

El informe de temporada de ObservaTUR constata con cifras la recuperación del sector

Ilusión y felicidad constituyen los dos sentimientos más generalizados entre los españoles cuando piensan en el viaje que harán este verano

- Aumenta considerablemente el porcentaje de quienes tienen previsto salir (más de 20 puntos, 68% frente a 89% actual) y disminuye el de quienes no lo tienen contemplado, pasando del 32% al 12% actual
- El gasto medio por persona que se prevé interrumpe su tendencia decreciente y por primera vez se incrementa desde 2018. Si en 2021 se anotó la media más baja (566 euros), el presupuesto por persona para este verano se eleva a 610 euros
- La elección de destino comienza a recobrar la tendencia anterior a la pandemia: desciende la proporción de destinos nacionales y aumentan las opciones que contienen desplazamientos internacionales, aunque todavía se mantienen lejos de los niveles anteriores a 2020
- En consonancia, el avión experimenta una clara recuperación, cercana ya a los valores anteriores a la pandemia, mientras que el coche particular decae 11 puntos
- El hotel se consolida en 2022 como el tipo de alojamiento más seleccionado, subiendo 9 puntos con respecto a 2021, si bien todavía no alcanza los números registrados antes de la pandemia.
- Lo más preocupante en este contexto de bonanza, la escasa confianza que manifiestan los profesionales acerca de la economía, a la que se valora muy negativamente (-38), esto es, más del doble que en el año 2019
- Inquieta la subida continuada de los precios, el incremento de los costes de la energía y la amenaza de la guerra de Ucrania
- El informe íntegro está ya disponible en la [dirección web](#) de ObservaTUR

Madrid, 20 de junio de 2022.- Este año, el solsticio de verano, en el calendario de ObservaTUR, se adelanta 24 horas y 34 minutos... En concreto al día de hoy, fecha en la que **se presenta el Informe de Verano 2022 del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR)**, noveno estudio desde la creación en 2018 de este instrumento de monitorización y análisis, en el que participan firmas líderes de la industria del turismo y los viajes, como Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, MundiPlan, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la UNAV.

Una presentación que trae buenas noticias para el sector del turismo y los viajes, pues **los resultados del informe ponen del manifiesto con cifras que la senda de la recuperación ya habría comenzado.**

Estas son las **principales conclusiones del informe:**

- **Aumenta considerablemente el porcentaje de quienes tienen previsto salir** (más de 20 puntos, 68% frente a 89% actual) y disminuye el de quienes no lo tienen contemplado (del 32% al 12% actual).
- **El gasto medio previsto por persona interrumpe su tendencia decreciente y por primera vez se incrementa desde 2018.** Si en 2021 se registró la media más baja (566 euros), el presupuesto por persona se eleva a 610 euros para este verano.
- La elección de destino comienza a recobrar la tendencia anterior a la pandemia: **desciende la proporción de destinos nacionales y aumentan las opciones que contienen desplazamientos internacionales**, aunque todavía se mantienen lejos de los niveles anteriores a 2020
- En consonancia, **el avión experimenta una clara recuperación, cercana ya a los valores anteriores a la pandemia**, mientras que el coche particular decrece 11 puntos
- **El hotel se consolida en 2022 como el tipo de alojamiento más seleccionado**, aumentando 9 puntos con respecto a 2021, aunque todavía no alcanza los niveles registrados antes de la pandemia.

De acuerdo con el informe, este optimismo se proyecta, incluso, en los propios sentimientos que manifiestan los viajeros: **ilusión y felicidad constituyen los dos sentimientos más generalizados entre los viajeros cuando piensan en el viaje que harán este verano.** Los viajes pendientes desde hace tiempo, por otra parte, se convierten en el principal motivo para elegir un destino en el próximo verano

Reservas con buenas expectativas_____

En este nuevo contexto de bonanza, las reservas ofrecen a día de hoy buenas expectativas: el 37% de los viajeros ya ha hecho alguna reserva para sus vacaciones de verano.

