

LA BRÚJULA DE LOS VIAJES DE 2026

Tendencias reales y sueños por cumplir

#4 ÁVORIS TRAVEL INSIGHTS - ENERO 2026

•ÁVORIS



Contenidos

1. Termómetro del turismo español: así se dibuja 2026 en grandes cifras
2. Los viajes de 2026: lo previsto y cómo han evolucionado
3. Los viajes soñados: destinos, viabilidad, motivaciones y barreras
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar: lo que buscamos, lo que evitamos y lo que esperamos
5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual
6. Palancas para activar el viaje: oportunidades para 2026

1. Termómetro del turismo español

Así se dibuja 2026 en grandes cifras



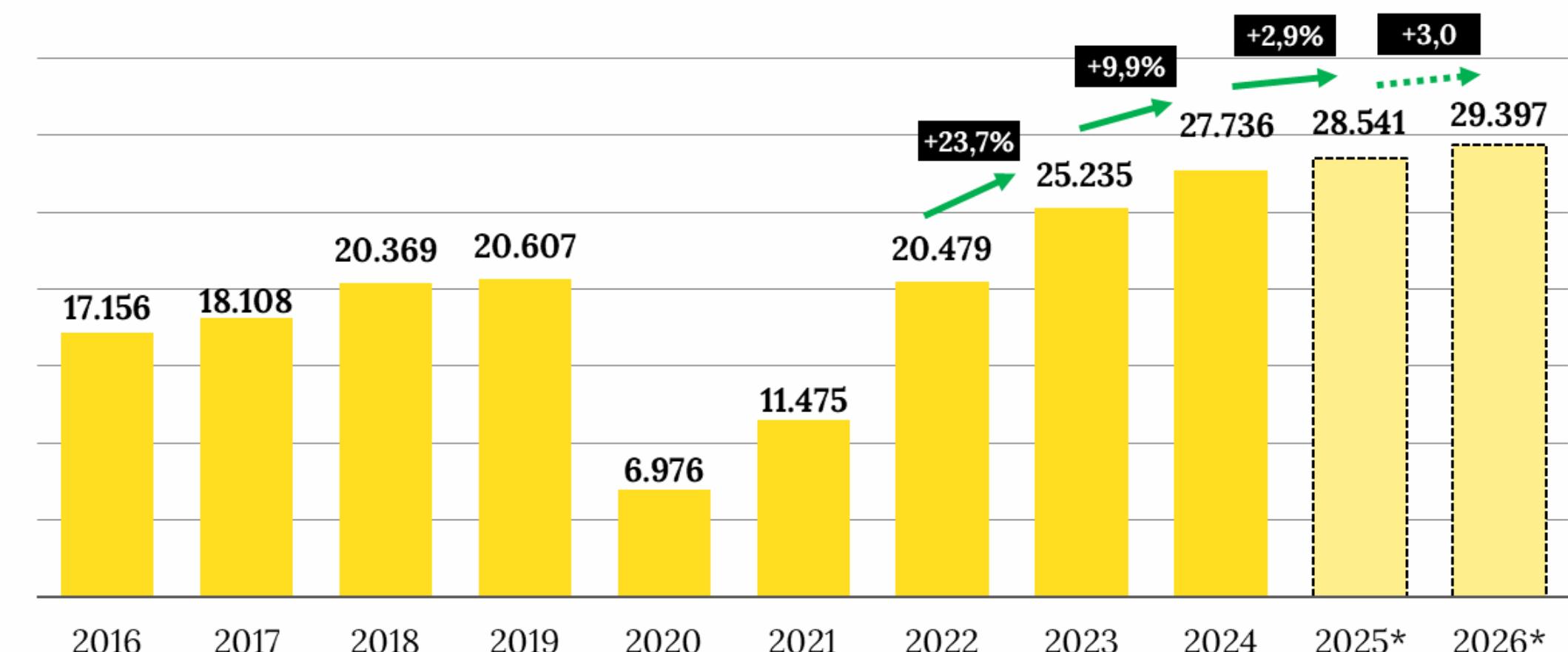
1.Termómetro del turismo español

El gasto en viajes de ocio del turista español

(millones de €)

El gasto en viajes de ocio del turista español consolida su recuperación y se sitúa en una fase de crecimiento sostenido.

Viajar sigue siendo una prioridad para los hogares españoles, incluso en un contexto de incertidumbre económica, el gasto en viajes de ocio mantiene una senda de crecimiento que refuerza su papel como consumo aspiracional y no prescindible.



Fuente: Encuesta Turismo Residente (INE)

*Los datos de 2025 y 2026 corresponden a estimaciones elaboradas a partir de la información disponible en el momento de cierre del informe

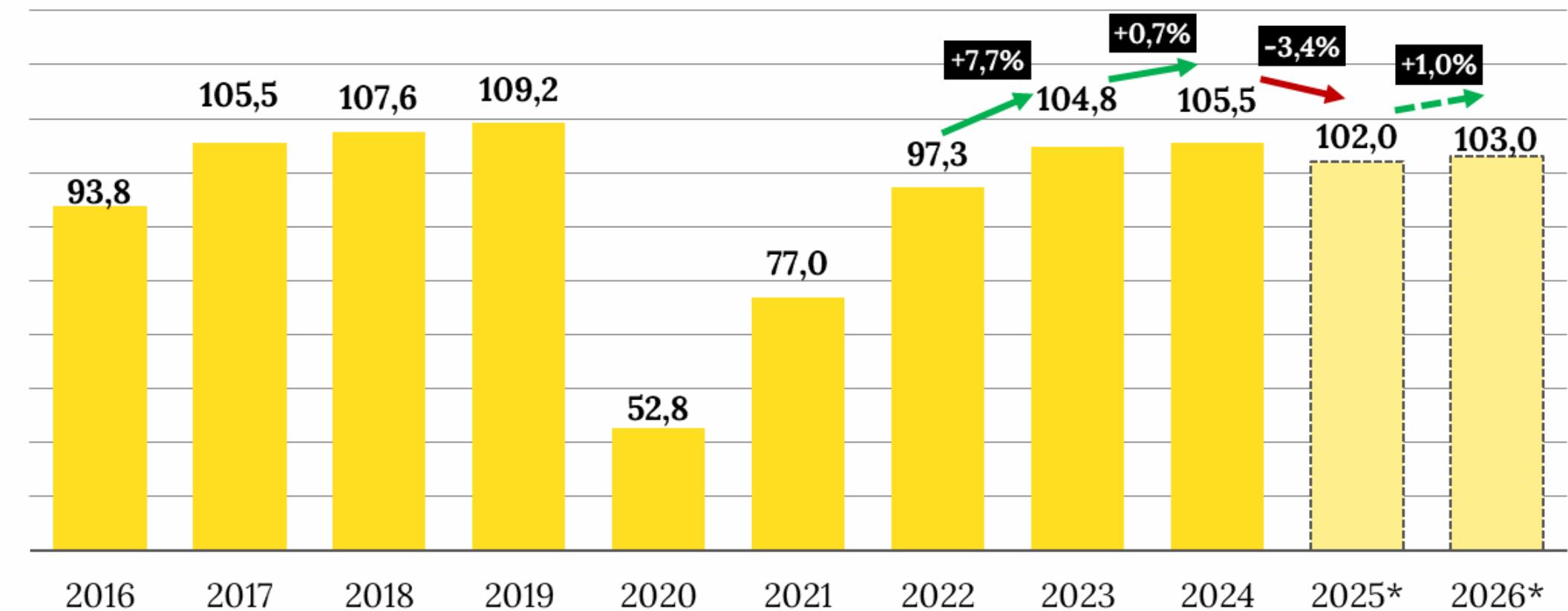
1.Termómetro del turismo español

El número de viajes de ocio del turista español

(millones de viajes)

El número de viajes de ocio del turista español tiende a estabilizarse tras los crecimientos de los últimos años, situándose en niveles próximos a máximos históricos.

La evolución reciente apunta a una moderación en el volumen de viajes y una previsión de recuperación contenida de cara a 2026. Este comportamiento sugiere un cambio en el patrón viajero, con una mayor racionalización del número de desplazamientos, que no implica una menor importancia del viaje, sino una reorganización de cómo, cuándo y cuánto se viaja.



Fuente: Encuesta Turismo Residente (INE)

*Los datos de 2025 y 2026 corresponden a estimaciones elaboradas a partir de la información disponible en el momento de cierre del informe

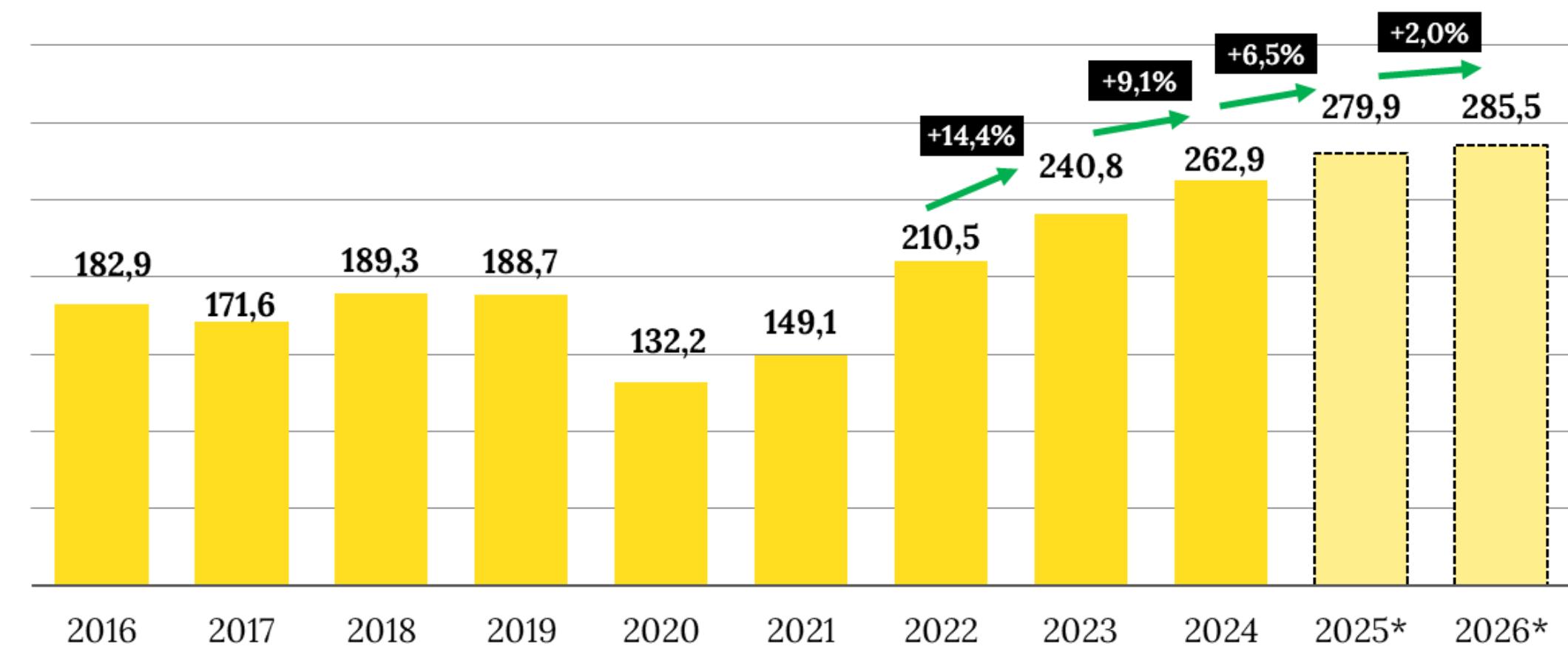
1.Termómetro del turismo español

El gasto medio por viaje de los españoles

(€)

El gasto medio por viaje de los españoles muestra una evolución claramente al alza y se sitúa en niveles elevados de cara a 2026.

Esta tendencia refleja un contexto en el que viajar implica una mayor inversión económica por desplazamiento, tanto por la evolución de los precios como por una mayor concentración del presupuesto en cada viaje. El dato refuerza la idea de que el viaje sigue siendo una prioridad para los hogares, que ajustan cómo y cuántas veces viajan, pero mantienen su disposición a destinar recursos a esta experiencia.



Fuente: Encuesta Turismo Residente (INE)

*Los datos de 2025 y 2026 corresponden a estimaciones elaboradas a partir de la información disponible en el momento de cierre del informe

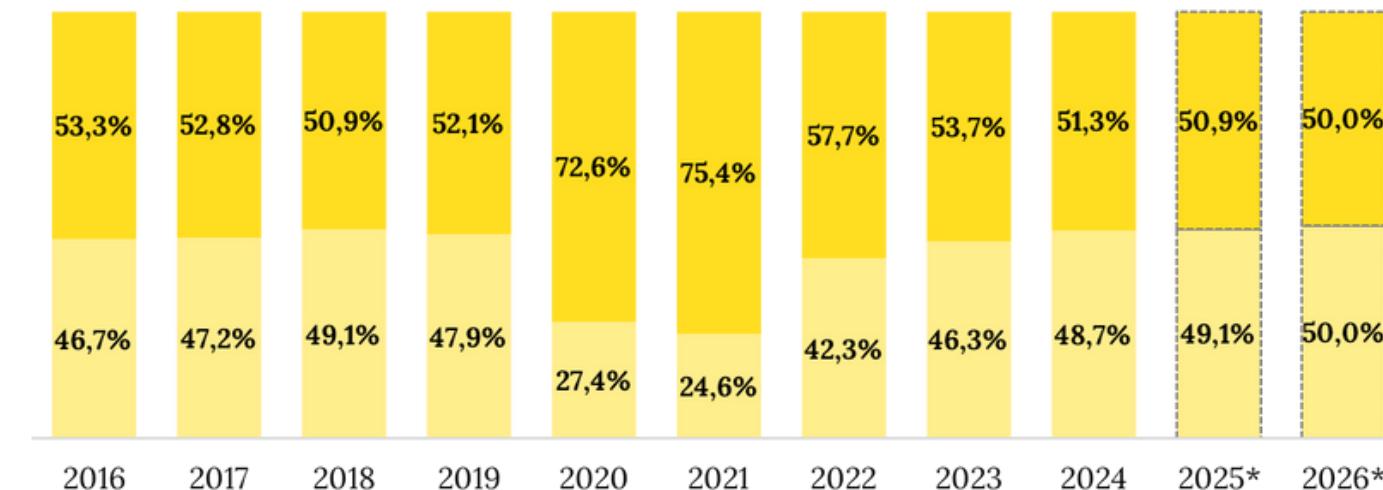
1. Termómetro del turismo español

Distribución de viajes y gasto turístico por ámbito nacional e internacional

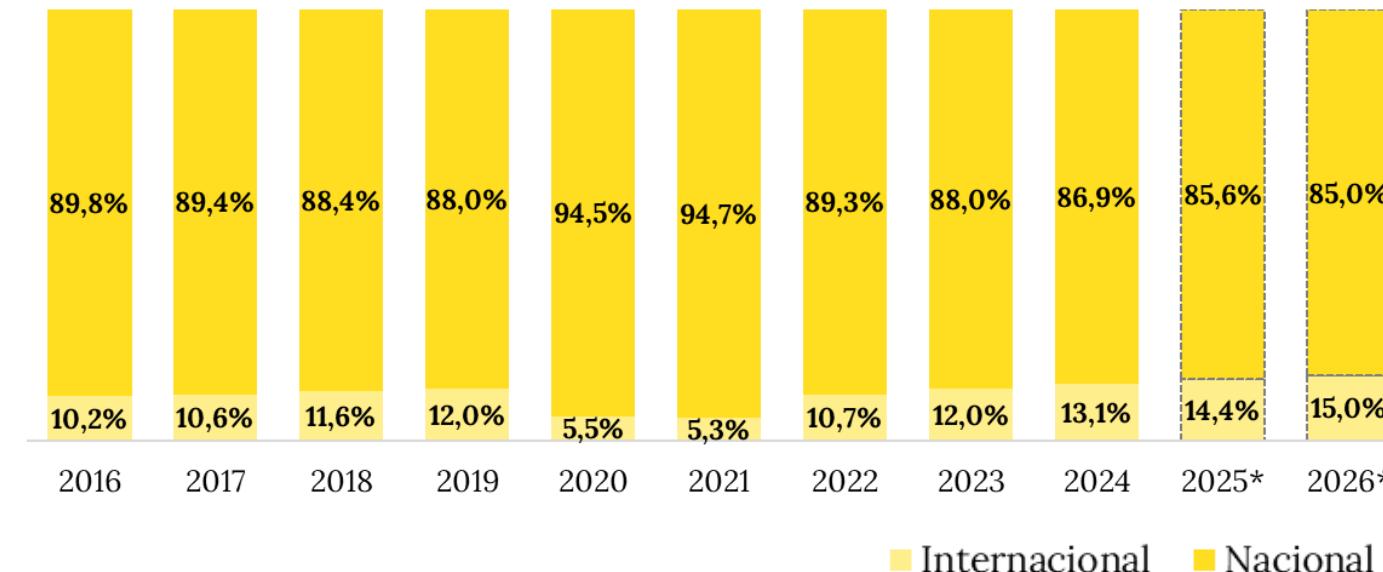
Aunque los viajes internacionales representan una proporción menor del total de desplazamientos, concentran un peso económico relevante dentro del gasto turístico.

En un contexto en el que el turismo nacional sigue articulando la mayor parte del volumen y del gasto total, los viajes internacionales mantienen un impacto significativo que contribuye a sostener el gasto global. De cara a 2026, las estimaciones apuntan a la continuidad de este patrón, con un número de viajes más estable y un nivel de gasto que se mantiene en cotas elevadas.

Distribución de gasto



Distribución de número de viajes



Fuente: Encuesta Turismo Residente (INE)

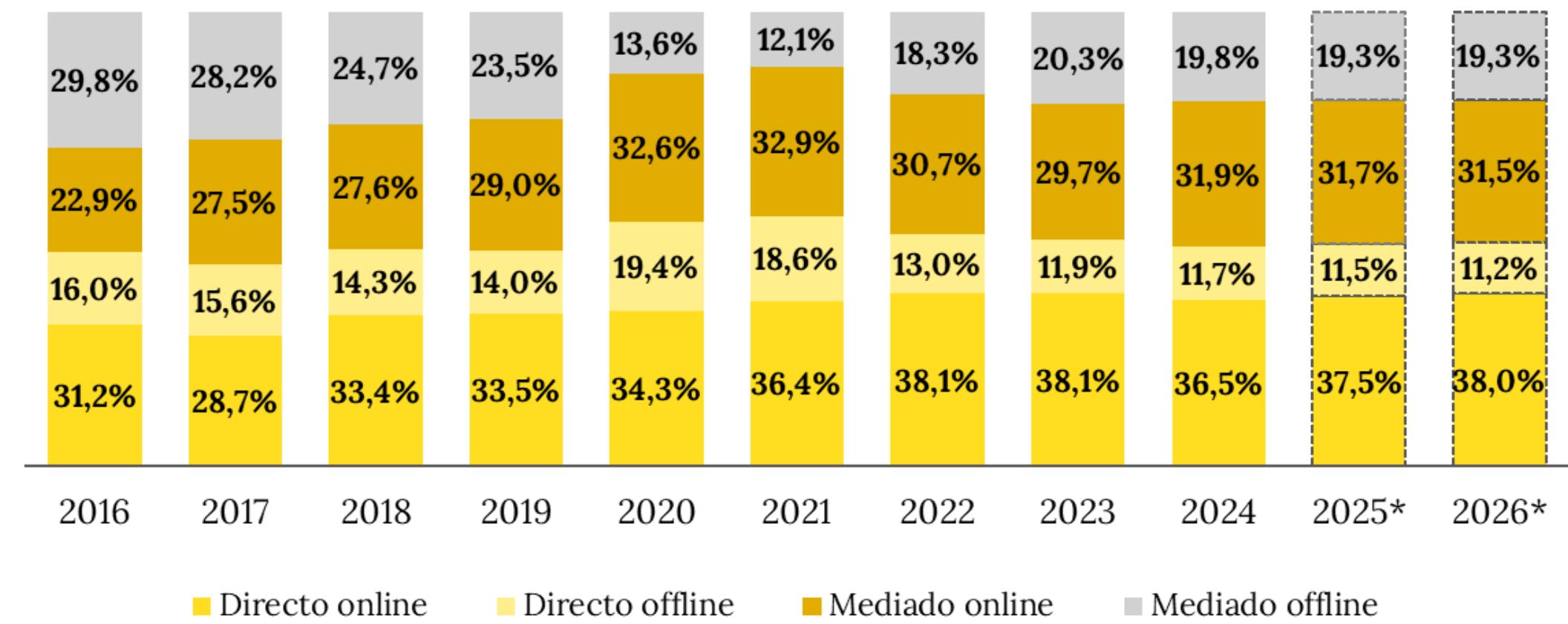
*Los datos de 2025 y 2026 corresponden a estimaciones elaboradas a partir de la información disponible en el momento de cierre del informe

1.Termómetro del turismo español

Distribución del gasto en viajes de los españoles por canal de compra

La contratación directa gana peso de forma progresiva y se posiciona como el principal canal de contratación, especialmente a través de entornos digitales.

Aumenta el peso del canal directo online, mientras que la intermediación offline pierde relevancia. No obstante, el modelo no evoluciona hacia un escenario exclusivamente digital: la intermediación, especialmente en formatos online, mantiene un peso significativo, lo que apunta a un ecosistema de contratación cada vez más híbrido, en el que conviven autonomía del viajero y necesidad de apoyo experto según el tipo de viaje y su complejidad.



Fuente: Encuesta Turismo Residente (INE)

*Los datos de 2025 y 2026 corresponden a estimaciones elaboradas a partir de la información disponible en el momento de cierre del informe

Nota: Canal online incluye: reservas por web y app // Canal offline incluye: reservas por mail, teléfono y presencial

2. Los viajes de 2026

Lo previsto y cómo han evolucionado



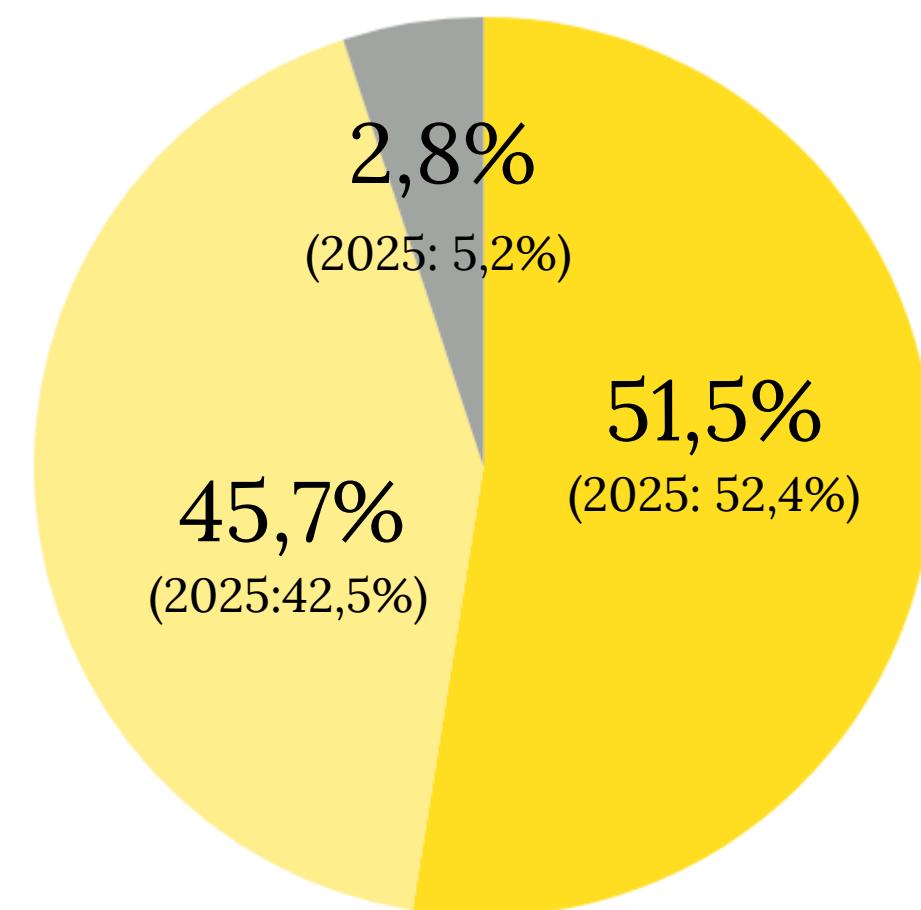
 2. Los viajes de 2026

Predisposición a viajar en 2026

¿Tienes previsto realizar algún viaje o escapada de ocio durante el 2026?

