

ENCUESTA TENDENCIAS DEL VIAJERO 2021

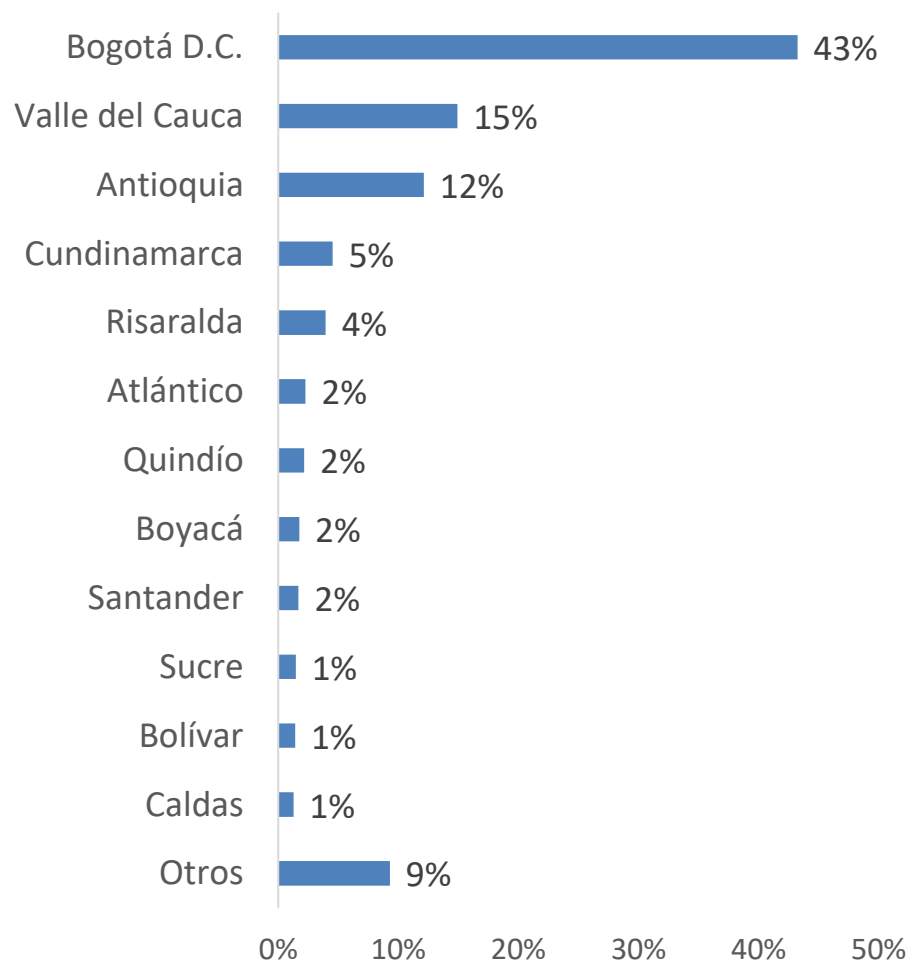
Con el objetivo de identificar las diferentes tendencias de viajes, ANATO realiza su primera encuesta de 2021 dirigida a Viajeros en Colombia.

Este estudio profundiza en los siguientes aspectos: perfil del viajero, intención, características y organización del viaje; elementos clave para entender y adaptarse a las nuevas preferencias.

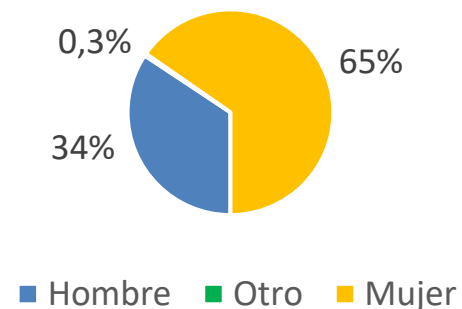
El estudio se desarrolló entre el 2 y 15 de febrero con la participación de 1.723 personas.

1. Perfil del viajero e intención de viaje

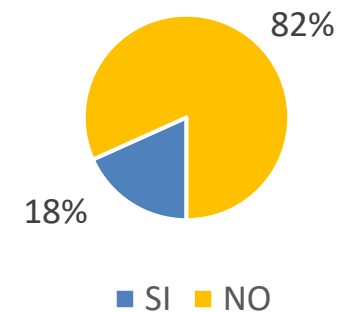
Departamento de residencia



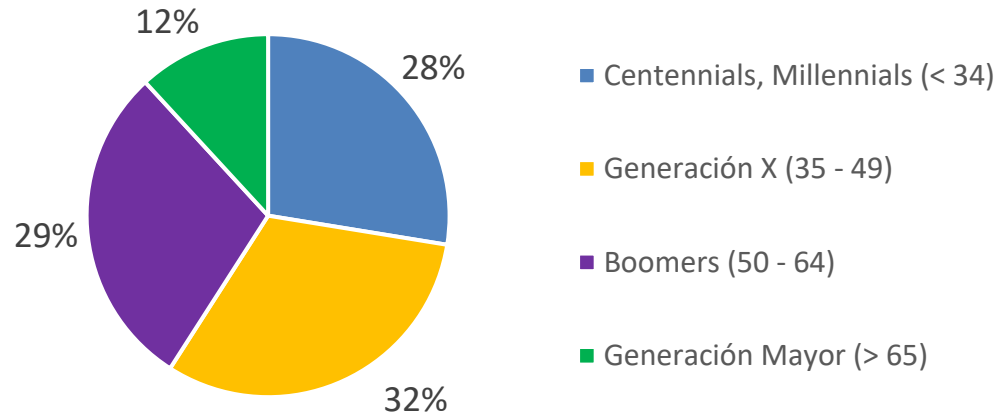
Género



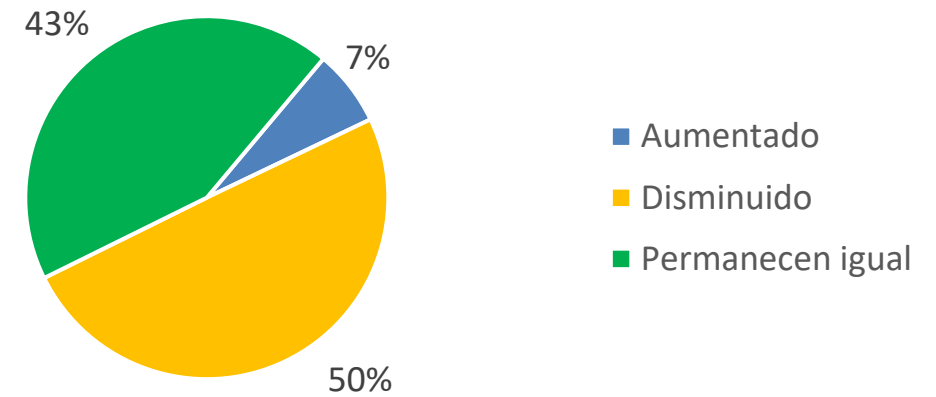
¿Tiene preexistencias o complicaciones de salud que estén asociadas al riesgo del COVID-19?



*Generación (edad)**

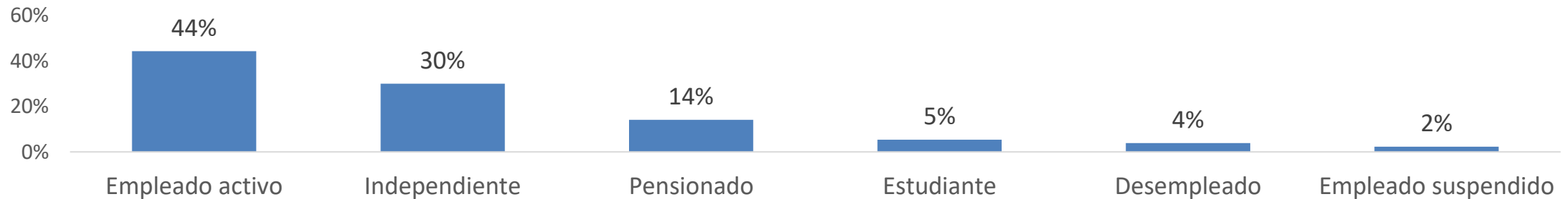


Considera que en la actual coyuntura de pandemia sus ingresos han:

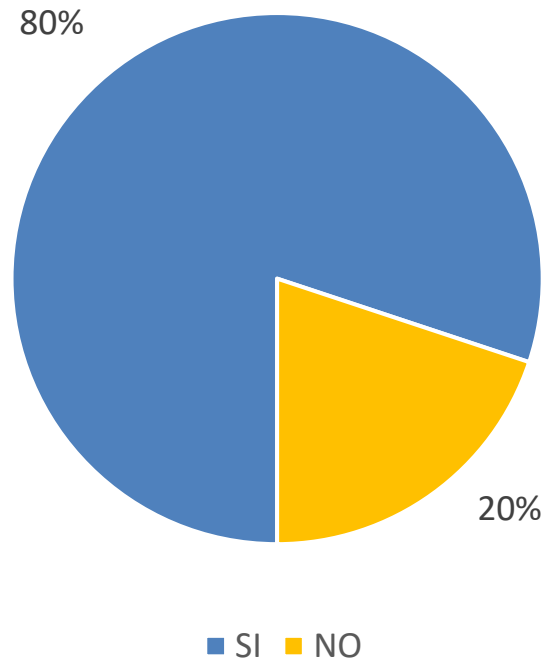


*Nota: La generación Centennials (15 – 20) representa el 3% del total de respuestas

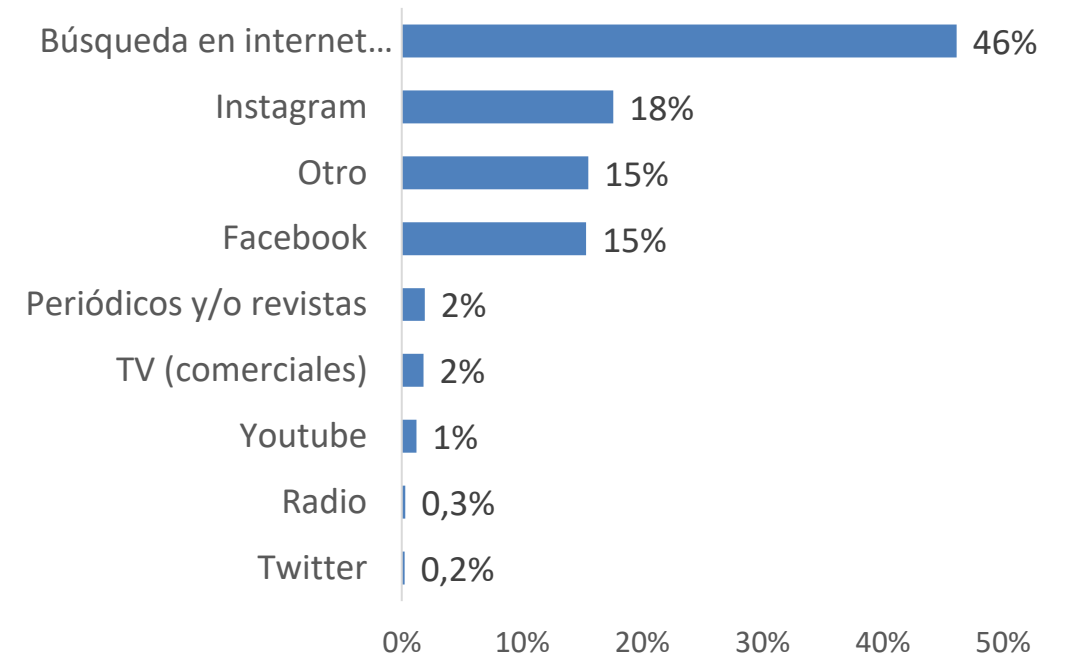
¿Cuál es su actual situación laboral?



¿Tiene contemplado viajar durante el 2021?

