**Viajeros solitarios: tipos, elecciones y demandas**

En promedio, suelen viajar tres veces al año y dividirse en experimentados y principiantes

Cada vez son más las personas que eligen viajar solas, ya sea para autoconocerse, para expandir sus horizontes o aprender sobre diversos lugares y culturas. Según el estudio *Traveling alone* de la plataforma de alquiler de propiedades VacationRenter, **quienes realizan travesías de este tipo suelen hacerlo tres veces al año en promedio**, por lo que su demanda podría significar una oportunidad de recuperación para el sector.

VacationRenter **clasifica a los viajeros solitarios en dos tipos: los experimentados y los principiantes**, quienes presentan diferencias clave que las empresas turísticas deben tener en cuenta para ofrecerles experiencias a su medida.

En este **video de Turismo In**, descubre qué caracteriza a los viajeros solitarios, cuáles son sus elecciones al planificar su travesía y qué demandan del sector.

Fuente: *Traveling alone* – VacationRenter (noviembre, 2021)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tiempo** | **Locución** | **Sobreimpresión** | **Imagen** |
| 4’’ | Para muchos, viajar solo es una práctica perfecta para autoconocerse y expandir sus horizontes. | Para muchos, viajar solo es una práctica perfecta para autoconocerse. | Vemos a una persona. A su lado aparece una maleta; sobre su boca, un cubrebocas, y en su mano, un boleto de avión. |
| 10’’ | De acuerdo con la plataforma de alquiler de propiedades VacationRenter, esta demanda podría significar una oportunidad de recuperación para el sector. | Su demanda podría significar una oportunidad de recuperación para el sector | Se observa a otro viajero, que está en la fila del aeropuerto, a punto de subir al avión. Llega la primera persona. |
| 7’’ | En especial, al considerar que quienes realizan viajes en solitario suelen hacerlo tres veces al año en promedio. | En promedio, los viajeros solitarios realizan tres travesías al año | Sobre la cabeza de ambos aparecen tres calendarios. Conforme avance la narración, se muestran *checks* verdes sobre cada uno de ellos. |
| 6’’ | Para entender mejor a estos viajeros, VacationRenter los clasifica en dos tipos: experimentados y principiantes | Hay dos tipos de viajeros solitarios:  Experimentados y principiantes | La “cámara” hace *zoom* sobre uno de los viajeros y luego sobre el otro. |
| - | - | Elecciones y demandas | Título en pantalla completa |
| 6’’ | Antes de elegir un destino, los viajeros solitarios buscan información acerca del lugar. | Siempre se informan sobre su destino antes de viajar | Vemos a uno de los viajeros, sobre su cabeza aparece un globo de conversación y en él se muestra el ícono de destino. |
| 7’’ | En general, sus principales fuentes de información son los amigos, las webs oficiales del destino o país, la familia y las noticias. | Sus principales fuentes de información son:  amigos (57 %)  webs oficiales (49 %)  familia (46 %)  noticias (40 %) | Hacemos *zoom* al ícono del destino y, rondeándolo, se muestran íconos que representan a las fuentes de información mencionadas en la narración. |
| 7’’ | Los viajeros experimentados tienden a apoyarse mucho más en Instagram y otras redes sociales para recabar información. | Los experimentados se apoyan sobre todo en redes sociales | Vemos a uno de los viajeros observando su teléfono; de este se desprenden “me encanta” (íconos en forma de corazón) |
| 6’’ | Mientras que los principiantes lo hacen a partir de los comentarios de familiares y amigos. | Los principiantes se informan a través de familiares y amigos | Se ve al otro viajero hablando por teléfono con algún amigo o con varios. |
| 6’’ | En la elección final de su destino, existen cinco factores que juegan un rol clave para los viajeros solitarios. | Existen cinco factores que influyen en la elección final de su destino | Vemos una balanza, sobre ella aparecen dos destinos y se inclina para uno de los lados. |
| 10’’ | Estos son, la posibilidad de practicar sus pasatiempos favoritos, el poder visitar amigos o familiares, la cocina local, los eventos culturales que ofrece el destino y su popularidad en los medios. | practicar sus pasatiempos favoritos (50 %)  visitar amigos/familiares (43 %)  la cocina local (42 %)  los eventos culturales que ofrece el destino (41 %)  la popularidad del destino en los medios (31 %) | Aparecen íconos representativos de cada factor. |
| 10’’ | En cuanto a sus presupuestos, los viajeros principiantes suelen destinar más de $1000 en promedio para su travesía y preferir hospedarse en *hostels*, tanto por el costo como por la oportunidad de conocer nuevas personas. | Los viajeros solitarios principiantes destinan $1000 a su viaje y prefieren alojarse en *hostels* | Vemos al viajero principiante; a su lado aparecen unos billetes con el monto correspondiente; luego, este ícono es reemplazado por el de un *hostel* y este, por el de una viajera saludando. |
| 6’’ | Por su parte, los viajeros experimentados invierten más de $2000 y eligen pasar la noche en hoteles. | Los experimentados invierten más de $2000 y prefieren los hoteles | Se observa al otro viajero y sigue la misma secuencia que el anterior (con excepción de la viajera) |
| 8’’ | Si bien el viajar sin compañía puede traer ciertos desafíos, quienes practican este tipo de travesías coinciden en que les ayuda a mejorar muchos aspectos de su vida. | Los viajes en solitario les ayudan a mejorar muchos aspectos de su vida | Vemos a uno de los viajeros caminar por un sendero despejado (en la naturaleza), se detiene frente a un mirador y observa el paisaje. |
| 7’’ | Así tenemos que un 45 % afirma haber mejorado sus habilidades interpersonales y de comunicación. | Un 45 % afirma haber mejorado sus habilidades interpersonales y de comunicación | Vemos nuevamente al viajero principiante conversando con la viajera. |
| 7’’ | De la misma manera, un 43 % señala haber aprendido a ser más amable; un 42 %, a ser más inventivo, y un 30 %, a ser más organizado. | También, afirman haber aprendido a:  ser más amable (43 %)  ser más inventivo (42 %)  ser más organizado (30 %) | Ahora se observan íconos representativos para cada uno de los puntos mencionados en la narración. |
| 7’’ | Así, las empresas del sector se encuentran ante un viajero que espera que sus travesías le aporten mucho más que las experiencias turísticas tradicionales. | El viajero solitario espera que sus travesías le aporten mucho más que las experiencias tradicionales | Vemos al viajero experimentado nuevamente en el mirador, toma una fotografía, se da vuelta, camina y se cruza con personas a las que saluda. Mientras baja por el camino, se dibuja un globo de conversación sobre su cabeza; en él, aparecen dos destinos más, saca su celular, aprieta unos botones y aparecen dos boletos sobre los íconos de los destinos. |
| 8’’ | Por ello, deben adaptar su oferta a un público autosuficiente, deseoso de aprender, vivir y disfrutar de aventuras por su propia cuenta. | Las empresas deben adaptar su oferta a un público autosuficiente |
| 4’’ | Para más información, visita wwww.turismoin.pe | - | Claqueta de cierre |

Tiempo estimado: 1:55