

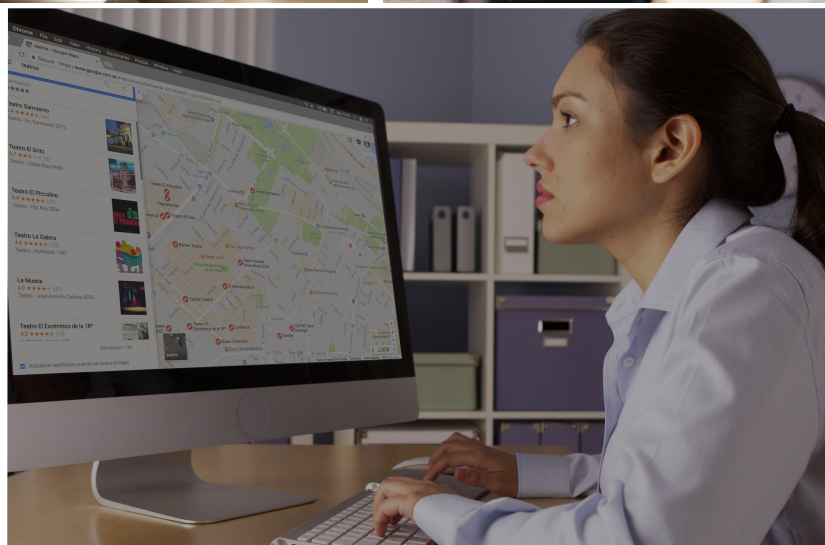
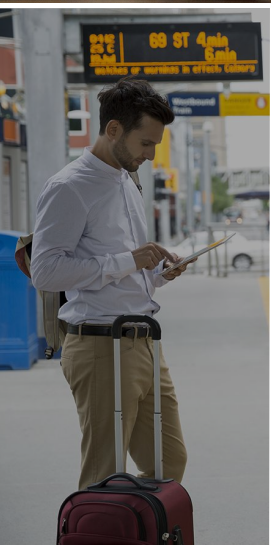
¿Cómo viajan los argentinos?

Septiembre 2018











21

piensan

-21%, cada 4 meses-



5

Investigan

-30%, todos los meses-



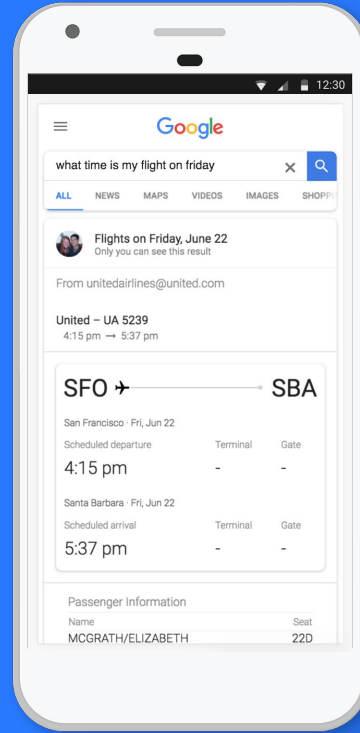
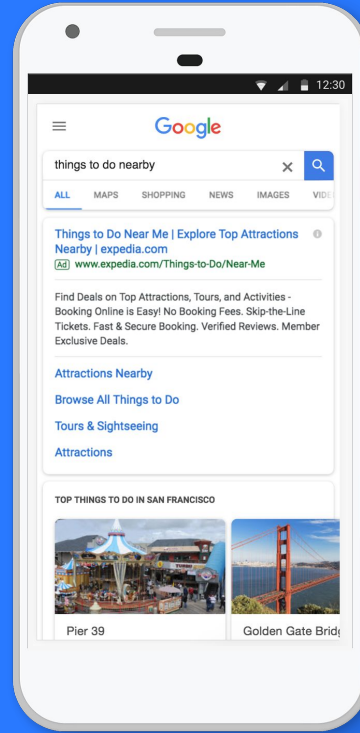
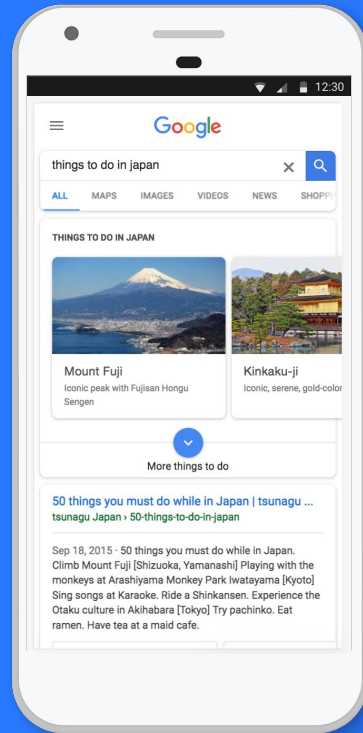
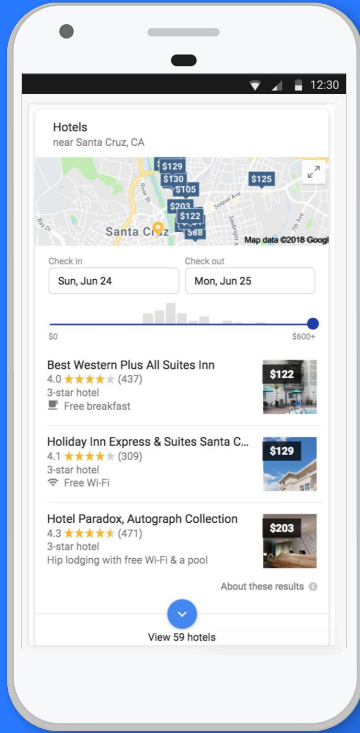
2

