



Expedia Group revela las perspectivas y las predicciones del sector para el 2022

Según un nuevo estudio, este año la gente gastará más en sus vacaciones, efectuará viajes sostenibles con propósitos específicos y dará prioridad a disponer de una flexibilidad absoluta

Madrid, 24 de enero de 2022. Hoy, [Expedia Group](#) ha publicado el nuevo informe Traveler Value Index: 2022 Outlook. Este documento se basa en los datos exclusivos de Expedia Brands y en un nuevo estudio que se llevó a cabo junto a [Wakefield Research](#) en el que se encuestó a 5500 adultos de ocho países. Los hallazgos indican que, tras soportar una pandemia durante dos años, las personas dan ahora más importancia que nunca antes a los viajes y al tiempo libre. Al mismo tiempo, han comenzado a adaptarse a la realidad del COVID-19, algo que se constata por la importancia que dan a los viajes flexibles y al interés por viajar con conciencia, con medidas como dar más propinas a los trabajadores del sector y elegir destinos menos concurridos para paliar los efectos del turismo de masas. El informe recalca la resistencia del sector y revela cómo las empresas de viajes pueden adaptarse para lograr una ventaja competitiva en esta situación en constante cambio.

Según palabras de Ariane Gorin, presidenta de Expedia for Business, el sector turístico está a punto de experimentar un año como nunca antes se había visto, ya que la gente quiere viajar con un propósito específico, da más peso a sus vacaciones e invierte más en experiencias únicas. También se prepara por si hay posibles cambios en los viajes mientras persiste la situación por el COVID-19 y quiere poder contar con diversas opciones. Las empresas de viajes que den prioridad a la seguridad y al bienestar de los clientes, a soluciones innovadoras y a una comunicación transparente serán las claras vencedoras a medida que la industria pasa de estar en una situación de emergencia a otra con un repunte en la demanda y el crecimiento.

Estas son algunas de las conclusiones del informe:

Habrá un aumento en la demanda de viajes para el bienestar personal

- La pandemia causó que las personas reflexionaran sobre la importancia de pasar tiempo en familia y conservar su bienestar personal. La mayoría (81 %) quiere disfrutar de, al menos, unas vacaciones con familiares y amigos en los próximos seis meses, y casi todos prefieren irse de viaje a menudo (un 78 % mostró interés por estancias cortas y frecuentes).
- De manera similar, del [informe sobre las tendencias de viaje de Expedia® de 2022](#) se concluye que un 36 % de los viajeros estadounidenses quiere sentir satisfacción y bienestar mental en su próximo viaje.

La nueva realidad laboral alterará las prioridades de los viajeros

- A medida que las empresas se preparan para la vuelta a la oficina y modifican sus políticas de teletrabajo, los empleados quieren poder aprovechar mejor su tiempo de descanso y, en ciertas ocasiones, combinar trabajo y ocio. Más de la mitad (56 %) de las personas que suele teletrabajar prolongará su viaje de negocios para pasar unos días de vacaciones, o viceversa.
- El [informe de tendencias de Vrbo de 2022®](#) también detectó que, en comparación con la época anterior al COVID-19, un 84 % de las familias estadounidenses le da más a peso a las vacaciones, y un 77 % agradece el hecho de poder separar la vida profesional y la personal.

La inversión en viajes se disparará en comparación con los años previos a la pandemia

- Más de la mitad (54 %) de los encuestados afirma que tiene pensado gastar más en viajes que antes de la pandemia.
- Un 40 % baraja usar puntos de programas de fidelidad para, al menos, parte de un viaje en 2022 (este porcentaje es aún más alto en la generación Z).

La gente viajará con una mayor responsabilidad y conciencia y prestará más atención a la sostenibilidad

- Un 59 % de los encuestados está dispuesto a pagar más para que su viaje sea sostenible, y un 49 % muestra preferencia por destinos menos concurridos para reducir los efectos del turismo masivo.
- Casi la mitad (43 %) dejará algo más de tiempo para los servicios y el transporte, lo que contribuirá a reducir esperas, el estrés de los empleados y la posibilidad de no coger un vuelo.



Los viajeros darán más prioridad a las buenas ofertas y a la flexibilidad

- Tal y como observamos en el informe [Lo que los viajeros buscan](#) y en el [índice de prioridades de los usuarios](#) a principios de 2021, los viajeros consideran imprescindibles las opciones de reservar viajes a precios razonables y de efectuar cambios en los itinerarios. Así, casi todos los encuestados (84 %) piensan que una tarifa con descuento les motiva a reservar un vuelo online.
- Un porcentaje casi idéntico (83 %) afirma que las opciones de tarifas flexibles son decisivas.

El informe completo se puede descargar [aquí](#). En él se incluyen más datos del estudio y medidas prácticas extraídas de las conclusiones que pueden ayudar a las empresas de viajes a mejorar la fidelidad y la confianza de los viajeros y a impulsar su negocio en 2022.

Acerca de Expedia Group

Las empresas de Expedia Group, Inc. ofrecen viajes a personas de cualquier lugar del planeta a través de su plataforma global. Impulsados por la convicción de que los viajes sacan lo mejor de cada uno, ayudamos a que las personas dispongan de nuevas formas de conocer el mundo y crear lazos profundos y duraderos. Ofrecemos soluciones de tecnología líderes en el sector para apoyar el crecimiento y éxito de nuestros colaboradores, al tiempo que facilitamos que los viajeros vivan experiencias inolvidables. Nuestra organización está compuesta por cuatro pilares: Expedia Services, centrada en la plataforma y la estrategia técnica del grupo; Expedia Marketplace, dedicada a las ofertas de producto y tecnología de la organización; Expedia Brands, que alberga todas las marcas de los consumidores; y Expedia for Business, que se encarga de las soluciones y relaciones B2B del sector de los viajes. Entre la familia de marcas de Expedia Group se encuentran las siguientes: Expedia®, Hoteles.com®, Expedia® Partner Solutions, Vrbo®, trivago®, Orbitz®, Travelocity®, Hotwire®, Wotif®, ebookers®, CheapTickets®, Expedia Group™ Media Solutions, CarRentals.com™ y Expedia Cruises™.

Encontrarás más información en www.expediagroup.com. También puedes seguirnos en Twitter ([@expediagroup](https://twitter.com/expediagroup)) y echar un vistazo a nuestro perfil de LinkedIn: www.linkedin.com/company/expedia/.