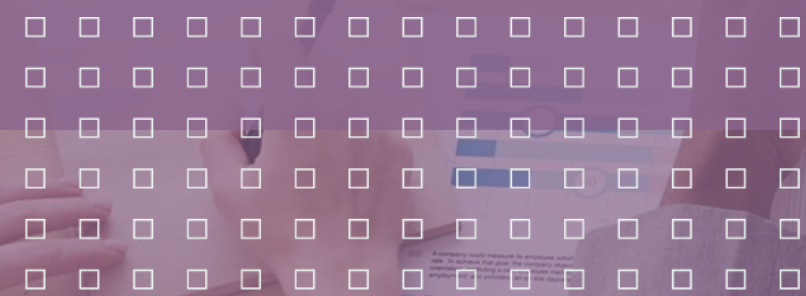


WISE MULHERES E VIAGENS – abr/24

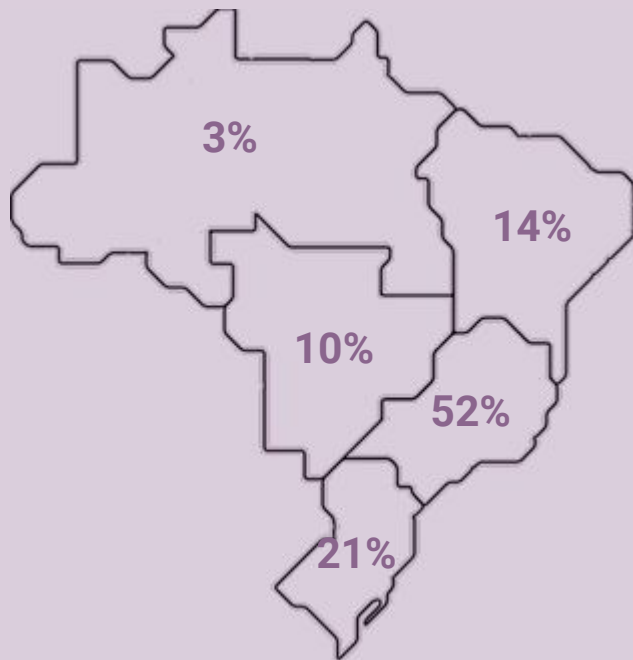
RELATÓRIO DE PESQUISA



Informações Técnicas

Todas as entrevistas foram coletadas utilizando o **Painel de Consumidores Opinion Box**, que possui +1MM de pessoas cadastradas.

REGIÃO

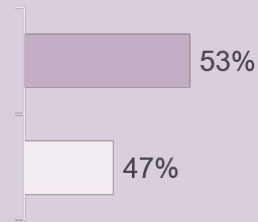


SEXO

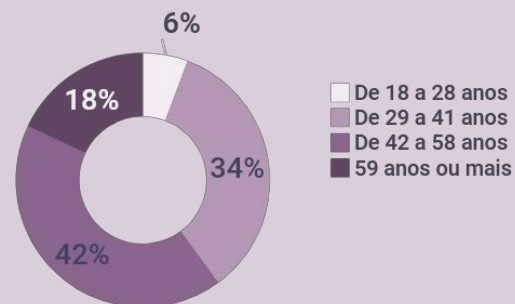


CLASSE SOCIAL

Renda Familiar



FAIXA ETÁRIA



OBJETIVO DA PESQUISA

Entender comportamentos financeiros e hábitos de viagens internacionais entre mulheres, com comparação entre gerações.

SEGMENTAÇÃO PÚBLICO

Mulheres de 18 anos ou mais das classes sociais ABC1 que tiveram alguma vivência internacional nos últimos dois anos ou que pretendem viajar internacionalmente nos próximos cinco anos.

2175

Entrevistas online

Período da coleta

17/04/24 a 30/04/24

Questionário

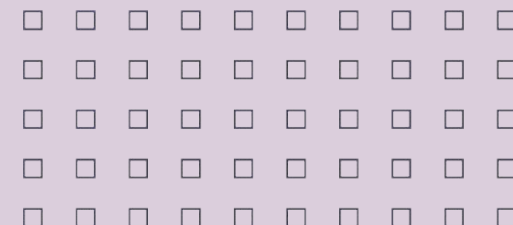
42 perguntas

Margem de erro

2,1 PP

Intervalo de confiança:

95%



INFORMAÇÕES TÉCNICAS

Leitura dos dados

Para potencializar o uso do material, os gráficos e tabelas foram construídos considerando as seguintes leituras:

Total	Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z	AB	C1
Todos os respondentes	Pessoas com 59 anos ou mais	Pessoas com 42 a 58 anos	Pessoas com 29 a 41 anos	Pessoas com 18 a 28 anos	Pessoas pertencentes a classe AB com renda familiar acima de R\$7061	Pessoas pertencentes a classe C1 com renda familiar entre R\$4237 a R\$7060

SE	S	CO+N	NE	Com vivência internacional	Sem vivência internacional	Apenas uma viagem	Mais de uma viagem
Pessoas que vivem na região Sudeste	Pessoas que vivem na região Sul	Pessoas que vivem na região Centro-Oeste e Norte	Pessoas que vivem na região Nordeste	Pessoas que viajaram nos últimos 2 anos para o exterior	Pessoas que nunca viajaram para o exterior	Pessoas que viajaram para o exterior apenas uma vez	Pessoas que fizeram mais de uma viagem para o exterior

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

Leitura dos dados

Para potencializar o uso do material, os gráficos e tabelas foram construídos considerando as seguintes leituras:

