

El 75% de los viajeros planifican de forma online sus vacaciones

Las redes sociales y los motores de búsqueda son la mayor fuente de inspiración para elegir destino

Madrid, 21 de julio de 2015 – Weblyalty, líder internacional en la creación y desarrollo de estrategias online, analiza el impacto de internet en el sector turístico a través de un informe realizado junto con TNS. Este estudio, avala lo que ya se venía viendo en el sector: internet ha ganado la batalla a los servicios más tradicionales.

Internet como fuente de inspiración

Internet es la mayor fuente de información para inspirarse, buscar y planificar las vacaciones, tanto en viajes de ocio como en viajes de negocio. Los blogs y las redes sociales hacen hoy en día la función que en su día hacían los ya casi inexistentes catálogos de destinos. La facilidad de acceso a las distintas fuentes de información permite a los usuarios ser más exigentes. Pasan menos tiempo realizando búsquedas pero utilizan más fuentes de información.

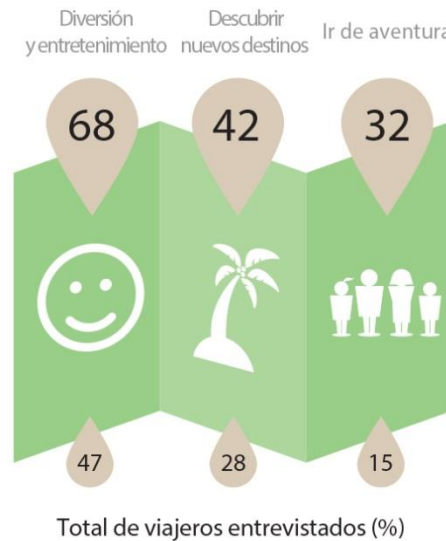
El 75% de los viajeros reserva sus vacaciones a través de canales online, independientemente de sus conocimientos digitales. **Sin embargo, todavía existe un 26% de la población que consulta las agencias tradicionales.** En la mayoría de los casos, para complementar su búsqueda en internet. El reto de las agencias de viajes es apostar por la innovación y la multicanalidad para aprovechar ese tráfico a las agencias físicas.

A través de ambos canales, los viajeros encuentran destinos, consejos, ofertas y la posibilidad de planificar de forma integral sus vacaciones. Pero los principales motivos por los que el consumidor acude al canal online para reservar sus vacaciones son el precio y la facilidad en la reserva. Para quienes buscan diversión y entretenimiento, descubrir nuevos destino o ir de aventura, las redes sociales son la fuente de información más recurrente para inspirarse o buscar opiniones de otros usuarios.

Los dos factores más importantes cuando reservan sus vacaciones online son (%):

€ Precio	90
✓ Facilidad en la reserva	88

La gente que reserva sus vacaciones utilizando redes sociales y blogs de viajes está motivada por (%):



Source: Multiple Respuesta [TNS Digital Destinations Webloyalty UK](#)

Las webs superan a las tiendas físicas como fuente de información - Webrooming

El webrooming, la tendencia basada en buscar productos a través de Internet y comprar offline, es cada vez más común. Las webs superan a las tiendas físicas como fuente de información.

Los consumidores están cada vez más informados. Demandan activamente contenidos que les ayuden a conocer a fondo los destinos y las actividades que ofrecen, antes de realizar la reserva de las vacaciones.

Sin embargo, las fuentes de información offline siguen desempeñando todavía un papel destacado a la hora de planificar el viaje.

El 70% de los viajeros utiliza folletos, guías y otras fuentes (películas, recomendaciones de amigos, etc.) para planificar y más tarde reservar sus vacaciones online. El “consumer travel journey” es cada vez más complejo, donde la información cobra un papel protagonista.



Source: Multiple Respuesta [TNS Digital Destinations Weblyalty UK](#)

Comportamiento online en las vacaciones

El periodo vacacional es uno de los momentos con mayor flujo de personas fuera de sus hogares y para conectarse a internet la mayoría depende de las conexiones Wi-Fi que facilitan los alojamientos.

