

BARÓMETRO **DE VACACIONES 2026**

Europ Assistance España



Índice

	Puntos clave	P3
	Metodología	P5
00	Datos generales	P9
01	Un entusiasmo por viajar que no ha disminuido: Se confirman los niveles récord alcanzados el año pasado y las ganas de viajar siguen intactas...	P26
02	...aunque los viajes se desarrollan actualmente en un contexto de seguridad complicado.	P59
03	El auge de la inteligencia artificial en los viajes de ocio: una clara brecha en su adopción a nivel mundial	P89
04	Presupuestos, opciones de alojamiento, medios de transporte, entornos preferidos... todo lo que necesitas saber sobre las intenciones de los viajeros	P138

Puntos clave

- Este año, el estudio se llevó a cabo en un **contexto de guerra**.
 - En todas las regiones, **las guerras y los conflictos armados** tienen más probabilidades de influir en el entusiasmo por viajar este año en comparación con 2025.
 - **La seguridad sigue ganando importancia** en los planes vacacionales. **Más personas en Europa** (30%, frente al 28% en 2025) y en el **Norte de Asia** (37%, frente al 34% en 2025) **mencionan la seguridad** como motivo para elegir un destino. La seguridad es el principal criterio de elección en el Norte de Asia, India (37%) y América del Norte (32%).
 - Aunque los **motivos financieros siguen siendo la principal razón para no viajar** este verano, más personas en Europa, América del Norte, Oriente Medio y Oceanía citan preocupaciones por la seguridad y la protección como motivo para no viajar.
- A pesar de estas preocupaciones, **las intenciones de viajar siguen siendo altas y el entusiasmo se mantiene fuerte**: en algunas regiones incluso se observa un aumento de personas que planean realizar al menos un viaje de ocio este año: Norte de Asia, India y Oriente Medio.
- Sin embargo, **se han producido cambios en los destinos que visitarán los viajeros**. Más personas que han planificado un viaje pasarán sus vacaciones en su propio país en lugar de viajar al extranjero este verano. No obstante, viajar al extranjero sigue siendo la opción preferida como destino ideal para las vacaciones de verano en 2026.
- La **incertidumbre geopolítica** también puede ser un factor que **reduzca los tiempos de planificación** de los viajes.
- Además de afectar a la planificación, el clima geopolítico incierto también influye en lo que las personas buscan en sus vacaciones. **La relajación y la evasión** ya son los aspectos más valorados del viaje, y han ganado aún más importancia para los viajeros de Europa y América del Norte en 2026.
- Los viajeros tienen más probabilidades de **aumentar su presupuesto de viajes** que de reducirlo este año.

Puntos clave

La IA está ganando importancia en los viajes de ocio. En todas las regiones y países incluidos en el estudio, más personas han utilizado herramientas de IA para planificar o reservar sus vacaciones en comparación con 2025.

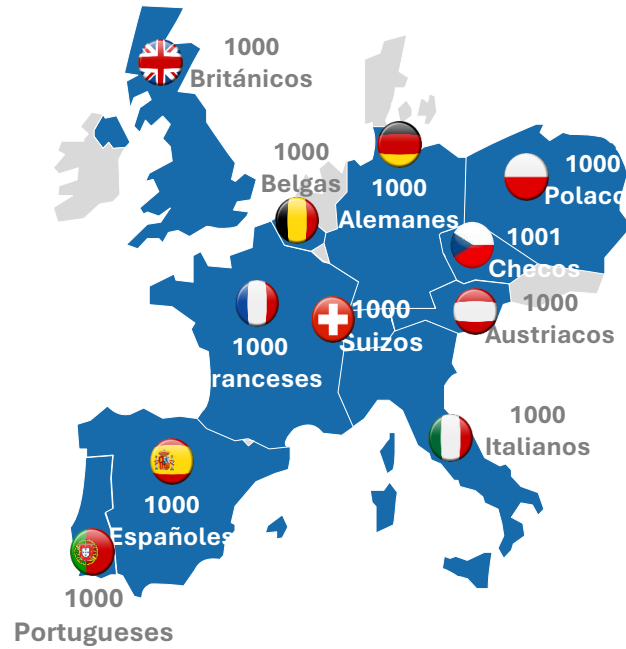
- La adopción de la IA es mayor en algunas partes del mundo que en otras. En algunos países, la mayoría de las personas ya ha utilizado IA para la planificación o reserva de viajes: India (69%, frente al 51%), Emiratos Árabes Unidos (60%, frente al 46%), Malasia (54%, frente al 37%) y Arabia Saudí (54%, frente al 40%). Francia, Reino Unido y Canadá (todos con un 19%) registran los niveles más bajos.
- La principal barrera para utilizar buscadores basados en IA en la planificación de vacaciones es la preferencia por la interacción humana, aunque en algunas regiones (Oceanía, América del Norte) y países (Reino Unido, Polonia, Japón, Nueva Zelanda, Estados Unidos), la falta de confianza en la exactitud y fiabilidad de la información también es un factor relevante.
- Es probable que el uso de la IA en la planificación de viajes siga aumentando, y algunos viajeros podrían decidir utilizar únicamente herramientas de IA. Existe un fuerte interés en confiar exclusivamente en la IA para planificar viajes de ocio en India (79% lo consideraría) y Oriente Medio (70%). En otras partes del mundo, el interés es menor, siendo más bajo en Europa del Este (25%), Europa Occidental (26%) y Oceanía (27%).
- También hay entusiasmo por delegar la reserva de viajes a la IA, aunque las personas son reticentes a renunciar al control total. Solo en India (29%) y Oriente Medio (25%) una proporción significativa se sentiría cómoda confiando completamente en la IA para realizar las reservas. En Europa (6%), América del Norte (6%) y Oceanía (4%) la reticencia es mucho mayor. Muchas personas estarían dispuestas a confiar exclusivamente en la IA si pudieran revisar y aprobar las opciones antes de la compra. De nuevo, India (80%) y Oriente Medio (74%) lideran este interés, mientras que el entusiasmo es menor en Europa Occidental (31%) y Oceanía (30%).

Metodología (1/4)

America



Europa



Asia/Oceanía



MENA



Alcance del estudio



Muestras y recogida de datos

Metodología (2/4)



Muestra

En cada país, la encuesta se realizó con una muestra representativa de cada población, de 18 años o más, elaborada utilizando el método de cuotas (género, edad, profesión) tras la estratificación por región y por tamaño de ciudad.



Cronología

Los estudios de campo se llevaron a cabo entre el 27 de febrero y el 7 de abril



Método de recogida de datos

Encuesta online en los 26 países

NOTA: Presentamos, en este informe, dos tipos de diferencias significativas (véanse los detalles en la diapositiva 4):

Diferencias entre cada país y resultados globales

XX Resultados significativamente mejores en el país en comparación con EUROPA

XX Resultados significativamente menores en el país en comparación con EUROPA

Evoluciones entre los resultados de 2026 y 2025

XX Resultados significativamente mejores en 2026 comparados con 2025

XX Resultados significativamente menores en 2026 en comparación con 2025

Muestras y recogida de datos



Metodología (3/4)



Nota sobre la cronología


Nota importante sobre las fechas de campo de la encuesta: el inicio de la encuesta coincidió con el inicio de la guerra en Irán. Debido a su cobertura mediática, las percepciones de nuestros encuestados se vieron inevitablemente afectadas. Las consecuencias sobre el turismo global siguen siendo incalculables: países que cierran al turismo por motivos de seguridad, cierre de algunos aeropuertos del Golfo —hubs para África y Asia—, aumento de los precios del combustible...

¿Cómo leer los resultados? 2 maneras



Metodología (4/4)

¿Dónde piensas dedicar tu trabajo a distancia?

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU
En mi propio país	39 -4	32 -6	52 +4	36 -14
En el extranjero	36 +6	40 +7	25 +2	45 +13
Ambos	20 -4	22 -4	20 -6	11 -2
Aún no lo sé	5 +2	6 +3	3 =	8 +3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

Puntuaciones absolutas y significatividad

En Europa Occidental, el 32% de los encuestados planea trabajar de forma remota desde su propio país. Esto es significativamente inferior a la puntuación general de los europeos (39%).

Por el contrario, en Europa del Este el 45% planea trabajar desde el extranjero, lo que es significativamente superior a la media europea (36%).

Evoluciones y significatividad

En el sur de Europa, la proporción de encuestados que pretenden trabajar a distancia tanto desde sus propios países como desde el extranjero está disminuyendo en 6 puntos. Esta disminución es estadísticamente significativa en comparación con la puntuación de 2025.

En Europa del Este, la proporción de personas que aún no saben desde dónde trabajarán en remoto está aumentando en 3 puntos, lo que hace que esta proporción sea significativamente mayor que la que tuvimos para Europa del Este en 2025.

00

DATOS INTRODUCTORIOS



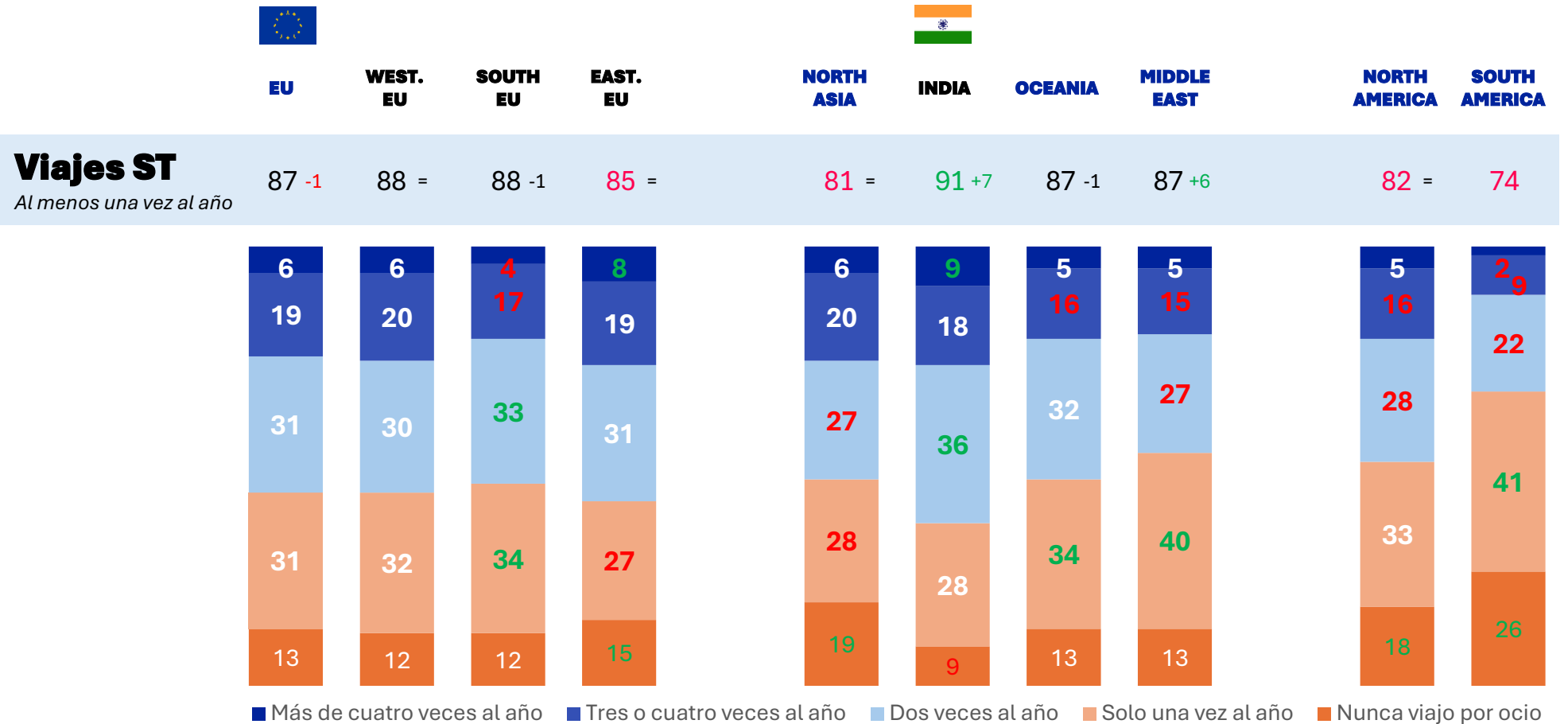
00

Viajar es un hábito bien arraigado: en todas las regiones excepto Sudamérica —una novedad en el Barómetro de las Vacaciones en 2026— al menos 8 de cada 10 ciudadanos viajan por ocio al menos una vez al año.

En Europa, el norte de Asia, India y Oceanía, aproximadamente 1 de cada 4 personas incluso califica como viajero frecuente, con al menos tres ocasiones de viaje al año. Cabe destacar que la proporción de viajeros en India y Oriente Medio ha aumentado significativamente en comparación con 2025



1/4 Frecuencia de los viajes de ocio(%)

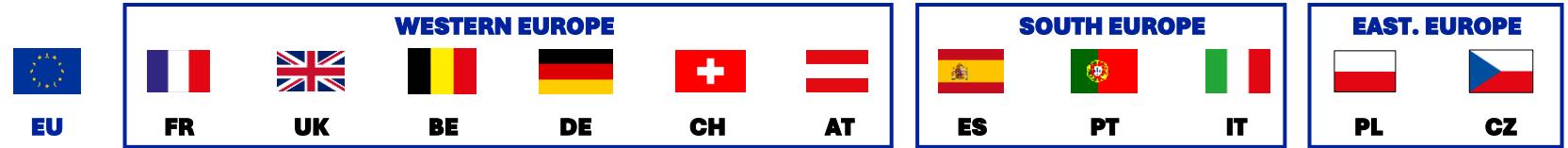


P25Q1. De media, ¿cuántas veces al año viajas por ocio? Por viajes nos referimos a una estancia de 4 noches o más fuera de casa, y sin contar los viajes de negocios.
 Base: Para todos
 XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
 +X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

La frecuencia de los viajes de ocio se mantiene muy estable en todos los países europeos estudiados, con tasas muy altas que oscilan entre el 83% en Polonia y el 91% en Suiza.

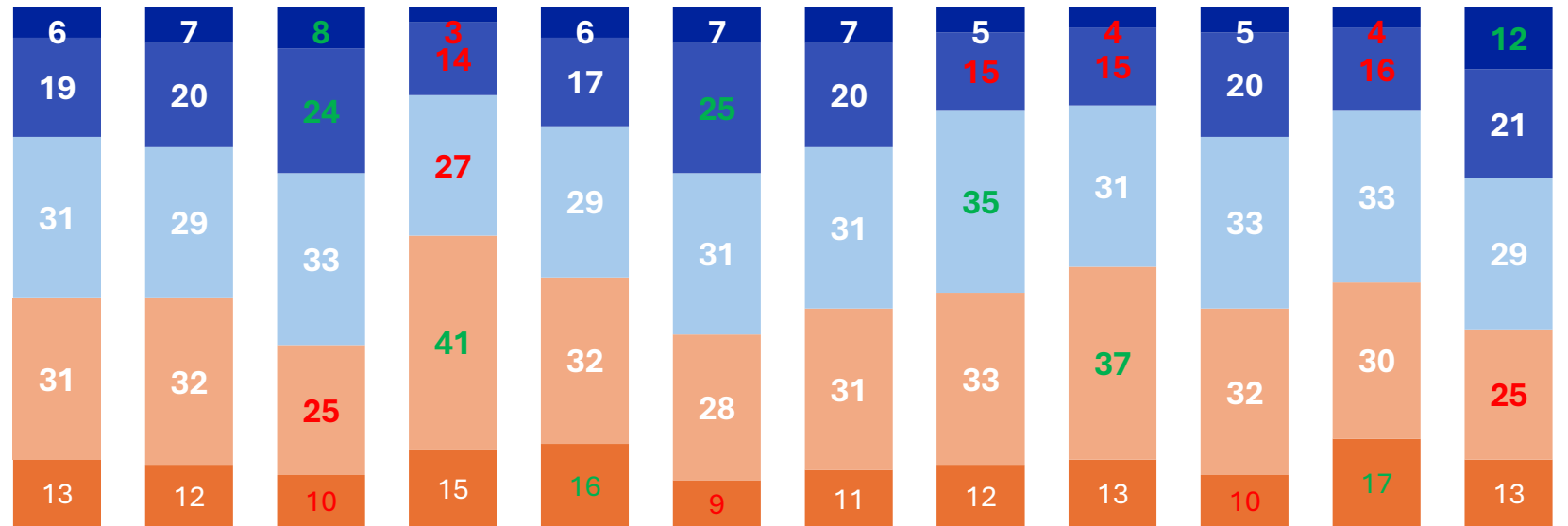
2/4 Frecuencia de los viajes de ocio(%)



Viajes ST

Al menos una vez al año

87 -1 88 -1 90 = 85 +1 84 = 91 = 89 = 88 -1 87 = 90 -1 83 -1 87 +1



■ Más de cuatro veces al año ■ Tres o cuatro veces al año ■ Dos veces al año ■ Solo una vez al año ■ Nunca viajo por ocio



P25Q1. De media, ¿cuántas veces al año viajas por ocio? Por viajes nos referimos a una estancia de 4 noches o más fuera de casa, y sin contar los viajes de negocios.
Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

El norte de Asia sigue caracterizado por contrastes significativos, siendo los japoneses con diferencia los menos propensos a viajar: 4 de cada 10 nunca viajan.

Cabe destacar que la proporción de viajeros en India y Oriente Medio ha aumentado significativamente en comparación con 2025.



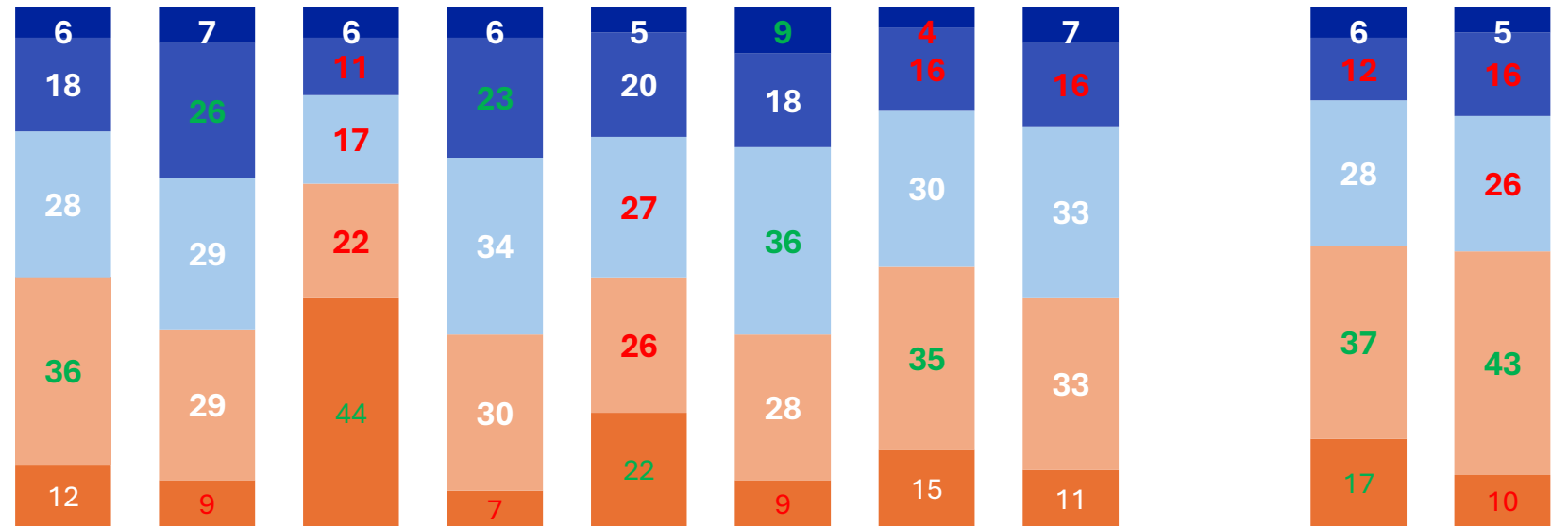
3/4 Frecuencia de los viajes de ocio(%)



Viajes ST

Al menos una vez al año

88 +4 91 +1 56 -3 93 +2 78 -1 91 +7 85 -1 89 -1 83 +8 90 +4



■ Más de cuatro veces al año ■ Tres o cuatro veces al año ■ Dos veces al año ■ Solo una vez al año ■ Nunca viajo por ocio

P25Q1. De media, ¿cuántas veces al año viajas por ocio? Por viajes nos referimos a una estancia de 4 noches o más fuera de casa, y sin contar los viajes de negocios.
Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

En México y Brasil, 3 de cada 10 personas declaran no haber viajado nunca por ocio, una proporción relativamente alta en comparación con otros países estudiados, con la excepción de Japón.

4/4 Frecuencia de los viajes de ocio(%)



Viajes ST

Al menos una vez al año

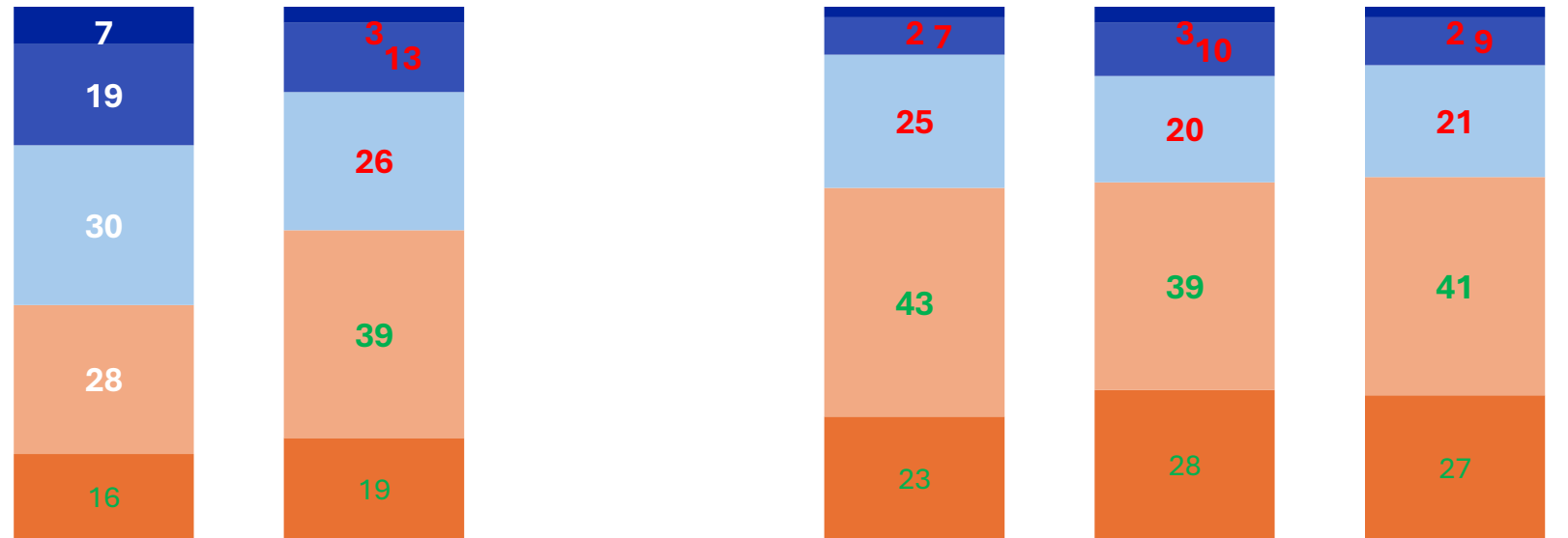
84 +4

81 -4

77

72

73





■ Más de cuatro veces al año ■ Tres o cuatro veces al año ■ Dos veces al año ■ Solo una vez al año ■ Nunca viajo por ocio

00

Las intenciones de viaje se concentran en torno al verano hacia Europa y Norteamérica, pero se difunden mucho más durante el año en otras zonas

1/4 Meses preferidos para viajes de ocio(%)

														
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA				
January	4 -1	5 =	4 =	4 =	8 -2	17 -4	28 -2	13 -1	8 -3	23				
February	6 =	7 =	4 +1	7 =	9 -1	13 -1	17 -1	11 =	13 -1	18				
March	7 =	7 -1	7 +1	5 =	16 =	13 -4	15 -1	14 +2	13 =	12				
April	13 -1	15 -1	14 -1	7 =	20 +1	18 -2	19 =	12 -2	16 +1	12				
May	23 =	26 +1	19 -2	20 -1	21 =	26 +4	12 +1	13 +2	21 +2	7				
June	29 =	27 -1	28 =	34 +1	18 +1	18 -1	19 +1	18 +1	25 -1	12				
July	34 =	31 +1	31 =	48 -2	15 +3	9 =	20 -2	24 -1	31 =	21				
August	34 +1	30 =	32 =	46 =	17 =	11 =	15 +1	23 -1	28 +1	10				
September	36 -1	37 -1	35 -1	34 -1	18 -2	13 -2	18 -2	13 -2	24 +2	11				
October	14 +1	15 -1	13 +1	9 +1	26 -3	21 =	17 =	13 -1	18 =	11				
November	5 =	5 =	5 =	3 +1	20 -1	23 +2	15 =	10 =	9 -2	11				
December	9 =	9 =	11 =	5 =	29 +2	27 -2	31 =	21 +2	16 +1	30				
ST July or August	52 +1	48 +1	52 +2	65 -1	28 +2	19 +1	31 =	39 -1	47 +1	29				

00

Al analizar las temporadas de viaje preferidas, los hábitos veraniegos europeos destacan claramente

La mitad menciona julio y agosto (e incluso dos tercios en Europa del Este) como meses preferidos para viajar, siendo septiembre —y en menor medida junio— también bastante popular.



2/4 Meses preferidos para viajes de ocio(%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
January	4 ⁻¹	4 =	5 ⁻²	4 ⁺¹	5 ⁺¹	7 =	5 =	4 ⁺¹	4 =	4 ⁻¹	4 =	4 ⁺¹
February	6 =	8 =	8 ⁺¹	5 =	6 =	7 ⁻²	7 ⁻¹	4 ⁺¹	4 ⁺¹	3 =	7 ⁻¹	7 ⁺¹
March	7 =	6 =	9 ⁻²	6 ⁻³	7 ⁻¹	9 ⁻²	8 ⁺²	7 ⁻¹	8 ⁺²	7 ⁺²	3 =	7 ⁺¹
April	13 ⁻¹	19 =	22 ⁺³	13 =	12 ⁻³	15 ⁻⁴	9 ⁻¹	14 ⁻¹	14 ⁺²	14 ⁻⁴	7 =	8 =
May	23 =	28 ⁺¹	30 ⁺¹	23 ⁺²	29 ⁺²	21 ⁺¹	24 ⁻⁴	19 ⁻³	18 ⁺¹	21 ⁻²	21 ⁻³	20 ⁺¹
June	29 =	31 ⁻¹	31 ⁻²	25 =	25 =	25 ⁺³	28 ⁻⁴	23 ⁻¹	30 ⁺²	32 ⁺¹	32 ⁺¹	36 ⁺¹
July	34 =	30 ⁻²	28 ⁺¹	39 ⁺⁶	24 ⁻²	33 ⁻¹	33 ⁺⁴	26 ⁻⁵	33 ⁺¹	33 ⁺⁵	44 ⁻⁵	52 ⁺¹
August	34 ⁺¹	32 ⁻³	28 =	33 ⁺⁴	29 ⁻²	28 ⁺³	32 =	33 ⁺²	32 ⁻⁵	31 ⁺²	45 =	47 ⁺¹
September	36 ⁻¹	35 ⁻²	36 ⁻¹	37 ⁺²	40 ⁻¹	37 ⁺²	36 ⁻⁵	34 ⁻²	36 ⁺²	36 ⁻³	34 ⁻¹	34 ⁻¹
October	14 ⁺¹	12 ⁺³	20 ⁺¹	10 ⁻¹	16 ⁻¹	23 ⁻¹	11 ⁻³	15 ⁻¹	14 ⁺⁴	11 ⁺¹	9 =	9 ⁺¹
November	5 =	4 ⁺¹	7 ⁻²	6 ⁺¹	5 ⁺¹	6 =	5 =	6 ⁺²	6 ⁺¹	4 ⁻¹	3 ⁺²	3 =
December	9 =	10 ⁺²	11 ⁻⁴	6 =	8 ⁻¹	13 ⁺³	6 ⁻¹	11 =	10 ⁻¹	11 =	5 ⁺¹	6 ⁻¹
ST July or August	52 ⁺¹	49 ⁻³	45 ⁺¹	52 ⁺⁵	43 ⁻²	48 ⁺¹	50 ⁺³	48 =	55 ⁻¹	53 ⁺⁶	64 ⁻²	66 =

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P25Q2. ¿En qué época del año prefieres viajar por ocio? Base: Para quienes viajan por ocio al menos una vez al año

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

El mismo fenómeno ocurre en Norteamérica.

Sin embargo, en zonas donde las estaciones son diferentes, como Asia, Oceanía o Sudamérica, el tiempo preferido de viaje está mucho más disperso y menos concentrado entre junio y septiembre, mientras que los meses de otoño e invierno destacan. Diciembre es especialmente popular en Malasia, Singapur, India, Australia, Nueva Zelanda, Brasil y México.



3/4 Meses preferidos para viajes de ocio(%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK	IN	AU	NZ	SA	AE
January	13 -1	6 -3	6 -1	9 -2	7 -2	17 -4	23 -1	33 -3	13 -1	12 -1
February	8 -6	13 +1	7 +1	9 -1	8 +2	13 -1	13 +1	20 -4	11 -1	10 +1
March	14 =	18 -2	16 =	18 =	12 =	13 -4	14 -1	15 -1	16 +2	12 +1
April	12 -1	23 +1	26 +3	17 -1	23 +1	18 -2	19 -2	18 =	12 -3	13 =
May	20 +5	15 -1	35 +1	14 -2	28 -3	26 +4	15 +1	9 +1	14 +4	12 +1
June	19 =	18 +1	12 +1	26 +1	9 =	18 -1	20 +2	18 =	16 -2	19 +3
July	13 +4	27 +9	12 =	8 =	14 =	9 =	22 =	19 -3	19 =	28 -1
August	13 +1	21 +1	22 +1	10 =	21 -1	11 =	17 +2	13 =	24 +3	21 -6
September	16 =	16 -3	19 -5	18 -3	22 +1	13 -2	21 -4	17 +1	12 -3	13 -2
October	14 -3	25 -1	40 -3	24 -1	33 -5	21 =	17 -3	17 +2	12 -2	13 -1
November	24 -1	16 -5	19 -1	29 +1	9 -1	23 +2	14 -1	16 +1	9 +1	12 =
December	45 -3	22 +3	12 =	41 +1	16 +5	27 -2	30 +3	32 -3	16 +3	25 +1
ST July or August	24 +5	39 +6	31 =	17 -1	31 -1	19 +1	34 +3	28 -2	37 +2	41 -3

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P25Q2. ¿En qué época del año prefieres viajar por ocio? Base: Para quienes viajan por ocio al menos una vez al año

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

El mismo fenómeno ocurre en Norteamérica.

Sin embargo, en zonas donde las estaciones son diferentes, como Asia, Oceanía o Sudamérica, el tiempo preferido de viaje está mucho más disperso y menos concentrado entre junio y septiembre, mientras que los meses de otoño e invierno destacan. Diciembre es especialmente popular en Malasia, Singapur, India, Australia, Nueva Zelanda, Brasil y México.





4/4 Meses preferidos para viajes de ocio(%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
January	7 -1	10 -2	39	26	3
February	9 -1	16 -1	36	12	6
March	13 =	13 =	17	7	11
April	21 +2	12 +1	10	6	21
May	22 -2	20 +6	5	5	12
June	27 -3	22 -1	6	17	12
July	30 =	33 =	20	23	20
August	26 =	31 +2	6	6	17
September	24 +2	23 +1	12	10	12
October	20 +1	15 -1	13	12	9
November	10 =	9 -2	10	12	10
December	18 +2	15 =	19	37	37
ST July or August	45 =	48 +1	25	29	35

00

La misma concentración alrededor del verano se observa en Europa para el periodo exacto, que normalmente se elige para el viaje más largo del año, siendo julio y agosto especialmente dominantes.

1/4 Meses habituales del viaje más largo del año(%)

	 EU				WEST. EU		SOUTH EU		EAST. EU		 INDIA		OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA			
January	2	-1	3	=	1	-1	2	=	7	-1	12	-2	22	-2	8	-1	5	-3	21
February	2	-1	3	=	2	=	2	=	7	=	9	-1	10	+1	8	-1	8	=	15
March	3	=	3	=	3	=	2	=	8	-1	12	=	9	+1	11	=	7	-1	9
April	5	=	5	=	5	-1	3	=	11	=	13	-1	8	-1	10	-1	8	=	8
May	10	=	12	=	9	=	9	=	13	=	23	+3	8	=	10	-1	12	=	5
June	18	=	18	=	18	+1	21	=	11	=	15	-2	10	-1	17	-2	16	-2	7
July	29	=	28	+1	25	=	40	-1	12	+2	9	-1	13	=	22	-5	25	-2	15
August	30	-1	28	=	31	-1	37	=	15	-1	10	-1	10	=	23	-1	20	-3	8
September	25	-1	26	=	24	-2	22	-1	13	-1	12	+1	13	=	12	-2	17	+1	7
October	7	-1	8	-1	7	=	5	=	19	-3	15	-2	10	=	11	-2	11	-1	8
November	3	=	3	=	3	=	2	+1	16	-2	18	+1	9	+1	10	+2	6	=	9
December	4	-1	5	=	5	-2	3	+1	26	+1	22	-2	27	-1	17	+1	13	+1	28
ST July or August	50	+1	46	+1	50	=	60	-1	23	-1	18	-1	20	=	38	-4	38	-3	22

00













En cuanto a los meses de salida, algunas particularidades nacionales interesantes a destacar son:

- El mes de septiembre es muy popular entre los alemanes.
- Julio es predominantemente preferido por belgas, polacos y checos.
- El pico del verano (julio-agosto) es menos favorecido por los ingleses.

europ
assistance

Ipsos bva

2/4 Meses habituales del viaje más largo del año(%)

		WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
	EU											
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
January	2 -1	2 -1	4 =	3 +1	3 =	4 -1	3 =	2 =	1 -1	2 =	2 =	2 +1
February	2 -1	2 -1	3 =	3 +1	3 =	2 -2	3 -1	2 =	2 =	1 -2	2 -1	2 =
March	3 =	3 +2	3 =	3 +1	3 =	3 -3	4 +2	3 =	3 +1	2 -1	1 -1	2 =
April	5 =	7 =	7 +1	3 =	5 =	6 =	4 -1	4 -1	5 =	5 -2	3 =	2 -1
May	10 =	11 +2	12 =	12 +2	14 -1	8 -1	13 -3	9 +1	7 =	10 -1	10 =	8 =
June	18 =	18 -2	19 =	17 +2	18 +1	15 +1	21 -2	15 +1	17 =	21 =	20 -2	22 +1
July	29 =	27 -1	21 +2	38 +4	23 +1	32 -2	29 +4	23 -3	24 +1	27 +1	39 =	42 =
August	30 -1	32 -1	25 +1	29 -1	28 =	26 +3	27 -3	31 -1	31 -5	31 +2	38 -1	37 +1
September	25 -1	23 -2	23 -1	26 =	32 +2	28 +4	25 -5	23 -2	24 -2	23 -5	25 +1	19 -4
October	7 -1	6 +1	9 -1	6 -1	11 +1	13 -1	6 -1	9 =	6 =	6 =	4 -2	6 +2
November	3 =	3 +1	4 -1	2 -1	2 -1	3 -1	4 +1	4 +2	4 +1	2 =	2 +1	1 -1
December	4 -1	3 =	5 -4	4 +1	4 -1	7 +1	4 -1	6 =	4 -4	5 -1	2 =	3 =
ST July or August	50 +1	50 +1	39 +1	50 -3	42 +1	46 -1	47 +2	47 -3	50 -2	52 +4	59 -2	61 +1

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P25Q3. Normalmente, ¿en qué época del año haces tu viaje de ocio más largo? Base: Para quienes viajan por ocio al menos una vez al año











XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

- Más de 4 de cada 10 viajeros de Malasia y Singapur realizan su viaje de ocio más largo en diciembre.

- Mientras que Hong Kong, los países de Oriente Medio y, en menor medida, Corea del Sur, están relativamente cerca de las prácticas europeas, siendo preferidos los meses de julio a agosto.

3/4 Meses habituales del viaje más largo del año (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
January	8 -3	9 =	7 +2	6 =	7 +1	12 -2	17 -1	27 -2	8 -1	9 =
February	6 -6	9 +1	6 +1	4 =	7 +1	9 -1	8 +1	12 +1	9 =	7 -2
March	8 +1	9 -4	12 +1	7 =	6 -1	12 =	9 +1	8 +1	13 +2	9 -1
April	8 =	13 -1	14 +4	8 -1	11 -1	13 -1	9 -1	7 -2	10 -1	11 +1
May	11 =	9 -3	24 +4	9 =	15 +1	23 +3	10 +1	6 =	10 -1	9 -2
June	12 -1	13 =	9 +2	12 -2	7 +1	15 -2	12 =	8 -2	16 -2	17 -2
July	9 +2	22 +5	10 =	3 -3	13 +1	9 -1	15 +1	11 -1	18 -8	26 -2
August	10 -1	20 +1	21 -2	5 -1	22 =	10 -1	11 =	10 +1	24 +2	22 -4
September	13 =	12 -3	14 -2	12 =	15 =	12 +1	14 -2	11 +1	13 -2	12 -1
October	11 -6	19 -3	27 -1	18 -1	25 =	15 -2	11 -1	10 +2	11 -2	11 -1
November	22 -1	13 -6	14 -3	22 -1	8 =	18 +1	10 +1	9 +1	8 +1	12 +3
December	45 -4	15 +2	10 =	41 +2	10 =	22 -2	26 =	28 -2	15 +3	19 -1
ST July or August	18 +2	34 +4	28 -3	8 -4	32 =	18 -1	22 +1	17 -2	37 -3	40 -3

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

00

- Las vacaciones de los argentinos se concentran especialmente en los meses de enero y febrero.



4/4 Meses habituales del viaje más largo del año(%)



	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
January	4 -2	6 -4	37	22	4
February	5 =	12 +2	34	8	3
March	6 =	8 -1	14	5	8
April	10 =	7 =	8	4	13
May	13 -2	11 +2	3	3	10
June	18 -5	14 =	4	9	9
July	23 -3	27 -1	10	16	20
August	18 -3	21 -5	4	5	15
September	17 +2	16 -1	5	7	8
October	14 +2	9 -2	6	8	9
November	6 +1	5 -1	7	10	9
December	14 +2	12 =	20	34	31
ST July or August	36 -3	41 -2	13	21	33

00

Los planes de viaje fuera del verano se concentran en el periodo de primavera para europeos (abril y mayo) y norteamericanos.













En otras regiones, octubre y noviembre también son periodos populares.

1/4 Planes de viaje fuera del verano (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Estoy planeando viajar entre abril y mayo de 2026	33 -1	35 =	32 -2	28 -4	28 +2	47 +5	27 -1	29 +1	30 -1	18
Estoy planeando viajar entre octubre y noviembre de 2026	22 =	24 -1	22 +3	20 =	29 -3	34 -2	22 -3	27 +4	24 =	20
¡Ya he viajado este año entre enero y marzo de 2026	16 -1	19 -1	14 -1	14 =	20 +1	26 -3	26 -3	26 +1	16 -2	20
Estoy planeando viajar en diciembre de 2026	10 -1	10 -1	12 -2	8 =	20 +1	20 =	21 -5	19 +1	15 -1	25
Ninguna de estas respuestas	39 +2	37 +1	37 +2	46 +3	28 -2	9 -1	29 +10	17 -7	37 +4	30











00

2/4 Planes de viaje fuera del verano(%)

	 EU	 FR	 UK	WESTERN EUROPE			SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE		
				 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Estoy planeando viajar entre abril y mayo de 2026	33 -1	40 +1	42 +1	29 +2	35 -2	35 +1	32 -3	32 -3	28 +2	36 -5	27 -6	29 -2
Estoy planeando viajar entre octubre y noviembre de 2026	22 =	22 =	25 -6	19 -1	22 -2	28 +1	25 =	25 +2	20 +3	20 +2	18 -1	23 +2
Ya viajé este año entre enero y marzo de 2026	16 -1	19 -3	17 +1	15 -1	17 -1	23 -4	21 +3	14 -2	13 -1	14 -2	13 -1	15 +1
Estoy planeando viajar en diciembre de 2026	10 -1	10 -1	12 -3	8 +1	9 -3	13 +2	7 -3	12 =	11 -4	11 -3	6 -2	9 +1
Ninguna de estas respuestas	39 +2	35 +2	34 +7	48 +1	41 +4	31 =	37 -3	33 +1	41 -1	36 +4	48 +6	44 -1

00

3/4 Planes de viaje fuera del verano(%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Estoy planeando viajar entre abril y mayo de 2026	27 +1	31 +2	21 =	31 +6	29 =	47 +5	28 =	26 -2	32 +6	27 -3
Estoy planeando viajar entre octubre y noviembre de 2026	28 -2	36 -3	23 -5	30 =	29 -5	34 -2	21 -7	22 =	25 +2	29 +5
Ya viajé este año entre enero y marzo de 2026	25 +1	19 +1	13 +2	24 -2	17 +1	26 -3	23 -2	30 -4	25 +2	27 -1
Estoy planeando viajar en diciembre de 2026	30 -2	22 +7	7 -1	30 +1	12 =	20 =	19 -7	23 -4	16 -1	22 +3
Ninguna de estas respuestas	15 -3	21 -5	53 +3	17 -5	34 +1	9 -1	33 +12	25 +8	20 -10	14 -5

00

4/4 Planes de viaje fuera del verano(%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Estoy planeando viajar entre abril y mayo de 2026	35 -2	24 -1	16	13	25
Estoy planeando viajar entre octubre y noviembre de 2026	29 +1	20 -1	17	22	22
Ya viajé este año entre enero y marzo de 2026	17 -1	16 -2	30	20	11
Estoy planeando viajar en diciembre de 2026	16 -2	13 -1	20	30	26
Ninguna de estas respuestas	31 +5	43 +3	30	32	28

01

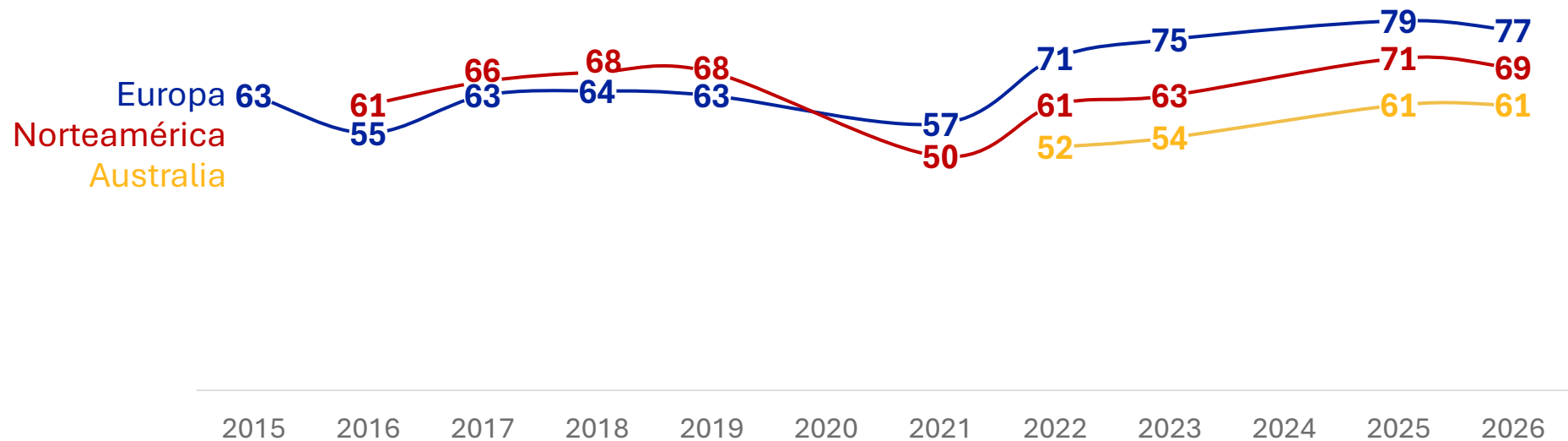
Un entusiasmo por viajar que permanece intacto: los niveles récord alcanzados el año pasado están confirmados y el deseo de viajar sigue intacto...



01

Tras los niveles récord registrados en 2025, las intenciones de viaje se han estabilizado este año. Sin embargo, en Norteamérica y Australia siguen siendo significativamente más altos que en 2022 y 2023.

1/8 Planes para irnos de viaje este año – Tendencia durante varios años % Sí (uno o varios viajes)



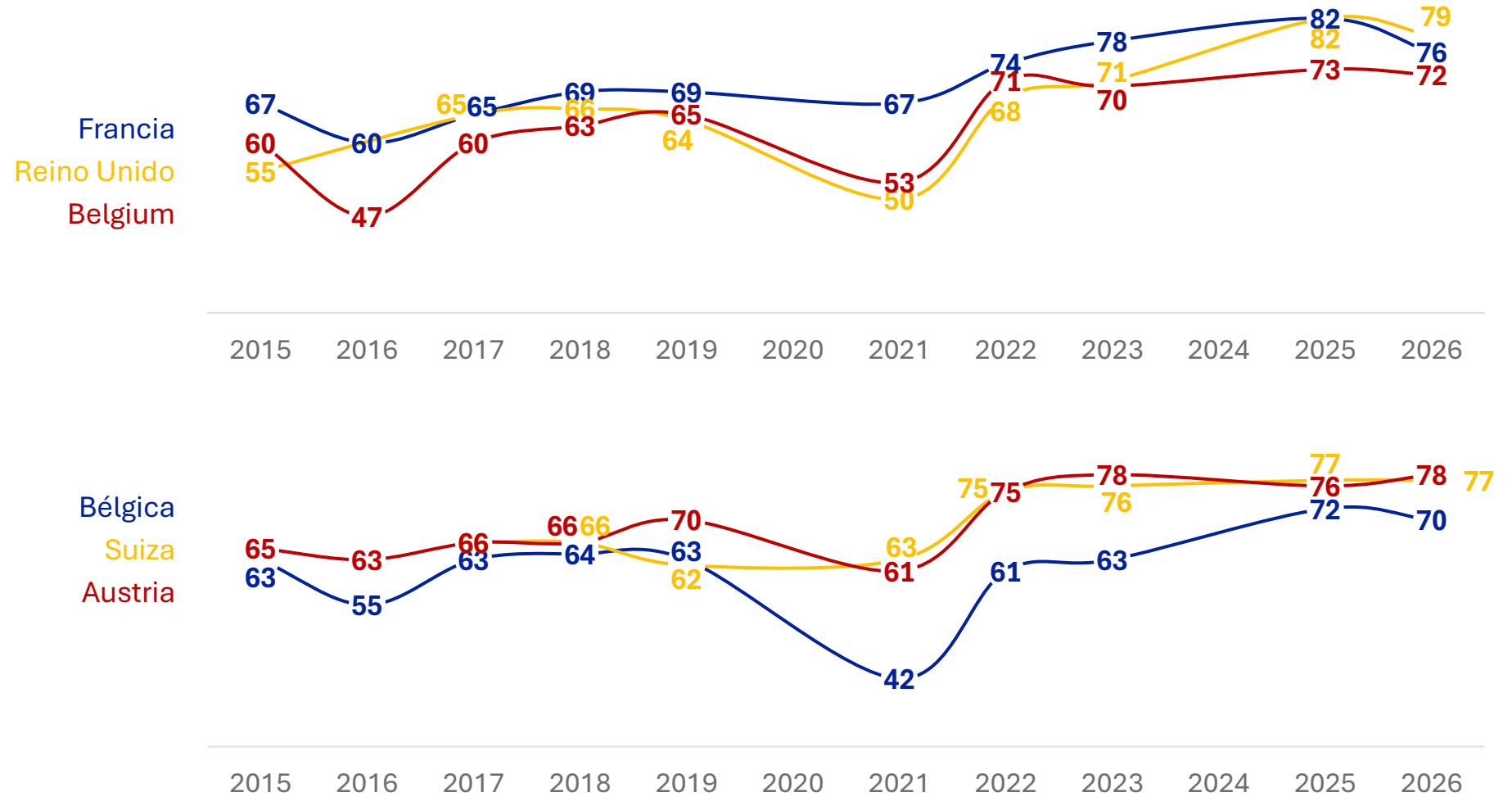
01

En general, existe una gran estabilidad para los países europeos estudiados, con dos excepciones:

- Aun así, tres cuartas partes de los franceses tienen intención de irse de vacaciones este verano, pero esto supone 6 puntos menos que en 2025.
- También hay un marcado descenso en Polonia, con un regreso a los niveles observados en 2022 y 2023 (75%, una bajada de 7 puntos respecto a 2025).



2/8 Planes para irnos de viaje este año – Tendencia durante varios años % Sí (uno o varios viajes)



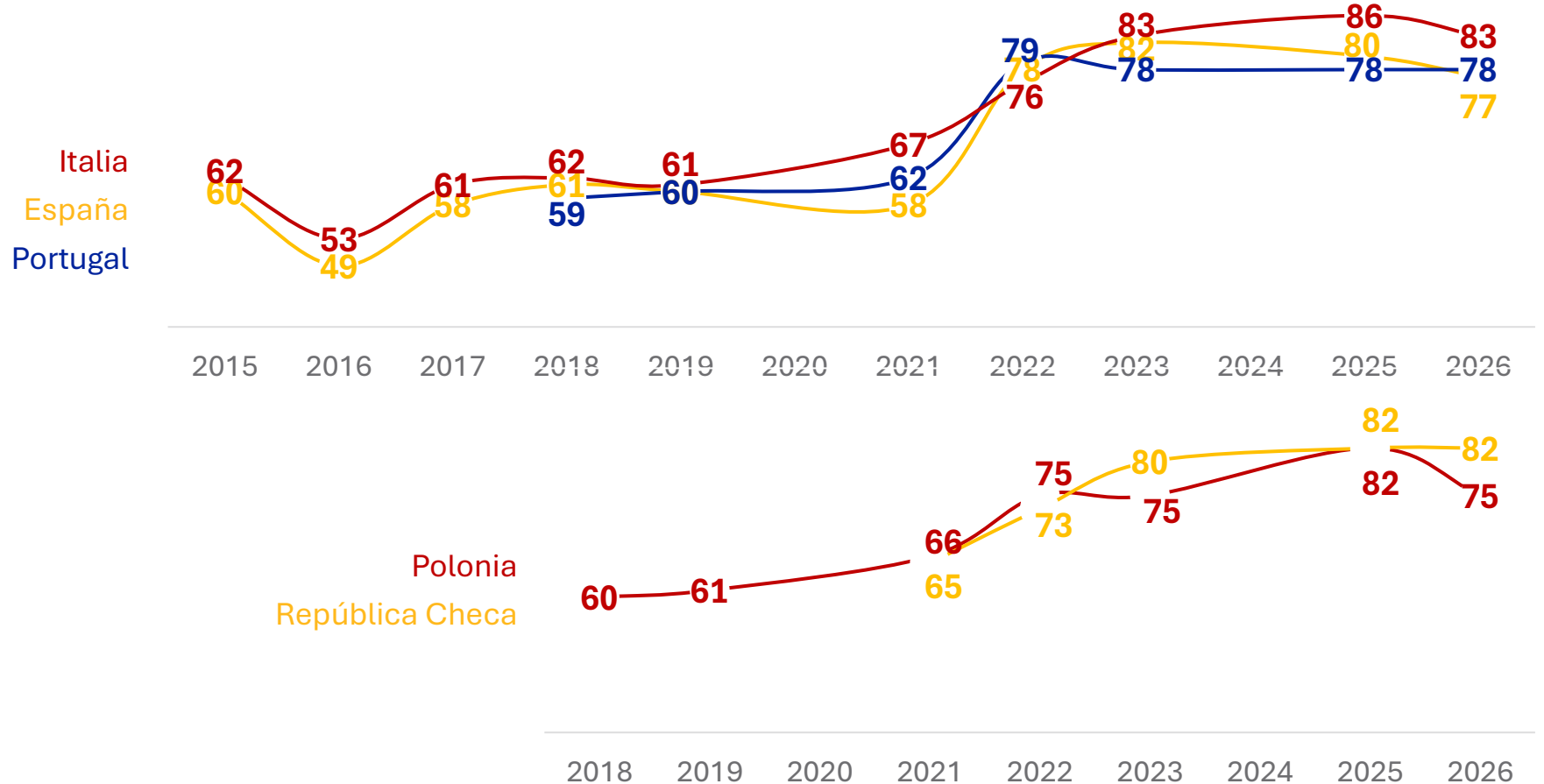
01

En general, existe una gran estabilidad para los países europeos estudiados, con dos excepciones:

- Aun así, tres cuartas partes de los franceses tienen intención de irse de vacaciones este verano, pero esto supone 6 puntos menos que en 2025.
- También hay un marcado descenso en Polonia, con un regreso a los niveles observados en 2022 y 2023 (75%, una bajada de 7 puntos respecto a 2025).



