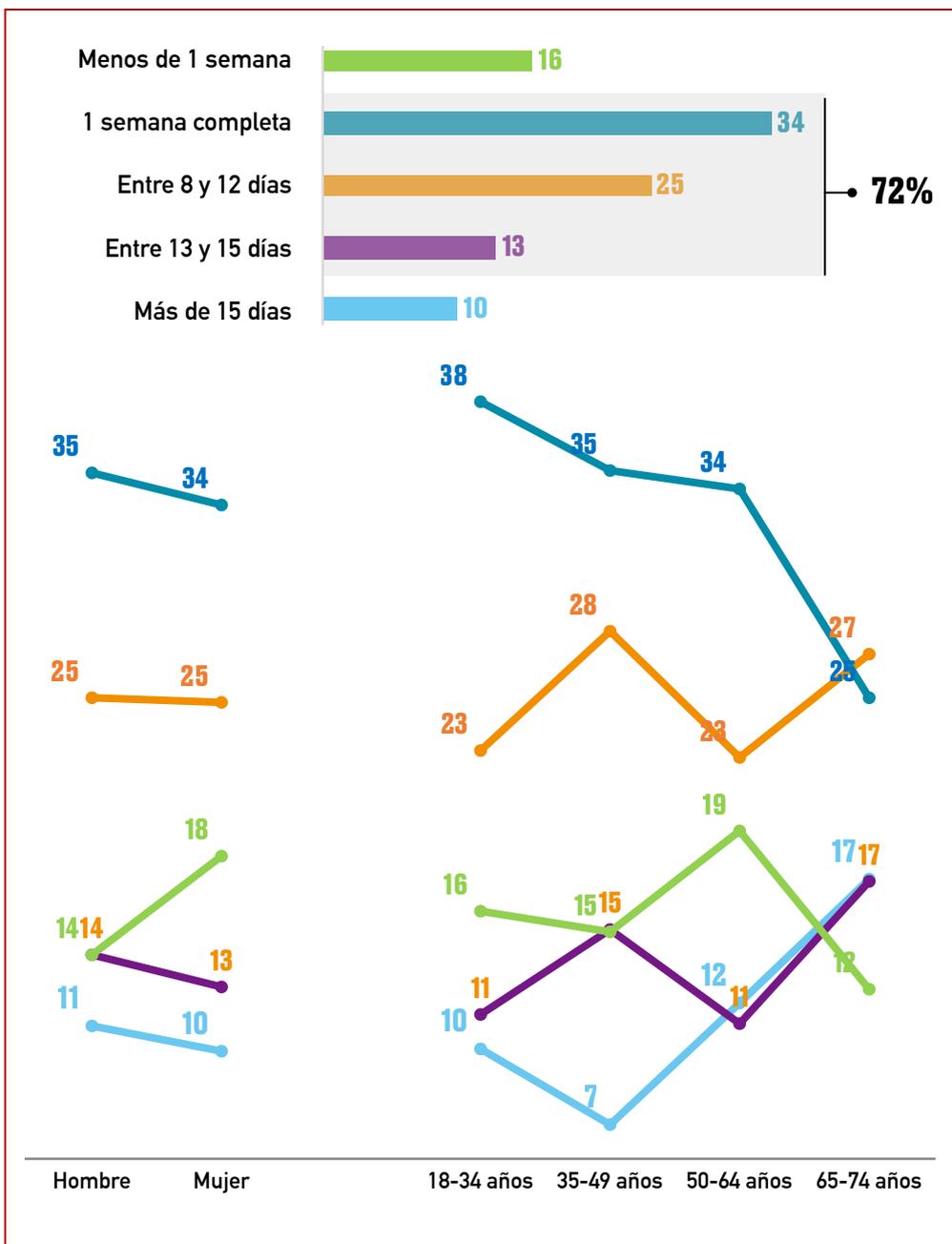


▶ **¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones?**

7 de cada 10 viajeros nacionales toma entre una semana y 15 días de vacaciones, según revelan los consultados por este informe, y tres de ellos lo hacen únicamente durante 7 días. Y sólo uno de cada 10 disfruta de más de 15 días de vacaciones.

Entre las mujeres aumenta el porcentaje de quienes realizarán viajes de menor duración (18% <de 1 semana) y los mayores (65-74 años) destacan por realizar desplazamientos más largos (+ de 15 días).

📊 **VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▫ CUÁNTO TIEMPO TE VAS**

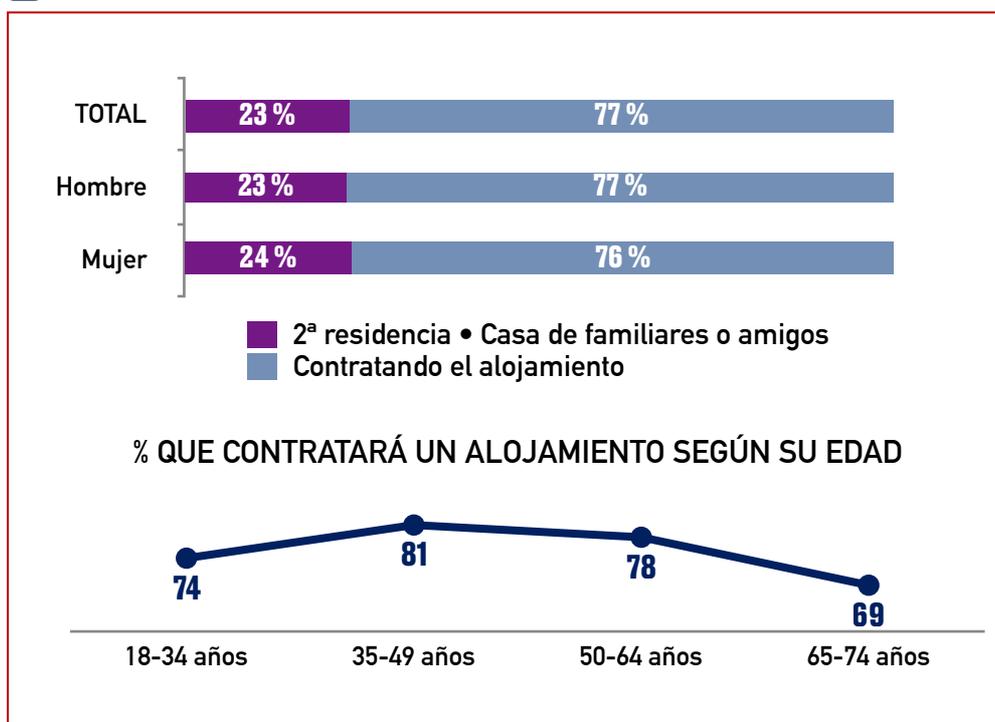


▶ Tipo de alojamiento previsto para las vacaciones

3 de cada 4 de entrevistados aproximadamente afirman que viajarán contratando alojamiento (77%). Un 23%, mientras, pasará las vacaciones en casa de algún familiar o amigo o en su segunda residencia.

Entre géneros no se perciben diferencias representativas. En cuanto a su contratación, **la franja de edad entre los 35 y los 49 años es la que en mayor medida opta por reservar un hospedaje para sus vacaciones (81%).**

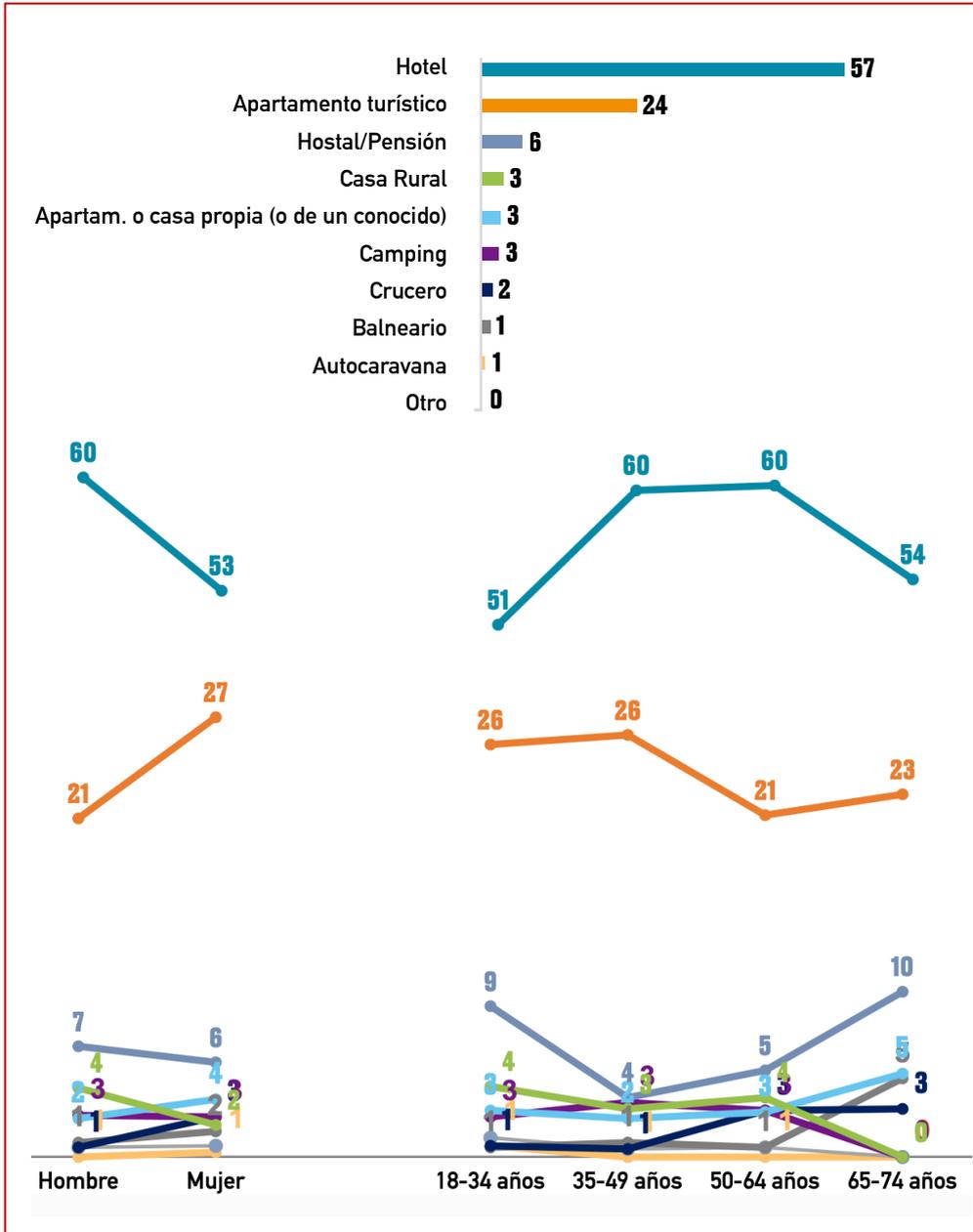
◻ VERANO 2024 • DECISIONES TOMADAS ▯ TIPO DE ALOJAMIENTO



▶ Alojamiento decidido

El hotel vuelve a encabezar el tipo de alojamiento decidido (57%). Tras esta alternativa vacacional se sitúa en preferencias el apartamento turístico (24%). Finalmente, en un tercer nivel, a distancia, se opta por el resto de fórmulas, como los hostales o pensiones (6%), las casas rurales (3%), etc.

El hotel tiende a aumentar conforme avanza la edad, alcanzando a casi el 60% entre los 35 y 64 años. Por otro lado, el piso turístico es la elección de 1 de cada 4 de los perfiles más jóvenes, en concreto entre la franja de edad comprendida entre los 18 y 49 años (26%).

