

Consumo en vacaciones



ShopApp

Si sólo tenés un minuto, te recomendamos leer esto



1

Aunque la mayoría (55%) planifica tomarse días de descanso de sus trabajos durante la temporada de verano, hay un tercio de los encuestados que no planea tomarse vacaciones, casi exclusivamente por un escenario de restricción económica.

2

Los que no se tomarán vacaciones, en gran medida achicarán gastos, pero algunos planifican gastar más especialmente en juntadas en sus casas y en salir a comer afuera.

3

Entre quienes sí planean tomarse días de vacaciones, un 69% planifica viajar. Si a eso le sumamos los que no trabajan pero planifican viajar, estimamos que un 48% de los argentinos está planificando viajar durante el verano.

4

Cuándo y cuánto: El 86% de las vacaciones planificadas se estiman para enero y febrero, y el 73% no alcanza las dos semanas de duración.

5

¿Adónde viajan los que viajan? Argentina concentra el 91% de las planificaciones de viajes durante el verano. La Costa Atlántica captura casi un 60% de estos viajes, sobre indexando en niveles socioeconómicos altos y niveles socioeconómicos bajos. Por su parte, los niveles socioeconómicos medios sobre indexan la elección de Córdoba y el Sur. Para el bajo porcentaje que planea vacacionar fuera del país, Brasil y Uruguay concentran casi el 80% de los destinos elegidos.

Si sólo tenés un minuto, te recomendamos leer esto



6

El 71% de las personas que viajarán, declaran que harán gastos antes del viaje, y el perfil de esos gastos cambia mucho por nivel socioeconómico: Los bajos tienen el foco en alimentos y bebidas. Los medios tienen el foco en arreglos del auto e indumentaria y calzado. Los niveles socioeconómicos altos, están concentrados también en vestimenta y calzado, además de equipaje y accesorios para el viaje.

Sentite más seguro al tomar decisiones, sabiendo qué necesita tu consumidor. Obtené insights a lo largo de todo el camino de compra en tiempo real, hasta un 70% más barato y con un servicio personalizado, llave en mano de punta a punta.

