

VERANO 2022

Hábitos y comportamientos del turista nacional

Observatorio Nacional del Turismo Emisor

INFORME 09

20 de junio de 2022



***observa* TUR**





ENTIDADES PATROCINADORAS

amadeus

AON

Beroni

Carrefour
viajes

IAG7 viajes

Airmet
cybas

IBERIA

ILUNION
Hotels

Mundiplan

reinizia^T

renfe SNCF
en cooperación / en coopération

unav
unión de agencias de viajes

ENTIDADES COLABORADORAS

Task ONE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

asociación española de profesionales del turismo
æept

grupo de investigación en
Ciencias urbanas y del turismo
URByTUR



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, Mundiplan, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación 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

- La opinión de los viajeros
- La opinión de las agencias

A modo de contexto · 23

MÓDULO 1 > La visión de los viajeros · 25

Previsiones para el verano 2021 · 27

- Previsiones para las vacaciones de verano
- Razones para no salir de vacaciones este verano
- Razones para no salir de vacaciones este verano, según edad

Elementos básicos de los viajes previstos para el verano 2021 · 31

- Decisiones tomadas para las próximas vacaciones de verano. Evolución
- Decisiones tomadas, según género y edad
- ¿Con quién te vas a ir de vacaciones?
- ¿Con quién te vas a ir de vacaciones? Evolución
- ¿Qué mes se elige para las vacaciones de verano? Evolución
- ¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones?
- ¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones? Evolución
- Alojamiento decidido
- Alojamiento decidido. Evolución
- Alojamiento total (decidido y probable)
- Medio de transporte decidido
- Medio de transporte decidido. Evolución
- Medio de transporte total (decidido y probable)
- Medio de transporte total (decidido y probable). Evolución

- Destino decidido
- Destino decidido. Evolución
- Detalle del destino total (decidido y probable)
- Motivo principal de elección de destino
- Motivo principal de elección de destino, según género y edad
- Definición del tipo de viaje en destinos decididos, según género y edad
- Definición del tipo de viaje en destinos decididos. Evolución
- Seguros: probabilidad de contratar
- Seguro de cancelación: probabilidad de contratar, según género y edad
- Seguro de accidentes: probabilidad de contratar, según género y edad
- Seguro médico: probabilidad de contratar, según género y edad
- Presupuesto máximo
- Presupuesto máximo: distribución

Reservas de viajes & Agencias · 57

- Reservas de viajes, según género y edad
- Momento en el que prevé comenzar a reservas, según género y edad
- Uso de agencias para reservar las vacaciones de verano 2022 (total y según género y edad)
- Valoración del servicio en agencias de viajes, según género y edad

MÓDULO 2 > La visión de las agencias de viajes · 63

- Expectativas para el verano de 2022
- Percepción de los agentes de viajes acerca de la situación
 - Sobre las reservas
 - Sobre los destinos nacionales
 - Sobre los destinos internacionales
- Posibles aceleradores y frenos de la recuperación
 - Aceleradores
 - Frenos
 - Amenazas en el ámbito del turismo
- Tendencias para el verano 2022

MÓDULO 3 > Apuntes metodológicos · 77

- Informe sobre viajeros
- Informe de agencias

Presentación

La nueva edición del informe de temporada de ObservaTUR, noveno desde que comenzó su singladura en el año 2018, **trae al fin buenas noticias**, tras dos años de previsiones pesimistas a causa de la pandemia mundial desencadenada por el coronavirus.

Porque los datos contenidos en el estudio, al fin, parecen constatar que ya ha comenzado la recuperación del sector y que, en algunos casos, se estaría aproximando a las cifras prepandemia.

Todo ello gracias a la mejora de la situación sanitaria y a la apertura (o la relajación) de las medidas adoptadas en los diferentes países, relativas a la movilidad y seguridad de los viajeros.

Y es que los deseos de viajar y la ilusión por volver a disfrutar de la tan ansiada normalidad están actuando como los **grandes dinamizadores de la actividad turística**.

A pesar de la indudable resiliencia exhibida por la industria turística durante la pandemia, y que el turismo nuevamente se postula como motor y punta de lanza de la recuperación económica en nuestro país, **no debemos obviar que las amenazas todavía persisten**.

Los datos positivos, que se suceden estadística tras estadística, **no nos deben eclipsar los grandes retos e incertidumbres que tenemos todavía por delante como país**, una creciente inflación, la ralentización de la tasa de crecimiento del PIB y la pérdida de poder adquisitivo de los ciudadanos, que volverán a poner a prueba en un futuro no lejano la industria de los viajes.



Los deseos de viajar y la ilusión por volver a disfrutar de la tan ansiada normalidad están actuando como los grandes dinamizadores de la actividad turística

En este contexto, **se elabora el nuevo estudio de temporada de ObservaTUR, que como es habitual se presenta en dos bloques diferenciados**, uno derivado de la aplicación de un cuestionario online a una muestra representativa de la población española viajera, y otro bloque que recoge la visión y opinión de los profesionales de las agencias de toda España, lo cual permite tener una visión muy completa y cualificada de todos los aspectos relativos a la actividad turística del próximo verano 2022.

De igual forma que en otras ocasiones, **todas las entidades patrocinadoras y colaboradoras desean manifestar su agradecimiento a las personas y firmas que han hecho posible este documento** acerca de los hábitos y comportamientos del turista español y que ponemos a disposición de la sociedad en su conjunto y especialmente de los profesionales del turismo con el objetivo de ahondar en el conocimiento turístico y mejorar la competitividad de nuestra industria.

VERANO 2022

Hábitos y comportamientos del turista nacional_____

Resumen ejecutivo



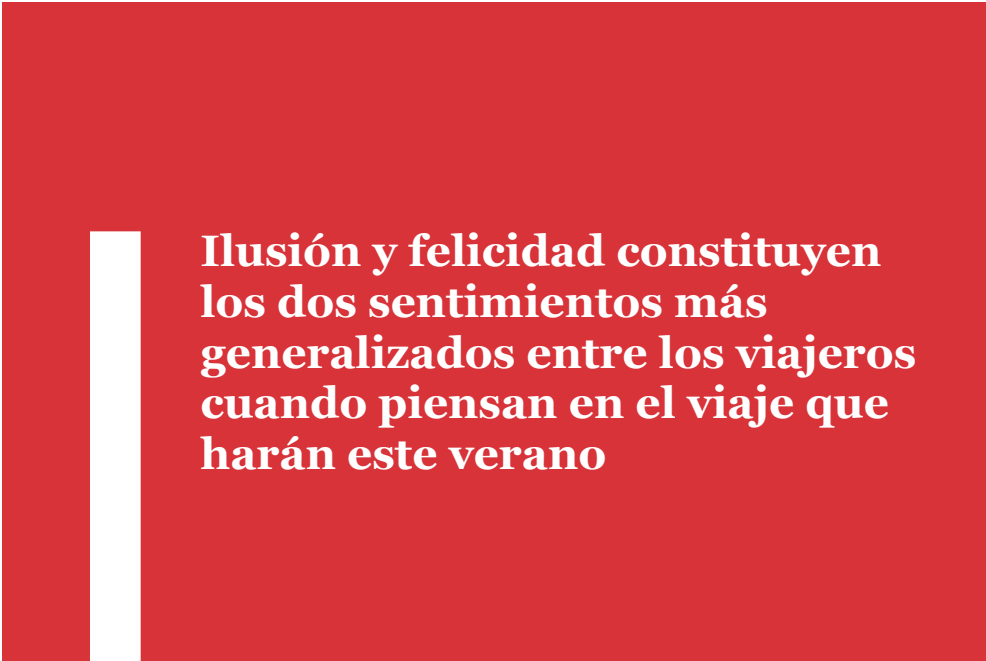


La opinión de los viajeros

Datos para el optimismo

El nuevo informe de temporada de ObservaTUR constata con cifras la recuperación del sector:

- Con respecto al año pasado, **aumenta considerablemente el porcentaje de quienes tienen previsto salir (más de 20 puntos, 68% frente a 89% actual)** y disminuye el de quienes no lo tienen previsto del 32% al 12% actual.
- **El gasto medio previsto por persona interrumpe su tendencia decreciente y por primera vez desde 2018 se incrementa con respecto al año anterior.** Si en 2021 se registró la media más baja de 566 euros, para este verano el presupuesto por persona aumenta a 610 euros, por encima del registrado los dos últimos años (aunque sin llegar las medias prepandémicas).
- La elección de destino comienza a recuperar la tendencia anterior a la pandemia. Con respecto al verano de 2021, aunque se mantiene preponderante, **desciende la proporción de destinos nacionales y suben las otras dos opciones que contienen destinos internacionales**, aunque todavía se mantienen lejos de los niveles anteriores a 2020.
- En consonancia, **el avión experimenta una clara recuperación, cercana ya a los valores anteriores a la pandemia**, mientras que el coche particular desciende 11 puntos (aunque se mantiene por encima de los valores anteriores a 2020).
- **El hotel se consolida en 2022 como el tipo de alojamiento más seleccionado, aumentando 9 puntos con respecto a 2021**, aunque todavía no alcanza los niveles registrados antes de la pandemia. El alojamiento propio, en cambio, desciende 11 puntos con respecto al de hace un año, y 18 con respecto al 2020, tras la enorme importancia que tuvo el alojamiento propio hace dos años, en plena pandemia.
- **Tímidamente comienzan a recuperarse los viajes con amigos (aumentan 4 puntos)** y disminuyen levemente quienes viajan solos.



Ilusión y felicidad constituyen los dos sentimientos más generalizados entre los viajeros cuando piensan en el viaje que harán este verano

Este optimismo se proyecta, incluso, en los propios sentimientos que manifiestan los viajeros:

- **Ilusión y felicidad constituyen los dos sentimientos más generalizados** entre los viajeros cuando piensan en el viaje que harán este verano.

Sentirse ilusionado es la descripción más común entre los viajeros, dos de cada tres la identifican en primer lugar (66%) y uno de cada cuatro en el segundo (25%). A este sentimiento le sigue el de felicidad, reconocido como el primero por el 27% de los viajeros y el 59% como el segundo.

- **Los viajes pendientes desde hace tiempo se convierten en el principal motivo para elegir un destino en el próximo verano.**

Reservas con buenas expectativas

En este nuevo contexto de relativo optimismo, las reservas ofrecen a día de hoy buenas expectativas:

- El 37% de los viajeros ya ha hecho alguna reserva para sus vacaciones de verano.

Así las cosas, prácticamente todos los que prevén viajar este verano, tienen algunos de sus elementos más decididos:

- **La fecha en la que harán el viaje es la decisión tomada en mayor proporción (97%), seguida de la decisión sobre las personas con las que viajarán (91%).**
- El transporte a utilizar aparece en tercer lugar con la decisión tomada por el 77% de los viajeros, el cuarto lo ocupa el tipo de alojamiento (71%) y casi con el mismo porcentaje le sigue la duración (70%).
- **Más dudas hay aún respecto al destino concreto (62%) y el presupuesto que le dedicarán (52%)** aunque como mínimo la mitad de los viajeros ha tomado ya alguna de estas decisiones.
- **Todo esto parece indicar que existe una definición más o menos clara del tipo de viaje y de todos los elementos de logística (transporte y alojamiento),** aunque aún no se ha cerrado el destino ni otros aspectos que, probablemente, dependan de ese destino.
- **La única decisión que varía en función del sexo es la de la compañía,** que entre los hombres (94%) es más generalizada que entre las mujeres (89%).

Recuperación con cautelas

Se mantienen, eso sí, algunas cautelas derivadas de las amenazas que todavía perviven en el panorama general:

- A pesar de que las variaciones son mínimas con respecto a años anteriores, existen indicios de que **en 2022 descienden las vacaciones de una mayor duración y aumentan las más cortas.**
- **Existe una elevada probabilidad de contratar seguros, principalmente de cancelación, que es el que más posiblemente contraten los viajeros para las vacaciones de 2022:** cuatro de cada diez así lo afirman (41%) agregando el 16% de quienes lo tienen seguro y el 25% de quienes lo consideran probable.

- A pesar de que un 37% de los viajeros ya ha hecho alguna reserva para sus vacaciones de verano, **otro grupo importante (31%) afirma que esperarán y hará su reserva lo más tarde posible para estar seguros.**
- Aunque las previsiones de viajes a destinos internacionales ha tomado ya la senda de la recuperación, especialmente en el contexto europeo, **la planificación de salidas al extranjero es todavía muy desigual.** Así, mientras Europa concentra el interés de la inmensa mayoría que está planteándose un viaje al extranjero, **la atención sobre otros continentes sigue siendo minoritaria.**

La economía, principal condicionante para no viajar

Respecto a quienes no viajarán este verano según ellos mismos aseguran (12% de los viajeros consultados), las razones son de muy diversa índole:

- **Igual que en el año 2021, las razones económicas son las más numerosas en el actual, el 50% da razones de este tipo:**
 - el 25% señala el incremento de los precios,
 - el 20% afirma que la razón es el descenso de sus ingresos y
 - el 5% otras razones económicas.
- **El segundo grupo de razones tienen que ver con no disponer del tiempo por trabajo o estudio (23%).** El 18% aseguran que tendrán que trabajar o estudiar en casa y el 5% lo mismo pero en otro lugar diferente a su residencia. Este porcentaje agregado aumenta 11 puntos con respecto al año pasado.
- **En tercer lugar, el 12% aún tiene temores relacionados con la pandemia** (porcentaje que era del 23% hace un año) y otro 12% alude a otras razones personales (embarazos, lesiones, etc.)
Llama la atención, por último, **el porcentaje de españoles que asegura que no viajará (2%) por las consecuencias de la guerra de Ucrania,** una opinión que podría tener un componente también económico.

LA INFOGRAFÍA

Las claves del verano 2022

FUENTE > ObservaTUR

CON QUIÉN

74%
CON LA PAREJA

PRESUPUESTO

610€

ALOJAMIENTO	34%
RESTAURACIÓN	25%
TRANSPORTE	20%
ACTIVIDADES	10%
COMPRAS	9%
OTROS GASTOS	2%

TIPO DE VIAJE

SOL & PLAYA	41%
FAMILIARES	15%
DE RELAX	15%
CULTURALES	14%
DEPORTE	4%
EXPERIENCIAL	3%
SOSTENIBLES	3%



El 89% de los viajeros nacionales consultados tiene previsto viajar este verano; un 58% declara estar seguro de ello



Agosto es el mes protagonista de las vacaciones de verano (42%), seguido de julio (29%).



La mayoría de los viajeros (56%) disfrutará de unas vacaciones de verano como mínimo de 8 días y un 14% superarán los 15 días



El hotel lidera el tipo de alojamiento decidido (36%). Detrás se sitúa el apartamento turístico (22%) y el apartamento o casa propia (21%)



La mayoría de los viajeros que han tomado una decisión respecto al transporte opta por el vehículo particular (68%)



El avión experimenta una clara recuperación, cercana ya a los valores anteriores a la pandemia



Entre los que han decidido el destino, el 60% ha elegido un destino nacional, el 18% uno internacional y otro 22% combina para sus vacaciones de verano los dos tipos de destinos

La opinión de las agencias_____

Expectativas para el verano de 2022

En opinión de los profesionales de las agencias, **el sector del turismo y los viajes respira optimismo abiertamente (+33)**, superando de modo muy amplio los niveles de confianza que se tenían en 2019 (+16).

Más contenidos son, en cambio, los puntos de vista respecto al ámbito de las agencias de viajes, que aunque muestran un tono positivo, este es muy moderado. Todo lo contrario que **la opinión que tienen acerca de su negocio (+31)**, que supera los números de 2019 (+19).

Muy distinta es, por contra, **la confianza que se manifiesta acerca de la economía española, a la que valoran muy negativamente (-38)**, esto es, más del doble que en el año 2019.

E igualmente desdibujan el nuevo horizonte tres cuestiones, que son percibidas como amenazas por parte de los agentes:

- **La subida continuada de los precios.**
- **El incremento de los costes de la energía.**
- **La amenaza de la guerra de Ucrania.**

Percepción de los agentes acerca de la situación

En todo caso, este panorama general —hay que insistir en ello— **no condiciona la percepción que tienen los profesionales de los viajes acerca del momento (feliz) que vive el sector**, que en muchos casos se posiciona en línea con el sentir expuesto por los viajeros.