3/8 Planes para irnos de viaje este año – Tendencia durante varios años % Sí (uno o varios viajes)





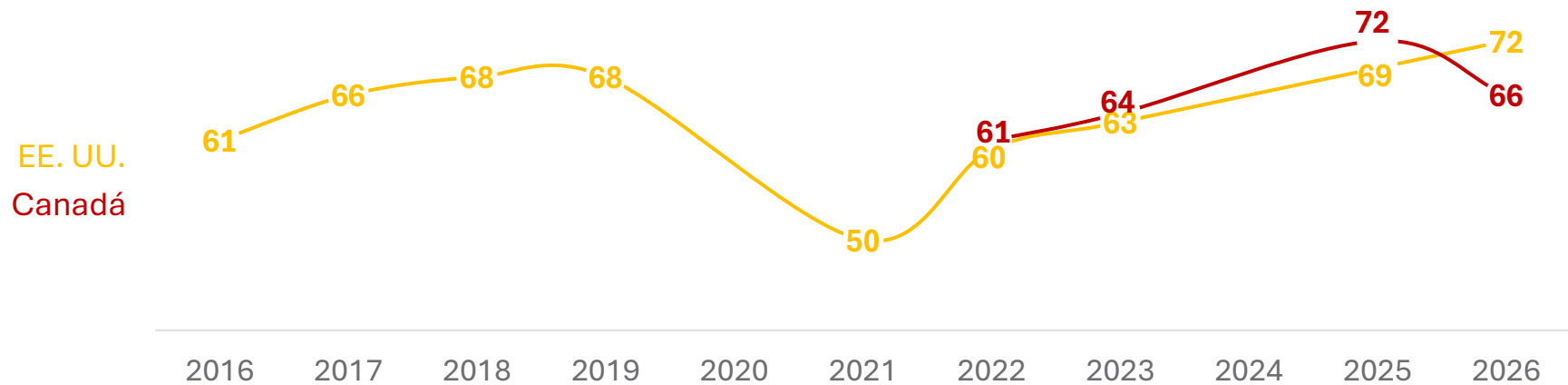
01

Dinámicas diferentes dentro de la región de Norteamérica:

- **El deseo de viajar ha alcanzado un nuevo récord en Estados Unidos, con un 72% de los estadounidenses declarando intención de viajar este verano.**
- **Por el contrario, aunque la proporción sigue siendo alta en Canadá —con 2/3 planeando viajar este verano— ha caído 6 puntos respecto a 2025.**



4/8 Planes para irnos de viaje este año – Tendencia durante varios años % Sí (uno o varios viajes)

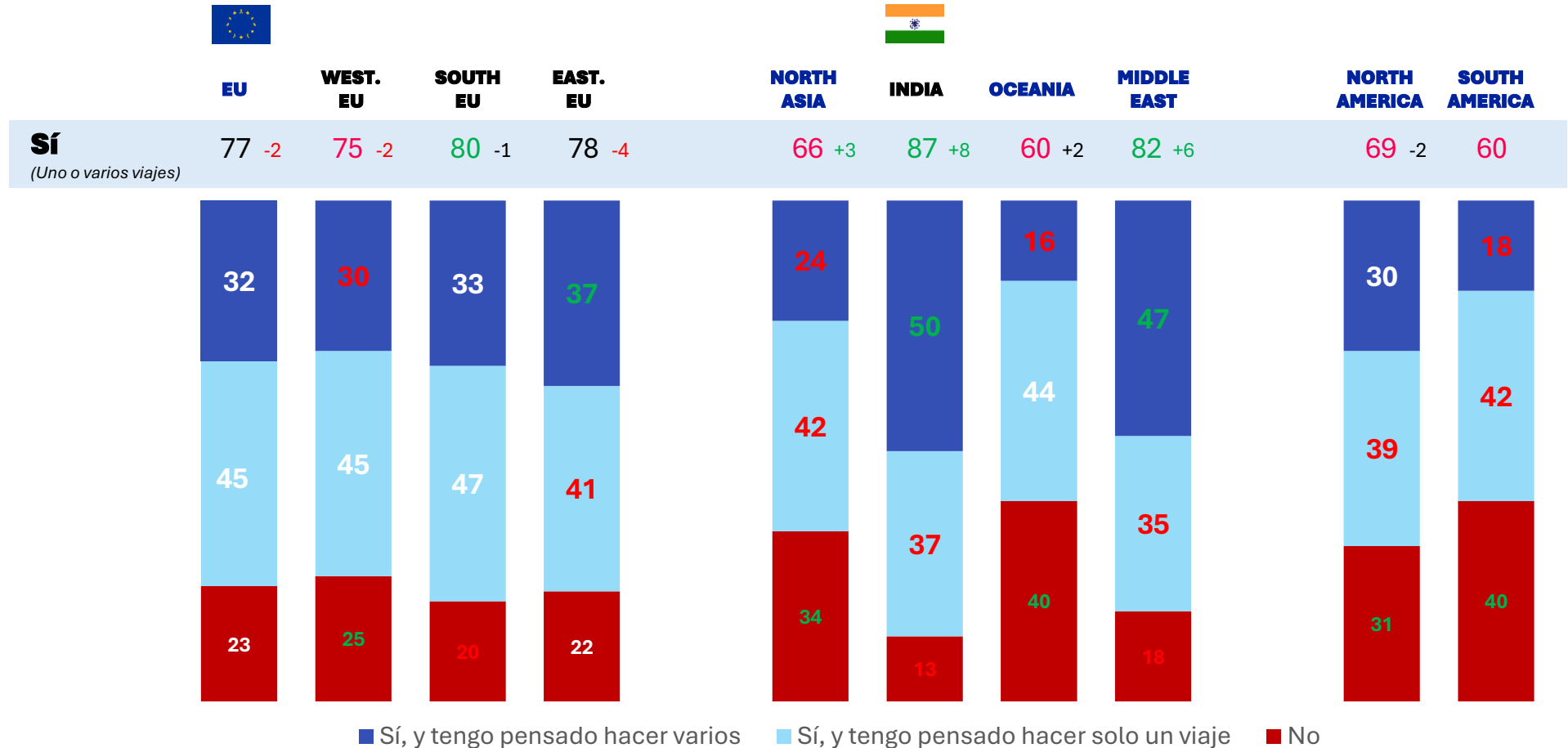


01

Lógicamente, las intenciones de irse de vacaciones entre junio y septiembre son significativamente menores en el hemisferio sur, ya que este periodo corresponde al invierno.

Cabe destacar que las intenciones de viaje en India y Oriente Medio (Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí) han experimentado un fuerte aumento respecto a 2025.

5/8 Planes para irme de viaje este año(%)





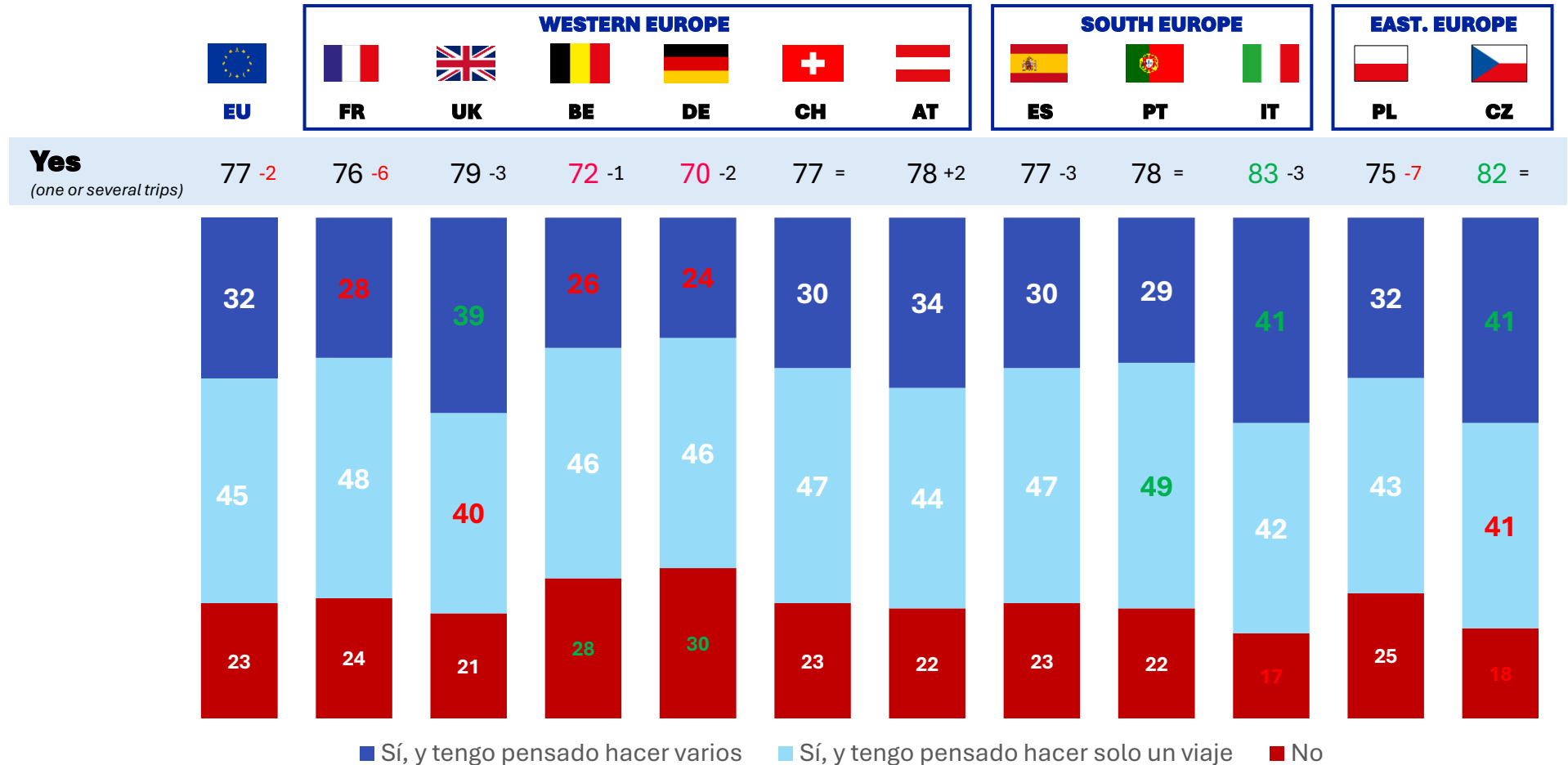
01

En general, existe una gran estabilidad para los países europeos estudiados, con dos excepciones:

- Aun así, tres cuartas partes de los franceses tienen intención de irse de vacaciones este verano, pero esto supone 6 puntos menos que en 2025.
- También hay un marcado descenso en Polonia, con un regreso a los niveles observados en 2022 y 2023 (75%, una bajada de 7 puntos respecto a 2025).



6/8 Planes para irme de viaje este año(%)



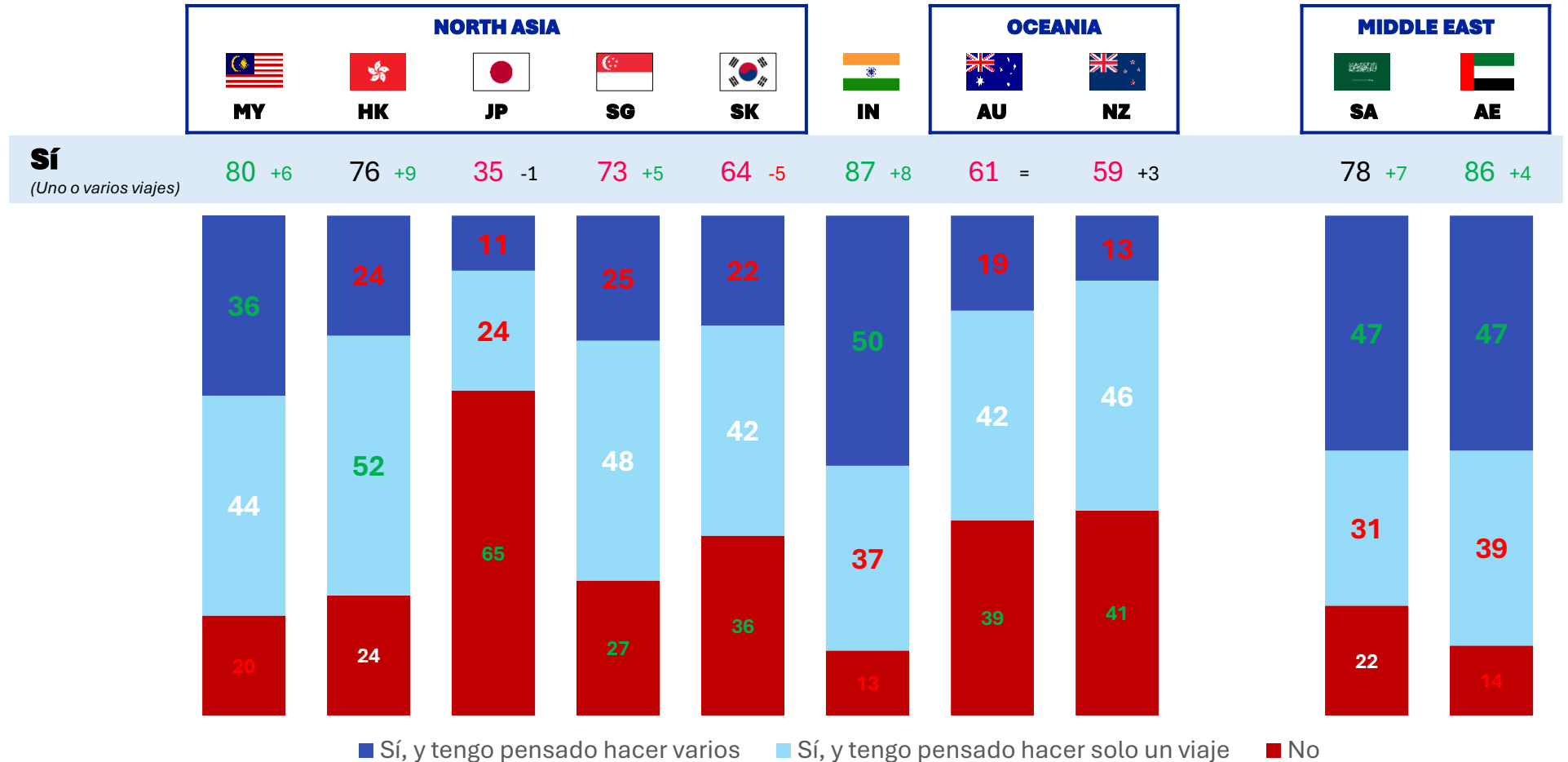
P15. ¿Tienes pensado ir [de viaje este verano / de vacaciones este año entre junio y septiembre]? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

01

Además de India y Oriente Medio, también se observan aumentos en las intenciones de salidas vacacionales en Malasia, Hong Kong y Singapur.

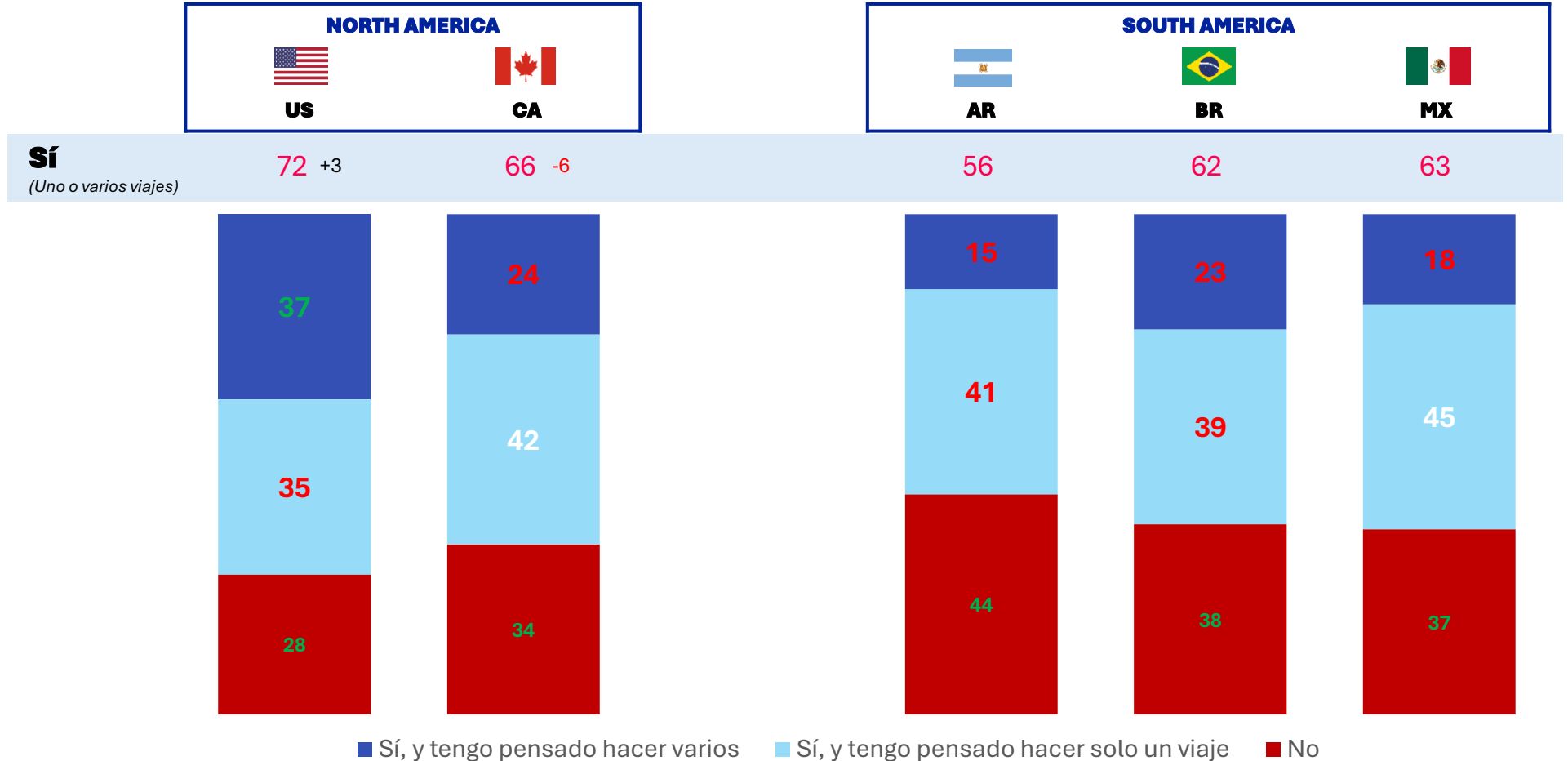
7/8 Planes para irme de viaje este año(%)



01

Los países sudamericanos recién introducidos en el barómetro de este año muestran como era de esperar, las intenciones de salida vacacional para el periodo junio-septiembre muy por debajo de lo observado en el hemisferio norte.

8/8 Planes para irme de viaje este año(%)




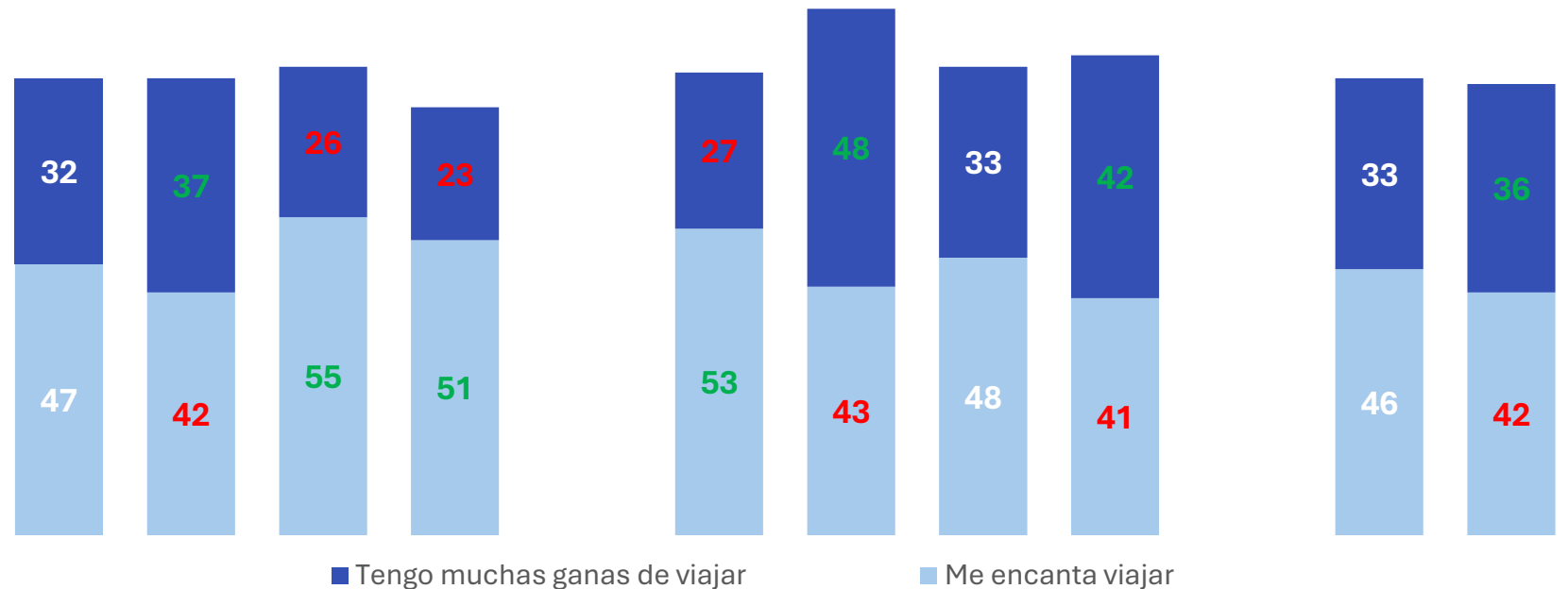


01

Otra medida clave del barómetro es que el nivel de entusiasmo por viajar este año sigue siendo extremadamente alto en todas las regiones, con al menos 8 de cada 10 personas expresando entusiasmo.

1/8 Entusiasmo por viajar(%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Entusiasta	79	79	81	74	80	91	81	83	79	78
<i>Emocionado + Feliz de viajar</i>	-2	=	-3	-5	+2	+1	-4	+1	+1	



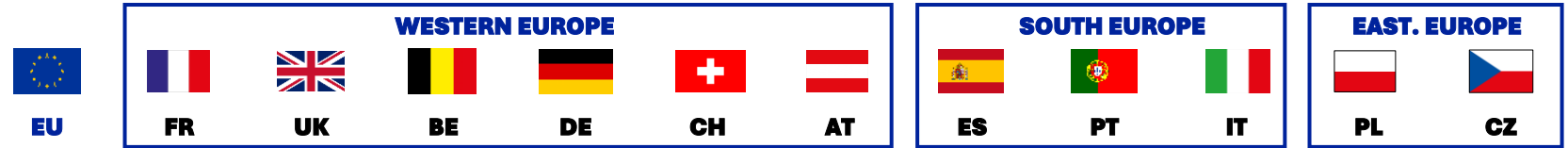
NQ5. ¿Cómo describirías tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

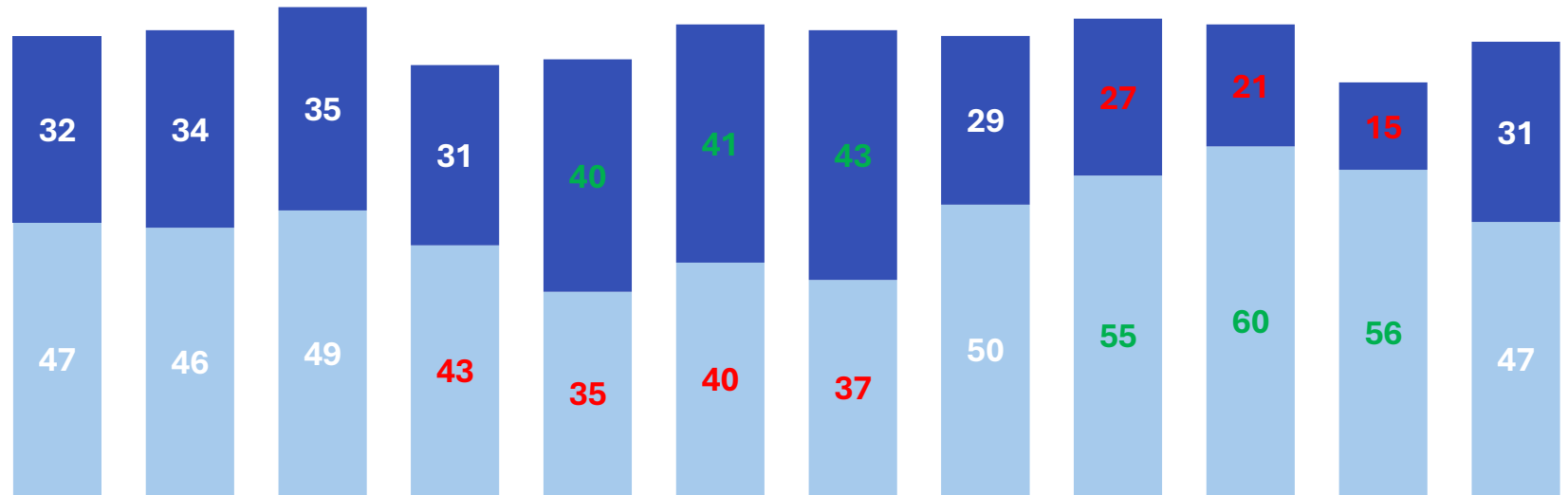
01

Un entusiasmo especialmente fuerte se nota en Alemania, Suiza y Austria, con 4 de cada 10 declarándose "realmente emocionados" por viajar.

2/8 Entusiasmo por viajar(%)



Entusiasta	EU	FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Emocionado + Feliz de viajar	79	80	84	74	75	81	80	79	82	81	71	78
	-2	-2	=	-2	+1	-1	+1	-4	-1	-4	-8	-2



■ Tengo muchas ganas de viajar

■ Me encanta viajar



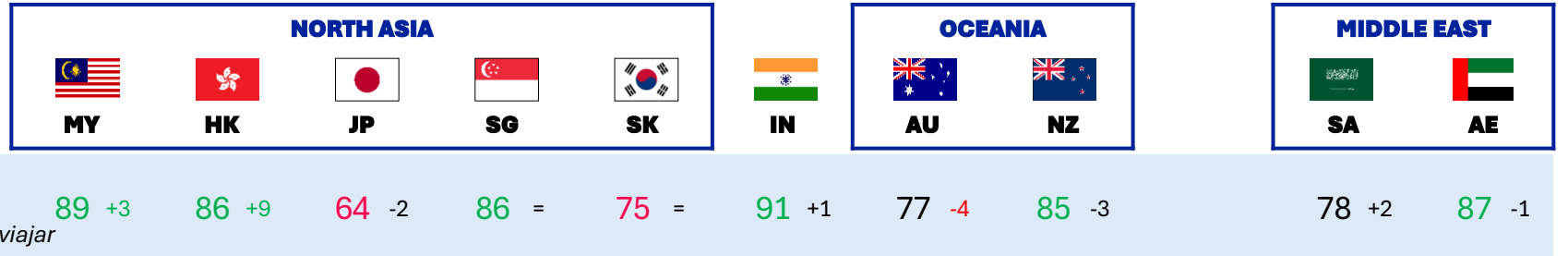
NQ5. ¿Cómo describirías tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

01

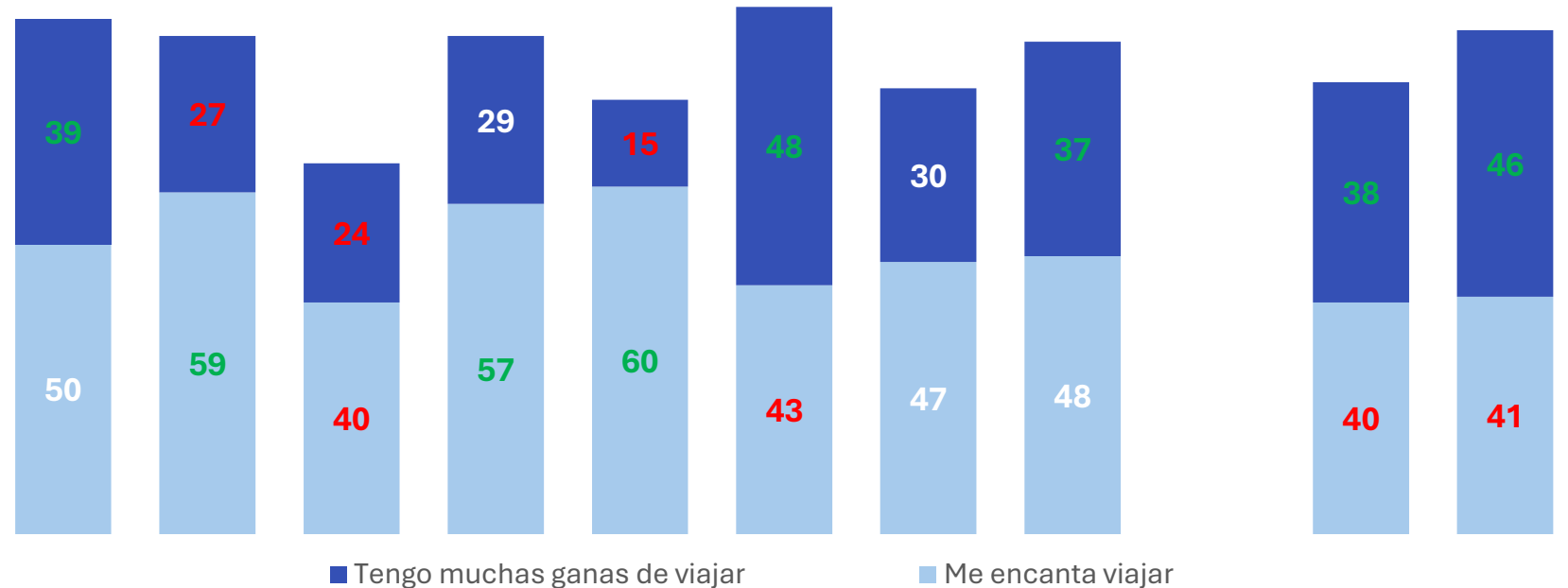
Japón, y en menor medida Corea del Sur, siguen siendo excepciones con mucho menos entusiasmo por viajar, aunque sigue siendo la opinión mayoritaria.

3/8 Entusiasmo por viajar(%)



Entusiasta

Emocionado + Feliz de viajar



01

4/8 Entusiasmo por viajar(%)



Entusiasta
Emocionado + Feliz de viajar

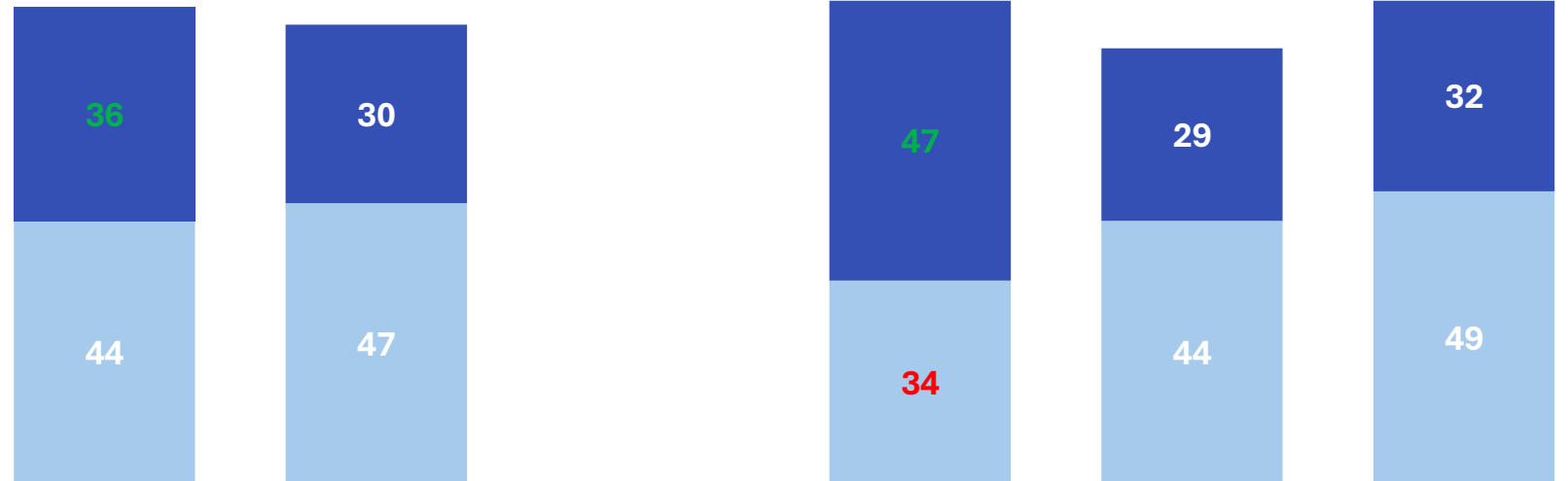
80 +3

77 -1

81

73

81

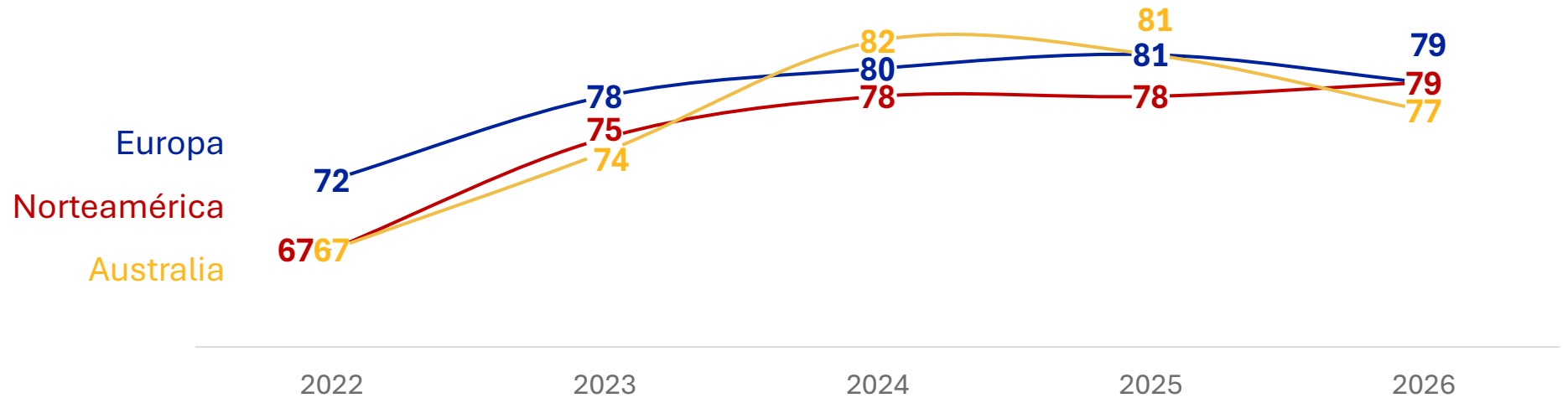


■ Tengo muchas ganas de viajar

■ Me encanta viajar

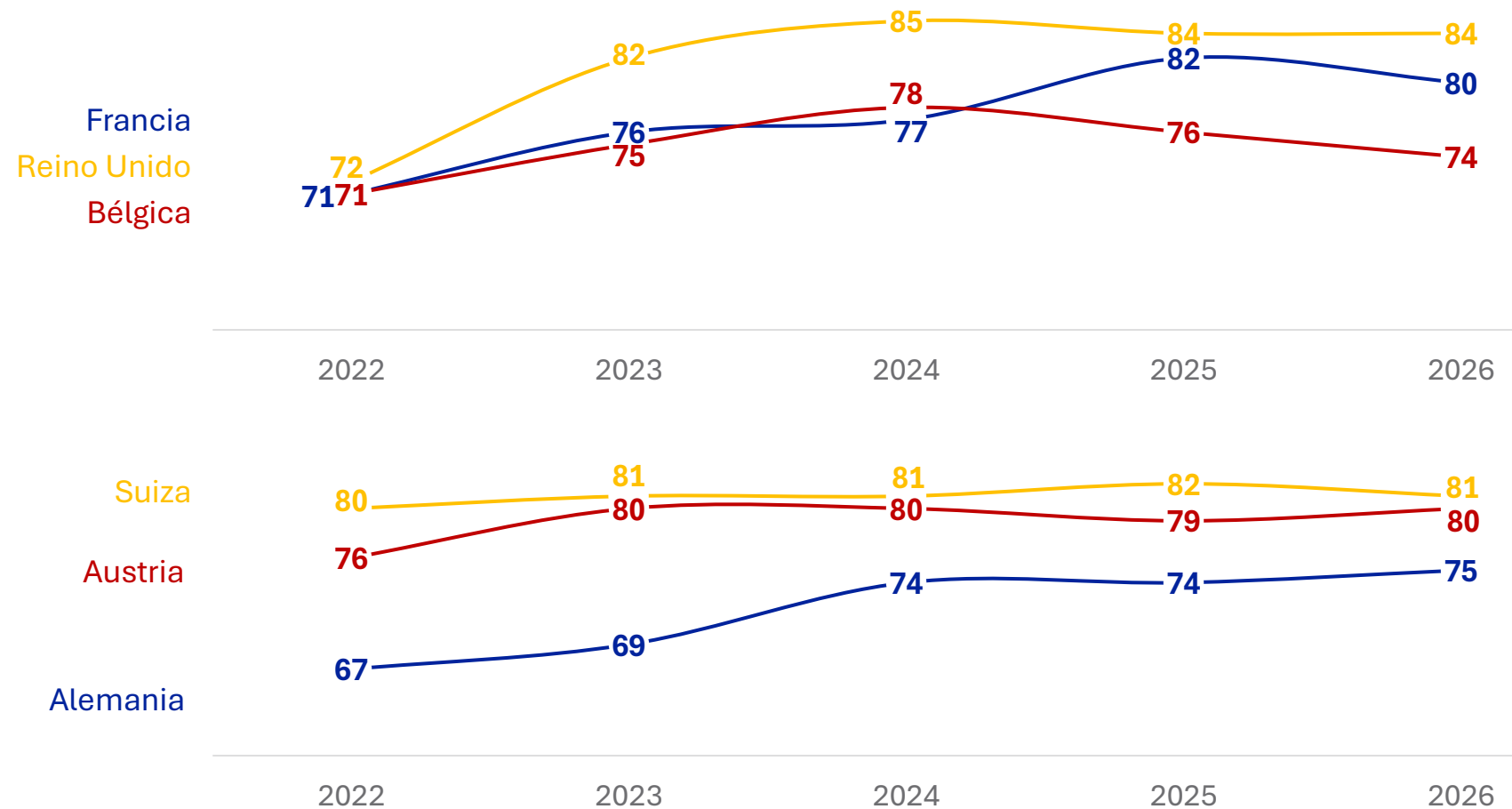
01

5/8 Entusiasmo por viajar – Tendencia durante varios años % Entusiasta (Emocionado + Feliz de viajar)



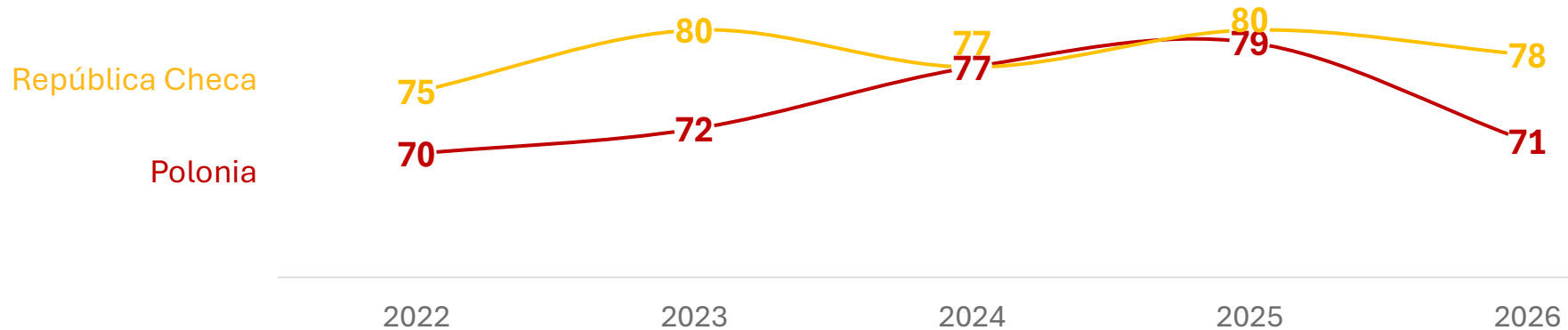
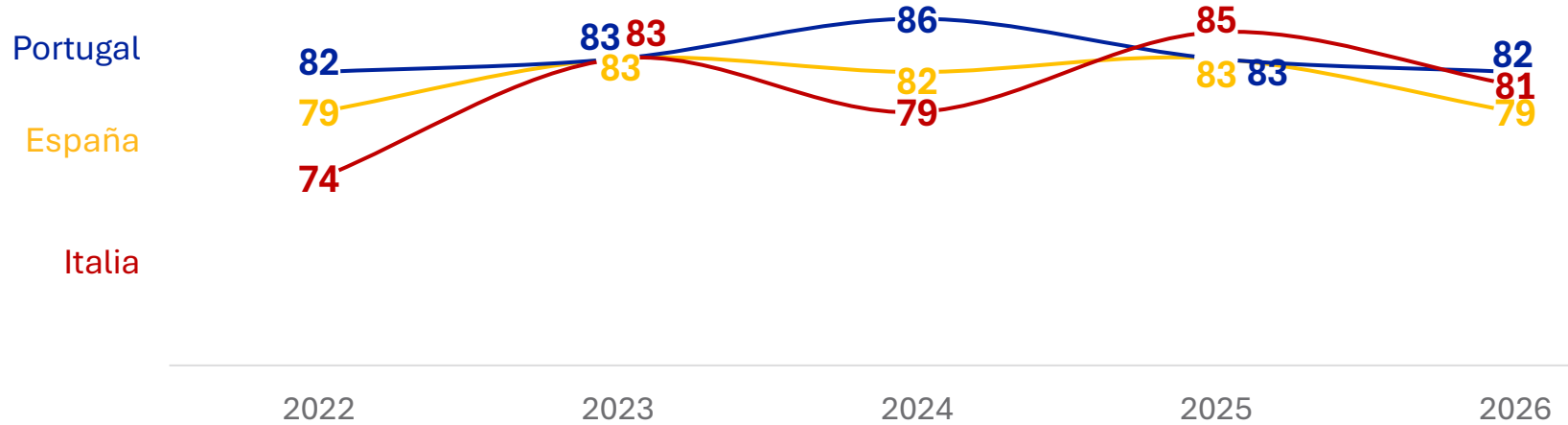
01

6/8 Entusiasmo por viajar – Tendencia durante varios años % Entusiasta (Emocionado + Feliz de viajar)



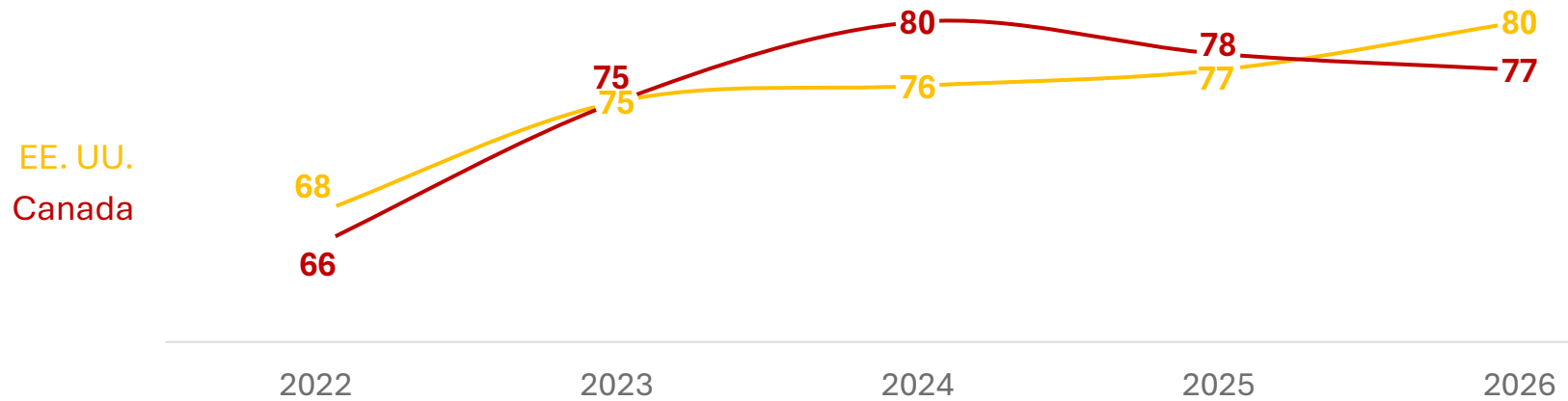
01

7/8 Entusiasmo por viajar – Tendencia durante varios años % Entusiasta (Emocionado + Feliz de viajar)



01

8/8 Entusiasmo por viajar – Tendencia durante varios años % Entusiasta (Emocionado + Feliz de viajar)





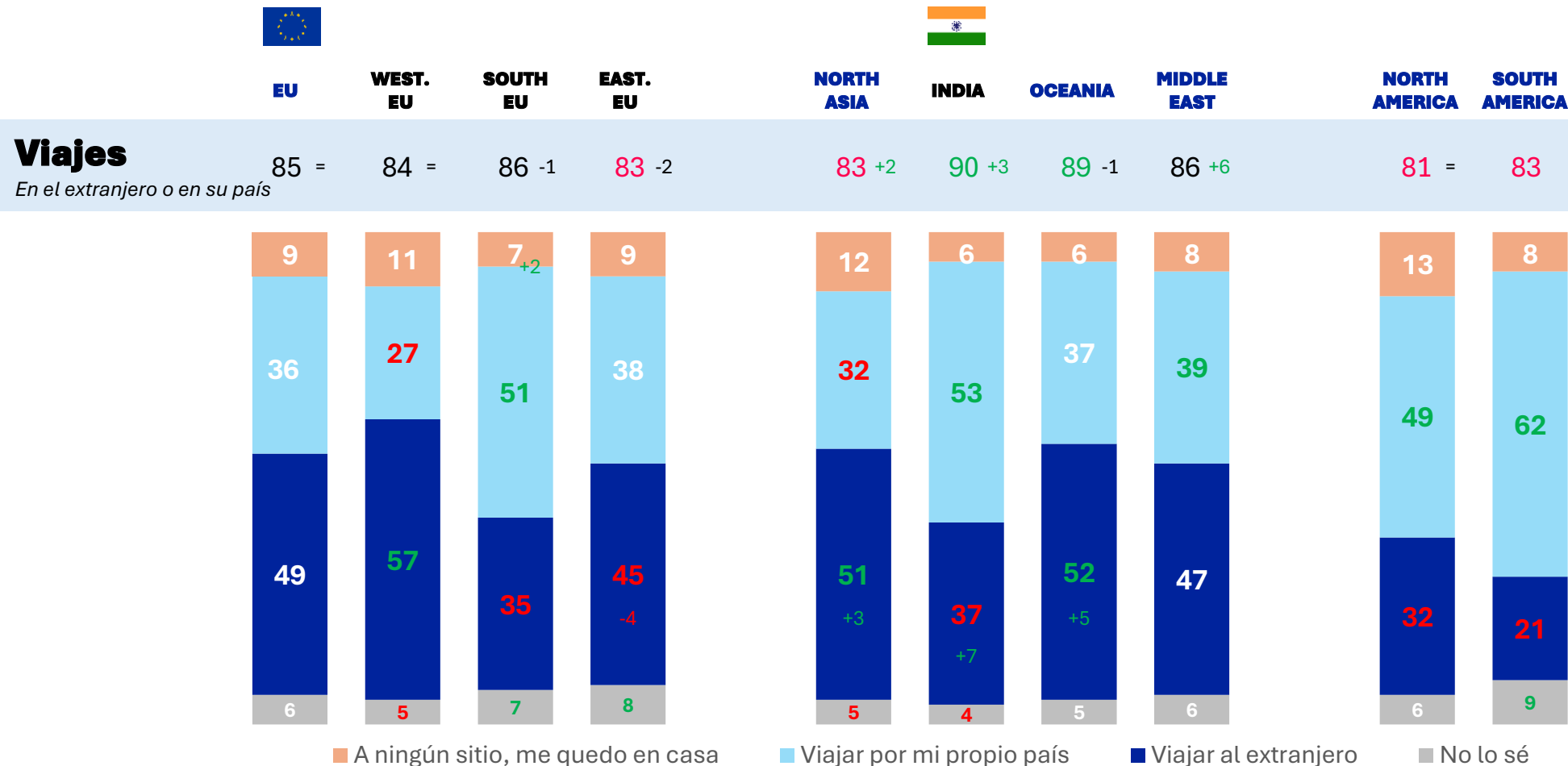
01

El atractivo de viajar sigue siendo fuerte, con no más de 1 de cada 10 personas en cualquier región considerando que quedarse en casa durante sus vacaciones es lo ideal.

Los viajes internacionales siguen siendo preferidos (incluso ganando terreno en el norte de Asia, India y Oceanía), y se confirma la tendencia de un creciente deseo de exploración global observada en 2025.

En contraste, India y América tienden predominantemente a las vacaciones nacionales, al igual que el sur de Europa, una región que incluye destinos turísticos muy codiciados.

1/4 Destino ideal para las vacaciones de verano en 2026(%)



NEWQ2. Cuando piensas en las vacaciones ideales de 2026, ¿a dónde te gustaría ir principalmente? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

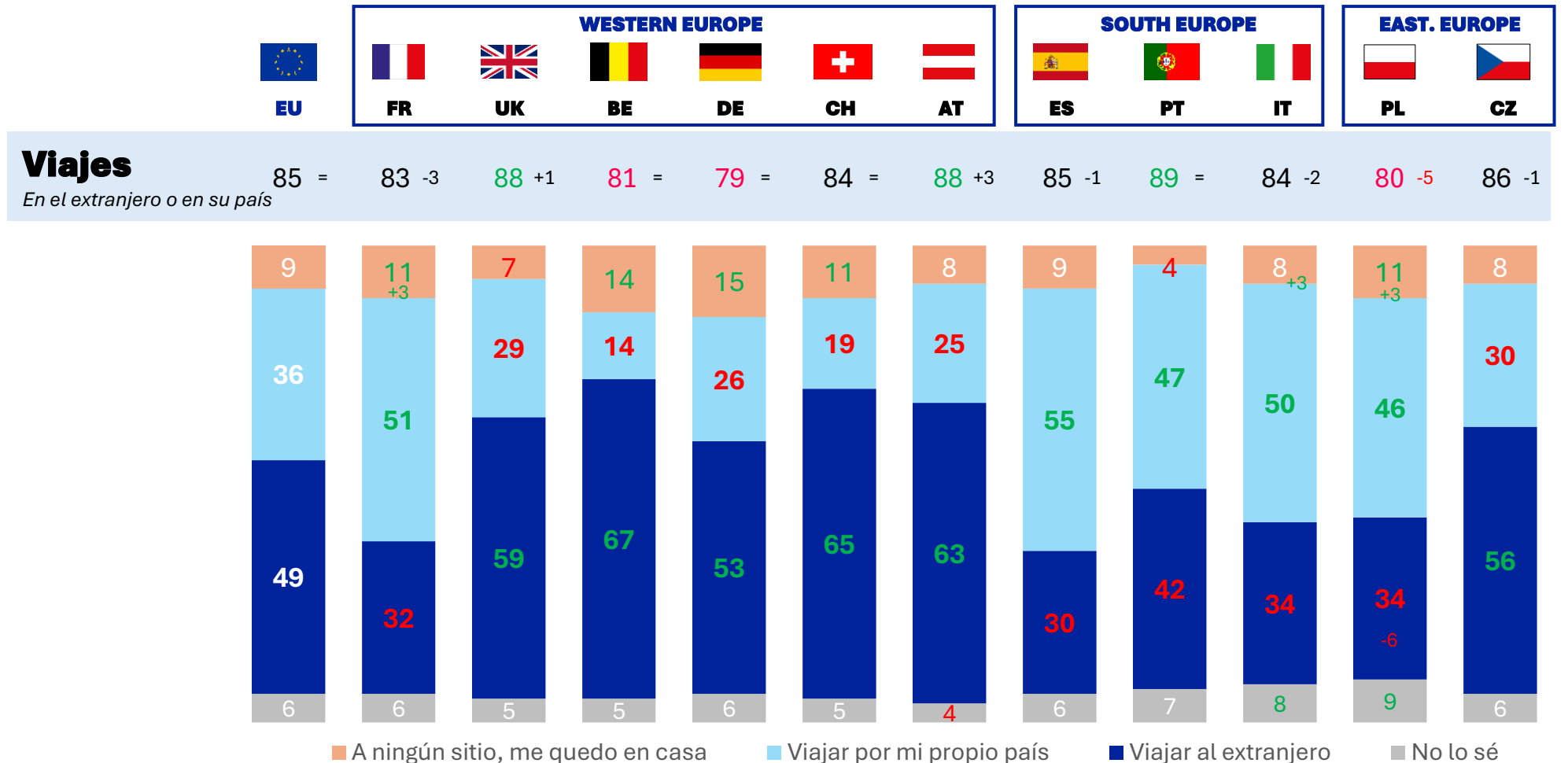


01

Dos Europas destacan:

- una claramente atraída por los viajes al extranjero, donde casi dos tercios de belgas, suizos y austriacos ven sus vacaciones ideales en el extranjero.
- El otro, donde la mayoría ve sus vacaciones ideales en su propio país, forma un arco sur que incluye España, Portugal e Italia, así como Francia y Polonia.