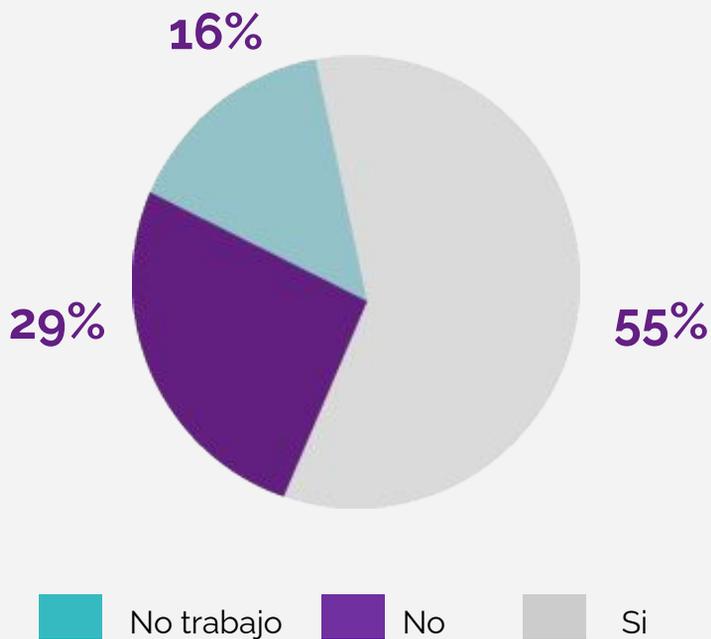
Consumo en vacaciones



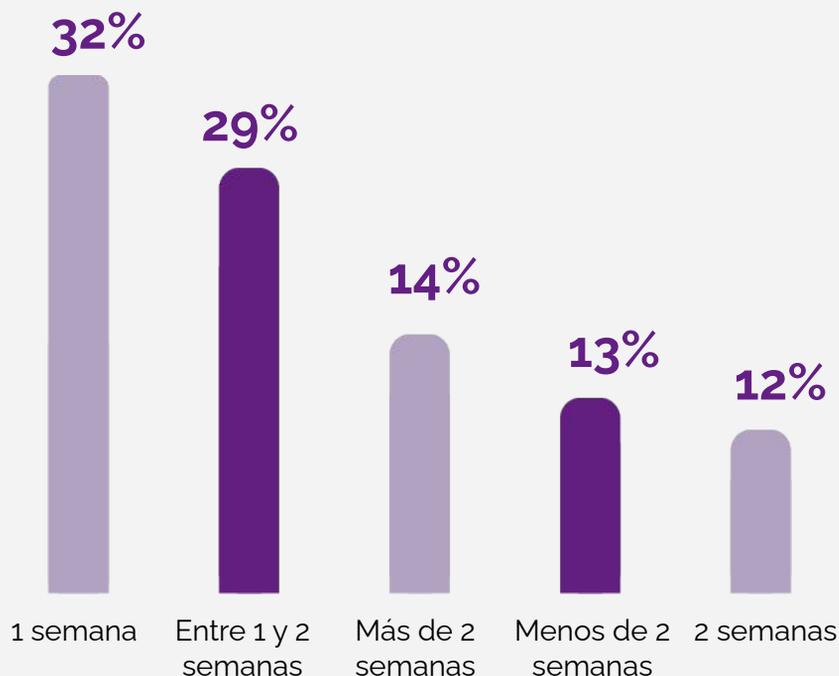
Para estudiar los consumos en vacaciones, ShopApp entrevistó a 1.000 consumidores argentinos, entre el 2 y el 7 de diciembre de 2022.

Días de vacaciones

Este verano, ¿tenés planificado tomarte días de vacaciones en tu trabajo?



¿Cuántos días tenés planificado tomarte?



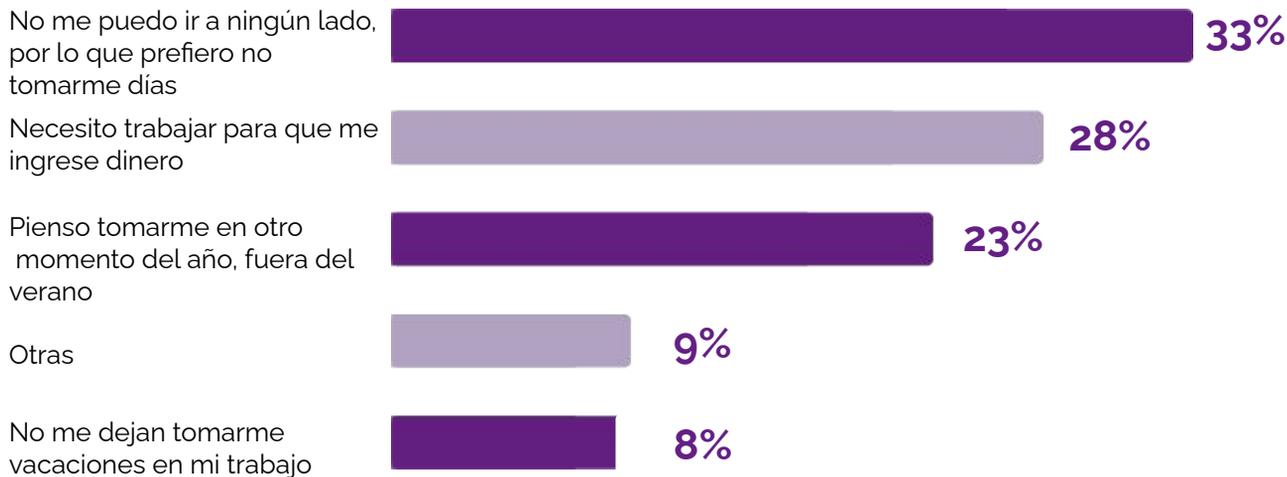
El 55% de las personas encuestadas declaran la planificación de tomarse días de descanso en su trabajo durante los meses de verano. Sin embargo, los días de descanso no son muchos: El 73% se toma menos de 2 semanas.

Quienes declaran no tomarse días de descanso suman casi 1 de cada 3 personas, y son principalmente personas de clase media entre 30 y 49 años.

Por otra parte, los no trabajadores son en su mayoría jóvenes entre 18 y 29 de niveles socioeconómicos alto y medio-alto.

Los que no se toman vacaciones

¿Por qué no tenés pensado tomarte días de descanso en tu trabajo?