La predisposición a viajar en 2026 se mantiene en niveles muy similares a los registrados en 2025 a estas alturas del año, con una reducción clara del porcentaje de viajeros que descartan viajar y un mayor grado de indecisión en el momento de la planificación.

El porcentaje de viajeros que descarta viajar se reduce de forma significativa, mientras que aumenta el peso de quienes aún no han tomado una decisión definitiva. Este contexto apunta a un deseo de viajar intacto, pero a una planificación más flexible y retrasada en el tiempo.



SEGURO QUE SÍ viajaré en 2026

AÚN NO SÉ si viajaré en 2026

SEGURO QUE NO viajaré en 2026

Nota: (2025: xx%) Dato de intencionalidad de viaje en 2024 de cara al 2025

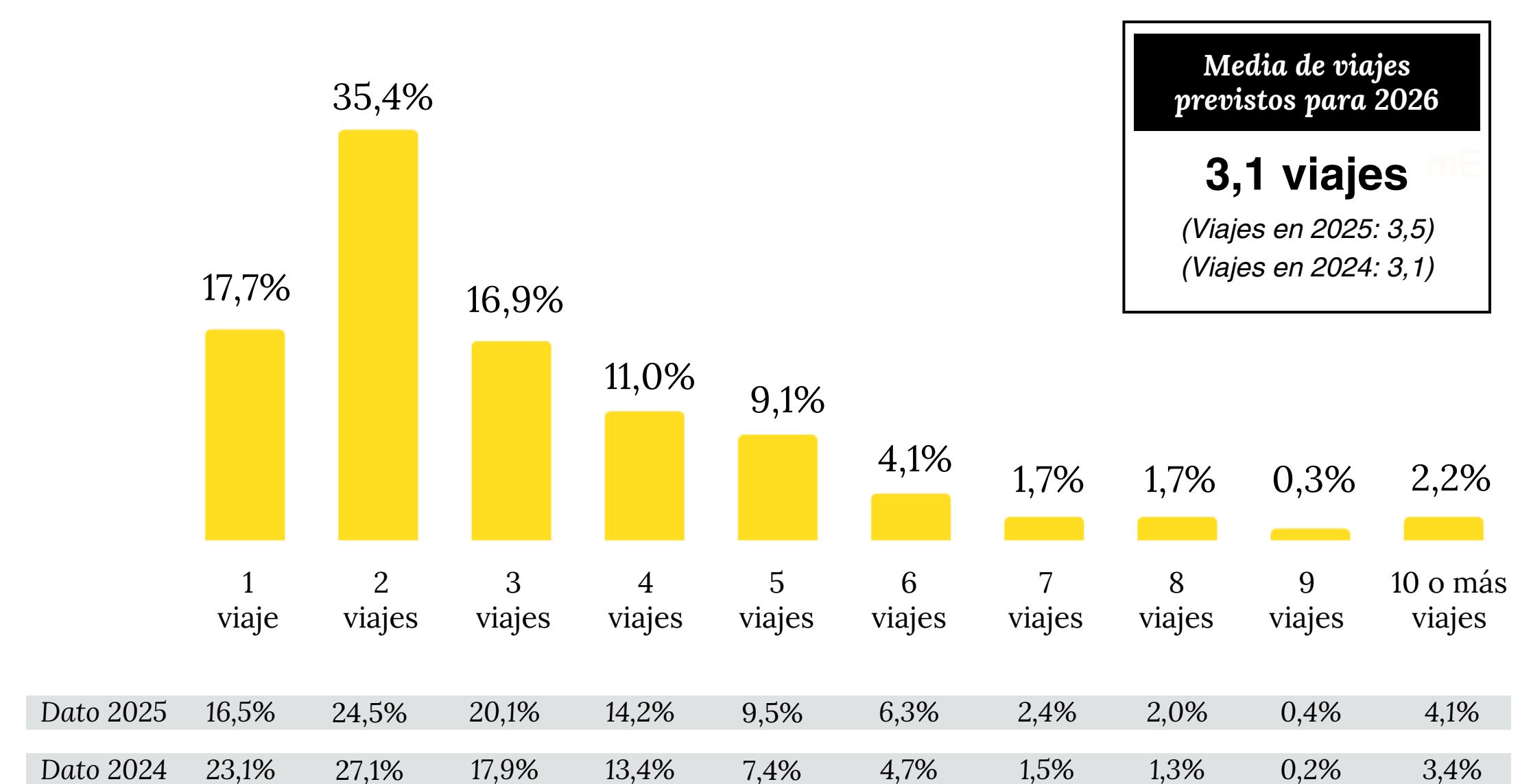
2. Los viajes de 2026

Previsión de número de viajes de ocio en 2026

¿Cuántos viajes tienes previsto hacer durante el 2026?

Las previsiones de viajes para 2026 dibujan un escenario de continuidad en la intensidad viajera, aunque con estimaciones más conservadoras propias de un ejercicio de anticipación.

Entre quienes prevén viajar, la media de viajes declarada se sitúa en 3,1 desplazamientos, un valor coherente con los niveles observados en años recientes. No obstante, al tratarse de una previsión realizada con antelación, este dato refleja una planificación inicial que previsiblemente se ajustará a lo largo del año, a medida que se concreten fechas, escapadas y viajes no anticipados.



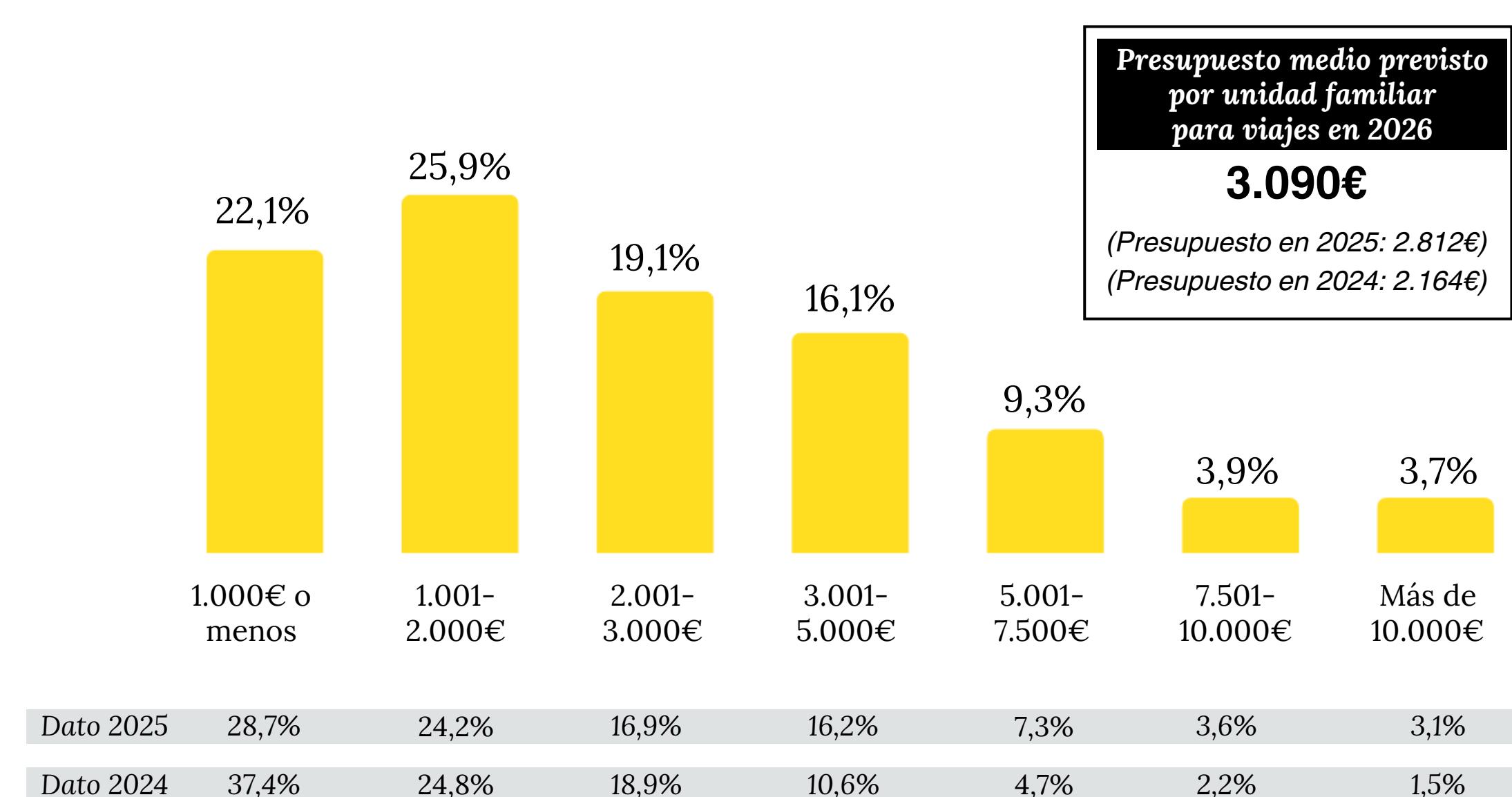
2.Los viajes de 2026

Presupuesto previsto para los viajes vacacionales de 2026

¿Qué presupuesto destinarás a tus vacaciones de 2026? Nos referimos al importe total de las vacaciones, no al presupuesto por persona

La previsión de presupuesto para los viajes de ocio en 2026 apunta a la continuidad de una tendencia hacia mayores niveles de gasto, observada ya en los últimos años.

Tras el incremento registrado entre 2024 y 2025 en los presupuestos destinados a viajar, los viajeros anticipan para 2026 una distribución más concentrada en tramos medios y medio-altos. La media prevista se sitúa por encima de los años anteriores, aunque debe interpretarse como una estimación inicial, propia de un escenario de planificación aún abierta y sujeta a ajuste a lo largo del año.



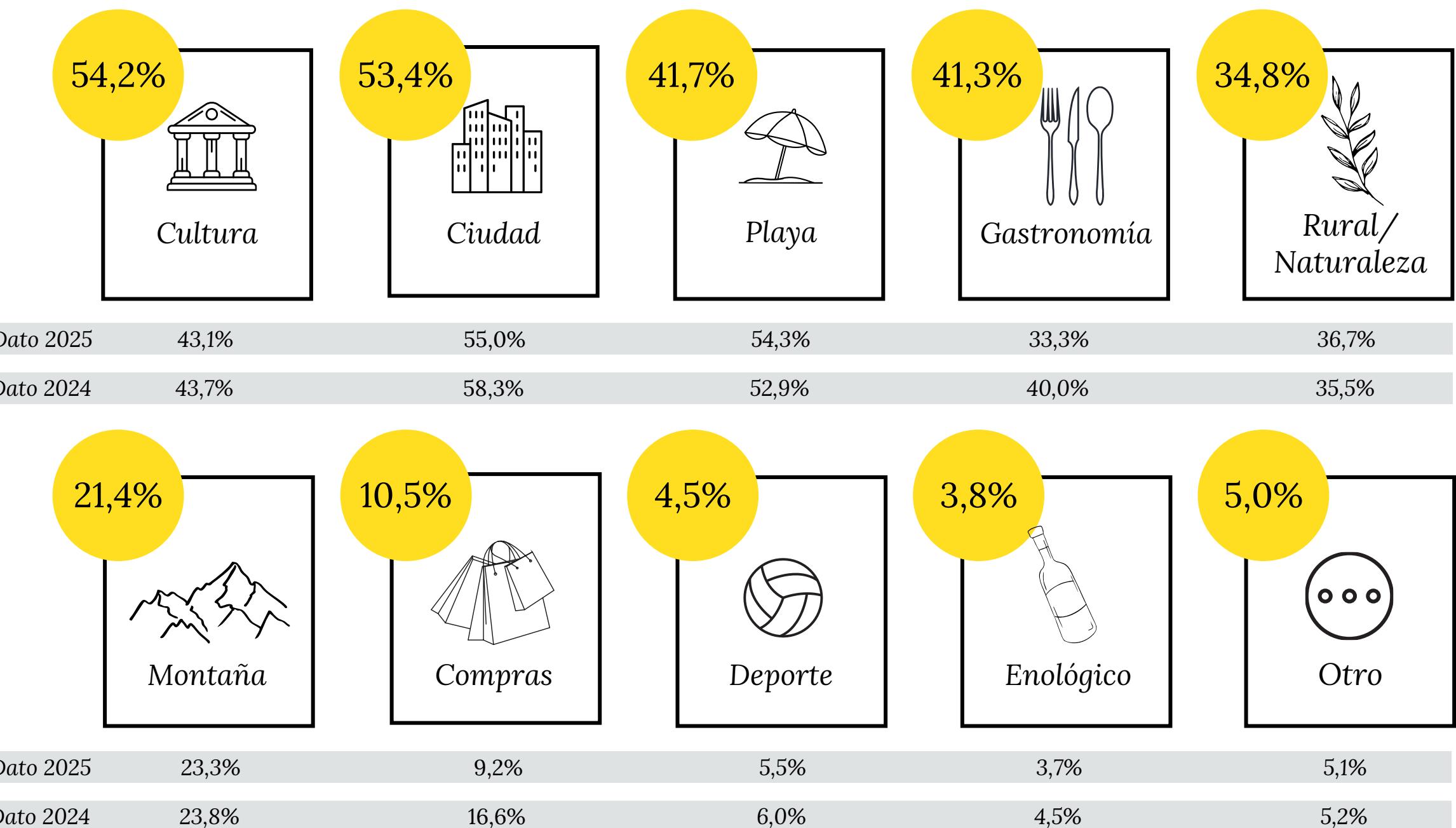
2. Los viajes de 2026

Qué se busca disfrutar en los viajes previstos para 2026

¿Qué es lo que buscarás disfrutar en esos destinos?

Las preferencias sobre qué disfrutar en los viajes muestran una elevada continuidad respecto a años anteriores, aunque con algunos ajustes en el peso relativo de cada experiencia.

De cara a 2026, ciudad y cultura se consolidan como los principales ejes del viaje, mientras que la playa pierde protagonismo frente a propuestas más variadas. La gastronomía y los entornos rurales y naturales mantienen un papel relevante, reforzando un modelo de viaje más combinado y experiencial.



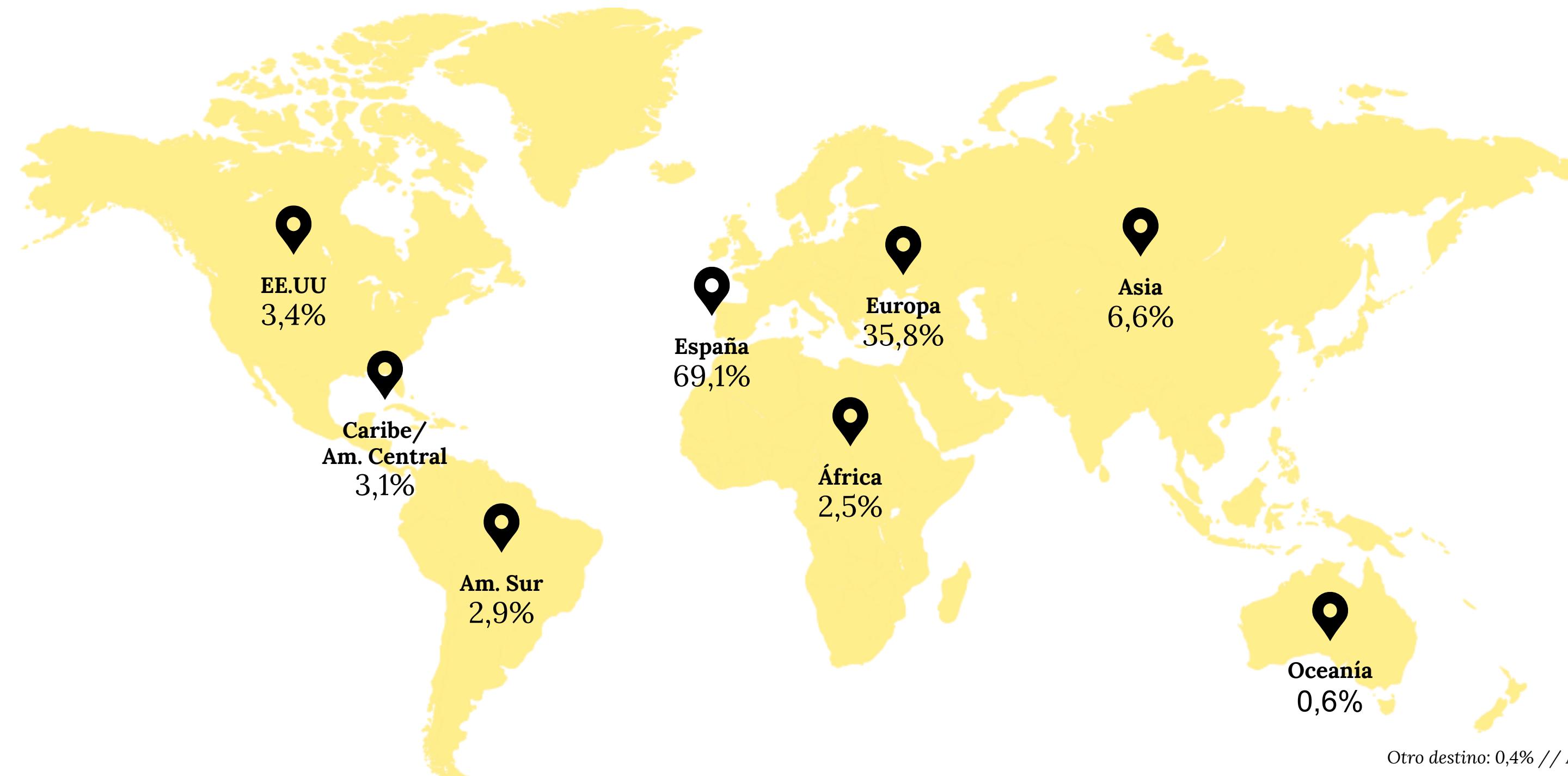
Aún no lo sé: 5,4%

Nota: Respuesta múltiple

2.Los viajes de 2026

Destinos previstos para los viajes de 2026

¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



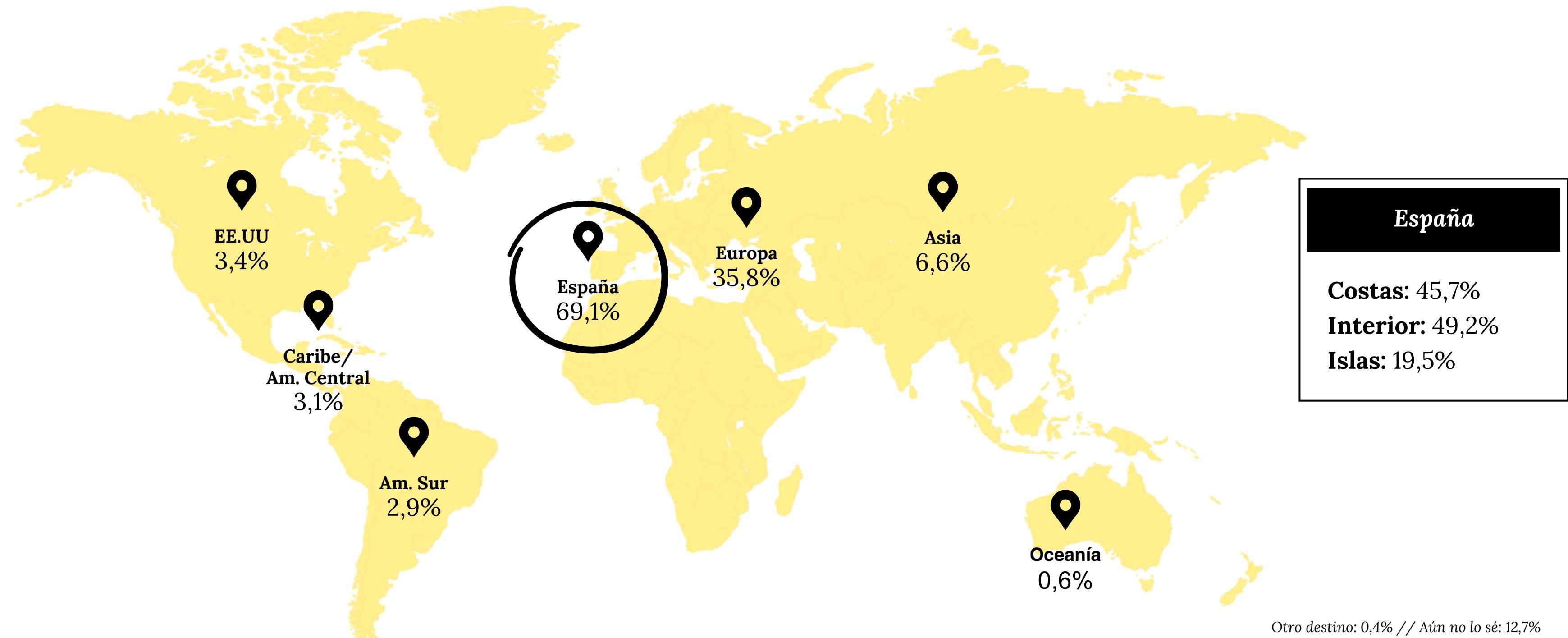
Otro destino: 0,4% // Aún no lo sé: 12,7%

Nota: Respuesta múltiple

2.Los viajes de 2026

España: destinos previstos para los viajes de 2026

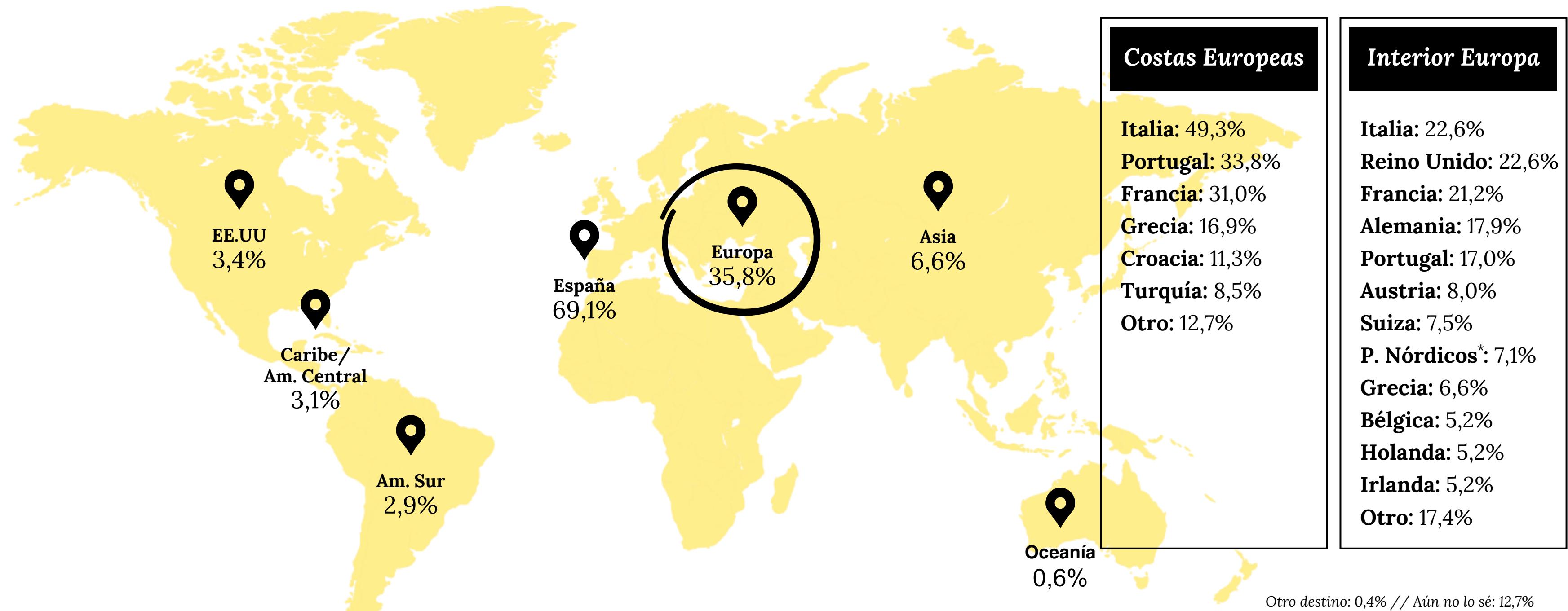
¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