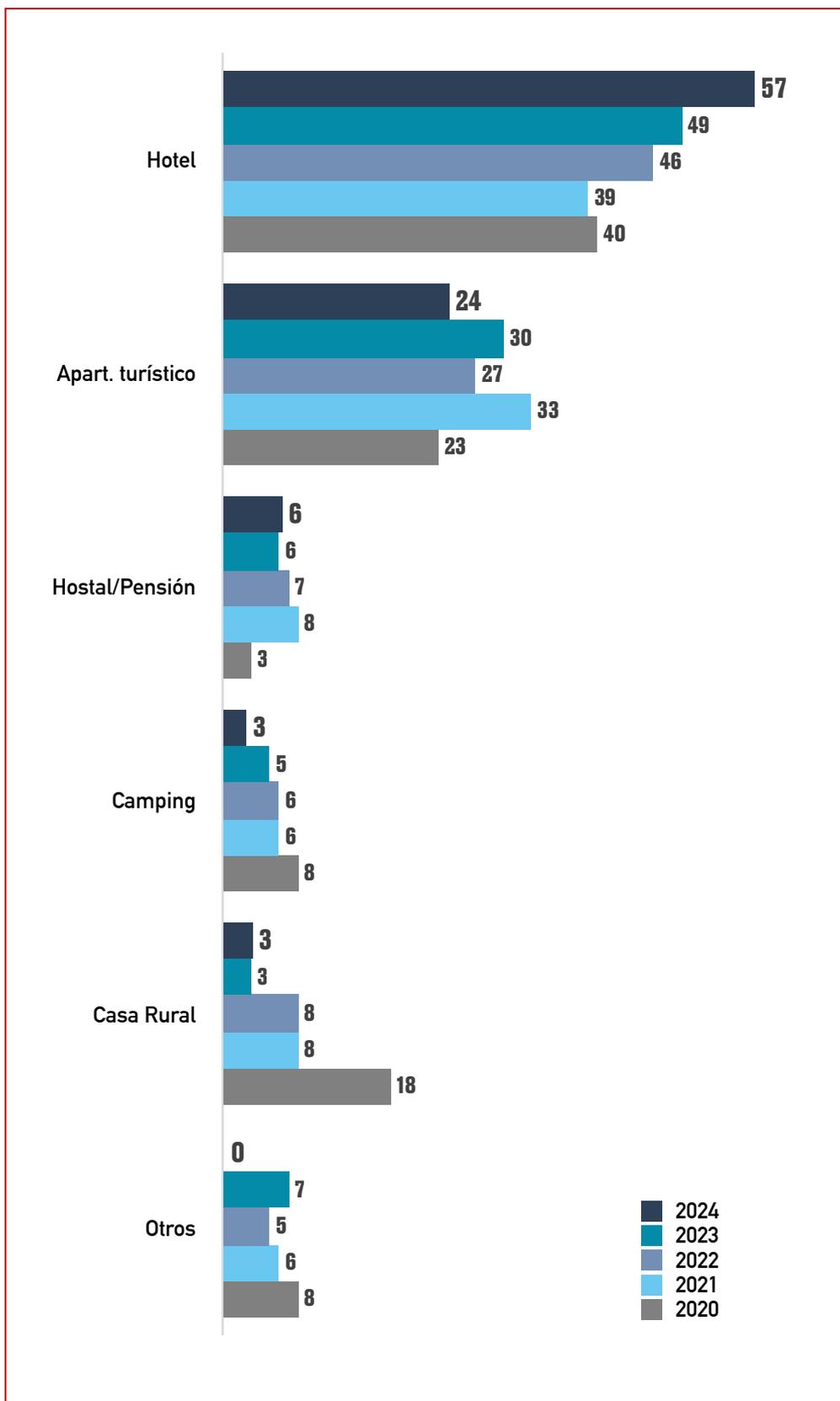


Alojamiento decidido. Evolución

El hotel continúa su crecimiento, aumentando 8 puntos respecto a 2023 y alcanzando su mayor valor en el histórico (17 puntos más que en 2020).

El apartamento turístico, por el contrario, desciende a niveles similares al año 2020. El resto de alojamientos no presenta grandes cambios comparativamente con el año 2023.

Camping y casas rurales, por su parte, a lo largo de la serie, parecen ir perdiendo aceptación en la temporada de verano.



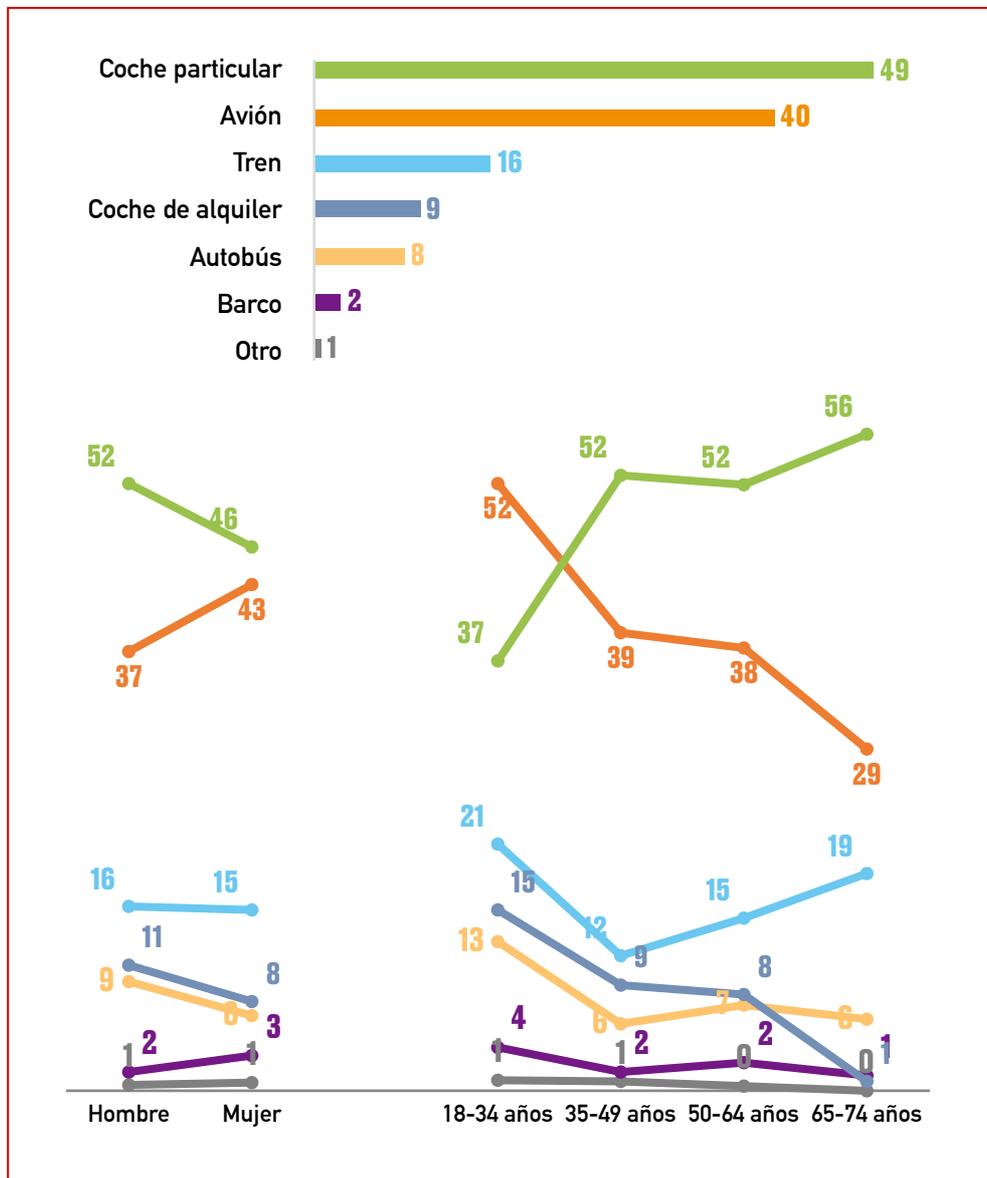
▶ Medio de transporte decidido

Los viajeros que ya tienen planificado el medio de transporte elegirán en su mayoría el coche particular (49%). Por detrás, se optará por el avión, escogido por un 40%.

El resto de los transportes estarían en un tercer nivel, a distancia de los dos primeros. **Entre ellos destaca el tren, por ser empleado por el 16 % de los entrevistados.**

Las mujeres se decantan en una proporción superior por el avión (43%). Por edades, el coche particular tiende a usarse a partir de los 35 años. El uso del avión y el tren, por su parte, resulta más frecuente entre los menores de 35 (52% y 21%, respectivamente).

🗓 VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▢ MEDIO DE TRANSPORTE



▶ Medio de transporte decidido. Evolución

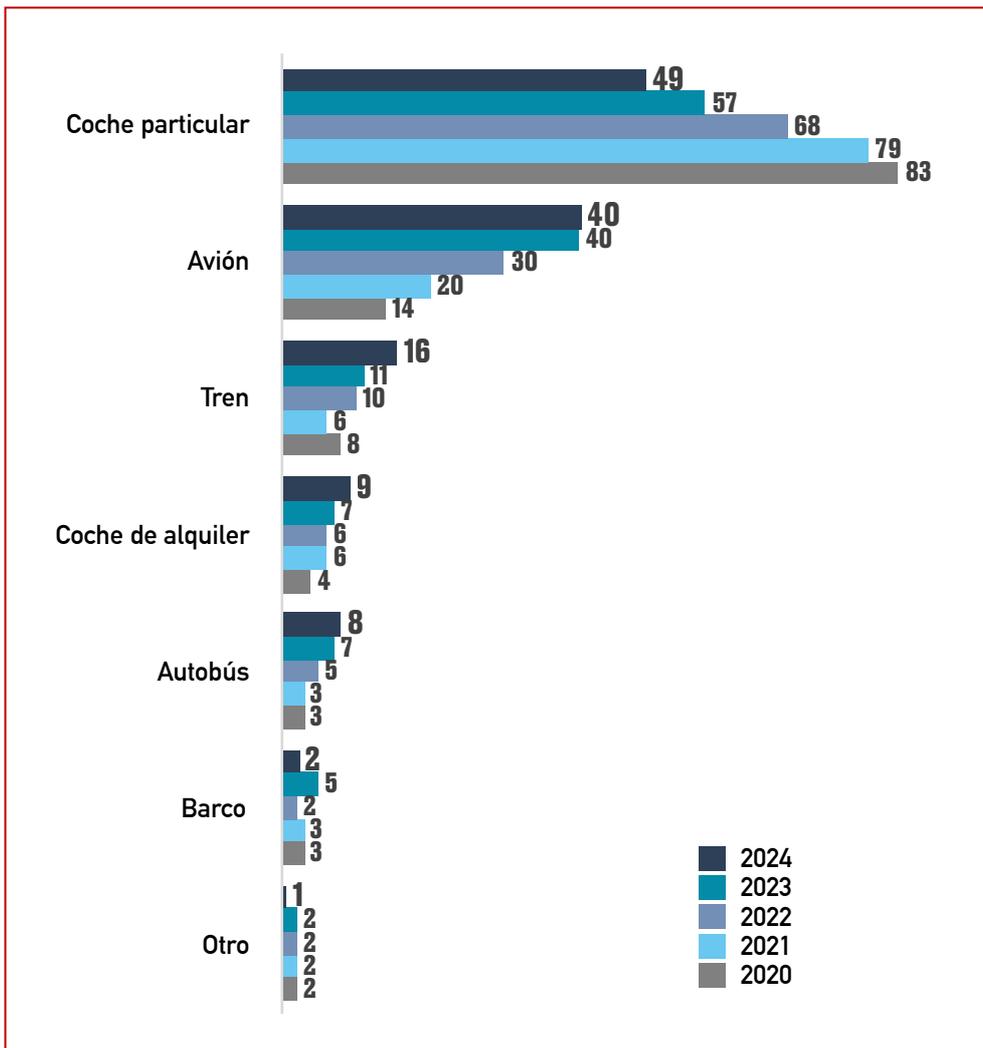
La evolución permite constatar que el coche, desde el año 2020, sigue una tendencia descendente, registrando en 2024 su valor más bajo del histórico (49%).

El avión, por el contrario, mantiene el mismo porcentaje que el año 2023 (40%), continua siendo el segundo medio de transporte más utilizado durante el verano y sigue una propensión al alza.

En cuanto al tren, se aprecia una corriente igualmente en aumento, obteniendo el registro más elevado de la serie (16%).

También crecen el coche de alquiler (+2) y el autobús (+1), pero cae el uso del barco con respecto año pasado (-3), un medio que con anterioridad había tenido un comportamiento muy estable.

▶ VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▫ MEDIO DE TRANSPORTE > EVOLUCIÓN



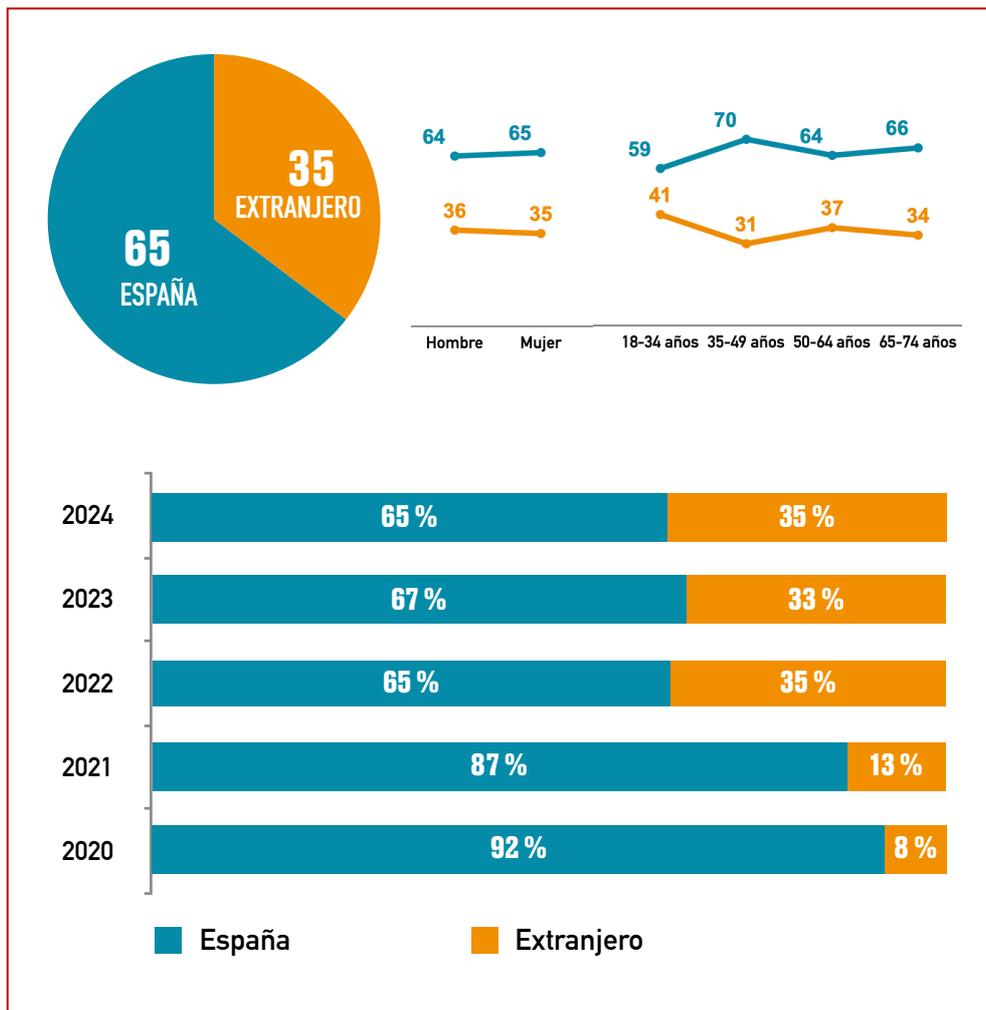
▶ Destino decidido

Entre quienes ya tienen lo tienen decidido, **algo menos de dos tercios optarán por un destino nacional (65%)**, mientras que el porcentaje restante (**aproximadamente un tercio de los consultados**) se decantará por un **emplazamiento internacional**.

