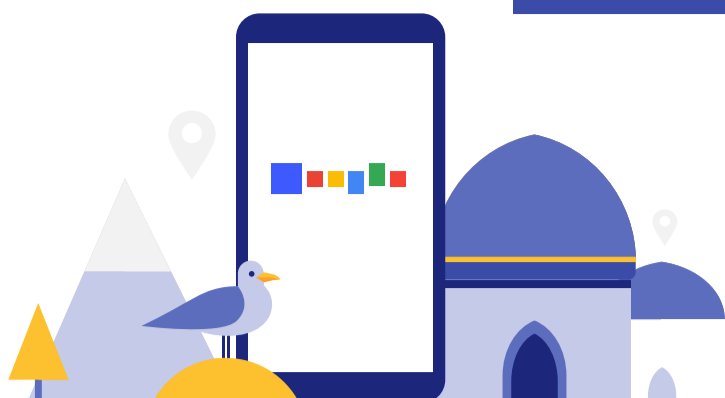


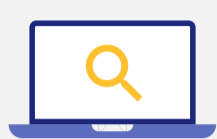
# Cómo asistir a los argentinos

en la compra de sus próximas vacaciones

Suele decirse que los argentinos “descienden de los barcos”, por la gran cantidad de inmigrantes que recibió el país durante la primera mitad del siglo XX. La tecnología transformó poco a poco aquella aventura de cruzar el océano y actualmente los argentinos **piensan en viajar 21 veces al año**<sup>1</sup>.



Las distancias se acortan y los argentinos investigan o compran en Internet porque quieren sentirse confiados:



93%

de los argentinos investiga *online*<sup>1</sup>.



64%

ve videos durante la etapa de inspiración e investigación<sup>1</sup>.

Las experiencias personalizadas marcan el itinerario de las próximas vacaciones:



53%

elige ver opciones que reflejen sus **hábitos y preferencias de viaje**, en vez de buscar entre muchas alternativas<sup>1</sup>.

A medida que la planificación de los viajes se traslada a los dispositivos móviles, los consumidores quieren satisfacción inmediata:

7 de cada 10

argentinos considerarían reservar un pasaje o un hotel para unas **vacaciones no planificadas**, ante una buena oferta<sup>1</sup>.

Viajeros impulsivos y rastreadores de ofertas:



70%

de los argentinos aseguran que es más probable que reserven pasajes aéreos para unas vacaciones impulsivas si encuentran un **buen descuento**<sup>1</sup>



64%

reservaría avión y alojamiento si se topara con una **gran oferta**<sup>1</sup>.

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

56%

de los consumidores afirman que serían **más leales** a una compañía que les provee información relevante durante su viaje, y ese porcentaje aumenta entre los argentinos mayores de 50 años, que son, en promedio, los que más viajan<sup>1</sup>.



48%

de los argentinos se unirían a un programa de fidelización si la marca les ofreciera información y ofertas personalizadas.<sup>1</sup>



10%

**de los consumidores** tiene decidida la empresa que elegirá antes de realizar una búsqueda *online*<sup>1</sup>.

Y mientras que los viajeros del siglo XX apenas podían prever ciertos contratiempos, **2 de cada 3 argentinos** consideran hoy interesante tener un asistente digital para reservar pasajes, cambiar reservas y/o monitorear precios<sup>1</sup>.



Las brújulas y las cartas náuticas que guiaban los viajes de los inmigrantes dieron paso a las **aplicaciones**, que se transformaron en los mejores asesores de viajes:



Google Vuelos

permite encontrar pasajes, monitorear vuelos, recibir alertas y comparar precios.



Google Trips

este planificador de viajes diseña itinerarios de forma automática, permite organizar las reservas de pasajes y hoteles desde Gmail e Inbox, y brinda recomendaciones.



Google Maps

permite descargar el mapa para usarlo sin conexión y acceder a toda la información, los lugares guardados, recorridos y navegación.



Google Mi Negocio

desde el buscador o Maps brinda ubicación, datos de contacto, horarios y recomendaciones de restaurantes y hospedajes.



Google Traductor

permite descargar idiomas *offline* y utilizar la app sin conexión. Incluye traducción por voz y a partir de fotos.

Fuentes.

1. Google/Kantar TNS, Estudio “¿Cómo asistir a los argentinos en la compra de sus vacaciones?”, n = 1081, Argentina, marzo, 2018.

Think with Google