

Dar la vuelta al mundo, el viaje deseado por uno de cada 5 turistas nacionales

- Además, es la opción favorita de los hombres (8 puntos más que las mujeres) y por aquellos que se encuentran entre los 50 y los 64 años
- Entre los países más deseados, dos destacan entre los españoles, Japón y las Maldivas
- 1 de cada 10 consultados menciona a los EE.UU como destino preferido, y se muestran ajenos al contexto político o al fortalecimiento del dólar

Madrid, 30 de octubre de 2025.- ObservaTUR, el instrumento de análisis y seguimiento del emisor nacional, continúa con su objetivo de indagar y profundizar en el comportamiento del viajero español. Y en su última consulta ha pedido su **opinión acerca de cuál sería su viaje internacional más deseado.**

Y uno de cada 5 de ellos (incluso algo por encima) lo tiene claro: **dar la vuelta al mundo, que es la opción predilecta del 22 por ciento de los entrevistados.** En particular entre los hombres (8 puntos más que las mujeres) y quienes se encuentran entre los 50 y los 64 años.

Entre los destinos más deseados, dos destacan entre los españoles, Japón y las Maldivas, que son los países que más se han mencionado en la consulta del Observatorio.

El grupo más interesado en conocer el destino nipón es el que se cifra entre los 18 y los 34 años (24%); los mayores de 65 años, en cambio, serían la franja de edad a la que menos atraería el país del sol naciente (10%). De entre los favoritos, los enclaves paradisíacos, incluidas las Maldivas, serían los menos atractivos a partir de los 50 años.

Un 13% de los encuestados por ObservaTUR elige un crucero como viaje más ansiado, con porcentajes muy parecidos entre los 18 y los 64 años. Rompe el promedio de la estadística, en este caso, con 10 puntos más de interés, la horquilla que se halla entre los 65 y los 74 años.

1 de cada 10 consultados, mientras tanto, sitúa a los EE.UU como destino preferido, que se muestran ajenos al contexto político o al fortalecimiento del dólar. Esta preferencia, además, apenas oscila entre los distintos grupos de edad.

Aunque con menos intensidad que otros destinos, **los países de Sudamérica también despiertan el interés de los viajeros españoles de más edad (12%).**

El resto de opciones preferidas, por orden de interés, serían Europa (5%) y China (4%), completando la estadística --sin relevancia destacable-- otros puntos de la geografía mundial.



■ El futuro de los viajes: costes y búsqueda de nuevos horizontes

El estudio elaborado por ObservaTUR no sólo se ha limitado a los deseos de los viajeros, sino que también **pulsa la opinión de las agencias de viajes sobre las prioridades futuras del sector.** La conclusión es clara: la preocupación por la economía domina la agenda.

El control de los costes y precios se percibe como el factor fundamental para garantizar el futuro de los viajes. Un abrumador 84% de las agencias de viajes se muestra totalmente de acuerdo en que este aspecto es clave para mantener la demanda y la competitividad.

En un segundo grupo de **propuestas críticas para el futuro se encuentran:**

- **Búsqueda de nuevos destinos (72%):** una estrategia para evitar la saturación y ofrecer experiencias únicas.
- **Conexiones más rápidas en los aeropuertos (62%):** la eficiencia logística se valora como esencial para la experiencia del cliente.
- **Mayor oferta de actividades en los destinos (61%):** se busca enriquecer la estancia del viajero más allá de los atractivos principales.

Propuestas enfocadas a la **conciliación entre viajeros y locales y una mayor sostenibilidad** recogen un menor consenso entre las agencias (con un apoyo inferior al 50%), lo que sugiere un área donde la industria aún debe intensificar su compromiso y sus estrategias a futuro.

Según Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR, “los datos de esta nueva consulta del Observatorio reflejan que, a pesar de las incertidumbres económicas, el deseo de viajar de los españoles sigue siendo innegable e, incluso, ambicioso. Sin embargo, el sector es consciente de que la clave para hacer realidad esos sueños pasa por la eficiencia económica. El gran reto está en equilibrar el control de costes con la necesaria inversión en sostenibilidad e innovación para asegurar un crecimiento responsable a largo plazo”.

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es · jm.paredes@task-one.com