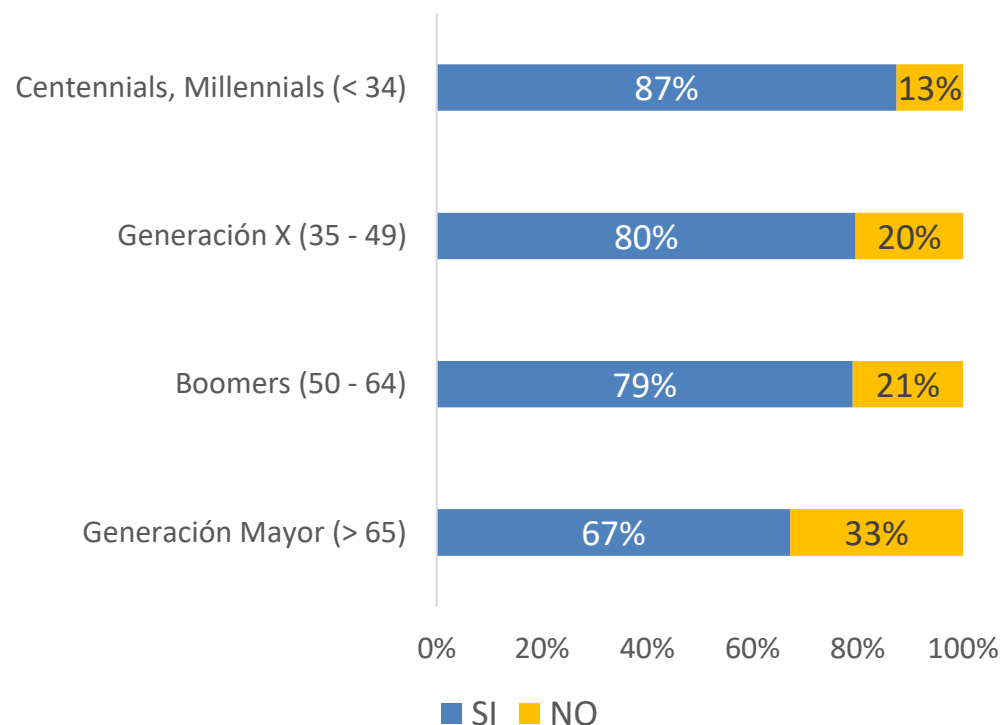


¿Cuál es el medio de comunicación por el que se entera de los viajes?

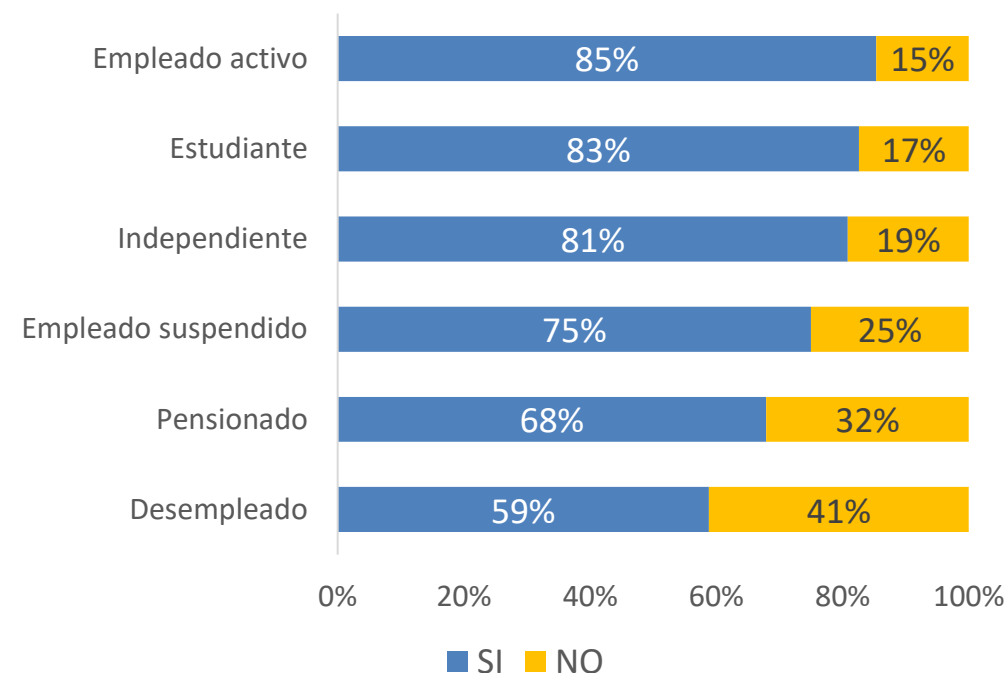


Las preexistencias asociadas al riesgo de COVID-19 no es un factor determinante en la intención del viaje, puesto que quienes manifestaron que “SI” tienen preexistencias tienen una intención de viaje del 77%, mientras que los “NO” tienen preexistencias registraron una intención de viaje del 81%

Intención de viaje en 2021 según generación



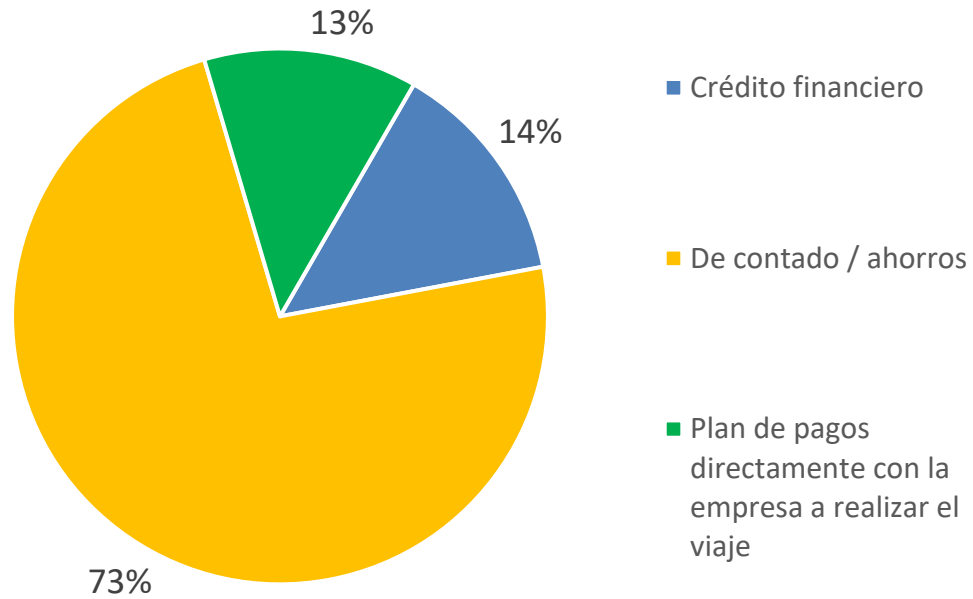
Intención de viaje en 2021 según situación laboral



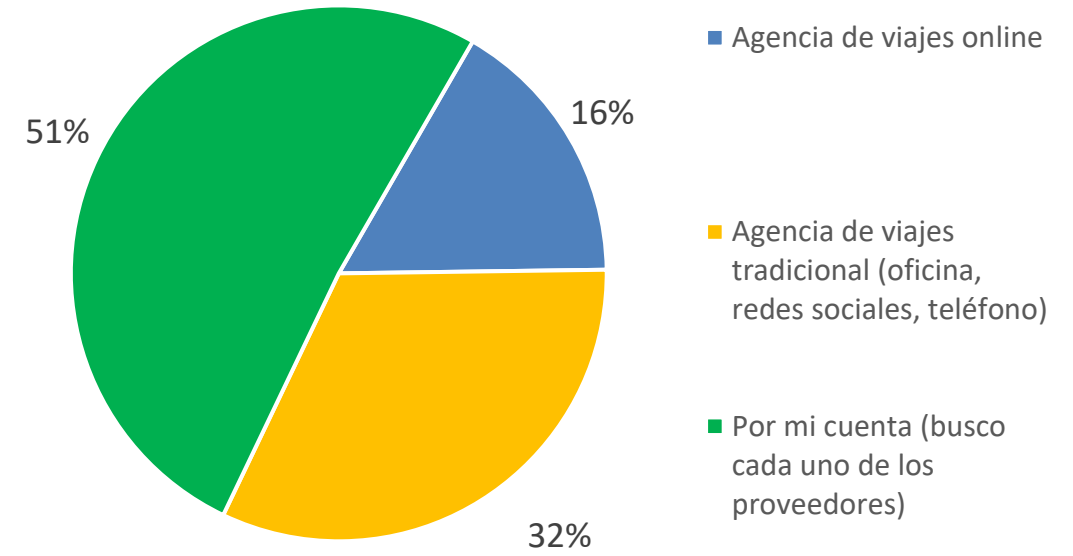
A pesar de la fuerte afectación en el comportamiento de los ingresos de los encuestados durante la pandemia, la intención de viaje sigue siendo importante. Ya que, de quienes manifestaron que sus ingresos disminuyeron, el 78% quiere viajar. Lo que contrasta con el 86% y 82% de las personas a las que el ingreso les aumentó o permaneció igual, y tienen intención de viajar.

2. Organización del viaje

¿Cuál sería la forma de financiación de su viaje?

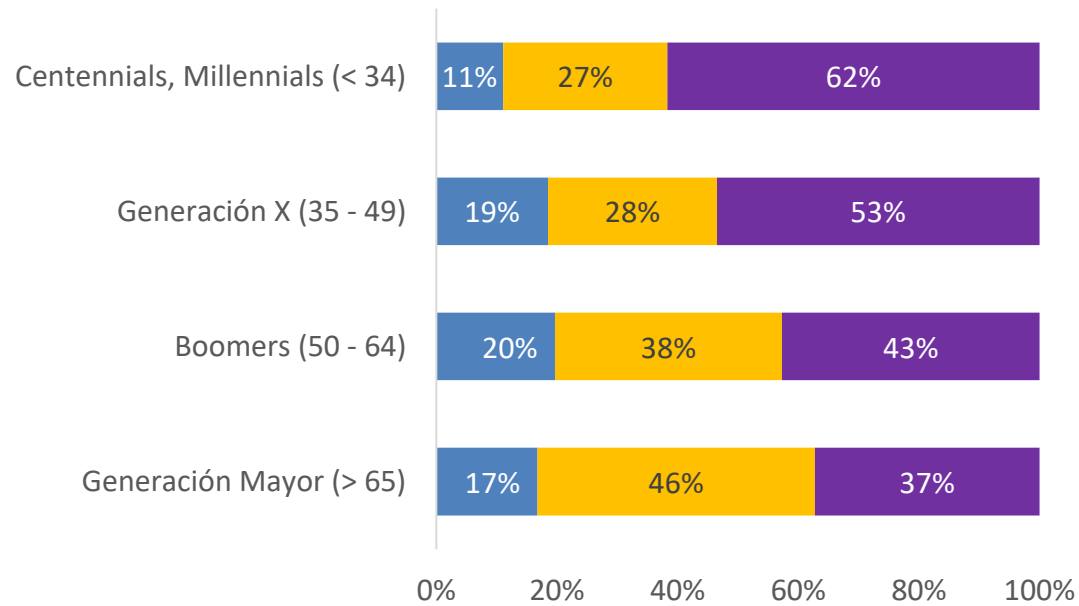


¿De qué forma compraría su próximo viaje?



