

RESULTADOS

Estudio Verano - Noviembre 2021



FICHA TÉCNICA



300 Entrevistas online



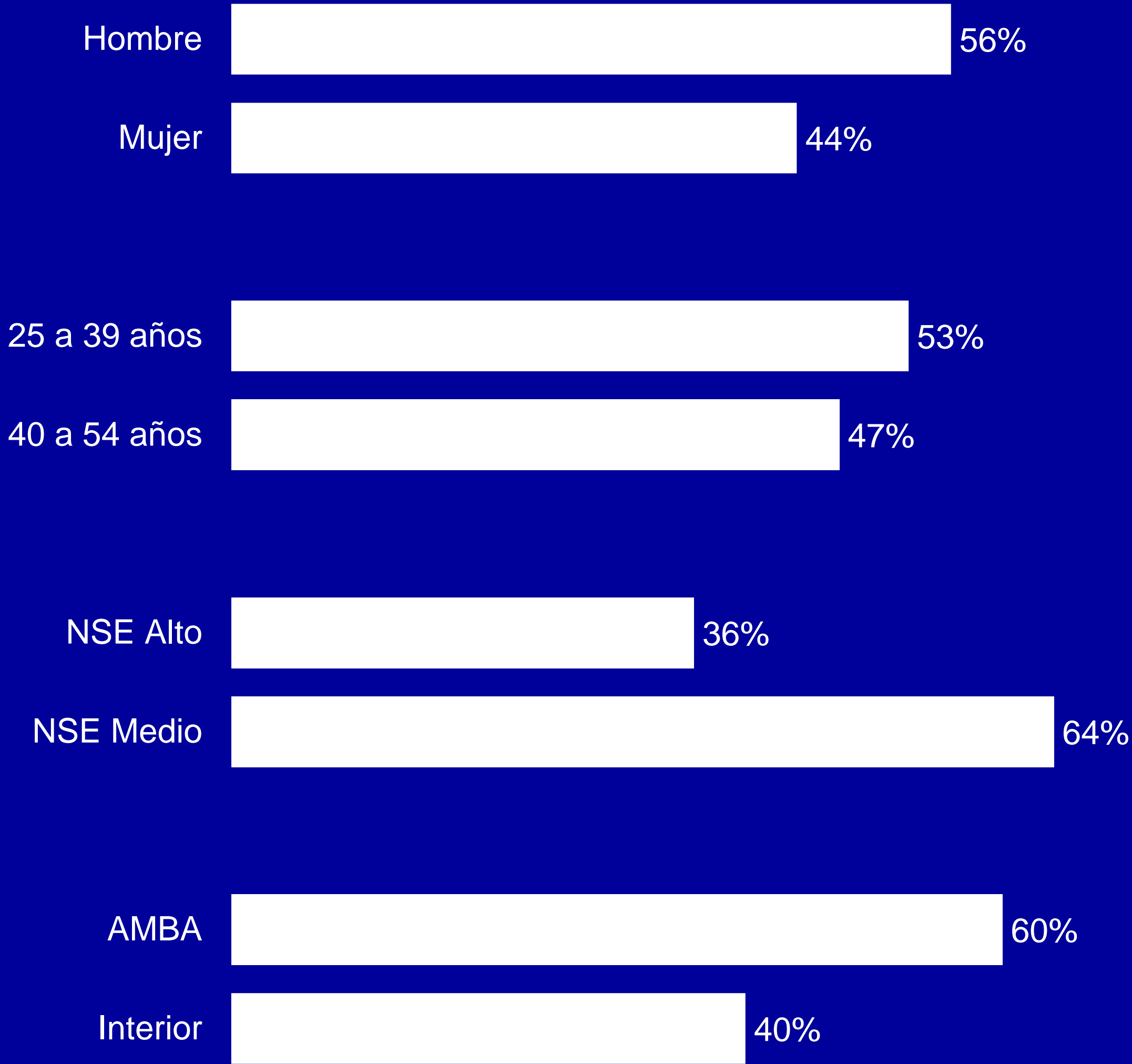
Ambos géneros, 25 años y más, Nivel Socioeconómico BC



Cuestionario de 13' de duración



Relevamiento realizado en noviembre de 2021

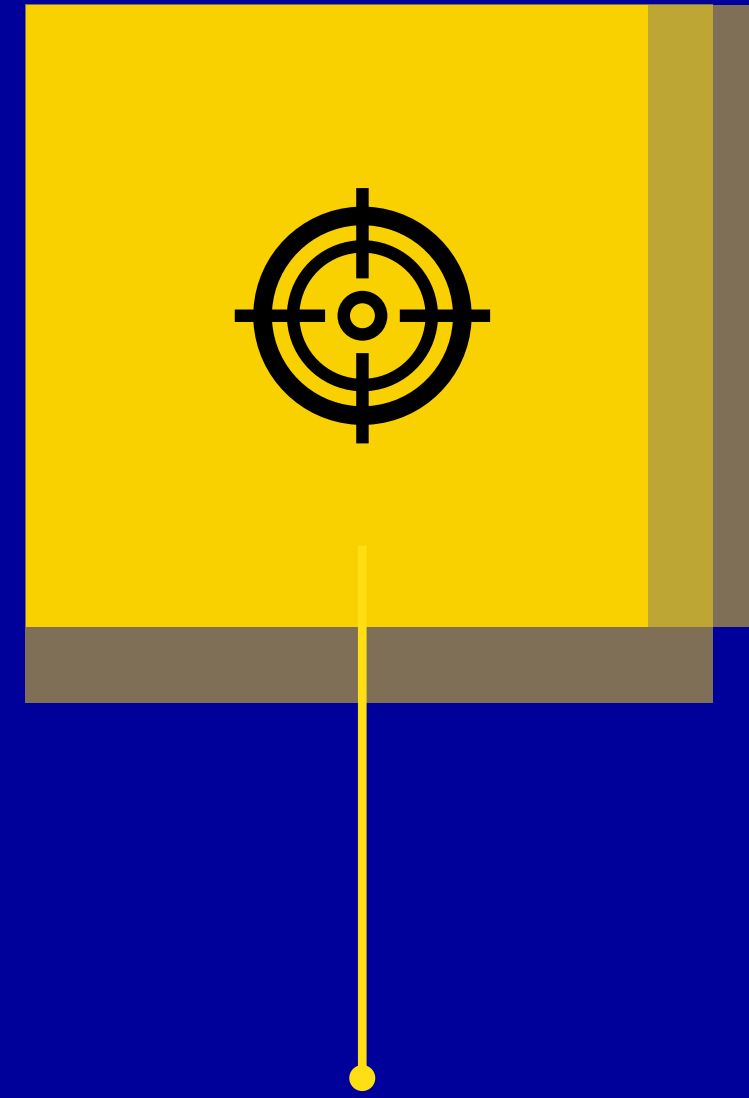


DOS AUDIENCIAS ACTITUDINALES

Finalizando el cuestionario relevado, propusimos dos alternativas de elección de un stand para las marcas en verano.

La elección se inclinaba por una alternativa más sustentable versus una más “techie”.