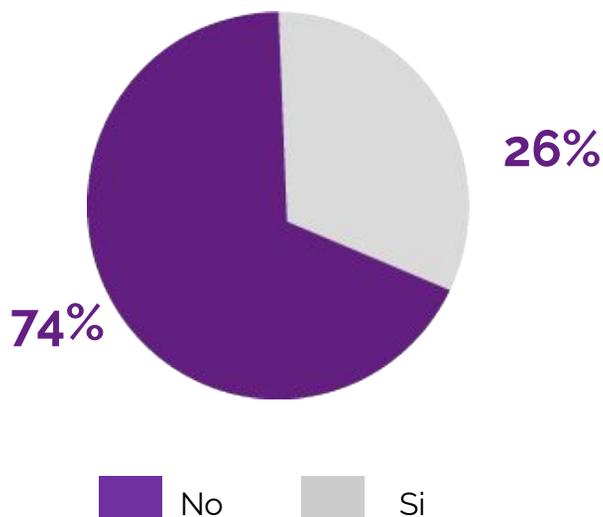


¿Qué razones hay detrás del 29% que no se tomará descanso?

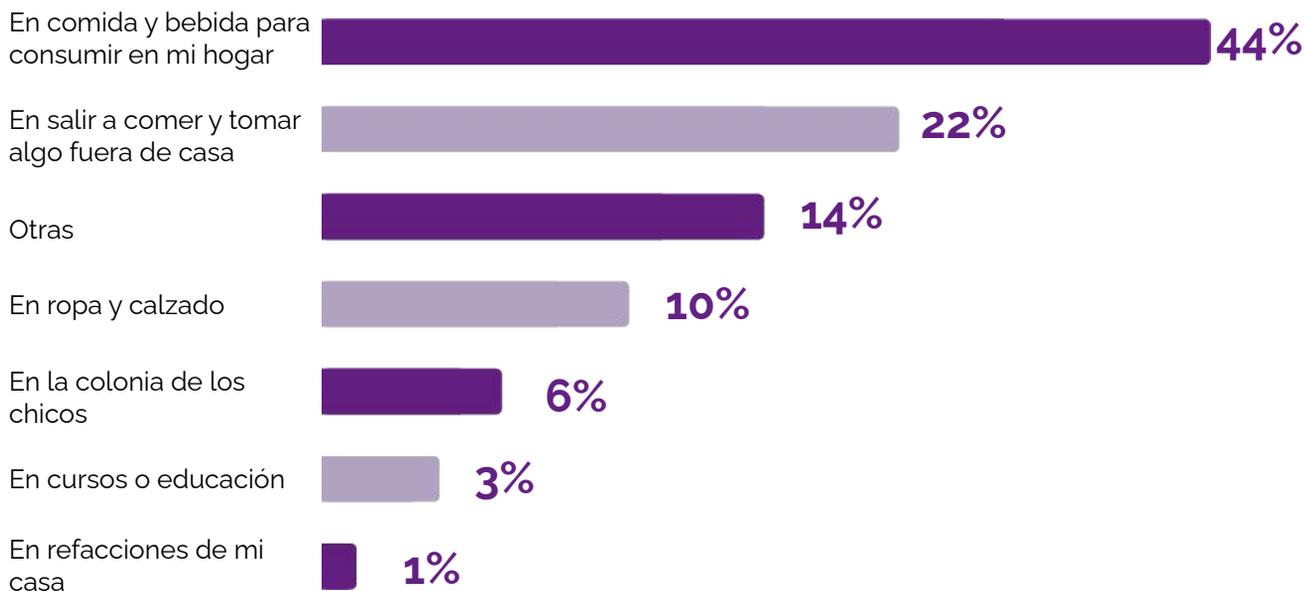
La restricción gobierna la decisión de no tomarse días de descanso: El 33% no lo hace porque no puede ir a ningún lado, y el 28% porque necesita trabajar para garantizar ingreso.

Este punto es de alarma: Si la restricción económica va en contra del descanso, en un año particularmente agotador, esperamos un mood complicado desde los consumidores que representan el 30% que no se toma descanso.

A pesar de no tomarte días de vacaciones, ¿tenés pensado gastar más durante el verano?



A pesar de no tomarte días de vacaciones, ¿tenés pensado gastar más durante el verano?