Por segmentos, no hay grandes diferencias. Referir, si acaso, a los viajeros entre 35-49 años, que eligen más los destinos en España (70%), mientras que los más jóvenes prefieren moverse fuera de nuestras fronteras (41%).

En lo relativo a la evolución observada en el transcurso de los últimos años, hay que decir que **los valores de 2024 son similares a los dos años anteriores (2023 y 2022)**, recuperando con nitidez la cuota perdida en los desplazamientos al extranjero, marcados claramente por las restricciones y los cierres registrados por la crisis del Covid.

▶ VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS = DESTINOS



▶ Detalle del destino

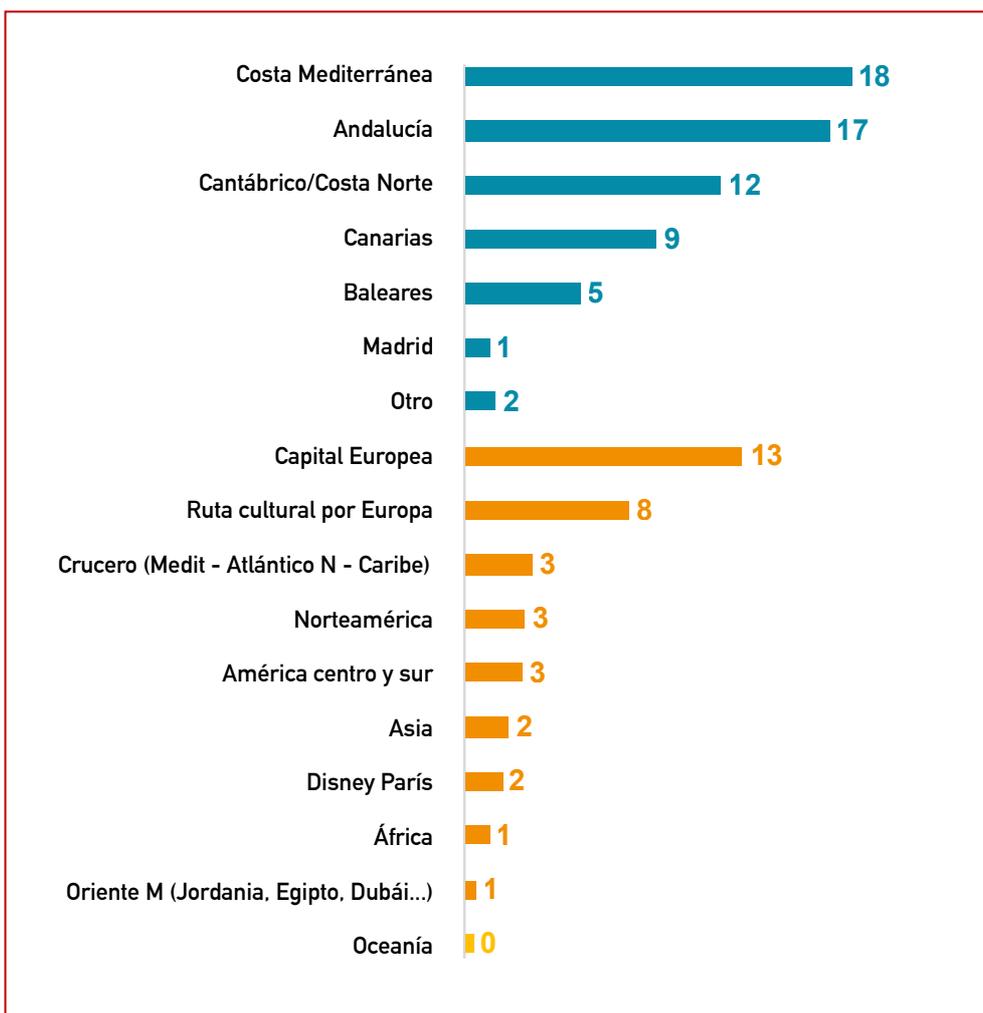
En el plano nacional, los dos principales puntos señalados por los entrevistados son la Costa Mediterránea (18%) y Andalucía (17%), seguidos por el Cantábrico (12%).

En un nivel inferior se situarían las Islas Canarias, a las que si se añadiesen las Baleares, colocarían al destino **Islas por encima de los emplazamientos del norte en la tercera posición (14%)**.

Si se analizan en detalle los movimientos fuera de nuestras fronteras, se aprecia que **la visita a las capitales europeas (13%) y las rutas culturales por este continente (8%) son los dos destinos decididos más frecuentes**.

En conjunto, **Europa parece ser el lugar predilecto para los viajeros con salidas internacionales decididas, alcanzando más de un 20% el total de sus menciones**. El resto están más alejados de los dos destinos extranjeros preferidos.

◻ VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▫ DETALLES DE LOS DESTINOS



► Motivo principal de elección de destino

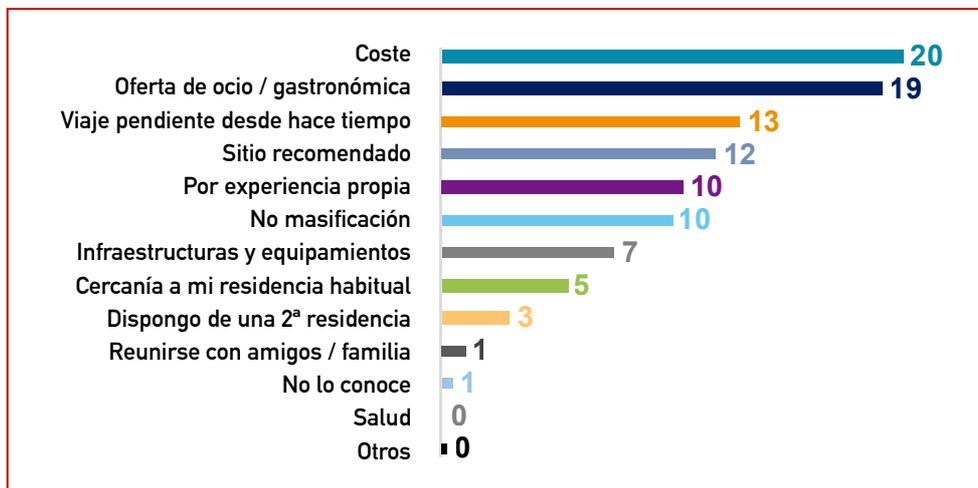
La causa más citada para justificar la elección del destino es el coste (20%) y, en una proporción similar (19%), aparecen las menciones relativas a la oferta de ocio/gastronómica.

Tras estas razones, en un segundo término, se refiere que se trata de un viaje pendiente desde hace tiempo (13%) o bien que se lo han recomendado (12%). La propia experiencia y la no sobrecarga, cada uno con un 10%, son factores igualmente muy señalados.

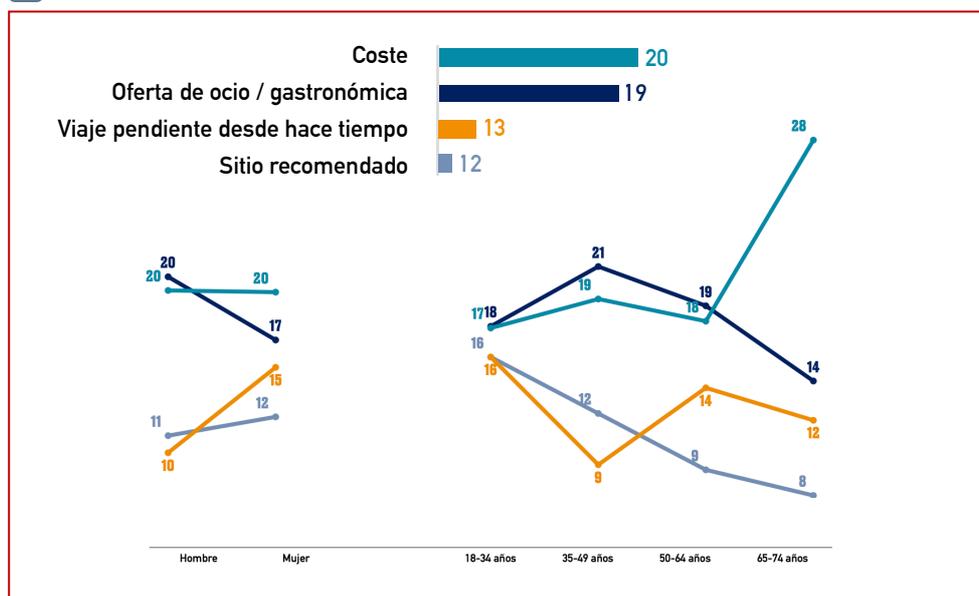
La elección del destino en función de su coste (28%) destaca sobre todo en el perfil más mayor (65-74 años).

La recomendación funciona mejor, en cambio, entre los más jóvenes (16%, en la franja de edad entre los 18 y los 34 años) y las mujeres parecen elegir el viaje que tenían pendiente (15%).

VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▢ MOTIVO DE LA ELECCIÓN



VERANO 2024 · DECISIONES TOMADAS ▢ MOTIVO DE LA ELECCIÓN > GÉNERO & EDAD



▶ Tipo de viaje en destinos decididos. Detalle

Los viajes de sol y playa son, con diferencia, la opción favorita para los viajeros nacionales (42%), y prácticamente duplica a la segunda de las alternativas, el turismo cultural, modalidad elegida por dos de cada 10 entrevistados (22%).

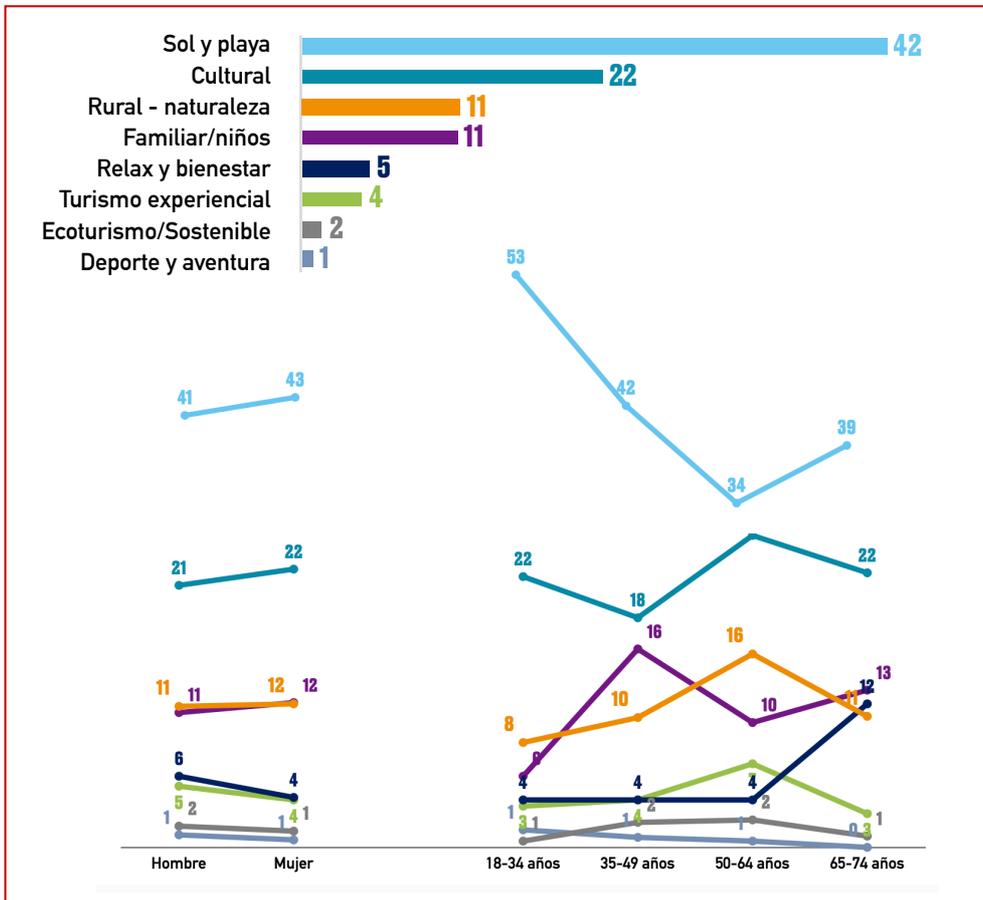
Los viajes a la naturaleza y al medio rural y los familiares son igualmente vertientes muy referidas (11%), muy por encima también de otras fórmulas: turismo de relax y bienestar (5%), turismo experiencial (4%), ecoturismo (2%) y deporte/aventura (1%)

Por sexo y edad, se mantienen las mismas tendencias, aunque hay que remarcar que los desplazamientos de sol y playa tienen mayor presencia entre los más jóvenes 18-34 años.

