Unpack '25™

The Trends in Travel

expedia group™

Expedia® Hotels.com™ Vrbo™

Aquí tienes el informe Unpack ’25, que contiene previsiones basadas en datos con los lugares y actividades que escogerán los viajeros el año que viene. Expedia, Hoteles.com y Vrbo han combinado sus datos internos sobre viajes con un estudio global para conocer las tendencias de viaje de este año, que incluyen viajes con sello local de calidad, viajes JOMO y el renacer de un tipo de vacaciones más tradicionales bajo la nueva mirada de la generación Z.

“Expedia Group trabaja de manera constante para aunar la tecnología con los viajes de manera que estos puedan ser más sencillos y más agradables. El informe Unpack es nuestra oportunidad para reflexionar sobre qué interesa a los viajeros y cómo innovan nuestros colaboradores”. Estas son palabras de Ariane Gorin, directora ejecutiva de Expedia Group. “En lo que respecta a las tendencias de este año, me interesaría mucho reservar un viaje en un solo clic y visitar destinos alternativos en mis próximas vacaciones”.

Tendencias de viaje

Destinos alternativos

En 2025, los viajeros seguirán yendo a sitios muy conocidos, pero también aprovecharán para hacer un alto en el camino y descubrir nuevos lugares. Aquí se incluyen destinos menos famosos y masificados que las principales metas turísticas, pero que merece la pena añadir al itinerario, ya sea como una parada más o como destino principal.

Todos los destinos alternativos de la lista de Expedia han aumentado en búsquedas el año pasado. Además, un 63 % de los consumidores afirma que es probable que visite un destino alternativo en su próximo viaje.*

Krabi, Thailand

Reims, Francia

Destinos alternativos de Expedia

Basado en el aumento porcentual de búsquedas de vuelos en Expedia:
(Intervalo de fechas: del 1 de septiembre de 2023 al 31 de agosto de 2024)

Reims, Francia (alternativa a París)

Brescia, Italia (alternativa a Milán)

Cozumel, México (alternativa a Cancún)

Brescia, Italia

Waikato, Nueva Zelanda

Santa Bárbara, California, EE. UU.
(alternativa a Los Ángeles)

Waikato, Nueva Zelanda (alternativa a Auckland)

Girona, España (alternativa a Barcelona)

Fukuoka, Japón (alternativa a Tokio)

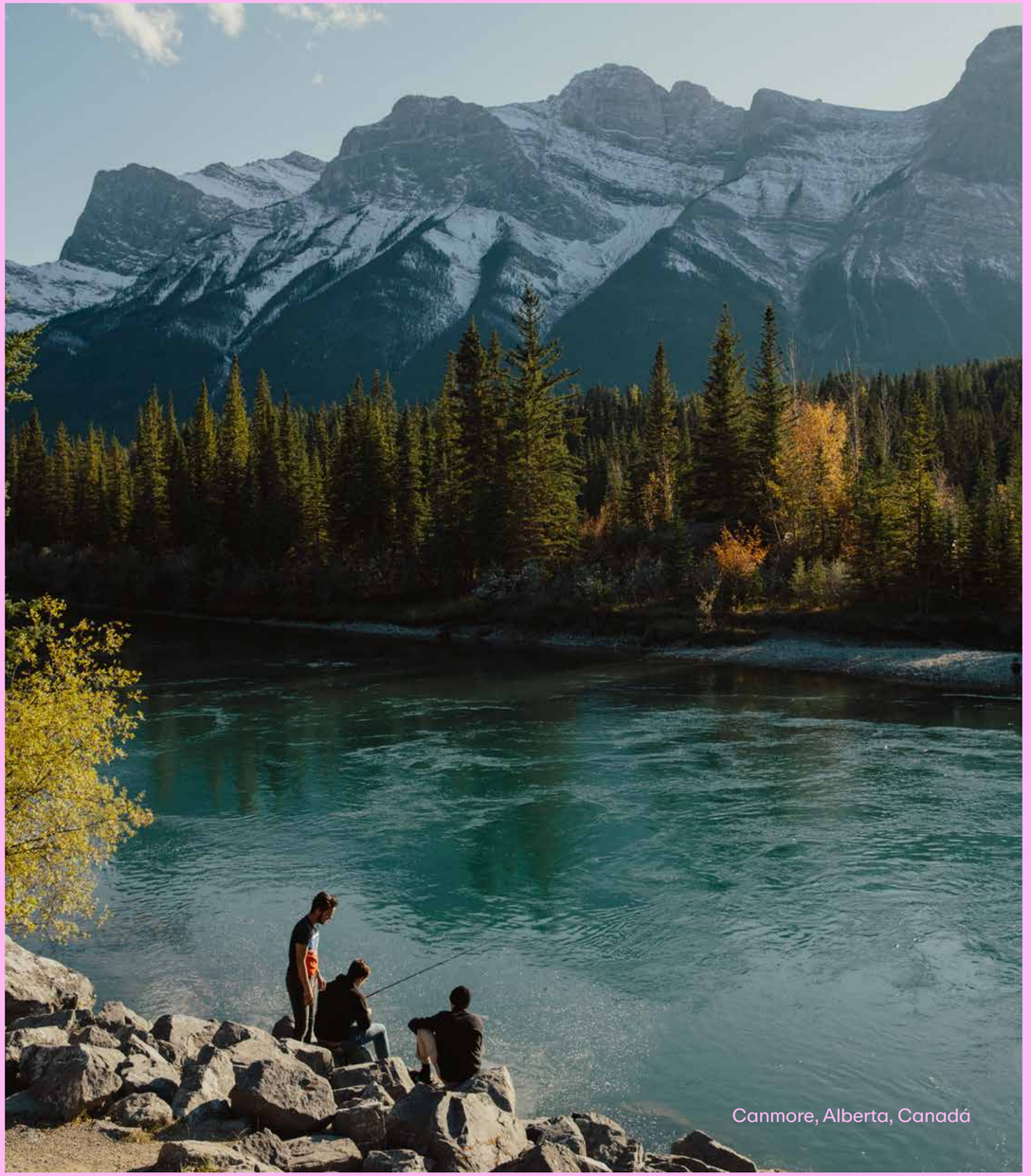
Fukuoka, Japón

Abu Dabi, EAU (alternativa a Dubái)

Krabi, Tailandia (alternativa a Phuket)

Canmore, Alberta, Canadá alternativa a Calgary)