Sobre las reservas_____

De media, en estos momentos previos a la llegada del verano, se han realizado el 37% de las reservas que se prevén. En comparación con el verano pasado, un 39% cree que las reservas se retrasarán, mientras que un 35% considera que se adelantarán.

Se esperan aumentos para todo tipo viajes, con independencia de su duración, y estos incrementos son mayores que los que tenían el verano de 2019.

Las expectativas, respecto a 2019, es que **crecerán las reservas tanto de alojamiento y transporte**, como las que se centrarán sólo en uno de estos servicios.

También aumentará la contratación de actividades en el destino, al decir del criterio de los consultados.

Sobre los destinos nacionales_____

Las expectativas de crecimiento de los destinos nacionales son muy altas, mayores que las que se tenían en 2019.

Se esperan subidas importantes en playas insulares y peninsulares, en espacios naturales y en destinos rurales. Destinos de ciudad y parques temáticos aumentarán en menor medida. Los circuitos nacionales son los únicos que disminuirán, a juicio de los agentes entrevistados.

Sobre los destinos internacionales_____

Ninguno de los distintos tipos de destinos internacionales termina de despegar abiertamente, aunque **se espera un crecimiento considerable en los viajes a Caribe y a capitales europeas** (estas últimas sin llegar a los crecimientos que se esperaban en 2019 ó 2018).

De acuerdo con el conocimiento de los profesionales de las agencias, en base a los registros de contratación, **el primer destino internacional para este verano será el Caribe y el segundo, EEUU.**

En el caso de los viajes al Caribe sí se espera un claro crecimiento; de hecho, las expectativas sobre este tipo de viajes son mayores que las que se tenían en el verano de 2018 y 2019.

Los circuitos europeos y los viajes de larga distancia, en comparación con 2019, **podrían registrar un ligero incremento.**

En cuanto a los cruceros, con un balance de +9 puntos, **podrían experimentar un leve crecimiento.**

Posibles aceleradores y frenos de la recuperación

La desaparición casi total de las restricciones en los destinos y el deseo de viajar son, por otra parte, los grandes aceleradores de la recuperación de los viajes.

La fortaleza de estos aceleradores se mantienen prácticamente estables con respecto al pasado verano.

Importancia posibles frenos_____

La guerra de Ucrania —y sus consecuencias derivadas— es la circunstancia que más se menciona como freno a la recuperación.

En segundo lugar aparece el mantenimiento de restricciones en algunos destinos y, ya por detrás, algunos cambios de hábitos en los viajeros. Sólo un 6% cree que la pérdida de hábito de viajar sea un freno.

10 tendencias para el verano 2022

- 1) **La ilusión es claramente la emoción preponderante** entre los viajeros ante las próximas vacaciones de verano 2022.
- 2) La **búsqueda del máximo ahorro** es otra de las claves que se apuntan para la nueva temporada.
- 3) La persistencia de la pandemia, y con ella las restricciones que perviven en algunos contextos, conllevará a la **renuncia temporal a destinos lejanos**.
- 4) No obstante, **la relevancia de los destinos más cercanos** —uno de los rasgos característicos de los tiempos pasados más recientes— **comienza a desaparecer**.
- 5) Hay un consenso casi total con el **papel clave de la flexibilidad del viaje y la política de cancelación para su contratación**.
- 6) También es mayoritario el acuerdo con la **mayor necesidad de información para la toma de decisiones**.
- 7) **El retraso en las reservas y las garantías sanitarias, por otra parte**, aún siguen siendo importantes.
- 8) **Ni las nuevas formas de viajar, ni la sostenibilidad son tendencias claras:** menos del 40% las ve de este modo.
- 9) **El asesoramiento profesional es, con diferencia, el aspecto que más valora el viajero español**, según los agentes.
- 10) Ante la previsible masificación de algunos destinos, **se insta a que se tomen medidas con carácter de urgencia**.





A modo de contexto¹

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 142,9 millones de viajes en el conjunto del año 2021**, un 40,7% más que en 2020.

Las pernoctaciones correspondientes a estos viajes superaron los 626,1 millones, con un descenso del 26,9%. Por su parte, **el gasto total asociado aumentó un 53,9%, hasta 32.521 millones de euros.**

El 95,0% de los viajes tuvo como destino principal España y el 5,0% el extranjero. Los viajes con destino interno acumularon el 89,0% de las pernoctaciones y el 83,4% del gasto total, con un gasto medio diario de 49 euros.

Por el contrario, **los viajes al extranjero supusieron el 11,0% de las pernoctaciones y el 16,6% del gasto total, con un gasto medio diario de 79 euros.**

Los principales motivos de viaje fueron el ocio (48,4% del total) y las visitas a familiares o amigos (36,6%).

Los viajes de ocio acumularon el 58,1% del gasto total, con un gasto medio diario de 57 euros. El gasto medio diario más elevado fue el de los viajes de negocios (89 euros).

Los residentes optaron por alojamiento no de mercado en el 62,8% del total de viajes. Estos viajes, que acumularon el 63,9% de las pernoctaciones, presentaron el gasto medio diario más bajo (29 euros). El gasto medio diario más elevado (124 euros) fue el de los viajes con alojamiento hotelero.

¹ Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR). Cuarto trimestre de 2021 y año 2021. Últimos datos disponibles hasta el día 29 de marzo de 2022. Datos elaborados a partir de la nota de prensa emitida el día 29 de marzo de 2022.

En los viajes internos, el gasto en alojamiento supuso el mayor porcentaje del total (27,1%), seguido del gasto en bares y restaurantes (25,1%) y del resto de gastos (20,7%).

En los viajes al extranjero, las partidas con más peso sobre el total fueron el transporte (30,6%), el gasto en alojamiento (21,7%) y en bares y restaurantes (18,3%).

Por trimestres, el gasto medio diario más alto se registró en el cuarto, tanto para los viajes internos (61 euros) como para los realizados al extranjero (114 euros).

Por su parte, los gastos medios más bajos se dieron en el primer trimestre (43 euros en los viajes internos y 51 euros en los realizados al extranjero).

Andalucía fue el destino del 18,2% del total de viajes realizados en el año 2021, seguida de Cataluña (14,4%) y Comunitat Valenciana (11,7%).

Los destinos visitados en menor medida fueron La Rioja (0,9% del total), Comunidad Foral de Navarra (1,4%) y Región de Murcia (1,9%).

Los gastos medios diarios más altos en 2021 se dieron en los viajes a Canarias (73 euros), Illes Balears (69) y Comunidad de Madrid (66).

Por su parte, los valores medios más bajos fueron para Región de Murcia (35 euros), Castilla y León (37) y La Rioja y Castilla-La Mancha (ambas con 40).

Los residentes en Cataluña acumularon durante el año 2021 el mayor porcentaje de viajes (17,6% del total), seguidos de los residentes en Comunidad de Madrid (16,7%) y Andalucía (15,8%).

El gasto medio diario más alto lo realizaron los residentes en Canarias (64 euros al día), Cantabria (60) y Cataluña y Castilla-La Mancha (56 en ambos casos).

Por el contrario, los gastos medios diarios más bajos se dieron en Región de Murcia (43 euros), Comunitat Valenciana (46) y País Vasco (48).

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

VERANO 2022

Hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO I

La visión de los viajeros





Previsiones para las vacaciones de verano

Con respecto al año pasado, **aumenta considerablemente el porcentaje de quienes tienen previsto salir (más de 20 puntos, 68% frente a 89% actual) y disminuye el de quienes no lo han contemplado (del 32% al 12% actual)**. Por tanto, el indicador que refleja la previsión de viajes crece un 20%.

Entre los que viajarán, **los que declaran estar seguros representan el 58% y los que lo consideran probable el 31%.**

Por contra, **un 12% de los viajeros de veranos anteriores no saldrán este verano:** un 3% está seguro de que no lo hará y el 9% piensa que será improbable.

Los hombres y los más mayores se muestran algo menos optimistas, de acuerdo con los consultados, si bien las diferencias por sexo y edad no son significativas.



Razones para no salir de vacaciones este verano

Las consideraciones económicas son la causa más citada para no salir de vacaciones este verano, al igual que ya sucediera en 2021.

La mitad de los que no viajarán, de hecho, aducen motivaciones de este tipo: el 25% señala el incremento de los precios, el 20% afirma que la razón es el descenso de sus ingresos y el 5% otras cuestiones de índole económica.

Otro móvil muy referido para no moverse en tiempos vacacionales es la falta de tiempo, ya sea por trabajo o estudio (23%).

El 18%, por ejemplo, aseguran que tendrán que trabajar o estudiar en casa y el 5% lo mismo, pero en otro lugar diferente a su residencia. **Este porcentaje agregado aumenta 11 puntos con respecto al año pasado.**

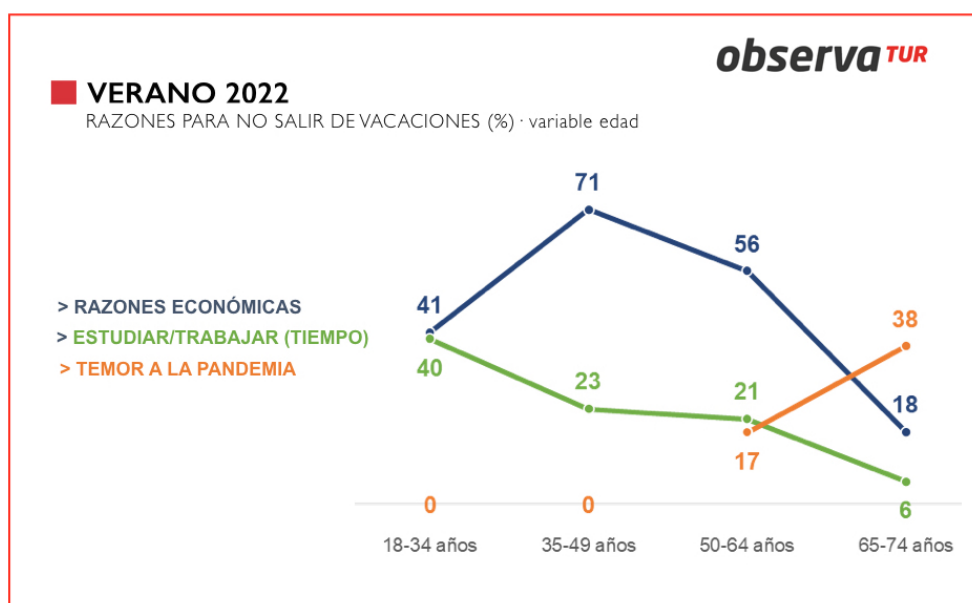
En tercer lugar, el 12% aún tiene temores relacionados con la pandemia (porcentaje que era del 23% hace un año) y otro 12% alude otras justificaciones personales (embarazos, lesiones, etc.)

Por último, **un 2% señalan que no lo harán por las consecuencias de la guerra de Ucrania**, opinión que podría tener asimismo un componente también económico.



Razones para no salir de vacaciones este verano, según edad


Las razones económicas son claramente mayoritarias entre quienes tienen edades intermedias, llegando a declararlo siete de cada diez en el segmento de 35 a 49 años (71%).



Tener que estudiar o trabajar es la principal razón para el 40% de los más jóvenes, porcentaje significativamente superior al 23% registrado entre el total. La tendencia en relación a este motivo es decreciente a medida que aumenta la edad (6% entre los mayores de 65 años).

El temor a la pandemia es irrelevante para los más jóvenes de 50 años, registrándose un porcentaje significativamente alto entre los mayores de 65 años (38%) con respecto al 12% registrado entre el total.





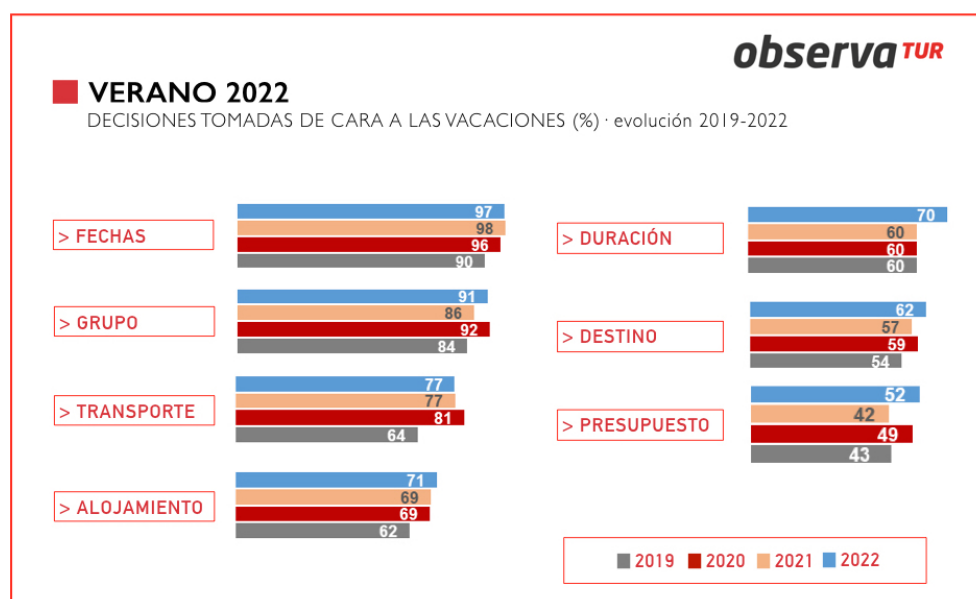
Elementos
básicos de los
viajes previstos
para el verano

Decisiones tomadas para las próximas vacaciones de verano. Evolución

Prácticamente **todos los que prevén viajar este verano, tienen algunas características de este viaje decididas.**

- **La fecha en la que harán el viaje es la alternativa que se ha tomado en mayor proporción (97%),** seguida de la decisión sobre las personas con las que viajarán (91%).
- **El transporte a utilizar aparece en tercer lugar, y es la opción adoptada por el 77% de los viajeros;** el cuarto asunto lo ocupa el alojamiento (71%) y casi con el mismo porcentaje la duración (70%).
- **Más dudas hay respecto al destino concreto (62%) y al presupuesto que le dedicarán (52%),** aunque como mínimo la mitad de los viajeros ha considerado ya alguna de estas decisiones.

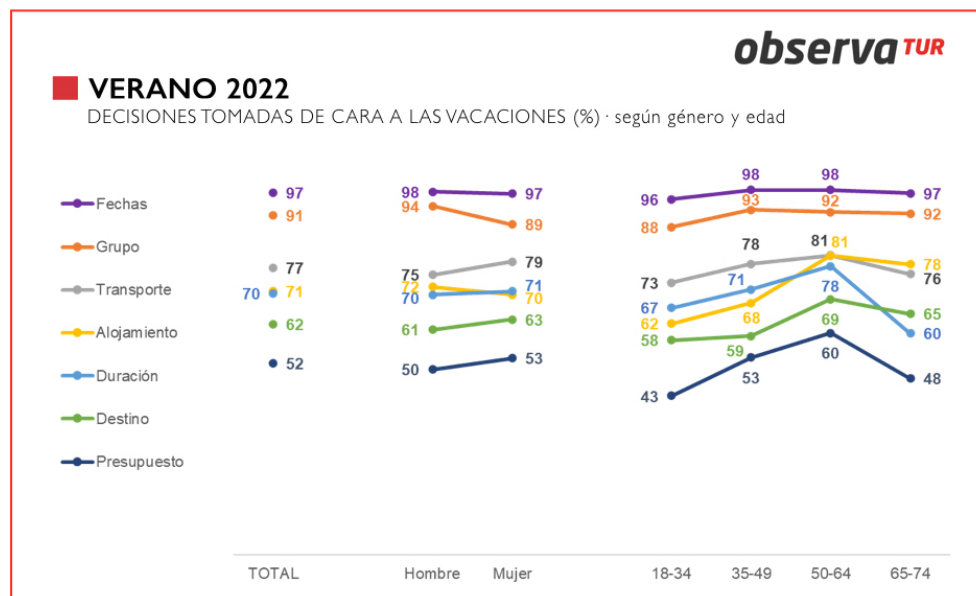
Todo esto parece indicar, en conclusión, que **existe una definición más o menos clara del tipo de viaje que se desea y de todos los elementos de su logística** (transporte y alojamiento), aunque todavía no se ha cerrado el destino ni otros aspectos que, probablemente, dependan de ese destino.



