NOTA DE PRENSA

Siete de cada diez viajeros pagarían más por unas vacaciones sostenibles, pero con límites

- El 58% del conjunto aceptaría pagar hasta un 10% adicional por servicios y prácticas que reduzcan el impacto ambiental
- Sólo el 14% asumiría un incremento superior al 10%, mientras que el 28% no pagaría ningún suplemento
- Los viajeros más jóvenes muestran mayor predisposición: el rechazo a pagar más es del 18% entre los de 18 a 34 años, frente al 38% entre los de 65 a 74 años
- Los distintos informes de este Observatorio han confirmado la distancia entre concienciación y comportamiento: pese a su creciente importancia, la sostenibilidad todavía no determina la contratación

Madrid, 3 de noviembre de 2026.— La sostenibilidad medioambiental despierta una amplia disposición favorable entre los viajeros españoles, aunque su traducción a decisiones de consumo está estrechamente condicionada por el precio.

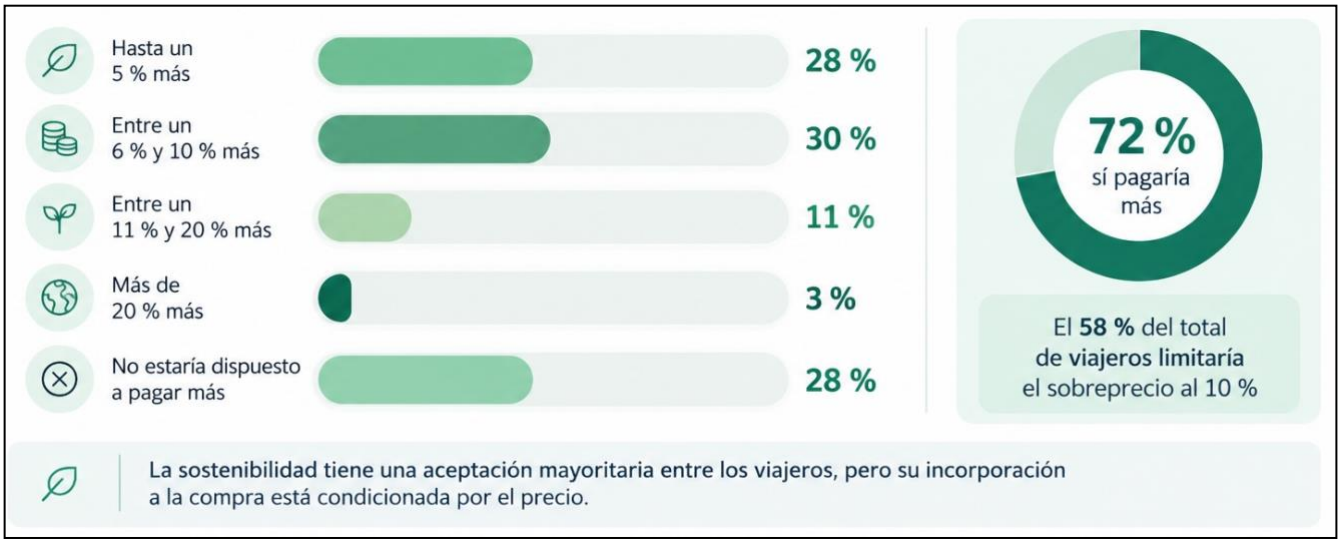
Así se desprende al menos de la consulta realizada por ObservaTUR entre un grupo de viajeros nacionales. En concreto, el 72% de los encuestados estaría dispuesto a pagar algún importe adicional por unas vacaciones que incorporasen servicios y prácticas destinados a reducir su impacto ambiental. Sin embargo, la mayoría establece un límite relativamente moderado a ese esfuerzo económico.

De este modo, el 28% aceptaría pagar hasta un 5% más y otro 30% asumiría un incremento de entre el 6% y el 10%. Por encima de ese umbral, la disposición disminuye: el 11% pagaría entre un 11% y un 20% adicional y únicamente el 3% superaría el 20%. En el extremo opuesto, el 28% declara que no estaría dispuesto a pagar más por unas vacaciones sostenibles.

Una diferencia generacional significativa

La edad introduce matices relevantes. Entre los viajeros de 18 a 34 años, el 18% rechaza cualquier sobreprecio ambiental, porcentaje que aumenta hasta el 38% en el grupo de 65 a 74 años.

El estudio refleja, por tanto, una mayor predisposición declarada entre los más jóvenes, aunque no permite determinar si esa actitud se materializa posteriormente en compras o cambios efectivos de comportamiento.



La sostenibilidad se enfrenta a la prueba del precio

De acuerdo con el portal de inteligencia turística de ObservaTUR, la sostenibilidad ha seguido una evolución desigual en los estudios de este Observatorio. Entre 2018 y 2021, por ejemplo, comenzó a ganar relevancia entre las agencias de viajes, aunque sin consolidarse como criterio de compra. En el invierno de 2022-2023 se detectó un retroceso en la demanda de destinos ambientalmente responsables.

Los informes posteriores, hasta 2026, han confirmado la distancia entre concienciación y comportamiento: pese a su creciente importancia social y empresarial, la sostenibilidad todavía no determina la contratación. La disposición a pagar más revela oportunidades comerciales, pero el precio continúa condicionando las decisiones del viajero.

Según Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR, “los resultados muestran que la sostenibilidad medioambiental tiene una aceptación importante entre los viajeros españoles, pero también que el precio sigue siendo determinante en sus decisiones. Siete de cada diez estarían dispuestos a pagar más por unas vacaciones de menor impacto ambiental, aunque la mayoría establece un límite relativamente reducido a lo que está dispuesta a pagar”.

Y añade: “El desafío para el sector turístico es convertir esa predisposición en decisiones reales de compra, mediante propuestas sostenibles que sean comprensibles, verificables y económicamente

accesibles. No basta con que el viajero valore la sostenibilidad; también debe encontrar opciones que respondan a sus expectativas y a su presupuesto".

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