2/4 Destino ideal para las vacaciones de verano en 2026(%)

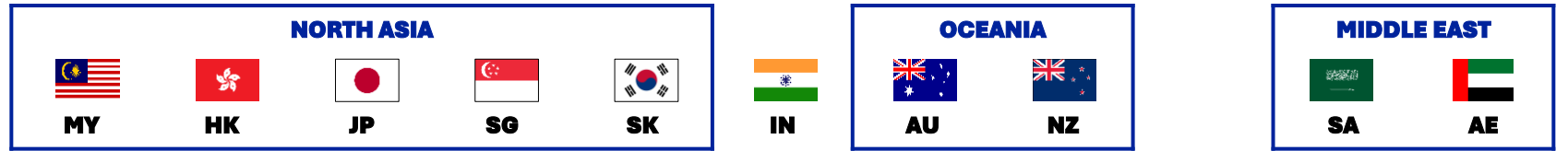


01

La relación con los viajes sigue siendo increíblemente diversa dentro de la región del norte de Asia:

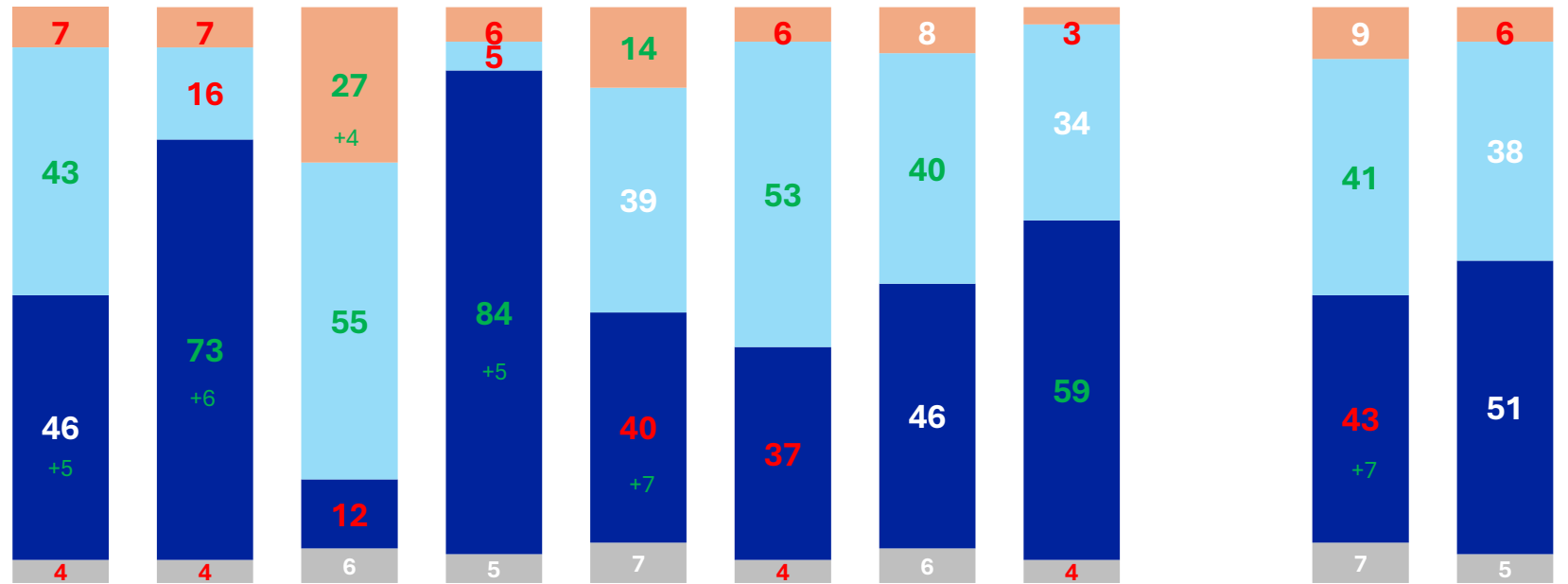
- los japoneses destacan, con más de una cuarta parte considerando que quedarse en casa es lo ideal, y solo un 12% desea viajar al extranjero.
- Por el contrario, en Singapur y Hong Kong, más de tres cuartas partes preferirían viajar al extranjero.

3/4 Destino ideal para las vacaciones de verano en 2026(%)



Viajes

En el extranjero o en su país



■ A ningún sitio, me quedo en casa ■ Viajar por mi propio país ■ Viajar al extranjero ■ No lo sé

01

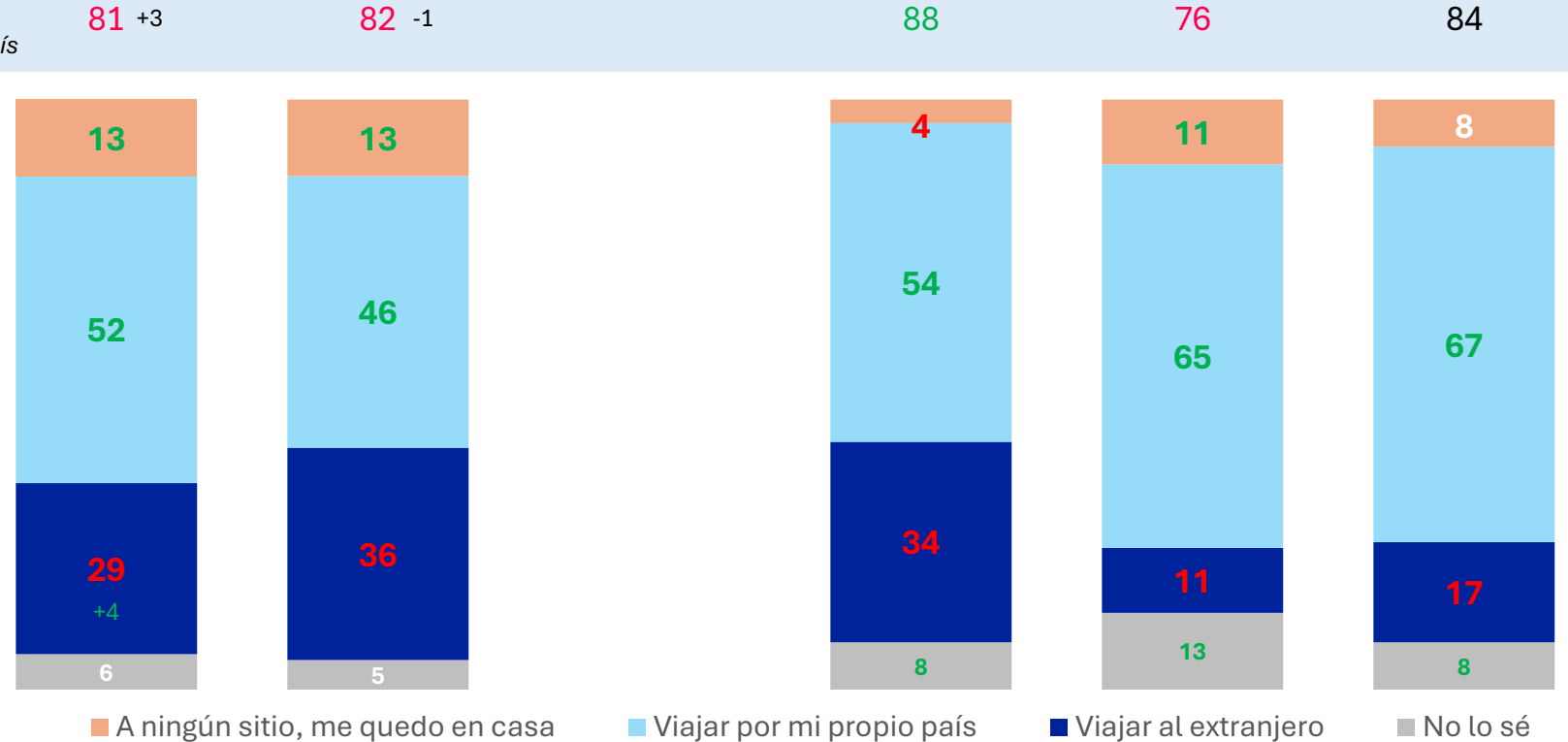
Brasil y México, estudiados por primera vez en la historia del barómetro este año, destacan por tener muy poco interés en los viajes internacionales.

4/4 Destino ideal para las vacaciones de verano en 2026(%)



Viaje

En el extranjero o en su país

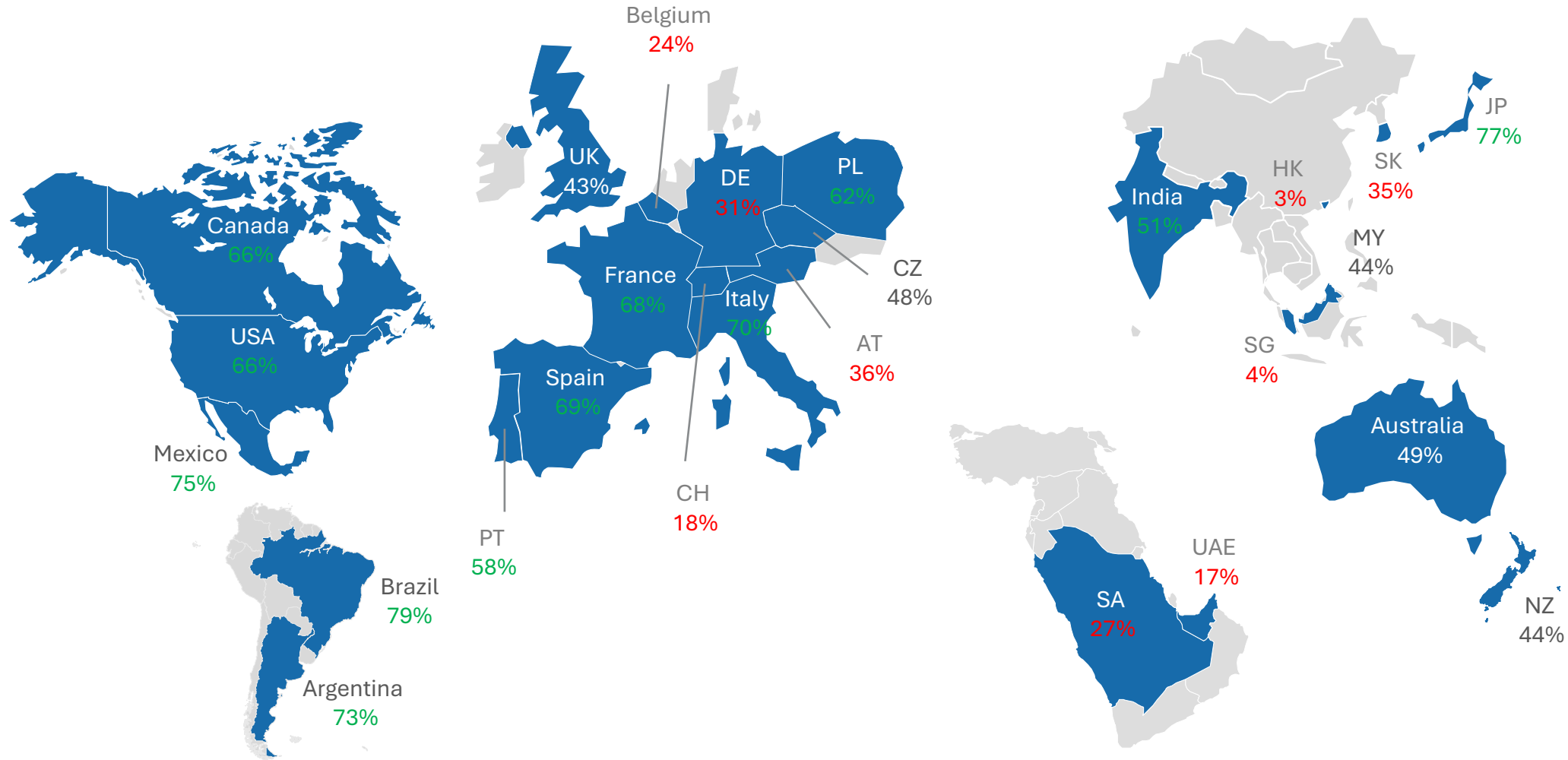


01

Realidades muy diferentes de un país a otro:

- Existe una fuerte tendencia a viajar dentro del propio país a través de todo el continente americano, así como en Japón y en Europa, específicamente en Francia, Italia y España.
- Por el contrario, menos del 5% de los viajeros de Hong Kong y Singapur planean viajar dentro de su propio país, y menos de 1 de cada 5 emiratíes y suizos lo hacen.

Planes de vacaciones en el propio país este verano(%)

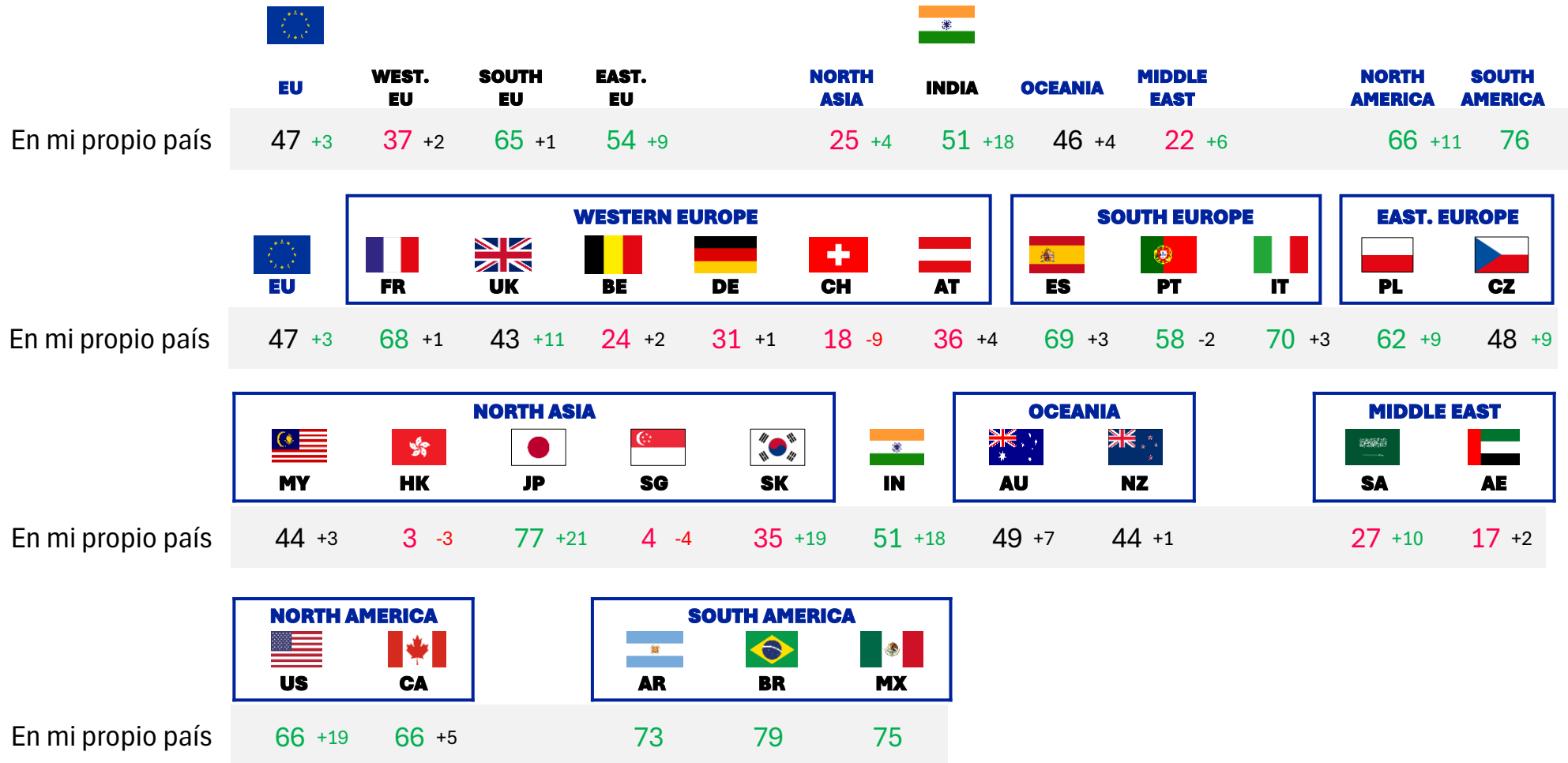




01

Se observa un aumento significativo en las intenciones de viaje nacional en Japón, Estados Unidos, India, Reino Unido y Arabia Saudí.

Planes de vacaciones en el propio país este verano(%)

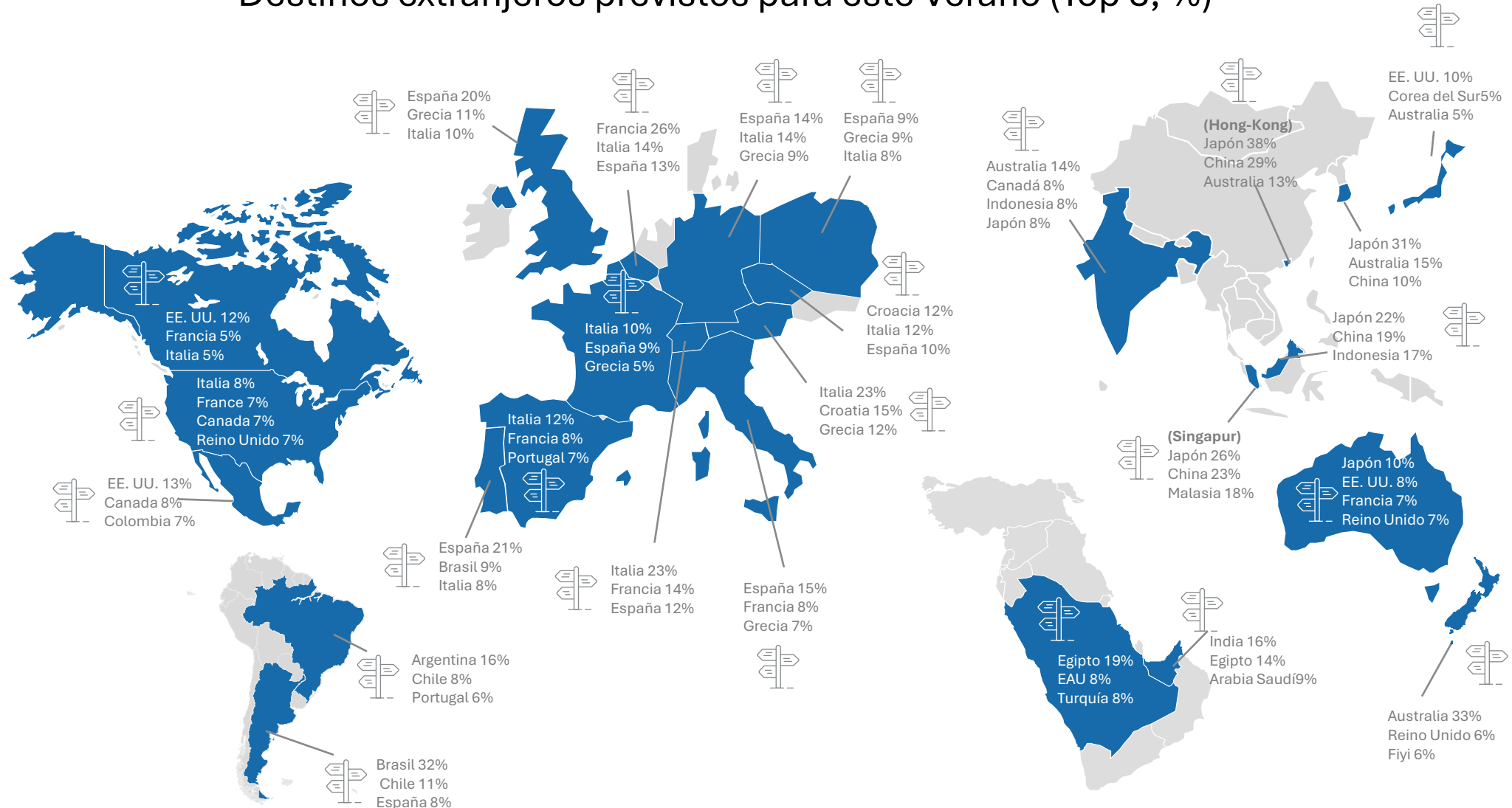


P21BIS. ¿A dónde planeas ir de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes planean hacer un viaje y ya conocen su destino

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

01

Destinos extranjeros previstos para este Verano (Top 3; %)



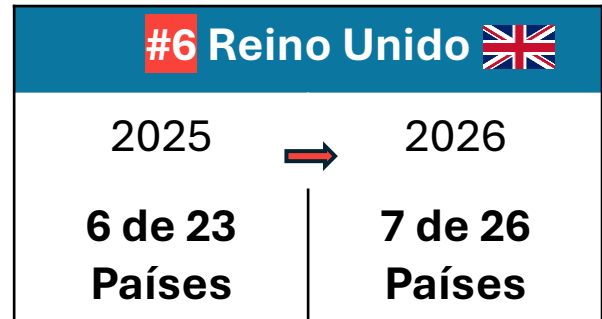
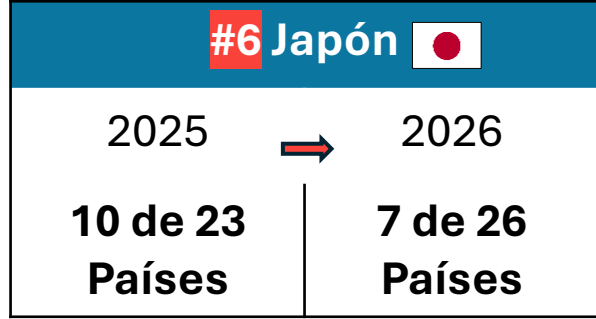
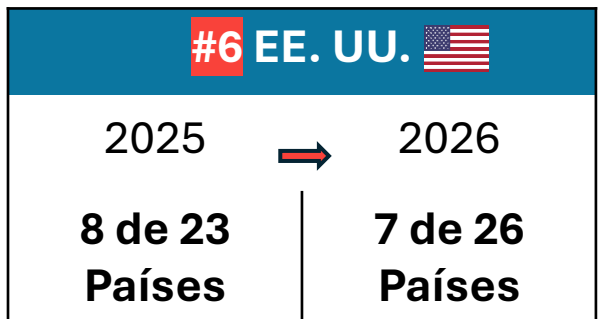
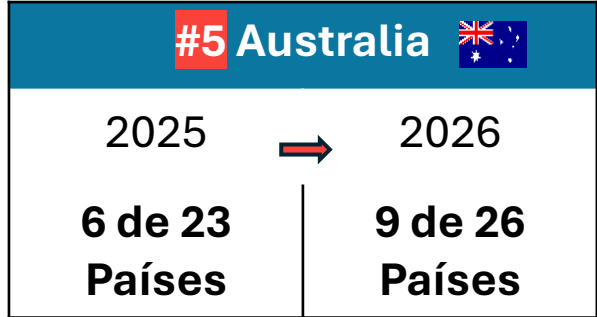
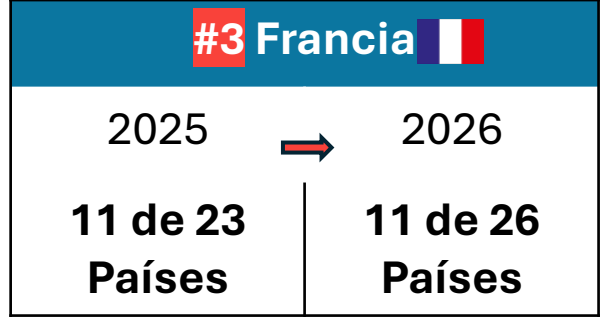
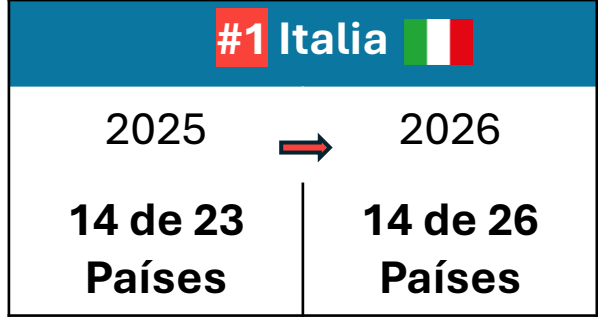


01

Francia, Italia y España siguen siendo destinos clave, atrayendo visitantes mucho más allá de los países europeos.



Destinos extranjeros previstos para este verano (número de veces que aparecen en el top 6)







01

La tendencia hacia los viajes experienciales se consolida y se intensifica. Más allá de relajarse o descubrir nuevos destinos, las personas buscan cada vez más vivir experiencias memorables. Este deseo de explorar y experimentar es universal, con preferencias de viaje muy parecidas entre distintas partes del mundo.



1/4 Aspectos favoritos de viajar(%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	
Relajarse, escapar de las rutinas diarias y del estrés	64 +4	64 +3	62 +6	65 +2	60 =	56 -1	68 +2	46 +2	69 +7	62
Explorar nuevos lugares (ciudades, paisajes y atracciones)	57 +2	56 +1	57 +5	60 =	58 +2	57 +1	61 -3	43 +2	60 +4	48
Creando recuerdos	45 +2	48 +3	40 +1	44 +1	47 +1	47 +1	60 +1	39 +3	57 +2	41
Probar nuevas comidas y la cocina local	41 +1	43 +2	38 =	40 -1	54 +1	45 -3	48 -3	35 +4	44 =	37
Experimentar diferentes culturas, tradiciones y costumbres locales	40 =	40 =	41 +2	40 +1	44 +1	50 -1	44 -3	36 +4	42 +3	37
Crecimiento personal: adquirir nuevas perspectivas y ampliar horizontes	26 =	24 =	32 =	22 +1	28 -3	40 +3	33 =	33 +2	30 =	24
Conocer gente nueva: conectar con locales y otros viajeros	24 -1	25 -2	24 =	21 -1	19 -1	44 =	30 -2	32 +1	27 =	26
Aprender nuevos idiomas o mejorar tus habilidades lingüísticas	12 -1	12 -2	12 -2	11 =	13 -1	30 -1	14 =	25 +1	13 =	16

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

2/4 Aspectos favoritos de viajar(%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Relajarse, escapar de las rutinas diarias y del estrés	64 ⁺⁴	64 ⁺⁴	69 ⁺¹	67 ⁺⁶	66 ⁺⁵	63 ⁺⁴	57 ⁻³	58 ⁺¹	70 ⁺⁶	57 ⁻¹¹	63 ⁺³	67 ⁼
Explorar nuevos lugares (ciudades, paisajes y atracciones)	57 ⁻²	59 ⁺¹	59 ⁻³	54 ⁺³	54 ⁺³	58 ⁺⁵	50 ⁻⁴	57 ⁺³	60 ⁺⁴	53 ⁺⁵	57 ⁼	63 ⁼
Creando recuerdos	45 ⁻²	49 ⁺⁵	57 ⁼	45 ⁺⁵	49 ⁺⁵	47 ⁺⁷	41 ⁻²	31 ⁻¹	53 ⁺³	36 ⁺³	43 ⁺²	45 ⁻¹
Probar nuevas comidas y la cocina local	41 ⁺¹	41 ⁺²	46 ⁺¹	43 ⁺⁶	41 ⁺²	45 ⁺¹	40 ⁻¹	37 ⁻²	43 ⁺¹	35 ⁺¹	41 ⁺¹	39 ⁻³
Experimentar diferentes culturas, tradiciones y costumbres locales	40 ⁼	44 ⁺²	42 ⁻⁴	38 ⁺²	36 ⁺¹	43 ⁺²	38 ⁺¹	35 ⁻¹	51 ⁺⁵	38 ⁺²	38 ⁺²	42 ⁼
Crecimiento personal: adquirir nuevas perspectivas y ampliar horizontes	26 ⁼	18 ⁻²	26 ⁻¹	21 ⁺¹	26 ⁺¹	30 ⁺³	26 ⁻¹	30 ⁺¹	36 ⁼	31 ⁼	23 ⁼	21 ⁺¹
Conocer gente nueva: conectar con locales y otros viajeros	24 ⁻¹	28 ⁻²	24 ⁻⁶	23 ⁻¹	23 ⁻¹	26 ⁻²	27 ⁺²	22 ⁻¹	24 ⁻³	26 ⁺⁴	21 ⁻⁴	20 ⁼
Aprender nuevos idiomas o mejorar tus habilidades lingüísticas	12 ⁻¹	9 ⁻³	14 ⁻⁴	10 ⁻¹	12 ⁼	14 ⁻²	15 ⁺³	13 ⁺¹	13 ⁻²	12 ⁻²	10 ⁻¹	12 ⁺¹

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

3/4 Aspectos favoritos de viajar(%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Relajarse, escapar de las rutinas diarias y del estrés	65 ⁻¹	65 ⁺²	41 ⁻²	68 ⁼	62 ⁺³	56 ⁻¹	66 ⁺¹	70 ⁺²	44 ⁺⁴	48 ⁺¹
Explorar nuevos lugares (ciudades, paisajes y atracciones)	62 ⁼	57 ⁺⁴	51 ⁼	64 ⁺³	54 ⁺¹	57 ⁺¹	57 ⁻¹	66 ⁻⁴	41 ⁼	45 ⁺⁴
Creando recuerdos	56 ⁺¹	43 ⁺⁸	45 ⁻³	51 ⁻²	42 ⁺³	47 ⁺¹	55 ⁺¹	65 ⁺¹	37 ⁺²	41 ⁺⁵
Probar nuevas comidas y la cocina local	58 ⁺³	63 ⁼	48 ⁼	58 ⁻²	42 ⁺¹	45 ⁻³	45 ⁻²	52 ⁻²	31 ⁺⁴	38 ⁺⁴
Experimentar diferentes culturas, tradiciones y costumbres locales	58 ⁺⁷	49 ⁻¹	27 ⁻¹	53 ⁻²	31 ⁼	50 ⁻¹	41 ⁻¹	47 ⁻⁵	31 ⁺¹	41 ⁺⁶
Crecimiento personal: adquirir nuevas perspectivas y ampliar horizontes	38 ⁺²	32 ⁼	15 ⁻²	31 ⁻⁵	27 ⁻⁵	40 ⁺³	29 ⁻¹	37 ⁺¹	30 ⁼	35 ⁺⁴
Conocer gente nueva: conectar con locales y otros viajeros	32 ⁻²	17 ⁺⁵	10 ⁼	23 ⁻⁶	16 ⁺¹	44 ⁼	28 ⁻²	32 ⁻²	28 ⁻²	36 ⁺⁴
Aprender nuevos idiomas o mejorar tus habilidades lingüísticas	24 ⁻¹	13 ⁺¹	5 ⁻²	13 ⁻⁵	9 ⁼	30 ⁻¹	13 ⁼	16 ⁺¹	23 ⁻¹	26 ⁺²

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

4/4 Favourite aspects of traveling (%)



Aspecto	US	CA	AR	BR	MX
Relajarse, escapar de las rutinas diarias y del estrés	69 +8	69 +6	64	61	60
Explorar nuevos lugares (ciudades, paisajes y atracciones)	58 +5	62 +3	56	46	42
Creando recuerdos	56 +3	59 +3	39	45	39
Probar nuevas comidas y la cocina local	44 -3	44 +4	39	34	39
Experimentar diferentes culturas, tradiciones y costumbres locales	41 +4	42 +2	39	40	33
Crecimiento personal: adquirir nuevas perspectivas y ampliar horizontes	30 =	29 -1	27	26	20
Conocer gente nueva: conectar con locales y otros viajeros	27 -2	27 +1	26	27	24
Aprender nuevos idiomas o mejorar tus habilidades lingüísticas	13 -1	13 =	18	16	15

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa





01

¿Las razones expresadas por quienes no viajarán este año entre junio y septiembre? Algunas tendencias:

- Las razones económicas siguen siendo el principal obstáculo.
- Una vez más, la distinción entre los hemisferios norte y sur es evidente. En este último, muchos se toman vacaciones en una época diferente del año.
- Aunque sigue siendo una razón minoritaria, las preocupaciones sobre la seguridad se han disparado, duplicándose en Europa, Norteamérica y Oriente Medio, y triplicándose en Oceanía.



1/4 Razones para no viajar este verano (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
No puedo permitírmelo	41 -1	41 =	40 -2	43 -1	35 +1	23 -16	43 -1	33 -3	42 -3	40
Estoy ahorrando dinero	29 +2	26 +1	31 +3	33 +1	29 -3	19 -6	39 +3	25 -4	35 +1	26
Iré en otra época del año	19 -3	21 -5	18 -3	10 =	27 -2	34 -1	36 -8	25 =	24 =	22
Prefiero quedarme en casa, no me gusta viajar	15 -3	17 -2	9 -3	16 -4	18 =	13 =	10 +2	8 -2	19 +2	12
Mi estado de salud no me permite viajar	12 -1	12 -1	7 =	19 =	7 -1	11 +2	6 +1	4 =	8 -1	3
No tengo compañero con quien viajar	8 -1	8 =	8 -1	10 -2	9 -1	9 -3	6 =	9 -2	7 -1	6
No puedo coger vacaciones de mi trabajo	7 =	7 +1	8 -2	5 +2	16 +3	14 +2	10 -1	17 -2	7 =	17
Estoy a cargo de un familiar al que no puedo dejar atrás	7 =	5 -1	10 +1	10 +1	7 -2	3 -4	4 -1	7 -3	6 -1	6
Me preocupa la seguridad en posibles destinos de viaje	7 +4	7 +4	7 +5	4 -1	4 -1	7 +1	6 +4	10 +4	11 +4	6
Quiero reducir al máximo mi huella de carbono	4	5	3	1	2	8	1	4	4	1
Viajar me pone ansioso (volar, lugares desconocidos...)	3 +1	3 +1	3 +1	4 -1	4 =	5 +2	3 =	3 +2	8 +2	2
Tuve experiencias negativas en el pasado mientras viajaba	1 =	2 =	1 =	1 =	1 =	2 +4	0 +2	4 -1	1 =	2
RAZONES TOTALES										
Financieras	59	56 +1	62 =	63 -2	53 =	36 -3	64 =	49 +1	60 =	59
OBLIGACIONES TOTALES										
Personales	32 +1	29 =	32 +1	41 +2	35 =	36 -15	24 +1	34 -7	25 -3	31
TOTALES Elecciones personales										
	35 -1	40 -2	29 =	26 +2	46 -2	52 =	45 -1	36 -5	44 -3	34
ANSIEDAD TOTAL por viajar	9 -7	10 -7	9 -5	7 -6	8 -1	11 +5	9 -7	12 +1	16 +3	7
	+3	+4	+4	-1	-1	+5	+6	+3	+2	

P17. ¿Y por qué no vas de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes no planean hacer un viaje

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

2/4

Razones para no viajar este verano(%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
No puedo permitírmelo	41 -1	43 -4	42 -5	36 -3	48 +2	34 +1	42 +6	39 -2	35 -9	48 +6	43 =	42 -2
Estoy ahorrando dinero	29 +2	26 -2	30 -4	24 =	26 +2	24 +3	28 +6	20 -1	49 +10	24 +4	36 +3	30 -1
Iré en otra época del año	19 -3	27 -2	19 -4	16 -6	17 -3	30 -6	20 -8	26 +3	14 -5	13 -7	11 -2	7 -1
Prefiero quedarme en casa, no me gusta viajar	15 -3	13 -5	20 +3	20 -1	18 -2	15 -4	16 -2	8 -3	7 -6	12 -2	18 -2	14 -6
Mi estado de salud no me permite viajar	12 -1	9 +1	12 -1	14 =	13 -4	9 -3	14 +1	4 -3	6 -1	11 +3	18 =	21 +1
No tengo compañero con quien viajar	8 -1	5 -1	7 -2	9 -1	8 =	8 +2	7 -2	6 -4	9 -1	10 +4	9 -2	12 -2
No puedo coger vacaciones de mi trabajo	7 =	10 +4	3 +1	4 -3	6 =	10 -1	5 =	8 -1	9 =	6 -6	4 +2	6 +1
Estoy a cargo de un familiar al que no puedo dejar atrás	7 =	5 =	6 +3	9 -1	4 -3	3 =	5 -1	12 +1	11 +4	6 -2	8 +2	12 +1
Me preocupa la seguridad en posibles destinos de viaje	7 +4	7 +5	5 +4	9 +5	10 +6	6 +3	6 +2	8 +5	7 +5	6 +4	3 -2	4 -1
Quiero reducir al máximo mi huella de carbono	4 +1	3 +1	3 =	4 -1	5 -1	5 +2	9 +3	2 =	5 +2	4 +3	2 =	1 -1
Viajar me pone ansioso (volar, lugares desconocidos...)	3 =	3 -1	4 -2	5 +2	2 =	2 -2	1 =	4 +1	1 -3	3 +1	3 -1	5 =
Tuve experiencias negativas en el pasado mientras viajaba	1 =	0 -2	1 =	4 +3	2 +2	1 =	1 -1	1 =	1 =	0 -2	2 =	0 -3
RAZONES TOTALES	+1	-5	-6	-2	+1	+2	+10	-5	=	+14	+4	+1
Financieras	59	58	60	52	61	49	57	51	70	66	65	62
OBLIGACIONES TOTALES	-1	+3	+1	-5	-6	=	-2	-5	+3	=	+3	=
Personales	32	26	26	33	29	30	29	29	33	33	36	46
TOTALES Elecciones personales	-7	-5	-2	-7	-5	-11	-8	=	-8	-6	-5	-7
TOTALES Elecciones personales	35 +3	42 +4	40 +2	38 +8	38 +6	47 +1	40 +2	35 +6	25 +4	28 +4	30 -2	22 +1
ANSIEDAD TOTAL por viajar	9	10	8	13	12	7	7	12	8	8	6	9











Respuestas principales por país. #1 #2 #3

P17. ¿Y por qué no vas de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes no planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

3/4 Razones para no viajar este verano (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
No puedo permitírmelo	32 +1	20 -3	39 +1	26 -1	45 -2	23 -16	46 +3	40 -5	35 -1	30 -7
Estoy ahorrando dinero	41 -6	26 +7	32 -5	31 -7	18 -2	19 -6	37 +4	40 +2	23 -4	28 -4
Iré en otra época del año	35 +2	38 -1	19 =	43 +3	17 -5	34 -1	32 -7	40 -8	24 =	26 =
Prefiero quedarme en casa, no me gusta viajar	18 +1	13 -9	20 +1	9 +3	26 -3	13 =	12 +2	7 =	10 -3	6 =
Mi estado de salud no me permite viajar	3 -5	6 +2	8 -1	7 -1	9 -3	11 +2	7 +1	5 +1	5 +1	3 -2
No tengo compañero con quien viajar	10 -1	12 -2	7 -1	11 -4	6 =	9 -3	6 -2	5 +1	11 -2	7 =
No puedo coger vacaciones de mi trabajo	14 -1	19 +8	12 +3	17 -1	22 +5	14 +2	8 -4	13 +3	12 -4	24 =
Estoy a cargo de un familiar al que no puedo dejar atrás	9 -4	8 -4	5 -1	8 +1	7 -4	3 -4	5 =	4 -1	7 -3	6 -4
Me preocupa la seguridad en posibles destinos de viaje	10 +3	4 -6	2 =	10 +2	1 -2	7 +1	9 +6	3 +2	6 -1	15 +10
Quiero reducir al máximo mi huella de carbono	3 +1	2 =	1 +1	4 =	1 -3	8 +2	1 =	2 +1	4 +3	3 =
Viajar me pone ansioso (volar, lugares desconocidos...)	4 +2	0 -4	1 -1	0 =	1 +1	2 +4	0 +3	1 +1	3 -2	2 =
Tuve experiencias negativas en el pasado mientras viajaba	3 +1	0 -1	1 =	0 -2	1 -1	2 -3	0 =	1 +1	4 +1	4 +1
RAZONES TOTALES	58	38	56	49	56	36	64	63	50	48
OBLIGACIONES TOTALES	33	40	29	37	42	36	24	25	31	37
TOTALES Elecciones personales	53	51	39	56	42	52	43	47	38	33
ANSIEDAD TOTAL por viajar	13	6	6	13	6	11	12	5	9	17

P17. ¿Y por qué no vas de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes no planean hacer un viaje

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

01

4/4 Razones para no viajar este verano (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
No puedo permitírmelo	37 -10	46 +3	48	42	28
Estoy ahorrando dinero	31 -3	38 +4	25	25	29
Iré en otra época del año	25 =	23 -1	22	23	22
Prefiero quedarme en casa, no me gusta viajar	22 +3	17 +2	7	12	18
Mi estado de salud no me permite viajar	11 +3	5 -6	3	4	3
No tengo compañero con quien viajar	8 -1	6 -2	5	5	8
No puedo coger vacaciones de mi trabajo	7 +1	7 -1	16	21	15
Estoy a cargo de un familiar al que no puedo dejar atrás	7 -1	4 -2	6	5	6
Me preocupa la seguridad en posibles destinos de viaje	11 +6	10 =	4	4	10
Quiero reducir al máximo mi huella de carbono	4	5	2	1	0
Viajar me pone ansioso (volar, lugares desconocidos...)	7 +2	8 +2	2	3	1
Tuve experiencias negativas en el pasado mientras viajaba	1 -1	1 =	2	3	1
RAZONES TOTALES	55 -1	65 +1	63	60	51
Financieras					
OBLIGACIONES TOTALES	30 -10	20 +3	29	33	30
Personales					
TOTALES Elecciones personales	47 +2	42 -9	31	34	38
ANSIEDAD TOTAL por viajar	16 +4	16 +4	5	6	11

P17. ¿Y por qué no vas de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes no planean hacer un viaje

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

02

**... incluso mientras
los viajes ahora se
desarrollan en un
entorno de seguridad
desafiante.**







02

La seguridad es ahora más que nunca una razón clave para elegir un destino vacacional:

- Con el aumento en India y el norte de Asia, ahora es la razón número uno para elegir en estas áreas.
- También sigue siendo la principal razón en Norteamérica.
- En Europa, sigue estando por detrás del clima y del hábito de volver a un lugar familiar, pero significativamente más personas que en 2021 consideran la seguridad un criterio clave (30%, 2 puntos más).



1/5 Motivaciones para la elección del destino (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Me gusta el clima de este/estos países	39 -3	40 -2	38 -3	34 -7	30 -1	36 -3	27 =	32 -1	29 -3	32
Ya he estado allí y quería volver	37 -2	41 -3	28 +2	38 -1	32 -2	16 -1	30 +1	18 -2	30 +3	27
Es un destino seguro (en términos de seguridad)	30 +2	28 +2	30 -1	33 =	37 +3	37 +3	30 +4	24 -3	32 =	18
Ofrece actividades que me gustan (por ejemplo, senderismo, monumentos para visitar...)	24 -3	24 -1	23 -4	26 -8	24 -1	22 -3	20 -5	20 +1	29 =	22
Tengo amigos y familia que visitar allí	19 -2	20 -2	20 -1	17 -1	18 =	24 -1	37 -1	28 -2	32 +1	31
Tengo amigos y familiares que me lo recomendaron	13 =	13 +1	13 +1	14 -3	20 -4	26 -3	16 +1	24 -3	16 =	17
Encontré una buena oferta para ir allí	13 -1	12 -1	15 -3	16 =	27 -1	19 -3	15 +2	15 -3	12 =	17
Es un país con buenas infraestructuras sanitarias	8 -2	7 -2	9 -1	7 -2	9 -2	21 =	8 -2	16 =	10 -3	9
Vi un documental / película / leí un artículo / un libro sobre este país	6	6	7	6	13	20	6	14	7	7
Un influencer de redes sociales publicó una historia sobre este país y eso me hizo querer ir allí	3 -1	4 =	3 -1	3 =	12 -3	26 +1	5 =	17 =	6 -2	5
Otros	6	7	6	5	3	3	11	1	11	5

P22. ¿Qué te motivó a elegir [primer país elegido en el trimestre de 2021] como destino [de verano / viajes]? Base: Para quienes planean hacer un viaje a [primer país elegido en el T21]

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

xx / xx Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

02

2/5 Motivaciones para la elección del destino (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Me gusta el clima de este/estos países	39 -3	37 -1	38 -4	40 +3	45 -2	41 +1	40 -7	36 -3	43 =	35 -6	36 -9	32 -6
Ya he estado allí y quería volver	37 -2	40 -4	41 +1	39 -3	43 -3	41 -3	42 -8	24 -2	24 =	35 +8	35 +2	40 -4
Es un destino seguro (en términos de seguridad)	30 +2	26 +3	30 +1	22 =	34 +3	29 +7	29 +2	30 +1	34 =	26 -3	38 +4	29 -4
Ofrece actividades que me gustan (por ejemplo, senderismo, monumentos para visitar...)	24 -3	28 -7	25 +2	31 -2	19 +1	20 +3	19 -3	27 -4	22 -1	22 -5	20 -3	31 -12
Tengo amigos y familia que visitar allí	19 -2	24 +1	22 +1	16 -3	17 -5	23 =	18 -4	22 -3	22 +1	17 -2	18 -2	16 =
Tengo amigos y familiares que me lo recomendaron	13 =	14 +2	14 -1	13 =	11 +3	15 -1	13 +3	12 +3	15 -1	11 +1	15 -5	13 -2
Encontré una buena oferta para ir allí	13 -1	11 -3	18 =	13 =	10 =	8 -1	10 +2	19 -3	12 =	13 -3	19 =	13 =
Es un país con buenas infraestructuras sanitarias	8 -2	6 -1	6 -5	6 -3	10 -2	8 =	9 =	9 -1	11 +1	9 -2	9 -2	5 -1
Vi un documental / película / leí un artículo / un libro sobre este país	6	5	5	4	7	8	7	7	7	8	7	5
Un influencer de redes sociales publicó una historia sobre este país y eso me hizo querer ir allí	3 -1	1 -3	5 =	2 -4	3 =	4 -1	6 +3	3 -1	4 =	3 =	3 =	2 =
Otros	6 =	5 +2	9 +1	8 +2	6 =	7 -1	5 -5	8 +1	6 -1	5 =	5 =	6 +1



Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P22. ¿Qué te motivó a elegir [primer país elegido en el trimestre de 2021] como destino [de verano / viajes]? Base: Para quienes planean hacer un viaje a [primer país elegido en el T21]

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

3/5 Motivaciones para la elección del destino (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Me gusta el clima de este/estos países	30 -2	32 +2	20 -6	36 +2	25 -4	36 -3	29 -2	24 +1	30 -7	34 +3
Ya he estado allí y quería volver	25 =	35 -6	36 -11	38 -2	30 +1	16 -1	29 -1	30 +1	16 -4	21 +1
Es un destino seguro (en términos de seguridad)	40 +4	38 +1	44 +4	33 +3	32 +1	37 +3	32 +4	28 +4	27 -3	22 -3
Ofrece actividades que me gustan (por ejemplo, senderismo, monumentos para visitar...)	22 =	23 -5	20 -5	24 +6	29 -8	22 -3	17 -8	22 -3	30 =	23 +1
Tengo amigos y familia que visitar allí	23 +3	18 -1	14 =	20 -2	11 +5	24 -1	30 -6	44 +3	23 -4	32 +1
Tengo amigos y familiares que me lo recomendaron	23 -1	18 -1	11 -4	21 -3	22 -12	26 -3	14 +3	17 -1	21 -3	27 -2
Encontré una buena oferta para ir allí	29 -1	32 -1	29 -6	19 -2	30 +1	19 -3	18 =	11 +3	14 =	16 -5
Es un país con buenas infraestructuras sanitarias	14 -2	6 +4	5 -8	8 -2	7 -3	21 =	10 -2	6 -3	20 +2	13 -2
Vi un documental / película / leí un artículo / un libro sobre este país	18	16	5	11	10	20	7	5	14	14
Un influencer de redes sociales publicó una historia sobre este país y eso me hizo querer ir allí	16 -4	10 -4	5 -12	10 =	14 +2	26 +1	5 -1	4 -1	17 +3	17 -1
Otros	1 -2	5 +2	6 +2	4 -4	1 -1	3 +2	10 -2	12 -3	1 -1	1 -1

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P22. ¿Qué te motivó a elegir [primer país elegido en el trimestre de 2021] como destino [de verano / viajes]? Base: Para quienes planean hacer un viaje a [primer país elegido en el T21]

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

4/5 Motivaciones para la elección del destino (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Me gusta el clima de este/estos países	33 -1	25 -7	29	33	34
Ya he estado allí y quería volver	33 +10	27 -2	35	19	26
Es un destino seguro (en términos de seguridad)	29 =	35 +2	15	24	15
Ofrece actividades que me gustan (por ejemplo, senderismo, monumentos para visitar...)	29 +1	30 +1	25	22	20
Tengo amigos y familia que visitar allí	31 -1	33 +2	29	31	32
Tengo amigos y familiares que me lo recomendaron	17 -2	15 +3	15	17	21
Encontré una buena oferta para ir allí	12 -4	13 +4	20	15	16
Es un país con buenas infraestructuras sanitarias	8 -1	12 -6	7	8	11
Vi un documental / película / leí un artículo / un libro sobre este país	10	3	6	6	9
Un influencer de redes sociales publicó una historia sobre este país y eso me hizo querer ir allí	9 -1	3 -3	5	3	8
Otros	7 -1	14 +2	6	7	3

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

P22. ¿Qué te motivó a elegir [primer país elegido en el trimestre de 2021] como destino [de verano / viajes]? Base: Para quienes planean hacer un viaje a [primer país elegido en el T21]

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

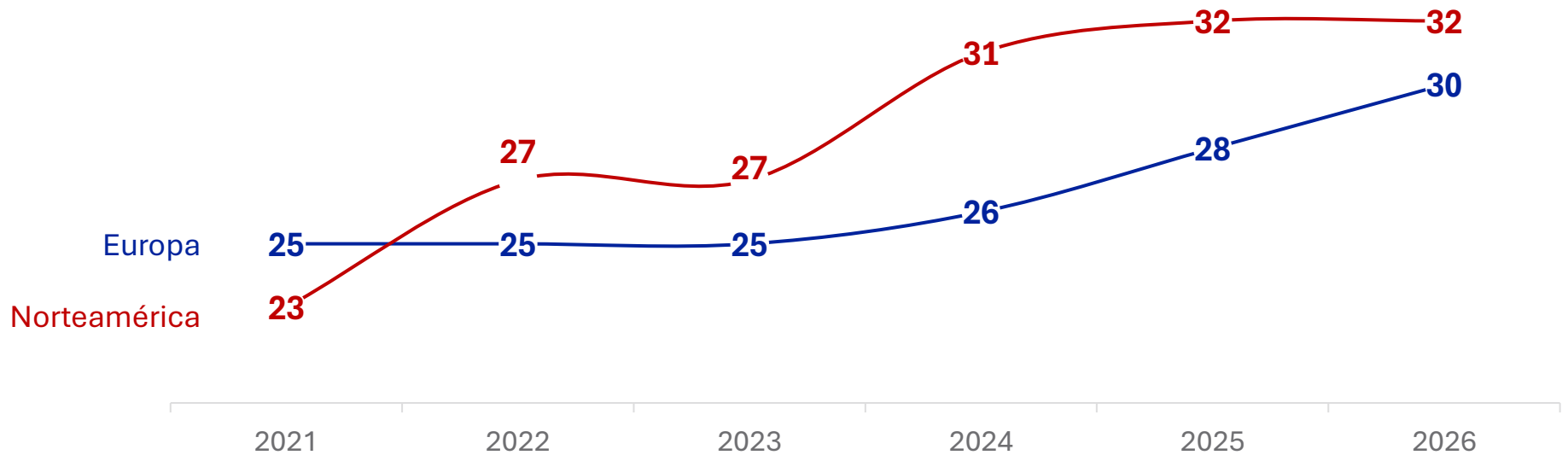
02

La consideración de la seguridad como factor clave a la hora de elegir un destino turístico ha alcanzado niveles récord en Norteamérica y Europa.



5/5 Motivaciones para la elección del destino – Tendencia a lo largo de varios años (%)

Es un destino Seguro
(en términos de seguridad)



02

Si echamos la vista atrás, la seguridad se ha convertido en una realidad inevitable.

Si nos remontamos a 2023, la proporción de viajeros que considera esencial el riesgo asociado a conflictos armados en el destino a la hora de elegir dónde viajar se ha triplicado en Europa, Norteamérica y Australia.

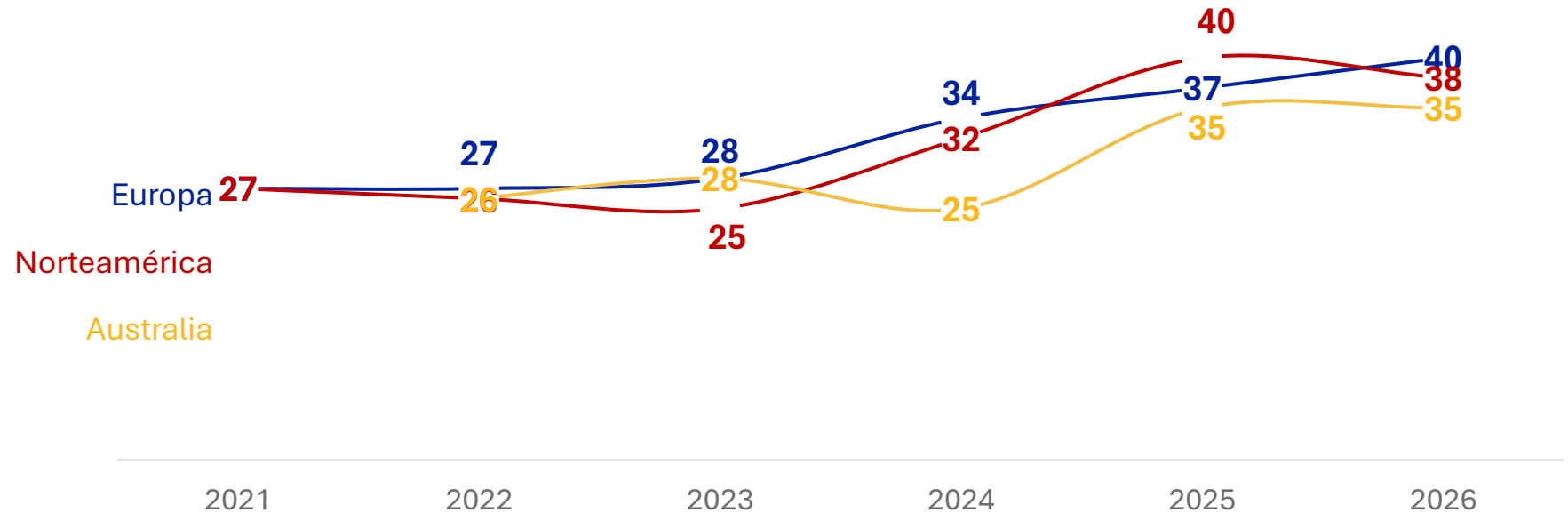
1/7 Factores que desempeñan un papel 'esencial' en la elección de un destino – Tendencia a lo largo de varios años (%)



02

2/7 Factores que desempeñan un papel 'esencial' en la elección de un destino – Tendencia a lo largo de varios años (%)

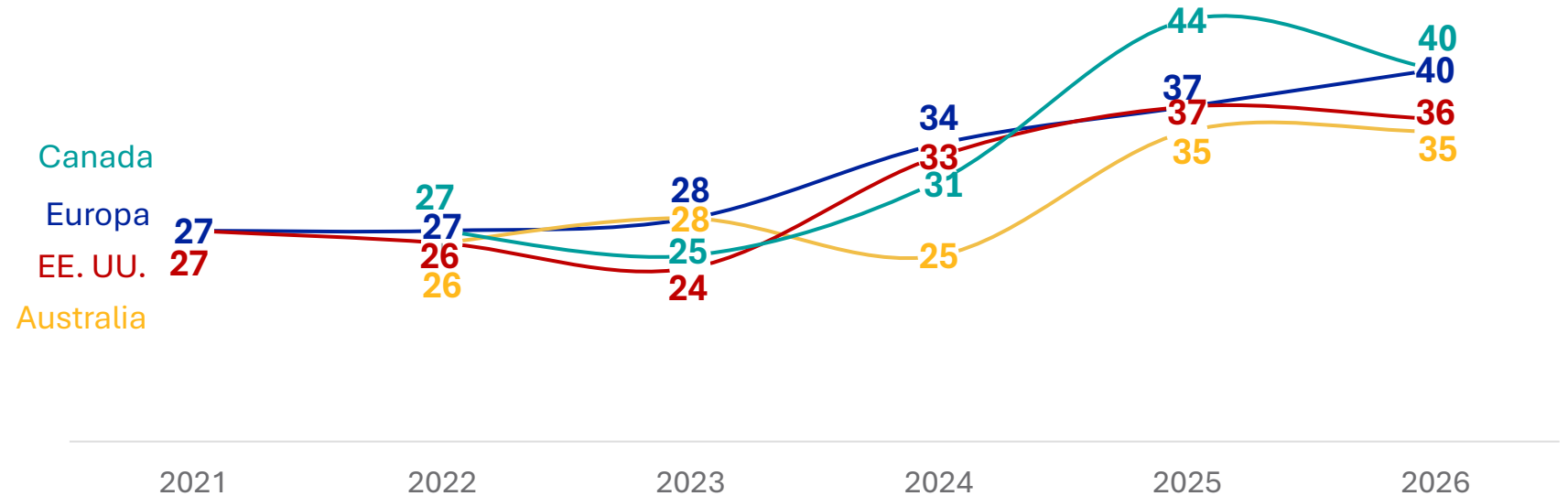
El clima político y social en el país de destino
%Un papel esencial



02

3/7 Factores que desempeñan un papel 'esencial' en la elección de un destino – Tendencia a lo largo de varios años (%)

El clima político y social en el país de destino
%Un papel esencial







02

Entre los factores "esenciales" para elegir un destino de viaje, el riesgo relacionado con un conflicto armado en la zona de destino sigue siendo el factor número uno en Europa, Norteamérica, Oriente Medio y Oceanía. Es cada vez más frecuente, con un aumento en Europa y el norte de Asia, y estable en otras áreas, mientras que otros factores como los riesgos para la salud y el riesgo de desastres naturales disminuyen.

4/7 Factores que juegan un papel "esencial" a la hora de elegir un destino (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
El riesgo relacionado con un conflicto armado en la zona de destino	59 +2	55 =	65 +3	61 +6	64 +3	55 -1	51 -1	59 +3	48 =	53
El riesgo de un ataque terrorista*	53 +1	48 -1	60 +1	58 +5	68 +4	62 =	48 +1	58 -1	47 -1	55
El riesgo de un ataque personal (hold-up, attempted theft, etc.)	45 -1	42 -1	54 -1	41 -1	60 -2	56 =	41 -4	58 +1	44 -4	52
The political climate in the destination country (últimas elecciones, respeto a los derechos humanos...)**	40 +3	41 +3	45 +2	31 +2	41 +2	49 +2	34 +1	54 +8	38 -2	37
El riesgo de un desastre natural (inundaciones, olas de calor, incendios forestales, tormentas)	38 -2	33 -3	47 -1	40 =	57 -3	58 -1	32 -1	51 -3	32 -6	51
Los riesgos de la agitación social (huelgas, manifestaciones, etc.)	37 -1	35 -2	40 -2	36 +1	56 +2	52 -2	38 +3	51 =	37 =	40
Riesgos para la salud	34 -7	31 -6	42 -6	31 -10	59 =	58 -1	37 -4	55 -4	36 -7	51
El coste de la vida en el país de destino	34 -3	31 -2	42 -3	31 -4	59 -2	58 -3	37 =	55 -6	36 -3	51
El coste de la vida en el país de destino	30 -3	26 -4	38 -4	28 -2	35 -1	50 -2	27 -4	45 -4	26 -4	42
La posibilidad de que el destino esté saturado	30 -2	28 =	34 -5	28 =	29 +1	42 +1	20 -2	34 -4	24 -4	34
Tu capacidad para hablar el idioma del país de destino	21 -2	19 -2	25 -4	22 -1	24 -5	41 -1	20 +3	36 -1	27 -5	39
La huella ecológica del viaje	21 -2	19 -2	25 -4	22 -1	24 -5	41 -1	20 +3	36 -1	27 -5	39
La huella ecológica del viaje	16	15	18	15	18	42	15	37	14	31

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

* Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El riesgo de un conflicto armado
 ** Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El clima político y social en el país de destino (últimas elecciones, disturbios civiles...)
 P26. Para cada uno de los siguientes factores, indique si ha jugado o jugará un papel esencial, uno importante pero no esencial, o un papel secundario en la elección de tu destino.
 Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
 +X / -X Evolución significativa respecto a 2025



02

5/7 Factors that play an 'essential' role in choosing a destination (%)

	EU	FR	UK	WESTERN EUROPE				SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
				BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
El riesgo relacionado con un conflicto armado en la zona de destino	59 +2	55 -1	52 -2	57 =	55 +4	59 +9	55 -6	71 +8	70 +2	56 -2	63 +5	60 +8
El riesgo de un ataque terrorista *	53 +1	42 -5	50 =	48 -6	46 +2	50 +3	51 =	64 +6	67 =	49 -2	58 +3	57 +5
El riesgo de un ataque personal (hold-up, attempted theft, etc.)	45 -1	38 -7	44 -1	39 +1	42 -1	42 +1	45 -1	57 +4	64 +2	44 -6	37 -6	44 +3
The political climate in the destination country (últimas elecciones, respeto a los derechos humanos...)**	40 +3	40 +1	32 =	35 =	48 +5	43 +7	45 +3	49 +4	43 =	44 +3	35 +3	27 +2
El riesgo de un desastre natural (inundaciones, olas de calor, incendios forestales, tormentas)	38 -2	29 -7	35 -4	32 -8	32 -2	33 +1	39 +3	53 +4	51 -4	38 -4	44 =	37 +2
Los riesgos de la agitación social (huelgas, manifestaciones, etc.)	37 -1	23 -7	40 +1	27 -6	40 +3	38 +3	42 -3	47 +5	38 -5	35 -6	30 -1	41 +3
Riesgos para la salud	34 -7	25 -11	39 =	33 -11	28 =	28 -7	33 -7	50 +5	47 -11	32 -8	33 -15	31 -3
El coste de la vida en el país de destino	30 -3	34 =	21 -3	27 +1	25 -7	22 -4	29 +1	38 =	42 -6	34 -4	33 -5	24 -2
La posibilidad de que el destino esté saturado	30 -3	31 -4	20 -8	30 -4	29 -4	28 +1	35 =	35 -1	37 -2	30 -8	27 -4	28 -1
Tu capacidad para hablar el idioma del país de destino	21 -2	23 =	15 +1	19 =	18 -5	18 -2	23 +8	29 -4	23 -7	24 -3	26 +2	19 -2
La huella ecológica del viaje	16 -2	15 -3	11 -4	15 -1	16 =	13 -4	19 +2	18 -2	17 -6	19 -3	20 -5	10 +2

* Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El riesgo de un conflicto armado

** Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El clima político y social en el país de destino (últimas elecciones, disturbios civiles...)

P26. Para cada uno de los siguientes factores, indique si ha jugado o jugará un papel esencial, uno importante pero no esencial, o un papel secundario en la elección de tu destino.

Base: Para quienes planean hacer un viaje

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

6/7 Factors that play an 'essential' role in choosing a destination (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
El riesgo relacionado con un conflicto armado en la zona de destino	58 +1	69 +2	56 +7	63 +2	71 +7	55 -1	49 =	52 -3	61 +4	57 +1
El riesgo de un ataque terrorista*	64 +1	72 +4	63 +14	67 +3	75 +6	62 =	50 +6	46 -4	57 -2	59 =
El riesgo de un ataque personal (hold-up, attempted theft, etc.)	55 -4	60 -9	50 +1	57 +1	76 +4	56 =	43 =	40 -8	57 =	58 +2
The political climate in the destination country (últimas elecciones, respeto a los derechos humanos...)**	40 +2	39 +1	51 +12	40 +1	42 +3	49 +2	35 =	34 +2	54 +4	54 +12
El riesgo de un desastre natural (inundaciones, olas de calor, incendios forestales, tormentas)	57 -2	54 -10	46 +2	57 -3	67 +3	58 -1	34 -4	31 +3	51 -3	50 -4
Los riesgos de la agitación social (huelgas, manifestaciones, etc.)	53 +2	55 -5	49 +6	63 +7	58 +4	52 -2	40 +5	36 +1	53 +2	50 =
Riesgos para la salud	56 -4	56 -2	48 +3	59 =	69 +4	58 -1	39 -7	35 -1	56 -6	54 -2
El coste de la vida en el país de destino	38 -6	26 -4	42 +2	27 +2	45 -2	50 -3	29 -1	27 +4	45 -9	45 -4
La posibilidad de que el destino esté saturado	33 =	25 -3	31 +2	25 -3	32 =	42 -2	21 -3	18 -6	32 -6	35 -3
Tu capacidad para hablar el idioma del país de destino	27 -4	19 =	37 +12	19 +2	25 +2	41 +1	21 -2	20 -1	39 -3	34 -5
La huella ecológica del viaje	25 -3	15 -9	22 +1	12 -4	18 -4	42 -1	18 +3	13 +4	39 -2	36 =

* Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El riesgo de un conflicto armado

** Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El clima político y social en el país de destino (últimas elecciones, disturbios civiles...)

P26. Para cada uno de los siguientes factores, indique si ha jugado o jugará un papel esencial, uno importante pero no esencial, o un papel secundario en la elección de tu destino.

Base: Para quienes planean hacer un viaje

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

7/7 Factors that play an 'essential' role in choosing a destination (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
El riesgo relacionado con un conflicto armado en la zona de destino	48 +2	47 -3	51	59	48
El riesgo de un ataque terrorista*	49 +5	46 -6	56	62	49
El riesgo de un ataque personal (hold-up, attempted theft, etc.)	44 -4	43 -5	48	61	49
The political climate in the destination country (últimas elecciones, respeto a los derechos humanos...)**	36 -1	40 -4	31	45	35
El riesgo de un desastre natural (inundaciones, olas de calor, incendios forestales, tormentas)	33 -2	32 -8	49	58	46
Los riesgos de la agitación social (huelgas, manifestaciones, etc.)	38 +3	35 -5	35	46	37
Riesgos para la salud	36 -6	36 -9	47	59	46
El coste de la vida en el país de destino	25 -4	27 -2	37	51	37
La posibilidad de que el destino esté saturado	25 -2	24 -4	25	43	32
Tu capacidad para hablar el idioma del país de destino	30 -6	23 -3	33	46	38
La huella ecológica del viaje	17 -4	11 -7	18	40	33

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

* Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El riesgo de un conflicto armado

** Arabia Saudí y los Emiratos Árabes Unidos: El clima político y social en el país de destino (últimas elecciones, disturbios civiles...)

P26. Para cada uno de los siguientes factores, indique si ha jugado o jugará un papel esencial, uno importante pero no esencial, o un papel secundario en la elección de tu destino.

Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025



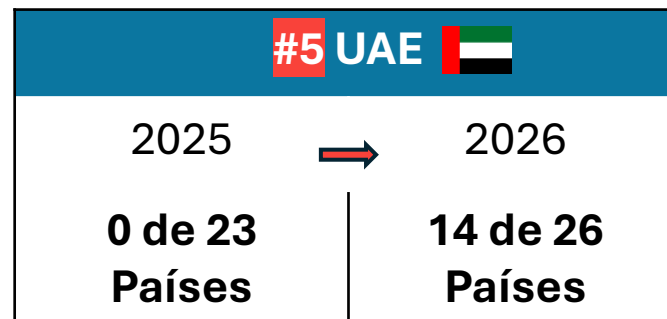
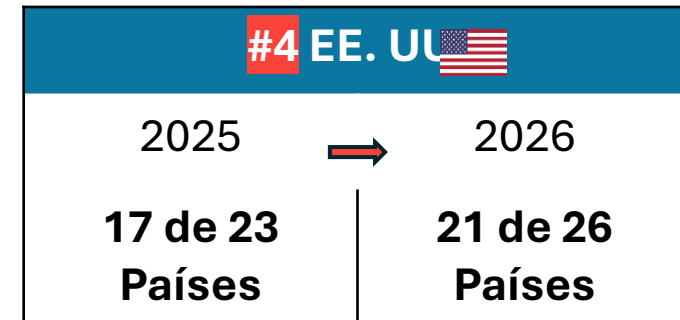
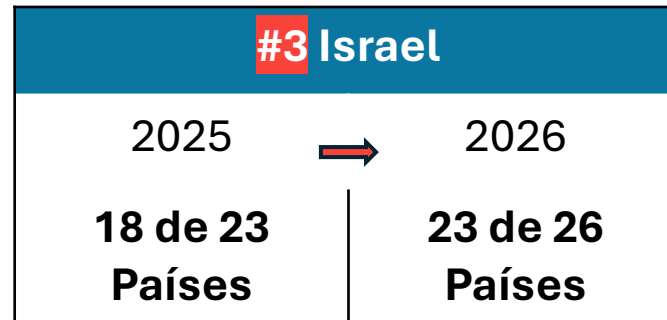
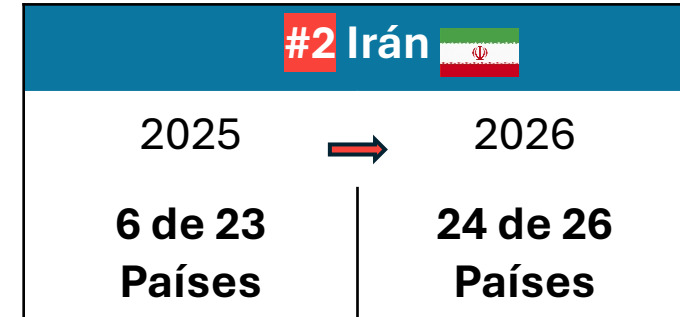
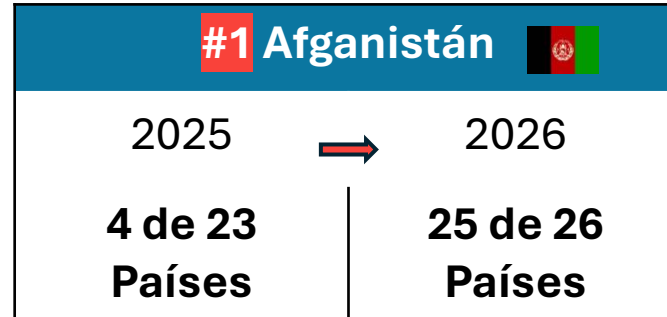
02

Al igual que en 2025, esta pregunta refleja respuestas muy específicas por país, impulsadas más por la percepción del riesgo que por el atractivo turístico:

- **Zonas de conflicto:** Los países que atraviesan conflictos activos encabezan la lista.
- **Inestabilidad política:** Los destinos marcados por tensiones políticas o relaciones diplomáticas deterioradas también destacan, influenciados de nuevo por la proximidad cultural y geográfica.

No obstante, tras su entrada en este poco deseable ranking en 2025, Estados Unidos se consolida más que nunca en esta lista. Emiratos Árabes Unidos también aparece de forma destacada entre los países que los viajeros podrían evitar este año debido al contexto de seguridad.



Destinos que los viajeros podrían ceder debido a un clima político o social
Los 5 países mencionados más mencionados (%)



02

2/5

Destinos a los que los viajeros podrían renunciar debido al contexto político y social Top 5 de países mencionados (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
#1	Iran 18 +15	Iran 18 +15	Iran 19 +17	Iran 16 +14	Iran 18 +16	Iran 12 +10	USA 25 +6	Afghanistan 10 +9	USA 18 -1	Iran 15
#2	Israel 13 +3	Afghanistan 14 +9 USA 14 +9	Israel 15 +5	Israel 10 +1	USA 13 +5	UAE 8 +4	Iran 15 +12	Argentina 7 +4	Iran 17 +15	Afghanistan 13 Israel 13
#3	Afghanistan 12 +10	Israel 13 +3	Afghanistan 11 +3 USA 11 +3	Afghanistan 9 +7	Israel 11 +6	Israel 8 +3	UAE 10 +9 Israel 10 =	Australia 6 +6	Israel 12 +4	USA 11
#4	USA 11 +5	Russia 9 -8	Russia 7 -9	Russia 8 -10	Afghanistan 8 +7	Afghanistan 7 +3 Australia 7 +2	Afghanistan 7 +4	Armenia 5 +5 Egypt 5 +2	Afghanistan 8 +6 Mexico 8 +4	Cuba 7 Iraq 7 Venezuela 7
#5	Russia 8 -9	UAE 6 +5	UAE 6 +6	UAE 7 +7	China 5 +1	Bangladesh 7 +4 China 7 =	China 5 -1 Russia 5 -10	USA 5 +1 Iraq 5 +1	Russia 6 -4	Argentina 5 Russia 5

NEWQ22. Mencionaste que el clima [político/político y social] en el país de destino influyó en tu elección de destino. ¿Qué país podrías renunciar a visitar este año por esta razón? Base: A quienes planean hacer un viaje Y mencionan que el clima político influye en la elección del destino

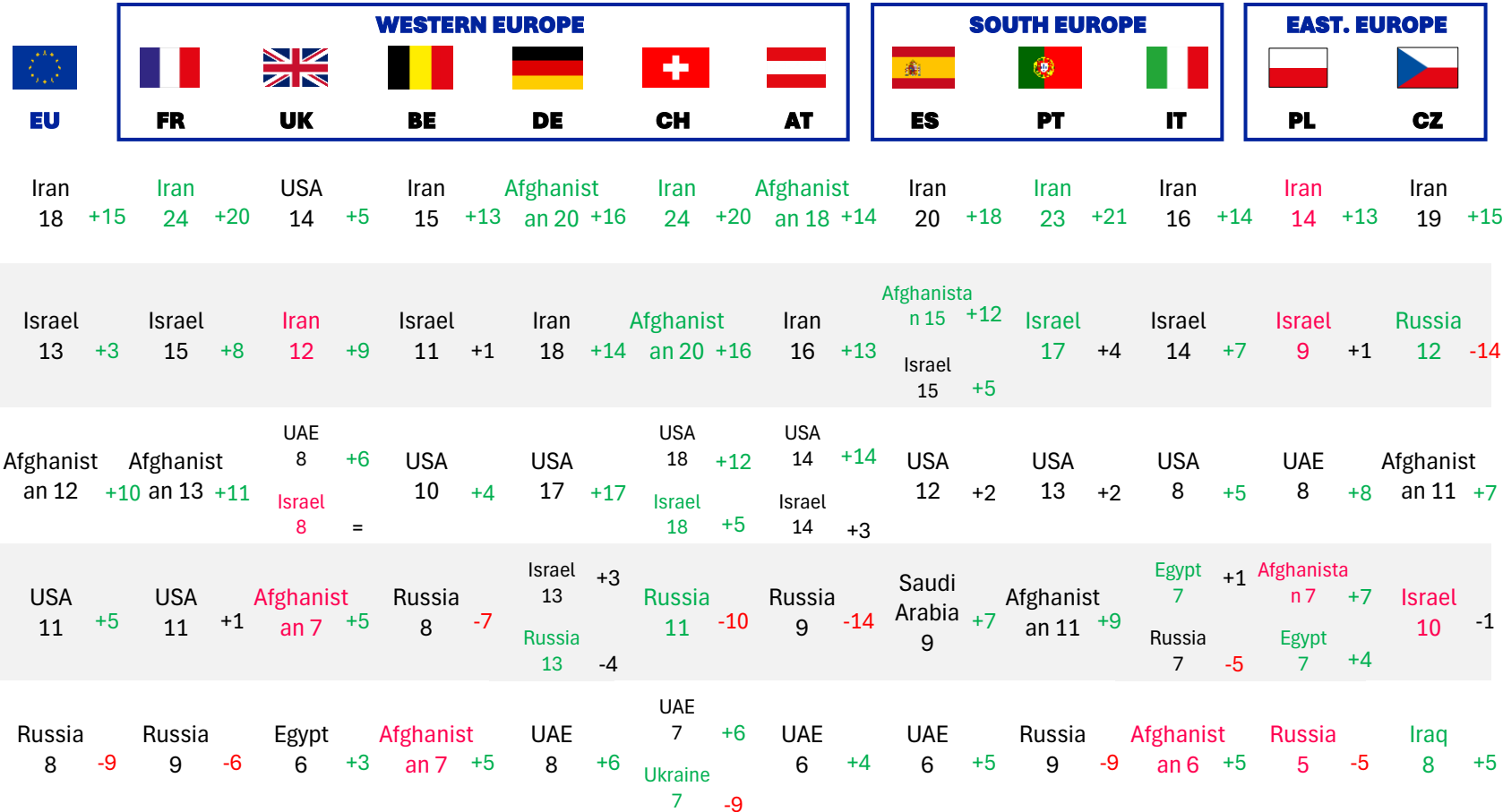
XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

3/5

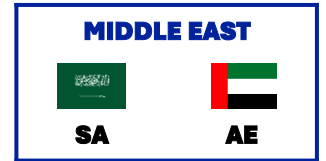
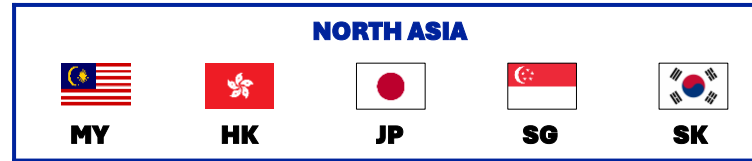
Destinos a los que los viajeros podrían renunciar debido al contexto político y social

Top 5 de países mencionados (%)



02

4/5 Destinos a los que los viajeros podrían renunciar debido al contexto político y social Top 5 de países mencionados (%)





Rank	MY	HK	JP	SG	SK	IN	AU	NZ	SA	AE
#1	Iran 20 +18	Iran 23 +21	China 11 +7	USA 22 +13	Iran 21 +21	Iran 12 +10	USA 17 +2	USA 33 +9	Afghanistan n 9 +9	Afghanistan n 10 +9
#2	USA 15 +2	USA 12 +6	USA 4 +2	Iran 18 +15	Afghanistan n 12 +11	UAE 8 +4	Iran 15 +12	Iran 15 +12	Argentina 8 +2	USA 7 +2
#3	Israel 14 +7	Israel 11 +4	Hong Kong 4 +2	Israel 14 +5	Israel 9 +9	Israel 8 +3	Israel 11 +2	UAE 10 +8	Australia 6 +1	Iraq 6 +2
#4	India 7 -4	Afghanistan n 9 +9	Russia 4 +1	Afghanistan n 9 +8	China 6 +2	Afghanistan 7 +3	UAE 10 +9	Israel 9 -2	Egypt 6 +2	Argentina 5 +4
	Indonesia 7 +1					Australia 7 +2			UAE 6 +4	Armenia 5 =
#5	Afghanistan 6 +4		Iran 3 +2		Cambodia 5 +4	Bangladesh 7 +4		Afghanistan 8 +5	Angola 5 -1	Australia 5 +2
	Burma 6 +3	Iraq 7 +6	Taiwan 3 +3	UAE 7 +6	UAE 5 +5		Afghanistan stan 7 +5	Iraq 8 +6	Bahrain 5 +2	UK 5 =
					USA 5 -1	China 7 =				



02

Entre los desafíos que podrían frenar el entusiasmo de los viajeros este año, los conflictos armados están ocupando un lugar predominante, causando una impresión aún más fuerte en la mente de la gente en comparación con 2025 en todas las áreas geográficas observadas.

1/4 Cuestiones que afectan al entusiasmo por viajar Afectando al menos en parte (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
La inflación / los precios altos afectan a mi presupuesto de ocio	73 +3	69 +5	83 +3	72 +2	75 +2	74 -4	68 +2	76 +3	68 +2	76
Guerras, conflictos armados mundial *	65 +8	60 +8	75 +6	67 +9	72 +7	75 +1	58 +11		51 +5	70
Razones personales / familiares	58 +4	50 +3	71 +3	59 +6	65 +2	72 -3	52 +4	70 -2	51 +3	62
Algunos lugares se vuelven demasiado calurosos en verano debido al cambio climático	54 +2	48 =	64 +2	54 =	65 +1	76 -3	43 +5	71 +3	42 +1	60
Mi tiempo disponible para tomar vacaciones	51 +3	46 +3	62 +3	52 +4	64 =	73 -3	49 =	68 -2	46 +1	62
Preocupaciones sanitarias (por ejemplo, brote epidémico)	49 =	41 -1	65 =	50 +4	67 +1	73 -3	39 =	70 =	39 -4	68
Problemas burocráticos (Tratar con visados, aduanas, otra documentación de viaje...)	47 +2	41 +2	57 =	49 +3	59 =	72 -1	42 +2	71 +1	41 +2	61
El auge de partidos extremistas / populistas en países democráticos*	46 +2	42 +2	58 +3	40 +2	54 +3	72 +3	43 +5		43 +1	56
Carga de trabajo profesional**	45 =	37 -2	61 +5	47 -5	58 =	75 +2	48 +5	69 =	43 =	59
El impacto ecológico de viajar (huella de carbono)	37 -1	34 =	50 -3	29 -3	41 +1	68 -3	27 +1	61 +1	30 =	53

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos

** Solicitado solo a personas activas

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

NQ6. ¿Cómo afectan cada uno de los siguientes temas a tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

2/4 Cuestiones que afectan al entusiasmo por viajar Afectando al menos en parte (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
La inflación / los precios altos afectan a mi presupuesto de ocio	73 +3	78 +4	58 +3	65 +3	67 +2	69 +4	73 +6	79 +3	90 +5	80 +3	72 =	72 +5
Guerras, conflictos armados mundial *	65 +8	63 +5	46 +5	61 +9	60 +8	65 +13	63 +9	71 +4	82 +5	74 +11	65 +4	70 +15
Razones personales / familiares	58 +4	55 +3	43 -2	52 +5	49 +4	50 +1	55 +9	66 +2	77 +3	69 +3	59 +1	58 +10
Algunos lugares se vuelven demasiado calurosos en verano debido al cambio climático	54 +2	52 -3	41 =	51 +1	47 -2	48 =	50 +3	64 +3	67 +4	63 +2	55 -3	52 +2
Mi tiempo disponible para tomar vacaciones	51 +3	47 +1	40 +1	42 +3	47 +4	49 +5	49 +4	60 +3	66 +2	59 +3	53 +2	52 +7
Preocupaciones sanitarias (por ejemplo, brote epidémico)	49 =	47 -4	29 -7	43 +1	37 +1	42 -1	47 +8	64 -1	72 -1	58 +2	53 =	47 +8
Problemas burocráticos (Tratar con visados, aduanas, otra documentación de viaje...)	47 +2	39 -4	36 =	40 +1	43 +6	42 +1	49 +9	51 -3	63 -2	57 +4	48 -3	49 +7
El auge de partidos extremistas / populistas en países democráticos*	46 +2	40 -5	34 +1	40 +2	44 +3	44 +3	49 +9	54 +1	62 -1	54 +3	42 -2	40 +8
Carga de trabajo profesional**	45 =	35 -2	38 -2	39 +1	37 =	43 +3	35 -4	58 -1	68 +8	55 +6	52 -2	42 -8
El impacto ecológico de viajar (huella de carbono)	37 -1	35 -4	25 -6	33 +1	33 =	37 +3	38 +6	44 -6	58 =	48 -1	32 -9	26 +4

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos

** Solicitado solo a personas activas

Respuestas principales por país: #1 #2 #3











NQ6. ¿Cómo afectan cada uno de los siguientes temas a tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

3/4 Cuestiones que afectan al entusiasmo por viajar Afectando al menos en parte (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
La inflación / los precios altos afectan a mi presupuesto de ocio	81 =	63 +5	79 +6	75 -2	77 +3	74 -4	63 -2	72 +4	72 +2	80 +4
Guerras, conflictos armados mundial *	80 =	68 +9	62 +14	81 +5	70 +8	75 +1	57 +10	59 +12		
Razones personales / familiares	71 -3	57 +8	65 +3	67 -2	64 +2	72 -3	49 +2	54 +4	67 -3	73 -2
Algunos lugares se vuelven demasiado calurosos en verano debido al cambio climático	72 +2	56 +1	67 +4	68 -1	65 +3	76 -3	41 =	43 +7	70 +6	74 +4
Mi tiempo disponible para tomar vacaciones	71 -1	59 +9	57 +3	67 -3	69 -1	73 -3	47 =	53 +2	65 -1	72 -1
Preocupaciones sanitarias (por ejemplo, brote epidémico)	79 -1	55 +3	61 +1	71 -4	67 +5	73 -3	40 -2	38 +2	66 -3	73 +2
Problemas burocráticos (Tratar con visados, aduanas, otra documentación de viaje...)	71 -2	51 -1	44 =	62 -1	63 +3	72 -1	43 +1	42 +4	67 +2	75 +1
El auge de partidos extremistas / populistas en países democráticos*	69 -1	47 +5	39 +7	63 -1	51 +1	72 +3	43 +4	44 +7		
Carga de trabajo profesional**	68 -1	54 +2	53 +2	58 =	55 -3	75 +2	45 +2	50 +6		
El impacto ecológico de viajar (huella de carbono)	68 -1	54 +6	53 +1	58 -4	55 +3	75 -3	45 -2	50 +5	66 -1	71 +1
	58	39	31	39	38	68	26	29	56	65

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos

** Solicitado solo a personas activas

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

NQ6. ¿Cómo afectan cada uno de los siguientes temas a tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

4/4

Cuestiones que afectan al entusiasmo por viajar Afectando al menos en parte (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
La inflación / los precios altos afectan a mi presupuesto de ocio	62 ⁻¹	74 ⁺⁶	79	74	74
Guerras, conflictos armados mundial *	48 ⁺⁶	55 ⁺⁵	70	68	71
Razones personales / familiares	51 ⁺¹	50 ⁺³	68	59	59
Algunos lugares se vuelven demasiado calurosos en verano debido al cambio climático	42 =	42 =	59	59	63
Mi tiempo disponible para tomar vacaciones	47 ⁺²	46 =	62	61	61
Preocupaciones sanitarias (por ejemplo, brote epidémico)	38 ⁻³	41 ⁻³	69	64	71
Problemas burocráticos (Tratar con visados, aduanas, otra documentación de viaje...)	40 ⁺³	42 =	61	59	62
El auge de partidos extremistas / populistas en países democráticos*	39 ⁺²	48 ⁺¹	53	56	58
Carga de trabajo profesional**	45 ⁺¹	42 =	59	59	60
El impacto ecológico de viajar (huella de carbono)	32 ⁺¹	28 ⁻²	46	53	59

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos

** Solicitado solo a personas activas

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

NQ6. ¿Cómo afectan cada uno de los siguientes temas a tu entusiasmo y ganas de viajar este año? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

1/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	EU				INDIA				OCEANIA		MIDDLE EAST		NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA				
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA			
La inflación / los precios altos afectan a mi presupuesto de ocio	52	-2	42	-2	71	-1	55	=	71	-2	75	=	40	-10	69	=	37	-9	80
Guerras, conflictos armados mundial *	51	-3	41	-3	69	-2	53	-4	71	-4	76	=	44	-9	65	-1	39	-9	73
Razones personales / familiares	51	-2	43	-2	69	+1	51	-2	72	-3	76	-1	46	-9	69	+1	40	-9	75
Algunos lugares se vuelven demasiado calurosos en verano debido al cambio climático	50	-2	40	-3	68	-3	50	=	70	-2	75	-2	38	-11	69	+1	37	-7	78
Mi tiempo disponible para tomar vacaciones	49	-2	41	-4	64	-2	48	-1	74	-2	75	-4	41	-4	64	+2	44	-5	65
Preocupaciones sanitarias (por ejemplo, brote epidémico)	49	-2	40	-3	68	-3	48	=	63	-2	75	-3	38	-10	64	+1	36	-10	75
Problemas burocráticos (Tratar con visados, aduanas, otra documentación de viaje...)	49	-3	43	-3	61	-3	50	-1	66	-2	71	-5	37	-6	59	-3	38	-4	62
El auge de partidos extremistas / populistas en países democráticos*	47	=	37	-1	63	-1	49	+2	65	-1	73	=	42	-5	62	+1	35	-8	73
Carga de trabajo profesional**	46	-2	37	-2	63	=	48	-2	70	-3	79	-1	35	-9	62	+3	35	-8	74
El impacto ecológico de viajar (huella de carbono)	46	-3	37	-3	63	-2	45	-5	64	-3	71	-1	40	-6	61	+1	34	-8	64

* No preguntado en los EAU

02

2/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	EU		WEST. EU		SOUTH EU		EAST. EU		NORTH ASIA		INDIA		OCEANIA		MIDDLE EAST		NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA	
Miedo a un ataque terrorista*	46	-1	37	-2	62	+1	48	+2	65	=	75	+2	37	=			34	-4	64	
Un desastre natural durante un viaje (Inundación, ola de calor, incendios forestales, tormenta)	46	-2	36	-2	66	-1	46	-2	71	-3	78	-1	40	-5	65	-1	36	-7	72	
He tenido una mala experiencia viajando	43	-2	36	-3	65	-1	30	-1	67	-2	73	=	36	-9	66	+4	36	-8	70	
Retrasos no planificados	43	-1	35	-2	61	=	41	+1	69	-1	72	=	42	-3	65	+2	40	-4	64	
Un brote epidémico durante un viaje	40	-2	31	-2	59	-4	38	-2	68	-4	74	-1	36	-8	65	-2	32	-8	70	
Mi huella de carbono	32	-3	27	-3	48	-5	22	-3	40	-1	71	=	25	-4	55	=	26	-4	54	
Barreras lingüísticas y dificultades de comunicación	32	-4	25	-3	44	-5	37	-3	53	-1	67	-1	27	-5	54	-3	27	-7	53	
Infraestructura no accesible para personas con discapacidades físicas	29	-2	23	-2	41	-4	26	=	41	-1	67	-2	23	-3	56	-2	22	-6	55	
Ser discriminado por tu orientación sexual **	21	-2	17	-2	29	-4	20	=	33	=	66	+2	19	-2			17	-7	36	

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos
** No preguntado en Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Malasia

P36. ¿Te preocupa lo siguiente cuando viajas? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

3/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Que te roben	52 -2	60 -2	36 -10	52 =	31 =	39 -1	33 -2	74 -4	78 -4	61 +4	61 -1	49 =
Enfermar en el trayecto o en el destino	51 -3	51 -3	37 -9	52 -2	31 -3	37 -1	39 +2	72 -1	75 -1	61 -2	58 -3	49 -3
Perder algo importante	51 -2	54 -4	42 -11	52 +2	31 -1	41 +1	35 -1	73 +1	77 =	58 +4	55 -4	48 +1
Ser víctima de una estafa de viaje en tu destino	50 -2	54 -5	34 -9	55 +2	30 +1	37 -3	32 -1	69 -4	77 -3	57 -2	60 -3	40 +2
Con mal tiempo en el destino	49 -2	57 +1	40 -7	52 +1	31 -5	33 -7	35 -3	59 -4	71 -2	62 -1	52 =	43 -3
La calidad de las instalaciones médicas en el destino	49 -2	49 -3	35 -12	52 +3	31 =	38 -1	37 -1	71 -1	75 -3	60 -2	49 -1	46 +1
La posibilidad de que el destino esté saturado	49 -3	58 -1	35 -10	51 +3	35 -5	43 -2	37 -5	63 -4	67 -1	53 -3	55 =	45 -3
No poder volver a casa	47 =	48 -3	36 -6	44 +1	27 +2	36 +2	33 +2	70 -1	74 -2	47 +1	57 =	40 +3
Miedo por tu seguridad física	46 -2	50 -3	31 -11	44 +1	27 -4	35 =	34 +4	66 -2	75 +2	50 +1	56 -3	40 -1
Necesitas cancelar antes de tu viaje	46 -3	50 -5	33 -6	50 +5	27 -5	33 -5	32 -1	67 -3	67 -1	55 -1	51 -6	40 -3











02

4/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Miedo a un ataque terrorista *	46 -1	49 -4	34 -8	42 =	27 -3	37 +2	32 -2	65 +1	70 +1	50 =	53 =	43 +3
Un desastre natural durante un viaje (Inundación, ola de calor, incendios forestales, tormenta)	46 -2	48 -3	31 -10	45 +1	25 -2	35 =	31 +2	69 +2	75 =	55 -3	52 -5	39 =
He tenido una mala experiencia viajando	43 -2	47 -3	39 -9	47 +4	25 -5	32 =	29 -2	68 -5	73 +1	55 +1	29 =	32 -1
Retrasos no planificados	43 -1	43 -3	41 -4	39 -1	28 -1	31 -2	30 +1	62 -2	68 +1	53 +2	45 =	38 +2
Un brote epidémico durante un viaje	40 -2	42 -1	29 -8	37 =	20 -2	29 -4	27 +2	63 -4	69 -2	46 -5	43 -5	33 +1
Mi huella de carbono	32 -3	34 -4	27 -9	29 -3	21 -4	26 -2	24 +4	46 -9	59 -3	38 -6	27 -6	17 +1
Barreras lingüísticas y dificultades de comunicación	32 -4	34 -4	23 -9	29 -1	19 -4	21 -4	23 +2	44 -6	46 -6	42 -2	41 -2	33 -4
Infraestructura no accesible para personas con discapacidades físicas	29 -2	25 -3	22 -5	26 =	20 -2	19 -7	27 +5	44 -2	46 -7	34 -3	30 -2	22 +2
Ser discriminado por tu orientación sexual **	21 -2	21 -3	16 -5	21 -2	11 -2	15 -3	17 +3	34 -4	28 -5	25 -4	23 -5	16 +3

02

5/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Que te roben	84 -3	65 -5	58 =	78 -5	69 +3	75 =	42 -9	38 -12	64 +2	73 -3
Enfermar en el trayecto o en el destino	83 -2	61 -12	59 -3	79 -6	74 +3	76 =	45 -9	43 -8	59 -2	70 -1
Perder algo importante	85 -3	67 -5	55 =	82 -5	73 +1	76 -1	47 -8	45 -11	63 +2	75 =
Ser víctima de una estafa de viaje en tu destino	84 -3	62 -6	55 +1	78 -4	69 +1	75 -2	41 -8	35 -15	63 +2	74 -1
Con mal tiempo en el destino	80 -3	67 -4	73 -1	76 -4	73 +2	75 -4	42 -6	41 -1	57 +1	71 +2
La calidad de las instalaciones médicas en el destino	73 -6	55 -2	54 +1	67 -8	65 +2	75 -3	42 -6	34 -15	57 +2	70 -1
La posibilidad de que el destino esté saturado	74 =	53 -2	74 +1	65 -6	64 =	71 -5	38 -7	35 -5	56 -2	63 -4
No poder volver a casa	83 -3	56 -1	50 +3	78 -5	56 +1	73 =	43 -4	41 -7	55 =	69 +2
Miedo por tu seguridad física	83 -3	67 -4	55 -1	75 -8	68 =	79 -1	39 -6	31 -11	62 +3	
Necesitas cancelar antes de tu viaje	74 -4	58 -4	57 +1	68 -9	61 =	71 -1	40 -7	40 -5	54 =	68 +2

* No preguntado en los EAU











P36. ¿Te preocupa lo siguiente cuando viajas? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

02

6/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Miedo a un ataque terrorista *	81 -3	60 -3	48 +3	74 -5	61 +6	75 +2	39 -1	34 -1		
Un desastre natural durante un viaje (Inundación, ola de calor, incendios forestales, tormenta)	83 -5	62 -10	62 +1	80 -3	68 +2	78 -1	40 -7	39 -4	58 =	72 -2
He tenido una mala experiencia viajando	76 -5	58 -1	61 +2	73 -7	69 +1	73 =	38 -8	34 -9	60 +2	72 +5
Retrasos no planificados	77 -3	62 -4	66 +4	73 -6	67 +3	72 =	43 -3	41 -3	60 +3	70 +2
Un brote epidémico durante un viaje	83 -2	61 -11	55 +1	75 -7	67 =	74 -1	37 -9	34 -8	59 -4	71 +1
Mi huella de carbono	61 -3	30 +2	28 +1	40 -5	38 =	71 =	27 -2	23 -7	49 -1	61 =
Barreras lingüísticas y dificultades de comunicación	58 -8	42 -5	51 +4	52 -3	61 +4	67 -1	32 -2	22 -8	51 -2	58 -3
Infraestructura no accesible para personas con discapacidades físicas	64 -4	33 +7	29 -2	45 -4	35 -2	67 -2	26 -4	21 -2	50 -2	61 -3
Ser discriminado por tu orientación sexual **		26 +4	24 -2	44 -5	37 +2	66 +2	22 -2	16 -2		

* No preguntado en Arabia Saudí ni en los Emiratos Árabes Unidos
** No preguntado en Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Malasia

P36. ¿Te preocupa lo siguiente cuando viajas? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025






02

7/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Que te roben	34 -8	40 -10	79	79	81
Enfermar en el trayecto o en el destino	38 -5	41 -11	73	74	71
Perder algo importante	40 -8	40 -11	77	74	75
Ser víctima de una estafa de viaje en tu destino	36 -6	38 -8	79	77	78
Con mal tiempo en el destino	44 -5	44 -6	56	72	67
La calidad de las instalaciones médicas en el destino	35 -8	37 -12	77	72	77
La posibilidad de que el destino esté saturado	40 -2	37 -6	52	68	66
No poder volver a casa	33 -7	36 -10	72	71	76
Miedo por tu seguridad física	33 -8	36 -9	70	75	76
Necesitas cancelar antes de tu viaje	34 -4	35 -12	68	62	63

02

8/8 Principales preocupaciones al viajar ("muy preocupado" o "bastante preocupado") (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	 US	 CA	 AR	 BR	 MX
Miedo a un ataque terrorista*	35 -3	33 -6	59	61	71
Un desastre natural durante un viaje (Inundación, ola de calor, incendios forestales, tormenta)	35 -6	36 -9	69	74	73
He tenido una mala experiencia viajando	37 -6	35 -9	68	71	71
Retrasos no planificados	40 -3	39 -6	61	67	63
Un brote epidémico durante un viaje	33 -7	30 -9	65	71	73
Mi huella de carbono	26 -5	25 -4	41	57	62
Barreras lingüísticas y dificultades de comunicación	27 -9	26 -7	44	60	54
Infraestructura no accesible para personas con discapacidades físicas	25 -6	19 -7	48	60	59
Ser discriminado por tu orientación sexual**	19 -6	15 -9	25	40	42

03

El auge de la IA en los viajes de ocio: una clara división en la adopción global

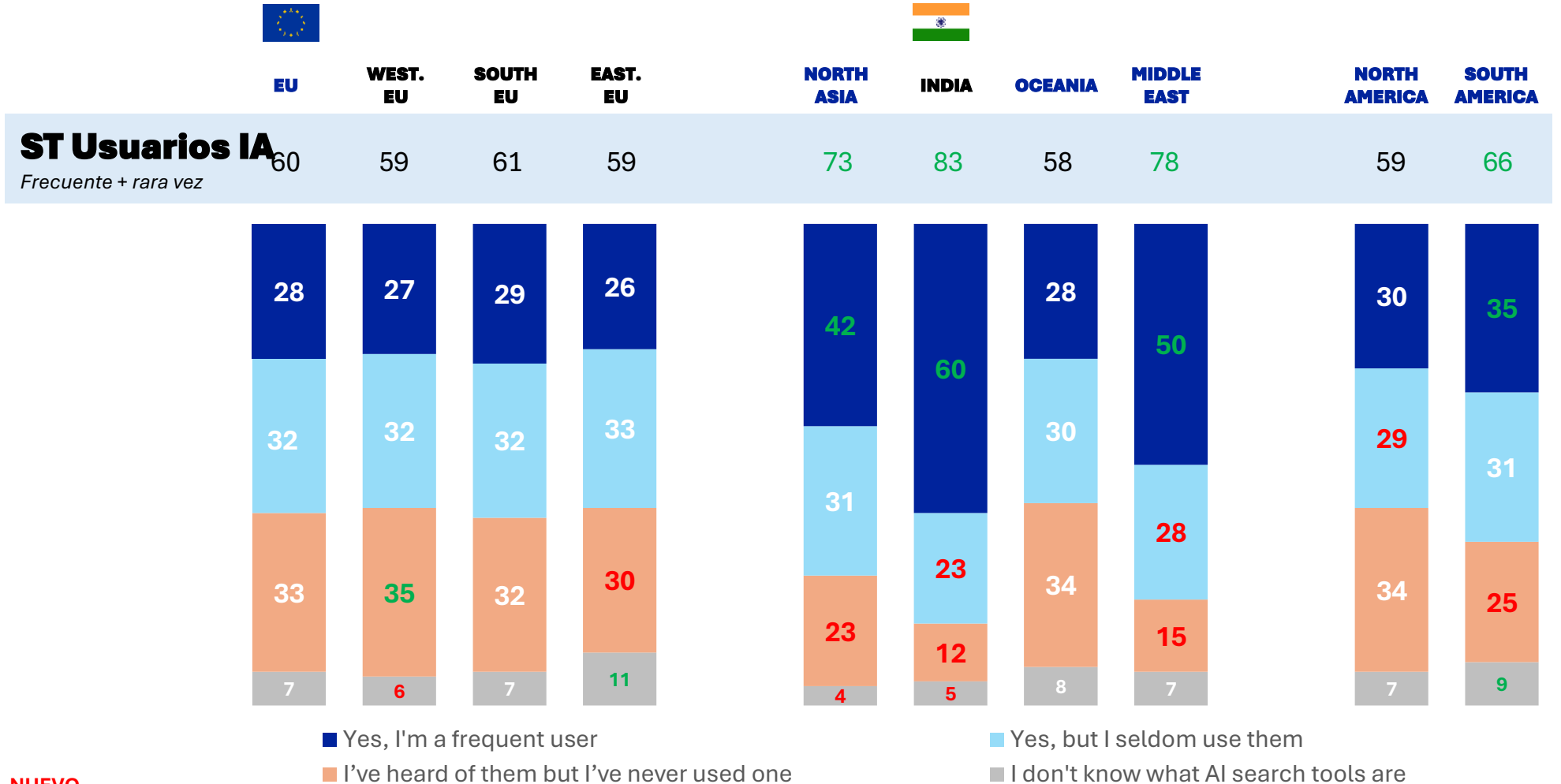
Este crecimiento revela un mundo a dos velocidades distintas: mientras que regiones que adoptan temprano como India, MENA y Asia abrazan con entusiasmo la IA, sus homólogas en Europa, Norteamérica y Oceanía siguen siendo significativamente más reacias.



03

La adopción global de la IA varía significativamente según las regiones, con poblaciones en el norte de Asia, Oriente Medio y especialmente en India siendo usuarios mucho más frecuentes en comparación con Europa, América y Oceanía.

