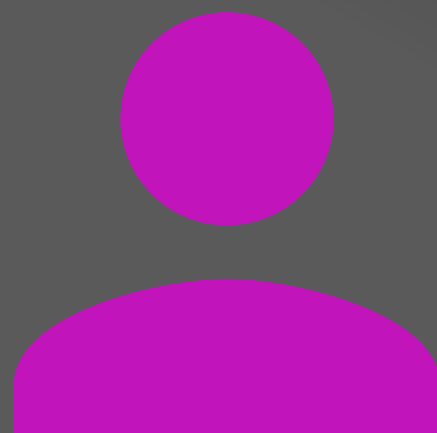


Segmento NEGOCIOS



EL GRUPO

4 asistentes, rangos de edad de 30 a 45, oriundos de zona bajo, zona centro y zona norte nivel socio-económico B, C+, C



HALLAZGOS PRINCIPALES

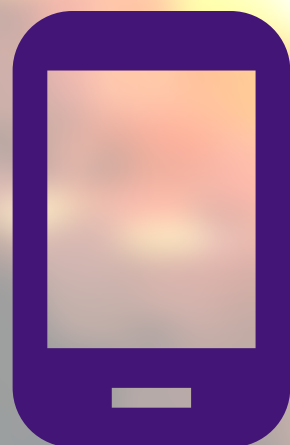


La fecha para reactivar viajes es Agosto-Septiembre. Algunos ya iniciaron viajes sólo de ida y vuelta ya que el negocio así lo requiere.

Sin embargo el semáforo es el principal indicador para que las empresas normalicen sus actividades.

Las empresas están implementando transformaciones digitales. Para actividades que son indispensables hacer en campo se irán normalizando.

La mayoría percibe que la transformación es positiva, ya que agiliza los procesos, el personal es más productivo y además se aprecia la empresa como innovadora al cambio.



¿QUÉ BUSCAN EN UN VIAJE?

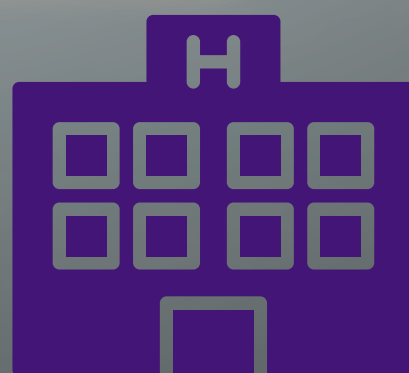


El medio de transporte utilizado depende de la distancia a recorrer. Para viajes cortos utilizan auto propio y para distancias largas o viajes internacionales utilizan avión.

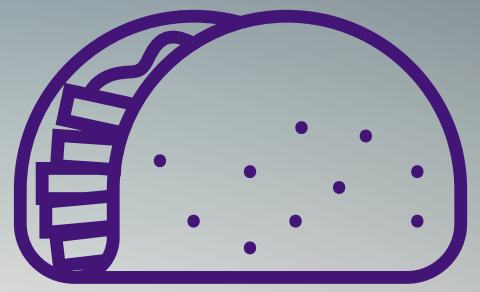
Los viajes en avión los consideran riesgosos, ya que no hay medidas o protocolos bien definidos por parte de estos proveedores de servicios.

HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN

Las cadenas hoteleras es la opción que elegirían, ya que consideran que cumplen con los estándares de limpieza y sanidad.



La opción de consumir alimentos en un restaurant o en la calle genera incertidumbre, prefieren room service y el servicio de box lunch.



¿CÓMO LO PLANEA?



Las redes sociales es el medio elegido por los asistentes para estar enterados de los protocolos y, medidas de sanidad que los concesionarios estén aplicando.

Los lineamientos que las empresas toman como referencia , es Secretaria del Trabajo y Secretaria de Salud. Más por temas regulatorios con estas instituciones.

CERTIFICACIONES Y MEDIDAS

Consideran que una certificación gubernamental no es garantía, prefieren que las instituciones / prestadores de servicios realicen campañas para difundir las medidas que estan implementando.

Para este segmento es muy importante que los proveedores de servicios sean claros y demuestren las medidas que estan tomando ante la contingencia.



Los prestadores de servicios deben estar muy bien capacitados en las medidas que esten implementando.

Los espacios deben ser acondicionados para atender las necesidades de sanidad: un lavamanos, guías para guardar distancia, tapetes sanitizantes, equipo de seguridad, etc.



El tema de promociones no es un detonante para que se reactiven los viajes de negocios.

La percepción del estado de Guanajuato es buena, ya que lo consideran como destino turistico.



GuanajuatoMexico



@guanajuato



guanajuato_mex

guanajuato.mx



Secretaría
de Turismo

GUANAJUATO
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO