

---

## LAS NUEVAS FORMAS DE VIAJAR DE LOS MILLENNIALS (ARTICULOS)

21, diciembre



A pesar de que el español es una de las lenguas preferidas en el mundo, el espanglish se extiende rápidamente y aquí vamos a utilizar algunas de sus expresiones. El programa [Erasmus](#), que el pasado año celebró su 30 aniversario, ha brindado a muchos jóvenes de nuestro país la oportunidad de realizar parte de sus estudios superiores en otros [países de la Comunidad Europea](#). Estos estudiantes, que durante una media de seis meses se apartan de su círculo de confort y viajan a lugares donde sus asignaturas, gestiones, e incluso relaciones personales se efectuarán en un idioma distinto al suyo, afirman salir enormemente enriquecidos de esta valiosa experiencia. Tanto es así, que muchos de ellos confiesan que esta vivencia les ha convertido en apasionados viajeros, deseosos de conocer nuevas sociedades y culturas, aprender y disfrutar de ellas, e incluso hacer nuevas y duraderas amistades. Entendida esta particularidad generacional, no nos debería de extrañar en absoluto que los jóvenes nacidos entre los años 80 y mediados de los 90, los conocidos como **millennials**, hayan adquirido la costumbre de viajar mucho más que sus progenitores, ni que la forma de planear y realizar sus escapadas haya variado de una manera significativa.

Los millennials han convertido los viajes en una de sus mayores prioridades vitales, y este alto interés en invertir en experiencias que perduren y les enriquezcan personalmente les ha llevado a anteponer el ahorro a corto plazo frente al enfoque a largo plazo. Gracias a ello han logrado ser la generación que más viaja de la historia, y han forzado a la industria turística a adaptarse a sus gustos en tiempo récord. Su manera de elegir destino también ha variado notablemente, ya que estos nuevos viajeros utilizan las **redes sociales** como fuente de inspiración e información para descubrir nuevos lugares que visitar y pueden llegar a ser muy concienzudos en la búsqueda del mejor destino turístico. Sin embargo, por otro lado, también se da el caso contrario: jóvenes que a través de intermediarios como [Waynabox.com](#), [thewondertryp.com](#) o [randombox.es](#), dejan en

---

manos de la “suerte” la elección de la ciudad a la que llevará su próxima escapada, buscando la facilidad, el ahorro y también la emoción de no conocer su destino hasta una semana antes de la fecha elegida. No debemos olvidar que **han crecido coincidiendo con el auge de las nuevas tecnologías e Internet**, por lo cual es habitual que contraten sus viajes a través de su smartphone o tablet, dispositivos que son casi una extensión de su cuerpo. Con el objetivo de garantizarse el mejor precio disponible, visitarán previamente múltiples páginas web antes de decidirse a efectuar una reserva, y no dudarán en esperar hasta pocos días antes de las vacaciones para lograr encontrar una oferta de última hora. En este sentido, las llamadas compañías de vuelo low-cost se han convertido en sus mejores compañeras de viaje.

No se consideran a sí mismos turistas, sino exploradores que buscan experiencias auténticas y poder disfrutar de la verdadera cultura del lugar que van a visitar. Y por estos motivos huyen de los productos que ofrecen las agencias de viajes tradicionales. Más que de la imagen icónica de un destino, los viajeros millennials prefieren disfrutar de lugares secretos que no aparecen en las guías de viaje, y que solo los habitantes locales conocen.

Suelen decantarse por emplazamientos donde poder realizar la más espectaculares fotografías o su [deporte outdoor](#) favorito, y donde exista la posibilidad de encontrar un alojamiento con encanto, cercano, exclusivo y que posea un carisma único. No nos estamos refiriendo sólo a casas rurales o pequeños hoteles, ya que los millennials son usuarios expertos de diversas plataformas digitales basadas en el **consumo colaborativo**, especializadas en poner en contacto a personas que ofrecen partes o la totalidad de sus viviendas con huéspedes que necesitan alojamientos temporales. Un claro ejemplo de esta nueva filosofía de viaje es [Airbnb](#), que con menos de 9 años de vida ha conseguido revolucionar el turismo global. Otras posibilidades, como son el [Couchsurfing](#), que permite intercambiar cama de forma gratuita con habitantes de cualquier parte del mundo, o el camper, furgonetas preparadas para viajar, cocinar y dormir, son fenómenos en alza.

Del mismo modo que han hecho con otros hábitos y costumbres, esta generación ha logrado un gran impacto en cómo se ve a los animales de compañía. Los millennials han convertido a sus [mascotas](#) en una parte esencial de la familia, y por lo tanto quieren compartir cada momento con ellas, incluidos los viajes. Para ello utilizan apps que les permiten saber qué agencias cuentan con servicios [pet friendly](#), en qué hoteles y restaurantes son bienvenidos los animales, o en que compañías pueden volar, llegando a formar parte indispensables de su planificación de viaje.

Los viajeros *millennials* buscan experiencias auténticas, es cierto, pero al mismo tiempo **quieren viajar seguros y tener el control** en toda situación. A pesar de lo que podríamos pensar, se preocupan por su seguridad en igual medida que la generación anterior, y por ello son conocedores de que un buen **Seguro de viajes** es el mejor aliado posible en caso de sufrir algún inconveniente que pueda estropear sus vacaciones (como pérdida del equipaje, cancelación del viaje o reclamaciones a establecimientos) Tienen claro que es la única garantía de protección totalmente efectiva en el caso de sufrir algún percance o accidente, ya que poseen cobertura de asistencia médica, transporte sanitario de heridos o enfermos, y envío de medicamentos que no se puedan conseguir en el lugar de estancia. Por su parte, **las compañías de seguros** deben entender que los principales requerimientos de esta generación a la hora de utilizar su póliza son la rapidez en las gestiones, la adaptabilidad a sus necesidades específicas y la tramitación a través de internet o aplicaciones móviles.

---

Saben elegir sus productos y se decantan por el asesoramiento profesional como el que ofrece [Seguro Comparador](#), que cuenta con un extenso catálogo de las mejores opciones de Seguros, y una [herramienta online](#) para conocer su precio aproximado en tan solo unos minutos, es sin duda un claro ejemplo de la inmediatez y funcionalidad que estas nuevas generaciones de viajeros solicitan.

Fuentes: ec.europa.eu, cuidandotumascota.com y elaboración propia.

## **Comentarios**