

# Vacaciones 2020-2021

# Propósito

***“Describir el comportamiento turístico de las vacaciones (2020-2021) de los habitantes de distintas regiones de nuestro país y de sus expectativas sobre el tema. “***

## OBJETIVOS

- Conocer las alternativas que se manejan en cuanto a posibilidades de veraneo en la temporada 2020/2021
- Identificar los criterios que utilizarán para decidir el tipo de vacaciones posibles en el contexto de aislamiento social y de cuarentena por el COVID-19
- Describir los distintos segmentos que surgen en función a las alternativas que se definan para las vacaciones 20/21
- Conocer las condiciones esperadas para utilizar distintos medios de transporte y de alojamiento en el contexto de COVID-19

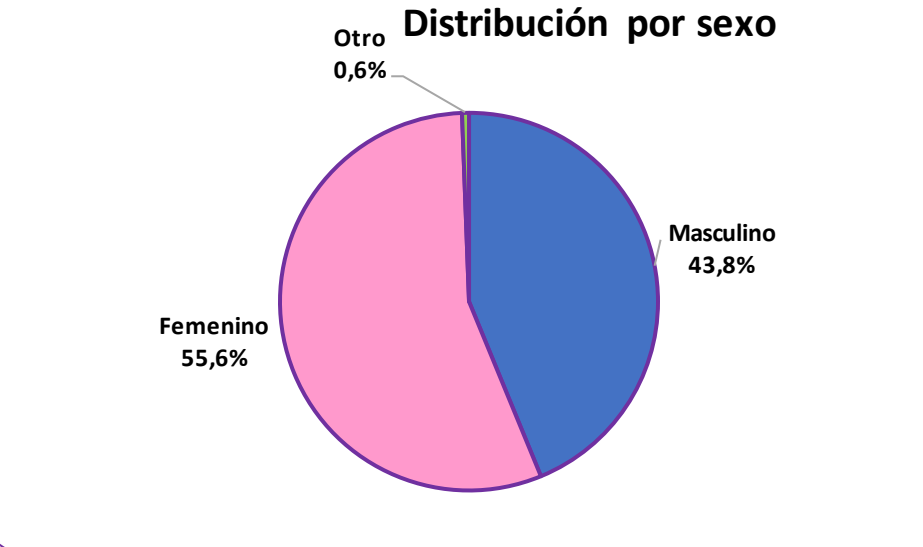
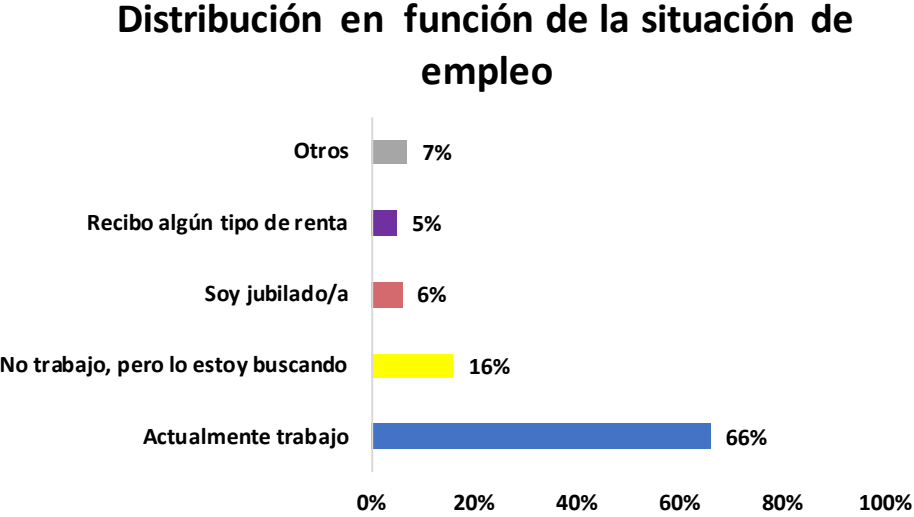
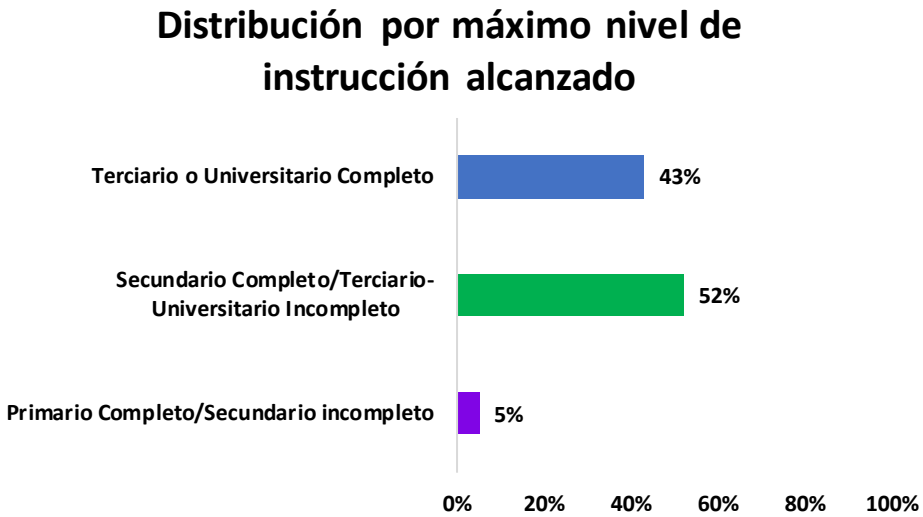
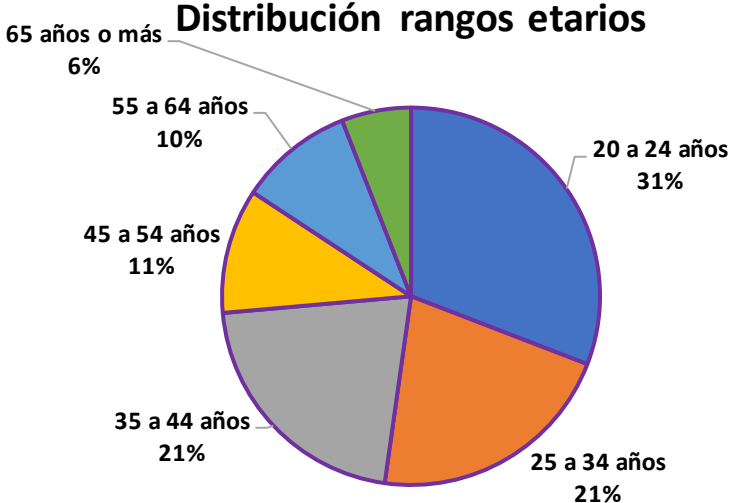
# Ficha Técnica

