

Estudio sobre el viajero digital español

Noviembre de 2017



Introducción



Prólogo del director general

La encuesta del viajero global de Travelport está llena de datos e historias sobre el viajero moderno.

Los hallazgos demuestran la importancia de las herramientas digitales para los viajeros antes, durante y después de sus viajes. Destacan la necesidad de que la industria global de viajes de 7,6 billones de dólares se adapte de forma constante para ofrecer servicios adaptados a las necesidades, relevantes y oportunos a los clientes.

Sean jóvenes o adultos y sea cual sea el continente, proporcionar este contenido y estas herramientas digitales ha dejado de ser opcional para ser una forma esencial de llegar e implicar al viajero moderno desde el momento en que empieza a buscar hasta el regreso de su viaje.

La plataforma de Travelport está dispuesta a brindarle a la industria los medios para lograrlo. Como empresa tecnológica y líder mundial en prestaciones móviles y digitales, nos proponemos lograr que la experiencia de vender, comprar y gestionar un viaje sea mejor.

Cada año invertimos más de 200 millones de dólares en Investigación y Desarrollo para lograrlo, y utilizaremos los datos que nos proporcione esta encuesta para seguir destinando esta inversión a ayudar a que nuestros clientes cumplan las necesidades del viajero moderno.

Espero que encuentre útiles los datos de esta encuesta para guiar su estrategia y sus prioridades a medida que nuestra industria sigue evolucionando y adaptándose a las nuevas oportunidades que la tecnología más reciente puede proporcionar.

Gordon Wilson

Presidente y director general, Travelport

Tabla clasificatoria del viajero digital 2017

Al combinar los muchos indicadores del uso digital de parte de los viajeros de cada país, hemos creado una tabla clasificatoria para mostrar quiénes son los más dependientes de la tecnología y quiénes los menos dependientes entre las naciones encuestadas. Los hallazgos reflejan en líneas generales los niveles de penetración de smartphones, Internet móvil e Internet de línea fija en la región.

Existen algunas diferencias sorprendentes en el comportamiento digital de los viajeros entre los países de la encuesta. Algunas personas confían ciegamente en la tecnología móvil mientras que otros son menos dependientes de la tecnología al planificar y realizar sus viajes.

Clasificación	País
1	India
2	China
3	Indonesia
4	Brasil
5	Arabia Saudí
6	México
7	Sudáfrica
8	EAU
9	Colombia
10	Italia
11	EE. UU.
12	España
13	Francia
14	Rusia
15	Canadá
16	Australia
17	Reino Unido
18	Japón
19	Alemania

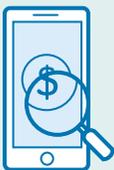
El viajero digital español

Planificación



85% utiliza webs de opiniones a la hora de buscar viajes

73% se deja aconsejar por agentes de viajes



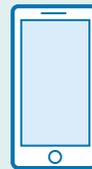
43% indica que el mayor problema es el tiempo empleado en encontrar el mejor precio

Reserva



38% considera un problema no poder hablar con una persona al reservar un viaje

46% busca y reserva su viaje a través de su smartphone



El viaje



71% dice que lo más importante para ellos cuando viajan es ser capaces de seguir en contacto

66% dice que las tarjetas de embarque digitales y los billetes electrónicos hacen que viajar sea mucho más sencillo



En destino



50% quiere escapar del mundo digital y apaga todos los dispositivos durante el viaje

73% quiere ver lo máximo posible de la zona local cuando viaja por negocios



Al viajar, por término medio se utilizan **15** categorías de aplicaciones

"El estudio del viajero digital global" de Travelport fue una encuesta online que utilizó muestras de viajeros del Estudio Toluna* en agosto de 2017. El estudio comprendió 19 países del mundo y se restringió a las personas que hayan tomado al menos un vuelo de regreso durante el último año. En total, fueron 11.000 encuestados provenientes de 19 países.

© 2017 Travelport. Todos los derechos reservados. Travelport, el logotipo de Travelport, Apollo, Galileo y Worldspan son marcas comerciales de Travelport. Todas las demás marcas pertenecen a sus respectivos propietarios.

*Estudio Toluna: www.toluna-group.com

Visión global

Temas del informe

Alivio digital para los viajeros

Existen miles de aplicaciones online disponibles para ayudar a la hora de planificar y disfrutar un viaje. ¿Pero hay demasiada información al alcance de la mano? ¿Puede resultar confuso en lugar de ayudar a los viajeros a tomar mejores decisiones?

El viajero siempre conectado

A todo el mundo le gusta relajarse en vacaciones. ¿Pero funciona cuando viajas con Internet en tu bolsillo sabiendo que puedes seguir conectado en cualquier lugar? ¿Existe un conflicto entre estar conectado y alejarse de todo?