1/4 Uso de herramientas de IA(%)



NUEVO

P26Q12. ¿Utilizáis herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Base: Para todos

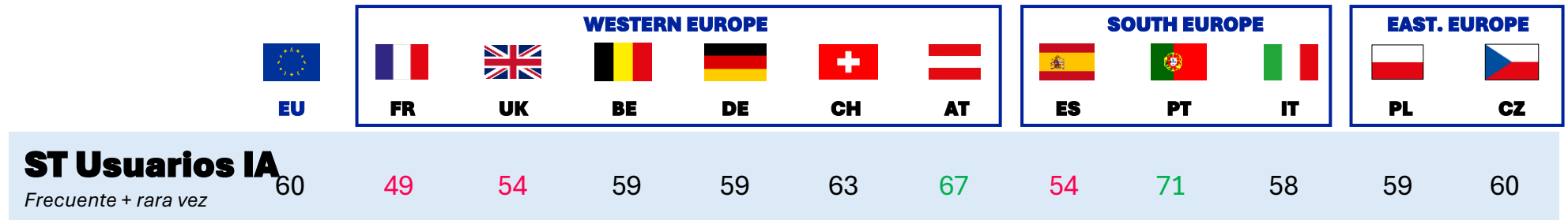
XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

En 2026, 6 de cada 10 europeos declaran usar al menos rara vez herramientas de IA:

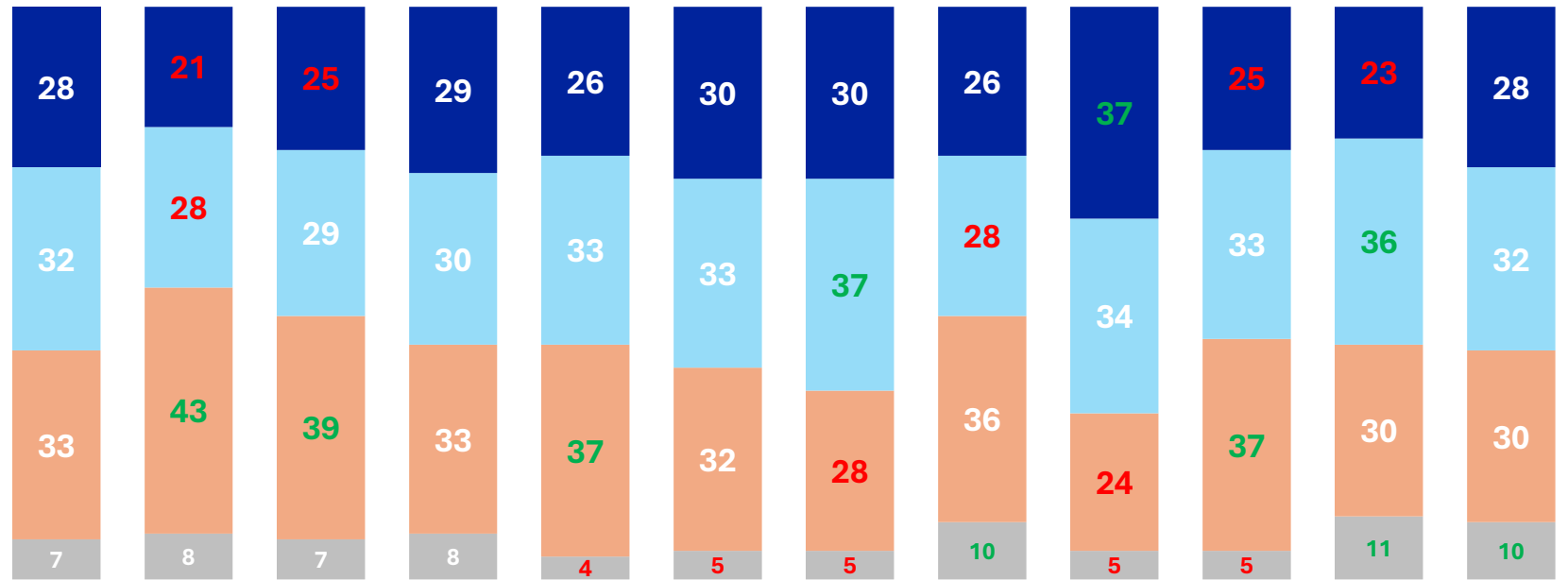
- Los franceses, británicos y españoles son las poblaciones que menos informan usarla, mientras que los portugueses y austriacos la más informan.

2/4 Uso de herramientas de IA(%)



ST Usuarios IA

Frecuente + rara vez



■ Yes, I'm a frequent user

■ I've heard of them but I've never used one

■ Yes, but I seldom use them

■ I don't know what AI search tools are

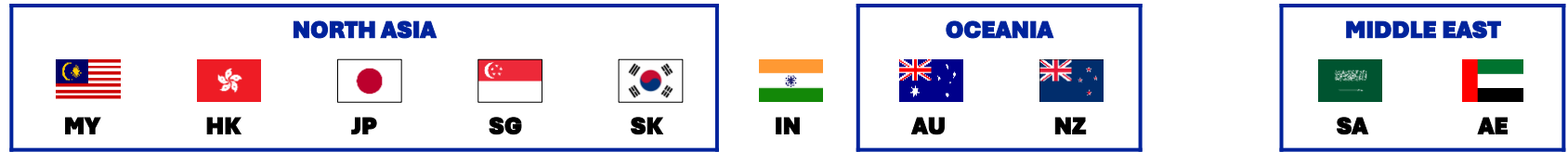
NUEVO

P26Q12. ¿Utilizáis herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

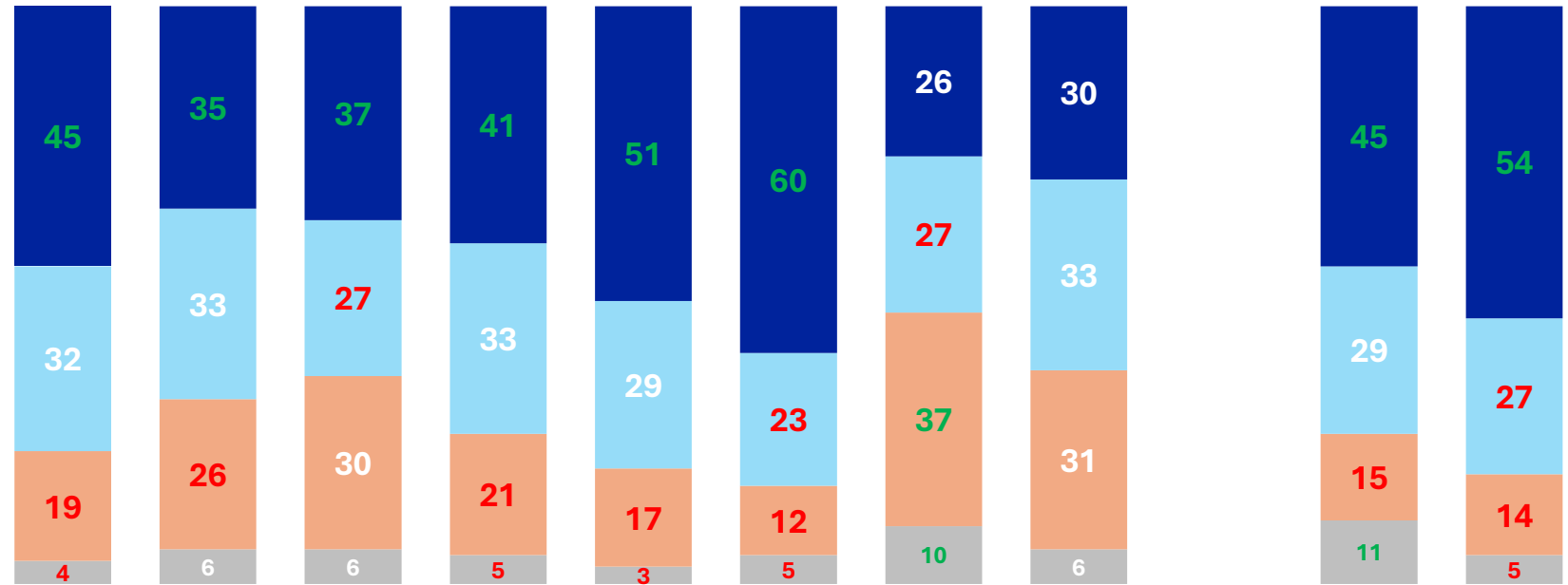
3/4 Uso de herramientas de IA(%)



ST Usuarios IA

Frecuente + rara vez

77 68 64 74 80 83 53 63 74 81



■ Yes, I'm a frequent user

■ I've heard of them but I've never used one

■ Yes, but I seldom use them

■ I don't know what AI search tools are

NUEVO

P26Q12. ¿Utilizáis herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Uso de herramientas de IA(%)



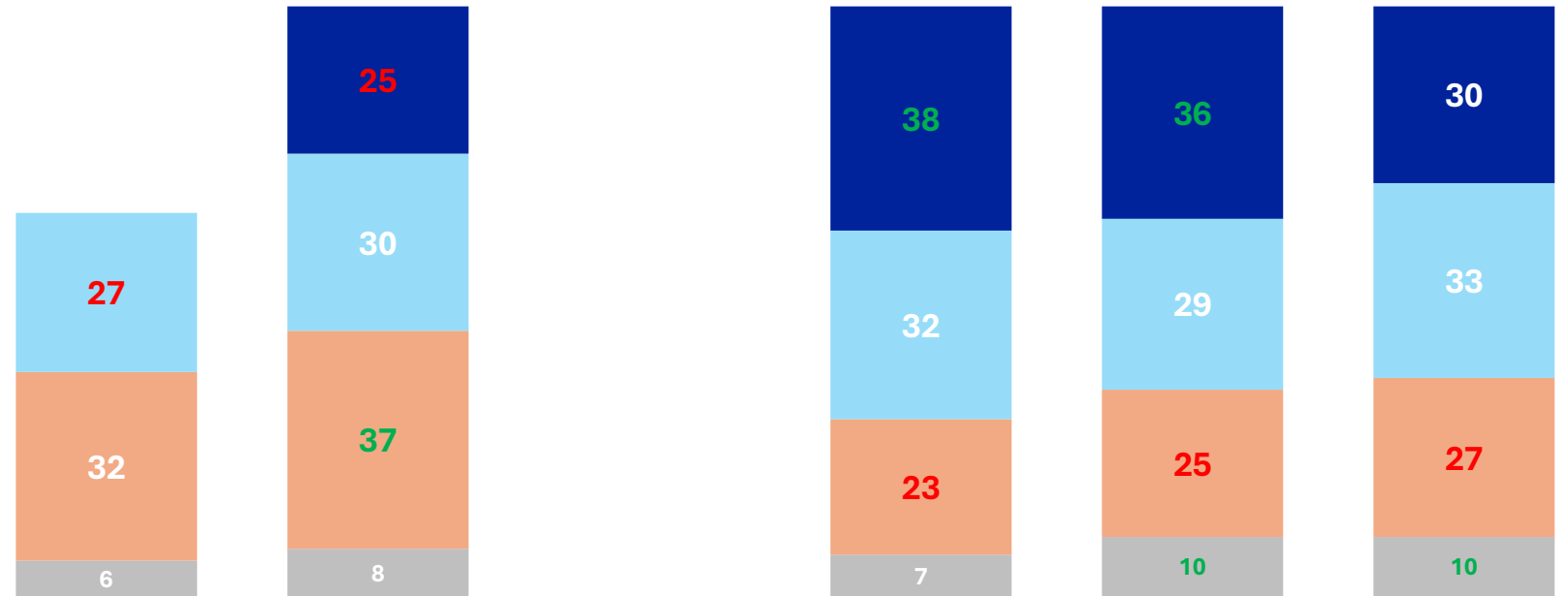
ST Usuarios IA 62
Frecuente + rara vez

55

70

65

63



■ Yes, I'm a frequent user
■ I've heard of them but I've never used one

■ Yes, but I seldom use them
■ I don't know what AI search tools are

NUEVO



P26Q12. ¿Utilizáis herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

La búsqueda de información domina el uso global de la IA, con la resolución de preguntas complejas en un lejano segundo lugar, y la preparación para viajes de ocio ocupa el tercer lugar en la mayoría de las regiones.

1/4 Usos de las herramientas de IA(%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Búsqueda de información (Noticias, investigación, explicaciones rápidas)	72	71	72	74	77	72	71	62	76	70
Resolución de cuestiones técnicas o complejas (Finanzas, administración, consejos prácticos)	49	50	45	51	49	58	47	46	44	40
Preparar mis viajes de ocio y/o durante mis viajes de ocio	29	26	32	27	43	54	29	39	32	25
Tareas del hogar / gestión del hogar (Compras, organización, recetas, hogar inteligente)	25	24	24	27	29	50	26	35	31	30
Entretenimiento (Música, películas, recomendaciones, juegos)	22	21	22	23	28	50	20	34	28	32
Otros	3	4	3	4	2	1	6	1	5	3

NUEVO

P26Q13. ¿Para qué usáis principalmente herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Por favor, piensa en el uso de la Inteligencia Artificial en tu vida personal, no en tu vida profesional. Base: Para quienes usan IA

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

Aunque el uso de la IA para preparar viajes de ocio es relativamente constante en Europa, las personas en Suiza e Italia reportan el mayor uso de esta

2/4 Al tools uses (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Búsqueda de información (Noticias, investigación, explicaciones rápidas)	72	70	69	74	76	69	67	66	77	73	72	76
Resolución de cuestiones técnicas o complejas (Finanzas, administración, consejos prácticos)	49	55	48	49	51	51	47	46	49	40	45	58
Preparar mis viajes de ocio y/o durante mis viajes de ocio	29	31	27	27	25	34	25	31	32	33	27	26
Tareas del hogar / gestión del hogar (Compras, organización, recetas, hogar inteligente)	25	20	26	24	22	23	27	29	25	18	25	29
Entretenimiento (Música, películas, recomendaciones, juegos)	22	22	21	20	23	19	24	28	20	20	23	23
Otros	3	4	6	2	3	5	4	3	2	2	3	4

NUEVO

P26Q13. ¿Para qué usáis principalmente herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Por favor, piensa en el uso de la Inteligencia Artificial en tu vida personal, no en tu vida profesional. Base: Para quienes usan IA

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Al tools uses (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Búsqueda de información (Noticias, investigación, explicaciones rápidas)	78	71	80	79	79	72	71	71	59	64
Resolución de cuestiones técnicas o complejas (Finanzas, administración, consejos prácticos)	57	49	41	49	47	58	45	48	41	50
Preparar mis viajes de ocio y/o durante mis viajes de ocio	52	53	23	48	37	54	30	28	36	41
Tareas del hogar / gestión del hogar (Compras, organización, recetas, hogar inteligente)	36	28	20	26	27	50	26	26	32	38
Entretenimiento (Música, películas, recomendaciones, juegos)	32	31	31	21	25	50	22	18	31	37
Otros	1	1	3	2	1	1	6	6	1	0

NUEVO

P26Q13. ¿Para qué usáis principalmente herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Por favor, piensa en el uso de la Inteligencia Artificial en tu vida personal, no en tu vida profesional. Base: Para quienes usan IA

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Usos de las herramientas de IA (%)



Uso	US	CA	AR	BR	MX
Búsqueda de información (Noticias, investigación, explicaciones rápidas)	79	73	70	73	66
Resolución de cuestiones técnicas o complejas (Finanzas, administración, consejos prácticos)	45	44	48	39	32
Preparar mis viajes de ocio y/o durante mis viajes de ocio	35	28	22	30	24
Tareas del hogar / gestión del hogar (Compras, organización, recetas, hogar inteligente)	34	27	30	27	32
Entretenimiento (Música, películas, recomendaciones, juegos)	32	24	24	36	38
Otros	5	6	4	3	1

NUEVO

P26Q13. ¿Para qué usáis principalmente herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.)? Por favor, piensa en el uso de la Inteligencia Artificial en tu vida personal, no en tu vida profesional. Base: Para quienes usan IA

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

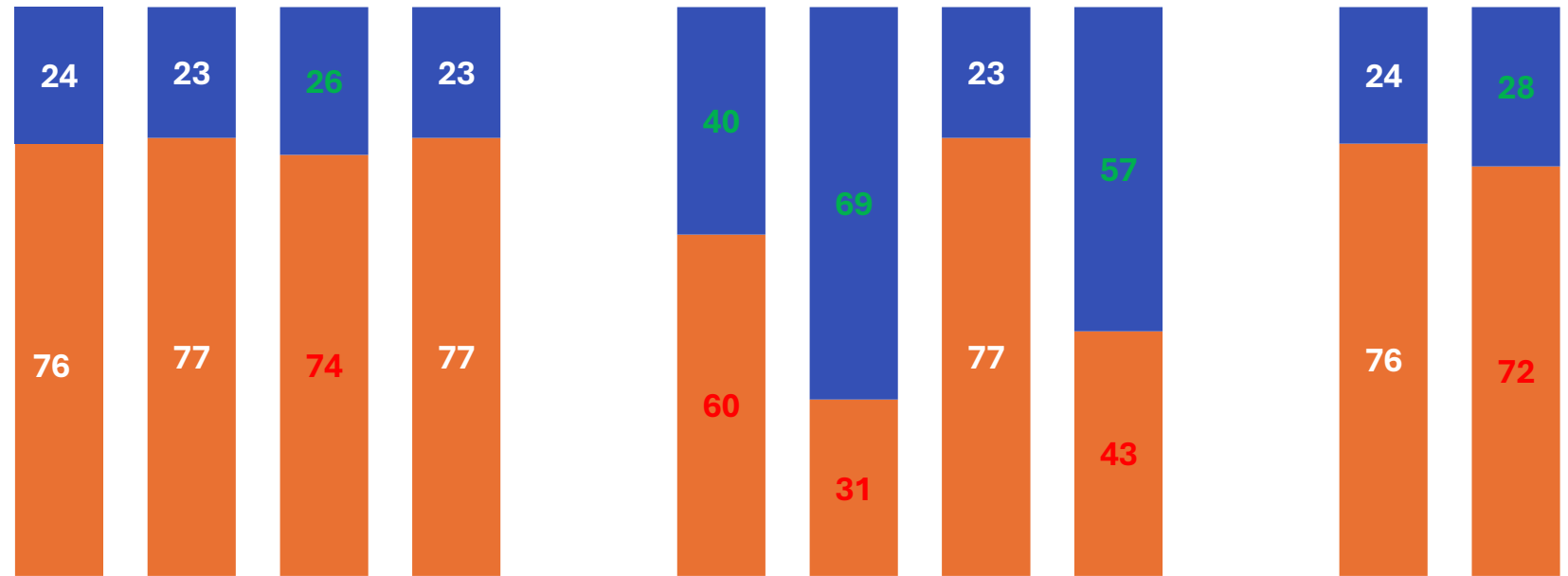
1/4

Uso previo de la Inteligencia Artificial para la planificación o reserva de vacaciones

(%)



	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Sí	24 +8	23 +8	26 +7	23 +7	40 +15	69 +18	23 +10	57 +14	24 +5	28



■ Sí

■ No



P25Q5. ¿Has usado alguna vez herramientas o aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial para preparar tus viajes (planificación y/o reserva)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

La adopción de la IA para la planificación de vacaciones creció en todas partes entre 2025 y 2026: los mayores incrementos se produjeron en las principales regiones (Norte de Asia, Oriente Medio e India), consolidando aún más su avance en comparación con Europa, Oceanía y América.

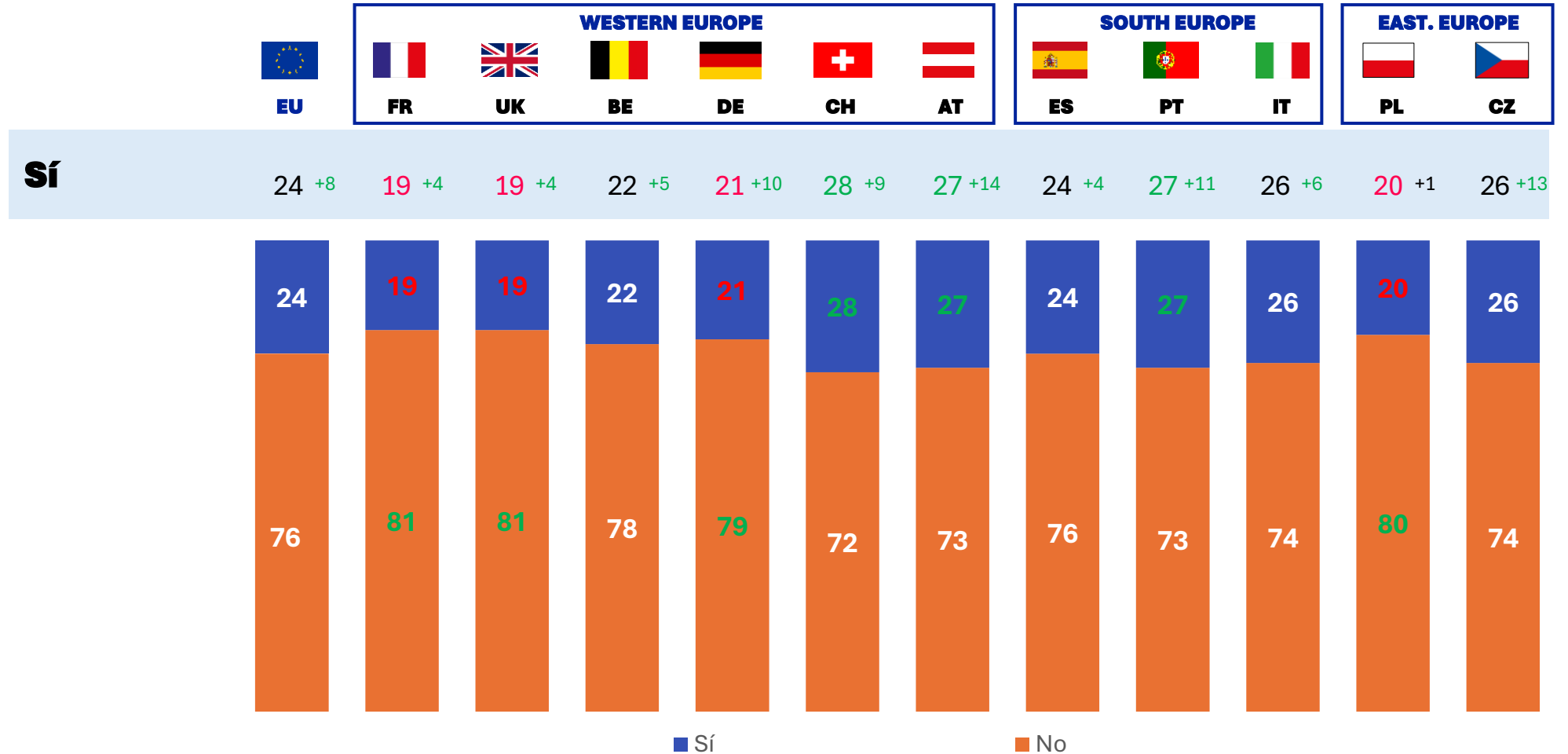
De hecho, aunque una clara mayoría de ciudadanos en India y Oriente Medio usaron IA para la planificación de viajes en 2026, la tasa de adopción fue drásticamente menor en Europa, Norteamérica y Oceanía, con solo alrededor de una cuarta parte.

03

Aunque solo una cuarta parte de los europeos ha utilizado IA para preparar un viaje, los franceses, británicos, alemanes y polacos son los más reacios.

2/4

Uso previo de la Inteligencia Artificial para la planificación o reserva de vacaciones(%)



03

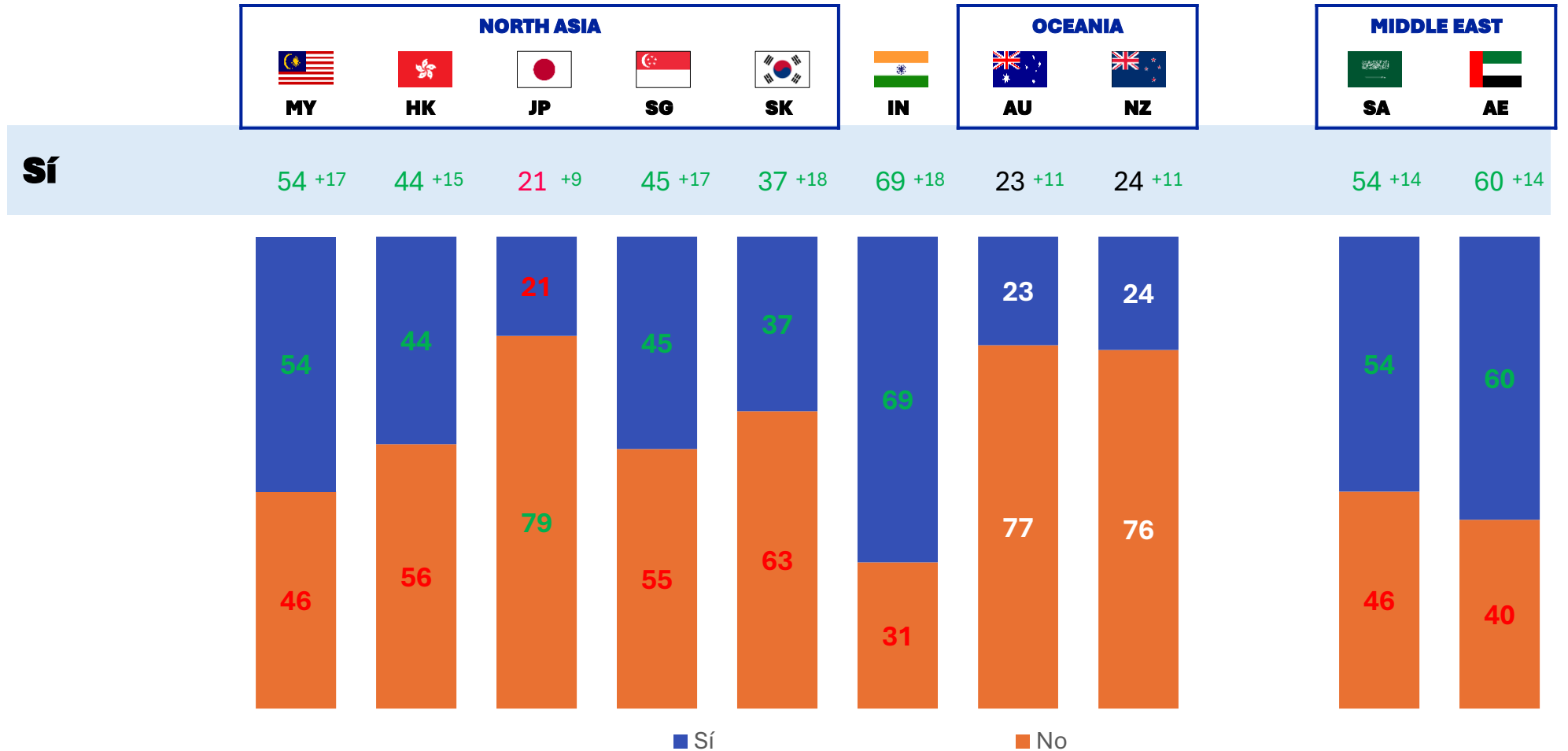
En marcado contraste con el resto del norte de Asia, la tasa de adopción de IA en Japón para la planificación de viajes sigue siendo excepcionalmente baja (21%), a pesar de haber crecido 9 millones. Mientras tanto, otros países de la región muestran un uso significativamente mayor, con puntuaciones que oscilan entre el 37% (Corea del Sur) y el 54% (Malasia).

La adopción también es alta en Oriente Medio, donde más de la mitad de los encuestados afirman usar IA para preparar viajes de ocio, mientras que India se destaca como líder clara con una tasa de adopción de casi siete de cada diez.



3/4

Uso previo de la Inteligencia Artificial para la planificación o reserva de vacaciones(%)



P25Q5. ¿Has usado alguna vez herramientas o aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial para preparar tus viajes (planificación y/o reserva)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

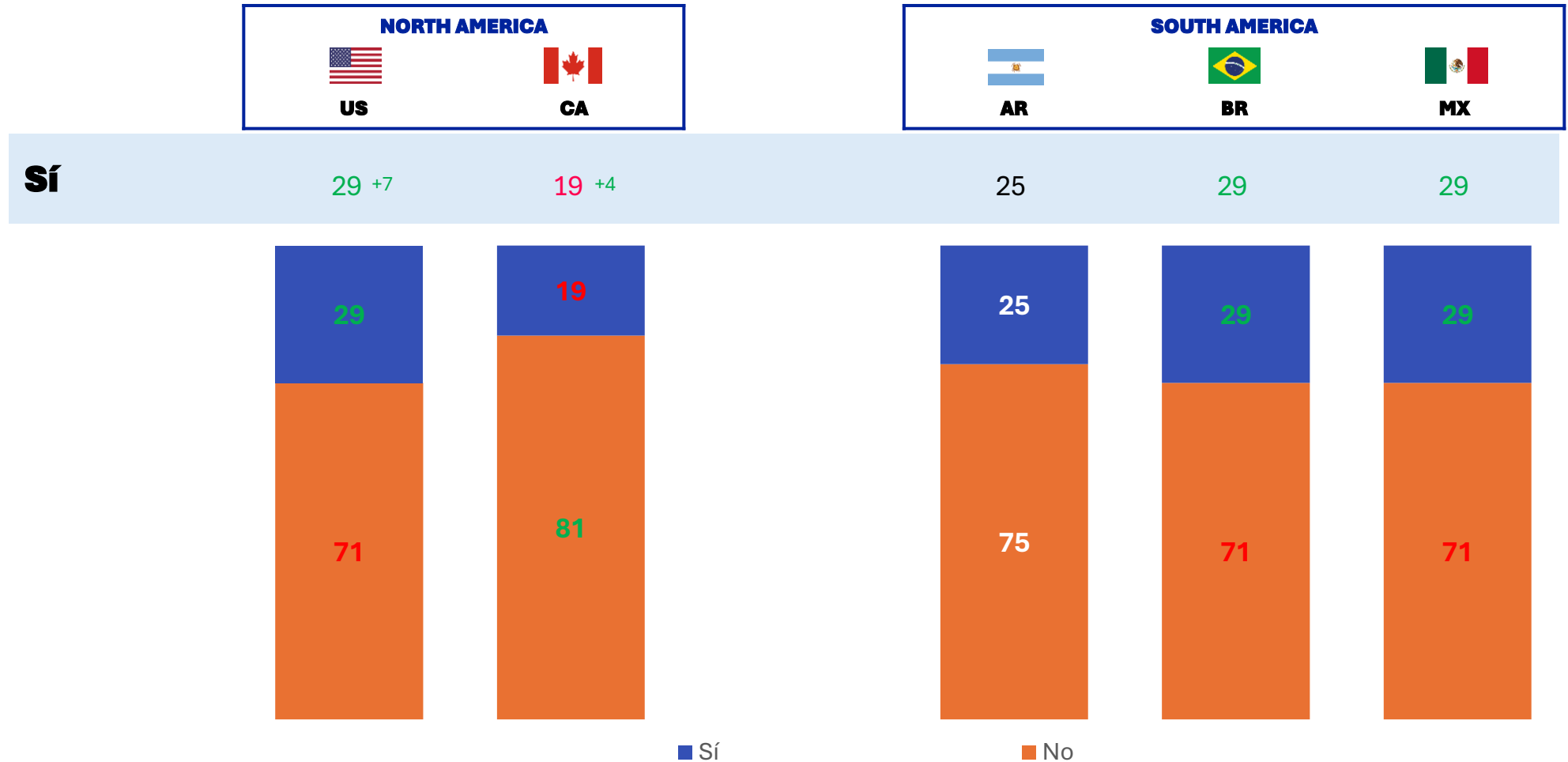
03

La adopción de la IA en Canadá para la planificación de viajes está entre las más bajas de la encuesta, quedando 10 puntos por detrás de Estados Unidos.

En América Latina, las tasas de adopción son consistentes en los tres países encuestados, oscilando entre el 25% y el 29%.

4/4

Uso previo de la Inteligencia Artificial para la planificación o reserva de vacaciones(%)





P25Q5. ¿Has usado alguna vez herramientas o aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial para preparar tus viajes (planificación y/o reserva)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

03

La principal barrera para usar herramientas de búsqueda con IA para la planificación de vacaciones es la preferencia por la interacción humana, aunque en algunas regiones (Oceanía y Norteamérica) la falta de confianza en la precisión y fiabilidad de la información también es un problema importante.

1/4 Razones para no usar IA para preparar un viaje o durante las vacaciones(%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Prefiero interactuar con humanos en lugar de sistemas automatizados	36	35	35	41	27	40	36	31	35	34
No uso herramientas de IA en absoluto / No se me ocurriría de forma natural usarlas	29	32	28	20	29	24	38	26	36	26
Me falta confianza en la precisión y fiabilidad de la información proporcionada por las herramientas de IA	26	26	25	28	25	19	36	19	32	19
Me preocupa la privacidad y cómo podrían usarse mis datos	18	19	17	15	22	28	26	24	26	18
Temo que usar IA pueda llevar a 'malas ofertas' o no óptimas	15	15	16	15	15	19	17	19	14	9
En general, me siento incómodo usando la tecnología de IA	14	16	11	11	11	13	21	15	21	9
Encuentro las herramientas de IA demasiado complejas para entender y usar	6	6	6	6	13	8	7	8	6	11
Otros	10	10	9	10	6	4	10	4	12	10
ST Barreras prácticas y cognitivas	68	69	67	64	66	69	71	67	71	68
ST Confianza o preocupaciones éticas	43	43	43	45	47	50	51	49	47	36

NUEVO

Respuestas por país:

#1

#2

#3

P26Q15. ¿Cuáles son las principales razones por las que no has utilizado herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para prepararte o durante tus vacaciones? Base: Para quienes nunca han usado IA para preparar un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Razones para no usar IA para preparar un viaje o durante las vacaciones(%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Prefiero interactuar con humanos en lugar de sistemas automatizados	36	35	31	31	36	39	40	30	38	37	35	47
No uso herramientas de IA en absoluto / No se me ocurriría de forma natural usarlas	29	39	43	30	29	28	23	32	23	28	22	18
Me falta confianza en la precisión y fiabilidad de la información proporcionada por las herramientas de IA	26	24	31	25	26	26	24	25	25	24	32	25
Me preocupa la privacidad y cómo podrían usarse mis datos	18	21	21	17	18	19	18	17	21	13	15	16
Temo que usar IA pueda llevar a 'malas ofertas' o no óptimas	15	15	16	16	13	16	13	11	18	18	17	14
En general, me siento incómodo usando la tecnología de IA	14	14	20	13	20	15	16	13	10	10	13	10
Encuentro las herramientas de IA demasiado complejas para entender y usar	6	7	6	6	6	5	6	9	5	5	6	6
Otros	10	9	8	12	13	13	8	6	12	9	7	13
ST Barreras prácticas y cognitivas	68	72	73	65	68	67	70	71	63	67	63	65
ST Confianza o preocupaciones éticas	43	43	47	42	42	42	41	40	46	44	49	41

NUEVO

Q26Q15. What are the main P26Q15. ¿Cuáles son las principales razones por las que no has utilizado herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para prepararte o durante tus vacaciones? Base: Para quienes nunca han usado IA para preparar un viaje

Respuestas por país:

#1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Razones para no usar IA para preparar un viaje o durante las vacaciones(%)



	MY	HK	JP	SG	SK	IN	AU	NZ	SA	AE
Prefiero interactuar con humanos en lugar de sistemas automatizados	40	34	13	33	22	40	36	35	28	36
No uso herramientas de IA en absoluto / No se me ocurriría de forma natural usarlas	25	27	37	28	22	24	42	35	27	24
Me falta confianza en la precisión y fiabilidad de la información proporcionada por las herramientas de IA	28	26	24	30	21	19	32	41	17	21
Me preocupa la privacidad y cómo podrían usarse mis datos	29	25	12	26	22	28	25	27	20	27
Temo que usar IA pueda llevar a 'malas ofertas' o no óptimas	25	13	7	20	13	19	16	19	19	19
En general, me siento incómodo usando la tecnología de IA	16	12	9	13	10	13	22	20	15	14
Encuentro las herramientas de IA demasiado complejas para entender y usar	12	15	16	10	11	8	8	7	6	10
Otros	4	3	7	9	6	4	9	12	4	5
ST Barreras prácticas y cognitivas	74	71	67	64	58	69	75	68	67	68
ST Confianza o preocupaciones éticas	56	49	38	53	48	50	48	55	46	53

NUEVO

P26Q15. ¿Cuáles son las principales razones por las que no has utilizado herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para prepararte o durante tus vacaciones? Base: Para quienes nunca han usado IA para preparar un viaje

Top answers per country: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4

Razones para no usar IA para preparar un viaje o durante las vacaciones(%)



	US	CA	AR	BR	MX
Prefiero interactuar con humanos en lugar de sistemas automatizados	34	36	36	34	30
No uso herramientas de IA en absoluto / No se me ocurriría de forma natural usarlas	35	36	29	20	30
Me falta confianza en la precisión y fiabilidad de la información proporcionada por las herramientas de IA	32	31	18	19	19
Me preocupa la privacidad y cómo podrían usarse mis datos	27	26	16	16	21
Temo que usar IA pueda llevar a 'malas ofertas' o no óptimas	13	15	9	11	9
En general, me siento incómodo usando la tecnología de IA	20	21	7	12	9
Encuentro las herramientas de IA demasiado complejas para entender y usar	7	5	11	8	14
Otros	12	12	10	14	7
ST Barreras prácticas y cognitivas	70	72	71	62	71
ST Confianza o preocupaciones éticas	48	47	34	36	38

NUEVO

P26Q15. ¿Cuáles son las principales razones por las que no has utilizado herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para prepararte o durante tus vacaciones? Base: Para quienes nunca han usado IA para preparar un viaje



Respuestas ps por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

El uso de la IA en la planificación de viajes de ocio es muy amplio y se extiende a todo el proceso, aunque se observa una ligera preferencia por la planificación de itinerarios y actividades frente a la reserva de alojamiento y transporte.

1/4 Planificación de viajes – Uso de la IA Sí, al menos una vez (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Planificar tu itinerario										
– Encontrar sugerencias de rutas, lugares para visitar o cosas que hacer	89	88	91	91	95	93	91	91	91	92
Actividades y atracciones – Descubrir experiencias y atracciones en tu destino	88	88	89	86	91	95	90	92	92	90
Elegir destino										
– Obtener ideas, información sobre seguridad, clima, vacunas, cambio de divisas, etc., o recomendaciones sobre dónde ir	87	86	89	85	90	98	84	96	87	91
Alojamiento										
– Buscando opciones, opiniones u opiniones sobre dónde alojarse	74	71	79	76	81	92	73	91	78	86
Transporte										
– Comparando vuelos, alquileres de coches u otras opciones de transporte para tu viaje	73	71	77	74	84	91	75	92	79	82













NUEVO

P26Q16. A continuación, algunos pasos comunes para preparar un viaje. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Planificación de viajes – Uso de la IA Sí, al menos una vez (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Planificar tu itinerario												
– Encontrar sugerencias de rutas, lugares para visitar o cosas que hacer	89	88	91	85	88	88	87	92	96	87	89	93
Actividades y atracciones												
– Descubrir experiencias y atracciones en tu destino	88	86	92	87	89	87	90	90	94	84	84	88
Elegir destino												
– Obtener ideas, información sobre seguridad, clima, vacunas, cambio de divisas, etc., o recomendaciones sobre dónde ir	87	83	86	85	87	85	88	93	87	88	84	86
Alojamiento												
– Buscando opciones, opiniones u opiniones sobre dónde alojarse	74	71	81	66	70	60	83	79	76	82	80	73
Transporte												
– Comparando vuelos, alquileres de coches u otras opciones de transporte para tu viaje	73	70	74	71	68	63	80	77	77	78	78	71











NUEVO

P26Q16. A continuación, algunos pasos comunes para preparar un viaje. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Planificación de viajes – Uso de la IA Sí, al menos una vez (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Planificar tu itinerario										
– Encontrar sugerencias de rutas, lugares para visitar o cosas que hacer	96	94	99	96	91	93	91	92	90	92
Actividades y atracciones										
– Descubrir experiencias y atracciones en tu destino	93	90	78	94	92	95	88	91	92	92
Elegir destino										
– Obtener ideas, información sobre seguridad, clima, vacunas, cambio de divisas, etc., o recomendaciones sobre dónde ir	96	88	90	85	92	98	88	80	97	96
Alojamiento										
– Buscando opciones, opiniones u opiniones sobre dónde alojarse	90	77	76	76	84	92	79	68	91	91
Transporte										
– Comparando vuelos, alquileres de coches u otras opciones de transporte para tu viaje	89	85	72	79	86	91	81	69	93	92

NUEVO

P26Q16. A continuación, algunos pasos comunes para preparar un viaje. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Planificación de viajes – Uso de la IA Sí, al menos una vez (%)



	US	CA	AR	BR	MX
Planificar tu itinerario – Encontrar sugerencias de rutas, lugares para visitar o cosas que hacer	92	90	92	92	92
Actividades y atracciones – Descubrir experiencias y atracciones en tu destino	94	88	91	91	88
Elegir destino – Obtener ideas, información sobre seguridad, clima, vacunas, cambio de divisas, etc., o recomendaciones sobre dónde ir	94	76	92	88	94
Alojamiento – Buscando opciones, opiniones u opiniones sobre dónde alojarse	84	67	85	84	91
Transporte – Comparando vuelos, alquileres de coches u otras opciones de transporte para tu viaje	86	68	76	84	86



03

En lo que respecta a las acciones que se realizan durante el viaje, las aplicaciones más utilizadas son bastante similares a las que se emplean en la preparación de este

- La búsqueda de actividades y la actualización de itinerarios son las dos aplicaciones que más se utilizan a nivel mundial.
- Mejorar la comunicación y obtener asistencia ocupan un lugar secundario en Europa, pero son bastante importantes en la India y Oriente Medio.



1/4 Gestión en viaje – Uso de IA Sí, al menos una vez (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Actividades y atracciones – Descubrir cosas que hacer en el lugar	84	82	85	86	87	89	84	88	86	86
Actualizando tu itinerario – Ajustar planes o buscar nuevos lugares para visitar	79	78	83	77	87	95	73	92	79	85
Transporte – Encontrar opciones de transporte local o comparar	73	68	79	77	83	88	72	89	75	82
Comunicación – Traducir información o ayudar a comunicarse en otro idioma	73	71	76	77	78	92	63	91	69	83
Alojamiento – Buscar opiniones o alojamientos alternativos	68	66	71	69	78	90	69	86	76	81
Asistencia – Buscar ayuda o orientación en caso de problemas durante el viaje	66	64	72	65	76	92	63	93	70	83













NUEVO

P26Q17. Ahora, sobre las acciones realizadas durante tu viaje. A continuación, algunos pasos habituales. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como Chat GPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Gestión en viaje – Uso de IA Sí, al menos una vez (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Actividades y atracciones												
– Descubrir cosas que hacer en el lugar	84	85	81	79	87	78	85	84	90	83	82	88
Actualizando tu itinerario												
– Ajustar planes o buscar nuevos lugares para visitar	79	77	77	78	76	75	84	84	83	82	82	73
Transporte												
– Encontrar opciones de transporte local o comparar	73	68	72	67	67	62	74	77	79	81	78	75
Comunicación												
– Traducir información o ayudar a comunicarse en otro idioma	73	63	71	69	71	67	81	76	72	78	76	77
Alojamiento												
– Buscar opiniones o alojamientos alternativos	68	63	73	64	66	57	73	75	70	67	73	65
Asistencia												
– Buscar ayuda o orientación en caso de problemas durante el viaje	66	56	60	64	60	62	75	76	67	74	71	60

NUEVO

P26Q17. Ahora, sobre las acciones realizadas durante tu viaje. A continuación, algunos pasos habituales. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como Chat GPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Gestión en viaje – Uso de IA Sí, al menos una vez (%)



	MY	HK	JP	SG	SK	IN	AU	NZ	SA	AE
Actividades y atracciones										
– Descubrir cosas que hacer en el lugar	92	85	79	88	86	89	87	81	86	88
Actualizando tu itinerario										
– Ajustar planes o buscar nuevos lugares para visitar	91	84	87	88	87	95	79	68	92	92
Transporte										
– Encontrar opciones de transporte local o comparar	86	84	79	77	85	88	80	64	90	88
Comunicación										
– Traducir información o ayudar a comunicarse en otro idioma	87	77	63	71	83	92	69	58	92	91
Alojamiento										
– Buscar opiniones o alojamientos alternativos	82	80	69	73	81	90	80	59	86	87
Asistencia										
– Buscar ayuda o orientación en caso de problemas durante el viaje	89	72	57	72	80	92	72	53	93	92

NUEVO

P26Q17. Ahora, sobre las acciones realizadas durante tu viaje. A continuación, algunos pasos habituales. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como Chat GPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Gestión en viaje – Uso de IA Sí, al menos una vez (%)



	US	CA	AR	BR	MX
Actividades y atracciones					
– Descubrir cosas que hacer en el lugar	90	80	83	88	88
Actualizando tu itinerario					
– Ajustar planes o buscar nuevos lugares para visitar	85	70	80	86	89
Transporte					
– Encontrar opciones de transporte local o comparar	83	62	77	83	86
Comunicación					
– Traducir información o ayudar a comunicarse en otro idioma	77	55	80	84	85
Alojamiento					
– Buscar opiniones o alojamientos alternativos	83	66	73	83	87
Asistencia					
– Buscar ayuda o orientación en caso de problemas durante el viaje	82	51	81	80	86

NUEVO

P26Q17. Ahora, sobre las acciones realizadas durante tu viaje. A continuación, algunos pasos habituales. Para cada uno, indica si has utilizado herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como Chat GPT, Gemini, Copilot). Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.



XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

El acceso inmediato a la información y la funcionalidad 'todo en uno' destacan como los principales beneficios percibidos de la IA, con uno de cada cinco encuestados mencionando cada uno de ellos como el beneficio principal

1/8

Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. En primer lugar (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Acceso rápido a la información	20	21	16	21	24	19	17	18	24	19
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	19	19	19	20	18	22	22	16	17	19
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	15	14	17	14	18	12	17	11	16	9
Mejores ofertas y precios competitivos	15	14	18	14	11	13	15	17	12	20
Recomendaciones sobre nuevas actividades	10	10	10	6	7	10	6	11	9	9
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	10	10	9	13	11	11	9	14	9	10
Recomendaciones sobre nuevos destinos	9	9	10	10	10	12	12	12	11	12
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ninguno	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
No lo sé	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/8

Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. En primer lugar (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Acceso rápido a información	20	21	24	22	22	21	17	17	18	13	17	24
A una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	19	15	18	19	21	18	20	20	17	20	18	21
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	15	19	16	19	9	15	10	15	18	18	19	9
Mejores ofertas y precios competitivos	15	19	14	11	10	15	16	20	18	16	18	11
Recomendaciones sobre nuevas actividades	10	9	11	6	13	11	13	7	12	11	4	8
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	10	6	5	11	13	7	16	9	7	10	12	13
Recomendaciones sobre nuevos destinos	9	9	10	9	9	9	8	10	9	10	9	11
Otros	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Ninguno	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0
No lo sé	1	1	2	3	2	2	0	1	1	2	1	2

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/8 Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. En primer lugar (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Acceso rápido a la información	19	22	27	23	33	19	19	15	20	17
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	22	19	12	26	6	22	19	25	13	19
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	13	20	30	18	16	12	14	21	10	11
Mejores ofertas y precios competitivos	13	11	5	12	13	13	18	12	16	17
Recomendaciones sobre nuevas actividades	8	6	4	7	6	10	6	5	12	11
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	13	13	7	6	12	11	11	7	14	13
Recomendaciones sobre nuevos destinos	11	9	13	7	12	12	10	13	13	11
Otros	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0
Ninguno	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0
No lo sé	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/8 Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. En primer lugar (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Acceso rápido a la información	25	22	23	17	18
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	15	20	25	15	18
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	13	21	8	10	8
Mejores ofertas y precios competitivos	13	11	18	18	23
Recomendaciones sobre nuevas actividades	10	8	4	13	9
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	12	4	12	11	7
Recomendaciones sobre nuevos destinos	10	11	7	14	14
Otros	0	0	1	0	0
Ninguno	2	1	1	1	1
No lo sé	0	2	1	1	2

NUEVO



P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

5/8

Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. Total – Primero, segundo, tercero (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Acceso rápido a la información	52	53	50	54	57	46	51	49	56	48
Una plataforma todo en uno que consolida conocimientos de múltiples fuentes	48	47	49	51	46	55	50	43	46	46
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	43	44	47	36	50	38	47	35	45	34
Mejores ofertas y precios competitivos	42	39	46	44	37	42	41	45	40	52
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	37	36	36	41	37	41	33	44	33	43
Recomendaciones sobre nuevas actividades	34	38	32	28	31	33	35	37	35	32
Recomendaciones sobre nuevos destinos	33	33	32	36	37	39	34	38	33	35
Otros	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1
Ninguno	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
No lo sé	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

Respuestas por país:

#1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

6/8 Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. Total – Primero, segundo, tercero (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Acceso rápido a la información	52	53	57	54	54	53	47	47	54	49	50	57
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	48	44	45	49	47	44	54	49	46	52	46	55
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	43	49	46	54	35	43	36	47	50	46	41	33
Mejores ofertas y precios competitivos	42	50	34	35	35	34	44	49	48	40	54	35
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	37	31	29	33	38	36	46	35	31	41	41	42
Recomendaciones sobre nuevas actividades	34	37	41	29	49	38	35	33	30	34	22	34
Recomendaciones sobre nuevos destinos	33	29	35	29	32	38	33	31	35	29	36	36
Otror	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
Ninguno	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0
No lo sé	1	1	2	3	2	2	0	1	1	2	1	2

NUEVO











P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

Respuestas principales por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

7/8 Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. Total – Primero, segundo, tercero (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Acceso rápido a la información	53	55	66	58	61	46	53	49	52	47
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	54	45	31	60	26	55	47	52	37	49
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	37	58	69	52	47	38	44	51	33	37
Mejores ofertas y precios competitivos	41	36	22	32	47	42	43	38	46	44
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	43	43	32	28	37	41	34	32	43	45
Recomendaciones sobre nuevas actividades	32	29	27	33	31	33	34	36	38	37
Recomendaciones sobre nuevos destinos	36	31	43	34	44	39	33	36	41	35
Otros	0	0	2	0	0	0	2	1	1	0
Ninguna	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0
No lo sé	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes.

Respuestas por país:

#1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

8/8

Beneficios de las herramientas de IA para la planificación o gestión de viajes. Total – Primero, segundo, tercero (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Acceso rápido a la información	56	58	50	49	45
Una plataforma "todo en uno" que consolida conocimientos de múltiples fuentes	45	48	48	45	45
Itinerario personalizado / planificación de mi viaje	42	48	37	36	31
Mejores ofertas y precios competitivos	40	39	56	48	52
Asistencia en tiempo real disponible durante todo mi viaje	36	29	41	46	41
Recomendaciones sobre nuevas actividades	38	31	24	33	38
Recomendaciones sobre nuevos destinos	35	31	33	35	36
Otros	0	0	2	0	1
Ninguno	2	1	1	1	1
No lo sé	0	2	1	1	2

NUEVO

P26Q18. ¿Cuáles son los 3 principales beneficios que esperarías al usar herramientas de búsqueda con Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar o durante tus viajes de ocio? Base: Para quienes usan IA para preparar sus viajes).

Respuestas por país:

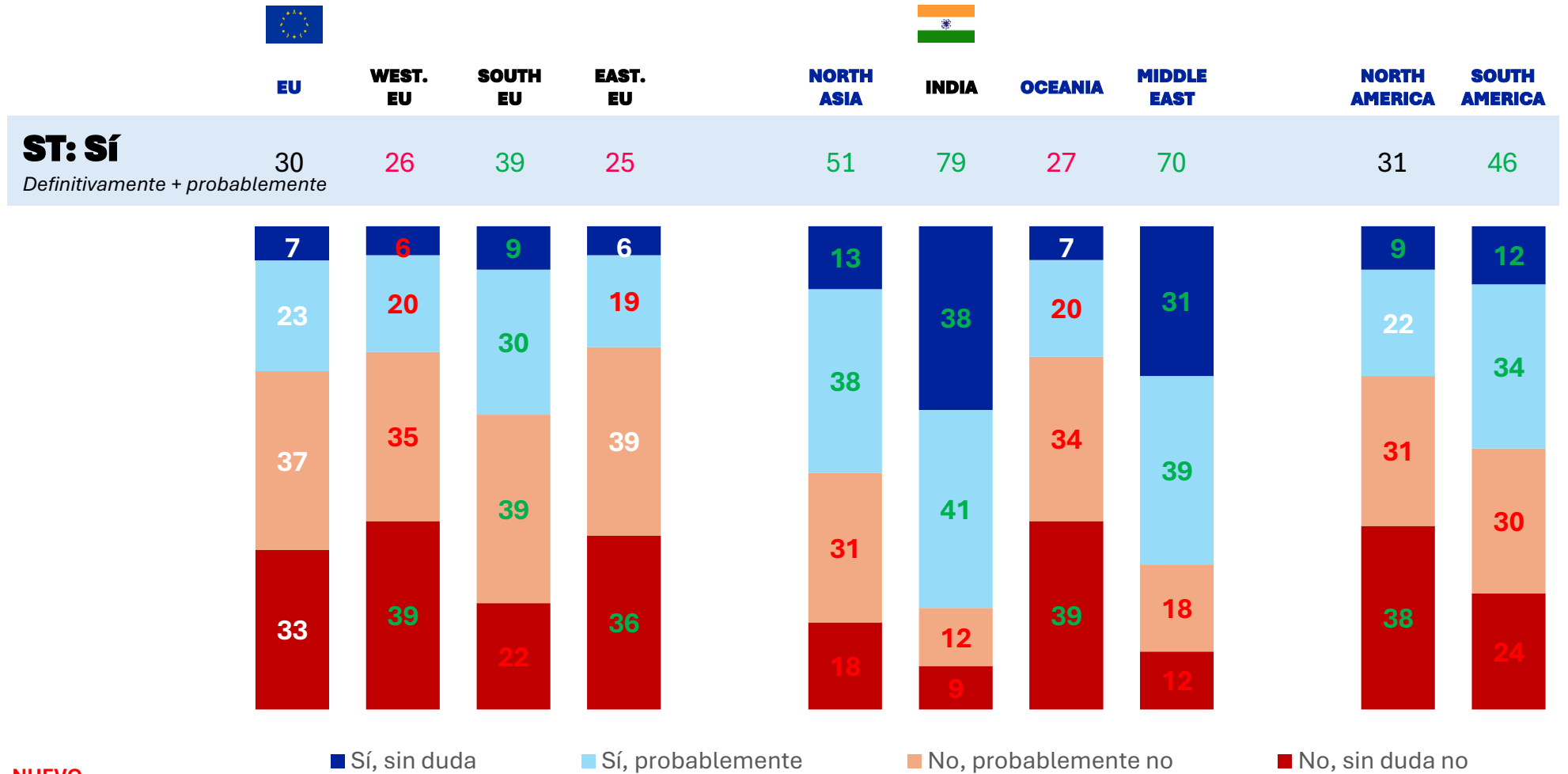
#1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

Existe un fuerte interés por depender exclusivamente de herramientas de IA para planificar viajes de ocio en India (el 79% lo consideraría) y en Oriente Medio (70%). En otras partes del mundo, la gente está menos interesada. El interés es más bajo en Europa del Este (25%), Europa Occidental (26%) y Oceanía (27%).