Este servicio se convierte en un factor discriminatorio para muchos viajeros a la hora de decidir dónde alojarse. La mitad de los viajeros que se conectan a Internet en el extranjero usan sus smartphones para subir fotos o videos en las redes sociales, mientras que un tercio lo usa para aplicaciones como mapas 44%, posteo de fotos 32% y comunicación instantánea con un 27%.

La mayoría depende de las conexiones de wifi gratis que facilitan los alojamientos mientras están de vacaciones en el extranjero (%):

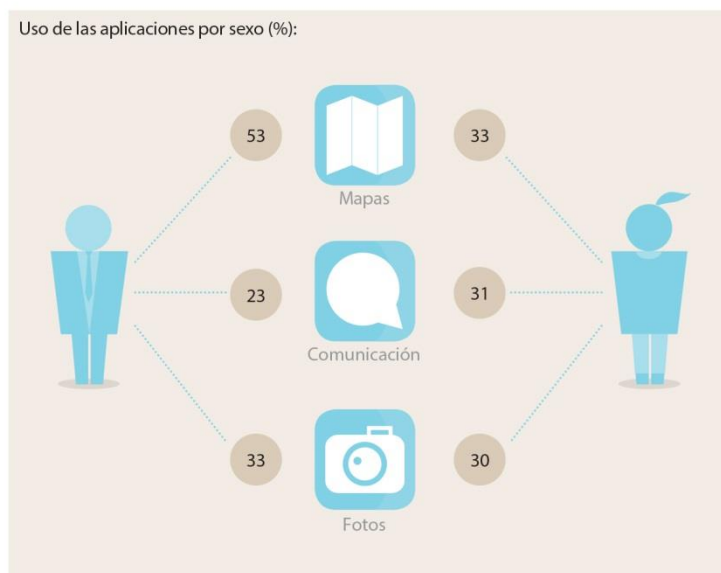
Wifi gratis en los alojamientos	54
Wifi gratis en cafeterías o restaurantes	36
Tráfico de datos internacional	11
Compra de extra de datos	9

El uso de las aplicaciones se ve limitado por el acceso al wifi:

Aplicaciones de mapas	44
Aplicaciones de fotos	32
Aplicaciones para comunicarse	27

*Base: quienes utilizan un Smartphone o tablet en vacaciones

Uso de las aplicaciones por sexo (%):



Source: Multiple Respuesta [TNS Digital Destinations Weblyalty UK](#)

Debido a la necesidad de inmediatez, un 39% de los viajeros prefiere compartir sus fotos a tiempo real, aunque suponga un aumento del consumo de datos, mientras que un 33% lo hace a su vuelta a casa.