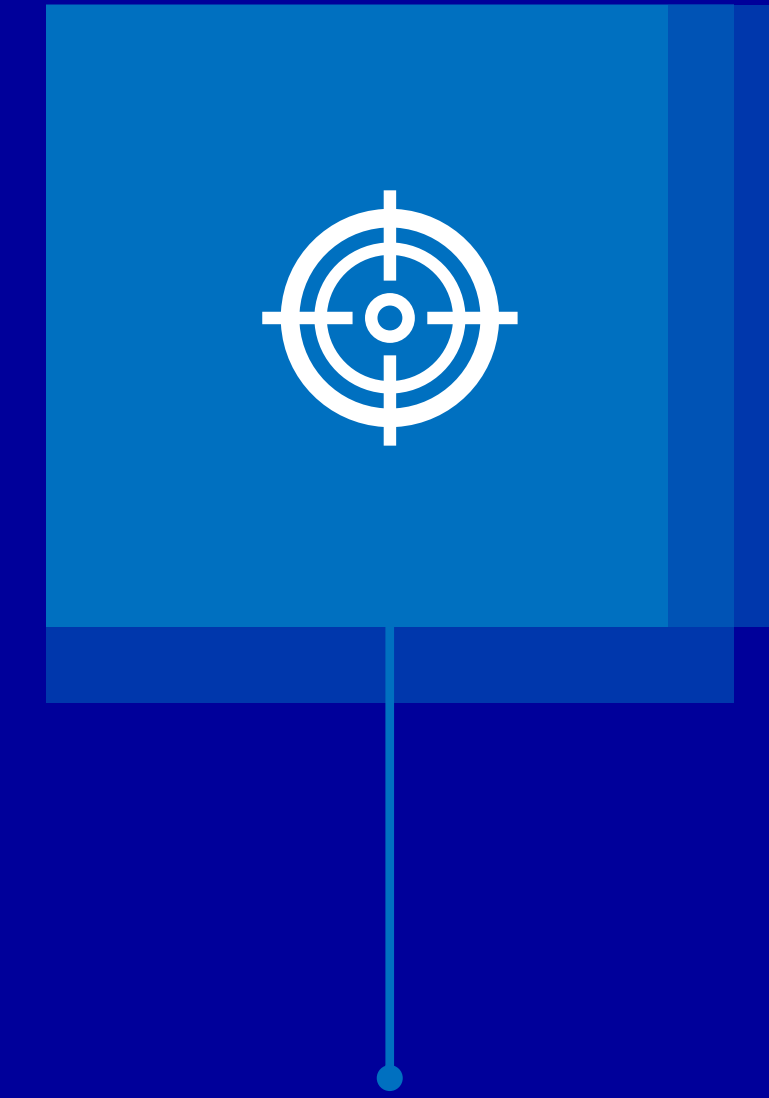
De este modo construimos dos tipologías de perfiles que permiten indagar, en base a esta preferencia, los diferentes indicadores relevados en la investigación.



Tecnológicos

Prefieren un stand con alta conectividad y muy tecnológico

34%



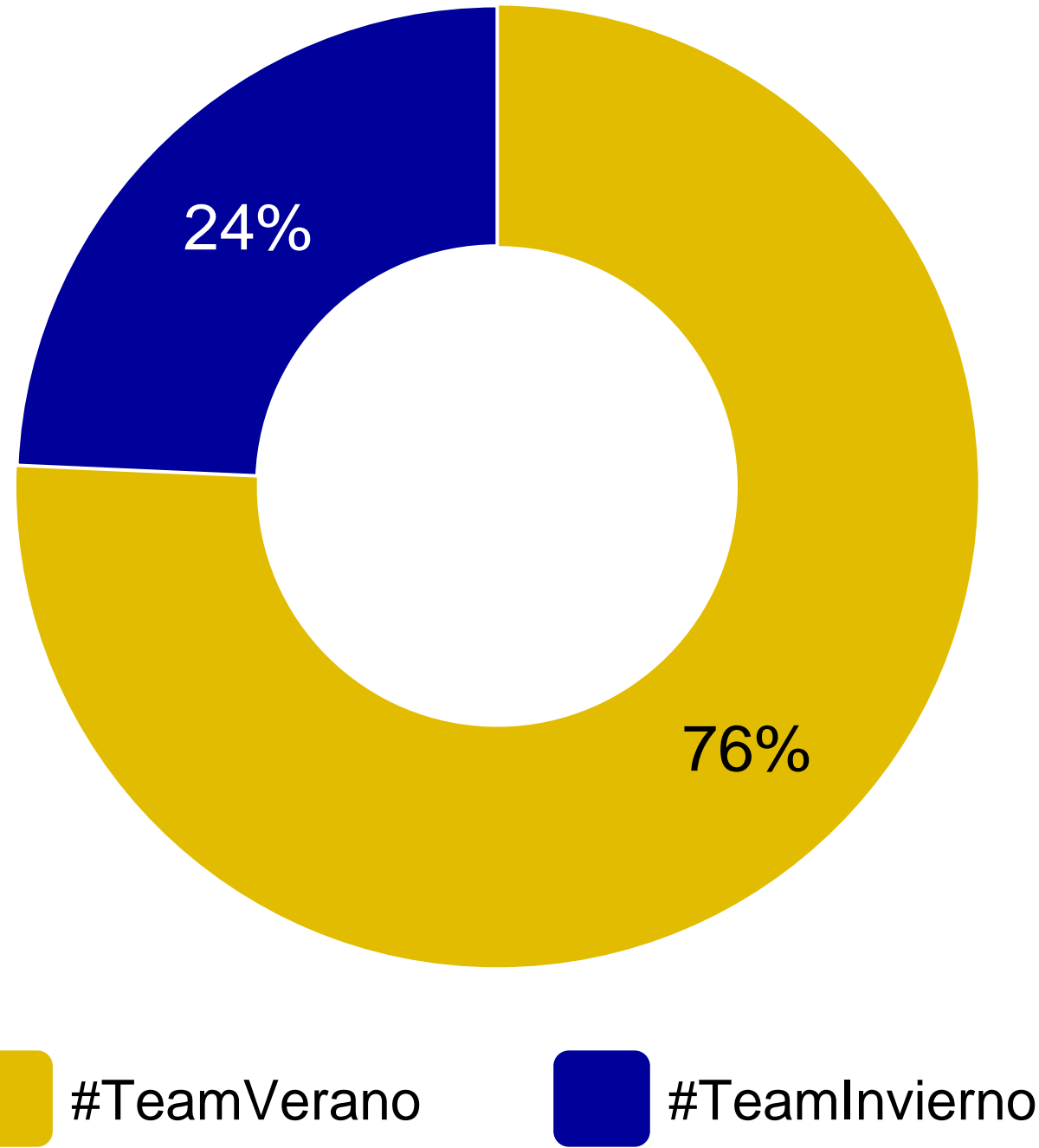
Sustentables

Se inclinan por un stand con alto compromiso ecológico y orientado hacia la sustentabilidad

