

Nuestros principales mercados emisores (Alemania, Italia, Francia y Reino Unido) están deseando viajar.



El gráfico muestra las menciones sobre viajes en el primer semestre de 2021 y 2022 en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2021 – 30/06/2021; 01/01/2022 – 30/06/2022.

¡HAY GANAS DE VIAJAR!

Desde el equipo de Social Intelligence de Ipsos hemos analizado la **conversación sobre viajes de los principales países emisores de turismo a España** (Alemania, Italia, Francia y Reino Unido).

Lo primero que nos desvelan los datos es que hay ganas de viajar, la conversación sobre esta materia **ha aumentado un 30% en términos interanuales.**

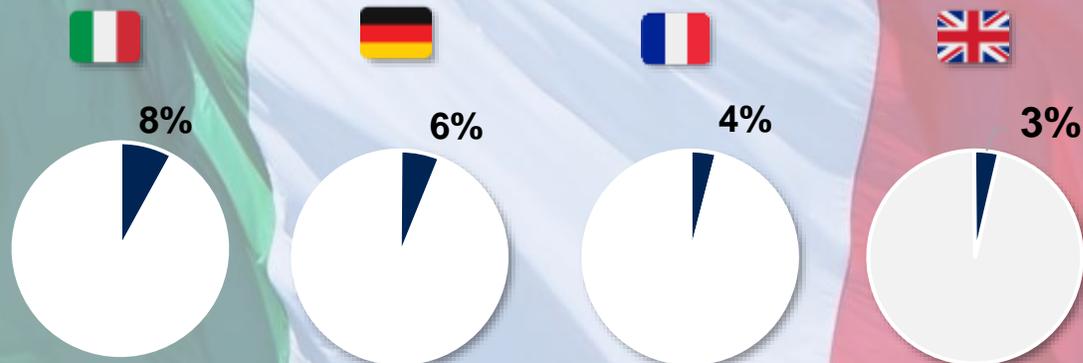
El 2022 se ha considerado como el año de la definitiva recuperación del turismo y, si la inflación lo permite, todo parece indicar que así será.

Eva Aranda

Social Intelligence Analytics Country Leader

¿Piensan en España cuando hablan de vacaciones?

España como destino turístico, ¿qué peso tiene en la conversación sobre viajes y vacaciones en estos países?



El gráfico muestra el peso de las menciones sobre España, Comunidades Autónomas y principales puntos turísticos (según el Instituto Nacional de Estadística) en la conversación de vacaciones y viajes durante el primer semestre de 2022 en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2022 – 30/06/2022

LOS ITALIANOS, LOS QUE MÁS PRESENTES TIENEN A ESPAÑA EN SUS VIAJES

Es Italia donde más citan a España como destino turístico para sus vacaciones y viajes en este 2022. En el 8% de su conversación sobre viajes hay menciones a España. Alemania es el segundo mercado en el que nuestro país tiene más presencia en la conversación.

Más de 500K personas que han mencionado nuestro país en una conversación sobre turismo. La escucha social permite analizar este gran volumen de testimonios de potenciales turistas, y profundizar en sus motivaciones y barreras, para, por ejemplo, diseñar o mejorar las estrategias de marketing.

Eva Aranda
Social Intelligence Analytics Country Leader

¿Pero hablan más de España como destino turístico que en 2021 o menos?

España como destino turístico en la conversación sobre viajes y vacaciones



El gráfico muestra las menciones totales sobre España, Comunidades Autónomas y principales puntos turísticos españoles en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia, dentro de la conversación general sobre vacaciones y viajes. Menciones recogidas del 01/01/2021 – 30/06/2021; 01/01/2022 – 30/06/2022.

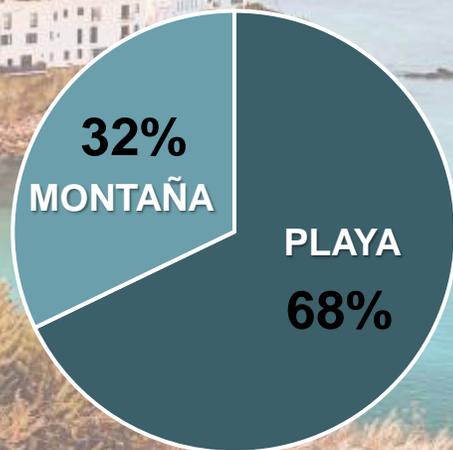
EN COMPARACIÓN CON 2021, AUMENTA LA PRESENCIA DE ESPAÑA EN LA CONVERSACIONES

En términos absolutos, **los ingleses** son los que más mencionan a España como destino vacacional, y además esta cifra aumenta con respecto a 2021.

En Italia se habla menos de España que el año pasado, pero debido a la disminución de conversación sobre España en Alemania, ha pasado a ser el segundo país en términos de conversación en 2022.