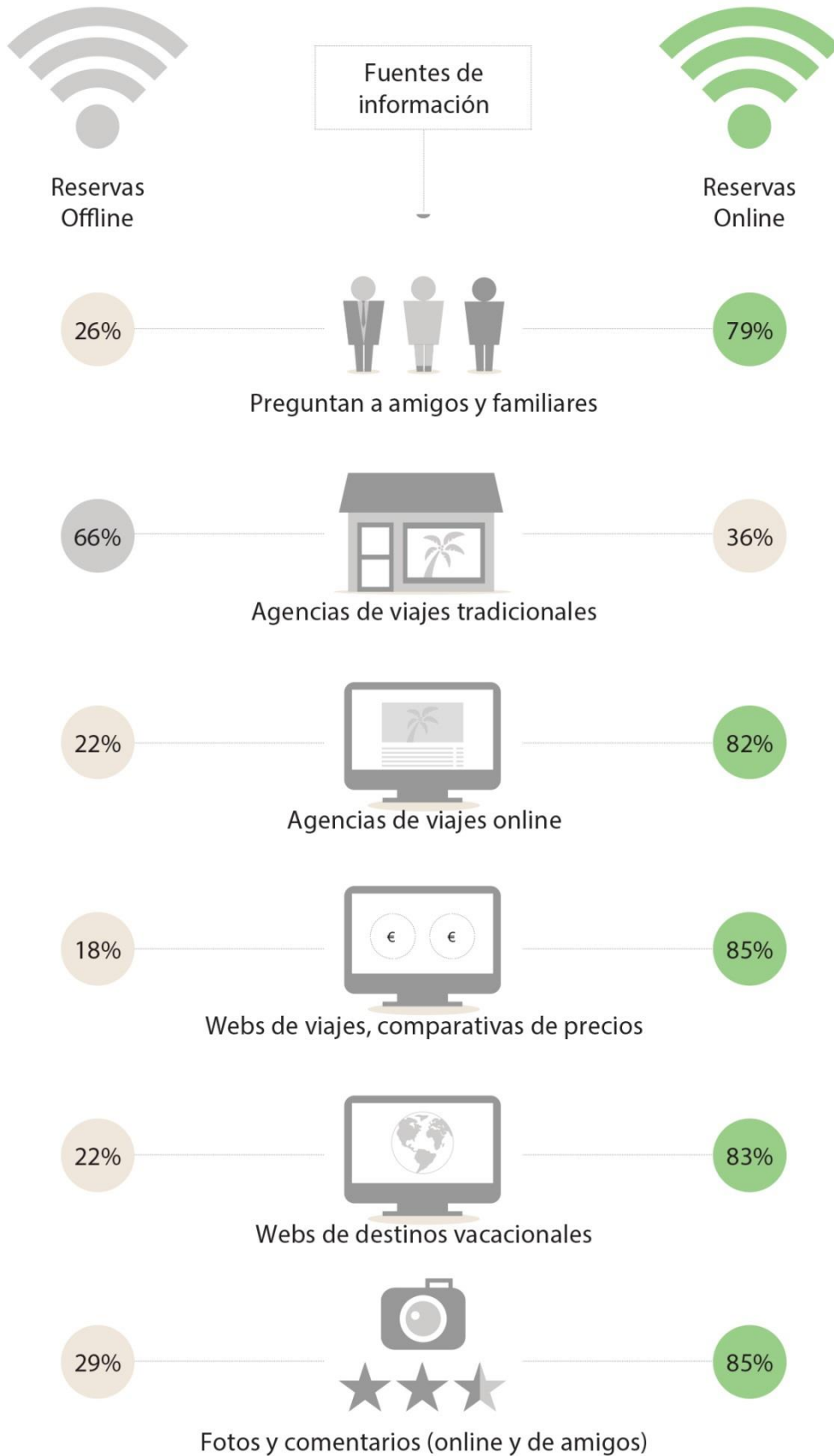


Source: Multiple Respuesta [TNS Digital Destinations Webloyalty UK](#)

La Red como fuente de confianza

Muchos viajeros confían en múltiples fuentes de información para investigar sobre su viaje, aunque buscan una experiencia simplificada y un proceso sin interrupciones. El viajero busca comparar diferentes precios y tipos de vacaciones antes de reservar para tener más tiempo para pensar cuál de todas las opciones es la mejor. Después de haber investigado y buscado por cuenta propia, el usuario explora en diferentes fuentes de información: preguntando a amigos y familiares, en agencias de viajes tradicionales y online, web de viajes y de destinos vacacionales y en fotos y comentarios (online y de amigos).

webloyalty





Source: Multiple Respuesta [TNS Digital Destinations Webloyalty UK](#)

Acerca de Webloyalty

Webloyalty España es la división regional de Webloyalty Internacional, presente en 5 países en Europa y Estados Unidos. Fundada en 1999, pertenece a Affinion Group y cuenta con más de 170 partners e-Commerce en todo el mundo. Con el objetivo de ofrecer un modelo eficaz y fácil de implementar, que permite a los partners la posibilidad de generar ingresos adicionales y fidelizar de forma gratuita a sus clientes a través de comunidades de compradores online.

Para más información visita: www.webloyalty.es

Twitter: https://twitter.com/Webloyalty_ES

Blog: <http://blog.privilegiosencompras.es/>

Privilegios en compras: <https://www.privilegiosencompras.es/Home/Default.rails>

Contacto Ketchum

Lorena Cava lorena.cava@ketchum.com 91 788 32 00

Jose Domínguez jose.dominguez@ketchum.com 91 788 32 00

Alba Serrano alba.serrano@ketchum.com 91 788 32 00