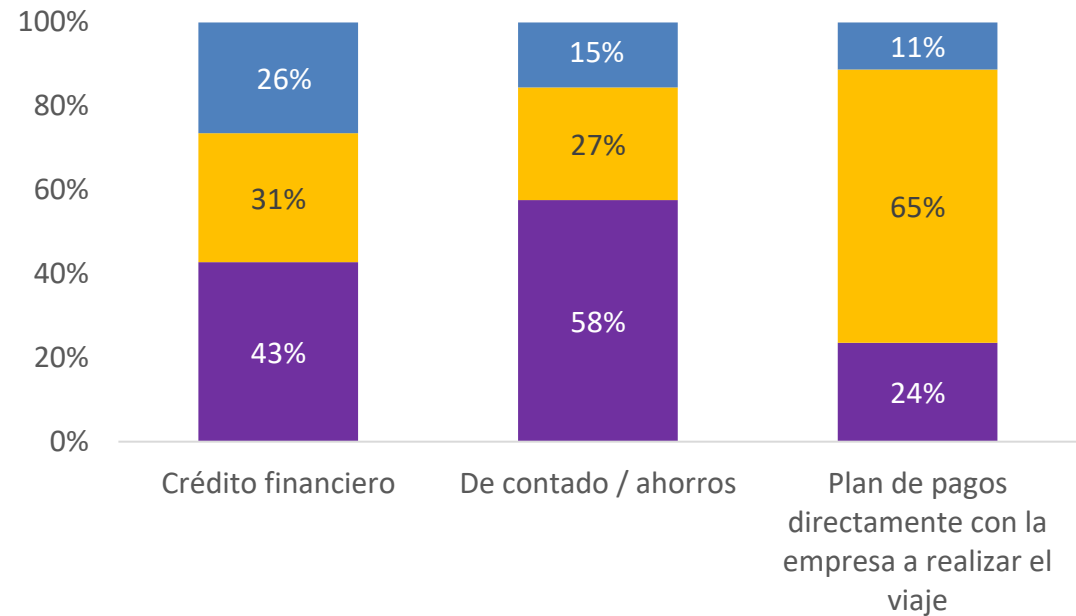
Forma de compra según generación y tipo de financiación

Forma de compra según generación



- Agencia de viajes online
- Agencia de viajes tradicional (oficina, redes sociales, teléfono)
- Por mi cuenta (busco cada uno de los proveedores)

Forma de compra según tipo de financiación

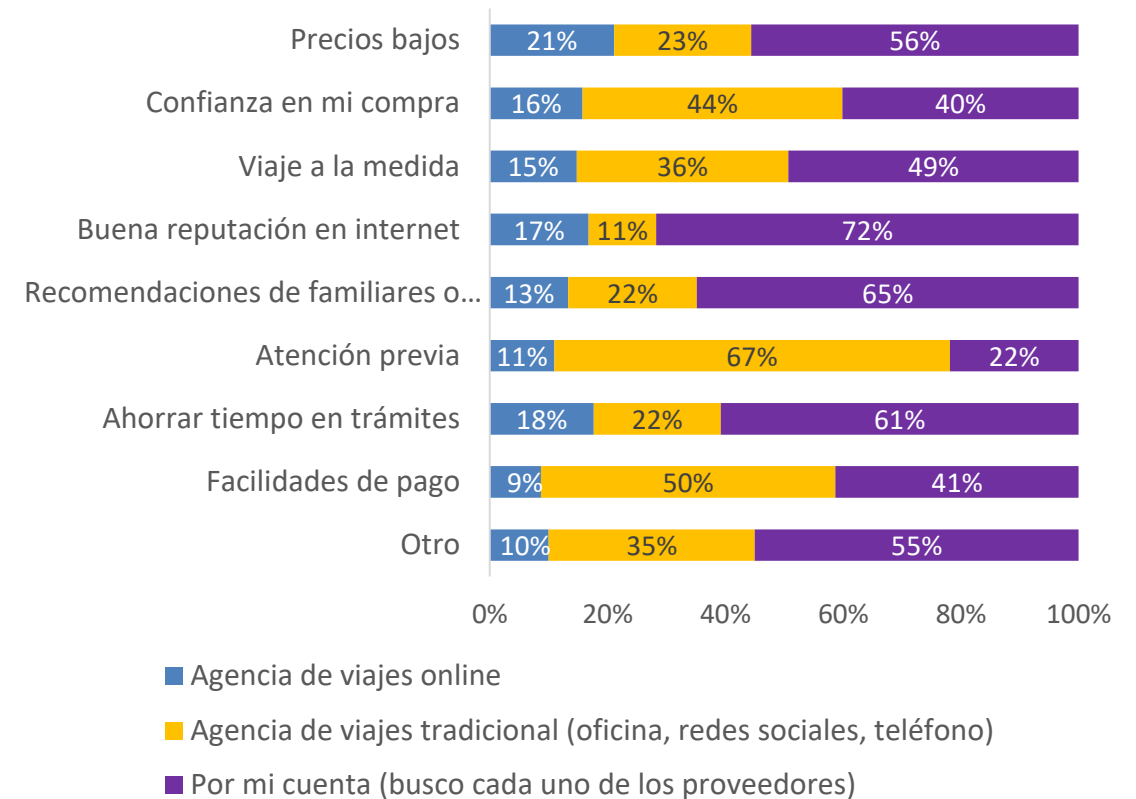


- Agencia de viajes online
- Agencia de viajes tradicional (oficina, redes sociales, teléfono)
- Por mi cuenta (busco cada uno de los proveedores)

¿Cuál de estos servicios valora más al momento de viajar?

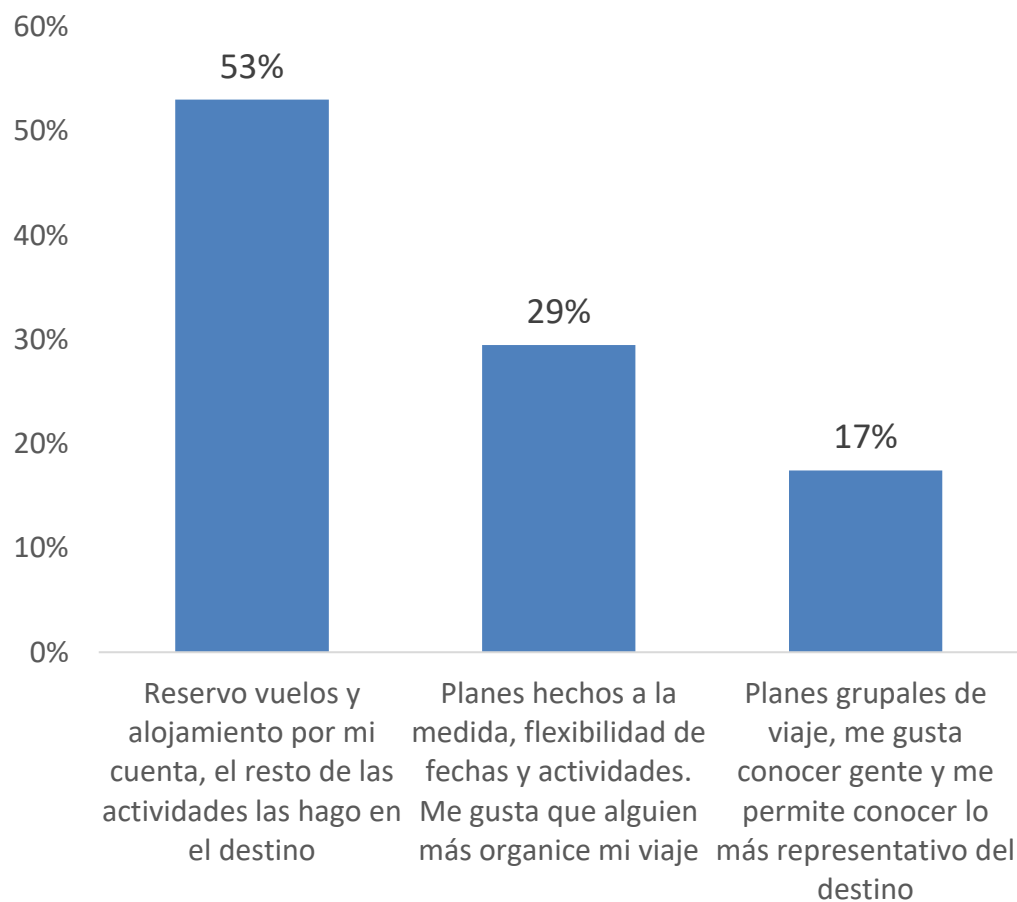


Servicios más valorados según forma de compra

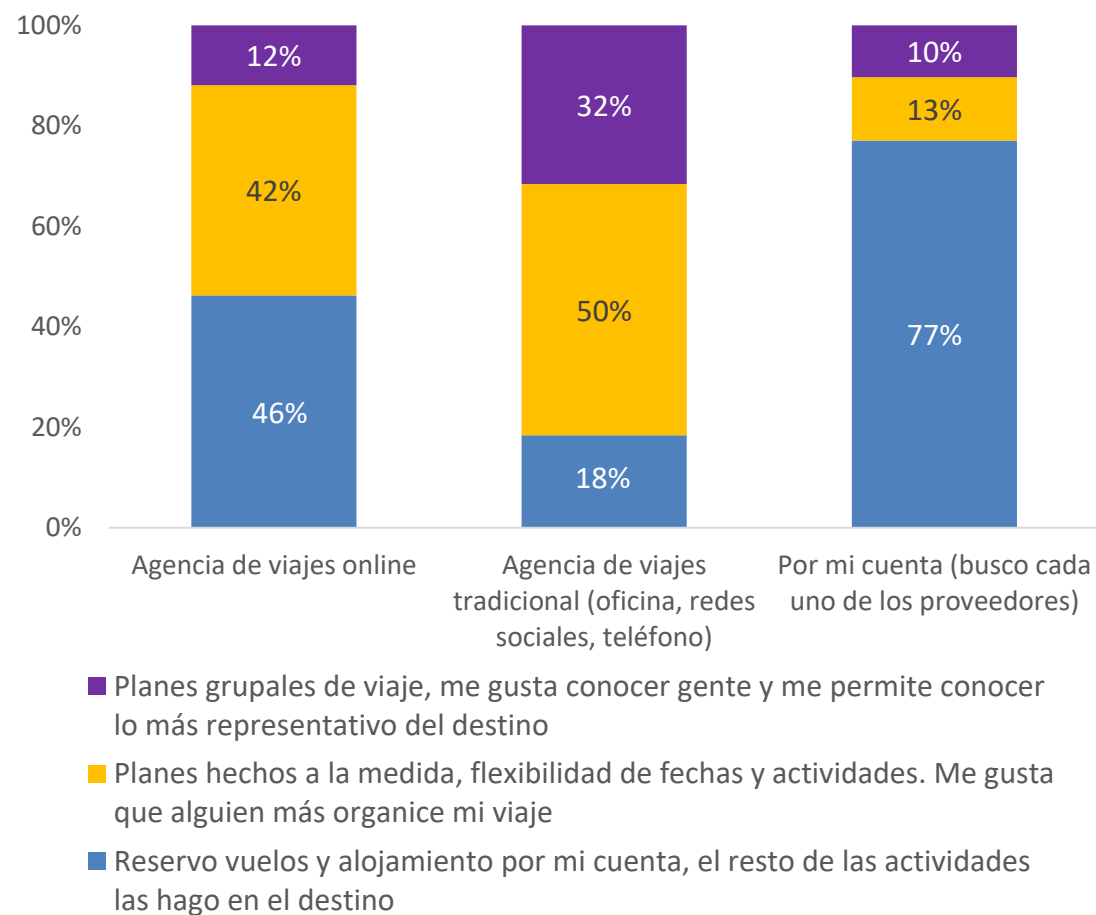


Para los grupos poblaciones Centennials, Millenials (< 34) y generación X (35-49) es más importante los “precios bajos”, con 39% y 28% respectivamente. Mientras que la “confianza en la compra” es más importante para los Boomers (50-64) con 31% y Generación Mayor (> 65) con 34%.