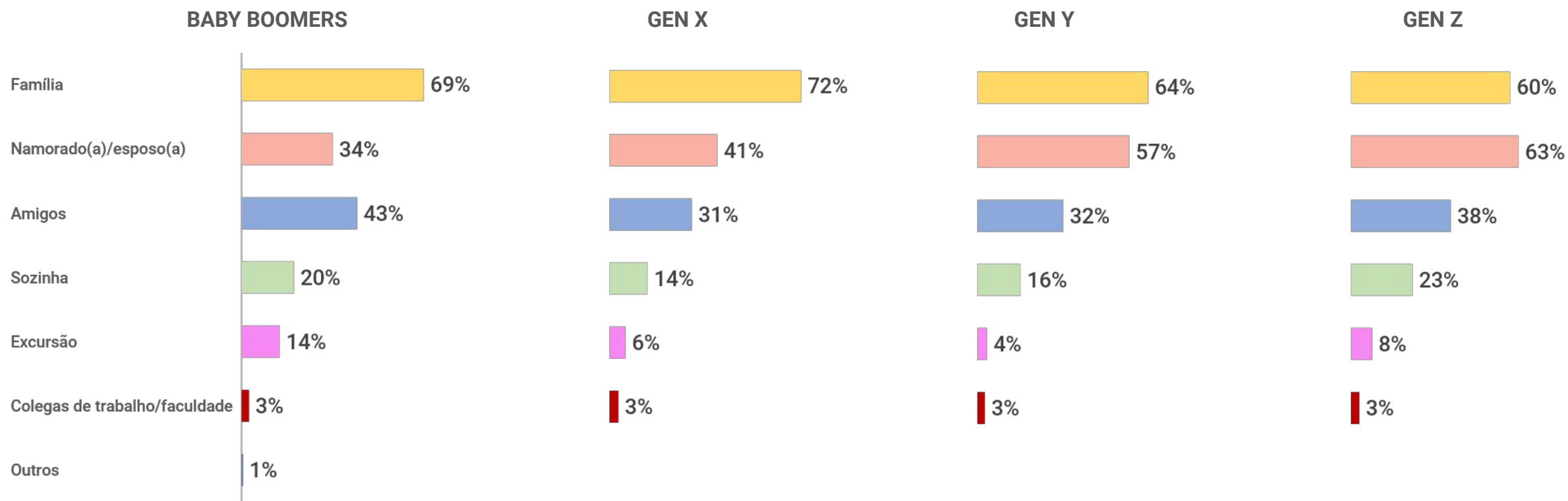
Total	Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z	AB	C1
Base: 2175 Margem de erro: 2,1pp	Base: 391 Margem de erro: 4,9pp	Base: 916 Margem de erro: 3,2pp	Base: 743 Margem de erro: 3,6pp	Base: 125 Margem de erro: 8,8pp	Base: 1151 Margem de erro: 2,9pp	Base: 1024 Margem de erro: 3,0pp

SE	S	CO+N	NE	Com vivência internacional	Sem vivência internacional	Apenas uma viagem	Mais de uma viagem
Base: 1122 Margem de erro: 2,9pp	Base: 448 Margem de erro: 4,6pp	Base: 293 Margem de erro: 5,7pp	Base: 312 Margem de erro: 5,5pp	Base: 1150 Margem de erro: 2,9pp	Base: 1025 Margem de erro: 3,0pp	Base: 378 Margem de erro: 5,0pp	Base: 772 Margem de erro: 3,5pp

PRINCIPAIS INSIGHTS

Ao viajar internacionalmente, as mulheres vão acompanhadas principalmente da **FAMÍLIA** (68%), do(a) **CÔNJUGE** (46%) e dos **AMIGOS** (34%).

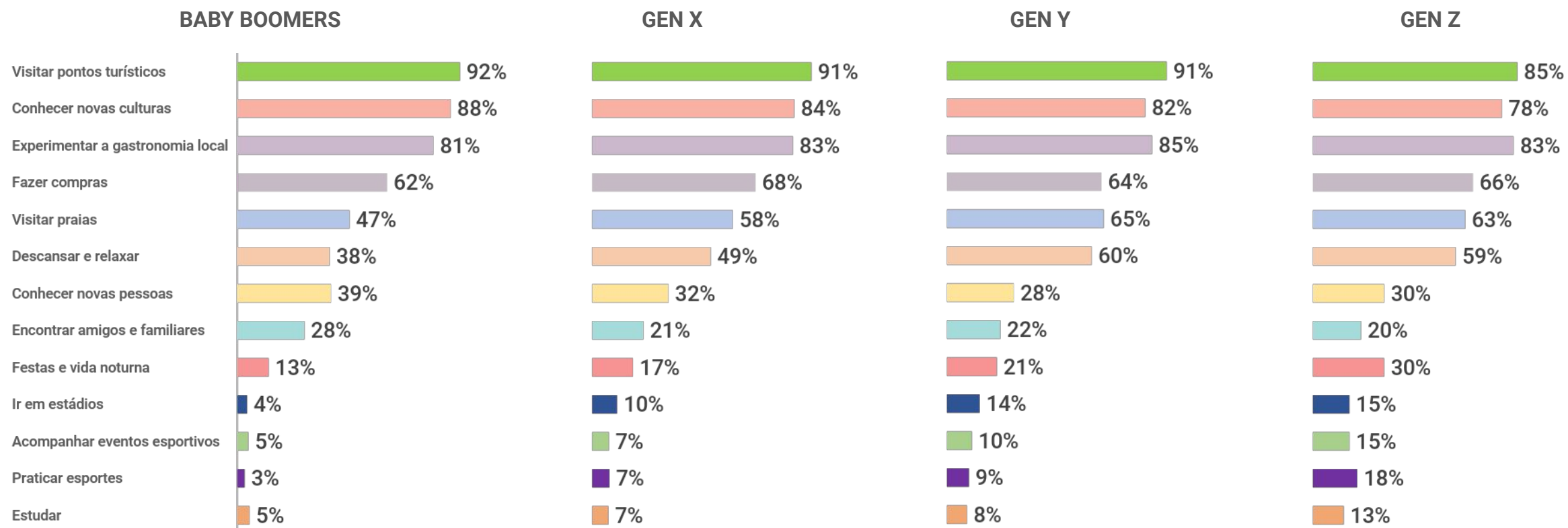
É válido ressaltar que as viagens com os(as) cônjuges têm mais peso entre as gerações mais jovens (Y e Z) do que entre as mais sêniores.



