

Estudio sobre el uso de Internet en el móvil para los viajes los viajes

LOS MÓVILES SE CONVIERTEN EN LA NUEVA “BRÚJULA” DE LOS VIAJES

- El Observatorio sobre Viajes e Internet analiza las tendencias en el uso de la conexión móvil durante la preparación de los viajes y los desplazamientos a destinos nacionales e internacionales
- El 81% de los usuarios que acceden a Internet en su móvil lo utiliza también como herramienta para planificar su viaje, buscar información, compartir información, etc.
- Las mujeres lo utilizan más para planificar con antelación las actividades y para compartir las experiencias, mientras que los hombres hacen un uso más intensivo durante el viaje para buscar experiencias de otros viajeros y descargarse aplicaciones, especialmente mapas.
- La web social de viajes Minube.com, Turismo Castilla-La Mancha y The Cocktail Analysis presentan un informe que indica que 1 de cada 3 viajeros que utilizan Internet en el móvil para los viajes se descarga una aplicación para hacerlo más fácil.

Madrid, diciembre de 2010.- Expresiones como “no tengo tiempo de preparar mi viaje” o “cuando llegue a casa lo busco en el ordenador” están pasando de moda gracias a la utilización de Internet en el móvil. **Ocho de cada diez internautas** en este tipo de dispositivos lo han incorporado al proceso de preparación de sus viajes, así como al propio desarrollo del mismo para buscar información, cambiar en tiempo real su plan de viaje, o incluso, compartir su experiencia con amigos, familiares y otros “compañeros de viaje virtuales”.

El móvil es la nueva brújula de los viajes para orientarse en la resolución de necesidades como encontrar hoteles, restaurantes, actividades de ocio o ver fotos, videos y mapas del próximo destino con sólo mover los dedos. Configurar una experiencia lo más personalizada posible es el objetivo último, así como registrar lo que nos sucede y compartirlo en redes sociales. Pero al 90% de los viajeros les frena un aspecto: la necesidad de adaptar aún más los contenidos a las características de los propios terminales y las tarifas de conexión en los desplazamientos internacionales, donde el viajero propone una tarifa máxima de 1,7€ diaria para seguir utilizándolo.

El estudio **Tendencias en el uso de Internet en el móvil para los viajes** ha sido realizado por el **Observatorio sobre Viajes e Internet**, una iniciativa de la web social Minube.com, en colaboración con Turismo Castilla-La Mancha y con la participación de The Cocktail Analysis como consultora, y que viene avalado por la acogida de su primer estudio en junio de este año sobre *Tendencias del Nuevo Viajero*.

Los Smartphone se imponen en los viajes y a la playa se va con el móvil.

Es significativo como el 50% de los viajeros que declaran usar Internet en el móvil para viajes lo hacen tanto en la preparación como durante el mismo, mientras que un 40% lo hace sólo durante sus desplazamientos. El mayor consumo de Internet en cualquiera de las fases de los viajes se desarrolla desde teléfonos tipo Smartphone, frente a la navegación en terminales convencionales.

Por tipo de destinos analizados, los viajes nacionales a la playa son los que más se prestan al empleo de Internet en el móvil (83%), seguidos de las zonas rurales (72%), los centros urbanos (67%), los desplazamientos internacionales (73%) y, por último, los viajes de negocios (61%).

Seis de cada diez viajeros reconoce que se lleva el portátil a sus desplazamientos, además del móvil, mientras que un 25% lo hace acompañado de un notebook o pequeño portátil en su maleta, al igual que la conexión a Internet mediante USB. El “always-online” triunfa entre los nuevos viajeros, algo que como tendencia se manifiesta desde hace meses en los diferentes estudios planteados. Sin embargo sigue habiendo cerca de un 20% que prefiere no llevarse ningún equipo adicional.

