

El viaje pendiente, principal motor para elegir destino este verano

- Los viajeros valoran también la experiencia que ofrece el destino casi tanto como el precio a la hora de tomar la decisión final
- La dimensión emocional adquiere un protagonismo creciente, hasta el punto de situarse como el principal factor de decisión
- Llama la atención la baja consideración que se le otorga a otras motivaciones, como son la seguridad y el nivel de infraestructuras y equipamientos

Madrid, 20 de agosto de 2026.- El deseo de realizar un viaje largamente aplazado se ha convertido en el principal motivo que impulsa a los españoles a elegir su destino vacacional este verano (32%), seguido muy de cerca por la oferta de ocio y gastronomía (31%) y por el coste del viaje (31%).

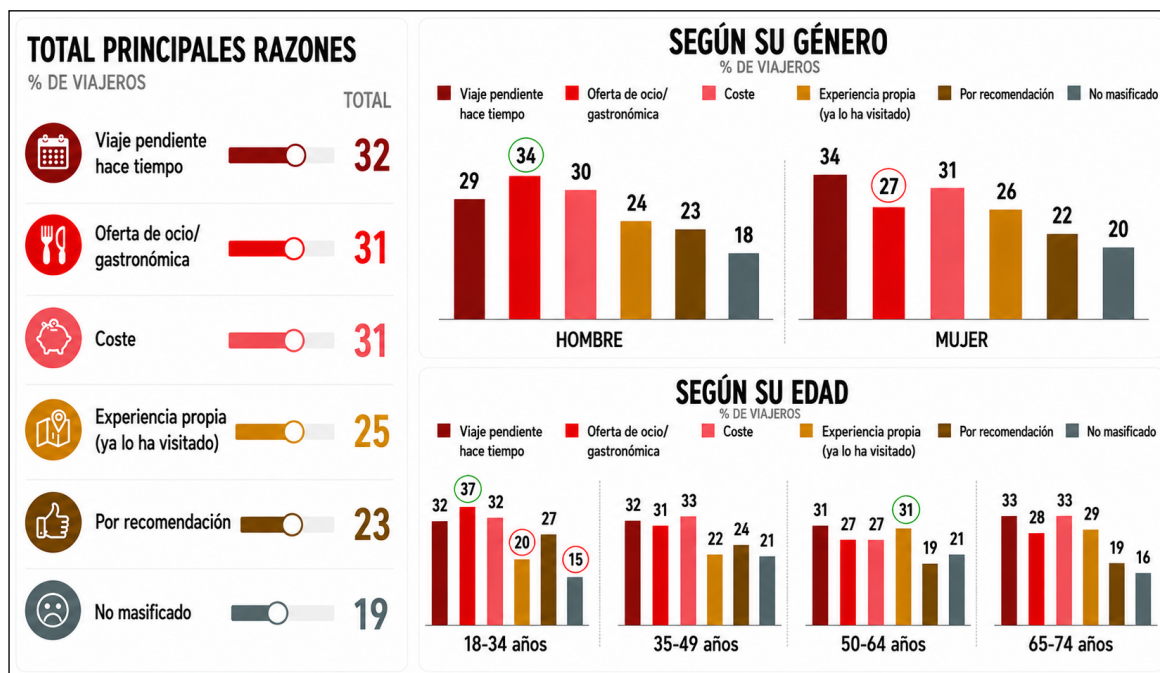
Así se desprende del último análisis elaborado por el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), el instrumento de seguimiento y análisis del turismo emisor nacional promovido por Amadeus, Aon, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viajes (UNAV).

Este triple equilibrio de factores refleja un viajero que continúa controlando su presupuesto, pero que al mismo tiempo busca convertir las vacaciones en una experiencia significativa y largamente deseada. Los resultados de la consulta muestran asimismo que la elección del destino ya no respondería sólo a variables económicas. La dimensión emocional estaría adquiriendo un protagonismo creciente, hasta el punto de situarse como el principal elemento de decisión.

Gastronomía y ocio, cada vez más determinantes

La oferta de ocio y gastronómica, por otra parte, parece consolidarse igualmente como uno de los grandes factores de atracción. El informe pone de manifiesto que la experiencia que ofrece el destino pesa prácticamente tanto como el precio a la hora de tomar la decisión final.

Especialmente entre los viajeros más jóvenes, la disponibilidad de actividades, propuestas culturales y opciones de ocio adquiere un papel diferencial, confirmando la creciente importancia que tienen las experiencias durante el viaje frente a otros atributos tradicionalmente más vinculados al destino.



Junto a los tres grandes motivos aparecen otros elementos que refuerzan la confianza del viajero durante el proceso de decisión.

Uno de cada cuatro españoles reconoce que haber visitado anteriormente el destino constituye un factor relevante en su decisión, una proposición muy similar a la que obtienen las recomendaciones de familiares o amigos. Asimismo, la preferencia por lugares menos masificados continúa ganando presencia entre los criterios considerados por los viajeros.

Llama la atención la baja consideración que se le otorga a otras motivaciones, como son la seguridad del propio destino y el nivel de infraestructuras y equipamientos, aspectos que se quedan en torno a 10 puntos.

Diferencias según la edad

El análisis también identifica comportamientos diferenciados entre generaciones.

Así, los viajeros de entre 18 y 34 años muestran una mayor sensibilidad hacia la oferta de ocio, gastronomía y actividades disponibles en el destino, mientras que los perfiles de mayor edad otorgan una importancia creciente a la experiencia acumulada en viajes anteriores, utilizando el conocimiento previo del lugar como elemento de seguridad para planificar sus vacaciones.

Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR: “En conjunto, los resultados del Observatorio reflejan que el proceso de elección del destino vacacional es hoy más rico y diverso que en el pasado. La decisión final combina aspiraciones personales, control del presupuesto, calidad de la experiencia y búsqueda de confianza”.

Para Franco, “la ilusión por cumplir un viaje largamente esperado convive así con la necesidad de optimizar el gasto, valorar la oferta del destino y minimizar la incertidumbre, configurando un nuevo patrón de comportamiento en el que emoción, experiencia y racionalidad participan de forma equilibrada en la planificación de las vacaciones”.

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