PRINCIPAIS INSIGHTS

As principais atividades que essas viajantes gostam de fazer são semelhantes entre as gerações:
VISITAR PONTOS TURÍSTICOS, CONHECER NOVAS CULTURAS E EXPERIMENTAR A GASTRONOMIA LOCAL.

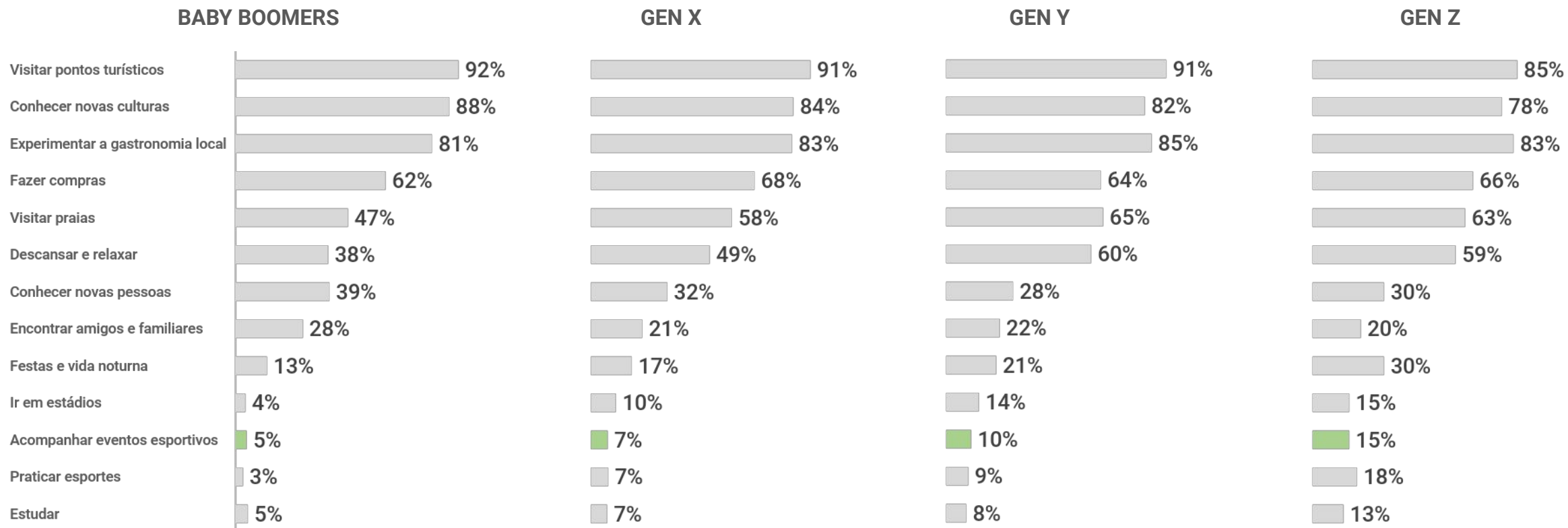
Mas é interessante observar a preferência das gerações mais jovens por:
VISITAR PRAIAS, DESCANSAR E RELAXAR, ACOMPANHAR EVENTOS ESPORTIVOS, IR EM ESTÁDIOS e em FESTAS E VIDA NOTURNA.



PRINCIPAIS INSIGHTS

Entre as viajantes que gostam de acompanhar eventos esportivos em suas viagens, os principais eventos acompanhados são:

OLÍMPIADAS (52%), COPA DO MUNDO DE FUTEBOL MASCULINA (44%) E JOGOS DE NBA (39%).