Cuantitativa  
Descriptiva /  
Cualitativa Descriptiva  
**Población:**  
Personas de entre 20 y  
75 años, de diferentes  
regiones de Argentina

**INVESTIGACIÓN  
CUALITATIVA**  
**Técnica de recolección :**  
Realización de 1 Focus  
Group Online mayores 35  
años y 1 menores 35 años  
**Tamaño de la muestra:**  
17  
**Fecha de realización :**  
07/10/20

**INVESTIGACIÓN  
CUANTITATIVA**  
**Muestreo:** No  
probabilístico, por cuota y  
criterio del investigador  
**Tamaño de muestra:339**  
**Método de contacto:**  
Encuesta online  
**Periodo trabajo de  
campo:** 04/11/ –  
11/11/20

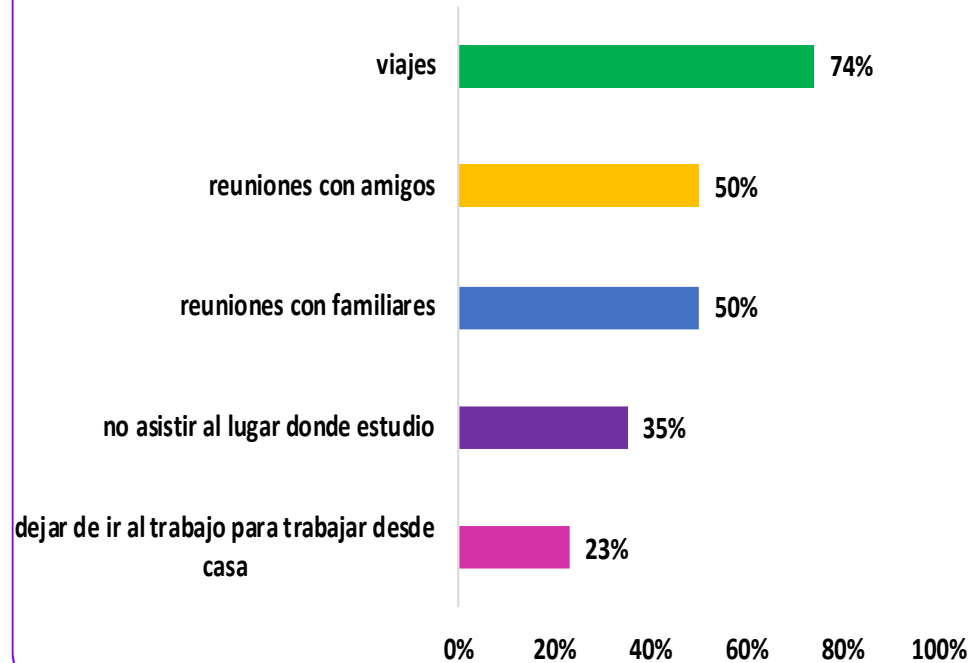
# Característica de la muestra



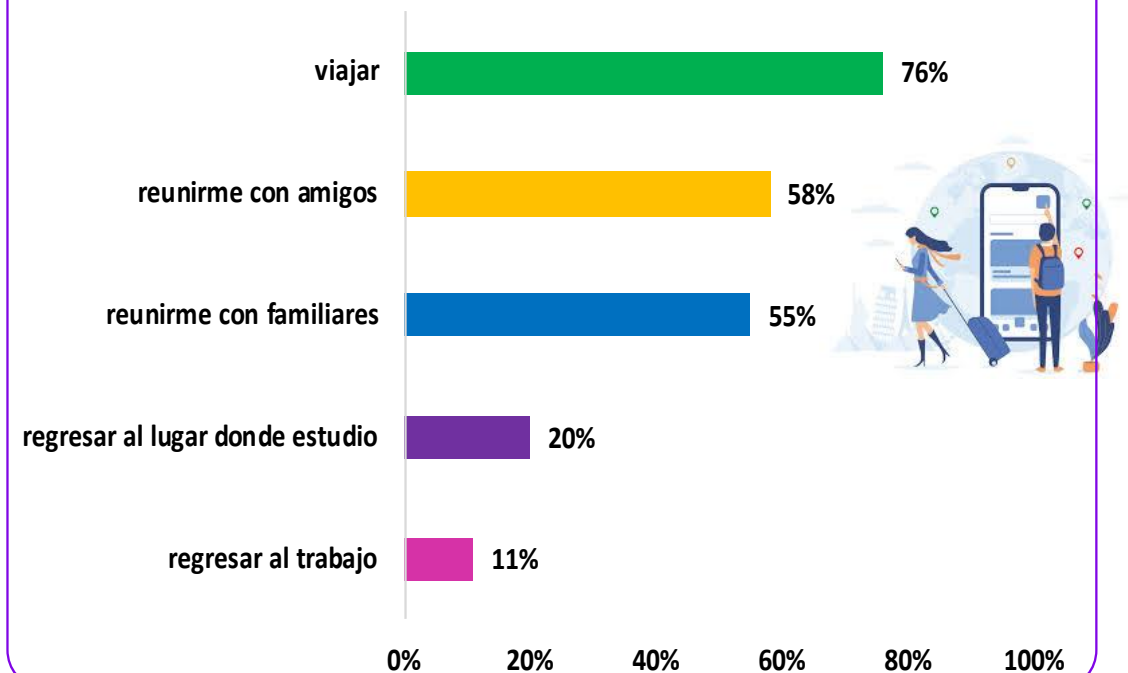
# Resultados

# Lo que se llevó el confinamiento y lo que más ansía hacer

## Hábitos y Costumbres que el confinamiento le llevó abandonar



## Lo que más desea hacer apenas el confinamiento lo permita



### Diferencias en la mención de hábitos abandonados por