compran

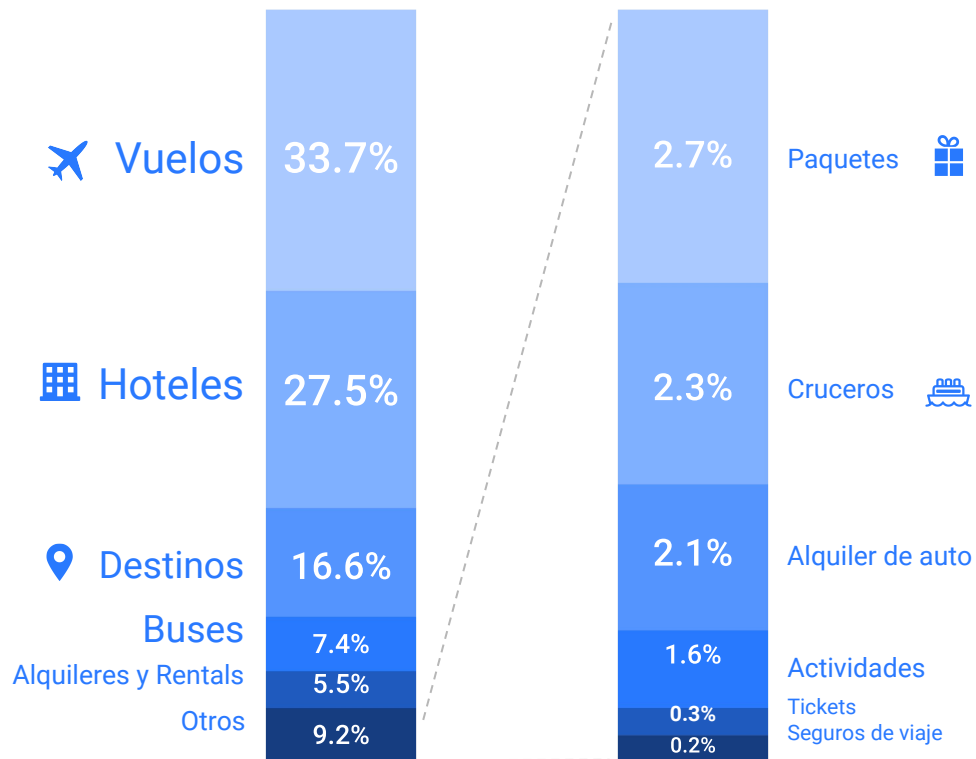
-21%, cada 4 meses-

* veces al año.

Fuente: Google / Kantar TNS, estudio "¿Cómo asistir a los argentinos en la compra de sus vacaciones?", n=1081, Argentina, marzo, 2018.



¿Qué lugar tiene cada parte del viaje en la búsqueda?



