

Conociendo las tendencias y necesidades de los consumidores en el nuevo mundo de los viajes

El informe 'States of Mind' de Allianz Partners, revela los cambios en las tendencias de los consumidores, quienes en la actualidad se enfrentan a una experiencia de viaje cada vez más compleja.

Tendencias clave que definen el futuro de la industria de los viajes:

Contar con una **mayor flexibilidad**

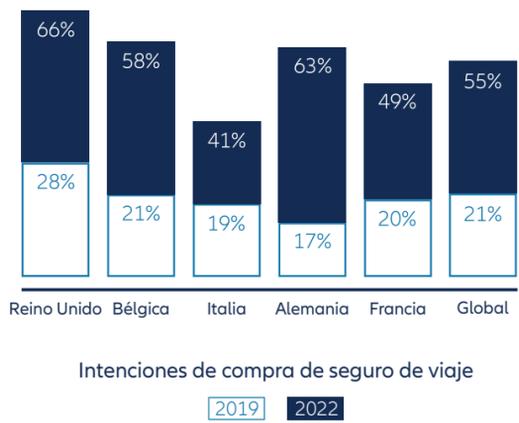


Ante la creciente complejidad derivada de la pandemia, los viajeros exigen una **mayor flexibilidad y más tranquilidad**.

El **58%** de las familias más jóvenes, indican que tienen la intención de hacer reservas de viaje flexibles.



Los datos de Allianz Partners revelan que desde 2019, la **intención de comprar un seguro de viaje se ha duplicado**.



"Trabajar desde cualquier lugar" es una necesidad generalizada



El crecimiento de la modalidad de trabajo remoto e híbrido indica que más viajeros de todas las edades combinan **negocios y ocio**.



Personas **de diferentes generaciones y partes del mundo**, ahora requieren de equipamientos y servicios que sean compatibles con su forma de trabajar.



El **28%** de los viajeros de entre 18 y 25 años, desean teletrabajar con más frecuencia en el futuro **desde el extranjero**, segunda residencia o residencia familiar.



El futuro de **los viajes sostenibles**

El **41%** de los consumidores son conscientes del impacto ambiental que tienen los viajes.



Sin embargo, la sostenibilidad sigue siendo un factor con **menor relevancia** al tomar decisiones en torno a un viaje. Esto debido a que las personas prefieren **no pagar más para compensar su huella de carbono**.

Moviéndonos **hacia una perfecta experiencia de viaje**



"Viajar no solo se trata del destino, también de **aventuras**. Sin embargo, cómo llegar allí también es de vital importancia, es importante hacer que **todo el proceso que rodea al viaje en sí, sea una parte positiva de la experiencia**".

Joe Mason, director de Marketing de la línea de Viaje en Allianz Partners