El viaje comienza desde una pequeña ventana en la palma de la mano

Los españoles somos consumidores intensivos de Internet. Cerca de 25 millones de personas se conectan cada mes a la Red, según los diferentes estudios sobre población internauta, y esta cifra si bien es menor en los terminales móviles, no deja de crecer gracias a la generalización de tarifas de conexión más económicas. En este estudio sobre **Tendencias en el uso de Internet en el móvil para los viajes**, uno de los aspectos que se ha pretendido analizar es para qué utilizan los españoles las webs y aplicaciones móviles tanto durante la preparación del viaje como durante su propio desarrollo.

En la primera fase, la de **PREPARACIÓN**, es especialmente significativo que un 68% de los viajeros lo emplean para consultar mapas en los propios terminales, seguido de un 46% que aprovecha su tiempo para comparar precios o encontrar alojamientos y restaurantes. Los móviles son un canal abierto además para informarse sobre todo lo relativo a desplazamientos, traslados y horarios (aproximadamente un 35% de los viajeros lo utilizan para eso), así como contratar actividades en el propio destino (22%). Un dato curioso es que sólo un 9% de los usuarios lo utilizan para buscar viajeros en el lugar de destino. Aunque como punto significativo, un dato impactante: **1 de cada 3 viajeros que emplea Internet en el móvil lo hace para seleccionar su próximo destino**. El móvil es la “bombilla” de la inspiración para los viajeros, algo que también se determinó en la utilización de Internet para la preparación de los viajes del primer Estudio sobre Tendencias del Viajero del Observatorio.

Las ventajas que los viajeros ven para utilizar Internet en el móvil en la preparación de sus viajes son la posibilidad de consultarlo en cualquier momento o lugar (39%), la rapidez (18%) en el acceso a mucha la información, la comodidad (12%), o que organizas el viaje a tu medida (9%).

Las principales desventajas para utilizar el móvil en la preparación son el tamaño de la ventana (16%), la lentitud (15%), las tarifas altas (15%) o la falta de adaptación de las páginas (7%). Aunque significativamente, para un 37% no presenta desventajas.

He llegado a mi destino. ¿Dónde comemos?

Hemos llegado a nuestro destino. Parte de las necesidades que teníamos de preparación del viaje se han dejado de lado. Ahora tenemos por delante la posibilidad de seguir con el plan previsto y aprovechar al máximo la visita, pero, ¿cómo nos puede ayudar Internet en el móvil? **DURANTE EL VIAJE**, para un 56% de los viajeros la principal actividad es encontrar restaurantes o lugares donde comer, seguida de la consulta de traslados, horarios y precios de los mismos en el propio destino (45%) y compartir la experiencia con amigos y conocidos (39%). El móvil es un medio de ayuda sobre todo, como demuestra que uno de cuatro lo emplea para buscar el alojamiento, descubrir qué hacer gracias a la experiencia de otros viajeros a los que se sigue, o descargar aplicaciones móviles.

La socialización es una actividad muy de moda, aunque podríamos decir más bien una tendencia inexorable gracias a la integración de la experiencia online en el móvil con las redes sociales. El 70% de los usuarios que interactúan a través de Internet en el móvil lo hacen para actualizar su estado en las redes sociales durante el viaje, seguida de la subida de fotos y videos para compartir (64%), enviar emails (56%) o utilizar servicios de geolocalización.

Pero Internet nos hace ser inconformistas: siete de cada diez viajeros ha modificado su plan de viaje gracias al móvil, bien cambiando el destino, las actividades que iban a desarrollar o incorporando otras nuevas que no tenían pensado hacer.

Las principales ventajas de utilizar Internet en el móvil durante el viaje son:

- Disponer de información en tiempo real.
- Rapidez y agilidad

- Comodidad
- Estás siempre conectado
- Solución de inconvenientes en tiempo real
- Consulta de mapas
- Entretenimiento
- Consulta de redes sociales, etc.

Los inconvenientes, al igual que en la preparación, son la lentitud, la pantalla demasiado pequeña o los problemas de compatibilidad de las webs consultadas, aunque por encima de ellas están las tarifas que se tienen que pagar. Sin embargo, como dato positivo, para un 39% no hay inconveniente alguno y todo son ventajas.

