[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Mexico City el 28/05/2020

# [Expedia Group aportará $275 mdd para la recuperación de los socios de viaje](http://www.notasdeprensa.es)

## Su propuesta global también apoyará a los destinos y la industria turística en general

Expedia Group, una de las agencias de viajes en línea más grandes del mundo, destinó $275 millones de dólares para ayudar a sus socios de viaje a sobreponerse del impacto del COVID-19 e impulsar los esfuerzos de recuperación en toda la industria turística. El programa de recuperación propuesto por la OTA incluye un número de iniciativas globales para la restauración de la industria y busca principalmente apoyar a los socios independientes y cadenas hoteleras pequeñas para reconstruir sus negocios, atraer huéspedes valiosos y optimizar el flujo de ingresos. En abril de 2020, Expedia Group[1] realizó una investigación que reveló cuatro áreas fundamentales en las que las propiedades de alojamiento requieren apoyo para superar la pandemia: conocer las tendencias de viaje (de placer y domésticos), inversiones en marketing y generación de demanda para viajes y destinos, mayor visibilidad en las plataformas de la compañía y apoyo financiero. Con base en dicha investigación, se designaron los recursos y planearon iniciativas que se apegaran a las necesidades de los socios de viaje. “No existe un plan de recuperación único que pueda ajustarse a todos. Restaurar la industria de viajes requerirá un nivel de asociación sin precedentes, tanto en el sector público como en el privado. Este programa de recuperación es el primer paso en nuestro largo viaje para reconstruir un ecosistema de viajes global más resistente, inclusivo y sostenible”, dijo Cyril Ranque, presidente de Travel Partners Group de Expedia Group. En apoyo a los socios de viajeExpedia Group se ha comprometido con $250 millones de dólares en créditos para marketing y apoyo financiero. Por cada propiedad que participe en el programa, la compañía reinvertirá el 25% de la compensación obtenida de las reservas de 2019. Aunado a lo anterior, la plataforma de viajes en línea reducirá la retribución de las reservas realizadas durante la vigencia del programa (tres meses), independientemente de las fechas de estadía. Por último, Expedia Group extenderá los términos de pago a 90 días, de las reservas de su modelo Hotel Collect, para proporcionar un alivio financiero adicional. Los créditos de marketing y el apoyo financiero estarán disponibles para los socios, en función de las señales de recuperación y las tendencias de la demanda de cada uno de sus mercados. Este enfoque proporcionará a los socios de Expedia Group el apoyo que necesitan cuando sea más beneficioso. Actualmente, la compañía ya está poniendo a prueba este programa en algunos países asiáticos. Para comprender mejor cuándo volverá la demanda en los mercados, actualmente Expedia Group proporciona datos patentados para rastrear tendencias, a través de una nueva herramienta de análisis llamada Market Insights. El panel dinámico de esta herramienta revela las tendencias sobre el tráfico de los sitios web, las fechas de estadía y los mercados de origen de la demanda de viajes. La herramienta está disponible de manera gratuita para todos los socios que utilizan Expedia Group Partner Central. Para apoyar a las cadenas y propietarios, Expedia Group lanzó una versión simplificada de su tecnología de “distribución optimizada”, que permite a los proveedores de alojamiento administrar de manera más efectiva sus tarifas mayoristas, entre los proveedores de viajes externos. La solución está diseñada para aumentar los ingresos al posicionar favorablemente el inventario de los socios en una red que incluye aerolíneas, instituciones financieras, agencias de viajes, programas de lealtad y membresías, entre otros. Atraer a los viajeros de nueva cuenta a los destinosPara reavivar la demanda a través de la conciencia de cada mercado, Expedia Group Media Solutions, la organización publicitaria global de Expedia Group, abrió un fondo de $25 millones de dólares para promocionar destinos. Este plan de recuperación se centra en las campañas cooperativas dirigidas por los destinos, que acercan a socios de viaje con audiencias similares, para administrar su gasto publicitario de la mejor manera y maximizar sus conversiones. Además, Expedia Group puso en marcha una serie de campañas globales con nuevas experiencias de viaje, para mantenerse en la mente de los consumidores. Por ejemplo, la campaña en línea de Media Solutions, “Where Next?” ayuda a los viajeros a descubrir nuevos destinos. Esta iniciativa mostró una interacción prometedora de los clientes; tan solo en las primeras semanas, atrajo a 30,000 visitantes, por lo que estará disponible hasta mediados de junio, accesible desde cualquier dispositivo en todas las marcas de Expedia Group. Otras acciones para los viajeros incluyen desde videoconferencias con Travelocity Roaming Gnome, hasta ceremonias de matrimonio virtuales con Captain Obvious y experiencias de viaje virtuales nuevas con Expedia.com, como caminatas por Yellowstone y conciertos de la Filarmónica de Berlín, entre otras. “En los países latinoamericanos, algunos de los esfuerzos que forman parte de este programa de recuperación se implementarán de acuerdo con el momento más adecuado para cada mercado; en función del levantamiento de restricciones, lo cual observamos muy de cerca con la