2.Los viajes de 2026

Europa: destinos previstos para los viajes de 2026

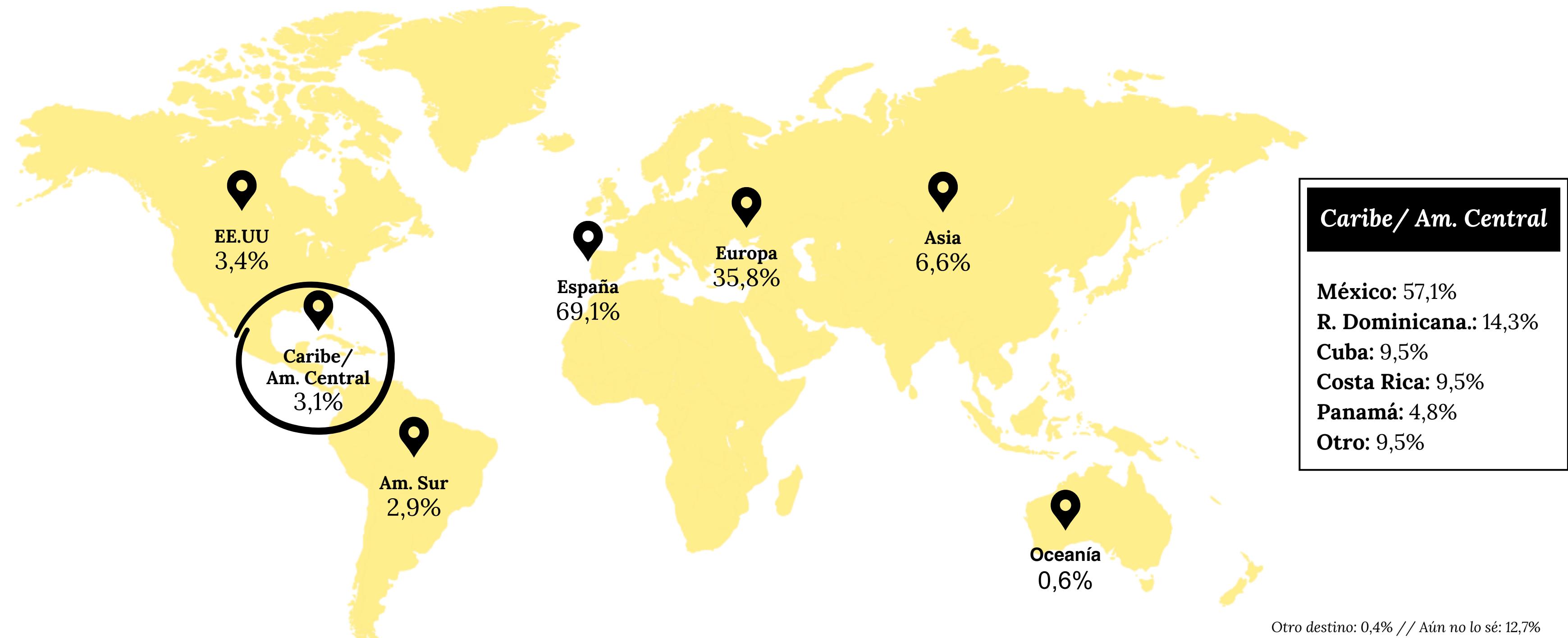
¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



 2. Los viajes de 2026

Caribe / América Central: destinos previstos para los viajes de 2026

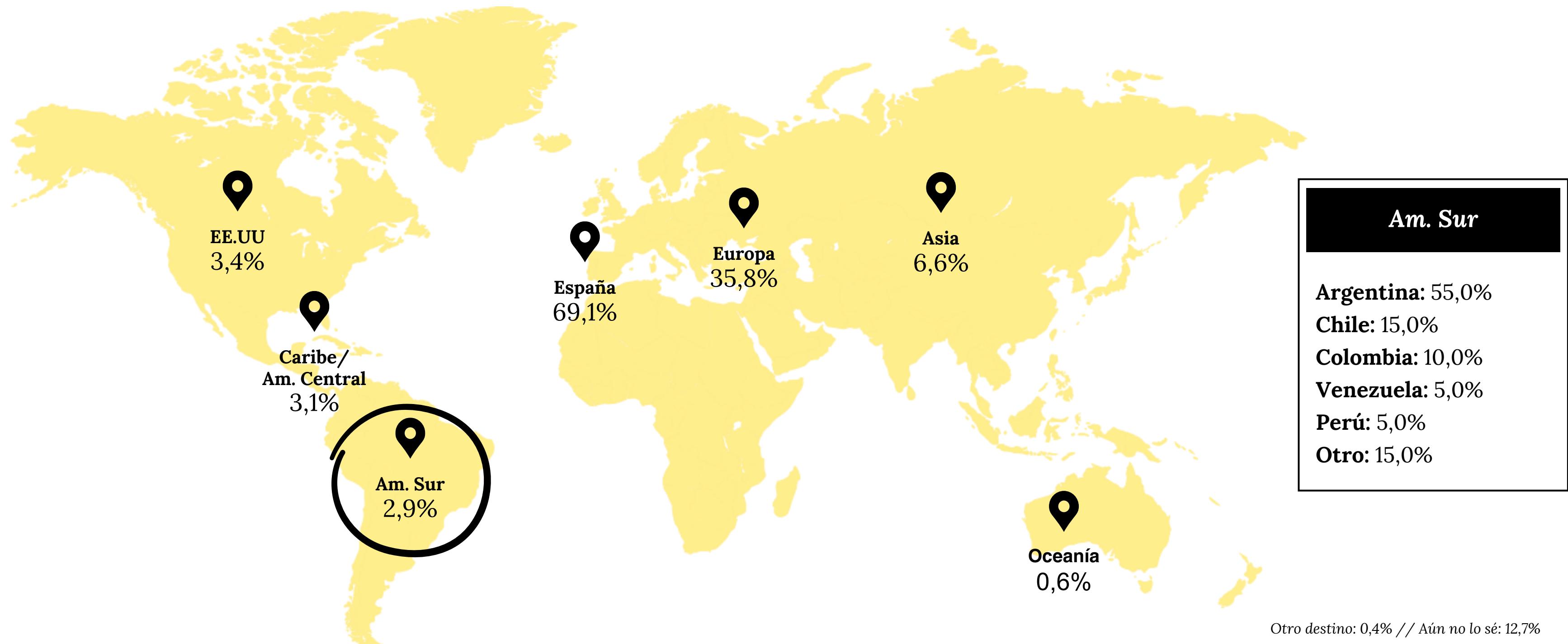
¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



2.Los viajes de 2026

América del Sur: destinos previstos para los viajes de 2026

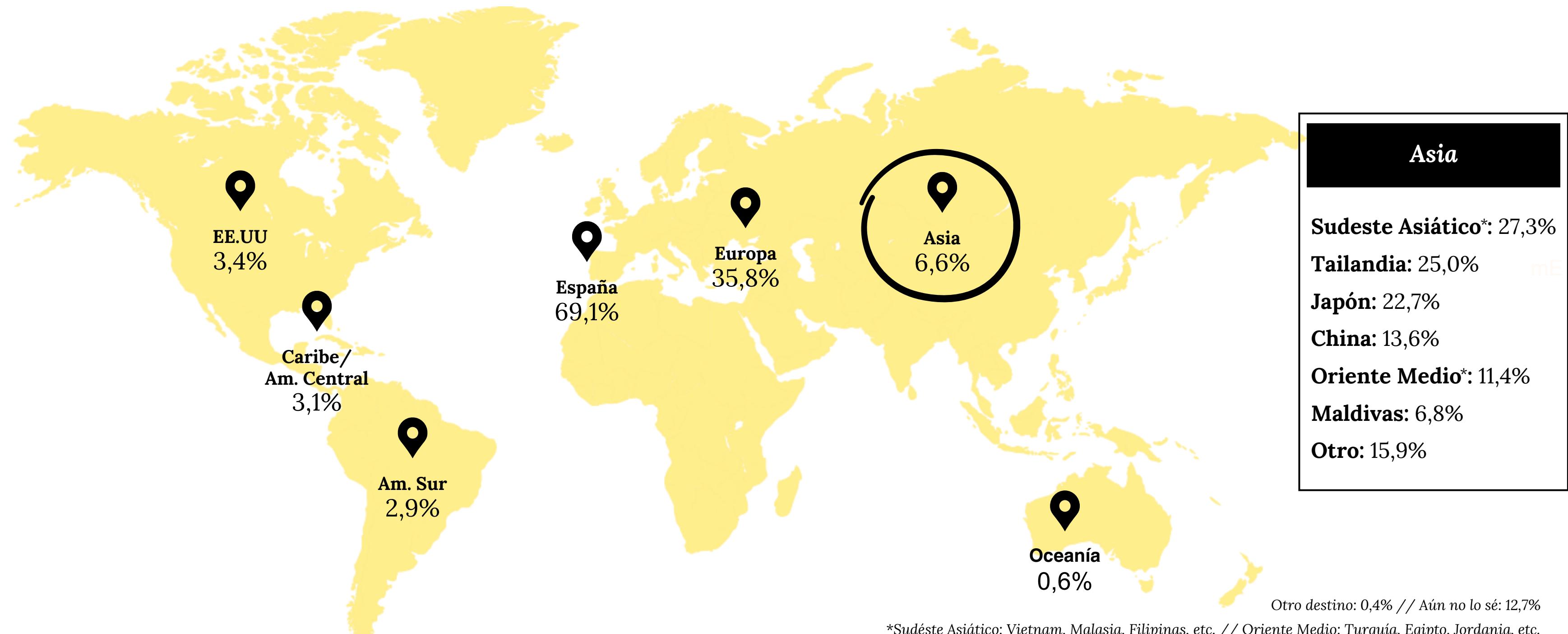
¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



 2. Los viajes de 2026

Asia: destinos previstos para los viajes de 2026

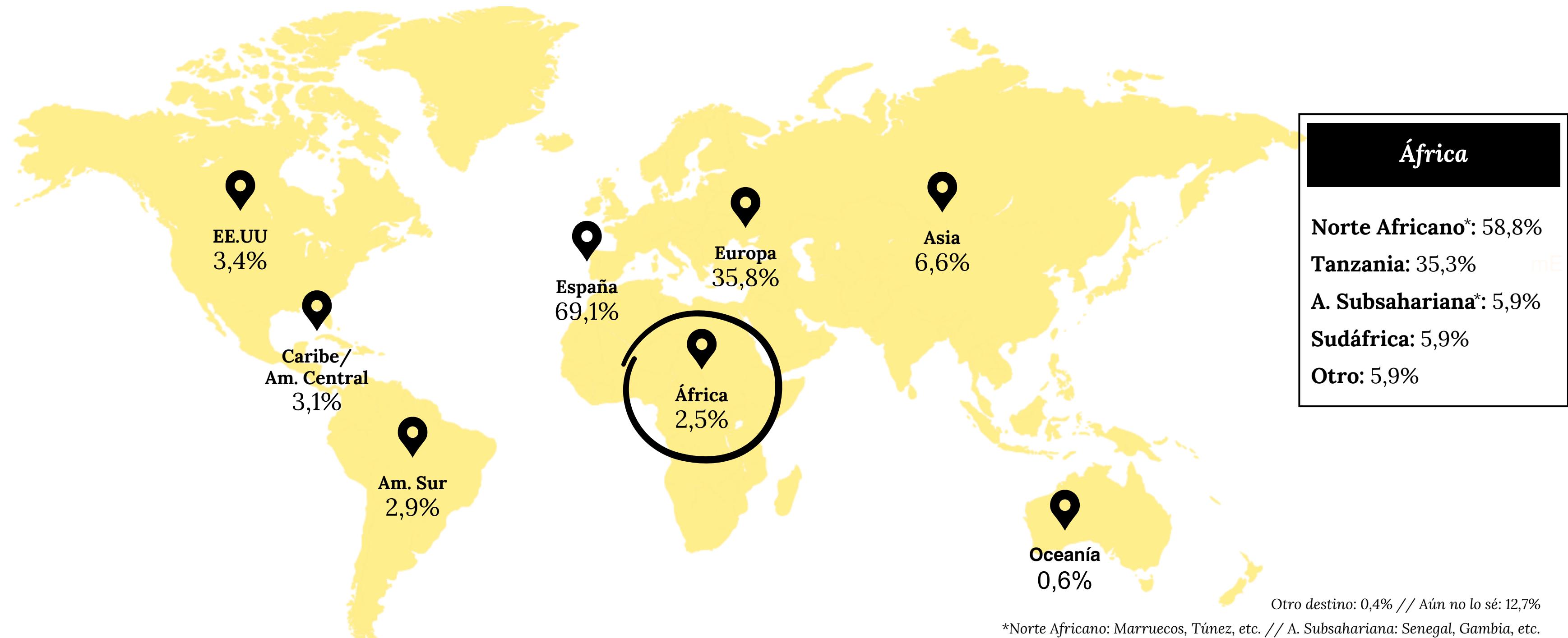
¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



2.Los viajes de 2026

África: destinos previstos para los viajes de 2026

¿Qué destinos tienes previsto visitar en el 2026?



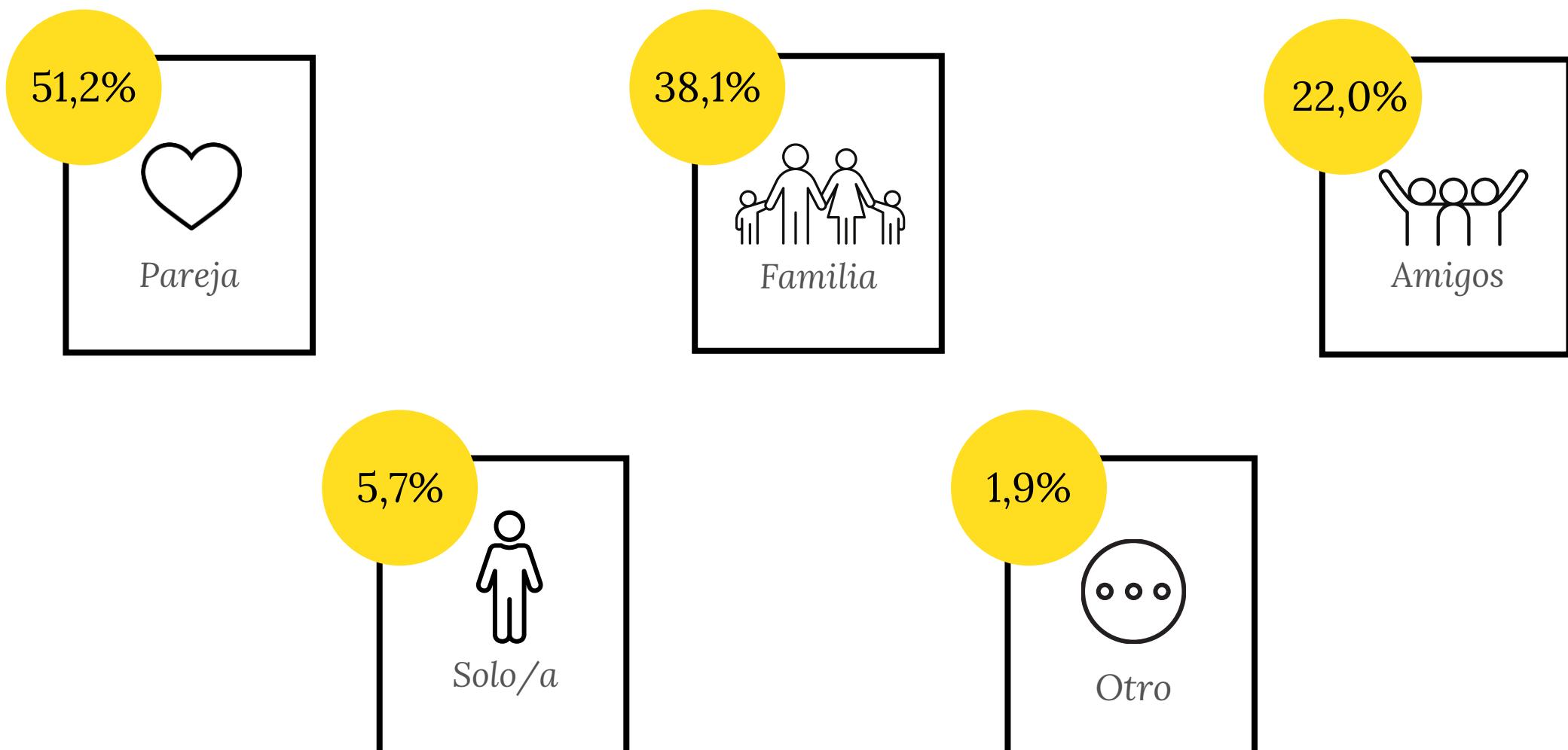
 2.Los viajes de 2026

Con quién se prevé viajar en 2026

¿Con quién viajarás?

Los viajes previstos para 2026 mantienen un marcado carácter compartido, con la pareja y la familia como principales compañeros de viaje.

Más de la mitad de los viajeros anticipa viajar en pareja y cerca de cuatro de cada diez lo hará en familia, mientras que los viajes con amigos ocupan un lugar relevante como opción complementaria.



Aún no lo sé: 3,4%
Nota: Respuesta múltiple

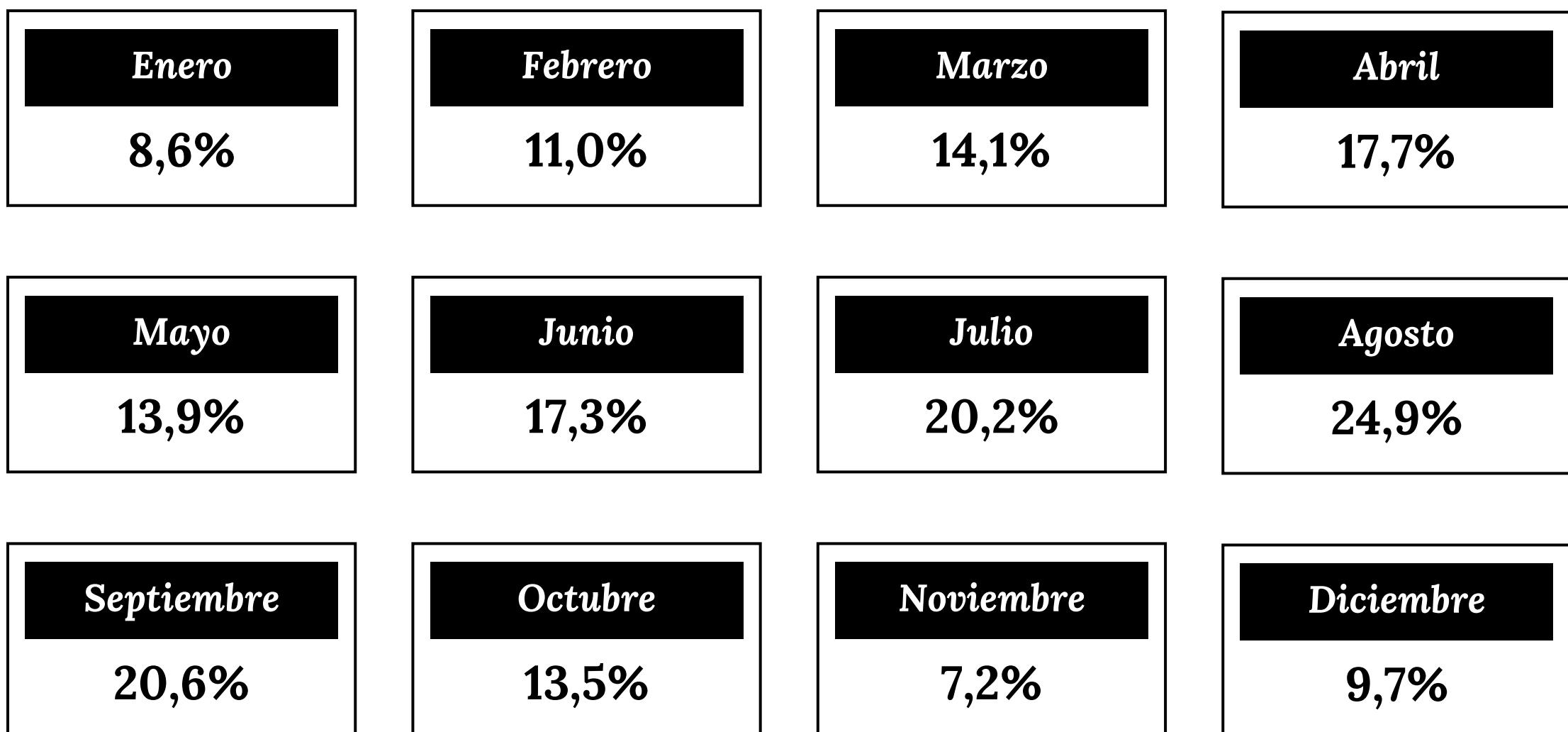
 2. Los viajes de 2026

Fechas previstas para viajes en 2026

¿En qué fecha viajarás?

Las previsiones para 2026 mantienen una fuerte concentración de los viajes en los meses tradicionalmente vacacionales, combinada con un elevado grado de flexibilidad en la planificación.

El verano sigue siendo el principal periodo de viaje, con agosto y julio a la cabeza, mientras que la primavera y el inicio del otoño refuerzan su papel como momentos clave para viajar. El elevado porcentaje de viajeros que aún no ha definido fechas concretas refleja un contexto de planificación abierta, en el que las decisiones se irán cerrando a medida que avance el año.



