

VERANO 2025

HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS DEL TURISTA NACIONAL

Observatorio Nacional del Turismo Emisor

► **INFORME 15**

***observa* TUR**



ENTIDADES PATROCINADORAS

amadeus

AON

BERONI

Carrefour
viajes 

exoticca

laG7/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
æept

grupo de investigación en Estudios Urbanos 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.

En esta ocasión, se trata del 15º estudio de la serie, y supone un paso más en su posición de referente nacional del conocimiento turístico, único que ofrece una perspectiva multisegmento del sector de forma sistemática y continuada.

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, 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 2025

- ▶ Previsiones más destacadas para las vacaciones • 27
- ▶ Razones para no salir de vacaciones • 28
- ▶ Razones para no salir de vacaciones (edad) • 29

VERANO '25 • ELEMENTOS BÁSICOS DE LOS VIAJES PREVISTOS

- ▶ Decisiones tomadas para las vacaciones. Evolución • 30
- ▶ Decisiones tomadas (según género y edad) • 31
- ▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones? • 32
- ▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones? Evolución • 33
- ▶ ¿Qué mes se elige para las vacaciones? • 34
- ▶ ¿Qué mes se elige para las vacaciones? Evolución • 35
- ▶ ¿Cuánto tiempo te vas a ir de vacaciones? • 36
- ▶ Tipo de alojamiento previsto para las vacaciones • 37
- ▶ Alojamiento decidido • 38
- ▶ Alojamiento decidido. Evolución • 39
- ▶ Medio de transporte decidido • 39
- ▶ Medio de transporte decidido. Evolución • 41
- ▶ Destino decidido • 42
- ▶ Detalle del destino • 43
- ▶ Motivo principal de elección de destino • 46
- ▶ Tipo de viaje en destinos decididos/Definición • 48
- ▶ Tipo de viaje en destinos decididos/Definición. Evolución • 50

PRESUPUESTO PARA LAS VACACIONES

- ▶ Presupuesto máximo • 53
- ▶ Presupuesto medio por persona • 53
- ▶ Distribución del presupuesto • 54
- ▶ Distribución del presupuesto (genero y edad) • 55
- ▶ Posibilidades de financiación • 55

LAS RESERVAS

- ▶ Las reservas • 57
- ▶ Valoración del servicio en agencias • 58

MÓDULO 2 > La visión de las agencias

VERANO 2025 • PERSPECTIVA GENERAL

- ▶ Perspectiva general • 61
- ▶ Nivel de reservas • 62
- ▶ Nivel de gastos • 64
- ▶ Aceleradores del sector • 65
- ▶ Amenazas en el ámbito del turismo • 67

VERANO 2025 • PERSPECTIVA GENERAL

- ▶ Situación en los últimos 6 meses • 69
- ▶ Expectativas para los próximos 6 meses • 70
- ▶ Confianza entre las agencias de viajes • 71
- ▶ Expectativas de empleo y precios • 71
- ▶ Expectativas de rentabilidad • 72

SITUACIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS RESERVAS

- ▶ Expectativas • Tipo de reserva • 73
- ▶ Expectativas • Duración del viaje • 74
- ▶ Expectativas • Tipo de destino • 75
- ▶ Expectativas • Destinos nacionales 1 • 76
- ▶ Expectativas • Destinos nacionales 2 • 77
- ▶ Expectativas • Destinos internacionales 1 • 78
- ▶ Expectativas • Destinos internacionales 2 • 79

TENDENCIAS VERANO 2025 ▢ VIAJES

- ▶ Viajes que triunfarán en el verano 2025 • 80
- ▶ Servicios más valorados de las agencias • 81

MÓDULO 3 > Apuntes metodológicos

- ▶ Informe sobre viajeros • 85
- ▶ Informe sobre agencias • 86

PRESENTACIÓN

El turismo emisor en España afronta la campaña de verano 2025 con unas perspectivas marcadamente optimistas, pero también con importantes desafíos.

Según los últimos datos, **el 94 % de los españoles tiene previsto viajar durante la temporada estival**, reflejo de un fuerte deseo de disfrutar del tiempo libre tras un contexto económico y social que ha condicionado las decisiones vacacionales en los últimos años.

Este entusiasmo por viajar se acompaña de un aumento del presupuesto destinado a las vacaciones, lo que anticipa una campaña intensa en términos de gasto turístico.

Sin embargo, este mayor desembolso no se traduce necesariamente en una mayor comodidad para los viajeros: **todo apunta a que estas serán las vacaciones más caras de los últimos tiempos**, alimentando una creciente preocupación entre los ciudadanos (y también entre las agencias) por el encarecimiento general de los precios.

Este fenómeno se enmarca en un verano histórico para el turismo en nuestro país. **España se perfila para recibir, por primera vez, la cifra récord de 100 millones de turistas internacionales**, consolidando su posición como uno de los principales destinos turísticos del mundo.

Este hecho, si bien representa una oportunidad para la economía nacional, también **añade presión sobre los precios y los servicios**, con posibles repercusiones en las decisiones de los turistas nacionales.

El panorama descrito, en consecuencia, anticipa una campaña de verano exitosa para nuestra industria, con unas expectativas al alza, como confirman tanto los viajeros como los profesionales de las agencias que han participado en este **nuevo informe, 15º 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 su doble perspectiva viajeros-agencias, 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.

Desde este optimismo, **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, como ya hemos dicho en otras ocasiones.

Gracias a todos, por tanto. Y feliz verano 2025.

VERANO 2025

hábitos y comportamientos del turista nacional_____

RESUMEN EJECUTIVO



LA OPINIÓN DE LOS VIAJEROS

Para arrancar, un dato excelente, que ya marca de antemano el tono general de la campaña 2025: **el 94% de la población española tiene previsto o es probable que viaje este verano.**

El 6% de los entrevistados, por contra, no se desplazará en este periodo: un 4% está seguro de ello y el 2%, por su parte, lo considera poco probable.

▶ Razones para no salir de vacaciones este verano

Las motivaciones económicas serían las principales responsables esgrimidas para no viajar.

Al igual que en 2024, aunque en una proporción superior (+6%), **el segundo grupo de fundamentos aducidos son aquellos relacionados con la falta de tiempo por trabajo o estudio (34%).**

▶ Decisiones tomadas • EVOLUCIÓN

Todos los que prevén desplazarse este verano, prácticamente, tienen ya algunas características del viaje confirmadas. Y las tienen, además, con datos muy similares a 2024.

De modo parecido a otros años, **el presupuesto aparece como el ámbito de decisión que más dudas genera entre los viajeros,** y sólo un 62% lo tiene ya resuelto. Es decir, un porcentaje prácticamente calcado a la temporada pasada.

▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones?

Desplazarse con la familia es la modalidad viajera más habitual. Y, dentro de esta fórmula, **planificar las vacaciones con la pareja es la situación más frecuente (el 70% de los consultados).** Muy lejos se sitúan otras compañías: los hijos (41%), los amigos (16%) y otros familiares (12%).

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

Julio y agosto son los meses preferidos por los viajeros nacionales para las vacaciones de verano.

Aunque con poca diferencia, **el octavo mes del año continúa liderando esta particular estadística (35%), seguido de los 31 días antes que le preceden en el calendario (33%).**

Agosto —hay que remarcarlo— sigue perdiendo peso como mes prioritario para las vacaciones de los españoles. Eso sí, las variaciones respecto al año anterior son, en general, reducidas.

Haciendo foco en la evolución de los 5 últimos años **es posible destacar el descenso del 6% de agosto y la progresión positiva de julio y septiembre.**

¿Cuánto tiempo te vas de vacaciones?

La mitad de los viajeros disfruta de más de una semana de vacaciones en el verano de 2025. Dicho de otro modo: 1 de cada 2 viajeros dispondrá de un descanso como mínimo de 8 días y un 9%, además, superará los 15. El periodo más habitual de la mayoría (36%), en todo caso, será tener una semana completa.

Tipo de alojamiento previsto

Algo más de **3 de cada 4 de los viajeros afirman que viajarán contratando alojamiento (78%).** Un 22%, mientras, irá a casa de algún familiar o amigo o en su segunda residencia.

El hotel vuelve a encabezar el tipo de alojamiento decidido (58%). Detrás se sitúa, en segundo lugar, aunque alejado, el apartamento turístico (24%).

Medio de transporte decidido

Los viajeros que ya tienen planificado el medio de transporte se decantarán en su mayoría por el coche particular (47%). **Por detrás, a sólo 3 puntos, un nutrido grupo optará por el avión, escogido por un 44%.**

El histórico de la estadística permite constatar que **el automóvil, tras la emergencia sanitaria, sigue su evolución descendente,** ofreciendo este año su valor más bajo de la serie (47%).

El avión, entretanto, mejora el dato de 2024 (+4 pp.) y continúa siendo el segundo medio más utilizado, amén de mostrar su porcentaje más elevado en el periodo 2021-2025, situándolo cada vez más cerca del vehículo privado. **En cuanto al tren, se mantiene como tercera opción,** perdiendo un punto sobre el año 2024. También, cerrando la clasificación de los más empleados, crece el coche de alquiler (+3).

Destino decidido

Entre los que ya tienen el destino decidido, **algo más de 6 de cada 10 viajeros optarán por un emplazamiento nacional (61%)**, siendo algo más de un tercio los que preferirán un destino internacional. En comparación con la temporada pasada, crecen los movimientos que traspasan nuestras fronteras.

Cabe destacar que los viajeros entre 35-64 años eligen más los destinos en España y, los más jóvenes, el extranjero (51%).

Detalle de los destinos

Los destinos nacionales de la campaña de verano 2025, según los viajeros consultados, **serían la Costa Mediterránea (17%) y Andalucía (16%), seguidos por el Cantábrico (14%)**.

En un plano inferior, según el criterio de los entrevistados, se situarían las Canarias (11%), a las que si suman las Baleares (6%), colocarían a las ínsulas por encima del Norte en la tercera posición (16%).

Fuera de nuestra geografía, **las capitales europeas serían el destino principal de los españoles esta temporada (17%)**. Las rutas culturales por este mismo continente también ocuparían buena parte de los desplazamientos de nuestros compatriotas (9%).

Si se profundiza con mayor detalle en los destinos extranjeros de 2025, **aparece en un hipotético top 3 el destino Caribe, que sería el preferido por el 5% de los nacionales**, sólo un punto por encima de Norteamérica (4%).

Ahondando en los análisis, **hay que decir que los viajeros menores de 35 años escogen viajes al exterior**, mientras que a partir de los 35 hay predilección por el territorio nacional.

Los jóvenes destacan por su elección de enclaves internacionales: rutas culturales por Europa, Norteamérica, Disney París, Asia y América (centro y Sur) frente a otros perfiles.

Motivo principal de elección de destino

El coste es la causa más citada para justificar la elección del destino (35%) y, en una proporción pareja, aparecen las menciones que se refieren "a un viaje pendiente" (33%) y "a la oferta de ocio gastronómica" (31%).

La propia experiencia (22%) y la no sobrecarga del territorio seleccionado (20%) son motivaciones que igualmente se aducen, lo mismo que se esgrime como argumento recurrente la recomendación realizada por alguna persona de su círculo (18%).

Definición del tipo de viaje en destinos decididos

El viaje de ‘sol y playa’ es la opción favorita para este verano, a tenor de las opiniones expresadas. Los viajes culturales, entretanto, serían los segundos en importancia (21%).

A más distancia, en la horquilla cifrada en torno al 10%, las alternativas preferidas por los nacionales incluirían los desplazamientos familiares (12%), el turismo rural y de naturaleza (11%) y el experiencial (8%).

Aunque no hay diferencias llamativas, **las vacaciones al borde del la arena y el mar tienen mayor presencia entre los más jóvenes,** en concreto entre la franja situada entre los 18 y los 34 años. Los viajes familiares destacan en el perfil de 35-49 años (18%).

Frente a los hombres, que claramente se decantan por los viajes de ‘sol y playa’ (42% vs. 35%), **las mujeres muestran unas preferencias más variadas,** y superan al otro sexo en prácticamente el resto de tipologías: turismo cultural (22%-21%), familiar (13%-11%), de naturaleza y rural (13%-10%), experiencial (8%-7%) y de relax & bienestar (6%-3%).

En el histórico, no cambia la estampa: **en las vacaciones de los españoles predominan los viajes de ‘sol y playa’ y le siguen —a distancia— los culturales.**

A partir de ahí, se producen oscilaciones en las preferencias. En ocasiones suben los familiares o el turismo de naturaleza (ambos con un público muy fiel), y otras veces lo hacen los experienciales (que tienen tendencia al alza) y de bienestar, que parecen decaer en los dos últimos años.

Presupuesto máximo

El gasto medio previsto por persona —739 euros— continúa la tendencia al alza en 2025, creciendo en 62€ respecto al año pasado, logrando el mejor dato del histórico.

Atendiendo a los distintos segmentos de edad, **el desembolso aumenta a medida que la edad crece**. Así, la media entre los más jóvenes es de 712€ y se incrementa de forma significativa hasta los 922€ de gasto medio entre los mayores de 65 años.

Distribución del presupuesto

Alojamiento (33%), restauración (23%) y transporte (19%) copan, por este orden, la distribución del gasto de los viajeros nacionales en 2025. En un segundo nivel, por debajo del 20%, se sitúan las actividades en el destino (11%) y las compras (10%).

Posibilidades de financiación atractiva

A tenor de las opiniones dichas, **es probable que 4 de cada 10 viajeros soliciten financiación para sus vacaciones de verano. El recurso a este modo de pago es mayor entre los más jóvenes (18-34 años)** y va decreciendo conforme aumenta la edad de los viajeros.

RESERVAS

Casi la mitad de los nacionales han reservado/contratado ya alguno de los factores de su viaje (transporte, alojamiento, etc.).

Los más jóvenes (18-34 años) son los más previsores a la hora de cerrar alguno de los elementos de sus vacaciones (58%). Esta precaución va disminuyendo según va avanzando la edad de los viajeros.

La gran mayoría ya han reservado algo a través de una agencia. El perfil de 35 a 49 años y los mayores son los que más han utilizado los servicios de las minoristas (físicas u online) y así asegurarse el destino deseado y un mejor precio, gracias a las políticas de descuentos y bonificaciones de las compras con antelación.

Valoración del servicio en agencias de viajes

Las agencias obtienen una valoración excelente sobre su servicio. Así, la puntuación global obtenida por las empresas de este canal ha sido 8,6 sobre 10 puntos.

LA OPINIÓN DE LAS AGENCIAS

Al igual que ya ocurriese en la pasada campaña vacacional, **los empleados de las agencias advierten un sentimiento muy claro y manifiesto entre los viajeros nacionales:** proyectan ilusión de cara al verano de 2025.

Es más, a su juicio vislumbran ese momento con anhelo, hecho que se pone de manifiesto en los números, que retornan a valores similares a los de 2023 (incluso ligeramente por encima).

Deseos de viajar, sí, pero no a cualquier precio, dicen, pues de nuevo anteponen su afán por conseguir el máximo ahorro.

Asimismo prosigue el mismo interés por la búsqueda de nuevos destinos y enclaves emergentes, quizás como fórmula —piensan los agentes— para contrarrestar el impacto de los costes, evitar las sobrecargas o, simplemente, como ya expusieron en 2024, por una nueva sensibilidad surgida tras la pandemia.

Nivel de reservas

Los sentimientos de optimismo expuestos por los clientes a las agencias, con todo, **no muestran una correlación directa con la situación de las reservas de la campaña vacacional en desarrollo,** que ofrece una fotografía algo fragmentada.

La más usual, **la que estima que el nivel de compra de viajes se mueva en la horquilla situada entre el 26% y el 49%** (tres de cada 10 agencias). Una de cada cuatro agencias, además, habría cerrado ya la mitad de sus reservas.

En cualquier caso, con respecto al año pasado, **la mayoría de las agencias considera que el volumen de contrataciones se mantendrá,** o incluso que se ralentizará.

Nivel de gasto

Las expectativas sobre el gasto en viajes por persona se mantienen positivas y en la línea de las registradas en 2024.

Las agencias consultadas que piensan que el gasto se elevará **cifran este aumento mayoritariamente en torno al 10%.**

En cuanto a las minoristas que opinan que el gasto disminuirá, **se estima que el porcentaje de reducción se situará entre la horquilla del 10-20%.**

Aceleradores del sector

Las agencias señalan **el deseo de viajar como el aspecto fundamental para aumentar los resultados del sector turístico.** Y le conceden una importancia de 8,14 sobre 10.

En segundo lugar se encuentran **las ofertas de viajes atractivos (7,07)** y en tercer lugar, la recuperación del largo radio y destinos exóticos (6,99).

Amenazas en el ámbito del turismo

Un año más, **el aumento de precios continúa siendo la principal amenaza (82%).**

Además, **la preocupación por la incertidumbre política, guerras comerciales y aranceles crece 15 puntos con respecto al verano pasado y alcanza su máximo en el histórico,** pasando a convertirse en la segunda amenaza identificada por las agencias (70%).

La sobrecarga turística, mientras, sigue su línea ascendente y es motivo de inquietud ya para el 39% de los consultados.

ESCENARIO ECONÓMICO

Situación en los últimos 6 meses

Se mantiene la visión positiva de la coyuntura del sector turístico nacional, de las agencias de viajes y de la propia agencia con respecto al año pasado.

El enfoque más pesimista sigue siendo el de la economía doméstica en su conjunto, aunque cabe reseñar que el balance negativo mejora 12 puntos en contraste con la oleada del verano 2024.

Expectativas para los próximos 6 meses

Las previsiones para el sector y las agencias son favorables y se elevan con respecto a las esperadas en 2024.

Aunque las expectativas para los próximos seis meses de la economía española continúan siendo negativas, **mejora el balance en 18 puntos en comparación con 2024.**

Confianza empresarial entre las agencias

Con respecto a la oleada anterior, **en la presente campaña se aprecia una recuperación en todos los indicadores.**

En este verano de 2025, **la mayor confianza se da en la propia agencia.** En cuanto a la economía doméstica, sigue evolucionando a pesar de su valores negativos y registra uno de sus mejores datos dentro de la secuencia histórica..

Expectativas verano 2025 • EMPLEO Y PRECIOS

Las perspectivas sobre el empleo se mantienen en positivo y suben ligeramente si se equipara con 2024. En cambio, **los precios son catalogados de modo desfavorable mayoritariamente.**

Expectativas verano 2025 • RENTABILIDAD

El incremento de precios, la contratación directa sin usar agencias y la falta de personal especializado siguen percibiéndose como aspectos que afectan a la rentabilidad del negocio.

EXPECTATIVAS DE FUTURO

Expectativas 2025 • TIPO DE RESERVA

Las expectativas sobre las reservas de alojamiento y transporte y las de actividades en destino progresan bien con respecto al verano pasado. Y se sigue apostando por la contratación de seguros.

Expectativas 2025 • DURACIÓN DEL VIAJE

Se esperan aumentos para viajes de todas las duraciones ≤ 7 noches. En el caso de los desplazamientos de más de siete noches se cree que disminuirán, al igual que el año pasado.

Expectativas 2025 • TIPO DE DESTINO

En este apartado **se prevé un crecimiento en ambos destinos (nacionales e internacionales)**, con unas previsiones muy similares a las de 2024.

Aunque las expectativas de los viajes internacionales son optimistas, **se observa una disminución de cuatro puntos en la escala positiva en comparación con el verano pasado.**

Expectativas 2025 • DESTINOS NACIONALES

Los agentes de viajes consultados vaticinan un crecimiento en playas insulares, mientras que en las playas peninsulares, los espacios naturales y los destinos rurales los pronósticos tienden a la estabilidad.

A tenor de las opiniones de los agentes, **las predicciones del verano resultarían menos favorables para los destinos de ciudad, parques temáticos y circuitos nacionales.**

Expectativas 2025 • DESTINOS INTERNACIONALES

De acuerdo con las opiniones de los profesionales de las agencias, a partir de las contrataciones de sus clientes, **este 2025 habrá un aumento de las reservas de capitales europeos y de cruceros**, si bien esas perspectivas alcistas serían ligeramente inferiores a las generadas en la temporada anterior.

En los circuitos europeos se aprecia una recuperación con respecto al dato negativo de la oleada anterior, registrándose en 2025 un saldo positivo de +7. En los parques temáticos la previsión es de estabilidad.

Según los criterios recabados, **también se registrarían incrementos en los viajes de larga distancia y, en menor medida, en los trayectos al Caribe.**

Se constata igualmente una relativa disminución en las perspectivas positivas de crecimiento en los viajes de larga distancia, cuyos balances se rebajan si se confrontan con los de verano de 2024.

Los viajes de aventura, por su parte, se mantendrían estables.

TENDENCIAS

▶ Viajes que triunfarán en el verano 2025

Las agencias apuestan por una alta demanda en las experiencias de naturaleza/aventura, en el turismo ligado a la cultura en vivo (musicales, conciertos...) y en las visitas culturales tradicionales.

También apuntan con **buenas expectativas de crecimiento el enoturismo y turismo gastronómico**, el turismo de bienestar, las actividades deportivas y el turismo de playa.

▶ Aspectos que valoran de agencia de viajes

En conjunto no se observan diferencias destacadas con respecto a oleadas pasadas. Así, según las agencias, **los elementos que más valoran los viajeros siguen siendo el asesoramiento, la seguridad y garantías proporcionadas, y la personalización de los viajes** (que crece 5 puntos con respecto al verano '24).

Por lo demás, **señalar el crecimiento moderado de las herramientas tecnológicas en las tres últimas oleadas**.



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 184,4 millones de viajes en el conjunto del año 2024, un 0,8% menos que en 2023.**

Las pernoctaciones correspondientes a estos viajes superaron los 811 millones, con un aumento del 1,1%. Por su parte, **el gasto total asociado ascendió un 5,9%, hasta 62.233,1 millones de euros.**

El 88,3% de los viajes tuvo como destino principal España y el 11,7% el extranjero. Los viajes con destino interno acumularon el 78,2% de las pernoctaciones y el 64,9% del gasto total, con un gasto medio diario de 64 euros.

Por su parte, **los viajes al exterior supusieron el 21,8% de las pernoctaciones y el 35,1% del gasto total, con un gasto medio diario de 123 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 50,8% del gasto total, con un gasto medio diario de 85 euros. **El gasto medio diario más elevado fue el de los viajes de negocios (147 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 2024 y año 2024. Últimos datos disponibles hasta el día 26 de marzo de 2025. Datos elaborados a partir de la nota de prensa emitida el día 26 de marzo de 2025.

