

## ObservaTUR cumple 5 años al servicio de la industria del turismo y los viajes, en el tiempo más convulso e intenso de su historia

---

- Un grupo de empresas líderes del sector del turismo y los viajes puso en marcha este proyecto en 2018 para tratar de conocer en profundidad las pautas de comportamiento del viajero español en sus principales desplazamientos de temporada
  - En este tiempo, y a pesar de las vicisitudes habidas, los españoles han realizado más de 806 millones de viajes, en su mayor parte a destinos nacionales y, en menor proporción, a emplazamientos internacionales
  - Los viajeros nacionales en estos casi 1.500 días han mostrado unos hábitos muy constantes en sus desplazamientos de temporada, sólo interrumpidos por los sobresaltos vividos en este tiempo, incluida una pandemia, tres estados de alarma, una guerra a las puertas de Europa y la implosión de la UE con el Brexit
  - El gasto ha sido uno de los datos más dinámicos: comenzó con un presupuesto medio por persona de 719 € y en 2022 fue de 620 €
  - En los 10 estudios de temporada llevados a cabo se han procesado unas 30.000 respuestas, entre opiniones de viajeros y agentes de viajes
- 

**Madrid, 18 de abril de 2023.-** En abril de 2018, un grupo de empresas líderes del sector del turismo y los viajes se unió para crear el primer instrumento de monitorización del turismo emisor nacional. Su objetivo: conocer en profundidad las pautas y hábitos de comportamiento del viajero español en sus principales desplazamientos de temporada (verano e invierno) y poner ese conocimiento a disposición de esta industria.

---

Y así fue cómo se puso en marcha el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR) hace 5 años, una herramienta de análisis que integra en la actualidad a Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, MundiPlan, ReiniziaT, y la Unión Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

### **Cinco años inimaginables, pero apasionantes**

Nadie pudo imaginar entonces que estos 5 años transcurridos (y 10 informes de temporada después) iban a ser tan intensos, con una pandemia global de por medio (que selló las fronteras territoriales y transfronterizas a cal y canto), tres estados de alarma, una guerra a las puertas de Europa, la implosión de la Unión Europea con el Brexit y la 'explosión' del turismo en puntos concretos del planeta, amén de muchos otros fenómenos locales, como fue por ejemplo en nuestro país la liberalización del tráfico ferroviario, cuatro fases de desescalada, las continuas amenazas de recesión o el salto definitivo a la digitalización del sector.

Cinco años inimaginables, pero apasionantes, en los que ha quedado clara una cosa según han reflejado los estudios de ObservaTUR: la cultura de los viajes es imparabile (e irrenunciable) y, en muchos casos, la 'locomotora' que ha reactivado la economía de parte de los países del mundo, entre ellos el nuestro, en el que ya prácticamente ha vuelto a ocupar su posición de liderazgo, alcanzado ya el 12,2% del PIB nacional, a cuatro décimas de 2019, según la patronal del sector.

Con todo, en estos casi 1.500 días, y a pesar de las vicisitudes habidas, los españoles han realizado más de 806 millones de viajes, en su mayor parte a destinos nacionales y, en menor proporción, a emplazamientos internacionales, de acuerdo con los distintos informes de ObservaTUR a partir de los datos del INE.

Más datos acerca de estos cinco años de seguimiento de la actividad emisora del turismo en nuestro país: los españoles mantienen unas pautas muy constantes en sus desplazamientos de temporada (incluso en tiempos de brotes y rebrotes).

En verano, por ejemplo, viajan acompañados de sus parejas, por lo general en el mes de agosto, durante 8 días de promedio, mayormente alojados en un hotel y moviéndose de forma preferente en su propio vehículo, a pesar del aumento paulatino que estadística tras estadística ha registrado el avión (cuando se podía viajar en avión, claro).

El gasto, en cambio, ha sido uno de los datos más dinámicos. Y siempre lo ha hecho para reducirse, al menos hasta el año 2022, en el que se incrementó ligeramente, pasando de 566 euros de media en 2021 a 620 euros en 2022. El histórico del gasto, también hay que decirlo, arrancó en 2018 con una media por persona de 719 euros.