Búsqueda de Destinos

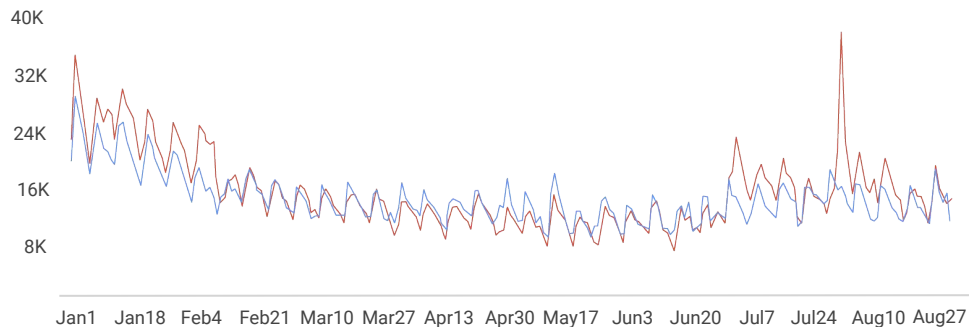
✈ Top 10 destinos AR

Destino	Queries YoY
1 Miami	6.29%
2 San Carlos de Bariloche	41.76%
3 Madrid	20.37%
4 Buenos Aires	57.52%
5 Cancún	21.74%
6 Rio de Janeiro	26.97%
7 Córdoba	56.07%
8 Chile	-30.92%
9 Barcelona	23.11%
10 Salta	41.41%

🔍 Chart curvas queries inter y doméstico

Insight de cambio de comportamiento


● Doméstico ● Internacional



Metodología

Muestra 1081 casos
80% online (CAWI), 20% offline (CASI)

Campo Del 30-ene al 21-feb.

Target  Hombres y Mujeres, **18-64**, Argentina
(AMBA, Rosario, Córdoba, Mendoza, Otros)



**Que hayan viajado por placer
en los últimos 12 meses.**

Productos 31% Pasajes de avión
31% Reservas en Alojamientos
31% Paquetes de Turismo
7% Otros pasajes de transporte

A scenic landscape featuring a large body of water in the foreground, a forested island in the middle ground, and mountains in the background under a clear blue sky. The scene is bathed in soft, golden light, suggesting early morning or late afternoon.

93%

Investigaron online

cabañas en ...



Quieren sentirse confiados de sus vacaciones

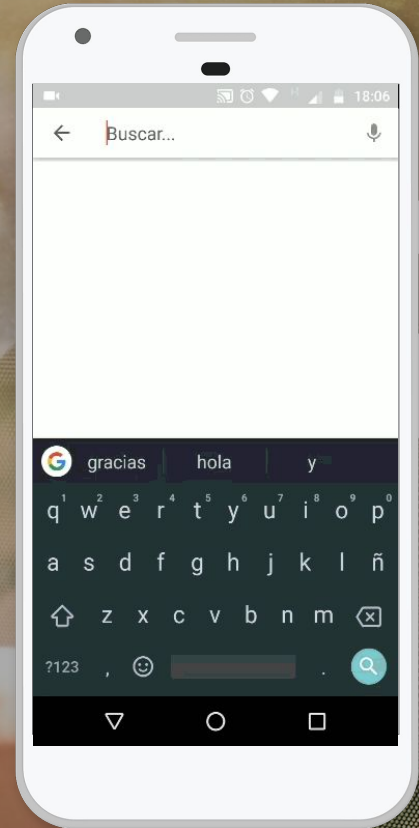
93%

Investigaron online

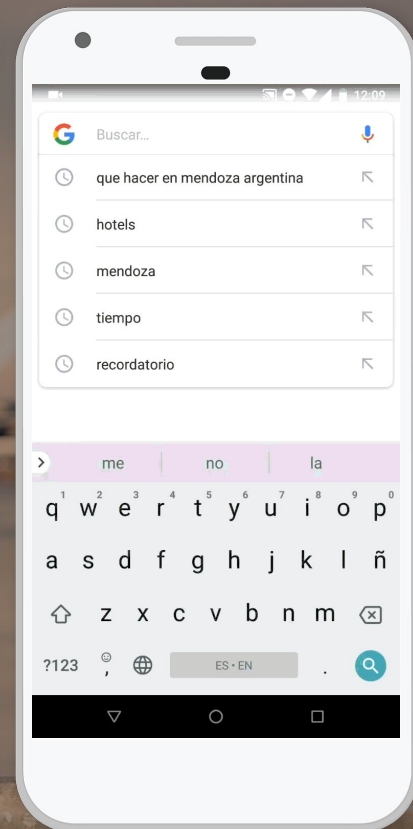
cabañas en ...