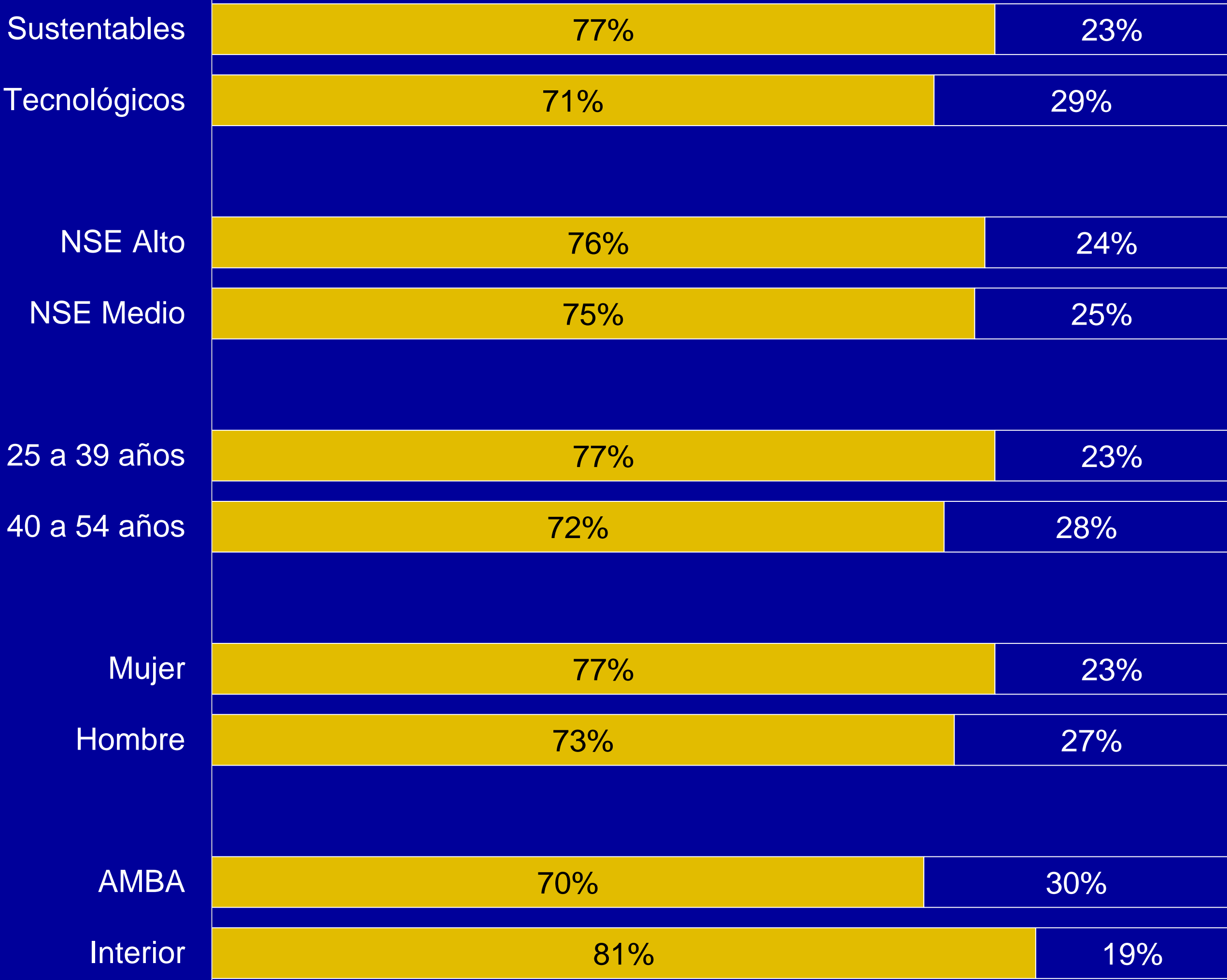
66%

3 DE CADA 4 ELIGEN EL VERANO

¿Cómo te definís?

