

DOSSIER ESPECIAL

Monitor Turismo Nacional

“Modo Vacaciones”, los nuevos comportamientos
a la hora de emprender un viaje.

Índice

- Si tenés 2 minutos . [Slide 2 a 3](#)
- Si tenés 5 minutos . [Slide 4 a 8](#)
- Si tenés 15 minutos. [Slide 9 a 37](#)

Si tenés 2 minutos



Viajes y pandemia

**8 de
cada 10**

afirman que “una de las cosas que más extrañó durante la cuarentena, fue la posibilidad de viajar”.

83,5%

argentinos viajaría antes de febrero del 2022



preViaje

**8 de
cada 10**

conocen el Programa pero menos del 4% lo utilizó.

70%

volvería a usarlo.



Escapadas

**6 de
cada 10**

realizan “escapadas” o viajes cortos durante el año.

47,2%

lo hace para cortar la rutina o descansar.



Vacaciones

**4 de
cada 10**

viajan una vez al año por vacaciones; mientras que 3 de cada 10 no ha realizado viajes prolongados en los últimos años.

41,2%

decide el destino en base al presupuesto

Si tenés 5 minutos



Viajes y pandemia

DATO

8 de cada 10

argentinos comentaron que una de las cosas que más extrañaron durante la cuarentena fue la posibilidad de viajar

ANÁLISIS

¡Quiero viajar YA!

Ubicados en la “recta final” de un año ajetreado, los argentinos manifiestan su deseo de tomarse un descanso vacacional: “No quiero extrañarte más”. La cifra se acentúa en el nivel socioeconómico alto, tomando en consideración la posibilidad de efectuar el viaje, y en docentes, tras una particular vuelta a clases que, dado el contexto, ha sido más desgastadora que en años previos. Además, la mayoría de los encuestados declararon que realizarían el viaje antes de febrero de 2022, en especial los estudiantes, en línea con el retorno a la presencialidad educativa y el subsecuente desgaste.



preViaje

DATO

8 de cada 10

conocen el programa pero
menos del 4% lo utilizó.

ANÁLISIS

Te lo agradezco, pero no.

La iniciativa del Gobierno para fomentar el turismo interno que ha sido fuertemente perjudicado por la pandemia ha sido de público conocimiento para los argentinos. No obstante, un bajo porcentaje ha sacado provecho de este beneficio. La mayoría de quienes lo utilizaron volvería a hacerlo, remarcando las ventajas de este programa. En adición, 6 de cada 10 que conocen el programa, pero no lo utilizaron, piensan hacerlo este año o el siguiente.



Escapadas

DATO

6 de cada 10

realizan “escapadas” o viajes cortos durante el año.

ANÁLISIS

Descanso Express

Principalmente a los fines de descansar y cortar la rutina, pero también acorde a un presupuesto que se ajuste al bolsillo, las escapadas, al menos una vez al año, son un común denominador en la mayoría de los argentinos. Más aún, estos viajes cortos y carentes de planificación son reiterados entre los sectores medios y altos, asociados particularmente al aumento de los deseos de viajar que experimentaron los encuestados durante la pandemia.





Vacaciones

DATO

4 de cada 10

viajan una vez al año por vacaciones; mientras que **3 de cada 10** no han realizado viajes prolongados en los últimos años.

ANÁLISIS

¿La grieta vacacional?

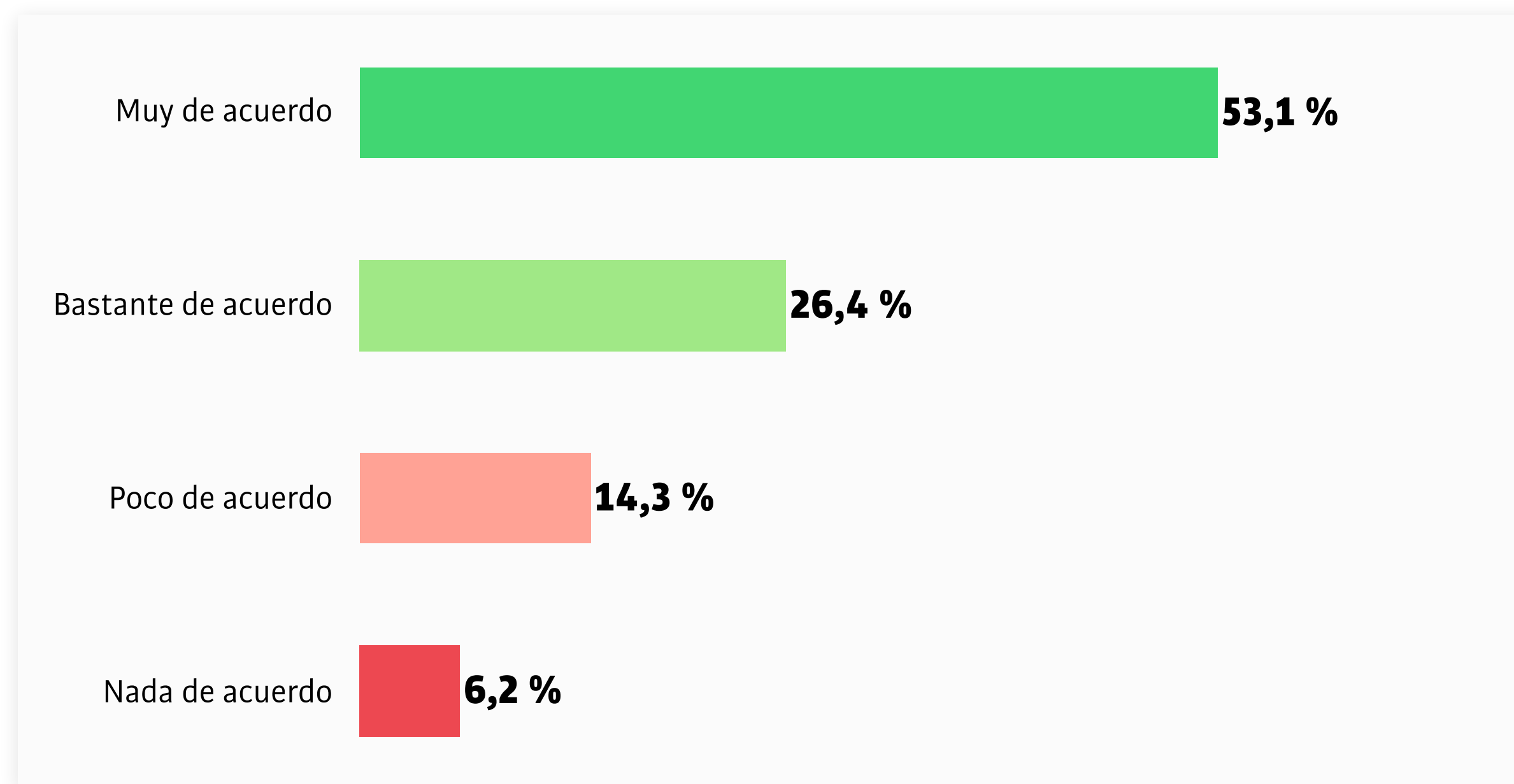
Cuando el factor económico se entromete en una decisión, como viajar, se genera una división en la posibilidad de acceso. El precio es el aspecto principal que tienen en cuenta los argentinos – que vacacionan una vez al año – a la hora de elegir un destino. Por otra parte, que 3 de cada 10 no han viajado en los últimos años, remarcando un desequilibrio en torno al acceso a la posibilidad de vacacionar.

Si tenés 15 minutos

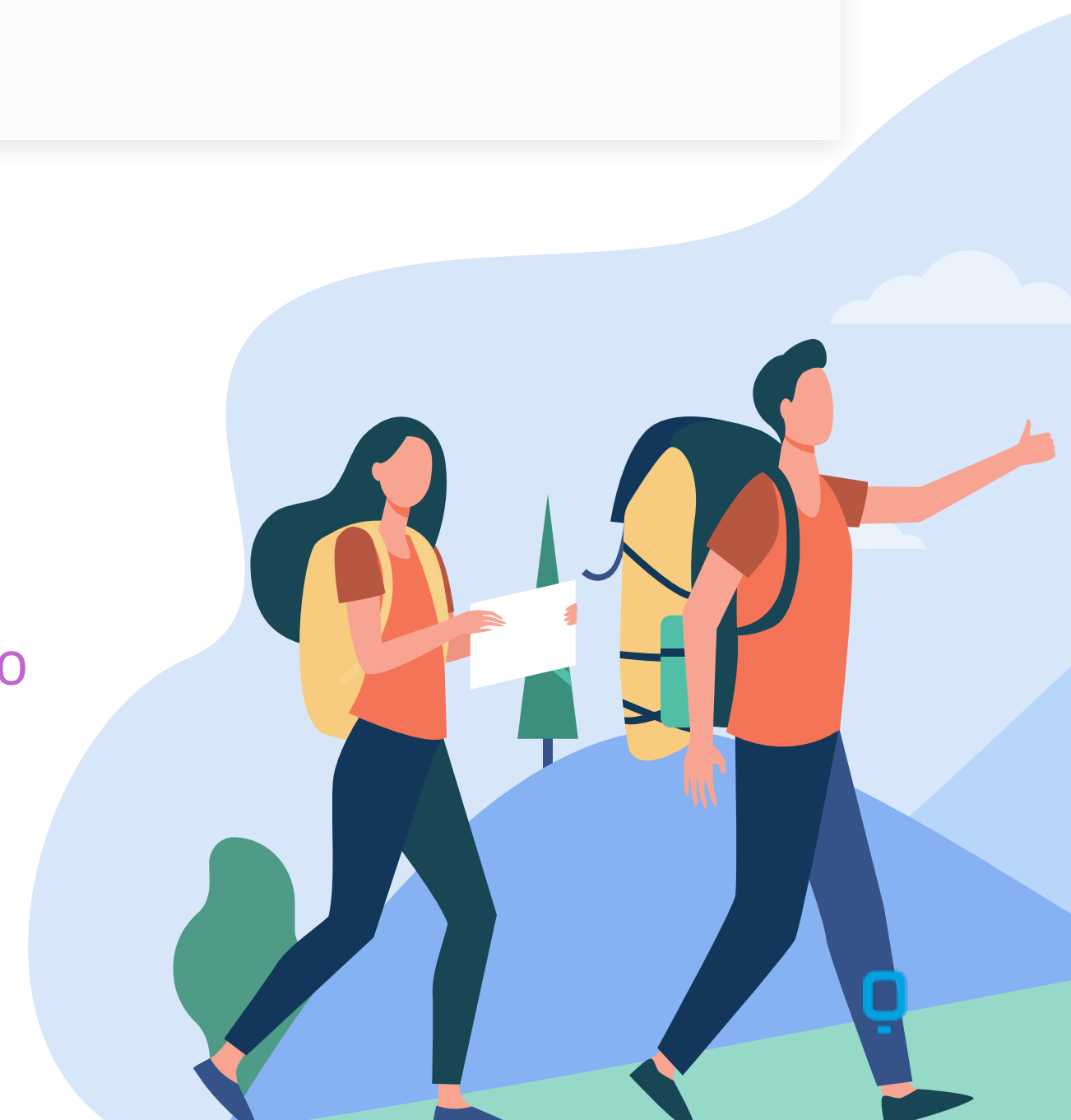
Viajes y pandemia

“Una de las cosas que más extrañé durante la cuarentena fue la posibilidad de viajar”

Reencontrarse con los viajes:
una declaración de todos los argentinos.



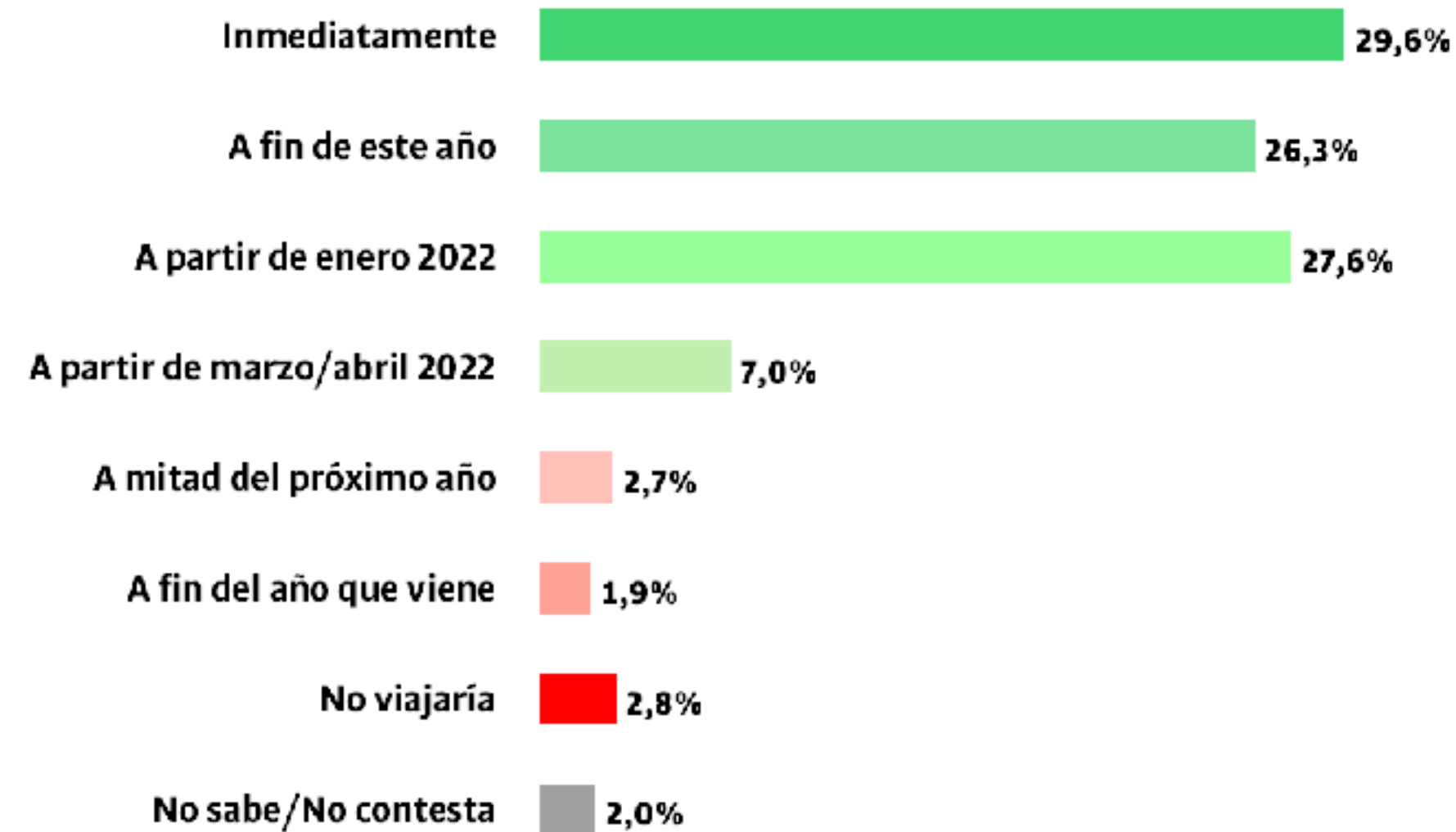
Las personas de nivel socioeconómico alto son quienes más extrañaron viajar



Viajes y pandemia

8 de cada 10
argentinos viajarían antes
de febrero del 2022

Si tuvieras la posibilidad de viajar,
¿en cuánto tiempo lo harías?



Sin importar la generación, los argentinos
viajarían en el corto plazo si tuvieran la posibilidad



90,3%
Gen Z



84,9%
Gen Y



84,2%
Gen X

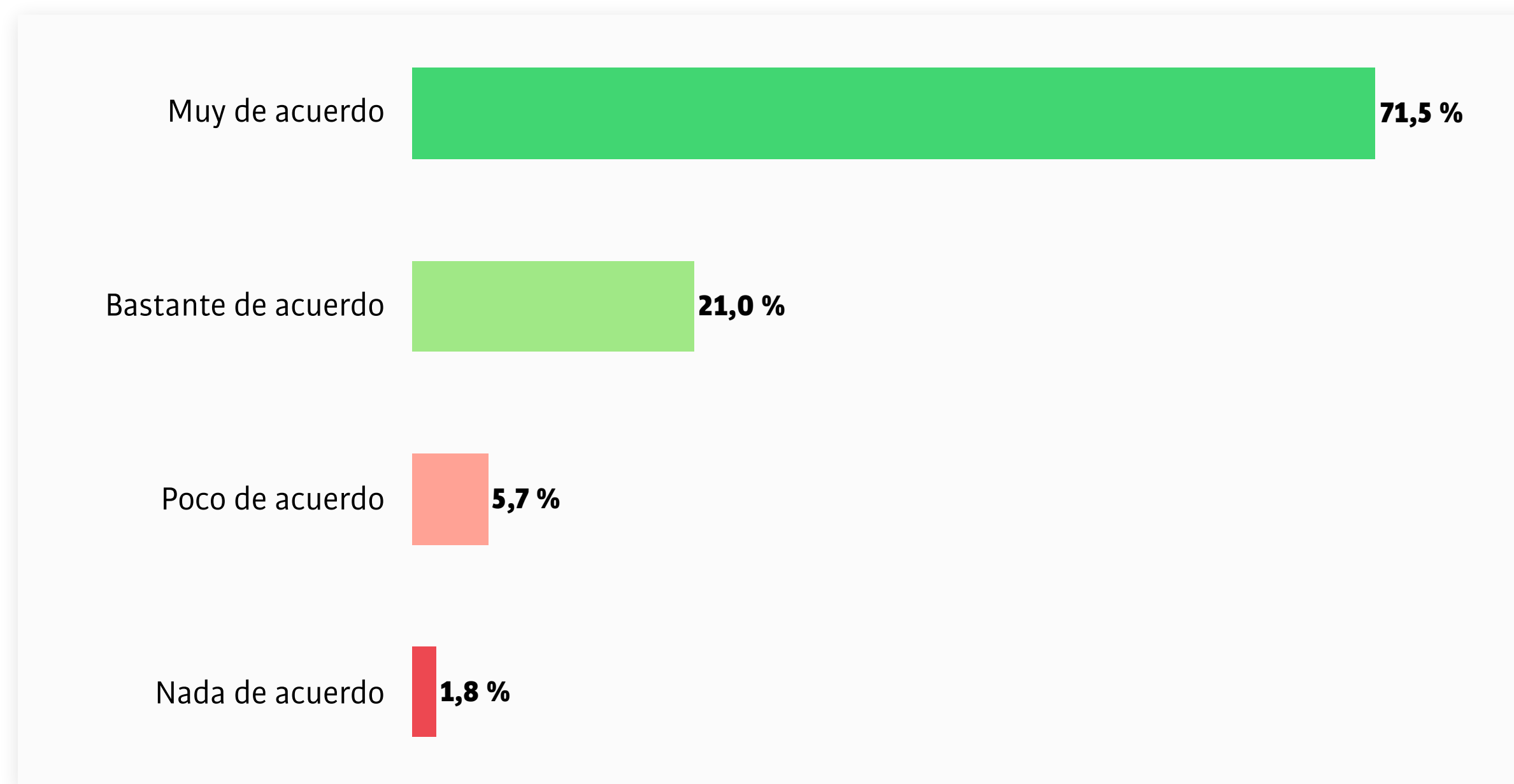


75%
Baby Boomers

Viajes y pandemia

Casi todos los argentinos ven al país como un destino seductor para hacer turismo interno al igual que internacional.

“Argentina es un destino atractivo para turismo interno e internacional”



Sin grandes diferencias entre generaciones, los argentinos están de acuerdo en que Argentina es un destino de nivel internacional.



90,7%
Gen Z



94,1%
Gen Y



94,6%
Gen X

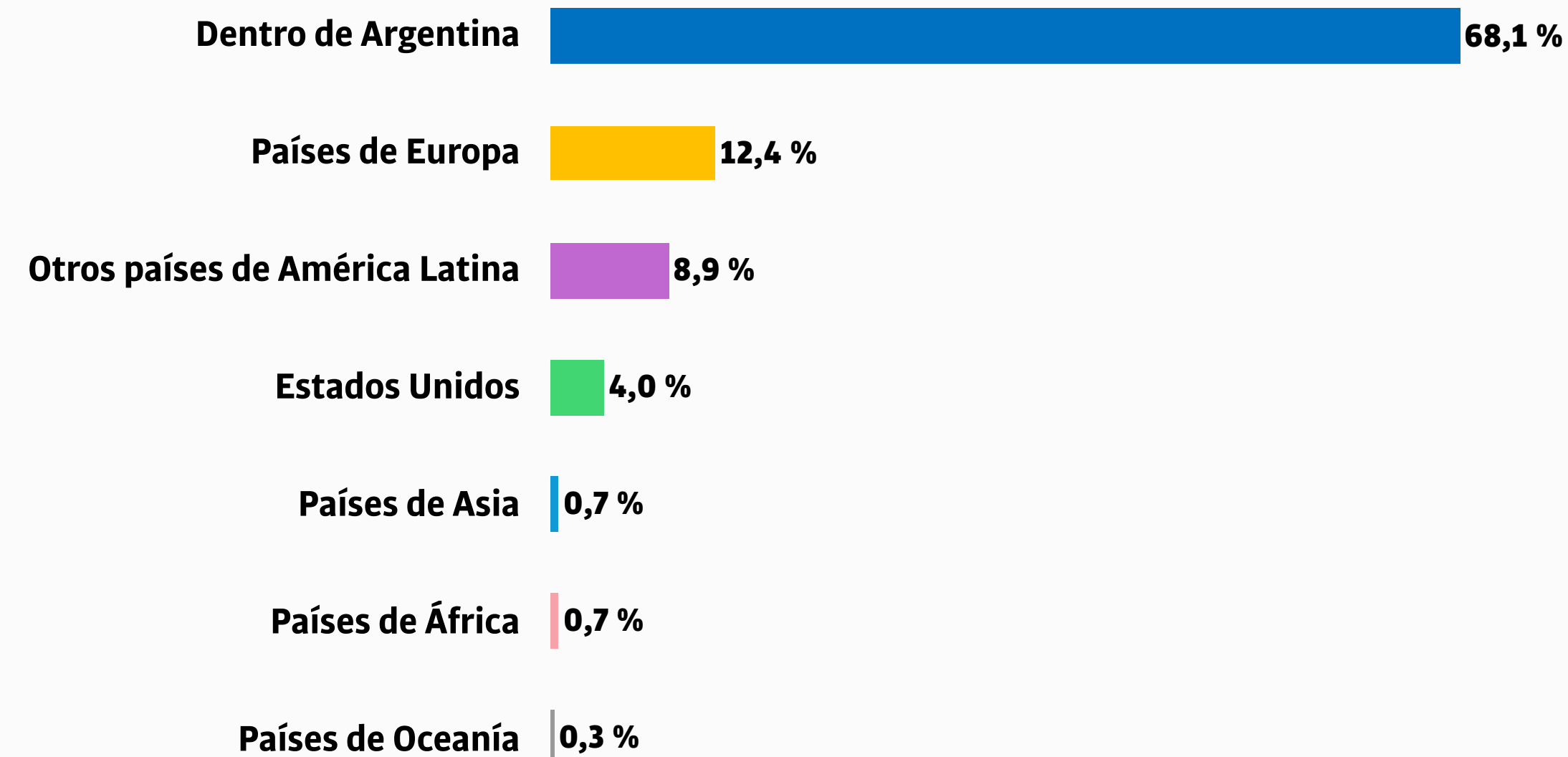


90,6%
Baby Boomers

Viajes y pandemia

Argentina, elegida por la mayoría, no solo por conveniencia sino, también, por su naturaleza.

¿Dónde viajarías? Argentina, el destino más elegido



Destinos por generación



29%

Gen Z

Latam o Europa



76,2%

Gen X

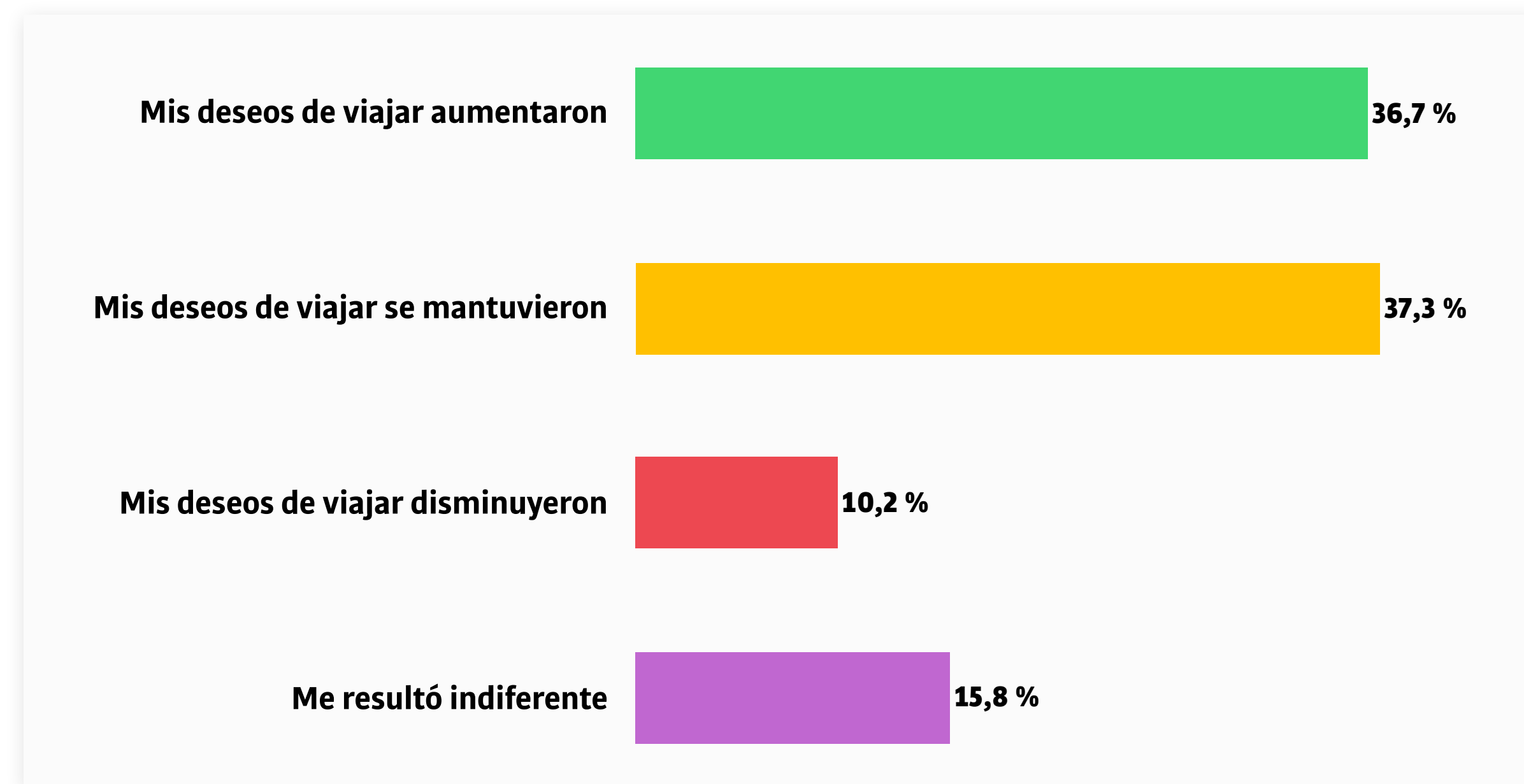
Argentina

De los argentinos que mencionaron que viajarían, la mayoría lo haría dentro de Argentina, especialmente la GENERACIÓN X. Por otra parte, la GENERACIÓN Z viajaría a otros países de Latinoamérica y Europa.

Viajes y pandemia

4 de cada 10 aumentaron su deseo de viajar en pandemia.

¿En qué medida aumentó el deseo de viajar durante la pandemia?



Deseos de viajar por generación

46,1%

Gen Z

43,0%

Baby Boomers

Las generaciones más jóvenes son quienes manifestaron en mayor medida un aumento en los deseos de viajar; en tanto los más adultos no vieron alterados sus deseos.

¿Nuevos destinos?

¿Se abre la posibilidad de crear **nuevos destinos turísticos**?

¿**Con nuevos formatos**, nuevas ofertas de servicios?

¿Estaremos frente a una oportunidad de **crear nuevas localidades, nuevas ciudades**?

Destinos Covid-free: ¿más exclusivos?

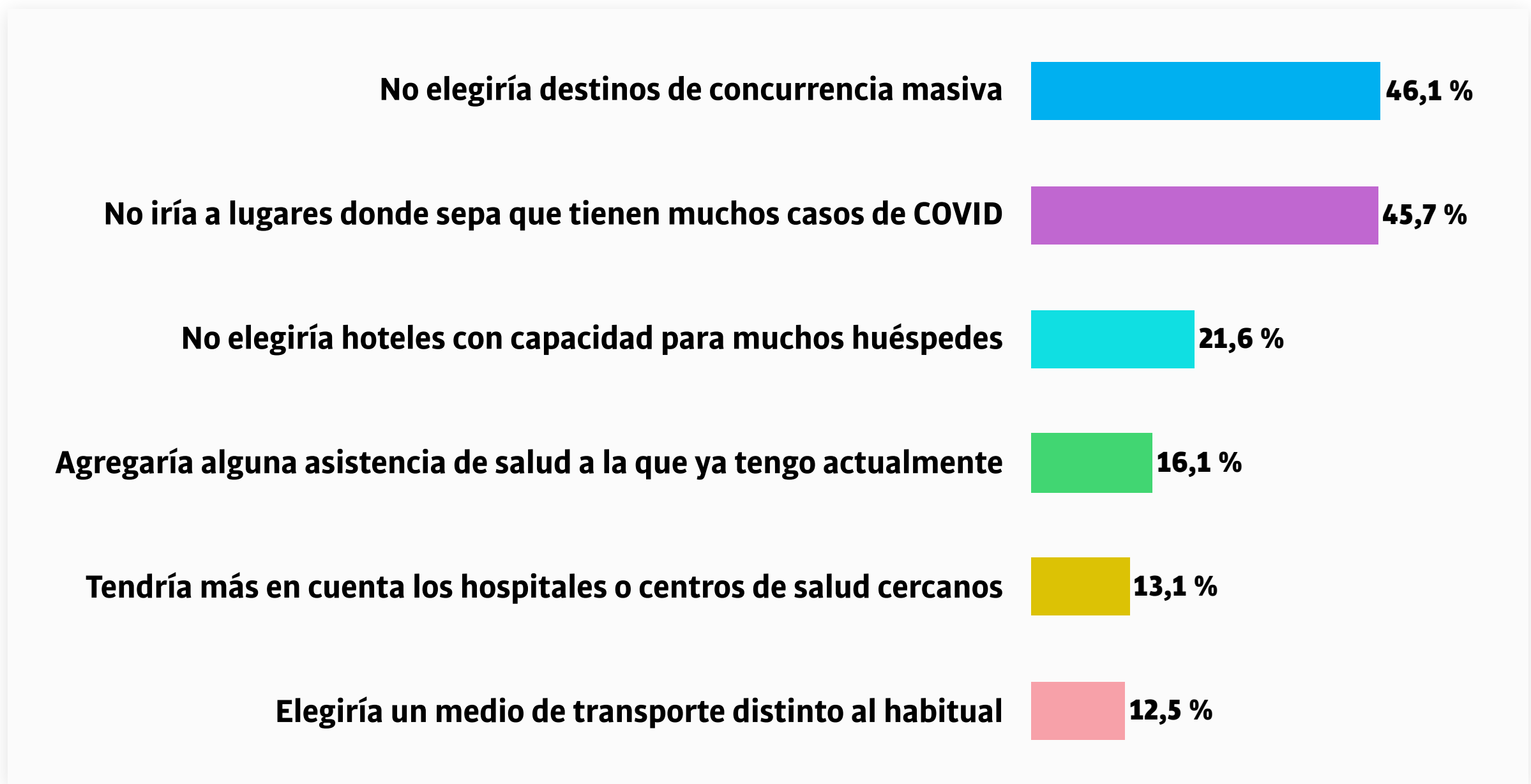
¿**Formatos de hospedajes** más pequeños?



Viajes y pandemia

Casi la mitad de los argentinos elige destinos que no sean masivos.

¿Respecto al COVID-19, qué recaudos tomarías si decidís vacacionar?



Datos destacados

58% No irían a lugares con muchos casos de COVID-19.

Gen Z



28,3% Sumaría asistencia de Salud a la que ya tiene actualmente.

NSE Alto

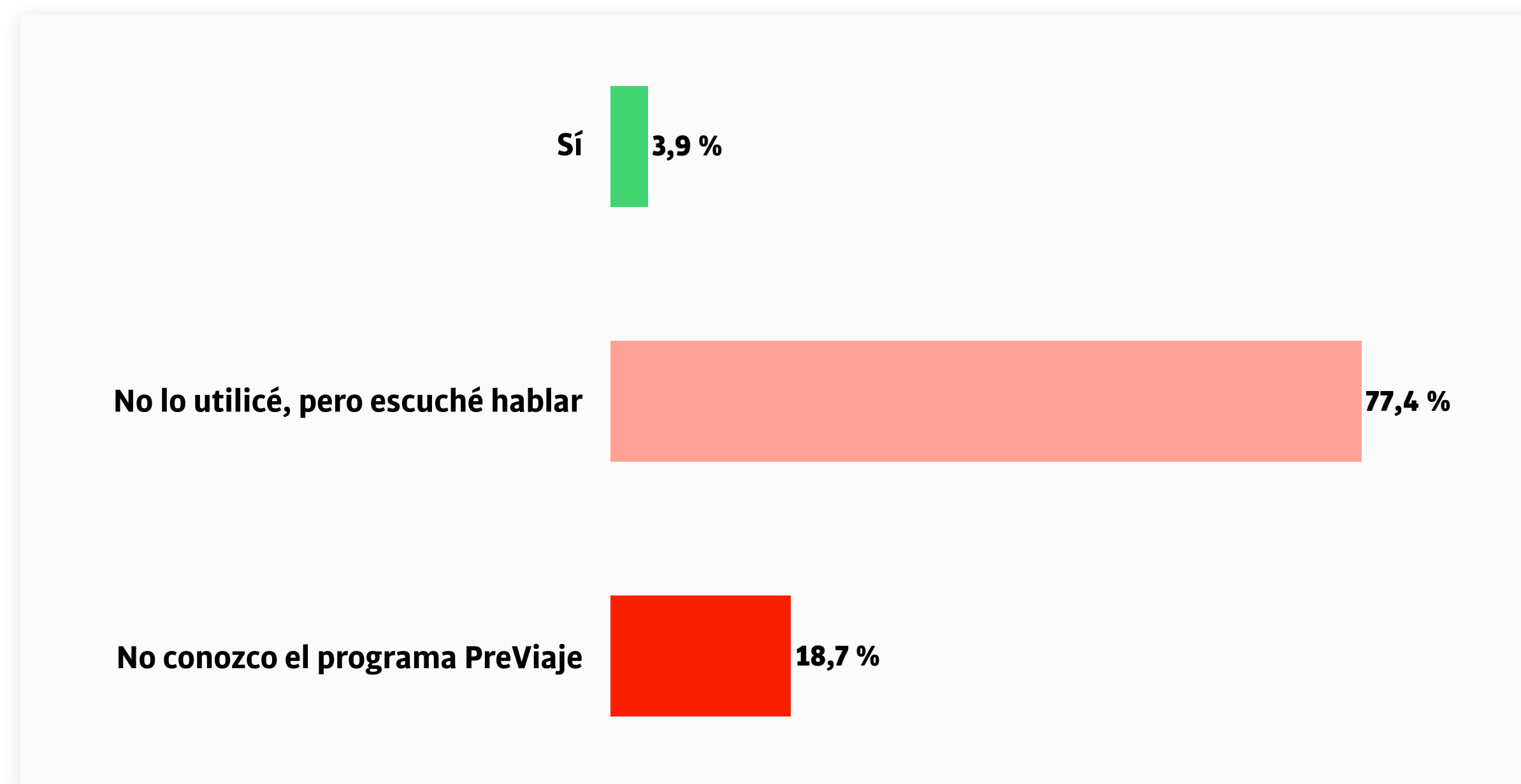


preViaje

Un programa que logró llegar a la audiencia, pero aún le falta en términos de performance, aunque apunta a una mayor audiencia en 2022.