VIAJES SEGÚN DESTINO			
	Viajes	%	Variación anual
TOTAL	184.431.108	100,0	-0,8
España	162.807.630	88,3	-2,3
Extranjero	21.623.478	11,7	12,1

VIAJES SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE Y DESTINO PRINCIPAL			
	Viajes	%	Variación anual
TOTAL	184.431.108	100,0	-0,8
Ocio, recreo y vacaciones	96.317.937	52,2	-0,3
Visitas a familiares o amigos	61.275.760	33,2	-1,4
Negocios y otros motivos profesionales	15.888.608	8,6	-10,9
Otros motivos	10.948.803	5,9	17,4
ESPAÑA	162.807.630	100,0	-2,3
Ocio, recreo y vacaciones	83.177.835	51,1	-1,7
Visitas a familiares o amigos	55.840.047	34,3	-3,2
Negocios y otros motivos profesionales	13.765.233	8,5	-12,5
Otros motivos	10.024.514	6,2	16,9
EXTRANJERO	21.623.478	100,0	12,1
Ocio, recreo y vacaciones	13.140.102	60,8	9,8
Visitas a familiares o amigos	5.435.712	25,1	21,7
Negocios y otros motivos profesionales	2.123.375	9,8	0,9
Otros motivos	924.289	4,3	23,1

GASTO TOTAL SEGÚN DESTINO			
	Gasto total (millones €)	%	Variación anual
TOTAL	62.233,1	100,0	5,9
España	40.419,7	64,9	1,8
Extranjero	21.813,4	35,1	14,5

GASTO TOTAL SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE Y DESTINO PRINCIPAL			
	Gasto total (millones €)	%	Variación anual
TOTAL	62.233,1	100,0	5,9
Ocio, recreo y vacaciones	37.580,8	60,4	5,8
Visitas a familiares o amigos	13.281,8	21,3	10,8
Negocios y otros motivos profesionales	8.230,8	13,2	-3,5
Otros motivos	3.139,7	5,0	16,4
ESPAÑA	40.419,8	100,0	1,8
Ocio, recreo y vacaciones	24.573,2	60,8	1,9
Visitas a familiares o amigos	8.766,0	21,7	1,9
Negocios y otros motivos profesionales	4.901,2	12,1	-4,2
Otros motivos	2.179,4	5,4	17,5
EXTRANJERO	21.813,4	100,0	14,5
Ocio, recreo y vacaciones	13.007,6	59,6	14,0
Visitas a familiares o amigos	4.515,8	20,7	33,2
Negocios y otros motivos profesionales	3.329,6	15,3	-2,3
Otros motivos	960,3	4,4	14,2

VERANO 2025

hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO 1
**LA VISIÓN DE LOS
VIAJEROS**



CAMPAÑA DE VACACIONES 2025

Previsiones más destacadas

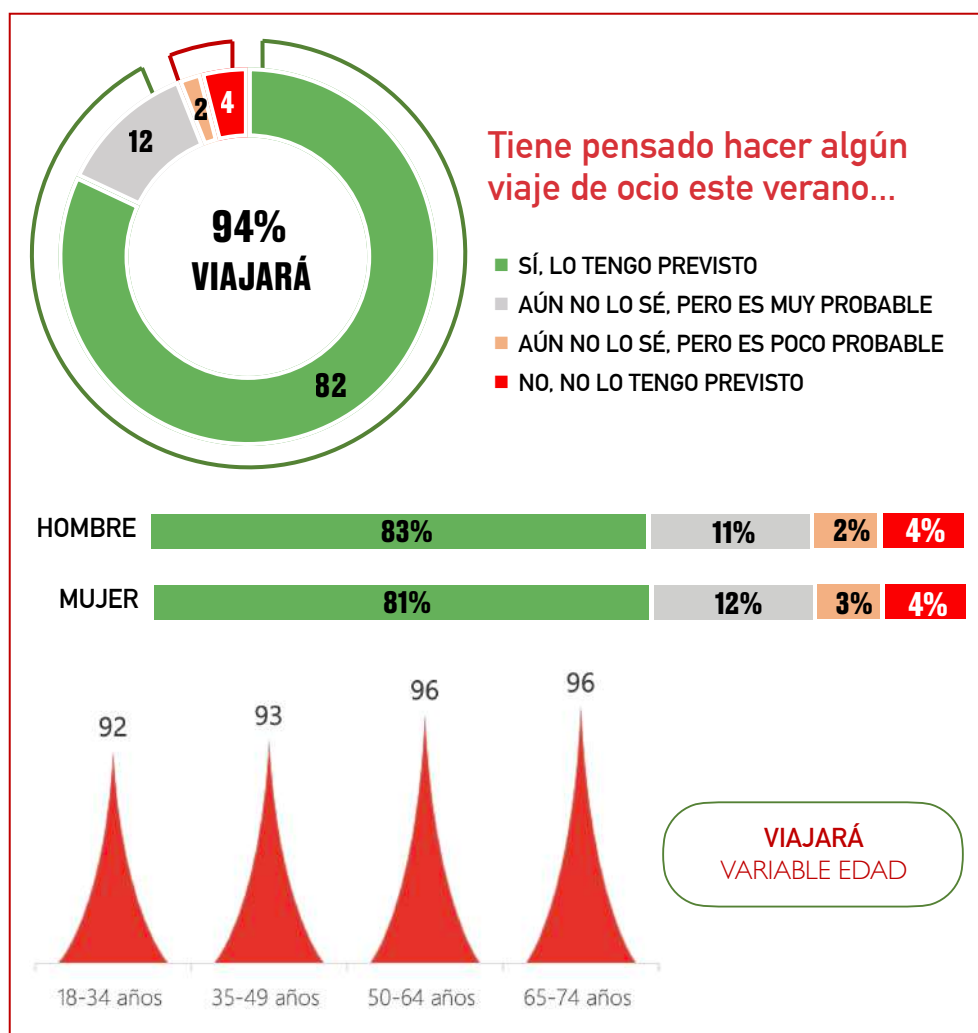
Para arrancar, un dato excelente, que ya marca de antemano el tono general de la campaña 2025: **el 94% de la población española tiene previsto o es probable que viaje este verano.**

Entre quienes lo harán, los que declaran estar seguros de viajar representan el 82% y los que lo consideran probable el 12%.

Teniendo en consideración el género y la edad, el optimismo más elevado con este pronóstico se advierte entre los hombres y los más mayores. Con respecto al año pasado, se mantiene igual la proporción de aquellos que tienen previsto o ven probable un viaje.

Cabe señalar que, entre estos, aumenta en dos puntos el grupo de aquellos que lo afirman con mayor seguridad, que han pasado de un 80% a un 82%.

El 6% de los entrevistados, según confirman, no se desplazará en este periodo: un 4% está seguro de ello y el 2%, por su parte, lo considera poco probable.



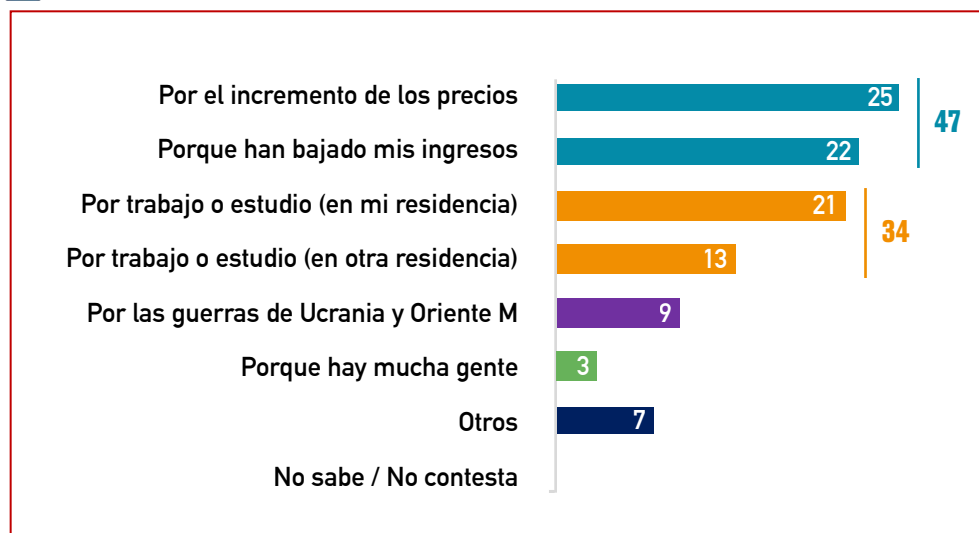
▶ Razones para no salir de vacaciones este verano

En 2025, de manera similar a años anteriores, **las motivaciones económicas serían las principales responsables esgrimidas para no viajar**; el 47% ofrece razones de este tipo (-8% sobre 2024): el 25% señala el incremento de los precios (-15% sobre 2024) y el 22% afirma que la causa sería el descenso de sus ingresos (+7% sobre 2024).

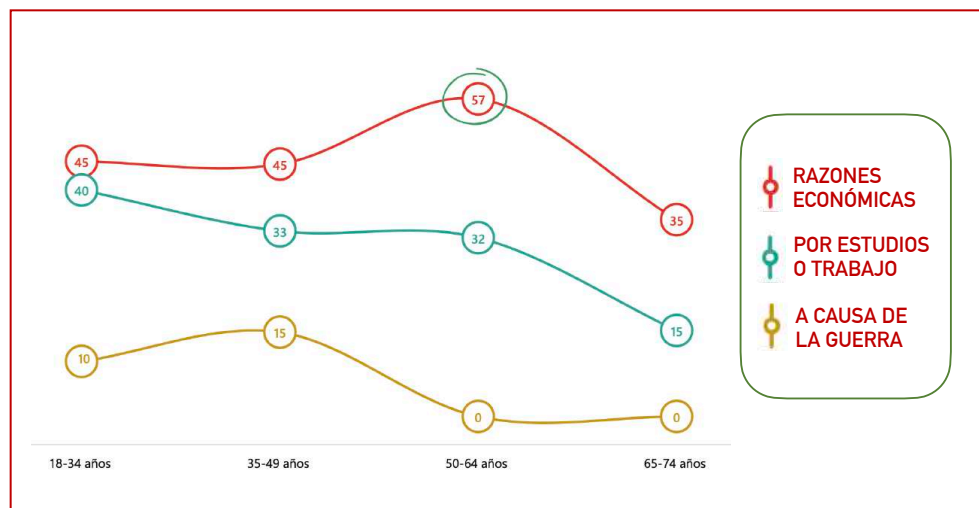
Al igual que en 2024, aunque en una proporción superior (+6%), **el segundo grupo de fundamentos aducidos son aquellos relacionados con la falta de tiempo por trabajo o estudio (34%)**. El 21% aseguran que tendrá que trabajar o estudiar en casa y el 13% lo hará en otro lugar diferente a su residencia.

Por detrás, **se encuentran los que sienten miedo por las consecuencias de la guerra de Ucrania e Israel (9%)**.

VERANO 2025 - RAZONES PARA NO SALIR DE VACACIONES



VERANO 2025 - RAZONES PARA NO SALIR DE VACACIONES - SEGÚN EDAD



▶ Razones para no salir de vacaciones este verano (edad)

Las justificaciones económicas son las razones alegadas mayormente por todos los grupos de edad, si bien tienen especial prevalencia entre los 50 a 64 años (57%).

Tener que estudiar o trabajar en verano es la causa manifestada por 4 de cada 10 jóvenes de 18 a 34 años. A partir de los 65 años este motivo desciende, como es lógico, al ser personas que, en principio, no estudian ni trabajan (15 %).

El miedo a la guerra se centra más entre los 18 y 49 años.



ELEMENTOS BÁSICOS DE LOS VIAJES PREVISTOS

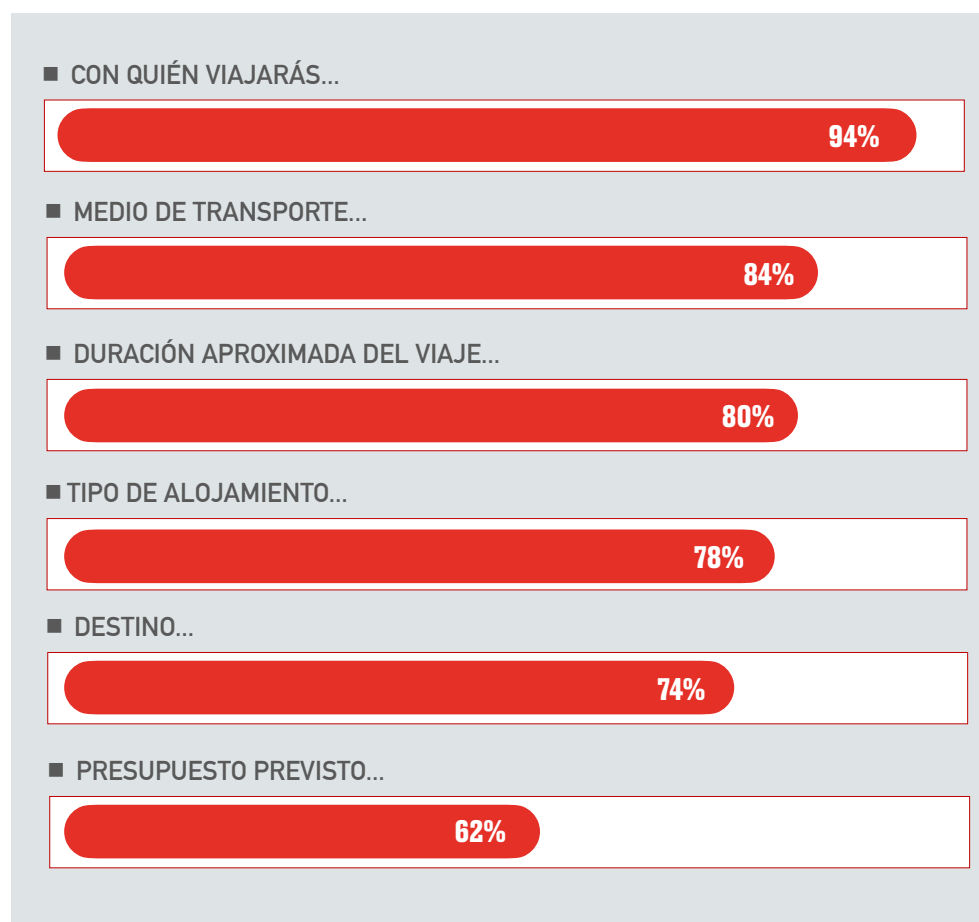
▶ Decisiones tomadas • EVOLUCIÓN

Todos los que prevén desplazarse este verano, prácticamente, tienen ya algunas características del viaje confirmadas. Y las tienen, además, con datos muy similares a 2024.

Las personas con las que se hará el viaje es el acuerdo adoptado en mayor proporción (94%), seguido del medio de transporte (84%). La duración estimada aparece en tercer lugar (con la decisión tomada por el 80% de los consultados) y el cuarto lo ocupa el tipo de alojamiento (78%). El destino (74%) cierra este capítulo.

De modo parecido a otros años, el presupuesto aparece como el ámbito de decisión que más dudas genera entre los viajeros, y sólo un 62% lo tiene resuelto. Es decir, un porcentaje prácticamente calcado a la temporada pasada.

● VERANO 2025 • DECISIONES TOMADAS PARA LAS VACACIONES



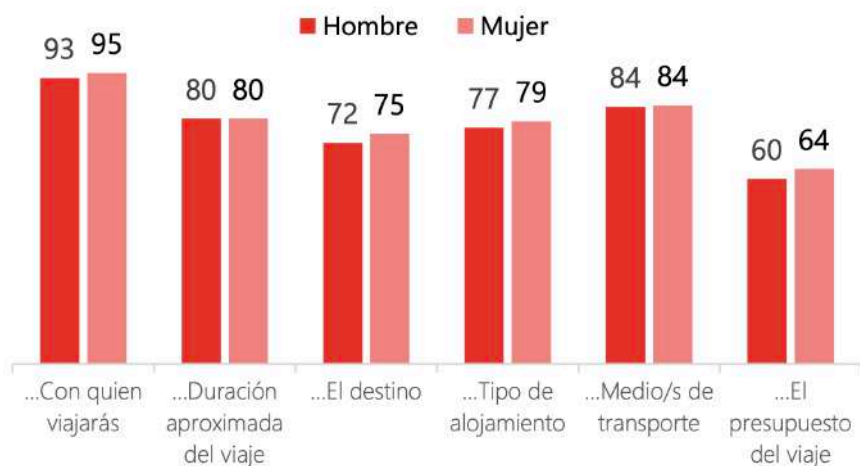
Decisiones tomadas • SEGÚN GÉNERO Y EDAD

A estas alturas, de cara a esta próxima campaña, **no se observan variaciones llamativas en los elementos básicos ni por género ni por edad.**

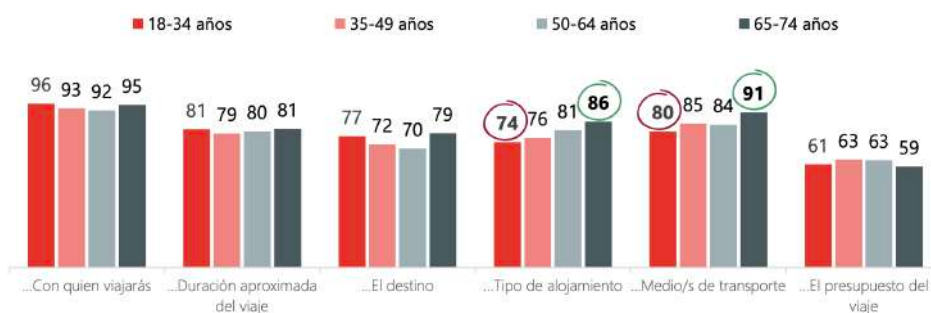
Sólo cabe **señalar, si acaso, la diferencia en torno al tipo de alojamiento y el transporte en el grupo de los más jóvenes:** son los más indecisos y en los mayores son el perfil más decidido.

VERANO 2025 • DECISIONES TOMADAS • SEGÚN GÉNERO & EDAD

■ SEGÚN GÉNERO...



■ SEGÚN EDAD...



▶ ¿Con quién te vas a ir de vacaciones?

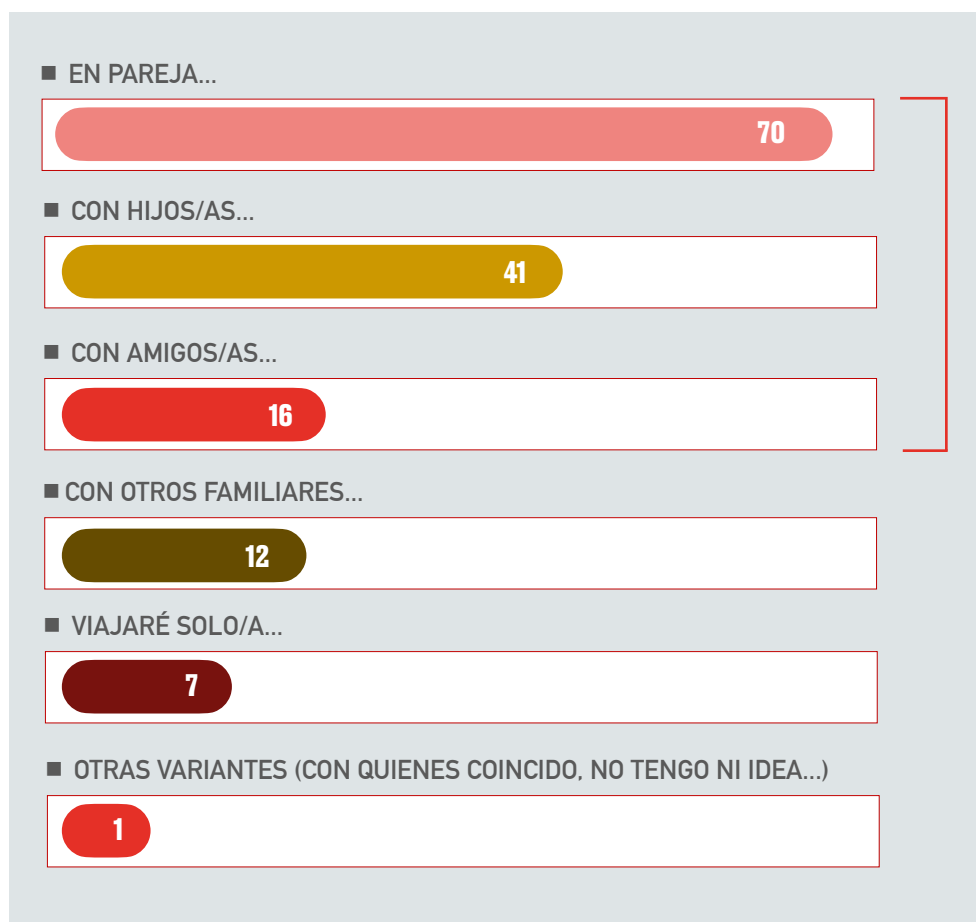
Desplazarse con la familia es la modalidad viajera más habitual. Y, dentro de esta fórmula, **planificar las vacaciones con la pareja es la situación más frecuente (el 70% de los consultados).**

Muy lejos se sitúan otras compañías: los hijos (41%), los amigos (16%) y otros familiares (12%).

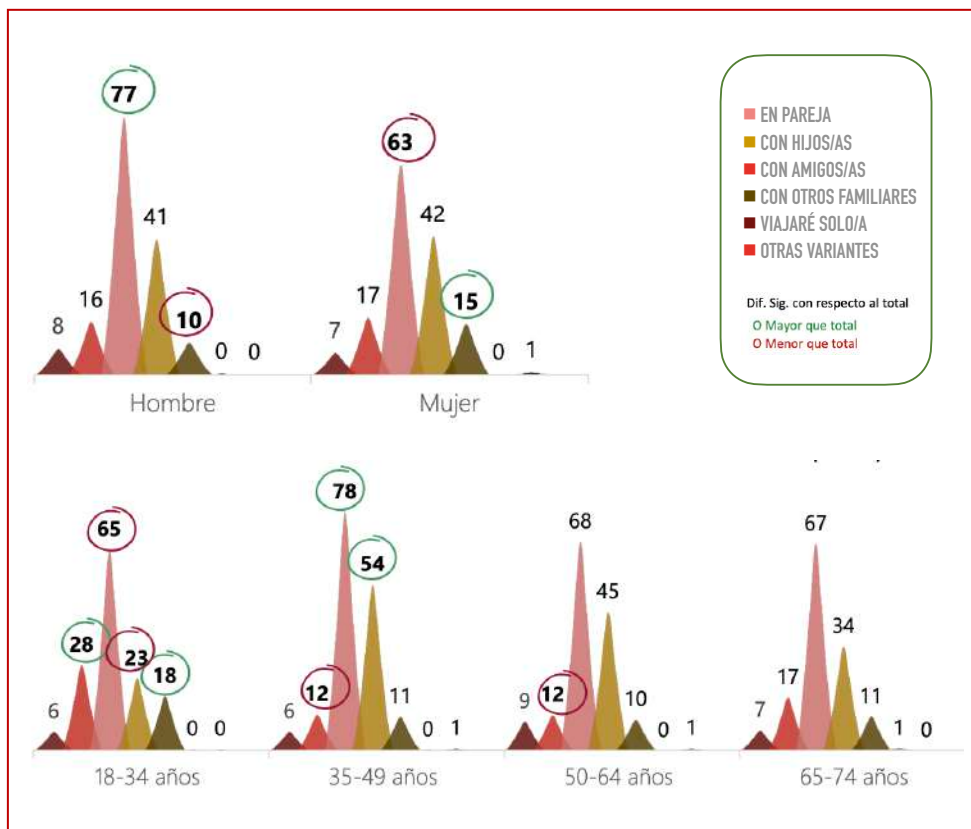
Los acompañantes varían con la edad y el género, no obstante. Así, entre los hombres destacan las vacaciones con la pareja; y entre las mujeres, con otros familiares.