1/4 Disposición a apoyarse exclusivamente en IA para planificar un viaje (%)



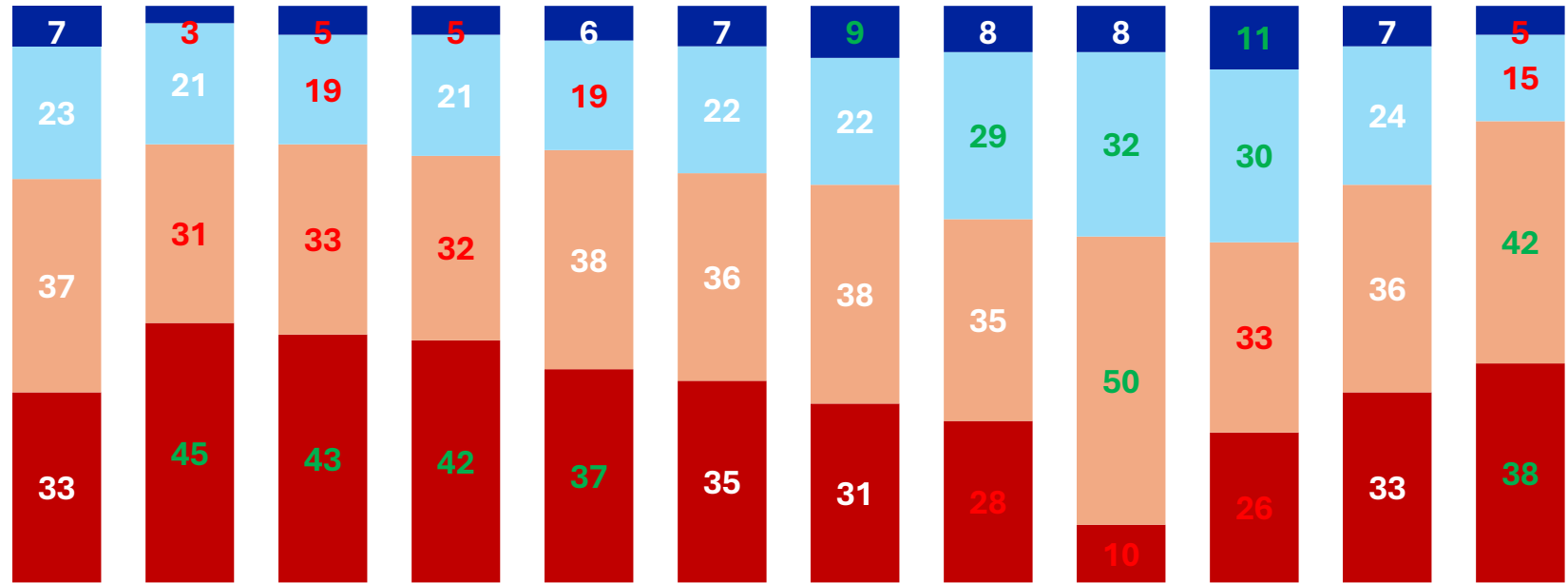
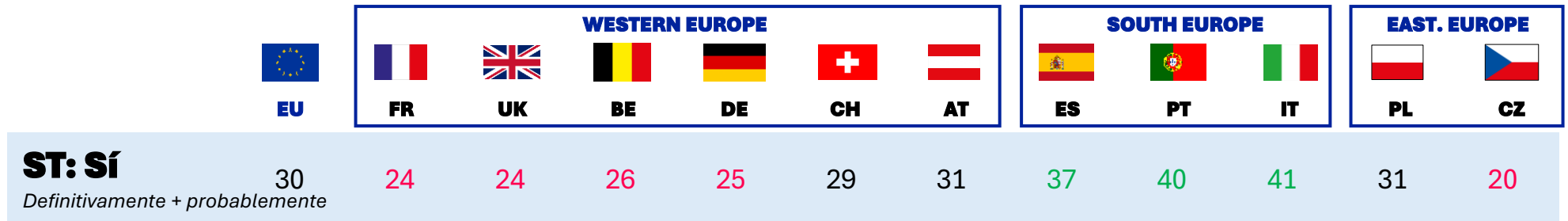
NUEVO

P26Q19. ¿Considerarías confiar principalmente en herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar tu próximo viaje de ocio, sin consultar recursos adicionales (por recursos adicionales nos referimos a: familiares o amigos, internet, redes sociales, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Disposición a apoyarse exclusivamente en IA para planificar un viaje (%)



■ Sí, sin duda ■ Sí, probablemente ■ No, probablemente no ■ No, sin duda no

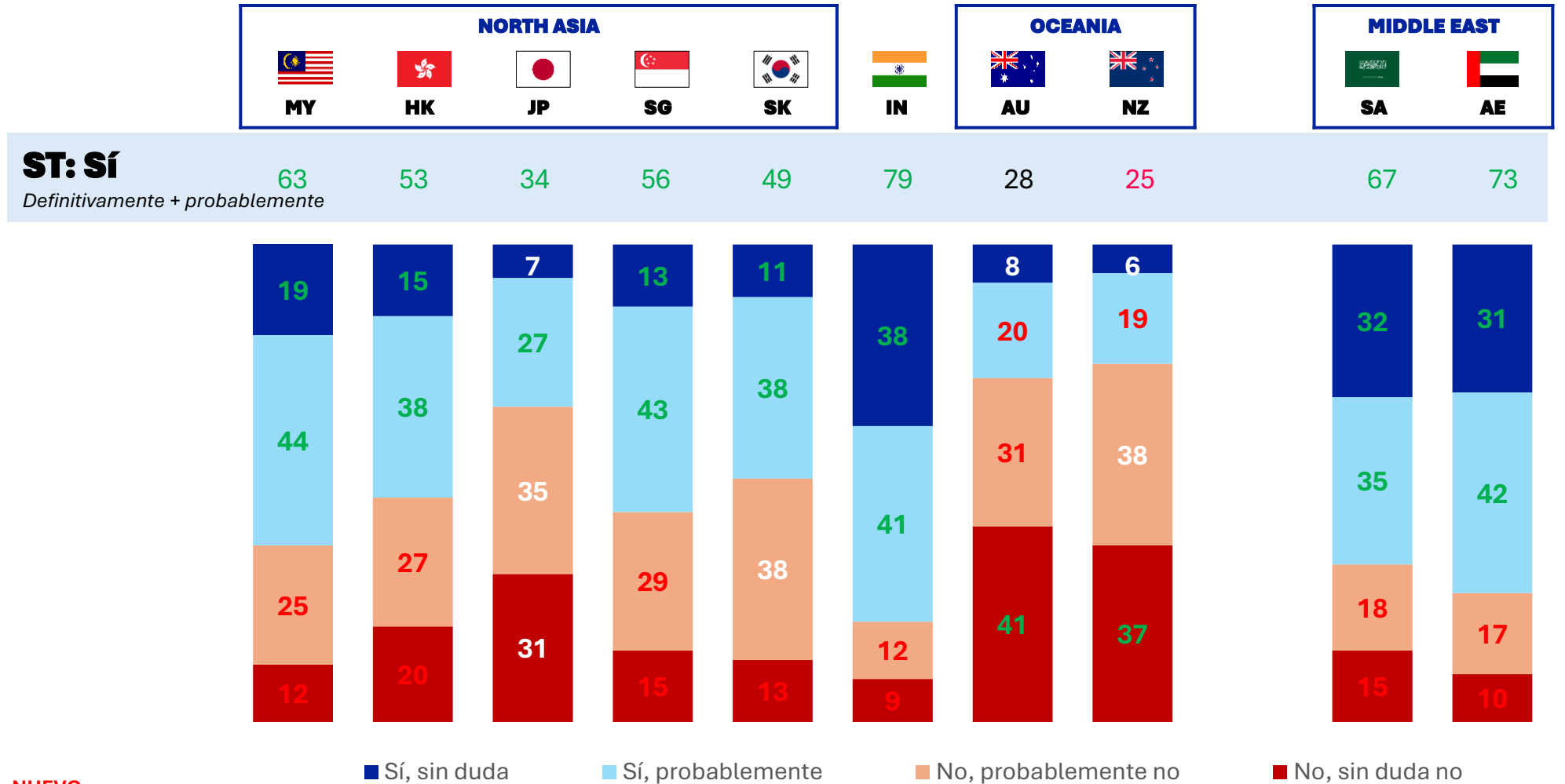
NUEVO

P26Q19. ¿Considerarías confiar principalmente en herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar tu próximo viaje de ocio, sin consultar recursos adicionales (por recursos adicionales nos referimos a: familiares o amigos, internet, redes sociales, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Disposición a apoyarse exclusivamente en IA para planificar un viaje (%)



ST: Sí

Definitivamente + probablemente

■ Sí, sin duda

■ Sí, probablemente

■ No, probablemente no

■ No, sin duda no

NUEVO

P26Q19. ¿Considerarías confiar principalmente en herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar tu próximo viaje de ocio, sin consultar recursos adicionales (por recursos adicionales nos referimos a: familiares o amigos, internet, redes sociales, etc.)? Base: Para todos

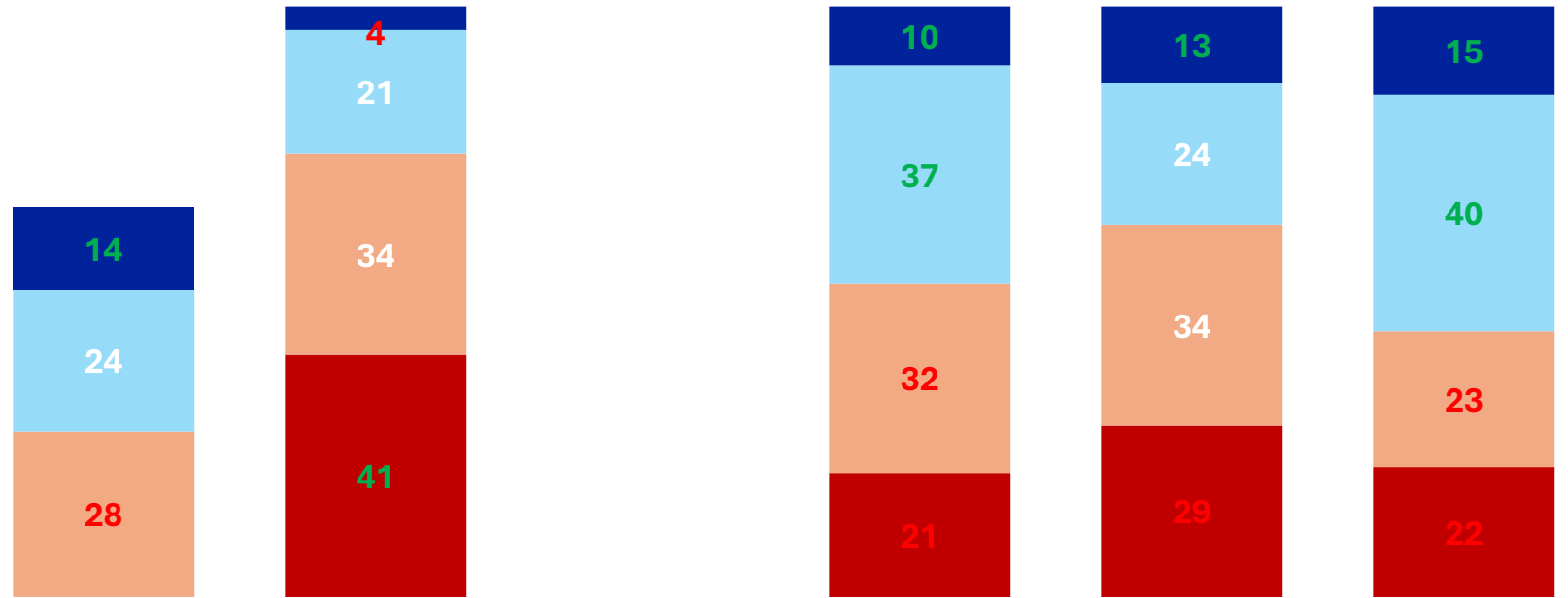
XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Disposición a apoyarse exclusivamente en IA para planificar un viaje (%)



ST: Sí	US	CA	AR	BR	MX
Definitivamente + probablemente	38	25	47	37	55



■ Sí, sin duda ■ Sí, probablemente ■ No, probablemente no ■ No, sin duda no

NUEVO

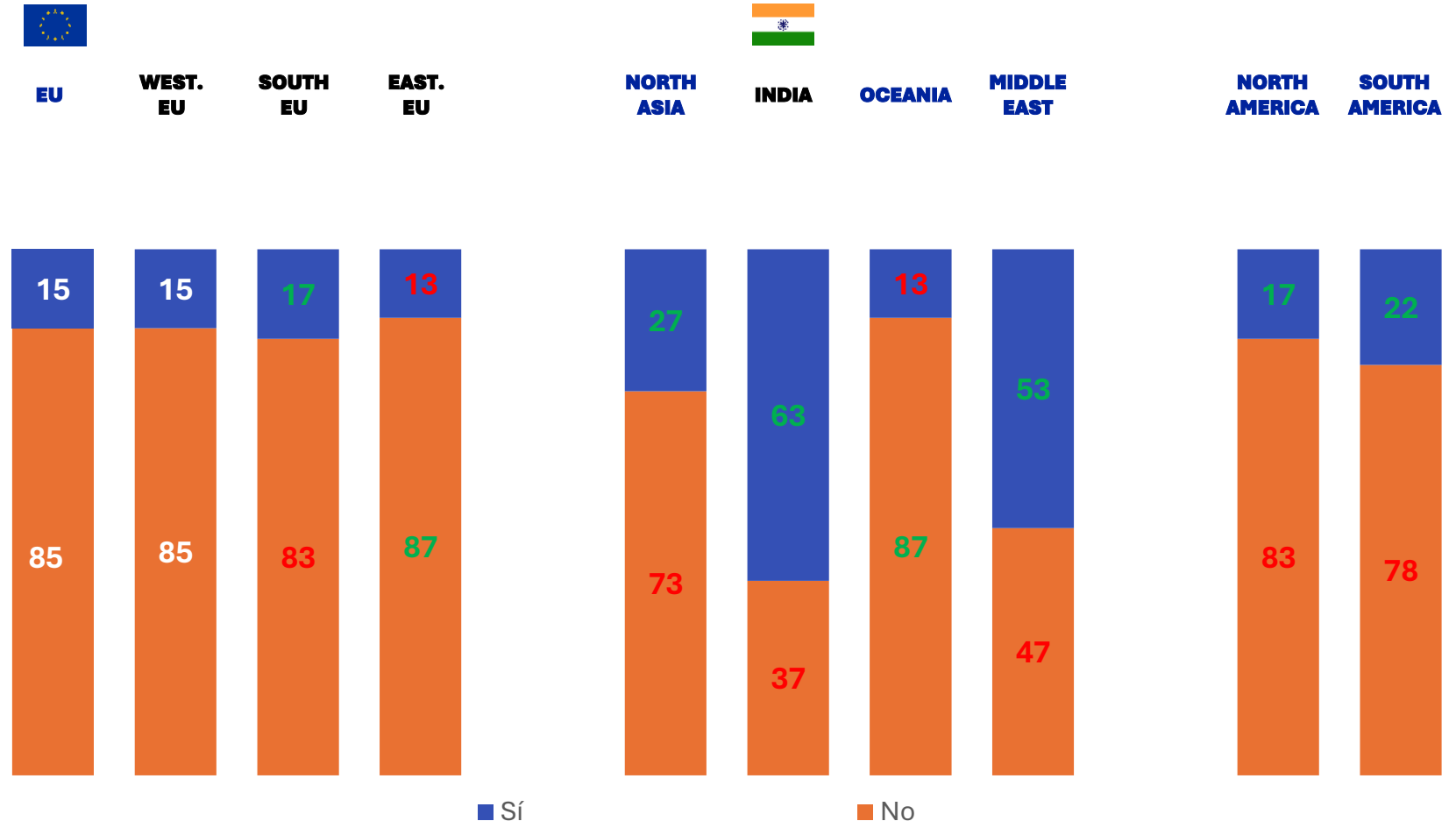
P26Q19. ¿Considerarías confiar principalmente en herramientas de búsqueda de Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) para planificar tu próximo viaje de ocio, sin consultar recursos adicionales (por recursos adicionales nos referimos a: familiares o amigos, internet, redes sociales, etc.)? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

El uso de la IA para reservar partes específicas de un viaje es menor que su uso para preparar el viaje en general. Sin embargo, vuelve a observarse una marcada diferencia entre las regiones pioneras, como India y Oriente Medio, y sus homólogas europeas y norteamericanas.

1/4 Uso previo de la Inteligencia Artificial para reservar vacaciones (%)



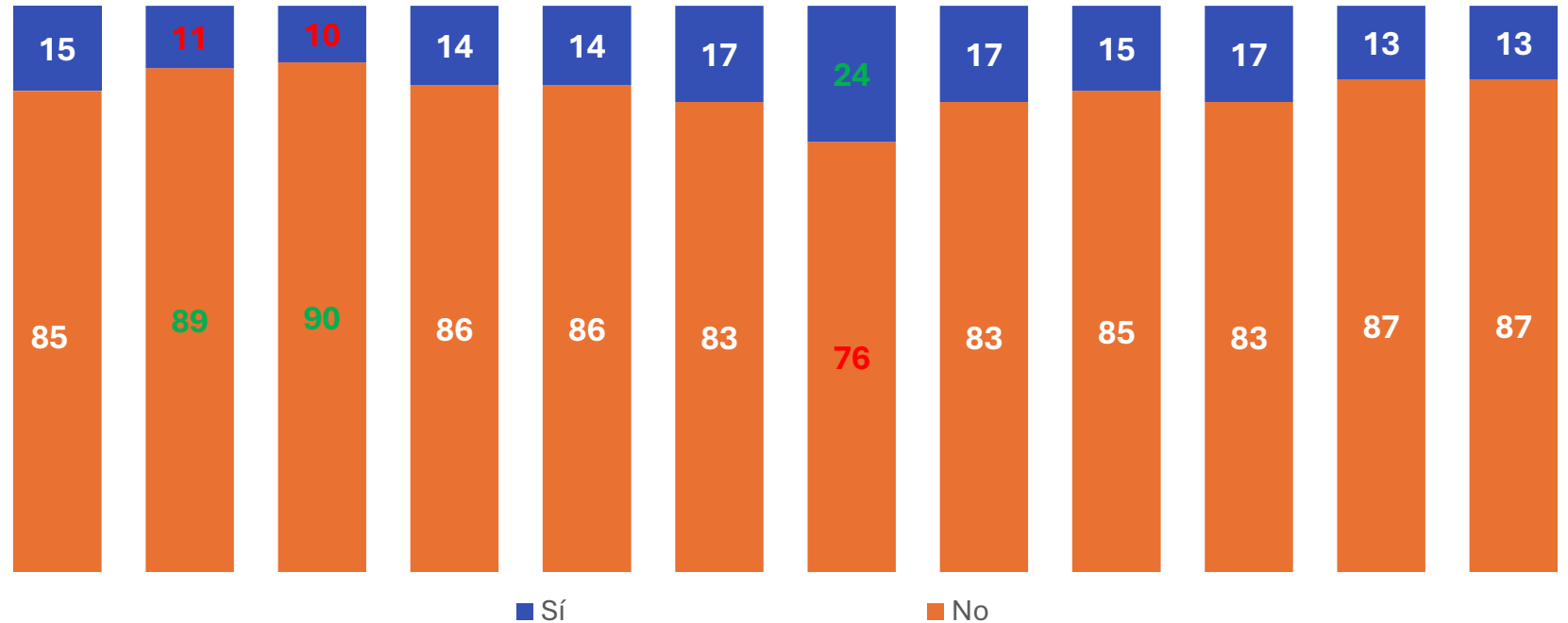
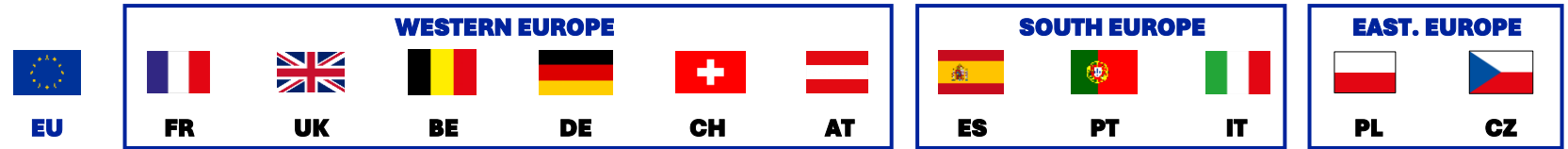
NUEVO

P26Q20. ¿Alguna vez has utilizado herramientas o aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial para reservar partes específicas de tus viajes? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

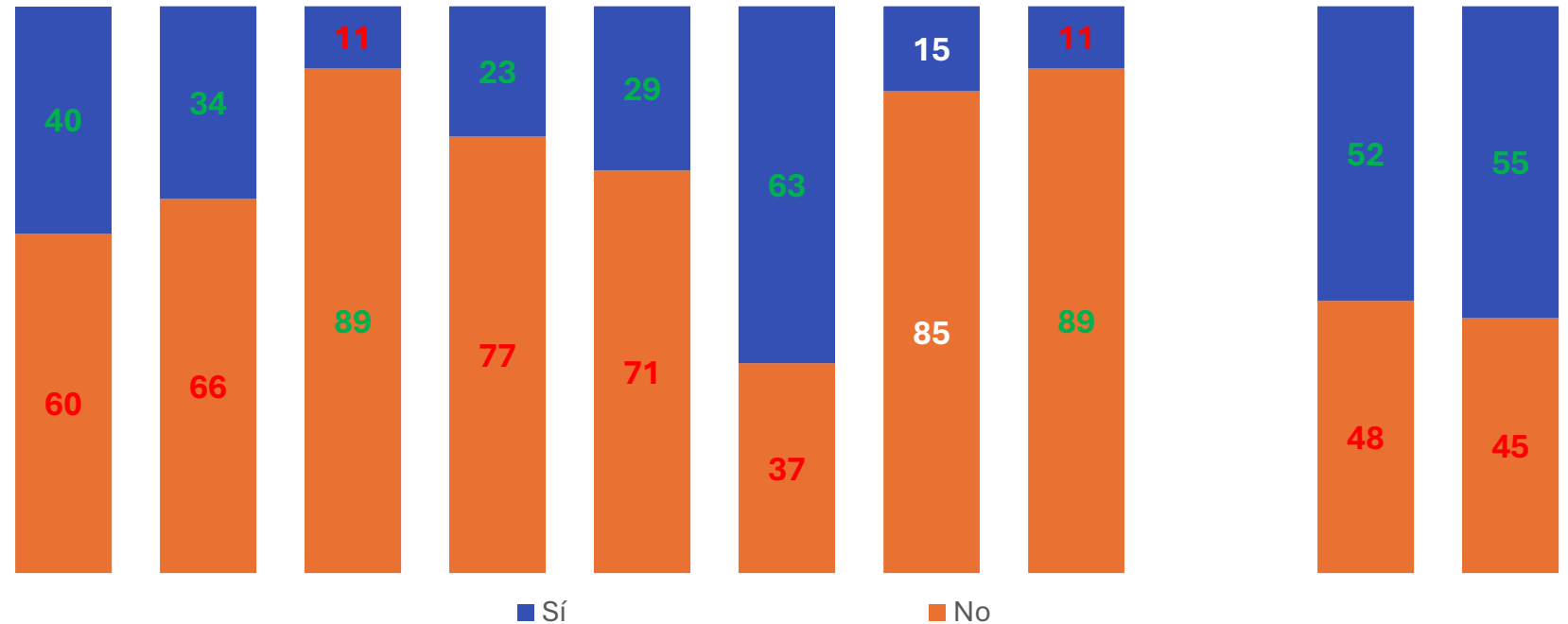
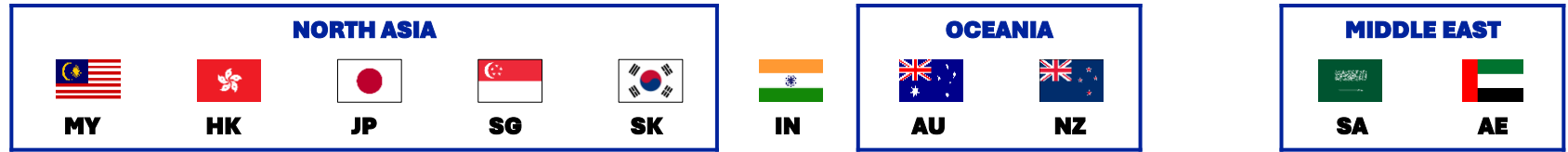
03

2/4 Uso previo de la Inteligencia Artificial para reservar vacaciones (%)



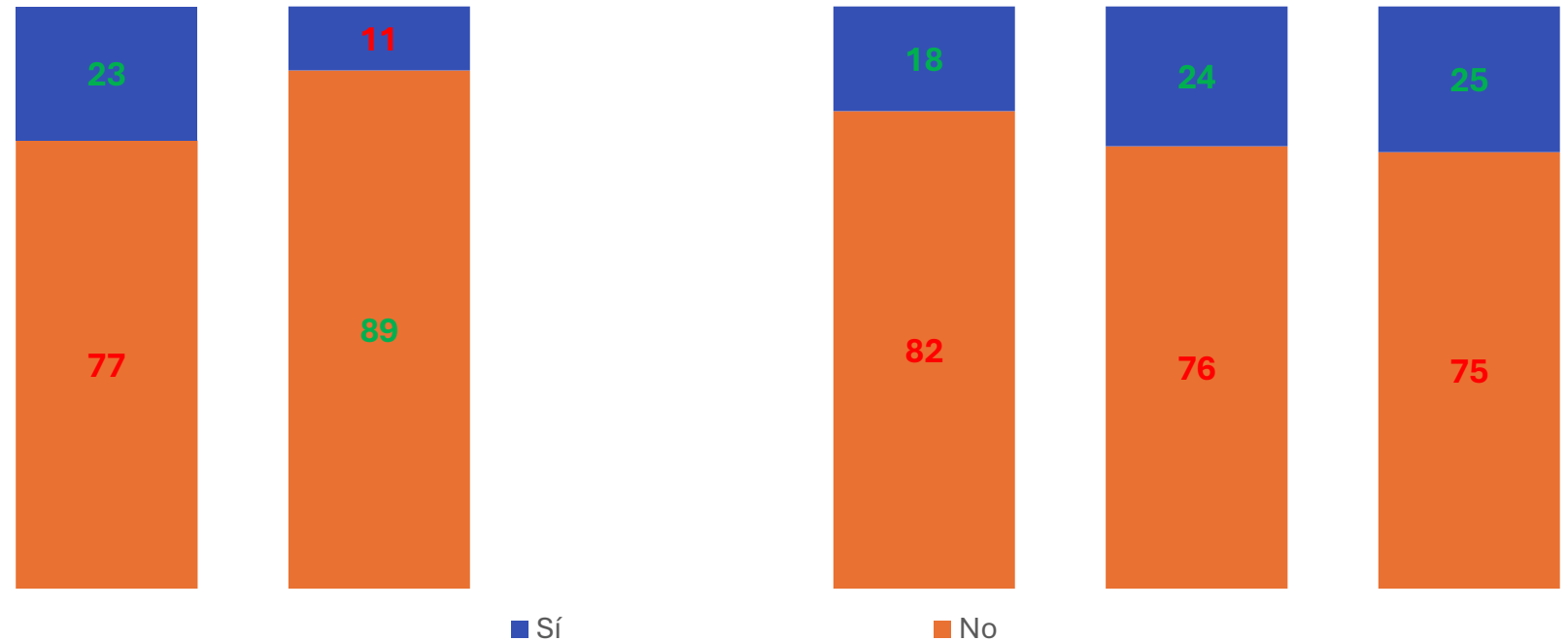
03

3/4 Uso previo de la Inteligencia Artificial para reservar vacaciones (%)



03

4/4 Uso previo de la Inteligencia Artificial para reservar vacaciones (%)

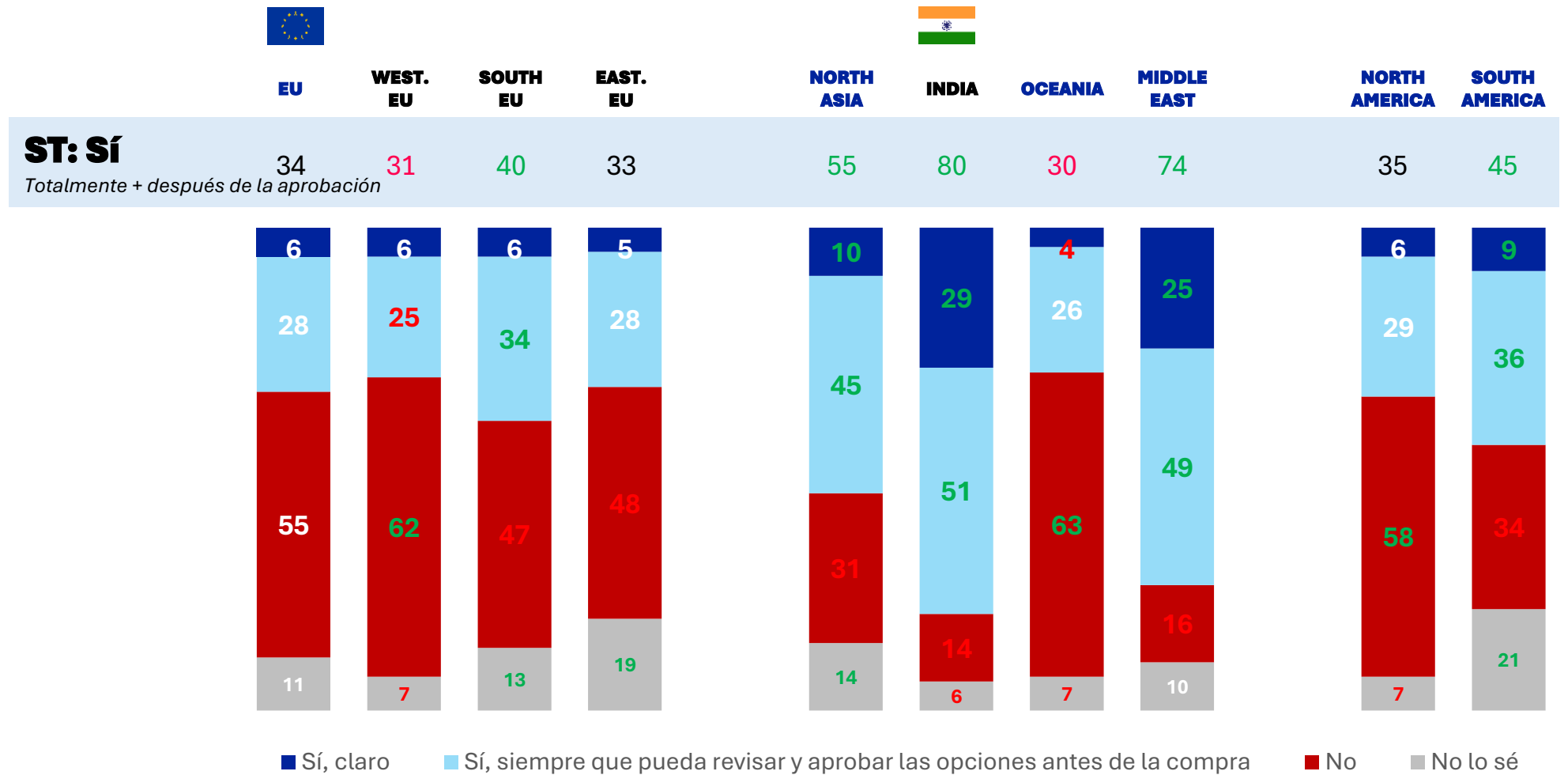


03

Existe entusiasmo por delegar la reserva de viajes a la IA, aunque las personas siguen mostrando reticencias a renunciar por completo al control. Solo en India (29%) y MENA (25%) una proporción significativa estaría cómoda confiando totalmente en la IA para reservar sus viajes. En Europa (6%), Norteamérica (6%) y Oceanía (4%) la disposición es mucho menor.



1/4 Disposición a utilizar únicamente IA para planificar un viaje (%)



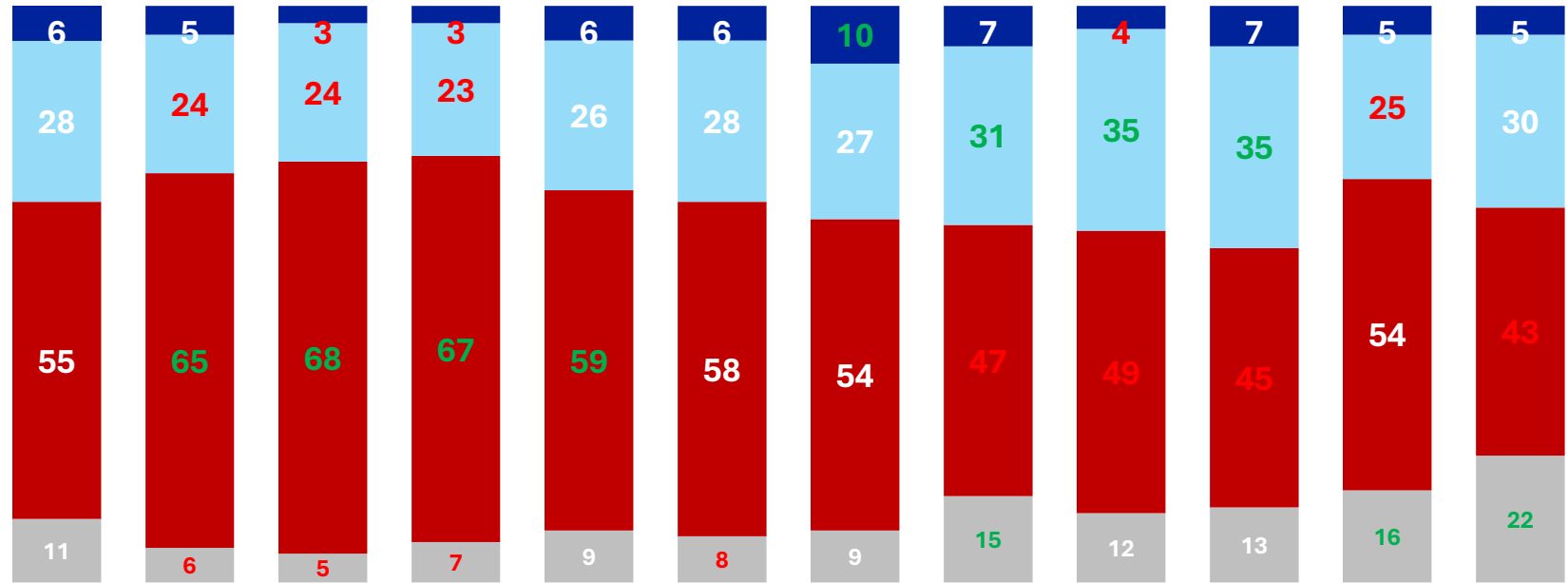
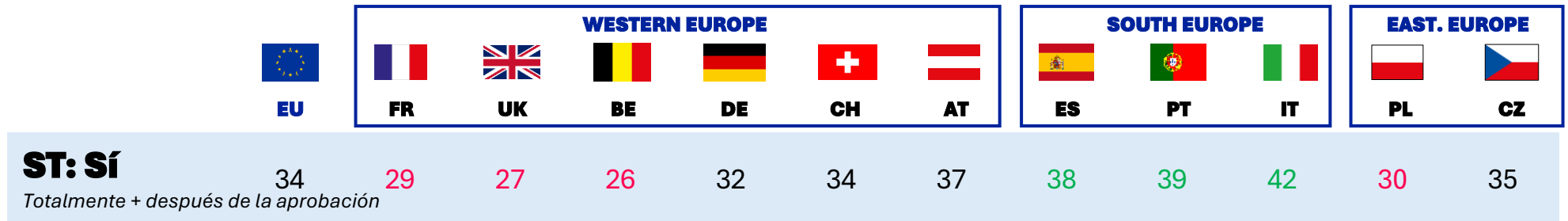
NUEVO

P26Q21. ¿Te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Disposición a utilizar únicamente IA para planificar un viaje (%)



■ Sí, claro ■ Sí, siempre que pueda revisar y aprobar las opciones antes de la compra ■ No ■ No lo sé

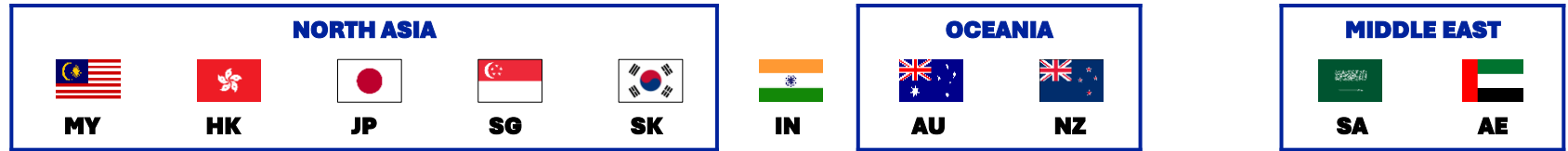
NEW

P26Q21. ¿Te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

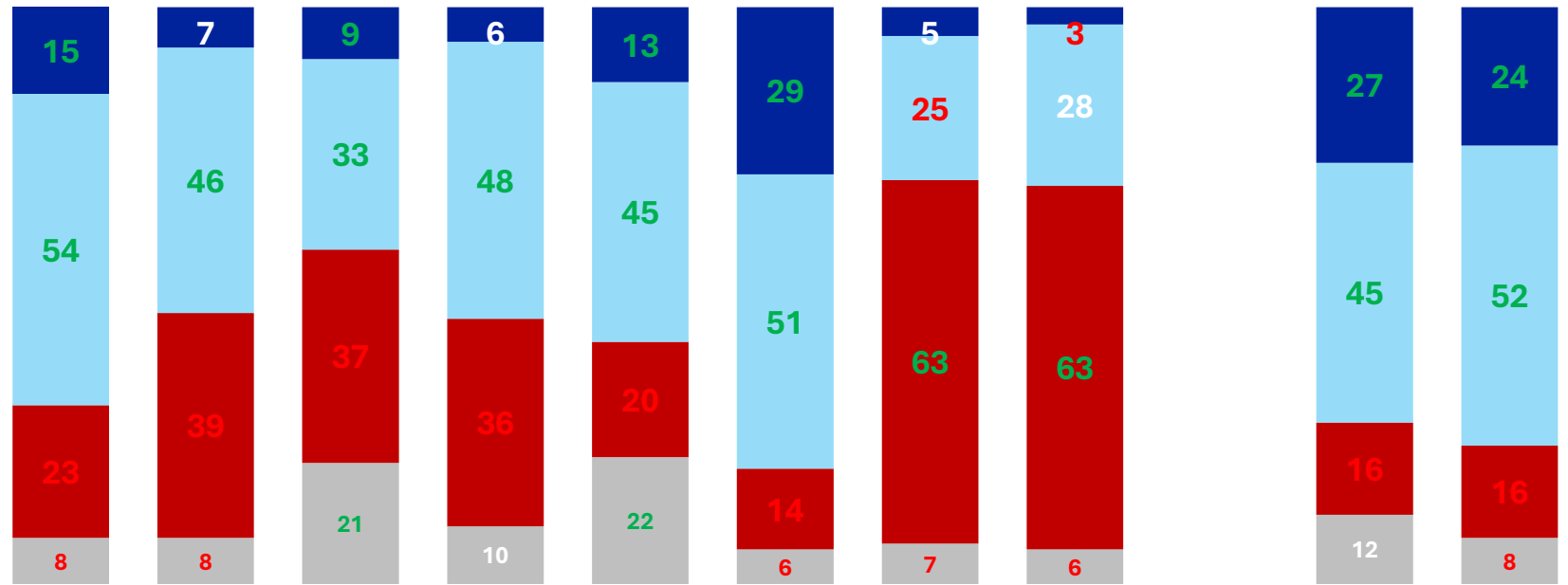
3/4 Disposición a utilizar únicamente IA para planificar un viaje (%)



ST: Sí

Totalmente + después de la aprobación

69 53 42 54 58 80 30 31 72 76



■ Sí, claro ■ Sí, siempre que pueda revisar y aprobar las opciones antes de la compra ■ No ■ No lo sé

NEW

P26Q21. ¿Te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Disposición a utilizar únicamente IA para planificar un viaje (%)



ST: Sí

Totalmente + después de la aprobación

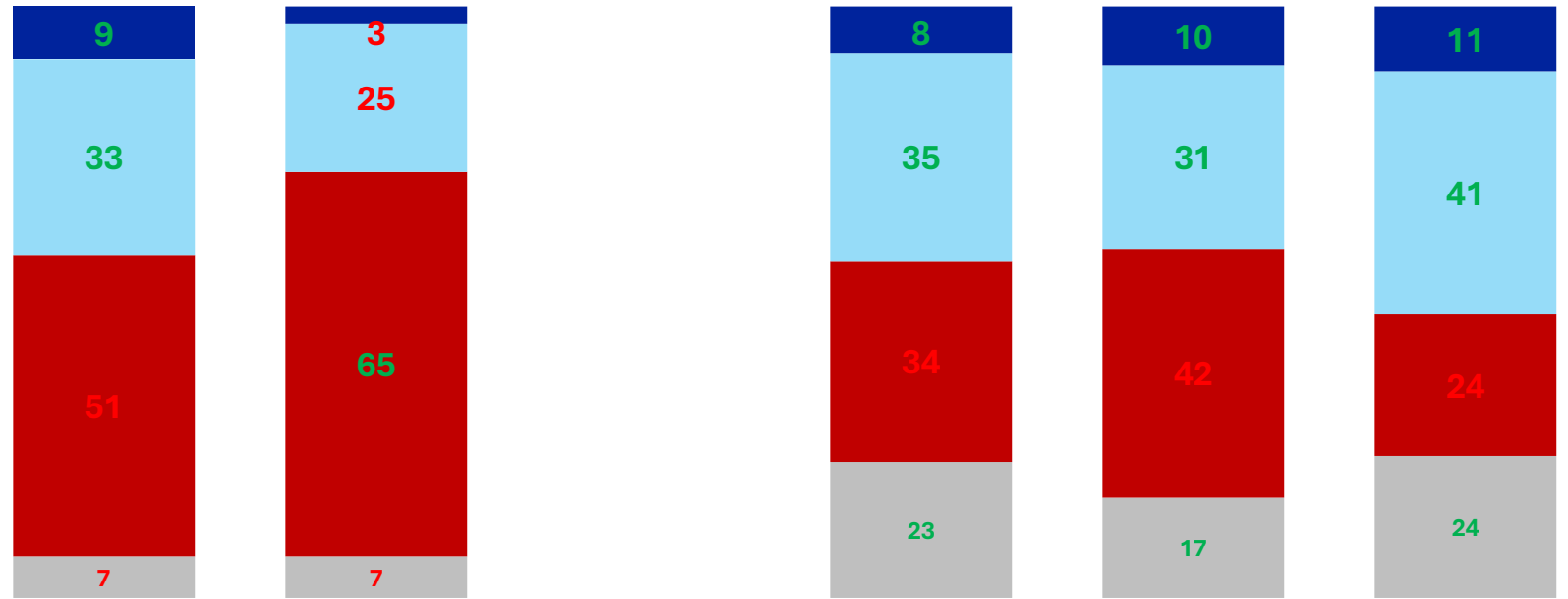
42

28

43

41

52



■ Sí, claro ■ Sí, siempre que pueda revisar y aprobar las opciones antes de la compra ■ No ■ No lo sé

NUEVO



P26Q21. ¿Te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para todos

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

La preferencia por mantener el control personal sobre las decisiones y el disfrute del proceso de planificación son las principales razones que alegan quienes se muestran reacios a delegar las reservas de viajes en la IA. Además, la falta de confianza en la IA en lo que respecta a los pagos y los datos constituye un obstáculo importante, según un tercio de los encuestados en Europa, una cifra que supera el 40 % en Norteamérica y alcanza casi el 50 % en Oceanía.

1/4 Barreras para realizar la reserva de viajes con IA (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Prefiero tomar las decisiones de viaje yo misma	48	52	42	44	39	34	53	33	50	32
Disfruto organizando mis propios viajes	40	44	35	35	30	32	47	29	40	27
No confío en la IA para pagos ni datos personales	33	35	31	33	31	33	47	29	43	23
Me preocupa los errores o las reservas incorrectas	32	34	30	30	37	28	43	22	40	26
Quiero comparar opciones personalmente	32	32	31	30	28	23	39	22	34	24
Me preocupa la privacidad y la seguridad de los datos	23	26	21	18	27	22	35	20	36	20
No estoy lo suficientemente familiarizado con las herramientas de IA	20	19	21	18	28	19	25	17	26	22
Necesito ayuda de una persona para viajes complejos	15	14	16	14	15	28	17	19	18	16
Otros	2	2	1	2	1	3	5	1	4	2
ST prefieren decidirse por sí mismos con ayuda de una persona	77	80	74	73	68	70	78	67	78	66
Problemas de confianza y riesgos ST	64	65	65	62	70	67	75	60	72	62

P26Q22. ¿Por qué no te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para quienes no se sienten cómodos delegando toda su reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA.

Respuestas por país: #1 #2 #3
 XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

2/4 Barreras para realizar la reserva de viajes con IA (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Prefiero tomar las decisiones de viaje yo misma	48	52	54	49	54	50	52	41	47	37	42	46
Disfruto organizando mis propios viajes	40	45	45	41	44	48	42	33	41	32	32	38
No confío en la IA para pagos ni datos personales	33	34	44	33	34	35	29	33	33	25	38	28
Me preocupa los errores o las reservas incorrectas	32	30	41	31	38	36	30	26	37	25	29	31
Quiero comparar opciones personalmente	32	29	40	30	33	32	29	29	30	35	29	30
Me preocupa la privacidad y la seguridad de los datos	23	27	31	23	25	24	23	23	27	13	19	18
No estoy lo suficientemente familiarizado con las herramientas de IA	20	21	25	17	20	17	16	22	22	19	22	14
Necesito ayuda de una persona para viajes complejos	15	13	17	10	15	17	14	15	17	16	15	13
Otros	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	3
ST prefieren decidirse por sí mismos con ayuda de una persona	77	79	81	76	82	82	81	71	74	76	73	75
Problemas de confianza y riesgos ST	64	65	74	63	66	65	58	68	69	57	67	58

NUEVO

P26Q22. ¿Por qué no te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para quienes no se sienten cómodos delegando toda su reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA.

Respuestas por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

3/4 Barreras para realizar la reserva de viajes con IA (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Prefiero tomar las decisiones de viaje yo misma	45	35	40	47	28	34	52	55	27	39
Disfruto organizando mis propios viajes	37	33	30	33	20	32	44	51	23	35
No confío en la IA para pagos ni datos personales	42	32	21	36	28	33	45	50	26	33
Me preocupa los errores o las reservas incorrectas	38	47	34	43	22	28	39	47	17	28
Quiero comparar opciones personalmente	34	29	23	32	22	23	37	41	18	26
Me preocupa la privacidad y la seguridad de los datos	34	32	18	36	19	22	33	36	13	28
No estoy lo suficientemente familiarizado con las herramientas de IA	29	33	28	23	31	19	24	26	15	19
Necesito ayuda de una persona para viajes complejos	31	14	6	18	15	28	17	17	14	24
Otros	1	1	2	1	1	3	5	5	2	0
ST prefieren decidirse por sí mismos con ayuda de una persona	77	69	65	74	59	70	76	80	64	71
Problemas de confianza y riesgos ST	76	71	65	73	67	67	74	76	55	67

P26Q22. ¿Por qué no te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para quienes no se sienten cómodos delegando toda su reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA.

Respuestas por país: #1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

03

4/4 Barreras para realizar la reserva de viajes con IA (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Prefiero tomar las decisiones de viaje yo misma	51	49	36	31	29
Disfruto organizando mis propios viajes	37	43	31	30	20
No confío en la IA para pagos ni datos personales	42	44	22	25	22
Me preocupa los errores o las reservas incorrectas	40	40	28	27	23
Quiero comparar opciones personalmente	34	33	30	20	23
Me preocupa la privacidad y la seguridad de los datos	36	36	18	20	22
No estoy lo suficientemente familiarizado con las herramientas de IA	28	25	22	22	23
Necesito ayuda de una persona para viajes complejos	17	20	17	15	15
Otros	3	5	1	2	2
ST prefieren decidir por sí mismos con ayuda de una persona	77	79	71	64	62
Problemas de confianza y riesgos ST	74	72	60	63	63

P26Q22. ¿Por qué no te sentirías cómodo delegando toda tu reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA? Base: Para quienes no se sienten cómodos delegando toda su reserva de viajes de ocio a una herramienta de búsqueda con IA o a un agente de IA.

Respuestas por país:

#1 #2 #3

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

04

**Presupuestos,
opciones de
alojamiento,
opciones de
transporte, entornos
preferidos... Todo lo
que necesitas saber
sobre las intenciones
de los viajeros en
nuestros 26 países**



04

Una vez más, el presupuesto para las vacaciones sigue siendo una prioridad, lo que subraya su importancia para la población.

En Europa, el presupuesto medio para las vacaciones de verano en 2026 es de 2.089 €, manteniéndose muy estable en comparación con 2025 (un aumento de 9 €).

Como se observó en ediciones anteriores, este presupuesto muestra variaciones significativas según la región:

Dentro de Europa, los presupuestos son más altos en Europa Occidental (€2.491), en comparación con el sur de Europa (€1.775) y Europa del Este (€1.412).

Los presupuestos son aún mayores en Oceanía (2.900 €), Norteamérica (2.600 €) y la región MENA (2.602 €).



1/2 Presupuesto para vacaciones de verano (Suma media gastada, convertida a euro)



P30. ¿Cuál es tu presupuesto completo para tu próximo [viaje / viaje de verano] (teniendo en cuenta transporte, alojamiento, comida, actividades de ocio, etc.)? Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

04

Los presupuestos medios en Europa y Norteamérica se mantienen estables este año. En contraste, el presupuesto de Australia muestra una ligera disminución, aunque se mantiene en un nivel históricamente alto.

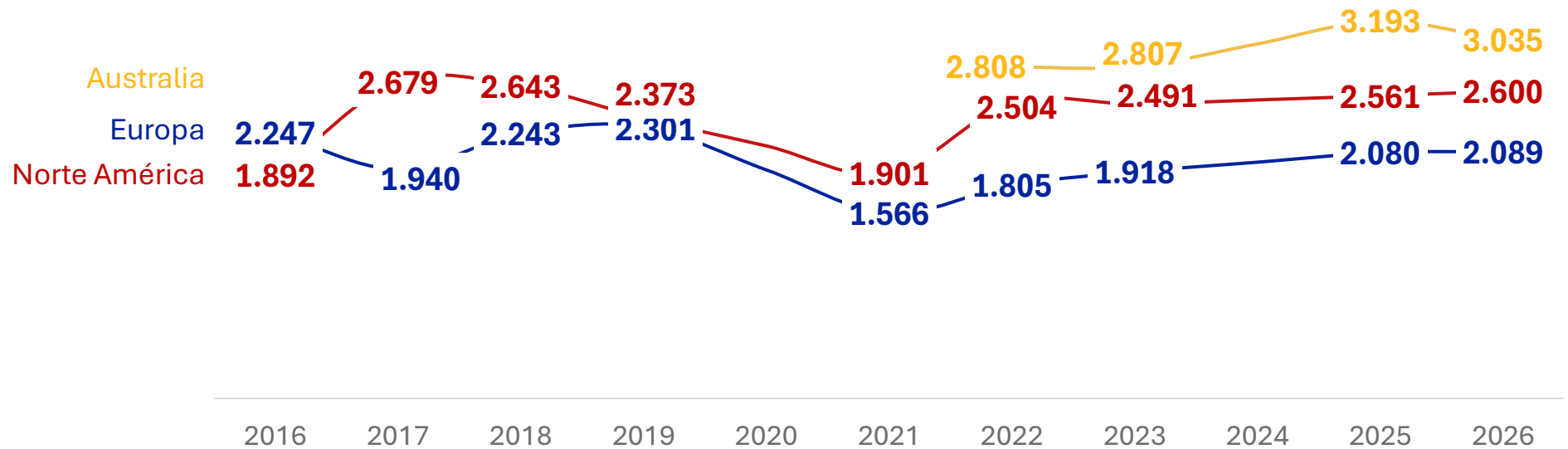
Aunque el presupuesto medio europeo de vacaciones ha experimentado un crecimiento constante, aunque moderado, desde 2022, aún no ha vuelto a su nivel previo al COVID.