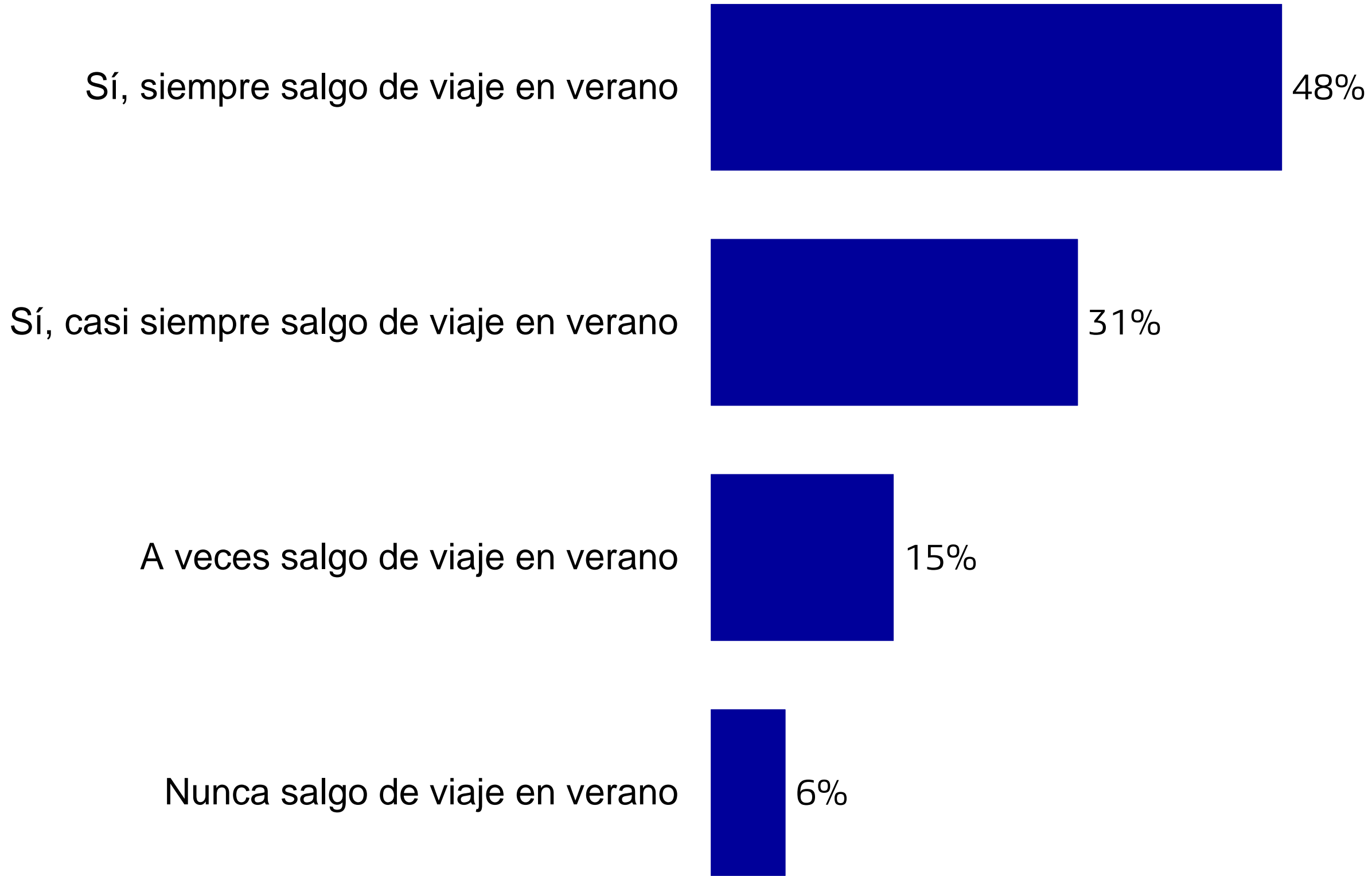


SOLO QUIENES VIVEN EN AMBA PREFIEREN ALGO MÁS EL INVIERNO



7 DE CADA 10 PERSONAS SUELEN SALIR DE VIAJE EN VERANO

Actitud frente al verano y las vacaciones



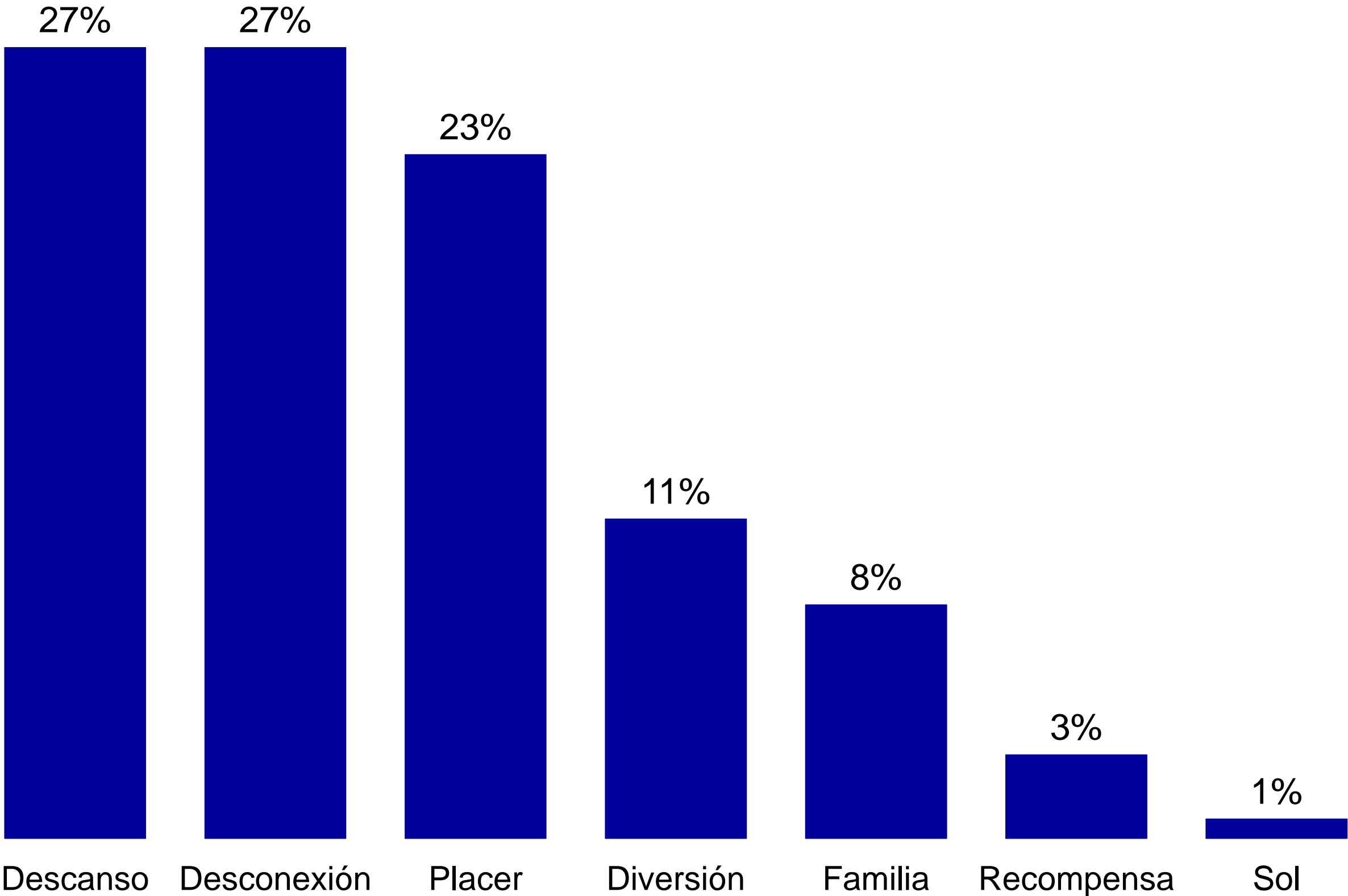
MAS AFINES A SALIR DE VIAJE EN VERANO LA AUDIENCIA SUSTENTABLE

	Sustentables	Tecnológicos
Si, siempre salgo de viaje en verano	47%	49%
Sí, casi siempre salgo de viaje	34%	22%
A veces salgo de viaje en verano	13%	21%
Nunca salgo de viaje en verano	6%	8%



LAS VACACIONES COMO RESPUESTA AL STRESS

Actitud frente al verano y las vacaciones



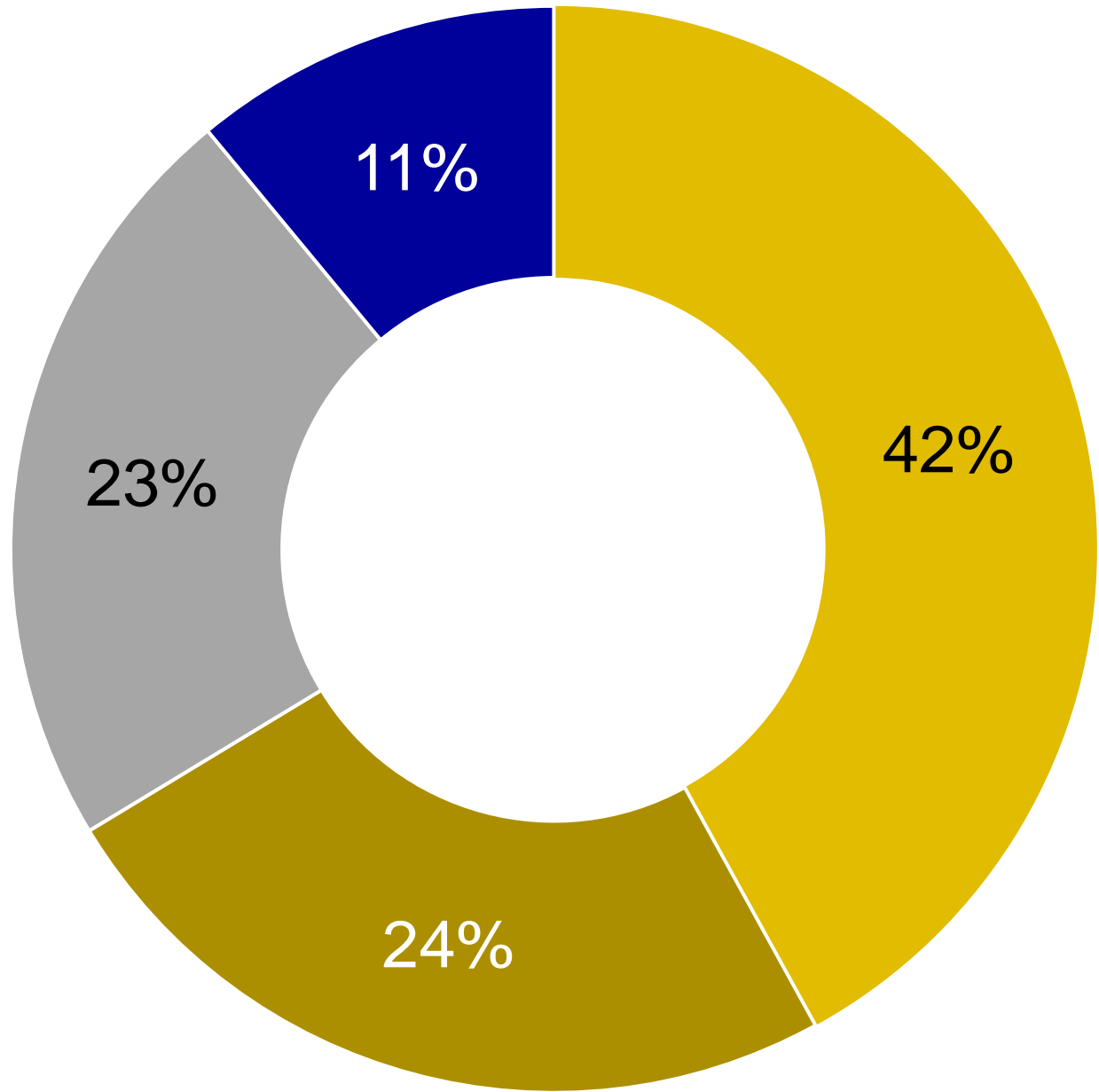
TECNOLÓGICOS MÁS INCLINADOS A LA DIVERSIÓN, LOS SUSTENTABLES ORIENTADOS A LA DESCONEXIÓN

	Sustentables	Tecnológicos
Descanso	27%	26%
Desconexión	29%	22%
Placer	21%	29%
Diversión	11%	11%
Familia	8%	7%
Recompensa	3%	3%
Sol	0%	1%



2 DE CADA 3 ARGENTINOS SALDRÁN DE VACACIONES

¿Saldrás de vacaciones este verano 2022?



