

Los viajeros nacionales reciben el verano 2023 con optimismo, mucha ilusión y prudencia en el gasto

La consolidación de la recuperación es ya un hecho y gran parte de los parámetros de análisis del Observatorio Nacional del Turismo Emisor muestran cifras que se aproximan a las de 2019

- Siete de cada 10 viajeros nacionales afirman estar seguros de viajar el próximo verano (69%) y un 16% lo considera probable
- Todos los que prevén desplazarse, prácticamente, tienen algunas características del viaje ya definidas; se ha producido un aumento general del grado de decisión con respecto a 2022
- Los viajes en avión crecen 10 puntos con respecto a 2022 y se sitúan prácticamente un punto por encima del 39% obtenido en 2019
- Aunque priman los viajes nacionales (2/3 de los españoles optará por una destino en nuestro país), los desplazamientos al extranjero se encuentran únicamente a tres puntos por debajo del 2019 (y a dos por encima de 2018)
- Los profesionales de las agencias van más allá y sus expectativas de crecimiento en los mercados extranjeros son muy elevadas, superando incluso a las que hubo en el verano de 2019
- El gasto medio previsto por persona continúa la tendencia al alza iniciada en 2022, creciendo en 15€/persona; no obstante, cada vez se miran más los precios y el presupuesto es el ámbito de decisión que más duda genera entre los viajeros: sólo un 59% lo tiene claro
- El 40% de los nacionales ha hecho ya alguna reserva para sus vacaciones de verano
- La mayoría de los profesionales de las agencias (69%) espera superar la próxima campaña de verano la facturación de 2019, último año de normalidad antes de la pandemia
- Los profesionales opinan que crecerán las reservas tanto de alojamiento y transporte, como las que se centrarán sólo en uno de estos servicios
- La subida de los precios y la pérdida de poder adquisitivo, por el contrario, serían los grandes frenos para el turismo este verano. Pierden relevancia la guerra de Ucrania y los temores relacionados con la COVID
- El informe íntegro está ya disponible en la [dirección web](#) de ObservaTUR

Madrid, 20 de junio de 2023.- Con optimismo, mucha ilusión y máxima prudencia en el gasto en el gasto. Así se presenta el verano 2023 para los viajeros nacionales, según se desprende del análisis del último informe de temporada del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), cuyo undécimo estudio ha sido presentado hoy con la presencia de los patronos 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 y la UNAV.

"La consolidación de la recuperación es ya un hecho y gran parte de los parámetros de análisis del nuevo informe ObservaTUR Verano 2023 muestran cifras que se aproximan a las de 2019", han dicho sus portavoces hoy, sólo un horas antes del arranque oficial del solsticio de verano, que en el hemisferio norte comenzará mañana, a las 16 horas 58 minutos, hora oficial peninsular según cálculos del Observatorio Astronómico Nacional.

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

- **Siete de cada 10 viajeros nacionales afirman estar seguros de viajar el próximo verano (69%) y un 16% lo considera probable.** El resto, un 15% de los entrevistados, declara que no saldrá de vacaciones: un 6% está convencido de que no viajará y el 9% lo considera improbable.
- **En 2023, las motivaciones económicas se refieren como las principales responsables para no viajar** (el 58% ofrece razones de este tipo).
- **El 28%, mientras, señala el incremento de los precios, el 26% sostiene que la causa es el descenso de sus ingresos y el 4% cita otras consideraciones presupuestarias.** Al igual que en 2022, el segundo grupo de razones son aquellas relacionadas con la falta de tiempo por trabajo o estudio (21%). Un 5% de consultados dice preferir quedarse en su casa antes que viajar de vacaciones.
- **Poder relajarse, descansar y desconectar es el elemento más importante para uno de cada cuatro viajeros (25%)** y es mencionado por algo más de seis de cada 10 como uno de los tres más importantes (63%).

_____ **Verano 2023: elementos básicos de los viajes previstos**

- Prácticamente todos los que prevén desplazarse este verano, **tienen algunas características del viaje ya definidas.**
- De modo similar a otros años, **el presupuesto resulta ser el ámbito de decisión que más duda genera entre los viajeros,** habiendo decidido esta cuantía únicamente un 59% de los mismos.

_____ Rasgos característicos del viajero nacional

- **Planificar las vacaciones de verano con la pareja es la situación más habitual** (el 76% de los viajeros). Muy lejos, en cambio, se sitúan otras compañías: los hijos (33%), los amigos (20%) y otros familiares (18%).
- Al igual que en años anteriores, **agosto lidera las vacaciones de verano (40%), seguido de julio (30%)**.
- **Algo menos de la mitad de los viajeros (48%) disfrutará de unas vacaciones de verano como mínimo de 8 días** y un 14% superarán los 15 días.
- **El hotel vuelve a encabezar el tipo de alojamiento decidido (49%)**. Detrás se sitúa el apartamento turístico (30%).
- Los viajeros que ya tienen planificado el medio optarán en su mayoría por el coche particular (57%). Por detrás, el avión, escogido por un 39%.
- **En el capítulo de la movilidad, la evolución permite constatar, en general, la vuelta a los valores prepandémicos**. El avión crece 10 puntos porcentuales con respecto a 2022 y se sitúa 1 punto por encima del 39% obtenido en 2019.
- Entre los que ya tienen el destino decidido, y van a contratar un alojamiento, **algo más de dos tercios optará por un destino nacional (67%)**, siendo un tercio los que optarán por un destino internacional.
- Si se analiza la evolución de este apartado, **la elección de destino recupera prácticamente los valores prepandémicos**, situándose los extranjeros únicamente a tres puntos por debajo del 2019 (y a dos por encima de 2018).
- En el plano nacional, **los dos principales destinos son la Costa Mediterránea (18%) y Andalucía (18%), seguidos por el Cantábrico (13%)**.
- El detalle de los destinos en el extranjero muestra que las rutas culturales por Europa (8%) y la visita a las capitales más reconocidas de este continente (8%) son las dos alternativas que gozan de mayor interés fuera de nuestras fronteras para nuestros nacionales.
- **Los viajes de sol y playa disminuyen dos puntos frente al pasado año**, continuando la tendencia decreciente que se inauguraba el pasado verano. Por el contrario, **crecen los culturales (+5 puntos porcentuales) y, en menor medida, el turismo de relax y bienestar (+2)**.