Amigos y otros familiares pierden importancia conforme sube la edad. La pareja y los hijos aumentan en las edades intermedias (35-49).

📊 VERANO 2025 • CON QUIÉN TE VAS A IR DE VACACIONES



VERANO 2025 • CON QUIÉN TE VAS A IR DE VACACIONES • SEGÚN GÉNERO & EDAD

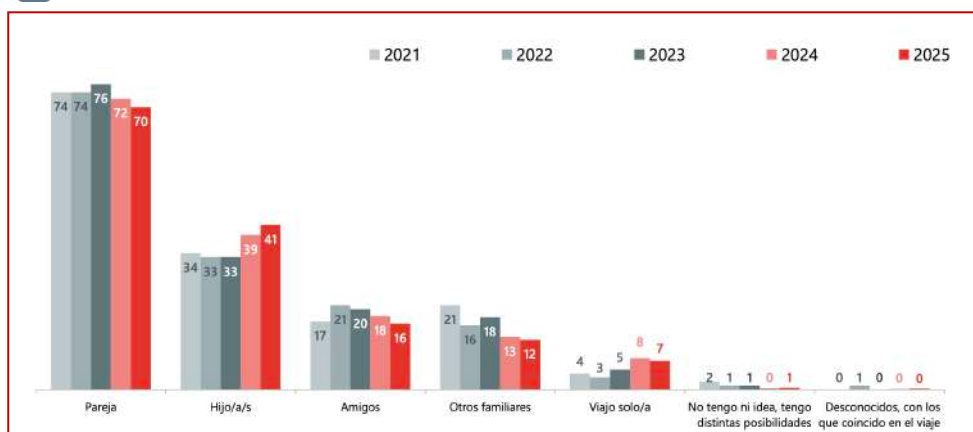


¿Con quién te vas a ir de vacaciones? • EVOLUCIÓN

Las personas con las que se suele mover de vacaciones no varía en exceso con respecto a años anteriores.

De este modo, el tipo de grupo decidido ha sido prácticamente igual al escogido el año pasado. Algo parecido a lo sucedido en el año anterior: descienden aquellos que viajan en pareja (-2 p.p.) y aumentan los que viajan con hijos (+2p.p.).

VERANO 2025 • CON QUIÉN TE VAS A IR DE VACACIONES • EVOLUCIÓN

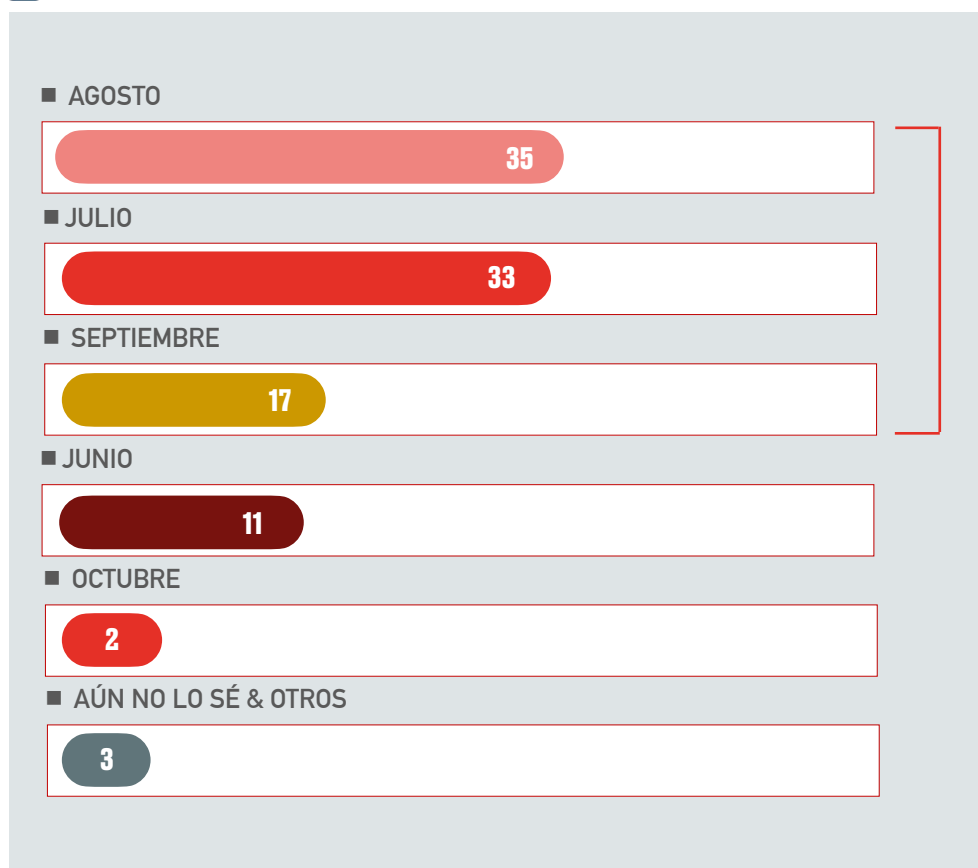


▶ ¿Qué mes se elige para las vacaciones de verano?

Julio y agosto son los meses preferidos por los viajeros nacionales para las vacaciones de verano.

Aunque con poca diferencia, **el octavo mes del año continúa liderando esta particular estadística (35%), seguido de los 31 días antes que le preceden en el calendario (33%).**

■ VERANO 2025 • QUÉ MES SE ELIGE PARA LAS VACACIONES

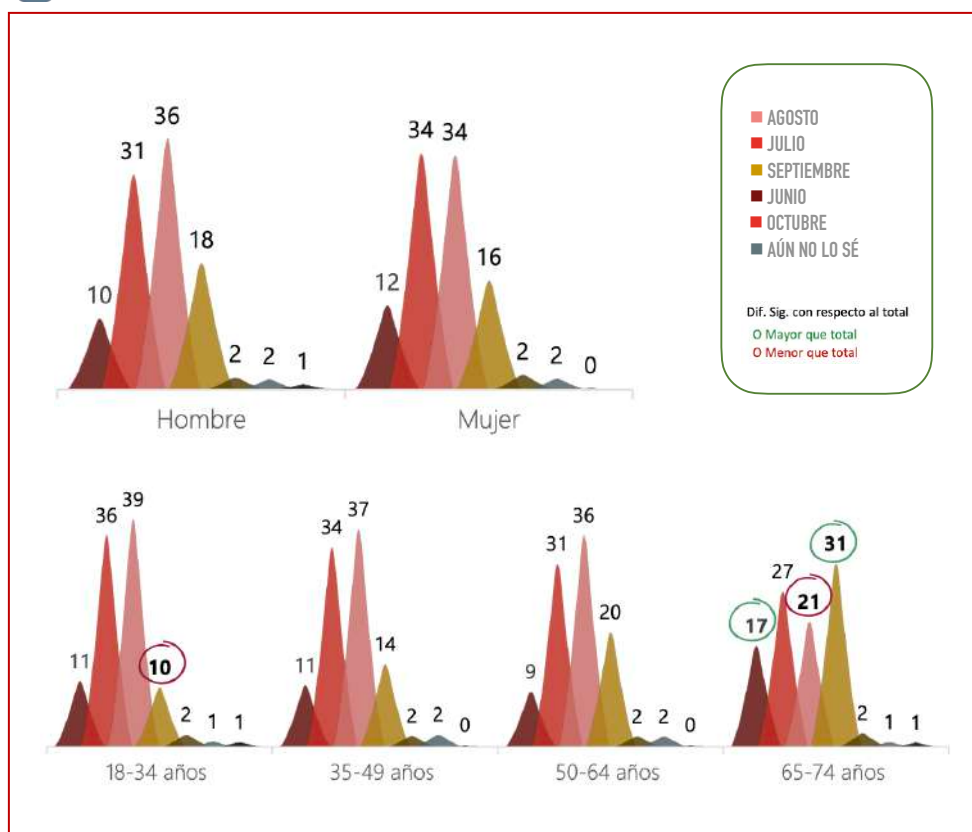


▶ ¿Qué mes se elige? • GÉNERO & EDAD

La edad, por otra parte, también está relacionada con las predilecciones a la hora de moverse.

Así, agosto cobra especial relevancia entre los 18 y los 49 años (35-40%), mientras que para los mayores de 65 años septiembre (31%) supera a agosto (sólo el 21% de ese intervalo de edad prevé viajar en ese tiempo).

VERANO 2025 • QUÉ MES SE ELIGE PARA LAS VACACIONES • SEGÚN GÉNERO & EDAD

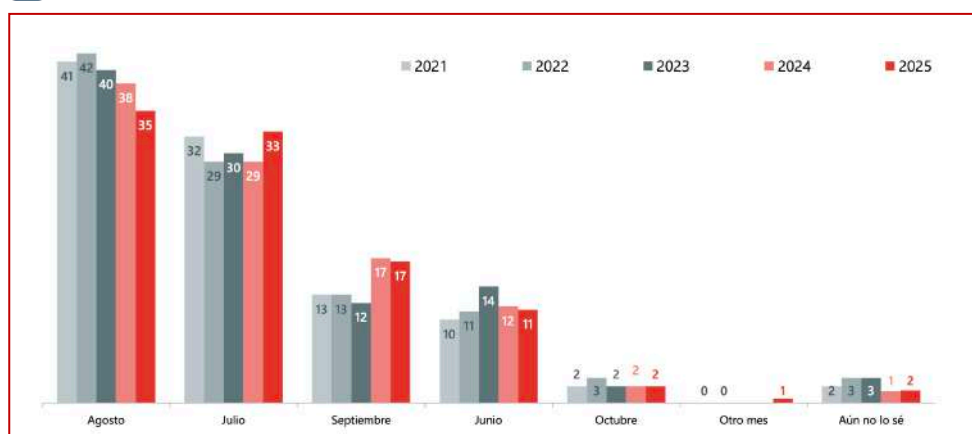


¿Qué mes se elige para las vacaciones? • EVOLUCIÓN

Agosto sigue perdiendo peso como mes prioritario para las vacaciones de verano de los españoles. Eso sí, las variaciones respecto al año anterior son, en general, reducidas.

Haciendo foco en la evolución de los 5 últimos años es posible destacar el descenso del 6% de agosto y la progresión positiva de julio y septiembre.

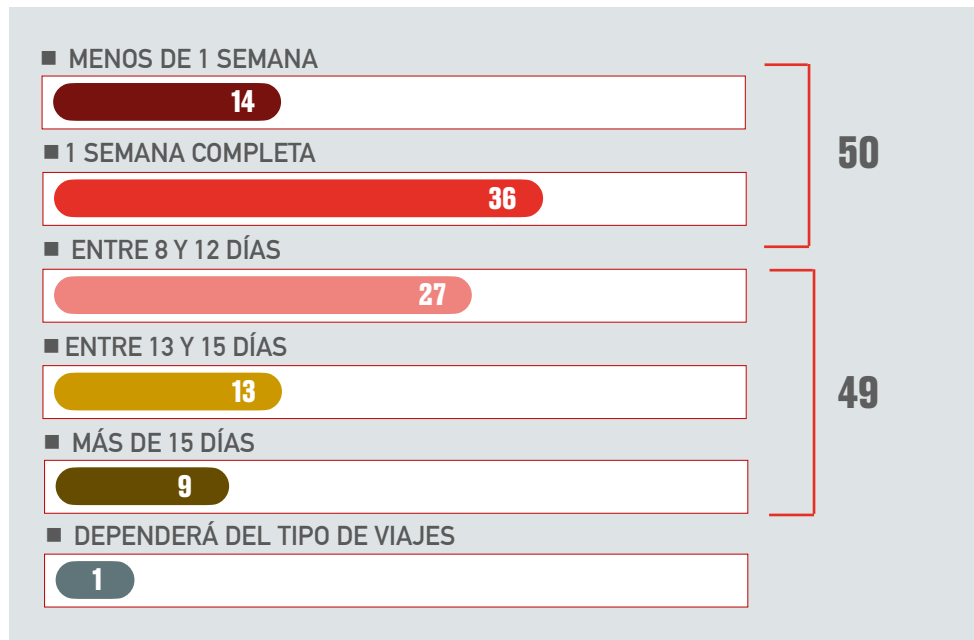
VERANO 2025 • QUÉ MES SE ELIGE PARA LAS VACACIONES • EVOLUCIÓN



▶ ¿Cuánto tiempo te vas de vacaciones?

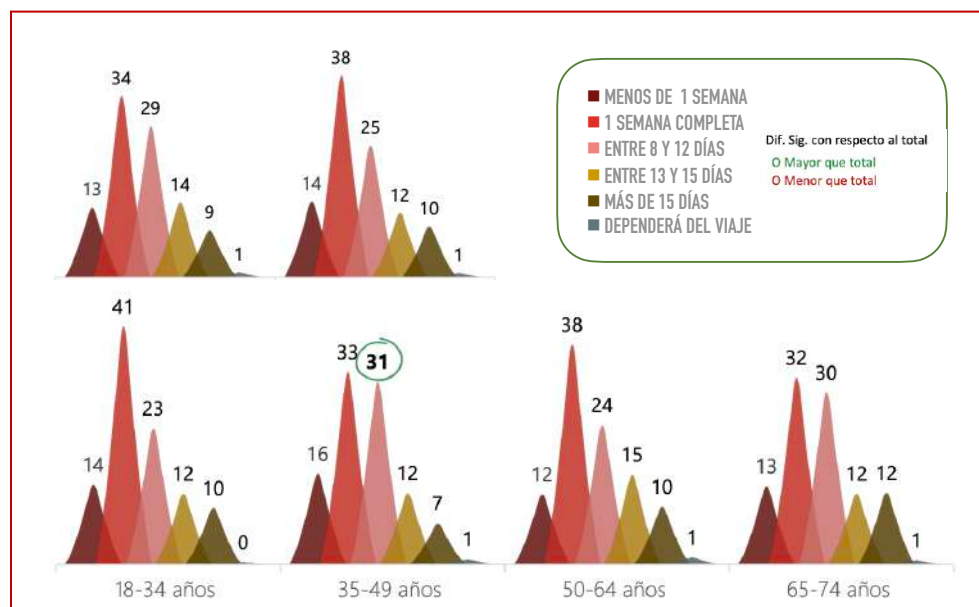
La mitad de los viajeros disfrutará de más de una semana de vacaciones en el verano de 2025. Dicho de otro modo: 1 de cada 2 viajeros dispondrá de un descanso como mínimo de 8 días y un 9%, además, superará los 15 días. El periodo más habitual de la mayoría (36%), en todo caso, será tener una semana completa.

● VERANO 2025 • CUÁNTO TIEMPO TE VAS DE VACACIONES



En este apartado, no se advierten comportamientos significativos ni por género ni por edad, **si bien los mayores (65-74 años) destacan por realizar viajes más largos (+ de 15 días).**

● VERANO 2025 • CUÁNTO TIEMPO TE VAS DE VACACIONES • SEGÚN GÉNERO & EDAD

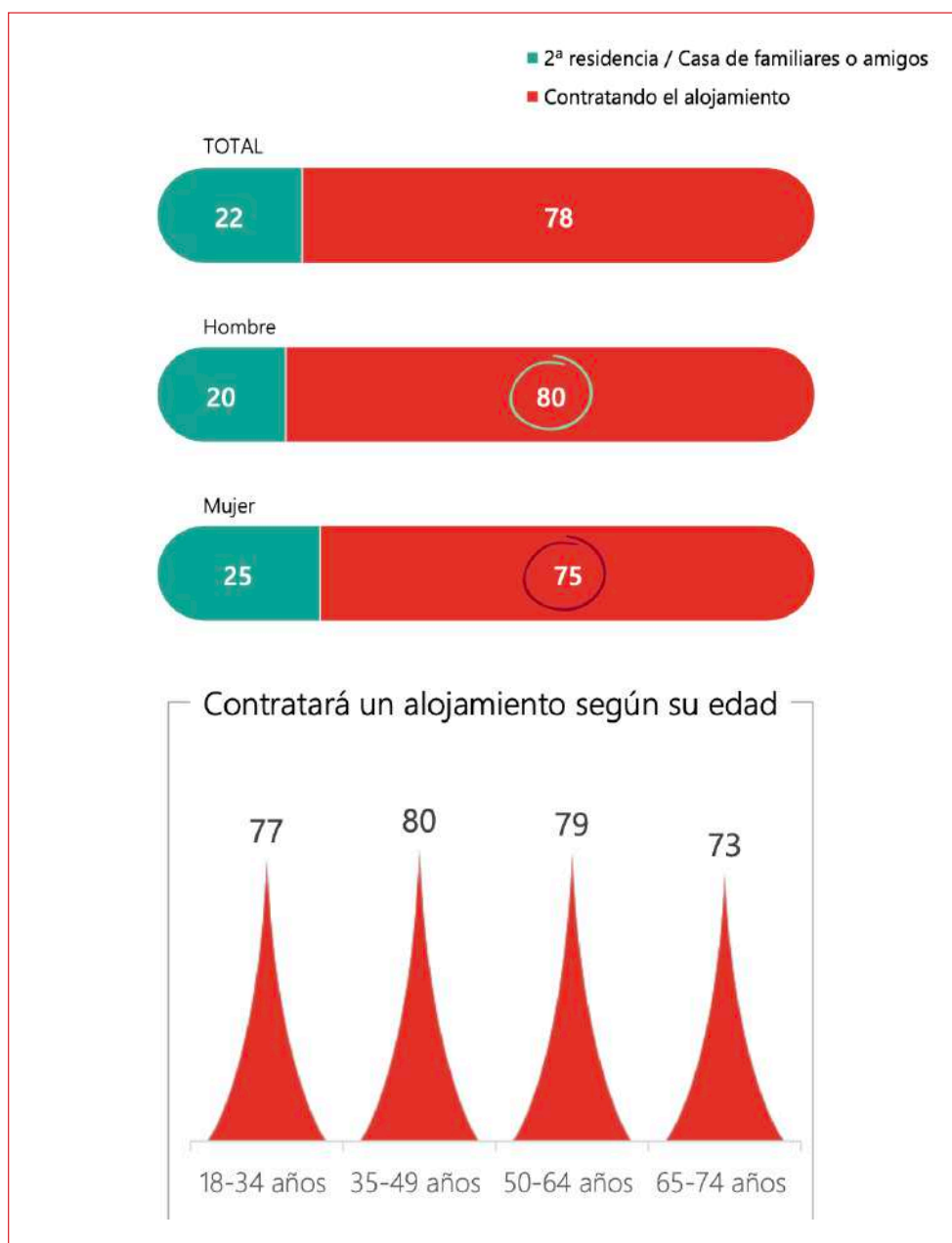


Tipo de alojamiento previsto

Algo más de **3 de cada 4 de los viajeros afirman que viajarán contratando alojamiento (78%)**. Un 22%, mientras, pasará las vacaciones en casa de algún familiar o amigo o en su segunda residencia.

En lo relativo a la contratación de hospedaje, la franja comprendida entre los 35 a los 64 años y los hombres son los que optan en mayor medida por contratar un alojamiento para sus vacaciones de verano.

VERANO 2025 • TIPO DE ALOJAMIENTO PREVISTO • TOTAL Y SEGÚN GÉNERO



Tipo de alojamiento elegido

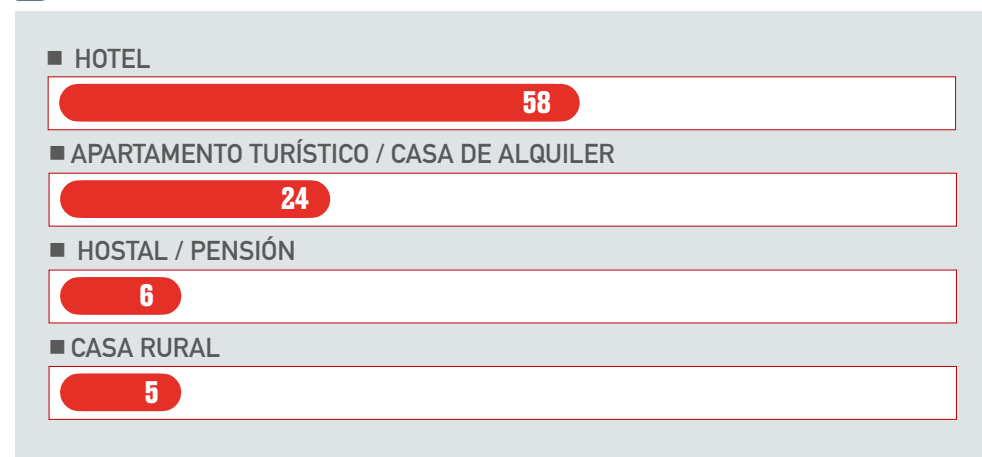
El hotel vuelve a encabezar el tipo de alojamiento decidido (58%). Detrás se sitúa, en segundo lugar, aunque alejado, el apartamento turístico (24%).

En un tercer nivel, a mucha distancia, se encuentran el resto de alternativas, como los hostales o pensiones (6%) o las casas rurales (5%).

