Publicado en Madrid el 16/11/2017

# [Cómo Instagram está cambiando la forma de viajar](http://www.notasdeprensa.es)

## Destinos hasta ahora desconocidos y lugares que multiplican sus visitas, las redes sociales inspiran a nuevos viajeros a través de sus influencers favoritos

 Con una previsión de crecimiento de uso del 39% de cara a 2020 y más de 80 millones de fotos publicadas al día, Instagram se ha convertido\* en el laboratorio de tendencias más activo que existe. Una nueva era de marketing en la que los influencers han pasado a ser los catalizadores perfectos, con publicaciones que convierte en oro todo lo que muestran. El sector de viajes es un claro ejemplo de este fenómeno social, siendo los productos turísticos la segunda compra más habitual a través de dispositivos móviles en todo el mundo, después de los productos de moda\*. Con 6 años de trayectoria y 400 millones de usuarios activos, Instagram es el contenedor de used generated content más influyente para todos sus usuarios en lo que a tendencias de consumo y estilo de vida se refiere, siendo la red social en la que el usuario más se involucra, concretamente 10 veces más que en Facebook.\*\* Todos quieren vivir, comer y viajar como las caras más famosas de las redes, ¿por qué no intentarlo? Bajo esta premisa, Barceló Hotel Group acerca las vacaciones ideales de 50 influencers a través de su proyecto Barceló Stories, una web para dejarse inspirar o incluso repetir sus experiencias en el Caribe. \* Datos recogidos del último informe de Ditrendia 2017D \*\*Fuente: Hosteltur.com Barceló Stories, una plataforma para replicar los viajes de más de 50 influencers En su segundo año y con más de una veintena de caras nuevas que ofrecen nuevos contenidos visuales hechos por ellos mismos en hoteles de Barceló Hotel Group del Caribe, Barceló Stories ofrece a los usuarios toda la información necesaria para replicar el plan e incluso reservar la estancia con las experiencias en el lugar exacto en el que estuvieron 50 instagramers de referencia. Toda una web de viajes a medida que, además, permitirá a los nuevos viajeros filtrar destinos según sus gustos y planes en función de sus intereses: gastronomía, deportes, belleza o viajes en pareja son algunas de las opciones de la plataforma para ir avanzando en los pasos de un proceso que empieza en Instagram para acabar en la reserva del plan perfecto en menos de 5 clics. DESCARGAR AQUÍ TODAS LAS FOTOS EN ALTA DESCARGAR AQUÍ VÍDEO VER VÍDEO EN YOUTUBE AQUÍ Acerca de Barceló Hotel Group: Barceló Hotel Group, la división hotelera del Grupo Barceló, es la 3ª cadena de España y la 42ª más grande del mundo. Actualmente cuenta con 232 hoteles urbanos y vacacionales de 4 y 5 estrellas, y más de 50.000 habitaciones, distribuidos en 21 países y comercializados bajo cuatro marcas: Royal Hideaway Luxury Hotels and Resorts, Barceló Hotels and Resorts, Occidental Hotels and Resorts y Allegro Hotels.

**Datos de contacto:**

Paula García

Fly Me To The Moon para Barceló Hotel Group

91 781 25 06

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/como-instagram-esta-cambiando-la-forma-de](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Viaje Marketing Entretenimiento Turismo E-Commerce



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)