la pandemia:

En todas las regiones del país relevadas la mayor presencia en la mención fue viajar con la única excepción del noroeste argentino que la mayor frecuencia fue para "reuniones con amigos"

*"Pienso que la pandemia nos ha cambiado en todos los aspectos, no solo en cómo interactuamos con nuestros afectos, seres queridos, amigos, familiares, sino en lo que consideramos con la libertad de hacer o no. Como que nos ha restringido tanto la libertad individual, y también nos ha introducido al miedo." (Comentario grupo de foco menores de 35 años)*

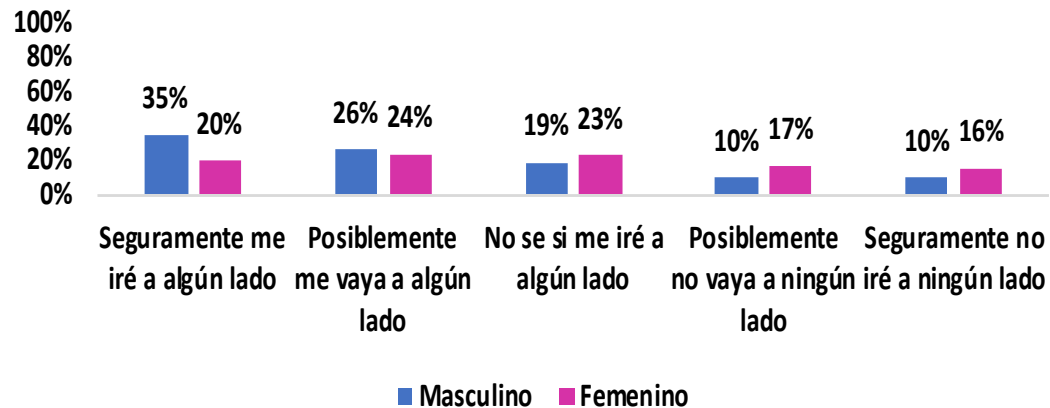
### No todos tienen los mismos deseos:

Los menores de 65 años el primer deseo es Viajar para los de 65 o más años el primer lugar lo tiene reunirse con la familia

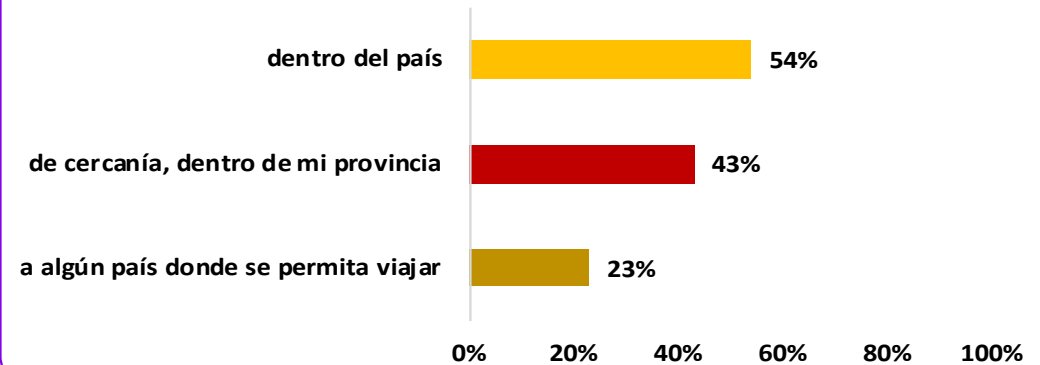
# Intenciones de viajar y lo que se busca al hacerlo



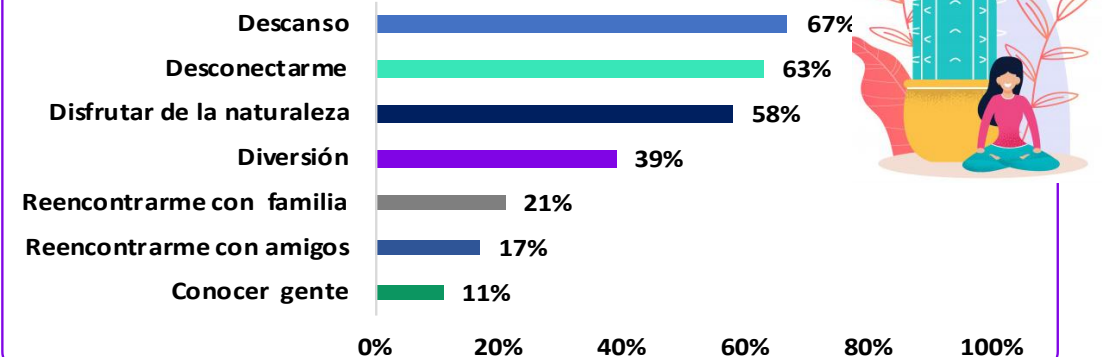
## Relación entre Posibilidad de viajar en próximas vacaciones y sexo