Si, voy a salir de viaje
Aún no lo se

Lo más seguro es que salga de viaje
No creo que salga de viaje

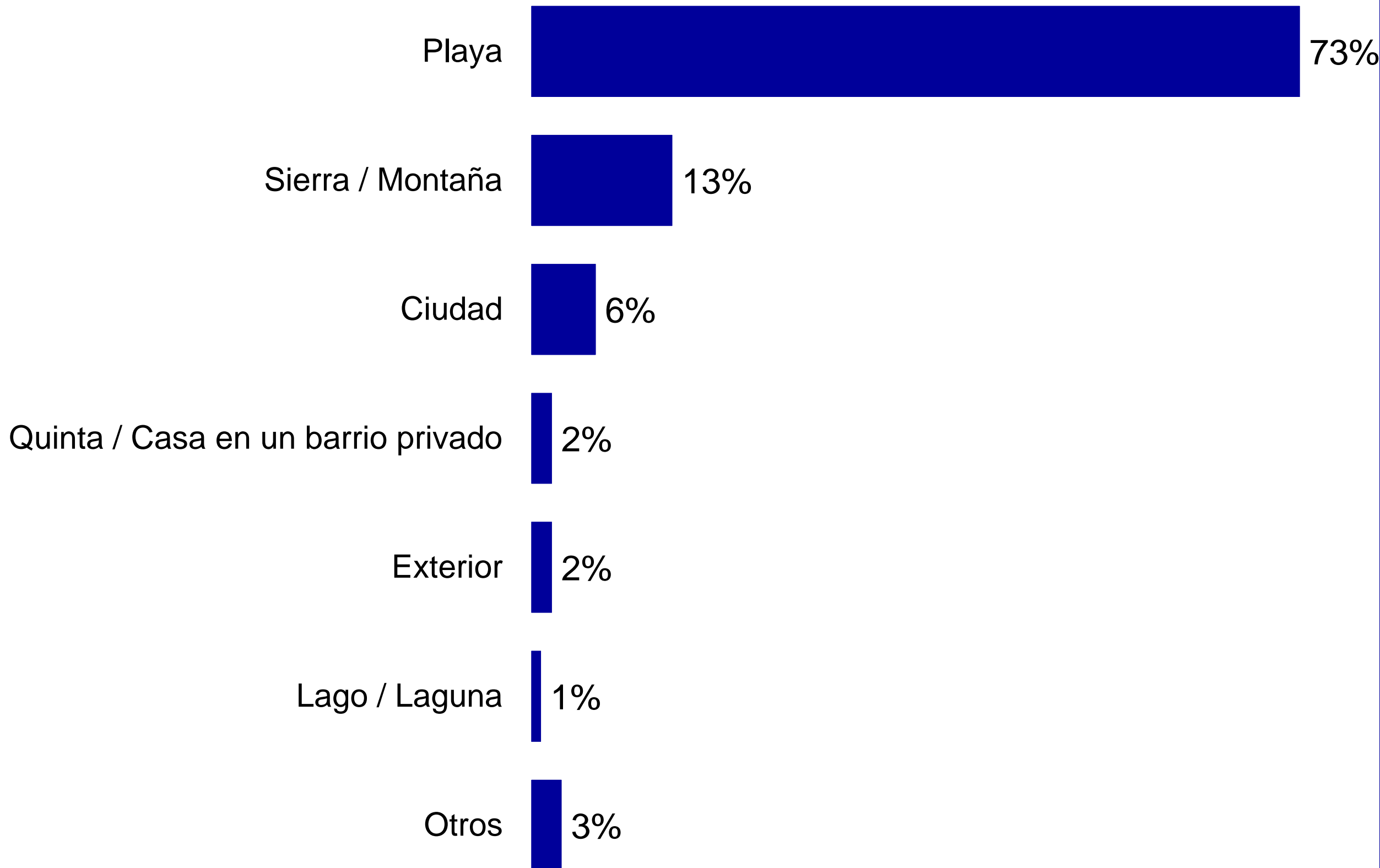
AMBAS AUDIENCIAS CON SIMILAR INTERÉS DE VACACIONAR EN 2022

	Sustentables	Tecnológicos
Si, voy a salir de viaje	43%	40%
Lo más seguro es que salga de viaje	25%	24%
Aún no lo se	22%	24%
No creo que salga de viaje	10%	12%



3 DE 4 PREFIEREN LA PLAYA

¿Cuál es tu lugar preferido para irte de vacaciones?



SI BIEN LA PLAYA ES LA PREFERIDA, ES MÁS AFÍN A LOS SUSTENTABLES

	Sustentables	Tecnológicos
Playa	76%	64%
Sierra / Montaña	13%	16%
Ciudad	5%	9%
Quinta / Casa en un barrio privado	2%	3%
Exterior	1%	4%
Lago / Laguna	1%	1%
Otros	3%	2%



LA ELECCIÓN POR LO LOCAL ES CASI UNÁNIME

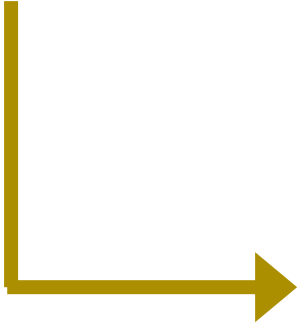
Sin importar si ya lo has elegido o no, lo más probable, este verano...

86%

Elegiré un destino dentro del país

14%

Me iré de vacaciones a otro país



81%

Elige la costa atlántica

	Vive en...	
	AMBA	Interior del país
Elegiré un destino dentro del país Me iré de vacaciones a otro país	81% 19%	94% 6%
Elige la Costa Atlántica	79%	82%

	Sustentables	Tecnológicos
	Elegiré un destino dentro del país Me iré de vacaciones a otro país	86% 14%
Elige la Costa Atlántica	86%	74%
1 semana	31%	20%
10 días	10%	12%
2 semanas	51%	55%