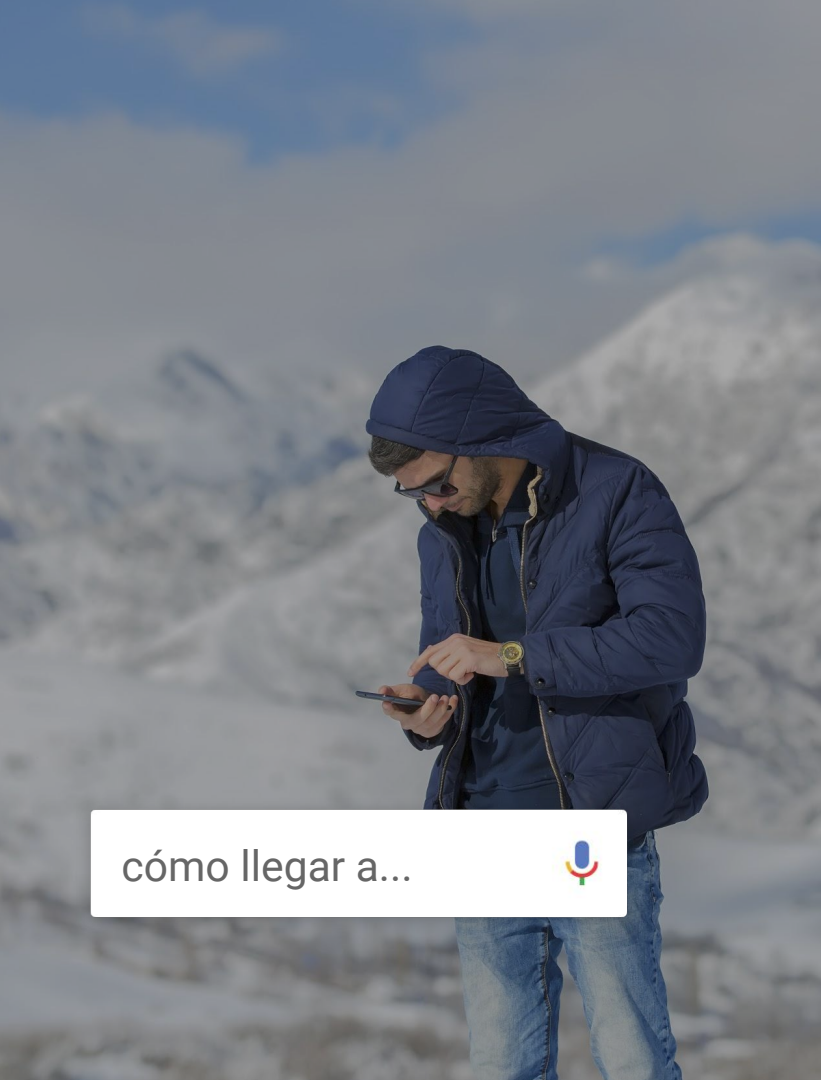


64%
ve videos online
en la investigación



86%
investiga a través de
buscadores






cómo llegar a...



Solo un **10%**

**siempre tiene decidida la
compañía que elegirán antes
de realizar la **investigación****

-85% busca información relevante sin importar la compañía-



56%

considera que sería **más leal** a una compañía que le provee info relevante durante su viaje y crece con la edad!

-62% de consumidores entre 50 y 64, que a su vez, también viajan más veces en promedio-



7 de cada 10

considera **reservar** un pasaje o un
hostel para unas vacaciones no
planificadas **ante una buena oferta**

Quieren satisfacción inmediata

7 de cada 10

considera **reservar** un pasaje o un hostel para unas vacaciones no planificadas **ante una buena oferta**