Decisiones tomadas, según género y edad

La única decisión que varía en función del sexo es la de la compañía, que entre los hombres (94%) es más generalizada que entre las mujeres (89%).

La edad del viajero influye asimismo en algunos aspectos: la anticipación aumenta significativamente en el segmento de viajeros con edades comprendidas entre los 50 y los 64 años en detalles del viaje como la duración (78%), el destino (69%), el tipo de alojamiento (81%) y el presupuesto (60%).



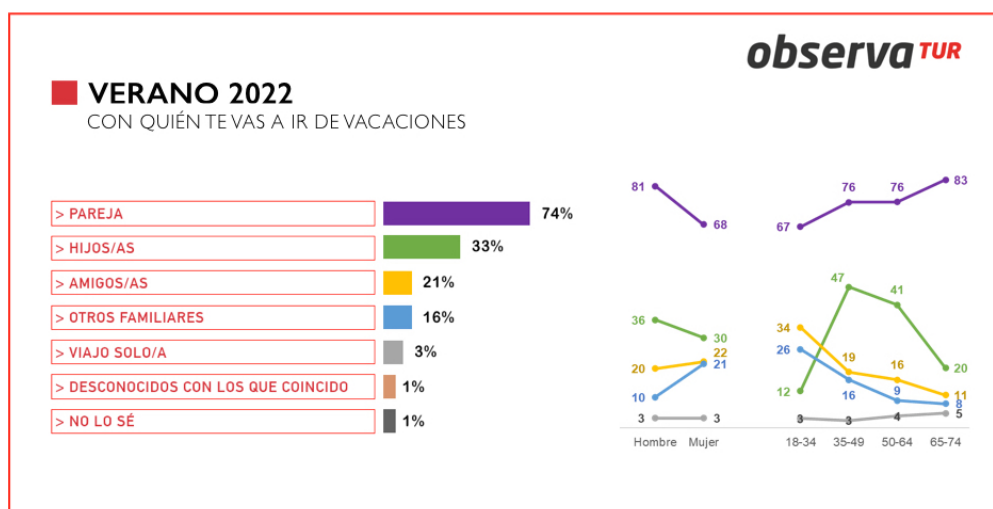
¿Con quién te vas a ir de vacaciones?

Planificar las vacaciones de verano con la pareja es la situación más habitual (el 74% de los viajeros).

Muy lejos, en cambio, se sitúan otras compañías: los hijos (33%), los amigos (21%) y otros familiares (16%).

Los acompañantes varían con la edad y el género:

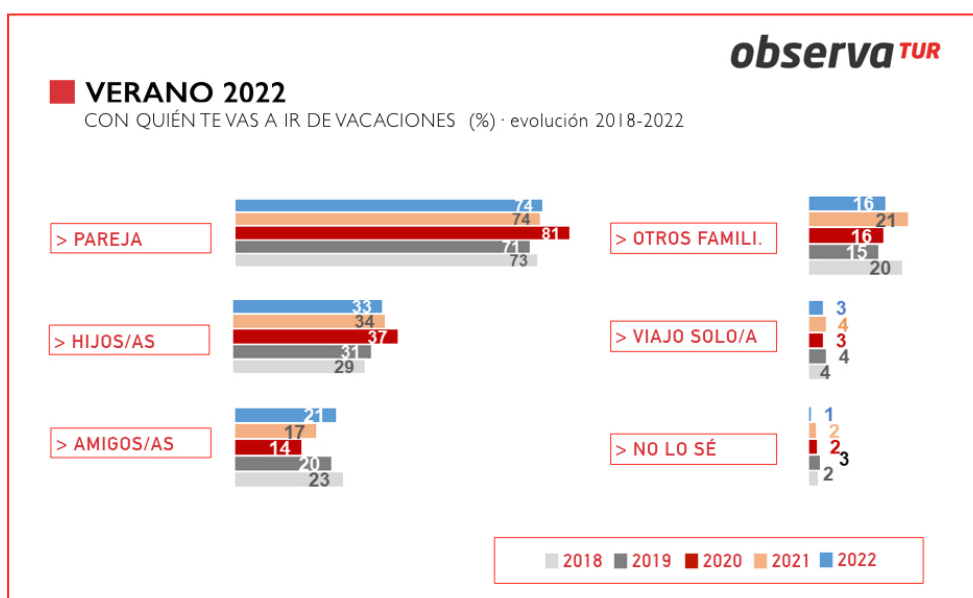
- **Entre los hombres, las vacaciones con la pareja;** y entre las mujeres, con otros familiares.



- **Amigos y otros familiares pierden importancia, según se amplía la edad.** Los hijos aumentan entre las edades intermedias y la pareja entre los mayores de 65 años.

¿Con quién te vas a ir de vacaciones? Evolución

El tipo de grupo elegido es muy similar al que se eligió el pasado año:



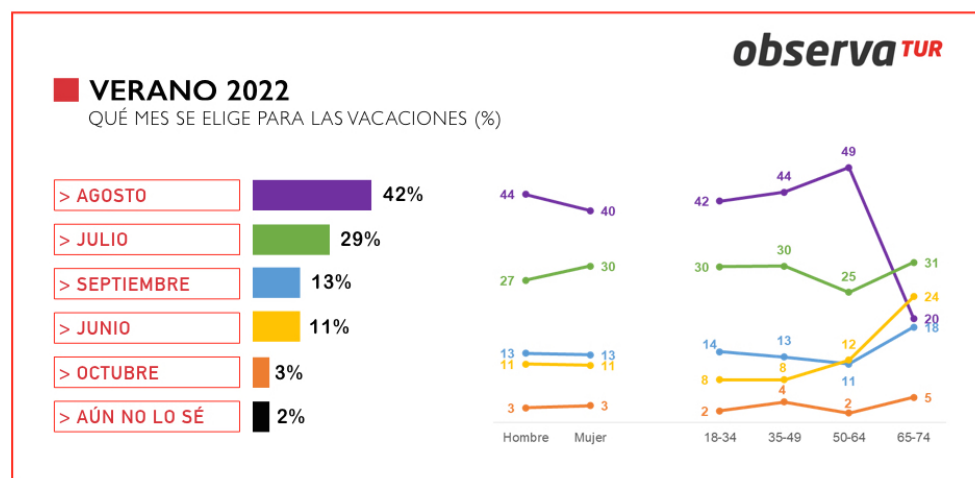
- Disminuyen levemente quienes viajan solos o con hijos.
- **Aumentan 4 puntos los viajes con amigos.**

¿Qué mes se elige para las vacaciones de verano?

Agosto es, de nuevo, el mes protagonista de las vacaciones de verano (42%), seguido de julio (29%).

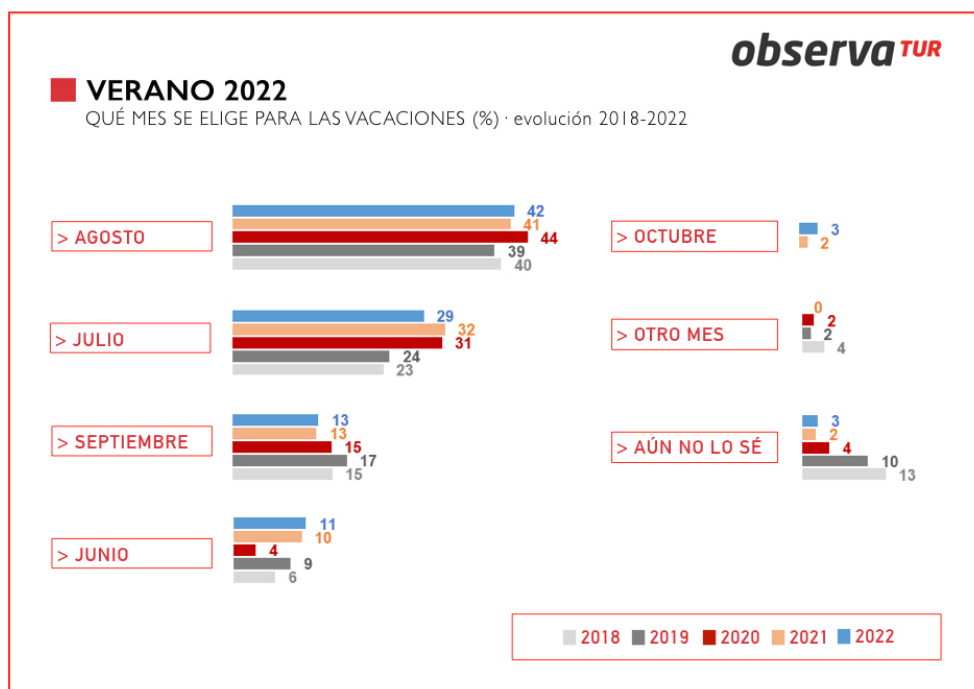
La edad está relacionada con este asunto: **agosto cobra especial importancia entre los 50 y los 64 años (49%).**

Para los mayores de 65 años, mientras tanto, **el periodo preferido es julio (31%) y el porcentaje de quienes eligen junio (24%) es superior al 11% registrado entre el total.** Sólo el 20% de esa franja de edad prevé viajar en agosto.



¿Qué mes se elige para las vacaciones de verano? Evolución

Respecto a años anteriores, **las variaciones son bastante reducidas.**



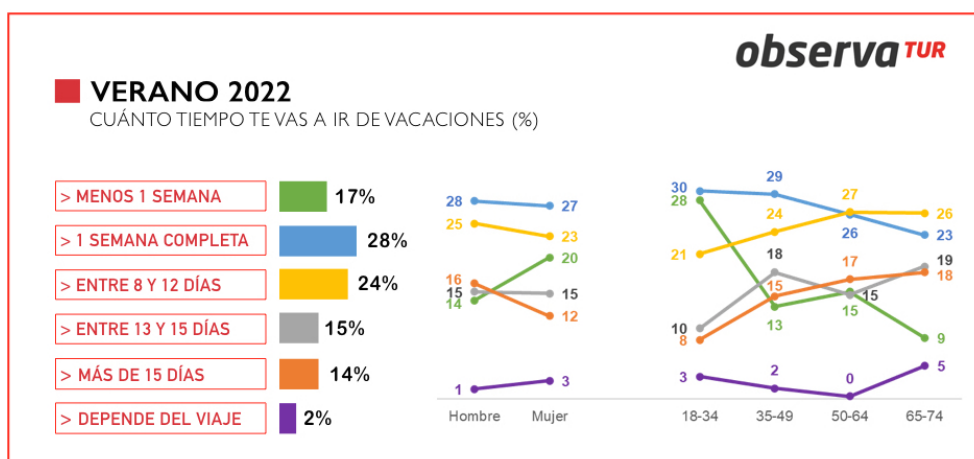
Pierde algo de peso julio y **se mantiene en su indicador más bajo quienes eligen el mes de septiembre (13%).**

Por su parte, el aumento —aunque muy leve (1 punto)— se registra en los meses de agosto, junio y octubre.

¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones?

La mayoría de los viajeros (56%) disfrutará de un mínimo de 8 días de vacaciones y un 14% superarán los 15 días.

Entre las mujeres y los más jóvenes aumenta de manera significativa el porcentaje de quienes realizarán viajes de

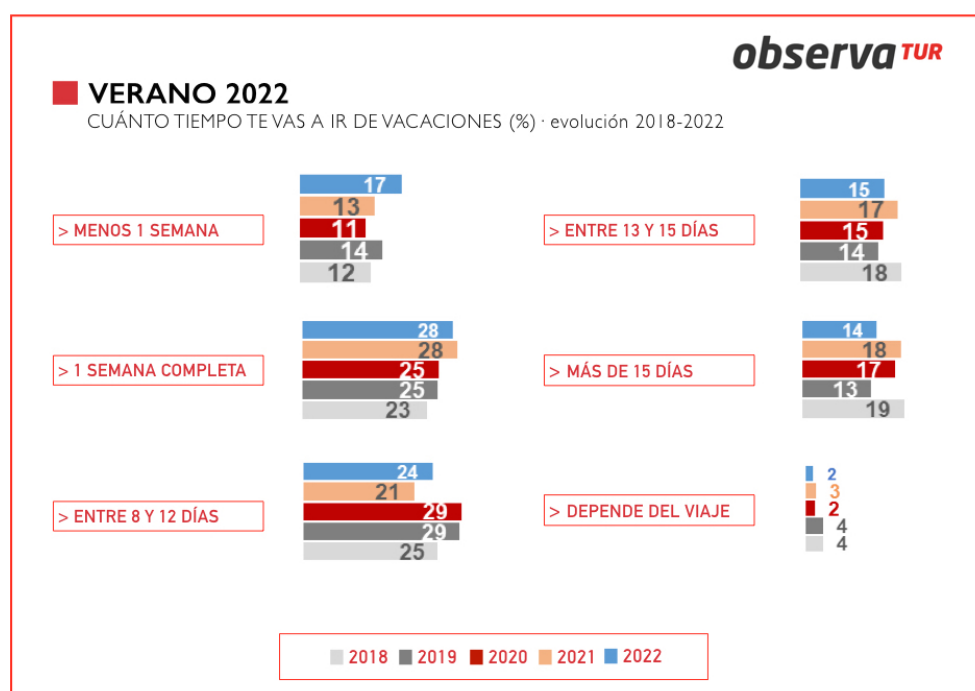


menor duración. El 20% de las mujeres y el 28% de los menores de 35 años efectuarán desplazamientos de menos de una semana.

Este fenómeno afecta especialmente a los más jóvenes, entre los cuales se registra un porcentaje inferior de viajes de entre 13 y 15 días (10%) y de más de 15 días (8%).

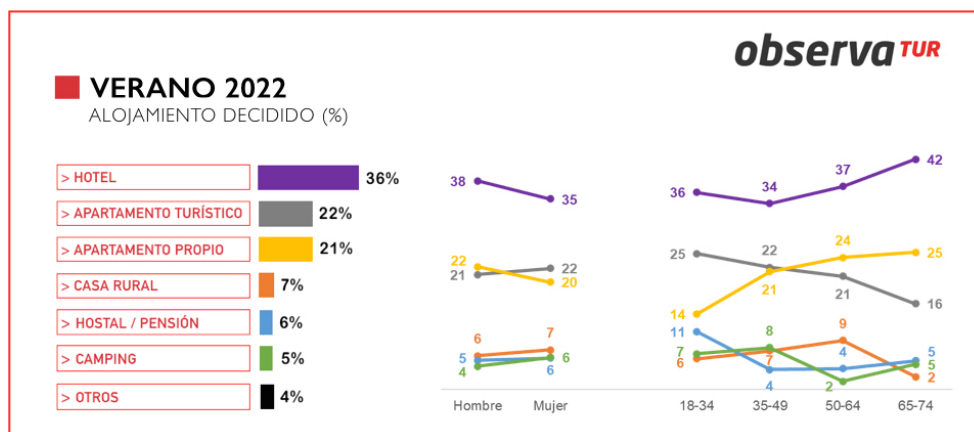
¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones? Evolución

A pesar de que las variaciones son mínimas con respecto a años anteriores, **existen indicios de que en 2022 descienden las vacaciones de una mayor duración y aumentan las más cortas.**



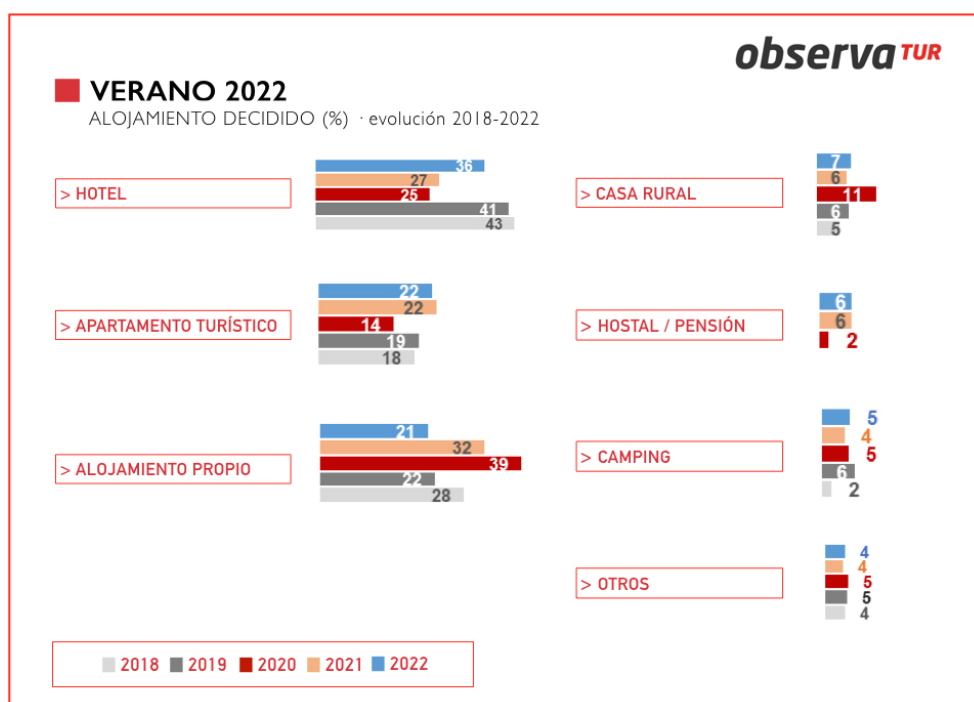
Alojamiento decidido

El hotel lidera claramente la clasificación sobre el tipo de alojamiento decidido (36%). Detrás se sitúa el apartamento turístico (22%) y el apartamento o casa propia (21%). Con



Alojamiento decidido. Evolución

El hotel se consolida en 2022 como el tipo de alojamiento preferido, aumentando 9 puntos en relación a 2021, si bien todavía no alcanza los niveles pre-pandemia.