Abu Dabi, EAU



Canmore, Alberta, Canadá

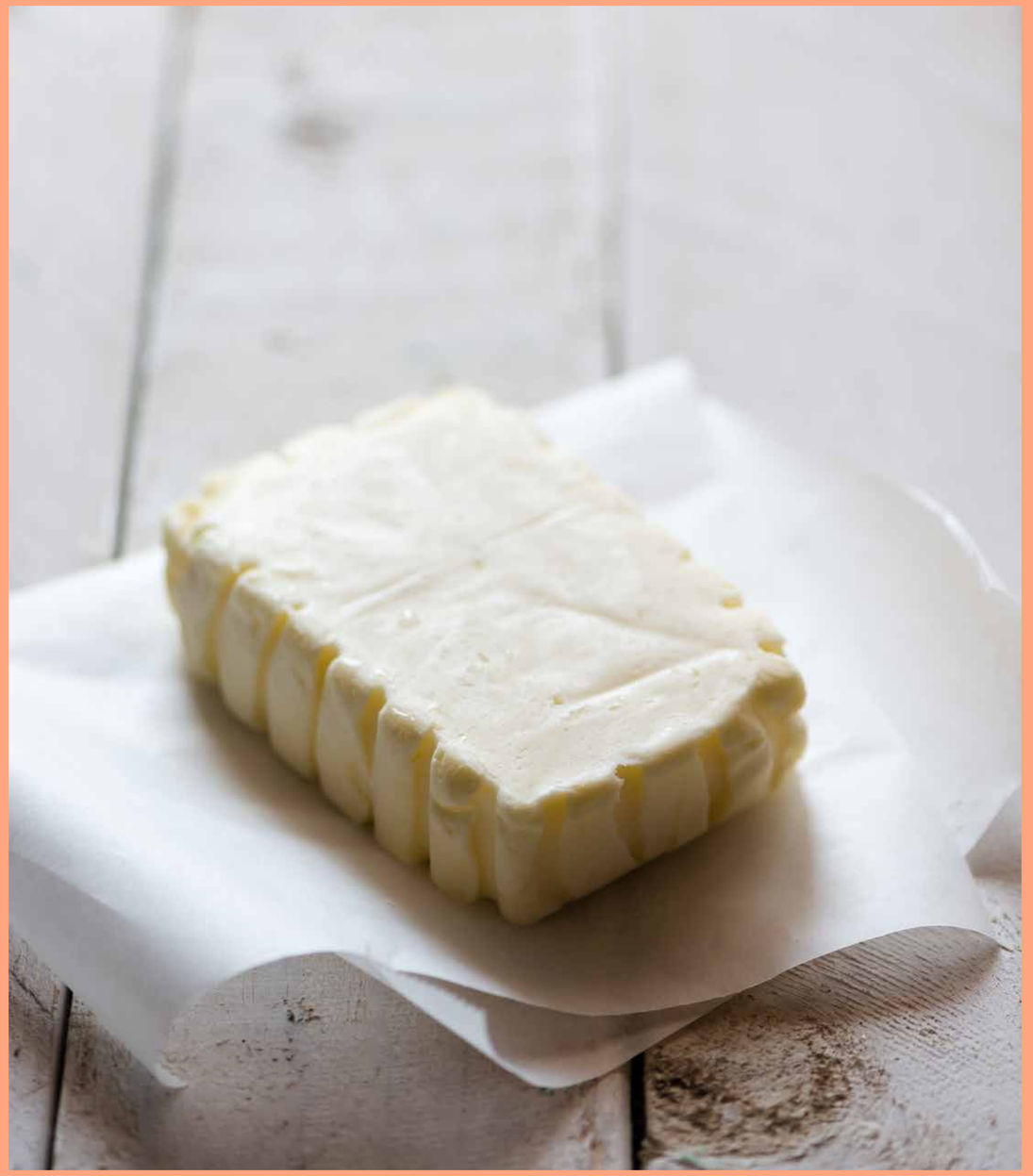
Viajes con sello local de calidad

Los llaveros y los imanes de la nevera ya están pasados de moda: ahora los viajeros buscan recuerdos más originales para llevarse a casa. En TikTok se han hecho virales productos como tabletas de chocolate de Dubái, artículos cosméticos de Corea del Sur, dulces de Japón y mantequilla de Francia, y ahora la generación Z está deseando hacerse con ellos.

Los viajeros ya no solo visitan las principales atracciones turísticas, sino que también frecuentan los supermercados para dar con productos locales. Los datos del estudio a escala mundial revelan que el 39 % de los viajeros suele visitar algún supermercado y que el 44 % adquiere productos locales que no están disponibles en su lugar de residencia.*

Algunos de los viajes con sello local de calidad más populares en Expedia son las visitas guiadas por cafeterías en Costa Rica y la degustación de té en China y de matcha en Japón. Lo que está claro es que se está creando un nuevo concepto de souvenir.**

*** Datos globales del 1 de enero al 1 de agosto de 2024 basados en actividades disponibles en Expedia.*



Secrets Playa Blanca
Costa Mujeres, México

La era del todo incluido

Los alojamientos con todo incluido a veces tienen mala fama, pero últimamente su reputación está mejorando enormemente, especialmente entre la generación Z. De hecho, un tercio de esta generación afirma que su percepción sobre los alojamientos con todo incluido es más positiva, y un 42 % escogería este tipo de alojamiento.* El "hashtag" #allinclusive ha sido tendencia en TikTok**, y las búsquedas en Hoteles.com con el filtro de todo incluido se han disparado un 60 % de un año a otro.*** Cadenas hoteleras tan importantes como Hyatt y Marriott han dado la bienvenida a esta tendencia con los brazos abiertos, y complejos turísticos de todo el mundo se están centrado en mejorar la experiencia del todo incluido.

*** Datos de "hashtags" que han sido tendencia en TikTok: Creative Center.*
**** Comparación de datos de búsquedas de hoteles a escala mundial en Hoteles.com entre el periodo que comprende del 1 de enero al 1 de julio de 2024 y el que comprende del 2 de julio al 31 de diciembre de 2023.*

AVA Resort
Cancun, Mexico

¿Qué incita a la nueva generación de viajeros a elegir alojamientos con todo incluido? Un 41 % de los viajeros de la generación Z declara que el principal motivo para optar por un todo incluido es la reducción del estrés, seguido de la facilidad de reserva (39 %) y la sensación de lujo (38 %).*

Si buscas ideas, puedes echar un vistazo a esta lista de alojamientos con todo incluido que ha recopilado Hoteles.com: puede que tus siguientes vacaciones se encuentren aquí.

