

Viajar después del 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 una encuesta promovida por Visa, **61% de los consumidores de América Latina respondió que, una vez que se levanten las medidas de distanciamiento social, piensa reanudar su vida normal y concentrarse en lo que más extraña: viajar.**¹



Las intenciones de viaje post COVID-19 de los latinoamericanos¹



45%

de los consumidores está ansioso por viajar cuando termine la cuarentena, salir de la rutina y relajarse, **si esto no supone riesgos**



En auto

52% planea un viaje a un destino cercano cuando termine la cuarentena



Destinos

51% iría a una playa local, mientras que **43%** iría a una playa en el extranjero antes de **2021**



En avión

46% está dispuesto a volar dentro de su país antes de Navidad



71% piensa ir a Europa y, **70%** a EUA / Canadá antes de **2021**



63% piensa esperar hasta **2021** para tomar vuelos internacionales



Hotel

46% prefiere alojarse en un hotel en sus viajes después de COVID-19



67% valora un descuento o promoción de una aerolínea más que otros beneficios



61% optó por reservar vuelos y hoteles por medio de páginas web especializadas



En crucero

34% nunca volvería a viajar en crucero



80% espera que los hoteles sean higiénicos y cumplan con todas las recomendaciones sanitarias

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 15-22 de abril de 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 la red de pagos más innovadora, confiable y segura permitiendo 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 operatoria, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otra 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.