MARCAS ASOCIADAS AL VERANO

Quilmes
16%

Coca-Cola
11%

YPF
9%

dermaglós
8%

Claro
7%

Jeep
5%

HAWAIIAN Tropic
4%

Corona
4%

Aerolíneas Argentinas
4%

BRAHMA
3%

TOYOTA
3%

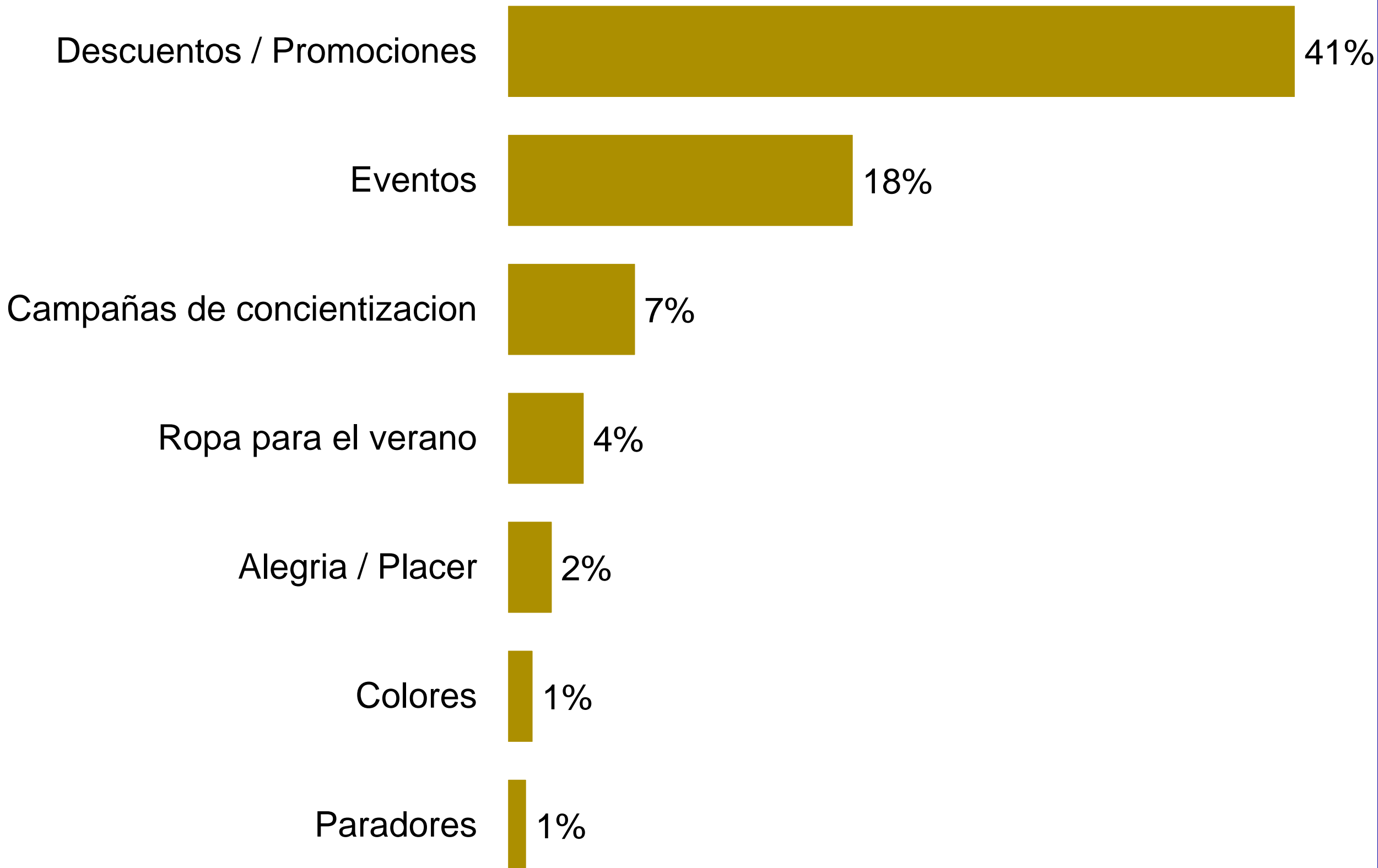
Santander
2%

[Logo]
1%



BENEFICIOS ECONÓMICOS LO PREFERIDO POR LOS

¿Qué cosas te parecen **positivas** que hagan las marcas en verano?



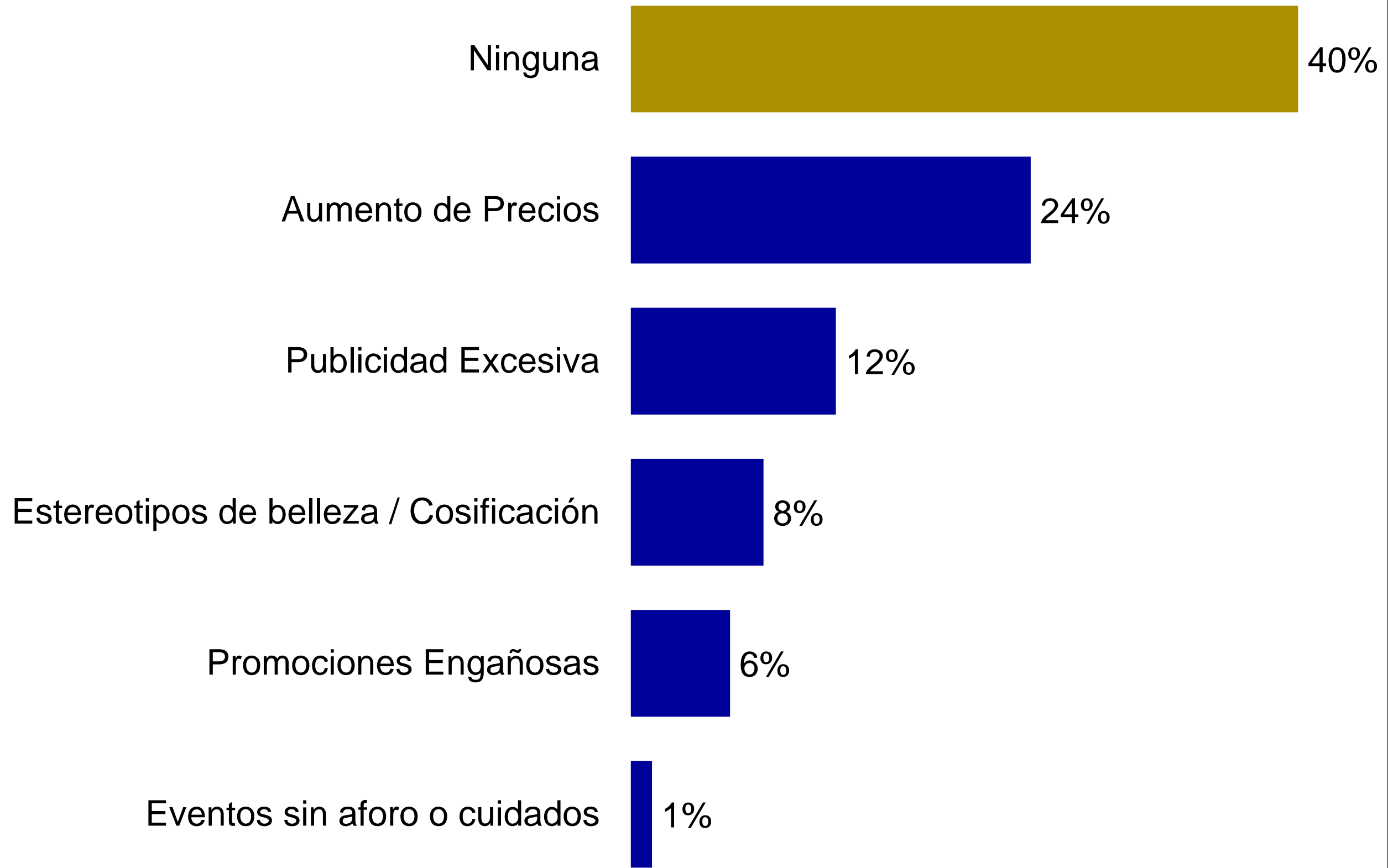
EVENTOS MUY BIEN POSICIONADO PARA LOS SUSTENTABLES

	Sustentables	Tecnológicos
Descuentos / Promociones	25%	53%
Eventos	24%	14%
Campañas de concientización	21%	3%
Ropa para el verano	8%	0%
Alegria / Placer	5%	0%
Colores	1%	0%
Paradores	3%	1%



“NADA NEGATIVO” O TEMOR POR INCREMENTOS DE PRECIOS

¿Qué cosas te parecen **negativas** que hagan las marcas en verano?