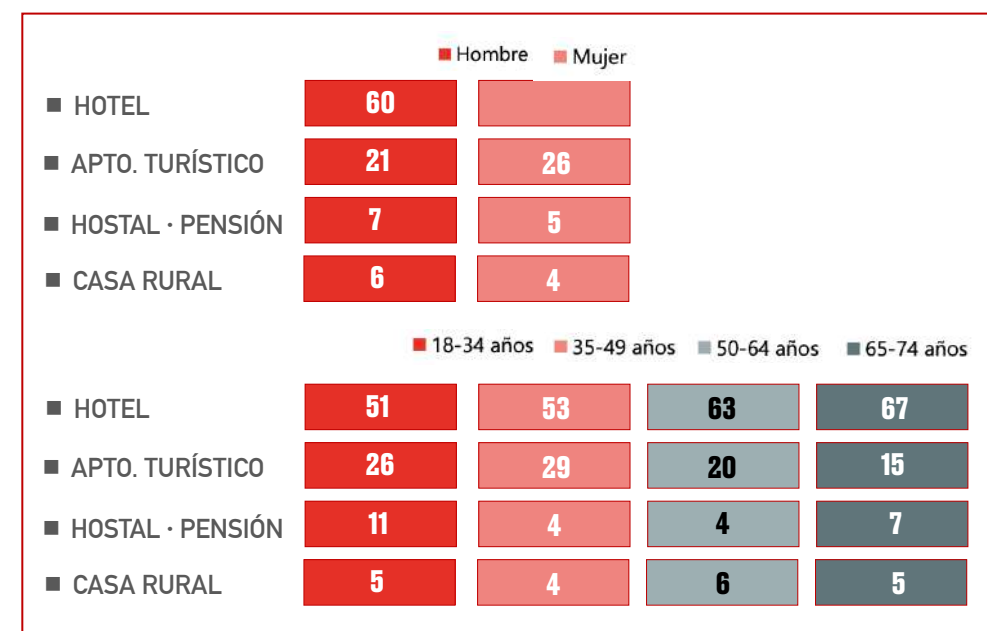
Aunque no hay diferencias significativas, **el hotel como opción preferida tiende a aumentar con la edad**, alcanzando el 67% entre los mayores (65 a 74 años).

Por otro lado, **el apartamento turístico es la elección de 1 de cada 4 de los perfiles más jóvenes (18 a 49 años).**

VERANO 2025 • TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



VERANO 2025 • TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO • SEGÚN GÉNERO & EDAD

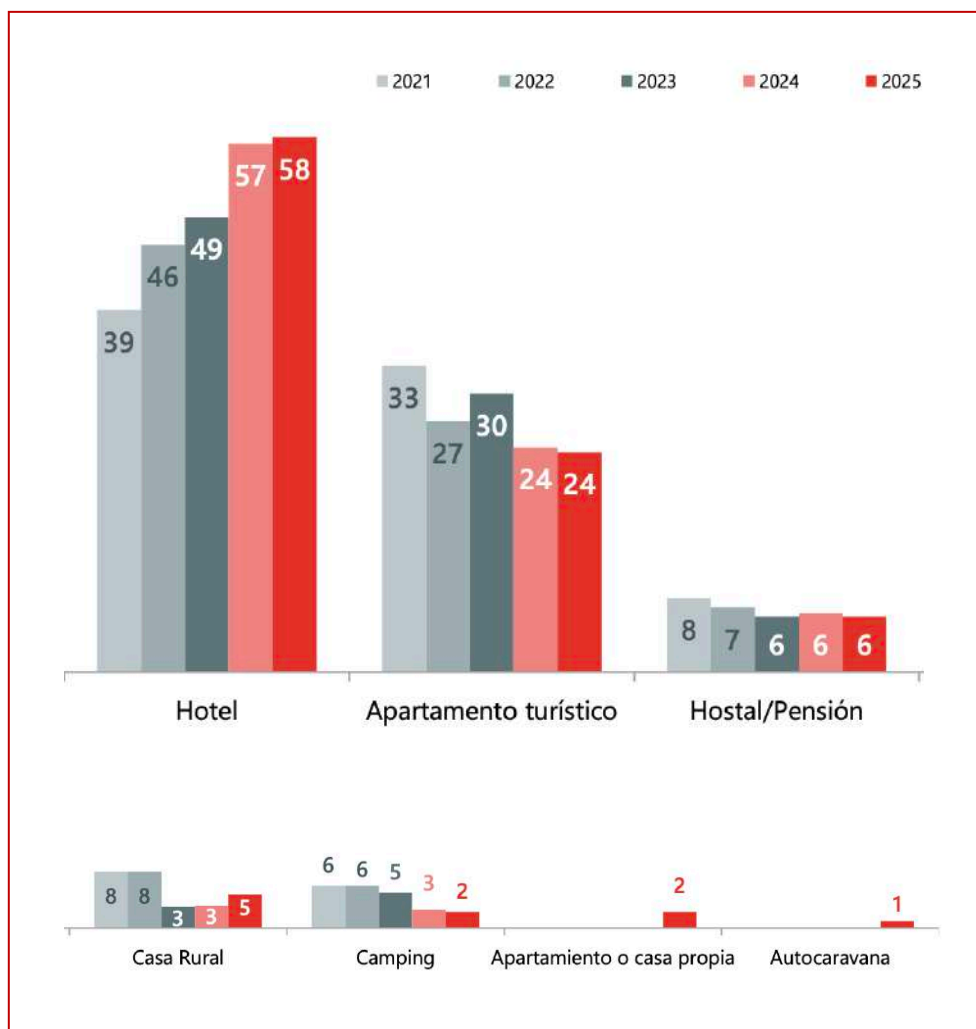


► Tipo de alojamiento elegido • EVOLUCIÓN

El tipo de alojamiento no varía con respecto al año anterior. **Así, el hotel mantiene el crecimiento que registró en 2024 y aumenta 1 punto respecto a ese ejercicio.** En consecuencia, obtiene el mayor valor en el histórico.

El apartamento turístico, mientras tanto, cosecha el mismo dato que en la pasada campaña de verano. El resto de alojamientos no presentan grandes cambios respecto a 2024.

► VERANO 2025 • TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO • EVOLUCIÓN



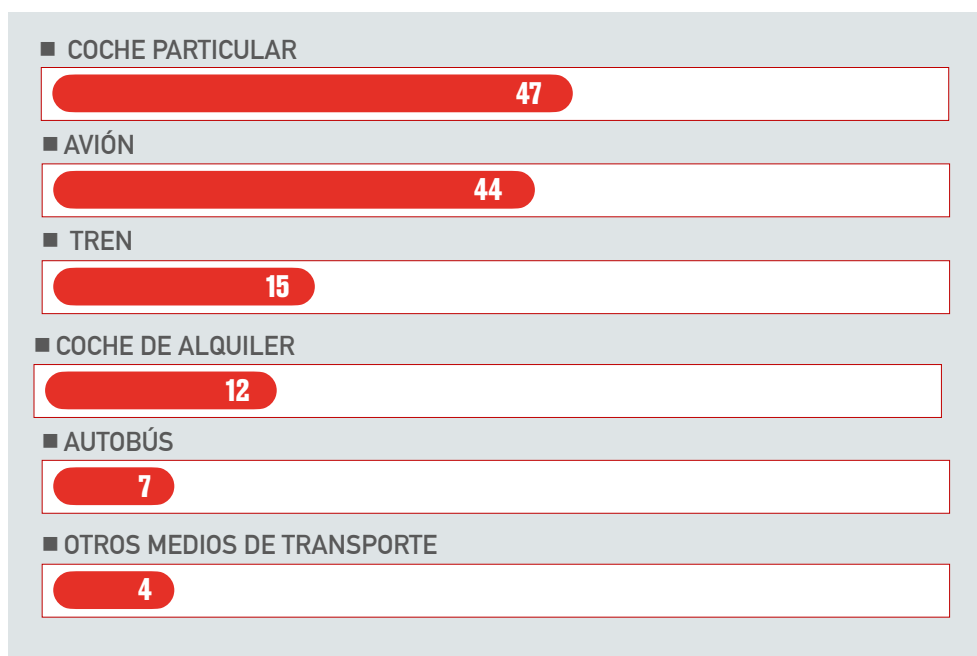
► Medio de transporte decidido

Los viajeros que ya tienen planificado el medio de transporte se decantarán en su mayoría por el coche particular (47%). Por detrás, a sólo 3 puntos, un nutrido grupo optará por el avión, escogido por un 44%.

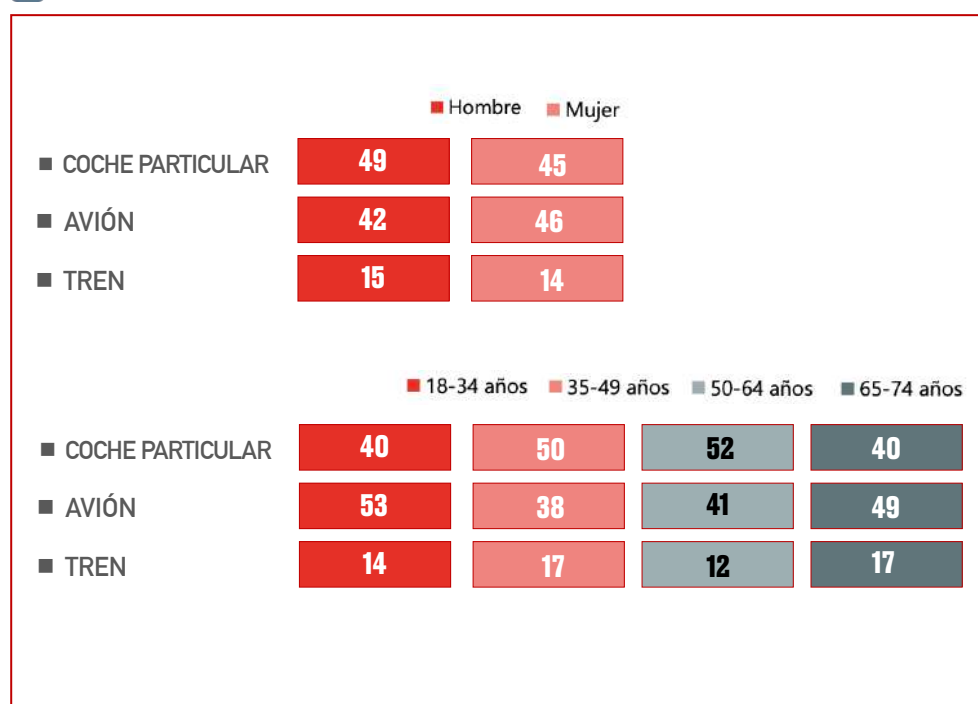
El resto de medios estaría en un tercer nivel a gran distancia de los dos primeros. Entre ellos destacan el tren (15%) y el coche de alquiler (12%).

Por edades, **el vehículo privado tiende a usarse más a partir de los 35 años hasta los 64 años**. Mientras que el uso del avión resulta más frecuente entre los menores de 35 (53%).

VERANO 2025 • MEDIO DE TRANSPORTE DECIDIDO



VERANO 2025 • MEDIO DE TRANSPORTE DECIDIDO • SEGÚN GÉNERO & EDAD



Medio de transporte decidido • EVOLUCIÓN

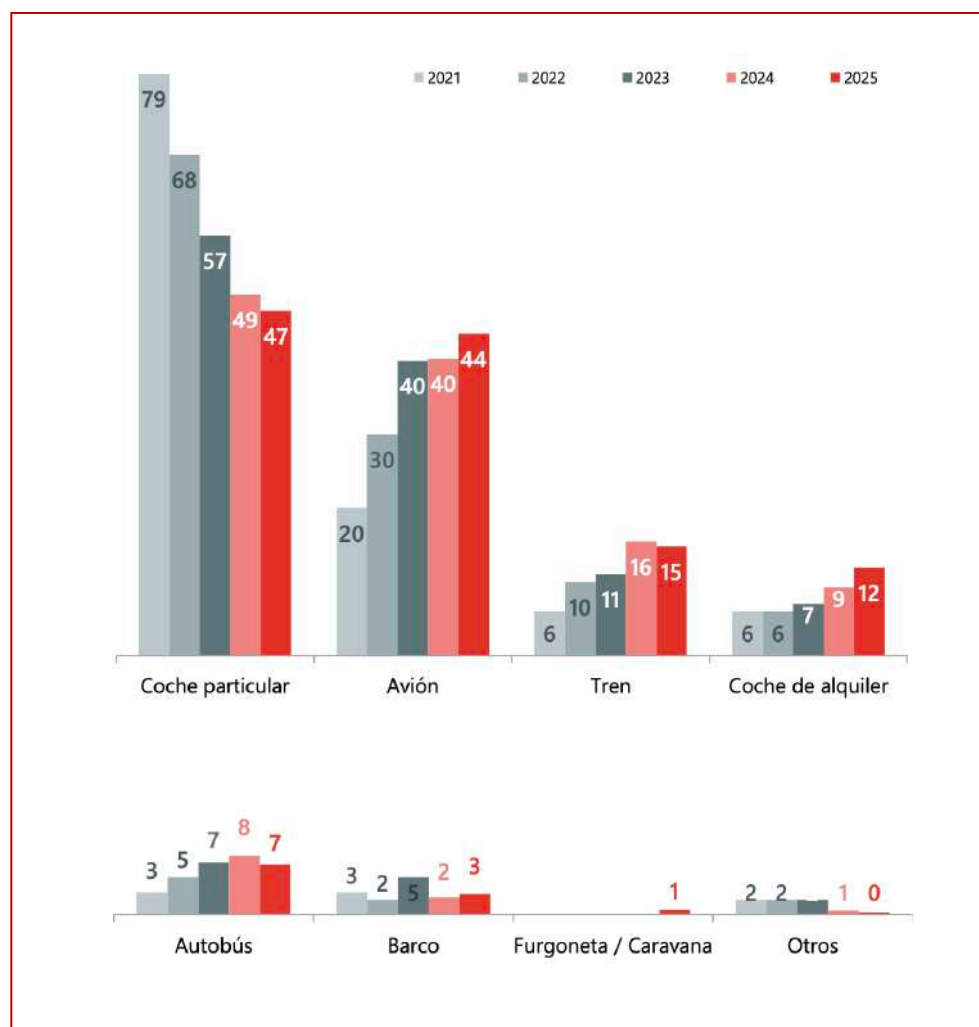
Los medios de transporte elegidos por los viajeros nacionales para la campaña de verano de 2025 son similares a los seleccionados en la temporada pasada.

De este modo, el histórico de la estadística permite constatar que **el coche, tras la emergencia sanitaria, sigue su evolución descendente**, ofreciendo este año su valor más bajo de la serie (47%).

El avión, entretanto, mejora el dato de 2024 (+4 pp.) y continúa siendo el segundo medio más utilizado, amén de mostrar su porcentaje más elevado en el periodo 2021-2025, situándolo cada vez más cerca del vehículo particular.

En cuanto al tren, se mantiene como tercera opción, perdiendo un punto sobre el año 2024. También, cerrando la clasificación de los más empleados, crece el coche de alquiler (+3).

VERANO 2025 • MEDIO DE TRANSPORTE DECIDIDO • EVOLUCIÓN

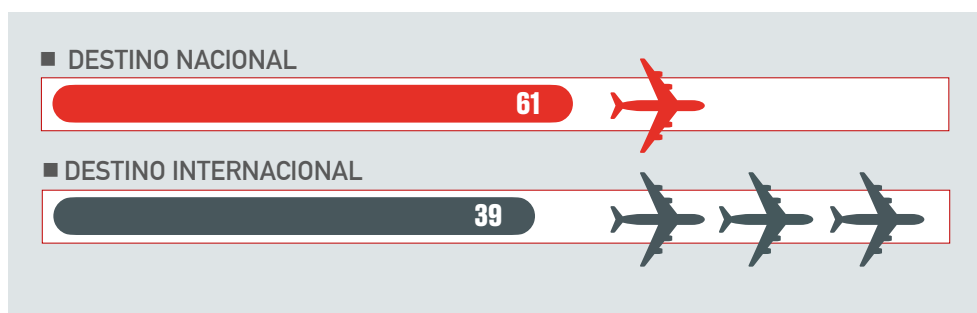


Destino decidido

Entre los que ya tienen el destino decidido, y van a contratar un alojamiento, **algo más de 6 de cada 10 viajeros optarán por un emplazamiento nacional (61%)**, siendo algo más de un tercio los que escogerán un destino exterior.

Cabe destacar que los viajeros entre 35-64 años eligen más los destinos en España y los más jóvenes el extranjero (51%).

VERANO 2025 • DESTINO DECIDIDO



VERANO 2025 • DESTINO DECIDIDO • SEGÚN GÉNERO & EDAD

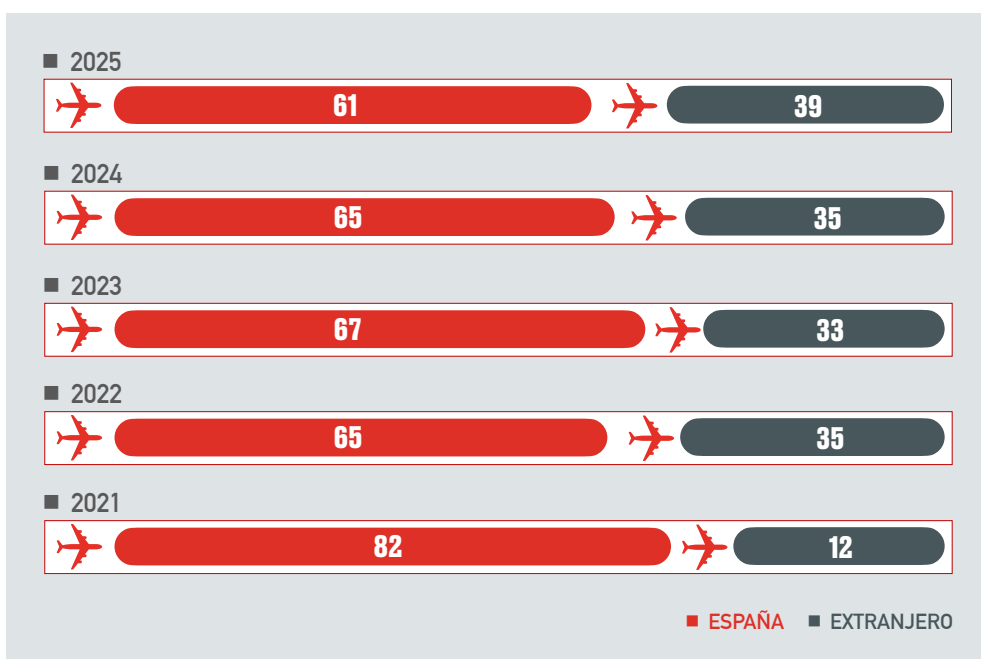


▶ Destino decidido • EVOLUCIÓN

Los destinos internacionales crecen para los viajes de verano respecto al año anterior.

Los valores de 2024 son similares a los de 2022 y 2023; **estos guarismos, pues, constatarían la recuperación clara de la cuota perdida de los emplazamientos fuera de nuestras fronteras**, muy marcados negativamente en los años previos por la crisis sanitaria del covid19 (años 2020 y 2021, principalmente).

● VERANO 2025 • DESTINO DECIDIDO • EVOLUCIÓN



▶ Detalle de destino 1

Los destinos nacionales de la campaña de verano 2025, según los viajeros entrevistados, **serían la Costa Mediterránea (17%) y Andalucía (16%), seguidos por el Cantábrico (14%).**

En un plano inferior, siempre según el criterio de los consultados, se situarían las Canarias (11%), a las que si suman las Baleares (6%), colocarían a las ínsulas por encima del Norte en la tercera posición (16%).

Fuera de nuestra geografía, **las capitales europeas serían el destino principal de los españoles esta temporada (17%).** Las rutas culturales por este mismo continente también ocuparían buena parte de los desplazamientos de nuestros compatriotas (9%).

Si se profundiza con mayor detalle en los destinos extranjeros de 2025, **aparece en un hipotético top 3 el destino Caribe, que sería el preferido por el 5% de los nacionales**, sólo un punto por encima de Norteamérica (4%).

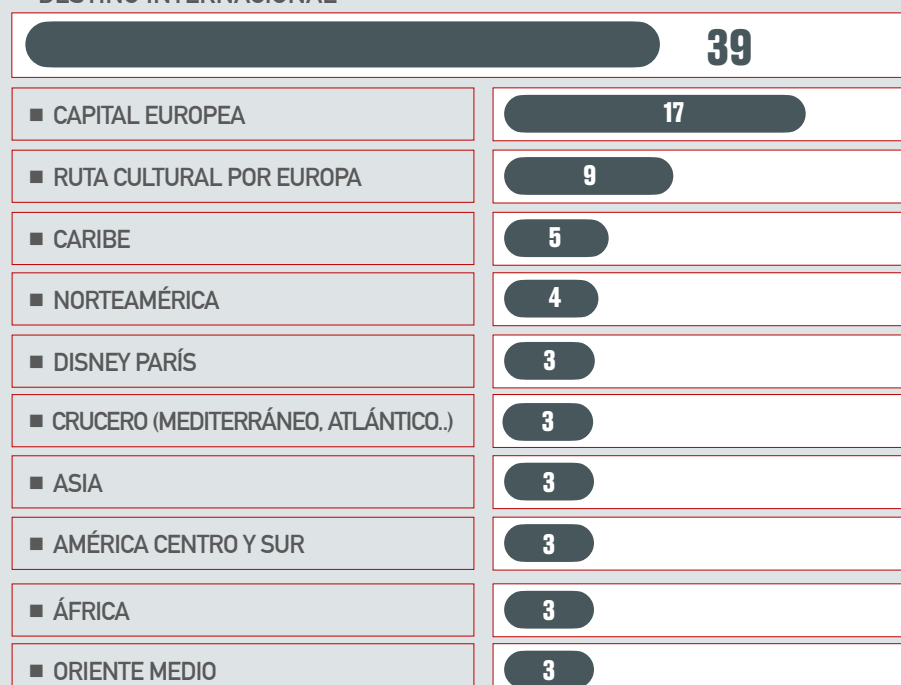
El resto de las áreas del mundo predilectas para este verano, todas ellas con el mismo porcentaje (3%), serían: Disney París - Cruceros (mediterráneo y atlántico), Asia, América central y Sudamérica, África y Oriente Medio (Jordania, Egipto...).

VERANO 2025 • DETALLE DEL DESTINO

■ DESTINO NACIONAL



■ DESTINO INTERNACIONAL



▶ Detalle de destino 2

Ahondando en los análisis, **hay que decir que los viajeros menores de 35 años prefieren viajes al exterior**, mientras que a partir de los 35 hay predilección por los destinos nacionales.

No se advierten, por otra parte, diferencias sustanciales en lo relativo al género y edad en los diversos destinos nacionales.

Por zonas, destaca la Costa Andaluza (31%) en su área de referencia, y en el caso del litoral mediterráneo se advierte un mayor interés por veranear en Baleares (15%).

Los jóvenes destacan por su elección de enclaves internacionales, tales como las rutas culturales por Europa, Norteamérica, Disney París, Asia y América (centro y Sur) frente a otros perfiles.