Tras la notable importancia que tuvo el hospedaje propio hace dos años, en plena crisis, el porcentaje desciende 11 puntos con respecto al de hace un año, y 18 en comparación con 2020.

Por su parte, **el apartamento turístico o casa de alquiler, se mantiene en una posición parecida a la de 2021** y supera la incidencia que tenía en los años previos a la emergencia sanitaria.

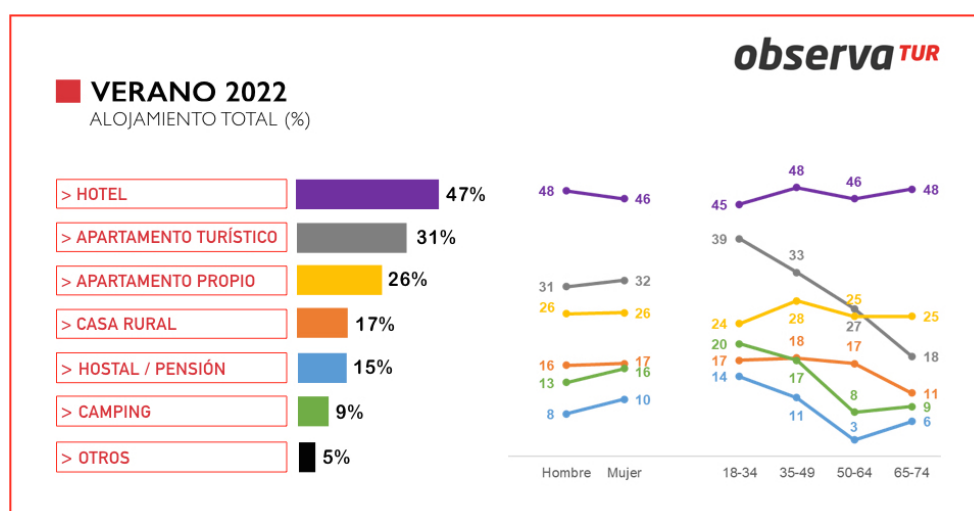
Las casas rurales y los camping también experimentan un leve aumento en 2022, en correlación con el año pasado.

Alojamiento total (decidido y probable)

El mapa de la distribución de los distintos tipos de alojamientos refuerza las tendencias si tenemos en cuenta, además de los que ya lo tienen decidido, aquellos otros que evalúan la probabilidad de usar uno u otro.

Uno de los principales cambios es la consolidación del **apartamento turístico como opción (31%)** y la consolidación del **hostal o pensión (15%)** como alojamiento a tener en cuenta.

Estas variaciones se producen al aumento registrado de esas opciones en el segmento de los viajeros más jóvenes (**39% y 20% respectivamente**) destacando significativamente, así como para la opción de quienes seleccionan el camping (14%).

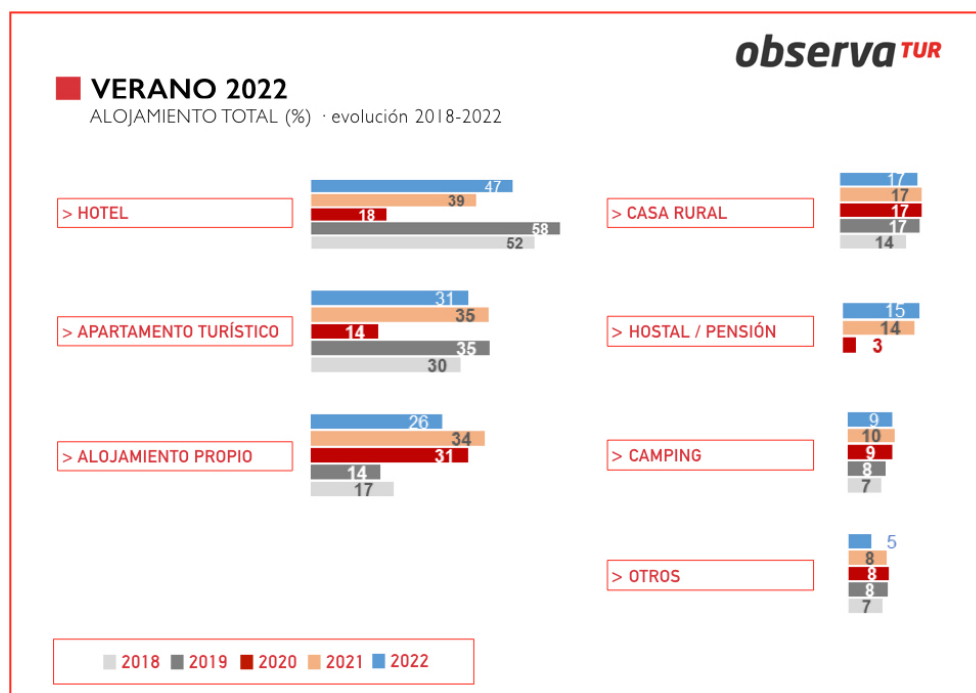


El hotel se consolida en 2022 como el tipo de alojamiento preferido, aumentando 9 puntos en relación a 2021, si bien todavía no alcanza los niveles pre-pandemia

Alojamiento total (decidido y probable). Evolución

Teniendo en cuenta veranos pasados, **se podría decir que se han recuperado los indicadores previos a la pandemia, con dos excepciones:**

- **El alojamiento propio se mantiene por encima de los niveles pre-pandémicos,** aunque disminuye con respecto a los dos veranos anteriores.
- **El 15% de quienes seleccionan hostales o pensiones,** muy similar al del año pasado, pero que con anterioridad se diluía en un porcentaje mínimo.

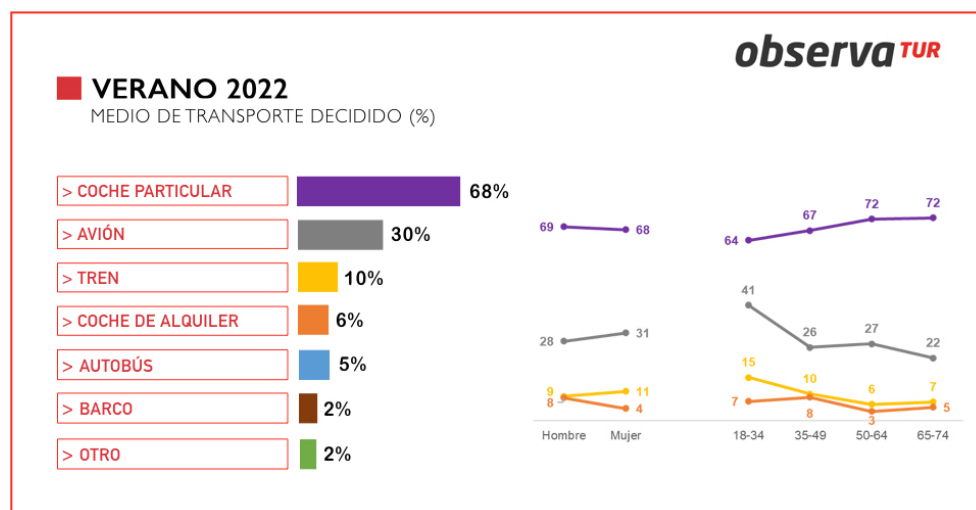


Medio de transporte decidido

La mayoría de los viajeros que han tomado una decisión respecto al transporte opta por el vehículo particular (68%).

El resto de medios de transporte se sitúan lejos, con porcentajes bajos, **excepto el avión, que es un medio que usará el 30% de quienes lo tienen decidido.**

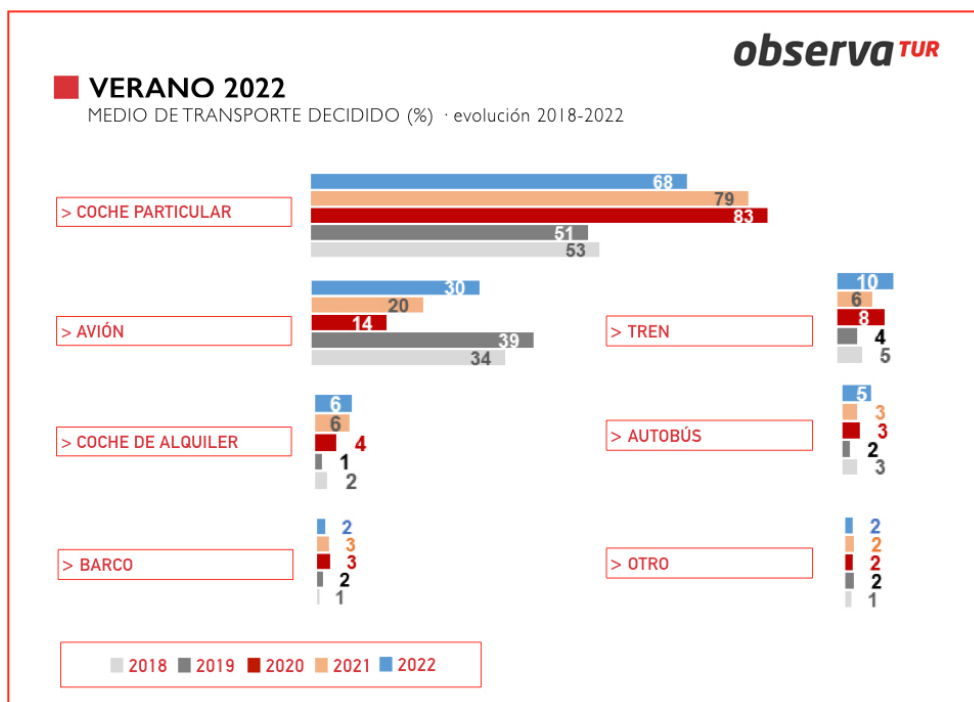
Por tanto, como viene ocurriendo en veranos anteriores, **el coche es el gran protagonista en la vacaciones de este verano.**



Medio de transporte decidido. Evolución

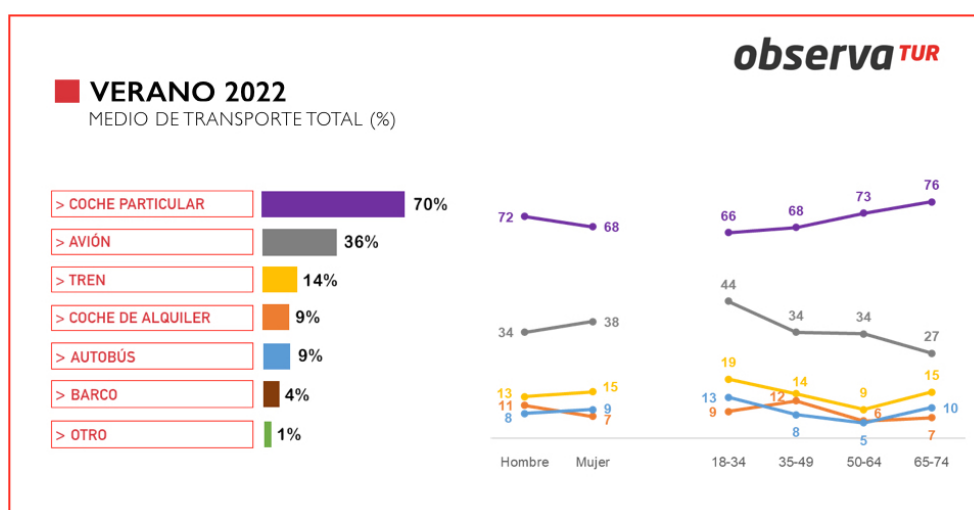
No obstante, si observamos la evolución en la página siguiente, **se puede comprobar que el avión experimenta una clara recuperación, cercana ya a los valores anteriores a la pandemia.**

Por su parte, **el coche particular desciende 11 puntos, aunque se mantiene por encima de los valores anteriores a 2020.**



Medio de transporte total (decidido y probable)

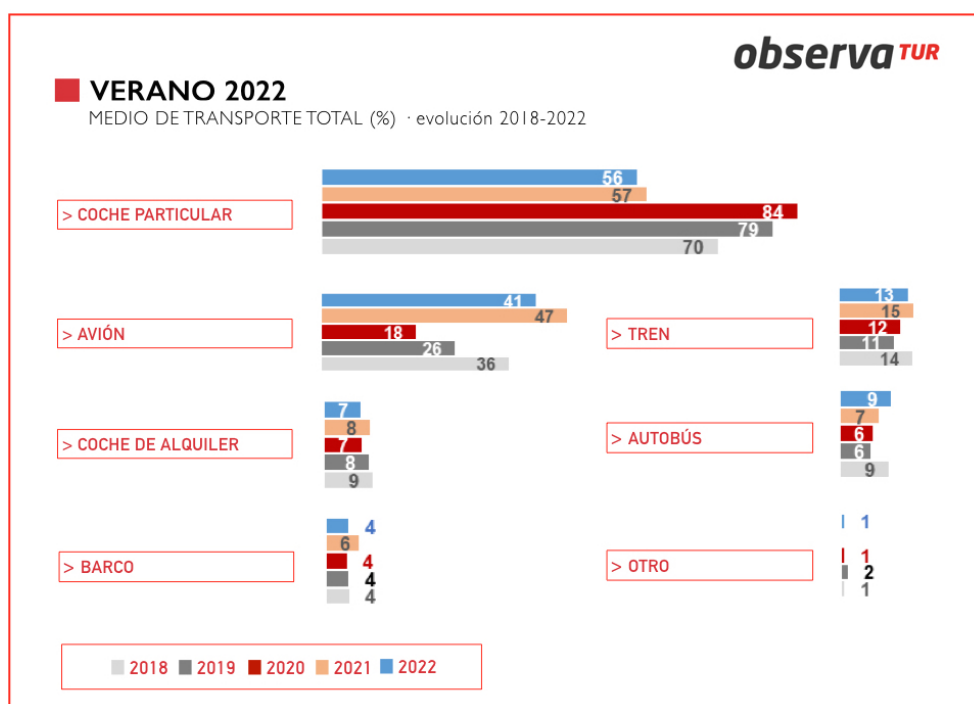
Las tendencias generales se mantienen si añadimos las previsiones de los que aún no se han decidido, **aunque la posibilidad del uso del tren aumenta ligeramente.**



A la hora de elegir el medio de transporte, **los más jóvenes (menores de 35 años) son los que muestran un comportamiento más desigual**. Así, en este segmento, la elevada y significativa proporción que considera probable el uso de tren (19%), avión (44%) y autobús (13%) con respecto al total es lo que más les distingue del resto de viajeros.

