

Vuelve la confianza en los viajes, la clave de FITUR 2023

"Las generaciones más jóvenes tienden a viajar más, aunque las mayores prefieren viajar más protegidas", Andrés Sánchez-Cid Blázquez, experto en Viaje de Allianz Partners, presentó las últimas tendencias y los cambios en los perfiles de los viajeros en el espacio facilitado por la Organización Mundial del Turismo (UWNTO) durante la última edición de FITUR

Centrada en el 'optimismo por volver a viajar', la 43ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), tuvo lugar, como es tradición, en IFEMA de Madrid. Hasta 165 países y más de 8.000 empresas se dieron cita con el propósito de descubrir, de la mano de expertos, las nuevas claves que podrían definir el futuro del sector del turismo.

Con el propósito de dar a conocer las actuales tendencias y la creciente demanda de las personas por 'viajar seguros', Allianz Partners participó en el espacio facilitado por la Organización mundial del Turismo (UWNTO) a sus miembros adheridos, de la mano de Andrés Sánchez-Cid Blázquez, Product Management & Innovation manager de la entidad. El experto en viaje de Allianz Partners presentó las claves desprendidas de los últimos estudios realizados por la empresa líder en seguros de viaje, para conocer las necesidades y preferencias actuales de los viajeros.

Entre las tendencias: las personas vuelven a tener confianza en viajes a largo plazo, y crecen las búsquedas para periodos vacacionales, siendo los países europeos los destinos más populares y los viajeros de las generaciones más jóvenes, los más interesados en viajar.

Viajar para desconectar

Otra de las tendencias destacadas por Allianz Partners en su participación en FITUR, fue el creciente interés de los viajeros por destinos que les permitan 'desconectar' y cuidar de su salud mental. Sin embargo, el aumento del coste de vida, derivado de la inestabilidad actual, se vuelve el principal punto a considerar por los consumidores a la hora de tomar una decisión relativa a sus vacaciones.

La premisa de los viajes flexibles se mantiene

"Los consumidores afirman tener intenciones de volver a viajar en 2023, pero estando seguros, con la confianza de saber que ante un imprevisto podrán solicitar una devolución", explica Andrés Sánchez-Cid Blázquez.

En este sentido, la entidad comparte que, según sus datos, los viajeros de países más susceptibles a

la inflación; como España e incluso Italia, son los más interesados en viajes flexibles, aun cuando se habla de viajes domésticos.

Además, otro de los motivos por los que los viajes flexibles se vuelven tendencia, es la duración de los mismos. Según comparte Allianz Partners, los consumidores planean realizar viajes de mayor duración, los cuales requieren de una mayor inversión, y aparece con fuerza el llamado 'Bleisure': 'trabajar desde cualquier lugar'.

Crece la contratación de seguros digitales

El incremento en la contratación de seguros es un hecho que la entidad ha venido registrando desde la reactivación de los viajes tras la pandemia. Según su último informe 'States of Mind', centrado en el Viaje, se percibe un aumento sustancial en la contratación de este tipo de seguros que va del 21% en 2019 al 55% en 2022.

En este escenario, la entidad compartió durante su presentación en FITUR que las personas están más interesadas en contratar un seguro de viaje digital y con características específicas según su tipo de viaje.

Conclusiones de Allianz Partners en FITUR

Tras compartir su visión basada en las tendencias del sector de los viajes, Allianz Partners finalizó su intervención en FITUR destacando una serie de conclusiones que podrían dar visibilidad a lo que está por venir:

Los consumidores confirman su intención de viajar en 2023, pero quieren hacerlo 'estando seguros'.

La inflación, el aumento de los costos de los viajes y las finanzas personales son las principales preocupaciones de los viajeros.

Las aplicaciones de viajes son ahora una parte fundamental de la experiencia del cliente, en especial para la gestión de retrasos o cancelaciones en tiempo real.

Los viajes internacionales aún no han alcanzado las cifras de 2019.

El seguro de viaje digital ha aumentado frente al tradicional.

"Eventos como FITUR son un ejemplo de lo grande y diverso que es el sector del viaje y del turismo. También, una oportunidad para descubrir de primera mano lo que se está haciendo en una industria que se recupera después de una de sus peores crisis. Aún nos queda trabajo por hacer, y es justo eso lo que nos impulsa a seguir evolucionando y escuchando a nuestros clientes para reaccionar y ofrecerles las soluciones que necesitan. Eventos como FITUR son una muestra más de que todos juntos podemos seguir impulsando nuestro sector y venir de la mano de la Organización Mundial del Turismo como miembros adheridos, es un privilegio", concluye el experto en Viaje, Andrés Sánchez-Cid Blázquez.

Datos de contacto:

Comunicación Allianz Partners

639269239

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Viaje Entretenimiento Turismo Seguros](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>