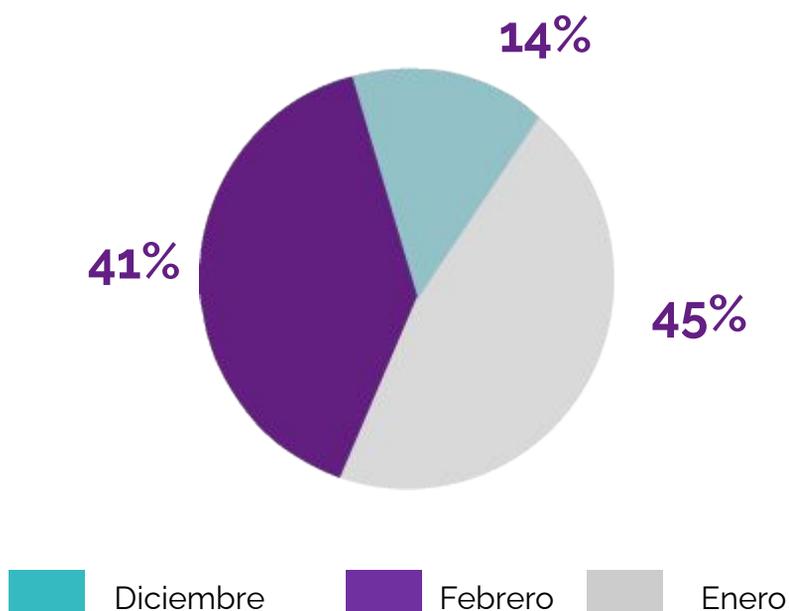


El escenario entre quienes no se toman vacaciones es de alta restricción, por lo que sólo el 26% declara tener planificado gastar más en verano.

¿En qué gasta más ese 26%? Comer en casa y salir a comer afuera: Aunque no se tomen vacaciones ni se vayan a ningún lado, el verano sigue siendo una temporada alta de juntadas y reuniones.

Los que si se toman vacaciones

¿En qué momento tenés pensado tomarte tus días de vacaciones?

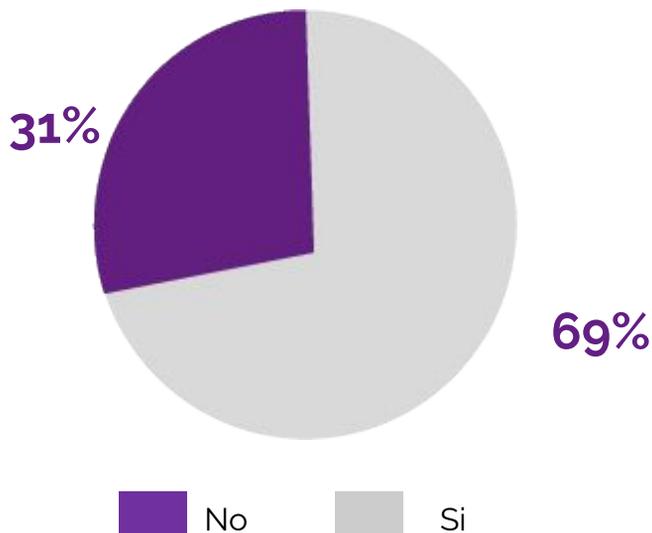


El 86% de las vacaciones se concentran en enero y febrero. En niveles socioeconómicos altos, ese número asciende al 92%.

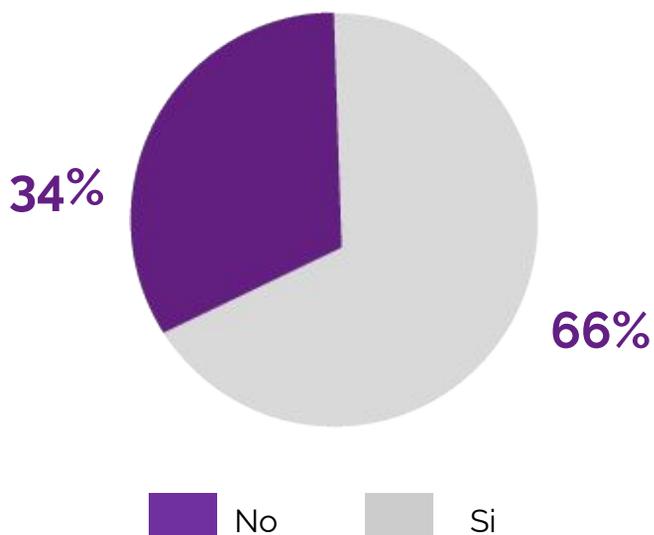
Los niveles socioeconómicos bajos, sobre indexan la elección de diciembre y febrero.