AVA Resort
Cancún, México

Alpinresort ValSaa – Sport & Spa
Saalbach, Austria

Secrets Playa Blanca
Costa Mujeres, México

Royalton CHIC Antigua
Saint John's, Antigua

Hotel Riu Palace Mauritius
Le Morne, Mauricio

El renacer de los restaurantes de hotel

Al elegir un hotel, los viajeros reservan algo más que una habitación: también reservan mesa. No en vano, los restaurantes de los hoteles son una parte significativa de los ingresos de los hoteles, así que hay un interés en impulsar la oferta de la restauración, algo que los viajeros no están pasando por alto. Los comentarios positivos sobre los restaurantes, los chefs y los bares de los hoteles han aumentado en un 40 % interanual en Hoteles.com.*****

*** Smith Travel Research: "The Resurgence of the Hotel Restaurant", Forbes.*

**** Basado en datos de comentarios sobre alojamientos recogidos en Hoteles.com entre el periodo que comprende del 1 de enero de 2024 al 4 de julio de 2024 y el que comprende del 1 de enero al 4 de julio de 2023.*

Casi un tercio de los viajeros piensa que el servicio de habitaciones de un restaurante famoso del hotel les animaría a reservar el alojamiento, mientras que el 31 % considera un factor decisivo que las mesas de los restaurantes estén reservadas exclusivamente para los huéspedes.*

Aquí tienes algunos de los restaurantes de hotel que Hoteles.com ha destacado recientemente:

Susana Balbo Winemaker's House

Hotel del Coronado
Coronado, California, EE. UU.

El Hotel del Coronado ampliará su oferta culinaria para los huéspedes en 2025 con la gran inauguración del reputado restaurante Nobu.

Susana Balbo Winemaker's House
Chacras de Coria, Argentina

Los apasionados del vino podrán disfrutar de una experiencia gastronómica exclusiva con maridaje de vinos diseñado especialmente para la ocasión en este hotel boutique propiedad de la célebre enóloga argentina Susana Balbo.

ROMEO Napoli
Nápoles, Italia

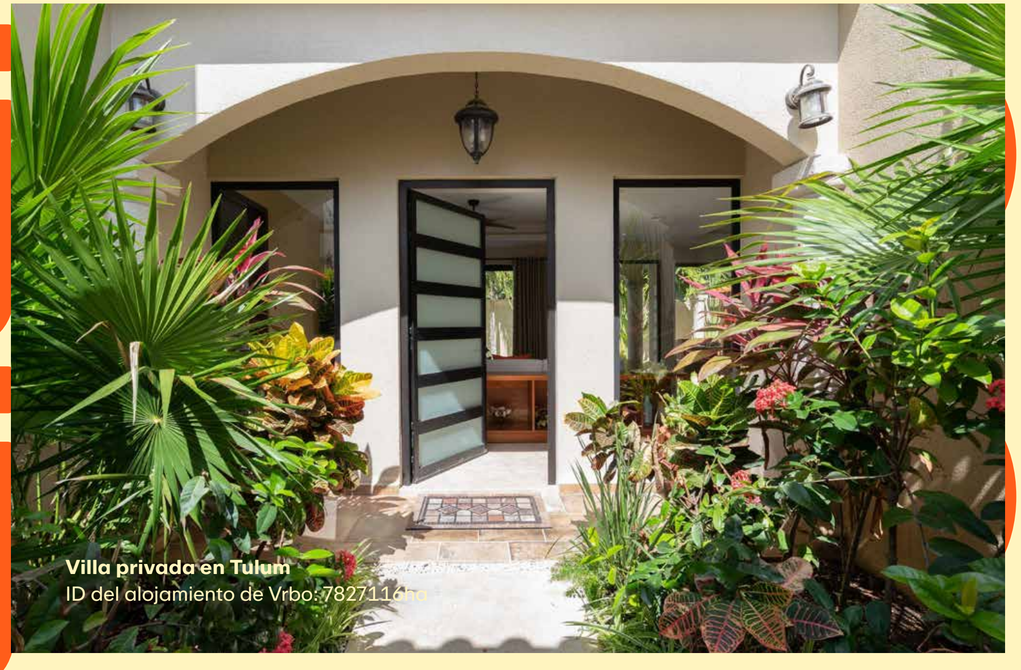
Il Ristorante Alain Ducasse representa un nuevo reto para el chef Ducasse, galardonado con diversas estrellas Michelin, que ha nombrado al talento culinario Alessandro Lucassino como el jefe de cocina de este restaurante de lujo.

Viajes JOMO

Viaj MO

Viaj MO

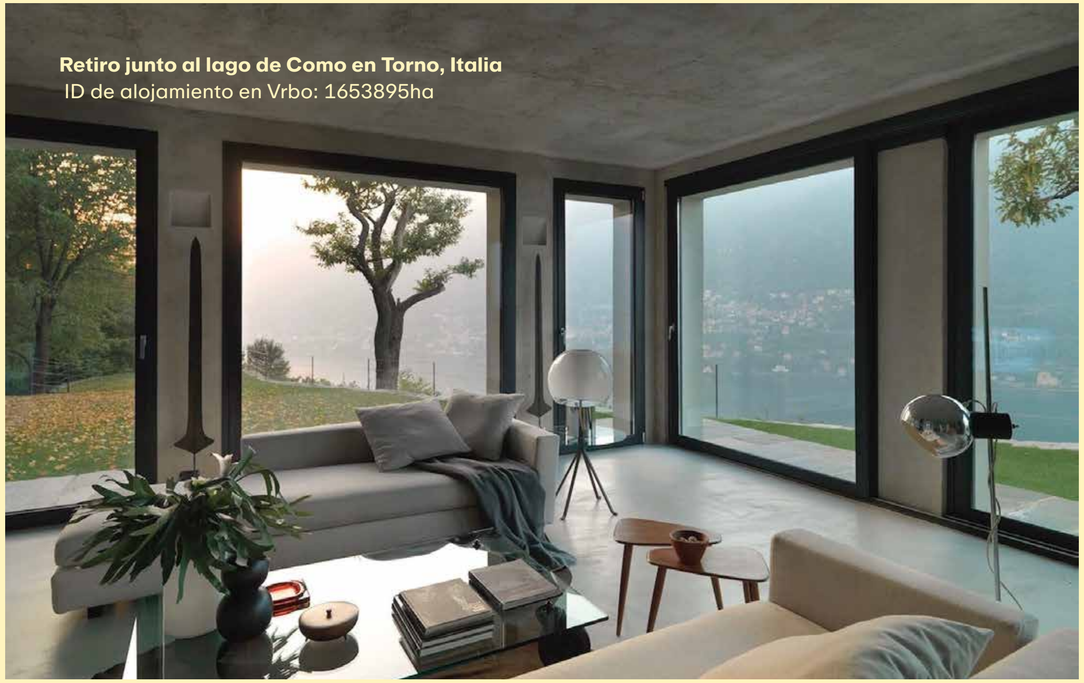
Viajes JOMO



Villa privada en Tulum
ID del alojamiento de Vrbo: 7827116ha

Casa frente al mar en Amelia Island, Florida, EE. UU.
ID del alojamiento en Vrbo: 2410751

El FOMO (temor a perderse lo que hacen los demás) es un término que cada vez oímos más. Sin embargo, la gente que se aloja en casas de vacaciones privadas ha preferido cambiarlo por el JOMO, es decir, la alegría de perderse lo que hacen los demás. Prefieren vivir las vacaciones como un periodo de desconexión y relax.