Aún no lo sé: 27,4%

Nota: Respuesta múltiple

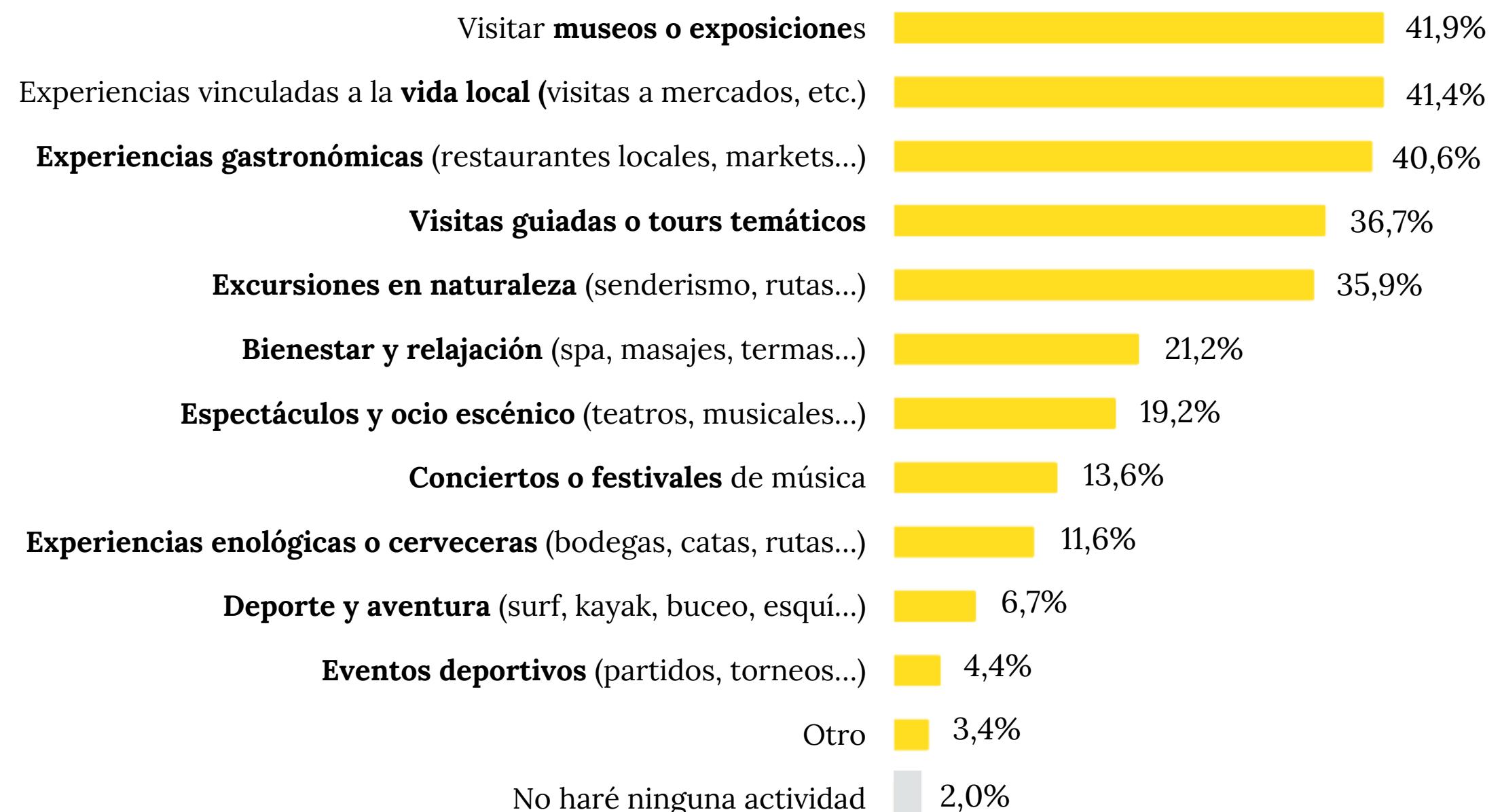
2.Los viajes de 2026

Qué actividades se realizarán en las vacaciones de 2026

¿Qué tipo de actividades tienes previsto hacer en tus vacaciones de 2026?

Los viajes previstos para 2026 se conciben como experiencias activas y con alto contenido cultural y local.

Los viajeros anticipan vacaciones en las que priman las visitas culturales, el contacto con la vida local y la gastronomía, combinadas con excursiones en naturaleza y actividades guiadas. El bajo peso de quienes declaran no realizar ninguna actividad refuerza la idea de un viaje planificado para “aprovechar el destino”, mientras que el porcentaje de indecisión refleja que parte de estas experiencias se decidirán en una fase más avanzada del viaje.



Aún no lo sé: 14,8%

Nota: Respuesta múltiple

3. Los viajes soñados

Destinos, viabilidad, motivaciones y barreras



3. Los viajes soñados

Hacia dónde soñamos viajar los españoles

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar?



Otros destinos: 11,9%

*P. Nórdicos: Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia e Islandia // Oriente Medio: Turquía, Egipto, Jordania, etc. // Sudeste Asiático: Vietnam, Malasia, Filipinas, etc. // Islas Africanas: Seychelles, Mauricio, Cabo Verde, etc. // Norte Africano: Marruecos, Túnez, etc. // Países Balcánicos: Albania, Bosnia y Herzegovina, Serbia, etc. // África Subsahariana: Senegal, Gambia, etc.

Nota: Respuesta múltiple

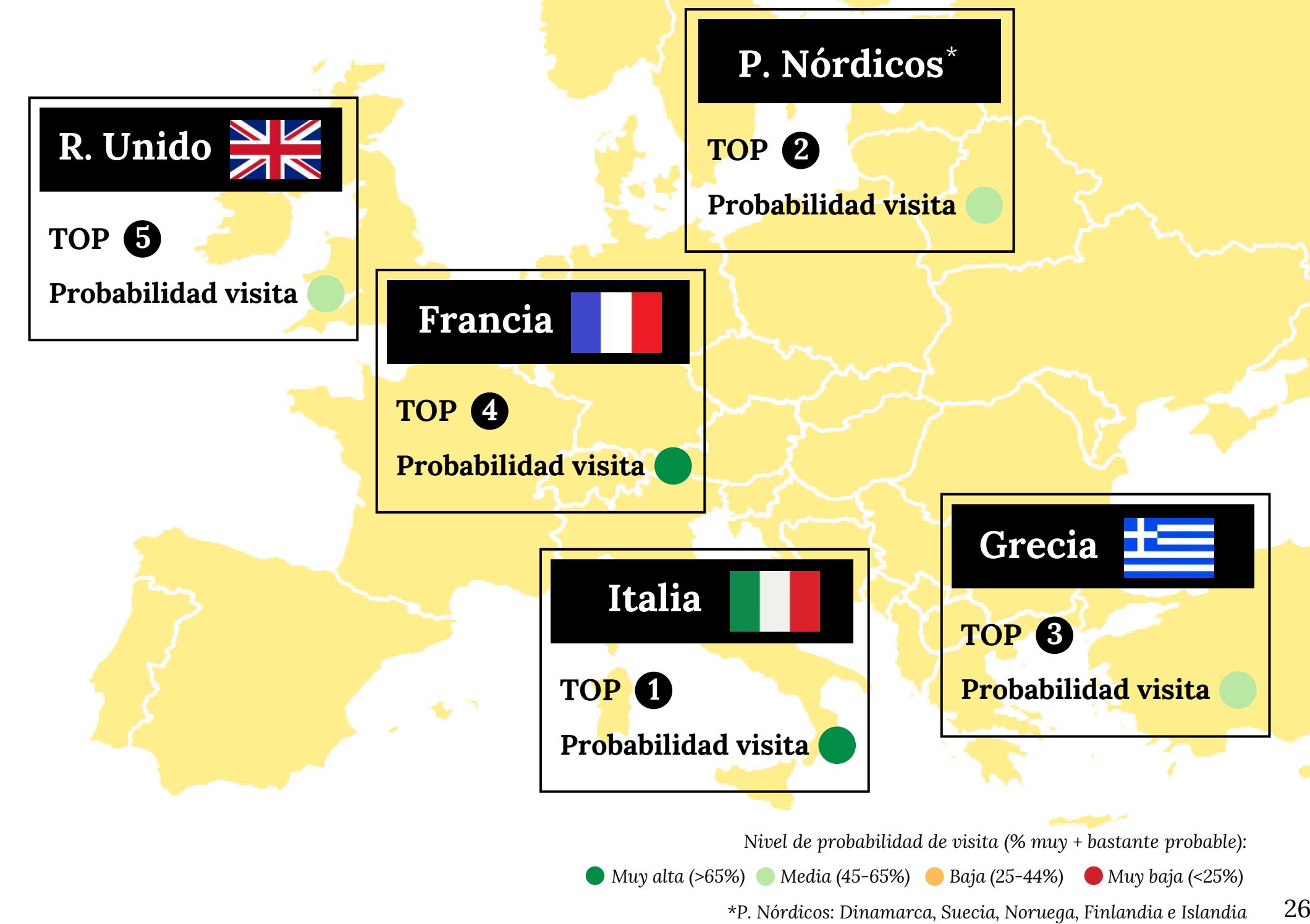
3. Los viajes soñados

Europa: TOP 5 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

Europa concentra los destinos soñados más cercanos y mejor posicionados en términos de viabilidad percibida.

Italia lidera claramente el ranking como el principal destino soñado de la región y combina ese atractivo con una probabilidad de visita elevada, lo que lo sitúa como el referente europeo por excelencia. Francia y Grecia se mantienen también entre los destinos más deseados, con una viabilidad sólida que refuerza su carácter de viajes aspiracionales pero alcanzables. Los Países Nórdicos destacan por su fuerte atractivo, aunque con una probabilidad algo más moderada, mientras que Reino Unido, pese a figurar en el TOP 5, presenta una percepción de mayor barrera para su realización.



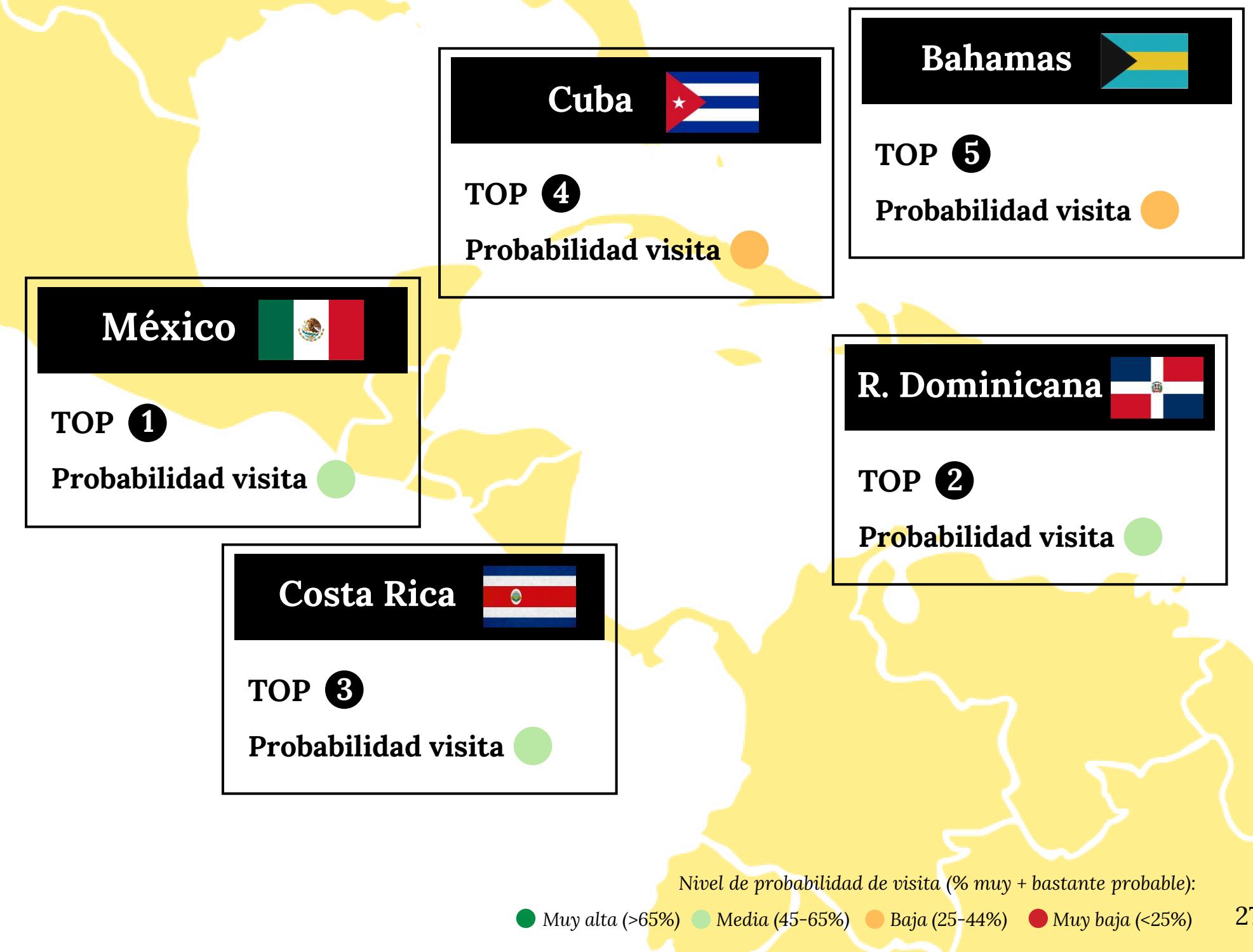
3. Los viajes soñados

Caribe/América Central: TOP 5 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

Los destinos soñados de Caribe y América Central muestran un liderazgo claro, pero con diferencias relevantes en la viabilidad percibida de visita.

México encabeza el ranking regional y presenta una probabilidad de visita elevada, situándose como el destino mejor posicionado entre deseo y viabilidad. República Dominicana y Costa Rica ocupan posiciones destacadas dentro del TOP 5 con una percepción de viabilidad también favorable. Por el contrario, Cuba y Bahamas, aunque presentes entre los destinos más soñados de la región, registran niveles de probabilidad de visita más contenidos, lo que refleja una mayor distancia entre el interés y la realización efectiva del viaje.



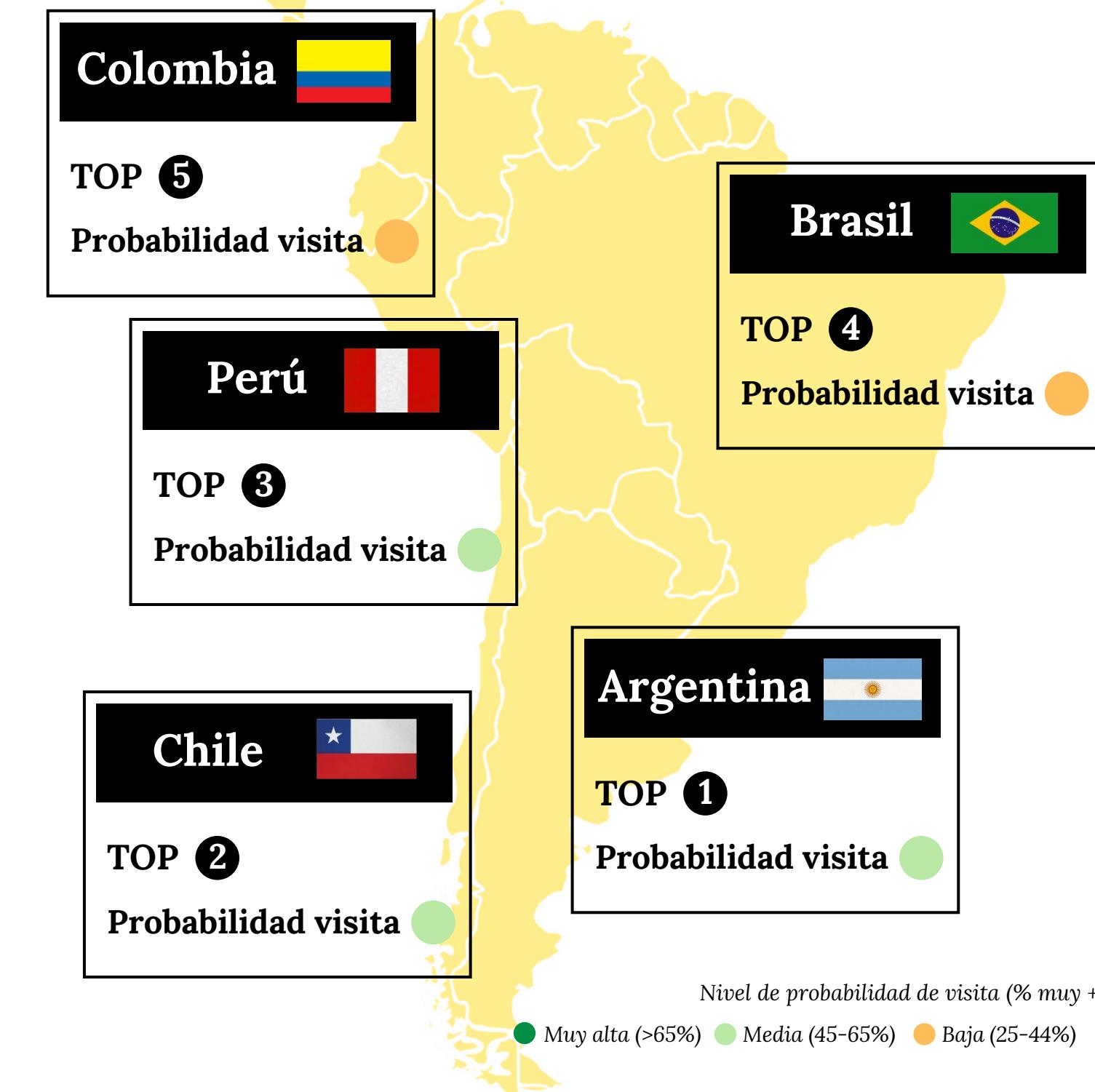
3. Los viajes soñados

América del Sur: TOP 5 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

América del Sur concentra destinos muy presentes en el ranking de viajes soñados, con diferencias claras en la viabilidad percibida dentro del TOP 5.

Argentina y Chile se sitúan entre los destinos mejor posicionados y con una probabilidad de visita más favorable, seguidos por Perú, que mantiene un perfil intermedio. Brasil y Colombia, aunque figuran entre los destinos soñados de la región, presentan una percepción de mayor dificultad para materializar el viaje.



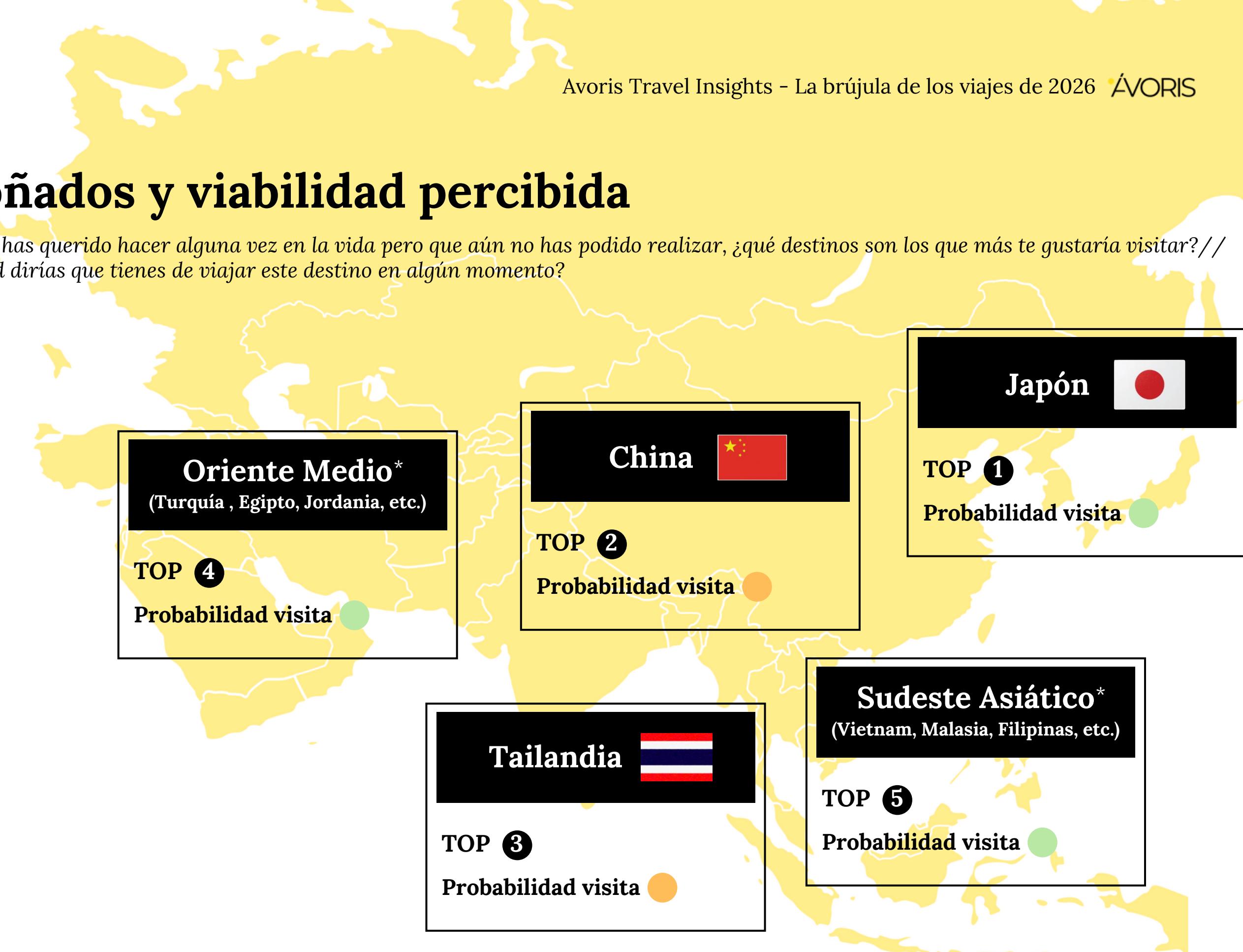
3. Los viajes soñados

Asia: TOP 5 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

Japón lidera con claridad el ranking de destinos soñados en Asia (y a nivel mundial) y se distingue por una viabilidad percibida favorable.

China y Tailandia ocupan posiciones destacadas en el ranking, aunque con una probabilidad de visita más contenida, lo que introduce una mayor distancia entre el deseo y la realización del viaje. Oriente Medio y el Sudeste Asiático completan el TOP 5 con perfiles intermedios, situándose en un punto de equilibrio entre atractivo y barreras percibidas.



Nivel de probabilidad de visita (% muy + bastante probable):

● Muy alta (>65%) ● Media (45-65%) ● Baja (25-44%) ● Muy baja (<25%)

*Oriente Medio: Turquía, Egipto, Jordania, etc // Sudeste Asiático: Vietnam, Malasia, Filipinas, etc.

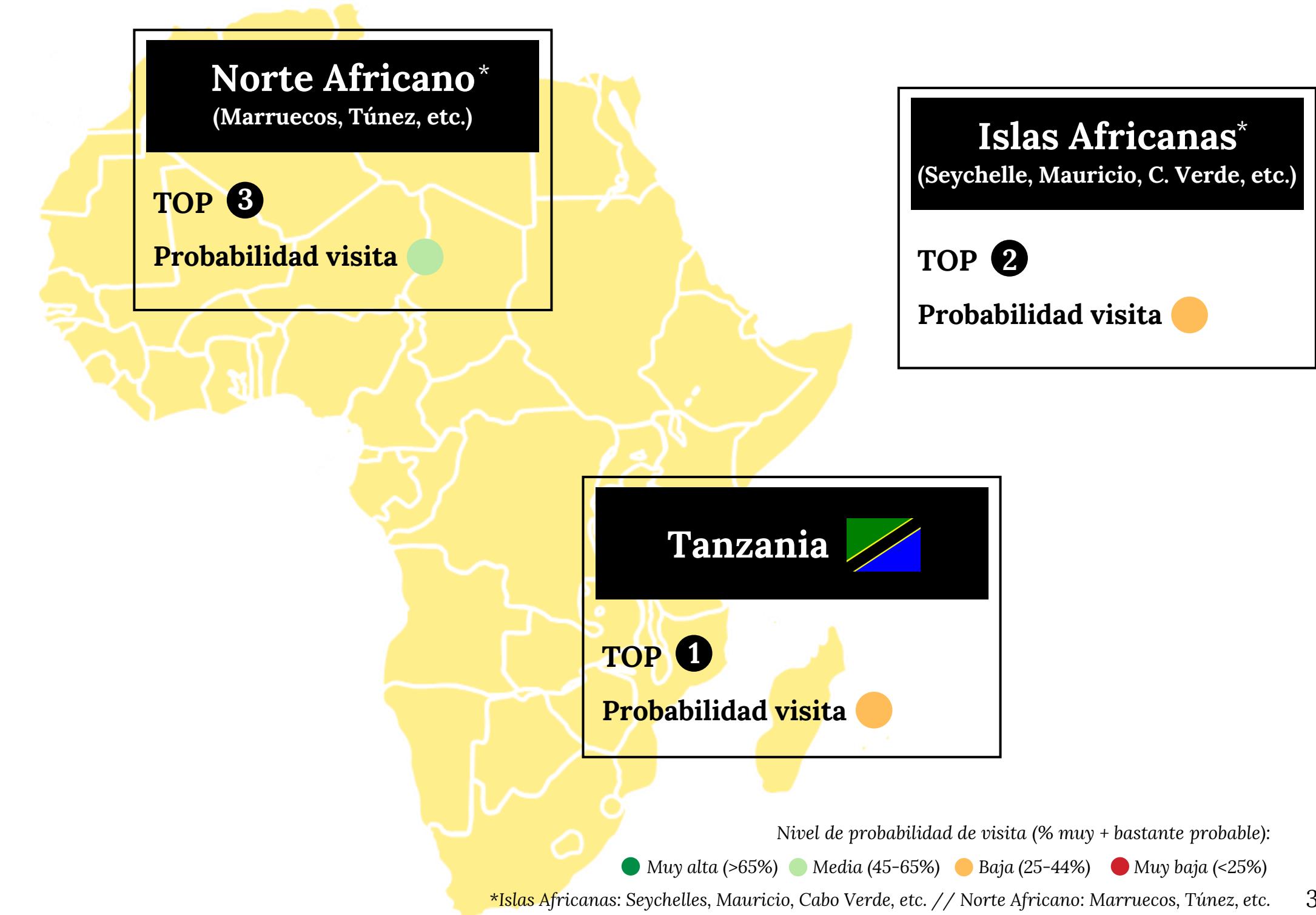
3. Los viajes soñados

África: TOP 3 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

Tanzania lidera el ranking de destinos soñados en África, mientras que las Islas y el Norte de África presentan una viabilidad percibida más favorable.