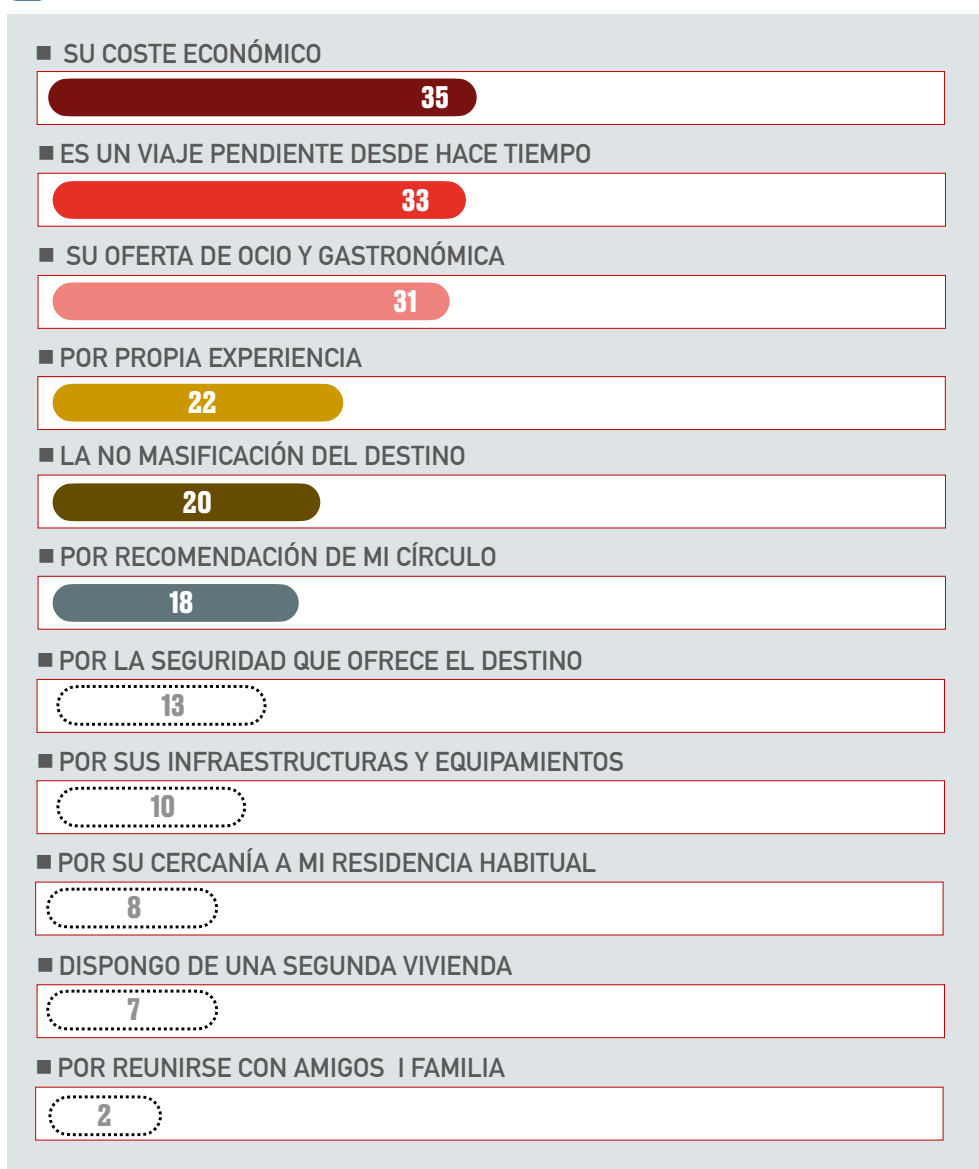
Motivo principal de elección de destino

El coste es la causa más citada para justificar la elección del destino (35%) y, en una proporción pareja, aparecen las menciones que se refieren “a un viaje pendiente” (33%) y “a la oferta de ocio gastronómica” (31%).

La propia experiencia (22%) y la no sobrecarga del territorio seleccionado (20%) son motivaciones que igualmente se aducen, lo mismo que se esgrime como argumento recurrente la recomendación realizada por alguna persona de su círculo (18%).

Otra razón expuesta por encima del 10% sería la seguridad que ofrece el destino, que unido a las infraestructuras y equipamientos del sitio suman un 23%. El resto de consideraciones a la hora de elegir destino son más accesorias.

VERANO 2025 · MOTIVO DE ELECCIÓN DE DESTINO · RAZONES



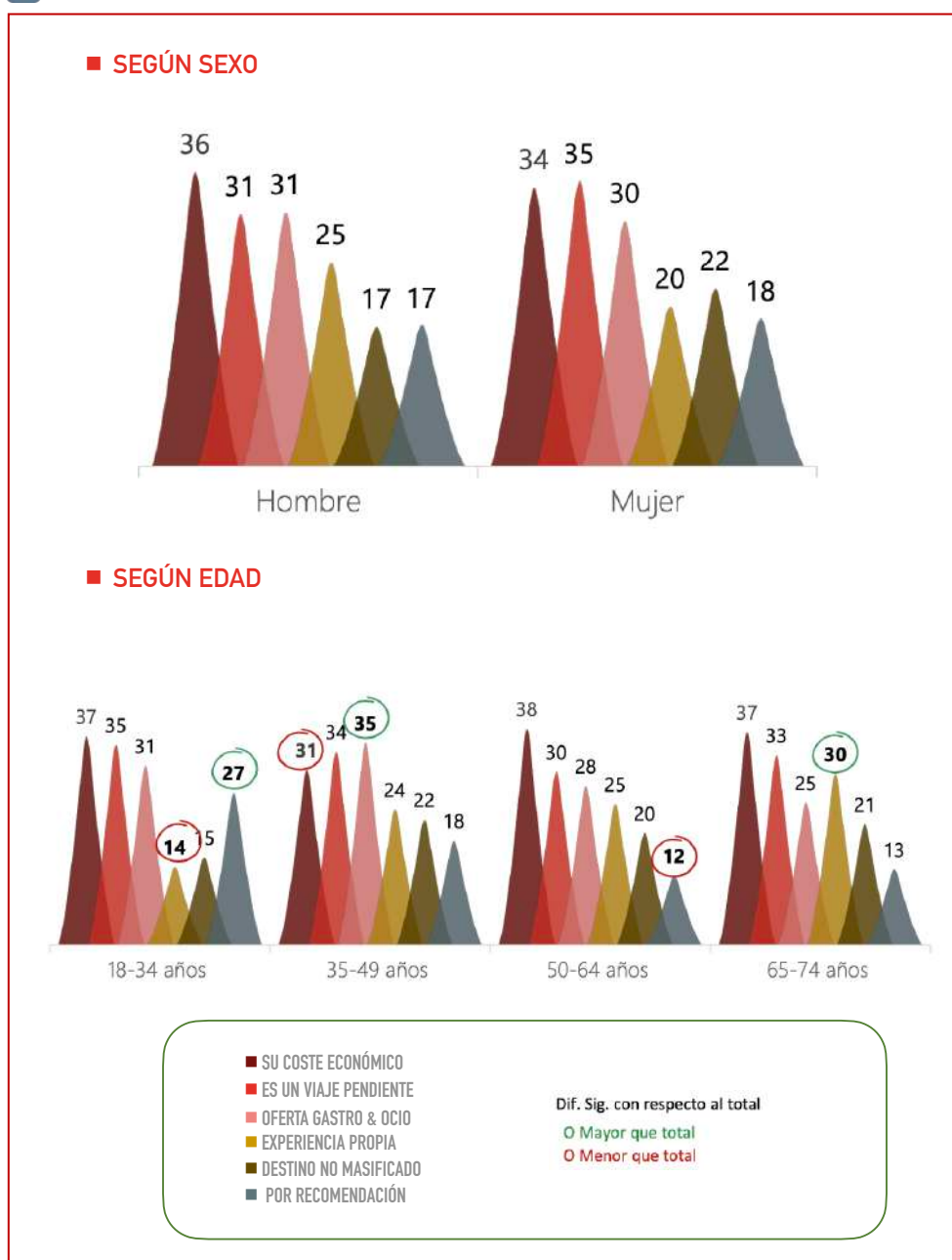
Motivo principal de elección de destino • SEXO-EDAD

En el apartado relativo a las razones para seleccionar un destino no hay diferencias reseñables en cuanto a género.

En todo caso, la oferta de ocio y gastronómica tiene más peso en los viajeros de 35 a 49 años (35%).

La recomendación funciona mejor, en cambio, con los más jóvenes (27% en 18-34) y la experiencia propia en los viajeros de 65 a 74 años (30%).

VERANO 2025 • MOTIVO DE ELECCIÓN DE DESTINO • POR GÉNERO & EDAD



Definición del tipo de viaje en destinos decididos

El viaje de 'sol y playa' es la opción favorita para este verano, a tenor de las opiniones expresadas. Los viajes culturales, entretanto, serían los segundos en importancia (21%).

A más distancia, en la horquilla cifrada en torno al 10%, las alternativas preferidas por los nacionales incluirían los desplazamientos familiares (12%), el turismo rural y de naturaleza (11%) y el experiencial (8%).

VERANO 2025 • DESTINOS DECIDIDOS • DEFINICIÓN DEL TIPO DE VIAJE



Aunque no hay diferencias significativas, como puede apreciarse en los cuadros de la página siguiente, **los viajes de 'sol y playa' tienen mayor presencia entre los más jóvenes 18-34 años**. Los viajes familiares predominan en el perfil de 35-49 años (18%).

Frente a los hombres, que claramente se decantan por los viajes de 'sol y playa' (42% vs. 35%), **las mujeres muestran unas preferencias más variadas**, y superan al otro sexo en prácticamente el resto de tipologías: turismo cultural (22%-21%), familiar (13%-11%), de naturaleza y rural (13%-10%), experiencial (8%-7%) y de relax & bienestar (6%-3%).

VERANO 2025 · DEFINICIÓN DEL TIPO DE VIAJE · SEGÚN GÉNERO & EDAD

■ SEGÚN GÉNERO

■ TURISMO DE SOL & PLAYA	42	35
■ TURISMO CULTURAL / RUTAS CULTURALES	21	22
■ TURISMO FAMILIAR	11	13
■ TURISMO DE NATURALEZA / RURAL	10	13
■ TURISMO EXPERIENCIAL	7	8
■ TURISMO DE RELAX & BIENESTAR	3	6
■ TURISMO DE DEPORTE Y AVENTURA	2	1
■ ECOTURISMO & TURISMO SOSTENIBLE	2	1
■ OTRAS VARIANTES TURÍSTICAS	3	2

■ Hombre ■ Mujer

■ SEGÚN EDAD

■ TURISMO DE SOL & PLAYA	44	37	39	31
■ TURISMO CULTURAL / RUTAS CULTURALES	24	19	20	23
■ TURISMO FAMILIAR	7	18	12	10
■ TURISMO DE NATURALEZA / RURAL	7	11	13	17
■ TURISMO EXPERIENCIAL	8	6	8	8
■ TURISMO DE RELAX & BIENESTAR	6	3	4	8
■ TURISMO DE DEPORTE Y AVENTURA	1	2	1	1
■ ECOTURISMO & TURISMO SOSTENIBLE	1	2	1	0
■ OTRAS VARIANTES TURÍSTICAS	2	3	2	3

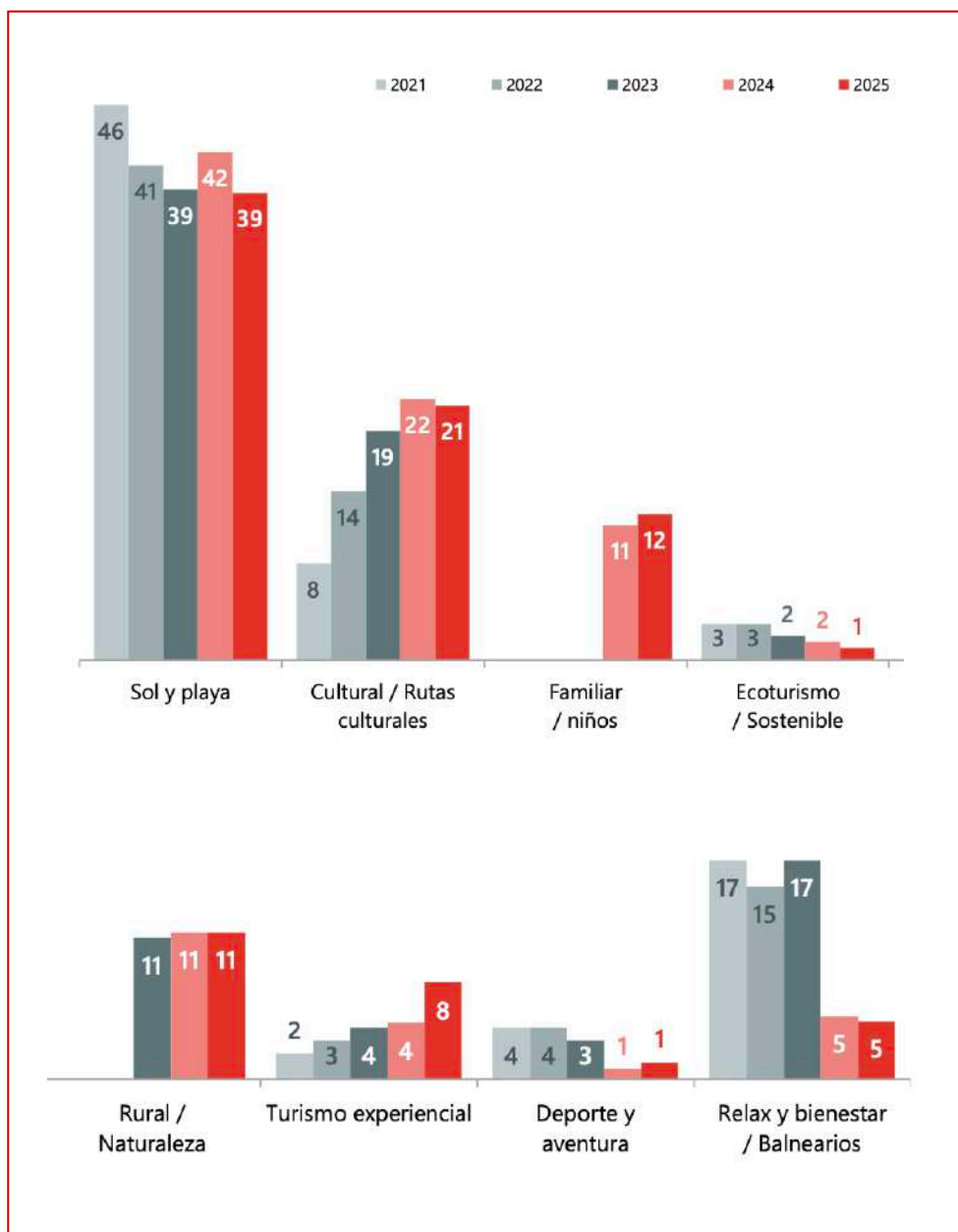
■ 18-34 años ■ 35-49 años ■ 50-64 años ■ 65-74 años

Definición del tipo de viaje en destinos • EVOLUCIÓN

En el histórico, no cambia la estampa. Siempre es el mismo dibujo. **En las vacaciones de los españoles prevalecen los viajes de ‘sol y playa’ y le siguen —a distancia— los culturales.**

A partir de ahí, se producen oscilaciones en las preferencias. En ocasiones suben los familiares o el turismo de naturaleza (ambos con un público muy fiel), y otras veces lo hacen los experienciales (que tienen tendencia al alza) y de bienestar, que parecen decaer en los dos últimos años.

VERANO 2025 • DEFINICIÓN DEL TIPO DE VIAJE EN DESTINOS • EVOLUCIÓN







PRESUPUESTO PARA LAS VACACIONES

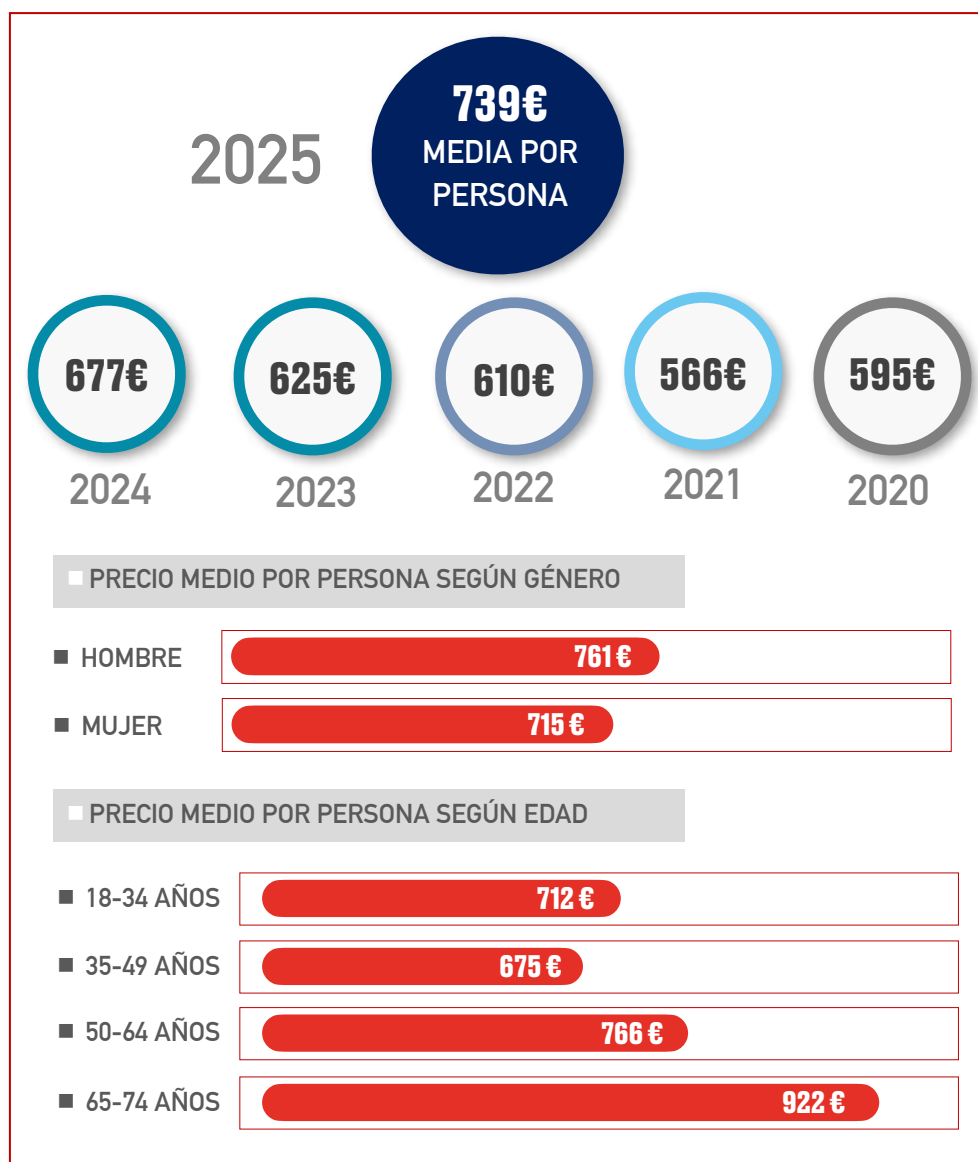
▶ Presupuesto máximo

El gasto medio previsto por persona —739 euros— continúa la tendencia al alza en 2025, creciendo en 62€ respecto al año pasado, logrando el mejor dato del histórico.

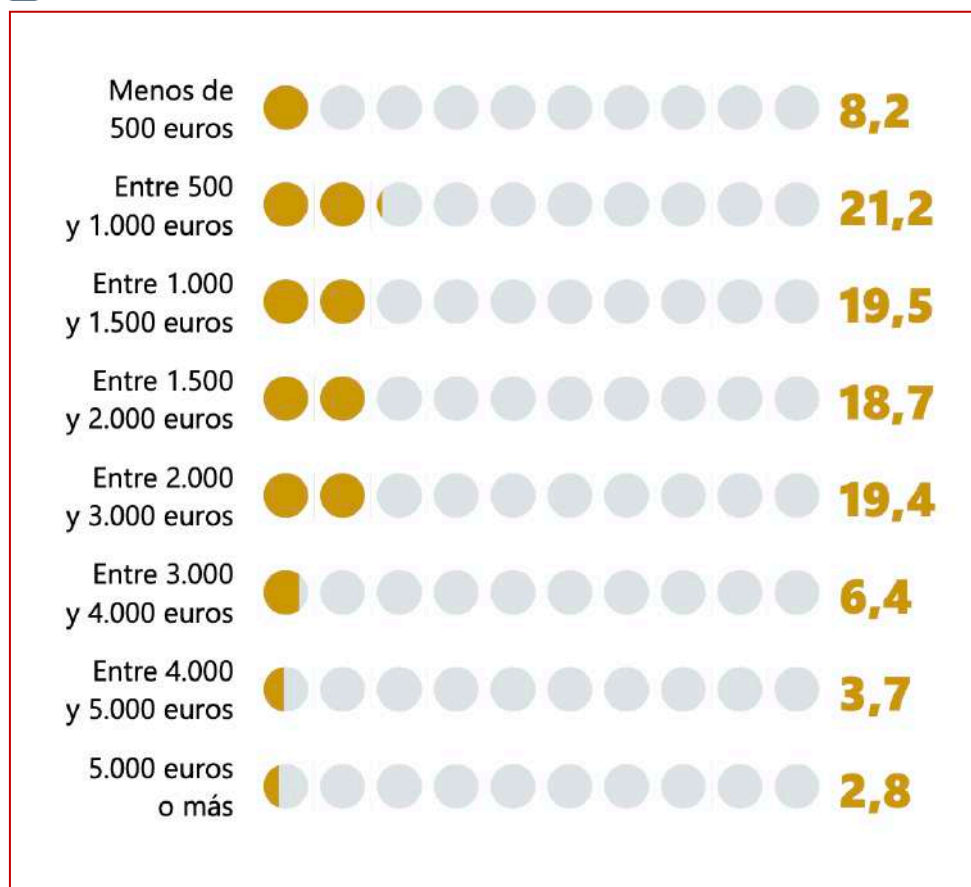
El promedio presupuesto para este próximo verano, por tanto, se acerca a los 750 euros, alcanzando los 761€ en el caso de los hombres y los 715€ entre las mujeres.

Atendiendo a los distintos segmentos de edad, **el desembolso aumenta a medida que la edad crece**. Así, la media entre los más jóvenes es de 712€ y se incrementa de forma significativa hasta los 922€ de gasto medio entre los mayores de 65 años.