Así las cosas, prácticamente todos los que prevén viajar en este periodo, tienen sus elementos principales decididos: los relativos a la fecha en la que realizarán el viaje, el transporte que más utilizarán, el tipo de alojamiento o la duración (70%). Más dudas hay respecto al punto vacacional concreto o al presupuesto que le dedicarán. Todos los detalles, en la infografía adjunta a este comunicado.

Se mantienen, no obstante, algunas cautelas derivadas de las amenazas que todavía perviven en el panorama general: hay indicios de que en 2022 descienden las vacaciones de mayor duración y aumentan las más cortas, y la posibilidad de contratar seguros es muy elevada, principalmente de cancelación, que es el que más posiblemente contraten los viajeros para las vacaciones de 2022.

Por otro lado, y a pesar de que un 37% de los viajeros ya ha hecho alguna reserva para sus vacaciones de verano, **otro grupo importante (31%) afirma que esperará y hará su reserva lo más tarde posible, a fin de estar seguros.**

Aunque las previsiones de viajes a destinos internacionales ha tomado ya la senda de la recuperación, especialmente en el contexto europeo, la planificación de salidas al extranjero es todavía muy desigual. Así, mientras **Europa concentra el interés de la inmensa mayoría que está planteándose un viaje al exterior, la atención sobre otros continentes sigue siendo limitada.**

Respecto a quienes no viajarán este verano según ellos mismos aseguran (12% de los viajeros consultados), las razones son de muy diversa índole:

Igual que en el año 2021, **las motivaciones económicas son las más numerosas en el actual, el 50% da argumentos de este tipo:**

- el 25% señala el incremento de los precios,
- el 20% afirma que el motivo es el descenso de sus ingresos y
- el 5% ofrece otras consideraciones económicas.

Llama la atención, por último, **el porcentaje de españoles que asegura que no viajará (2%) por las consecuencias de la guerra de Ucrania,** una opinión que podría tener un componente también económico.

La visión de los profesionales de las agencias_____

En opinión de los profesionales de las agencias, que es coincidente con la de los viajeros, **el sector del turismo y los viajes respira optimismo abiertamente (+33), superando de modo muy amplio los niveles de confianza que se tenían en 2019 (+16).**

Más contenidos son, en cambio, los puntos de vista respecto al ámbito de las agencias de viajes, que aunque muestran un tono positivo, este es muy moderado. **Todo lo contrario que la opinión que tienen acerca de su negocio (+31), que supera los números de 2019 (+19).**

Muy distinta es, por contra, **la confianza que se manifiesta acerca de la economía española, a la que valoran muy negativamente (-38), esto es, más del doble que en el año 2019.**

E igualmente desdibujan el nuevo horizonte tres cuestiones, que son percibidas como amenazas por parte de los agentes:

- La subida continuada de los precios.
- El incremento de los costes de la energía.
- La amenaza de la guerra de Ucrania.

En todo caso, este panorama general —hay que insistir en ello— **no condiciona la percepción que tienen los profesionales de los viajes acerca del momento (feliz) que vive el sector**, que en muchos casos se posiciona en línea con el sentir expuesto por los viajeros.

De media, en estos momentos previos a la llegada del verano, **se han realizado el 37% de las reservas que se prevén.** En comparación con el verano pasado, un 39% cree que las reservas se retrasarán, mientras que un 35% considera que se adelantarán.

Se esperan aumentos para todo tipo viajes, con independencia de su duración, y estos incrementos son mayores que los que tenían el verano de 2019.

Las expectativas, respecto a 2019, es que crecerán las reservas tanto de alojamiento y transporte, como las que se centrarán sólo en uno de estos servicios. También se incrementará la contratación de actividades en el destino, al decir del criterio de los consultados.

