

Viajes durante tiempos de COVID-19

La actividad que más extrañan los consumidores de América Latina y el Caribe durante el confinamiento es viajar. Al prolongarse la pandemia, algunos consumidores planean viajar en el futuro cercano para vacunarse, mientras que otros eligen playas o destinos locales. Observamos **tres grandes tendencias de viaje que representan una oportunidad para el sector**, en especial para las aerolíneas, la hotelería, los sitios de esparcimiento y destinos locales.



1

Los latinoamericanos están viajando a Estados Unidos para aprovechar la campaña de vacunación; allí, algunas ciudades los invitan a vacunarse sin cargo.



Los consumidores de América Latina están gastando unos US\$ 3.400 para vacunarse en Miami. Esta suma incluye: pasaje aéreo, hotel, comidas y alquiler de un auto.¹



Según datos de Aeroméxico, "El tráfico de pasajeros entre México y EUA aumentó un 35% entre marzo y abril de 2021".¹



Principales destinos que los latinoamericanos eligen para vacunarse:¹

- Houston
- Dallas
- Miami
- Las Vegas

2

México y el Caribe han sido los destinos internacionales preferidos por los estadounidenses durante la pandemia.



Según el Departamento de Comercio de EUA, "En los primeros dos meses de 2021, los ciudadanos estadounidenses hicieron más de 800.000 viajes a México, que representan el 42% del total de viajes internacionales que realizaron los estadounidenses durante ese período".²



Principales destinos de verano para los Americanos fuera de EUA:

1. Cancun, México
2. Playa del Carmen, México
3. Cabo San Lucas, México
4. Tulum, México
5. Punta Cana, República Dominicana



Aquellos pasajeros estadounidenses que suben a la web un certificado de vacunación antes de llegar a algunos países del Caribe **están exentos de hacerse una prueba PCR antes de viajar y otra prueba rápida**, una vez que lleguen a destino.⁴

3

Si de vacaciones se trata, los latinoamericanos demuestran mayores intenciones de tomarlas en su propio país a corto plazo.

45%

de los consumidores están ansiosos por viajar luego de finalizar la cuarentena, para romper la rutina o relajarse, de ser suficientemente seguro.

57%

está dispuesto a viajar a algún lugar cercano en su auto, ya que le parece más seguro que la mayoría de las opciones de transporte.⁵

34%

está dispuesto a viajar a una playa local, más de los que optarían por una playa internacional.⁵

Visa está aquí para ayudarte

Contacta a tu ejecutivo de cuenta Visa y descubre 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.

VISA donde quieras estar

Fuentes:

1. NBC News, May 2021. <https://www.nbcnews.com/news/latino/covid-shot-tourism-latin-americans-are-traveling-us-vaccines-rcna909>
2. Seattle Times, May 2021. <https://www.seattletimes.com/business/boeing-aerospace/us-cuts-mexicos-aviation-safety-rating-curbng-newrights/>
3. CNBC, April 2021. <https://www.cnbc.com/2021/04/21/summer-vacation-the-most-popular-and-top-emerging-destinations.html>
4. CNBC, June 2021. <https://www.cnbc.com/2021/04/30/places-where-vaccinated-people-can-travel-see-the-updated-list.html>
5. C-Space, Travel Intentions during the COVID-19 Pandemic. January 2021.

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 deslinda responsabilidad por el uso que se haga de la información contenida en la presente, (incluidos errores, omisiones, inexactitudes o falta de vigencia) o cualquier presunción o conclusión a la que se pueda llegar en virtud de la misma. 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 y perjuicios que surjan o puedan surgir de cualquier teoría de derecho, incluidos, sin limitación, aquellos especiales, indirectos, emergentes o punitivos. Asimismo, estará exenta de daños y perjuicios por lucro cesante, interrupción de actividades, pérdida de información comercial o cualquier otra pérdida económica, aun cuando se hubiere alertado sobre tales daños.