■ VERANO 2025 · PRESUPUESTO MEDIO/PERSONA · PRECIO MEDIO SEGÚN GÉNERO & EDAD



VERANO 2025 • PRESUPUESTO MÁXIMO/PERSONA

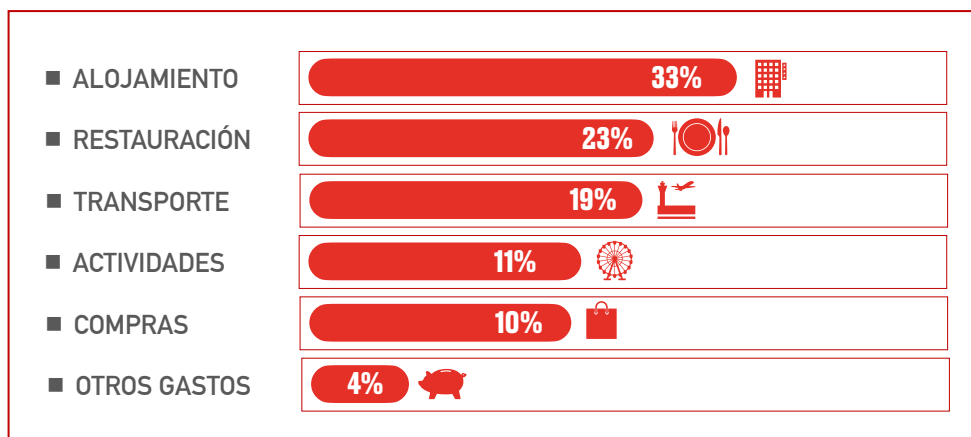


Distribución del presupuesto

Alojamiento (33%), restauración (23%) y transporte (19%) copan, por este orden, la distribución del gasto de los viajeros nacionales en 2025.

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

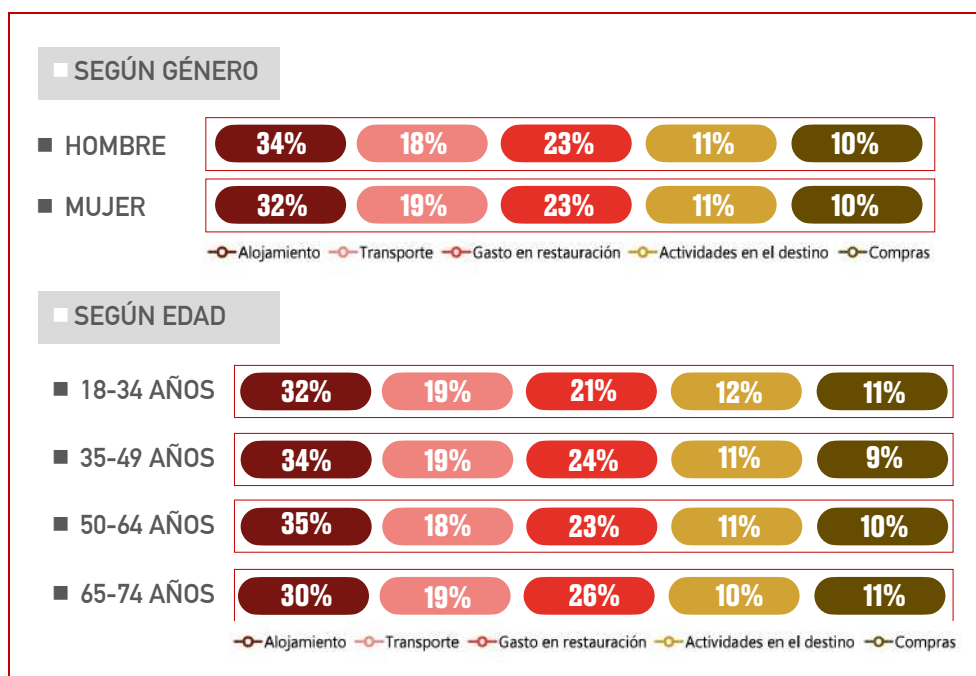
VERANO 2025 • DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO



► Distribución del presupuesto • GÉNERO & EDAD

Si se analizan los detalles teniendo en consideración el género y la edad, **los viajeros de 35 a 64 años tienen un gasto mayor en alojamiento**, constatándose que este desembolso disminuye de forma significativa en el grupo de mayor edad (65-74 años). **Son los mayores de 64 años los que tienen un mayor gasto en restauración (comer, beber...).**

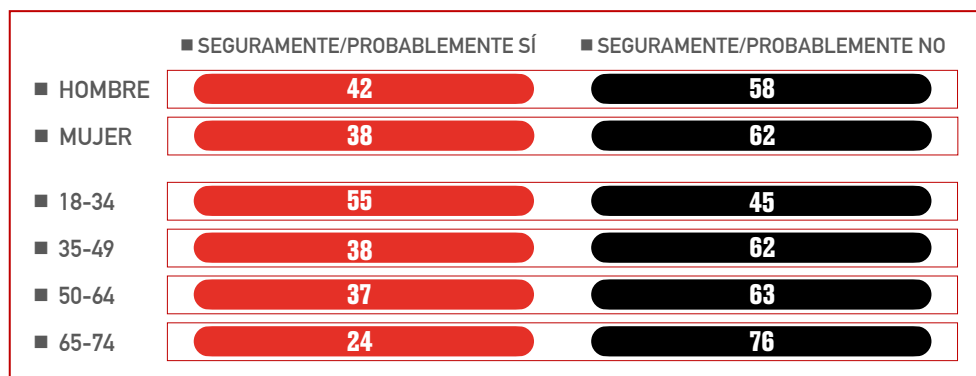
VERANO 2025 • DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO • POR GÉNERO & EDAD



► Posibilidades de financiación atractiva

A tenor de las opiniones dichas, **es probable que 4 de cada 10 viajeros soliciten financiación para sus vacaciones de verano. El recurso a esta fórmula es mayor entre los más jóvenes (18-34 años)** y va decreciendo conforme aumenta la edad de los viajeros.

VERANO 2025 • POSIBILIDADES DE FINANCIACIÓN





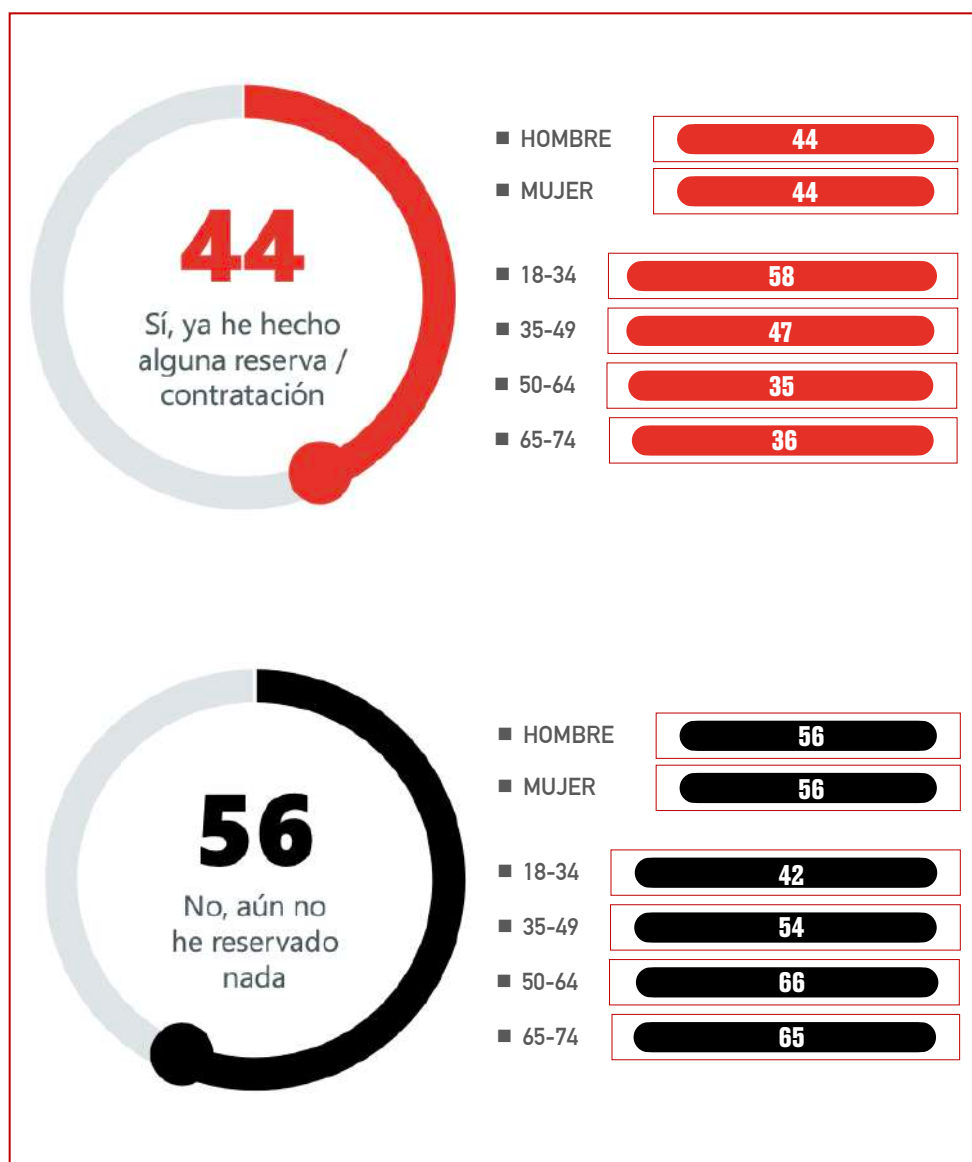
LAS RESERVAS

Casi la mitad de los nacionales han reservado/contratado ya alguno de los factores de su viaje (transporte, alojamiento, etc.)

Los más jóvenes (18-34 años) son los más previsores a la hora de cerrar alguno de los elementos de sus vacaciones (58%). Esta precaución va disminuyendo según va avanzando la edad de los viajeros.

La gran mayoría ya han reservado algo a través de una agencia. El perfil de 35 a 49 años y los mayores son los que más han utilizado los servicios de las minoristas (físicas u online) y así asegurarse el destino deseado y un mejor precio, gracias a las políticas de descuentos y bonificaciones de las compras con antelación.

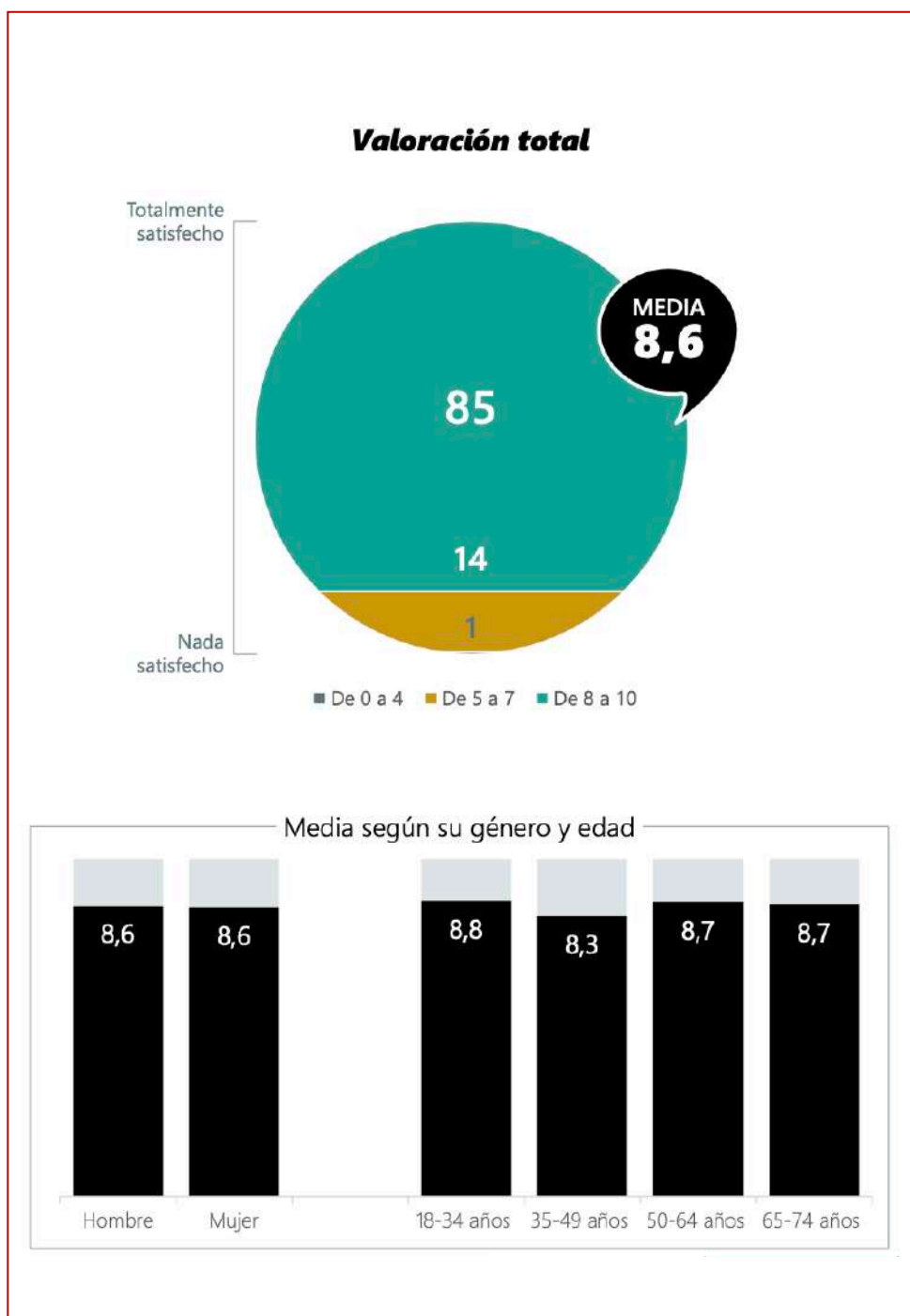
VERANO 2025 • RESERVAS



► Valoración del servicio en agencias de viajes

Las agencias obtienen una valoración excelente sobre su servicio. Así, la puntuación global obtenida por las empresas de este canal ha sido 8,6 sobre 10 puntos. No existen grandes diferencias en las calificaciones ni por género ni por edad.

● VERANO 2025 · RESERVAS



VERANO 2025

hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO 2
**LA VISIÓN DE LAS
AGENCIAS**



VERANO 2025 • PERSPECTIVA GENERAL

Al igual que ya sucediese en la pasada campaña vacacional, **los empleados de las agencias advierten un sentimiento muy claro y manifiesto entre los viajeros nacionales:** proyectan ilusión de cara al verano de 2025.

Es más, a su juicio vislumbran ese momento con anhelo, hecho que se pone de manifiesto en los números, que retornan a valores similares (incluso ligeramente por encima) a los de 2023.

Deseos de viajar, sí, pero no a cualquier precio, dicen, pues de nuevo anteponen su afán por conseguir el máximo ahorro, un criterio que se refuerza con respecto a la última oleada llevada a cabo por este Observatorio, y que igualmente está por encima del dato de 2023.

Asimismo prosigue el mismo interés por la búsqueda de nuevos destinos y enclaves emergentes, quizás como fórmula —piensan los agentes— para contrarrestar el impacto de los costes, evitar las sobrecargas o, simplemente, como ya expusieron en 2024, por una nueva sensibilidad surgida tras la pandemia.

II SEGÚN LO QUE PERCIBE DE SUS CLIENTES, LE PARECE QUE ESTÁN...



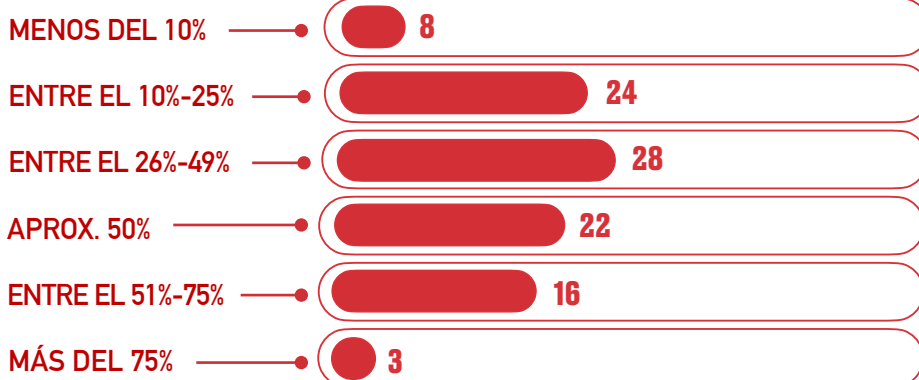
Vacaciones 2025 • NIVEL DE RESERVAS

Los sentimientos de optimismo expuestos por los clientes a las agencias, con todo, **no muestran una correlación directa con la situación de las reservas de la campaña vacacional en perspectiva**, que ofrece una estampa algo fragmentada.

La más usual, **la que estima que el nivel de compra de viajes se mueve en la horquilla situada entre el 26% y el 49%** (tres de cada 10 agencias). Una de cada cuatro agencias, además, habría cerrado ya la mitad de sus reservas.

En cualquier caso, con respecto al año pasado, **la mayoría de las agencias considera que el volumen de contrataciones se mantendrá**, o incluso que se ralentizará.

RESERVAS 2025 • SITUACIÓN



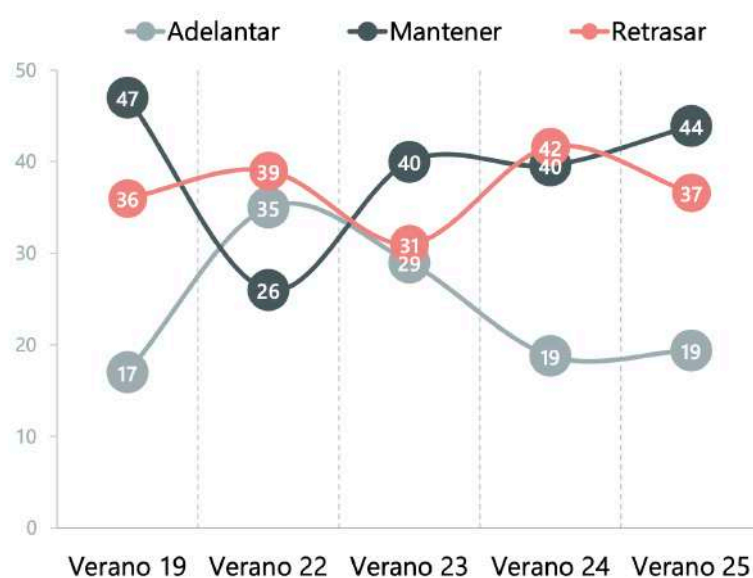
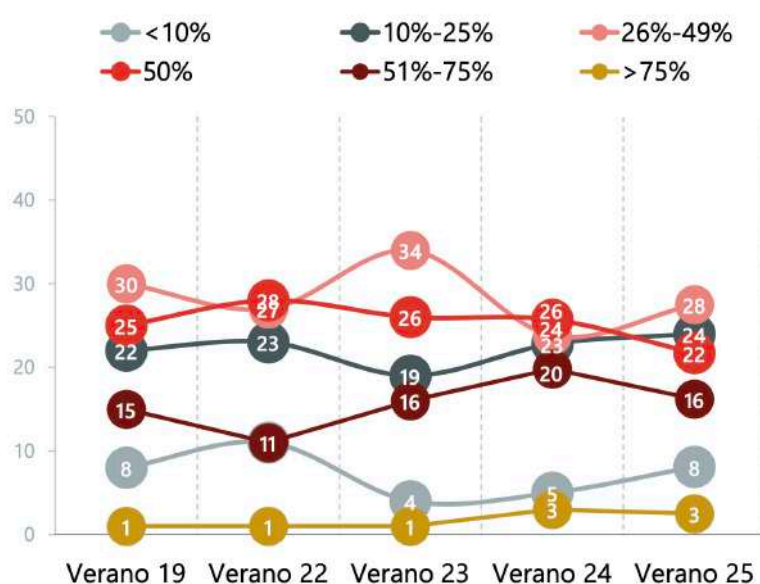
RESERVAS 2025 • EXPECTATIVAS



Hay que decir que, teniendo en cuenta el histórico, **el verano pasado el rango principal de estimación se situaba en el 50%**. Crecen las expectativas de estabilidad en las reservas con respecto a 2024.

La percepción más habitual en esta ocasión es la de mantenimiento, que se sitúa por delante de los que creen que se retrasarán en esta oleada.

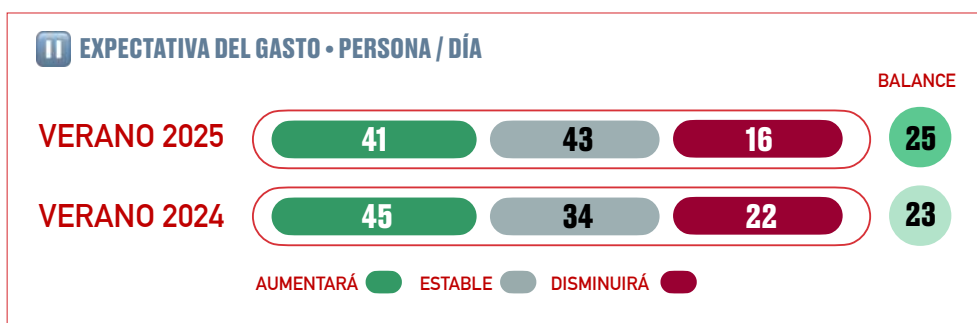
II RESERVAS 2025 • SITUACIÓN & EXPECTATIVAS



▶ Vacaciones 2025 • NIVEL DE GASTO

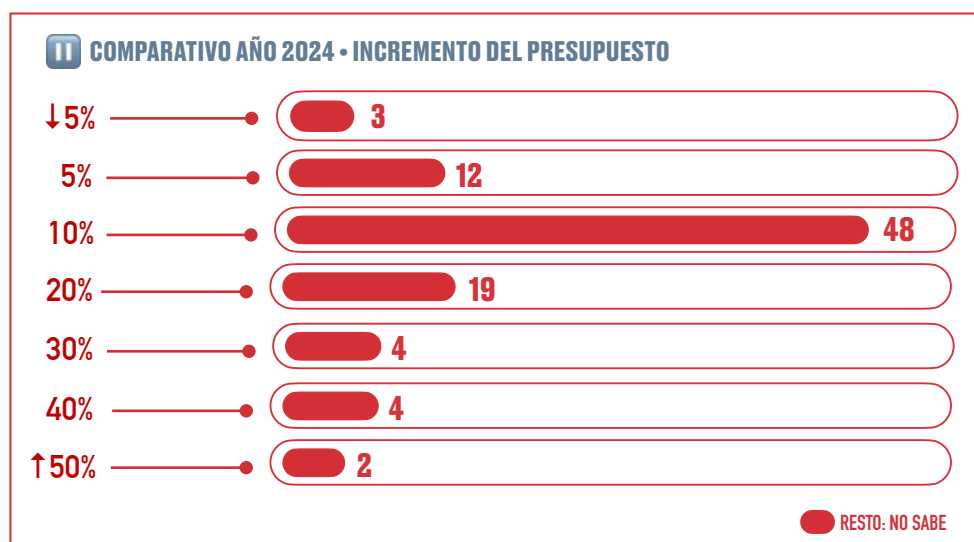
■ POR PERSONA / VIAJE

Las expectativas sobre el gasto en viajes por persona se mantienen positivas y en la línea de las registradas en el verano de 2024.