Los que si se toman vacaciones

Durante los días que te tomes en tu trabajo, ¿Tenés pensado hacer algún viaje?



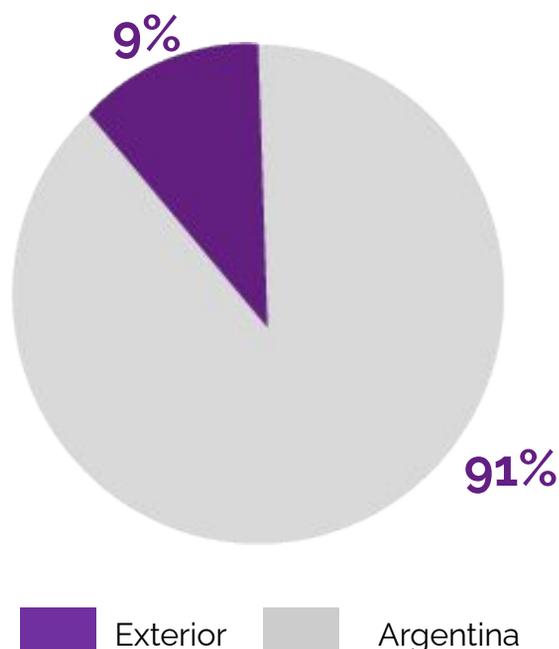
[A quienes declaran no trabajar] ¿Tenés pensado hacer algún viaje en el verano?



Del 55% que se toma días en sus trabajos, el 69% tiene planificado hacer algún viaje. Por su parte, entre los que declaran no trabajar (mayormente jóvenes de nivel socioeconómico alto), la intención de viaje asciende al 66%.

Esto implica que un 48% del total de los argentinos está planificando viajar durante los meses de verano. Considerando que el verano 2022 registró un total de 32,3 millones de turistas durante la temporada, este año esperamos un descenso en la cifra del año anterior.

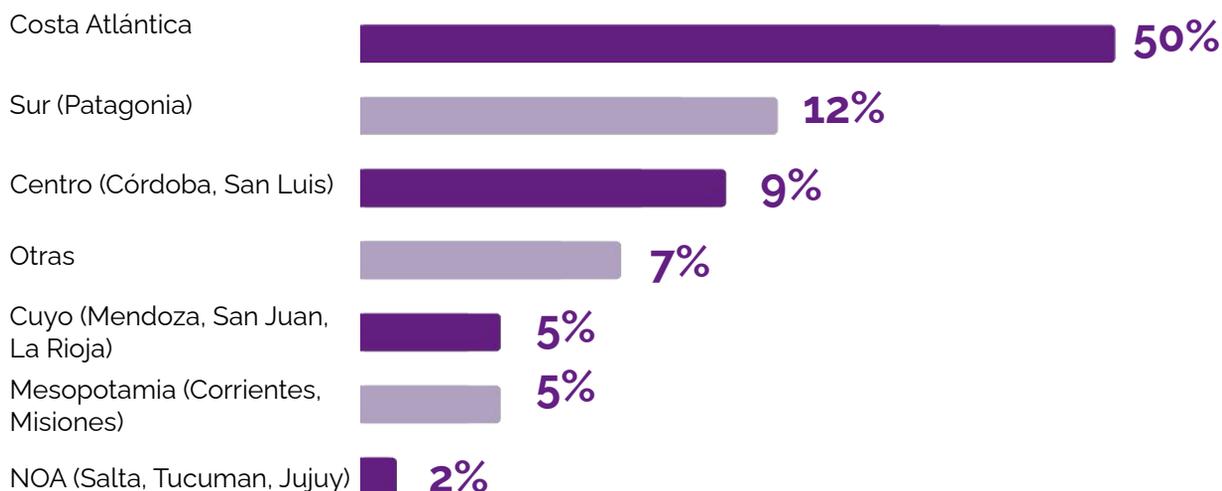
¿A dónde tenés pensado viajar?



¿Adónde viajan los que viajan? Argentina se lleva el 91% de los turistas, especialmente en niveles socioeconómicos bajos y personas mayores de 30.

