

## **SEGÚN UNA NUEVA INVESTIGACIÓN, LAS OPINIONES ONLINE SIGUEN SIENDO UNA FUENTE DE INFORMACIÓN FIABLE AL RESERVAR VIAJES**

**Un nuevo estudio publicado por TripAdvisor e Ipsos MORI revela que las opiniones online siguen influyendo en las decisiones a la hora de reservar. De hecho, cuatro de cada cinco personas dicen que se sienten más seguras al hacerlo Según los 23.000 encuestados de 12 mercados, las opiniones son relevantes y la confianza es alta**

**Madrid, 16 de julio de 2019** – [TripAdvisor®](#), la mayor web de viajes del mundo, ha anunciado los resultados de un estudio que muestra cómo las opiniones influyen significativamente en las decisiones de los viajeros a la hora de reservar.

El estudio global, realizado en colaboración con Ipsos MORI, encuestó a más de 23.000 usuarios de TripAdvisor en 12 mercados sobre el uso de las opiniones online y su papel a la hora de reservar hoteles, restaurantes y experiencias.

### **Opiniones precisas y fiables**

El estudio revela que el conocimiento de la gente sigue siendo la razón por la que los encuestados visitan TripAdvisor. Los usuarios participantes en este estudio citan las opiniones descriptivas y útiles (70%), la precisión del contenido (62%) y la amplia gama de información sobre viajes (62%) como sus razones principales para visitar la web.

Respecto a las opiniones sobre hoteles, restaurantes y lugares de interés, cuatro de cada cinco (85%) participantes aseguran que las reseñas que leen en TripAdvisor reflejan con precisión su experiencia, mientras que casi el mismo porcentaje de encuestados (86%) afirma que TripAdvisor les hace sentir más seguros en sus decisiones para reservar.

*"Estos datos muestran cómo los viajeros encuentran opiniones reales de personas reales cuando planean sus viajes", afirma Becky Foley, Directora Senior de Confianza y Seguridad en TripAdvisor. "Aunque hay miles de lugares online para obtener información, la gente sigue acudiendo a TripAdvisor porque se guían por las reseñas y pueden planificar con seguridad el viaje más adecuado para ellos".*

### **Las personas confían en las personas**

Los resultados muestran que los comentarios de los viajeros siguen siendo una fuente de información de referencia, ya que el 72% de los encuestados lee, siempre o con frecuencia, las opiniones antes de tomar una decisión sobre los lugares en los que alojarse o comer, o sobre las cosas que deben hacer en un destino. La cifra es aún mayor cuando se trata de reservas de alojamientos. Cuatro de cada cinco viajeros (81%) revisan, siempre o con frecuencia, los comentarios antes de reservar un lugar para dormir.

Casi 8 de cada 10 usuarios de TripAdvisor (79%) son más propensos a reservar un hotel con una calificación de burbuja más alta cuando eligen entre dos alojamientos idénticos, y más de la mitad (52%) afirma que nunca reservaría un hotel sin opiniones.

### **Las opiniones más recientes y consistentes, más importantes para los usuarios**

Cuando buscan información para sus viajes, los encuestados indican que lo más importante para ellos, al leer reseñas, es el contenido más actual. De hecho, un 78% prefiere leer comentarios recientes de otro viajero.

Asimismo, los usuarios de TripAdvisor toman decisiones meditadas. En este sentido, un 39% asegura ignorar los comentarios extremos, y más de la mitad (55%) afirma leer múltiples opiniones en varias páginas para tener una idea general de lo que piensan los viajeros. De media, los usuarios de TripAdvisor leen nueve opiniones antes de tomar la decisión de reservar un hotel o un restaurante.

### **¿Por qué la gente comparte opiniones?**

Los resultados de la investigación enfatizan que TripAdvisor no es simplemente un lugar en el que las personas dejan sus quejas. En cuanto a sus motivaciones para escribir opiniones y compartir sus vivencias en la plataforma, un 87% de los

encuestados dice hacerlo para compartir buenas experiencias con otros viajeros. Este dato se ve respaldado por el hecho de que la calificación media mundial de TripAdvisor en 2018 fue de 4,22 sobre cinco.

Foley añade que “con un número mínimo de palabras y fotos reales, los viajeros pueden compartir sus experiencias e historias con otros viajeros, lo que permite que las opiniones sirvan como una verdadera guía durante el proceso de planificación”.

\*\*\*

### **Metodología**

La campaña Power of Reviews encuestó a 23.292 usuarios de TripAdvisor en 12 mercados (Australia, China, Francia, países de habla alemana, India, Italia, Japón, Singapur, España, Taiwán, Reino Unido y Estados Unidos) entre mayo y junio de 2019. La encuesta se ha dirigido a los usuarios que han visitado la plataforma en los últimos 12 meses. La muestra está compuesta por usuarios de TripAdvisor que han optado a un panel de encuestas e invitados a participar en la investigación a través de un enlace de correo electrónico dirigido a una plataforma de encuestas online. Ipsos MORI ha participado en el diseño del cuestionario y en el análisis de los datos. Los resultados han sido ponderados para representar el perfil de residencia de los usuarios de TripAdvisor en los mercados participantes.

---

<https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=126283>