

## 10 tendencias que han triunfado en el verano 2024, según ObservaTUR

- La campaña recién concluida ha sido muy positiva para el conjunto del sector turístico, con cifras de actividad muy favorables, que amén de colgar el cartel de “completo” en muchos de los destinos nacionales, ha permitido identificar una serie de tendencias cuya evolución hay que seguir con atención en el futuro
- Entre estas nuevas corrientes destacan el auge del turismo cultural y experiencial, el ascenso del turismo ‘single’, la búsqueda de propuestas más personalizadas y menos convencionales o la adopción de nuevos patrones de conducta para tratar de contrarrestar el alza continuada de los precios
- La permanencia del deseo de viajar más allá de los periodos vacacionales más característicos, el afianzamiento de algunas pautas surgidas en tiempos de pandemia (con nuevas exigencias en las contrataciones, por ejemplo) o el estancamiento de la demanda de destinos sostenibles por la asociación que se efectúa con mayores precios son orientaciones que también parecen ir en alza

**Madrid, 26 de septiembre de 2024.-** El verano 2024 recién concluido ha sido [muy positivo](#) para el conjunto del sector turístico nacional, con cifras de actividad sumamente favorables, que amén de colgar el cartel de “completo” en muchos de los destinos nacionales, ha generado resultados récord en algunos casos. Ello a pesar de las subidas de precios generalizadas y de las protestas ciudadanas que se han dado en puntos muy concretos de la geografía.

Estos números, en opinión del grupo de expertos del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), han dejado entrever también **algunas tendencias de interés, cuya evolución hay que seguir muy de cerca de cara al futuro** para constatar o no su consolidación.

**Estas 10 corrientes, en concreto, son las siguientes:**

- 1/ **Auge del turismo cultural (+14 puntos en el histórico) y experiencial**, frente al predominio incontestable del turismo de sol y playa.
- 2/ **Ascenso considerable del turismo ‘single’** (5 puntos con respecto al inicio de la serie), si bien la opción del viaje en pareja sigue siendo abrumadora.

3/ **Mayor predisposición a [viajar en septiembre](#)**, mes que gana adeptos y logra el dato más elevado del histórico del Observatorio, lo que algunos analistas han interpretado como un intento de desestacionalizar el periodo vacacional.

4/ **Búsqueda de experiencias más personalizadas y menos convencionales**, que llevan en muchos casos a explorar sitios nuevos y emergentes.

5/ **Estancamiento de la demanda de destinos sostenibles** por la asociación que se efectúa con mayores precios.

6/ **Afianzamiento de algunas pautas surgidas en tiempos de pandemia**: mayor propensión a la compra de seguros de viajes, nuevas exigencias en las contrataciones (flexibilidad, política de cancelación...).

7/ **Mayor anticipación en la reserva y contratación de los viajes**, con una doble finalidad: obtener mejores precios y asegurar su plaza en entornos sobredemandados; la anticipación se traslada igualmente a la compra de servicios adicionales, como fórmula para paliar su posible sobrecarga.

8/ **Adopción de nuevos patrones de conducta para tratar de contrarrestar el alza continuada de los precios**. Por ejemplo, rebajar el número de días de estancia vacacional (6 de cada 10 disfrutaban un máximo de 12 días) o elegir el destino en función de su coste.

9/ **La permanencia del deseo de viajar se prolonga más allá de los periodos vacacionales más característicos** y se espacian en mayor medida los viajes y escapadas, bien explotando [nuevas fórmulas](#), relegando posibles compras de bienes materiales o incluso acudiendo a su financiación, modalidad que ha aumentado en el último año.

10/ **El avión incrementa su protagonismo, en consonancia con el interés por retomar los viajes internacionales**, mientras que el tren acelera y alcanza el dato más alto de la serie histórica (+16).

Según **Marcos Franco, socio fundador de ReiniziaT y portavoz de ObservaTUR**, "estas tendencias se vienen advirtiendo desde hace un tiempo, y la campaña 2024 parece haber confirmado ya algunos de estos puntos, pues pueden resultar de mucho interés a la hora de diseñar y planificar el futuro de la programación futura en los viajes de los españoles. No obstante, como siempre intentamos hacer, hay que seguir de cerca su evolución para constatar o no su consolidación, dado que algunas de ellas son importantes igualmente de cara a la desestacionalización del turismo".

# 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, Iryo, 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](mailto:marcos.franco@reiniziat.es) · [jm.paredes@task-one.com](mailto:jm.paredes@task-one.com)