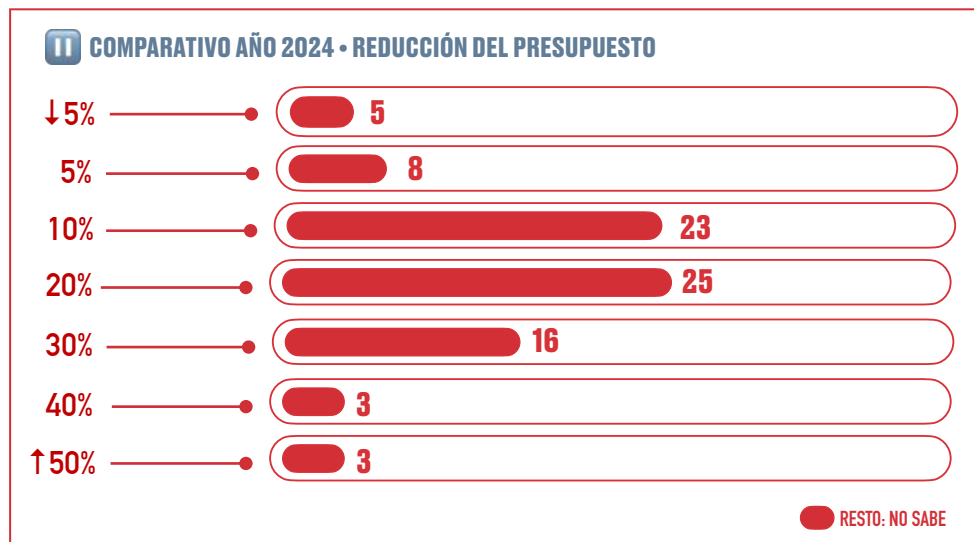
■ AUMENTO DEL GASTO / PREVISIONES PERSONA/VIAJE

Las agencias consultadas que piensan que el gasto se elevará **cifran este aumento mayoritariamente en torno al 10%.**



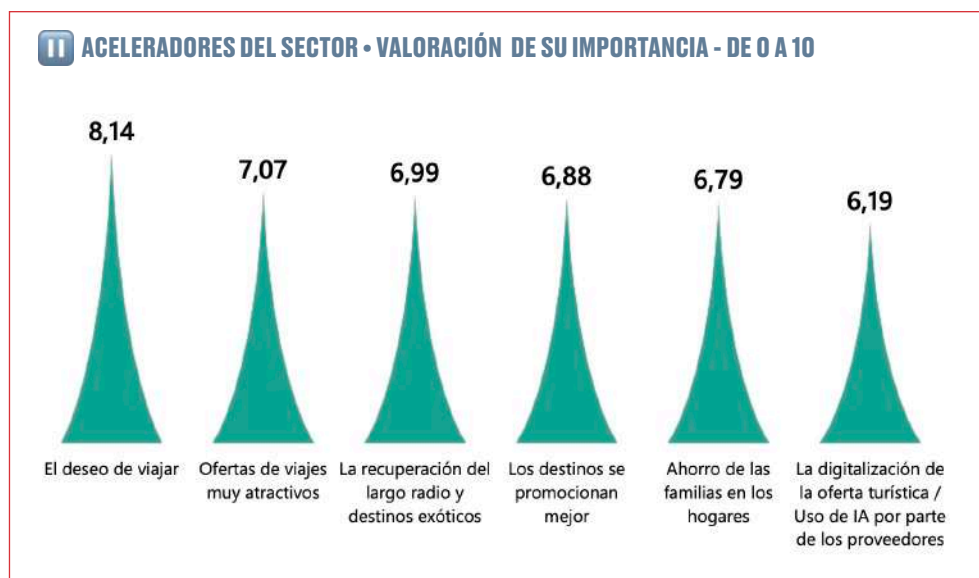
■ REDUCCIÓN DEL GASTO / PREVISIONES PERSONA/VIAJE

En cuanto a las agencias que opinan que el gasto disminuirá, **se estima que el porcentaje de reducción se situará entre la horquilla del 10-20%.**



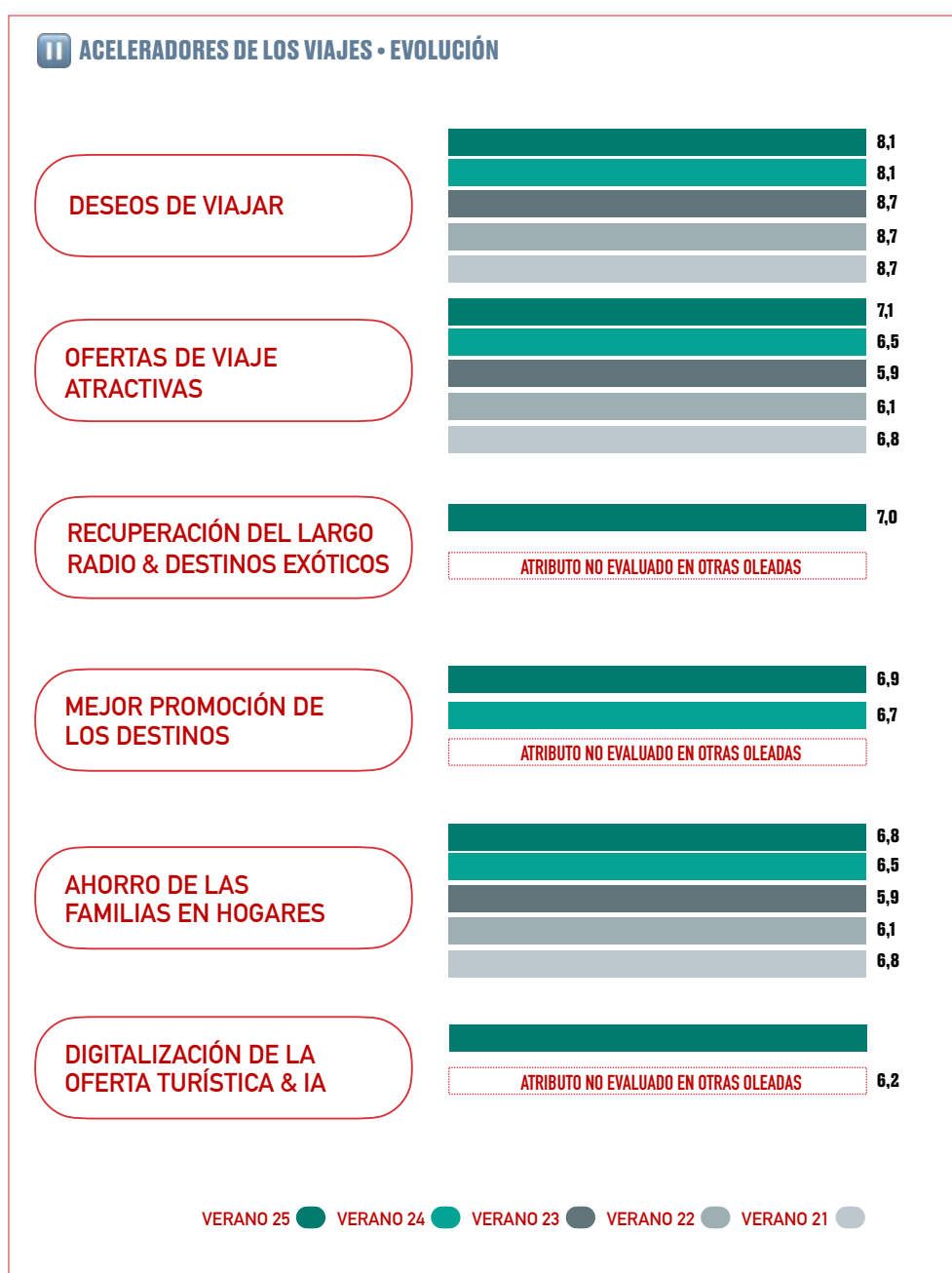
▶ Aceleradores del sector

Las agencias señalan **el deseo de viajar como el aspecto fundamental para aumentar los resultados del sector turístico.** Y le conceden una importancia de 8,14 sobre 10.



En segundo lugar se encuentran **las ofertas de viajes atractivos (7,07)** y en tercer lugar, la recuperación del largo radio y destinos exóticos (6,99).

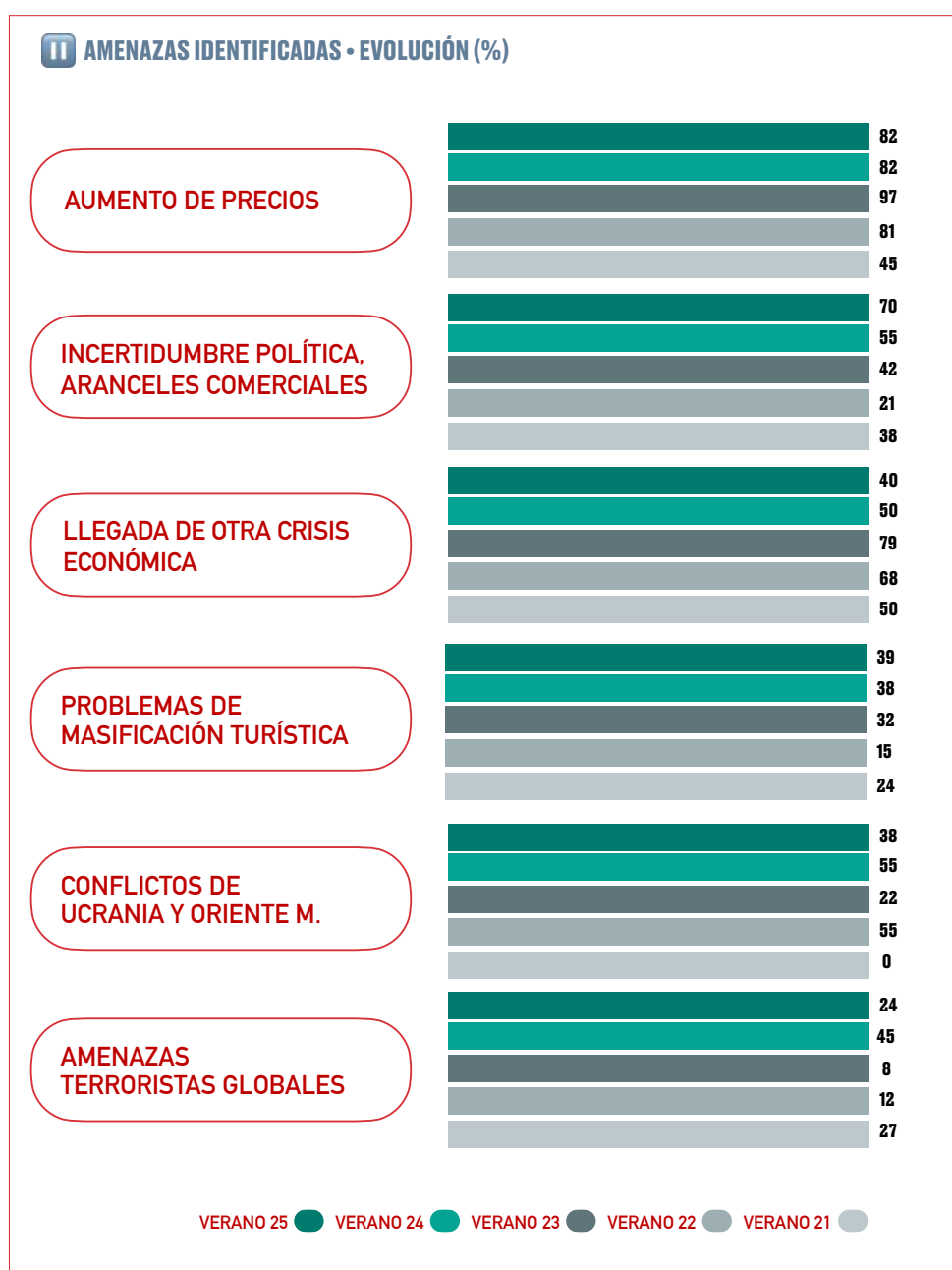
A nivel comparativo, se constata que se mantiene el deseo de viajar como el más importante de los aceleradores y **se aprecia un aumento de peso con respecto a las últimas oleadas** de "las ofertas de viajes muy atractivos", de "los destinos se promocionan mejor" y del "ahorro de las familias en los hogares".



▶ Amenazas en el ámbito del turismo

Un año más, **el aumento de precios continúa siendo la principal amenaza (82%)**.

Además, **la preocupación por la incertidumbre política, guerras comerciales y aranceles crece 15 puntos con respecto al verano pasado y alcanza su máximo en el histórico**, pasando a convertirse en la segunda amenaza identificada por las agencias (70%).



La sobrecarga turística, mientras tanto, sigue su línea ascendente y es motivo de inquietud ya para el 39% de los consultados.

Otros riesgos referidos en el pasado, como son la posible llegada de otra crisis económica (-10%), los conflictos de Ucrania y Oriente Medio (-17%) y las amenazas terroristas globales (-21%) decrecen en comparación con la temporada 2024.



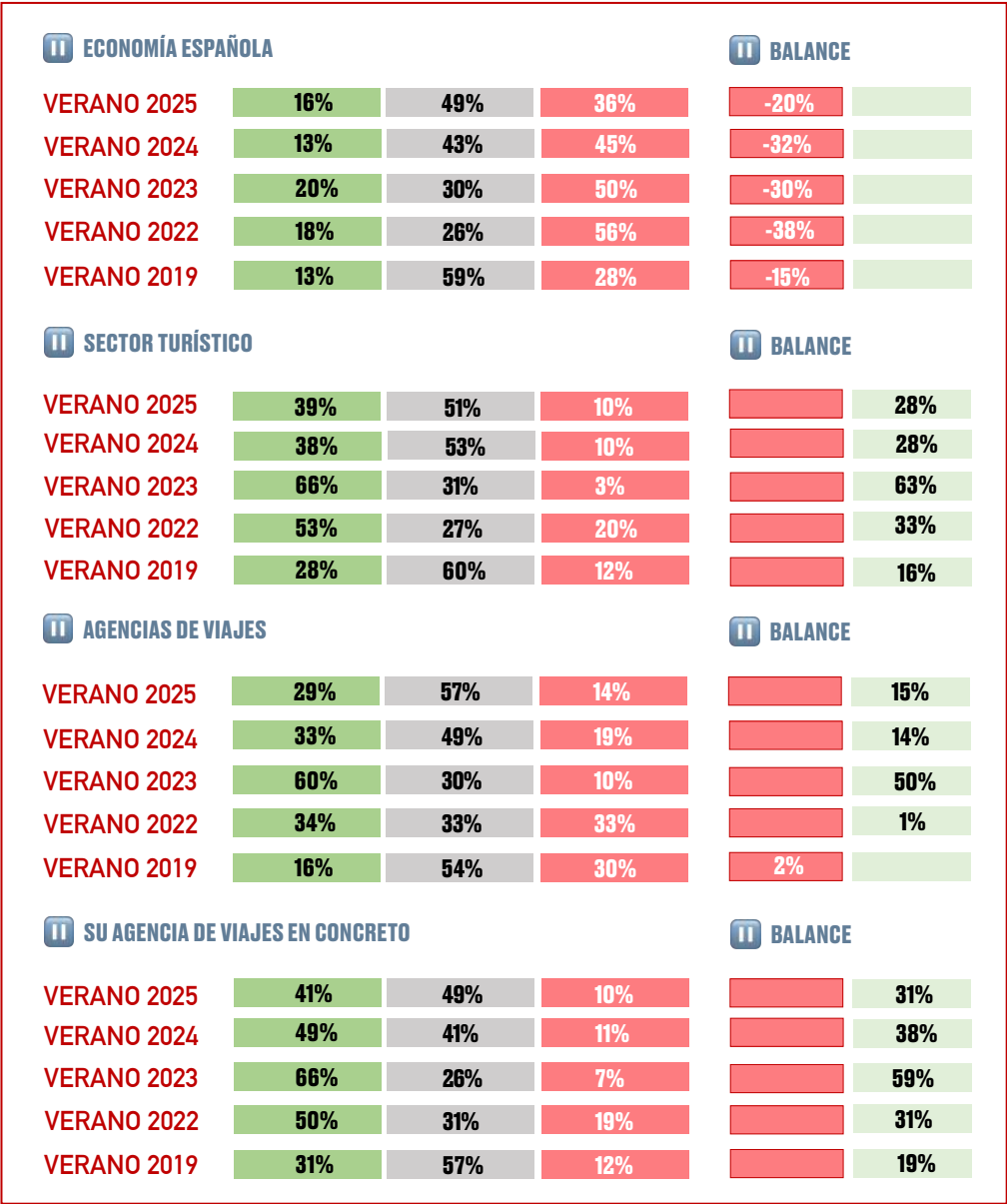
VERANO 2025 • ESCENARIO ECONÓMICO

Situación en los últimos 6 meses

Se mantiene la visión positiva de la situación del sector turístico nacional, las agencias de viajes y su propia agencia con respecto al año pasado.

La visión más pesimista sigue siendo la de la economía española, aunque cabe destacar que el balance negativo de esta mejora 12 puntos con respecto a la oleada del verano 2024.

Además, cuando hablamos de las agencias de viajes, prácticamente 6 de cada 10 agencias creen que la situación es estable.

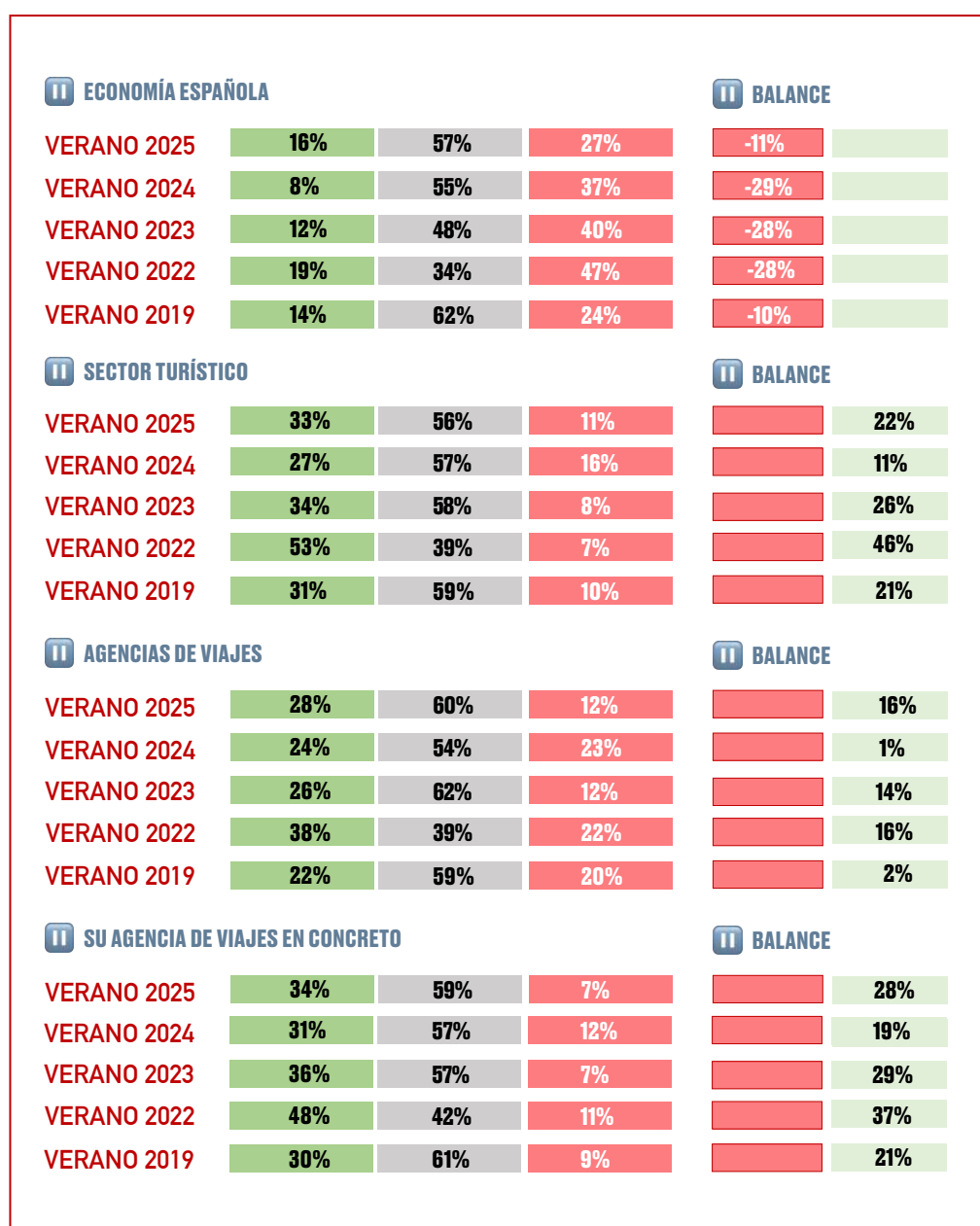


▶ Expectativas para los próximos 6 meses

Las expectativas para el sector y las agencias son positivas y mejoran con respecto a las esperadas en el 2024.

Aunque las expectativas para los próximos seis meses de la economía española continúan siendo negativas, **mejora el balance en 18 puntos con respecto al año pasado.**

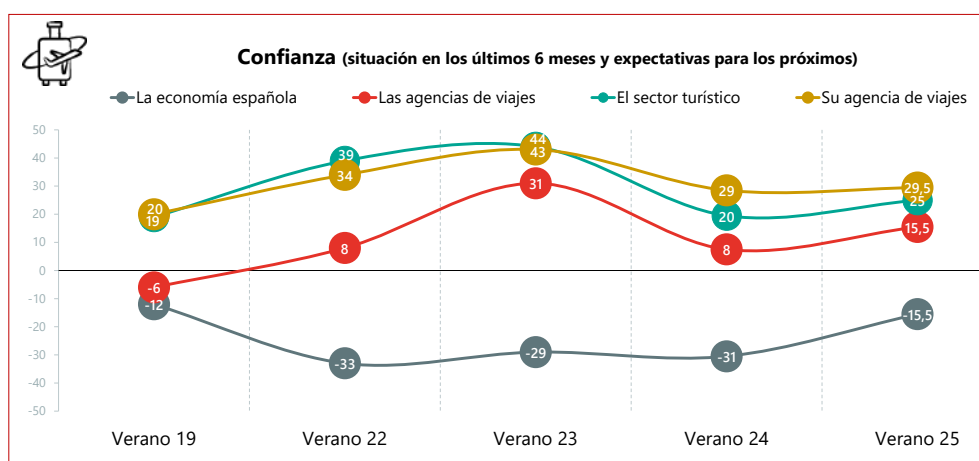
Hay una recuperación de las expectativas positivas para el sector turístico (+22), para las agencias(+16) y para su propia empresa (+28), volviendo a valores similares a la oleada del verano'23.