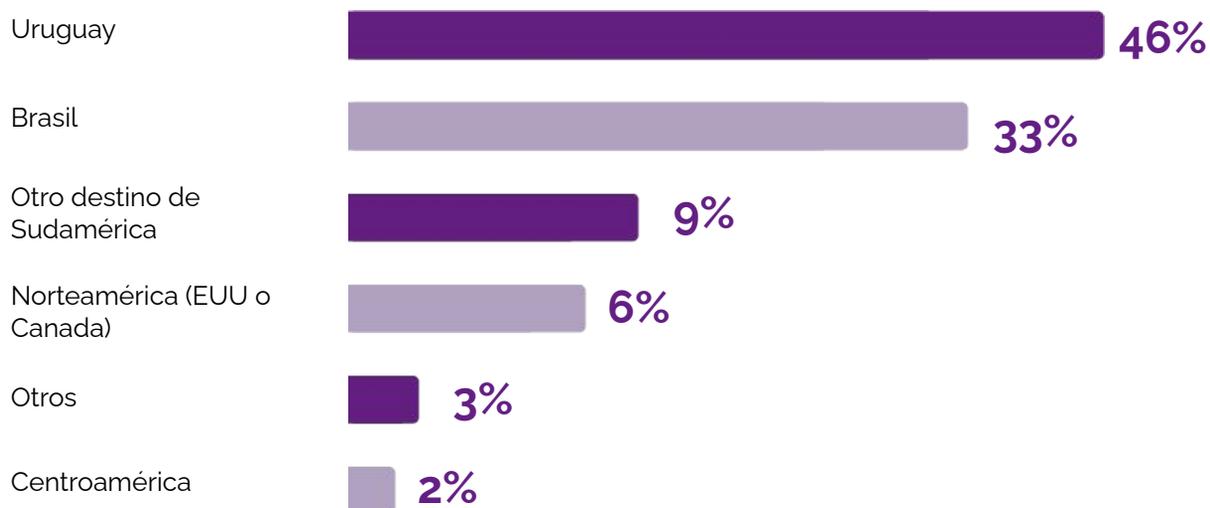
En los niveles socioeconómicos altos, los viajes al exterior ascienden al 22%, y en los jóvenes entre 18 y 29, al 17%.

¿A qué destino de Argentina estás planificando un viaje?



La Costa Atlántica concentra casi el 60% de los viajes por Argentina, sobre indexado en los niveles socioeconómicos altos y también en los bajos. Los niveles socioeconómicos medios, sobre indexan la elección del Sur y de Córdoba.

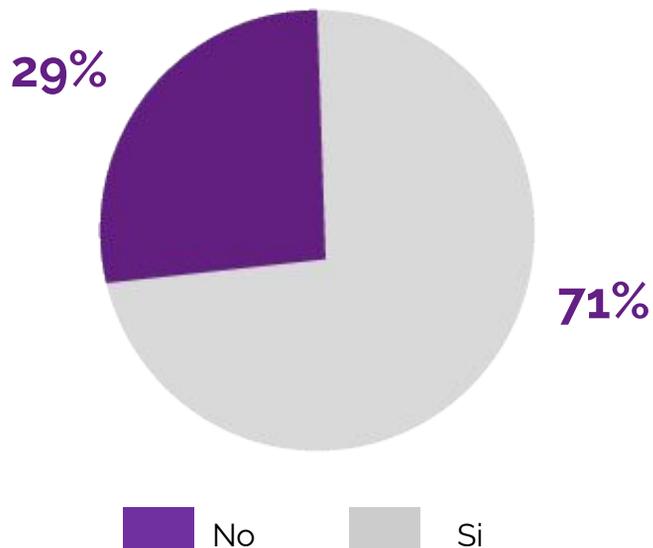
¿A qué destino del exterior estás planificando un viaje?