Tanzania se posiciona como el principal referente del imaginario africano, aunque con una probabilidad de visita más contenida. Las islas (Seychelles, Mauricio, Cabo Verde...) y el Norte de África, en cambio, combinan una presencia destacada en el ranking con una percepción de viabilidad más elevada, situándose como opciones más cercanas a materializarse dentro del continente.



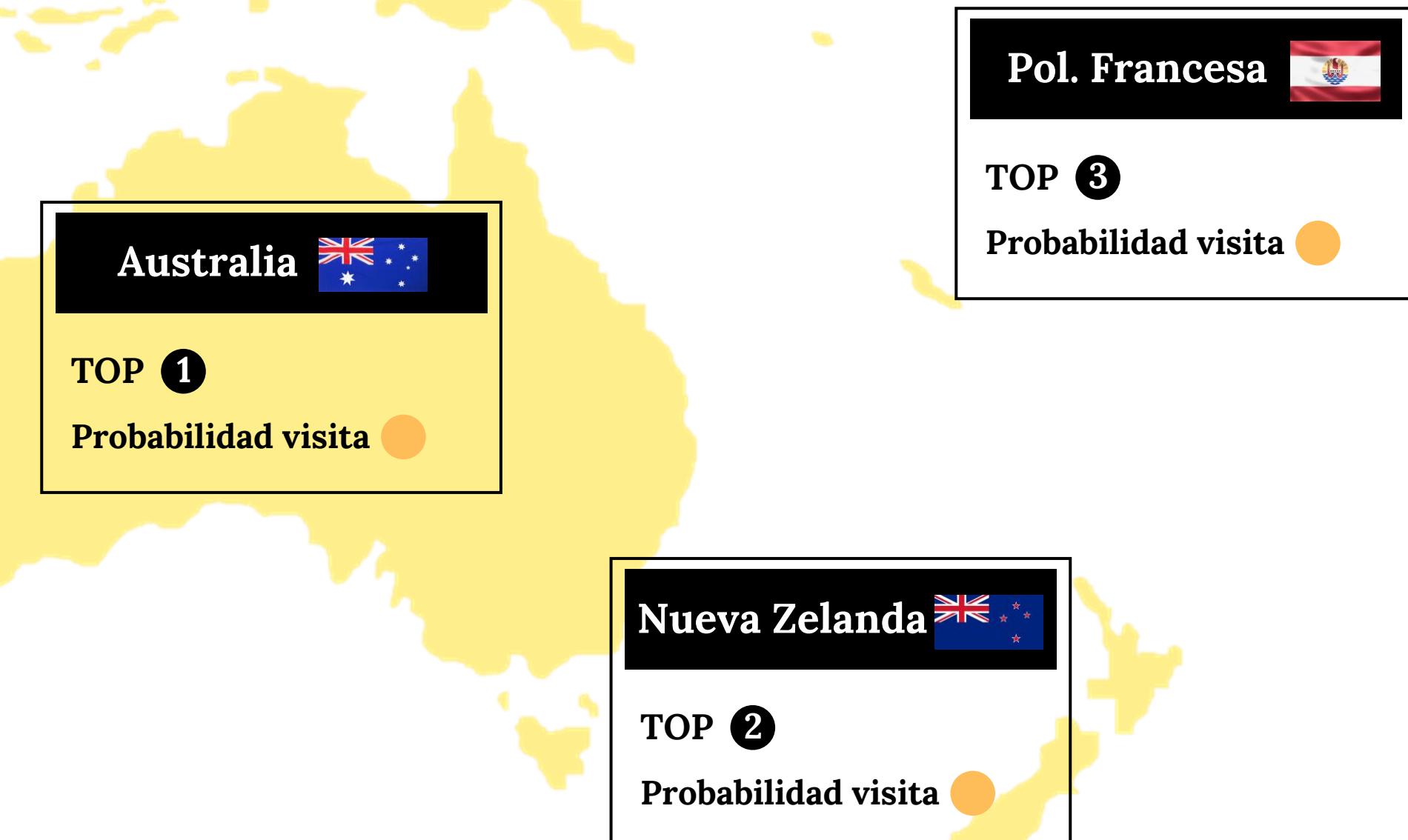
3. Los viajes soñados

Oceanía: TOP 3 destinos soñados y viabilidad percibida

Pensando en los viajes de tus sueños, esos que siempre has querido hacer alguna vez en la vida pero que aún no has podido realizar, ¿qué destinos son los que más te gustaría visitar? // Y ahora, pensando de forma realista, ¿qué probabilidad dirías que tienes de viajar este destino en algún momento?

Australia y Nueva Zelanda lideran con claridad los destinos soñados de Oceanía, aunque con una viabilidad percibida más limitada.

Australia encabeza el ranking regional como principal referente del imaginario viajero, seguida de Nueva Zelanda, mientras que la Polinesia Francesa completa el TOP 3. En los tres casos, la probabilidad de visita se sitúa en niveles bajos, reflejando una mayor distancia entre el deseo de viajar y la percepción de facilidad para materializar el viaje. Oceanía se configura así como la región más aspiracional del conjunto, donde el sueño de viajar convive con importantes barreras percibidas para su realización.



Nivel de probabilidad de visita (% muy + bastante probable):

● Muy alta (>65%) ● Media (45-65%) ● Baja (25-44%) ● Muy baja (<25%)

3. Los viajes soñados

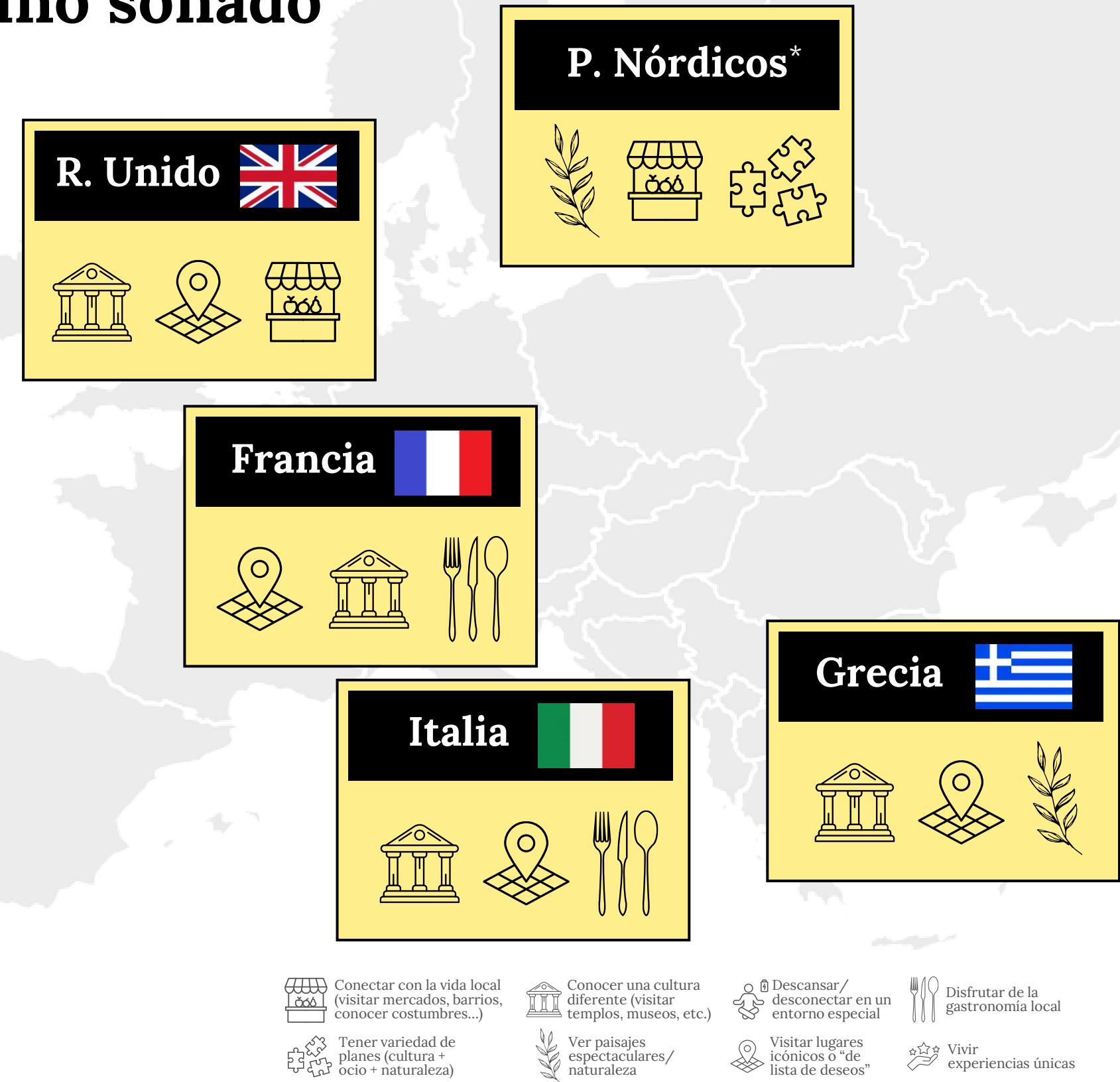
Europa: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

Los viajes soñados dentro de Europa se articulan en torno a una combinación equilibrada de cultura, descubrimiento y experiencias ligadas a la vida local.

En destinos como Italia, Francia, Grecia y Reino Unido, que concentran el mayor nivel de deseo de visita dentro de Europa, el atractivo cultural y la visita a lugares icónicos aparecen de forma recurrente como principales motores del deseo de viaje, reforzando el papel de Europa como un destino asociado al patrimonio, la historia y los referentes clásicos. Al mismo tiempo, la gastronomía y la conexión con la vida local emergen como elementos clave en países como Francia e Italia, apuntando a una búsqueda de experiencias más auténticas y cotidianas.

Por su parte, los países nórdicos incorporan con mayor fuerza la naturaleza y la variedad de planes como motivaciones diferenciales, reflejando un imaginario vinculado a paisajes, equilibrio y estilos de viaje más experienciales.



*P. Nórdicos: Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia e Islandia

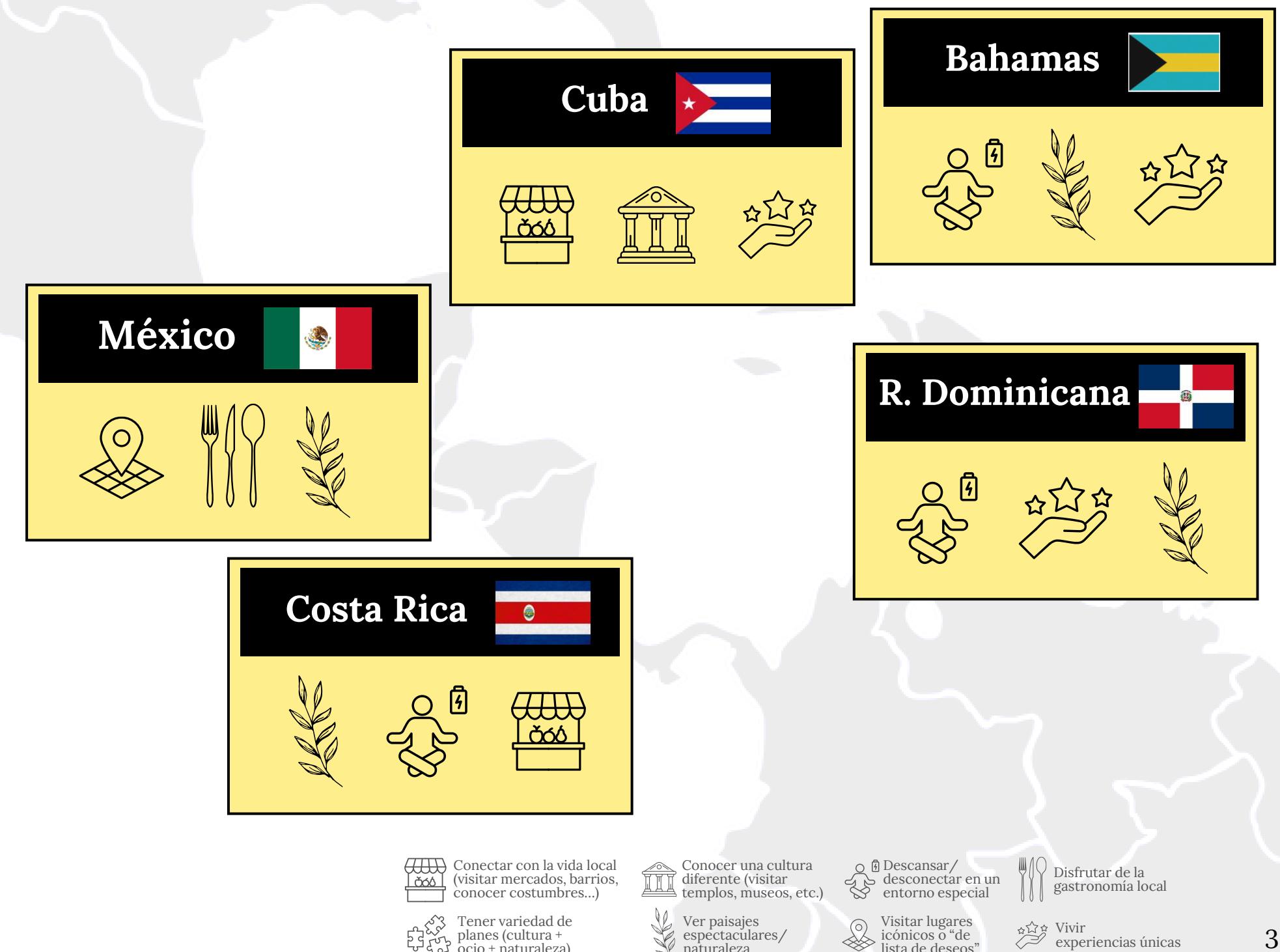
3. Los viajes soñados

Caribe y América Central: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

Los destinos más anhelados de Caribe y Centroamérica comparten una fuerte asociación con el disfrute y la desconexión, aunque con perfiles claramente diferenciados según el destino.

México destaca como un destino más diferenciado, donde al disfrute de la naturaleza se suma con fuerza el interés por su gastronomía y lugares icónicos. En cambio, destinos como República Dominicana y Bahamas se vinculan de forma más clara al descanso en entornos especiales y a experiencias únicas. Al mismo tiempo, la naturaleza adquiere un peso diferencial en Costa Rica, mientras que la conexión con la vida local y el componente cultural emergen con mayor fuerza en Cuba.



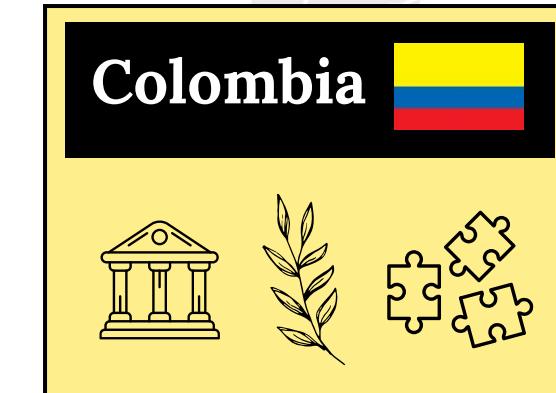
3. Los viajes soñados

América del Sur: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

En los destinos sudamericanos más soñados, el viaje se define por la combinación de grandes paisajes, interés cultural y una amplia diversidad de planes.

La atracción por la naturaleza y los entornos singulares está muy presente en la mayoría de países, situando a América del Sur como una región asociada al descubrimiento y al contacto con espacios poco cotidianos. Junto a ello, el componente cultural mantiene un papel destacado en destinos como Perú, Colombia o Brasil, mientras que la gastronomía y la vida cotidiana del destino adquieren mayor relevancia en países como Argentina y Chile, aportando una forma de viajar más ligada al día a día local.



 Conectar con la vida local (visitar mercados, barrios, conocer costumbres...)

 Tener variedad de planes (cultura + ocio + naturaleza)

 Conocer una cultura diferente (visitar templos, museos, etc.)

 Ver paisajes espectaculares/naturaleza

 Descansar/desconectar en un entorno especial

 Visitar lugares icónicos o "de lista de deseos"

 Disfrutar de la gastronomía local

 Vivir experiencias únicas

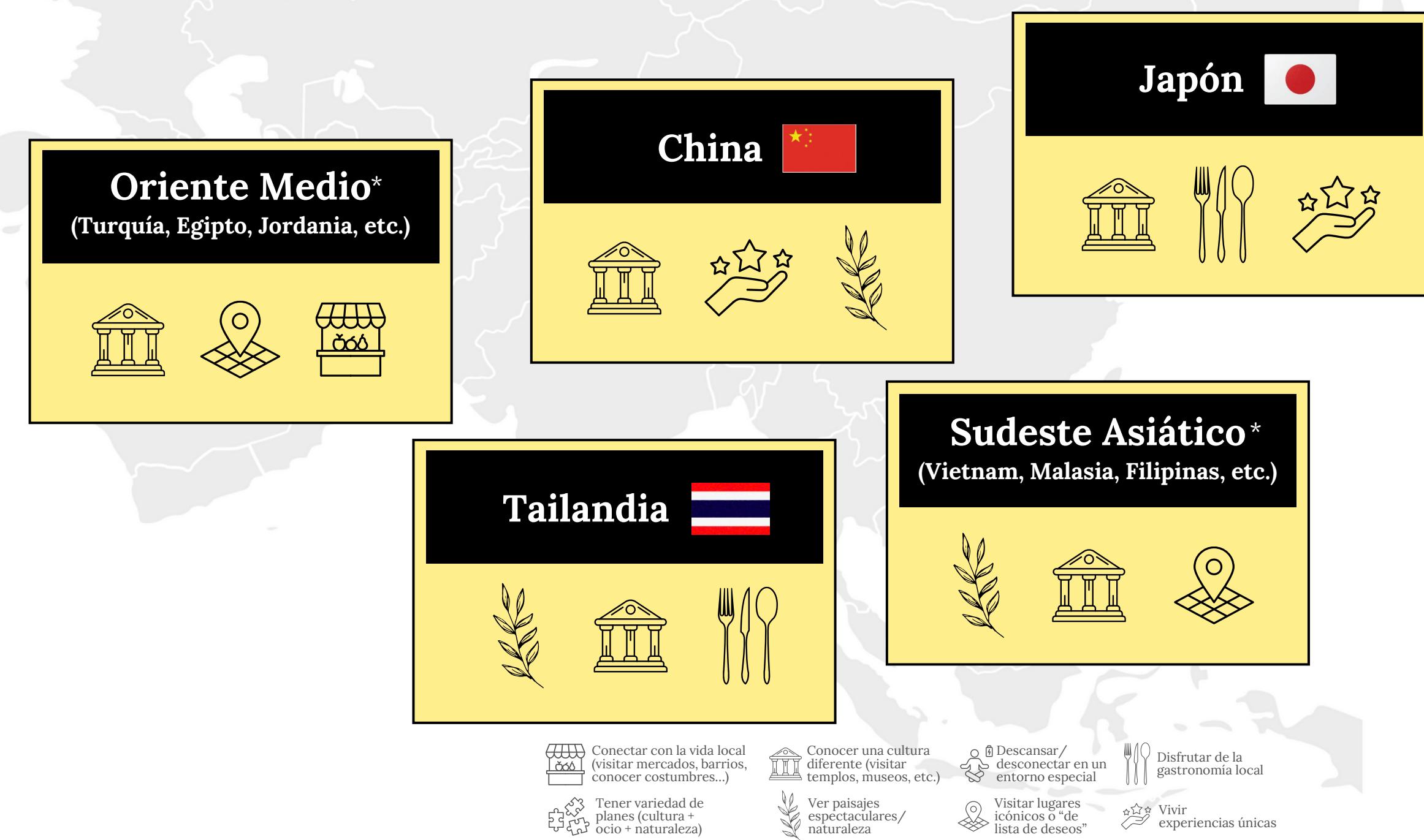
3. Los viajes soñados

Asia: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

En el caso de Asia, el interés cultural y la búsqueda de experiencias singulares son los principales motores del deseo de viaje.

La visita a referentes culturales y lugares emblemáticos aparece como un elemento común en destinos como Japón, China y Oriente Medio, situando a Asia como una región asociada al descubrimiento de culturas distintas. Junto a ello, la gastronomía y el contacto con la vida local adquieren un papel relevante en países como Japón, Tailandia y el sudeste asiático, mientras que la naturaleza complementa el atractivo en varios destinos, aportando variedad y riqueza al tipo de viaje proyectado.



*Oriente Medio: Turquía, Egipto, Jordania, etc // Sudeste Asiático: Vietnam, Malasia, Filipinas, etc.

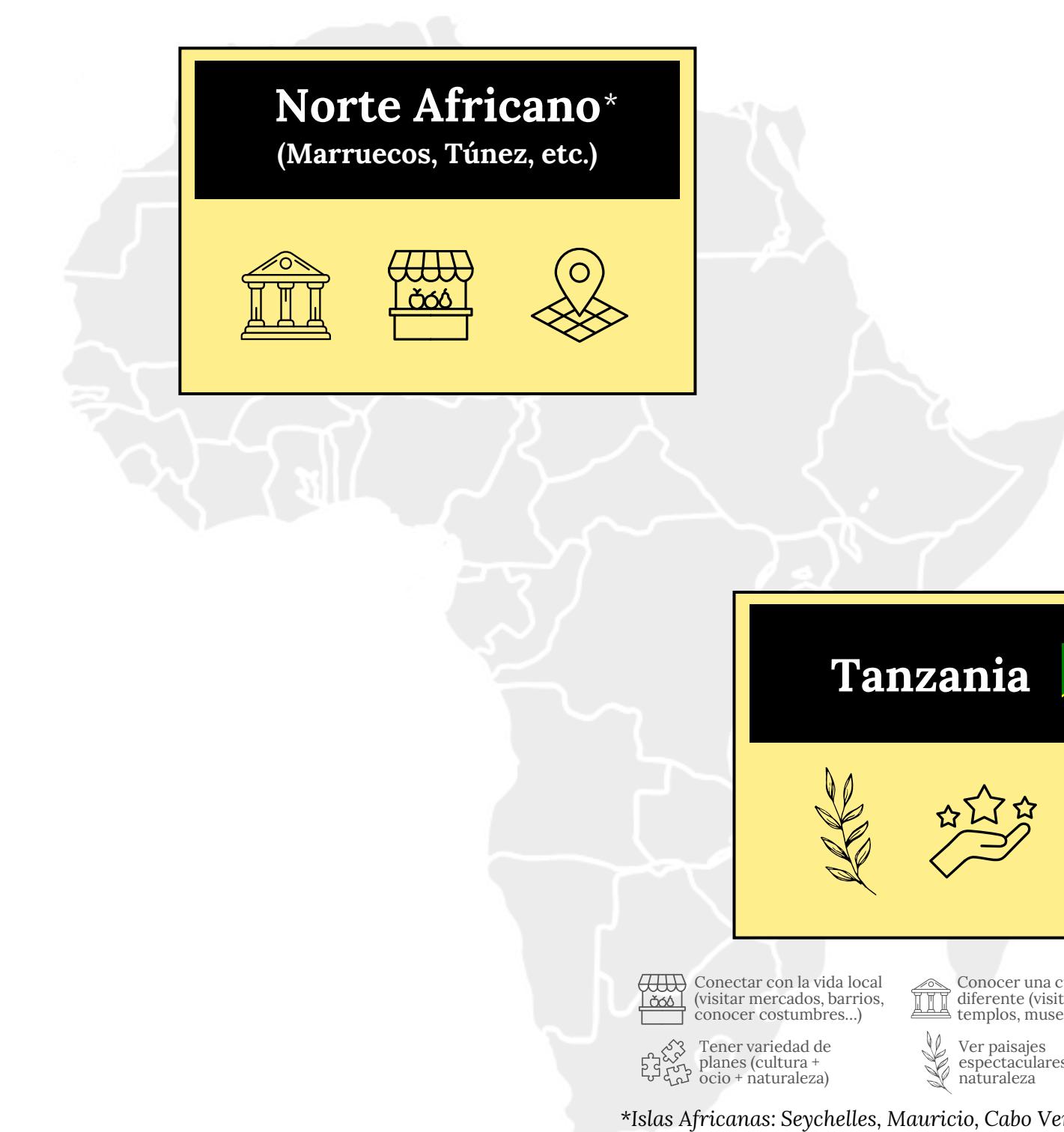
3. Los viajes soñados

África: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

Dentro de África, los destinos con más deseo de visita se asocian principalmente a la búsqueda de entornos naturales y experiencias únicas.