Los viajes culturales, segundos en importancia, son, sin embargo, menos atractivos para los individuos con edades comprendidas entre los 35 y los 49 años.

Entre los tipos de viajes con menor frecuencia en los destinos rurales destaca el perfil 50-64 años y en los familiares el perfil de 35-49 años.

● VERANO 2024 · DESTINOS DECIDIDOS ▯ TIPO DE VIAJE



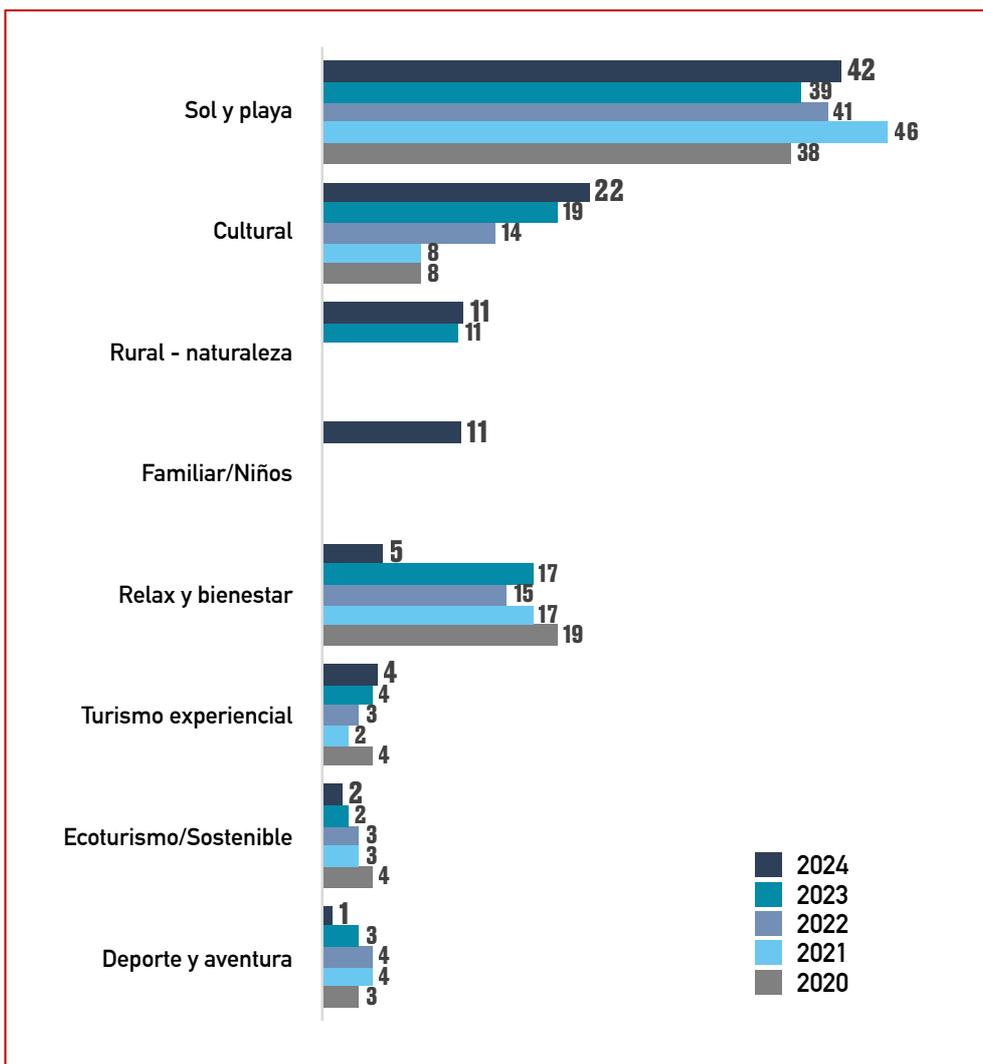
▶ Tipo de viaje en destinos decididos. Evolución

Los viajes de sol y playa se consolidan claramente como el tipo de destino preferido y crecen tres puntos respecto a 2023, rompiendo la tendencia de descenso que mantenía desde hace dos años.

La segunda predilección de los viajeros nacionales la ocupan los viajes culturales, que no paran de crecer en el histórico, consolidándose con una de las fórmulas de mayor auge (14 puntos en la serie).

Llama la atención en la tabla asimismo cómo se habría desinflado el interés hacia el turismo de bienestar y de salud, que tras varios años muy constante registra una caída muy pronunciada (12 puntos comparando con 2023). Habrá que seguir con detalle su evolución.

VERANO 2024 · DESTINOS DECIDIDOS ▫ TIPO DE VIAJE > EVOLUCIÓN





PRESUPUESTO PARA LAS VACACIONES

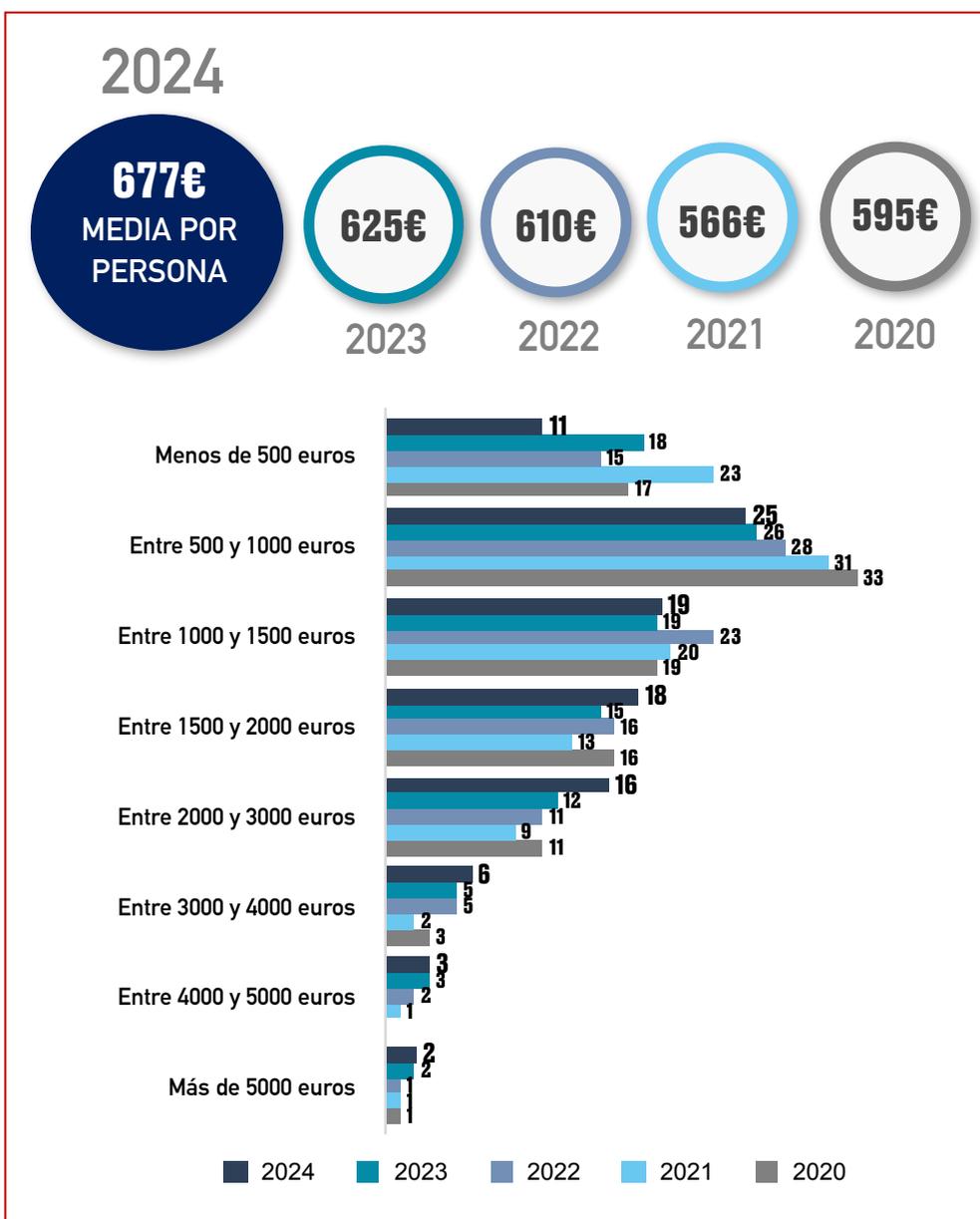
▶ Presupuesto máximo

El **presupuesto medio por persona para las vacaciones de verano de 2024 será de 677 euros.**

El gasto medio previsto, por tanto, continúa su tendencia al alza, **creciendo en 51 euros/persona respecto a 2023.**

Si tomamos el presupuesto, excluyendo los que se alojarán en una segunda residencia, **el presupuesto medio por persona para las vacaciones de verano de 2024 será de 706 euros.**

◻ VERANO 2024 · PRESUPUESTO MÁXIMO



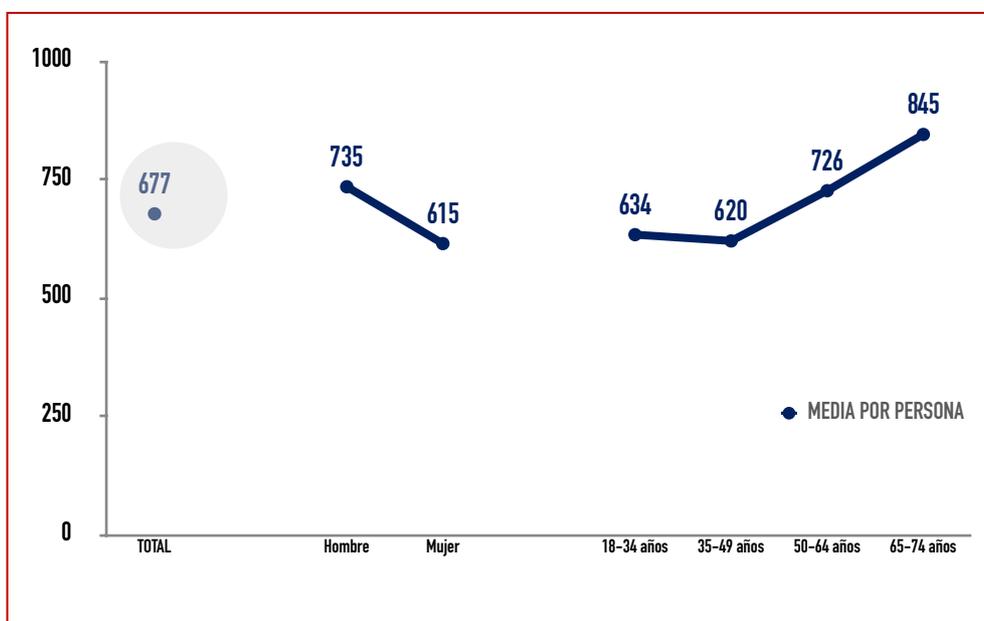
▶ Presupuesto medio por persona

Entre los hombres, el gasto medio previsto por persona se encuentra por encima de los 700 euros (735 euros), cantidad significativamente superior a la que se registra entre las mujeres (615 euros).

Atendiendo a los distintos segmentos de edad, **el gasto medio por persona aumenta a medida que la edad crece.**

Así, el promedio entre los más jóvenes es de 634 euros y aumenta de forma notable entre los mayores de 65 años, hasta alcanzar los 845 euros de gasto medio.