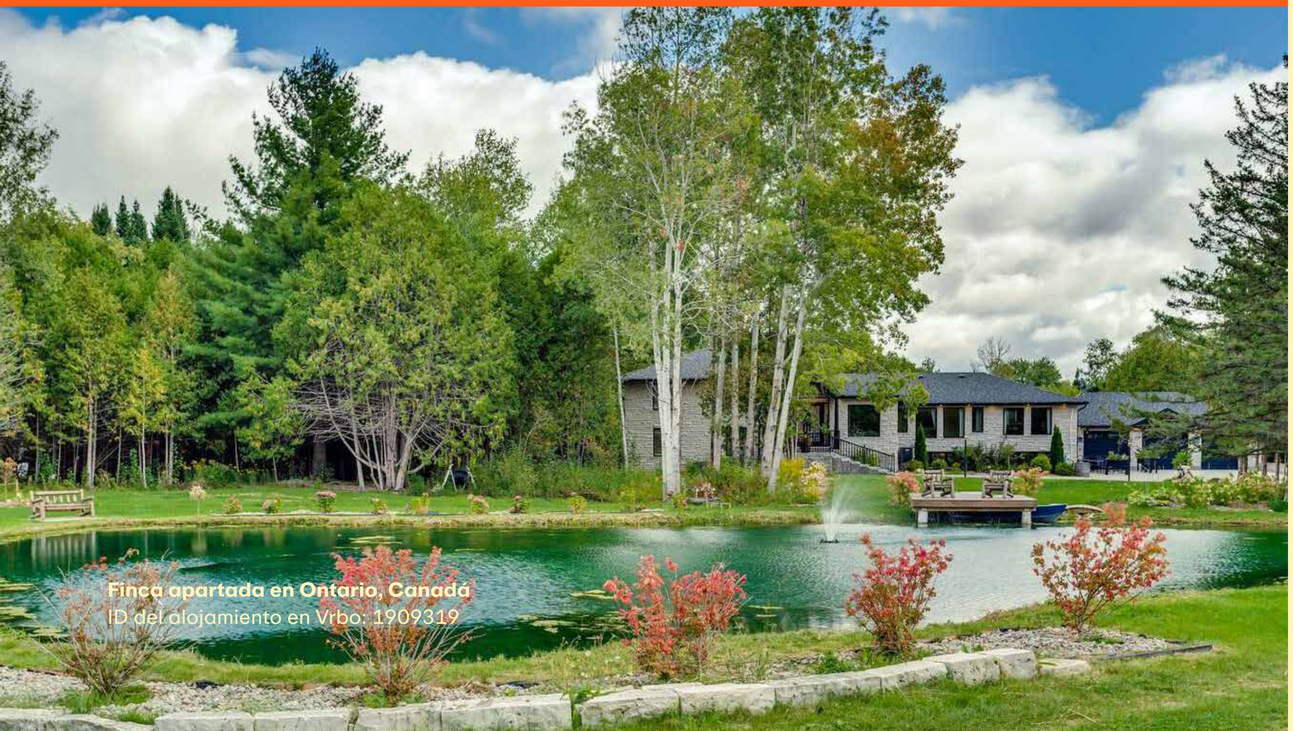
Retiro junto al lago de Como en Torno, Italia
ID de alojamiento en Vrbo: 1653895ha

Según los datos de Vrbo, hay un interés persistente en destinos de playa y montaña, ideales para relajarse. Además, los usuarios consideran que los viajes JOMO pueden ser beneficiosos para su salud mental y su bienestar general. El sesenta y dos por ciento (62 %) de los viajeros aseguran que los viajes JOMO contribuyen a reducir el estrés y la ansiedad, y casi la mitad afirma que son una buena manera de pasar tiempo con sus seres queridos.**

*** Comparación de los datos de búsquedas en Vrbo entre el periodo que comprende del 1 de enero al 4 de julio de 2024 y el que comprende del 1 de enero al 4 de julio de 2023.*

Oasis privado en Wooyung, Australia
ID del alojamiento en Vrbo: 9755358ha

Los datos del estudio mostraron que los principales tipos de alquiler vacacional para los viajes JOMO son encantadoras casas en la playa, alojamientos junto a un lago y acogedores chalets en la montaña. Este tipo de viajeros también muestra interés en alquileres vacacionales con piscina privada, agradables jardines, bañera de hidromasaje o spa y porches con vistas con los que poder relajarse y desconectar.



Finca apartada en Ontario, Canadá
ID del alojamiento en Vrbo: 1909319

Cabaña en la montaña en Boulder, Colorado, EE. UU.
ID del alojamiento en Vrbo: 3554113

Región de Laponia, Finlandia

Maravillas de la naturaleza

Los eclipses recientes han provocado que se agoten las casas de vacaciones en las zonas rurales desde las que se podían ver. Ahora es habitual que los viajeros hagan todo lo posible por contemplar fenómenos naturales, lo que demuestra el interés que tienen por estar en primera línea para poder disfrutar de extraordinarias maravillas naturales como la observación de estrellas, las auroras boreales o presenciar la eclosión de huevos de tortuga en la playa.

Según los datos del estudio, los fenómenos naturales más relevantes para los viajeros son las auroras boreales (61 %) y fenómenos geológicos (30 %) como volcanes, géiseres y aguas termales. Además, un 80 % de los viajeros da importancia al hecho de poder alojarse en un lugar que ofrezca una posición privilegiada para contemplar estos fenómenos.* Dado que los alquileres vacacionales suelen encontrarse en amplios espacios al aire libre, los viajeros pueden disfrutar desde allí de vistas sensacionales de estas maravillas naturales.

Parque internacional para la observación de estrellas
Parque nacional de los Arcos, Utah, EE. UU.

Ballet de grullas japonesas
Hokkaido, Japón

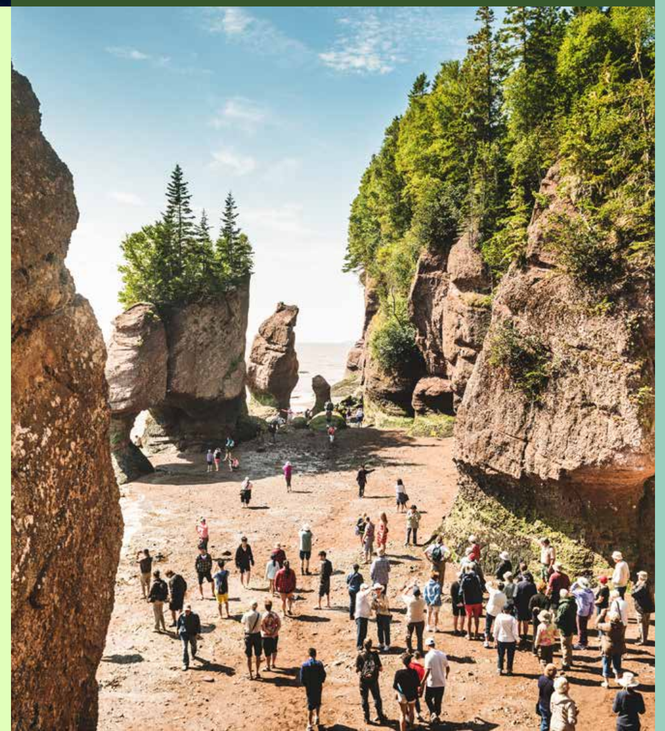
Desfile de pingüinos
Isla Phillip, cerca de Melbourne, Australia

Plancton bioluminiscente
Vero Beach, Florida, EE. UU.