La naturaleza y los paisajes cobran un papel central en destinos como Tanzania, donde el viaje se vincula a vivencias memorables y poco frecuentes. En paralelo, las islas africanas destacan por su asociación con el descanso en entornos especiales, mientras que el norte de África combina el interés cultural con la conexión con la vida local, configurando propuestas de viaje más cercanas dentro del conjunto regional.



*Islas Africanas: Seychelles, Mauricio, Cabo Verde, etc. // Norte Africano: Marruecos, Túnez, etc.

3. Los viajes soñados

Oceanía: TOP 3 motivaciones por destino soñado

¿Podrías indicarnos qué te mueve principalmente a querer visitar estos destinos?

En los destinos de Oceanía más soñados, el viaje se entiende como una experiencia excepcional, marcada por la naturaleza, el deseo de vivir algo diferente y el atractivo de lugares icónicos.

Australia y Nueva Zelanda destacan por la importancia de los paisajes naturales y la variedad de planes, reforzando su asociación con viajes de exploración en entornos poco habituales. En el caso de la Polinesia Francesa, el componente de desconexión y disfrute en un entorno especial cobra mayor protagonismo, junto con la búsqueda de experiencias memorables.



 Conectar con la vida local (visitar mercados, barrios, conocer costumbres...)

 Tener variedad de planes (cultura + ocio + naturaleza)

 Ver paisajes espectaculares/naturaleza

 Conocer una cultura diferente (visitar templos, museos, etc.)

 Visitar lugares icónicos o "de lista de deseos"

 Descansar/desconectar en un entorno especial

 Disfrutar de la gastronomía local

 Vivir experiencias únicas

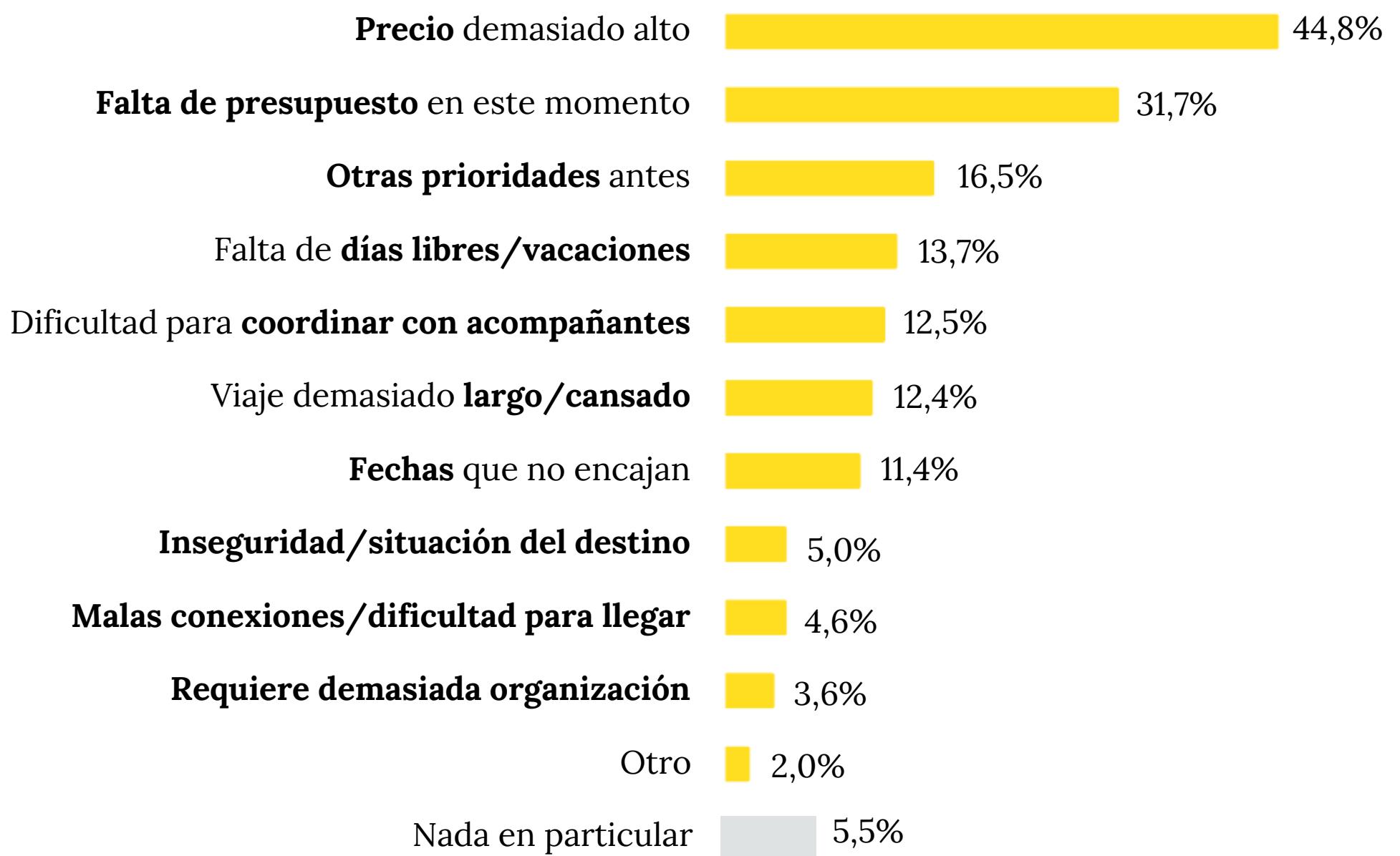
3. Los viajes soñados

Barreras para convertir el viaje soñado en realidad

Pensando en estos viajes soñados, ¿qué es lo que más te impide hacerlos realidad?

Las principales barreras para materializar los viajes soñados están claramente vinculadas a factores económicos y de disponibilidad personal.

El precio elevado y la falta de presupuesto en el momento actual se consolidan como los frenos más relevantes, situándose muy por delante del resto de obstáculos. En un segundo nivel aparecen limitaciones relacionadas con el tiempo como falta de días libres, y fechas que no encajan, y con la priorización de otras necesidades, lo que apunta a una dificultad para encajar estos viajes en la vida cotidiana. En cambio, los aspectos operativos o del propio destino (organización, conexiones, seguridad) tienen un peso mucho menor.



Nota: Respuesta múltiple

3. Los viajes soñados

Palancas para activar el viaje soñado

¿Qué necesitarías principalmente para decidirte a dar el paso y realizar este tipo de viaje soñado?

La decisión de materializar un viaje soñado se apoya principalmente en dos ejes: la oportunidad económica y la posibilidad de encajarlo en la vida personal.

Encontrar un precio atractivo actúa como el principal catalizador para dar el paso, mientras que factores como la disponibilidad de acompañantes, las fechas o la facilidad de acceso al destino condicionan que ese deseo se transforme en un plan real. Elementos como contar con una propuesta de viaje bien definida, buenas conexiones o apoyo profesional contribuyen a reducir la complejidad del proceso, facilitando la toma de decisión, aunque sin desplazar el peso central del precio y la planificación personal.



Nota: Respuesta múltiple

4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Lo que buscamos, lo que evitamos
y lo que esperamos



4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Evolución de las preferencias a la hora de viajar

Pensando en cómo ha evolucionado tu forma de viajar en los últimos años, indica si cada uno de los siguientes aspectos lo buscas ahora más, menos o igual que antes.

El viajero prioriza cada vez más la comodidad, la seguridad y la flexibilidad en el viaje, reforzando un modelo de planificación más controlado y eficiente.

En los últimos años, aumenta de forma clara la importancia de la comodidad en los desplazamientos y de una logística sencilla, junto con la necesidad de mayor seguridad y previsibilidad durante el viaje. La flexibilidad en fechas y condiciones también se consolida como un factor relevante en la toma de decisiones, al tiempo que crece el interés por viajar fuera de temporada. En paralelo, pierden atractivo los viajes con muchos traslados, los destinos “de moda” y los formatos más grupales.

Comodidad en desplazamientos y logística sencilla

Seguridad y previsibilidad en el viaje

Viajar fuera de temporada

Flexibilidad en fechas, cambios o cancelaciones

Viajes con un ritmo más pausado

Experiencias estructuradas o planificadas

Alojamientos más sencillos o básicos

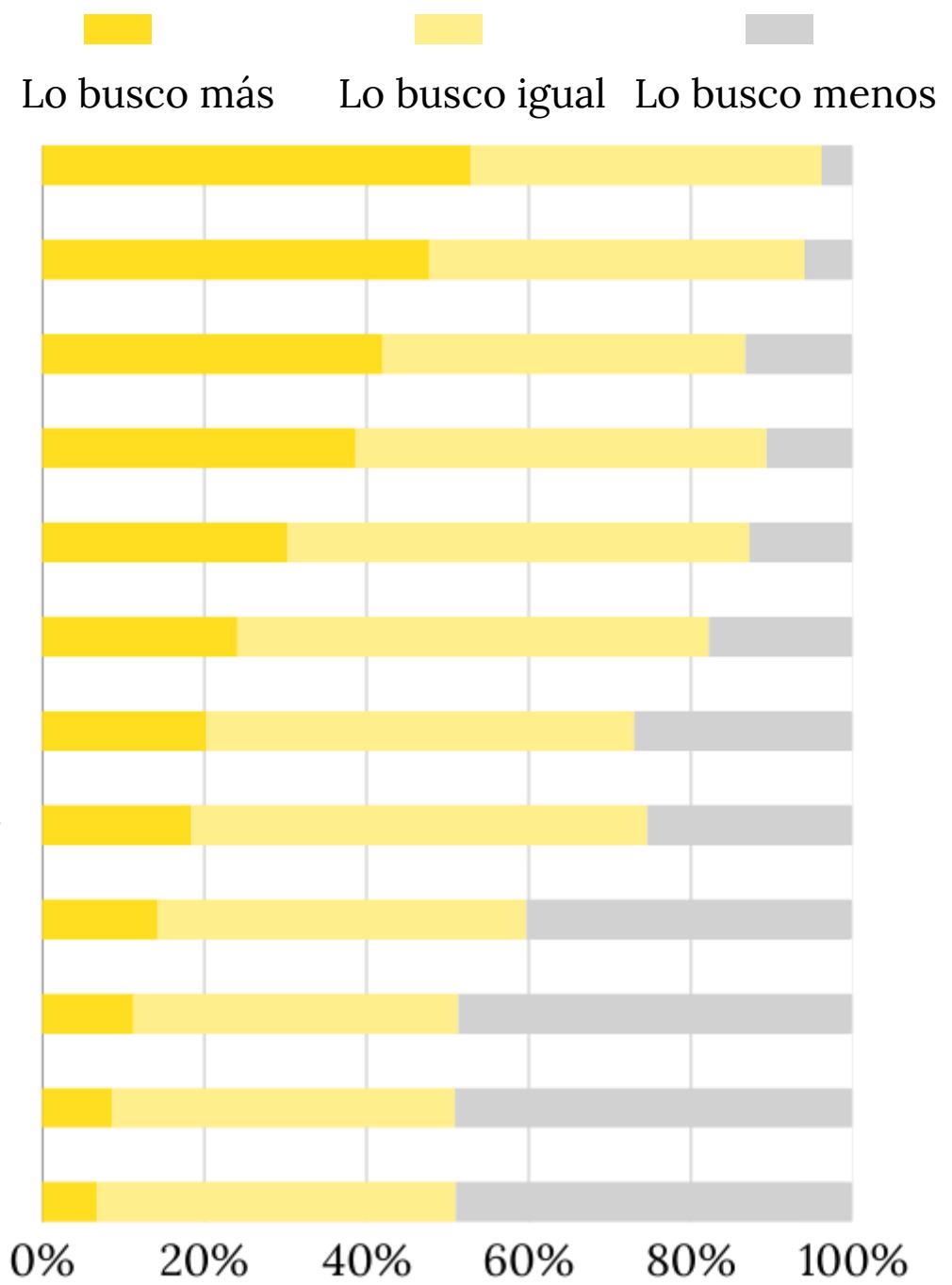
Estancias más largas en un mismo lugar

Viajes más improvisados/menos planificación previa

Viajar en grupo

Lugares turísticos o que están de moda

Viajes con varios traslados o cambios de destino



4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Experiencias que ganan peso en la forma de viajar

Y también pensando en tus viajes de los últimos años, ¿qué tipos de experiencias o formatos buscas más, menos o igual que antes?

El viajero muestra una mayor inclinación por experiencias diversas, conectadas con el entorno y con un equilibrio entre disfrute, contenido y bienestar.

En los últimos años, aumenta el interés por los espacios naturales y al aire libre, la gastronomía como parte central del viaje y la combinación de distintos tipos de planes en una misma escapada. También ganan relevancia las experiencias vinculadas a la vida local y la búsqueda de destinos según el clima o la estación. En cambio, pierden peso los viajes asociados a celebraciones concretas o a ocasiones especiales, así como los formatos excesivamente temáticos, reflejando una preferencia por propuestas más flexibles y menos encorsetadas.



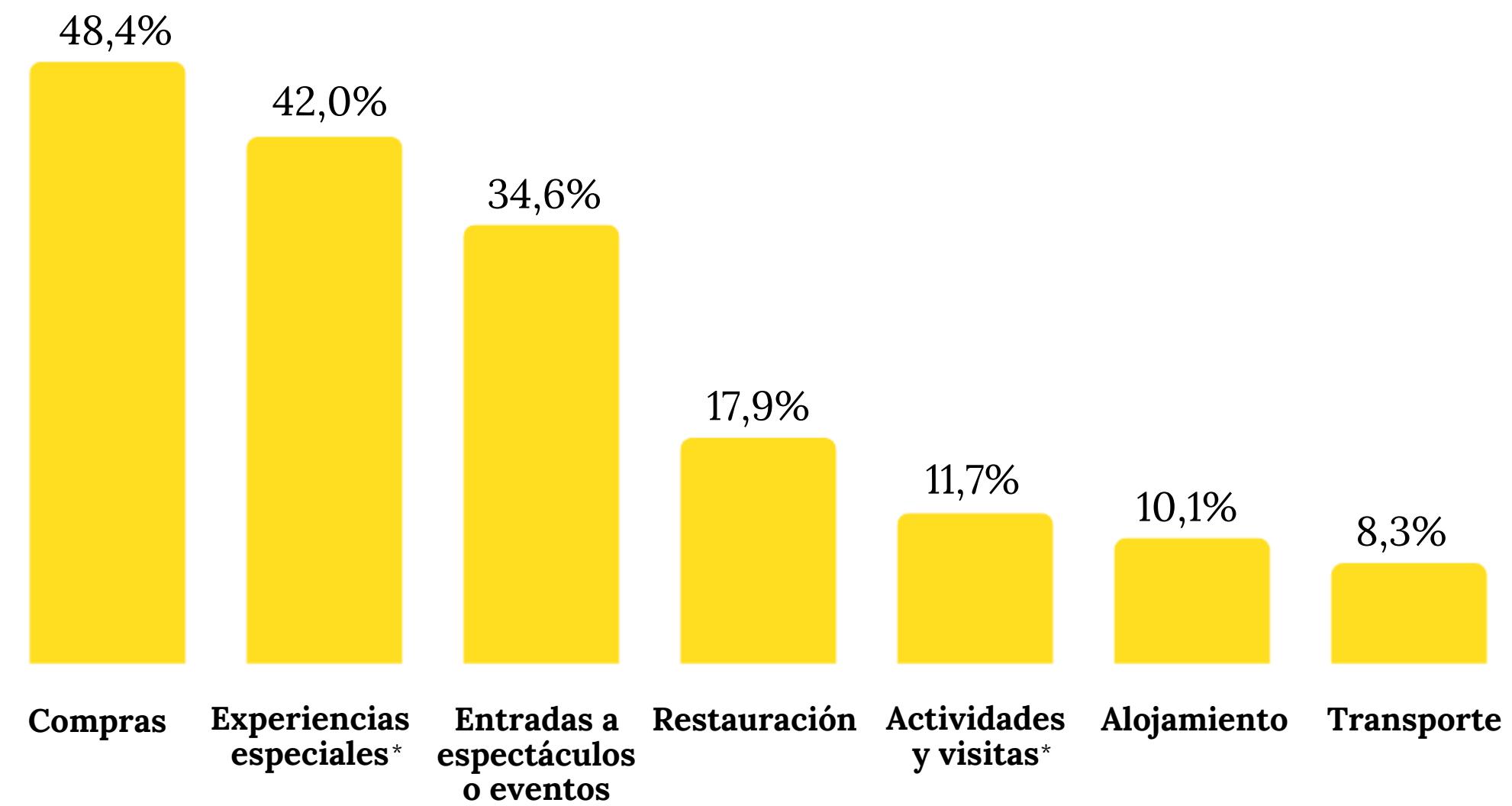
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Qué partidas se ajustan primero si hay que reducir gasto

Si tuvieses que reducir presupuesto para viajes ¿en qué aspectos recortarías antes?

Cuando es necesario ajustar el presupuesto, el viajero tiende a proteger los elementos básicos del viaje.

Las compras, las experiencias especiales y las entradas a espectáculos concentran los mayores recortes potenciales, lo que indica una clara priorización de aquello que no se percibe como esencial para el viaje. En cambio, el alojamiento, el transporte y las actividades habituales en destino se mantienen relativamente protegidos, reforzando la idea de que el presupuesto se ajusta sin comprometer la comodidad ni la estructura principal de la experiencia.



*Experiencias especiales: Algo único o diferente (tour privado, catas, paseo en globo, etc.) //
Actividades y visitas: planes habituales en destino (museos, visitas guiadas, excursiones, etc.)

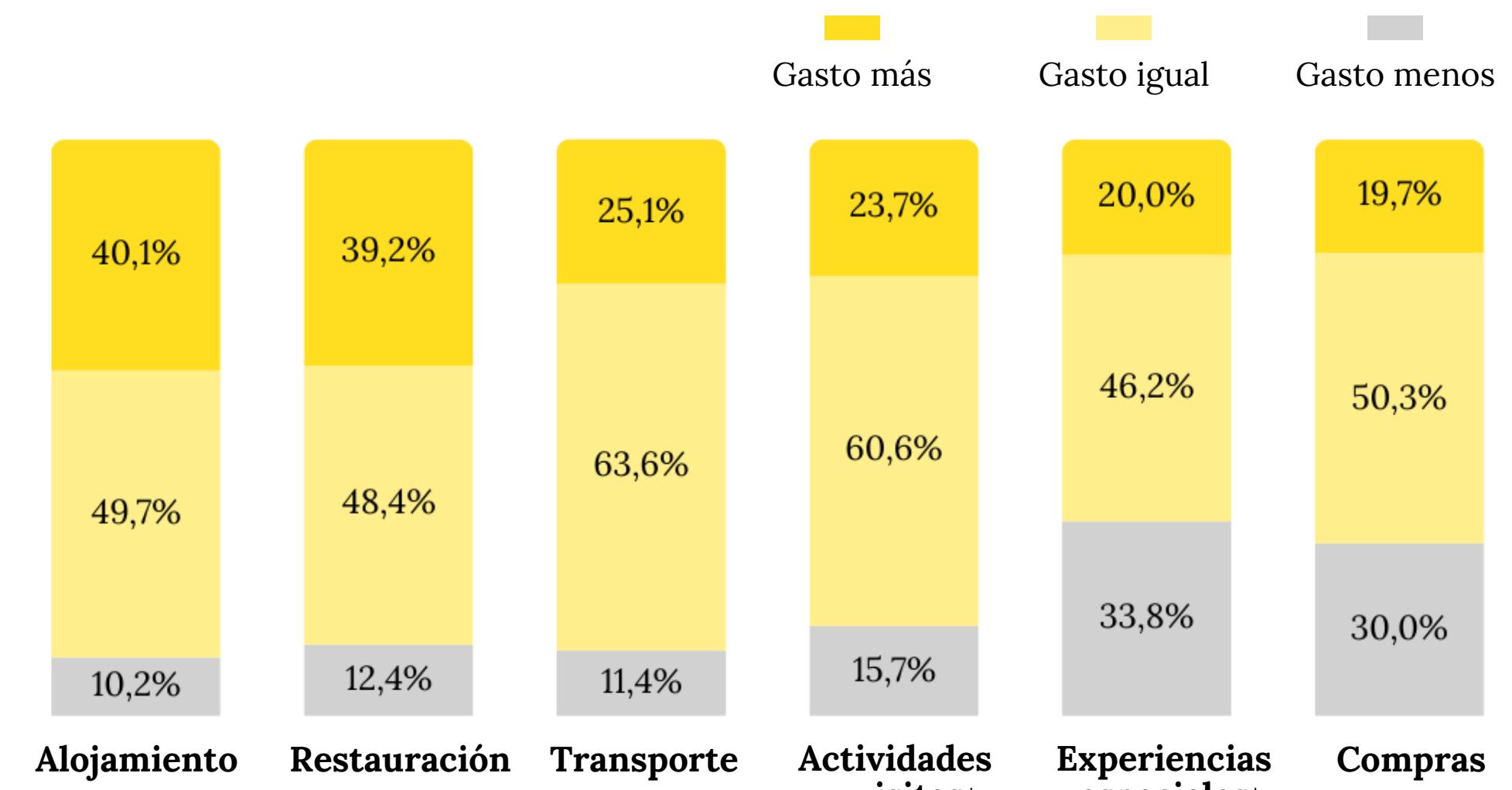
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Cómo ha cambiado el gasto en los viajes

Pensando en tus viajes de hace algunos años, ¿en cuáles de estos aspectos dirías que gasta ahora más, menos o lo mismo que antes?

El gasto en viajes se orienta cada vez más hacia los elementos esenciales de la experiencia, en un contexto de aumento generalizado de precios.

En comparación con años anteriores, el mayor peso del gasto en alojamiento y restauración responde tanto a una mayor exigencia del viajero en términos de comodidad y disfrute como al impacto del encarecimiento de partidas clave del viaje, como el alojamiento o el transporte. Este contexto limita el margen disponible para otros consumos, haciendo que el gasto se concentre en aquello que estructura y sostiene la experiencia global. Transporte y actividades habituales tienden a mantenerse estables, mientras que las experiencias especiales y las compras pierden peso relativo, reflejando una gestión más selectiva del presupuesto.



*Experiencias especiales: Algo único o diferente (tour privado, catas, paseo en globo, etc.) //
Actividades y visitas: planes habituales en destino (museos, visitas guiadas, excursiones, etc.)