Al momento de realizar su viaje prefiere:

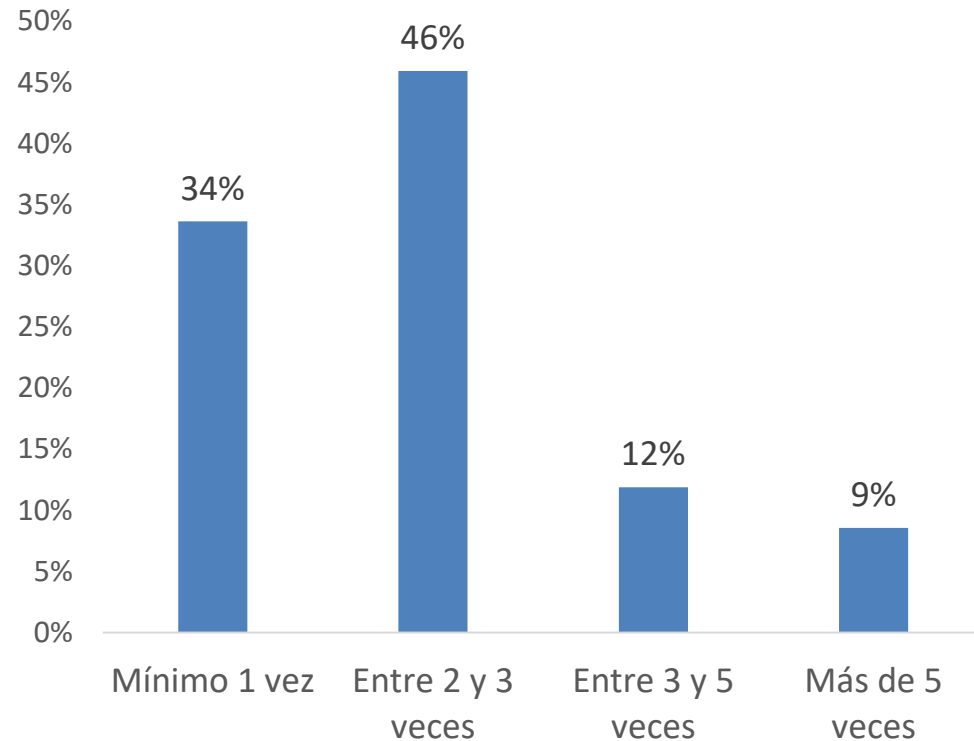


Preferencia del viaje según tipo de compra

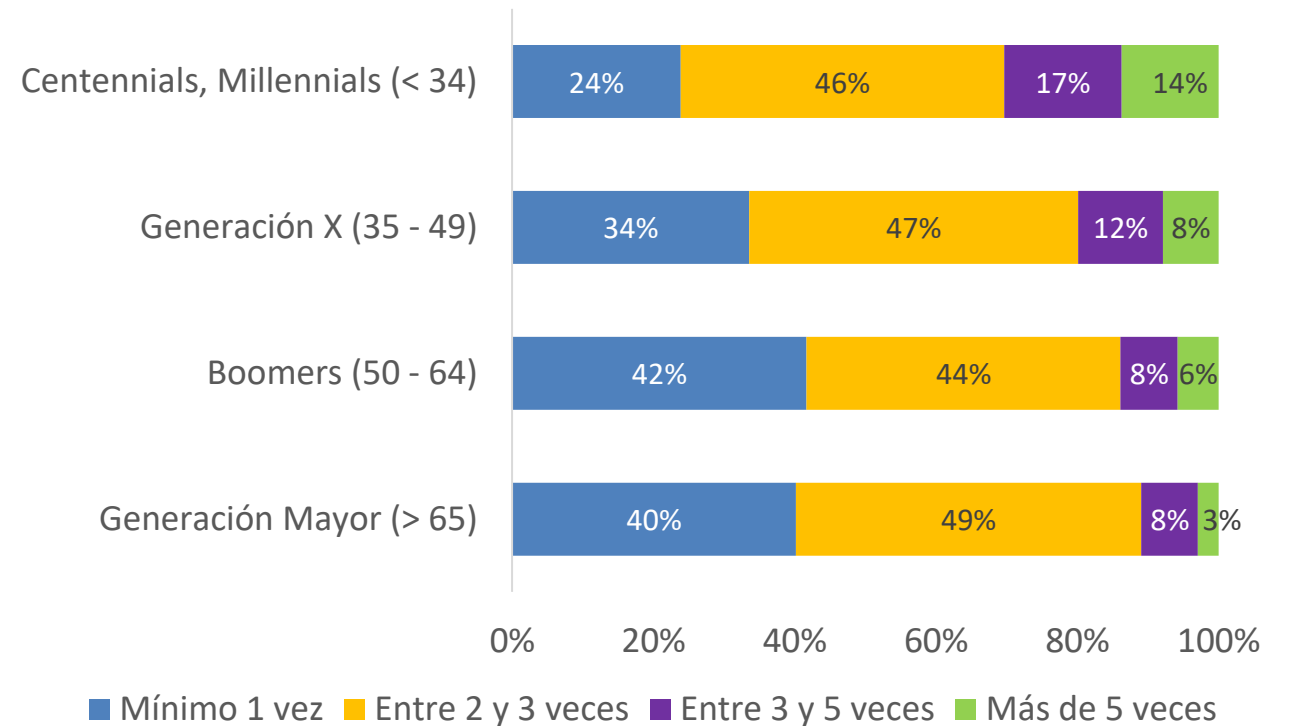


3. Características del viaje

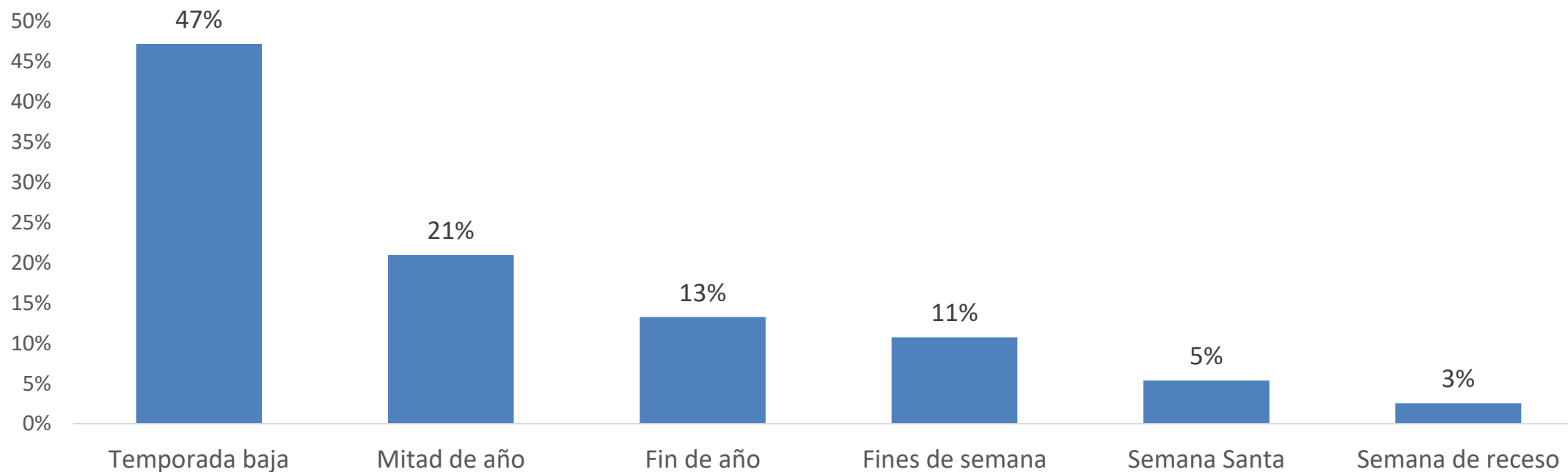
¿Cuántos viajes desearía realizar en el año?



Número de viajes en el año según generación



¿Cuál de las siguientes temporadas es su preferida para realizar un viaje?

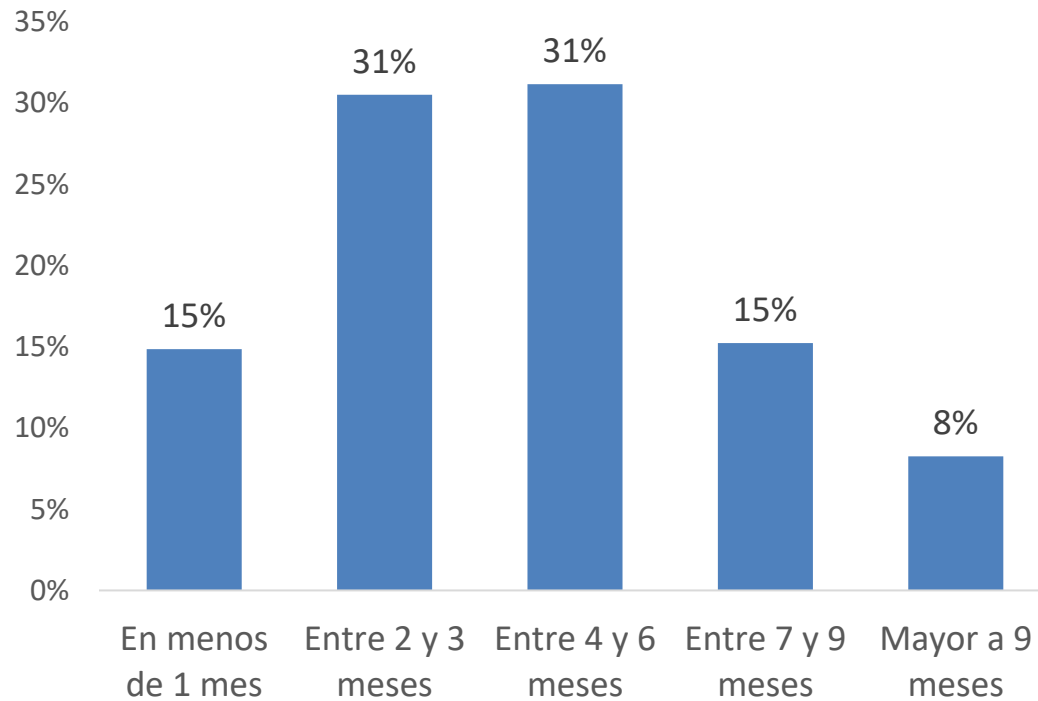


Según la forma de compra, de las personas que prefieren viajar en temporada baja, el 46% compraría a través de una Agencia de Viajes.

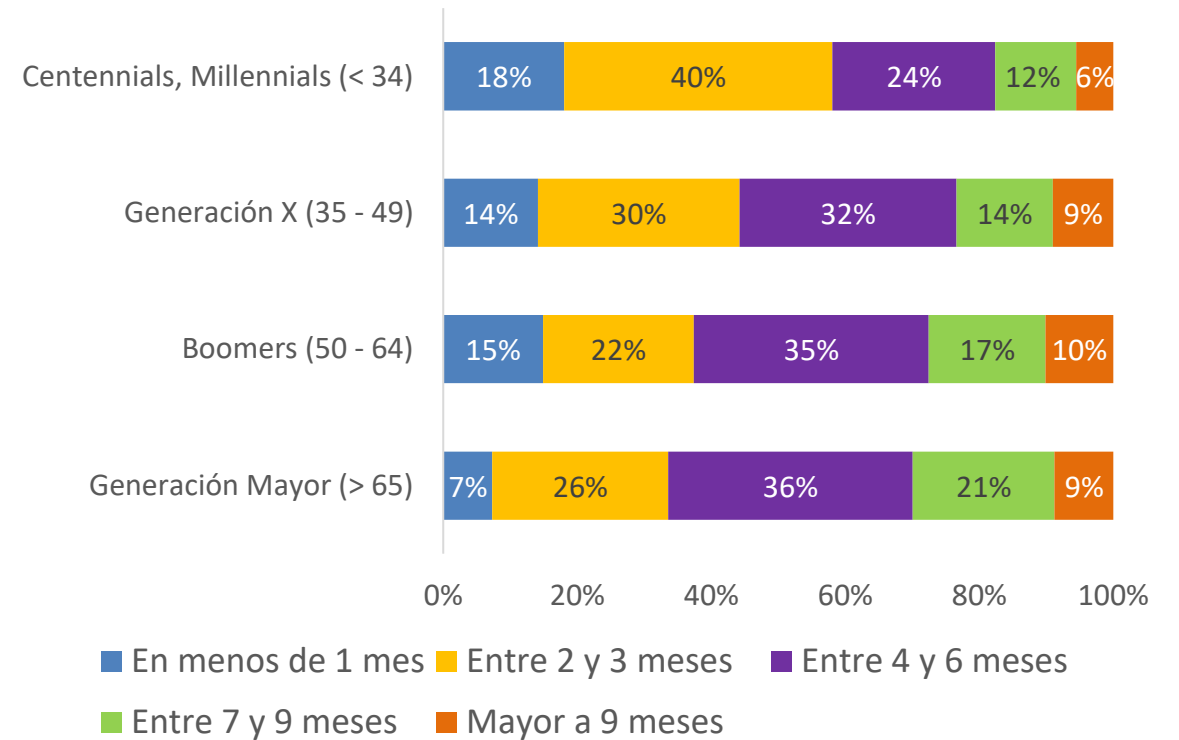
Para la semana de receso las Agencias de Viajes son preferidas por el 60% de los encuestados, mientras que para la semana santa el 58% de las personas viajaría con una Agencia de Viajes.