¿Utilizaste el año pasado el programa de preventa turístico impulsado por el Gobierno Nacional denominado PreViaje?

pre
viaje =



El dato

 **68,2%**

de quienes ya utilizaron el programa seguramente lo volverían a utilizar el este año.

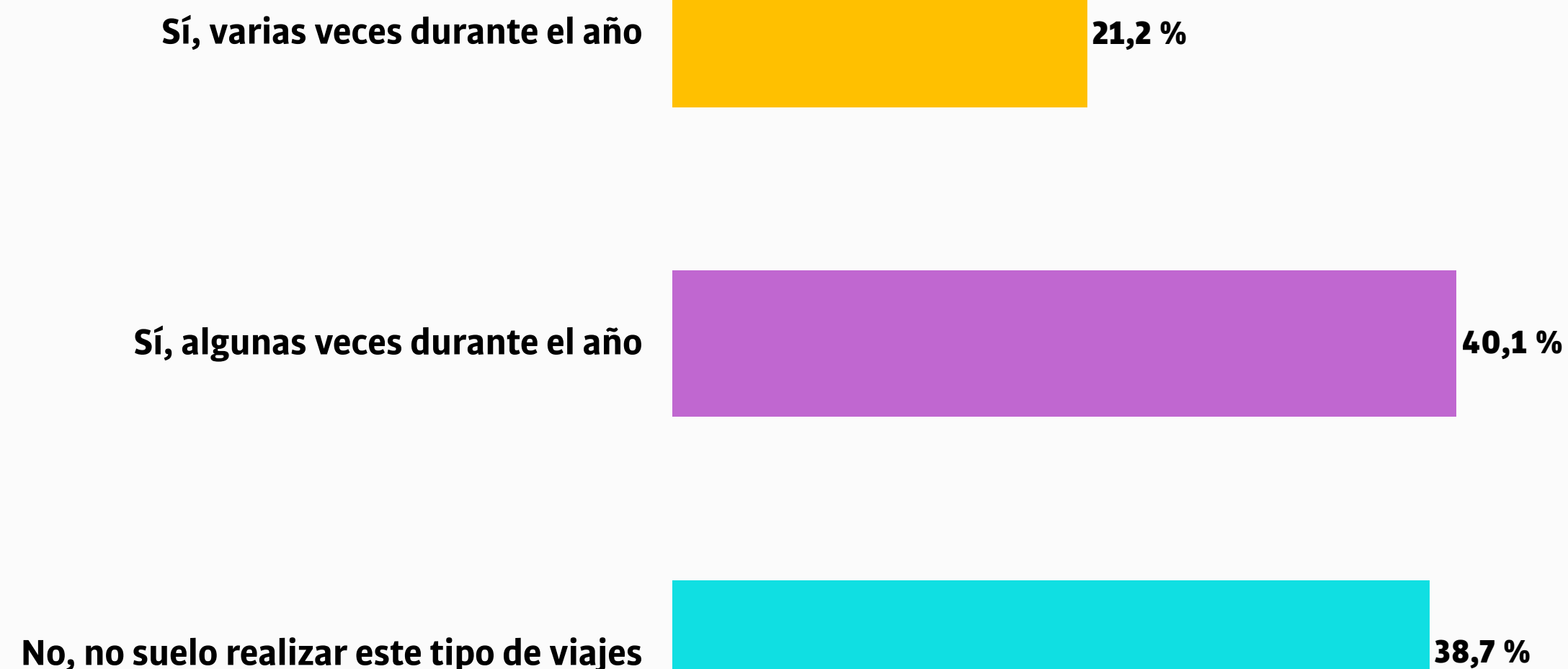
 **57,6%**

de quienes conocen el programa, pero no lo utilizaron, piensan hacerlo este año o el siguiente.

Escapadas

6 de cada 10
argentinos suelen realizar
“escapadas” o viajes cortos
durante el año.

**LAS ESCAPADAS, un tipo de viaje elegido por la mayoría de los Argentinos.
¿Realizás este tipo de viajes durante el año?**



Escapadas por NSE

 **73,1%**
NSE Alto

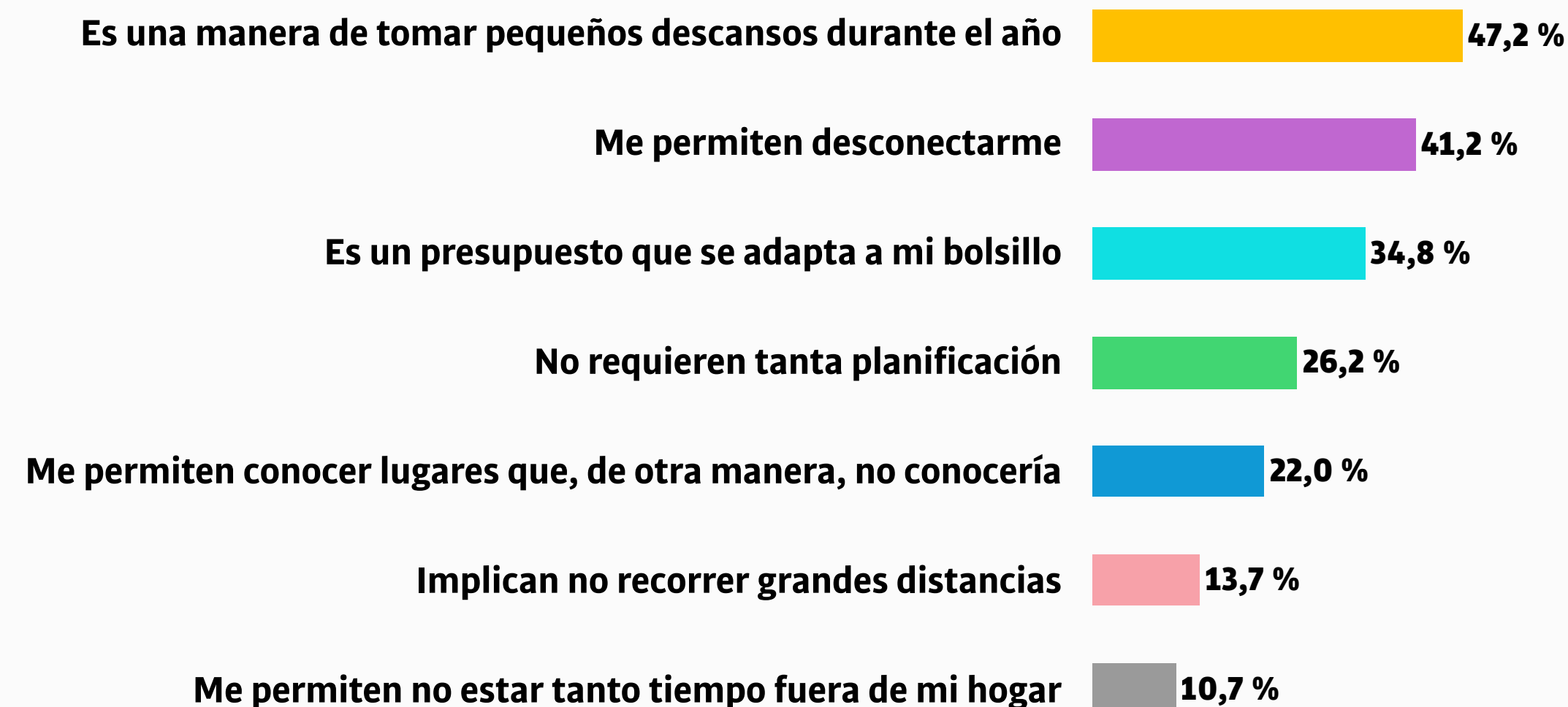
 **73,2%**
NSE Medio

Las escapadas parecen ser una actividad
realizada principalmente por sectores
medios y altos.

Escapadas

La posibilidad de desconectarse durante el año, y un presupuesto acorde son los principales motivos para realizar escapadas de fin de semana.

¿Por qué elegís hacer este tipo de viajes?



Escapadas planificadas

6 de cada 10

planifica con dos semanas o menos de antelación.

Las mujeres suelen planificar con más antelación que los hombres (dos semanas o menos) al igual que los baby boomers. Los jóvenes suelen ser más improvisados (43,7% las organiza en la misma semana o, incluso, el mismo día).

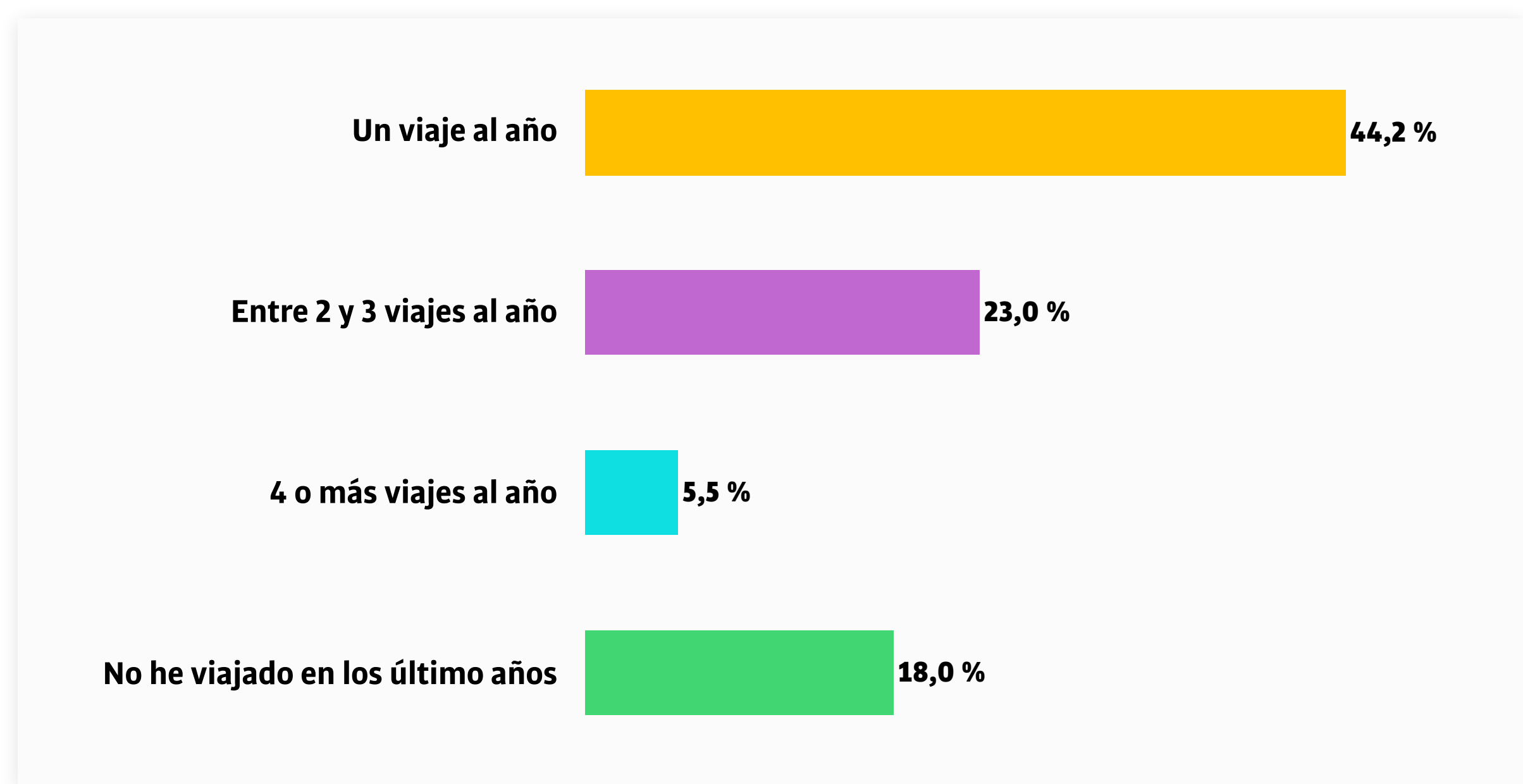


Vacaciones

3 de cada 10
argentinos no han
realizado viajes
prolongados en los
últimos años.



¿Cuántos viajes por vacaciones,
aproximadamente, realizas al año?



El factor económico prevalece a la hora de elegir un
destino entre quienes vacacionan una vez al año.

 **45,7 %**
Presupuesto
disponible

 **33,4 %**
Atractivos
naturales

 **27,9 %**
Atractivo
turístico

 **20 %**
Tiempo
disponible



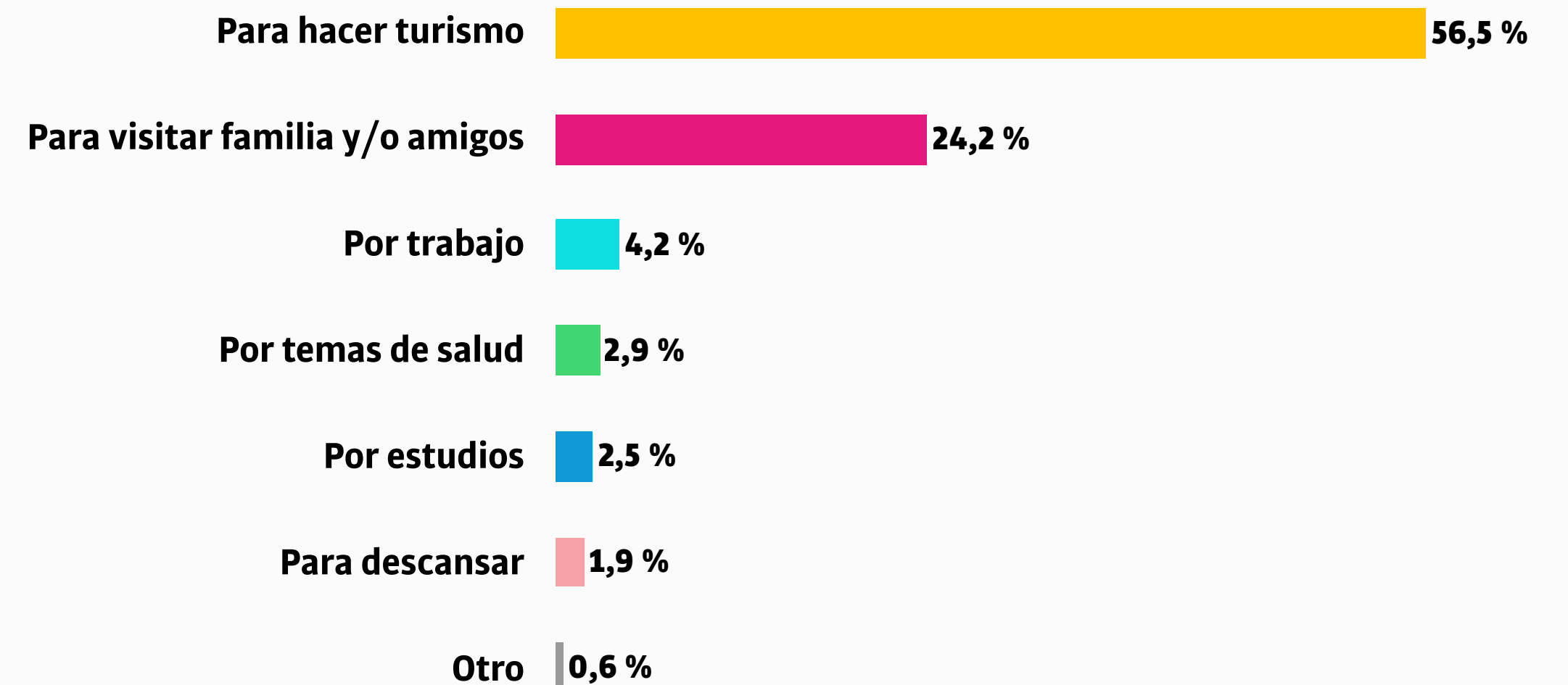


Vacaciones

. Motivos

El principal motivo por el que viajan los argentinos es para hacer turismo.

Pensando en tus viajes en general,
¿cuál es el principal motivo por el que viajás?



71,6%

NSE Alto



26%

NSE Bajo

El turismo (si bien es el principal motivo independiente del NSE) se acentúa en la clase alta, mientras la visita a familiares y/o amigos cobra mayor preponderancia entre el NSE bajo.