Sobre los destinos vacacionales en el verano 2022_____

Las previsiones de crecimiento de los destinos nacionales son muy altas, mayores que las que se tenían en 2019.

Se esperan subidas importantes en playas insulares y peninsulares, en superficies naturales y en espacios rurales. Destinos de ciudad y parques temáticos aumentarán en menor medida. Los circuitos nacionales son los únicos que disminuirán, a juicio de los agentes entrevistados.

Ninguno de los distintos tipos de destinos internacionales termina de despegar abiertamente, aunque se espera un crecimiento considerable en los viajes a Caribe y a capitales europeas (estas últimas sin llegar a los crecimientos que se esperaban en 2019 ó 2018).

De acuerdo con el conocimiento de los profesionales de las agencias, en base a los registros de contratación, **el primer destino internacional para este verano será el Caribe y el segundo, EEUU.**

Los circuitos europeos y los viajes de larga distancia, en comparación con 2019, podrían registrar una ligera escalada. En cuanto a los cruceros, con un balance de +9 puntos, podrían experimentar una leve alza.

La desaparición casi total de las restricciones en los destinos y el deseo de viajar son, por otra parte, **los grandes aceleradores de la recuperación de los viajes.** La fortaleza de estos aceleradores se mantiene prácticamente estable con respecto al pasado verano.

La guerra de Ucrania —y sus consecuencias derivadas— es **la circunstancia que más se menciona como freno a la recuperación.** En segundo lugar aparece el mantenimiento de restricciones en determinados destinos y, ya por detrás, algunos cambios de hábitos en los viajeros. Sólo un 6% cree que la pérdida de hábito de viajar sea un freno.

10 tendencias para el verano 2022_____

- 1) **La ilusión es, con diferencia, la emoción más evidente entre los viajeros** ante las próximas vacaciones de verano 2022.
- 2) La **búsqueda del máximo ahorro es otra de las claves** que se apuntan para la nueva temporada.
- 3) La persistencia de la pandemia, y con ella las restricciones que persisten en algunos contextos, **mantendrá la renuncia temporal a desplazarse a destinos lejanos.**
- 4) No obstante, **la notoriedad de los destinos más cercanos** —uno de los rasgos característicos de los tiempos pasados más recientes— **comienza a atenuarse.**
- 5) **Hay una conformidad amplia (casi total) acerca del papel de la flexibilidad del viaje,** que continuará siendo importante, y la política de cancelación para su contratación.
- 6) También es mayoritario el **acuerdo sobre la mayor necesidad de información para la toma de decisiones.**
- 7) **El retraso en las reservas y las garantías sanitarias,** por otra parte, aún siguen siendo relevantes.
- 8) **Ni las nuevas formas de viajar, ni la sostenibilidad son tendencias nítidas:** menos del 40% las ve de este modo.
- 9) **El asesoramiento profesional es, con diferencia, el aspecto que más valora** el viajero español, según los agentes.
- 10) Ante la previsible masificación de algunos destinos, **se insta a que se tomen medidas con carácter de urgencia.**

observa**TUR**

Al acto de presentación del nuevo informe han asistido los representantes de las entidades promotoras ObservaTUR: Amadeus (Christian Boutin, Director General), Aon (Isabel Linares, Directora de Asistencia en Viaje de Aon Travel), Beroni (Josep Bellés, Director General), Carrefour Viajes (Héctor Floro, Gerente Viajes), (IAG7/Airmet (Ángel Muñoz, CEO IAG7 Grupo), Iberia (Adolfo García Serrano, Senior Manager Agencias-Dirección de Ventas España), Ilunion Hotels (David López, Director Comercial y Marketing), MundiPlan (Jacob Fernández, Director General), ReiniziaT (Marcos Franco, Socio Fundador), Renfe-SNCF en Cooperación (Juan Carlos Ponce, Responsable Mercado España) y la Unión Nacional de Agencias de Viaje (José Luis Méndez, Presidente).

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, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación 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