Medio de transporte total (decidido y probable). Evolución

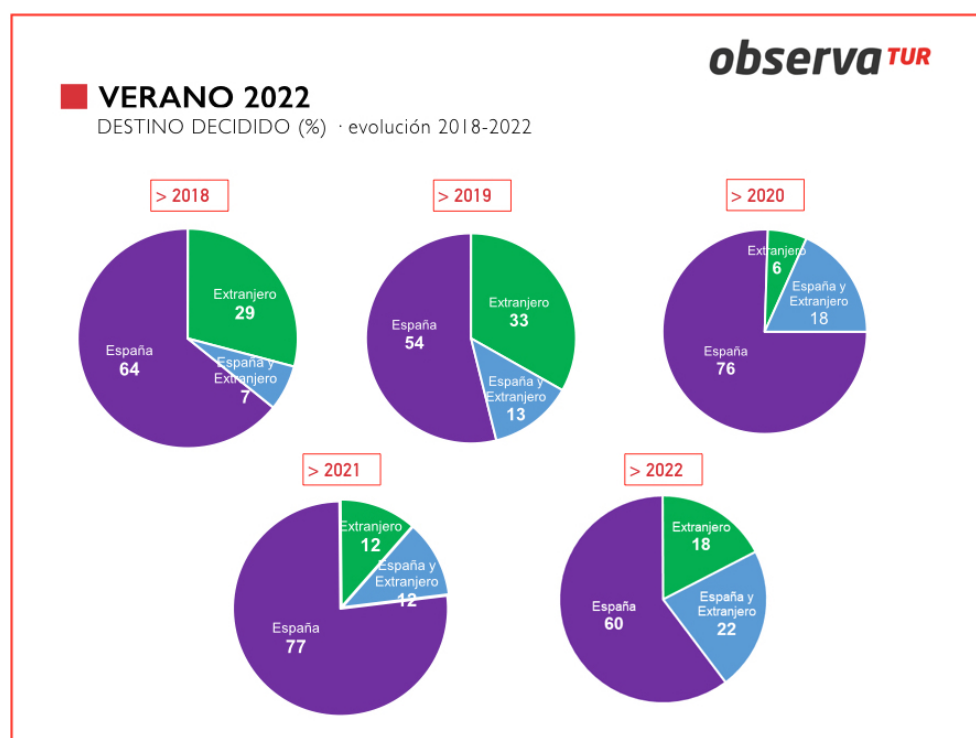
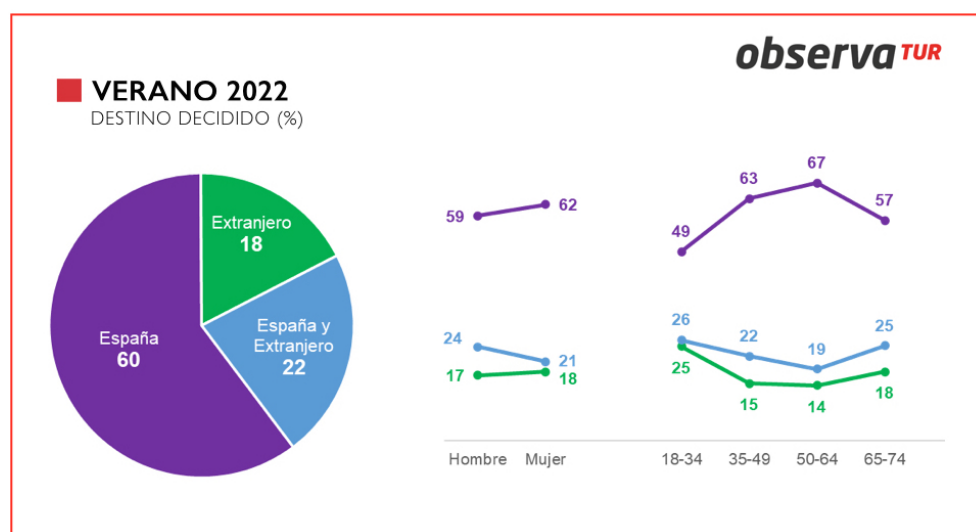
Con el descenso del coche particular y el aumento del avión, las opciones respecto al transporte se acercan a la normalidad de años anteriores a la pandemia, aunque todavía no alcanzan los mismos niveles.



Destino decidido

Entre los que han decidido el destino, **el 60% ha elegido un destino nacional, el 18% uno internacional y otro 22% combina ambos tipos para sus vacaciones de verano.**

La elección internacional destaca en el grupo de los menores de 35 años (25%), mientras que el destino nacional es el preferido en mayor medida por los viajeros decididos de 50 a 64 años (67%). Ambos porcentajes son significativamente superiores a los registrados entre el conjunto.



Destino decidido. Evolución

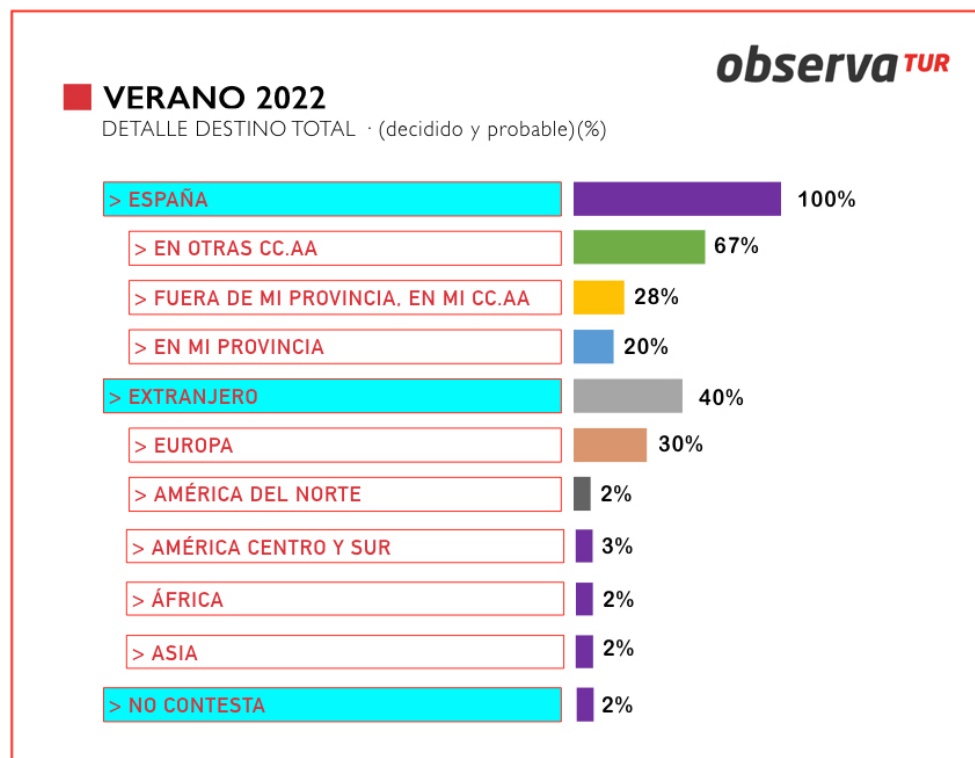
La elección de destino comienza a recuperar la tendencia anterior a la pandemia.

Con respecto al verano de 2021, y aunque se mantiene por encima, **desciende la proporción de destinos nacionales y aumentan las otras dos opciones que contienen destinos internacionales**, si bien todavía se encuentra lejos de los niveles anteriores a 2020.

Detalle del destino total (decidido y probable)

Todos los viajeros que contemplan desplazarse este verano **consideran probable alguna (o varias) estancia/s en un destino nacional**, siendo mayoritario el viaje a una comunidad autónoma diferente a la propia (67%).

Entre los que prevén algún movimiento al extranjero, el 40% de los que viajarán, la inmensa mayoría está planteándose un viaje a Europa (30%). Las previsiones de viajes al resto de continentes son minoritarias.



Motivo principal de elección de destino

Los viajes pendientes desde hace tiempo se convierten en esta ocasión en el motivo principal para elegir un destino en el próximo verano (17%), a este le siguen de cerca el coste y las experiencias previas (15%).



La no masificación es, en la presente temporada, el argumento prioritario para un 13% de los viajeros, porcentaje superior, sin embargo, al registrado sobre la oferta de ocio/gastronómica (12%), o la segunda residencia, que se queda en el 10%.

El resto de razones señaladas registran porcentajes minoritarios.

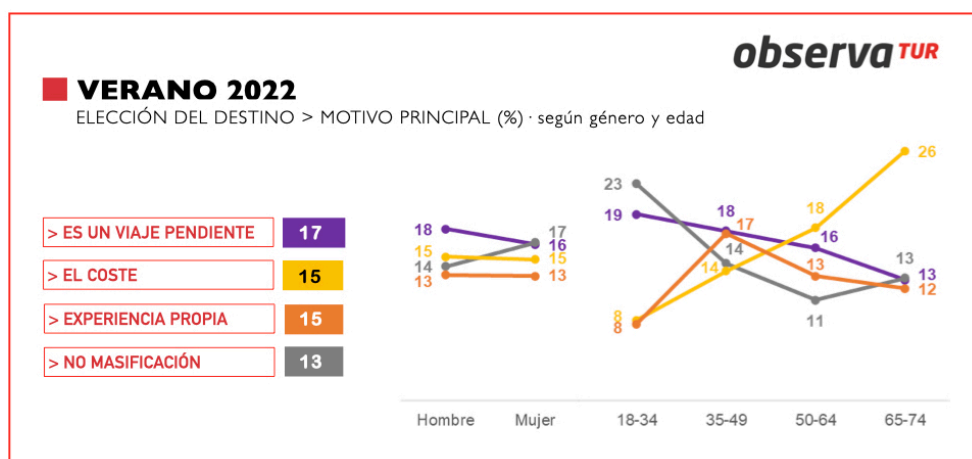
Motivo principal de elección de destino, según género y edad

Los viajes pendientes son un motivo homogéneo entre todos los segmentos, aunque descienden sensiblemente entre las mujeres y en función de la edad.

Sin embargo, el coste es una motivación más extendida entre los más jóvenes (23%), mientras que entre quienes tienen de 50 a 64 años se queda en un 11%.

Repetir experiencia es una razón que aumenta de modo significativo entre los mayores de 65 años, alcanzando un 26%.

Por último, **la no masificación es el argumento que destaca en el segmento que va de los 35 a los 49 años (17%)**.



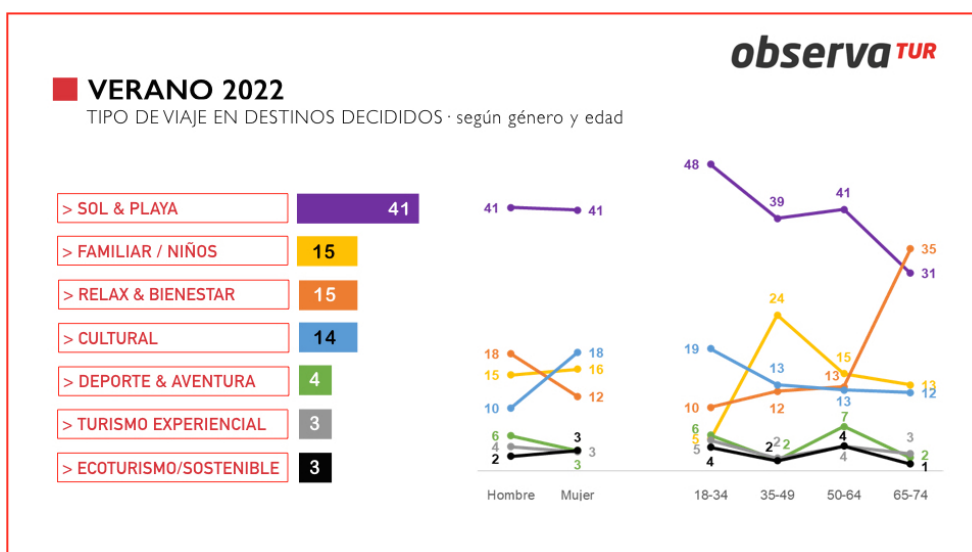
Definición del tipo de viaje en destinos decididos, según género y edad

Entre los que tienen el destino decidido, **los viajes de sol y playa (41%) son los protagonistas destacados en todas las edades**.

El segundo lugar lo ocuparían los viajes familiares y los de relax y bienestar (15%), seguidos muy de cerca por los culturales (14%).

Entre las mujeres aumenta significativamente el porcentaje de viajes culturales (18%) y, entre los hombres, el de relax y bienestar (18%).

La edad implica algunas diferencias en el tipo de viaje elegido, llegando a representar un 24% los viajes familiares entre quienes tienen de 35 y 49 años y un 35% el turismo de relax y bienestar entre los mayores de 65 años.

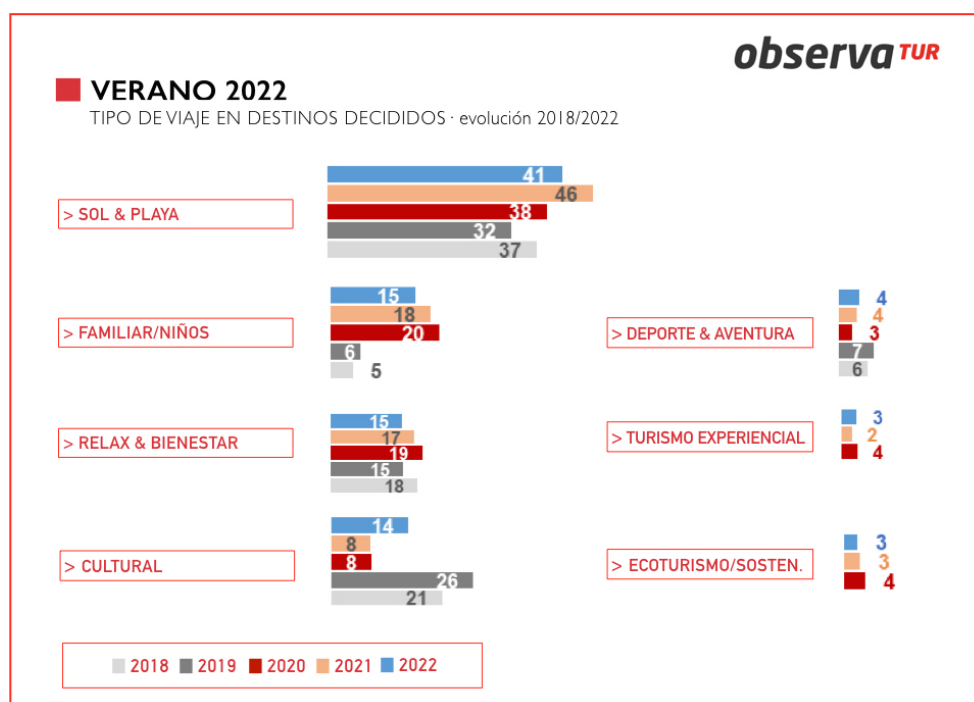


Definición del tipo de viaje en destinos decididos. Evolución

Los viajes de sol y playa interrumpen el aumento experimentado desde 2019; también descienden ligeramente los viajes familiares y los de turismo y relax.

Los viajes culturales, en cambio, son los que más suben (6 puntos con respecto al verano pasado). Llama la atención también el bajo número de viajes sostenibles que se mencionan, una tónica, en cualquier caso, parecida a la de otros años pasados.

En general, según el tipo de viaje, **la fotografía de este verano es bastante similar a la de años anteriores.**



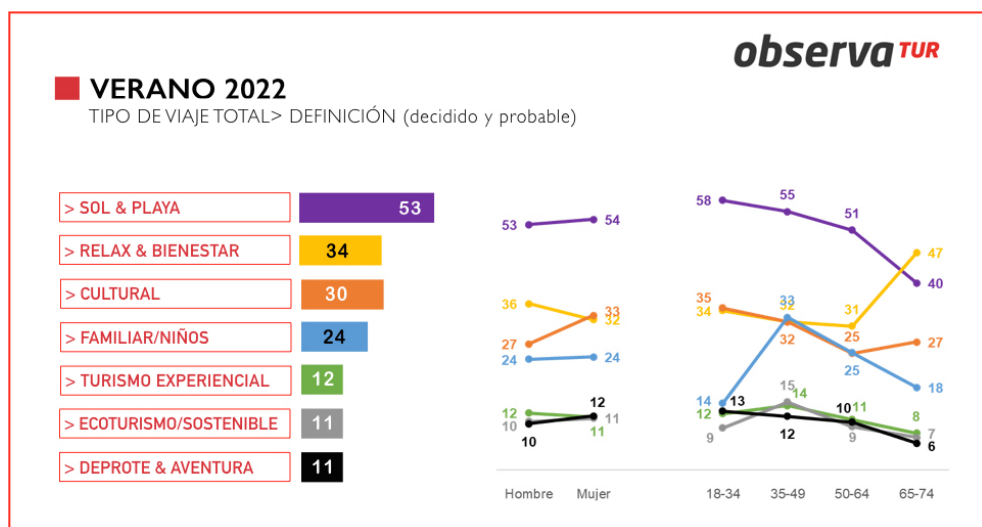
Definición del tipo de viaje total (decidido y probable)

Si a los que lo tienen ya determinado, se les unen quienes aún no lo han decidido, **los viajes de sol y playa se consolidan, siendo mencionados por más de la mitad de los viajeros (53%).**

No obstante, **la inclusión de los probables hacen aumentar el turismo de relax (34%) y cultural (30%),** en detrimento de los viajes familiares (24%).