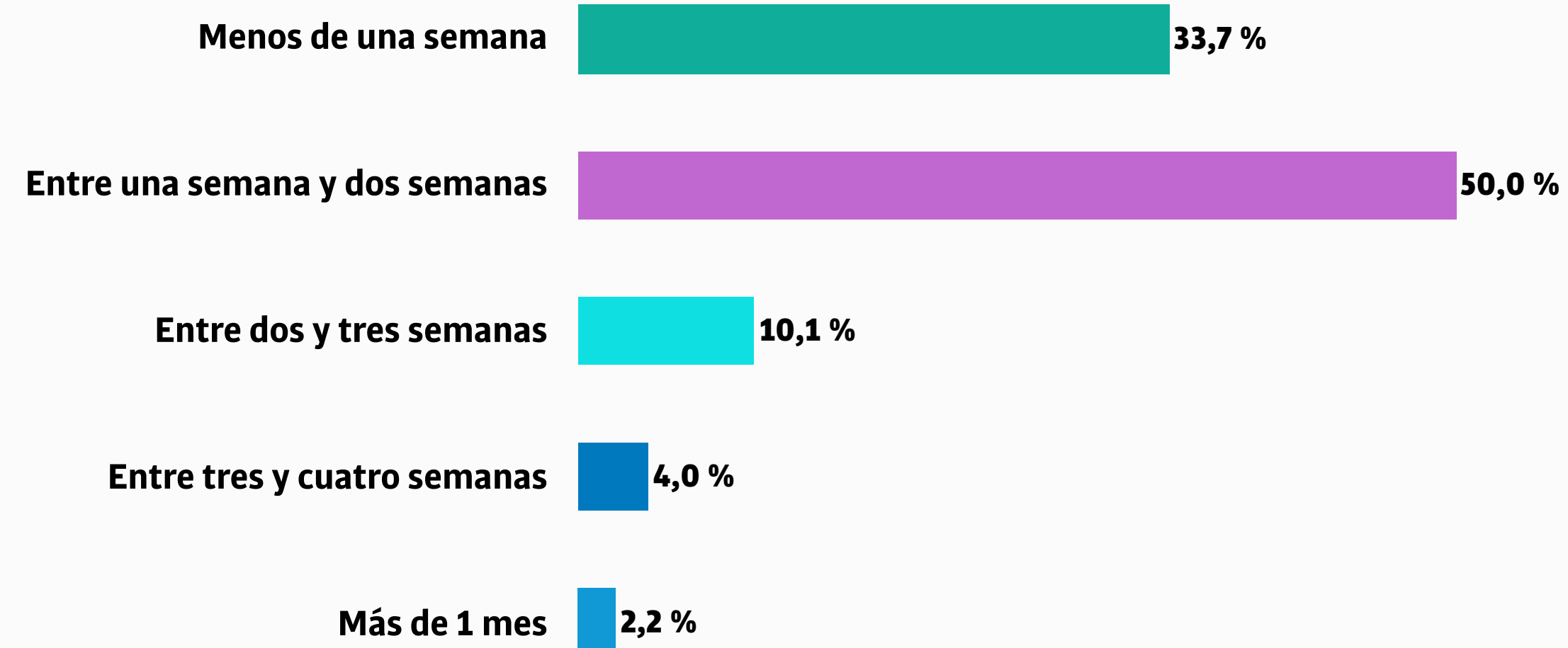
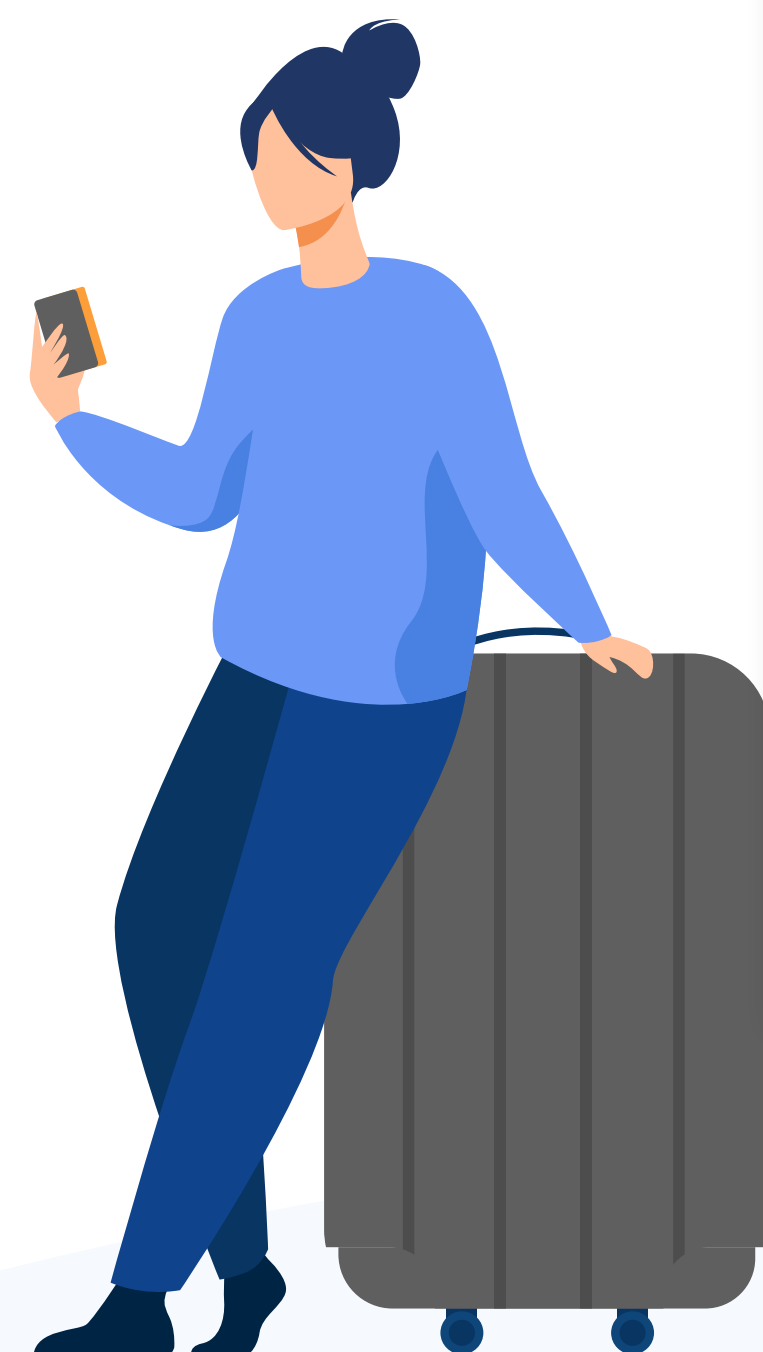


Vacaciones

. Duración

La duración de los viajes no excede las 2 semanas. Las “escapadas” son frecuentes.

DURACIÓN DE LOS VIAJES: Los viajes no suelen durar más de dos semanas



Hacer turismo, el principal motivo de viaje

 **57,1%**
Menos de 1 semana

 **69,5%**
Entre 1 y 2 Semanas

Quienes viajan solo un par de días e incluso hasta 2 semanas, lo hacen fundamentalmente para hacer Turismo.

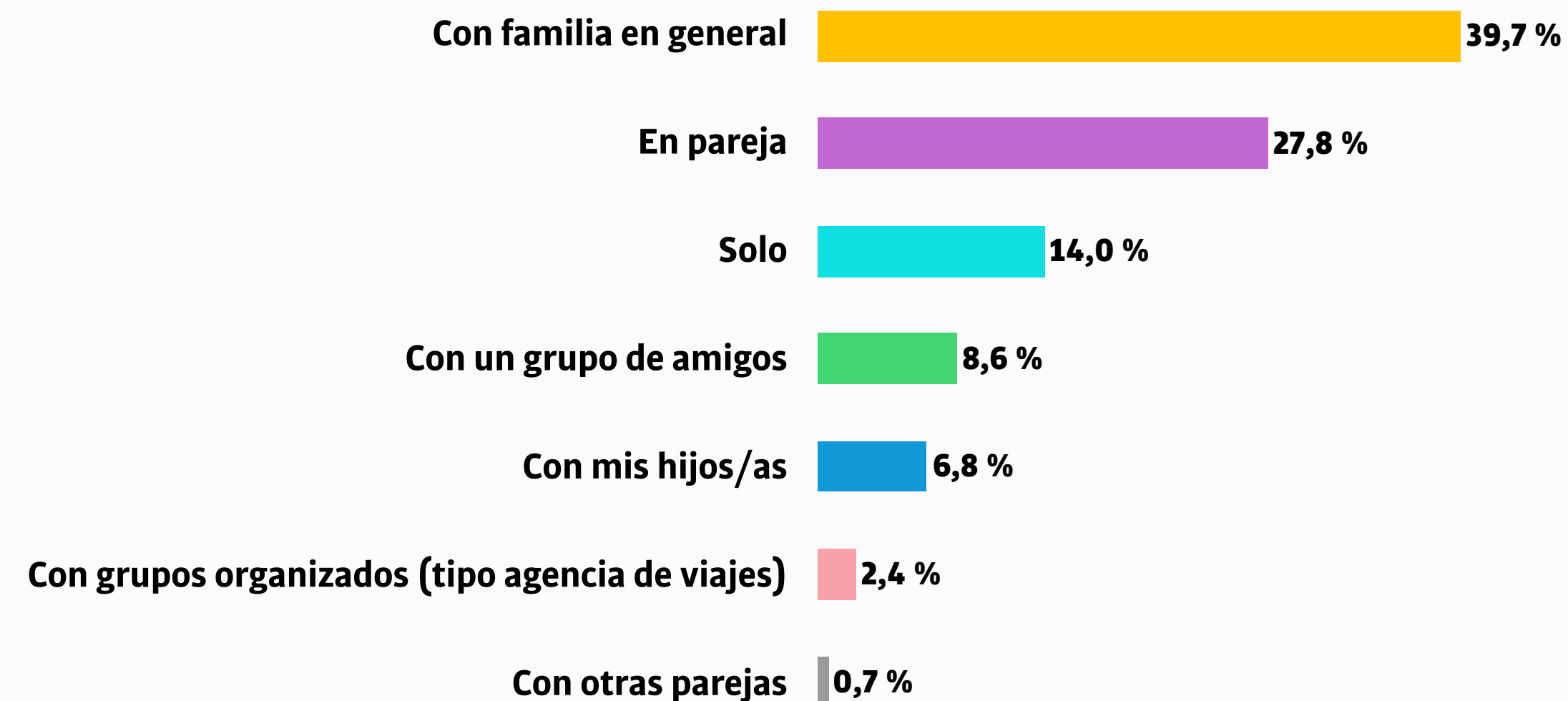


Vacaciones

. Con quién

Los viajes suelen realizarse en familia o en pareja.

¿Y con quién viajas generalmente?



¿Quiénes viajan más en pareja?

 **37,1%**
NSE Alto

 **48%**
Baby Boomers



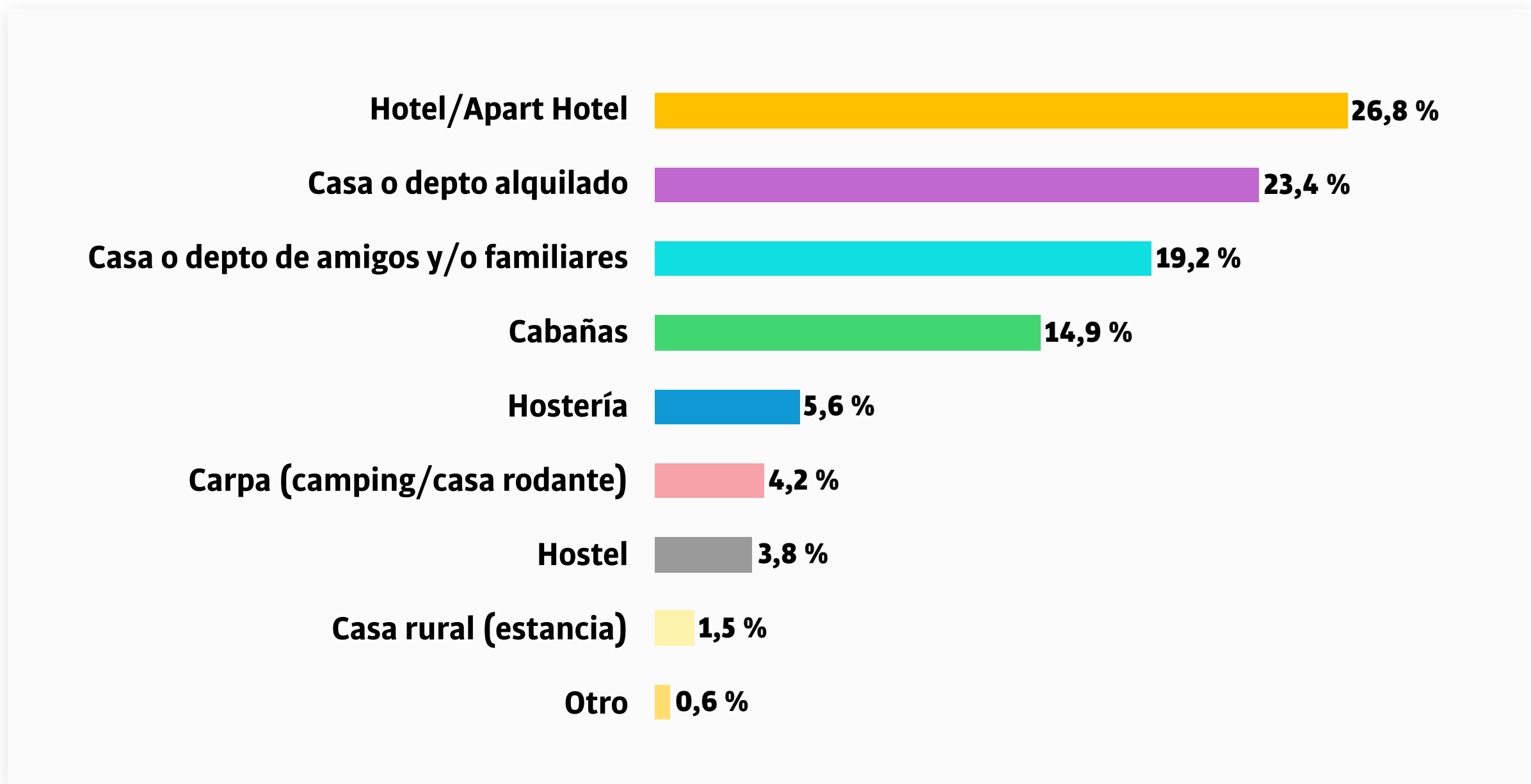


Vacaciones

. Hospedaje

La mayoría elige hospedarse en hoteles, casas o departamentos alquilados.

¿Por lo general, dónde elegís alojarte?

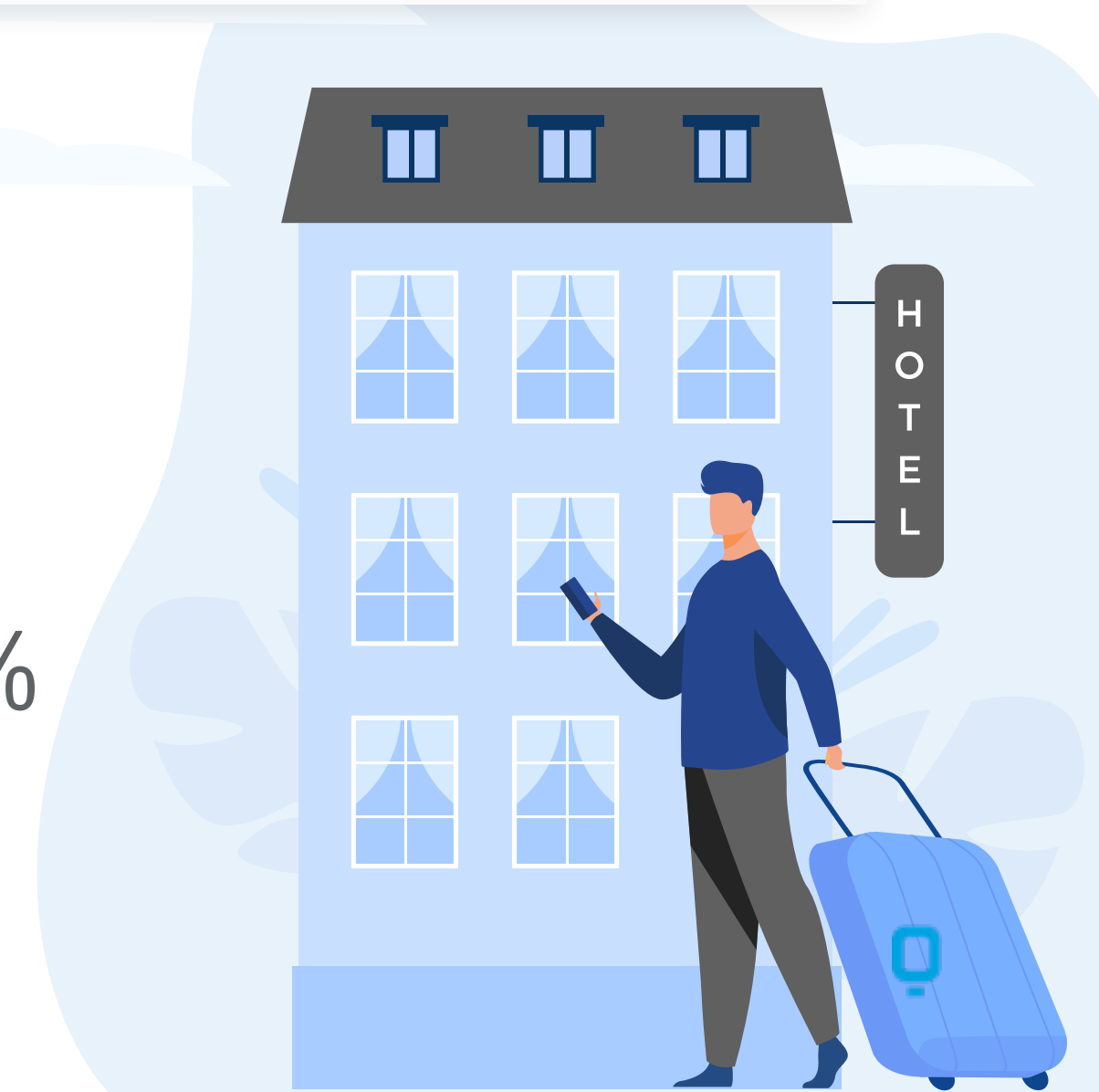


¿Dónde paran mayormente?