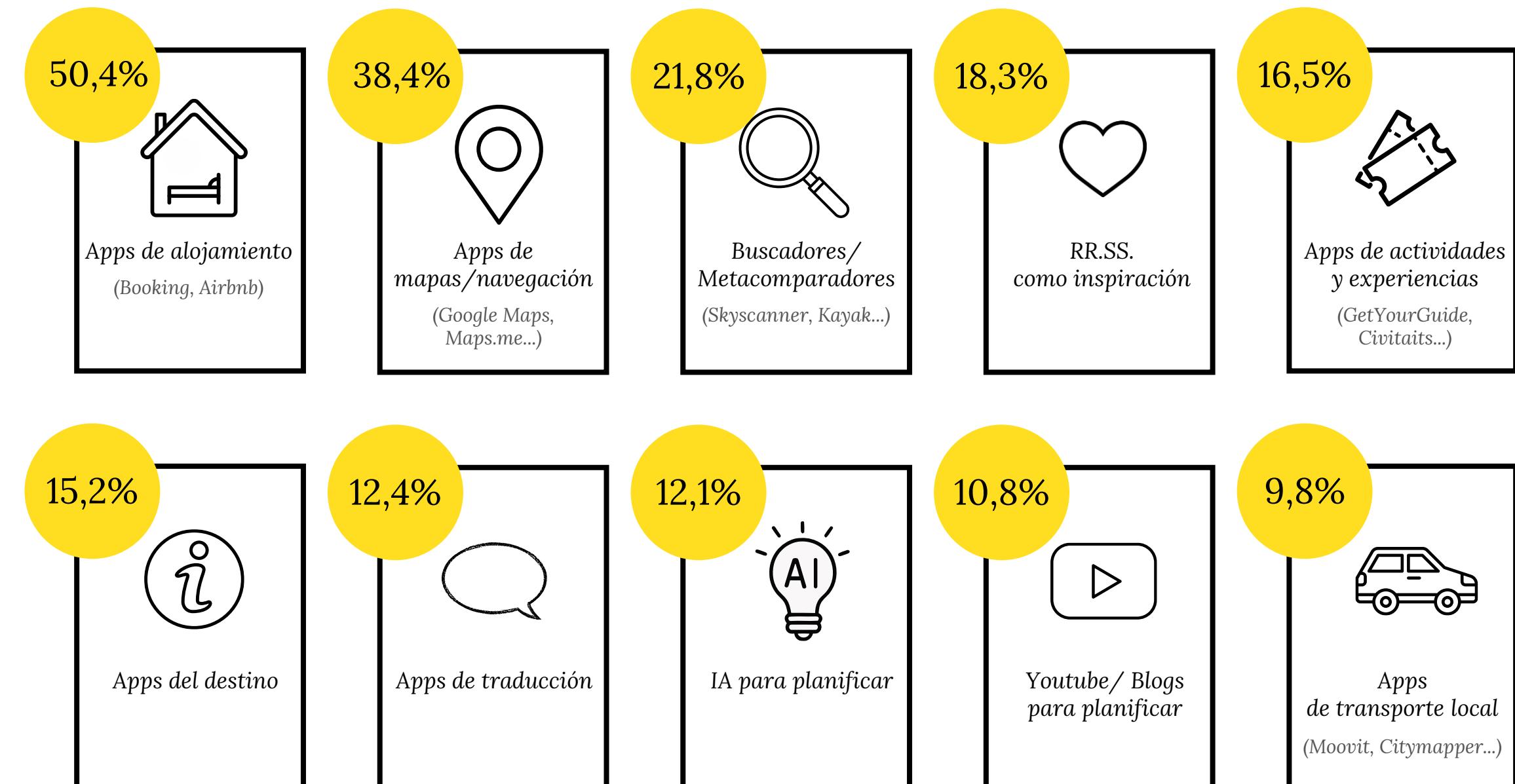
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Nuevas herramientas para planificar y disfrutar del viaje

En los últimos años, ¿qué herramientas o plataformas utilizas ahora para planificar o disfrutar tus viajes que antes no usabas?

La planificación del viaje se apoya cada vez más en un ecosistema digital diverso, orientado a facilitar decisiones, movilidad y gestión práctica del destino.

Las apps de alojamiento y de mapas se consolidan como las herramientas más incorporadas en los últimos años, reflejando una mayor autonomía en la organización del viaje y en la gestión del día a día en destino. Los buscadores, las redes sociales y las plataformas de actividades ganan también relevancia como apoyo a la planificación. Al mismo tiempo, empiezan a incorporarse nuevas soluciones como la inteligencia artificial o las apps del destino, que apuntan a una evolución hacia experiencias más personalizadas y asistidas, aunque todavía con un recorrido incipiente.



Otro: 0,9% // Ninguna: 15,8%

Nota: Respuesta múltiple

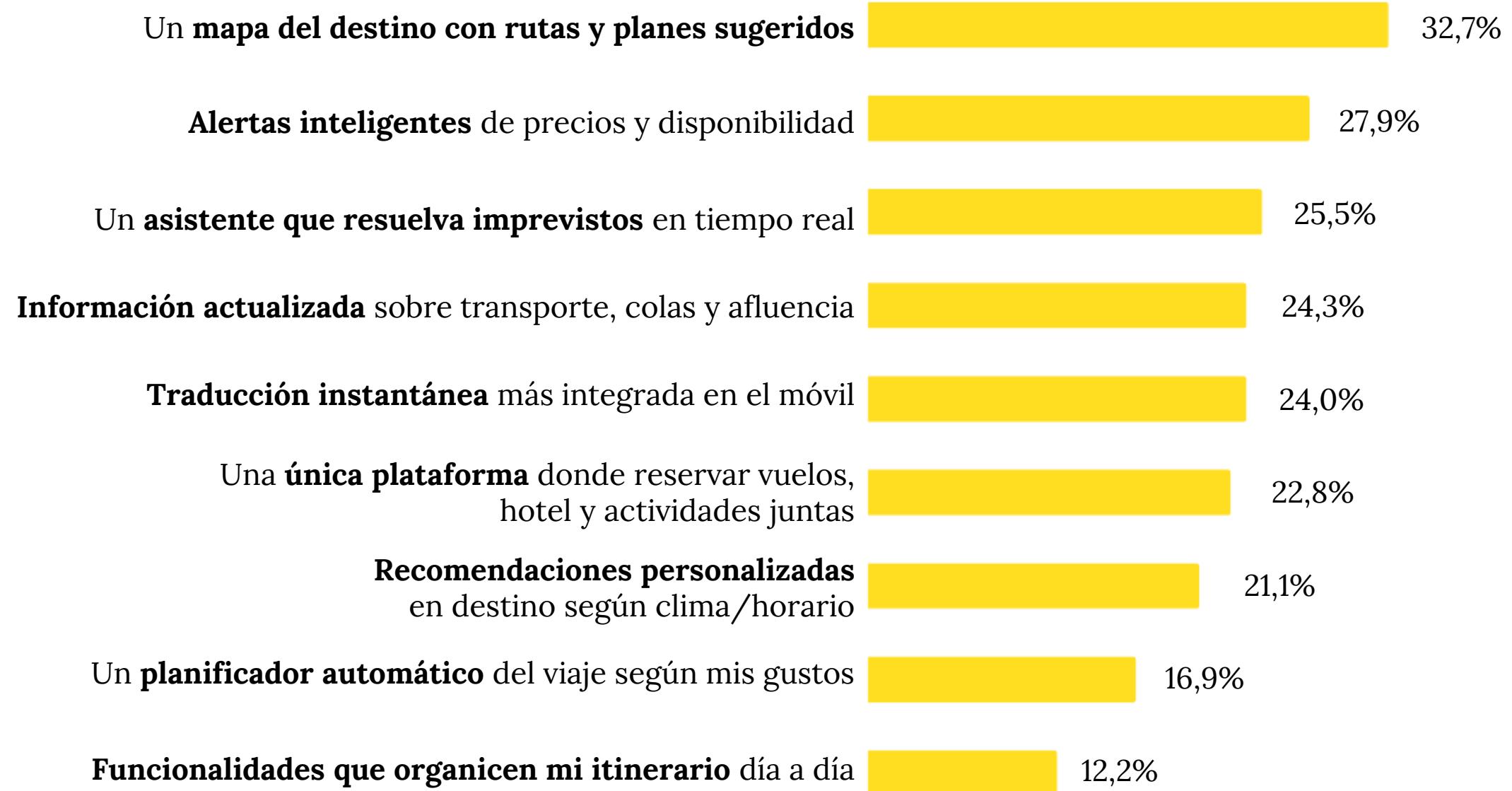
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Qué esperamos de la tecnología para viajar mejor

Y, pensando en herramientas o funcionalidades tecnológicas, ¿qué te gustaría que existiera para facilitar la planificación o el disfrute de tus viajes?

El viajero demanda soluciones tecnológicas que simplifiquen la planificación, reduzcan la incertidumbre y faciliten la toma de decisiones antes y durante el viaje.

Las funcionalidades más valoradas se orientan a integrar información y servicios en un mismo entorno (mapas con planes sugeridos, alertas inteligentes de precios y disponibilidad o plataformas únicas de reserva), así como a contar con información útil y actualizada en tiempo real. Además, gana peso la expectativa de recibir apoyo activo durante el viaje, ya sea mediante asistentes que ayuden a resolver imprevistos o recomendaciones personalizadas según el contexto, lo que apunta a una evolución hacia herramientas más inteligentes, predictivas y centradas en el usuario.



Otro: 0,3% // Ninguna: 11,4%

Nota: Respuesta múltiple

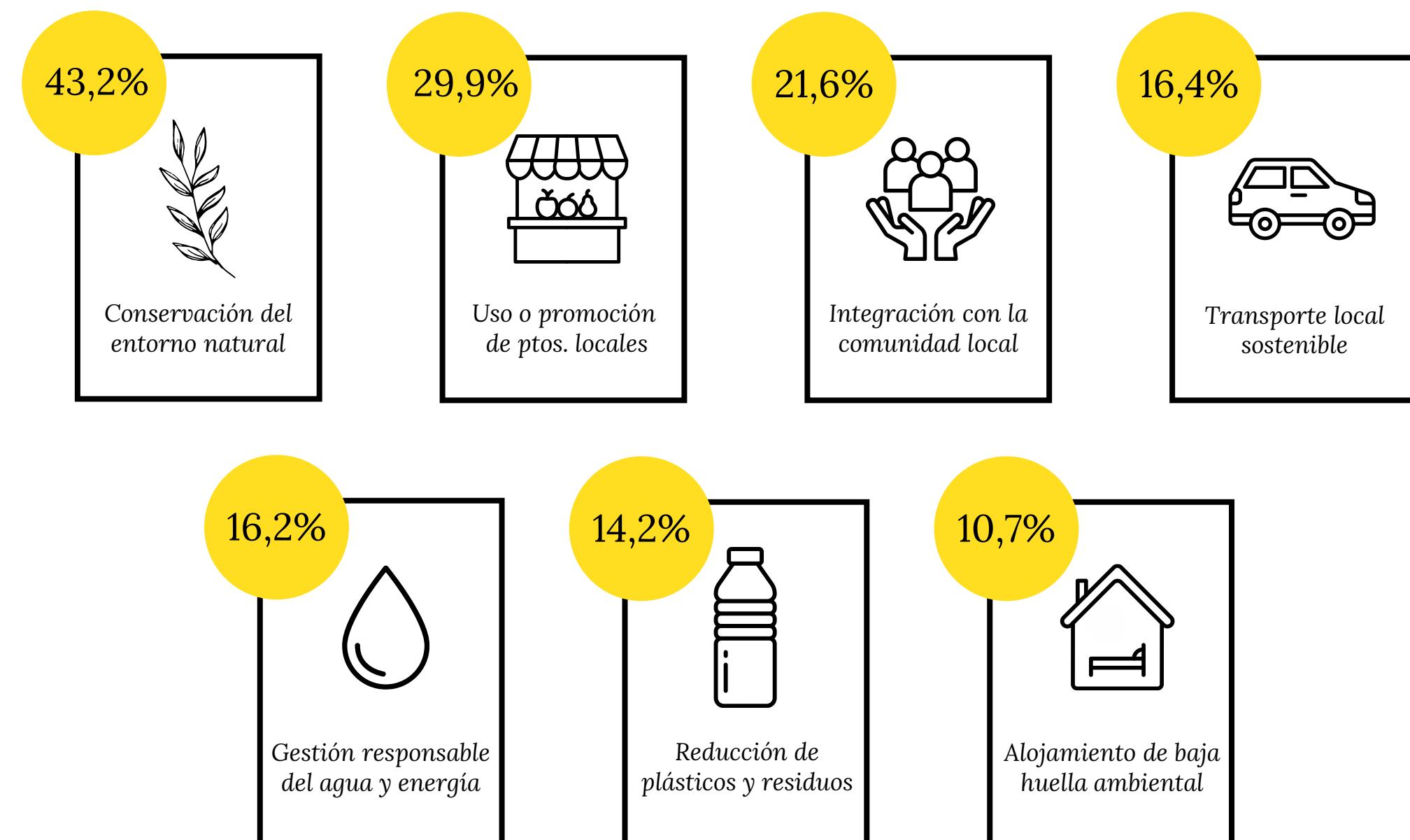
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Prácticas sostenibles más valoradas por el viajero

¿Qué prácticas sostenibles valoras más en un destino o alojamiento?

La sostenibilidad se valora principalmente a través del cuidado del entorno y del impacto positivo en el destino, más que por etiquetas o atributos abstractos.

La conservación del entorno natural se sitúa claramente como la práctica más apreciada, seguida del uso y promoción de productos locales y de la integración con la comunidad, lo que refleja una sensibilidad creciente hacia el impacto del turismo en los territorios y en su economía local. Otras prácticas relacionadas con la movilidad sostenible y la gestión responsable de recursos también tienen relevancia, mientras que los atributos más técnicos o menos visibles, como la baja huella ambiental del alojamiento, quedan en un segundo plano. Todo ello apunta a una visión de la sostenibilidad vinculada a lo tangible y a lo que el viajero percibe directamente durante su experiencia.



Otro: 0,3% // Ninguna: 14,1%

Nota: Respuesta múltiple

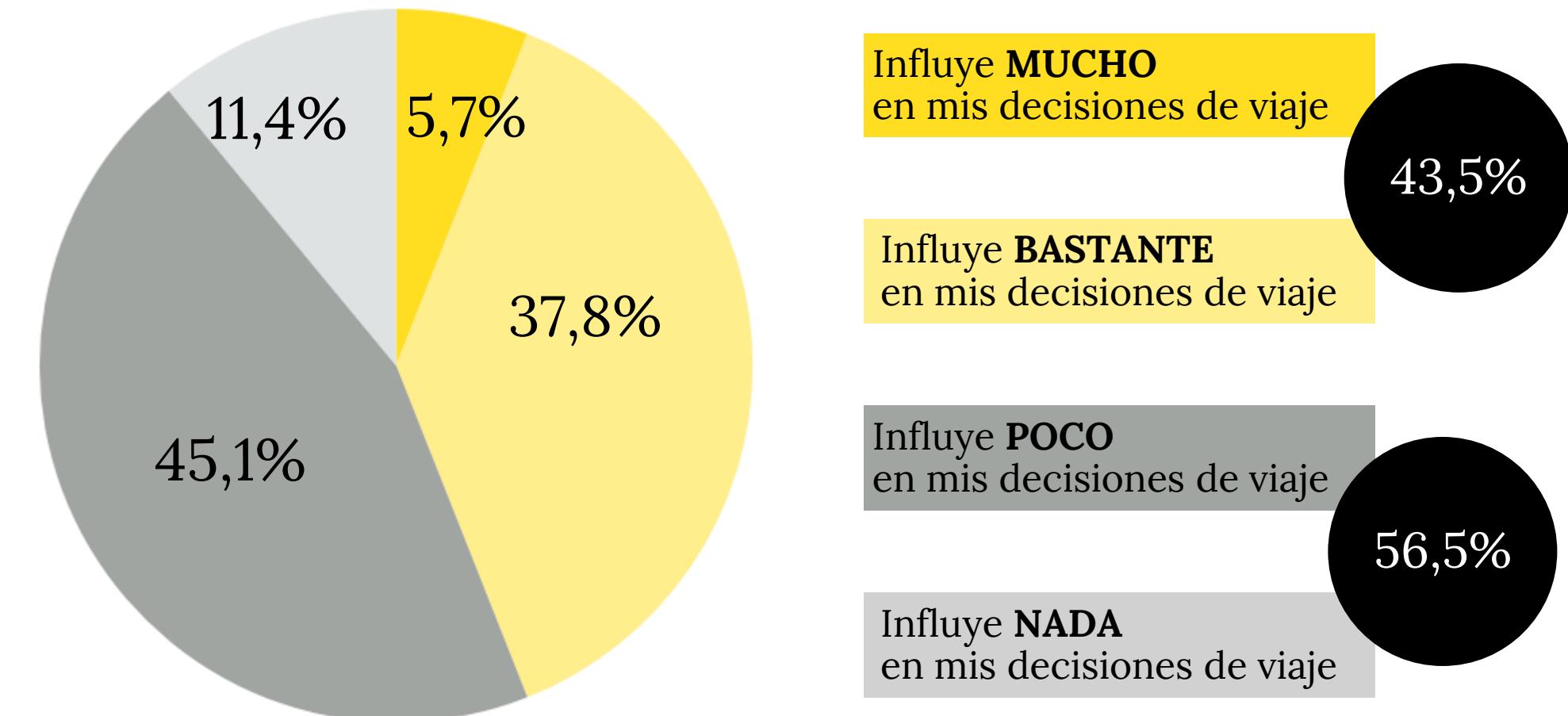
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

El peso real de la sostenibilidad en la decisión de viaje

¿En qué medida influye la sostenibilidad en tus decisiones de viaje?

La sostenibilidad influye en las decisiones de viaje, pero rara vez actúa como factor determinante por sí sola.

Para la mayoría de viajeros, la sostenibilidad tiene un peso moderado en la elección del destino o alojamiento, situándose más como un criterio complementario que como un requisito imprescindible. Solo una minoría declara que influye de forma decisiva, mientras que una parte relevante reconoce que su impacto es limitado.



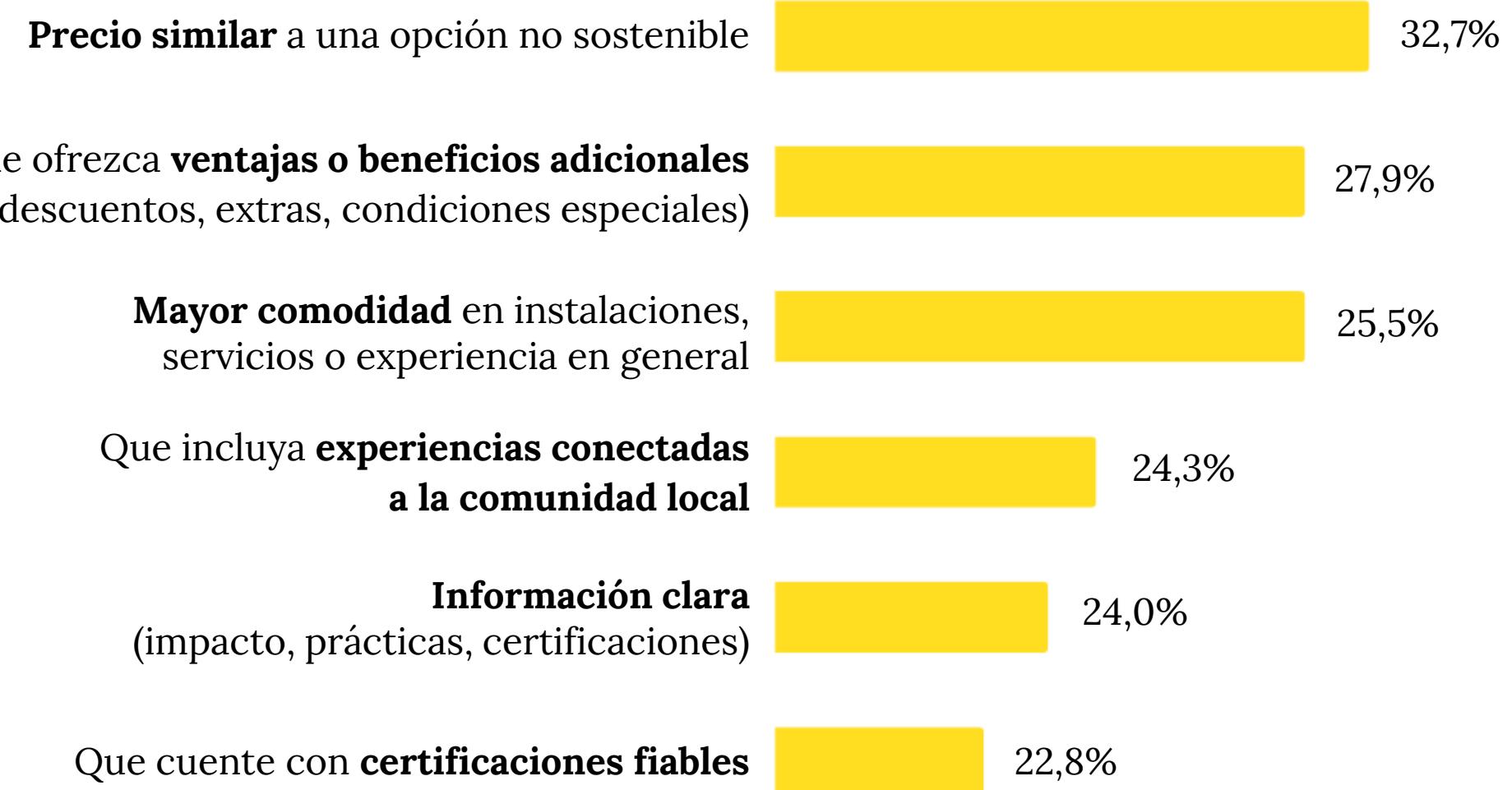
4. Tendencias y cambios a la hora de viajar

Qué activaría la elección de opciones más sostenibles

¿Qué factores te animarían más a elegir un destino, alojamiento o actividad más sostenible?

La sostenibilidad gana peso cuando no implica renuncias en precio, comodidad o beneficios percibidos.

Los factores que más animarían a elegir opciones más sostenibles están directamente relacionados con la competitividad de la propuesta: precios similares a alternativas no sostenibles, ventajas adicionales y un nivel de comodidad equivalente o superior. Junto a ello, la claridad en la información y la conexión con la comunidad local refuerzan la confianza y el atractivo de estas opciones. En cambio, las certificaciones por sí solas tienen un impacto más limitado, lo que sugiere que la sostenibilidad se valora más cuando se traduce en beneficios tangibles y comprensibles para el viajero.