La brecha generacional de los viajeros

Que cada persona disfruta de un tipo de viaje distinto no es ninguna novedad. ¿Pero existen diferencias entre los hábitos de los viajeros jóvenes y los más adultos cuando buscan y reservan viajes?

Tabla clasificatoria del viajero digital

Al combinar los principales indicadores del uso digital por parte de los viajeros de cada país, hemos creado una tabla clasificatoria para mostrar quiénes son los más dependientes de la tecnología y quiénes los menos dependientes entre las naciones encuestadas. Los hallazgos reflejan en líneas generales los niveles de penetración de smartphones, Internet móvil e Internet de línea fija en la región.

Alivio digital para los viajeros

La era del viajero digital

En los últimos años, el número de aplicaciones móviles para el sector de los viajes ha aumentado enormemente.

Existen aplicaciones para ayudarle a realizar cientos de tareas que facilitan su viaje, desde la búsqueda de un destino a imprimir las tarjetas de embarque. De media, los viajeros acceden a 16 categorías de aplicaciones para cada viaje que realizan. ¿Pero hay demasiada información al alcance de la mano?

Un mundo de opciones

Con toda esta información disponible, uno espera que los viajeros estén satisfechos, sin embargo, nos han dicho que la cantidad de información a disposición puede ser abrumadora al punto de llevar a la confusión e indecisión.

De media, los viajeros utilizan **16** categorías de aplicaciones diferentes para un viaje

El **75%** deja comentarios de su viaje en las webs de opiniones

Cuestión de elección

Las webs de opiniones son muy útiles, pero las personas que escriben los comentarios pueden no tener sus mismos gustos. Por supuesto, no todos los comentarios son imparciales, por lo que puede ser difícil saber en quién confiar.

El agente de viajes como consejero

Lo que buscan cada vez más los viajeros en medio de esta confusión es una voz de confianza. Un agente de viajes que los conozca y los guíe por el laberinto de opciones y ofertas que sabe que les interesan. Les encantaría tener una sola fuente con toda la información y la ayuda que necesitan.

El viajero siempre conectado

Permanecer conectado

Existen muchas razones para necesitar acceso a internet estando lejos de casa. Puede que los viajeros quieran buscar información acerca del destino y las cosas que hacer en él, o simplemente comprobar qué tiempo hará. También puede que quieran estar en contacto con amigos y familiares, además de publicar en redes



sociales mensajes y fotos de actividades, nuevos amigos y comidas exóticas.

Miedo a perderse algo

Como no es de extrañar, los viajeros consideran esencial el hecho de poder estar conectados a Internet cuando viajan, con la opción de Wi-Fi gratuito como una necesidad básica. Sienten que estarían perdidos sin sus smartphones y les preocupa que falle la tecnología o quedarse sin batería.

El **60%** dijo que estaría perdido sin su smartphone

El **61%** evita los hoteles que cobran por Wi-Fi

Visión global

Desconectar

Conectar con amigos y familiares, acceder a las redes sociales e investigar el área local son grandes deseos, pero sigue habiendo una necesidad subyacente de desconectar de vez en cuando para que los viajeros puedan de verdad relajarse y olvidar el día a día por un rato.

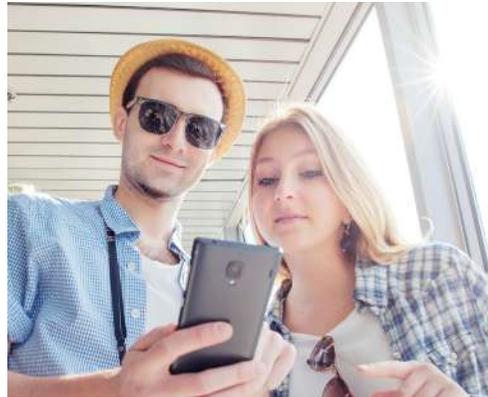
La brecha generacional de los viajeros

La sabiduría viene con los años

Los viajeros mayores tienden a saber con antelación lo que buscan cuando investigan sobre un viaje. Les gusta regresar a los planes de eficacia comprobada y no perder tanto tiempo buscando inspiración. También son menos propensos a ser influenciados por las redes sociales y reservan un viaje según una experiencia pasada.

Decisión juvenil

Los viajeros más jóvenes, sin embargo, parecen ser mucho más dependientes de la ayuda y los consejos de los demás. Utilizan las redes sociales y visitan webs para investigar sobre ideas de vacaciones y se dejan influenciar por ellas. Sin embargo, esto puede ser confuso, ya que muchos



informaron que se sienten abrumados por la información e inseguros con respecto a las personas en quienes pueden confiar.