Un análisis en profundidad de las conversaciones permitiría explicar los motivos de estas fluctuaciones, y el análisis conjunto del dato real con el dato “social” será de gran interés para la estimación de futuros comportamiento y vínculos entre ambos indicadores.

Un cliché: España, destino de sol y playa



El gráfico muestra las menciones a playa o montaña dentro de la conversación relativa a vacaciones y viajes, ligada a España, Comunidades Autónomas y principales destinos turísticos españoles en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2021 – 30/06/2022.

CUANDO SE HABLA DE VACACIONES EN ESPAÑA, LA PLAYA GANA A LA MONTAÑA

Cuando los turistas de estos países hablan de montaña o playa en sus publicaciones, en el 68% de los posts se cita a la playa, actividades náuticas o deportes de verano en el mar.

Y es que nuestros países emisores de turismo eligen principalmente viajar a España por su buen tiempo y sus playas.

Y esto es sólo el principio... Podemos profundizar en los destinos concretos en los que se muestra mayor interés dentro de ambas categorías, y detectar las principales palancas a movilizar para convertir la conversación en visita real.

¿Cuáles son los destinos más citados?



El gráfico muestra menciones a las CCAA o alguno de sus puntos turísticos dentro de la conversación relativa a vacaciones y viajes durante el primer semestre de 2022 en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2022 – 30/06/2022

MADRID, CATALUÑA, ANDALUCÍA Y COMUNIDAD VALENCIANA, LOS DESTINOS MÁS PRESENTES EN LAS CONVERSACIONES

Cuando los residentes de nuestros principales mercados emisores hablan de España, las CCAA que más aparecen en la conversación son Madrid, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana.

Las **Islas Baleares** sería también uno de los destinos que más menciones genera, seguido muy de lejos por **Islas Canarias**, con casi **17.000 menciones menos**.

Social Intelligence & Analytics
#MIRILLASOCIAL

By Ipsos

#TURISMOENESPAÑA

Y, ¿desde dónde hablan los usuarios?

Londres, Manchester y Glasgow

los núcleos urbanos desde donde más se cita a Cataluña cuando los usuarios hablan de viajes o vacaciones a España.

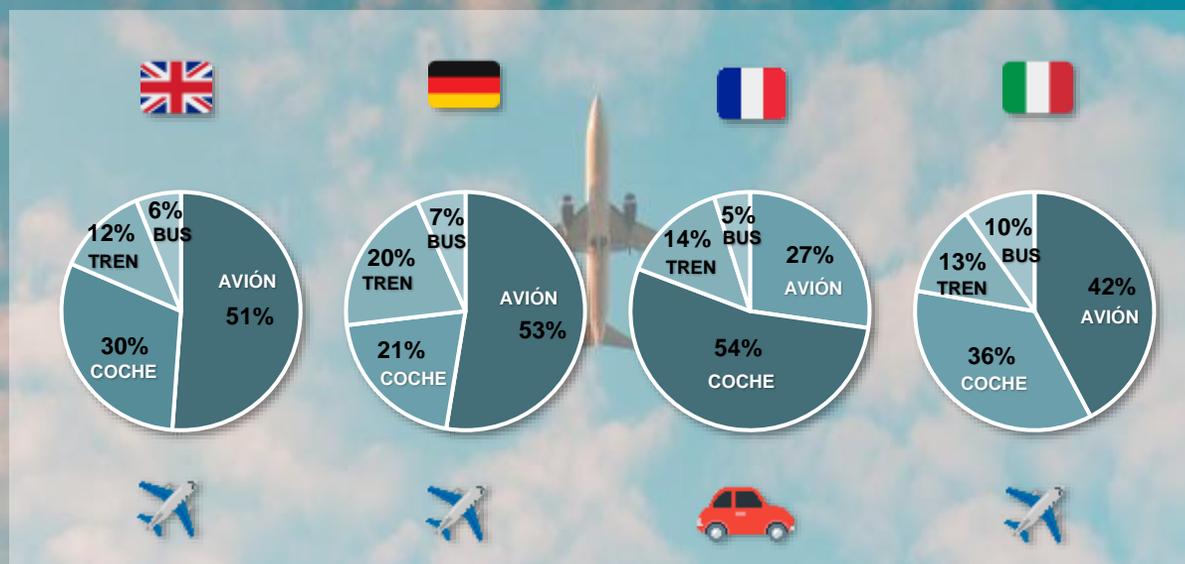
El gráfico muestra las menciones a Cataluña o alguno de sus puntos turísticos en la conversación de vacaciones y viajes durante el primer semestre de 2022 en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido. Menciones recogidas del 01/01/2022 – 30/06/2022

¿DÓNDE VIVEN LOS QUE MENCIONAN A TU COMUNIDAD COMO DESTINO VACACIONAL?

Un análisis que nos permite hacer Synthesio, nuestra plataforma de Social Intelligence, es **conocer la ubicación de las menciones**. Es decir, tomando el ejemplo del Reino Unido, como país que más menciona a España en sus conversaciones sobre viajes para este 2022, y dentro de éstas, las menciones que hacen al destino Cataluña, ¿desde qué parte del país lo hacen?