 **30,4%**
Gen Z
Casa de familia o familia

 **34,7%**
Baby Boomers
Hotel

 **42,1%**
NSE Alto
Hotel/Apart



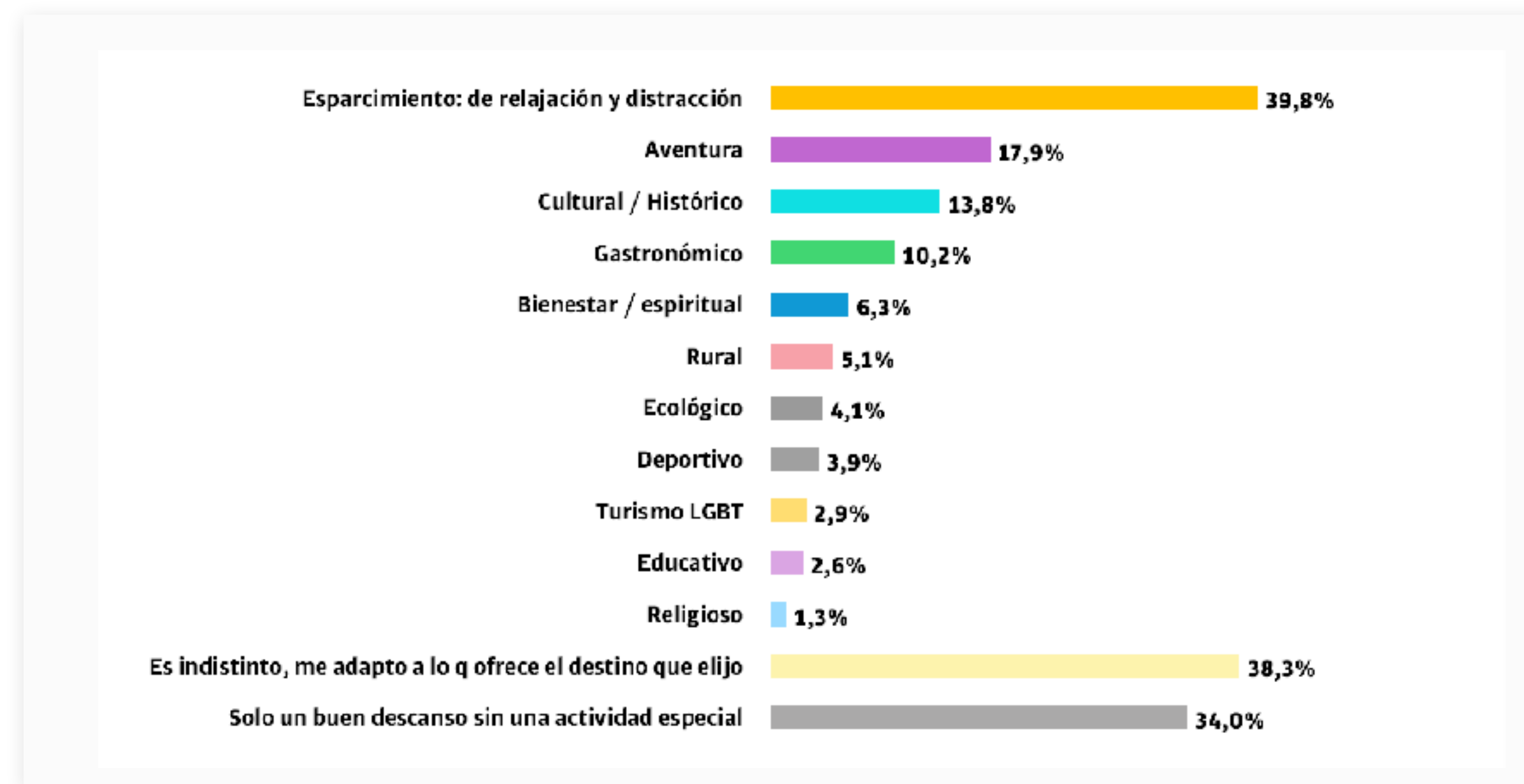


Vacaciones

. Tipo de turismo

Los argentinos buscan relajarse y distraerse en sus vacaciones. En los jóvenes el turismo aventura es más frecuente.

¿Qué tipo de turismo de vacaciones preferís hacer?



¿Qué buscan mayormente?



Gen Z
Turismo aventura



Gen Y
Turismo gastronómico



NSE Alto
Turismo cultural



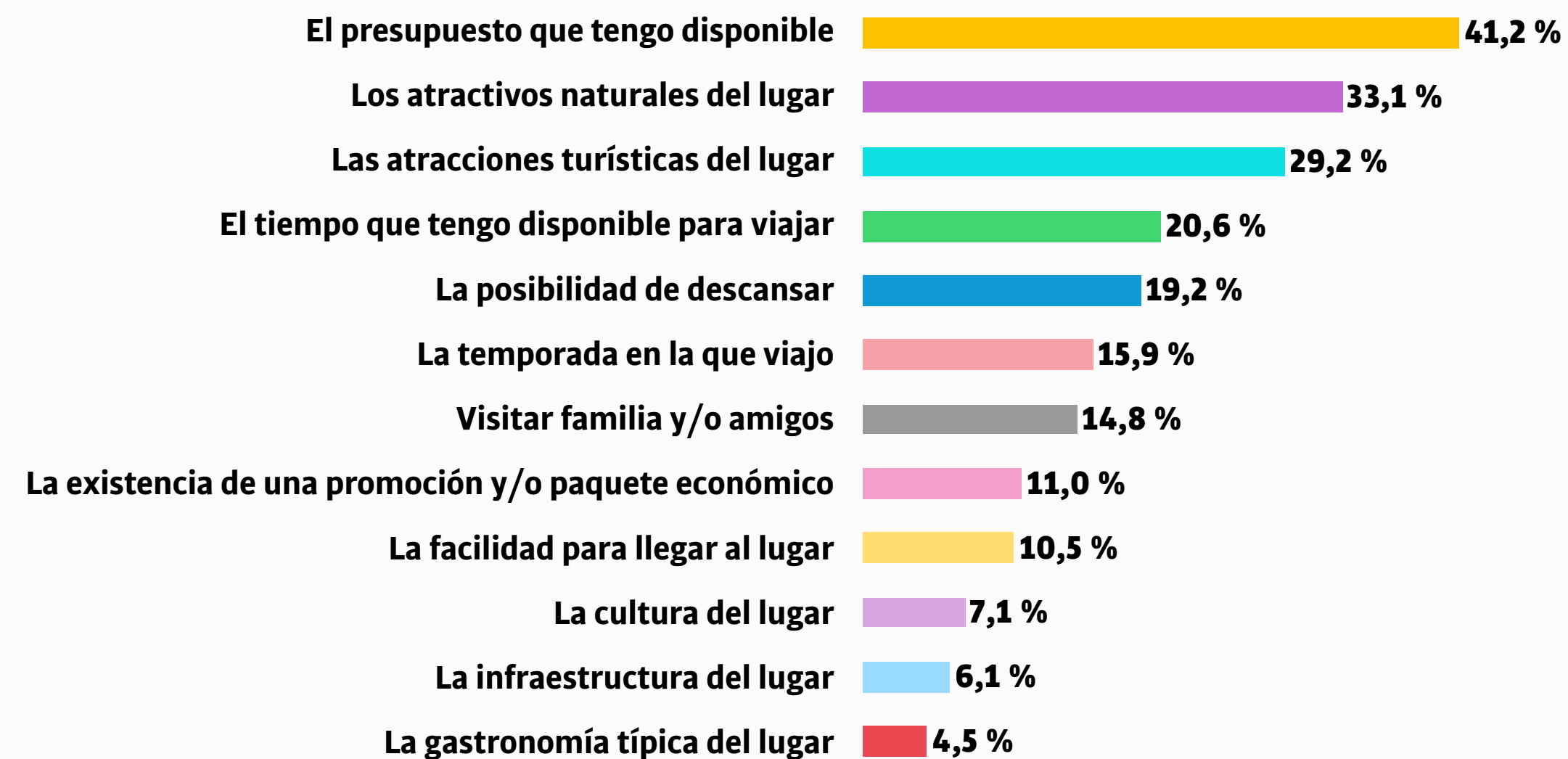
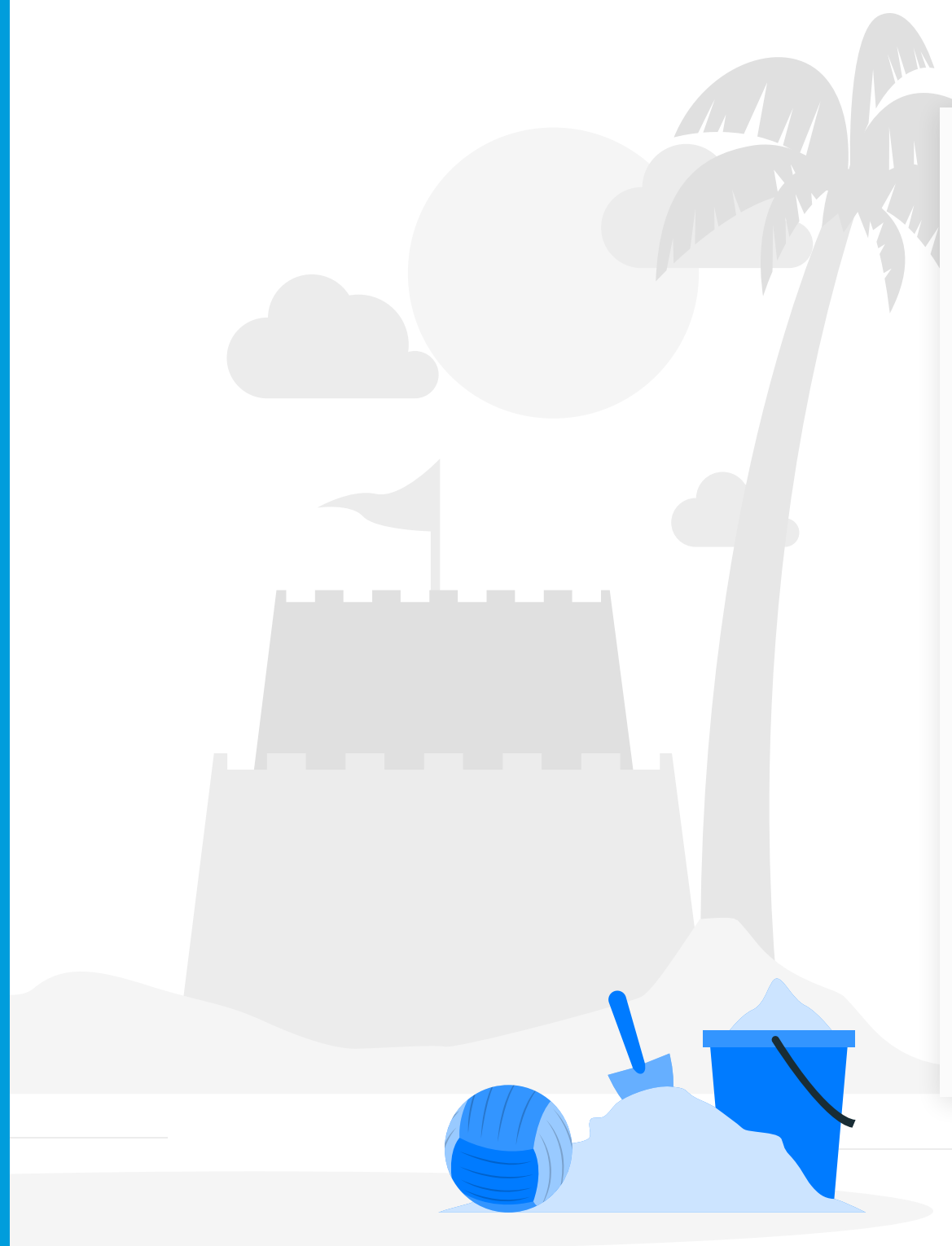


Vacaciones

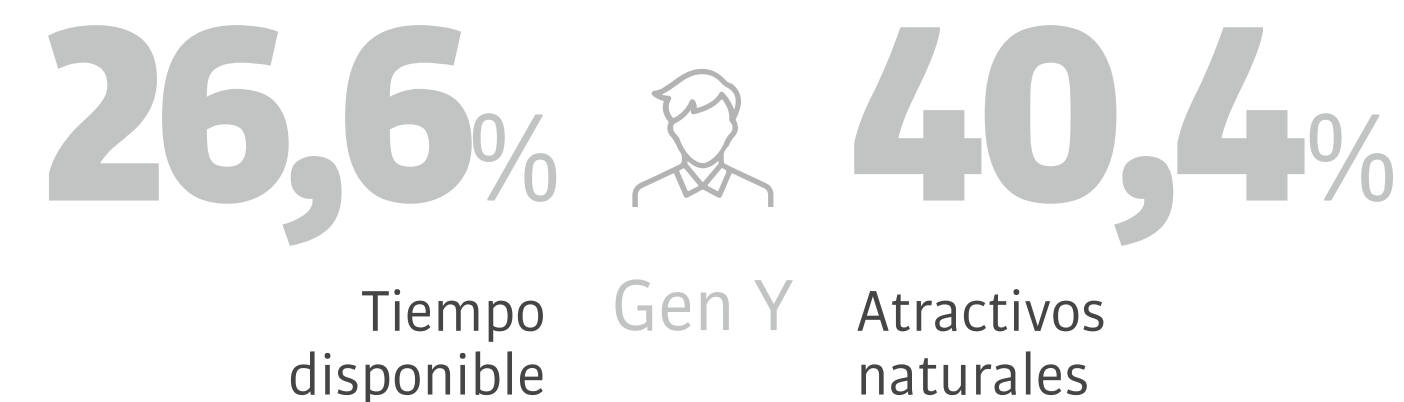
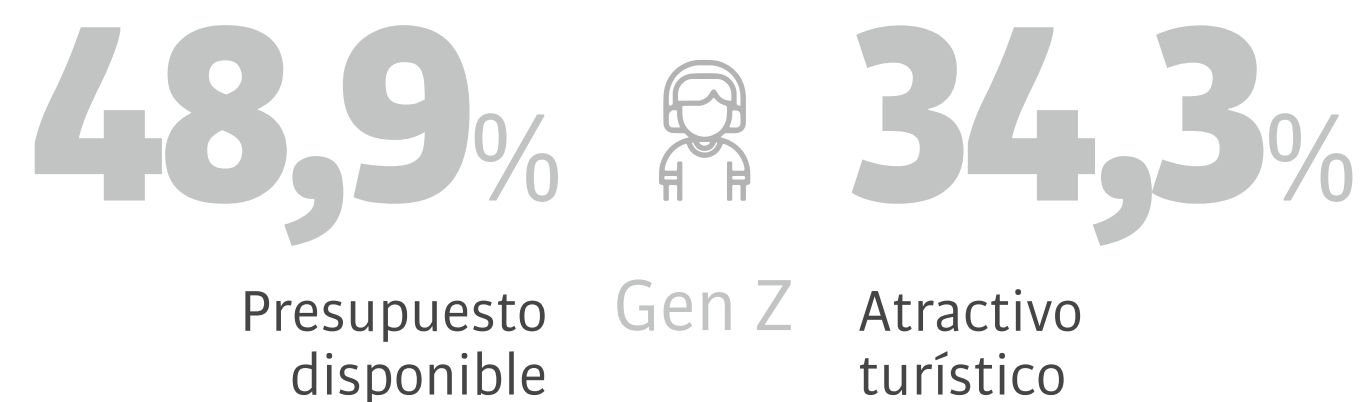
. Tipo de presupuesto

El presupuesto disponible y los atractivos naturales y turísticos del lugar son los principales motivos para elegir un destino.

¿Qué motivo/s influye/n a la hora de elegir un destino?



¿Qué define el viaje?



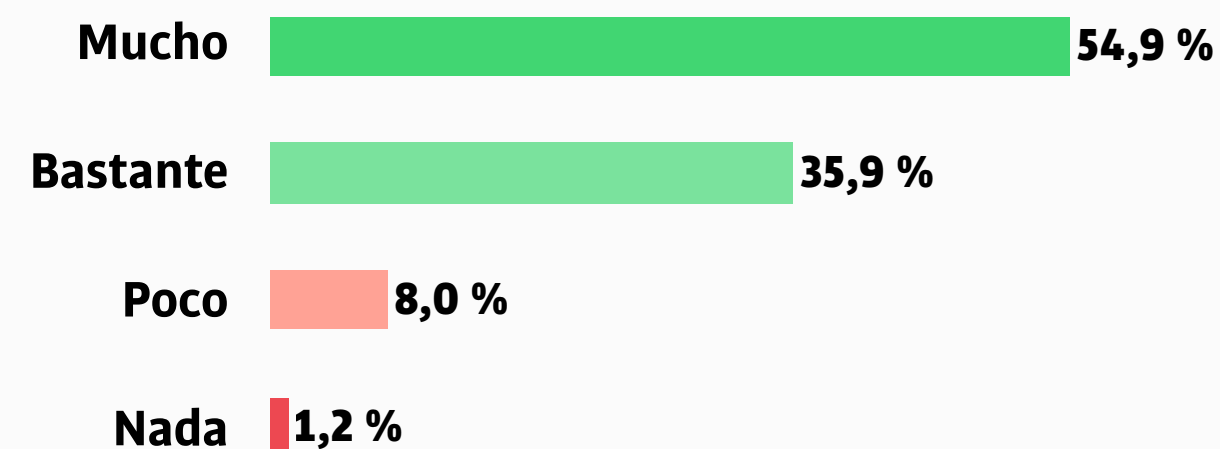


Vacaciones

. Seguridad y salud

La seguridad y los protocolos son importantes a la hora de elegir el destino. Se acentúa entre las mujeres.

¿Cuán importante es la seguridad a la hora de elegir el destino?



Importancia por género

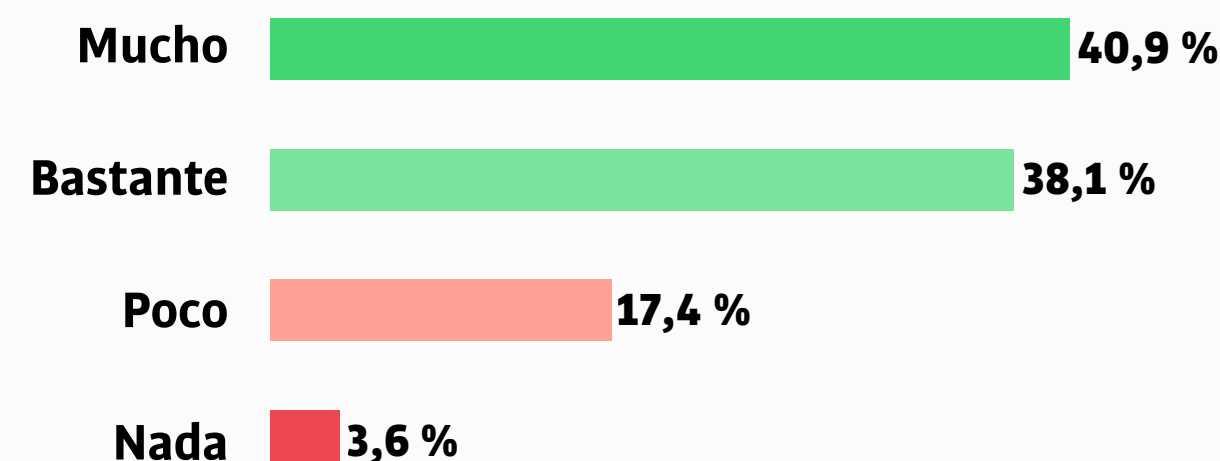


93,7% entre mujeres



87,7% entre hombres

¿Cuán importante son los protocolos de salud a la hora de elegir el destino?