Migración de los estorninos (fenómeno del "sol negro")
Parque nacional del mar de Frisia, Dinamarca

Temporada de sincronización de las luciérnagas
Grandes Montañas Humeantes, Gatlinburg, Tennessee, EE. UU.

Las mareas más altas del mundo, posibilidad de recorrer el fondo del océano
Bahía de Fundy, Canadá



Cloud 9 Cabins, Gatlinburg, Tennessee, EE. UU
ID del alojamiento en Vrbo: 3581042

Casa de madera tradicional junto al mar, Islandia
ID del alojamiento en Vrbo: 4038086ha

Volcanes, campos de lava y playas de arena negra
Reikiavik, Islandia

Murmuraciones de los estorninos
Somerset, Reino Unido

Aurora boreal
Región de Laponia, Finlandia

Destinos de película (o serie) en 2025

Ciudad de México, México

Expedia ya identificó los destinos que aparecen en películas o series como una tendencia emergente en 2023, y esta fuente de ideas de viaje no ha hecho más que crecer. De hecho, dos tercios de los viajeros afirmaron que las películas, las plataformas de "streaming" y los programas de televisión han influido en sus planes de viaje. Además, un 36 % piensa que ahora las series y las películas influyen más en sus planes de viaje que el año pasado.*

En 2025, “Emily en París” cederá el trono a “The Real Housewives of Dubai” como el programa que más influencia tendrá en los viajeros a la hora de elegir su destino. No en vano, según datos de Expedia, el interés en Dubái ha aumentado en más de un 30 % de un año a otro desde que este "reality show" ha comenzado a emitirse.**

Además de estos destinos, los viajeros también se acercan a localizaciones donde se han grabado sus sagas favoritas de cine y televisión. Reino Unido sigue siendo uno de los países más importantes en esta categoría: hay cientos de visitas temáticas de los Bridgerton, Harry Potter, Juego de tronos y Outlander que pueden reservarse en Expedia.***

*** Comparación de los datos de viaje de Expedia entre el periodo que comprende del 1 de junio al 1 de septiembre de 2023 y el que comprende del 1 de junio al 1 de septiembre de 2022.*

**** Datos del 1 de enero al 1 de agosto de 2024 basados en actividades disponibles en Expedia.*

Los datos a escala mundial de Expedia, Hoteles.com y Vrbo revelan que estos son los destinos de película (o serie) más relevantes de 2025:

Nueva York, EE. UU.

Dubái: ***"The Real Housewives of Dubai"***

Montana y Wyoming: ***"Yellowstone"***

Nueva York: ***"And Just Like That..."***

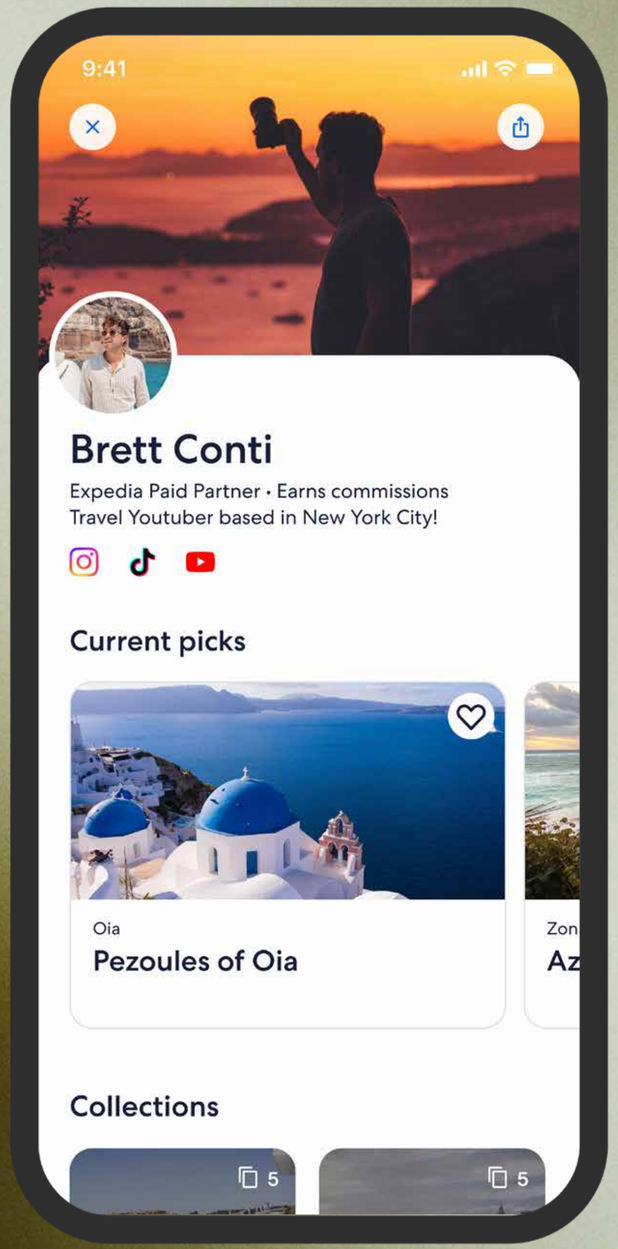
Ciudad del Cabo: ***"One Piece"***

Escocia ***"The Traitors"***

Viajes con un clic

No es ningún secreto que los viajeros busquen ideas e inspiración en los "influencers" del sector. Como prueba, la mitad de los consumidores hace una compra diaria, semanal o mensual por publicaciones de "influencers"**. Si bien este fenómeno ya es completamente normal en TikTok y en Instagram, esta nueva tendencia del comercio electrónico aún está lejos de alcanzar todo su potencial en categorías como los viajes. Así, la mitad de los consumidores indicó que quería reservar un viaje mostrado en redes sociales, algo que finalmente no ocurrió. Los principales motivos alegados fueron el tiempo necesario y la complejidad asociada.*

*** 2024 Influencer Marketing Report: "In Influencers We Trust", Sprout Social (abril de 2024)*



La función de Travel Shops de Expedia permite que los usuarios puedan echar un vistazo, e incluso reservar, viajes de colecciones creadas por "influencers".

Este servicio, ya disponible en EE. UU. y el Reino Unido, empezará a poder utilizarse en más países en 2025.