RESPECTO A SU PRÓXIMO VIAJE...

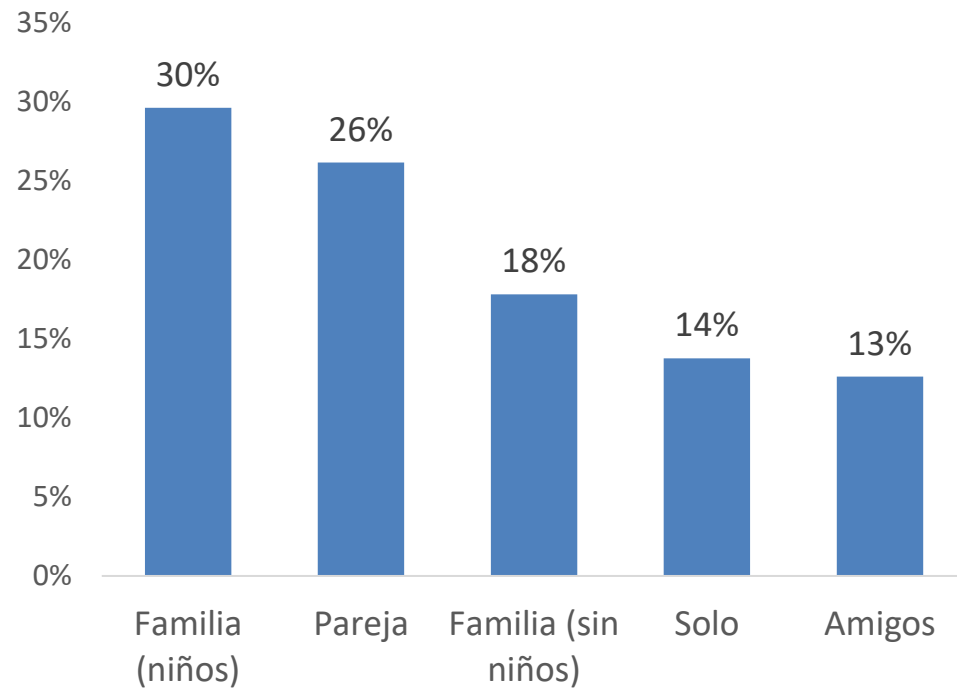
¿Dentro de cuánto tiempo lo tiene contemplado realizar?



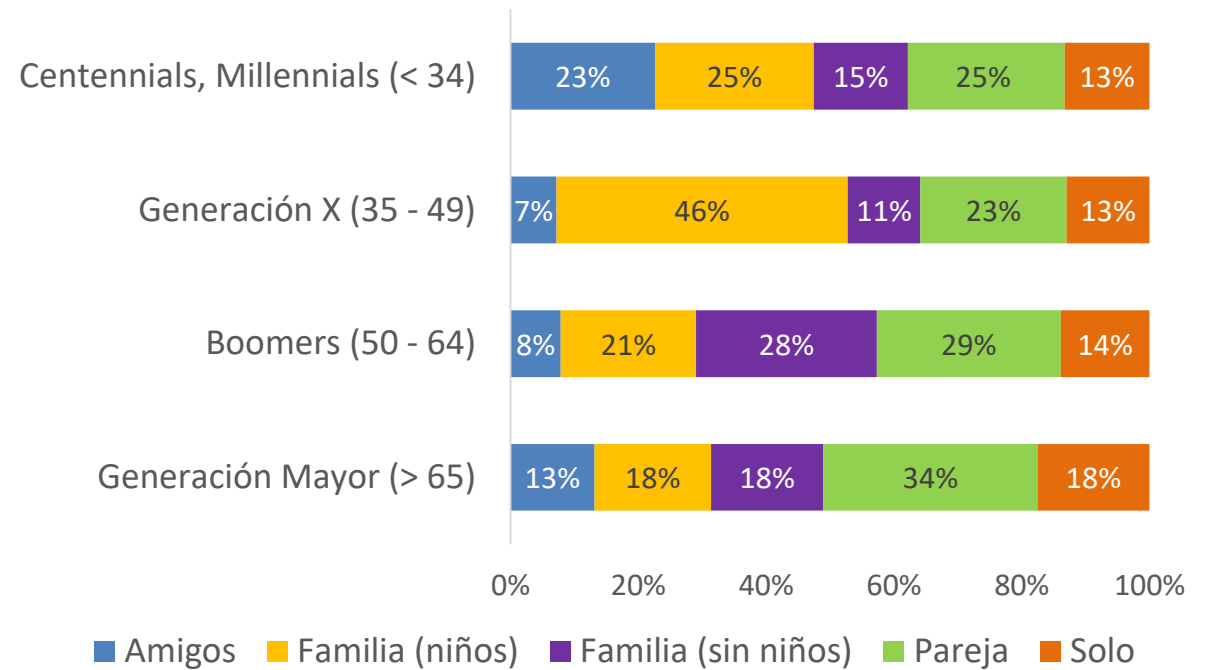
Fecha de viaje según generación



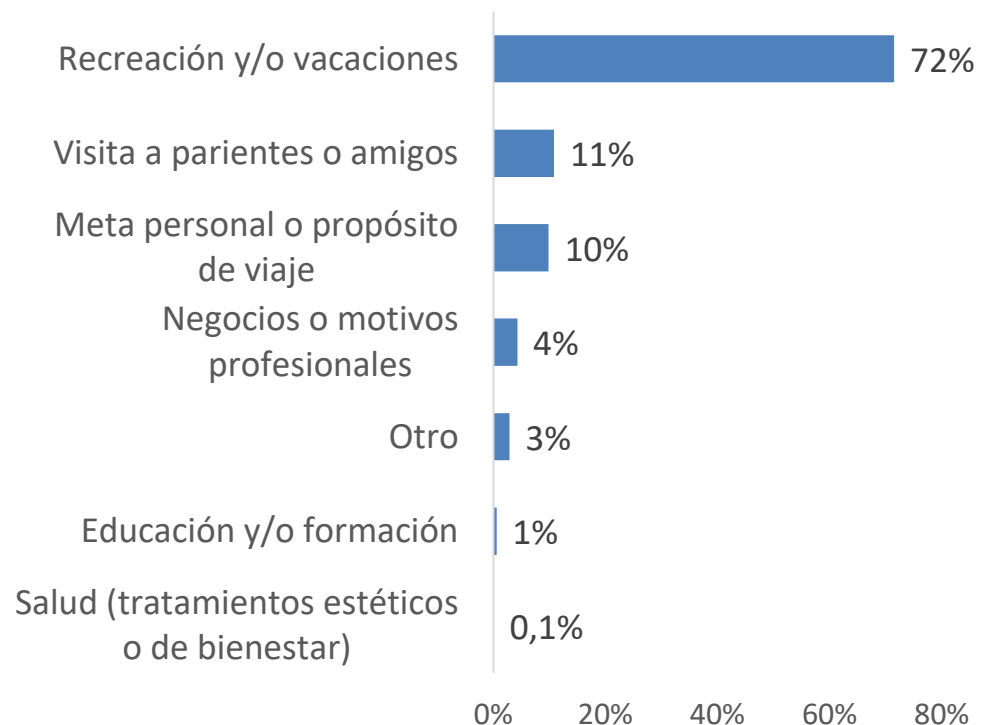
¿Con quién viajaría?



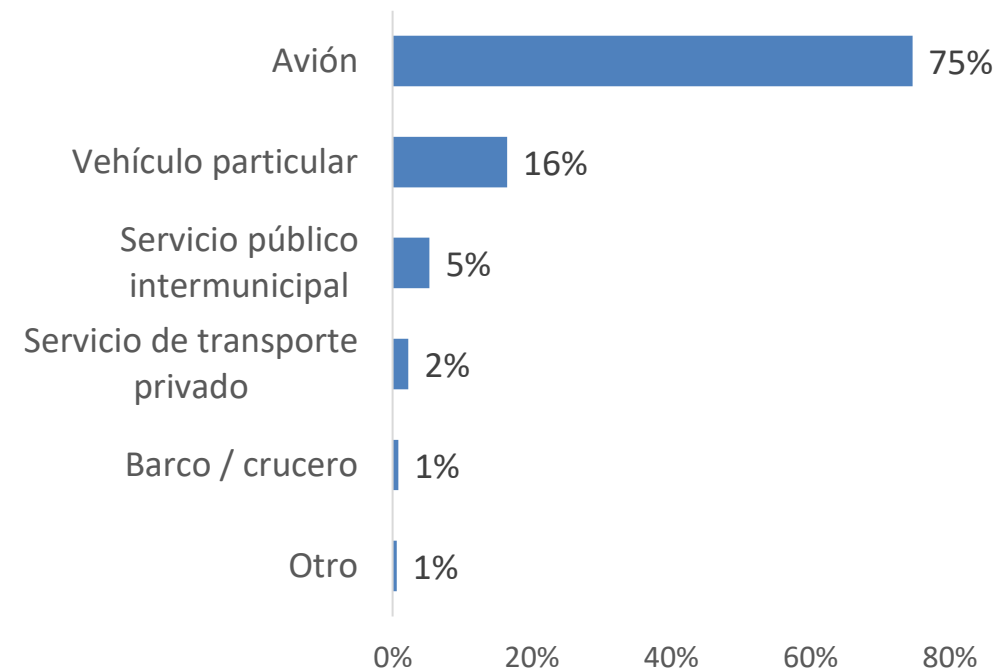
Integrantes del viaje según generación



¿Cuál sería el motivo de su viaje?



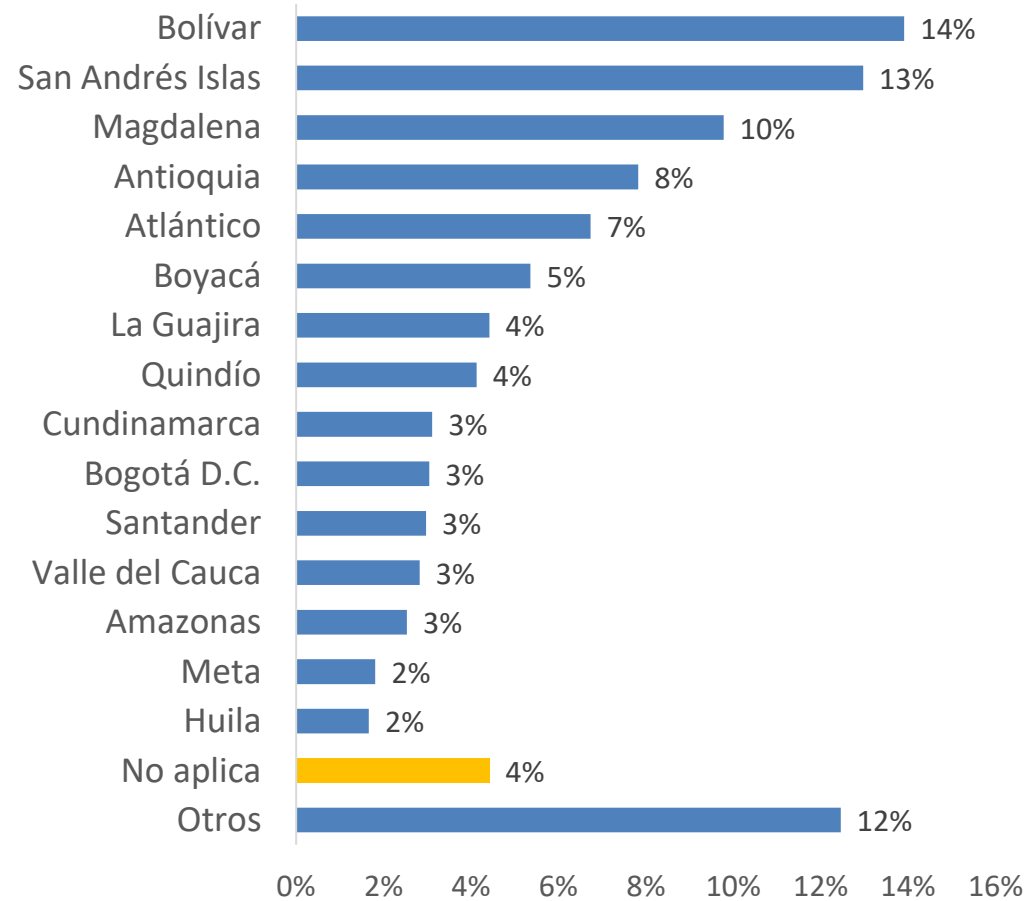
¿Cuál sería su medio de transporte para realizar el viaje?