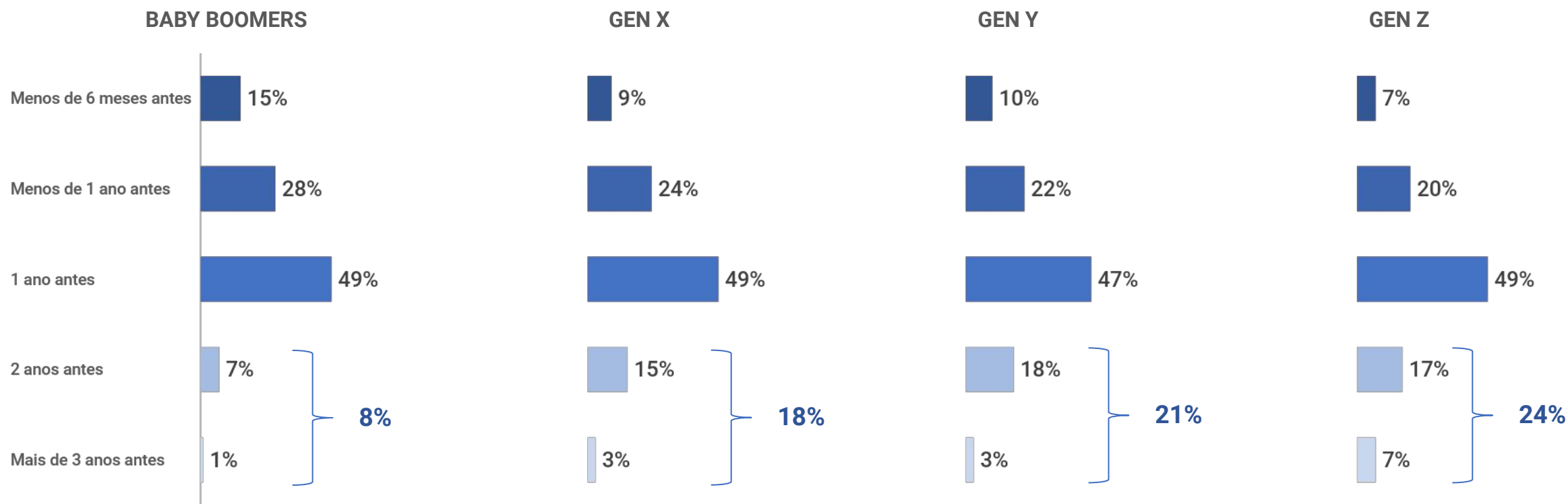


PERGUNTAS: Quais tipos de atividade você gosta de fazer em suas viagens internacionais? Pode marcar mais de uma opção.
/ Você disse que costuma acompanhar eventos esportivos em suas viagens internacionais. Que tipos de eventos você acompanha? Pode marcar mais de uma opção

PRINCIPAIS INSIGHTS

De modo geral, 48% dessas viajantes planejam com **UM ANO DE ANTECEDÊNCIA** suas viagens internacionais, o que está em linha em todas as gerações.

Mesmo assim, vale destacar que o planejamento com mais de dois anos de antecedência é mais comum nas gerações mais jovens do que para as baby boomers.



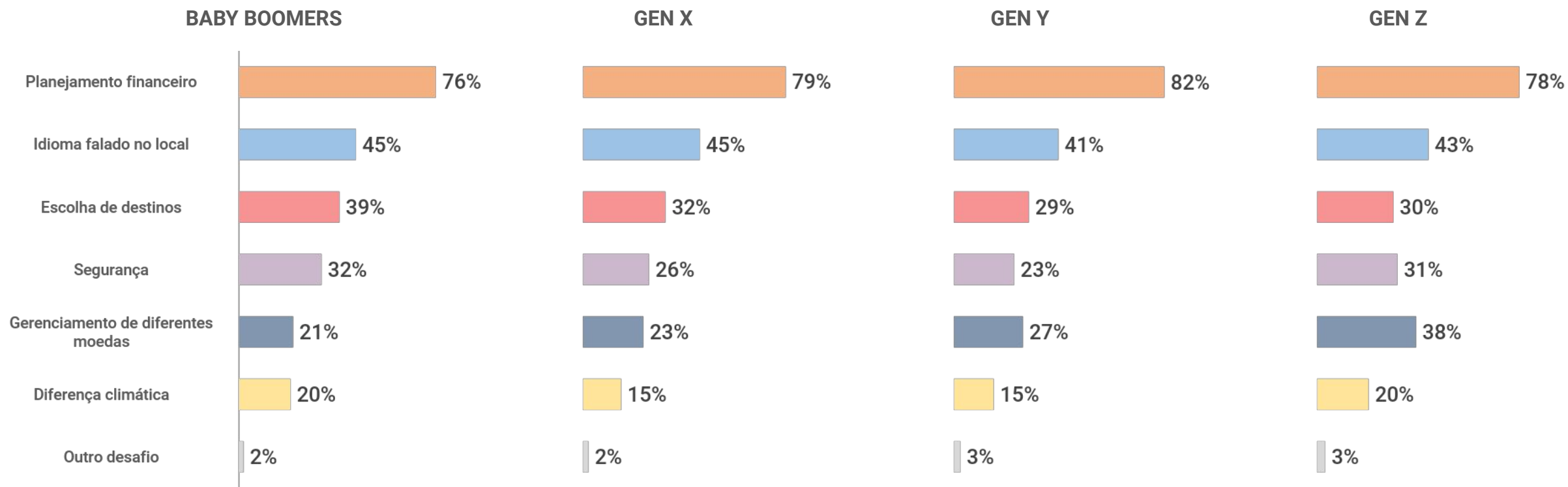
PRINCIPAIS INSIGHTS

Ainda em relação ao planejamento, o principal desafio é comum a todas as gerações.

O PLANEJAMENTO FINANCEIRO é o ponto de maior dificuldade entre as mulheres.

