

Índice de prioridades de los usuarios



Este Índice analiza el impacto de la pandemia en las decisiones y las prioridades de los usuarios a la hora de reservar un viaje en esta nueva realidad.

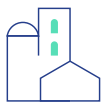
El estudio incluyó a 8000 usuarios de ocho mercados importantes: Australia, Canadá, Francia, Alemania, Japón, México, Reino Unido y Estados Unidos.

Optimismo en aumento



Pasaportes de vacunación

A 7 de cada 10 usuarios les agrada el concepto de pasaporte de vacunación.



El regreso de las escapadas urbanas

En nuestra plataforma están aumentando las búsquedas en grandes ciudades, como Las Vegas (más del 40%), Melbourne (más del 90%), París (más del 30%) y Sídney (más del 85%).¹



Los viajes como prioridad principal

El 34% de los usuarios cuentan hoy en día con un presupuesto para viajes más amplio que en el 2020, y casi una de cada cinco personas planea destinar la mayor parte de su dinero a viajar en 2021.

* Búsquedas nacionales e internacionales de Expedia Group desde el 3 de mayo hasta el 14 de junio de 2021 para fechas de viaje desde el 1 de agosto hasta el 30 de septiembre de 2021 en comparación con el año anterior; aumentos de búsquedas en determinadas ciudades frente a búsquedas en determinados países.

Fortalecimiento de los valores personales



Viajes ecológicos

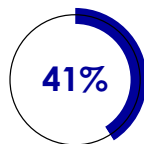
El 59% de los usuarios están dispuestos a destinar más dinero para que sus viajes sean más sustentables.



Identidad e inclusión

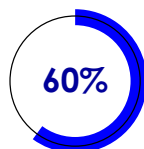
Es más probable que el 65% de los usuarios reserven con proveedores de viajes que identifican sus prácticas como inclusivas.

Tipos de viajes



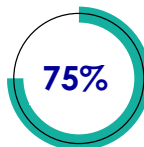
Escapadas cortas

El 41% de los usuarios quieren aprovechar al máximo sus escapadas de fin de semana con viajes más frecuente y más cortos.



Cerca de casa, por ahora

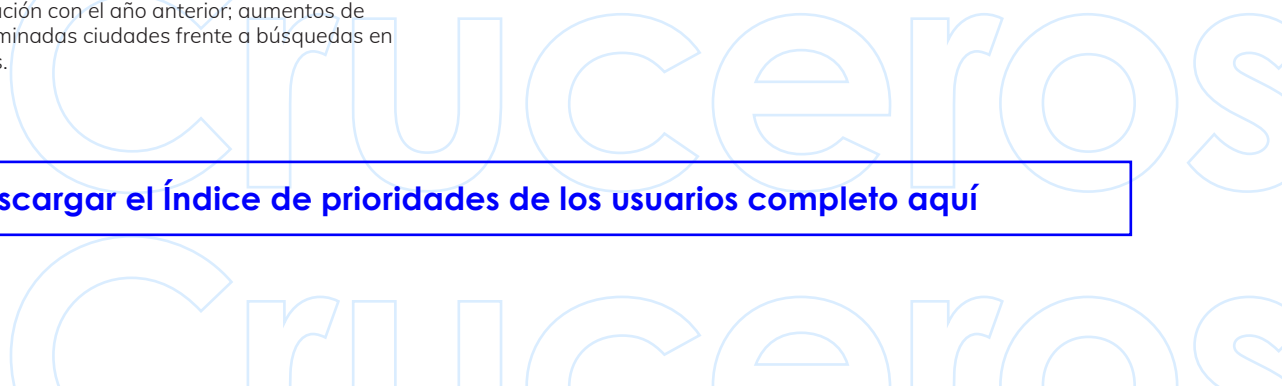
El 60% de los usuarios optarán por viajes nacionales en el corto plazo, mientras que el 27% está considerando hacer un viaje internacional en los próximos 12 meses.



Destinos nuevos

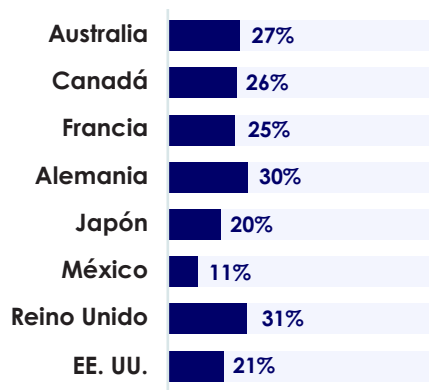
El 75% de los usuarios probablemente elijan un destino que no conocen, mientras que el 22% busca experiencias únicas en su próximo viaje.

[Descargar el Índice de prioridades de los usuarios completo aquí](#)

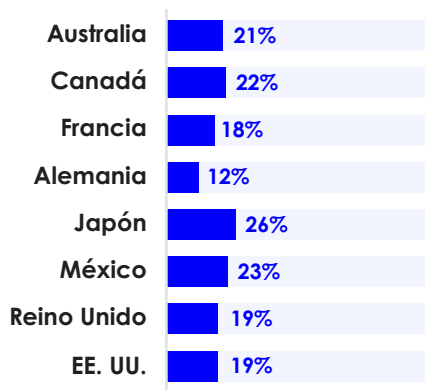


El Índice de prioridades de los usuarios para los cruceros

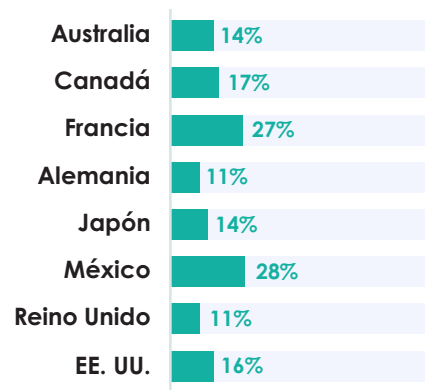
Posibilidad de obtener un reembolso total



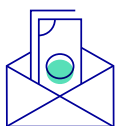
Limpieza exhaustiva



Precios bajos atípicos



Las prioridades varían según las generaciones



Quienes viajan en cruceros priorizan más la posibilidad de obtener un reembolso total por reservaciones canceladas, aunque también consideran que el precio es importante.



Menores de 40 años: las generaciones más jóvenes son las que priorizan más los viajes en crucero sustentables. Para la generación Z en EE. UU., las políticas respetuosas con el medio ambiente están en segundo lugar.



Mayores de 40 años: las personas de mayor edad (en especial los baby boomers) que eligen los viajes en crucero priorizan más la posibilidad de obtener un reembolso y las prácticas de limpieza reforzadas.

Las tres medidas principales para que los socios generen confianza en los usuarios

Los proveedores de viajes deben considerar qué es lo más esencial para los usuarios.

1 Destaca tu compromiso con los valores sociales en tus anuncios para crear conexiones.

2 Comunica las políticas de cancelación y las medidas de higiene con claridad para dar tranquilidad.

3 Ofrece una variedad de precios y opciones para satisfacer el deseo de nuevas experiencias.

[Descargar el Índice de prioridades de los usuarios completo aquí](#)