

OTOÑO 2021

ObservaTUR desvela los nuevos hábitos de los viajeros españoles para el nuevo tiempo que asoma

- Lo primero que hay que reseñar en la nueva serie de otoño de ObservaTUR es el aumento del optimismo de los españoles acerca de viajes: el 56% considera que se volverá a una situación similar a la que había antes de la pandemia
- Este grado de confianza supone cerca de 20 puntos más que en 2020: en ese ejercicio apenas pensaban lo mismo un 38% de los consultados
- Respecto a las nuevas tendencias, hay que decir que crecerán en importancia los destinos menos masificados y se elevarán las exigencias respecto a las garantías higiénicas de los alojamientos
- ObservaTUR inicia este mes una serie con las principales transformaciones que previsiblemente podrían producirse en sector del turismo y los viajes una vez superada la pandemia

Madrid, 21 de septiembre de 2021.- A día de hoy, a punto de comenzar el arranque oficial del otoño, cerca de 36 millones de españoles disponen ya de la pauta completa de vacunación contra la Covid-19. Se han emitido un total de 24,3 millones de certificados digitales y 1,8 millones de viajeros internacionales han cruzado nuestras fronteras este verano con sus respectivos certificados acreditativos. Gradualmente, además, se está produciendo en todo el mundo (todavía con importantes excepciones) una relajación de las restricciones a la movilidad...

Observatorio de Turismo Emisor en España

www.observatur.es | observatur@observatur.es

AMADEUS

AON

Beroni

IAG7 siglas Airnet siglas

IBERIA

reinizia^T

renfe SNCF

unav unión aeronáutica

Colaboran

PUERTA AMÉRICA

aept

grupo de investigación en **URByTUR**

El segundo elemento más determinante en el nuevo tiempo que asoma es el referido a los alojamientos: **el 50% considera que crecerá su importancia, especialmente en lo concerniente a sus garantías sanitarias**, que será una demanda fundamental y en auge.

Tras estos componentes, se situaría el cambio de criterios a la hora de elegir destinos (más sostenibles y más destinos nacionales). Donde no se vislumbran cambios sustanciales, o serán cambios menores, es respecto a los seguros, los precios y el uso de agencias de viajes.

A continuación se enuncian los **ocho cambios más notorios identificados por ObservaTUR para la nueva realidad** a partir de las opiniones de los viajeros nacionales:

- Crecerán en importancia los **destinos menos masificados**.
- Se elevarán las exigencias respecto a las **garantías higiénicas de los alojamientos**.
- También se cree que **aumentará la demanda de destinos nacionales y de destinos más sostenibles**, aunque el grado de acuerdo es menor.
- La **cercanía a la hora de elegir destino tendrá una menor relevancia** y no será un elemento definitorio del viaje.
- Respecto a la contratación, habrá una **mayor búsqueda de proveedores de confianza**.
- Se contratarán **seguros con mayores coberturas**.
- **El precio, la búsqueda de viajes más baratos, no figuraría, en principio, entre las tendencias** que se ven claras entre los viajeros.
- El papel de la necesidad de **asesoramiento en una agencia de viajes mantendrá su protagonismo** y notoriedad mientras persista la incertidumbre.

Cambios hábitos viaje tras la pandemia, según género y edad

Hay una coincidencia máxima en todos los grupos de edad y también entre hombres y mujeres en señalar los destinos menos masificados como donde se producirá un mayor cambio. Su búsqueda será algo mayor entre los individuos de 35 a 44 años y entre los mayores de 65.

Observatorio de Turismo Emisor en España

www.observatur.es | observatur@observatur.es

La mayor importancia de los destinos sostenibles aparece como segunda tendencia de cambio entre los mayores de 35 años. Los destinos nacionales, por su parte, ocupan la misma posición en importancia (2ª) entre el público que tiene entre 25-34 años; los destinos más cercanos, por contra, son los preferidos entre los de menos de 25 años.

En términos globales, **las mujeres consideran que se van a producir más cambios respecto a los destinos elegidos que los hombres.**

También en este grupo de cambios las mujeres y los hombres tienen opiniones diferentes. Mientras que para las mujeres en mayor medida se buscarán alojamientos con más garantías higiénicas, se contratarán seguros más completos y se buscarán proveedores de mayor confianza, para los hombres se buscarán en mayor medida viajes más baratos.

Por edades, destacan **los viajeros de más edad por ser los que en mayor medida consideran inevitables estos cambios.**

De cualquier modo, en todos los grupos de edad el cambio que se ve más claro es la búsqueda de alojamientos con las máximas garantías, seguido de la necesidad de contar con proveedores de confianza y seguros con más coberturas.

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, IAG7 Viajes/Airmet, Iberia, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

Marketing & Comunicación ObservaTUR
646 11 65 74 / 636 641 691

observatur@observatur.es
marcos.franco@reiniziat.es

Observatorio de Turismo Emisor en España

www.observatur.es | observatur@observatur.es

AMADEUS

AON

Beroni

IAG7 Viajes Airmet
reglas

IBERIA

reinizia^T

renfe SNCF
en cooperación / en cooperación

unav
asociación nacional de agencias de viaje

Colaboran

AMÉRICA
MIA

aept

grupo de investigación en
ciencias urbanas y del turismo
URByTUR