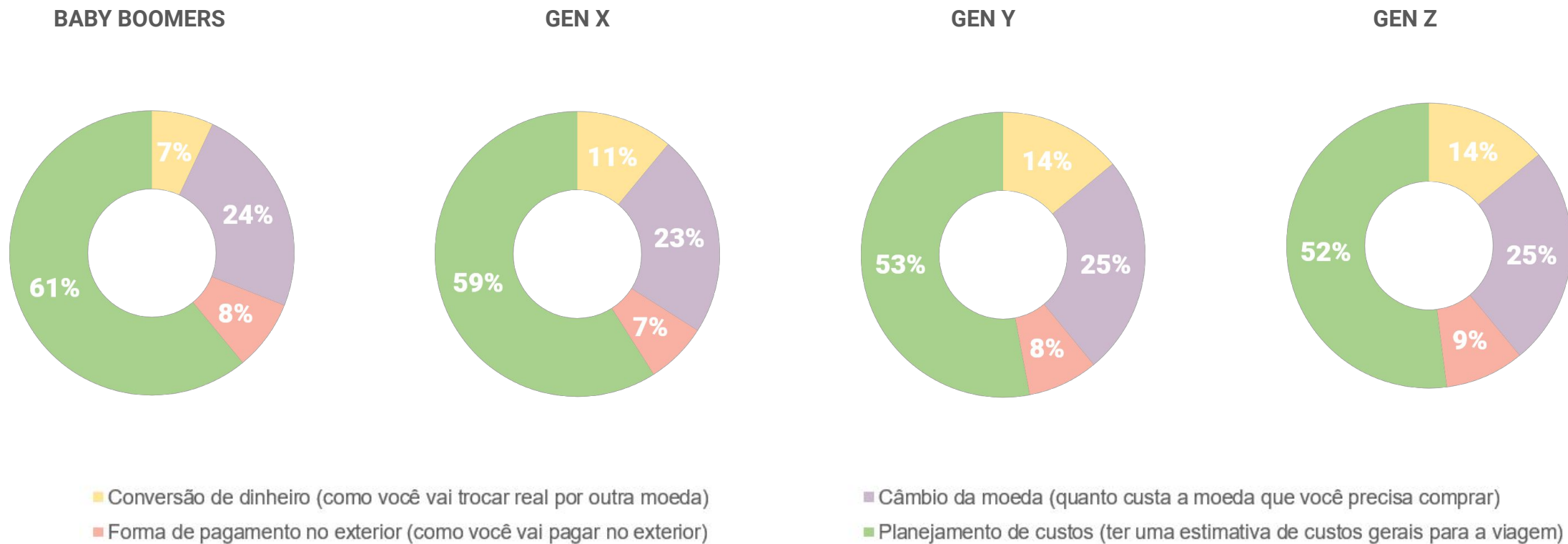
Vale ressaltar também **A MAIOR DIFICULDADE EM GERENCIAR** diferentes moedas pela geração Z

e a menor **PREOCUPAÇÃO COM SEGURANÇA** das gerações X e Y.



PRINCIPAIS INSIGHTS

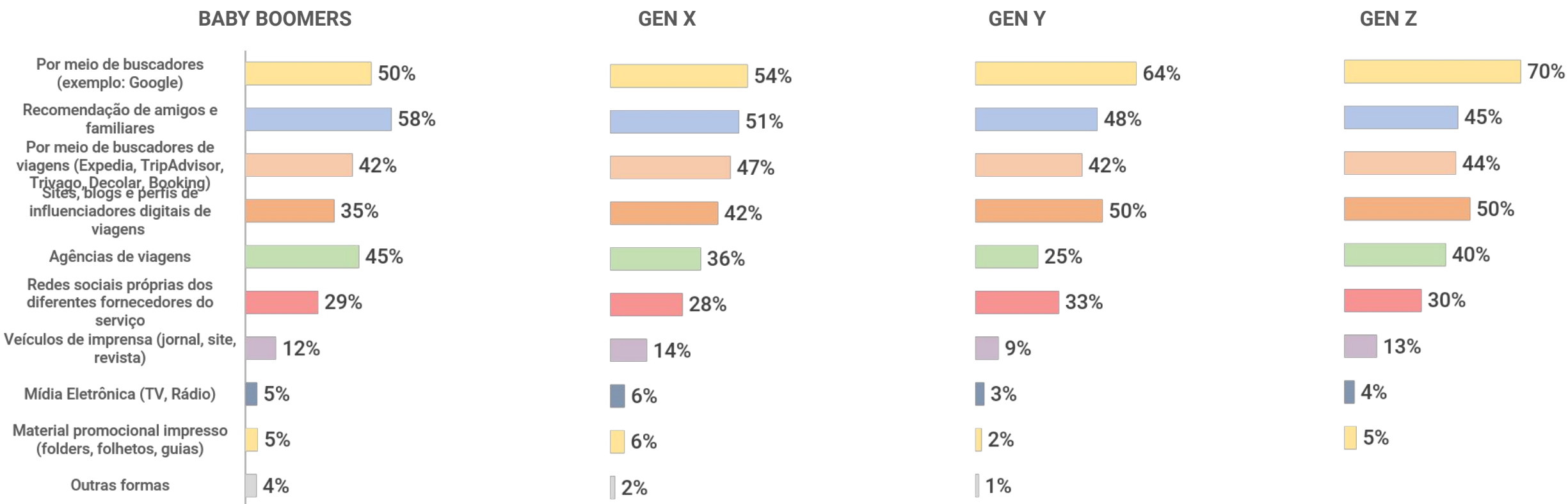
Em relação às preocupações com a gestão de dinheiro, a principal para todas as gerações é referente a **ESTIMATIVA DOS CUSTOS GERAIS DA VIAGEM**.



PERGUNTAS: Pensando em viagens internacionais, enumere abaixo, em ordem de importância, as preocupações com a gestão do dinheiro internacional (sendo 1 mais importante e 4 menos importante):

PRINCIPAIS INSIGHTS

No momento de se informar sobre câmbio, formas de pagamento e outras moedas, as **gerações mais jovens (Y e Z)** acabam buscando mais **EM PLATAFORMAS DIGITAIS** como **BUSCADORES e SITES, BLOGS E PERFIS** de criadores de conteúdo de viagens do que as **baby boomers**, que buscam por meio da **RECOMENDAÇÃO DE AMIGOS e FAMILIARES**, em **BUSCADORES** como Google e por meio de **AGÊNCIA DE VIAGENS**.