## Destinos pensados para vacacionar verano 2020-2021



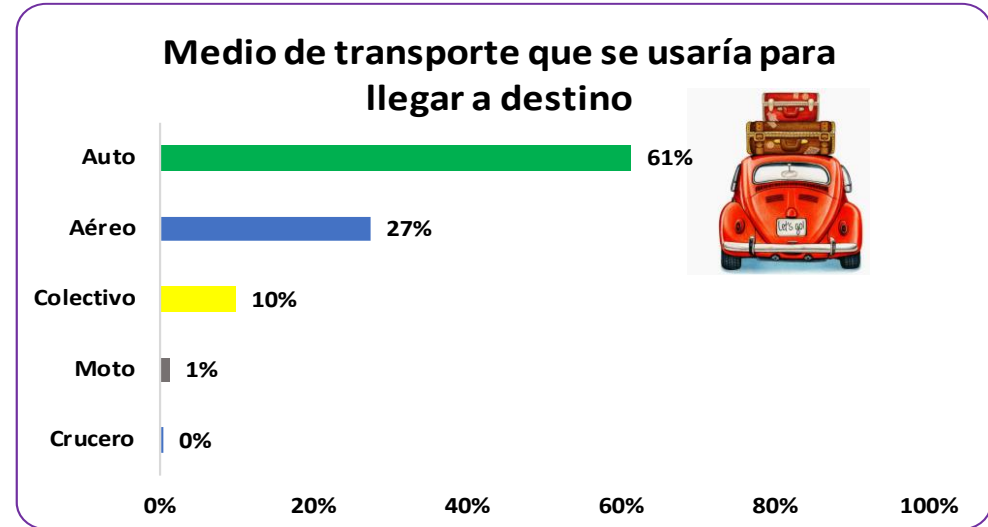
## Lo que se busca con las vacaciones de verano 2020-2021



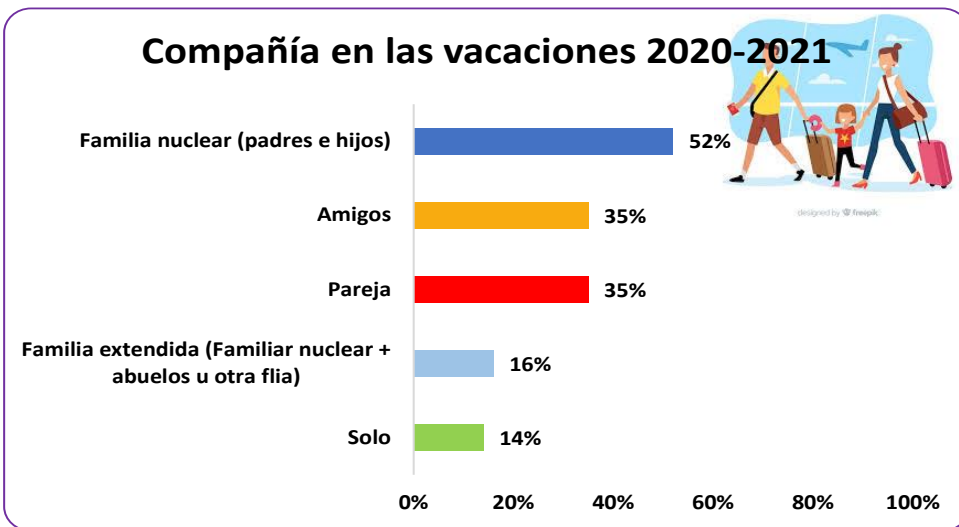
# Tiempo de vacaciones, medio de transporte , tipo de alojamiento y compañía

Días tomados en vacaciones	Antes de la pandemia (%)	En tiempos de pandemia (%)
Por día		3%
2 noches	5%	8%
3 a 7 noches	33%	44%
8 o más noches	63%	45%
Total	100%	100%

*"Creo que van a ser más cortos los tiempos, una por la parte económica y otra por el cuidado de que hay que tratar de salir el tiempo justo. Entre 5 y 7 días, más no, y antes eran alrededor de 15 días." (Comentario en grupo de Foco)*