_____Presupuesto medio por persona y distribución

- **El gasto medio previsto por persona —625 euros—continúa la tendencia al alza iniciada en 2022**, creciendo en 15€/persona.
- Sin embargo, **este aumento es notablemente menor que el registrado entre 2021 y 2022** y sigue situándose por debajo de los niveles prepandémicos.
- La distribución del gasto entre los distintos elementos del viaje resulta prácticamente idéntica a la observada en 2022. Se encuadran aquí en los **tres primeros lugares el alojamiento (34%), los gastos en restauración (25%) y el transporte (20%)**.
- **El 40% de los viajeros ya ha hecho alguna reserva** para sus vacaciones de verano.
- Algo menos de la mitad de las personas (48%) que habían realizado una contratación en una agencia en el momento de la entrevista **le otorgan una valoración muy alta (9 ó 10)**.

La opinión de las agencias_____

- **La mayoría de los profesionales de las agencias participantes en el estudio (69%) esperan superar la próxima campaña de verano la facturación de 2019**, último año de normalidad antes de la pandemia. Sólo un 7% de las agencias no confía alcanzar las cifras de 2019.
- Los agentes de viajes respiran optimismo de cara a la temporada estival. Al igual que los viajeros, que irradian mucha ilusión este verano, si bien **este sentimiento convive estrechamente con la búsqueda del máximo ahorro**, a causa de la coyuntura económica, en la que todavía se percibe mucha incertidumbre.
- De este modo, según la visión de los asesores de viajes, el gran acelerador de estas impresiones —y de los resultados del sector— sería el **deseo de viajar de los ciudadanos**, aun cuando todavía se considera importante que no existan restricciones en los destinos.
- **La subida de los precios y la pérdida de poder adquisitivo, por el contrario, serían los grandes frenos para el turismo este verano**. Pierden relevancia, en cambio, tanto la guerra de Ucrania, como los temores relacionados con la COVID.
- Al entender de las personas consultadas, **las principales amenazas en el ámbito del turismo serían el incremento de los precios y la posible llegada de otra crisis económica**.

- De media, y hasta la fecha de elaboración de este estudio, **se habían realizado el 40% de las reservas que se esperaban.**
- **Los profesionales opinan que crecerán las reservas tanto de alojamiento y transporte,** como las que se centrarán sólo en uno de estos servicios. Asimismo se amplía la contratación de actividades en el destino.
- **Las expectativas de crecimiento de los destinos internacionales son muy elevadas (+48),** superando incluso a las que hubo en el verano de 2019.
- Por primera vez desde la pandemia, **las expectativas sobre los destinos internacionales son claramente positivas** (de hecho, son mejores que las que había en 2019). Sin embargo, sobre los destinos nacionales, aunque también positivas, son peores que las que había en las agencias en 2022.

_____Destinos nacionales & internacionales

- **Se espera una importante subida en las playas insulares y un moderado aumento en los arenales peninsulares.** La perspectiva referida a los espacios naturales y los destinos rurales, mientras tanto, es de estabilidad.
- En el mismo contexto, **crecerán los circuitos nacionales y algo menos los parques temáticos.** Sin embargo, para los destinos de ciudad, la previsión es asimismo de estabilidad.
- **Entre los destinos internacionales, los agentes esperan grandes crecimientos en cruceros, Caribe, larga distancia y capitales europeas.** Para los circuitos europeos también hay expectativas positivas, aunque menos abultadas (+19), situándose en una posición similar a la encontrada en el verano de 2019.
- **El ranking de los cinco enclaves extranjeros más demandados este verano,** según la opinión de los agentes sería: 1/ Caribe, 2/ Egipto, 3/ EEUU, 4/ Tailandia, 5/Albania (9%) y Japón.

Al acto de presentación del nuevo informe han asistido los representantes de las entidades promotoras de ObservaTUR: Amadeus España y Portugal (Christian Boutin, Director General), Aon (Katia Estace, Chief Commercial Officer (CCO) – Affinity, SME & Digital Solution), Beroni (Josep Bellés, Director General / CEO), Carrefour Viajes (Héctor Floro, Gerente Viajes), IAG7/AIRMET (Ángel Muñoz, Director General / CEO), Iberia (Antonio Linares, Director de Ventas para España, Portugal y Norte de África), ILUNION Hotels (José Ángel Preciados, Consejero Delegado), Mundiplan (Jacob Fernández, Director General), ReiniziaT (Marcos Franco, Socio Fundador) y Unión Nacional de Agencias de Viajes-UNAV (José Luis Méndez, Presidente).

observa**TUR**

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