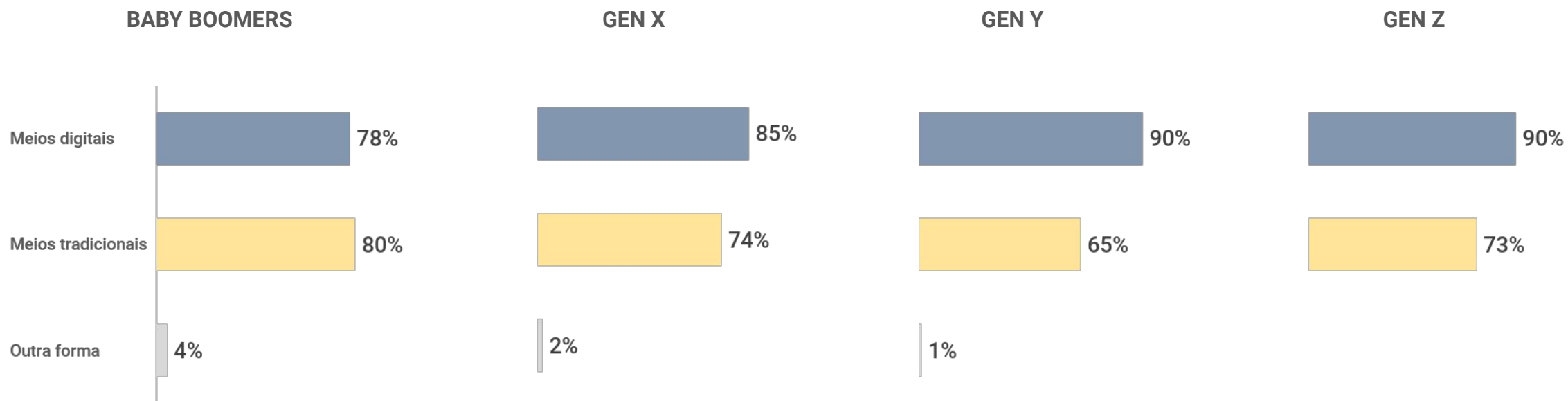


PERGUNTAS: Como você se informa sobre CÂMBIO, FORMAS DE PAGAMENTO e FORMAS DE TER DINHEIRO EM OUTRAS MOEDAS em sua viagem?
Pode selecionar mais de uma opção.

BASE 391 916 743 125

PRINCIPAIS INSIGHTS

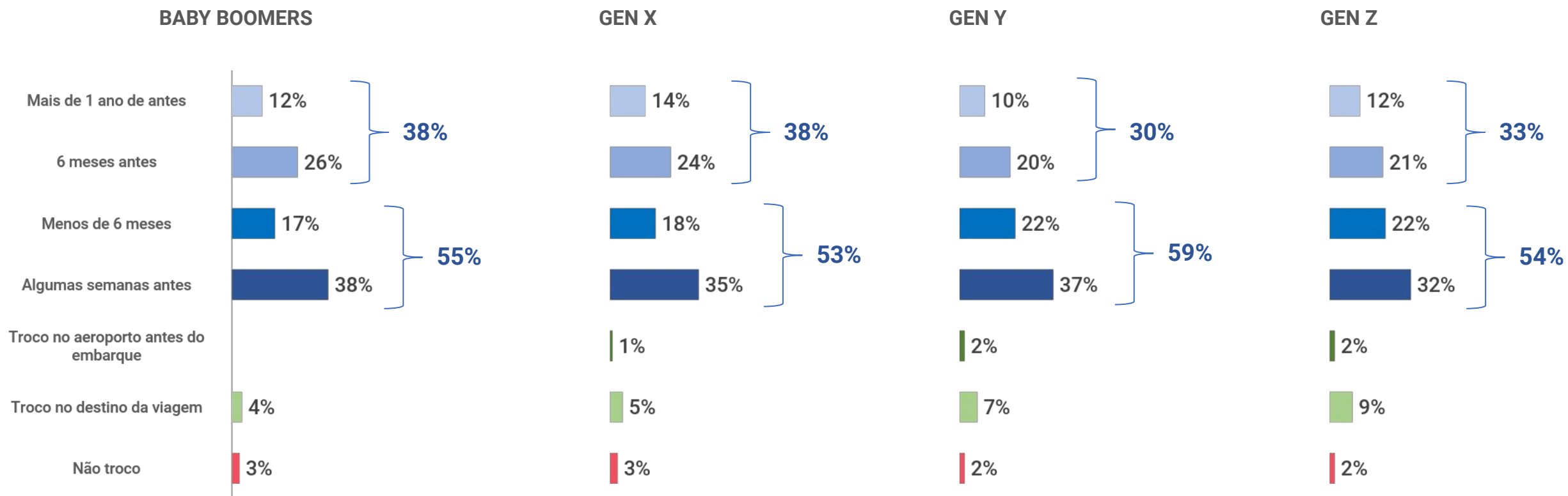
Compilando as informações em dois tipos de meios, percebe-se que, com exceção das baby boomers, em que os meios tradicionais e digitais estão equivalentes, nas demais gerações, os meios digitais se destacam como principais formas de informação.



PRINCIPAIS INSIGHTS

Em linha com o planejamento com **UM ANO DE ANTECEDÊNCIA** para as viagens internacionais,

as mulheres costumam ou pretendem trocar o dinheiro para o câmbio do destino mais próximo do dia da viagem antes de viajar, **EM ATÉ 6 MESES ANTES**.