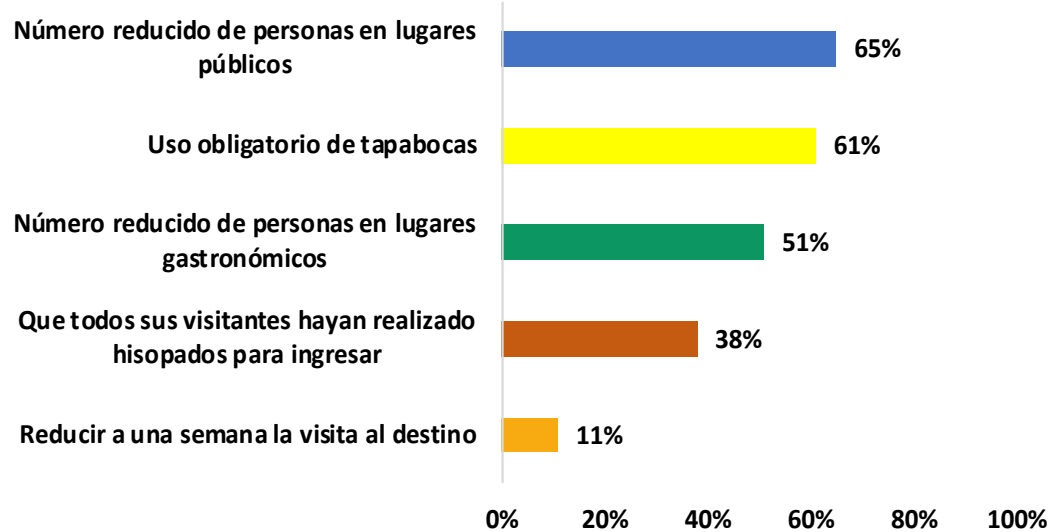


*"Creo que el turismo va a ser más interno, en la parte de la costa, o el norte. Por la situación económica también estaba pensando en alquilar una casa con pileta por una cuestión de seguridad." (Comentario en grupo de foco mayores 35 años)*

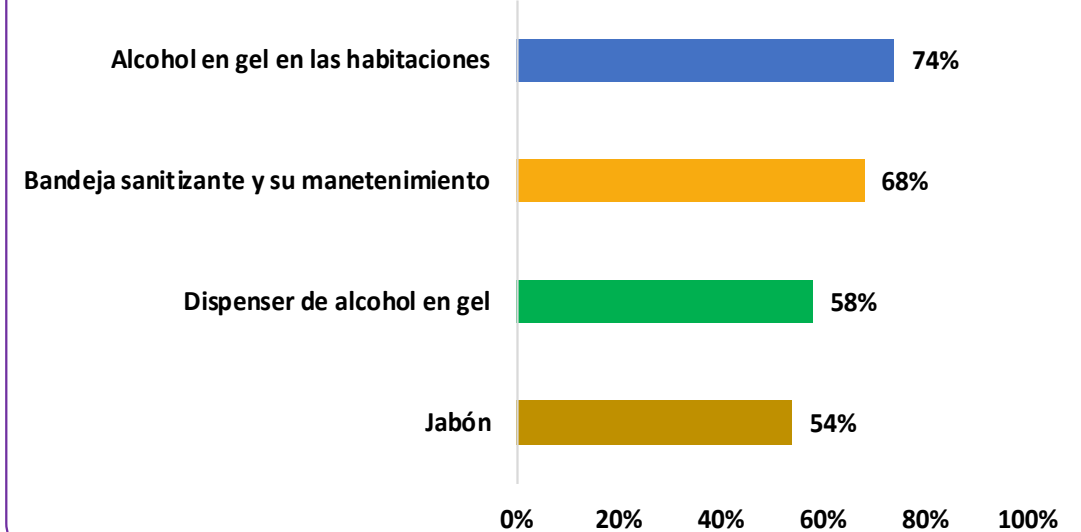


# Expectativas respecto al destino

## Lo que se espera del destino



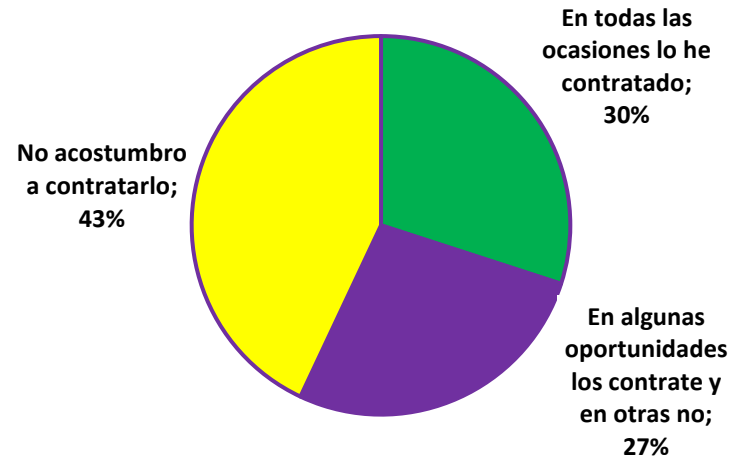
## Lo que el alojamiento debería ofrecer



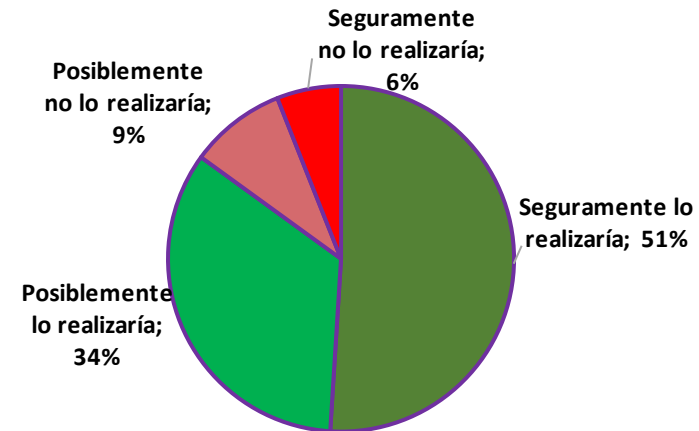
*"Seguridad, que no haya mucha gente. Que uno pueda estar como familia aislado. Por otra parte, la accesibilidad a los servicios de salud. No iríamos a un hotel"*  
(Comentario en grupo de foco de mayores)