Pues bien, los usuarios del Reino Unido que hablan de Cataluña como destino vacacional, lo hacen principalmente desde Londres, Manchester y Glasgow.

¿Cómo vienen y en qué transporte se desplazan?



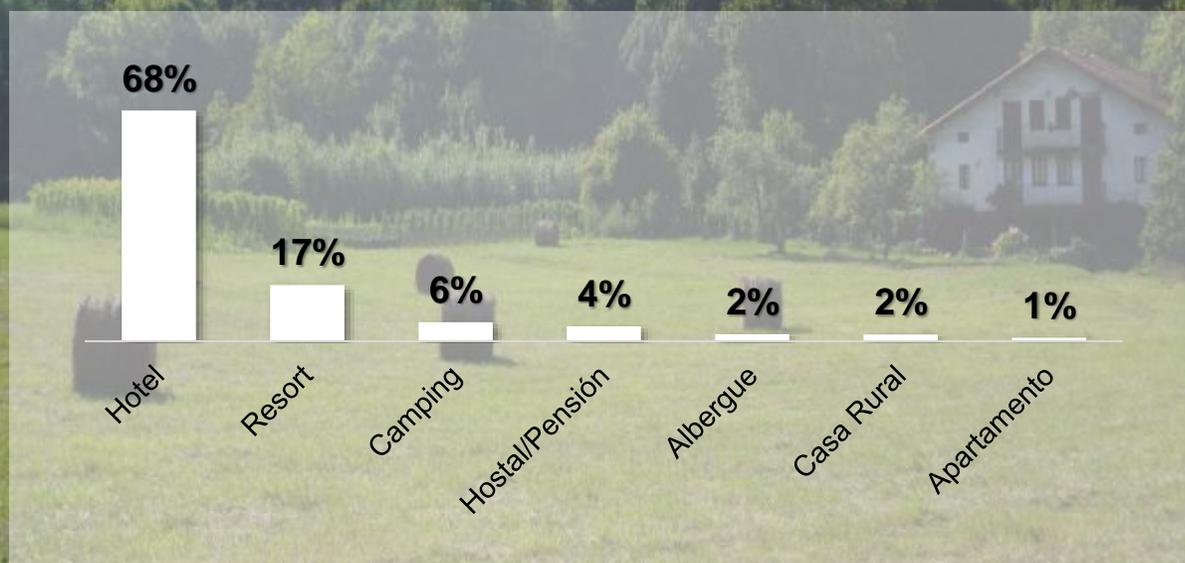
El gráfico muestra las menciones sobre medios de transporte dentro de la conversación relativa a vacaciones y viajes, ligada a España, Comunidades Autónomas y principales destinos turísticos españoles en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2021 – 30/06/2022

EL AVIÓN, EL TRANSPORTE POR EXCELENCIA PARA EL TURISTA PROCEDENTE DE ESTOS PAÍSES

Aunque en general cuando hablan de sus viajes y España, el medio de transporte por excelencia es el avión, se observa alguna diferencia por país:

- Los **franceses** citan en primer lugar el **coche**
- Los **alemanes**, aunque citan en primer lugar al avión, son los que más citan el **tren**, probablemente relacionado con las medidas de ahorro energético que ha implementado su Gobierno para promocionar su uso.

¿Dónde se alojan?



El gráfico muestra las menciones a tipos de alojamiento dentro de la conversación relativa a vacaciones y viajes, ligada a España, Comunidades Autónomas y principales destinos turísticos españoles en redes sociales, medios digitales y foros, geolocalizadas en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. Menciones recogidas del 01/01/2021 – 30/06/2022.

EL HOTEL, EL ALOJAMIENTO MÁS CITADO POR GOLEADA

Cuando se trata de dónde quedarse durante sus vacaciones o sus viajes, no todos los alojamientos son comentados por igual. El sector hotelero está en el punto de mira: los usuarios suelen comentar y compartir experiencias en la red principalmente de hoteles y complejos turísticos.

En tercer lugar encontramos el **Camping**, como el alojamiento más citado en las conversaciones sobre viajes de los países emisores.

El tipo de alojamiento es un importante tema de conversación en redes, y muestra importantes oportunidades para el análisis de la satisfacción de los clientes, como en el caso de la evaluación inteligente de las reseñas y puntuaciones.

Social Intelligence & Analytics

#MIRILLASOCIAL

by Ipsos

Analiza la voz del consumidor

En Ipsos transformamos de forma ágil y rápida el gran volumen de datos que el consumidor vuelca en la Red en información relevante para tu negocio.



¿Sabes que se está diciendo sobre tu marca, sector, categoría...? y ¿sobre tu competencia?

Contáctanos para saber todo lo que podemos hacer por ti.



Eva Aranda

Social Intelligence Analytics Country Leader

Eva.aranda@ipsos.com