▣ VERANO 2024 · PRESUPUESTO MÁXIMO POR PERSONA ▣ GÉNERO & EDAD



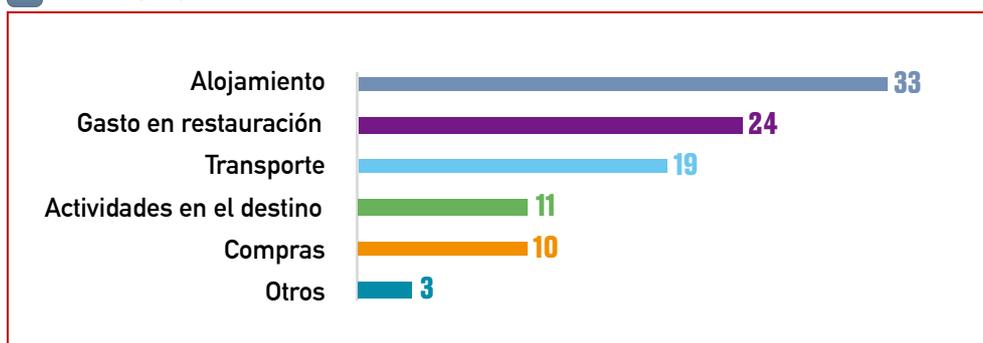
▶ Distribución del presupuesto

Considerando las opiniones manifestadas por los entrevistados, **el gasto entre los distintos elementos del viaje se distribuiría en sus principales partidas del siguiente modo:**

- Alojamiento (33%)
- Gastos en restauración (24%)
- Transporte (19%)

En un segundo nivel, **por debajo del 20%, se sitúan las actividades en el destino (11%) y las compras (10%).**

VERANO 2024 • DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO

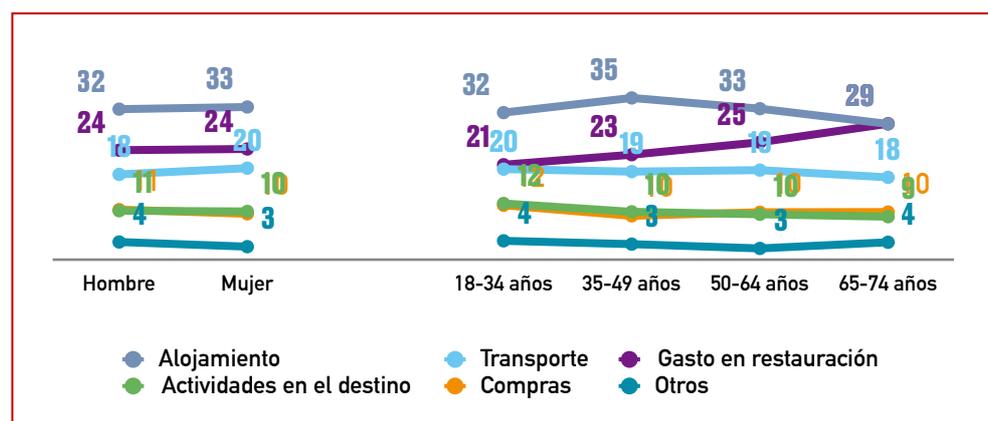


▶ Distribución del presupuesto (genero y edad)

En función del sexo, y tomando el porcentaje medio registrado en cada segmento, no se observan diferencias relevantes.

En cuanto a la edad, aumenta sensiblemente a partir de los 34 años el gasto en restauración, mientras que el dedicado a transporte disminuye ligeramente.

VERANO 2024 • DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO



▶ Posibilidades de financiación

6 de cada 10 viajeros NO se plantearían hacer uso de una forma de financiación, aunque pueda resultar una propuesta atractiva y con unos intereses razonables para su viaje de verano.

En función de este dato, y tomando como referencia el año 2023, **se eleva de manera notoria (3 de cada 10 viajeros más) el número de personas que consideraría esta financiación para disfrutar de su periodo vacacional.**

En ambos ejercicios (2023 y 2024), y a tenor de los datos, las personas que estarían más dispuestas a esta fórmula serían los hombres en mucha mayor medida. En el caso de 2023, con un porcentaje superior.



LAS RESERVAS

▶ Las reservas

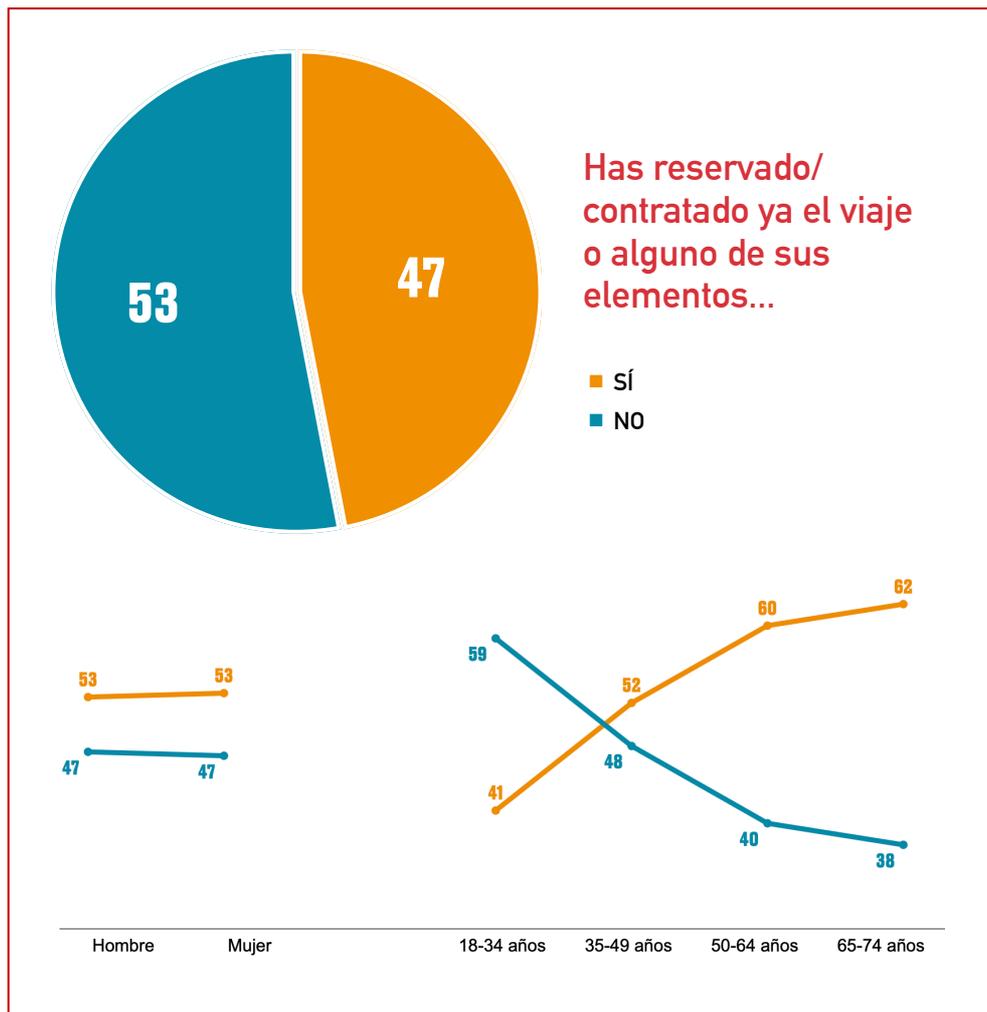
A la hora de contratar algún elemento de sus vacaciones de verano, **los jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años serían los más previsores.**

Esta anticipación va disminuyendo conforme va avanzando la edad de los viajeros.

La mayoría de los consultados que han reservado o contratado algún servicio han utilizado una agencia física u online para la reserva (77%).

Claramente las personas más mayores (65-74 años) son las que mayor uso han realizado para reservar/contratar con una agencia (91% frente la 77% global).

🗳 VERANO 2024 • DECISIONES TOMADAS ▢ RESERVAS EFECTUADAS



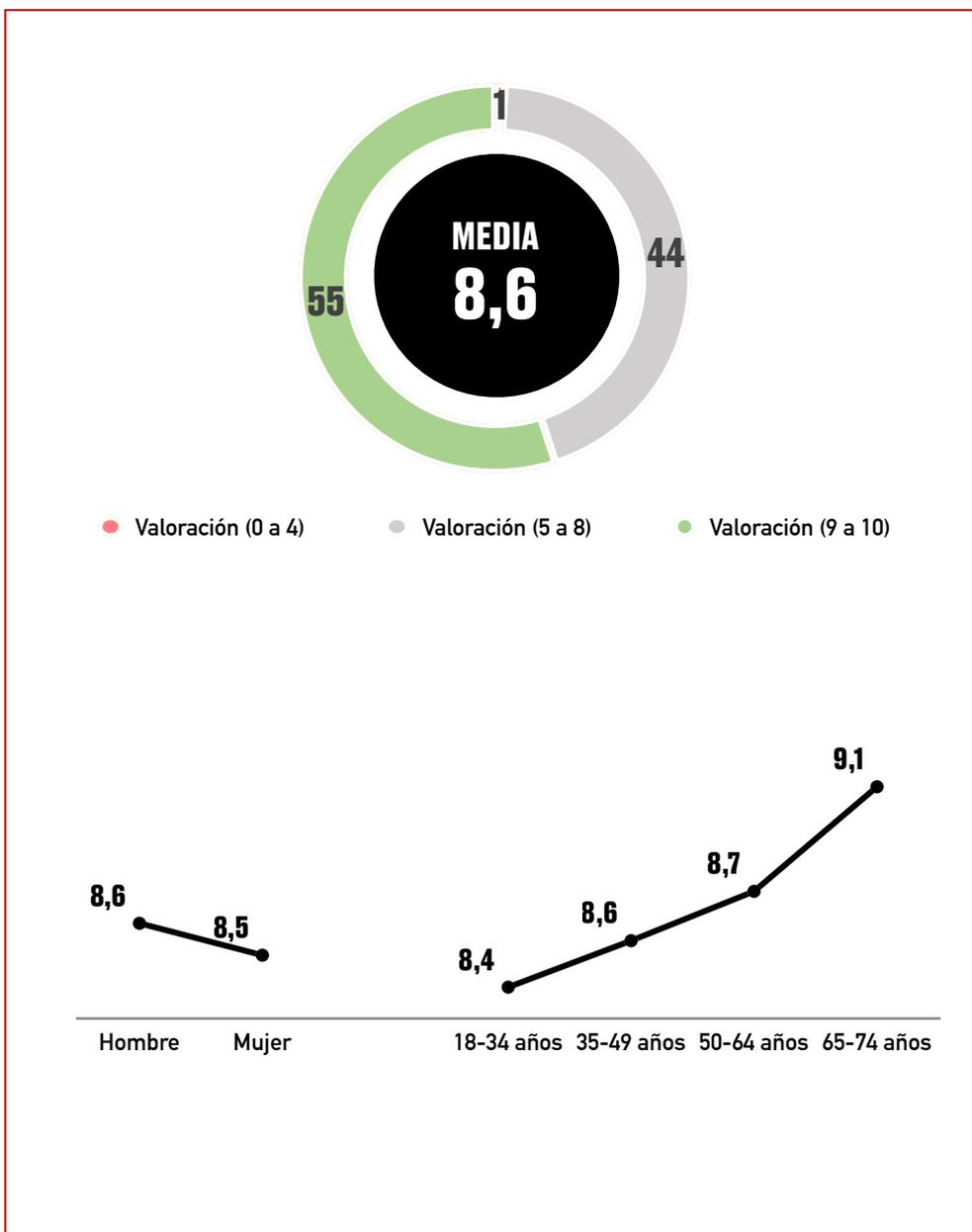
▶ Valoración del servicio en agencias

Algo más de la mitad de las personas (55%) que habían realizado una reserva en una agencia en el momento de la entrevista le otorgan una valoración muy alta (9 o 10).

El 44% ofrece puntuaciones entre los 5 y los 8 puntos y únicamente el 1% refleja insatisfacción con el servicio. **La valoración media general es de 8,6 puntos.**

Por segmentos, no existen grandes diferencias, aunque a la vez que aumenta la edad se acrecienta la satisfacción con las agencias.

■ VERANO 2024 · VALORACIÓN DEL SERVICIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES



VERANO 2024

hábitos y comportamientos del turista nacional

MÓDULO 2
**LA VISIÓN DE LAS
AGENCIAS**



VERANO 2024 • PERSPECTIVA GENERAL

Los empleados de las agencias tienen una visión muy nítida sobre el próximo periodo vacacional: **los viajeros están ilusionados ante el hecho de viajar y hacerlo además con los mejores precios**, intentando obtener el máximo ahorro.

Con todo, prevén que aumente el gasto por persona/viaje, si bien entienden que ese incremento no compensará el efecto de la inflación. Quizás por esta razón, perciben un leve decaimiento en las emociones manifestadas.