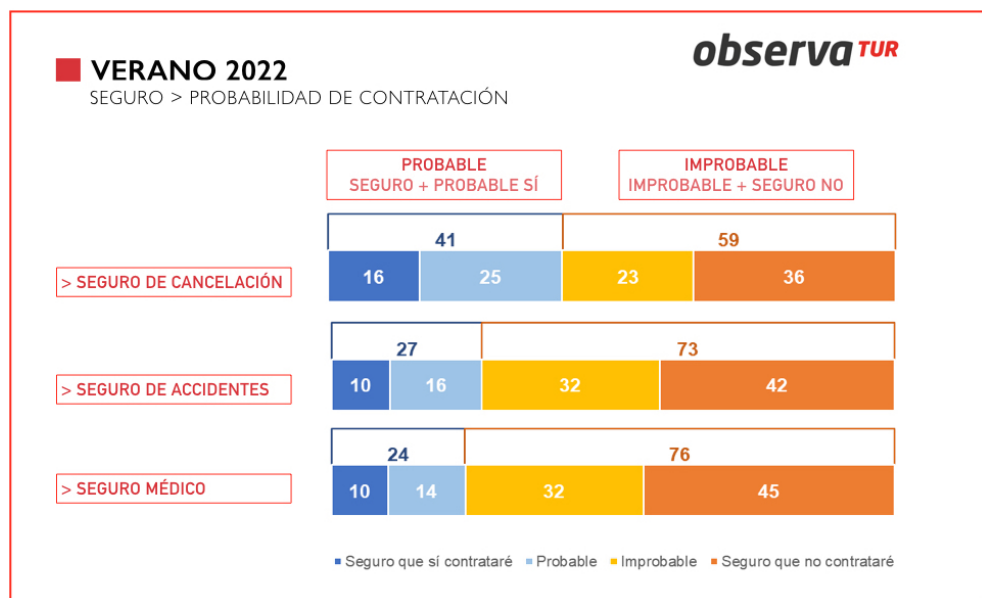
No hay diferencias significativas entre hombres y mujeres a este respecto.

Habría que señalar, si acaso, entre los viajeros de 35 a 49 años, aquellos que prevén viajes familiares (33%) y de ecoturismo o destinos sostenibles (15%). Mientras que entre los más mayores destaca significativamente el turismo de relax y bienestar (47%).



Seguros > Probabilidad de contratar

El seguro de cancelación es la modalidad que más probablemente contraten los viajeros para las vacaciones de 2022: cuatro de cada diez así lo afirman (41%) agregando el 16% de quienes lo tienen seguro y el 25% de quienes lo consideran probable.



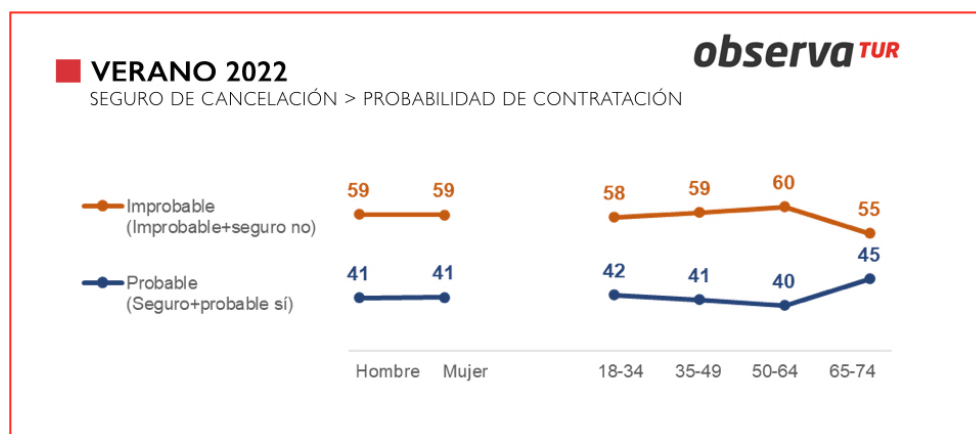
Los otros dos seguros propuestos (seguro de accidentes y seguro médico) presentan porcentajes muy similares, con una incidencia levemente superior para el de accidentes.

En cualquier caso, **uno de cada diez viajeros están seguros de contratar ambos seguros (10%)**, mientras que representan un 16% quienes consideran probable contratar el de accidentes y un 14% quienes opinan lo propio para el seguro médico.

Seguro de cancelación > Probabilidad de contratar según género y edad

La probabilidad de contratar el seguro de cancelación es bastante homogénea entre hombres y mujeres.

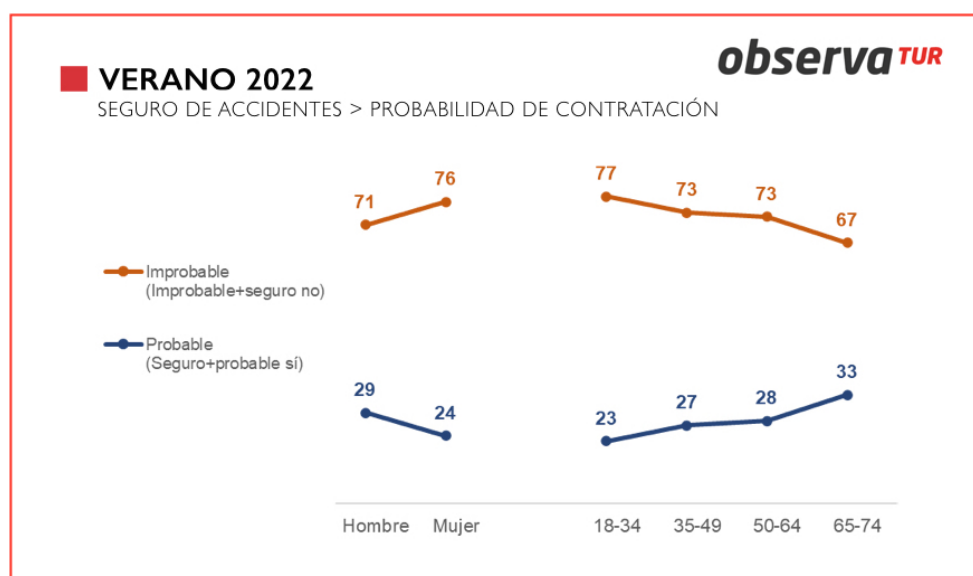
También lo es en los tres primeros grupos de edad. Tan sólo se aprecia un aumento algo mayor entre quienes tienen 65 y más años de edad (45%), aunque hay que señalar que ninguna de las diferencias entre segmentos son significativas.



Seguro de accidentes > Probabilidad de contratar según género y edad

La probabilidad de contratar el seguro de accidentes es mayor entre los hombres (29%) que entre las mujeres (24%).

Este asunto tiene correlación directa con la edad, mostrando una tendencia creciente según se avanza en cada grupo. Así, la probabilidad entre los más jóvenes (23%) va aumentando hasta llegar al 33% entre los mayores de 65 años.



Seguro médico > Probabilidad de contratar según género y edad

La probabilidad de contratar un seguro médico es prácticamente la misma entre hombres y mujeres.

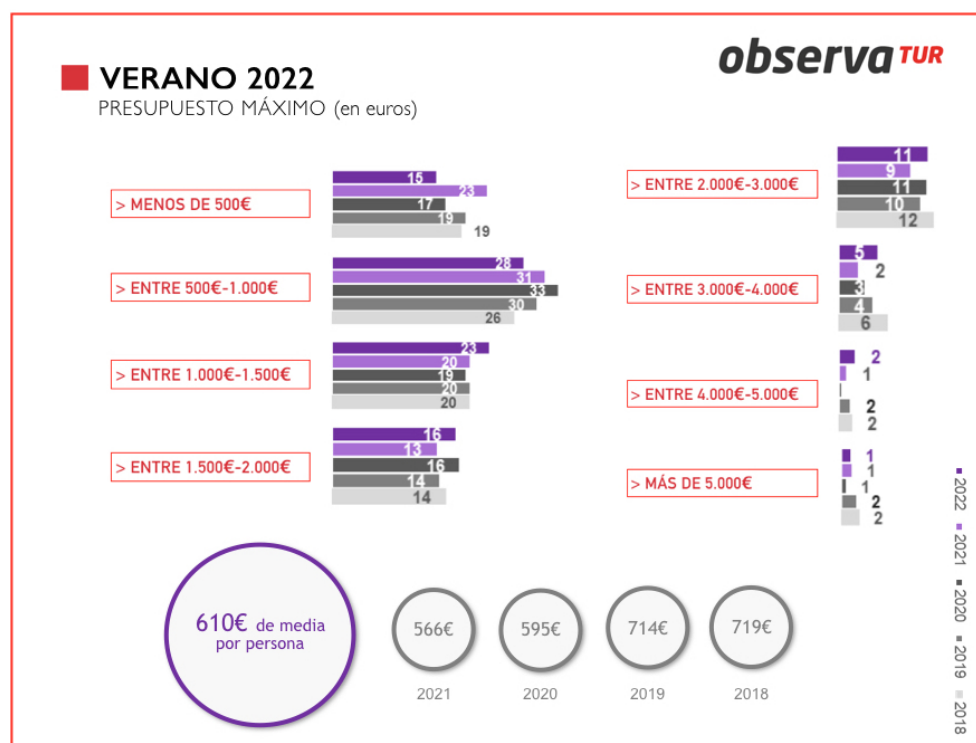
Sin embargo, si atendemos a la edad, se observa que la incidencia es menor entre los grupos de edades intermedias (23%), mientras que se sitúa en el 25% entre los más jóvenes y llega al 27% entre los más mayores. No obstante, ninguna de estas diferencias es significativa.

Verano 2022: presupuesto máximo

El gasto medio previsto por persona interrumpe su tendencia decreciente y por primera vez desde 2018 aumenta con respecto al año anterior.

Si en 2021 se registró la media más baja (566 euros), **para este verano el presupuesto por persona aumenta a 610 euros, por encima del registrado los dos últimos años aunque sin llegar las medias prepandémicas.**

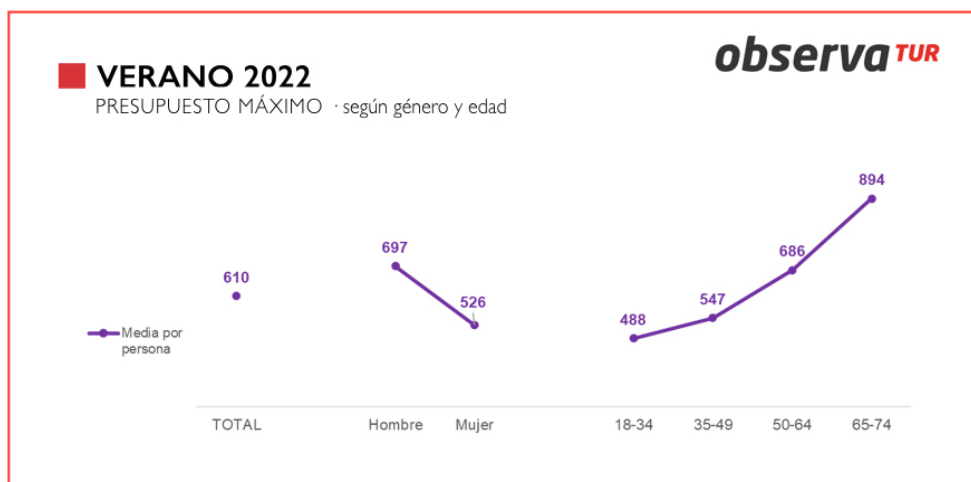
Aun así, **los viajeros que cuentan con un presupuesto global inferior a los 1.000€ para las vacaciones de verano representan el 43% del total**, mientras que, en el otro extremo, los que superarán los 3.000€ representan el 8%, porcentaje minoritario que, sin embargo, se duplica con respecto al 4% registrado un año antes.



Verano 2022: presupuesto máximo, por sexo y edad

El gasto medio previsto por persona entre los hombres es de casi 700 euros (697 euros), cantidad significativamente superior a la registrada entre las mujeres (526 euros).

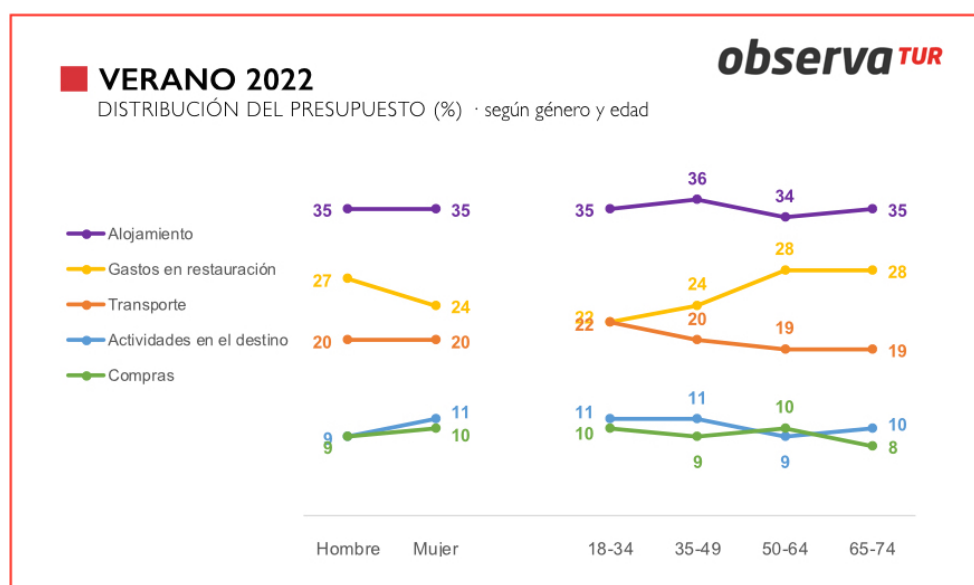
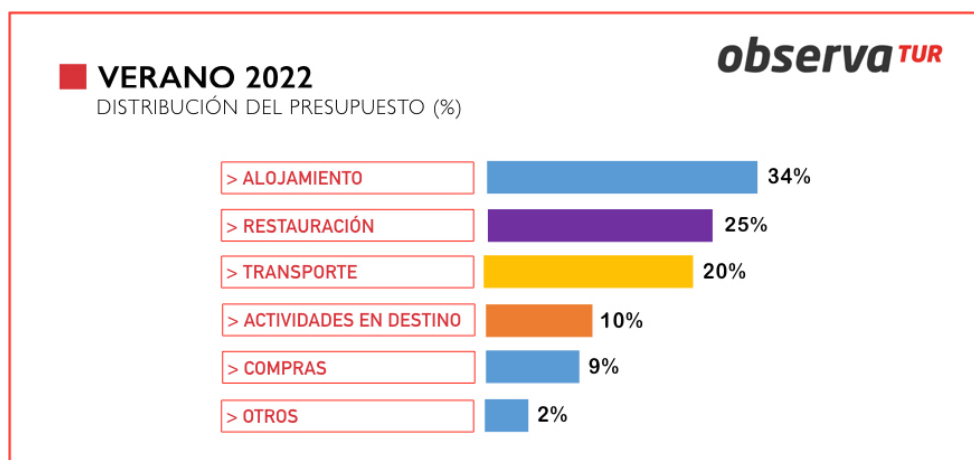
Atendiendo a los distintos segmentos de edad, **el gasto medio por persona aumenta a medida que la edad crece.** Así, la media entre los más jóvenes es de 488 euros y aumenta de forma significativa hasta los 894 euros de gasto medio registrado entre los mayores de 65 años.



