

Comunicado de prensa

TURISMO VERDE, UNA TENDENCIA AL ALZA TRAS LA PANDEMIA: ALLIANZ TRAVEL

- *6 de cada 10 familias en el mundo afirmaron que prestarán más atención al impacto ambiental que generarán sus viajes en el futuro.*
- *Surgen nuevos desafíos para la recuperación turística ante la incertidumbre geopolítica, inflación y volatilidad cambiaria.*
- *Estas tendencias resultan de un análisis realizado a través de más de 23 mil encuestas vía Customer Lab de Allianz Partners y más de 4 mil en alianza con Foresight Factory.*

Ciudad de México, 03 de mayo de 2022.- El turismo sostenible se ha posicionado como una alternativa de creciente y acelerado interés por parte de los viajeros a nivel global de acuerdo con diversos estudios realizados por Allianz Travel, líder mundial en servicios de asistencia de viajes. Al respecto, seis de cada diez familias entrevistadas afirmaron que prestarán más atención al impacto ambiental que generarán sus viajes en el futuro.

Actualmente, se visualiza un turista eco-consciente que, interesado en no comprometer los recursos de generaciones futuras, es mucho más cauteloso y selectivo al elegir qué tipo de transporte, hotel o actividades realizará para reducir su huella ambiental. Por consiguiente, podrán fortalecerse opciones más sostenibles relacionadas, por ejemplo, con viajes en tren o caravanas.

Estas nuevas tendencias del sector turístico fueron expuestas en la Cumbre Global de Viajes de Allianz Partners 2022. Se trató de un evento virtual, celebrado en abril con más de mil asistentes expertos en dicha industria, centrado en desentrañar las tendencias turísticas emergentes a medida que el mundo se recupera de la pandemia y, a su vez, enfrenta un nuevo conjunto de desafíos económicos.

Los análisis presentados se llevaron a cabo mediante *Customer Lab*, una incubadora de inteligencia de Allianz Partners que permite estudiar el perfil de su base de clientes. A través de esta plataforma, se realizaron más de 23 mil encuestas digitales en 2021 a consumidores en México, Tailandia, Japón, Singapur, Suiza, Austria, Turquía, Eslovaquia, Rumania, Portugal y Grecia sobre sus preferencias de viaje en el marco de la pandemia, entre otros temas. A ello se sumaron los resultados obtenidos por la alianza con *Foresight Factory*, una empresa de investigación internacional enfocada en estudiar tendencias de mercado, que efectuó más de 4 mil encuestas *online* en marzo de 2021.

Efectos de las condiciones macroeconómicas

Dentro de un panorama caracterizado por condiciones macroeconómicas desafiantes dada la incertidumbre geopolítica, la volatilidad cambiaria, los costos de la energía e inflación; la confianza de los viajeros y sus planes se ven afectados. Se genera un efecto dominó que incrementa los gastos de los turistas por el aumento en las tarifas de vuelo, dados los costos de los energéticos, y en restaurantes y hoteles por disturbios internacionales que impactan en numerosas cadenas de suministro.

Ante este escenario, existe la posibilidad de una recuperación mucho más lenta de la industria. En este sentido, llama la atención que más de la mitad de las familias encuestadas (56%), tienen la intención de viajar menos en el futuro.

Viajes de negocios

En cuanto a los viajes de negocio, estos se han reducido drásticamente en los últimos dos años a raíz de los cambios laborales que generó la pandemia, priorizando el teletrabajo o esquemas híbridos.

Hoy en día, ante la reapertura de fronteras, las compañías se enfrentan al dilema sobre si los viajes corporativos son realmente necesarios por la interacción cara a cara que posibilitan o si reducirlos, casi en su totalidad, implica mayores beneficios tanto económicos como medioambientales al disminuir sus emisiones de carbono y cumplir así con sus objetivos de sustentabilidad.

“Hoy es imprescindible estudiar a profundidad el perfil de nuestros consumidores para anticiparnos y satisfacer las que serán sus necesidades en el futuro. En Allianz Travel nos mantenemos a la vanguardia para adaptarnos a un entorno siempre cambiante y así ayudar a nuestros clientes a recorrer cualquier destino con total seguridad y tranquilidad, con asistencias de viaje a la medida, que respondan al tipo de turismo que les interesa”, añadió Joana del Toro, Gerente de Allianz Travel en México.

Sobre Allianz Partners

Dedicado a brindar protección y cuidado global, Allianz Partners es la compañía líder global en servicios de asistencia médica, hogar, vial, de vida y en viaje, que ayuda y protege a sus clientes en su vida diaria. Estas soluciones, que combinan servicio de calidad y tecnología, están disponibles para los socios comerciales o a través de canales directos y digitales bajo cuatro marcas de renombre internacional: Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive y Allianz Travel. Esta familia global de más de 19,000 empleados está presente en 78 países, habla 70 idiomas y gestiona 60 millones de casos al año, protegiendo a sus clientes y empleados en todos los continentes, 24/7. Para más información, por favor visita: www.allianz-partners.com.mx

Contacto de prensa México

Tarssis Dessavre
Ejecutiva de Cuenta de la agencia PRoa Structura
tdo@proa.estructura.com.mx
Celular 55 2751.1709

Mariana Orozco
Ejecutiva de Cuenta de la agencia PRoa Structura
mop@proa.estructura.com.mx
Celular 55 3400 8685

Social media



Síguenos en LinkedIn [Allianz Partners México](#)