Únete a la lista de espera y sigue a los siguientes creadores de contenido sobre viajes de temporada:

Lindzoutside: aventurera y fundadora de Outdoorsy Gals

Nom_Life: Ewa y Jeromy Ko, "foodies" finalistas de los Media Awards de James Beard

Polkadotpassport: Nicola Easterby, creadora de contenido sobre viajes y gastronomía

Cómo atraer a los viajeros

Usa los impulsores de visibilidad

¿Tu alojamiento está en un destino de película (o serie) o en un destino alternativo? ¿Tienes un hotel con todo incluido o ideal para disfrutar de viajes JOMO? En cualquier caso, estos impulsores pueden ayudarte a destacar.

- Anuncia nuevas ofertas o rutas a destinos alternativos, lo que incluye aeropuertos secundarios, con los anuncios patrocinados de vuelos para captar más demanda de viajeros interesados en una escapada.

- Usa los aceleradores para anunciarte ante viajeros muy activos que estén interesados en conocer destinos de película (o serie) o alojarse en complejos turísticos con todo incluido. De esta manera, te será más fácil ocupar las habitaciones en temporada baja.

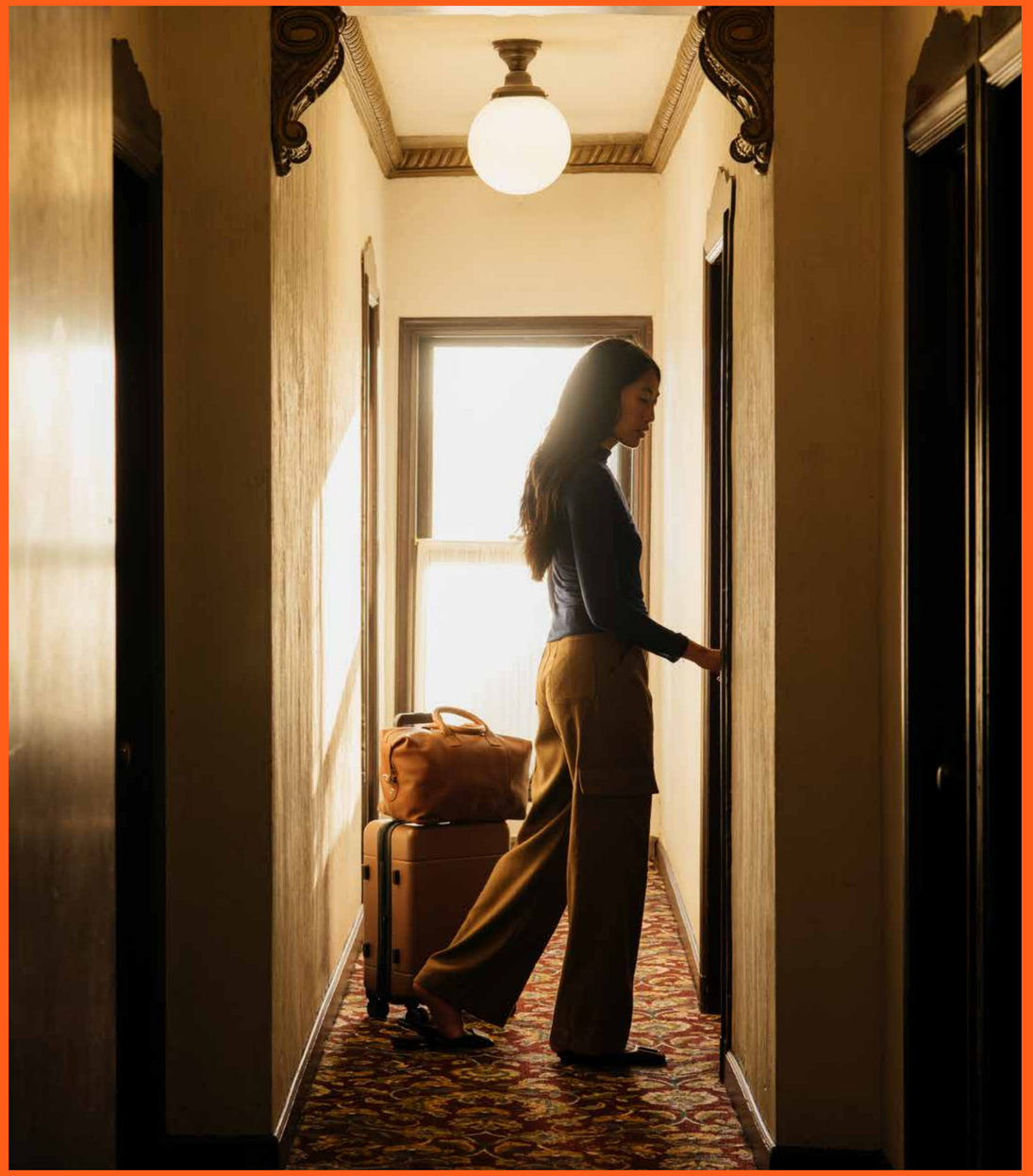
- Prueba TravelAds, una herramienta que te permite personalizar el texto de los anuncios y destacar así servicios como el restaurante del hotel o la oferta de todo incluido.

Actualiza tu anuncio

Actualiza tu anuncio para destacar las tendencias actuales y facilitar a los viajeros la búsqueda de información.

- Incluye detalles sobre los servicios de los que podrán disfrutar los viajeros durante su estancia con todo incluido, como las opciones del restaurante del hotel, información del spa o del gimnasio o actividades que muestren que tus instalaciones tienen todo lo que los huéspedes necesitan.

- Si tienes un alquiler vacacional, puedes sacar partido a los viajes JOMO y resaltar el ambiente tranquilo del alojamiento con imágenes, destacando las opciones para relajarse en la zona y sus comodidades como chimeneas, piscinas, bañeras de hidromasaje, juegos de mesa o libros.



Destaca con VIP Access o el programa para propietarios Premium

Nuestros programas para propietarios Premium y VIP Access captan la atención de los viajeros y los animan a reservar tu alojamiento.

- Los hoteles situados en destinos de película (o serie) o en destinos alternativos, así como los alojamientos con todo incluido, pueden unirse al programa VIP Access y disfrutar de una mayor demanda.

- Para captar el mayor interés por los restaurantes de los hoteles, VIP Access y los alojamientos que reúnen los requisitos para unirse a VIP Access pueden ofrecer cupones de comida a los miembros de One Key como incentivo de reserva.

- Nuestro programa para propietarios Premium ayuda a los propietarios de alquileres vacacionales a destacar frente a la competencia, lo que es útil para aumentar la visibilidad ante huéspedes interesados en viajes a fenómenos naturales o viajes FOMO.