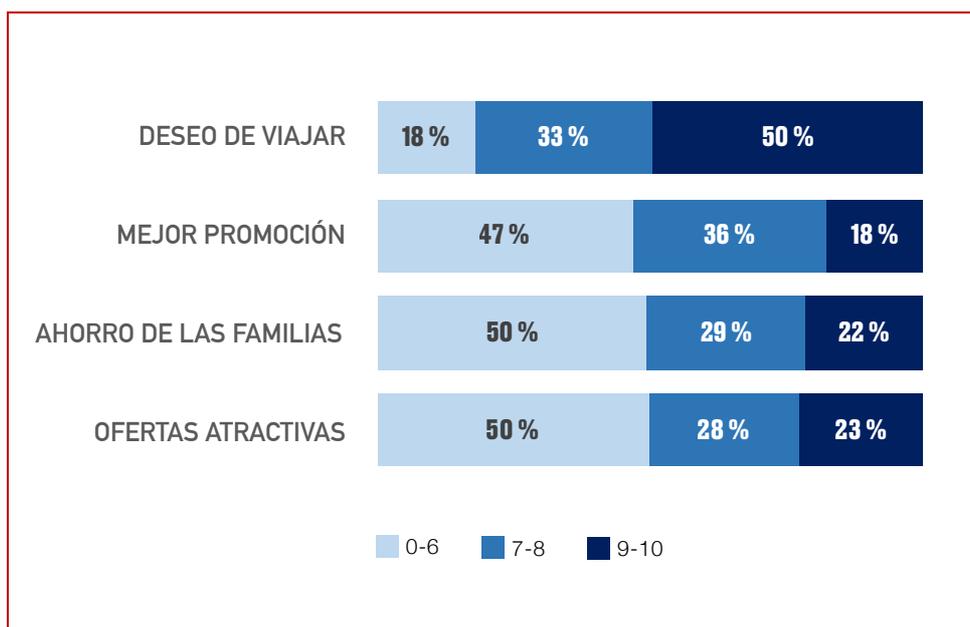
Otra consideración general destacada que advierten los expertos en esta campaña es una **mayor inquietud en la búsqueda de sitios nuevos y emergentes** (1 de cada 3 percibe este sentimiento), tal vez con la pretensión de aminorar costes, a lo mejor para evitar las sobrecargas o, simplemente, por un nuevo espíritu surgido tras la pandemia, ahora que las fronteras se han abierto de nuevo al mundo.

■ POSIBLES ACELERADORES ▫ IMPORTANCIA

El deseo de viajar de los ciudadanos, en cualquier caso, se mantiene como el gran acelerador de la actividad turística, según los profesionales de las agencias.

Mejoran ligeramente con respecto al verano pasado la importancia del ahorro de las familias y las ofertas atractivas de viajes.

▣ VERANO 2024 • SENTIMIENTO DE LOS VIAJEROS ▫ ACELERADORES



■ AMENAZAS EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

De cara al futuro, **la subida de los precios se identifica como el principal riesgo a considerar (82%)**, aunque cae 15 puntos en comparación con 2023.

A pesar del temor que existe por la escalada de los precios, parecen disiparse las dudas sobre una posible nueva crisis económica, un tema que decae 30 puntos con respecto a 2023.

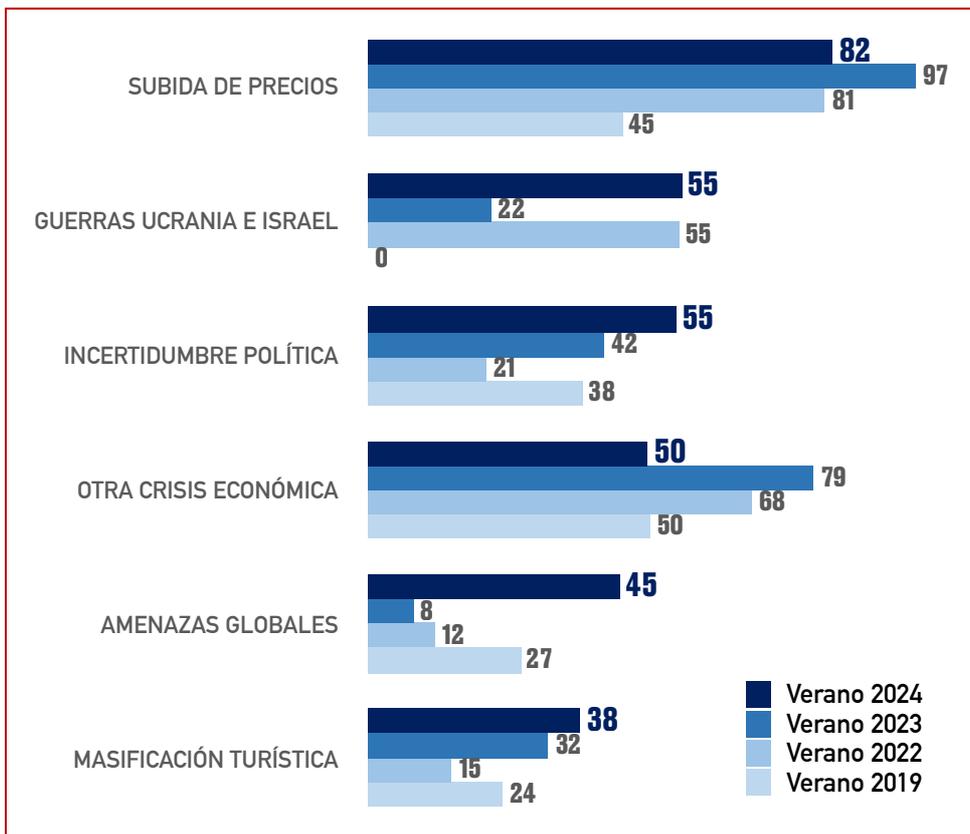
La preocupación por los conflictos de Ucrania y Oriente Medio va en aumento, con un incremento de más de 30 puntos, acrecentado probablemente por los enfrentamientos desatados en el Cercano Oriente tras los ataques del 7 de octubre de 2023.

En coherencia, **también se incrementan los temores a las amenazas globales**, que suben 37 puntos porcentuales.

Otro asunto que eleva la incertidumbre en el turismo, a juicio de los agentes de viajes, es la situación política doméstica, que sube 13 puntos y alcanza su pico en 2024.

La sobrecarga de los destinos ocupa la última plaza en las preocupaciones de los profesionales de las agencias, aunque hay que hacer notar el crecimiento que registra desde 2022.

🗳️ VERANO 2024 · SENTIMIENTO DE LOS VIAJEROS ▫ AMENAZAS



▶ Situación en los últimos 6 meses

Aunque los pasados 6 meses siguen considerándose positivos para el sector, las agencias de viajes y su propia agencia, **disminuye considerablemente esta visión positiva con respecto a cómo se calificaba la situación el pasado año.**

- Al igual que se veía en los últimos años, **la situación económica sólo tiene un balance negativo cuando se refiere al global del país** y puede decirse que esta visión se mantiene en la línea de 2023.
- En cambio, **la situación del sector turístico, de las agencias y de su propia agencia es evaluada de forma favorable**, si bien se observa un decremento llamativo comparativamente a la medición del año pasado, aminorándose en todos los casos.

📊 VERANO 2024 - SITUACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES

ECONOMÍA ESPAÑOLA				BALANCE	
VERANO 2024	13%	43%	45%	-32%	
VERANO 2023	20%	30%	50%	-30%	
VERANO 2022	18%	26%	56%	-38%	
VERANO 2019	13%	59%	28%	-15%	

SECTOR TURÍSTICO				BALANCE	
VERANO 2024	38%	53%	10%		28%
VERANO 2023	66%	31%	3%		63%
VERANO 2022	53%	27%	20%		33%
VERANO 2019	28%	60%	12%		16%

AGENCIAS DE VIAJES				BALANCE	
VERANO 2024	33%	49%	19%		14%
VERANO 2023	60%	30%	10%		50%
VERANO 2022	34%	33%	33%		1%
VERANO 2019	16%	54%	30%	2%	

SU AGENCIA DE VIAJES EN CONCRETO				BALANCE	
VERANO 2024	49%	41%	11%		38%
VERANO 2023	66%	26%	7%		59%
VERANO 2022	50%	31%	19%		31%
VERANO 2019	31%	57%	12%		19%

■ FAVORABLE
 ■ ESTABLE
 ■ DESFAVORABLE

▶ Expectativas para los próximos 6 meses

En coherencia con la ilusión que perciben los profesionales sobre los viajeros, **las perspectivas para el sector y las agencias son positivas, pero también en correlación con las cautelas económicas, prosigue cierta propensión al descenso, tal y como se advertía en 2023**, proyectando ahora unas expectativas menos favorables.

- **Las previsiones para los próximos 6 meses son negativas para la economía** (con un balance prácticamente igual al del año pasado, -29 puntos).
- Las estimaciones son positivas, en cambio, para el sector turístico (+11), y para la propia empresa (+19).
- A propósito de las agencias de viajes, el balance positivo es solo de 1 punto, por lo que se trata de un grupo que considera que se mantendrá más bien estable.

● VERANO 2024 - EXPECTATIVAS PARA LOS PRÓXIMOS 6 MESES

ECONOMÍA ESPAÑOLA				BALANCE	
VERANO 2024	8%	55%	37%	-29%	
VERANO 2023	12%	48%	40%	-28%	
VERANO 2022	19%	34%	47%	-28%	
VERANO 2019	14%	62%	24%	-10%	

SECTOR TURÍSTICO				BALANCE	
VERANO 2024	27%	57%	16%		11%
VERANO 2023	34%	58%	8%		26%
VERANO 2022	53%	39%	7%		46%
VERANO 2019	31%	59%	10%		21%

AGENCIAS DE VIAJES				BALANCE	
VERANO 2024	24%	54%	23%		1%
VERANO 2023	26%	62%	12%		14%
VERANO 2022	38%	39%	22%		16%
VERANO 2019	22%	59%	20%		2%

SU AGENCIA DE VIAJES EN CONCRETO				BALANCE	
VERANO 2024	31%	57%	12%		19%
VERANO 2023	36%	57%	7%		29%
VERANO 2022	48%	42%	11%		37%
VERANO 2019	30%	61%	9%		21%

■ FAVORABLE
 ■ ESTABLE
 ■ DESFAVORABLE

▶ **Confianza entre las agencias de viajes**

La confianza —situación en los últimos seis meses y expectativas para los próximos— de los cuatro ámbitos es algo menor que la reflejada en la campaña pasada.

- En este verano de 2024, **la mayor confianza se da en el seno de las agencias**, sobre todo cuando se habla de su propio establecimiento.
- En el caso de la economía española, **la situación se muestra prácticamente igual que en 2023 y la confianza en este aspecto sigue luciendo en números rojos** (en torno a los -30 puntos porcentuales).

■ VERANO 2024 · **CONFIANZA ENTRE LAS AGENCIAS DE VIAJES**



▶ **Expectativas de empleo y precios**

Las previsiones sobre el empleo mantienen una buena tónica, aunque por debajo de la que se registró el año pasado.

Los precios son considerados mayormente desfavorables, pero se observa cierta recuperación con respecto a 2023.

- **Las expectativas sobre el empleo son positivas con un saldo de +11 puntos.** Estos datos ofrecen unas perspectivas ligeramente inferiores a los que se presentaban en 2023.
- **Respecto al nivel de precios, las impresiones vuelven a ser negativas:** la mitad de los encuestados opina que el nivel de precios empeorará (52%). Aún así, destacar que el balance mejora en 31 puntos en comparación con el año pasado.

