

Viajar durante el confinamiento por COVID-19: Qué dicen los consumidores de América Latina y el Caribe

Durante el aislamiento por la pandemia de COVID-19, mucha gente está cumpliendo con las medidas recomendadas de quedarse en casa, sin saber hasta cuándo. **En junio de 2020, la actividad que más extrañaban los consumidores durante el confinamiento era viajar, según declaró el 61% de los encuestados en una investigación promovida por Visa a mediados de 2020. Hoy solo el 26% está dispuesto a viajar en el corto plazo.**¹



Las intenciones de viaje de los latinoamericanos durante 2021¹

Por miedo al contagio, se sigue postergando la fecha ideal para viajar, incluso dentro del país. **Los consumidores perciben los viajes aéreos como más riesgosos, lo cual abre una ventana de oportunidad para los destinos locales.**



En auto

57% de los consumidores está dispuesto a viajar en **auto en el corto plazo** a algún lugar cercano, pues les resulta menos riesgoso que otras opciones de transporte



Destino

27% irá a una **playa local**, mientras que al **26%** le **gustaría** ir a una **playa internacional** durante 2021



En avión

28% está dispuesto a **volar dentro de su país o a destinos internacionales** durante 2021



44% de los consumidores afluentes está dispuesto a viajar a una **playa local** antes de enero de 2021



32% de los consumidores afluentes se inclina un poco más por **volar a destinos locales** en el corto plazo



Hotel

49% prefiere **alojarse en un hotel** en sus viajes después de COVID-19



55% valora un **descuento o promoción** de una aerolínea más que otros beneficios



43% optó por reservar vuelos y hoteles por medio de **páginas web especializadas**



En crucero

33% consideraría hacer un **viaje en crucero**, pero solo una vez que esté disponible la vacuna



Restaurantes

71% piensa visitar **restaurantes** durante 2021

Visa está aquí para ayudarte

Comunícate con tu ejecutivo de cuenta Visa para saber cómo podemos ayudarte a comprender el cambio en el comportamiento de los consumidores, identificar oportunidades de maximizar tus portafolios y mejorar la comunicación con tus clientes. **Cómo podemos ayudarte:**



Comprendiendo los nuevos hábitos de consumo que nos deja el COVID-19



Identificando oportunidades de maximizar tus ventas



Mejorando tu salida al mercado con nuestros servicios de Marketing y Consultoría



Impulsando la lealtad del cliente y el posicionamiento de productos

VISA donde quieras estar

Fuente: 1. Visa Research / C-Space Noviembre 2020 – 400 participantes de distintos segmentos en 7 mercados de América Latina y el Caribe.

Acerca de Visa. Visa Inc. (NYSE: V) es líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar el mundo a través de una red de pagos más innovadora, confiable y segura transfiriendo que individuos, empresas y economías prosperen. Nuestra avanzada red de procesamiento global, VisaNet, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de procesar más de 65.000 mensajes de transacciones por segundo. El enfoque implacable de la compañía en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos, y en todas partes. A medida que el mundo pasa de lo analógico a lo digital, Visa pone nuestra marca, productos, personas, red y escala para remodelar el futuro del comercio.

La información, las recomendaciones o "mejores prácticas" contenidas en el presente (la "Información") se presentan "COMO ESTÁN" y su único fin es el de informar. De ningún modo debe considerarse la Información como consejos sobre operativa, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otro índole. Visa no es responsable por el uso que usted pueda hacer de los resultados de encuestas, investigaciones o recomendaciones de mejores prácticas ni de ninguna otra información, incluidos errores de cualquier tipo, ni por cualquier presunción o conclusión que usted pudiera inferir del uso de los mismos. Visa se abstiene de ofrecer garantías, expresas o implícitas, y expresamente deslinda responsabilidad por las siguientes garantías: de comercialización o de aptitud para un fin determinado, de que no se infrinjan derechos intelectuales de terceros, de que la información satisfará los requisitos de un cliente, de que la información esté actualizada y libre de errores. Siempre que las disposiciones legales aplicables así lo permitan, Visa estará exenta de responsabilidad respecto de cualquier cliente o tercero en relación con daños que surjan o puedan surgir de cualquier teoría de derecho, incluidos, sin limitación, daños especiales, indirectos, emergentes o punitivos, como también estará exenta de daños por lucro cesante o cualquier otra pérdida económica, aun cuando se hubiere alertado sobre tales daños.

©2021 Visa Inc. Todos los derechos reservados