

## **Viajar sin seguro de viaje es cosa del pasado: más de la mitad de viajeros españoles viajan asegurados**

**En el primer cuatrimestre del año se han contratado un 25% más de pólizas que en el mismo período de 2023. Estos datos se recogen en el Informe 'Datos y tendencias para viajar seguro en 2024', elaborado por ARAG y IATI Seguros**

La temporada de vacaciones de verano está a punto de arrancar y un número cada vez más alto de españoles ya tienen la necesidad de viajar seguro. Nadie olvida lo vivido durante el COVID-19, ni los incidentes de los viajeros en las últimas semanas, como el atentado que sufrieron un grupo de españoles en Afganistán. De ahí que más de la mitad de los turistas pospandemia que viajen al extranjero lo hagan con un seguro de viaje, una cifra que se desprende de un informe realizado por ARAG y IATI Seguros, "Datos y tendencias para viajar seguro en 2024", que acaba de ser presentado para analizar las principales preferencias en el escenario turístico actual.

De hecho, la contratación de seguros de viaje no para de aumentar y ya en el primer cuatrimestre de este año se han asegurado un 25 por ciento más de viajeros que en el mismo período de 2023. "La pandemia nos provocó un problema muy grande, pero a posteriori ha sido un gran empuje a la hora de concienciar al viajero de la necesidad de viajar con seguro", explica Alfonso Calzado, CEO de IATI Seguros. "Esa concienciación se ha traducido en un mayor conocimiento de los seguros de viaje y en una mayor exigencia por parte del viajero", afirma Raúl Pérez, director de negocio de Asistencia en Viaje de ARAG.

El viajero no es igual ahora que hace cinco años. En general, el turista pospandemia es un viajero más exigente, informado y con mayor conciencia social. Y en particular, la generación Z, o centennials, es decir, aquellas personas nacidas entre 1995 y 2000. Ellos ahora comienzan a ser independientes económicamente y ya marcan las tendencias de los viajeros el futuro. Lo tienen claro según los datos extraídos: buscan experiencias únicas y persiguen momentos en compañía de otros, aunque están constantemente conectados con sus teléfonos móviles.

El 90 por ciento de los Viajeros Z afirma que sus decisiones sobre viajes internacionales se ven influidas por las redes sociales, y las principales razones para elegir un destino al que viajar son la relación calidad-precio (47%), la disponibilidad de vuelos baratos (45%) y la seguridad (42%). Por esto último, también se ha incrementado el número de contratación de seguros de viaje entre los viajeros de esta generación en un 29 por ciento.

Por su parte, los Baby boomers españoles (59 a 77 años) son los que más viajan al extranjero en comparación y es que alrededor del 55 por ciento de ellos planea un viaje internacional este año. El 34 por ciento prefiere grandes cadenas y resorts como alojamiento y un 13 por ciento se plantea realizar un retiro de yoga o meditación.

La Generación X (43 a 58 años) suele optar por viajes más cortos (fines de semana o puentes) al tener

responsabilidades familiares y laborales. Los viajes de aventura son populares entre ellos, al igual que las casas rurales. Además, realizan sus reservas con gran antelación para conseguir el mejor precio. Precisamente en el sector de los seguros de viajes, según el informe, este servicio cada vez se contrata con más anticipación. El 24 por ciento lo compra con 3 meses o más meses de premura.

Por último, los Millennials (27 a 42 años) son más propensos a viajar de manera independiente, sin agencias de viajes o guías turísticos, pues recurren a Internet y lo gestionan todo ellos mismos. Un 92 por ciento se siente cómodo desembolsando en extras más allá del costo de su habitación. Además, son los más dispuestos a pagar por el desayuno (45%) y emprenden viajes para disfrutar de experiencias de gastroturismo (77%).

En esta línea, los seguros de viajes han sabido ir adaptándose al viajero y por eso, en la actualidad, existen pólizas para todos los estilos viajeros, con más o menos límites y coberturas en función de las necesidades. Por ejemplo, el viaje de una persona durante una semana por un país europeo, con una cobertura médica de 300.000 euros, con seguro de anulación, podría costarle al turista 23 euros. Ese mismo viaje, al resto del mundo, con hasta un millón de euros de cobertura médica y un capital asegurado por anulación de trayectos o estancias de hasta 6.000 euros, podría tener un coste de 72 euros. Y es que la salud y seguridad en el destino, hoy en día, no cuesta tanto como se podría pensar antes.

#### Acerca de ARAG

ARAG es una empresa de origen alemán con cerca de 90 años de experiencia en el mercado, líder del sector de los seguros de Asistencia en Viaje y Defensa Jurídica en España. Además, cuenta con seguros de viajes para personas y de asistencia para vehículos. Está reconocida como una compañía aseguradora de calidad nacional e internacionalmente, con diversos premios del sector asegurador que así lo demuestran.

El principio fundacional de ARAG es que todo ciudadano pueda hacer valer sus derechos independientemente de su poder adquisitivo. Esta misión prevalece hoy en día, resumida en el concepto Access to Justice y englobado dentro de los objetivos de la compañía a largo plazo como la sostenibilidad y el compromiso de la empresa con la sociedad.

El Grupo ARAG tiene presencia en 19 países y tiene su sede central en Düsseldorf, Alemania. Hoy cuenta con unos 4.600 empleados a nivel mundial y en 2023 facturó un total de 2.370 millones de euros. Está presente en toda España con sedes en Barcelona y Madrid. En 2023 facturó 182 millones de euros, y ofreció cobertura a 24.000.000 riesgos de Asistencia en Viaje, que aumentó su facturación en un 40,53% con respecto al año pasado.

#### Acerca de IATI Seguros

IATI es la empresa líder en España de venta de seguros de viaje online. La familia Calzado inició su actividad aseguradora en 1.885, cuando los viajes se realizaban solo por barco, y tras una importante transformación digital, la apuesta por la excelencia en el servicio, el equipo humano y el trato cercano con los clientes cuando más lo necesitan han hecho que casi 140 años después se conviertan en referentes en el sector y más de 2.500.000 usuarios estén satisfechos.

IATI Seguros está comprometida con el turismo sostenible y responsable, que se manifiesta a través de diferentes acciones con un impacto duradero y que sin duda es una parte fundamental de la identidad de la correduría catalana.

Además, IATI es una empresa socialmente responsable que colabora, a través de la donación de un porcentaje de cada una de sus pólizas, con la Fundació Nen Deu, una entidad social que ofrece educación y atención especializada a personas con discapacidad intelectual.

IATI siempre quiere ir por delante y quiere transmitir sus valores de empresa. Por esa razón, y entre otros proyectos, creó IATI Team, es decir, la apuesta por el deporte minoritario, femenino y paralímpico a través de patrocinios de deportistas o equipos.

**Datos de contacto:**

María José Morón  
Prensa IATI Seguros  
650 44 88 77

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional Viaje Turismo Seguros](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>