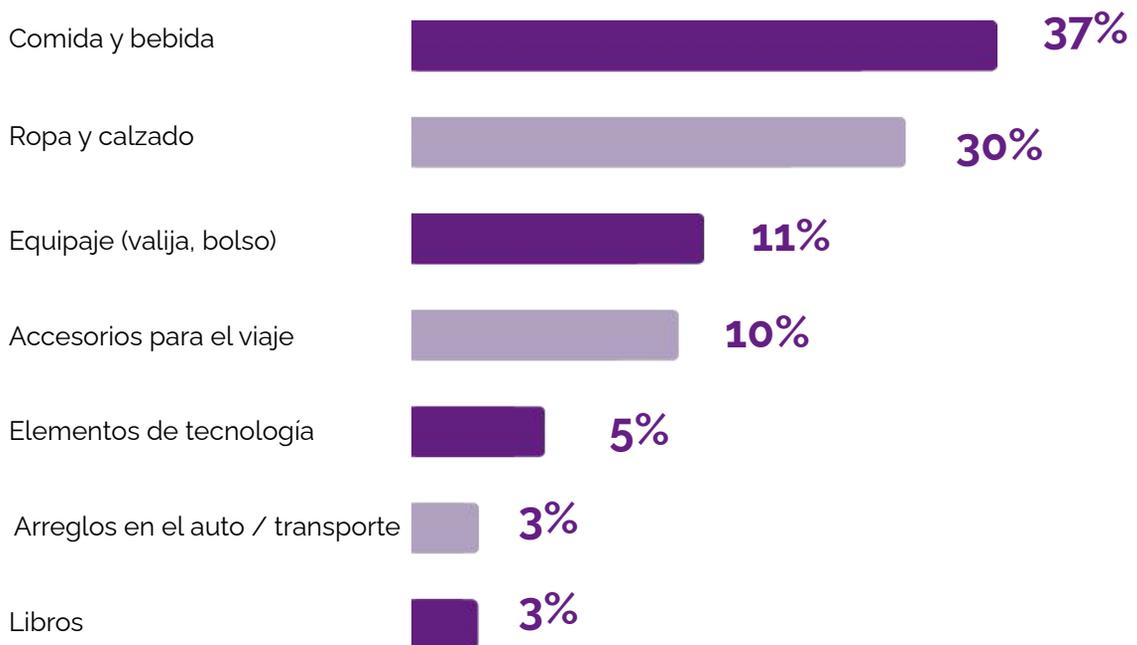
Entre quienes planifican salir del país, Uruguay y Brasil concentran casi el 80% de los destinos elegidos.

Gastos antes del viaje

¿Tenés pensado hacer gastos ANTES del viaje?



¿Qué gastos pensás hacer ANTES del viaje? (Sin considerar pasajes o estadía)

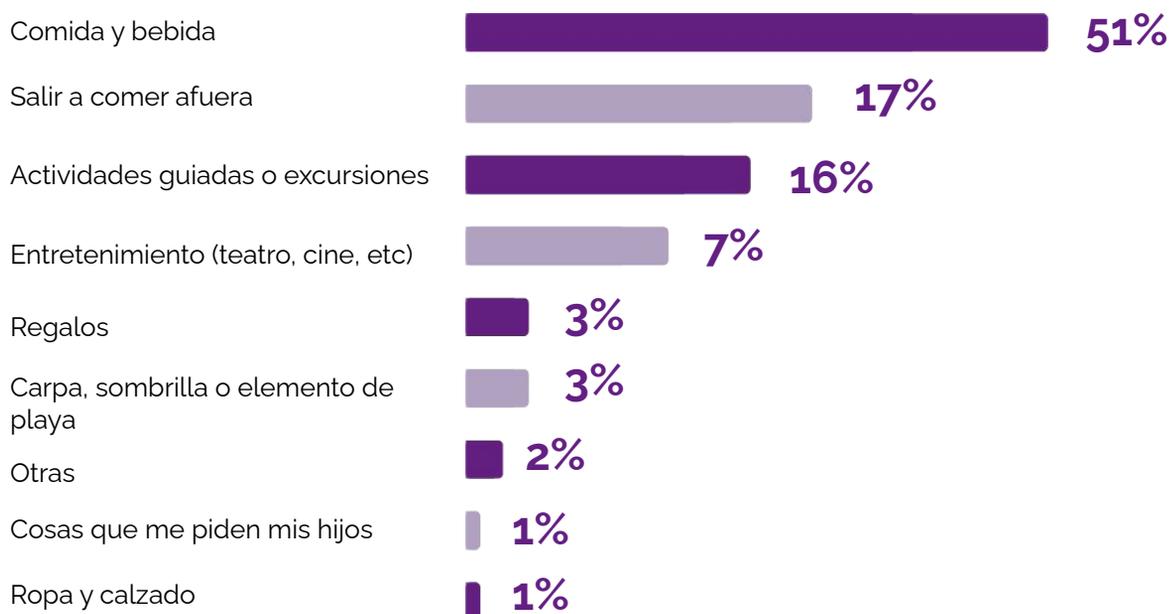


El 71% espera hacer gastos antes de las vacaciones, por lo que diciembre puede ser un mes de anticipo de algunos consumos.