La voz de la experiencia

Los viajeros más jóvenes se dan cuenta de que a veces menos es más. Si pueden obtener asesoramiento experto de una

79% de las personas de entre 18 y 24 años miran vídeos y fotografías que han publicado los amigos en las redes sociales como parte de su investigación

44% de las personas de entre 18 y 24 años sienten preocupación por no saber si los comentarios son genuinos

fuente, no es necesario dedicar demasiado tiempo buscando en múltiples sitios. Lo que realmente ayuda es un proceso simplificado con un agente de viajes que provea un asesoramiento personalizado. Así se sentirían cómodos sabiendo que están tomando las mejores decisiones para ellos.

Tabla clasificatoria del viajero digital

Después de estudiar el uso de herramientas digitales de cada país encuestado, hemos podido crear una tabla clasificatoria para ilustrar las naciones que son más dependientes de la tecnología en el mundo. Es interesante que existen algunas claras diferencias en el comportamiento de viaje digital de estos países.

Primer puesto: India

La mayoría de nosotros nos sentiríamos perdidos sin nuestros smartphones, aunque no los usemos en todas las etapas del viaje, pero los indios son los campeones mundiales en términos digitales. Evidentemente adoran la comodidad de sus smartphones y los usan a menudo, tanto para la reserva de un viaje como para embarcar en un avión con una tarjeta de embarque digital.



Aumenta el uso de la búsqueda por voz

La búsqueda por voz es aún una tecnología en desarrollo, aunque se está convirtiendo en una fuente de información popular. Buscar viajes mediante búsqueda por voz es muy popular en China, donde el 72% lo utiliza, mientras que solo el 33% de los viajeros de Reino Unido utiliza este medio.

Los viajeros indios utilizan smartphones desde la reserva de un viaje hasta el embarque en el avión, y un **82%** de ellos coinciden en que usar tarjetas de embarque hace que viajar sea más sencillo

China es el país con más usuarios de aplicaciones, con un promedio de **20** categorías de aplicaciones utilizadas en cada viaje

Visión regional: Europa

Temas del informe: Europa

Viajeros europeos: digitalmente capacitados

Dispuestos a compartir sus experiencias

Reservando el viaje: deseo de asesoramiento experto y amable

El lujo del viaje de negocios

Viajeros europeos: digitalmente capacitados

La tabla de la liga de viajeros digitales muestra que, mientras que los viajeros europeos se encuentran por detrás con respecto a regiones como Asia-Pacífico, Latinoamérica y partes de Oriente Medio, siguen siendo viajeros que usan herramientas digitales. Los europeos es más probable que reserven un viaje utilizando un ordenador (82%) que un smartphone (21%), pero también existe dependencia del móvil, ya que el 56% afirma que estarían perdidos sin sus teléfonos inteligentes mientras están de viaje.

Más de la mitad de los europeos ha reservado viajes de ocio usando una agencia de viajes online (Online Travel Agency, OTA). La excepción a este dato es Rusia, donde solo el 32% afirman haber utilizado una OTA para reservar un viaje de ocio.

Dispuestos a compartir sus experiencias

En Europa, parece que los viajeros están dispuestos a compartir experiencias después de un viaje, ya que una cuarta parte de los encuestados que respondieron de Italia, Reino Unido, Francia y España afirman que suelen dejar revisiones de hoteles y restaurantes con regularidad. De estos, los más prolíficos son los italianos, con casi dos quintos (39%) que afirman que contar sus experiencias de viaje es un hábito regular. Esta predisposición para compartir parece que no va a dejar de crecer, ya que solo el 6% dicen que es improbable que dejen alguna vez una reseña.

El **82%** de los europeos reservan a través de un ordenador

El **21%** reserva a través de su smartphone



Reservando el viaje: asesoramiento experto y amable

Si bien los viajeros europeos se encuentran cómodos usando tecnología y acceden con regularidad a una gran variedad de aplicaciones relacionadas con los viajes, tres cuartos de ellos dijeron que consultan a un agente de viajes cuando quieren investigar y reservar un viaje. De hecho, un tercio de ellos dijo que es frustrante el hecho de no poder

hablar con una persona real. Esto se cumple en especial en Rusia, donde el 29% de los viajeros de negocios dijo que les agrada reservar por teléfono y el 38% de los viajeros de ocio prefieren la transacción cara a cara. El contacto personal claramente le añade valor al proceso de selección y reserva, y la total dependencia de la tecnología no es algo común en Europa.

El lujo del viaje de negocios

Solo el 10% de los viajeros de ocio viajan en primera clase y el 17% lo hace en clase ejecutiva. Pero, al viajar por negocios, los europeos son mucho más propensos a "girar a la izquierda" al abordar un avión. Las cifras se elevan a 22% para la primera clase y 35% para la clase ejecutiva, destacando la voluntad de gastar más dinero dependiendo de quién paga el vuelo.