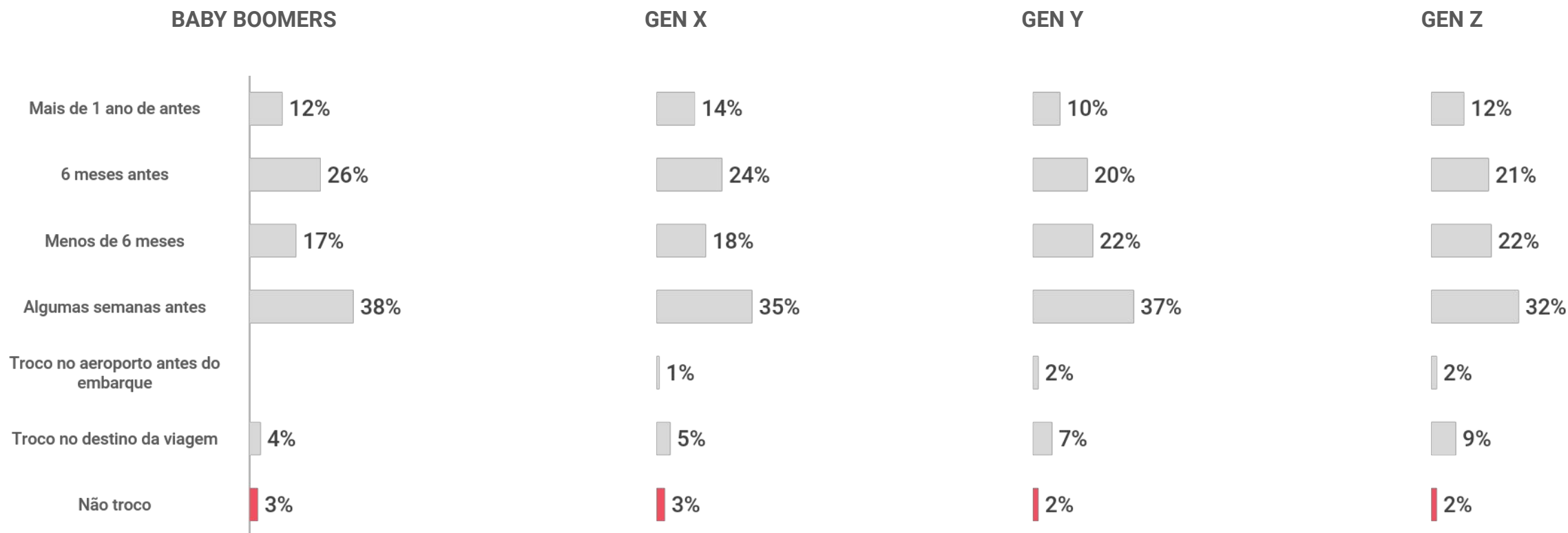


PERGUNTAS: Agora pensando sobre as despesas associadas à viagem, com quanto tempo de antecedência você costuma trocar o real pelo dinheiro do país que vai ou foi viajar?

BASE 391 916 743 125

PRINCIPAIS INSIGHTS

Vale destacar que, entre as que afirmaram não trocar ou pretender trocar o câmbio, o principal motivo foi por **VIAJAREM OU PRETENDEREM VIAJAR COM CARTÃO DE CRÉDITO INTERNACIONAL (69%)**.

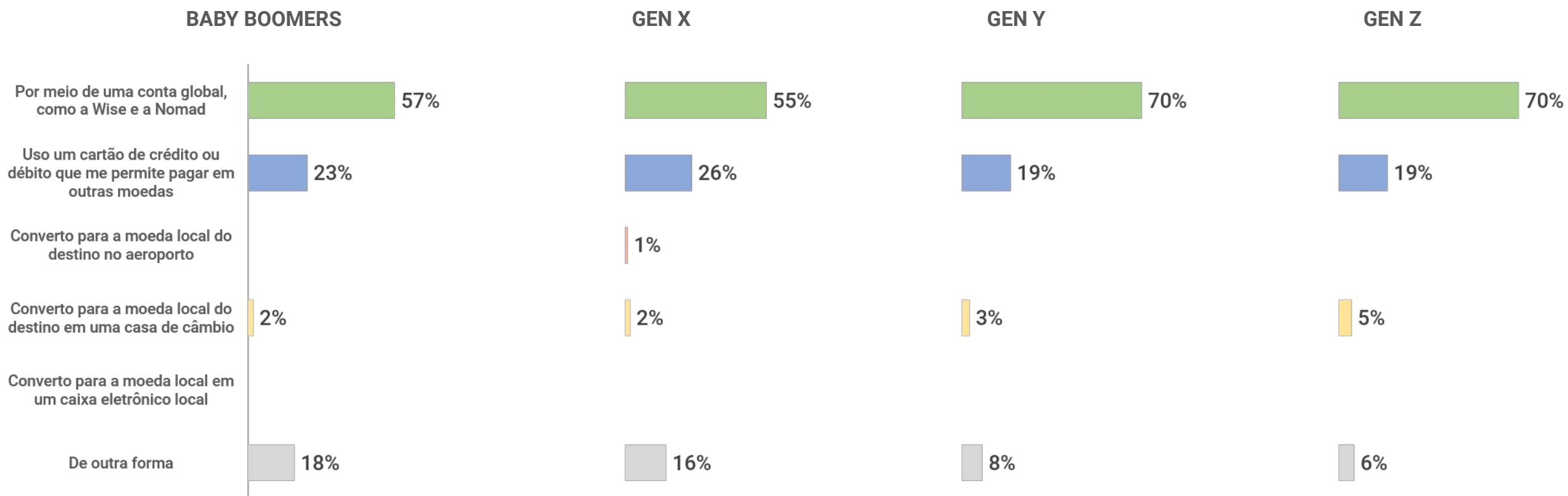


PERGUNTAS: Agora pensando sobre as despesas associadas à viagem, com quanto tempo de antecedência você costuma trocar o real pelo dinheiro do país que vai ou foi viajar? /Você disse que não costuma trocar de dinheiro para o país que irá ou foi viajar. Por que você não troca? Pode marcar mais de uma opção.

PRINCIPAIS INSIGHTS

Pensando no processo de troca de dinheiro, a maior parte dessas mulheres que já viajaram ao exterior preferem realizá-lo por meio **DE UMA CONTA GLOBAL**.

É notória a diferença de força que as contas globais têm, sendo mais presentes nas gerações Y e Z do que Baby Boomers e a X.

