

# Descifrando el sector de viajes en 2022

Tras dos años de incertidumbre, llega el momento de recuperar el tiempo perdido: el consumidor empoderado quiere hacer las maletas y viajar... ¿nos acompaña a descubrirlo?

## Algunas claves del sector en 2022



El Covid y la Crisis de Ucrania, factores de impacto



Los viajes intraeuropeos se mantienen

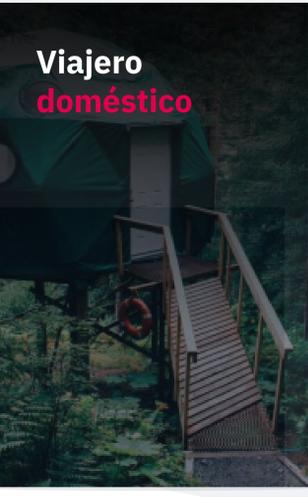


Mayor demanda de viajes domésticos



Planificación de viajes en el corto plazo

### Viajero doméstico



#### Perfil

- 35 - 54 años
- Nivel Socioeconómico Medio alto
- Núcleos familiares con hijos que planean irse de vacaciones dentro de su país de residencia

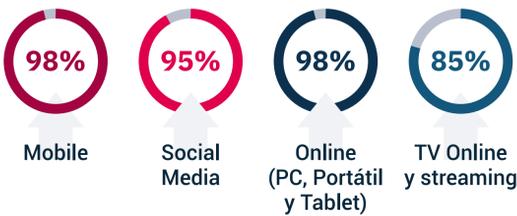
### Viajero internacional



#### Perfil

- 25 - 54 años
- Nivel Socioeconómico Alto
- Núcleos familiares con hijos que planean irse de vacaciones a un destino internacional

## Ambos tipos de viajeros en España consumen principalmente medios digitales, durante una media de 2,5 horas al día



A través de los medios digitales también descubren las marcas y meditan la compra:

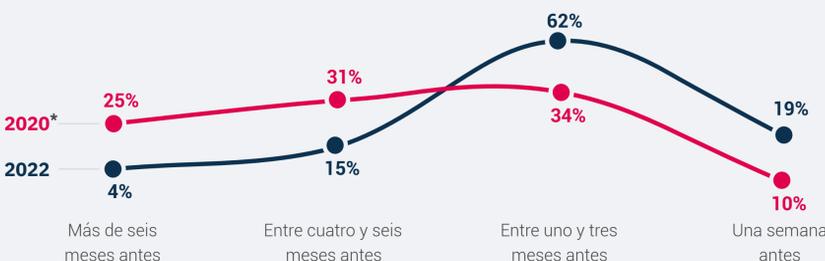
- (35%) Motores de búsqueda
- (32%) Anuncios vistos en TV
- (31%) Recomendaciones de amigos o familiares
- (29%) Anuncios vistos en Social Media
- (28%) Otras webs minoristas

### Los viajeros han empezado a incorporar nuevos canales para conectar con las marcas

Aunque Web y App siguen siendo los favoritos de los viajeros para gestionar sus reservas, nuevas vías como WhatsApp, Redes Sociales o Chatbots, se abren camino poco a poco.



## El proceso de reserva sigue acortándose en el caso de los viajeros españoles



\*En los datos del análisis de Rebold correspondiente a 2020 (junio) se excluye la opción de "todavía no he hecho mi reserva" que se situaba en el 57%

### Top drivers de compra online para los viajeros españoles



### La planificación de viajes nacionales sigue en auge

Los viajeros españoles reservarán mayormente viajes nacionales y sus principales destinos serán costeros:



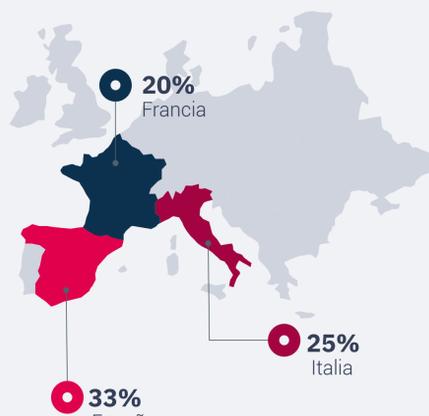
### Nuevas tendencias de la industria

Sin duda, los viajeros domésticos e internacionales seguirán la pista de las nuevas tendencias de viaje surgidas en la industria:



### Europa será el principal destino internacional para el 51% de los viajeros globales

Y España el principal destino europeo tanto para viajeros globales como españoles.



¿Te ha gustado? No olvides que **compartir es vivir**



Descarga el estudio completo [aquí](#)

En Rebold ayudamos a las marcas a conectar con las personas a través de experiencias de valor. ¿Quieres que demos un impulso a tu estrategia en el sector travel?

**¡Contacta con nosotros!**

Fuentes: Global Web Index/Research Rebold/Statista/Forbes/Wunderman Thompson/Encuesta online "Descifrando al nuevo viajero" - Rebold