Mejora tus resultados con las herramientas de Expedia Group

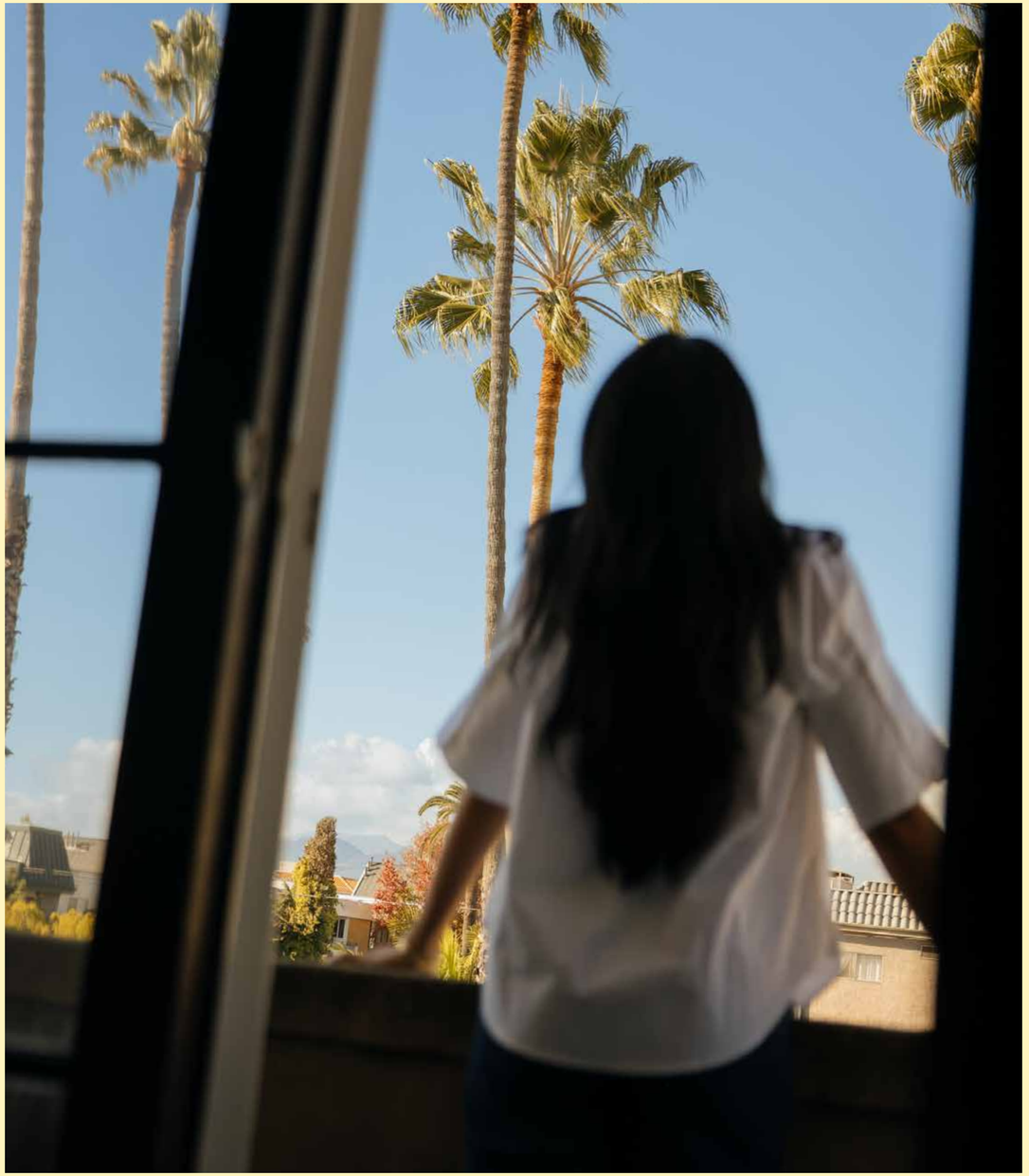
Mantenerse a la vanguardia de las tendencias y la competencia no es sencillo. Por eso, Expedia Group proporciona herramientas con las que los colaboradores pueden mejorar sus resultados:

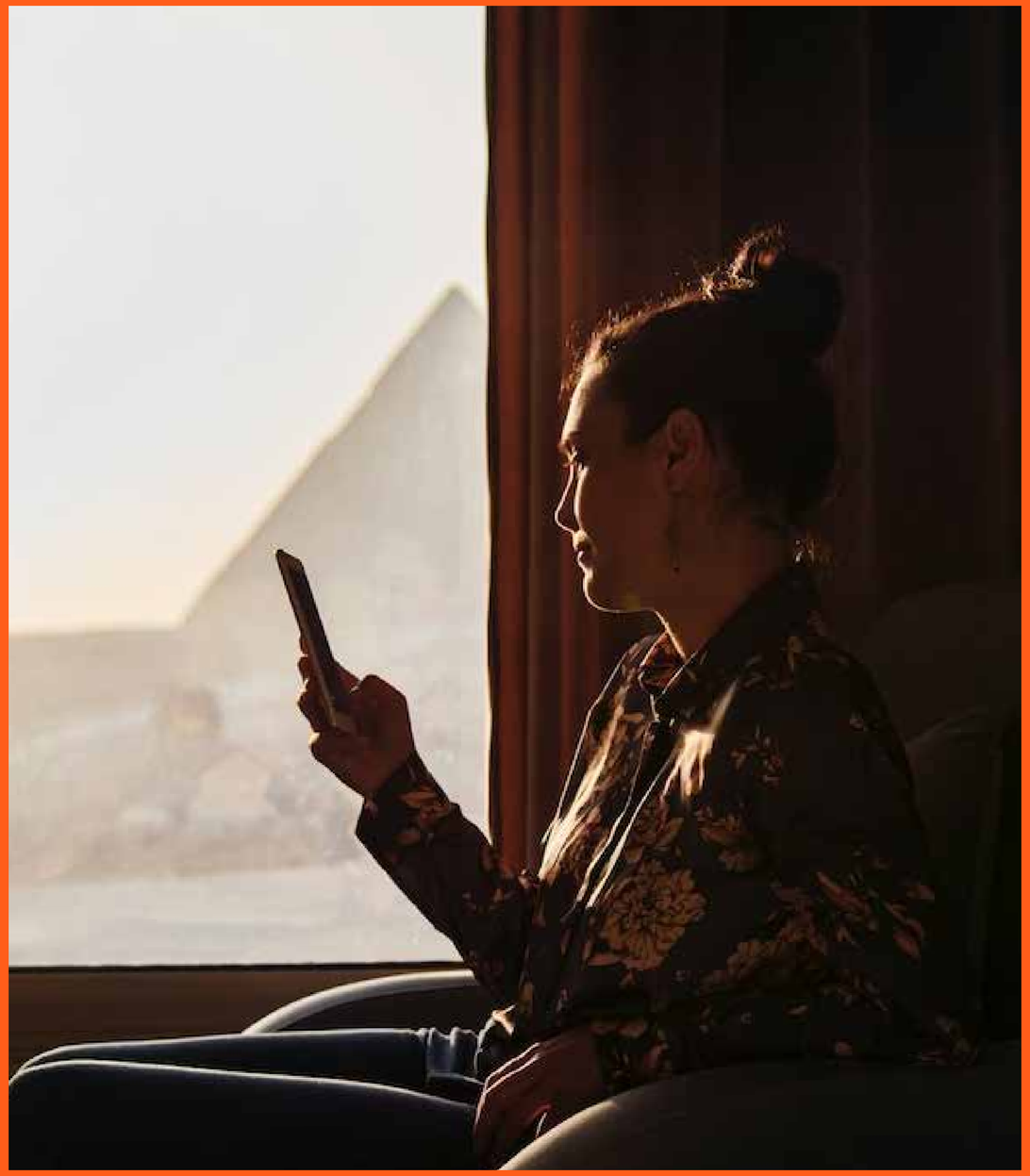
- Los informes sobre el rendimiento de Expedia Group en Partner Central son muy útiles para mantener la competitividad de las tarifas y del inventario antes de determinados eventos, fenómenos naturales y tendencias.