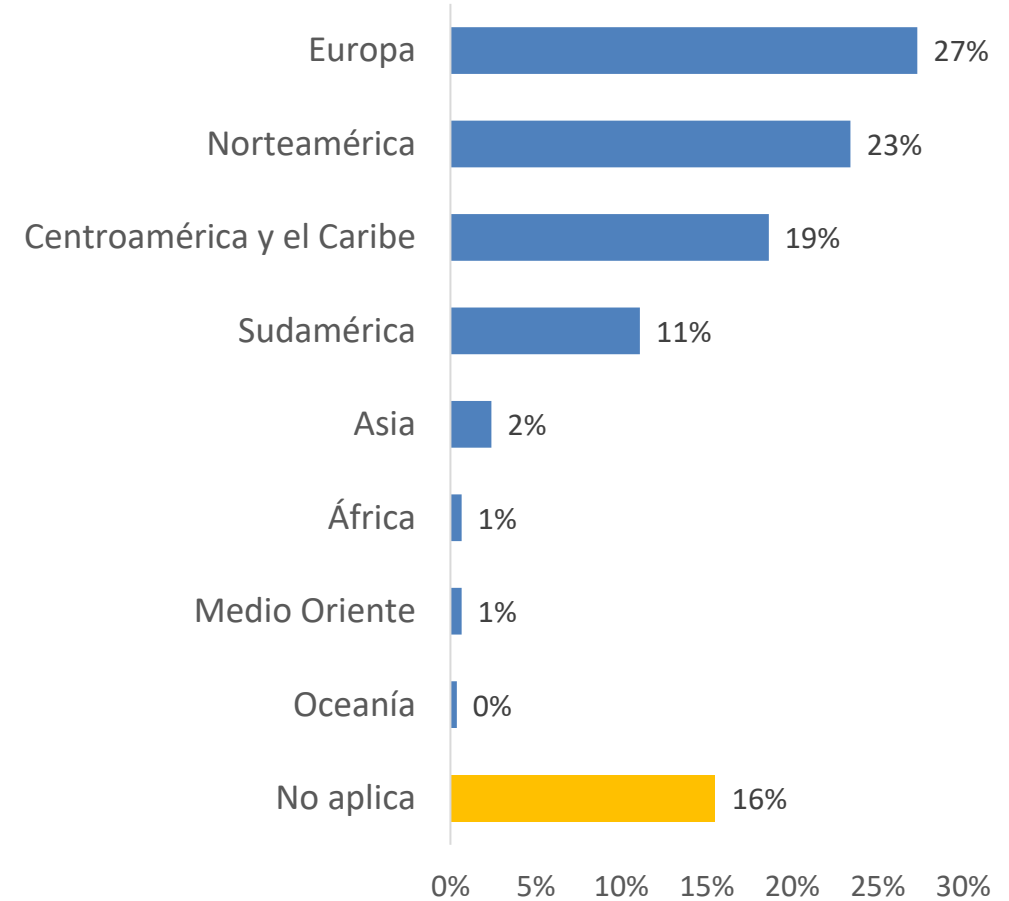
Respecto al motivo de viaje, la Generación Mayor (> 65) tienen una participación del 66% en recreación y vacaciones, seguido de un 21% en la visita a parientes o amigos.

Además, de las personas que viajarían en avión, el 53 % lo haría por medio de una Agencia de Viajes.

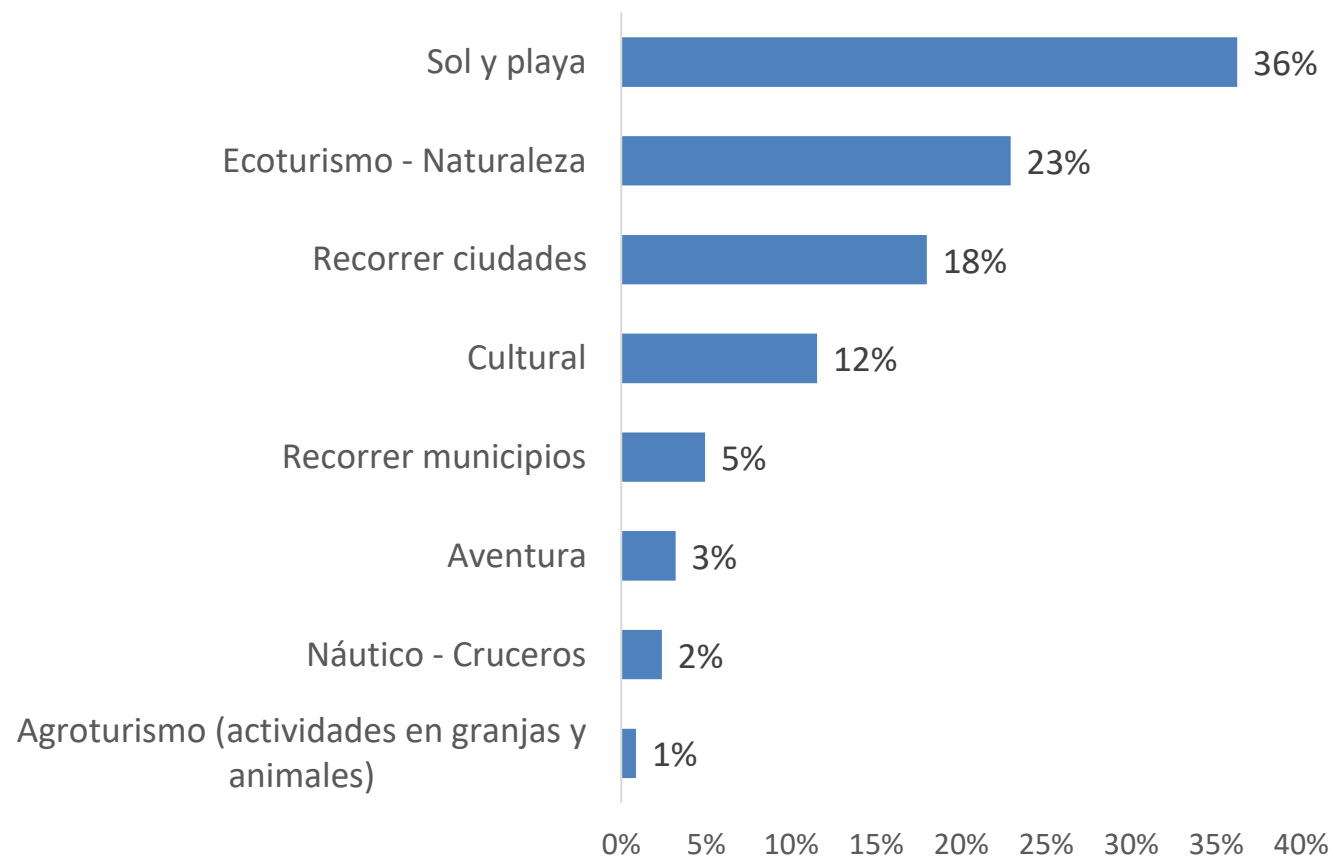
Principales destinos nacionales



Principales destinos internacionales



¿Qué tipo de turismo le interesaría conocer este año?

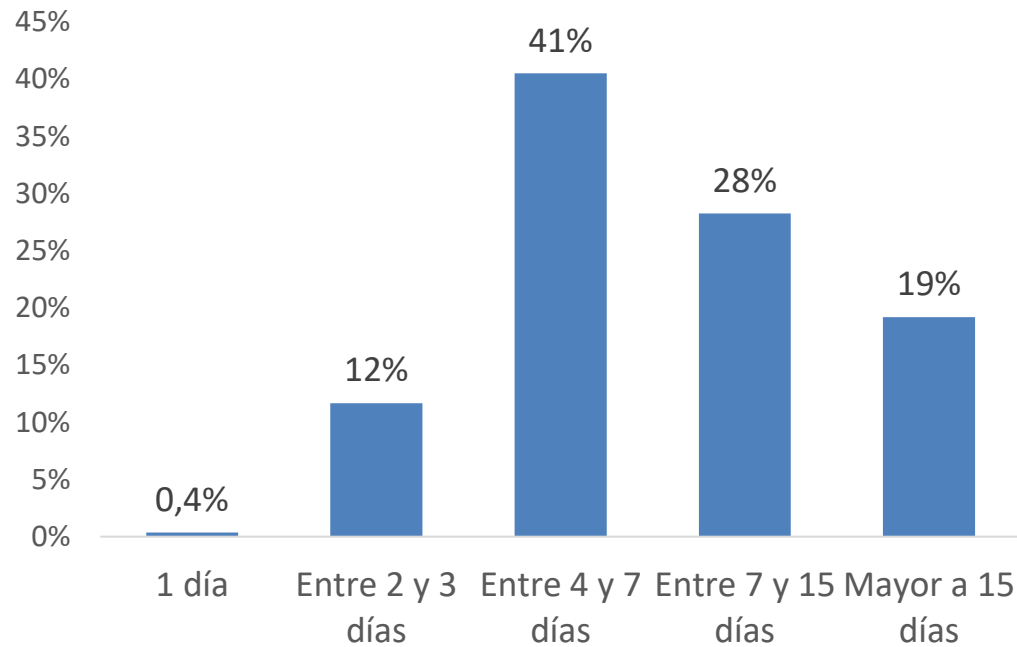


De las personas a las que les interesaría “sol y playa”, el 51% comprarían su viaje a través de una Agencia de Viajes.

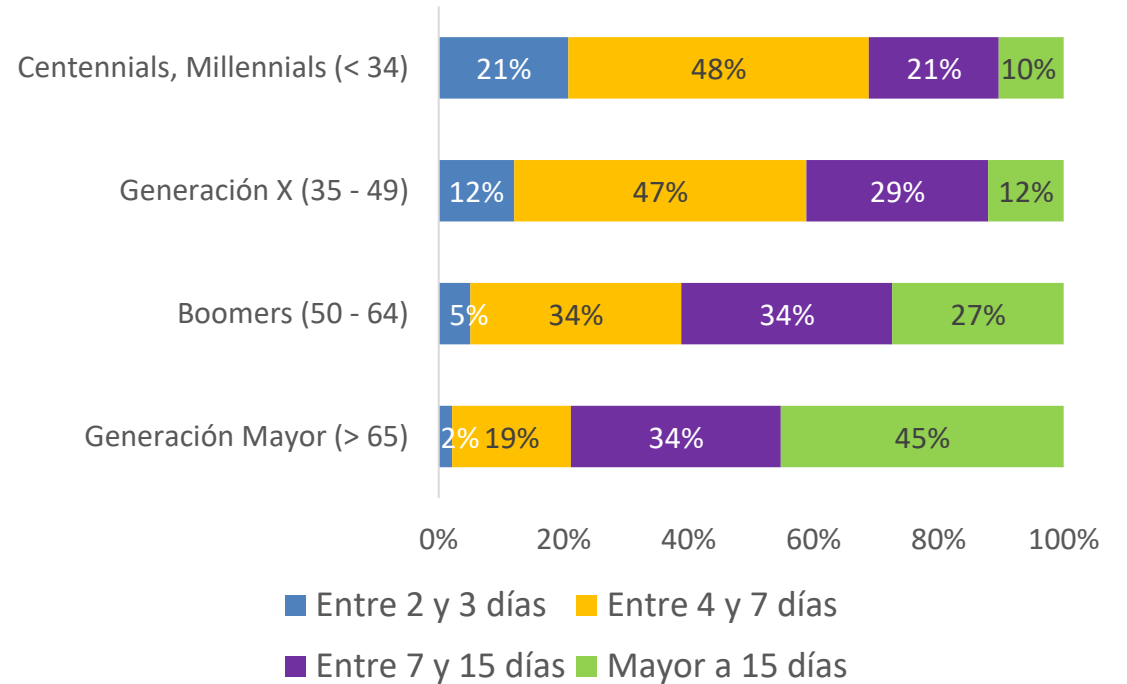
La Generación X (35 – 49) es el grupo poblacional con mayor interés en “sol y playa”, ya su proporción es del 41%.