El **50%** reserva usando una OTA

El **32%** de los viajeros rusos reserva los viajes de ocio usando OTA

El **39%** de los viajeros italianos suelen dejar opiniones de hoteles y restaurantes

Visión del país: España

Temas del informe: España

España: puesto 12 de la tabla clasificatoria

Viajeros de negocios aventureros

La experiencia digital: hallando el equilibrio entre la conexión y la desconexión

De media, se utilizan **15** categorías de aplicaciones durante los viajes

El **55%** dice saber lo que quiere cuando planifica un viaje

El **73%** utiliza recomendaciones de agentes de viajes

El **35%** utiliza la búsqueda por voz para planificar un viaje

El **46%** busca y reserva desde un smartphone

Al **73%** de los viajeros corporativos le gusta explorar la zona

El **61%** elige hoteles con Wi-Fi gratuito

El **71%** dice que es importante permanecer en contacto al viajar

España: puesto 12 de la tabla clasificatoria

De los países encuestados, España se encuentra en el puesto 12 de la tabla clasificatoria global de las naciones de viajeros más dependientes de la tecnología, detrás de Italia (puesto 10) pero delante del resto de países europeos. De hecho, en la investigación los viajeros españoles admiten usar una media de 15 categorías de aplicaciones distintas, de las cuales los mapas son los más populares. Sin embargo, los viajeros españoles también prefieren la interacción humana y el 73% hace uso de las recomendaciones de los agentes de viajes

Viajeros capacitados

Más de la mitad (55%) de los viajeros españoles dicen que, por lo general, saben lo que quieren cuando se trata de buscar su viaje. Cuando necesitan orientación, el 73% dice que les agrada hacer uso de las recomendaciones de los agentes de viajes, ya que prefieren el contacto humano a la experiencia online anónima.

Sin embargo, los viajeros españoles también se desenvuelven con soltura utilizando la tecnología, y dicen que les agrada utilizar la



búsqueda por voz al investigar sobre un viaje (35%), y también afirman que buscan y reservan su viaje en un smartphone (46%). Lo que no disfrutan es la cantidad de tiempo que pasan buscando el mejor precio, lo que el 43% describió como un motivo de frustración.

Viajeros de negocios aventureros

Aparentemente, los viajeros de negocios españoles no son adictos al trabajo. Sin bien sin dudas se comprometen con su trabajo, dicen que explorar un destino y aprovechar al máximo su viaje es algo importante:

El 73% afirmó querer ver la zona local tanto como sea posible al estar de viaje.

Hogares con PC **77,3%***
Hogares con smartphone **74,5%***

*Euromonitor International (2016 - estadísticas nacionales)

La experiencia digital: hallando el equilibrio entre la conexión y la desconexión

Con los viajeros españoles utilizando tantas aplicaciones relacionadas con los viajes durante sus viajes, no sorprende que el 61% de ellos elija hoteles donde no cobren por el Wi-Fi. Además, el 29% dice que les gusta tener servicios de conserjería en su smartphone como ayuda para aprovechar al máximo sus viajes y realmente poder conocer su destino. El hallazgo más sorprendente es que, a pesar de todas las ventajas de estar conectado mientras se está fuera, el 50% también dice que quiere escapar del mundo digital y desconectar todos los dispositivos cuando salen de viaje.

En el viaje

Cuando están de viaje, el 71% de los viajeros españoles dicen que es importante poder estar en contacto con los amigos y la familia. Estar conectado durante el viaje es importante también por otros motivos. El 66% dice que las tarjetas de embarque digitales y los billetes electrónicos hacen que viajar sea mucho más sencillo.

Nuestros informes

“El estudio del viajero digital global” de Travelport fue una encuesta online que utilizó muestras de viajeros del Estudio Toluna* en agosto de 2017. El estudio comprendió 19 países del mundo y se restringió a las personas que hayan tomado al menos un vuelo de regreso durante el último año. En total, fueron 11.000 encuestados provenientes de 19 países.

Australia	Japón
Brasil	México
Canadá	Rusia
China	Arabia Saudí
Colombia	Sudáfrica
Francia	España
Alemania	EAU
India	Reino Unido
Indonesia	EE. UU.
Italia	

www.travelport.com/info

© 2017 Travelport. Todos los derechos reservados. Travelport, el logotipo de Travelport, Apollo, Galileo y Worldspan son marcas comerciales de Travelport. Todas las demás marcas pertenecen a sus respectivos propietarios.

*Estudio Toluna: www.toluna-group.com

