**5 características para entender a los viajeros frecuentes, ocasionales e indecisos**

Si bien la mayoría preferiría realizar viajes nacionales, existe un grupo claramente dispuesto a visitar destinos internacionales

La recuperación gradual del turismo ha creado un entorno de competitividad en el que es crucial que los proveedores de servicios del sector sepan diferenciar, ante todo, cómo se compone la demanda. De acuerdo con la investigadora inglesa YouGov, una buena manera para identificar a los tipos de viajeros en los que enfocarse es segmentarlos a partir de sus intenciones de viaje.

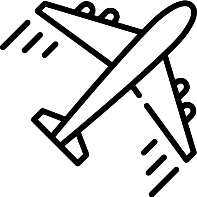
Así, YouGov diferencia tres tipos de viajeros y los señala en su estudio *International travel & tourism report 2021* –elaborado con base en casi doscientas mil encuestas *online* y más de veinticinco mil entrevistas virtuales entre abril y mayo del 2021 a adultos de mercados como Australia, Francia, Alemania, India, China, Suecia, España, Italia, Singapur, Dinamarca, México y Estados Unidos, entre otros.

* viajeros frecuentes (30 %):quienes tienen la intención de hacer de 3 a 5 o más viajes en los próximos doce meses (contados a partir de mayo del 2021)
* viajeros ocasionales (50 %): quienes tienen la intención de hacer de 1 a 2 viajes en los próximos doce meses
* viajeros indecisos (20 %): quienes tienen la intención de realizar viajes, pero aún no saben cuántos harían

En esta infografía de Turismo In, conoce cinco características para entender a cada uno de estos viajeros y descubre algunos consejos para atender su demanda.

Fuente: *International travel & tourism report 2021* – YouGov (junio, 2021)

**5 características para entender a los viajeros frecuentes, ocasionales e indecisos**

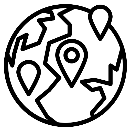


**viajeros frecuentes**

son quienes en los próximos doce meses realizarían de 3 a 5 o más viajes

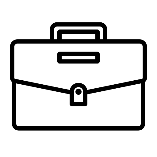
33 %

querría visitar un destino internacional

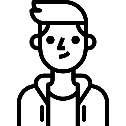


21 %

realizaría un viaje de negocios nacional y el 15 %, uno internacional

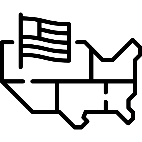


entre los tres tipos de viajeros, los frecuentes serían los más dispuestos a llevar a cabo todos estos tipos de viajes



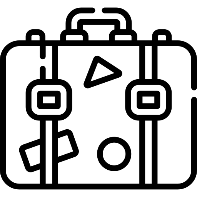
56 %

pertenece a la generación *millennial*



29 %

de encuestados residentes en Estados Unidos son viajeros frecuentes

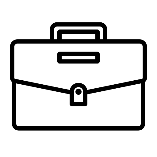


**viajeros ocasionales**

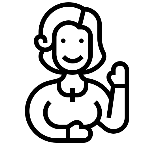
son quienes en los próximos doce meses realizarían de 1 a 2 viajes como máximo

11 %

realizaría un viaje de negocios nacional y el 6 %, uno internacional

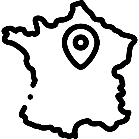


tienen más posibilidades de convertirse en viajeros frecuentes que en indecisos, siempre que se les brinden servicios que los hagan sentirse seguros



25 %

pertenece a la generación X

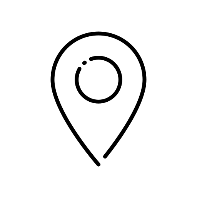


58 %

de encuestados residentes en Francia son viajeros ocasionales

80 %

preferiría visitar un destino nacional

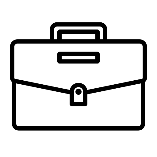


**viajeros indecisos**

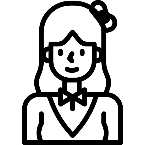
son quienes en los próximos doce meses realizarían un viaje, pero no saben cuántos

6 %

realizaría un viaje de negocios nacional y el 4 %, uno internacional



las estrategias de atracción que mejor funcionan en estos viajeros son las ofertas, los descuentos y las promociones, tanto por su indecisión como por su nivel de ingresos

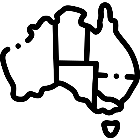
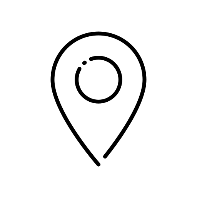


15 %

pertenece a la generación *centennial*

71 %

preferiría visitar un destino nacional



16 %

de encuestados residentes en Australia son viajeros indecisos