► Confianza empresarial entre las agencias

Con respecto a la oleada anterior, **en la presente campaña se aprecia una recuperación en todos los indicadores.**

En este verano de 2025, **la mayor confianza se da en la propia agencia.** En cuanto a la economía nacional, sigue mejorando a pesar de su valores negativos y registra uno de sus mejores datos dentro del evolutivo histórico.



► Expectativas verano 2025 • EMPLEO Y PRECIOS

Las perspectivas sobre el empleo se mantienen en positivo y mejoran ligeramente si se equipara al verano pasado.

En cambio, **los precios son catalogados de modo desfavorable mayoritariamente.** Empeora el balance negativo del nivel de precios situándose en -38. Esto es debido fundamentalmente a la disminución del porcentaje de aquellos que creen que la situación será favorable, que decrece 10 puntos en comparación con misma oleada de 2024.

II NÚMERO DE EMPLEADOS				II BALANCE	
VERANO 2025	23%	71%	7%		16%
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 2025	13%	36%	51%	-29%	
VERANO 2024	23%	26%	52%	-38%	
VERANO 2023	15%	19%	66%	-51%	
VERANO 2022	31%	25%	45%	-14%	
VERANO 2019	12%	64%	24%	-12%	

Expectativas verano 2025 • RENTABILIDAD

El incremento de precios, la contratación directa sin usar agencias y la falta de personal especializado siguen percibiéndose como aspectos que afectan a la rentabilidad del negocio.

El incremento de los precios es identificado como el principal aspecto que afecta a la rentabilidad de sus negocios: **el 80 % opina que afecta mucho o bastante.**

Además, **7 de cada 10 agencias opinan que la contratación directa sin agencia tiene una alta incidencia en su rentabilidad.**

La falta de personal especializado pierde fuerza con respecto a la oleada pasada y son menos los que opinan que afectan mucho o bastante a la rentabilidad. Los compromisos económicos derivados de la pandemia siguen disminuyendo su incidencia.



SITUACIÓN ACTUAL Y EXPECTATIVAS DE FUTURO

▶ Expectativas verano 2025 • TIPO DE RESERVA

Las expectativas sobre las reservas de alojamiento y transporte y las de actividades en destino progresan bien con respecto al verano pasado. Y se sigue apostando por la contratación de seguros.

Las previsiones de las reservas de 'solo alojamiento' se mantienen muy similares a las del año 2024, siendo su balance ligeramente propicio (+4 puntos.)

Cabe destacar los pronósticos favorables en la contratación de seguros, que aunque son menores que los del ejercicio pasado, tienen un registro de +33. La estimación de las reservas de 'sólo transporte', por último, se mantiene en negativo.

II SOLO ALOJAMIENTO					
VERANO 2025	26%	51%	23%	▶	4
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 2025	20%	54%	26%	▶	-6
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 2025	28%	60%	12%	▶	15
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 2025	31%	48%	21%	▶	10
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 2025	45%	43%	12%	▶	33
VERANO 2024	51%	42%	8%	▶	43

▶ Expectativas verano 2025 • DURACIÓN DEL VIAJE

Se esperan aumentos para viajes de todas las duraciones ≤ 7 noches. En el caso de los desplazamientos de más de siete noches, al igual que el año pasado, se cree que disminuirán.

Para esta temporada de verano que está empezando, en función de lo dicho, **se confía en un incremento en todos los tipos de viajes de duraciones de siete noches o menos.**

Estas previsiones mejoran con respecto al verano de 2024. En cambio, al igual que sucedía en la oleada anterior, **se prevé que los viajes de mayor duración (más de 7 noches) disminuyan.**

II VIAJES FIN DE SEMANA

VERANO 2025	33%	52%	15%	▶	18
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 2025	35%	59%	6%	▶	29
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 2025	25%	62%	14%	▶	11
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 2025	21%	40%	39%	▶	-19
VERANO 2024	21%	40%	40%	▶	-19
VERANO 2023	36%	26%	37%	▶	-1
VERANO 2022	35%	30%	35%	▶	0
VERANO 2019	21%	45%	34%	▶	-13

▶ Expectativas verano 2025 • TIPO DE DESTINO

En este apartado **se prevé un crecimiento en ambos destinos (nacionales e internacionales)**, con unas previsiones muy similares a las de 2024.

Aunque las expectativas de los viajes internacionales son optimistas, **se observa una disminución de cuatro puntos en la escala positiva con respecto al verano pasado.**

▶ VERANO 2025 • EXPECTATIVAS > TIPO DE DESTINO

II VIAJES INTERNACIONALES

VERANO 2025	42%	40%	18%	▶	24
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 2025	34%	48%	18%	▶	15
VERANO 2024	33%	51%	17%	▶	16
VERANO 2023	36%	50%	14%	▶	22
VERANO 2022	59%	31%	11%	▶	48
VERANO 2019	34%	52%	15%	▶	19

Expectativas verano 2025 • DESTINOS NACIONALES

Los agentes de viajes consultados vaticinan un crecimiento en playas insulares, mientras que en las playas peninsulares, los espacios naturales y los destinos rurales los pronósticos tienden a la estabilidad.

Comparativamente con el verano pasado, **se aprecia una ligera recuperación en los espacios naturales y destinos rurales,** pasando su balance de negativo en 2024 a positivo en 2025.

II PLAYA PENÍNSULA				II BALANCE	
VERANO 2025	23%	51%	27%	-4%	
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 2025	33%	48%	19%		13%
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 2025	26%	56%	18%		8%
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 2025	27%	50%	23%		4%
VERANO 2024	20%	54%	27%	-7%	
VERANO 2023	19%	62%	19%		■
VERANO 2022	45%	39%	16%		29%
VERANO 2019	21%	50%	30%	-9%	

Expectativas verano 2025 • DESTINOS NACIONALES 2

A tenor de las opiniones de los agentes de viajes, **las predicciones del verano resultarían menos favorables para los destinos de ciudad, parques temáticos y circuitos nacionales.**

Los destinos de ciudad pasan de un balance positivo (+11) en 2024 a un balance negativo (-5) en el verano actual. Es decir, se registra una caída de 16 puntos.

Los parques temáticos y los circuitos nacionales, en todo caso, mejorarían su previsión negativa en esta oleada, y las expectativas apuntan hacia una recuperación en contraste con 2024.

CIUDAD

VERANO 2025	16%	63%	21%	-5%	
VERANO 2024	26%	59%	15%		11%
VERANO 2023	15%	68%	17%	-2%	
VERANO 2022	27%	58%	15%		12%
VERANO 2019	20%	61%	19%		1%

BALANCE

PARQUES TEMÁTICOS

VERANO 2025	18%	64%	18%	-1%	
VERANO 2024	15%	65%	20%	-5%	
VERANO 2023	25%	60%	15%		10%
VERANO 2022	29%	52%	19%		10%
VERANO 2019	24%	58%	18%		6%

BALANCE

CIRCUITOS NACIONALES

VERANO 2025	20%	59%	21%	-1%	
VERANO 2024	17%	53%	31%	-14%	
VERANO 2023	31%	55%	14%		17%
VERANO 2022	28%	43%	30%	-2%	
VERANO 2019	28%	51%	21%		7%

BALANCE

Expectativas 2025 • DESTINOS INTERNACIONALES 1

De acuerdo con las opiniones de los profesionales, a partir de las contrataciones de sus clientes, **este 2025 habrá un aumento de las reservas de capitales europeos y de cruceros**, si bien esas perspectivas alcistas serían ligeramente inferiores a las generadas en la temporada anterior.

En los circuitos europeos se aprecia una recuperación con respecto al balance negativo de la oleada anterior, registrándose en 2025 un balance positivo de +7. En los parques temáticos la previsión es de estabilidad, aunque restablece 3 puntos.

II CAPITALES EUROPEAS				II BALANCE	
VERANO 2025	34%	56%	10%		24%
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 2025	26%	55%	19%		7%
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 2025	45%	43%	12%		33%
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 2025	18%	63%	19%	-1%	
VERANO 2024	15%	66%	19%	-4%	
VERANO 2023	26%	56%	18%		8%
VERANO 2022	20%	55%	25%	-5%	
VERANO 2019	18%	60%	22%	-4%	

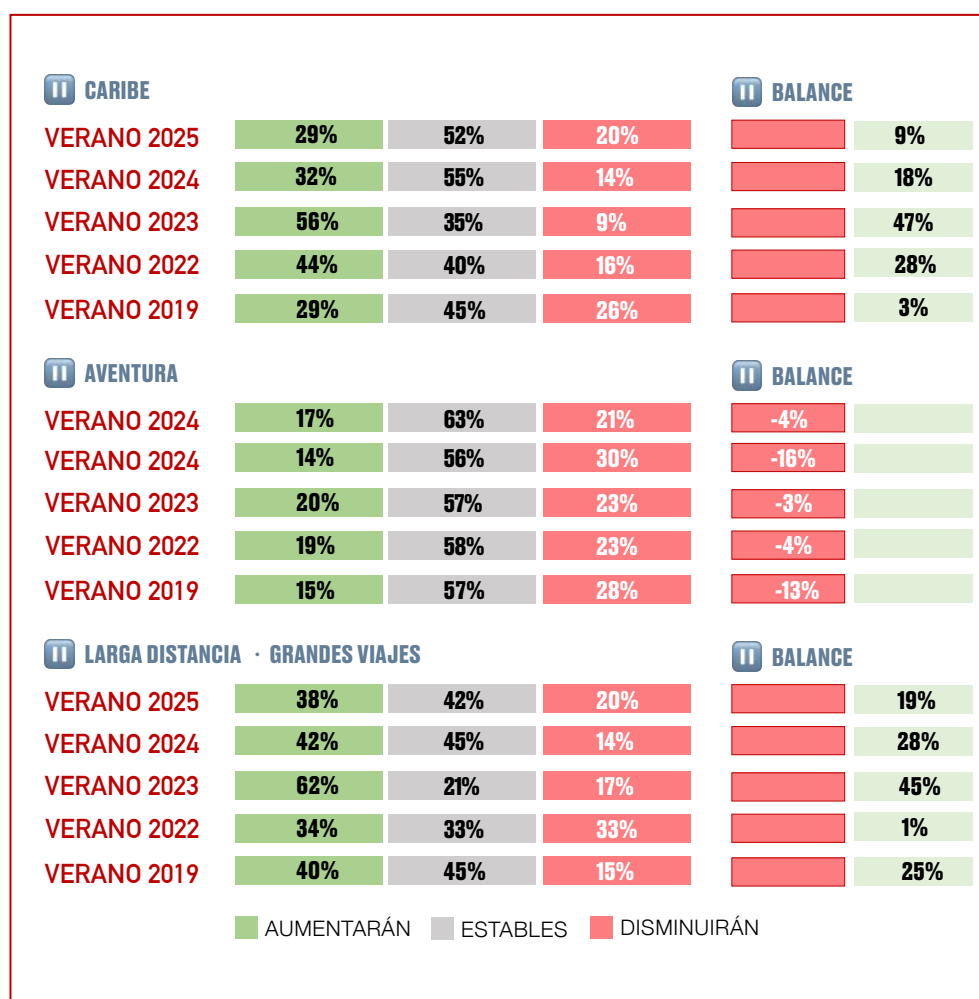
AUMENTARÁN
ESTABLES
DISMINUIRÁN

▶ Expectativas 2025 • DESTINOS INTERNACIONALES 2

Según esta misma óptica, **también se registrarían incrementos en los viajes de larga distancia y, en menor medida, en los viajes al Caribe.**

Se constata, no obstante, una disminución en las expectativas positivas de crecimiento de los viajes a la región antillana y de los trayectos de radio amplio, cuyos balances se moderan en torno a 10 puntos con respecto a la oleada del verano 2024.

Los viajes de aventura, aunque luciendo símbolo negativo, registrarían un dato más favorable que en el ejercicio pasado y recuperarían 12 puntos.



VERANO 2025 • TENDENCIAS

▶ Viajes que triunfarán en el verano 2025

Las agencias apuestan por una alta demanda en las experiencias de naturaleza/aventura, en el turismo ligado a la cultura en vivo (musicales, conciertos...) y en las visitas culturales tradicionales.

También apuntan con **buenas expectativas de crecimiento el enoturismo y el turismo gastronómico**, el turismo de bienestar, las actividades deportivas y el turismo de playa.

No consideran, en cambio, **que el turismo de pantalla vaya a crecer y consolidarse**, al contrario, las agencias no le ven futuro. Algo parecido sucede con el turismo de compras, que tiene un balance negativo de -15 puntos.

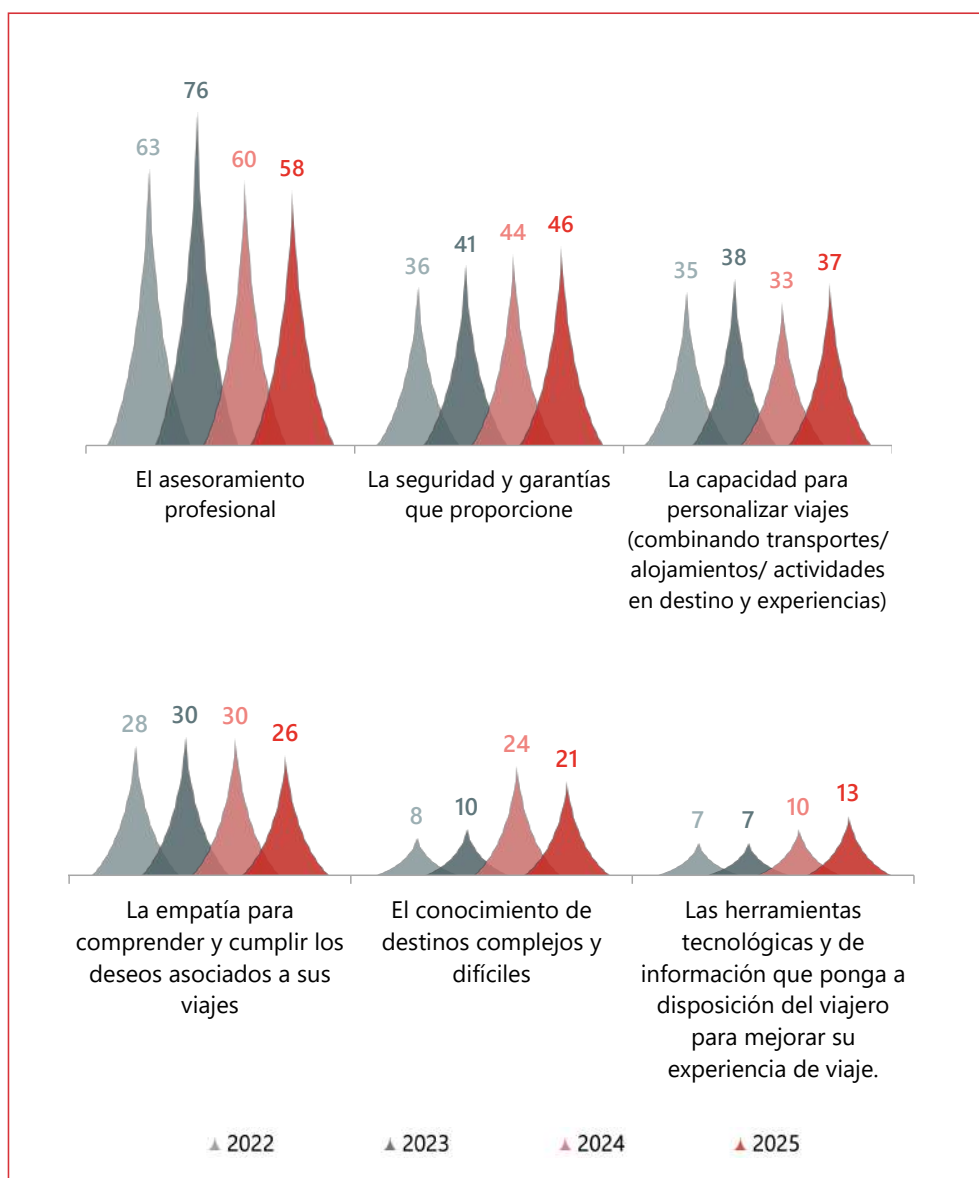


▶ Aspectos que valoran de agencia de viajes

El asesoramiento profesional se mantiene como principal aspecto de valor de las agencias.

En conjunto, además, no se observan diferencias destacadas con respecto al verano pasado. Así, según las agencias, **los elementos que más valoran los viajeros siguen siendo el asesoramiento, la seguridad y garantías proporcionadas, y la personalización de los viajes** (que crece 5 puntos con respecto al verano '24).

Por lo demás, **señalar el crecimiento moderado de las herramientas tecnológicas en las tres últimas oleadas.**





VERANO 2025

hábitos y comportamientos del turista nacional_____

MÓDULO 3
**APUNTES
METODOLÓGICOS**



Informe viajeros

UNIVERSO

Población internauta mayor de 18 años que viajó el verano de 2023 o en 2024 y tiene previsto viajar en 2025.

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 2023 ó 2024 y previsión en 2025) fue de 1.007. Para llegar a ellos, se utilizó una muestra representativa de 1.160 individuos.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas fueron cumplimentadas entre el **5 de mayo y el 8 de mayo de 2025.**

ERROR MUESTRAL

± 2,92 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 estaba incentivada.

FECHA DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

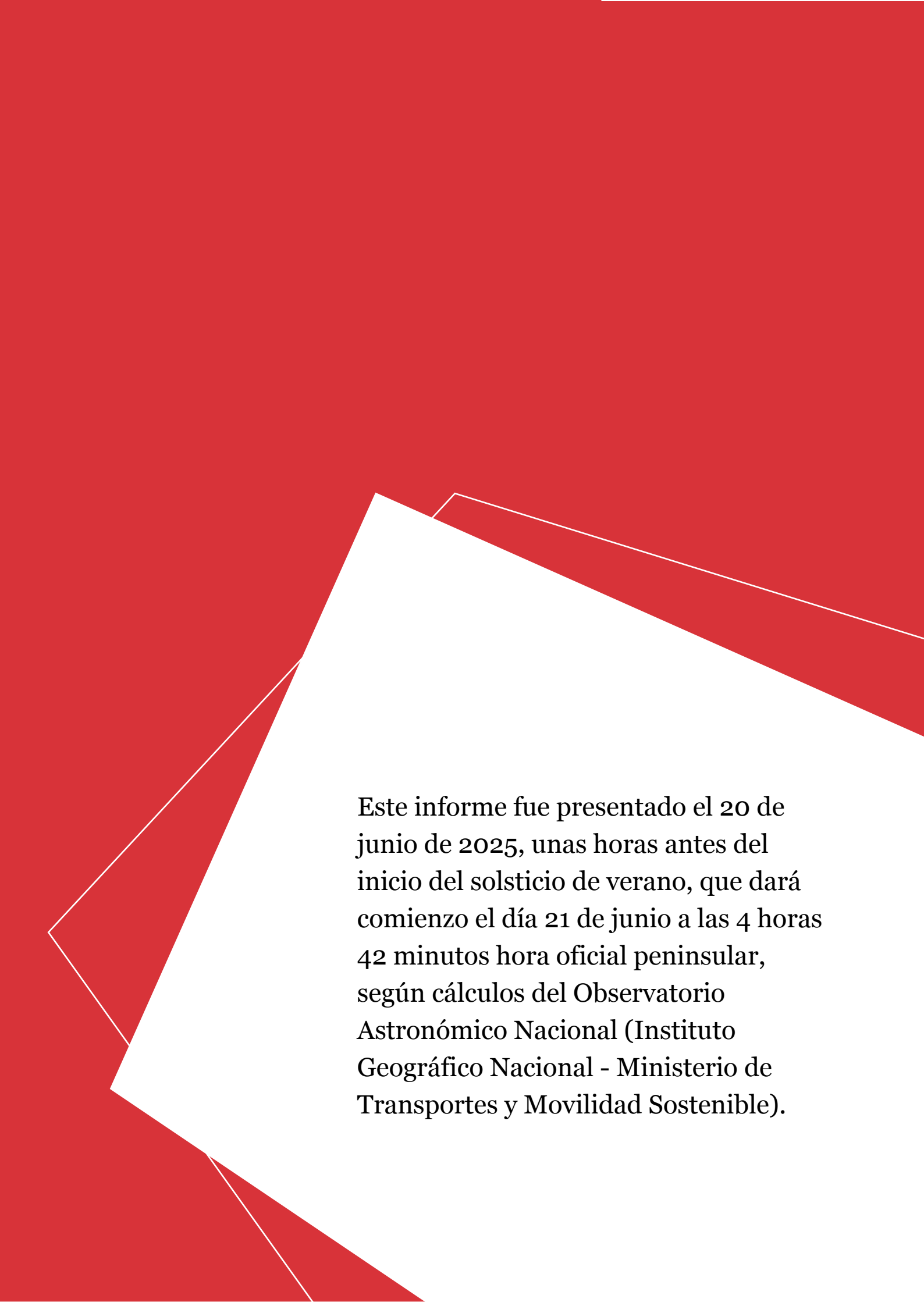
Las encuestas fueron cumplimentadas entre el **14 de mayo y el 26 de mayo de 2025.**

ERROR MUESTRAL

+4,82 (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.

The background of the page is a solid red color. Overlaid on this are several white geometric shapes, primarily triangles, of varying sizes and orientations. Some of these white shapes have thin red outlines. The shapes are arranged in a way that creates a dynamic, abstract composition, with some shapes appearing to be layered on top of others. The text is positioned within one of the larger white triangular areas.

Este informe fue presentado el 20 de junio de 2025, unas horas antes del inicio del solsticio de verano, que dará comienzo el día 21 de junio a las 4 horas 42 minutos hora oficial peninsular, según cálculos del Observatorio Astronómico Nacional (Instituto Geográfico Nacional - Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible).

ENTIDADES PATROCINADORAS

amadeus

AON

BERONI

Carrefour
viajes



exoticca

laG7/airMET/
viajes servicios

IBERIA



ILUNION
Hotels

Mundiplan

reinizia^T

unav
unión de agencias de viajes

ENTIDADES COLABORADORAS

Task ONE
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

observatorio nacional del turismo
aept

grupo de investigación en
estudios urbanos y del turismo
URByTUR

VERANO 2024

observa* **TUR*