

## Cómo serán las vacaciones de los españoles en 2035

- Los turistas nacionales vaticinan que las vacaciones en el futuro serán muy similares a las actuales, y que también serán más sencillas
- Piensan que el uso de la tecnología estará más extendido y que la inteligencia artificial ayudará de mejor manera a dar forma a un nuevo tipo de viajes
- Lo más destacado, que los hombres y el perfil más joven son los que más apuestan por las agencias de viajes en el futuro

**Madrid, 16 de octubre de 2025.-** ObservaTUR, desde su constitución en el año 2018, ha tratado de indagar e identificar los hábitos presentes de los españoles en sus periodos vacacionales a partir de sus comportamientos estacionales, básicamente en temporada de verano e invierno.

Pero esta vez el Observatorio ha ido más lejos y ha querido saber la opinión de los viajeros nacionales acerca de cómo creen que serán los viajes en el futuro, en un plazo de 10 años, es decir, en 2035.

Y anticipamos que sus respuestas no se llenan de naves nodrizas, estaciones espaciales o vacaciones virtuales en Marte, como el protagonista de 'Desafío total'. Eso sí, vislumbran que las vacaciones del futuro estarán marcadas por la tecnología.

Lo primero que apuntan los nacionales es que las vacaciones en el futuro serán muy similares a las actuales. Al menos así lo entiende cerca del 60 por ciento de los consultados, si bien los restantes (42%), en cambio, opinan que serán muy distintas.

Piensan que esto será así principalmente porque el uso de la tecnología estará más extendido, según barruntan, y que la inteligencia artificial —a juicio del 56% de los encuestados— ayudará de mejor manera a dar forma a un nuevo tipo de viajes, si bien no entran en más detalles.

La tecnología, y los avances que posibilita, también podría estar detrás de otras de las opiniones que se han expresado mayoritariamente. Y es que las vacaciones del futuro serán mucho más sencillas, de acuerdo con el criterio del 60 por ciento de los entrevistados.

En consecuencia, los viajeros consultados por ObservaTUR, al disponer de herramientas tecnológicas más avanzadas (como la IA) y percibir que las vacaciones podrían ser más sencillas y semejantes a las actuales, suponen que cada vez se utilizarán menos los servicios de las agencias de viajes.

En todo caso, las agencias seguirían teniendo una amplia aceptación entre los viajeros, al menos para 4 de cada 10 preguntados.

La perspectiva del género o la variable de la edad no difieren de modo llamativo y mantienen una tónica muy parecida en su conjunto, si bien algunos resultados llaman la atención.



Lo más destacado, que los hombres y el perfil más joven son los que más apuestan por las agencias de viajes en el futuro, lo cual irradia un mensaje positivo de cara a los años venideros para este ámbito de actividad.

Otros rasgos interesantes de la consulta serían que el grupo de edad más joven (18-34 años) es el que considera que habrá mayores cambios respecto a las vacaciones actuales, mientras que la franja de edad más avanzada (65-74 años) es la que piensa lo contrario, asegurando que serán similares a las actuales.

**Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR:** “Los resultados de la consulta llevada a cabo no sólo nos dan una instantánea del futuro, sino que reafirman un mensaje clave para toda la industria turística: el futuro del viaje estará en la sencillez. Los viajeros ven un futuro familiar, pero impulsado por una tecnología que elimina fricciones, lo cual es un enorme reto y una gran oportunidad. Es especialmente motivador ver cómo los hombres y las generaciones más jóvenes siguen viendo valor en la figura de la agencia de viajes”.

# observa**TUR**

Y añade: "Esto demuestra que, si el sector integra la IA y las nuevas herramientas para hacer su servicio más fácil, rápido y de valor añadido, podrá transformar la preocupación sobre su rol en una ventaja competitiva. El futuro no es solo tecnológico; es, sobre todo, humano y eficiente."



## 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](mailto:marcos.franco@reiniziat.es) · [jm.paredes@task-one.com](mailto:jm.paredes@task-one.com)