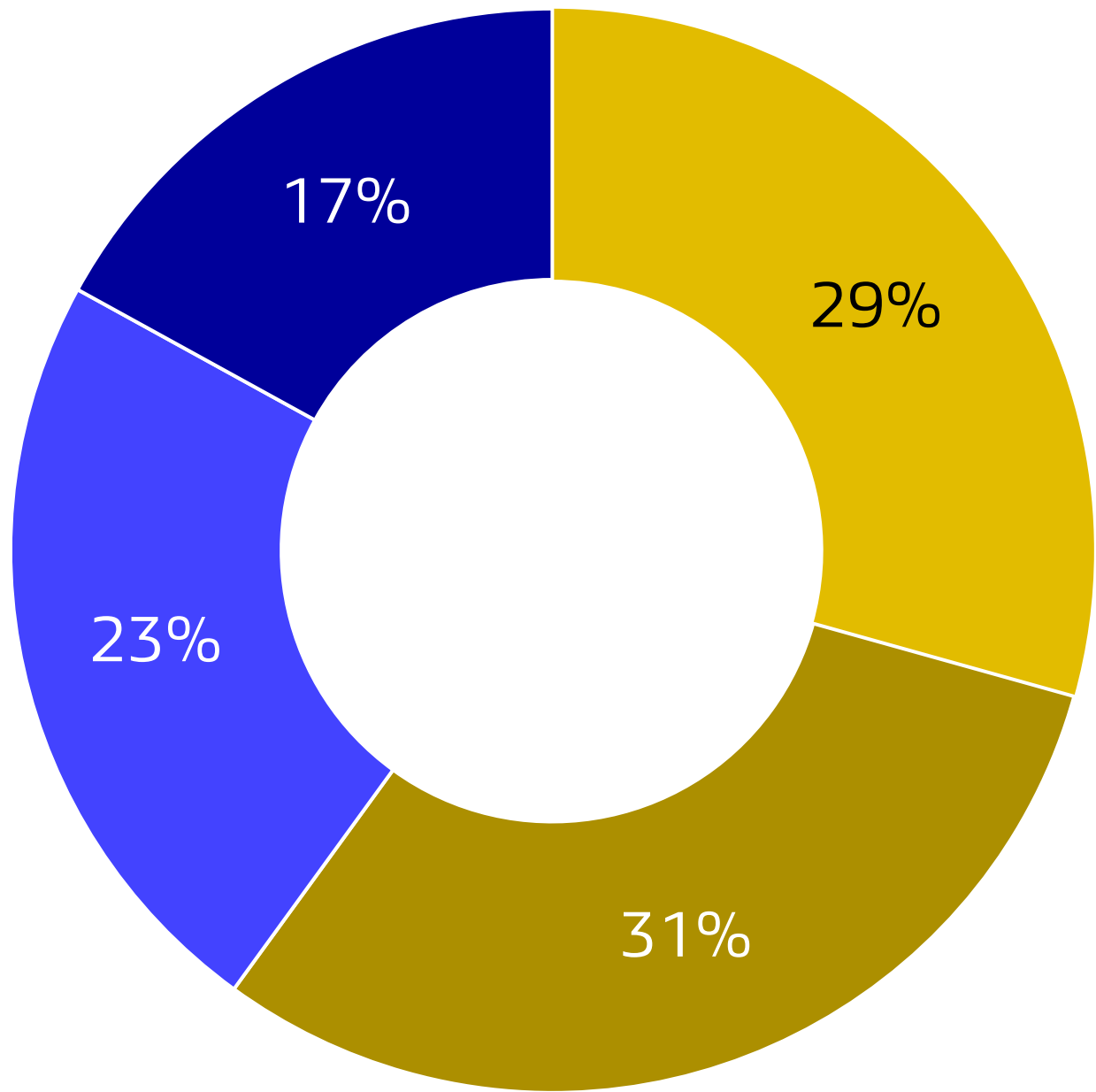
FUERA DE LOS PRECIOS, A LOS SUSTENTABLES LES PREOCUPAN LOS ESTEREOTIPOS QUE SE PUEDAN GENERAR

	Sustentables	Tecnológicos
Ninguna	37%	43%
Aumento de Precios	25%	24%
Publicidad Excesiva	15%	9%
Estereotipos de belleza / Cosificación	14%	3%
Promociones Engañosas	5%	8%
Eventos sin aforo o cuidados	3%	0%



6 DE CADA 10 PODRÍAN VISITAR LOS STANDS

Pensando en stands de marcas en el verano, si están en el lugar donde estás de vacaciones ¿Te interesa visitarlos?



- Si, me gusta ver las novedades
- Quizá pasaría a ver algo puntual
- No, no creo que pase
- No, ni los miro

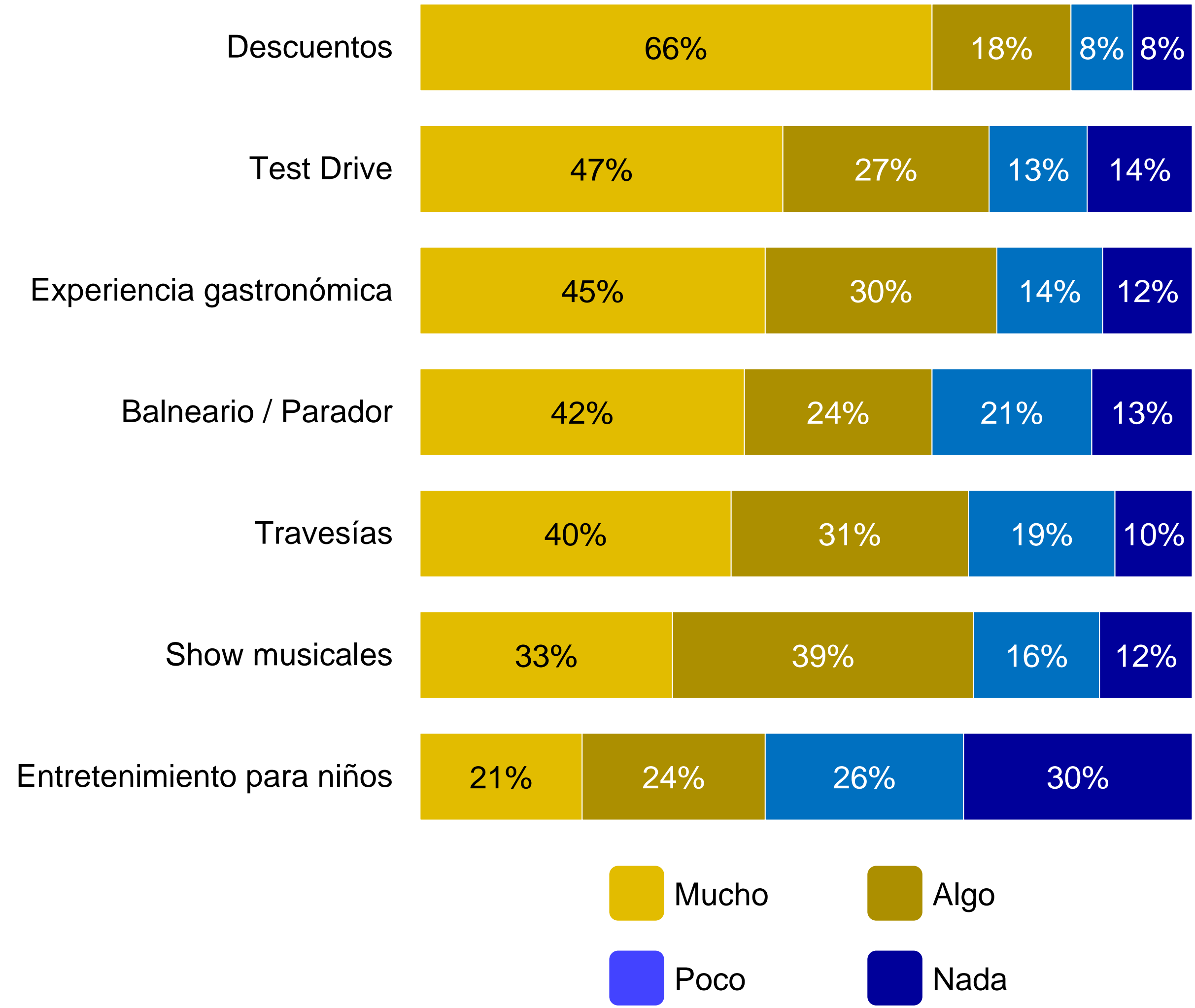
SUSTENTABLES MUESTRAN MAYOR SENSIBILIDAD A IR SI SE CUMPLEN LAS CARACTERÍSTICAS QUE REQUIEREN