Importancia por género



86,1% entre mujeres



71,1% entre hombres

Su importancia va creciendo según la edad.

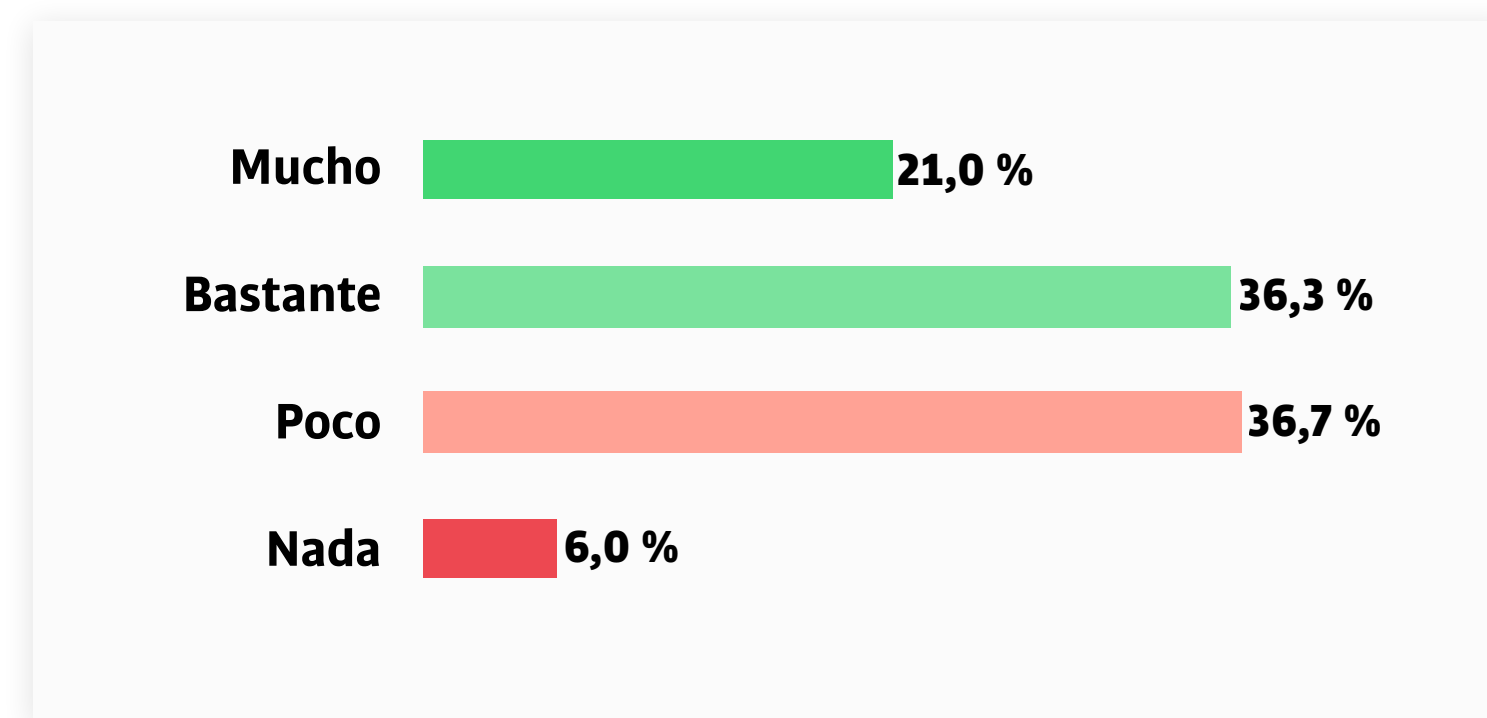


Vacaciones

. Distancia Y actividades

La distancia y las actividades son importantes para los viajeros. Entre los mayores, la distancia se torna más relevante.

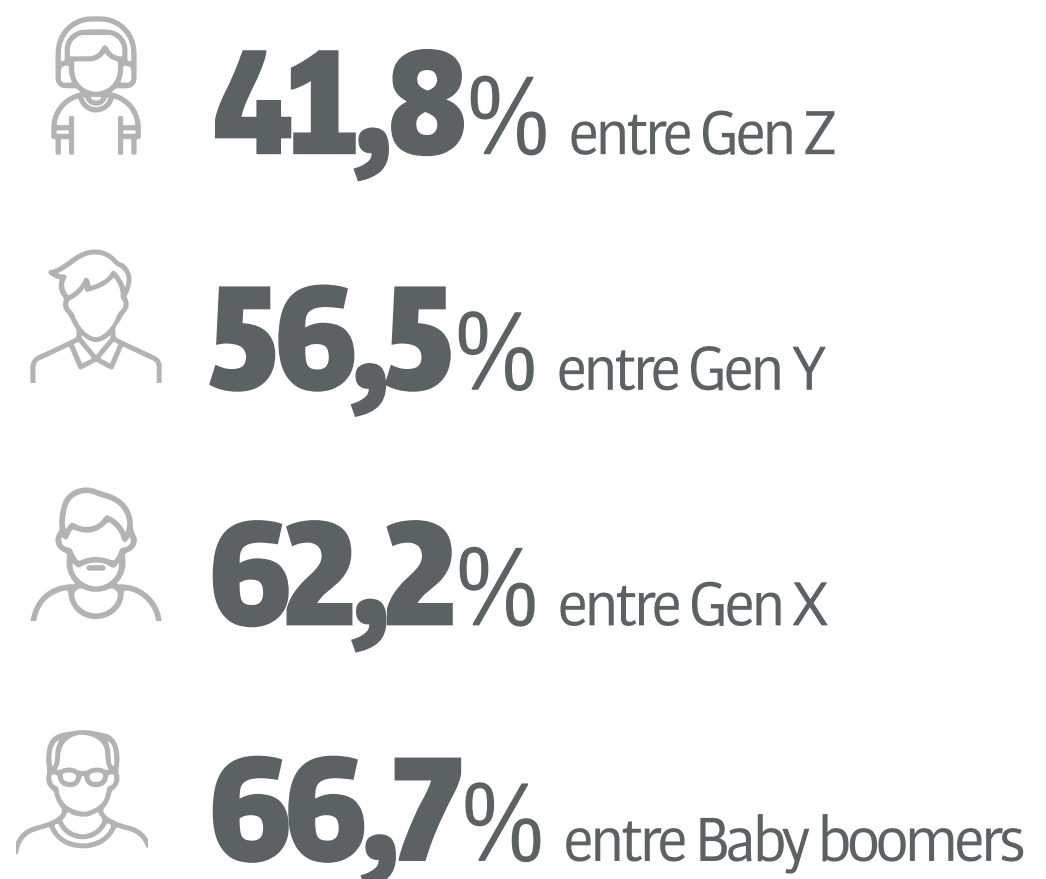
¿Cuán importante es para vos la distancia?



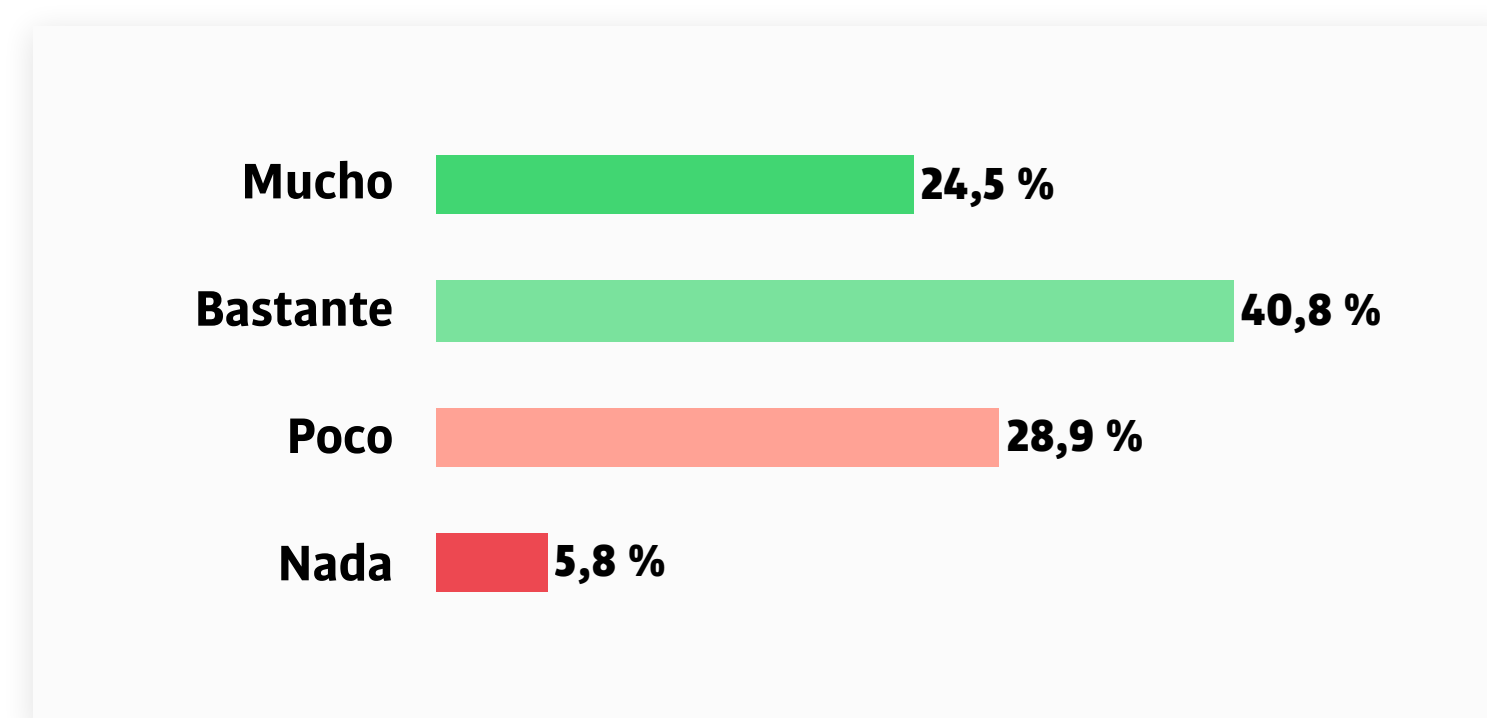
A medida que disminuye la edad de los encuestados, disminuye también la importancia que le otorgan a la distancia.



Importancia por generación



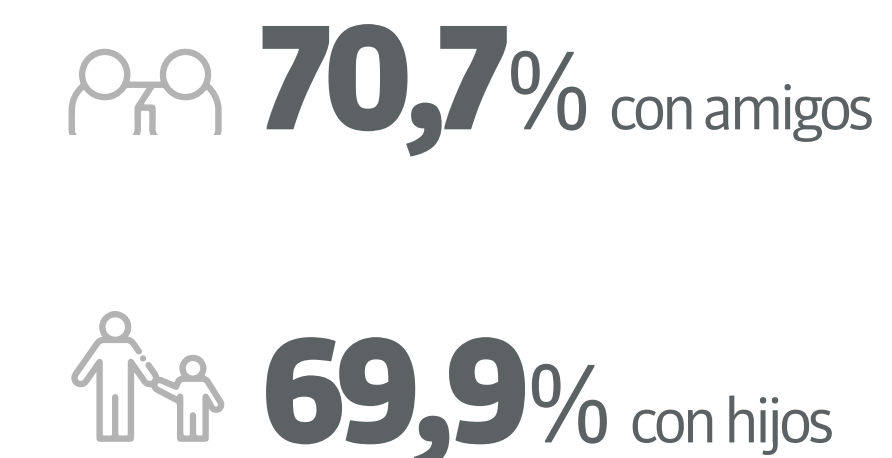
¿Cuán importante son las actividades?



Quienes viajan con amigos o con hijos, dan mayor importancia a las actividades que ofrece el lugar.



Importancia por tipo de acompañantes



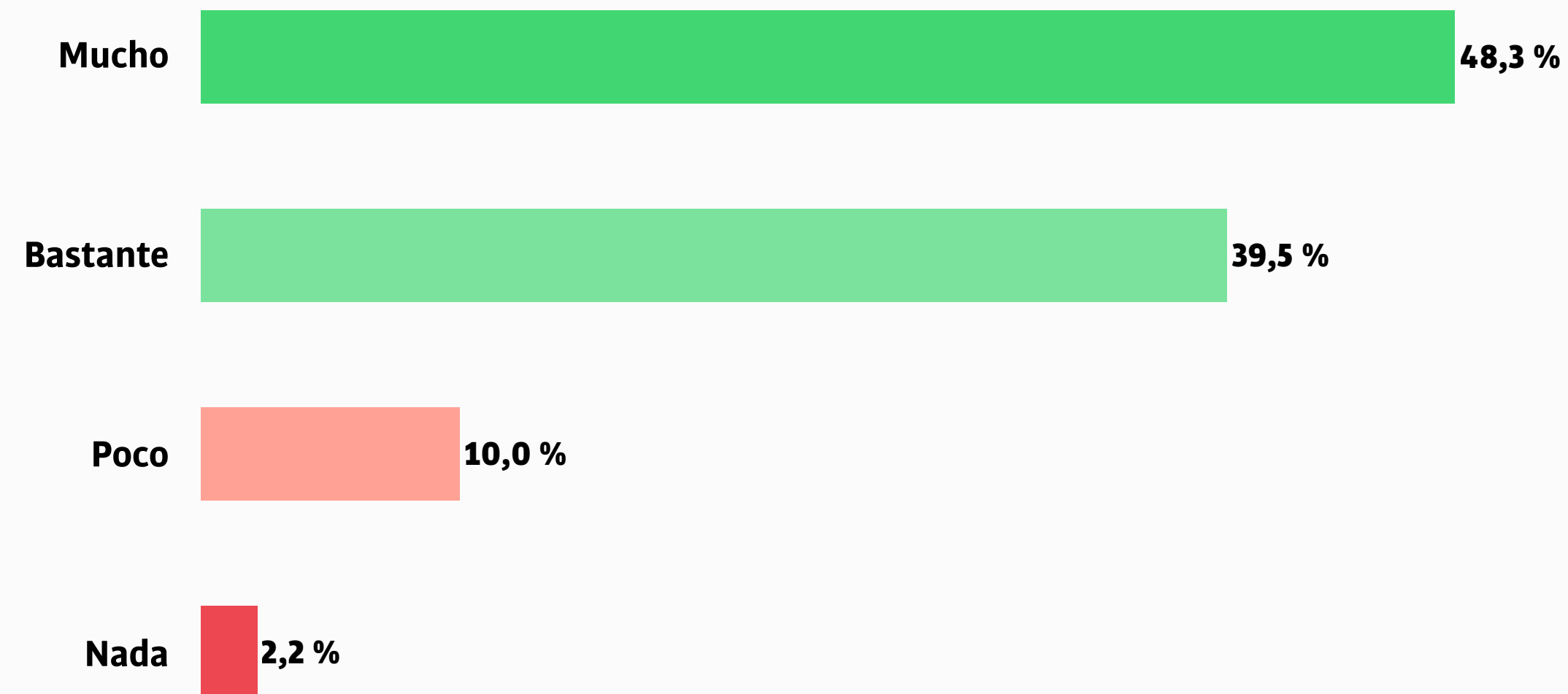


Vacaciones

. Atractivos naturales

Los argentinos aprecian los atractivos naturales. En particular, se acentúa entre los mayores.

¿Cuán importante son para vos los atractivos naturales?

