

PERFIL DEL VIAJERO

INFORMACIÓN FICHA TÉCNICA

SEGMENTO DE MERCADO: VIAJEROS JÓVENES SOLOS COLOMBIANOS



Perfil de viajero

- + **Cliente objetivo (nombre):** Viajero recurrente a la naturaleza (**Sebastián**).
- + **¿Quién?:** Periodista profesional, soltero, sin pareja. No tiene hijos. Tiene dos hermanos y es el menor de la familia. Vive con sus papas. Prefiere viajar solo. Tiene un ingreso promedio de **\$1.500.000 - \$2.500.000 COP**.
- + **Edad:** Entre **28 y 35** años.
- + **¿De dónde es?:** **Bucaramanga**.
- + **Etapas de vida:** Le gusta socializar y tiene un alto grado de conciencia ambiental. Tiene una mascota. Disfruta montar bicicleta y la fotografía a la naturaleza. Está en proceso de volverse vegetariano. Le gusta frecuentar bares con sus amigos.
- + **¿Qué hace para vivir?:** Trabaja como periodista y hace trabajos freelance los fines de semana para complementar sus ingresos.
- + **Marcas que le gustan:** Merrell, Arturo Calle, Adidas, Nike, El Corral, El Chiflas (comida típica tradicional), Cannon. Marcas independientes colombianas, marcas de startups colombianas.
- + **Decisiones de compra de viaje:** Internet, revisa blogs, recomendaciones de portales (reviews), seguidor de Instagram, pregunta y pide recomendaciones a sus amigos, YouTube, TripAdvisor. Instagram ejerce una influencia importante. Organiza el viaje por sus propios medios, lo hace a su medida sin necesidad de intermediarios. Contacta directamente el establecimiento o la actividad. Dispone de tiempo para seguir a bloggers e influencers, indagar y buscar información. Son de su interés los escenarios donde han sido filmados videos de sus bandas favoritas. Selecciona destinos que son tendencia entre otros viajeros con su mismo perfil.
- + **¿Qué le importa?:** Cuidado con el medio ambiente. Poder compartir con otros viajeros. Interactuar con la comunidad local. Practicar actividades únicas. Que el destino lo sorprenda. Generar un impacto positivo en el destino que visita. Que sus opiniones/sugerencias de mejora en los establecimientos, sean tomadas en cuenta.
- + **¿Cómo viaja?:** Auto-actualizado, organiza sus itinerarios de manera autónoma, viaja por su cuenta. Es muy flexible en la forma de viajar. Tiene un check-list de viajes pendientes. Se adapta fácilmente. Se deja influenciar de experiencias de otros viajeros. Se remitiría a una agencia, si esta vende un producto diferenciador que genere un valor adicional. Busca esporádicamente realizar actividades a través de agencias touroperadoras. Selecciona lugares donde pueda tomar buenas fotos. Busca promociones "last minute", descuentos especiales. Muchas veces no planea su viaje con anticipación, por lo tanto, no hace reservas, prefiere llegar directamente al lugar a buscar su alojamiento y las actividades que va a realizar.



¿Qué está buscando? (Necesidades)

- 1. Escenarios propicios para la fotografía:** Lugares únicos para poder fotografiar. Destinos con un fuerte componente de naturaleza.
- 2. Sensaciones y emociones:** Experimentar y contemplar la naturaleza. Participar en actividades que muevan sus emociones y sensaciones. Desea ir a destinos que le permitan tener una introspección personal y experimentar sensaciones únicas.
- 3. Outdoors en grandes dosis:** Lo motiva estar en el aire libre y realizar actividades outdoors.
- 4. Autenticidad:** Destinos distintos a los tradicionalmente conocidos.
- 5. Variedad:** Busca destinos que ofrezcan variedad de experiencias y actividades.
- 6. Acceso:** Le interesan destinos relativamente cercanos a su lugar de procedencia. No obstante, pueden interesarle destinos que requieran de un desplazamiento largo por tierra.
- 7. Gente nueva:** Tener la oportunidad de interactuar y socializar con otros viajeros y personas locales.
- 8. Servicio al cliente:** Se siente satisfecho si en destino es atendido por personas locales. La amabilidad en la atención es fundamental.
- 9. Cultura local:** Interesado en probar gastronomía local y conocer la idiosincrasia de la comunidad anfitriona.
- 10. Veracidad en la información:** Que la información (escrita/fotográfica) que encuentra en Internet sobre los productos/servicios del destino, sea verídica.
- 11. Marcas:** Prefiere seleccionar marcas y establecimientos conscientes con el medio ambiente y que apoyen a las comunidades locales.
- 12. Responsable:** Generar algún tipo de beneficio en el destino que visita- "ir más allá".

Sensibilidad de precio



Considera importante la relación costo-beneficio. Es sensible al precio y viaja con presupuesto ajustado.



¿Cuáles son sus preocupaciones al viajar?

Distancia y seguridad del trayecto para llegar al destino. Indecisión del medio de transporte a utilizar. Dejar a sus padres solos mientras viaja. Temas de inseguridad en el destino.

En entorno Covid



Cumplimiento de protocolos de bioseguridad, el cuidado personal que están teniendo los locales y si se está manteniendo el distanciamiento social en el destino.



Puntos de dolor y problemas

- + **Problemas superficiales:** Cuento con un presupuesto ajustado a la hora de viajar. Deseo experimentar en el destino algún tipo de transformación personal y sentir la libertad mientras estoy viajando. Espero que las condiciones del clima me permitan realizar todas las actividades que tengo en mente.
- + **Dolor más profundo:** Tuve la oportunidad de hacer actividades que ni siquiera tenía contempladas hacer en el destino. Me interesan destinos que me puedan sorprender y donde pueda vivir experiencias auténticas. Tengo incertidumbre de la prevención (rechazo) que los locales puedan tener con los turistas por la coyuntura actual.



¿Cómo le podemos ayudar (funcional)?

- + Diseñar paquetes con una buena relación beneficio-costo. Paquetes concretos y puntuales diferenciados. Paquetes diseñados para este tipo de segmento: paquetes no todo incluido, pocos días y que incluyan ciertas actividades que generen experiencias inolvidables.
- + Diseñar y ofrecer actividades auténticas que generen experiencias únicas. Integración con la comunidad local.
- + Contar con personal local para la atención de los viajeros.
- + Dinamizar la información disponible en Internet (Instagram, YouTube, Facebook, TripAdvisor, portales de reserva).
- + Implementar todos los protocolos de bioseguridad requeridos para operar.
- + Los establecimientos que prestan servicio de alimentos y bebidas: utilizar productos de alta calidad y adelantar buenas prácticas en la manipulación de alimentos.

