

NOTA DE PRENSA

## Así viajarán los Z este verano: por toda España, en coche e interesados por la cultura

*Según un estudio de Mazinn, compañía del ecosistema de Darwin & Verne, en colaboración con IAB, los jóvenes gastarán una media de 580 euros en viajar por España durante el verano y antepondrán recorrer la ciudad, relajarse y descubrir la cultura a la fiesta y los festivales de música*

Madrid, 17 de mayo de 2023.- ¿Qué tipos de viajeros Z existen? ¿Qué buscan a la hora de viajar? ¿Cómo pueden las agencias de viajes ayudarles a acercarse a los distintos rincones de España? Estas son algunas de las cuestiones que se abordan en el estudio 'ZShot Turismo - ¿Cómo viaja la Generación Z por España?' que Mazinn, la consultora especializada en Generación Z integrada en la estructura de Darwin & Verne, ha realizado con la colaboración de IAB Spain con el objetivo de conocer las costumbres y gustos de los jóvenes españoles a la hora de viajar por España.

Las principales conclusiones extraídas de la investigación son las siguientes:

**El precio, lo que más condiciona.** Los jóvenes gastarán una media de 580 euros en viajar por España durante el próximo verano. De hecho, el precio es el principal factor que la Generación Z tiene en cuenta a la hora de elegir un destino vacacional.

**Interés por descubrir la cultura.** Después del precio, los factores que determinan la elección de un destino vacacional son la belleza natural del lugar (47,8%), la cultura (39,6%) y la gastronomía (37,5%).

**El ocio y la fiesta no son la prioridad.** Respecto a actividades que los jóvenes prefieren realizar en sus viajes, priorizan recorrer la ciudad (45,7%), el relax (42,2%) o descubrir la cultura (41,1%) a otras que en principio podrían parecer más acordes a su edad o perfil, como asistir a festivales y eventos (26,1%) o la fiesta y el ocio (21,7%).

**Tener el control de la experiencia.** El 71% suele elegir el coche propio a la hora de viajar por España en verano y el 44,6% prefiere alojarse en un piso. Además, priorizan el buen precio (71%) y la ubicación (58,6%) a la hora de elegir un alojamiento.

**El teletrabajo, una oportunidad para conocer España.** El 87,7% considera el verano como una oportunidad para viajar más, incluso trabajando. De hecho, un 93% considera que el teletrabajo supone una oportunidad para viajar más, mientras que un 86% trabajaría desde una zona rural de España si su empresa le permite teletrabajar. Incluso, el 81,2% se iría a teletrabajar a una zona rural poco poblada.

**Canales digitales para inspirarse, pero entorno cercano a la hora de elegir.** Recomendaciones de amigos/familiares (51,3%), Instagram (49,3%) y Google (43%) son las opciones que los jóvenes suelen utilizar a la hora de inspirarse para elegir un destino. Sin embargo, cuando se trata de tomar la decisión definitiva finalmente amigos/familiares son la referencia de mayor confianza (46%) con mucha diferencia respecto a las redes sociales (12,3%), mientras que solo un 2% elige agencias de viajes.

### **El móvil, el dispositivo preferido**

Como nativos digitales, el entorno digital juega un papel fundamental en el proceso de exploración. El móvil y el ordenador son los dispositivos más utilizados para la búsqueda online, ya que permiten ampliar las opciones de viaje en un tiempo muy reducido, pero a la hora de elegir... Un 75% usa su teléfono móvil para inspirarse y decidir su viaje.

**Las agencias no desaparecerán si se actualizan y mejoran en el asesoramiento.** Si bien toda la fase de preparación de un viaje está evolucionando debido al teléfono móvil, las agencias de viajes siguen teniendo un rol de valor a ojos de la Generación Z, aunque ahora es mucho más concreto.

La mayoría (60%) coincide en que las agencias son útiles para viajes que requieren más organización, ya sea por su larga duración o porque son en grupo. Sólo un 12% afirma que la figura del agente no tiene ningún tipo de utilidad, alegando que "están anticuadas" (36%) o "no merece la pena su gestión" (36%).

**La sostenibilidad no es un factor decisivo para la mayoría.** Solo el 7,6% indicó que la sostenibilidad es un factor relevante a la hora de elegir el destino vacacional.

**Todas las provincias son interesantes, siempre que ofrezcan experiencias atractivas.** Los jóvenes valoran las opciones que tienen de viajar por España y son conscientes de que hay ciertas comunidades autónomas, como Extremadura, Castilla y León o Asturias, que están infravaloradas.

De hecho, las 52 provincias españolas (incluidas las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla) fueron seleccionadas como destinos que serán visitados por los jóvenes este verano. Concretamente, el 31% de los entrevistados hará tres o más viajes por España durante los meses estivales.

*"Nos hemos dado cuenta de que los jóvenes lo que realmente buscamos son experiencias y no tanto destino. Gracias a internet podemos acceder a casi todos los destinos a nivel mundial, lo que marca la diferencia es qué experiencia quieres vivir y eso es lo que te lleva a comprar un tipo de viaje u otro y, por supuesto, un destino u otro. Pero como derivada de la experiencia que quieras vivir",* señala Rafael Magaña, CEO de Mazinn.

La investigación se desarrolló durante los pasados meses de marzo y abril con la participación de 341 jóvenes de entre 17 y 28 años de toda España. Además, el estudio ha tenido en cuenta también las opiniones de varios expertos en el sector turístico, así como las de jóvenes creadores de contenido relacionado con el territorio viajes.

Accede al estudio completo en el siguiente enlace:

<https://www.mazinn.es/zshots-turismo/>

### **Acerca de Mazinn**

Mazinn es la primera consultora generacional fundada en Madrid por Adrián Ballester, Rafael Magaña y Álvaro Justribó. Su objetivo es crear puentes entre las organizaciones y la Generación Z. Nacida en 2018, su equipo de profesionales está formado por jóvenes de entre 20 y 30 años. Mahou, El País, Paradores de Turismo, Diputación de Gipuzkoa, Yoigo o Grupo Antolín son algunos de los clientes para los que han trabajado. Desde enero de 2022, forma parte de la estructura de Darwin & Verne.

### **Acerca de IAB Spain**

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB con presencia en 47 países.

### **Acerca de Darwin & Verne**

Darwin & Verne es una consultora creativa de marca y una de las agencias independientes más destacadas de España. Actualmente es la quinta agencia independiente por volumen de inversión gestionada (según Infoadex 2020), y la una de las agencias de España con los clientes más satisfechos. Según el estudio AgencyScope 2022-23 Darwin & Verne ocupa el primer puesto del ranking de agencias en España en nueve atributos (Buena metodología de trabajo, Agencia en alza, Buena ejecución de la producción/craft, Directivos involucrados en la cuenta, Buen equipo de profesionales, Especialistas/técnicos digitales, Eficacia resolviendo problemas, Cumplimiento de plazos y Buen servicio de cuentas), según la valoración de sus clientes.

Darwin & Verne es la agencia española de la red internacional de agencias independientes ICOM, con presencia en más de 60 mercados en todo el mundo.

### **Para más información:**

**Rocío Hernández**

[prensa@darwinverne.com](mailto:prensa@darwinverne.com)

Móvil: +34 639 51 84 74

**Web:** [www.darwinverne.com](http://www.darwinverne.com)

**Twitter:** <https://twitter.com/DarwinVerne>

**Linkedin:** <https://www.linkedin.com/company/darwin-verne/>

**Instagram:** [https://www.instagram.com/darwin\\_y\\_verne/](https://www.instagram.com/darwin_y_verne/)