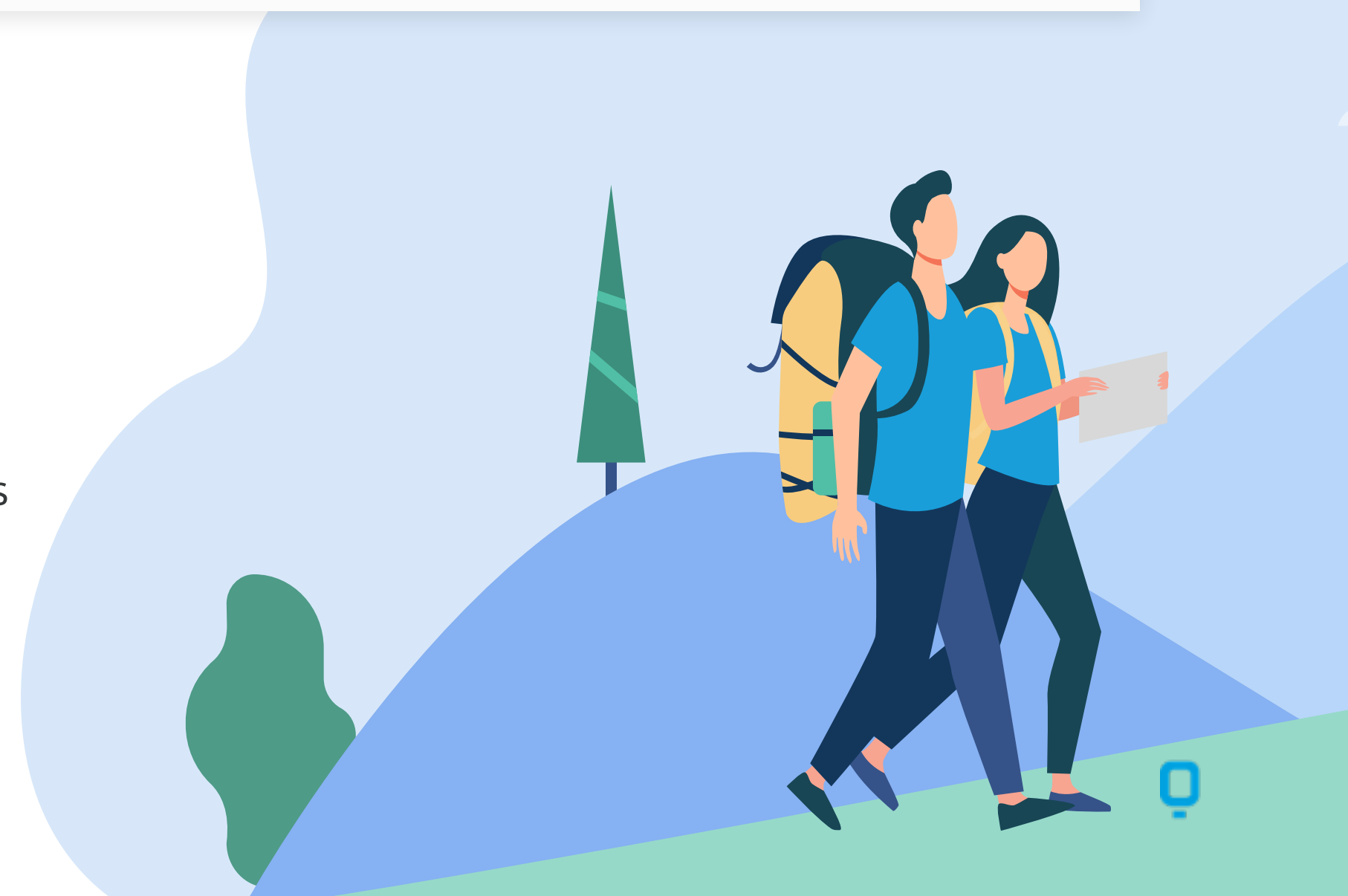


Importancia por generación



91,7%
Entre Baby boomers

Los atractivos naturales son importantes para todos los argentinos, acentuándose esta tendencia entre los mayores.





Vacaciones

. Planificación

El **90%** de los argentinos planifica sus vacaciones con menos de **3 meses de anticipación**

. Autogestión sí o no

Más de la mitad NO recurre a agencias de viajes para planificar sus vacaciones.

Por lo general, ¿con cuánto tiempo de antelación planeás tus vacaciones?

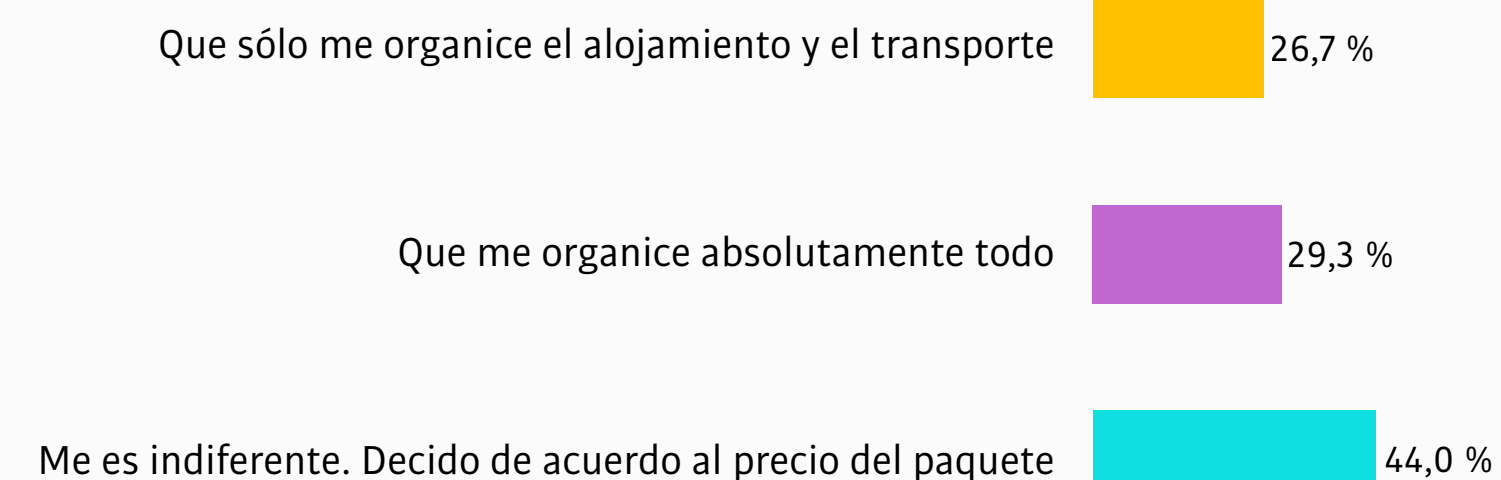
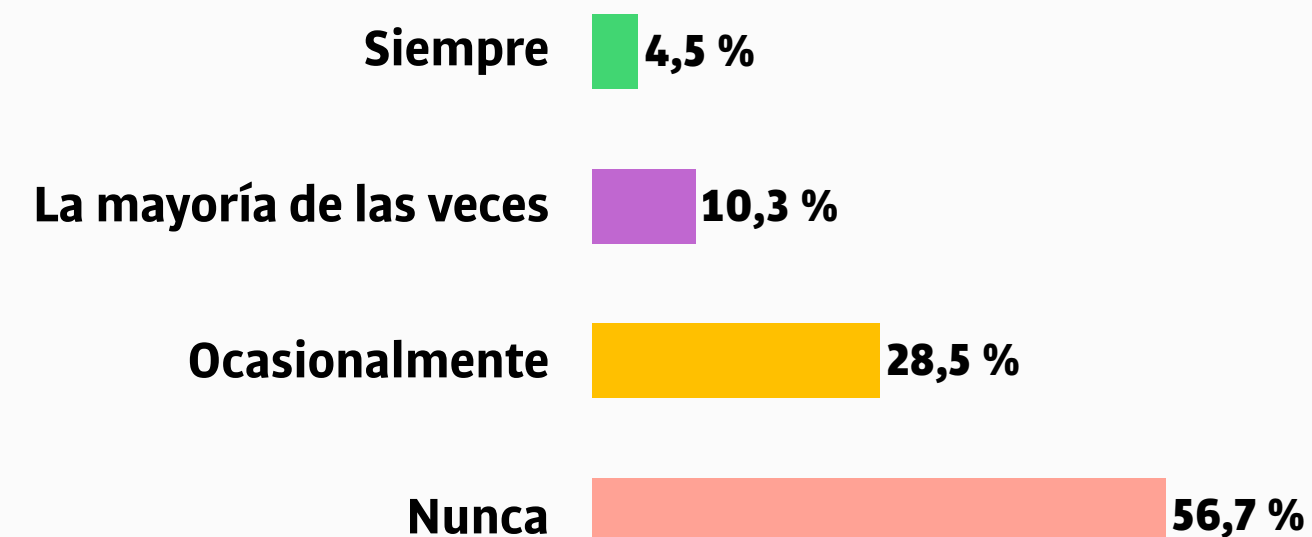


Quienes organizan con **más de 6 meses** de anticipación sus viajes, tienen como principal motivo a la hora de elegir un destino la presencia de **promociones** (15,3%), en tanto quienes lo hacen con solo una semana tienen como motivo más influyente la **visita de familiares o amigos** (28,7%).

¿Cómo planifican?

Con solo **1 semana de anticipación**
24,3% entre Gen Z

¿Con qué frecuencia recurrís a una empresa asesora/agencia de viajes para planificar tus vacaciones?



¿Agencia de viaje, sí o no?

No  **62,6%** Gen Z No  **64,1%** Gen Y Sí  **56%** Baby Boomers





Vacaciones

. Las redes y la información

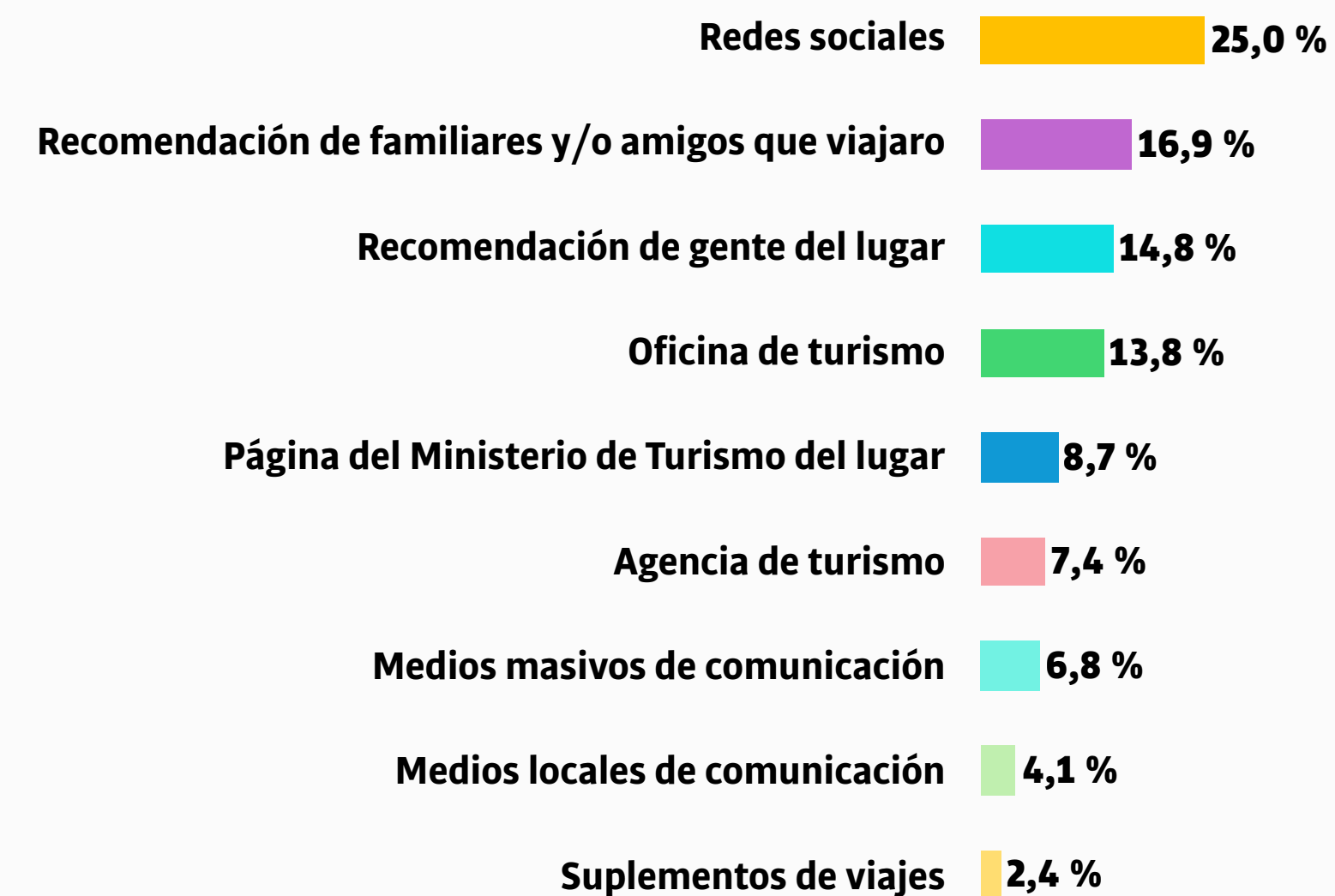
Las redes sociales como medio informativo del sector turístico.

¿Cuáles son las herramientas que utilizás para buscar información sobre el destino?

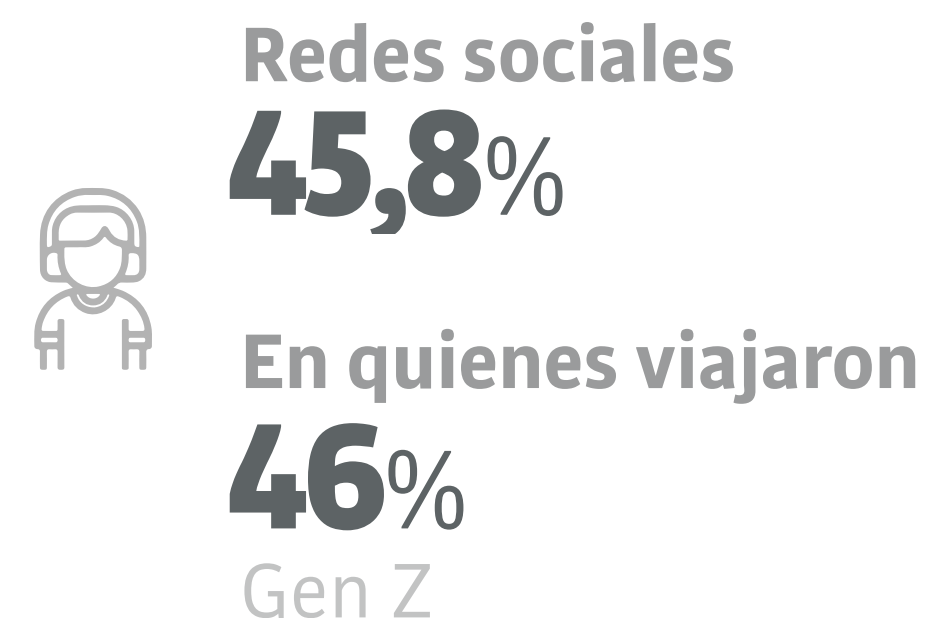
Sin tener en cuenta si recurrís o no a una agencia.



¿Cómo te informás acerca de las actividades que podés realizar en el lugar de vacaciones?



¿Dónde buscan información?



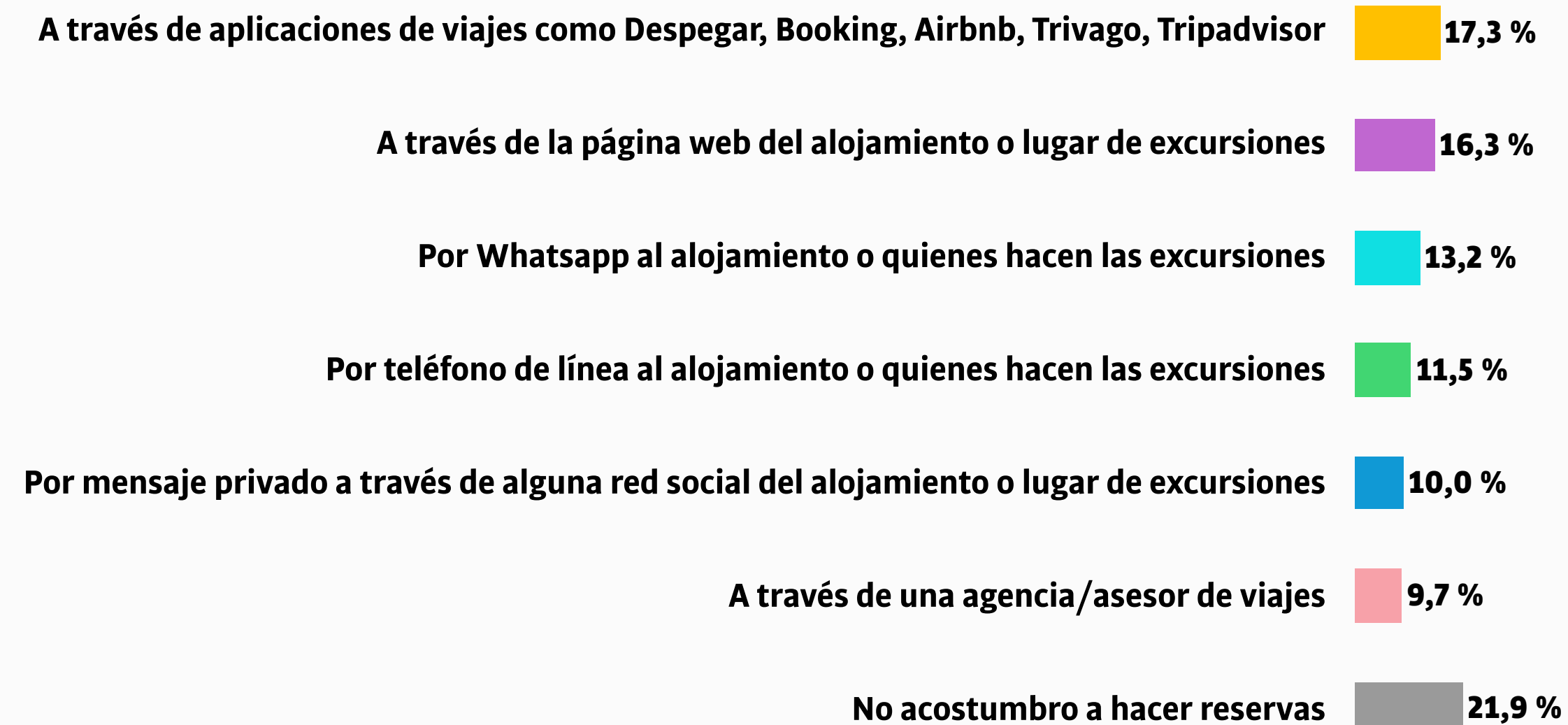


Vacaciones

. Reservas

Digitalización de las reservas: aplicaciones, páginas web y WhatsApp como los principales medios para realizar reservas.

¿Por medio de qué canal realizás las reservas tanto para el alojamiento como para las excursiones?



Usos de las apps

Las aplicaciones de viajes (como Despegar, Booking, Airbnb, Trivago, Tripadvisor) y las páginas propias de alojamiento o lugar de excursiones, son los principales medios para **realizar reservas**.

También suelen ser más usadas por quienes viajan al exterior **(40,1%)**. En tanto, quienes lo hacen dentro del país suelen reservar directamente en el alojamiento o lugar de excursiones directamente a través de sus múltiples medios de contacto.