Su destino favorito, por otra parte, sigue siendo la playa y los territorios que han concentrado más viajes en este periodo han sido Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana. También se ha conocido en este lapso de tiempo que los residentes en la Comunidad de Madrid son los que han acumulado un mayor porcentaje de viajes, por encima de los de Cataluña y Andalucía, que ha sido también los más viajeros.

### **Los informes de tendencias, gran peso en la opinión pública**

Las tendencias marcadas en los informes de temporada de ObservaTUR también han sido una constante muy seguida por la opinión pública, gracias a los análisis del cuadro de expertos de ObservaTUR<sup>1</sup>.

De este modo, los estudios han ido testando la (limitada) evolución de la concienciación de los viajeros en materia de sostenibilidad, el aumento del interés por las experiencias en destino, la demanda creciente en lo relativo a la personalización de los viajes, la implicación progresiva del cliente en su organización y la aparición emergente de un nuevo tipo de cliente más digital, tecnológico e informado. Información, a ser posible en tiempo real, como se solicitaba en alguno de los últimos informes.

---

<sup>1</sup> El comité de expertos de ObservaTUR está integrado por Christian Boutin, Director General de Amadeus España y Portugal; Katia Estace, Chief Commercial Officer (CCO) – Affinity, SME & Digital Solution de Aon; Josep Belles, Director General de Beroni; Héctor Floro, Gerente de Carrefour Viajes; Ángel Muñoz, Director General / CEO, de IAG7/AIRMET; Antonio Linares, Director de Ventas para España, Portugal y Norte de África de Iberia; José Ángel Preciados, Consejero Delegado de ILUNION Hotels; Jacob Fernández, Director General de Mundiplan; Marcos Franco, Socio Fundador de ReiniziaT; y José Luis Méndez, Presidente de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV)

---

Y otro apunte más, muy reiterado en todos los documentos presentados por el Observatorio: el incremento del protagonismo de las agencias de viajes, como profesionales expertos en un entorno complejo en el que cada vez se ha tornado más difícil moverse de un sitio a otro con maletas y otros 'gadgets'. El auge en la contratación de los seguros también ha tenido constancia en los informes últimos.

Para los amantes de las estadísticas, hay que señalar que en los 10 estudios de temporada llevados a cabo hasta la fecha (en breve se pondrá en marcha la edición número 11), se ha procesado una cifra estimada próxima a las 30.000 respuestas, entre opiniones de viajeros y agentes de viajes, para dar contestación a las preguntas que se han planteado.

Cuestiones dinámicas que se han interesado, además de por contenidos sistemáticos, por el devenir de las distintas coyunturas vividas o por temas-de-candente-actualidad, como rezaban los antiguos manuales de periodismo, reflejando aspectos tales como la convivencia de las mascotas con los viajes, la turistificación, las nuevas pautas viajeras tras la pandemia, el conocimiento del cliente o los destinos 'gayfriendly', sin olvidar el uso de los fondos europeos, el Kit Digital o el manejo de la tecnología por parte de las agencias de viajes y cómo ha ido evolucionando.

En este lustro, los 10 informes de temporada elaborados han incluido cerca de 800 páginas, 150 fotografías y alrededor de 500 cuadros y gráficos, además de una decena de infografías. Otro dato más: ObservaTUR ha sido noticia en 1.750 ocasiones en los medios de comunicación.

Adicionalmente, junto a las investigaciones de temporada, ObservaTUR ha llevado a cabo otros trabajos monográficos, entre ellos 'El futuro que viene en un presente incierto. Hablan sus protagonistas', en colaboración con la Mesa del Turismo, 'El futuro del turismo en España: el nuevo viajero' y 'El viajero de lujo en España. Comportamiento y hábitos del turista nacional'. También ha intervenido en el 'Libro Blanco de la Sostenibilidad en las Agencias de Viajes' y en el 'Monitor de Agencias de los Destinos Sostenibles de España', promovidos por UNAV.

---

---

## **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, y la Unión 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)