Comida y bebida representa la mayor parte de las compras pre viaje, especialmente para los niveles socioeconómicos bajos. Ropa y calzado y elementos de equipaje, concentrarán los gastos previaje de los niveles socioeconómicos altos. Los medios, sobre indexan los consumos de arreglos en el auto y ropa y calzado.

Gastos durante el viaje

¿Qué gastos esperas que representen la mayoría de tus gastos DURANTE el viaje?



La comida y la bebida son el principal gasto para todos los niveles socioeconómicos, especialmente concentrado para preparar en casa.

En los niveles socioeconómicos altos, sobre indexan las salidas a comer afuera (25%) y en los niveles socioeconómicos medios, las excursiones y actividades guiadas (21%). Los niveles socioeconómicos bajos, por su parte, sobre indexan los gastos en entretenimientos (cine, teatro, etc).

Mensajes para las marcas



La restricción y el humor social

Mientras muchos argentinos se disponen a tomarse descanso de sus trabajos, y algunos de esos incluso a viajar y disfrutar, hay una parte del país que no sólo no puede viajar, sino que tampoco puede dejar de trabajar sin que eso implique un agobio insostenible para sus ingresos. En este sentido, es importante considerar la situación profundamente polarizada que vive Argentina, y trabajar en un discurso que articule bien la celebración del verano y la alegría del descanso, con la comprensión y la ayuda a aquellos consumidores a quienes les toca, nuevamente, ajustar.



Foco en Argentina

Después de una alegría mundialista que nos trae una bocanada de aire fresco y una mitigación temporal de la grieta permanente, empieza a verse con claridad que esa grieta tensiona (y mucho) el humor social en Argentina. Un mes sin poner el foco en discusiones políticas y económicas tienen a la gente en un clima de alegría algo ilusorio. En este sentido, hay algo en la reivindicación de lo argentino, del valor por el país, del orgullo por nuestro suelo, que en una temporada en la que el 91% planifica viajes locales, puede ser un mensaje que logre estirar un poco más este clima de liviandad por una grieta que deja de ser protagonista.

Mensajes para las marcas



Austeridad

La situación económica del verano 2022-2023 no se parece mucho a la del verano pasado. La inflación se duplicó, el dólar aumentó más de un 50%, y la noción sobre cuánto salen las cosas es cada vez más pobre. En este sentido, y para todos los bolsillos, este verano será de mayor restricción que el anterior, y eso se ve con claridad en los gastos en alimentos y bebidas tanto antes como durante los viajes. Llevarse comida y bebida a las vacaciones, y stockearse de los productos básicos, pueden ser un método de garantía de cierto marco de austeridad en las vacaciones, que las marcas de consumo masivo y retail definitivamente pueden aprovechar a la hora de lanzar comunicaciones, ofertas y promociones para el verano.

Para obtener insights ad-hoc a tus marcas y para explorar oportunidades con tus consumidores, escribinos a partners@shopapp.com.ar o escaneá el QR



Soluciones ShopApp

Estudios cuantitativos



- **Categoría:** Tendencias, innovaciones, árbol de decisión, atributos de elección.
- **Producto:** Testeo de conceptos
- **Marca:** Branding, posicionamiento, precios, estrategias de exhibición, brand health.
- **Empresa:** Imagen corporativa, monitoreo de marcas.
- **Shopper en PDV:** Intención de compra, material POP, exhibición, ubicación, promociones.
- **Post compra:** Experiencia de compra y consumo, NPS, Tasa de recompra, Frecuencia de compra.

Estudios cualitativos



Ahora nuestros usuarios también pueden ganar dinero participando en sesiones grupales de una hora y media moderadas por expertos en la industria con el objetivo de seguir entendiendo tu marca de cara al consumidor

Productos de fin de año



Si te sobra presupuesto, te ofrecemos estos estudios:

- Medí la percepción de tus precios y promociones en el punto de venta
- Realizá validaciones rápidas con tus consumidores en 24 hs
- Monitoreá la performance de tu marca
- Detectá oportunidades en la base y punta de la pirámide