

ÍNDICE DE PRIORIDADES DE LOS USUARIOS 2025

Observaciones clave: programas de fidelización

Los lugares y los métodos a través de los que reservamos viajes están cambiando, y la fidelización desempeña un papel muy importante en ello.

La confianza es lo primero a la hora de decidir dónde reservar

Atrás quedaron los días en que los viajes solo se reservaban a través de un proveedor o de una agencia: los consumidores reservan ahora dónde y cómo quieren, siempre que eso signifique hacerlo a través de una plataforma de confianza. Aunque las marcas de viajes tradicionales son la plataforma de reservas más popular, cada vez hay más interés en recurrir a proveedores no especializados.

Es más probable que los consumidores reserven a través de:

1. Un proveedor de viajes que conocen y en el que confían
2. Un proveedor no especializado en viajes (como una tarjeta de crédito o un minorista) que conozcan y en el que confíen y que colabore con una marca de viajes conocida
3. Un proveedor no especializado en viajes que conozcan y en el que confíen
4. Un proveedor no especializado en viajes con el que no estén familiarizados

Los datos del Índice de prioridades de los usuarios incluyen:

- 11 000 encuestados
- 11 mercados clave 



Al **82 %** de los consumidores les interesa reservar viajes a través de un programa de fidelización que no sea de viajes al que ya pertenezcan

y el 43 % se muestra muy o extremadamente interesado en ello.

Interés en canjear puntos de un programa de fidelidad en los viajes

Los viajes son la principal categoría en la que a los consumidores les interesa canjear puntos de un programa de fidelidad.



Principales tipos de viajes en los que a los consumidores les interesa canjear puntos de un programa de fidelidad:

- 1 HOTELES**
- 2 VUELOS**
- 3 ALQUILERES VACACIONALES**
- 4 VISITAS GUIADAS O ACTIVIDADES**
- 5 ALQUILER DE COCHES**
- 6 VIAJES EN CRUCERO**



Ganas de obtener y gastar puntos

68 % Viajeros que reservarían viajes a través de un programa de fidelización que no fuera de viajes si pudieran **obtener** puntos por ello

67 % Viajeros que reservarían viajes a través de un programa de fidelización que no fuera de viajes si pudieran **canjear** puntos por ello



LA OPORTUNIDAD

Está claro que la forma en la que los viajeros reservan sus viajes está cambiando. A medida que van ganando puntos de programas de fidelidad, ya sea a través de su marca minorista favorita, banco o tarjeta de crédito, quieren poder canjear esos puntos en viajes. Para reforzar tus ofertas de fidelización, añadir viajes es clave.

Fomentar la fidelización con soluciones de marca blanca [↗](#)