Para el caso de la Generación Mayor (> 65), el tipo de turismo que más les interesaría conocer este año es “recorrer ciudades” con 34%.

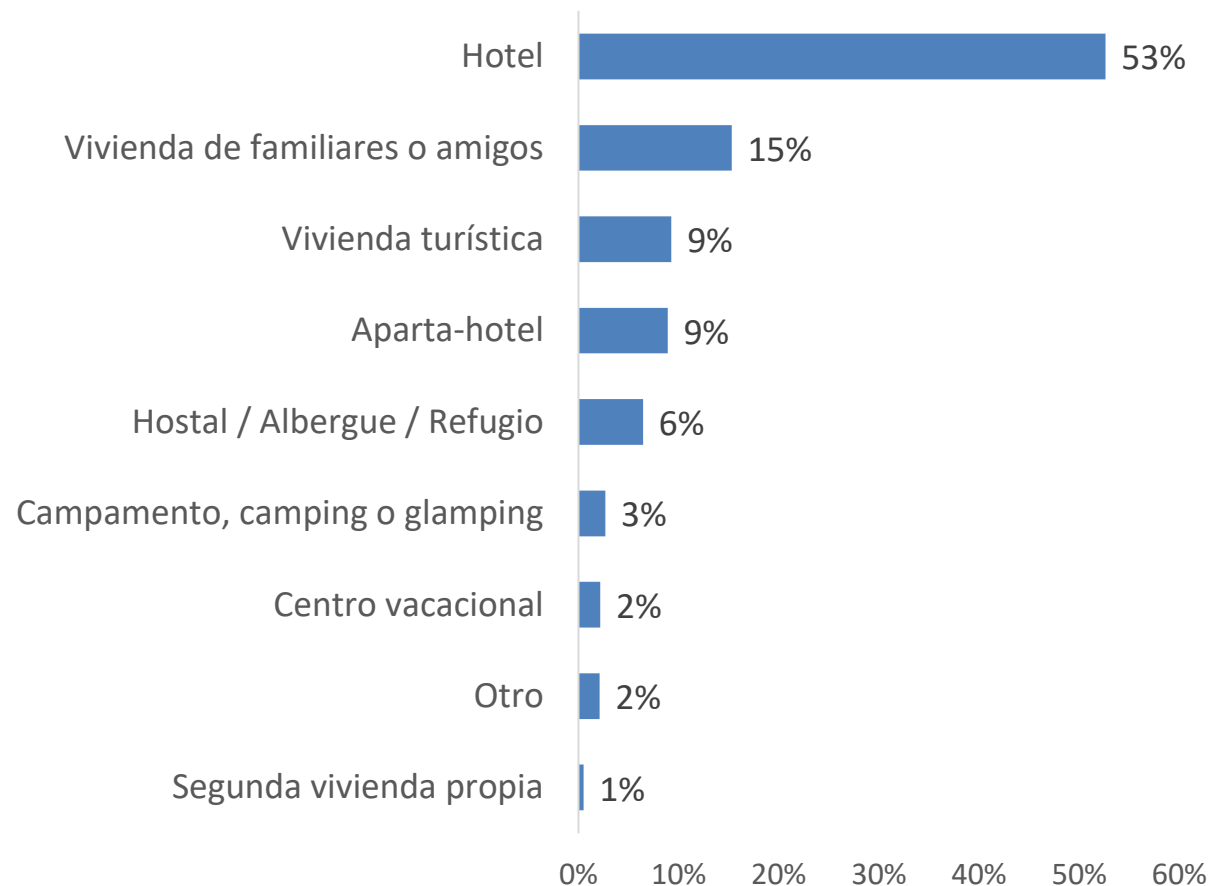
¿Cuánto tiempo espera sea la duración de su viaje?



Duración del viaje según generación



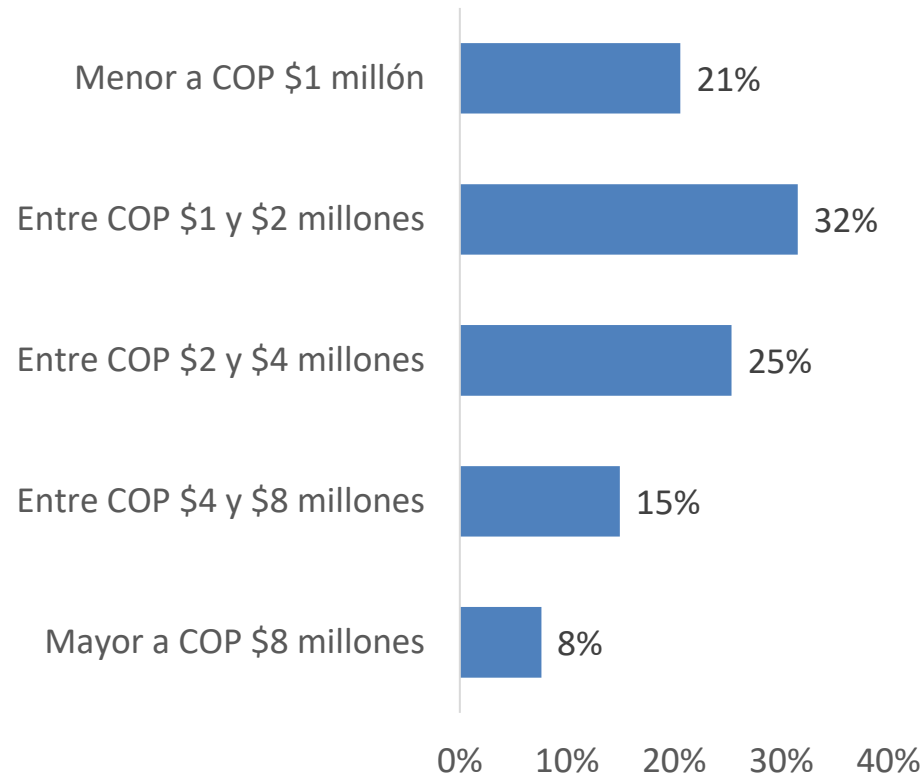
¿Qué tipo de alojamiento utilizaría en su viaje?



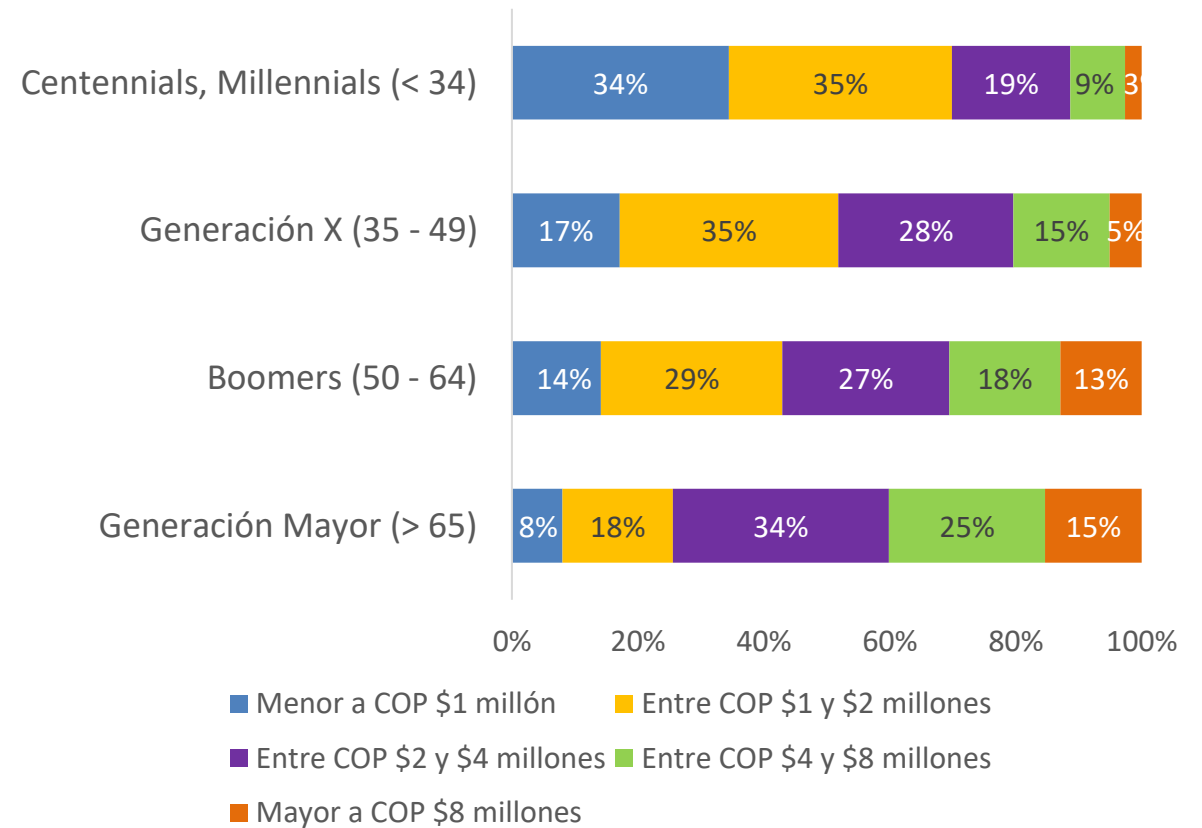
Se destaca que en el caso de las personas que en su viaje se hospedarían en un hotel, el 61,4% lo haría a través de una Agencia de Viajes.

Los Boomers (50 – 64), son la generación donde el hotel representa la mayor proporción de respuestas, con el 57% de los encuestados de este grupo poblacional.

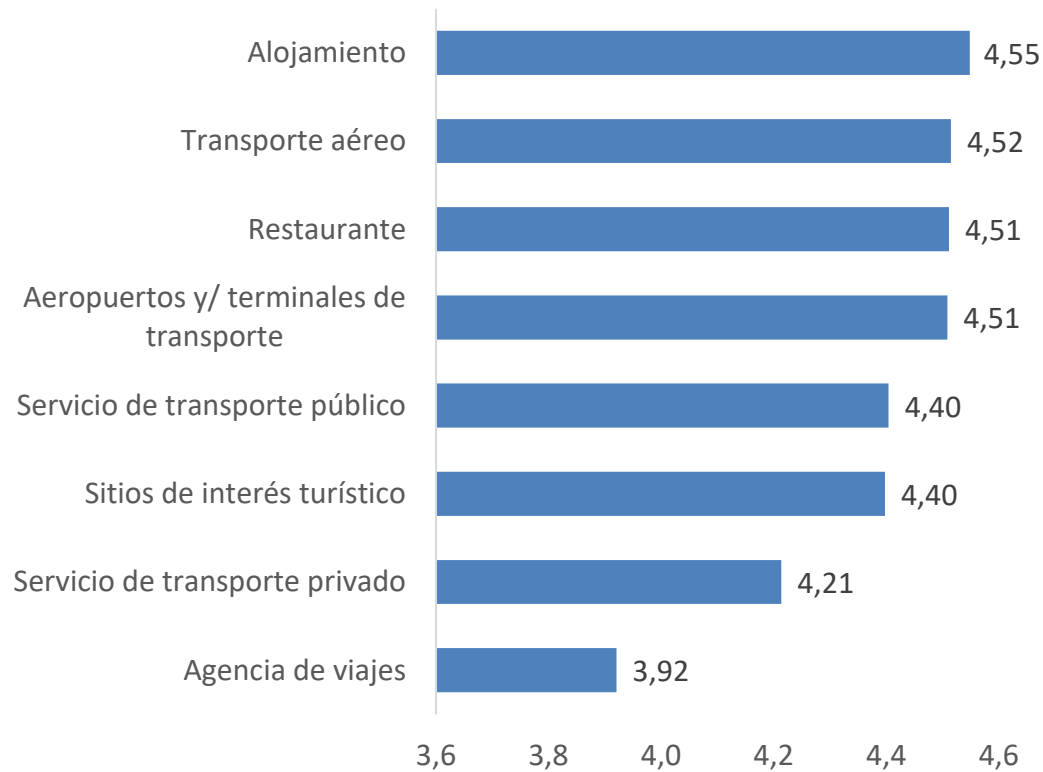
¿Cuál sería el presupuesto por persona para su próximo viaje?