# Cuidados al decidir viajar

## Contratación de asistencia al viajero



## Intencionalidad de realizarse un hisopado en caso de requerirse para viajar

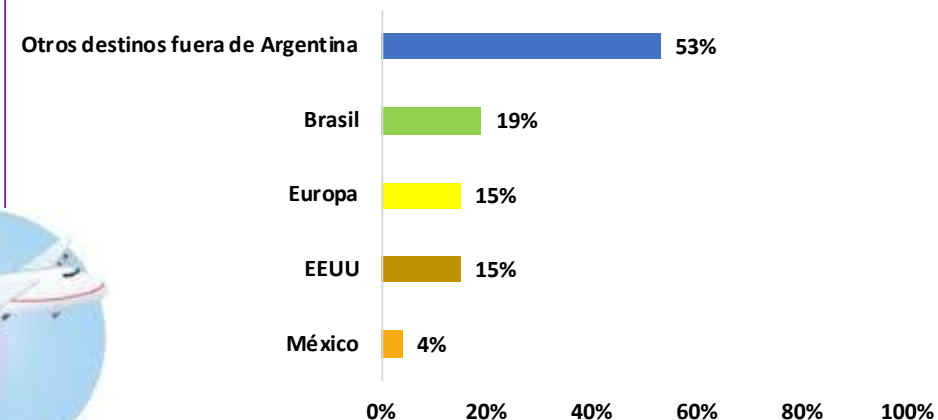


# Compras a futuro, destinos elegidos y razones de las compras

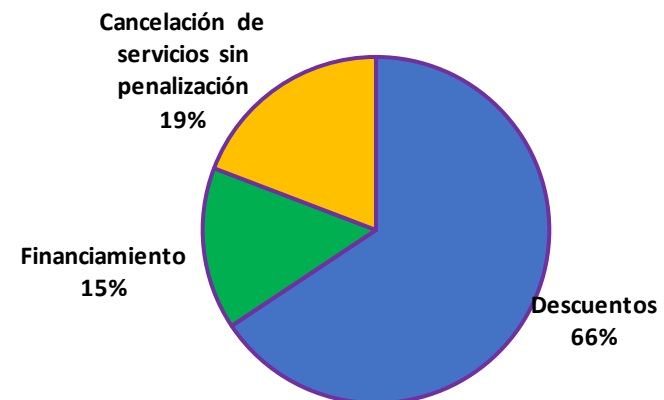
## Adquisición de paquetes de viaje a futuro



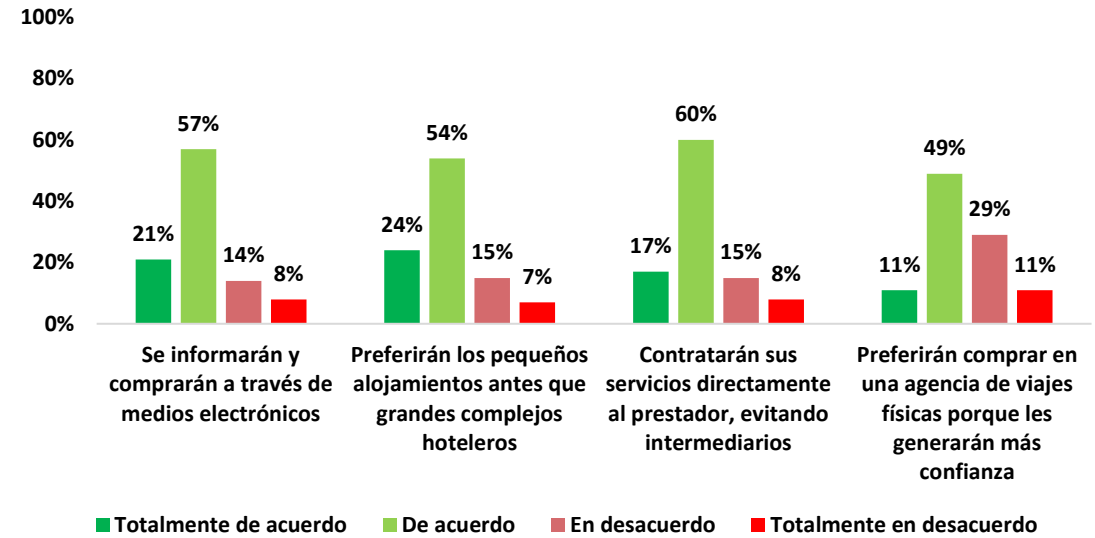
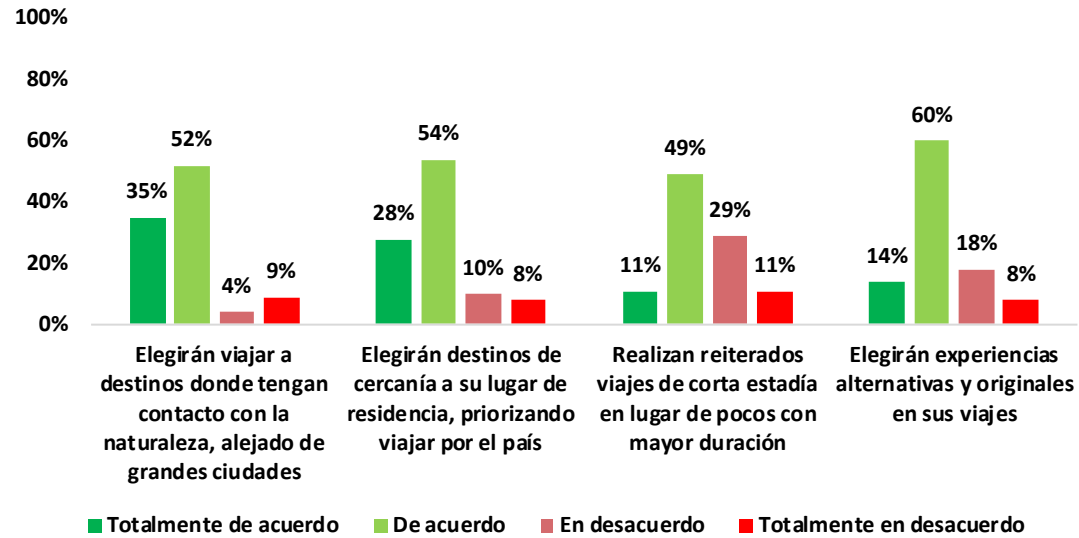
## Destinos adquiridos a futuro (Base: Personas que compraron a futuro 11%)