ayuda de nuestro equipo regional ubicado en cada país”, dijo Freddy Dominguez, vicepresidente de mercado para Latinoamérica de Travel Partners Group de Expedia Group. Una industria de viajes preparadaPara ayudar a avanzar a los trabajadores que fueron suspendidos o desplazados durante este tiempo, Expedia Group también creó un programa complementario de capacitación y educación llamado Expedia Group Academy. Su finalidad es desarrollar las habilidades de los profesionales de viajes, a través de módulos de aprendizaje en línea y contenido en vivo dirigido por líderes de la industria turística y expertos de Expedia Group. Además, este programa contará con módulos sobre diversidad e inclusión, habilidades comerciales y de ventas, así como liderazgo. Al finalizar, los participantes recibirán oportunidades de reclutamiento exclusivas. Las personas interesadas pueden conectar con otros participantes en el grupo de LinkedIn Expedia Group Academy antes del inicio oficial del programa, que será a finales de junio. Para garantizar que los clientes puedan reservar con confianza, Expedia Group creó una nueva función para que las propiedades alojamiento puedan destacar sus medidas de salud e higiene; las cuales incluyen check-in y check-out sin contacto, desinfectante para manos incluido en todas las habitaciones, medidas de limpieza mejoradas y planes de distanciamiento social. Además, para promover la salud e higiene de los propietarios y los viajeros, la marca de propiedades de renta vacacional de la compañía, Vrbo, incluyó una lista de verificación de limpieza que se agregará a las descripciones de las propiedades disponibles para rentar en los sitios de Expedia Group. Finalmente, para de satisfacer las necesidades de los clientes previsores y garantizar la flexibilidad de reserva, ahora casi el 70% de los planes de tarifas de alojamiento en los sitios de Expedia Group son reembolsables. Adicionalmente, Expedia Group ha introducido un nuevo filtro para buscar vuelos con tarifas flexibles en sus sitios a nivel mundial, lo que permite intercambios y cambios de itinerario según las necesidades de cada viajero. Acciones de Expedia Group en el mundo Como muestra de solidaridad y apoyo a los profesionales de la salud que desempeñan un papel invaluable en la lucha contra el COVID-19, Expedia Group lanzó el Programa de Héroes de la Salud en algunos países como Japón, Singapur, Estados Unidos y Brasil para proporcionar habitaciones con tarifas sustancialmente reducidas para que empelados de hospitales, clínicas, centros de atención domiciliaria, servicios médicos de emergencia y de ambulancia, así como autoridades de salud puedan auto aislarse, descansar y recuperarse sin poner en riesgo a sus familias. Los socios hoteleros participantes implementaron medidas específicas para que los profesionales de la salud no solo tengan un distanciamiento social seguro, sino que también garanticen un contacto mínimo con otros huéspedes de la propiedad. Asimismo, Expedia Group y todas sus marcas trabajan de manera proactiva con organizaciones internacionales, gobiernos locales y la industria de viajes para garantizar que los hoteles, propietarios de viviendas, administradores de propiedades y viajeros reciban información clara y alineada sobre salud e higiene. Expedia Group se involucró en el tema con la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT), la Comisión Europea, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), así como con la tecnología de viajes de la UE (anteriormente Asociación Europea de Tecnología y Servicios de Viajes - ETTSA) y la Asociación Europea de Casas de Vacaciones (EHHA). Para conocer más acerca de los créditos de marketing o el apoyo financiero, piden a los socios de alojamiento contactar a su gerente de cuenta de Expedia Group. Para consultar los recursos adicionales de preparación para la recuperación dar clic aquí. \*\*\* Acerca de Expedia Group Expedia Group ayuda a eliminar las barreras al viajar, haciéndolo más fácil, agradable, alcanzable y accesible. Estamos aquí para traer el mundo al alcance de nuestro clientes y socios globales. Aprovechamos nuestra plataforma y capacidades tecnológicas a través de una amplia cartera de negocios y marcas para garantizar el movimiento de las personas y experiencias de viaje únicas tanto a nivel local como global. Nuestra familia de marcas de viajes incluye: Brand Expedia®, Hoteles.com®, Expedia® Partner Solutions, Vrbo®, Egencia®, trivago®, HomeAway®, Orbitz®, Travelocity®, Hotwire®, Wotif®, ebookers®, CheapTickets®, Expedia Group™ Media Solutions®, Expedia Local Expert, CarRentals.com™, Expedia® CruiseShipCenters®, Classic Vacations®, Traveldoo®, VationRentals.com and SilverRail™ y Para más información visite www.expediagroup.com. © 2020 Expedia, Inc. Todos los derechos reservados. Las marcas registradas y los logotipos son propiedad de sus respectivos dueños. CST: 2029030-50 Contacto de prensa: Karina Grajeda " kgrajeda@expediagroup.com [1] De acuerdo con la investigación realizada por Expedia Group a 10,551 socios de alojamiento, que incluye su retroalimentación.

**Datos de contacto:**

Jazmin Morales

jazmin.morales@prcentral.com

5555144849

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/expedia-group-aportara-275-mdd-para-la](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Internacional Finanzas Viaje Marketing Turismo Emprendedores E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)