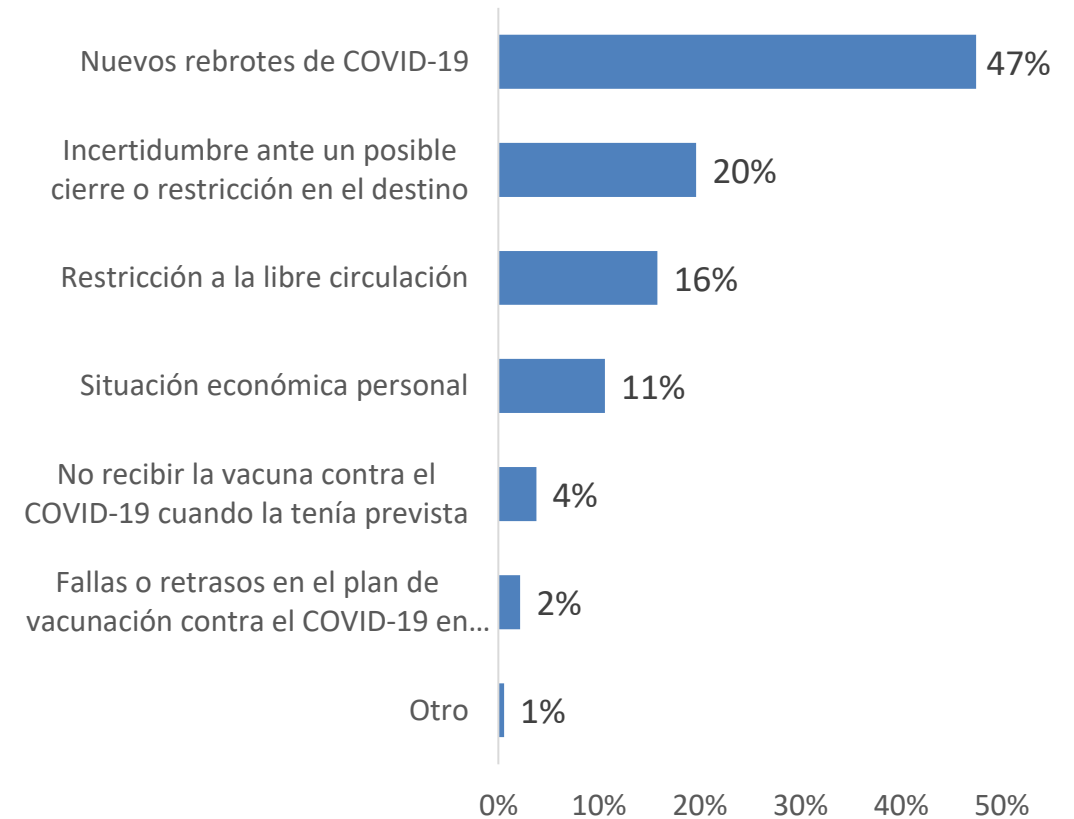
Presupuesto por persona según generación



*Indique en que tipo de actividad las empresas deben tener un protocolo de bioseguridad más estricto:**



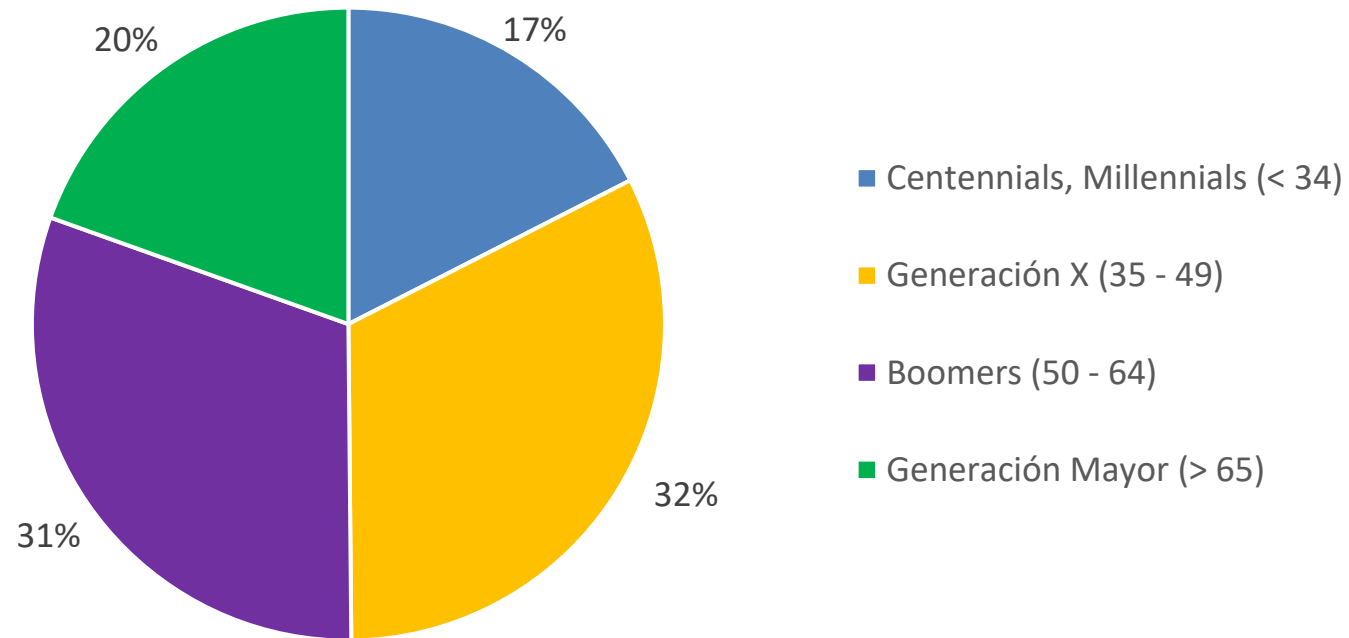
Principal motivo por el que desistiría en su intención de viajar



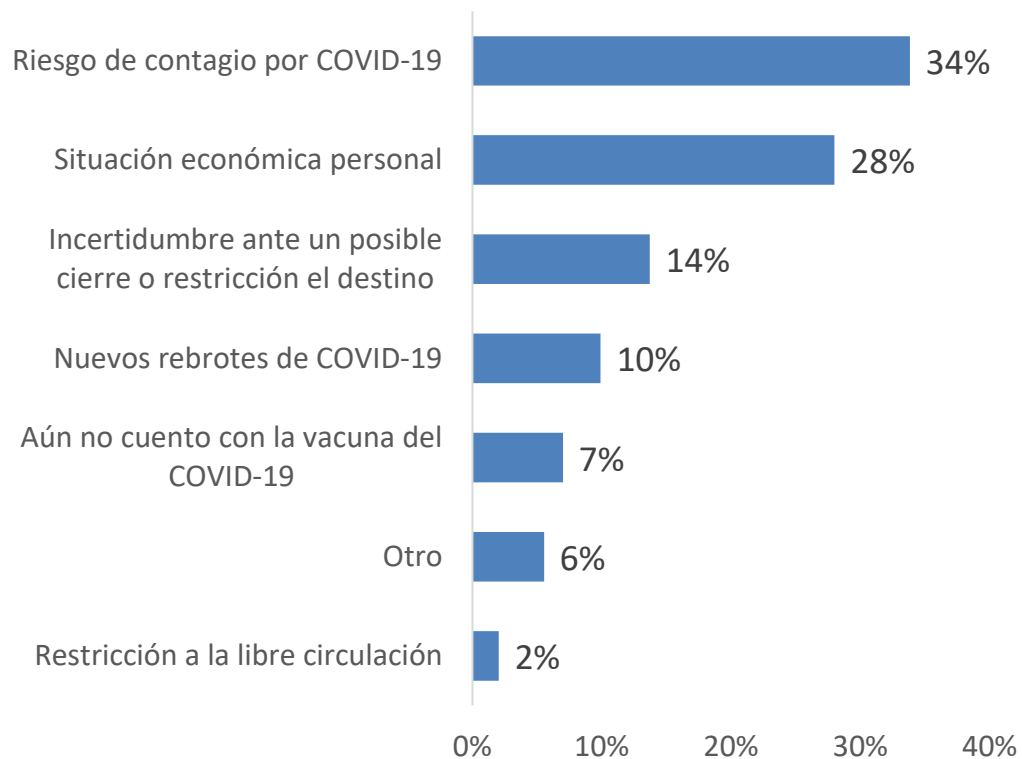
* Calificación promedio entre 1 y 5 de la importancia del protocolo de bioseguridad por cada tipo de empresa, donde 1 es nada importante y 5 muy importante.

4. No tienen contemplado viajar en 2021

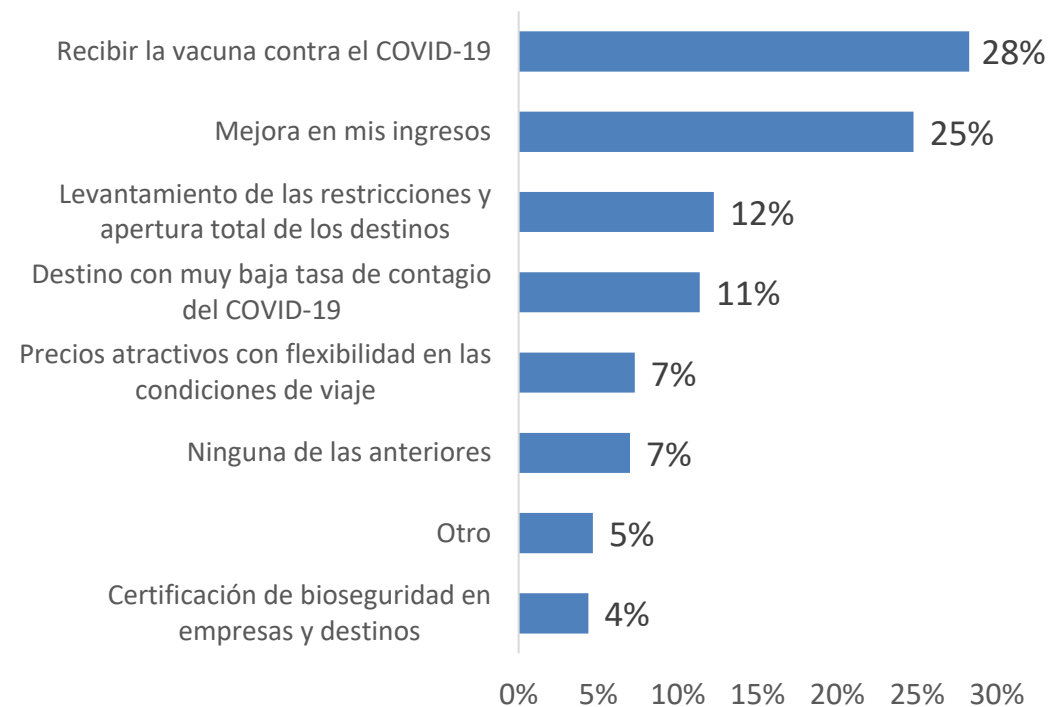
Generación (edad) que no viajaría en 2021



¿Por qué no tiene contemplado viajar?



De las siguientes acciones, ¿Cuál haría que su decisión cambiara y decidiera viajar?



Los Centennials, Millenials (<34) y la Generación X (35-49) están más influenciados por temas económicos, ya que el principal motivo para no viajar en estos grupos es la “situación económica personal” con el 40%, mientras que el 39% de la Generación X y el 32% de los Centennials, Millenials viajarían ante una “mejora en sus ingresos”.

- La intención de viaje de los viajeros colombianos es alta, independientemente de sus características particulares, es decir, el deseo de viajar durante 2021 es un resultado general.
- Las características de viaje entre generaciones son diferentes, mientras que los encuestados más jóvenes prefieren viajar más veces con un menor nivel de presupuesto por viaje, las personas de mayor edad están inclinadas hacia menos viajes, pero de un mayor nivel de gasto.
- Las Agencias de Viajes continúan siendo una opción importante para la forma de compra y organización del viaje, siendo relevantes por su confianza y capacidad para personalizar el viaje.