- Los propietarios de alquileres vacacionales pueden usar MarketMaker para conocer mejor las tarifas y el inventario de su mercado a partir de eventos y destinos de moda.

- Gracias a los pagos diferidos, los colaboradores de TAAP pueden aplazar los pagos de alojamientos hasta una fecha más próxima al viaje. De este modo, pueden adaptar las reservas a las tendencias sin tener que sacrificar su liquidez.

- Los colaboradores de TAAP puedan filtrar y buscar alquileres vacacionales relajantes en lugares aislados en el amplio inventario de Vrbo para ofrecérselos a sus clientes.





Prueba una campaña publicitaria

La publicidad es una manera eficaz de destacar ante la competencia. Además, al combinarla con las tendencias de viaje actuales, es posible sacar más partido aún a la inversión publicitaria.

- Los hoteles y las aerolíneas que operan en destinos alternativos pueden colaborar en campañas cooperativas para optimizar su gasto en publicidad y lograr que más viajeros conozcan la marca.
- Incluye elementos de las tendencias de Unpack ’25, como los viajes JOMO, los viajes a fenómenos naturales y los destinos de película o serie, en tus campañas publicitarias para promocionar tu marca y atraer a los viajeros.
- Los colaboradores de plantilla sin identificación de marca pueden usar nuestros servicios de marketing para destacar ante viajeros que están al tanto de las últimas tendencias.

Fomenta las reservas de paquetes

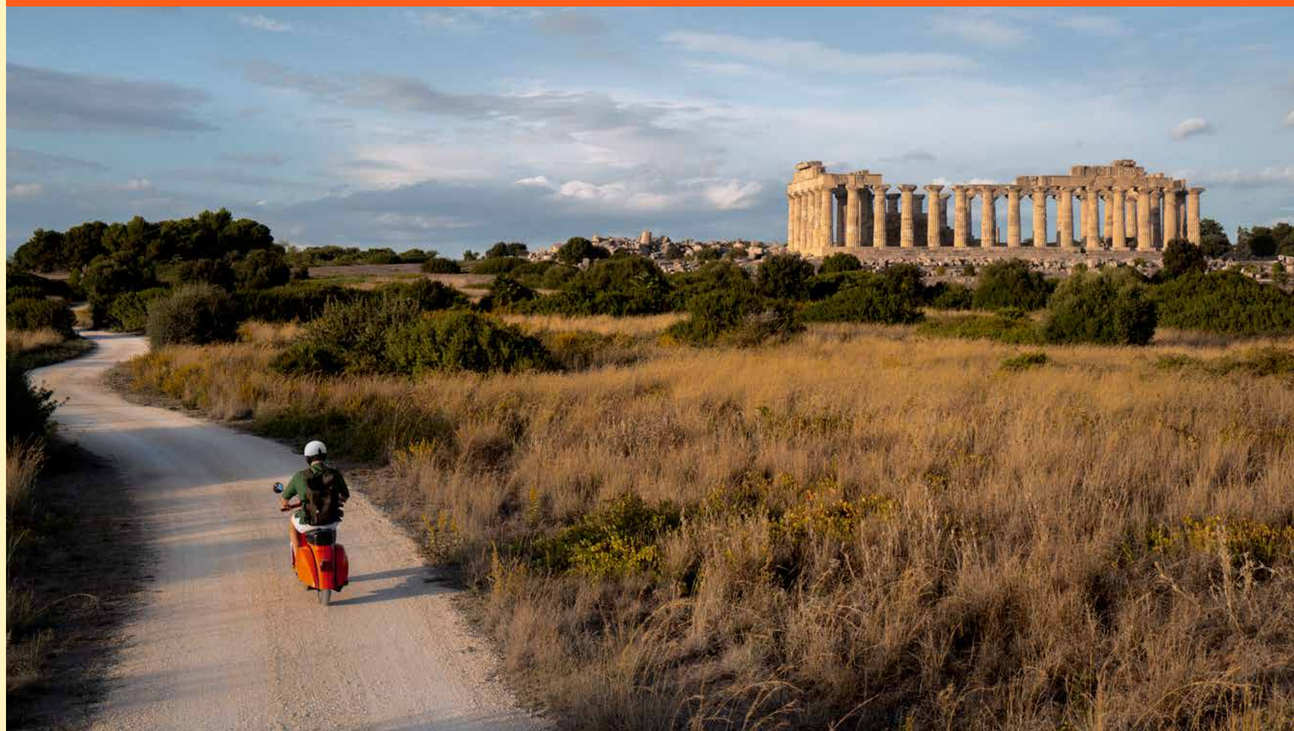
Las tendencias de la era del todo incluido y los viajes JOMO revelan que los viajeros prefieren la sencillez. Los paquetes de viaje son muy eficaces para reducir el estrés de la organización.

- Los colaboradores de vuelos, coches y hoteles pueden ofrecer paquetes para facilitar a los viajeros la organización de las vacaciones, tanto si van a un destino de película o (serie) como si están interesados en una escapada a un destino alternativo.

- Los colaboradores de TAAP pueden usar las ofertas de paquetes para que los viajeros disfruten de tarifas competitivas al tiempo que aprovechan tendencias actuales como los destinos alternativos.

- Gracias a las plantillas sin identificación de marca, puedes mostrar más inventario a los viajeros y ayudarlos a diseñar todo su itinerario.

Visita nuestro sitio web para colaboradores y podrás consultar más observaciones prácticas de Expedia Group.



* Estudio externo encargado por Expedia Group y llevado a cabo por OnePoll, una empresa de estudios de mercado, de acuerdo con el código de conducta de la Market Research Society. En el estudio participaron 25 000 personas, de 19 países, que han viajado por ocio o tienen pensado hacerlo en los próximos tres años.

expedia group™

Expedia® Hotels.com™ Vrbo™