## Razones de las compras a futuro (Base: Personas que compraron a futuro 11%)



# Algo más sobre el pensamiento de los potenciales viajeros



# Conclusiones

Al igual que todos los años, la cátedra de Investigación de Mercado de la Licenciatura en Turismo de la UBP, bajo la conducción de los profesores Alejandra Garbino y Esteban Conci, lleva a cabo una Investigación de Mercado acerca de alguna temática actual y de interés. Este año se optó por intentar comprender el impacto de la pandemia en la próximas vacaciones de verano.

En la actualidad, lentamente la primera ola de contagios de COVID-19 está descendiendo. Poco a poco se está volviendo a recuperar hábitos y costumbres que las medidas de confinamiento obligaron a abandonar. Durante estos meses y a partir de Marzo la manera de vivir indudablemente se ha transformado, obligándonos a repensar cuestiones que hasta ese momento dábamos por hechas sin mayores preocupaciones.

Uno de los sectores más afectados por la actual crisis ha sido el turismo y todas las industrias que lo conforman, desde las empresas de transporte aéreo, terrestre y marítimo, a hoteles, restaurantes y comercios locales, hasta la economía informal. **Este sector** se enfrenta al reto de una reapertura en medio del temor a un rebrote, pero también al agotamiento generado por el confinamiento y un sector empresario que requiere imperiosamente retomar sus actividades comerciales.

Estas fueron entonces los principales motivos por los que se optó por intentar conocer cómo, por qué, con quién, dónde y cuándo los argentinos piensan en sus vacaciones frente a la temporada estival que comienza.

- **Pérdida de hábitos, lo que se ansía y sus razones:** El 74% de las personas respondió en primer lugar que el confinamiento les impidió viajar, la única excepción en cuanto respuestas fue para los habitantes del noroeste argentino cuya primer mención fue para “reuniones con amigos”.

Lo que más ansían transcurrida la pandemia para los menores de 65 años es viajar mientras que para las personas de 65 años o mayores a ellos lo que más desean es reunirse con familiares. Fuera de las dimensiones viajar y reunirse con los afecto familiares y amigos, todo lo demás parece pasar a un segundo plano. No es extraño que la sensación generalizada sea salir disparados de los domicilios por lo que las vacaciones pueden tener este año un papel muy por encima del habitual. Entre las principales razones que se argumentan son la necesidad de Descanso (67%), la necesidad de Desconectarse(63%) y el poder Disfrutar de la naturaleza(58%).

- **¿Cuántos creen que viajarán en las próximas vacaciones?:** Pese a la necesidad de descansar y desconectarse al momento de ser consultados sobre la decisión de viajar 5 de 10 personas expresaron la posibilidad de viajar. El 26% pudo responder que Seguramente se irán a algún lado y el 25% Posiblemente vayan a algún lado, el resto están indecisos (22%) y el 23% restante con mayor o menor certeza no lo harían.

## LOS POSIBLES VIAJEROS

- **Tipo de turismo:** El tipo de turismo elegido es el doméstico, argentinos visitando sus propios lugares ya sea dentro del país (54%) o de cercanía en sus propias provincias (48%), solo el 23% estarían esperando la apertura de fronteras para viajar a otros países.
- **Tiempo de la estadía:** se pudo observar una leve tendencia a reducir la cantidad de días que se alojarían en comparación a vacaciones de años anteriores
- **Alojamiento y Medio de transporte:** Dado que las grandes urbes tienen complicado mantener el distanciamiento social, ya que la mayoría de las actividades propias del turismo de ciudades (museos, espectáculos, etc.) se llevan a cabo en sitios cerrados. Se comienza a vislumbrar la expansión del turismo de naturaleza, de espacios abiertos, de allí la preferencia en alojamientos de los posibles viajeros. La demanda de casas o departamentos en alquiler llevan la delantera con un 48%, seguido muy de cerca por cabañas con un 43%. Respecto a Hoteles hay preferencia por los hoteles grandes (26%). La preferencia está respecto a lugares con pocas personas en lugares públicos (65%) y la exigencia del uso de tapabocas (61%)

Según la información relevada el turismo doméstico será la vedette este verano y en donde el medio de transporte para llegar a destino elegido por los argentinos es el automóvil (61%) en primer lugar, seguido con bastante distancia por el aéreo (27%); lo harían preferente en compañía de Familia nuclear (52%), seguido con Amigos o bien con la Pareja ambas en un empate con el 35% cada una.

- **¿Hisopado si o hisopado no?... Y otras medidas de seguridad:** Un tema que está instalado es si los destinos exigirían hisopados para ingresar a un destino y si las personas estarían dispuestas a realizarlo como requisito para poder gozar de vacaciones, el 51% respondieron que Seguramente lo realizarían y 34% que posiblemente lo realizarían.