2/2

Presupuesto para vacaciones de verano (Suma media gastada, convertida a euro) –Tendencia a lo largo de varios años

Presupuesto medio para vacaciones de verano en 2026 (€)



P30. ¿Cuál es tu presupuesto completo para tu próximo [viaje / viaje de verano] (teniendo en cuenta transporte, alojamiento, comida, actividades de ocio, etc.)? Base: Para quienes planean hacer un viaje

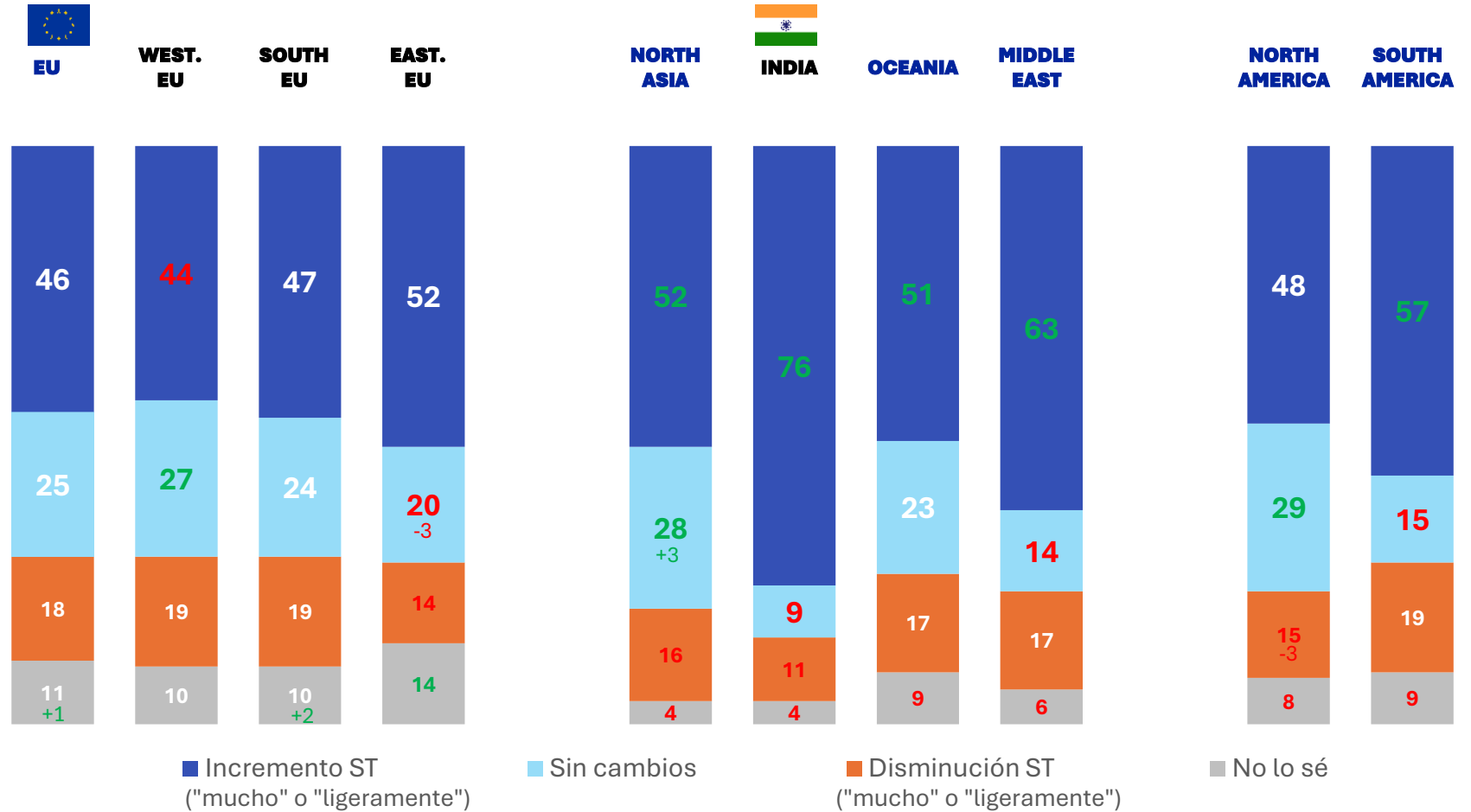
04

A pesar de que el coste de la vida sigue siendo una de las principales preocupaciones a nivel mundial, casi la mitad de los viajeros europeos planean aumentar su presupuesto vacacional respecto al año pasado.

Esta tendencia es aún más pronunciada en otras regiones, donde la proporción asciende a casi dos de cada tres en Oriente Medio y más de tres cuartas partes en la India.

1/4

Cambio esperado en el presupuesto de las vacaciones en comparación con el año pasado (%)



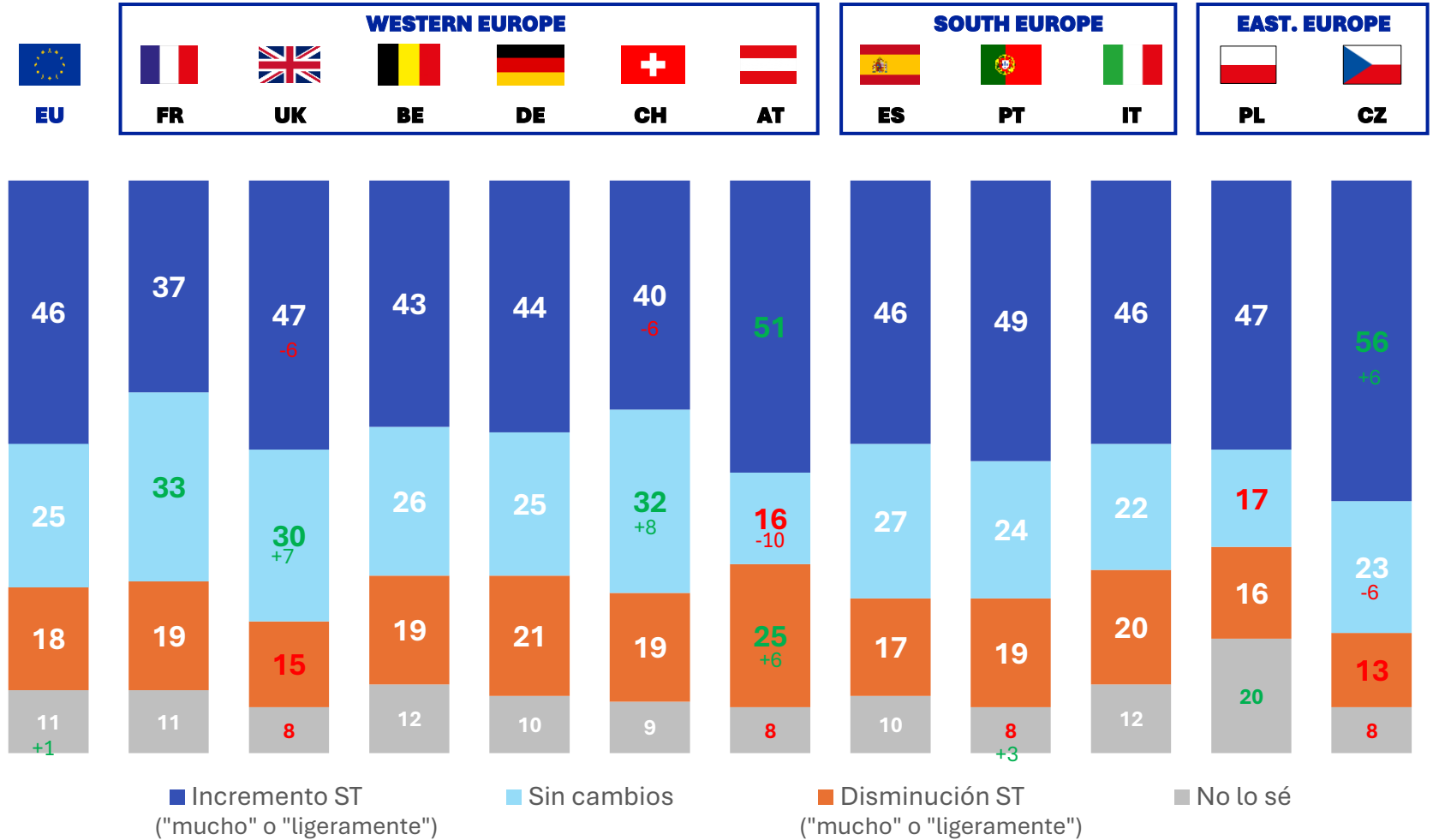
P32. ¿Cómo podría cambiar tu presupuesto para tu próximo [viaje de verano / viaje entre junio y septiembre] en comparación con lo que gastaste el año pasado? ¿Lo hará...? Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

2/4

Cambio esperado en el presupuesto de las vacaciones en comparación con el año pasado (%)



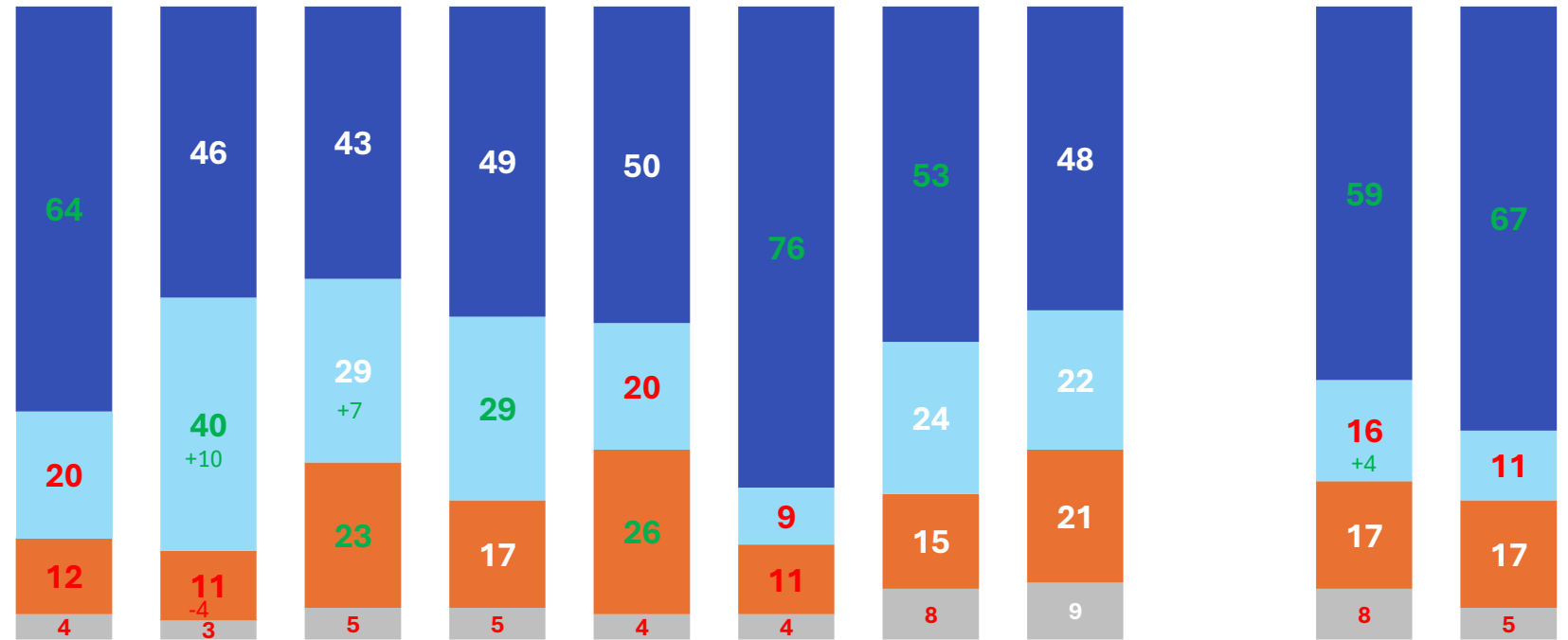
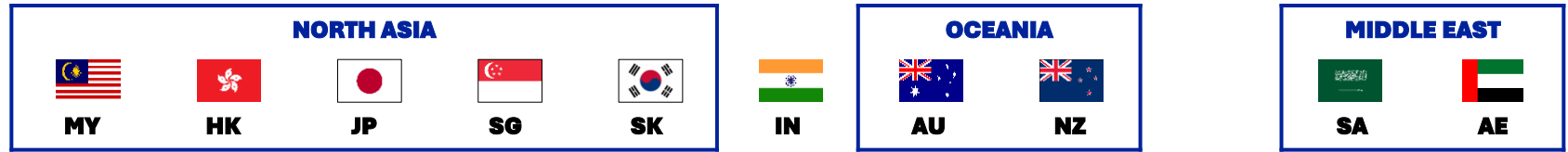
P32. ¿Cómo podría cambiar tu presupuesto para tu próximo [viaje de verano / viaje entre junio y septiembre] en comparación con lo que gastaste el año pasado? ¿Será que... Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

3/4

Cambio esperado en el presupuesto de las vacaciones en comparación con el año pasado (%)

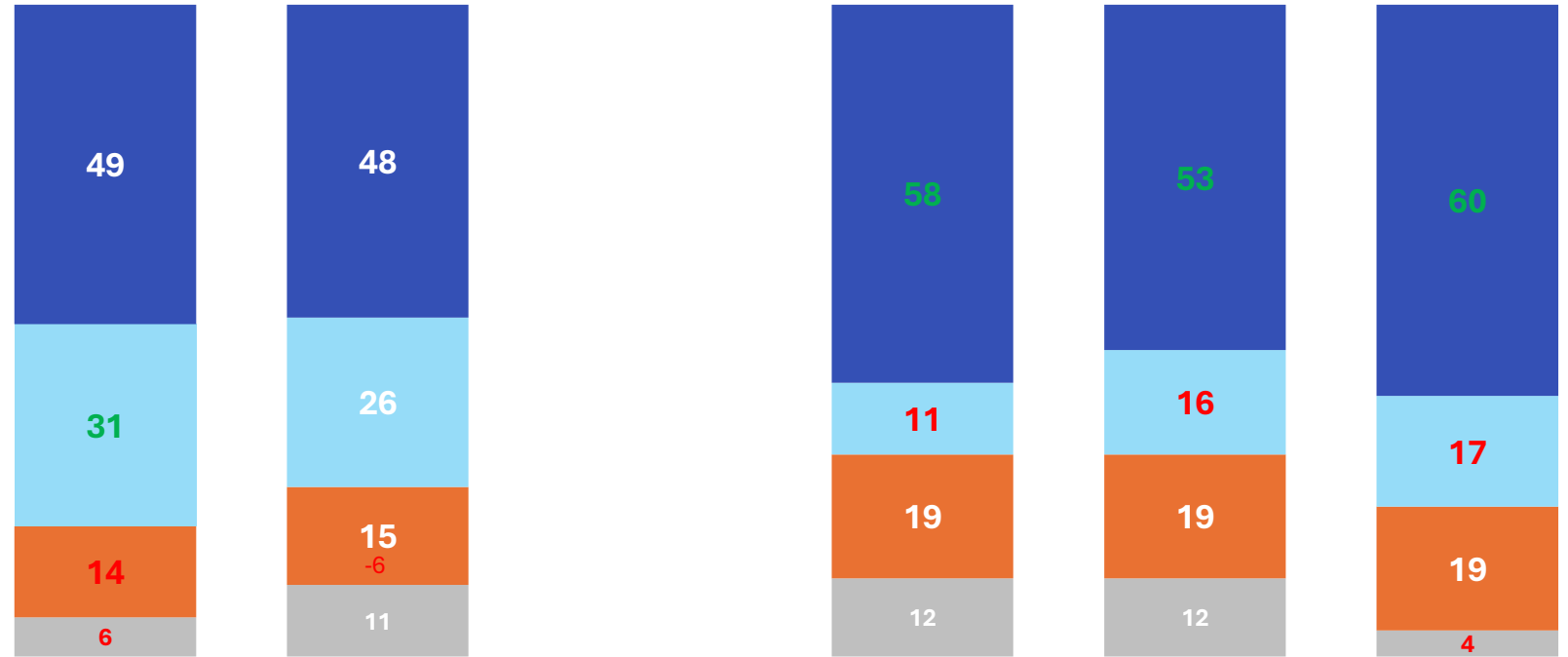


■ Incremento ST ("mucho" o "ligeramente") ■ Sin cambios ■ Disminución ST ("mucho" o "ligeramente") ■ No lo sé

04

4/4

Cambio esperado en el presupuesto de las vacaciones en comparación con el año pasado (%)



■ Incremento ST ("mucho" o "ligeramente")

■ Sin cambios

■ Disminución ST ("mucho" o "ligeramente")

■ No lo sé

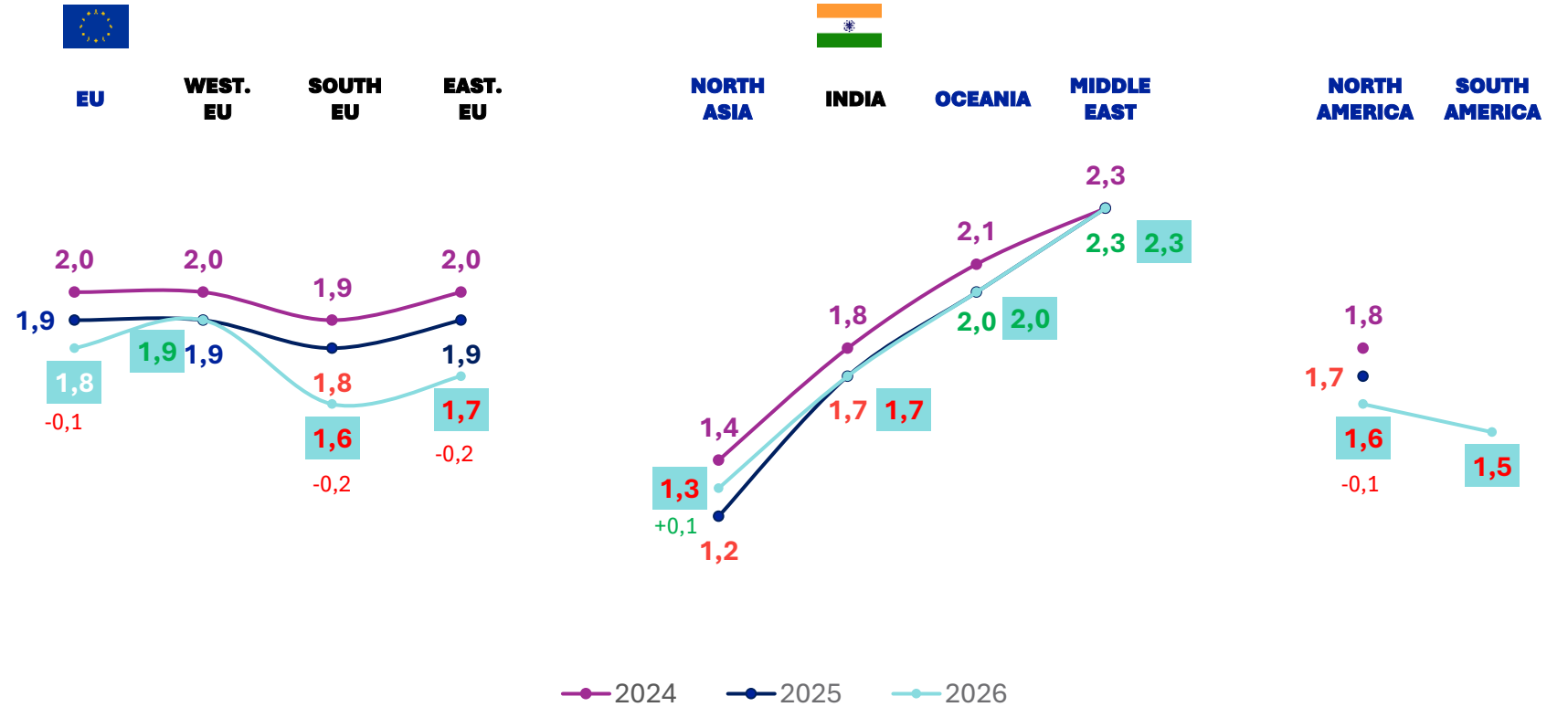


04

La duración media de los viajes de verano (junio-septiembre) se mantiene consistente con años anteriores: 1,8 semanas en Europa (estable en general, aunque ligeramente disminuyendo en el sur y este), 2 semanas en Oceanía y 2,3 semanas en la región MENA.

En cambio, los nortasiáticos, indios y norteamericanos suelen hacer viajes más cortos.

1/4 Duración prevista del viaje Número de semanas (Media)



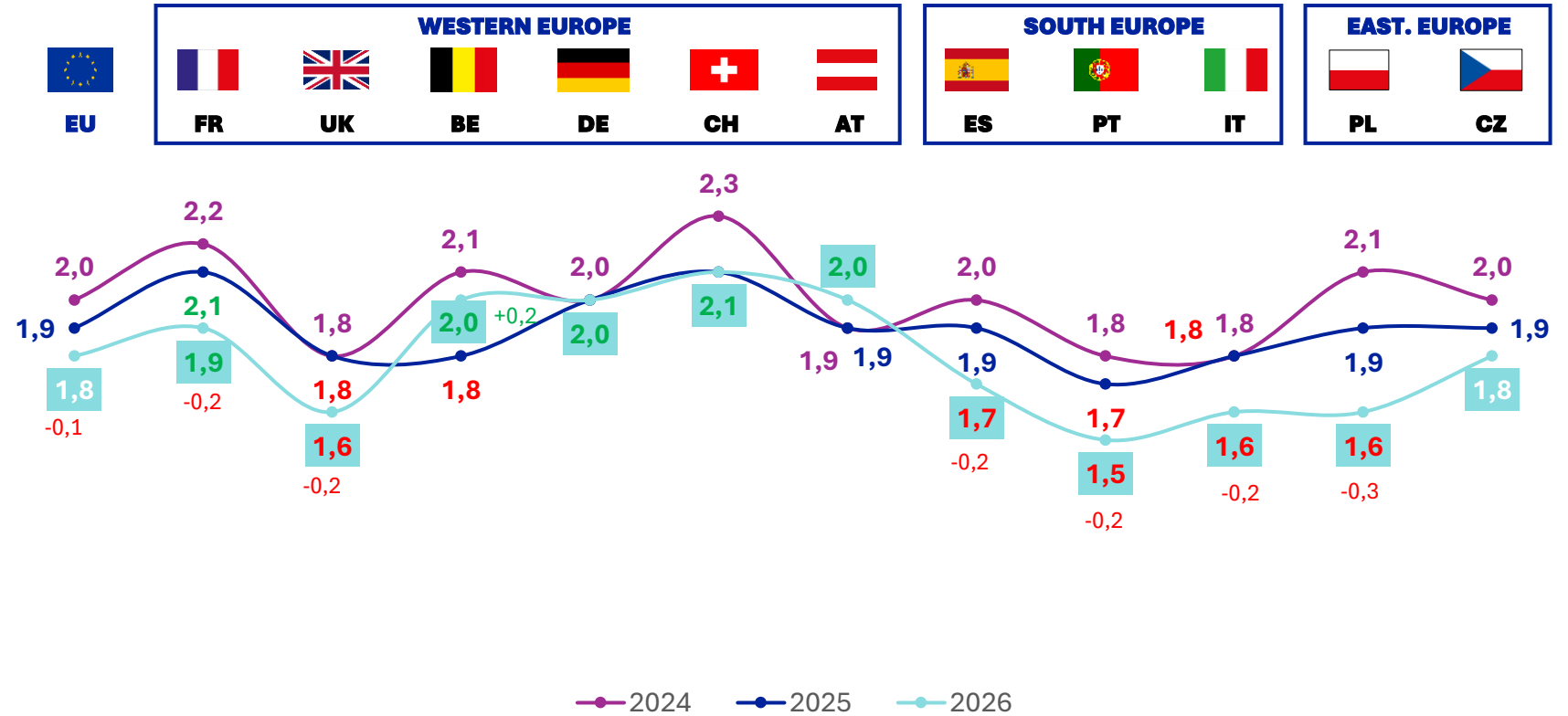
P18. En total, ¿cuánto tiempo estarás fuera de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

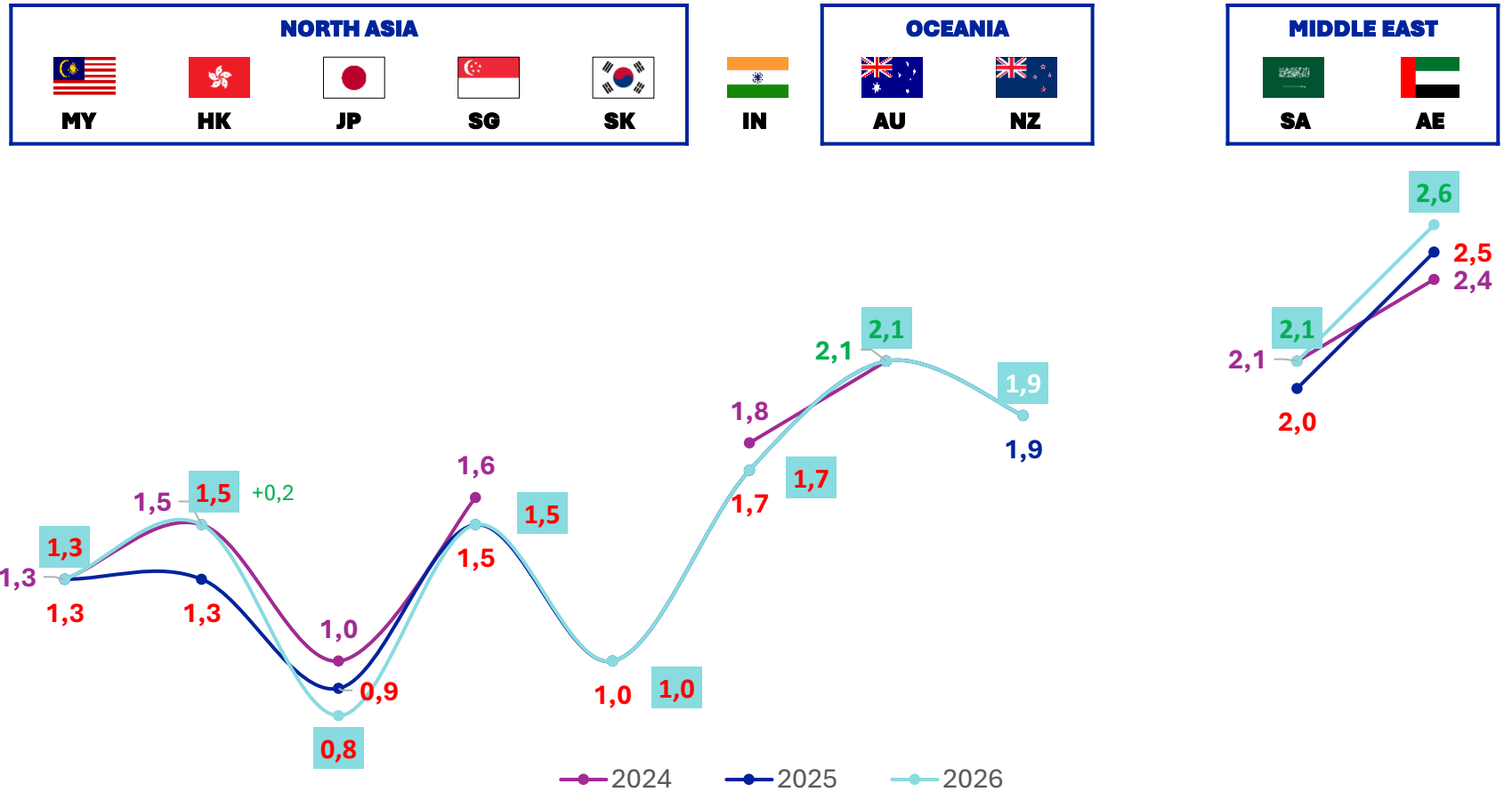
04

2/4 Duración prevista del viaje Número de semanas (Media)



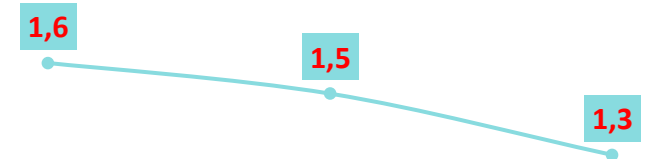
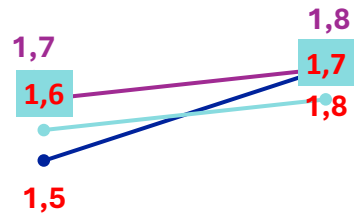
04

3/4 Duración prevista del viaje Número de semanas (Media)



04

4/4 Duración prevista del viaje Número de semanas (Media)





—●— 2024 —●— 2025 —●— 2026

04

La planificación temprana sigue siendo la norma, ya que la gran mayoría de los viajeros organizan sus viajes al menos con dos meses de antelación.

1/4 Planificación del viaje (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Más de 6 meses antes de mi viaje	15 =	18 =	13 =	12 =	12 =	10 -2	23 =	12 -4	15 -4	21
Entre 4 y 6 meses antes de mi viaje	21 -1	23 -2	19 -2	17 -2	20 -2	18 -3	26 =	20 -1	26 +2	20
Entre 2 y 4 meses antes de mi viaje	28 -2	28 +1	31 -2	26 -4	34 =	29 +2	25 -2	26 =	29 +1	25
Entre 2 meses y 15 días antes de mi viaje	21 +1	17 -1	23 +3	27 +4	23 +1	30 +2	16 +2	27 +6	19 +2	19
Menos de 15 días antes de mi viaje	6 +2	6 +3	6 +2	7 =	6 +1	9 =	4 +1	10 +2	4 =	7
Aún no lo he planeado	9 =	8 -1	8 -1	11 +2	5 =	4 +1	6 -1	5 -3	7 -1	8

04











En toda Europa, alrededor de uno de cada cinco viajeros procedentes del Reino Unido, Bélgica, Alemania y Portugal planifican sus viajes con más de seis meses de antelación.

2/4 Planificación del viaje (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Más de 6 meses antes de mi viaje	15 =	17 +4	24 =	21 =	22 +5	13 -2	15 -2	10 =	18 -3	9 =	11 -1	13 +1
Entre 4 y 6 meses antes de mi viaje	21 -1	23 -2	27 -1	23 +2	23 +1	23 -3	19 -5	16 -4	22 =	20 +1	16 -4	18 =
Entre 2 y 4 meses antes de mi viaje	28 -2	26 -2	27 +2	25 -1	25 -8	31 +4	30 +3	31 -2	28 -1	34 -3	27 -3	24 -6
Entre 2 meses y 15 días antes de mi viaje	21 +1	17 =	14 =	17 -1	16 -2	19 -3	20 =	28 +4	20 +3	23 +2	27 +4	26 +2
Menos de 15 días antes de mi viaje	6 +2	6 +2	2 =	5 =	6 +4	7 +3	7 +2	7 +3	3 -1	6 +2	7 +1	8 +1
IAún no lo he planeado	9 =	11 -2	6 -1	9 =	8 =	7 +1	9 +2	8 -1	9 +2	8 -2	12 +3	11 +2

04

3/4 Planificación del viaje (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Más de 6 meses antes de mi viaje	17 -2	8 +2	15 +4	18 -1	4 +2	10 -2	24 +4	22 -4	12 -3	13 -5
Entre 4 y 6 meses antes de mi viaje	21 -2	14 -8	26 +5	29 +1	14 -1	18 -3	22 -1	30 =	19 -3	20 +1
Entre 2 y 4 meses antes de mi viaje	30 +1	39 +4	32 -7	32 -1	32 -5	29 +2	23 -7	27 +4	26 +4	27 -2
Entre 2 meses y 15 días antes de mi viaje	17 =	29 +1	19 -1	14 +1	35 +4	30 +2	20 +4	12 -1	27 +4	27 +8
Menos de 15 días antes de mi viaje	8 +3	8 +2	3 +1	2 -1	9 +1	9 =	4 =	4 +2	10 +2	10 +1
Aún no lo he planeado	7 =	2 -1	5 -2	5 +1	6 -1	4 +1	7 =	5 -1	6 -4	3 -3

04

4/4 Planificación del viaje (%)

NORTH AMERICA	
 US	 CA

SOUTH AMERICA		
 AR	 BR	 MX



	US	CA	AR	BR	MX
Más de 6 meses antes de mi viaje	14 ⁻⁶	15 ⁻³	17	27	18
Entre 4 y 6 meses antes de mi viaje	25 ⁺³	26 =	21	19	20
Entre 2 y 4 meses antes de mi viaje	29 ⁺²	30 =	25	22	27
Entre 2 meses y 15 días antes de mi viaje	21 ⁺²	16 ⁺¹	23	16	21
Menos de 15 días antes de mi viaje	5 ⁺¹	5 ⁺²	7	4	9
Aún no lo he planeado	6 ⁻²	8 =	7	12	5

04

Los canales online siguen siendo las formas más populares de reservar un viaje por todo el mundo.

Esto es especialmente cierto en el norte de Asia, India y Oceanía, donde los viajeros también prefieren firmemente las aplicaciones móviles de hoteles y aerolíneas

1/4 Medios utilizados para planificar el viaje (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Agencia de viajes online (por ejemplo, Expedia, Booking.com)	35 -1	35 -2	36 -1	34 =	46 +1	54 +4	38 -4	37 +5	34 =	24
Directamente a través de la web de la aerolínea o del hotel	28 =	30 -2	30 +3	17 -3	32 =	31 =	47 -1	29 +3	41 +4	25
Agencia de viajes (en persona o por teléfono)	17 -2	16 -1	19 -3	19 -3	18 -3	25 -1	15 -4	20 +1	12 -2	21
Aplicación móvil (Por ejemplo, la app de aerolíneas o hoteles)	15 -1	16 -1	17 =	12 -2	34 -2	46 -1	22 -3	32 -3	23 -1	20
Sitios web de comparadores de viajes - Skyscanner, Kayak, GoogleFlights	11 -1	11 -2	14 =	6 =	18 -2	26 +1	13 -1	23 +3	12 +1	10
Operador turístico	10 -2	9 -2	6 -2	19 -1	7 -2	10 -5	3 -2	12 -4	3 -1	8
Otros	10 +2	10 +2	8 +2	13 +2	2 =	2 =	6 +2	3 +2	9 +1	9
Nunca viajo	9 =	8 =	7 -1	13 +2	11 +1	4 -1	6 +1	5 -3	10 =	16











04

2/4 Medios utilizados para planificar el viaje (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Agencia de viajes online(e.g., Expedia, Booking.com)	35 -1	30 -2	37 -6	29 =	39 -2	37 +2	39 -2	37 -4	34 =	38 +4	34 -1	33 +1
Directamente a través de la web de la aerolínea o del hotel	28 =	30 -3	39 =	30 =	23 +2	34 -2	25 -5	31 +3	24 +2	37 +6	20 -2	14 -4
Agencia de viajes(en persona o por teléfono)	17 -2	12 -2	12 -6	21 +3	15 +1	14 -2	22 +1	19 -2	20 -3	18 -4	24 -2	14 -3
Aplicación móvil(por ejemplo, app de aerolíneas o hoteles)	15 -1	14 -1	19 -3	11 -1	15 +1	19 =	17 -1	17 +1	17 =	17 -1	12 -5	13 +1
Sitios web de agregadores de viajes - Skyscanner, Kayak, GoogleFlights	11 -1	12 -3	12 -3	11 +1	9 -1	13 -3	10 +1	15 -2	13 +1	13 -1	7 -1	5 +1
Operador turístico	10 -2	5 -1	11 -2	9 =	10 -2	9 -1	12 -3	5 -1	7 -5	6 -2	10 -1	28 -1
Otros	10 +2	16 +4	5 +1	10 =	11 +2	11 +4	8 +1	6 +1	10 +4	7 =	11 -1	16 +5
Nunca viajo	9 =	11 +2	7 +1	10 -1	11 -1	6 +1	6 =	8 +1	7 -2	6 =	15 +5	10 -2

04

3/4 Medios utilizados para planificar el viaje (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Agencia de viajes online (e.g., Expedia, Booking.com)	50 +3	59 +4	38 -5	50 +1	31 +1	54 +4	39 -2	37 -5	35 +6	39 +4
Directamente a través de la web de la aerolínea o del hotel	37 +3	34 +2	21 -1	48 =	21 -2	31 =	43 -2	51 =	22 +3	35 +3
Agencia de viajes (En persona o por teléfono)	23 -2	23 -3	15 -3	13 -5	15 -1	25 -1	17 -2	14 -5	16 -1	23 +1
Aplicación móvil (Por ejemplo, la app de aerolíneas o hoteles)	45 -1	39 =	16 -5	34 -1	38 -1	46 -1	21 =	23 -7	30 -4	34 -1
Sitios web de agregadores de viajes - Skyscanner, Kayak, GoogleFlights	16 -4	26 -1	5 -2	22 -2	20 -1	26 +1	14 +1	11 -5	21 +3	25 +3
Operador turístico	8 -4	11 =	2 -1	7 -4	9 -1	10 -5	4 -2	3 -1	14 -3	10 -6
Otros	1 -1	1 =	4 +1	2 =	3 =	2 =	5 +1	7 +3	5 +3	1 =
Nunca viajo	6 -1	4 -1	27 +7	3 -1	17 +2	4 -1	8 +2	5 =	9 -3	2 -2

04

4/4 Medios utilizados para planificar el viaje (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Agencia de viajes online (por ejemplo, Expedia, Booking.com)	36 +3	32 -3	24	24	23
Directamente a través de la web de la aerolínea o del hotel	42 +6	40 +2	29	23	23
Agencia de viajes (En persona o vía online)	13 +1	12 -4	23	19	21
Aplicación móvil (por ejemplo, aplicación de aerolínea o hotel)	28 +1	19 -3	19	19	22
Sitios web de agregadores de viajes - Skyscanner, Kayak, GoogleFlights	12 +2	12 =	11	8	11
Operador turístico	3 -1	4 =	10	7	7
Otros	7 -2	10 +2	8	11	7
Nunca viajo	9 -4	11 +3	13	19	16

04

La costa sigue siendo, con diferencia, el destino vacacional más popular para los viajeros europeos, una tendencia muy estable que confirma el atractivo duradero del paisaje costero.



Los viajes urbanos ocupan un distante segundo lugar para los europeos (27%), seguidos de cerca por las montañas y el campo, que ambos alcanzan un 20%.

Sin embargo, fuera de Europa, los viajes urbanos son significativamente más populares y siguen ganando atractivo: ocupan el primer lugar en el norte de Asia, Oceanía y la región MENA, y están casi al mismo nivel que las costas de Norteamérica e India.

India destaca como el único país donde las montañas son el destino preferido (50%).



1/8 Destino previsto para el viaje (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
A la costa	62 -1	64 =	59 -2	58 -4	40 -10	47 -4	42 -3	48 -1	44 -1	55 x
A una ciudad	27 -1	26 =	32 -1	22 -1	64 +4	45 +4	53 +4	53 +2	43 +1	39 x
A las montañas	20 -2	19 -2	18 -2	28 -2	24 -4	50 -8	18 -5	29 -4	24 -3	17 x
Al campo	20 -3	23 -3	13 -4	21 -2	31 -8	45 -1	29 -6	36 -3	28 -5	16 x
Otros	4 +1	4 +1	4 +2	4 =	1 +1	1 =	5 +2	1 =	6 +1	2 x

P28. Lugar de destino: Para vuestro [próximo viaje de verano / próximo viaje], ¿tenéis intención de ir principalmente... Base: Para quienes planeáis hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

2/8 Destino previsto para el viaje (%)











	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
A la costa	62 -1	67 +2	58 -3	64 +2	68 +3	67 +2	63 -4	55 -2	58 -1	64 -2	61 -3	55 -5
A una ciudad	27 -1	18 -4	34 -6	29 +5	25 +3	26 =	25 +1	40 -2	28 -2	29 =	21 -4	23 +1
A las montañas	20 -2	23 =	13 -4	20 -6	18 -2	19 -2	19 +2	19 -3	13 -1	21 -4	30 -4	25 -1
Al campo	20 -3	23 -2	32 -5	22 -2	19 -2	19 -1	21 -5	13 -4	18 -6	8 -3	13 -4	27 -2
Otros	4 +1	4 +2	4 =	5 +1	3 =	4 =	3 =	2 +1	5 +3	4 +2	3 -1	5 +1

La costa es la opción indiscutible para los europeos en todos los países, siendo alemanes, franceses y suizos quienes prefieren este destino.

A pesar de esta preferencia universal, surgen particularidades nacionales notables para otros destinos: los españoles muestran el mayor interés por los viajes urbanos (40% frente a la media europea del 27%), los polacos son los más propensos a dirigirse a la montaña (30% frente a 20%) y los británicos prefieren más el campo (32% frente a 20%).

04

3/8 Destino previsto para el viaje (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
A la costa	50 -6	32 -12	31 -10	27 -10	58 -7	47 -4	42 -6	41 -1	51 =	45 -3
A una ciudad	57 +2	75 =	54 -1	70 +2	58 +14	45 +4	52 +4	53 +2	57 +5	49 -1
A las montañas	30 -4	20 -4	24 -5	27 -2	19 -6	50 -8	18 -8	18 -2	23 -4	36 -1
Al campo	42 -10	25 -7	29 -9	39 -8	17 -8	45 -1	33 -5	25 -7	30 -7	42 +2
Otros	0 =	1 +1	5 +4	1 =	0 =	1 =	5 +2	4 +1	1 =	1 +1

04

4/8 Destino previsto para el viaje (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
A la costa	48 +2	39 -5	42	59	63
A una ciudad	43 =	43 +1	40	44	33
A las montañas	26 -4	22 -3	30	11	10
Al campo	23 -7	33 -3	13	21	14
Otros	4 -1	7 +2	2	2	1

04



En distintas geografías, las vacaciones son, sobre todo, un momento para reuniones familiares.

Sin embargo, se señalan algunas particularidades locales:

-una atracción para viajar "en solitario" en Oceanía

-aproximadamente 1 de cada 5 viajeros en el norte de Asia y Oriente Medio (y casi un tercio en India) viaja con sus padres

1/4 Persona con la que harás el viaje (%)

	 EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	 INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Familia ST	80 ⁻¹	79 =	83 =	80 ⁻⁴	78 ⁺³	81 ⁺¹	73 ⁺¹	80 ⁺³	79 ⁺¹	77
Tu pareja	67 ⁺²	65 ⁺¹	71 ⁺⁵	65 ⁻²	57 ⁺²	58 ⁺⁷	60 ⁺²	58 ⁺⁹	64 ⁺⁶	55
Tus hijos	34 ⁺¹	31 ⁺¹	36 ⁺¹	40 ⁻¹	36 ⁺³	44 ⁺⁴	30 ⁺³	46 ⁺⁷	34 ⁺³	42
Tus amigos	17 =	16 ⁺¹	16 ⁻¹	21 ⁻¹	20 ⁻¹	33 =	11 ⁻²	19 ⁺¹	17 ⁻³	10
Solo	10 ⁻¹	13 =	6 ⁻³	10 =	12 ⁻³	11 ⁻⁵	18 ⁻²	11 ⁻⁵	13 ⁻¹	10
Tus padres	9 =	10 ⁺¹	8 ⁻¹	9 =	17 =	29 ⁺²	8 ⁻¹	19 ⁺¹	11 ⁻²	11
Tus hermanos	6 =	6 =	6 ⁻¹	6 ⁺¹	13 ⁺¹	19 =	7 =	14 =	10 ⁻¹	8
Tus nietos	2 ⁻²	2 ⁻²	2 ⁻²	4 ⁻³	1 ⁻¹	1 ⁻³	1 ⁻¹	1 ⁻³	3 ⁻²	1
Tus abuelos	1 =	1 =	0 =	1 =	0 ⁻¹	2 ⁻²	0 ⁻¹	1 ⁻⁴	1 =	1
Aún no lo sé	3 =	3 =	4 =	4 =	4 =	2 =	4 =	2 ⁻²	4 =	8

P20. ¿Con quién planeas ir de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes planean hacer un viaje













XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

La proporción de viajeros solos en Alemania, Suiza y Austria es superior a la media europea.

2/4 Persona con la que harás el viaje (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
ST Family	80 -1	83 +2	83 +2	79 =	74 -4	76 +1	78 +1	84 -1	83 -1	83 +3	81 -3	79 -4
Your partner	67 +2	68 +4	68 +1	63 =	61 -5	63 +4	63 -2	71 +2	70 +5	73 +8	65 -3	65 -1
Your children	34 +1	36 =	33 -2	35 +4	26 +4	28 +2	27 =	38 +2	38 =	34 +4	38 -2	41 -2
Your friends	17 =	12 -2	13 -2	18 +4	19 +4	18 +4	17 -4	13 -4	14 =	20 =	17 -3	24 =
On your own	10 -1	11 +1	10 -4	11 =	16 +3	15 -4	13 +1	5 -2	8 -2	6 -3	9 +2	10 -2
Your parents	9 =	9 =	12 +2	11 +1	8 +1	10 +1	10 +1	8 -2	9 =	6 -2	9 +2	9 -3
Your siblings	6 =	7 -1	8 -1	5 -2	5 +1	7 =	6 +1	7 =	5 -1	6 -2	8 +3	5 =
Your grand children	2 -2	3 -1	2 -2	3 -1	1 -3	2 -1	1 -2	2 -2	4 -1	1 -2	3 -3	6 -1
Your grand parents	1 =	1 +1	0 -1	1 =	1 -1	1 =	1 =	0 -1	0 =	0 -1	0 -1	1 =
I don't know yet	3 =	4 =	3 =	3 =	3 =	2 -2	3 -1	5 +1	3 =	2 -1	5 +1	4 +1

P20. ¿Con quién planeas ir de viaje [este verano / entre junio y septiembre]? Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

Australia y Nueva Zelanda muestran la mayor proporción de viajeros en solitario.



3/4 Persona con la que harás el viaje (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Familia ST	81 +1	81 +5	69 -3	77 +2	74 +4	81 +1	71 +2	75 =	80 +4	81 +3
Tu pareja	54 +2	64 +2	53 -2	55 =	56 +6	58 +7	57 +2	62 +1	59 +12	58 +7
Tus hijos	42 +2	43 +9	27 -1	30 -2	32 +1	44 +4	31 +3	30 +3	45 +7	48 +8
Tus amigos	18 -4	24 +3	21 +1	18 -4	19 =	33 =	11 -2	11 -3	20 +4	18 -1
Solo	17 =	8 -3	13 -3	12 =	12 -4	11 -5	18 -4	18 +1	9 -5	13 -4
Tus padres	23 -3	16 +4	14 =	18 +2	14 =	29 +2	7 =	8 -2	18 =	19 =
Tus hermanos	20 =	9 =	6 +1	15 +4	10 -2	19 =	6 -1	7 -1	15 =	13 =
Tus nietos	1 -1	1 -1	4 +1	1 -1	1 -1	1 -3	0 -2	1 -1	1 -4	0 -3
Tus abuelos	1 =	0 -1	0 -1	0 -1	0 -1	2 -2	0 -1	1 =	1 -3	1 -4
Aún no lo sé	3 =	5 +1	7 +2	3 -1	4 -3	2 =	5 +1	4 =	2 -3	1 -2

04

4/4 Persona con la que harás el viaje (%)





	US	CA	AR	BR	MX
Familia ST	82 +6	76 -4	71	74	86
Tu pareja	66 +11	62 =	53	52	59
Tus hijos	40 +7	27 -2	35	37	54
Tus amigos	15 -7	20 +1	12	12	6
Solo	12 -3	14 =	13	12	7
Tus padres	11 -3	12 =	7	10	16
Tus hermanos	11 -1	9 =	6	8	10
Tus nietos	4 -2	1 -4	0	1	2
Tus abuelos	1 =	0 -1	1	1	1
Aún no lo sé	4 -1	4 +1	10	9	6

04

A nivel mundial, el avión vuelve a ser el principal medio de transporte para llegar a un destino, aunque en Europa compite codo con codo con el coche personal.

Cabe destacar que este año se observa una ligera disminución en todos los modos de transporte de Europa, lo que sugiere que los europeos los combinan con menos frecuencia.

1/4 Modos de transporte utilizados para llegar a su destino (%)

												
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU		NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST		NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Plane	47 -3	49 -1	48 -2	42 -6		71 +1	63 +1	64 -1	57 -3		53 +1	54 x
Personal car	46 -2	45 -1	47 -2	50 -4		22 -4	23 =	29 -3	25 +1		47 =	20 x
Train	19 -3	19 -3	17 -5	22 -2		34 -1	48 -7	22 -4	21 +3		13 -2	7 x
Bus	10 -2	9 -2	10 =	15 -2		23 =	31 -1	17 -3	17 +1		9 -2	36 x
Rental car through an agency	5 -1	6 =	6 -1	3 =		17 =	25 =	19 =	18 +1		18 +1	12 x
Boat	5 -1	6 -1	5 -1	3 =		7 -1	12 -2	7 -1	8 -1		7 -1	4 x
Rental car between private individuals	3 -1	3 -1	3 -1	1 -1		10 =	21 =	8 -4	15 +1		6 -1	8 x
Camper van	3 =	3 -1	2 -1	3 =		3 -1	8 -2	5 =	7 =		4 -1	1 x
Carpooling	2 -1	2 -1	2 -1	1 -1		4 -1	7 -2	3 =	7 -2		4 -2	4 x
Bike	2 -1	3 =	1 -2	3 =		3 -1	18 +5	3 -3	8 -1		4 -2	2 x
Motorbike	1 -1	2 =	2 =	1 =		3 -1	17 +3	3 =	7 =		2 -1	3 x
Other	2 +1	2 +1	2 +1	1 =		0 -1	0 =	3 +1	1 +1		2 =	1 x













P23. ¿Qué tipo de transporte usarás este verano para ir a tu destino vacacional? Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

2/4 Modos de transporte previstos para llegar a destino (%)











	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Avión	47 ⁻³	33 ⁻¹	61 ⁻⁵	50 ⁻¹	43 ⁻³	56 ⁺¹	50 =	46 ⁻³	52 ⁻³	45 ⁻¹	39 ⁻⁸	44 ⁻⁵
Coche personal	46 ⁻²	58 ⁻²	35 ⁺²	42 ⁻²	51 ⁺³	39 =	46 ⁻⁸	50 ⁺¹	45 ⁻¹	46 ⁻⁵	48 ⁻³	53 ⁻³
Tren	19 ⁻³	19 ⁻⁵	22 ⁻⁷	14 ⁻¹	16 ⁻³	22 ⁻¹	20 ⁻¹	20 ⁻⁴	11 ⁻⁵	20 ⁻⁵	25 =	20 ⁻²
Bus	10 ⁻²	5 ⁻²	12 ⁻³	10 ⁺¹	8 ⁻¹	9 ⁻³	11 ⁻¹	10 ⁻¹	11 ⁻¹	8 =	11 ⁻⁴	18 ⁻¹
Alquiler de coche a través de una agencia	5 ⁻¹	5 =	8 ⁻³	6 ⁺¹	4 ⁻²	7 =	4 ⁻²	6 ⁻²	7 ⁻¹	5 ⁻²	3 =	2 =
Barco	5 ⁻¹	4 ⁻²	8 ⁻³	4 ⁺¹	6 ⁺¹	7 =	5 ⁻²	3 ⁻²	2 ⁻¹	10 ⁺¹	2 ⁻¹	4 ⁺¹
Alquiler de coches entre particulares	3 ⁻¹	2 ⁻¹	4 =	2 =	1 ⁻³	3 ⁻²	4 =	2 ⁻²	4 ⁻¹	3 ⁻²	2 ⁻¹	1 =
Furgoneta camperizada	3 =	3 ⁺¹	3 ⁻¹	2 ⁻¹	4 =	2 ⁻⁴	5 ⁺¹	1 ⁻²	3 ⁺¹	2 ⁻¹	3 =	4 ⁺¹
Compartir coche	2 ⁻¹	3 =	1 ⁻¹	2 =	2 =	2 ⁻²	3 =	2 ⁻¹	2 =	3 =	1 =	2 ⁻¹
Bicicleta	2 ⁻¹	2 =	2 ⁻¹	3 =	4 =	4 =	4 ⁺¹	1 ⁻²	1 ⁻¹	1 ⁻¹	4 =	2 ⁻¹
Moto	1 ⁻¹	1 =	1 ⁻¹	1 ⁻¹	1 =	2 =	3 =	2 =	1 ⁻¹	1 ⁻¹	1 =	2 ⁺¹
Otros	2 ⁺¹	1 =	3 ⁺¹	2 ⁺¹	2 ⁺¹	1 =	1 =	1 =	3 ⁺²	2 ⁺¹	1 =	1 =

P23. ¿Qué tipo de transporte usarás este verano para ir a tu destino vacacional?

