

¿Cuál es tu destino estas vacaciones?

~ Experian analiza los hábitos y actitudes de los consumidores hacia las vacaciones ~

Madrid, 28 de julio de 2009. Experian®, proveedor de soluciones globales de información, ha dado a conocer hoy su último análisis en relación con los hábitos y actitudes de los consumidores frente a las vacaciones. El análisis emplea datos de Future Foundation, think tank del Grupo Experian, así como del sistema de segmentación Mosaic para analizar las motivaciones de los consumidores a la hora de seleccionar un destino de vacaciones.

Mosaic es el sistema de segmentación de consumidores de Experian que clasifica a la población española en 11 grupos y 50 tipologías en función de sus características geodemográficas, hábitos y preferencias de consumo.

Las vacaciones constituyen sin duda una parte importante en la vida de los consumidores europeos y, a pesar de la actual crisis económica, no muestran signos de estar perdiendo popularidad.

Preguntados acerca de los cambios que la crisis ha impuesto en sus hábitos de consumo, un 32% de los ciudadanos europeos declara comprar menos ropa y un 25% ha decidido decantarse por las marcas de distribuidor a la hora de hacer la compra con el objetivo de controlar su presupuesto. Sólo un 18% menciona irse menos de vacaciones como una de sus medidas anti-crisis.

Las vacaciones de los españoles

A la hora de analizar los hábitos y preferencias de los consumidores españoles a través de las tipologías Mosaic, emergen diferentes patrones:

Elites: Turismo urbano y rutas por el extranjero

Los grupos de élite, a los que pertenece en torno a un 9% de la población española, se decantan preferentemente por el turismo urbano (habitualmente viajes organizados para recorrer varios países) o bien por los viajes en crucero. Sus preferencias están influidas por su status socio-económico y buen nivel de formación. Una vez en su destino optan por las actividades del turismo más tradicional: visitar museos y monumentos y conocer gente nueva.

Urbanitas, cualquier destino es bueno

Los habitantes de las zonas más densamente pobladas del centro de las ciudades (un 14% de la población) se caracterizan por su heterogeneidad a la hora de elegir sus vacaciones. Aún cuando sienten una propensión algo mayor por los destinos extranjeros, turismo rural y playa también les convencen. Muy aficionados al tren como medio de transporte, reconocen que les gusta aprovechar sus vacaciones para hacer deporte, aunque sin esforzarse demasiado.

Éxito provincial, no pueden dejar el coche

Las familias de clase alta de las zonas altas de las principales capitales de provincia, o lo que es lo mismo, la tipología “*éxito provincial*”, destaca sobre todo por su tendencia a no desprenderse de su vehículo en vacaciones. Habitados a los destinos extranjeros, son el grupo que con mayor frecuencia utilizan bien su propio vehículo, bien un vehículo alquilado, cuando salen de nuestro país.

Jóvenes, playa o montaña

Por su parte, la juventud sigue optando por disfrutar de sus vacaciones mayoritariamente en la playa o en la montaña. Les gusta la libertad que les da utilizar su propio vehículo y sus preferencias en destino son broncearse, comer bien y hacer algo de aventura

Residentes en zonas turísticas: conocer ciudades por libre

Las personas que residen en zonas turísticas aprovechan sus vacaciones para dejar la costa, y se decantan por las vacaciones urbanas, aunque sin recurrir a los viajes organizados. Prefieren los destinos internacionales, a los que se desplazan bien en su propio vehículo, o bien en avión. Les encanta hacer deporte, conocer el extranjero y gente nueva, sin desperdiciar las ocasiones para bailar y salir de fiesta.

Internet, principal canal de reserva

A pesar de las diferencias que se observan a lo largo del territorio Europeo, Internet crecido de forma astronómica como canal de información y reserva de cara a las vacaciones. Si en 2005 únicamente un 17% de los españoles utilizaban la Red para realizar sus reservas, el porcentaje subió hasta el 31% en 2008, muy cerca de la media europea del 33%.

Los grupos de población que con mayor frecuencia recurren a internet son las tipologías más jóvenes (y con ello más habitadas al empleo de la tecnología) y



curiosamente, los residentes en áreas turísticas (zonas multiculturales con amplia presencia de inmigración europea y altos niveles de equipamiento).

Acerca de Experian

Experian es un líder global que ofrece a organizaciones y consumidores servicios de información, análisis y marketing, para ayudarles a gestionar mejor los riesgos y recompensas de sus decisiones comerciales y financieras.

Mediante la combinación de herramientas de información únicas y un profundo conocimiento de individuos, mercados y economías, Experian colabora con organizaciones de todo el mundo para establecer y reforzar las relaciones de éstas con sus clientes y dotar a sus negocios de una ventaja competitiva.

Experian proporciona asimismo a los consumidores información crítica que les permite tomar sus decisiones financieras y de compra con un mayor control y confianza.

Entre nuestros clientes hay compañías pertenecientes a distintos sectores como: servicios financieros, retail y venta por catálogo, telecomunicaciones, utilities, medios, seguros, automoción, ocio, e-commerce, industria, sector inmobiliario y sector público.

Experian plc cotiza en la Bolsa de Londres (EXPN) y forma parte del FTSE-100. Con oficina central en Dublín (Irlanda), sus sedes operativas están en Costa Mesa (California) y Nottingham (Reino Unido). Sus aproximadamente 15.000 empleados en 40 países de todo el mundo dan servicio a clientes en más de 65 países. Las ventas del Grupo en el ejercicio fiscal finalizado a 31 de Marzo de 2009, alcanzaron los 3.900 millones de dólares (2.800 millones de euros).

Para obtener más información, visite nuestras páginas web: www.experian.es / www.experiangroup.com

Experian es una marca registrada en la UE y otros países, y es propiedad de Experian Ltd. y/o de sus empresas asociadas.

Para ampliar información, contacte con:

LEWIS PR

Virginia Sanz – virginias@lewispr.com

Romain Titaud – romaint@lewispr.com

Tel: 91 770 15 16

EXPERIAN

Mayte Romo – mayte.romo@experian.es

Tel.: 91 530 03 85