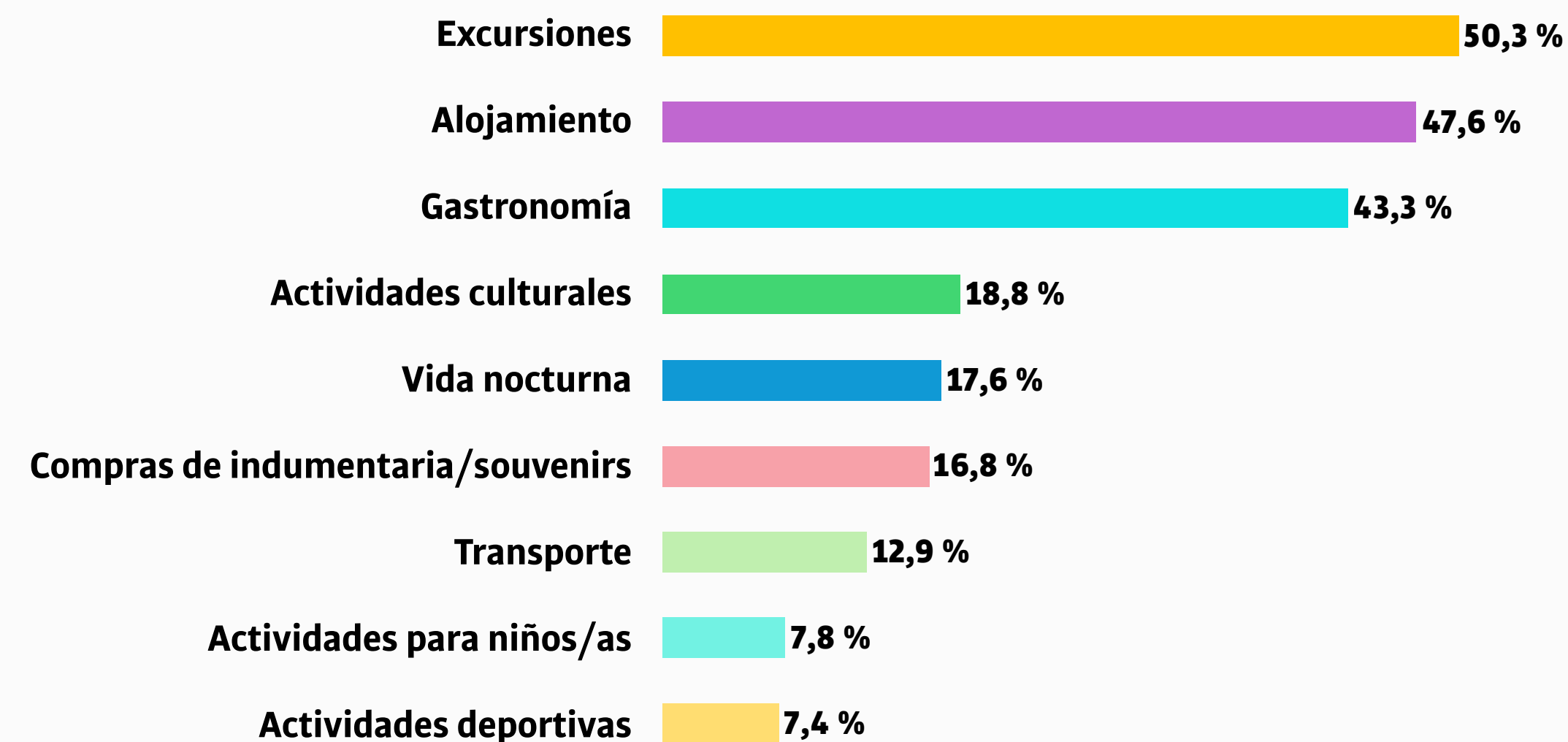


Vacaciones

. Consumos

Excursiones, alojamiento y gastronomía son las principales áreas de inversión.

¿Hablando ahora de gastos, ¿en qué invertirías más dinero si te fueras de vacaciones próximamente?



¿En qué gasta la Generación Z?

 **39,3%**
Menos interesados en invertir en excursiones.

 **34,4%**
Piensan en destinar el dinero en vida nocturna.

 **25,6%**
Compran indumentaria o recuerdos del lugar.





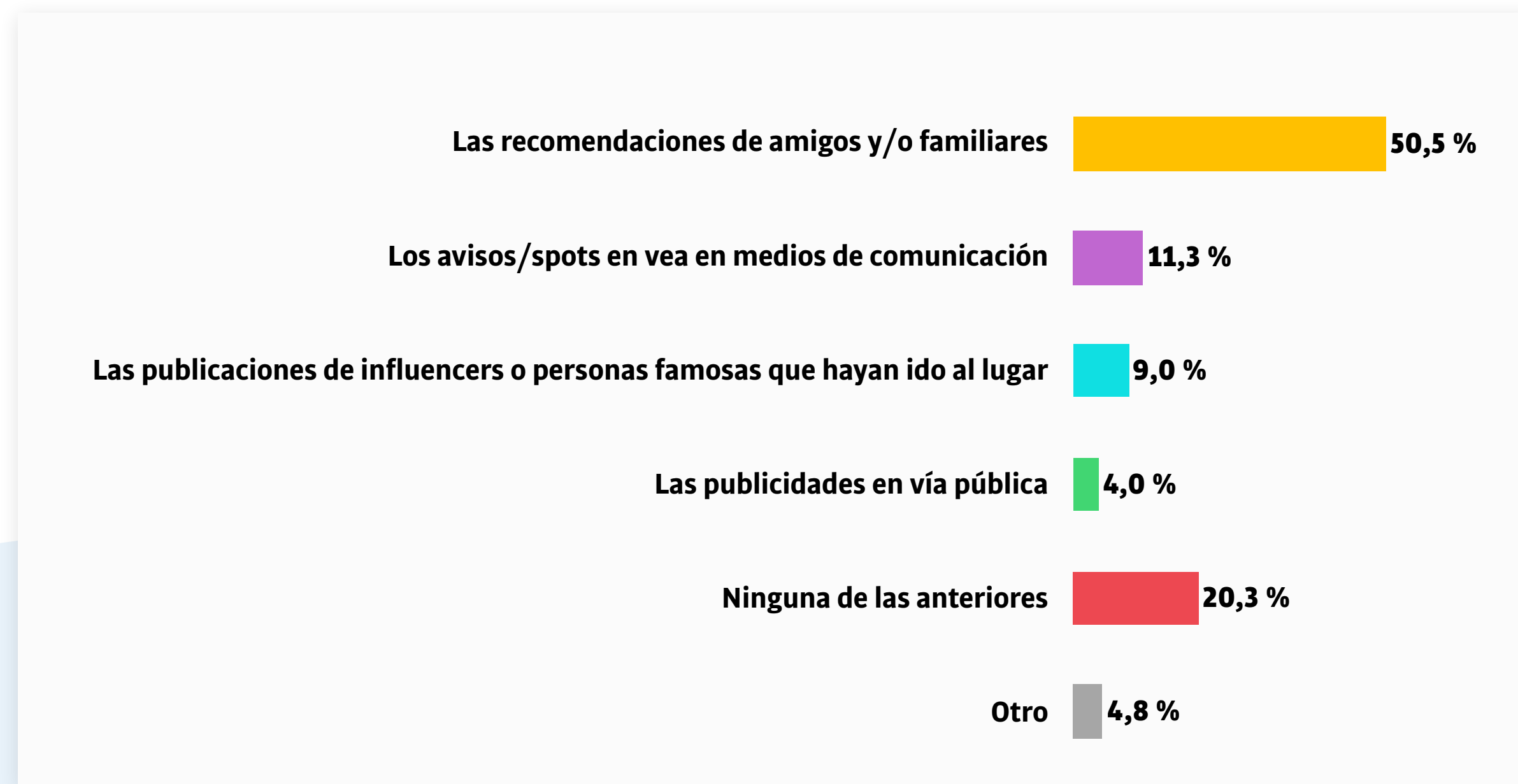
Vacaciones

. Influencia para elegir destino

Las recomendaciones de amigos y/o familiares influyen en la elección del destino.



¿Cuál es la principal influencia para elegir un destino?



Las recomendaciones de amigos y/o familiares, son la principal influencia para elegir un destino para vacacionar.

Otros factores que influyen en la decision son los costos (92,8%), la seguridad (92,2%), el alojamiento (83,3%) y los atractivos naturales (88,7%)



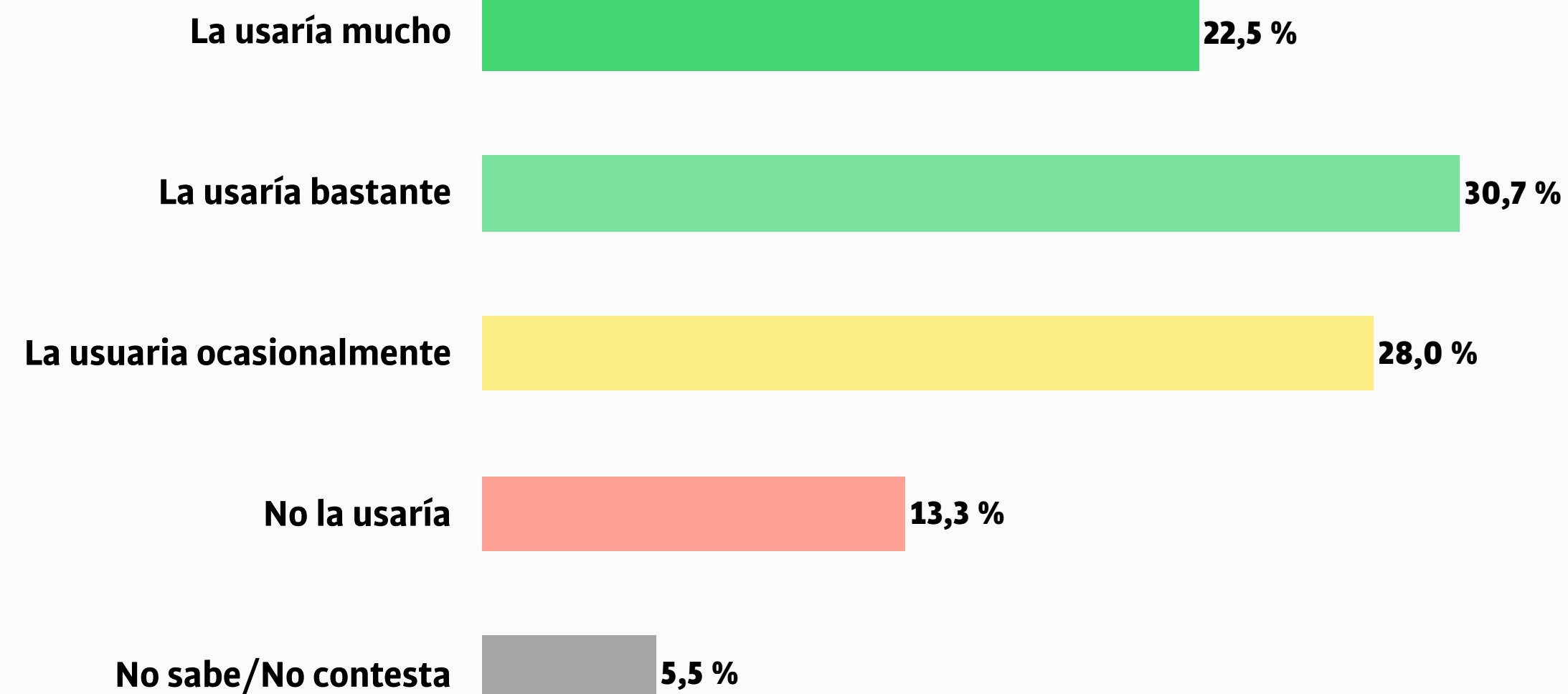
Vacaciones

. Apps

8 de cada 10
declaran que
usaría una app al
menos ocasionalmente



Suponiendo que el lugar que elegís cuenta con una aplicación donde ver información general del lugar y diversos beneficios... ¿En qué medida crees que la utilizarías?



Generación y NSE que más utilizarían apps:

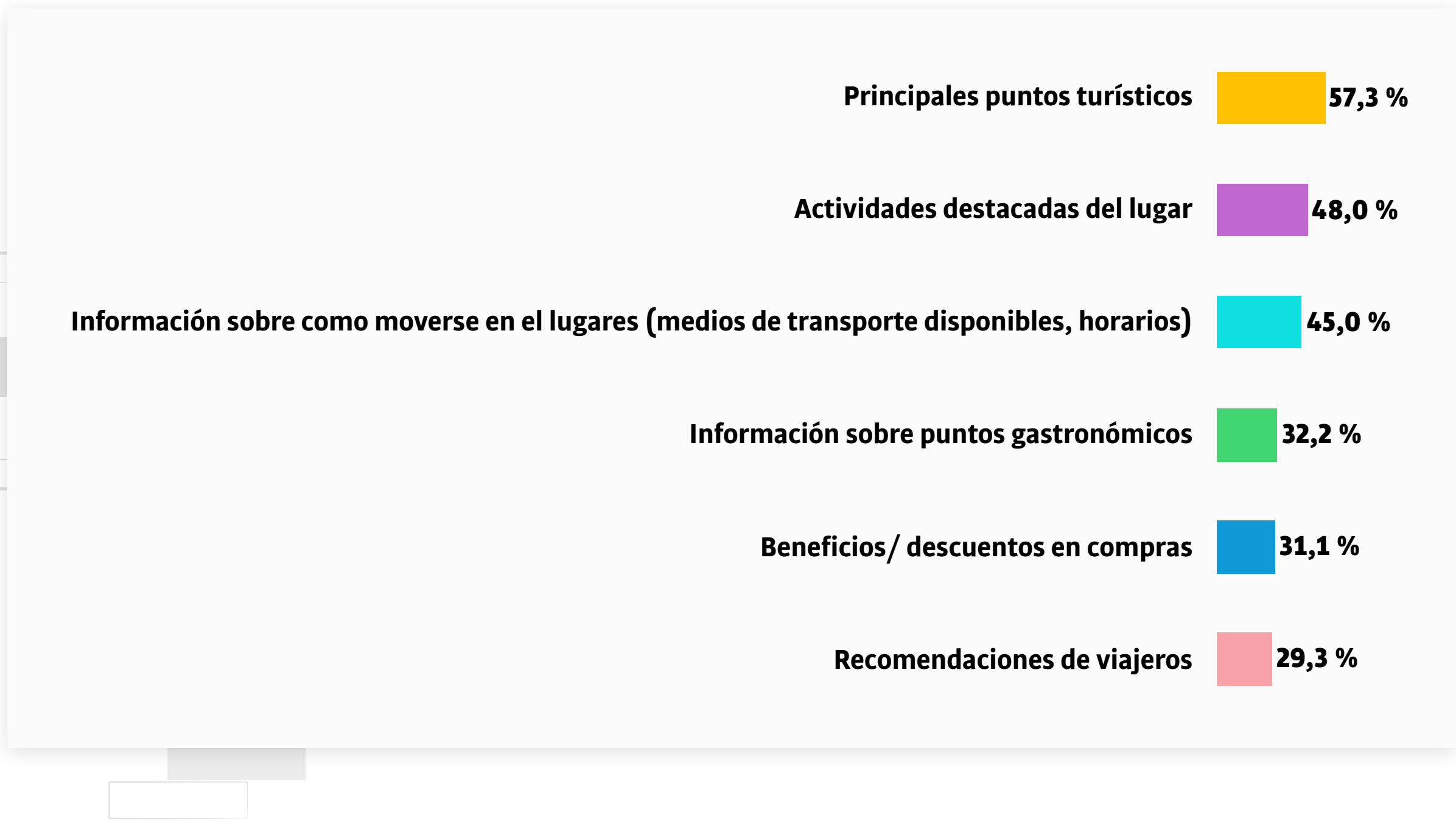


Vacaciones

. Apps: usos

Actividades destacadas y puntos turísticos son los principales usos que se les darían a una app del destino vacacional.

¿Cuál sería el principal uso que le darías a una app del lugar o sitio que estás visitando?



Destacados por generación:



52,3%

Gen Z

Actividades destacadas



66,2%

Gen Y

Puntos turísticos



34,7%

Gen X

Puntos gastronómicos



29,9%

Baby Boomers

Recomendaciones de viajeros





Vacaciones

La montaña y la playa como lugares ideales para vacacionar.

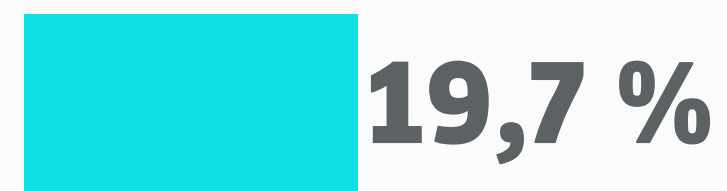
Te pedimos que nos cuentes qué imagen de las siguientes se acerca más a tu ideal de lugar para vacacionar



Las generaciones más jóvenes (gen z 40,8, gen Y 42,0%) suelen asociar en mayor medida su lugar ideal de vacaciones con la montaña.



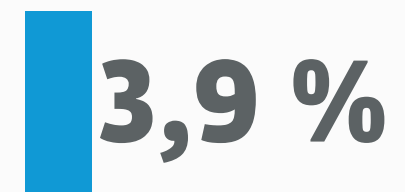
En tanto la playa lo hace para quienes van con grupo de amigos (38,1%) o con hijos (41,7%).



Los paisajes del norte argentino tienen mayor asociación para la gen X (23,7%) y baby boomers (24,8%) en relación con el resto de las generaciones.



Un destino como Las Cataratas cobra mayor protagonismo entre quienes realizan escapadas (60%).



Entre quienes eligen grandes ciudades se destacan quienes viajan solos (26,1%).

Ficha técnica - Investigación

Tipo de investigación: Online

Alcance: Nacional

Instrumento de recolección de información: Cuestionario semi estructurado

Sistema: Los datos ingresan directamente al paquete estadístico SPSS

Población: mayores de 16 años con acceso a internet y redes sociales

Error muestral: (+/-) 2,0%

Tamaño de la muestra: 2458 casos efectivos

Fecha de realización: 28 de octubre al 5 de noviembre de 2021