

CONSUMIDORES Y SOSTENIBILIDAD

LO QUE QUIEREN LOS CONSUMIDORES

2



Según un estudio reciente, el 65% de los consumidores buscan productos o servicios que tengan un menor impacto en el medio ambiente o sean más sostenibles. Sin embargo, sólo el 26% compra realmente tales productos. Las razones de esta brecha se atribuyen a menudo a enfoques de comunicación negativos y al reto de instigar cambios reales en los hábitos hacia estilos de vida, viajes y compras más sostenibles.

Una encuesta realizada en 2022 por el sitio web de viajes Expedia, en la que participaron más de 11.000 personas de 11 países, pone de manifiesto las tendencias mundiales en cuanto a las expectativas de estilos de viaje más sostenibles.

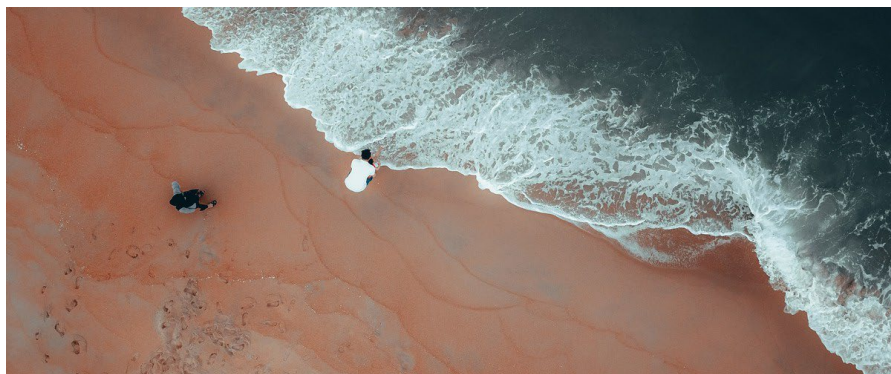
CONSUMERS ARE WILLING TO SPEND MORE ON SUSTAINABLE TRAVEL OPTIONS



GRAPH ELABORATION OF COOL CLASSIC CARS.
DATA SOURCE: EXPEDIA GROUP

Según la investigación, el 69% de los encuestados desea que sus viajes tengan un menor impacto ambiental, el 66% desea que sus viajes apoyen a las economías locales, el 65% desea vacaciones que protejan a las comunidades y culturas anfitrionas, y el 52% expresa su interés por visitar atracciones menos conocidas como parte de las estrategias de viajes sostenibles.

En cuanto a la movilidad, en los dos últimos años, 3 de cada 5 usuarios han buscado activamente opciones de transporte más ecológicas. Este interés parece genuino, ya que 7 de cada 10 encuestados han evitado activamente destinos o modos de transporte que sólo parecían respetuosos con el medio ambiente. En general, los indicadores de tendencias futuras muestran un crecimiento del 5% en la atención de los consumidores al impacto medioambiental del transporte en sus planes de viaje futuros, lo que indica una mayor atención a experiencias de viaje más sostenibles.



Uno de los indicadores más interesantes es que el 74% de los consumidores declaran estar dispuestos a pagar más por el transporte, el alojamiento y los destinos en los que el beneficio principal va a parar a las comunidades locales. Esto refuerza la idea de que el turismo lento y sostenible se está convirtiendo en una opción cada vez más atractiva para los consumidores.

When it comes to sustainable travel, consumers are most interested in options with low environmental impact



62% | Options that support local economies

64% | Options that support local cultures and communities

66% | Options with low environmental impact

Data source: Expedia group

LEER MÁS:

[Booking.com viajes de moda](#)

[Weforum.org Agenda 2023](#)

[Estudio de sostenibilidad de Expedia](#)



WWW.COOLCLASSICCARS.INFO