Jóvenes contra tarifas; mujeres previsoras y hombres que se pirran por las aplicaciones

Resulta complicado establecer perfiles de viajeros por criterios sociodemográficos, pero descendiendo a aspectos como la edad nos encontramos que **los usuarios más jóvenes** ven sobre todo un freno a la utilización de Internet en el móvil durante el viaje **en las tarifas de las operadoras**, algo que conforme se va incrementando la edad desciende, aunque es preciso decir que sigue siendo un obstáculo como se ha indicado para un 90% de los viajeros en destinos internacionales. La reclamación general son tarifas planas más económicas, especialmente en estos últimos, donde se sugiere una tarifa media de 1,7€ diarios, cantidad que se obtiene de ofrecer diferentes alternativas de precios a los viajeros.

En cuanto a las diferencias por género, la penetración de Internet en el móvil para los viajes es similar en ambos casos, si bien en el caso de las **mujeres** se realiza un **uso más intensivo durante la preparación** (70% vs 53%) para tener con mayor antelación la información disponible, mientras que durante el viaje lo emplean sobre todo para la socialización de la experiencia (48% vs 33%). Los **hombres**, por su parte, hacen un **uso más intensivo durante el viaje** (89% vs 77%) mientras que buscan más la experiencia de otros viajeros (31% vs 17%) y son más proclives a la descarga de aplicaciones (25% vs 14%), especialmente mapas.

Aplicaciones para móviles: terrero con mucho potencial

El 27% de los viajeros que utilizan Internet en el móvil lo hacen para descargarse aplicaciones, especialmente durante el propio viaje (51%), siendo las más demandadas las relacionadas con **mapas/GPS** (37%), localización de sitios de interés (20%), o en un aspecto más lúdico, los juegos (8%), aplicaciones sobre el tiempo (5%) o realidad aumentada (6%). La principal razón para la descarga de las aplicaciones son las posibilidades que ofrecen para ampliar información sobre los lugares de destino, la utilidad y practicidad de las mismas, la comodidad y que son divertidas. Para un 55% de los viajeros no existe ningún inconveniente para incorporar las aplicaciones a sus viajes, lo que da una idea de su potencial de crecimiento dada la aceptación de la población.

Por último destacar el peso de la conexión wifi en los viajes Internacionales, donde un 50% de los viajeros la tienen como única forma de acceder a Internet en sus móviles, habida cuenta de los problemas con las tarifas aplicadas. Para el 84% de ellos, éstas son muy o bastante caras.

Más información en <http://www.minube.com/observatorio>

Sobre minube.com

Minube es una Web social de viajes. Una comunidad por la que pasan todos los meses más de 1.500.000 de personas que buscan inspirarse para decidir sus destinos, planificar sus viajes gracias a recomendaciones reales y compartir sus propias experiencias. Una web en la que ya hay más de 170.000 rincones de más de 21.000 ciudades de 205 países. Un lugar donde hay más de 800.000 fotografías y /8.000 vídeos de viajes compartidos por los propios viajeros.



Sobre Turismo Castilla-La Mancha

www.turismocastillalamancha.com es la Web oficial de Turismo de Castilla-La Mancha. Esta web recibe alrededor de 10.000 visitas diarias. Más de 20.000 viajeros siguen las propuestas que envía cada mes, donde pueden encontrar recomendaciones y secretos de expertos en la región para sus escapadas a Castilla-La Mancha. Gracias a su API, lanzada recientemente, estos contenidos están a disposición de quien los solicite, una información muy útil, que también está accesible para los viajeros a través de la nueva aplicación para iPhone "Turismo CLM".

Sobre The Cocktail Analysis

The Cocktail Analysis (www.tcanalysis.com) es una agencia de investigación y consultoría estratégica especializada en nuevas tecnologías, tendencias de consumo y comunicación.

Para más información:

Minube: 91 485 55 78 / 91 776 38 02

Pedro Jareño (pedro@minube.com) /

Juan Carlos Milena (juancarlos@minube.com)

Twitter: @minube