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

3/4 Modos de transporte previstos para llegar a destino (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Avión	64 =	85 =	53 -7	78 -4	66 +13	63 +1	70 +4	59 -6	51 -2	63 -3
Coche personal	33 -2	9 -2	36 -5	11 =	28 -10	23 =	26 -4	32 -3	29 +5	22 -2
Tren	34 -3	32 =	51 +3	37 =	22 -4	48 -7	22 -5	22 -2	18 +5	23 =
Bus	24 -3	20 =	22 +4	30 +2	21 -1	31 -1	16 -2	18 -4	14 +1	19 =
Alquiler de coche a través de una agencia	27 -1	14 +6	10 -1	16 +1	15 -4	25 =	16 -2	21 =	20 +4	16 -1
Barco	7 -1	10 +1	8 -1	7 -3	4 -1	12 -2	7 =	6 -3	8 =	8 -3
Alquiler de coches entre particulares	16 +1	8 +2	6 =	9 -3	9 +1	21 =	8 -2	9 -5	16 +2	14 =
Furgoneta camperizada	4 -2	3 -1	2 -1	3 -1	3 =	8 -2	4 -1	5 -1	7 +1	8 =
Compartir coche	6 -2	6 =	4 =	3 =	2 +1	7 -2	2 -1	3 +1	9 -1	5 -3
Bicicleta	4 -1	4 +1	4 -2	3 -1	2 -1	18 +5	2 -4	3 -3	7 -1	9 -1
Moto	6 -2	3 +1	3 -1	2 -1	1 =	17 +3	4 +1	2 -1	7 =	8 =
Otros	0 -1	0 -1	1 =	1 -1	0 -1	0 =	3 =	3 +2	1 +1	0 =

P23. ¿Qué tipo de transporte usarás este verano para ir a tu destino vacacional?

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

4/4 Modos de transporte previstos para llegar a destino (%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Avión	54	51	60	46	55
Coche personal	46	48	25	21	15
Tren	13	14	11	6	5
Bus	8	10	35	32	40
Alquiler de coche a través de una agencia	21	15	9	17	10
Barco	8	6	6	3	4
Alquiler de coches entre particulares	8	4	5	12	6
furgoneta Camper	4	4	1	1	1
Compartir coche	3	4	3	5	5
Bicicleta	4	3	2	4	1
Moto	3	1	3	3	2
Otros	1	2	1	2	1

P23. ¿Qué tipo de transporte usarás este verano para ir a tu destino vacacional?

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

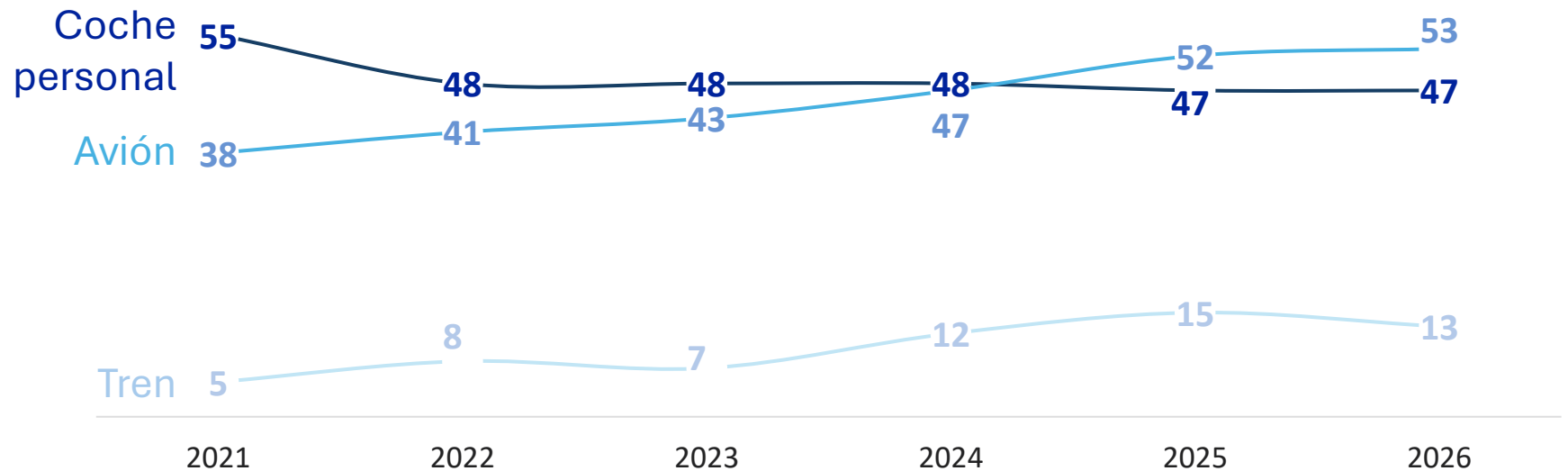
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

En los últimos cinco años en Norteamérica, el avión ha superado al coche como medio de transporte preferido, ganando 15 puntos, mientras que el uso de coches personales ha bajado 8 puntos, un nivel que se ha mantenido estable desde 2022.

Cabe destacar que, a pesar del aumento de los precios de la gasolina, el consumo de coches particulares no ha disminuido, manteniéndose estable en comparación con el año pasado.

5/4 Modos de transporte previstos para llegar a destino – Norteamérica (%)

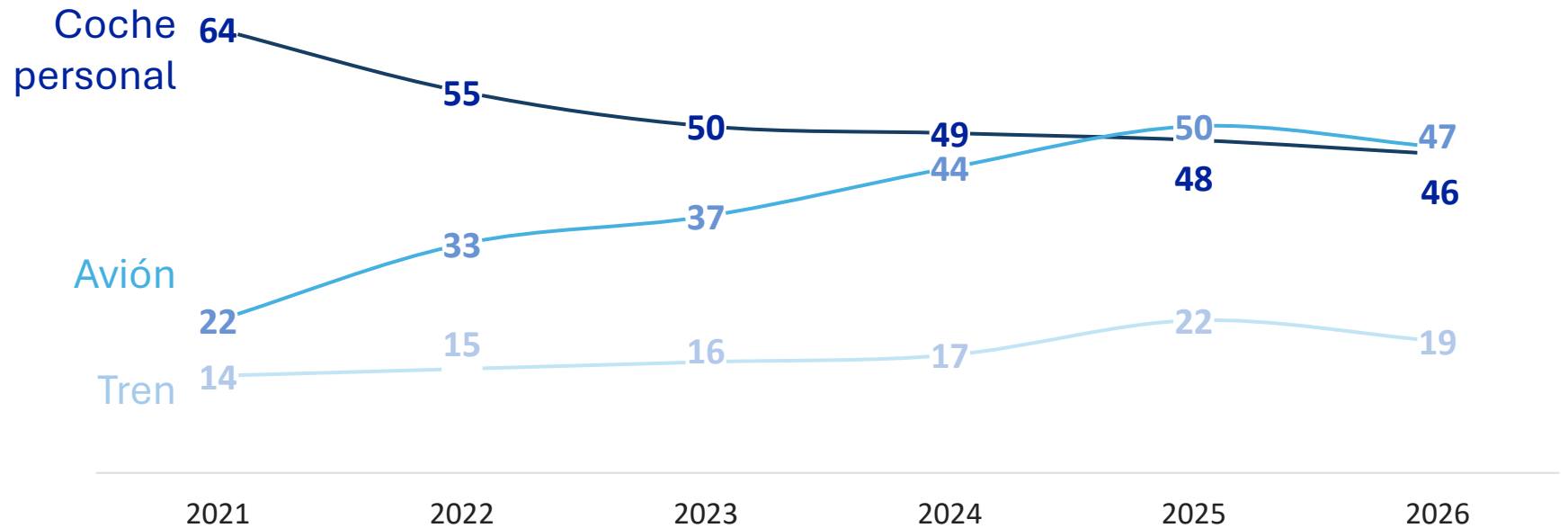




04

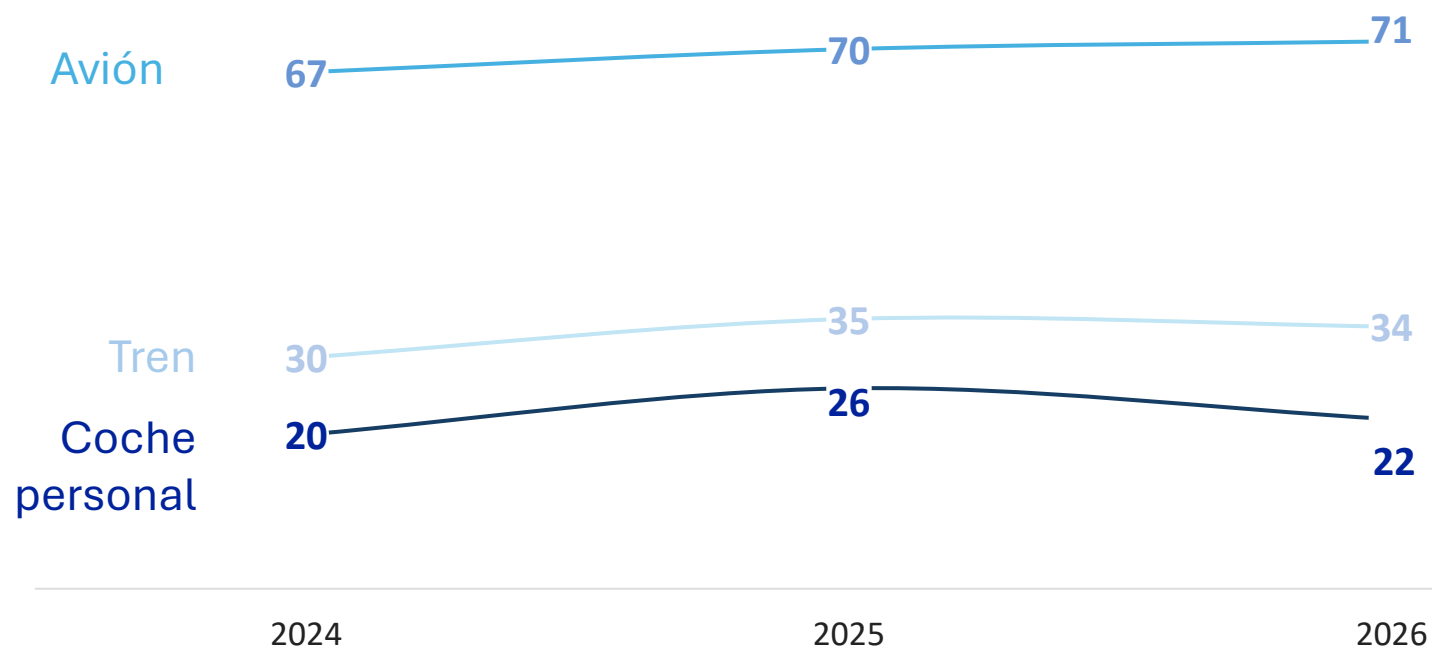
Aunque todos los modos de transporte en Europa muestran una ligera disminución, se observa una marcada divergencia: el uso del avión sigue en un nivel históricamente alto, mientras que el coche personal ha caído a su punto más bajo.

5/4 Modos de transporte previstos para llegar a destino – Europa (%)



04



5/4 Modos de transporte previstos para llegar a su destino – Norte de Asia (%)



04












Una jerarquía clara define la elección de transporte a nivel global: la comodidad es el factor indiscutiblemente dominante, mientras que el impacto ambiental ocupa el último lugar — una consecuencia lógica de la popularidad del avión— e incluso es una preocupación menguante en Europa y el norte de Asia

1/4 Razones de la elección del modo principal de transporte (%)

											
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	
Es la forma más cómoda de llegar a mi destino	55 ⁻²	56 ⁻²	54 ⁺²	56 ⁻⁴	57 ⁻⁴	53 ⁻⁵	59 ⁺¹	44 ⁺¹	59 =	47 ^x	
Estoy acostumbrado a usar este medio de transporte	38 =	38 =	34 ⁻²	44 ⁺³	39 ⁻²	41 ⁻⁴	34 ⁺²	35 =	38 ⁺²	37 ^x	
Es más asequible para mí	26 ⁻²	27 ⁻³	28 ⁻²	23 ⁺¹	27 ⁻⁵	41 ⁻⁹	29 ⁻⁵	30 ⁻²	35 ⁻⁴	32 ^x	
Es la única forma posible de llegar a mi destino	21 ⁻¹	24 ⁻¹	19 ⁻¹	17 ⁻³	34 =	39 ⁺¹	34 ⁻¹	31 ⁻⁴	23 ⁻³	20 ^x	
Es más respetuoso con el medio ambiente	8 ⁻²	9 ⁻²	7 ⁻¹	7 ⁻¹	14 ⁻⁴	36 ⁻²	10 =	21 ⁻¹	11 ⁻²	8 ^x	
Otros	2 ⁺¹	2 =	1 =	2 ⁺¹	0 ⁻¹	0 ⁻¹	3 ⁺¹	1 ⁺¹	2 =	2 ^x	
Ninguna de estas	2 ⁺¹	2 =	2 ⁺¹	2 ⁺¹	1 =	1 =	1 ⁻¹	1 =	2 ⁺¹	2 ^x	

04

2/4 Razones de la elección del modo principal de transporte (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Es la forma más cómoda de llegar a mi destino	55 ⁻²	52 ⁻²	60 ⁻⁵	55 ⁺²	62 =	58 ⁺⁶	51 ⁻¹⁰	57 ⁺³	56 ⁺⁴	49 ⁻²	58 ⁻¹	54 ⁻⁷
Estoy acostumbrado a usar este medio de transporte	38 =	47 ⁺⁴	33 ⁻¹	35 ⁺¹	40 ⁺¹	38 ⁻¹	38 =	34 ⁻⁶	33 ⁺²	34 ⁻⁴	38 ⁺²	49 ⁺³
Es más asequible para mí	26 ⁻²	33 ⁻¹	23 ⁻⁹	26 =	28 =	25 ⁻³	25 ⁻⁴	27 ⁺²	27 ⁻⁶	31 =	27 =	19 ⁺¹
Es la única forma posible de llegar a mi destino	21 ⁻¹	22 =	32 ⁺¹	19 ⁻²	20 ⁻²	22 ⁻³	25 ⁻¹	16 ⁻⁴	21 =	19 =	16 ⁻³	18 ⁻²
Es más respetuoso con el medio ambiente	8 ⁻²	9 ⁻³	7 ⁻⁴	10 ⁻¹	10 ⁻³	11 =	9 ⁻²	5 ⁻⁵	6 ⁻¹	8 ⁺¹	9 =	6 ⁻¹
Otros	2 ⁺¹	2 ⁺¹	2 ⁺¹	3 =	3 ⁺¹	3 ⁺¹	2 =	2 ⁺¹	2 ⁺¹	1 =	1 =	3 ⁺¹
Ninguna de estas	2 ⁺¹	1 =	2 =	3 ⁺¹	1 =	2 =	1 ⁻¹	2 =	2 ⁺¹	2 ⁺¹	2 ⁺¹	2 =

04

3/4 Razones de la elección del modo principal de transporte (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Es la forma más cómoda de llegar a mi destino	56 -7	58 =	59 -1	56 -3	58 -4	53 -5	58 =	60 +2	43 +1	44 =
Estoy acostumbrado a usar este medio de transporte	41 -1	35 -4	49 =	34 =	43 -2	41 -4	34 -1	35 +6	36 =	33 -1
Es más asequible para mi	38 -10	24 -2	28 -5	30 -4	11 -5	41 -9	27 -10	30 -2	31 -1	29 -2
Es la única forma posible de llegar a mi destino	38 -1	33 -2	22 -3	46 +2	25 +3	39 +1	32 -1	37 =	26 -7	37 =
Es más respetuoso con el medio ambiente	24 -7	14 -2	5 -4	12 -6	8 -3	36 -2	12 +1	8 =	20 +3	22 -3
Otros	0 =	1 +1	0 =	0 -1	0 -1	0 -1	3 +2	2 =	1 +1	1 +1
Ninguna de estas	1 +1	1 =	2 -1	1 =	2 =	1 =	1 -1	1 =	1 -1	1 =

04

4/4 Razones de la elección del modo principal de transporte (%)





	US	CA	AR	BR	MX
Es la forma más cómoda de llegar a mi destino	63 +7	56 -5	52	41	48
Estoy acostumbrado a usar este medio de transporte	40 +1	36 +3	36	39	36
Es más asequible para mí	36 -7	33 -2	29	39	28
Es la única forma posible de llegar a mi destino	19 -4	27 -1	21	16	23
Es más respetuoso con el medio ambiente	14 -1	8 -3	7	9	9
Otros	2 =	2 +1	3	1	1
Ninguna de estas	1 =	2 +1	2	2	1

04

Los hoteles y resorts siguen siendo la principal opción de alojamiento para los viajeros europeos (53%), con los alquileres vacacionales en segundo lugar, manteniéndose estables en el 30%.

En contraste con los europeos (17%), los viajeros en otras regiones tienen una probabilidad significativamente mayor de alojarse con amigos o familiares, siendo esta especialmente predominante en India (30%), Norteamérica (26%) y la región MENA (26%).

1/4 Tipo de alojamiento planificado (%)

											
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	
Hoteles	42 ⁻⁴	43 ⁻⁵	42 ⁻²	38 ⁻⁴	69 ⁻¹	58 ⁻⁴	49 ⁻²	46 ⁺¹	49 ⁻¹	37	
Alquiler de una casa o apartamento	30 =	30 ⁻²	28 ⁻¹	31 ⁺²	25 =	32 ⁺¹	24 ⁻⁴	25 ⁺¹	26 ⁺²	29	
Casas de amigos/familiares o en tu casa de vacaciones	17 ⁻¹	16 ⁻²	17 ⁻²	16 ⁻²	15 =	30 ⁻³	31 ⁺¹	26 =	26 ⁻³	26	
Resorts todo incluido	17 ⁻²	16 ⁻³	16 ⁻²	19 ⁻³	16 ⁻⁴	30 ⁻¹	14 ⁻²	25 =	14 ⁻³	21	
Un bed & breakfast	16 ⁻²	11 ⁻²	21 ⁻³	23 =	23 ⁻²	29 ⁻¹	15 ⁻²	22 =	13 ⁻¹	15	
Acampar en un camping	9 ⁻¹	10 ⁻¹	5 ⁻³	9 ⁻¹	8 ⁻³	22 ⁻²	9 ⁻²	14 ⁻¹	16 ⁻³	7	
Barco (por ejemplo, crucero)	4 ⁻²	5 ⁻¹	4 ⁻¹	3 ⁻²	7 ⁻³	20 ⁻³	7 ⁻²	14 ⁻³	10 ⁻¹	5	
Viaje por carretera en una furgoneta camper/caravana	4 ⁻¹	5 =	4 ⁺¹	4 =	7 ⁻²	21 ⁻⁶	8 ⁻¹	16 ⁻¹	7 ⁻²	5	
Haz un intercambio de casa	2 ⁻¹	3 ⁻¹	3 =	2 =	4 ⁻¹	12 ⁻²	3 ⁻¹	10 =	2 ⁻²	3	
Otros	2 ⁻⁴	3 ⁻⁵	2 ⁻¹	2 ⁻⁵	1 ⁻²	1 ⁻¹	2 ⁻²	0 =	3 ⁻¹	2	
Hotel o resort ST	53	53	54	52	76	72	57	59	57	52	













P25. Respecto a tu alojamiento durante tu próximo [viaje de verano / viaje] en 2026, ¿tienes más intención de...
Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

2/4 Tipo de alojamiento planificado (%)

	 EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		 FR	 UK	 BE	 DE	 CH	 AT	 ES	 PT	 IT	 PL	 CZ
Hoteles	42 -4	33 -1	47 -5	38 -9	42 -3	47 -5	47 -10	48 +1	38 =	41 -4	42 -4	35 -3
Alquiler de una casa o apartamento	30 =	38 -4	26 -5	33 +2	32 -3	28 +3	24 -4	28 -1	25 -5	31 +4	30 +2	31 +2
Casas de amigos/familiares o en tu casa de vacaciones	17 -1	22 -5	13 -2	14 +1	13 -1	20 -1	14 =	19 +1	22 -1	12 -4	16 -4	16 +1
Resorts todo incluido	17 -2	9 -1	18 -4	18 +4	16 -5	16 -2	17 -11	19 -2	18 =	13 -3	16 -1	22 -5
Un bed & breakfast	16 -2	5 -1	13 -3	13 +1	9 -3	13 -1	13 -4	12 -2	22 -4	28 -4	18 =	28 =
Acampar en un camping	9 -1	14 -1	9 -1	10 =	10 +2	8 -2	10 -2	5 -4	6 -1	4 -3	7 -1	11 -1
Barco (por ejemplo, crucero)	4 -2	3 =	7 -4	4 =	6 =	4 -2	6 -1	3 -2	3 =	5 -2	3 -1	3 -3
Viaje por carretera en una furgoneta camper/caravana	4 -1	4 +1	5 -2	5 =	5 -1	5 -2	5 -2	3 -1	4 +2	4 =	4 =	4 +1
Haz un intercambio de casa	2 -1	2 -2	=	=	+1	-2	-3	=	-1	+1	=	=
Otros	2 =	2 +1	2 =	2 -1	3 =	3 -1	3 =	3 =	2 +1	3 +1	2 =	1 +1
Otros	2 -4	4 -1	3 -6	2 -6	3 -6	3 -3	1 -13	2 =	2 -1	2 -4	2 -5	2 -6
Hotel o resort ST	53	39	59	51	53	57	59	61	51	50	53	51

P25. Respecto a tu alojamiento durante tu próximo [viaje de verano / viaje] en 2026, ¿tienes más intención de...
Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa
+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

3/4 Tipo de alojamiento planificado (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Hoteles	56 -1	76 =	82 -2	69 +1	68 -2	58 -4	52 -1	46 -4	45 +3	46 -2
Alquiler de una casa o apartamento	41 -3	24 +1	6 -3	25 -2	14 +1	32 +1	25 -1	24 -6	23 -2	27 +3
Casas de amigos/familiares o en tu casa de vacaciones	21 -2	15 +1	11 +1	14 -1	10 +1	30 -3	26 +1	36 =	23 =	29 =
Resorts todo incluido	27 -5	14 -4	8 -4	19 -5	8 -1	30 -1	17 -2	10 -3	24 -3	27 +3
Un bed & breakfast	25 =	19 -7	5 -5	18 -3	41 +6	29 -1	16 -3	14 =	21 =	24 =
Acampar en un camping	16 -4	5 -3	6 -4	4 -4	8 =	22 -2	8 -4	9 -2	13 -1	14 -2
Barco (por ejemplo, crucero)	12 -3	7 -2	4 -4	9 -1	3 -1	20 -3	8 -3	6 -1	13 -3	16 -1
Viaje por carretera en una furgoneta camper/caravana	12 -5	4 -4	4 -2	7 -3	4 =	21 -6	8 -1	8 -1	16 +1	16 -2
Haz un intercambio de casa	-2	=	+1	-1	-2	-2	=	=	+1	-1
Otros	5 =	4 =	3 +1	4 +2	4 =	12 +1	4 =	3 =	10 =	9 =
Hotel o resort ST	0 -4	1 -2	2 -2	2 -1	1 -2	1 -1	2 =	2 -4	0 =	0 =
	68	81	86	77	72	72	62	53	58	60

P25. Respecto a tu alojamiento durante tu próximo [viaje de verano / viaje] en 2026, ¿tienes más intención de...
Base: Para quienes planean hacer un viaje

XX / XX Puntuación significativamente más alta o más baja frente a Europa

+X / -X Evolución significativa respecto a 2025

04

4/4 Tipo de alojamiento planificado (%)

NORTH AMERICA	
 US	 CA

SOUTH AMERICA		
 AR	 BR	 MX



Hoteles	51 ⁻¹	46 ⁻¹	41	34	38
Alquiler de una casa o apartamento	27 ⁺³	26 ⁺²	36	24	27
Casas de amigos/familiares o en tu casa de vacaciones	25 ⁼	27 ⁻⁵	23	26	28
Resorts todo incluido	14 ⁻⁴	14 ⁻²	23	15	26
Un bed & breakfast	14 ⁻²	12 ⁻¹	8	30	7
Acampar en un camping	15 ⁻³	16 ⁻⁴	9	7	6
Barco (por ejemplo, crucero)	13 ⁺¹	7 ⁻³	5	4	6
Viaje por carretera en una furgoneta camper/caravana	9 ⁻¹	5 ⁻³	4	5	7
Haz un intercambio de casa	3 ⁼	1 ⁼	3	3	4
Otros	3 ⁻¹	3 ⁻¹	2	3	2
Hotel o resort ST	60	55	57	42	58

04

La costumbre y la asequibilidad siguen siendo, sin lugar a duda, los criterios principales para elegir alojamiento, lo que pone de manifiesto subraya la profunda estabilidad de las motivaciones de los viajeros.

1/4

Criterios de elección de alojamiento (%)

												
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU		NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST		NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA
Es mi modo favorito de alojamiento	38 =	39 +1	36 +1	42 -2		35 =	41 =	32 -1	34 +2		33 =	30
Estoy acostumbrado a este tipo de adaptación	36 +1	36 +1	35 +1	37 =		35 -5	39 -1	38 -2	32 =		35 -2	30
Es más asequible para mi	34 -1	36 +1	35 -3	29 =		33 -3	44 -2	41 -3	32 -2		40 -3	35
Es un tipo de alojamiento fiable (por ejemplo, no hay riesgo de ser estafado)*	24 -2	26 =	21 -3	23 -3		40 +1	40 -2	34 -3	31 =		35 +2	23
Es un alojamiento seguro y bien protegido	23 -1	23 -2	23 -1	22 =		43 -2	44 -6	34 =	33 -1		36 +1	29
Por todos los servicios y actividades propuestos	19 -1	21 -1	18 =	17 +2		22 -1	36 -1	22 -1	25 -1		22 -3	23
Es más respetuoso con el medio ambiente	8 =	8 =	7 -1	8 -1		13 -3	34 -1	11 +2	24 +2		10 -4	9
Otros	2 =	3 +1	1 =	2 +1		1 +1	0 =	3 -1	1 +1		2 =	1
Ninguna de estas	2 =	2 =	2 =	3 +1		1 -1	2 +1	2 +1	1 -1		2 =	2

04











2/4

Criterios de elección de alojamiento (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Es mi modo favorito de alojamiento	38 =	35 =	35 -4	35 +5	48 +3	42 +3	38 -5	36 +1	36 +2	35 =	38 -3	46 -2
Estoy acostumbrado a este tipo de alojamiento	36 +1	43 +1	42 +2	34 -2	34 +5	35 +3	30 =	33 -2	38 =	33 +5	32 +3	41 -4
Es más asequible para mí	34 -1	46 +5	38 -3	31 -1	32 -1	35 +1	32 +1	31 -2	37 -5	36 -2	36 -3	22 +3
Es un tipo de alojamiento fiable (por ejemplo, sin riesgo de ser estafado)*	24 -2	23 =	31 -4	28 +5	27 +3	25 +1	25 -4	22 -4	23 -2	18 -4	20 -2	26 -3
Es un alojamiento seguro y bien protegido	23 -1	19 -2	28 -3	20 -3	24 -3	24 +1	24 -3	23 -3	25 -1	20 =	26 +1	19 -1
Por todos los servicios y actividades propuestos	19 -1	21 +1	22 -3	23 +1	19 -2	19 -3	20 -5	21 -2	17 +4	16 -2	20 +2	14 +2
Es más respetuoso con el medio ambiente	8 =	7 -1	10 =	6 =	8 =	9 -1	9 +1	6 -3	4 -2	9 =	10 -1	5 -1
Otros	2 =	1 =	3 +1	4 +1	3 =	3 +1	2 =	1 =	2 +1	1 =	1 =	2 +1
Ninguna de estas	2 =	1 -1	2 +1	2 =	2 +1	1 -1	1 -1	2 =	2 =	1 =	3 +1	2 =

04

3/4 Criterios de elección de alojamiento(%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Es mi modo favorito de alojamiento	36 =	41-1	30+4	29-6	38+5	41 =	35-1	29 =	35+3	33+1
Estoy acostumbrado a este tipo de alojamiento	34-4	28 ¹²	36-6	36-1	44+1	39-1	37-1	39-3	31+1	33-1
Es más asequible para mi	45-4	28-5	37+3	33-4	21-4	44-2	36-7	46+1	30-3	34-1
Es un tipo de alojamiento fiable (por ejemplo, no hay riesgo de ser estafado)*	40-3	41+4	37+3	42-1	38+4	40-2	35-1	32-6	27-1	34 =
Es un alojamiento seguro y bien protegido	46-5	40-3	39-3	46-5	41+3	44-6	37+3	31-3	31-1	36 =
Por todos los servicios y actividades propuestos	28-5	27-2	9 -8	27+1	11+1	36-1	23-1	20-2	24-1	26 =
Es más respetuoso con el medio ambiente	23-5	10 =	4 -4	15-2	8 -3	34-1	14+3	8 =	22+2	25+2
Otros	0 =	1 +1	1 =	2 +2	0 =	0 =	2 -1	5 =	1 +1	0 =
Ninguna de estas	1 =	1 =	2 -1	1 -1	2 -1	2 +1	1 =	2 +1	1 -1	1 =

04

4/4 Criterios de elección de alojamiento(%)

	NORTH AMERICA		SOUTH AMERICA		
	US	CA	AR	BR	MX
Es mi modo favorito de alojamiento	35 +3	31 -2	36	26	30
Estoy acostumbrado a este tipo de adaptación	39 +4	32 -6	33	30	28
Es más asequible para mi	38 -5	41 -3	32	40	32
Es un tipo de alojamiento fiable (por ejemplo, sin riesgo de ser estafado) *	37 +2	32 =	22	23	24
Es un alojamiento seguro y bien protegido	39 +1	33 +2	27	31	30
Por todos los servicios y actividades propuestos	25 +1	20 -6	23	17	28
Es más respetuoso con el medio ambiente	11 -5	10 -2	6	11	11
Otros	2 -1	3 +2	2	1	0
Ninguna de estas	2 =	2 -1	2	2	1

APÉNDICES





Tendencias de viaje



1/8



Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que haya gente que lo haga o esté preparada para hacerlo) (%)

											
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	
Apoyo a la economía local	82 ⁻²	80 ⁻³	87 ⁻²	79 ⁻⁵	83 ⁻²	91 ⁻¹	84 ⁻³	87 =	80 ⁻³	89	
Adopta comportamientos responsables para no desperdiciar recursos locales	82 =	80 ⁺¹	87 ⁻¹	78 =	84 ⁺¹	90 ⁺¹	80 =	86 ⁺¹	76 ⁺²	88	
Evita actividades que no sean socialmente responsables o respetuosas con la cultura, el entorno local o la naturaleza salvaje	77 ⁻³	76 ⁻³	84 ⁻²	72 ⁻³	83 ⁻¹	90 =	78 ⁻³	86 ⁺²	74 ⁻³	83	
Viajar durante la temporada baja	75 ⁻¹	73 ⁻¹	81 ⁻²	69 ⁻³	77 ⁻²	91 ⁺²	69 ⁻⁵	83 =	68 ⁻³	83	
Opta por autobuses, trenes u otros medios de transporte público in situ en lugar de coches o taxis	71 ⁻²	68 ⁻¹	79 ⁻³	69 ⁻²	79 ⁻¹	89 ⁻¹	69 ⁻⁴	84 ⁻¹	62 ⁻³	84	
Elegir una adaptación con certificación ecológica	69 =	67 =	77 ⁻²	61 ⁻¹	71 =	87 ⁺²	66 ⁺¹	83 ⁺²	64 ⁻¹	83	
Viaja a un destino más cercano para reducir la huella de carbono	63 =	59 =	72 ⁻³	57 ⁻¹	67 ⁻¹	83 ⁺¹	56 ⁺¹	78 ⁺²	59 ⁻³	76	

2/8 Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que haya gente que lo haga o esté preparada para hacerlo) (%)

											
	EU	WEST. EU	SOUTH EU	EAST. EU	NORTH ASIA	INDIA	OCEANIA	MIDDLE EAST	NORTH AMERICA	SOUTH AMERICA	
Cambiar de modo de transporte para un menor impacto de carbono (por ejemplo: tren en lugar de avión)	62 ⁻³	59 ⁻²	73 ⁻⁴	57 ⁻²	70 ⁻³	88 ⁻¹	61 ⁻⁶	81 ⁻¹	59 ⁻⁴	79 ^x	
Elige agencias de viajes, plataformas de reservas o organizadores especializados en viajes sostenibles	61 ⁻³	58 ⁻¹	71 ⁻⁵	55 ⁻⁷	67 ⁻³	87 ⁺²	55 ⁻³	83 ⁺¹	55 ⁻³	79 ^x	
Limitar los transportes de alto impacto en carbono (e. j. max número de vuelos/año)	61 ⁻³	59 ⁻²	73 ⁻³	52 ⁻⁵	62 ⁻⁵	87 ⁺¹	53 ⁻³	81 ⁺¹	56 ⁻²	76 ^x	
Llevar bienes para donar a la población local al visitar regiones desfavorecidas	60 ⁺¹	56 ⁺¹	68 ⁻²	57 ⁼	59 ⁺²	87 ⁺²	60 ⁺¹	82 ⁺¹	61 ⁻¹	77 ^x	
Selecciona la aerolínea o proveedor de viajes de tu empresa en función de sus compromisos climáticos	57 ⁻¹	53 ⁼	70 ⁻¹	49 ⁻⁵	65 ⁻⁴	82 ⁼	55 ⁻¹	80 ⁻¹	54 ⁻¹	75 ^x	
Use carbon offset programs to compensate for the emissions from your flights and other travel activities	56 ⁻¹	52 ⁻¹	68 ⁻³	48 ⁻⁴	63 ⁻²	84 ⁺¹	49 ⁻³	78 ⁼	51 ⁻²	74 ^x	
Colabora como voluntario en ONG para unirse a iniciativas de turismo comunitario	38 ⁻⁵	33 ⁻⁵	48 ⁻¹⁰	36 ⁻²	50 ⁻⁵	80 ⁼	39 ⁺¹	75 ⁺¹	39 ⁻¹	66 ^x	

3/8 Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que haya gente que lo haga o esté preparada para hacerlo) (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Apoyo a la economía local	82 -2	80 -1	80 -3	76 -4	79 =	86 +2	82 -6	86 =	88 -3	87 -1	80 -5	78 -5
Adopta comportamientos responsables para no desperdiciar recursos locales	82 =	84 =	77 +2	78 -1	78 +2	84 +3	81 -2	85 =	91 +1	87 -2	78 =	77 =
Evita actividades que no sean socialmente responsables o respetuosas con la cultura, el entorno o la fauna	77 -3	75 -2	75 -2	72 -5	73 -2	82 +1	80 -4	79 -2	86 -1	86 -2	75 -2	69 -4
Viajar durante la temporada baja	75 -1	72 -3	67 -6	72 +2	71 -1	80 +3	78 =	78 -1	82 -2	83 -2	71 -3	67 -2
Opta por autobuses, trenes u otros medios de transporte público in situ en lugar de coches o taxis	71 -2	66 -5	69 -3	68 =	62 -2	73 =	70 =	76 -5	78 -2	82 -2	71 -3	67 -1
Elegir una adaptación con certificación ecológica	69 =	68 -1	66 -1	64 -1	62 =	72 +4	68 =	74 -2	78 -4	80 +2	66 =	56 -2
Viaja a un destino más cercano para reducir la huella de carbono	63 =	67 +1	58 -2	61 +1	52 -3	61 +3	57 +1	67 -5	73 -3	76 =	58 -4	55 +1











4/8 Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que la gente ya lo esté haciendo o esté dispuesta a hacerlo) (%)

	EU	WESTERN EUROPE						SOUTH EUROPE			EAST. EUROPE	
		FR	UK	BE	DE	CH	AT	ES	PT	IT	PL	CZ
Cambiar de modo de transporte para un menor impacto de carbono (por ejemplo: tren en lugar de avión)	62 ⁻³	60 ⁻⁵	61 ⁻⁴	58 ⁻⁴	52 ⁻²	63 ⁻¹	60 ⁺²	68 ⁻⁸	70 ⁻⁶	79 ⁻¹	60 ⁻⁴	53 ⁻¹
Elige agencias de viajes, plataformas de reservas o organizadores especializados en viajes sostenibles	61 ⁻³	55 ⁻²	55 ⁻⁶	59 ⁺²	54 ⁼	61 ⁺¹	66 ⁺⁴	73 ⁻²	69 ⁻⁹	72 ⁻³	57 ⁻⁹	52 ⁻⁶
Limitar los transportes de alto impacto en carbono (e.j. max número de vuelos/año)	61 ⁻³	57 ⁻⁶	56 ⁻⁴	58 ⁻³	53 ⁻⁴	64 ⁺¹	63 ⁺³	69 ⁻³	70 ⁻⁴	78 ⁻²	58 ⁻⁵	47 ⁻⁴
Llevar bienes para donar a la población local al visitar regiones desfavorecidas	60 ⁺¹	59 ⁼	52 ⁺¹	55 ⁺²	47 ⁻¹	63 ⁺¹	60 ⁺⁶	62 ⁻³	70 ⁻⁴	73 ⁺¹	58 ⁻³	55 ⁺²
Selecciona la aerolínea o proveedor de viajes de tu empresa en función de sus compromisos climáticos	57 ⁻¹	50 ⁻⁴	52 ⁻⁷	53 ⁺⁴	47 ⁻¹	57 ⁼	56 ⁺⁵	67 ⁼	75 ⁻¹	69 ⁻²	50 ⁻⁹	47 ⁻¹
Utiliza programas de compensación de carbono para compensar las emisiones de tus vuelos y otras actividades de viaje	56 ⁻¹	50 ⁻²	52 ⁻³	46 ⁼	50 ⁼	56 ⁼	58 ⁺²	65 ⁻¹	68 ⁻⁶	71 ⁻²	51 ⁻⁶	45 ⁻²
Colabora como voluntario en ONG para unirse a iniciativas de turismo comunitario	38 ⁻⁵	28 ⁻¹¹	32 ⁻⁵	29 ⁻³	31 ⁻⁵	38 ⁻⁶	41 ⁺³	46 ⁻⁵	48 ⁻¹⁷	50 ⁻¹⁰	41 ⁻³	31 ⁻¹

5/8 Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que la gente ya lo esté haciendo o esté dispuesta a hacerlo) (%)

	NORTH ASIA						OCEANIA		MIDDLE EAST	
	 MY	 HK	 JP	 SG	 SK	 IN	 AU	 NZ	 SA	 AE
Apoyo a la economía local	91 -4	87 -1	77 -2	83 -2	76 -4	91 -1	82 -2	86 -5	85 +3	89 -2
Adopta comportamientos responsables para no desperdiciar recursos locales	90 -1	88 +1	77 +4	84 =	83 +2	90 +1	76 -1	83 +1	84 +2	88 -1
Evita actividades que no sean socialmente responsables o respetuosas con la cultura, el entorno o la fauna	90 +2	86 =	75 -1	80 -5	85 -1	90 =	75 -1	82 -3	83 +2	89 +2
Viajar durante la temporada baja	88 -2	80 =	62 -3	81 -2	73 -4	91 +2	67 -5	72 -4	79 -1	88 +3
Opta por autobuses, trenes u otros medios de transporte público in situ en lugar de coches o taxis	87 -1	83 -1	68 -2	81 -1	75 -2	89 -1	66 -4	73 -2	81 =	87 -2
Elegir un alojamiento con certificación ecológica	84 -1	71 +1	57 +1	72 -1	73 -1	87 +2	63 +1	69 +1	79 +1	86 +3
Viaja a un destino más cercano para reducir la huella de carbono	82 =	68 -2	50 -1	66 -1	70 -1	83 +1	56 +1	55 =	75 +1	81 +3

6/8






Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que la gente ya lo esté haciendo o esté dispuesta a hacerlo) (%)

	NORTH ASIA					IN	OCEANIA		MIDDLE EAST	
	MY	HK	JP	SG	SK		AU	NZ	SA	AE
Cambio de modo de transporte para un menor impacto de carbono (por ejemplo: tren en lugar de avión)	82 ⁻²	70 ⁻²	60 ⁻⁴	68 ⁻⁵	71 ⁻²	88 ⁻¹	58 ⁻⁶	65 ⁻⁴	79 ⁺¹	83 ⁻⁴
Elige agencias de viajes, plataformas de reservas o organizadores especializados en viajes sostenibles	80 ⁻³	67 ⁻²	53 ⁻²	64 ⁻⁶	73 ⁻¹	87 ⁺²	54 ⁻³	57 ⁻³	81 ⁺¹	85 ⁼
Limitar los transportes de alto impacto en carbono (e.g. max número de vuelos/año)	78 ⁻⁴	61 ⁼	42 ⁻⁷	66 ⁻³	65 ⁻⁶	87 ⁺¹	52 ⁻³	54 ⁻²	78 ⁼	85 ⁺²
Llevar bienes para donar a la población local al visitar regiones desfavorecidas	78 ⁻³	60 ⁺¹²	39 ⁻²	60 ⁻³	56 ⁺²	87 ⁺²	57 ⁼	63 ⁺²	79 ⁺³	85 ⁻¹
Selecciona la aerolínea o proveedor de viajes de tu empresa en función de sus compromisos climáticos	77 ⁻⁴	65 ⁻³	51 ⁻⁴	63 ⁻³	68 ⁻⁴	82 ⁼	51 ⁻³	58 ⁼	76 ⁻²	85 ⁺²
Utiliza programas de compensación de carbono para compensar las emisiones de tus vuelos y otras actividades de viaje	78 ⁻¹	66 ⁺²	44 ⁻⁵	62 ⁻⁴	66 ⁻⁴	84 ⁺¹	48 ⁻⁴	51 ⁻²	74 ⁻²	83 ⁺⁴
Colabora como voluntario en ONG para unirse a iniciativas de turismo comunitario	68 ⁻⁵	49 ⁻⁶	27 ⁻¹³	48 ⁻⁴	56 ⁺²	80 ⁼	38 ⁺¹	41 ⁺²	70 ⁻¹	80 ⁺¹

7/8 Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que la gente ya lo esté haciendo o esté dispuesta a hacerlo) (%)

	NORTH AMERICA				SOUTH AMERICA		
	 US		 CA		 AR	 BR	 MX
Apoyo a la economía local	78	-3	82	-2	89	85	92
Adopta comportamientos responsables para no desperdiciar recursos locales	72	+3	79	+1	87	87	90
Evita actividades que no sean socialmente responsables o respetuosas con la cultura, el entorno o la fauna	71	-4	76	-3	82	83	84
Viajar durante la temporada baja	68	-1	68	-6	82	79	90
Opta por autobuses, trenes u otros medios de transporte público en lugar de coches o taxis	60	-3	65	-3	84	79	89
Elegir un alojamiento con certificación ecológica	61	-1	66	-3	80	80	90
Viajar a un destino más cercano para reducir la huella de carbono	58	-3	61	-1	70	74	85

8/8

Disposición a adoptar prácticas de viaje sostenibles

Sí (ya sea que la gente ya lo esté haciendo o esté dispuesta a hacerlo) (%)

	NORTH AMERICA				SOUTH AMERICA		
	US		CA		AR	BR	MX
Cambiar de modo de transporte para un menor impacto de carbono (por ejemplo: tren en lugar de avión)	56	-6	62	-2	77	76	85
Elige agencias de viajes, plataformas de reservas o organizadores especializados en viajes sostenibles	55	-2	56	-3	76	77	83
Limitar los transportes de alto impacto en carbono (e.g. max número de vuelos/año)	54	-2	57	-2	70	76	82
Llevar bienes para donar a la población local al visitar regiones desfavorecidas	58	-2	64	+1	73	76	82
Selecciona la aerolínea o proveedor de viajes de tu empresa en función de sus compromisos climáticos	52	=	55	-2	71	74	81
Utiliza programas de compensación de carbono para compensar las emisiones de tus vuelos y otras actividades de viaje	50	-2	51	-3	70	73	79
Colabora como voluntario en ONG para unirse a iniciativas de turismo comunitario	43	+1	35	-3	57	65	75



Nuestros compromisos

- **CÓDIGOS PROFESIONALES, CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, CONSERVACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS**

Ipsos es miembro de los siguientes organismos profesionales franceses y europeos de investigación de mercado y opinión:

- **SYNTEC (sindicato profesional de empresas de investigación de mercados en Francia; www.Syntec-etudes.Com)**
- **ESOMAR (Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados, www.Esomar.Org)**

Ipsos France se compromete a aplicar el código ICC/Esomar para la investigación de mercado y opinión. Este código define las normas éticas para los profesionales de la investigación de mercados y establece las medidas de protección de las que se benefician las personas encuestadas. Ipsos se compromete a cumplir con la legislación vigente.

Ipsos ha nombrado un Responsable de Protección de Datos y ha implementado un plan de cumplimiento con el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679). Para más información sobre nuestra política de protección de datos personales:

<https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>



Por tanto, el periodo de conservación de los datos personales de las personas entrevistadas como parte de un estudio es, salvo que exista un compromiso contractual específico:

- 12 meses después de la fecha de finalización de un estudio ad hoc.
- 36 meses después de la fecha de finalización de cada oleada de un estudio recurrente.

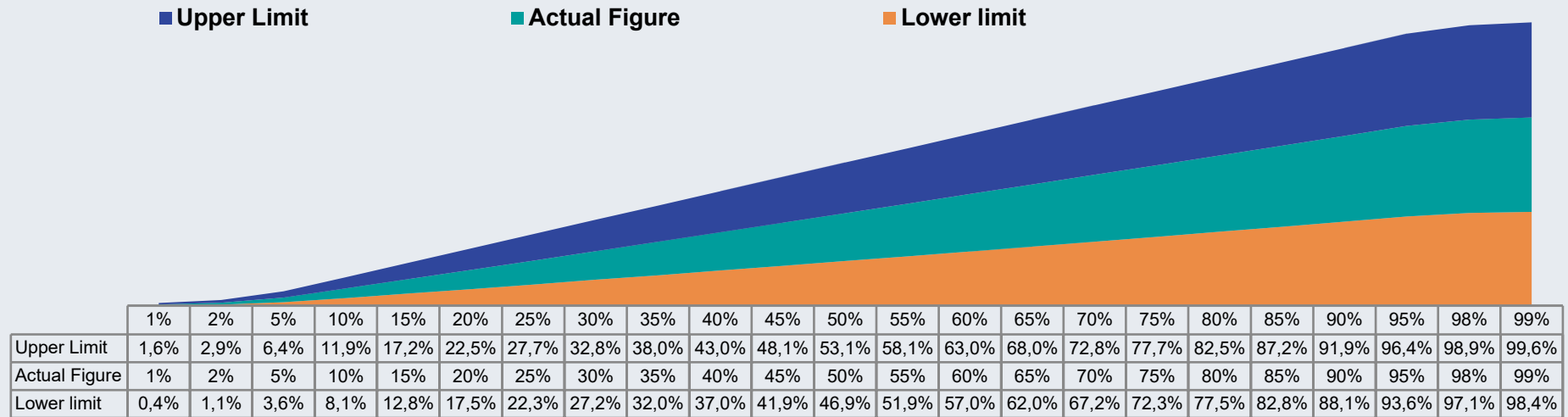


**Ipsos France está certificado ISO 20262:
Investigación de Mercado - versión 2019
POR CERTIFICACIÓN AFNOR**

Este documento ha sido elaborado en cumplimiento con estos códigos y normas internacionales.

Fiabilidad de los resultados

- En este caso, respecto a este estudio:
- Intervalo de confianza: **95%**
- Tamaño de la muestra: **1000 por país**
- Las proporciones observadas son entre:



RESUMEN DEL ESTUDIO

ESTUDIO ONLINE CON EL IIS

Resumen de la encuesta

Encuesta CAWI – Panel digital

EJEMPLO

- **Objetivo:** Hombre/mujer de 18 años o más
- **Selección del encuestado:** Selección de participantes mediante cuotas
- **Representatividad de la muestra:** Criterios y fuentes: *sexo, edad, categoría socioeconómica del individuo, regiones*

RECOGIDA DE DATOS

- **Fechas de trabajo de campo:** Del 27 de febrero al 7 de abril
- **Muestra obtenida:** 26000 Entrevistas
- **Recogida de datos:** en línea con el Panel IIS
- **Programa de fidelidad con sistema de puntos para panelistas**
- **Métodos de control de calidad:** monitorización del comportamiento de respuesta de los participantes (identificación de respuestas demasiado rápidas o descuidadas, por ejemplo, marcadas en línea recta o en zigzag)
- **Comprobación de la propiedad intelectual y la consistencia de los datos demográficos.**
- Los datos se mantendrán en una red protegida durante 3 años

PROCESAMIENTO DE DATOS

- Muestra ponderada
- Método utilizado: Método de ponderación de aro
- Criterios de ponderación: *género, sexo, edad, categoría socioeconómica del individuo / cabeza de familia, las regiones, el tamaño del mercado*

FIABILIDAD DE LOS RESULTADOS:

Encuestas digitales auto completadas por el usuario

Para garantizar la fiabilidad general de una encuesta, deben tenerse en cuenta todos los posibles componentes de error. Por eso Ipsos impone controles y procedimientos estrictos en cada etapa del proceso de encuesta.

ANTES DE LA RECOGIDA DE DATOS

- **Ejemplo:** estructura y representatividad
- **Cuestionario:** El cuestionario está redactado siguiendo un proceso de edición con 12 estándares obligatorios. Se revisa y aprueba a nivel senior y luego se envía al cliente para su validación final. La programación (o guion del cuestionario) **es evaluado y validado por al menos 2 personas.**
- **Recogida de datos:** Los entrevistadores reciben formación en técnicas de encuesta a través de un módulo de formación previo a la participación en una encuesta. Además, reciben una sesión informativa detallada al inicio de cada encuesta.

DURANTE LA RECOGIDA DE DATOS

- **Muestreo:** Ipsos impone reglas de funcionamiento muy estrictas para su marco de selección con el fin de maximizar la naturaleza aleatoria de la selección muestral: selección aleatoria de listados telefónicos, método de cuotas, etc.

- **Seguimiento del trabajo de campo:** la recopilación se monitoriza y comprueba (enlace exclusivo, validación de IP, penetración en el seguimiento del comportamiento de los panelistas, duración de la entrevista, consistencia de respuestas, tasa de participación, número de recordatorios, etc.)

DESPUÉS DE LA RECOGIDA DE DATOS

- Los resultados se analizan de acuerdo con los métodos estadísticos (intervalo de confianza frente al tamaño de la muestra, pruebas de significación). Los primeros resultados se comprueban sistemáticamente con los resultados brutos de la recogida de datos. También se comprueba la consistencia de los resultados (particularmente los resultados observados frente a las fuentes de comparación que poseemos)
- En los casos en que se utiliza ponderación de la muestra (método de calibración de márgenes), esto es comprobado por los equipos de procesamiento (DP) y luego validado por los equipos de encuesta.

Resumen de la encuesta

Organización (encuesta CAWI - Panel digital)

ACTIVIDADES REALIZADAS O COORDINADAS POR EQUIPOS IPSOS EN FRANCIA

- Diseño y metodología
- Concepción y diseño de cuestionarios/validación de scripting
- Coordinación y validación de la traducción
- Coordinación de la recogida de datos
- Coordinación de codificación y validación de la trama de código
- Procesamiento de datos
- Validación de los análisis estadísticos
- Creación del informe de encuesta
- Diseño de la presentación de resultados
- Formato de los resultados
- Análisis y resumen de la presentación oral

ACTIVIDADES REALIZADAS POR EQUIPOS LOCALES EXPERTOS DE IPSOS

- Traducción
- Guionización
- Muestreo (panel IIS)
- Envío de correos electrónicos
- Recogida de datos [especificar países IIS]
- Codificación
- Mapa de datos
- Procesamiento de datos
- Cálculo de métricas (GMU)
- Formato de los resultados

ACTIVIDADES ASIGNADAS A NUESTROS PARTNERS HOMOLOGADOS

- Traducción
- Guionización
- Muestreo (nombre de otros paneles)
- Envío de correos electrónicos
- Recogida de datos **[añadir países no IIS si procede]**
- Codificación
- Mapa de datos
- Procesamiento de datos
- Formateado de los resultados

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera mayor empresa de investigación de mercados del mundo, presente en 90 mercados y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales, analistas y científicos de investigación, con una curiosidad apasionada, han construido capacidades únicas multiespecializadas que proporcionan una verdadera comprensión y una visión poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Atendemos a más de 5000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones empresariales.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos está incluida en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS. PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

IMPULSORES DEL CAMBIO

En un mundo en constante cambio, nunca ha sido tan importante disponer de información fiable para tomar decisiones con seguridad.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante.

Por eso, nuestros expertos no solo proporcionan la medición más precisa, sino que la moldean para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia y la tecnología, conocemos y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad y rapidez a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar más rápido, con más inteligencia y con más valentía.

En última instancia, el éxito se reduce a una verdad sencilla:
Actúas mejor cuando estás seguro.