 VERANO 2024 · EMPLEO & PRECIOS > EXPECTATIVAS

II NÚMERO DE EMPLEADOS				II BALANCE	
VERANO 2024	20%	71%	9%		11%
VERANO 2023	24%	70%	6%		18%
VERANO 2022	33%	63%	4%		29%
VERANO 2019	16%	76%	8%		8%

II NIVEL DE PRECIOS				II BALANCE	
VERANO 2024	23%	26%	52%	-29%	
VERANO 2023	15%	19%	66%	-51%	
VERANO 2022	31%	25%	45%	-14%	
VERANO 2019	12%	64%	24%	-12%	

Las perspectivas para el sector y las agencias son positivas, pero también en correlación con las cautelas económicas, prosigue cierta propensión al descenso, tal y como se advertía en 2023, proyectando ahora unas expectativas menos favorables





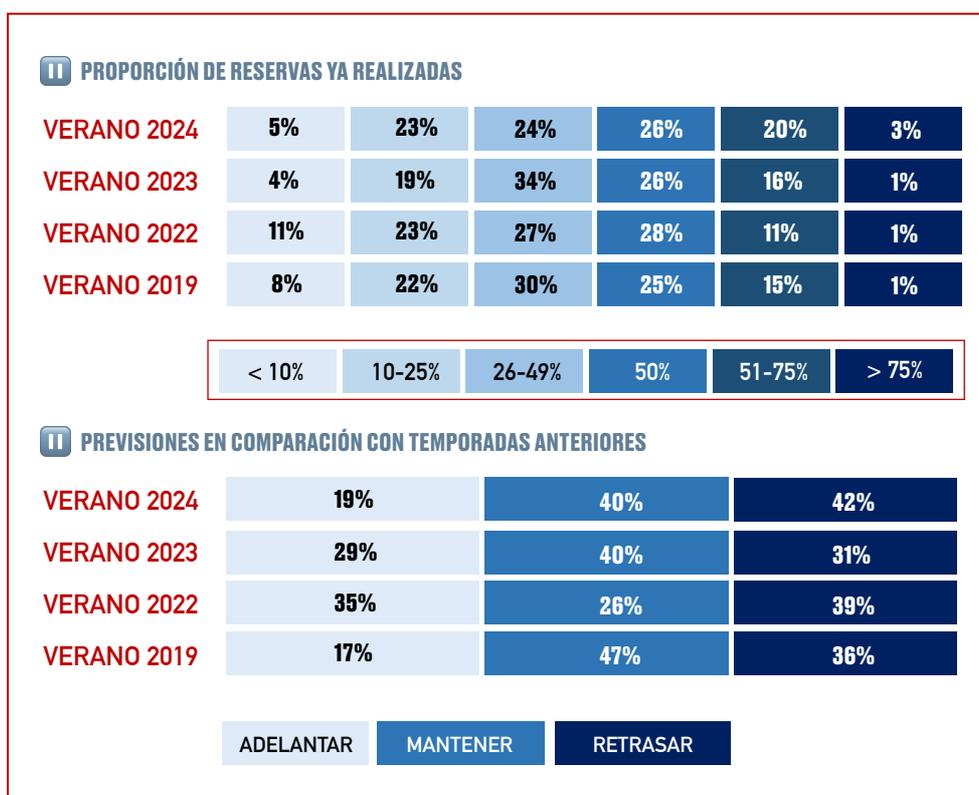
SITUACIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS RESERVAS

▶ Expectativas • **Visión general**

De media, **la proporción de reservas ya realizadas se encuentran en torno al 41%.**

Respecto a la temporada pasada, **se estima que las contrataciones se retrasarán (42%) o bien se mantendrán (40%).**

● VERANO 2024 • **RESERVAS > EXPECTATIVAS**



▶ Expectativas • **Tipo de reserva**

Las predicciones sobre las reservas de alojamiento, de transporte y de actividades en destino apuntan más bien a la estabilidad y son inferiores a las del verano pasado. En cambio vemos una clara visión positiva en cuanto a las reservas de contratación de seguros.

- La previsión es estable en las reservas de solo alojamiento (+1), de solo transporte (-3) y de actividades en destino (balance:0).
- Las expectativas en cuanto a las reservas de alojamiento + transporte son levemente positivas (+6), mientras que hay una clara apuesta a que las reservas con seguros aumentarán (+43).

VERANO 2024 - EXPECTATIVAS > TIPO DE RESERVA

II SOLO ALOJAMIENTO					
VERANO 2024	26%	50%	25%	▶	1
VERANO 2023	28%	61%	11%	▶	17
VERANO 2022	42%	46%	13%	▶	29
VERANO 2019	26%	49%	25%	▶	1
II SOLO TRANSPORTE					
VERANO 2024	20%	57%	23%	▶	-3
VERANO 2023	21%	61%	18%	▶	3
VERANO 2022	36%	40%	23%	▶	13
VERANO 2019	23%	52%	25%	▶	-2
II ALOJAMIENTO + TRANSPORTE					
VERANO 2024	21%	64%	15%	▶	6
VERANO 2023	50%	41%	10%	▶	40
VERANO 2022	39%	47%	14%	▶	25
VERANO 2019	33%	59%	8%	▶	25
II ACTIVIDADES EN DESTINO					
VERANO 2024	29%	43%	29%	▶	0
VERANO 2023	32%	46%	22%	▶	10
VERANO 2022	34%	48%	18%	▶	16
VERANO 2019	27%	48%	25%	▶	2
II CONTRATACIÓN DE SEGUROS					
VERANO 2024	51%	42%	8%	▶	43

AUMENTARÁN
ESTABLES
DISMINUIRÁN

▶ Expectativas • Duración del viaje

Se avanza un aumento de los desplazamientos en todas las duraciones ≤7 noches. En el caso de los viajes de más de siete noches se cree que disminuirán, al contrario que el año pasado.

- De cara a la temporada vacacional de 2024, se confía en que se incrementen todos los tipos de viajes definidos en función de su duración, excepto en los de más de siete días, que disminuirán (-19 puntos)
- En todo caso, **las previsiones, aunque positivas en su mayoría, son moderadamente inferiores a las que se han venido dando en los dos últimos veranos.**

● VERANO 2024 - EXPECTATIVAS > DURACIÓN DEL VIAJE

II VIAJES FIN DE SEMANA					
VERANO 2024	31%	52%	18%	▶	13
VERANO 2023	39%	45%	17%	▶	22
VERANO 2022	45%	46%	10%	▶	35
VERANO 2019	32%	49%	19%	▶	13
II VIAJES DE 3-4 NOCHES					
VERANO 2024	37%	49%	15%	▶	22
VERANO 2023	43%	51%	6%	▶	37
VERANO 2022	45%	44%	12%	▶	33
VERANO 2019	35%	55%	10%	▶	35
II VIAJES DE 5-7 NOCHES					
VERANO 2024	18%	66%	16%	▶	2
VERANO 2023	34%	50%	16%	▶	18
VERANO 2022	44%	43%	14%	▶	30
VERANO 2019	29%	61%	10%	▶	19
II VIAJES + DE 7 NOCHES					
VERANO 2024	21%	40%	40%	▶	-19
VERANO 2023	36%	26%	37%	▶	-1
VERANO 2022	35%	30%	35%	▶	0
VERANO 2019	21%	45%	34%	▶	-13

AUMENTAN

ESTABLES

DISMINUIRÁN

▶ Expectativas • Tipo de destino

Se espera un alza en ambos destinos (nacionales e internacionales), pero se rebajan las previsiones de crecimiento con respecto al verano pasado.

- Aunque las expectativas positivas de los viajes internacionales superan a las de los nacionales, se constata que disminuyen en comparación con el verano de 2023.
- Los pronósticos de aumento de los emplazamientos nacionales son ligeramente inferiores a los de 2023 y retornan a valores similares a los del verano'19.

● VERANO 2024 • EXPECTATIVAS > TIPO DE DESTINO

II VIAJES INTERNACIONALES					
VERANO 2024	46%	37%	18%	▶	28
VERANO 2023	63%	22%	15%	▶	48
VERANO 2022	40%	22%	37%	▶	3
VERANO 2019	46%	39%	15%	▶	31
II VIAJES NACIONALES					
VERANO 2024	33%	51%	17%	▶	16
VERANO 2023	36%	50%	14%	▶	22
VERANO 2022	59%	31%	11%	▶	48
VERANO 2019	34%	52%	15%	▶	19

■ AUMENTARÁN
 ■ ESTABLES
 ■ DISMINUIRÁN

▶ Expectativas • Destinos NACIONALES 1

En función de las opiniones, **se contempla un crecimiento en playas insulares, mientras que en las peninsulares y los espacios naturales la expectativa tiende a la estabilidad.** Parece que hay cierto pesimismo en cuanto a las reservas de destinos rurales.

- A nivel comparativo con el verano pasado, vemos un descenso de los pronósticos de crecimiento en todos los tipos de destinos.
- Cabe destacar que las expectativas positivas en playas insulares caen 24 puntos con respecto a 2023.

VERANO 2024 • EXPECTATIVAS DESTINOS NACIONALES 1

II PLAYA PENÍNSULA				II BALANCE	
VERANO 2024	25%	48%	28%	-3%	
VERANO 2023	29%	53%	18%		11%
VERANO 2022	51%	38%	11%		40%
VERANO 2019	30%	46%	24%		6%
II PLAYA ISLAS				II BALANCE	
VERANO 2024	36%	45%	20%		16%
VERANO 2023	51%	38%	11%		40%
VERANO 2022	55%	34%	11%		44%
VERANO 2019	36%	46%	18%		18%
II ESPACIOS NATURALES				II BALANCE	
VERANO 2024	22%	58%	20%	-3%	
VERANO 2023	22%	59%	19%		3%
VERANO 2022	47%	44%	10%		37%
VERANO 2019	18%	57%	25%	-7%	
II DESTINOS RURALES				II BALANCE	
VERANO 2024	20%	54%	27%	-7%	
VERANO 2023	19%	62%	19%		■
VERANO 2022	45%	39%	16%		29%
VERANO 2019	21%	50%	30%	-9%	

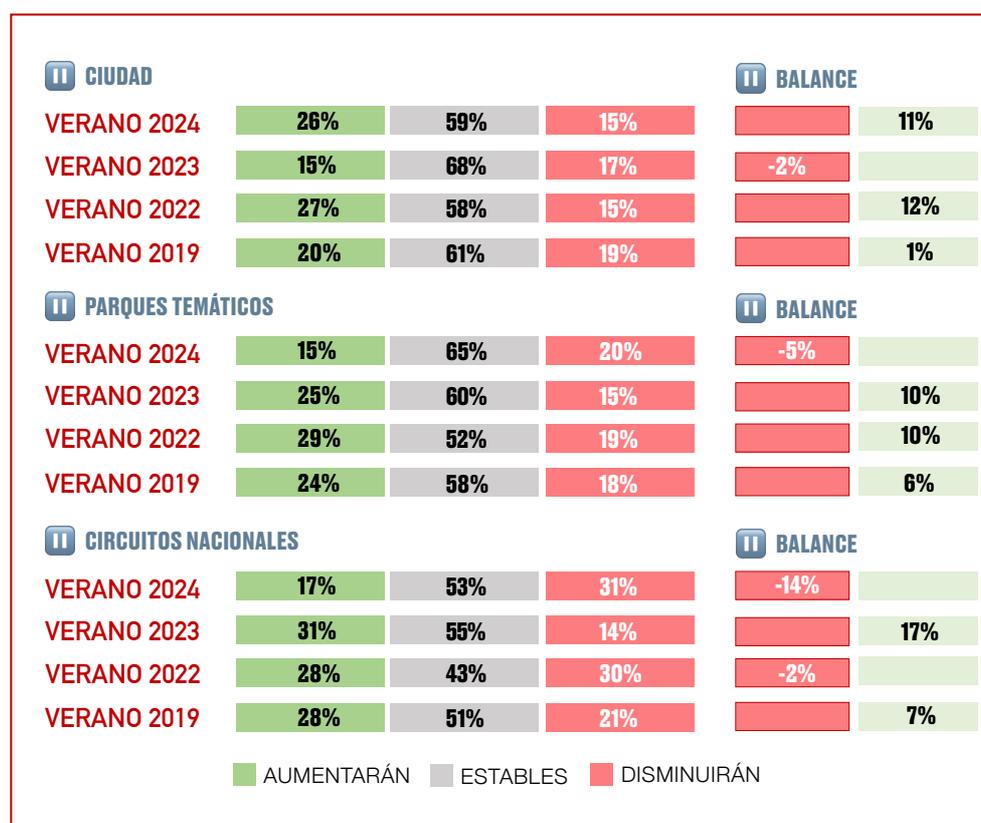
■ AUMENTARÁN ■ ESTABLES ■ DISMINUIRÁN

Expectativas • Destinos NACIONALES 2

Los profesionales estiman una previsión de crecimiento para los destinos de ciudad, mientras que se espera que los parques temáticos y, en especial, los circuitos nacionales disminuyan.

- Las perspectivas para este próximo verano consideran una subida en los destinos de ciudad (+11 puntos de balance), lo que implica una recuperación con respecto a 2023.
- Por el contrario, se prevé un descenso en los circuitos nacionales (-14 puntos), que pasan a tener la peor previsión en el histórico.
- Y lo mismo sucede con los centros de ocio que, con un ligero balance negativo, empeora la previsión de los últimos veranos.

VERANO 2024 • EXPECTATIVAS DESTINOS NACIONALES 2



Expectativas • Destinos INTERNACIONALES 1

De cara a este ámbito, **se anticipan aumentos en las reservas de capitales europeos y de cruceros**, mientras que en otros destinos —como circuitos europeos y parques temáticos— la previsión es de estabilidad.

- Las expectativas positivas de las ciudades europeas y de los cruceros son menores a las generadas en el verano anterior pero superan a las que había en el 2022, situándose ambas con un balance de +30 y +35 puntos actualmente.
- Se espera que los circuitos europeos se mantengan estables, lo que supone un retroceso en cuanto al crecimiento positivo del verano pasado.
- En el caso de los parques temáticos, no hay grandes cambios con respecto a los veranos anteriores y aunque su resultado es ligeramente negativo, las previsiones apuntan a la estabilidad.