Presupuesto 2022: distribución

En el desglose del presupuesto global para las vacaciones, **el mayor porcentaje estimado por los viajeros le corresponde al alojamiento, estimándose un promedio del 34% del total destinado al viaje.** De hecho, más de la mitad sitúan el gasto en alojamiento entre el 26% y el 50% del total.

En segundo lugar, los viajeros estiman que el 25% de su dinero lo gastarán en gastos de restauración (comer, beber...), el 20% en transporte, el 10% en actividades en el destino (excursiones, museos...), el 9% en compras y el 2% en otro tipo de gastos como imprevistos, gasolina o caprichos.



En función del sexo, y tomando el porcentaje medio registrado en cada segmento, **las mujeres atribuyen un porcentaje mayor que los hombres en todas las partidas**, excepto en los gastos de restauración, para los cuales no existen diferencias entre hombres y mujeres.

En función de la edad, **a medida que la edad aumenta, disminuye el porcentaje del presupuesto que se asigna a alojamiento, transporte y compras**. Sin embargo, aumenta el porcentaje destinado a restauración.



The image features a solid red background in the lower right portion, which tapers to a point on the left. A thick white vertical bar is positioned on the left side of the red area. To the right of this bar, the text "Reservas de viajes & Agencias" is written in a white, serif font, arranged in four lines.

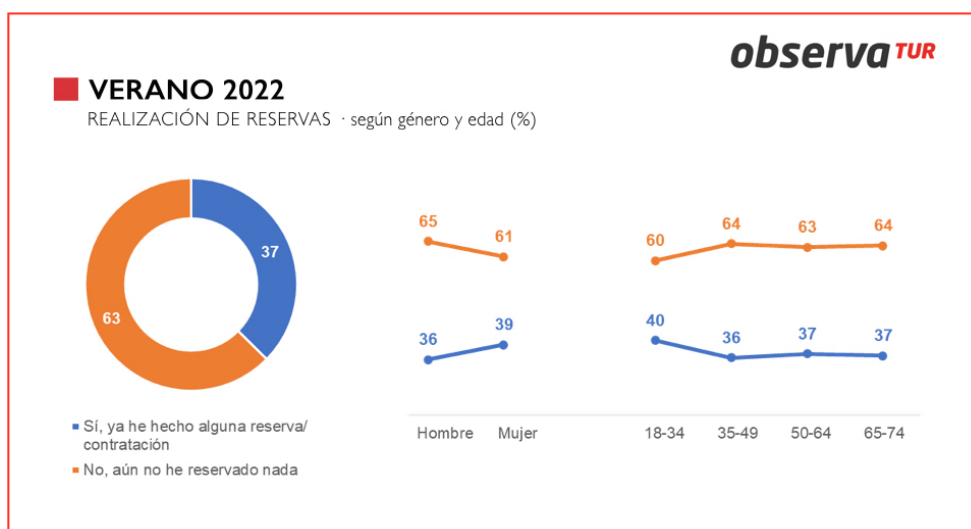
Reservas
de viajes
& Agencias



Reservas de viajes, según género y edad

El 37% de los viajeros ya ha efectuado alguna reserva para sus vacaciones de verano.

Las reservas realizadas son mayores entre las mujeres y los más jóvenes que entre los hombres y los grupos de edad, aunque las variaciones no representan diferencias significativas.

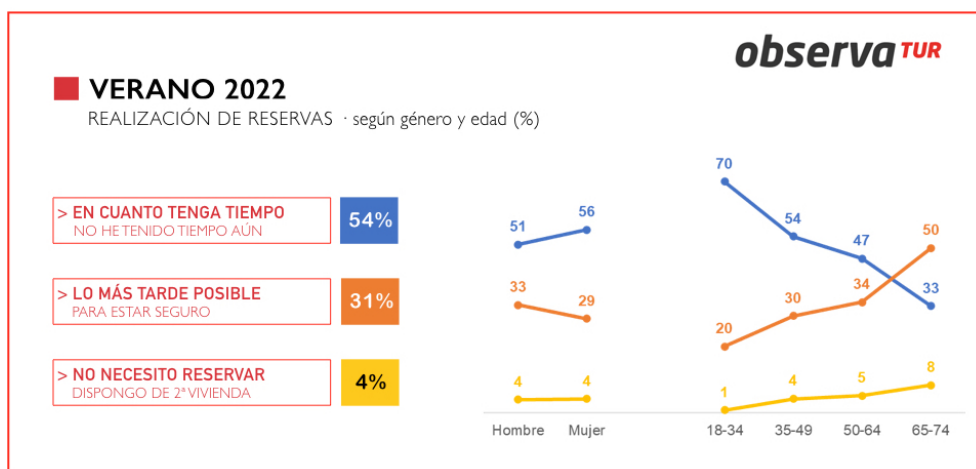


Momento en el que prevé comenzar a reservar, según género y edad

Entre los que aún no han realizado ninguna reserva, la situación más frecuente es la indisponibilidad de tiempo, algo que señala más de la mitad (54%).

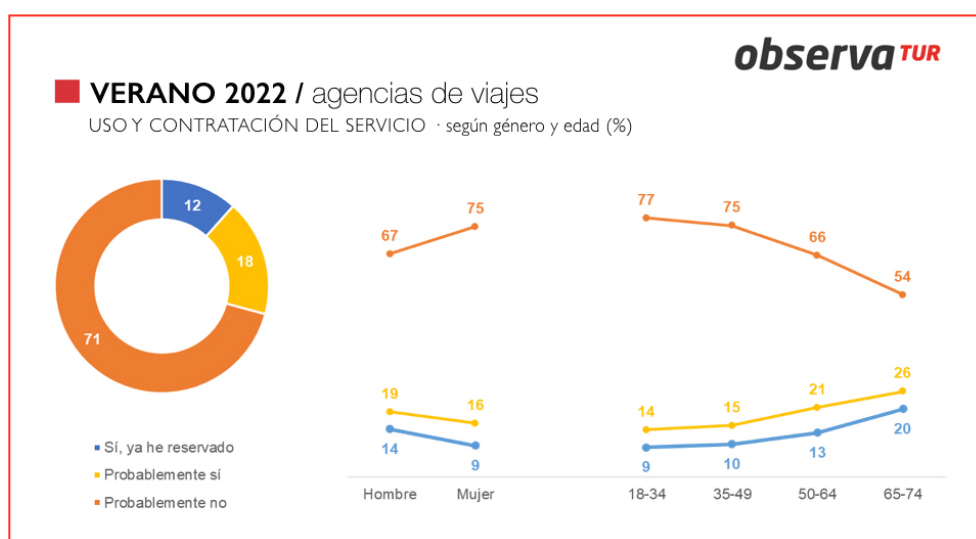
En segundo lugar, tres de cada diez (31%) afirman que esperarán y hará su reserva lo más tarde posible para estar seguros.

El motivo principal, la indisponibilidad de tiempo, tiene aún más peso entre los más jóvenes (70%), mientras que la espera para estar más seguro es muy importante entre el grupo de mayor edad (50%).



Uso de agencias para reservar las vacaciones de verano 2022, total y según género y edad

Un 12% de los viajeros ya han reservado algo en una agencia de viajes y el 18% prevén utilizarla; de manera que la incidencia del uso (real + probable) de agencias se sitúa en el 30%.



Los hombres y los mayores de 65 años son los que en mayor medida han hecho ya su reserva de viaje en agencias (14% y 20% respectivamente).

Entre los más mayores también destaca el porcentaje de quienes probablemente lo hagan (26%) con respecto al 18% registrado entre el total.

Valoración del servicio en agencias de viajes, según género y edad

Cuatro de cada diez viajeros que han reservado en una agencia otorgan una valoración muy alta (9 o 10) a la satisfacción con el servicio recibido (42%).

Por su parte, más de la mitad (54%) indican valoraciones intermedias (de 5 a 8) y sólo el 4% refleja insatisfacción con el servicio, con valoraciones inferiores a 5.

Por segmentos, no existen diferencias significativas y las bases muestrales son muy reducidas. No obstante, se percibe ligeramente una mejor valoración de las mujeres que de los hombres y entre los grupos de más mayores con respecto a los más jóvenes.





VERANO 2022

Hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO II

La visión de las agencias



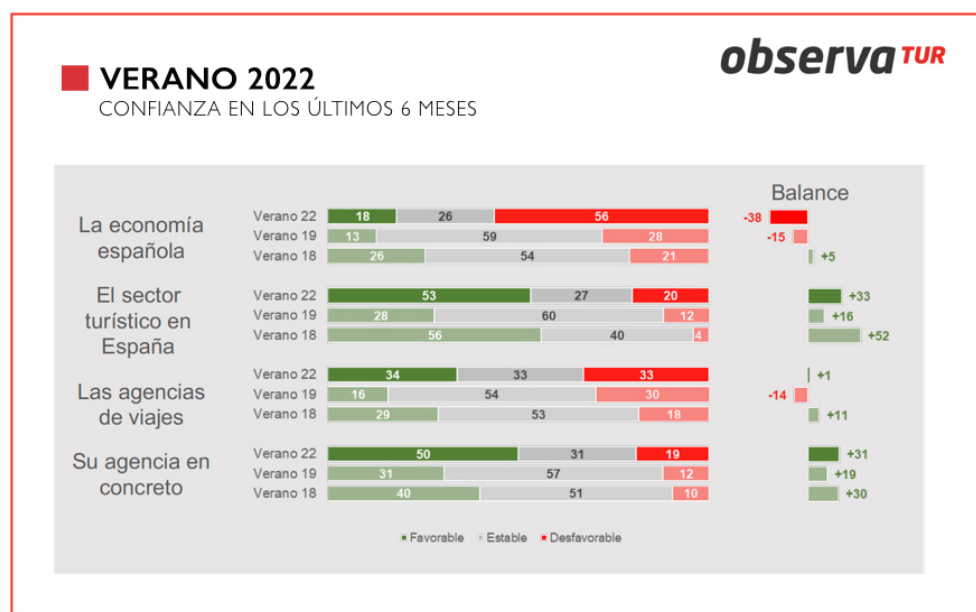


Expectativas para el verano de 2022

En opinión de los profesionales de las agencias, **el sector del turismo y los viajes respira optimismo abiertamente (+33)**, superando de modo muy amplio los niveles de confianza que se tenían en 2019 (+16)

Más contenidos son, eso sí, respecto al ámbito de las agencias de viajes, que aunque luce un tono positivo, este es muy moderado. Todo lo contrario que **la opinión que tienen acerca de su negocio (+31)**, que supera los números de 2019 (+19).

Muy distinta es, en cambio, **la confianza que se tiene acerca de la economía española, a la que valoran muy negativamente (-38)**, esto es, más del doble que en el año 2019.

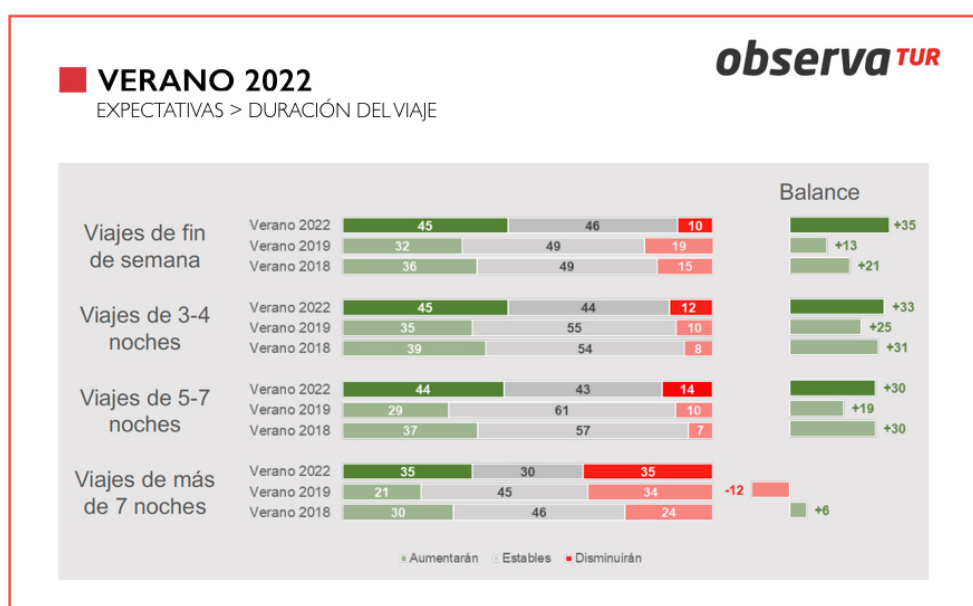
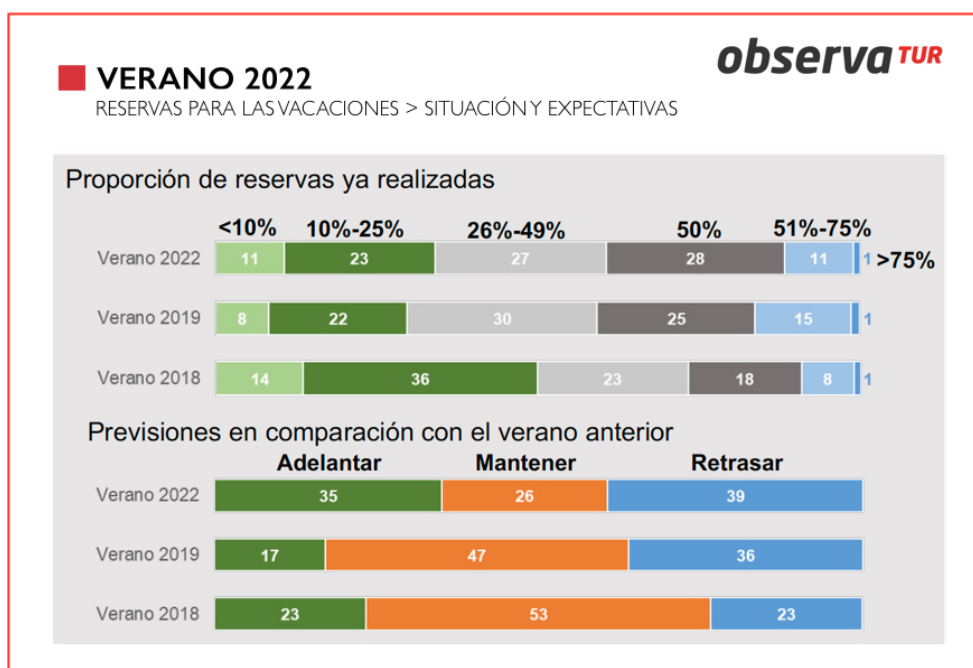


Percepción de los agentes de viajes acerca de la situación

Este panorama general tan sombrío, con todo, **no condiciona la percepción que tienen los agentes acerca del momento (feliz) que vive el sector**, que en muchos casos se muestran alineados con los puntos de vista manifestados por los viajeros.

Sobre las reservas

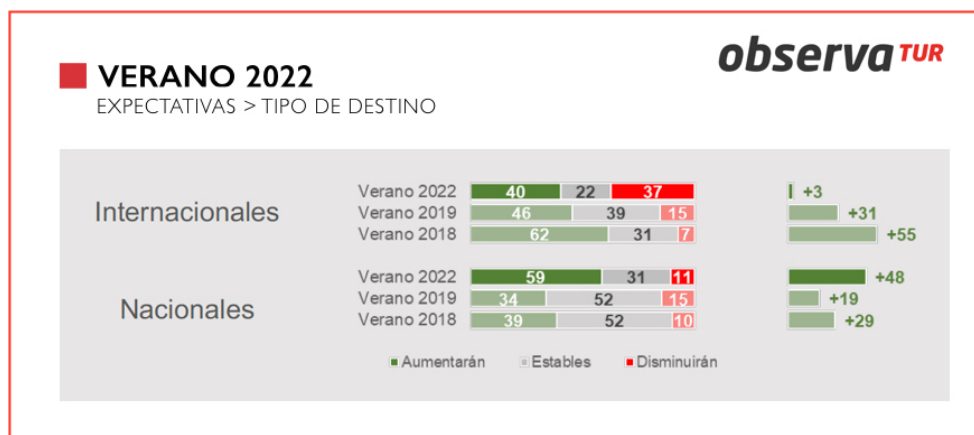
De media, en estos momentos previos a la llegada del verano, se han realizado el 37% de las reservas que se prevén. En comparación con el verano pasado, un 39% cree que las reservas se retrasarán, mientras que un 35% considera que se adelantarán.