Quieren satisfacción inmediata

70%

Pasajes de avión



69%

Hotel



64%

Paquete: avión + alojamiento



56%

Actividades en destino



38%

Alquiler de auto



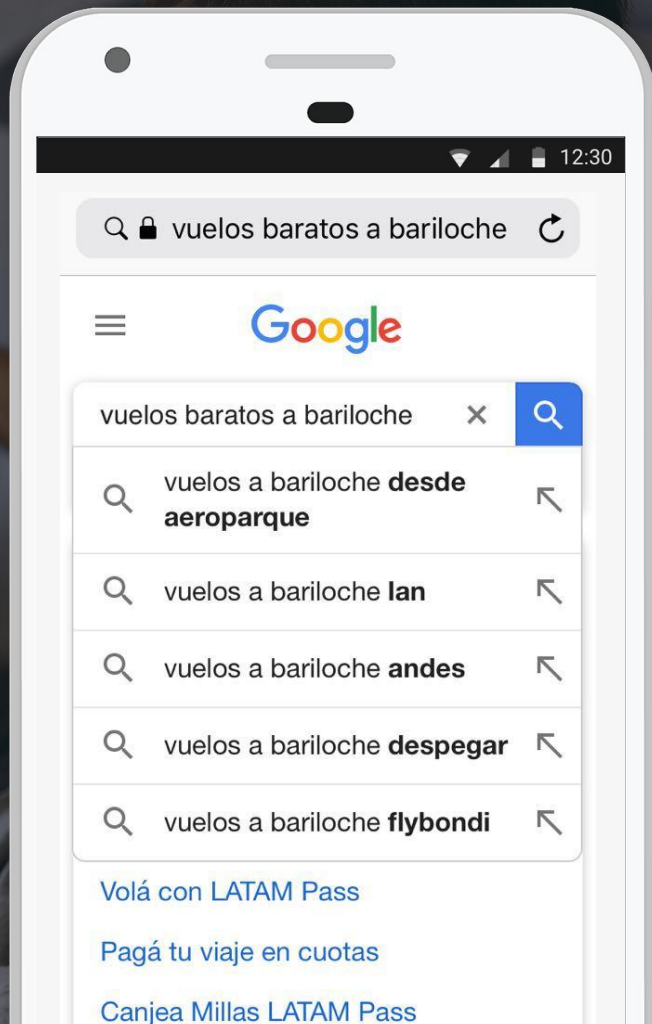
* Más o mucho más probable que considere reservar los siguientes productos para unas vacaciones impulsivas si encuentra una gran oferta o un buen descuento en un evento de grandes descuentos

Fuente: Google / Kantar TNS, estudio "¿Cómo asistir a los argentinos en la compra de sus vacaciones?", n=1081, Argentina, marzo, 2018.

Quieren experiencias personalizadas

53%

prefieren ver opciones de viaje que reflejen sus **hábitos y preferencias** de viaje, en vez de buscar entre muchas opciones



Quieren experiencias personalizadas

48%

se uniría a un programa de fidelización si la marca le ofreciera info y ofertas personalizadas.



30%

estaría dispuesto a pagar más por sus servicios



2 de cada 3

considera **interesante tener un asistente digital** para realizar reservas de viajes, cambiar dichas reservas y / o monitorear precios.



cambiar la reserva del ...





Google Flights



Google Trips



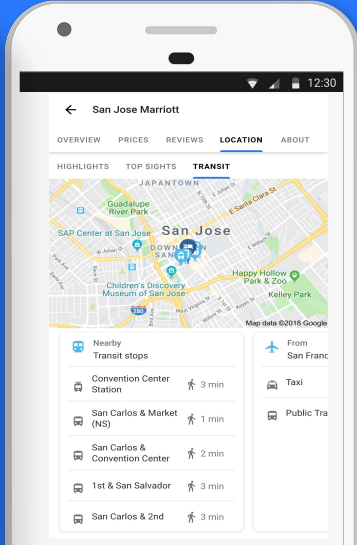
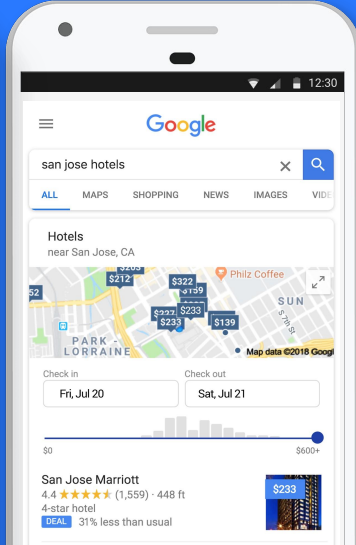
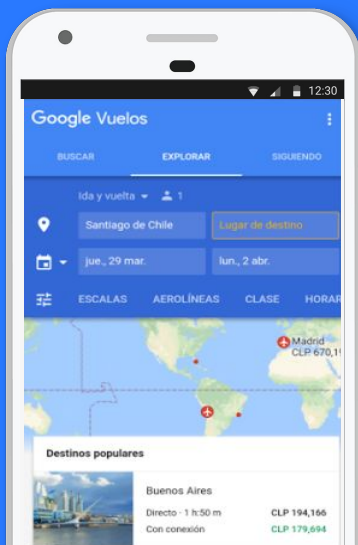
Google Mi Negocio



Google Translate



Google Maps



Los argentinos muestran lealtad a experiencias de reserva y compra más asistidas.

Quieren sentirse confiados de sus vacaciones

1 de cada 2 considera que sería **más leal** a una compañía que le provee info relevante durante su viaje.

Quieren satisfacción inmediata

7 de cada 10 consideraría reservar un pasaje o un hotel para unas **vacaciones no planificadas**, ante una buena oferta.

Quieren experiencias personalizadas

53% prefieren ver opciones de viaje que reflejan sus **hábitos y preferencias de viaje**, en vez de buscar entre muchas opciones.

¡Muchas gracias!

