

Un 44 % de los viajeros españoles considera que el nuevo gobierno impulsará el sector turístico

Según un estudio de SiteMinder basado en una encuesta a cerca de 1.000 personas en todo el territorio español

SiteMinder, la plataforma de captación de huéspedes líder mundial de la industria hotelera, ha publicado un estudio sobre los propósitos de viaje para 2020 de los españoles en un momento en el que la situación política y económica del país y del continente europeo está cambiando drásticamente.

Con el Brexit a la vuelta de la esquina, el nuevo gobierno que se acaba de formar en España, los conflictos entre Estados Unidos e Irán, la reciente caída de una de las empresas principales del sector, Thomas Cook, y la preocupación de la población ante una ralentización económica en el país, la coyuntura de la industria turística está en un punto de inflexión.

A pesar de esta situación de incertidumbre global, un 44 % de los españoles encuestados para el estudio considera que el futuro del turismo en España será positivo con el nuevo gobierno y que el cambio será para mejor. SiteMinder también preguntó a los viajeros por sus propósitos para 2020 y un 74% afirma que no cambiará sus planes de viaje con el nuevo ejecutivo en el poder. Además, la mayor parte de los viajeros considera que el gobierno fomentará y apoyará aún más esta industria. Por otro lado, una minoría del 26% sí ha confirmado que modificará sus vacaciones y una parte de los encuestados comenta que prefiere evitar Cataluña como destino de sus vacaciones este año. A su vez, un 38 % considera que la situación política no influirá ni para bien ni para mal en el sector, mientras que un 18 % se siente preocupado por la situación actual y lo ve como algo negativo (11 %) o muy negativo (7 %).

Respecto a la inminente entrada en vigor del Brexit, y a pesar de la incertidumbre que hay ahora mismo, no se sabe cómo afectará al sector hotelero y al turismo en España la salida del país británico de la Unión Europea. Sí es cierto que Reino Unido se posicionaba como el primer país emisor de turistas a España con 19,1 millones de visitantes en 2018 y se espera que las cifras de 2019 sean asimismo positivas.

Una de las peticiones más habituales de los viajeros es la flexibilidad. Los españoles esperan que los hoteles les ofrezcan la posibilidad de cancelar o cambiar su estancia si sus planes de viaje se modifican. También consideran esencial que exista flexibilidad a la hora de hacer el check-in y el check-out ya que cada viaje y cada persona tiene unas necesidades distintas.

Otro dato curioso, que ya se mencionó en el estudio que SiteMinder realizó el año pasado, se refiere al poder de las redes sociales. Un 26 % de los encuestados afirma que acude a ellas para ponerse en contacto con el alojamiento, escribir recomendaciones, hacer preguntas, etc. Y solo un 19 % renuncia a navegar por sus perfiles en redes sociales cuando viaja. De ahí que una de las mayores exigencias de los huéspedes sea que la conexión de wifi sea excepcional.

Por otro lado, el estudio de SiteMinder indica que solo un 16 % de los españoles prefieren viajar por el país, mientras que el 32 % planea disfrutar de sus vacaciones en el extranjero.

Este estudio se ha llevado a cabo sobre una encuesta de cerca de 1.000 participantes de todo el territorio español, de los cuales el 53 % son mujeres y el 47 % hombres. En cuanto a las franjas de edad de los participantes, la mayoría (un 41 %) se sitúa entre los 35 y los 54 años, los viajeros de entre 18 y 34 años representan un 32 % de los encuestados y los mayores de 55 únicamente el 27 %. Estos datos presentan algunas variaciones respecto a los estudios anteriores, con un público, en general, más joven.

“Con este estudio queríamos descubrir no solo los planes de los españoles para viajar en 2020, sino también sus expectativas, sus miedos y sus necesidades. España es un país que cuenta con infinitas posibilidades para el turismo, existen zonas rurales que apenas son visitadas por el desconocimiento, y la riqueza cultural es solo igualada por la gastronómica y la paisajística. Contamos con que el turismo continúe creciendo y que los viajeros sigan depositando su confianza en los alojamientos del país. Pero, sobre todo, creo que este tipo de estudios nos ayuda a dar una perspectiva diferente a los hoteles para que comprendan que la forma de viajar está cambiando y, con ella, la manera de buscar y de experimentar y compartir”, expone Sara Padrosa, directora de Desarrollo de Negocio para España en SiteMinder.

“Gracias al estudio, también hemos visto que, aunque el boca a boca sigue teniendo un peso insuperable a la hora de elegir un destino, las redes sociales están ganando terreno y cada vez más gente las utiliza para acercarse al hotel. Estoy convencida de que esta nueva tendencia puede ser una de las claves que pueden ayudar a que los pequeños y tradicionales alojamientos se acerquen a las nuevas generaciones de viajeros”, concluye Padrosa.

Datos de contacto:

Círculo de Comunicación
910001948

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Viaje](#) [Entretenimiento](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>