Se esperan aumentos para todo tipo viajes, con independencia de su duración, y estos incrementos son mayores que los que tenían el verano de 2019.

Las expectativas, respecto a 2019, es que **crecerán las reservas tanto de alojamiento y transporte,** como las que se centrarán sólo en uno de estos servicios.

También aumentará la contratación de actividades en el destino, al decir del criterio de los consultados.



Sobre los destinos nacionales_____

Las expectativas de crecimiento de los destinos nacionales son muy altas, mayores que las que se tenían en 2019.

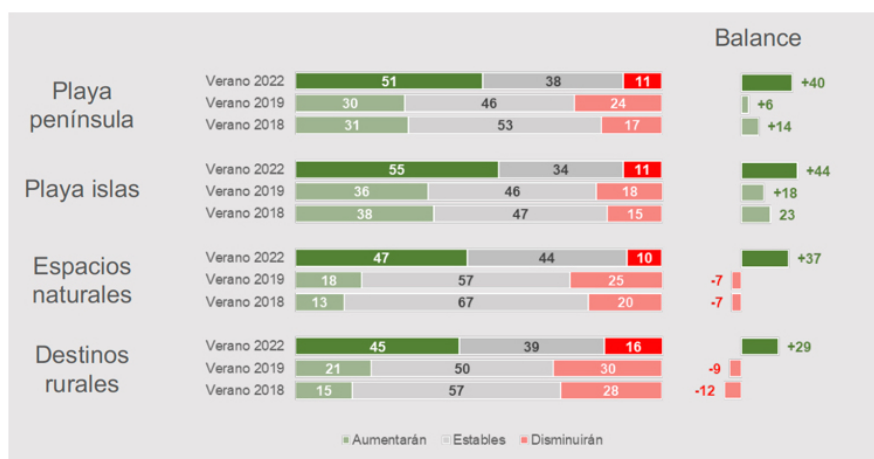
Se esperan subidas importantes en playas insulares y peninsulares, en espacios naturales y en destinos rurales.

Destinos de ciudad y parques temáticos aumentarán en menor medida. Los circuitos nacionales son los únicos que disminuirán, a juicio de los agentes entrevistados.

■ VERANO 2022

EXPECTATIVAS > DESTINOS NACIONALES I

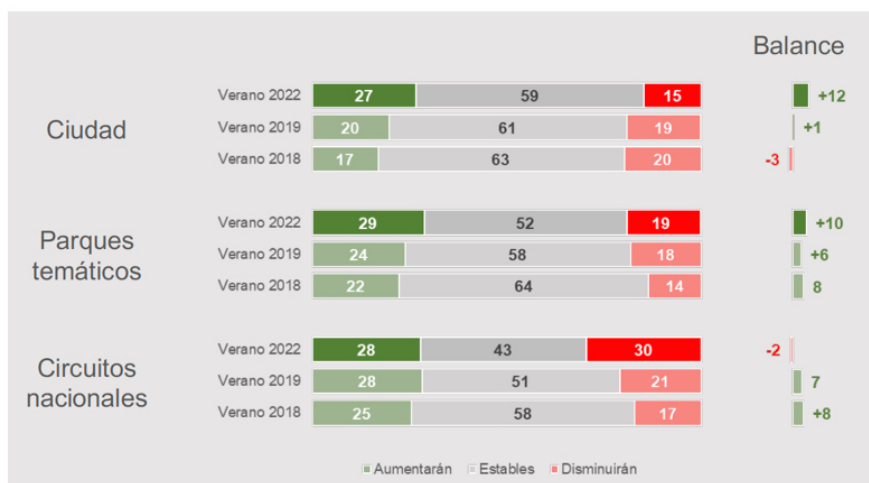
observaTUR



■ VERANO 2022

EXPECTATIVAS > DESTINOS NACIONALES 2

observaTUR



Sobre los destinos internacionales_____

Ninguno de los distintos tipos de destinos internacionales termina de despegar abiertamente, aunque **se espera un crecimiento considerable en los viajes a Caribe y a capitales europeas** (estas últimas sin llegar a los crecimientos que se esperaban en 2019 o 2018).



De acuerdo con el criterio de los profesionales de las agencias, en base a los registros de contratación, **el primer destino internacional para este verano será el Caribe y el segundo EEUU.**

En el caso de los viajes al Caribe sí se espera un claro crecimiento; de hecho, las expectativas sobre este tipo de viajes son mayores que las que se tenían en el verano de 2018 y 2019.

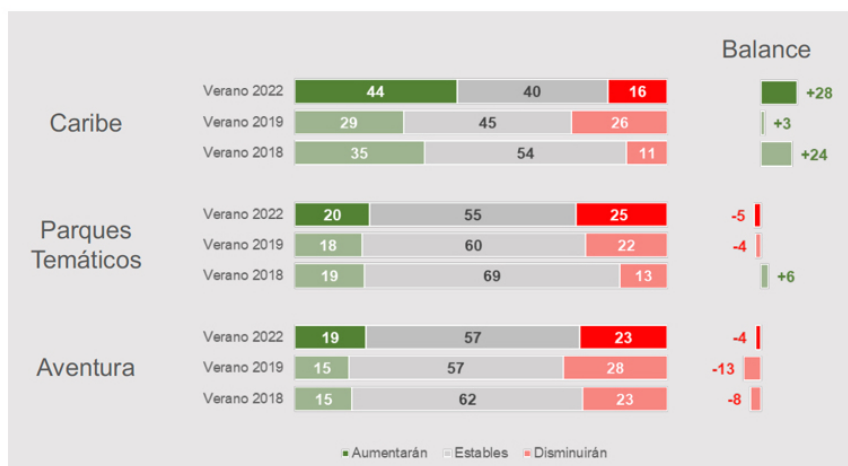
Con respecto a los circuitos europeos y los viajes de larga distancia, comparando con 2019, **podría producirse un ligero incremento.**

En cuanto a los cruceros, con un balance de +9 puntos, **podrían experimentar un leve crecimiento.**

VERANO 2022

EXPECTATIVAS > DESTINOS INTERNACIONALES 2

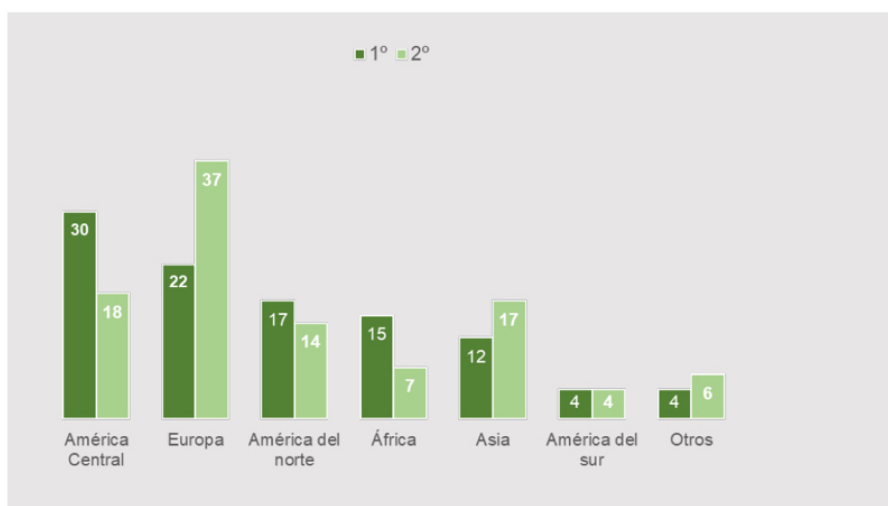
observaTUR



VERANO 2022

EXPECTATIVAS > DESTINOS INTERNACIONALES CONCRETOS

observaTUR



Posibles aceleradores y frenos de la recuperación

La desaparición casi total de las restricciones en los destinos y el deseo de viajar son, por otra parte, los grandes aceleradores de la recuperación de los viajes.

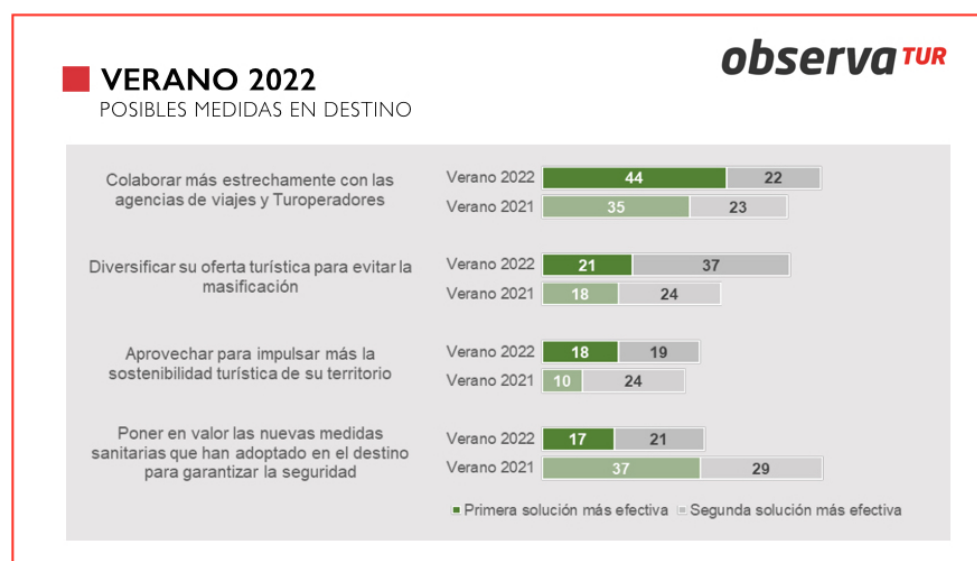
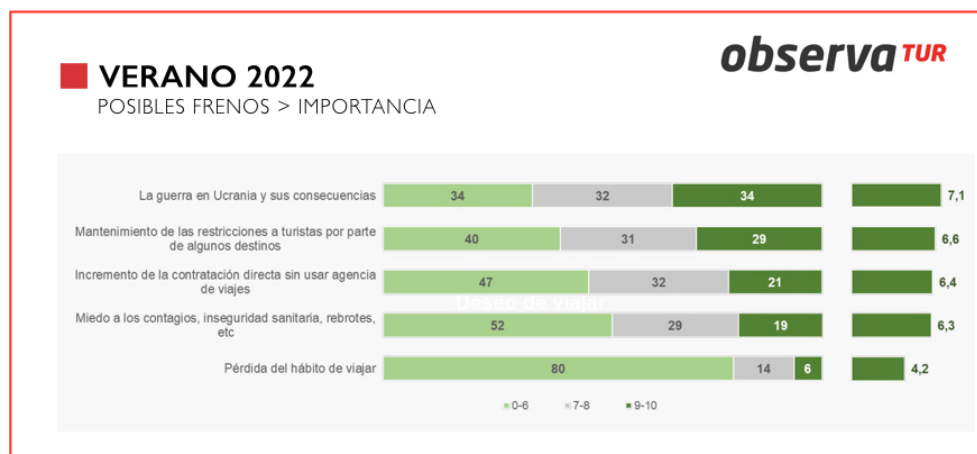
La fortaleza de estos aceleradores se mantienen prácticamente estables con respecto al pasado verano.



Importancia posibles frenos_____

La guerra de Ucrania y sus consecuencias es la circunstancia que más se señala como freno a la recuperación.

En segundo lugar aparece el mantenimiento de restricciones en algunos destinos y, ya por detrás, algunos cambios de hábitos en los viajeros. Sólo un 6% cree que la pérdida de hábito de viajar sea un freno.



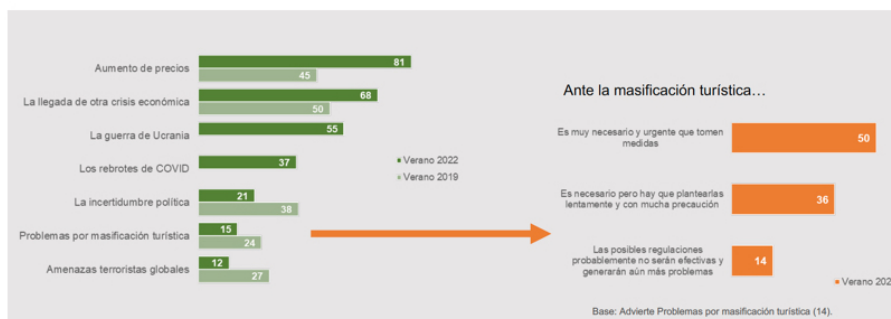
Amenazas en el ámbito del turismo_____

Las principales amenazas en el ámbito del turismo son:

- el aumento de precios,
- la posible llegada de otra crisis económica y
- la guerra de Ucrania.

VERANO 2022 AMENAZAS EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

observaTUR



Tendencias para el verano 2022

- 1) **La ilusión es claramente la emoción preponderante** entre los viajeros ante las próximas vacaciones de verano 2022.
- 2) La **búsqueda del máximo ahorro** es otra de las claves que se apuntan.
- 3) La persistencia de la pandemia, y con ella las restricciones que perviven en algunos contextos, conllevará a la **renuncia temporal a destinos lejanos**.
- 4) No obstante, **la preponderancia de los destinos más cercanos comienza a desaparecer**.
- 5) Hay un consenso casi total con el **papel clave de la flexibilidad del viaje y la política de cancelación para su contratación**.
- 6) También es mayoritario el acuerdo con la **mayor necesidad de información para la toma de decisiones**.
- 7) **El retraso en las reservas y las garantías sanitarias, por otra parte, aún siguen siendo importantes**.
- 8) **Ni las nuevas formas de viajar, ni la sostenibilidad son tendencias claras:** menos del 40% las ve de este modo.
- 9) **El asesoramiento profesional es claramente el aspecto que más valora el viajero español, según los agentes**.
- 10) Ante la previsible masificación de algunos destinos **se insta a que se tomen medidas urgentemente**.

VERANO 2022

TENDENCIAS PARA EL VERANO DEL 2022

observaTUR



VERANO 2022

SERVICIOS DE LAS AGENCIAS MAS VALORADOS

observaTUR







VERANO 2022

Hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO III

Apuntes metodológicos





Informe viajeros

UNIVERSO

Población internauta mayor de 18 años que viajó el verano de 2019 o en 2021 y tiene previsto viajar en 2022.

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 el padrón de 2020**, 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 2019 ó 2021) fue de 801. Para llegar a ellos, se utilizó una muestra representativa de 1.121 individuos.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas fueron cumplimentadas entre el **20 y el 26 de mayo de 2022.**

ERROR MUESTRAL

$\pm 3,53$ 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 **SIMPLE LÓGICA INVESTIGACIÓN**. Ejecutado aplicando las normas de calidad específicas para las investigaciones sociales y de mercado UNE-ISO 20252:2012, por una empresa certificada y experta en este tipo de análisis.

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 mediante invitación personalizada. La colaboración no estaba incentivada.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas fueron cumplimentadas entre el 23 de mayo y el 8 de junio de 2021.

ERROR MUESTRAL

± 8,9 (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 Simple Lógica Investigación.

Este informe fue
presentado el 20 de junio
de 2022, a las 10:30, 24
horas y 34 minutos antes
del **inicio oficial del
solsticio de verano**, según
el Instituto Geográfico
Nacional del Ministerio de
Transportes, Movilidad y
Agenda Urbana.

observa **TUR**

ENTIDADES PATROCINADORAS

amadeus

AON

Beroni

Carrefour
viajes

IAG7
viajes

Airmet
cybas

IBERIA

ILUNION
Hotels

Mundiplan

reinizia^T

renfe SNCF
en cooperación / en coopération

unav
unión de agencias de viajes

ENTIDADES COLABORADORAS

Task ONE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

asociación española de profesionales del turismo
æept

grupo de investigación en
Estudios urbanos y del turismo
URByTUR



***observa* TUR**