	Sustentables	Tecnológicos
Si, me gusta ver las novedades	28%	34%
Quizá pasaría a ver algo puntual	32%	28%
No, no creo que pase	24%	20%
No, ni los miro	16%	18%



MÁS ALLÁ DE DESCUENTOS: TEST DRIVE Y GASTRONOMÍA ELEGIDOS

Acciones interesantes a ser desarrollados en stands



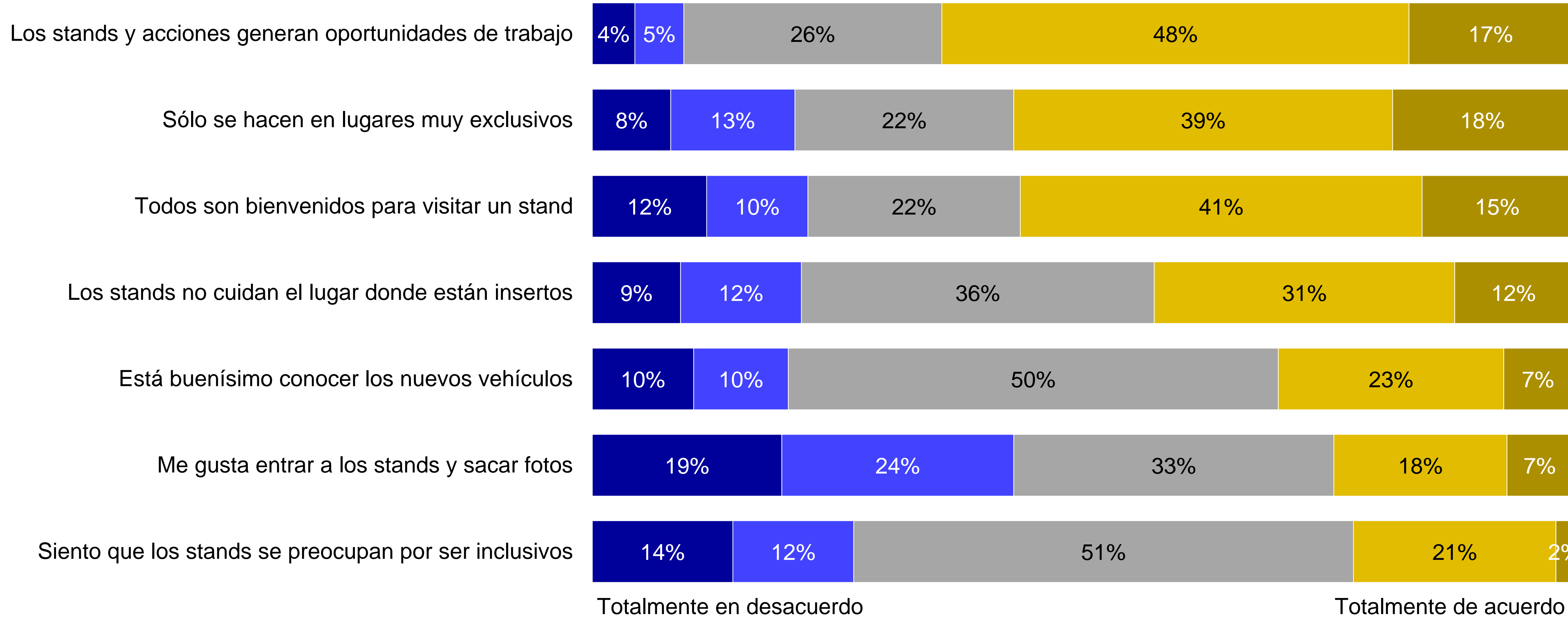
RELEVANCIA DE LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA PARA SUSTENTABLES

Me interesa mucho	Sustentables	Tecnológicos
	Descuentos	69%
Test Drive	45%	53%
Experiencia gastronómica	49%	40%
Balneario / Parador	42%	41%
Travesías	40%	40%
Shows musicales	33%	33%
Entretenimiento para niños	22%	18%



RELEVANTE PARA LAS AUDIENCIAS LAS OPORTUNIDADES DE TRABAJO QUE GENERAN. DESAFÍO: EJE EXCLUSIVIDAD

Atributos sobre los stands



CONCLUSIONES

Alineada a las preferencias de las audiencias en diversas categorías, la elección de la sustentabilidad aparece como un factor clave de decisión y de interés sobre las propuestas que reciben de parte de las marcas automotrices.

Las argentinas y argentinos eligen el verano, tan solo en el AMBA se percibe una leve mayor elección del invierno.

Nos gusta salir de viaje en verano, es el período del año preferido para elegir vacaciones. Y en términos de los significados que adquieren las vacaciones, son en general una forma de buscar hacerle frente al stress cotidiano: “descanso” y “desconexión” son las palabras elegidas para definir que significa este momento esperado del año. Y específicamente en este año, 2 de cada 3 es muy posible que salgan de vacaciones donde la playa aparece como el destino elegido por la mayor parte del universo relevado.

Marcas líderes con alta relevancia cultural en el top 3 de marcas asociadas al verano: Quilmes, Coca Cola e YPF.

Hay una preferencia por lo que se puede obtener como beneficio económico por parte de las marcas, pero luego pesa mucho lo colectivo en cuanto a la sustentabilidad, la concientización o “dejar algo para la comunidad”. También se busca entretenimiento a través de eventos pero con un compromiso con lo sustentable.

Las marcas se adaptan desde la visión de las audiencias al verano, pero con un eje puesto en la integración con el ambiente donde se insertan y con un interés marcado en el entretenimiento pero desde una búsqueda que apunta a reducir el stress vivido durante el año.

RESULTADOS

¡MUCHAS GRACIAS!

