**Seguros de viaje: 5 nuevos comportamientos y cómo aprovecharlos**

Este servicio dejaría de ser opcional para convertirse en imprescindible

Cuando el mundo cerró sus fronteras, muchos viajeros se encontraron ante la tarea de autogestionar la reprogramación de vuelos, el reembolso de reservas o la cancelación de actividades. Según la consultora Amadeus, la experiencia propició **nuevos comportamientos en la compra de seguros de viaje** que las empresas del sector deben saber aprovechar.

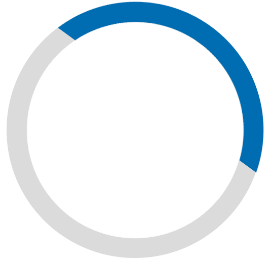
En su estudio *Destination X: Where to Next–What Leisure Traveleres Want in a COVID-19 World*, la consultora afirma que **9 de cada 10 turistas considerarían adquirir un seguro** para visitar un destino. Así, para muchos, **este servicio dejaría de ser opcional para convertirse en imprescindible** al organizar un viaje (en especial si es internacional).

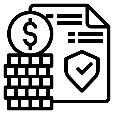
En esta **infografía de Turismo In**, descubre **cinco nuevos comportamientos** de los turistas con respecto a los seguros y algunas recomendaciones que las empresas del sector pueden implementar para satisfacer la demanda.

Fuente: *Destination X: Where to Next -What Leisure Travelers -Want in a COVID-19 World* – Amadeus (octubre, 2020)

**Seguros de viaje: 5 nuevos comportamientos y cómo aprovecharlos**

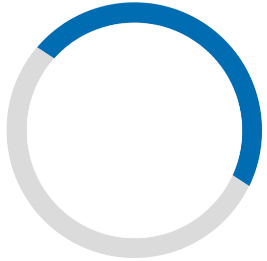
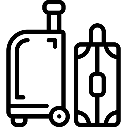
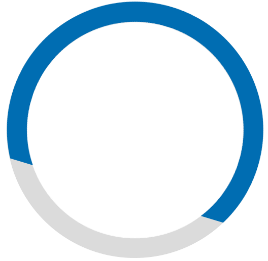
87 %





Las generaciones que más crecerían en esta preferencia serían los ***millennials* (48 %)** y ***centennials* (48 %)**

consideraría adquirir un seguro de viaje para visitar un destino



36 % lo haría para un traslado **doméstico** y 65 %, para uno **transcontinental**

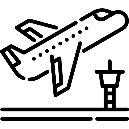
79 %

pensaría adquirir un seguro al hacer un viaje internacional

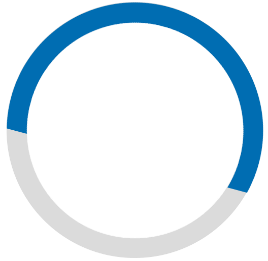
El 47 % de **turistas** de la región **Asia-Pacífico** estaría más dispuesto a adoptar este comportamiento

42 %

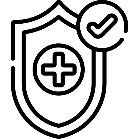
consideraría comprar un seguro en cada viaje de vacaciones



61 %



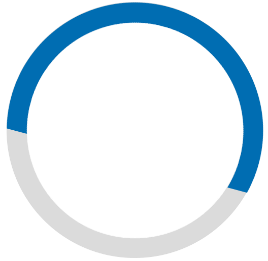
Reembolso por imprevistos (59 %)



elige ‘poder reprogramar el viaje’ como la mayor ventaja de un seguro

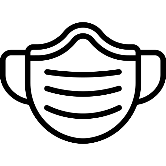
Asistencia médica (55 %)

Cambio de destino ante imprevistos (36 %)

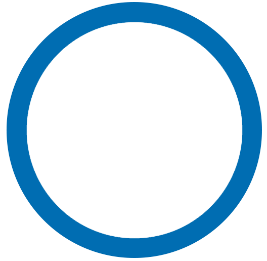
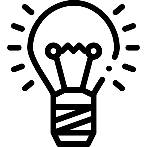


61 %

viajaría solo si su seguro cubre incidentes ligados a la pandemia



Esto sería en especial importante para el **65 % de los *centennials***



Recomendaciones

Destaca las ventajas de un seguro en relación con tus servicios turísticos

Desarrolla alianzas de promoción recíproca con aseguradoras

Facilita a tus clientes la opción de adquirir seguros a través de tu empresa

Capacita a tu equipo para aconsejar a los viajeros sobre el seguro más apropiado para ellos