VERANO 2024 - EXPECTATIVAS DESTINOS INTERNACIONALES 1

II CAPITALES EUROPEAS				II BALANCE	
VERANO 2024	39%	53%	9%		30%
VERANO 2023	53%	38%	9%		44%
VERANO 2022	39%	40%	20%		19%
VERANO 2019	40%	52%	8%		32%

II CIRCUITOS EUROPEOS				II BALANCE	
VERANO 2024	24%	51%	25%	-1%	
VERANO 2023	40%	40%	21%		19%
VERANO 2022	28%	47%	26%		2%
VERANO 2019	33%	52%	15%		18%

II CRUCEROS				II BALANCE	
VERANO 2024	50%	36%	15%		35%
VERANO 2023	57%	34%	9%		48%
VERANO 2022	36%	37%	27%		9%
VERANO 2019	49%	39%	12%		37%

II PARQUES TEMÁTICOS				II BALANCE	
VERANO 2024	15%	66%	19%	-4%	
VERANO 2023	26%	56%	18%		8%
VERANO 2022	20%	55%	25%	-5%	
VERANO 2019	18%	60%	22%	-4%	

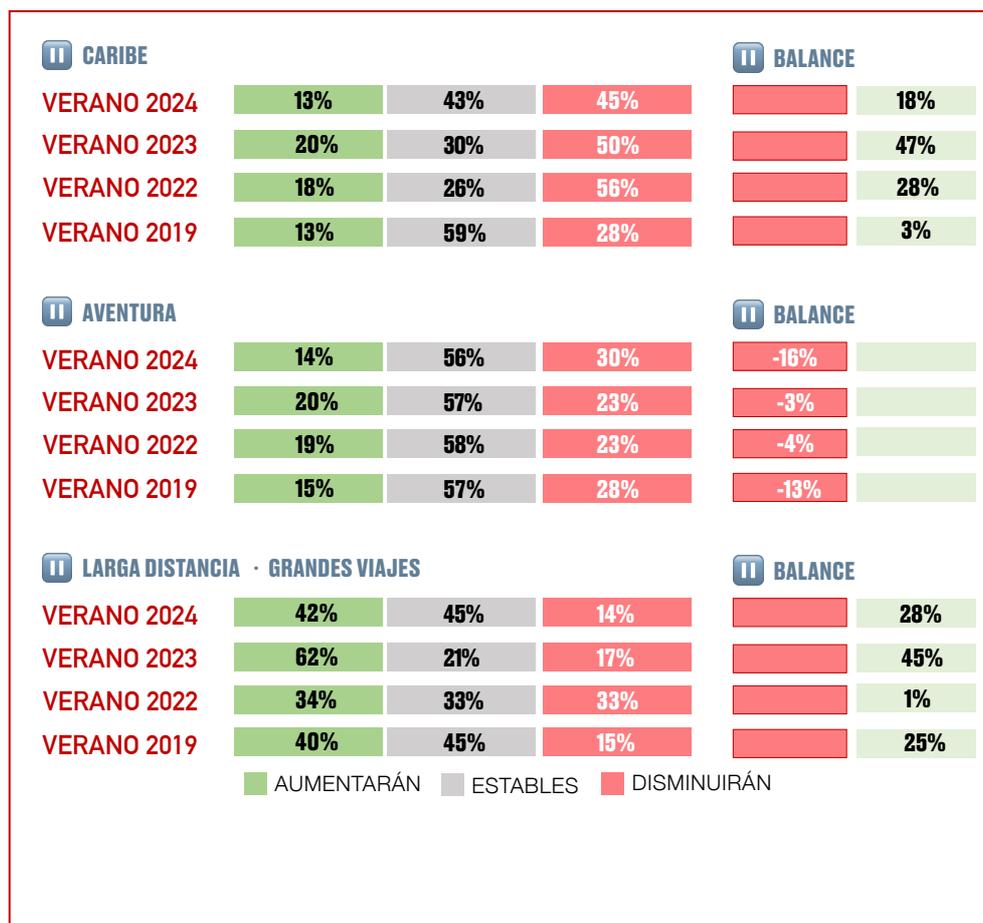
■ AUMENTARÁN
 ■ ESTABLES
 ■ DISMINUIRÁN

▶ Expectativas • Destinos INTERNACIONALES 2

Los expertos esperan un crecimiento de desplazamientos al Caribe y, en especial, una mejora en los viajes de larga distancia, mientras que los destinos de aventura siguen su tendencia al descenso.

- Las expectativas para los viajes de largo radio son positivas (+28 puntos de balance) pero disminuyen en 17 puntos con respecto al verano pasado.
- Lo mismo sucede con el Caribe, aunque se espera un aumento, los pronósticos positivos son mucho menores que los del verano de 2023 (-29 puntos).
- Las estimaciones negativas de los viajes de aventura suben 13 puntos con respecto al año pasado.

📊 VERANO 2024 - EXPECTATIVAS DESTINOS INTERNACIONALES 2



TENDENCIAS VERANO 2024 ▢ VIAJES

En el apartado de tendencias para este verano, **los profesionales destacan en especial la flexibilidad y la política de cancelación como elementos clave en la contratación.**

Los clientes, además, según los empleados del canal, **buscan experiencias más personalizadas y menos convencionales, y destinos más económicos.**

Por el contrario, **los agentes no perciben que haya mayor demanda de destinos sostenibles.**

Los agentes apuestan por un crecimiento en todos los sectores, en especial el experiencial y el de turismo senior.

Otra tendencia que se subraya de cara a la nueva campaña vacacional, a juicio de los consultados: **1 de cada 3 viajeros buscan sitios nuevos y emergentes.**

VERANO 2024 - TENDENCIAS

■ FLEXIBILIDAD Y POLÍTICA DE CANCELACIÓN, CLAVES PARA LA CONTRATACIÓN



■ LOS CLIENTES BUSCAN NUEVAS FORMAS DE VIAJAR

VIAJES DE AUTOR, SLOW TRAVEL, VIAJES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y ESPIRITUAL...



■ SE BUSCAN EXPERIENCIAS MÁS PERSONALIZADAS Y MENOS CONVENCIONALES



■ LOS CLIENTES ELIGEN EN MAYOR MEDIDA DESTINOS MÁS ECONÓMICOS



■ MAYOR LA DEMANDA DE VIAJES RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE



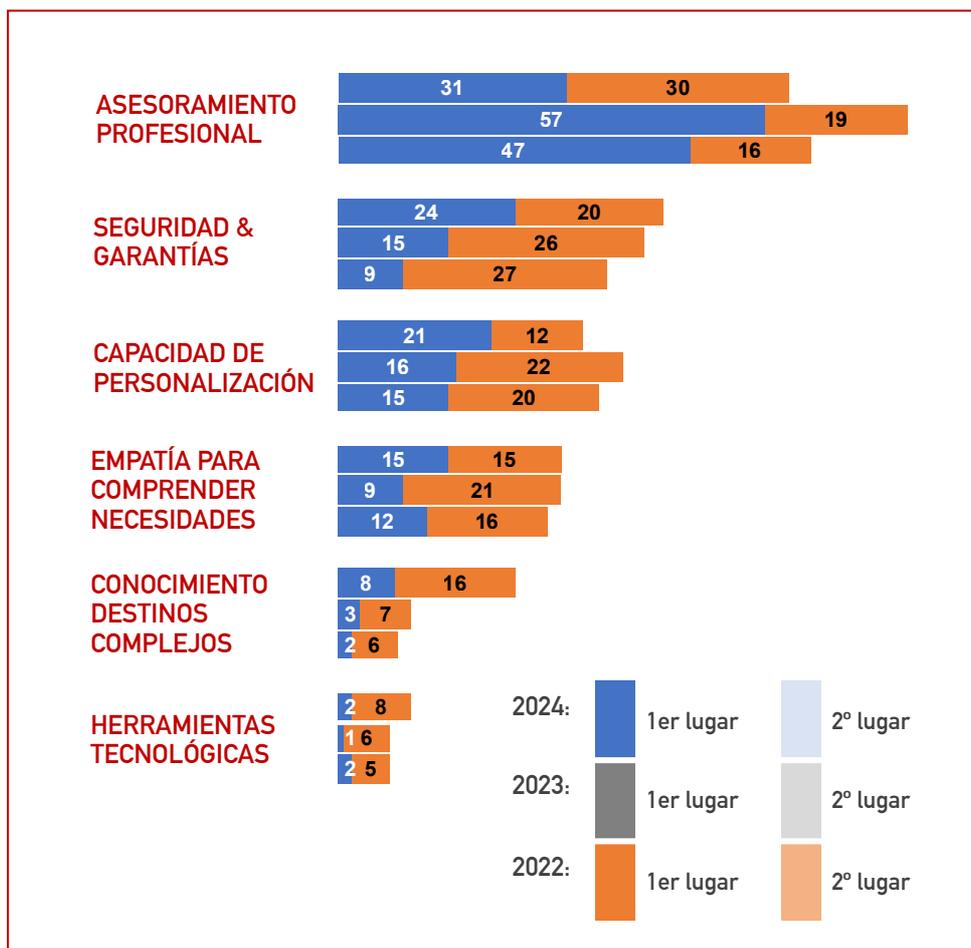
■ TOTALMENTE DE ACUERDO ■ BASTANTE DE ACUERDO ■ ALGO DE ACUERDO ■ POCO DE ACUERDO ■ NADA DE ACUERDO

▶ Servicios más valorados de las agencias

El asesoramiento profesional se mantiene como el capítulo más valorado de una agencia de viajes.

- Aunque el consejo experto sigue liderando el apartado de servicios más apreciados de una agencia, **se advierte una rebaja de su influencia con respecto al verano pasado**, sobre todo si se tiene en cuenta su designación en primer lugar (26 puntos porcentuales menos).
- **En un segundo plano se sitúan la seguridad y garantías que proporcione la agencia**; la capacidad de personalización se incrementa con respecto a los dos últimos veranos.
- **La capacidad para personalizar viajes, tercer servicio más reseñado, pierde algo de presencia** en comparación con la campaña vacacional pasada, si bien mejora su dato de elección en primer lugar.

📊 VERANO 2024 · AGENCIAS DE VIAJES ▫ SERVICIOS MÁS VALORADOS



Respecto al comportamiento del cliente en su relación con las agencias, **los profesionales inciden en dos aspectos, uno relacionado con la digitalización y otro referido a la calidad en la atención.**

- El cliente prefiere el envío de información por canales digitales y el contacto personal con su asesor para organizar el viaje.
- Los agentes de viajes, además, consideran que la presencia activa en redes sociales aumenta las ventas.
- Los agentes están pendientes de la satisfacción de los clientes una vez regresan de sus viajes.

Según los profesionales de las agencias, en 2024 los clientes buscarán experiencias más personalizadas y menos convencionales, y destinos más económicos. Otro apunte de interés: 1 de cada 3 viajeros optará por sitios nuevos y emergentes



VERANO 2024

hábitos y comportamientos del turista nacional

MÓDULO 3

**APUNTES
METODOLÓGICOS**

La
tasca
de
Pablo

Coca-Cola
CASA PASQUALILLO

60
TERRA
LIBER

ablo
CARRAS
AL, 190
CARRAS
5
PASTA
PASTA
ZARZAN
PASTAS
PASTA



Informe viajeros

UNIVERSO

Población internauta mayor de 18 años que viajó el verano de 2022 o en 2023 y tiene previsto viajar en 2024.

METODOLOGÍA

Entrevistas online con un cuestionario estructurado a participantes de un panel.

MUESTREO

Partiendo de la distribución de la **población mayor de 18 años según datos oficiales del INE**, se realizó una distribución estratificada con afijación proporcional.

Los criterios de estratificación han sido:

- El género (2 estratos)
- La comunidad autónoma (17 y total) y
- La edad (4 grupos en total).

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El número total de entrevistas válidas (viajeros en 2022 ó 2023) fue de 1.028. Para llegar a ellos, se utilizó una muestra representativa de 1.192 individuos.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas fueron cumplimentadas entre el **27 de mayo y el 30 de mayo de 2024.**

ERROR MUESTRAL

± 2,88 calculado para un universo infinito, en el caso de mayor incertidumbre posible ($p=q=50\%$) y con un margen de confianza del 95,5

OTROS DATOS DE INTERÉS

Informe elaborado a partir del estudio de campo realizado por Grupo Análisis e Investigación.

Informe de agencias

UNIVERSO

El universo del estudio son las agencias de viajes. **Se partió de un marco poblacional compuesto por más de 5.000 agencias de viaje.**

METODOLOGÍA

Se realizaron entrevistas online con un cuestionario estructurado. La colaboración no estaba incentivada.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas fueron cumplimentadas entre el **22 de mayo y el 8 de junio de 2024.**

ERROR MUESTRAL

± 9,47 (para los datos globales)

El error muestral, desde el supuesto de un muestreo aleatorio simple, en el caso de mayor incertidumbre posible ($p=q=50\%$) y con un margen de confianza del 95,5.

Informe elaborado a partir del estudio de campo realizado por Grupo Análisis e Investigación.

Este informe fue presentado el 21 de junio de 2024, unas horas después del inicio del solsticio de verano, que comenzó el 20 de junio, a las 22 horas y 51 minutos, según cálculos del Observatorio Astronómico Nacional (Instituto Geográfico Nacional - Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible).

ENTIDADES PATROCINADORAS

amadeus AON BERONI

Carrefour viajes  iaG7/ viajes aIRMET/ servicios IBERIA 

 iryo  ILUNION Hotels Mundiplan

reinizia^T  unav
unión de agencias de viajes

ENTIDADES COLABORADORAS

 Task ONE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

 æept  grupo de investigación en
Ciencias Sociales y del Turismo
URByTUR

VERANO 2024

observa* **TUR*