

# Intenções de viagem na América Latina e no Caribe durante o lockdown da COVID-19

Em junho de 2020, viajar era a atividade que mais fazia falta aos consumidores durante o período de isolamento. **Em pesquisa promovida pela Visa em meados de 2020, 61% dos pesquisados disseram que sentiam falta de viajar durante os lockdowns. Até o final de 2020, somente 26% estão dispostos a viajar no curto prazo.**<sup>1</sup>



## Disposição dos latino-americanos de viajar em 2021<sup>1</sup>

O medo do contágio continua postergando a data ideal para viajar de avião, mesmo dentro do país. **A percepção dos consumidores de que as viagens aéreas são mais arriscadas abre uma janela de oportunidade para destinos e entretenimentos locais.**



### Carro

**57%** dos consumidores estão dispostos a viajar de **carro no curto prazo** para um destino próximo, pois consideram esse meio de transporte mais seguro do que as outras opções



### Destino

**27%** gostariam de ir a uma **praia local**, enquanto **26%** gostariam de viajar para uma **praia no exterior** em 2021



**44%** dos consumidores de alta renda estão dispostos a viajar **para uma praia local** em janeiro de 2021



### Avião

**28%** estão dispostos a pegar **vôos domésticos ou internacionais** em 2021



### Hotel

**49%** irão preferir **ficar em hotel** quando viajarem após a COVID-19



**32%** dos consumidores de alta renda estão ligeiramente mais inclinados a **viajar de avião para destinos locais** no curto prazo



**43%** optam por reservar suas passagens aéreas e hospedagens por meio de **sites especializados**



**55%** valorizam mais um **desconto ou promoção** em passagens aéreas do que outros benefícios



### Restaurantes

**71%** consideram frequentar **restaurantes** em 2021



### Navio

**33%** poderão considerar uma **viagem de navio**, mas só depois que a vacina estiver disponível

## A Visa está aqui para ajudá-lo

Contate seu executivo de conta Visa e saiba como podemos ajudá-lo a entender a mudança no comportamento do consumidor, a identificar oportunidades para maximizar seus portfólios e a melhorar a comunicação com seus clientes.

Podemos ajudá-lo a:



Entender os novos hábitos dos consumidores após a COVID-19



Identificar oportunidades para maximizar suas vendas



Aprimorar o lançamento de produtos com nossos serviços de Marketing e Consultoria



Impulsionar a fidelização dos clientes e o posicionamento dos produtos

**VISA** onde você quiser estar

Fonte: 1. Pesquisa da Visa / C-Space realizada em Novembro 2020 com 400 participantes de diferentes segmentos, em 7 mercados da América Latina e do Caribe.

**Sobre a Visa.** Visa Inc. (NYSE:V) é a empresa líder em pagamentos digitais no mundo. Nossa missão é conectar o mundo por meio do que há de mais inovador, confiável e seguro em meios de pagamentos – permitindo que pessoas, negócios e economias prosperem. Nossa avançada rede de processamento global, a VisaNet, oferece pagamentos seguros e confiáveis em todo o mundo e é capaz de processar mais de 65.000 transações por segundo. O foco implacável da empresa em inovação é um catalisador para o rápido crescimento do comércio conectado em qualquer dispositivo e uma força motriz por trás do sonho de um futuro de um mundo em papel para todos, em todos os lugares. À medida que o mundo passa do analógico para o digital, a Visa insere sua marca, produtos, pessoas, rede e escala para remodelar o futuro do comércio.

As informações, recomendações ou "melhores práticas" aqui contidas (as "Informações") são fornecidas "TAL COMO ESTÃO" e seus fins são meramente informativos, não devem ser usadas para aconselhamento comercial, operacional, de marketing, financeiro, jurídico, técnico, tributário ou outro. A Visa não se responsabiliza pelo uso das informações (incluindo erros, omissões, inexistências ou atemporalidade de qualquer tipo) ou quaisquer suposições ou conclusões extraídas do seu uso. A Visa não oferece nenhuma garantia, seja ela expressa ou implícita, e renuncia explicitamente a qualquer garantia de comerciabilidade e adequação a um propósito particular, a qualquer garantia de não violação a direitos de propriedade intelectual de terceiros ou a garantias de que a informação está atualizada e isenta de erros. Na medida do permitido pelas leis aplicáveis, a Visa não se responsabilizará perante um cliente ou terceiro por danos sob nenhuma teoria jurídica, incluindo, entre outros, danos especiais, consequenciais, emergentes ou punitivos, nem por danos referentes a lucros cessantes, interrupção dos negócios, perda de informações comerciais ou outra perda monetária, ainda que tenha sido alertada da possibilidade de tais danos ocorrerem.