Una medida más de precaución a la hora de viajar debería ser **contratar un seguro de viaje ya que debido a los constantes cambios, puede que el contexto varíe antes o mientras se esté en destino y sea beneficioso haberlo contratado.** Sin embargo entre los argentinos no parecería ser de uso frecuente solo 3 de 10 personas reconocieron contratarlo siempre y 3 de cada 10 solo en algunas ocasiones.

- **El proceso de compra:** el proceso de compra está teñido por los medios electrónicos tanto al momento de la información como al momento de la compra propiamente dicha (87%), sin necesidad de intermediarios sino, contactando directamente con el prestador (77%).

## QUIENES NO VIAJEN

- Entre las principales razones que esgrimen quienes ya han decidido no viajar en las próximas vacaciones el 36% "Porque aunque estén las autorizaciones prefiero cuidarme para evitar posibles contagios de COVID", el 33% "Por razones económicas" y el 30% "Por no tener la certeza de poderse trasladar a determinados destinos". Los mayores de 35 años son los eligen cuidarse y no salir de vacaciones.

## LAS ALTERNATIVAS DEL SECTOR EMPRESARIO

Ante el escenario tan complejo e incierto para el sector del turismo, y ante la necesidad imperiosa de generar ingresos que les permita mantener a sus empresas a flote, muchos operadores comenzaron a ofrecer "turismo futuro", lo que implica vender hoy un servicio que -en teoría- se podría utilizar pospandemia.

De los entrevistados un 11% se arriesga a este tipo de compras, los destinos elegidos fueron internacionales, las principales razones por las que se atrevieron a ese tipo de operación fue el atractivo que les parecieron los Descuentos (66%), la Posibilidad de Cancelación sin penalizaciones (19%) y en tercer lugar las Financiación que se ofrecía (15%).

Seguramente la próxima temporada de vacaciones será diferente. Los recursos naturales con que cuenta Argentina serán claves para la recuperación del turismo y son los factores que en este momento atraen a los viajeros, el combo perfecto...naturaleza + lugares de cercanía+ alejamiento de las aglomeraciones . Muchos argentinos tienen avidez por viajar y más en estas próximas vacaciones donde se espera poder escapar rápidamente de un 2020 tan intenso. Sin embargo para lograr un mayor convencimiento en la decisión que estos deben tomar es necesario tanto desde el sector público como del privado generar mayor confianza. Esta variable se torna relevante para lograr la recuperación del turismo, convirtiéndose en uno de los mayores desafíos. Una estrategia inicial y que debería venir de la mano del Estado, para lograr esa confianza tan deseada, es poder estandarizar los diferentes procesos, donde cada provincia y ciudad del país logren ponerse de acuerdo sobre protocolos y exigencias para los visitantes de cada destino.

El sector empresarial, a su vez, deberá estar a la altura de los cambios y poder responder de manera flexible y ágil a los nuevos desafíos. Hay cambios que han tenido que implementarse en tiempos de pandemia que posiblemente hayan venido para quedarse, quien adquiera un pasaje o contrate un alojamiento buscará de manera natural poder redefinir fechas de sus viajes sin recibir penalizaciones. Este viajero cauteloso que ha nacido con la pandemia seguramente no ha perdido el deseo de ser sorprendido por lo que el sector empresarial deberá desarrollar la creatividad más que nunca para lograr una experiencia inolvidable de esos pasajeros. Es muy posible que en el próximo verano los destinos tradicionales pierdan vigencia y en cambio los destinos emergentes tomen preponderancia, para lo cuál estos deberán estar preparados y no defraudar a quienes los elijan.

En otras palabras, no dejar pasar la oportunidad de que en esta temporada pareciera que no serán pocos los argentinos que optarán por el tan ansiado "conocer primero lo nuestro"; por lo que será necesario recibir a los "nuevos turistas" de manera profesional y dispuestos a complacerlos y acompañarlos en esta necesidad de descansar, desconectarse de lo cotidiano y el encierro para disfrutar del aire libre y la naturaleza en primera persona. En este sentido, el creciente interés por el cuidado del medio ambiente como también el respeto por la naturaleza en su conjunto, son elementos a no descuidar. Por lo que resultan estrategias simples y económicas, la implementación de programas de sostenibilidad y/o sustentabilidad, de manera tal de disfrutar de los recursos naturales sin ponerlos en peligro para futuras generaciones. Estas estrategias son percibidas como elementos de valor agregado en la oferta tradicional, como lo son también aquellos aspectos locales y cotidianos que atraen a las mentes curiosas en cada visita a un lugar desconocido.

De eso se trata esta temporada, de nuevas y desafiantes oportunidades para un sector golpeado pero que se encuentra vivo y expectante a lo que se viene. Un sector que deberá tener presente que la variable económica financiera no resulta un elemento menor en la toma de decisiones de los consumidores, muy por el contrario es importante evitar que este consumidor informado, no se sienta estafado o que el comerciante "busca salvar el año con una temporada", tal como se comentara en alguno de los grupos de foco. Una alternativa atractiva sería estrategias combinadas de precios moderados y financiación, con una oferta cuidada y responsable, que invite a que los visitantes regresen en esas "varias escapadas cortas" que comentaron prefieren hacer durante el año, en detrimento de estadías más extensas como las previas a esta "nueva realidad"

Solo el tiempo terminará de definir si se está en presencia de un nuevo viajero o si pasado un tiempo y habiendo quedado atrás la pandemia se regresa a lo que se llamó la "normalidad anterior", de las respuestas que vayan surgiendo estará la clave de la reconversión que la industria necesitará.