Otro: 0,4% // Nada: 11,1%

Nota: Respuesta múltiple

5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

Lo que buscamos, lo que evitamos y lo que esperamos



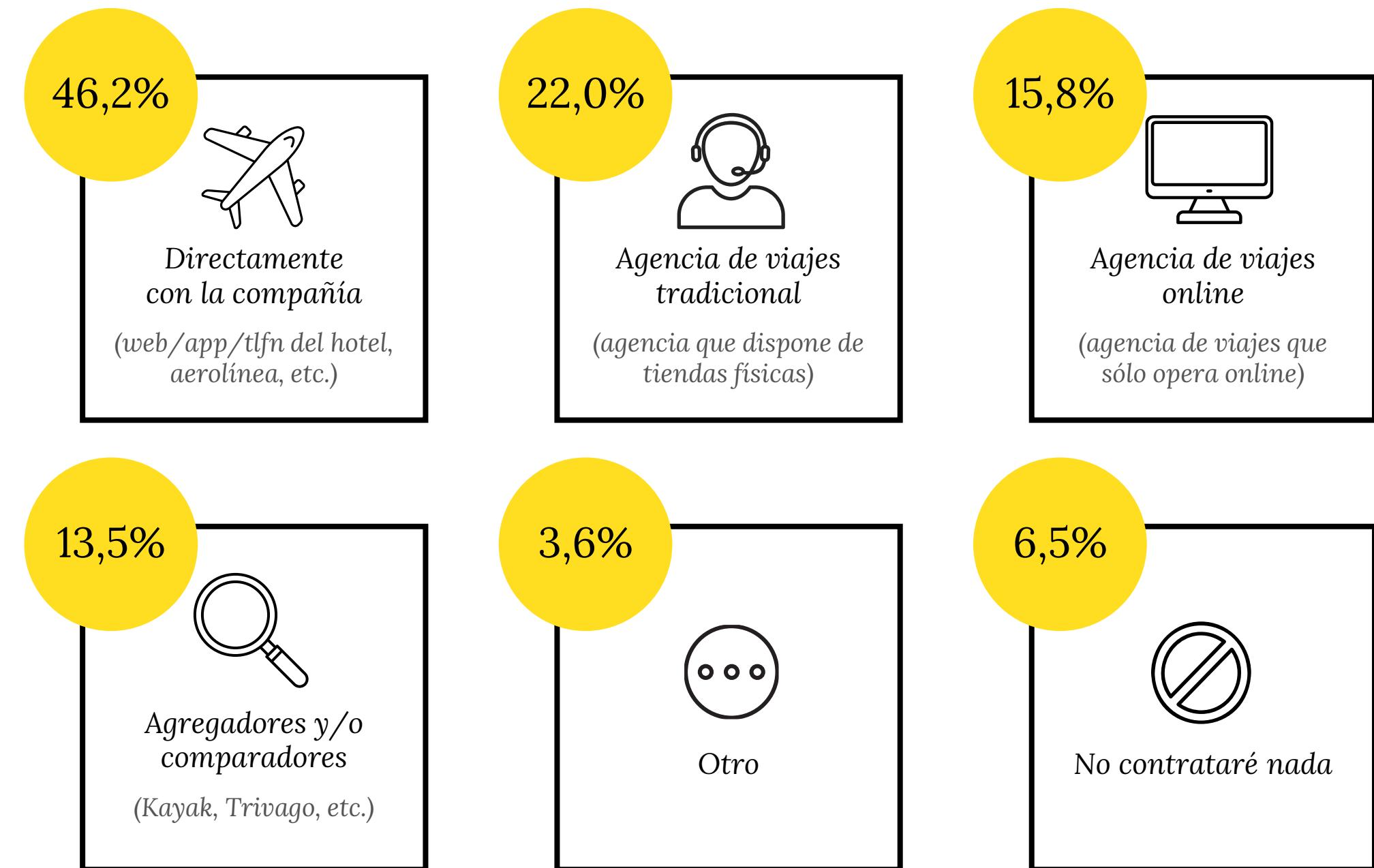
5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

Canales previstos para la contratación de próximos viajes

¿A través de qué canales crees que contratarás tus próximos viajes?

La contratación directa destaca como la principal vía de reserva, mientras que agencias y otros intermediarios siguen teniendo un papel relevante según las necesidades del viaje.

La mayoría de viajeros prevé contratar directamente con hoteles, aerolíneas u otros proveedores, reforzando un modelo de autogestión apoyado en canales digitales propios. Al mismo tiempo, las agencias de viajes tradicionales mantienen un peso relevante, situándose por delante de las agencias exclusivamente online y de los agregadores. La presencia de un volumen significativo de indecisión apunta, además, a un proceso de decisión abierto y flexible, en el que el canal se elige en función del contexto y del tipo de viaje.



Aún no lo sé: 14,9%

Nota: Respuesta múltiple

5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

Por qué se elige una agencia de viajes tradicional

¿Cuáles son los principales motivos por los que elegirías una agencia de viajes tradicional para la reserva de tus próximos viajes?

La agencia de viajes tradicional se valora principalmente por su capacidad de aportar confianza, acompañamiento y simplificación en la gestión del viaje.

El asesoramiento experto y personalizado y la mayor seguridad en la reserva aparecen como los principales motivos para elegir este canal, situando la figura del agente como un elemento de respaldo y tranquilidad. Junto a ello, gana peso la posibilidad de delegar la gestión completa del viaje y de recibir ayuda ante posibles incidencias, así como el apoyo en trámites y documentación. En cambio, los aspectos puramente económicos (como el precio o el acceso a ofertas) tienen un peso claramente menor, lo que refuerza el papel de la agencia como proveedor de valor añadido más que como mero canal transaccional.



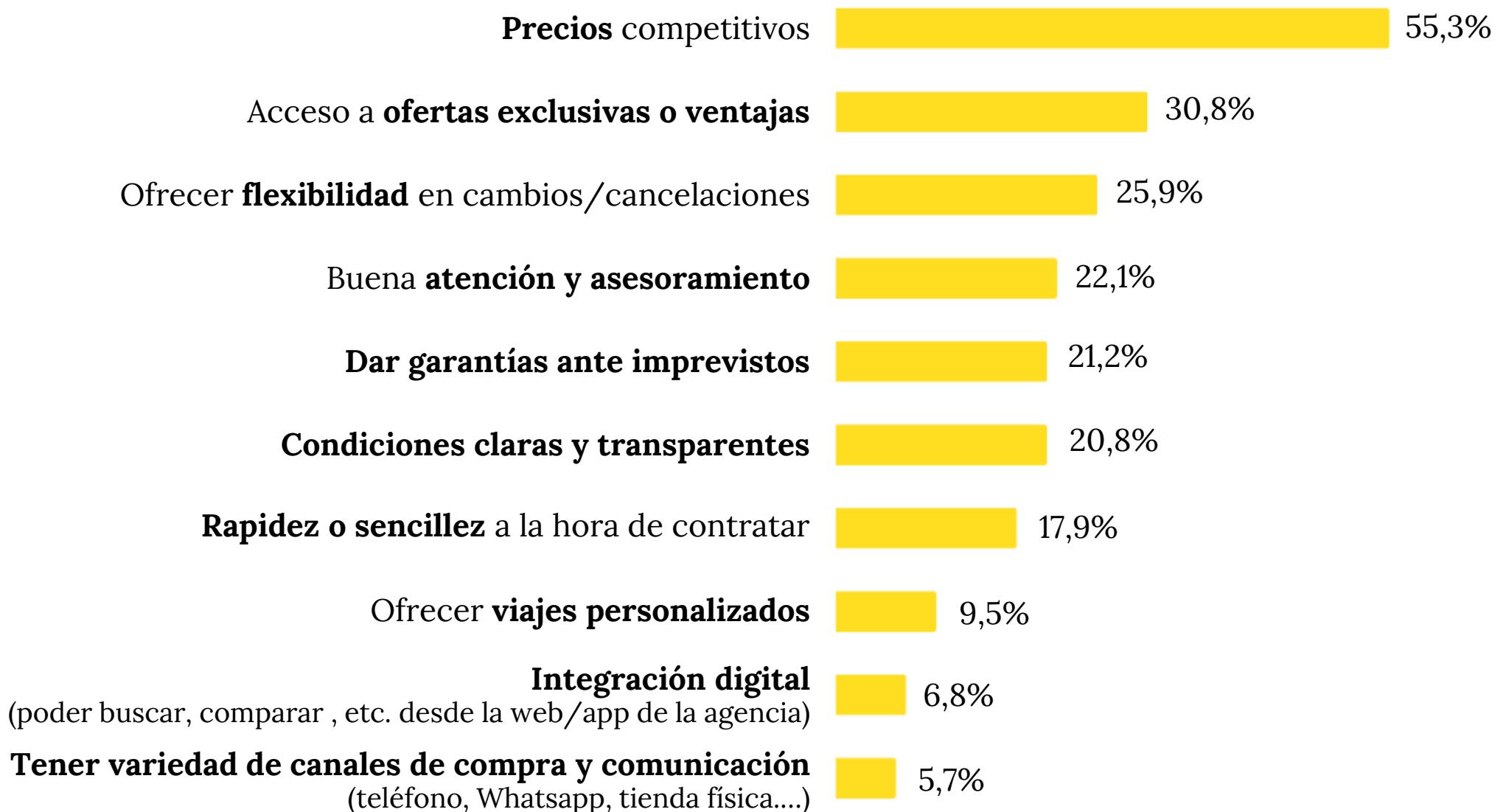
5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

Qué tendría que ofrecer una agencia tradicional para resultar atractiva

¿Qué tendría que ofrecer principalmente una agencia de viajes tradicional para que la consideraras una opción atractiva?

Para resultar atractiva, la agencia de viajes tradicional debe competir en precio y condiciones, sin renunciar a su valor añadido tradicional.

Los precios competitivos aparecen como el requisito principal para considerar a la agencia como una opción viable, seguidos del acceso a ofertas o ventajas exclusivas y de una mayor flexibilidad en cambios y cancelaciones. Junto a estos factores, siguen siendo relevantes la buena atención y el asesoramiento, así como las garantías ante imprevistos, lo que confirma que el valor de la agencia no se limita al componente económico. En cambio, la integración digital o la personalización avanzada, aunque presentes, todavía no se perciben como elementos decisivos para una parte mayoritaria de los viajeros.



Otro: 0,4% // Nada, no consideraría una agencia tradicional: 13,5%

Nota: Respuesta múltiple

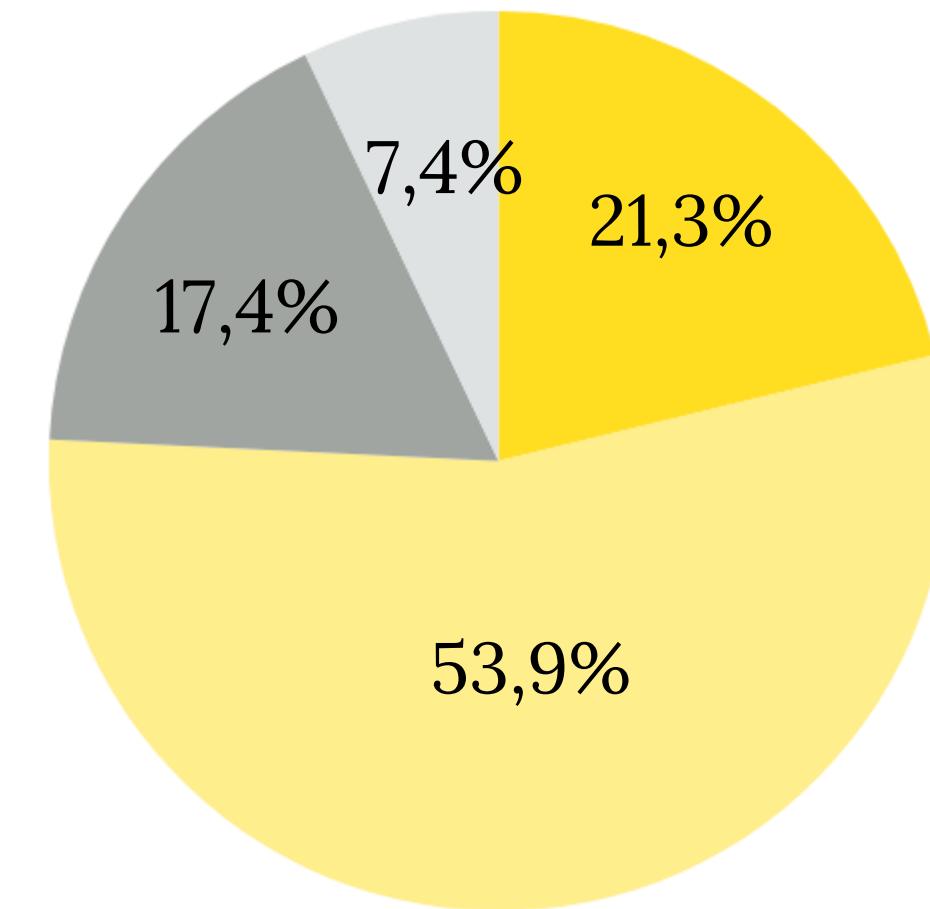
5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

La combinación de canales más cómoda para reservar un viaje

¿Qué combinación de canales te resultaría más cómoda a la hora de reservar un viaje?

La comodidad en la reserva se asocia mayoritariamente a un proceso completamente digital, aunque los modelos híbridos mantienen un peso relevante.

Más de la mitad de los viajeros prefiere buscar y reservar todo online, consolidando el canal digital como la opción más cómoda. No obstante, una parte significativa opta por combinar la búsqueda online con la reserva en una agencia física, lo que refleja que el canal presencial sigue teniendo un papel cuando entra en juego el cierre de la decisión. En menor medida, se mantienen modelos exclusivamente presenciales, mientras que la combinación inversa (buscar en agencia y reservar online) es claramente minoritaria.



BUSCAR información **ONLINE** y **RESERVAR** en una **AGENCIA** física

Buscar y reservar **TODO ONLINE**

Ir **DIRECTAMENTE** a la **AGENCIA** física sin buscar antes

BUSCAR en **AGENCIA** física y **RESERVAR ONLINE**

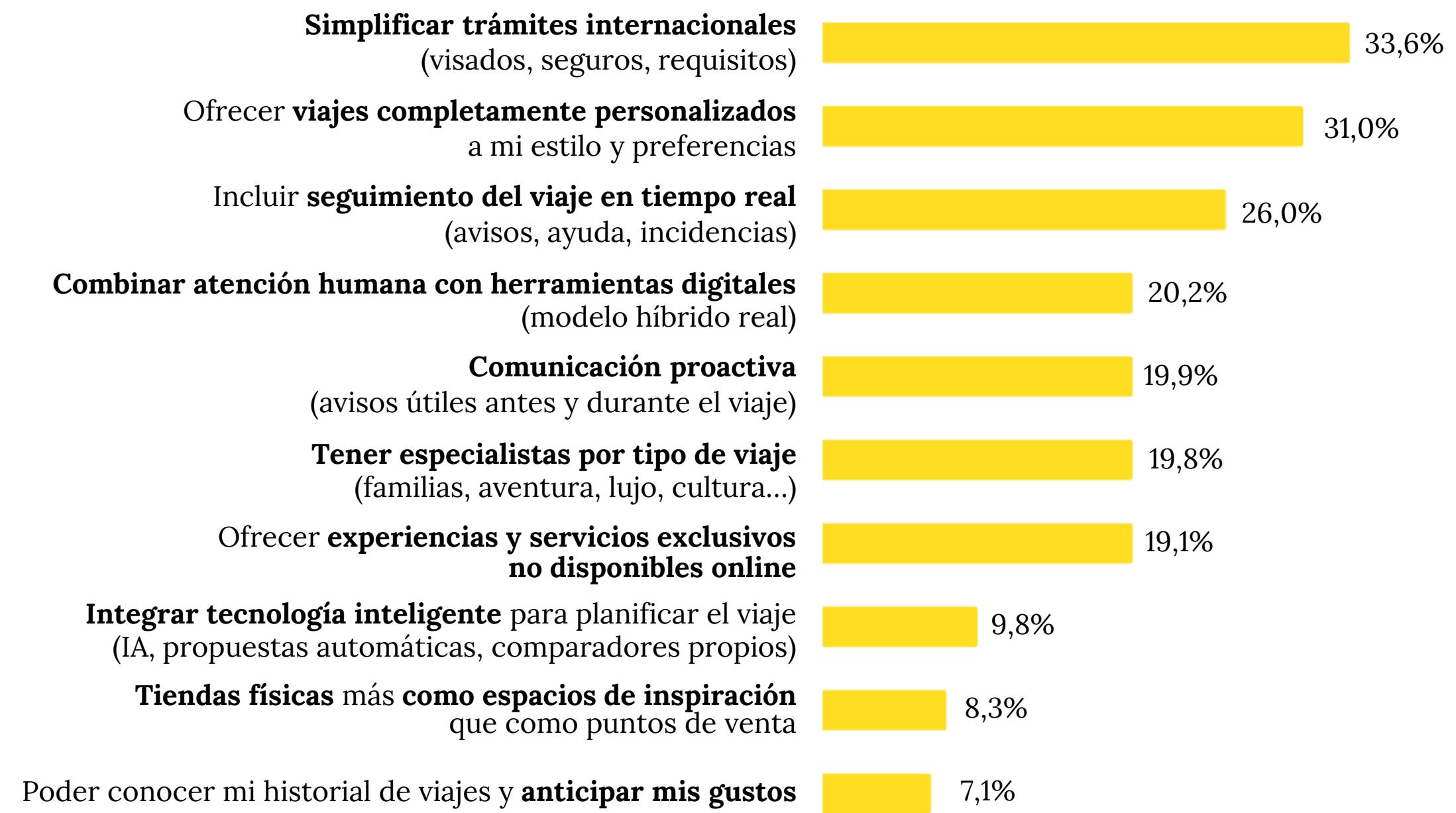
5. El papel de las agencias tradicionales en el viaje actual

Cómo esperan los viajeros que evolucionen las agencias tradicionales

¿Cómo te gustaría que evolucionaran las agencias de viajes tradicionales en los próximos años?

Los viajeros esperan que las agencias de viajes tradicionales evolucionen hacia un modelo más resolutivo, personalizado y orientado al acompañamiento integral del viaje.

La simplificación de trámites complejos y la personalización de los viajes aparecen como las principales demandas, reforzando el papel de la agencia como facilitadora y experta. Junto a ello, gana relevancia el seguimiento del viaje en tiempo real y la combinación de atención humana con herramientas digitales, apuntando a un modelo híbrido que aporte apoyo antes, durante y después del viaje. También se valoran los servicios y experiencias exclusivas y la especialización por tipo de viajero, mientras que los cambios puramente tecnológicos o de formato de tienda tienen un peso más secundario.



Otro: 0,9% // No lo sé: 16,2%

Nota: Respuesta múltiple

6. Palancas para activar el viaje

Oportunidades para 2026



6. Palancas para activar el viaje

Oportunidades para 2026

El turismo español se encamina hacia 2026 en un **contexto de estabilidad en la intención de viajar**, pero con una transformación profunda en la forma de entender, planificar y vivir el viaje.

A lo largo del informe se observa cómo **el deseo de viajar se mantiene sólido**, tanto en los viajes ya realizados como en los previstos y soñados, **pero acompañado de una mayor reflexión, exigencia y selectividad en cada decisión**.

El Termómetro del turismo español muestra un **escenario de continuidad** en la actividad viajera y en el gasto, **con viajes que tienden a concentrar más valor y planificación**. El viajero prioriza cada vez más la **calidad global de la experiencia, la comodidad y la previsibilidad**, incluso en un entorno económico marcado por la incertidumbre. **Viajar sigue siendo una prioridad, pero se gestiona de forma más consciente**.

De cara a 2026, las **previsiones confirman que la intención de viajar permanece** en niveles similares a años anteriores, **aunque con mayor indecisión y una planificación más flexible y tardía**. El **número de viajes previstos y los presupuestos apuntan a una normalización** del comportamiento viajero, donde **se combinan destinos cercanos con viajes internacionales más aspiracionales**, y donde la **decisión final depende cada vez más del encaje personal, el precio y la facilidad para organizar el viaje**.



6. Palancas para activar el viaje

Oportunidades para 2026

El **ranking mundial de destinos soñados** muestra un **imaginario viajero amplio**, donde conviven **destinos cercanos y europeos** —como Italia, Francia, Portugal o Grecia— **con grandes viajes aspiracionales de largo radio**. Países como **Japón, Australia, China o Nueva Zelanda ocupan posiciones destacadas en el ranking global**, confirmando su fuerte atractivo simbólico, mientras que América Latina (Argentina, Chile, Perú) y el Caribe (México, República Dominicana) mantienen un peso relevante dentro de los sueños de viaje del viajero español.

Sin embargo, la **viabilidad percibida introduce diferencias claras** entre estos mismos destinos. Los **países europeos más cercanos**, como Italia, Francia, Portugal o Grecia, así como México dentro del Caribe, **combinan de forma más consistente deseo y probabilidad de visita**, lo que los convierte en viajes fácilmente proyectables. En cambio, **destinos de largo radio como Japón, Australia, China o Nueva Zelanda**, pese a su fuerte atractivo y alta presencia en el ranking, **presentan una mayor distancia entre el deseo y la realización efectiva**. **América Latina se sitúa en una posición intermedia**, manteniendo un alto atractivo, pero con una viabilidad más condicionada.

En cuanto a las **motivaciones que impulsan el deseo de visita** a los destinos, **en los más cercanos y fácilmente proyectables predominan los intereses** ligados a la **cultura, la gastronomía, la vida local y la variedad de planes**, elementos que se perciben como accesibles y compatibles con una planificación realista. En cambio, **los destinos de largo radio de mayor interés para el viajero español**, concentran **motivaciones más vinculadas a lugares icónicos, paisajes singulares y experiencias únicas**. Son viajes que se construyen desde la aspiración y la “lista de deseos”, y cuya realización se percibe como más exigente, lo que explica una mayor distancia entre el interés y la probabilidad de visita.



6. Palancas para activar el viaje

Oportunidades para 2026

En paralelo, **el análisis de tendencias confirma un cambio estructural en la forma de viajar**. El viajero actual **busca más comodidad, seguridad y flexibilidad** y muestra una **clara preferencia por viajes bien planificados frente a la improvisación**. El gasto se orienta a los elementos esenciales del viaje (alojamiento y restauración), mientras que las partidas más accesorias se ajustan antes en caso de recorte presupuestario.

La **tecnología juega un papel creciente como facilitador del viaje**, especialmente **cuando simplifica la planificación, integra servicios y reduce la incertidumbre durante la experiencia**. Sin embargo, **su valor se percibe sobre todo cuando aporta utilidad práctica** y no cuando añade complejidad. Algo similar ocurre con la **sostenibilidad**: es un **valor apreciado**, pero actúa principalmente **como un factor complementario que suma cuando no implica renuncias en precio, comodidad o beneficios tangibles**.

En este escenario, el **papel de las agencias de viajes tradicionales se redefine**. Siguen siendo **valoradas** por su capacidad de **ofrecer asesoramiento experto, seguridad y acompañamiento**, y se espera de ellas una **evolución hacia modelos más flexibles, resolutivos y orientados a simplificar la experiencia del viajero**. La **combinación de atención humana, tecnología útil y propuestas claras** aparece como una de las **grandes oportunidades de cara a los próximos años**.

En definitiva, el **reto para 2026 no es generar deseo de viajar, sino facilitar que ese deseo se convierta en decisión**.

Las **palancas** están claras: **precios competitivos, flexibilidad, propuestas bien estructuradas, reducción de fricciones y acompañamiento experto**. Quienes sean capaces de responder a estas expectativas, integrando valor real y comprensión del nuevo viajero, estarán en una posición privilegiada para activar la demanda y conectar con una forma de viajar más exigente, más consciente y más alineada con las prioridades actuales.



Acerca del estudio

La información contenida en el documento está extraída de una encuesta realizada en enero del 2026 a 700 viajeros españoles. La muestra fue diseñada para ser representativa de la población general Española, considerando variables como edad, género y región geográfica. El margen de error muestral es de $\pm 3,7\%$ para un nivel de confianza del 95%.

Otros datos contenidos en este documento se han obtenido de fuentes secundarias, principalmente de Instituto Nacional de Estadística (INE), así como de estimaciones y proyecciones elaboradas a partir de dichas fuentes.

Este estudio tiene como objetivo analizar el comportamiento viajero actual y las previsiones de viaje para 2026, explorando tanto los viajes realizados y previstos como los viajes soñados, las motivaciones, barreras y cambios en las preferencias, con el fin de identificar las principales tendencias y palancas que marcarán el turismo en los próximos años.

Acerca Avoris

Ávoris es la división de viajes del Grupo Barceló. Ha nacido con los mismos motivos que impulsan siempre a los grandes viajeros: ir más allá, descubrir nuevos lugares, traspasar fronteras, conectar con nuevas visiones del mundo, recorrer otros caminos.

En un nuevo tiempo de cambios constantes, donde el mercado turístico vive una transformación sin precedentes, impulsada por las nuevas exigencias y necesidades de los viajeros contemporáneos, ellos nos piden ser mucho más que un actor convencional de distribución de viajes. Necesitan nuevos acompañantes con los que relacionarse de forma más innovadora, personalizada y cercana. Guiados por los mismos valores e inquietudes que lo están cambiando todo.

Por ellos, perseguimos juntos cada día un horizonte: reinventar los viajes. Evolucionar junto a las nuevas formas de viajar. Reinventarnos con cada viajero, para que sus experiencias sean como ellos quieren.

Ese es el auténtico espíritu del proyecto de Ávoris, el sentido de nuestro imparable desarrollo y el motor del crecimiento constante que nos está llevando más allá de nuestras fronteras.

Apostar por la innovación permanente nos ha convertido en un operador turístico global con presencia en todo el ciclo del viaje.

Simbolizamos una nueva cultura de la relación, cultivada a través de todos los canales y potenciada por nuestra ambición de dar cada día más: nuevos destinos, mejores tiendas, más servicio, más opciones, más calidad.