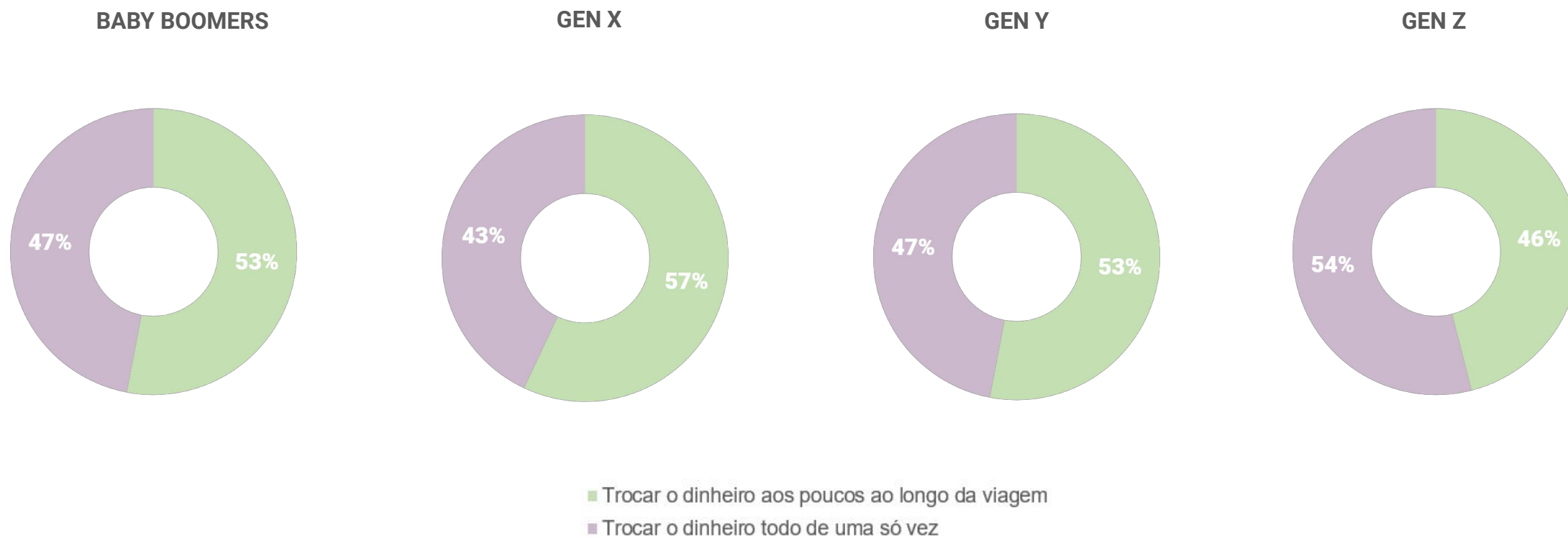


PRINCIPAIS INSIGHTS

Ainda sobre a troca de câmbio, pode-se perceber que existe um equilíbrio com uma tendência para cada geração.

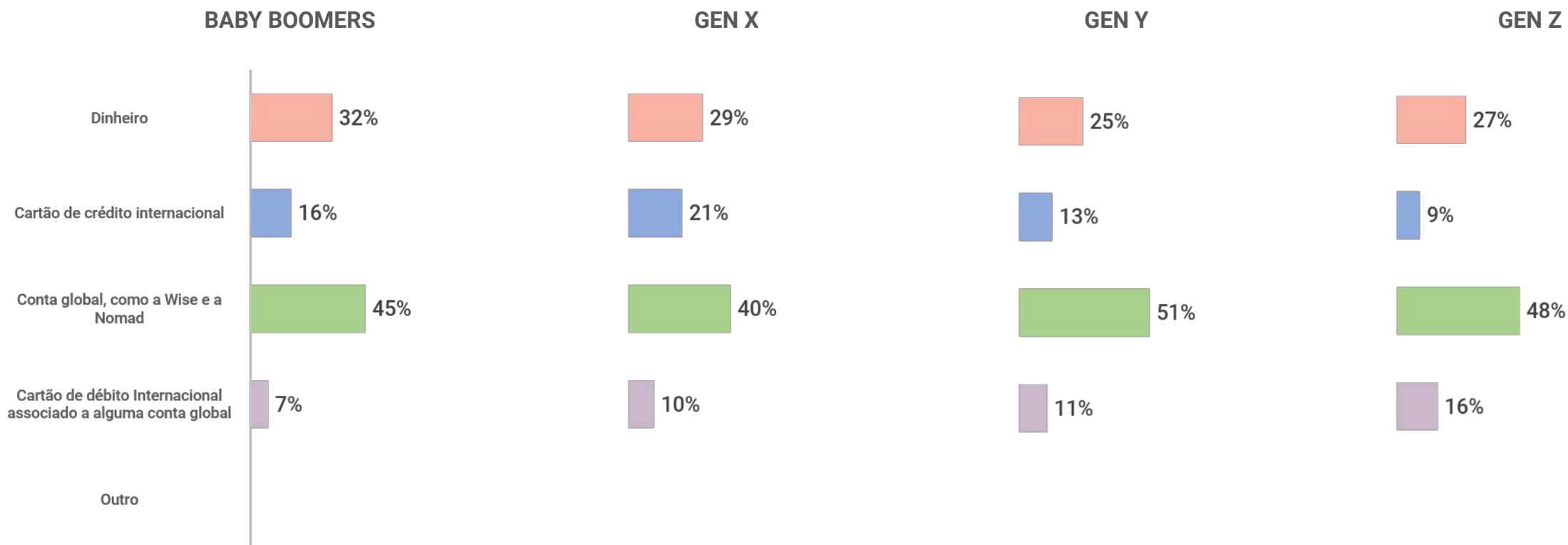
Enquanto as mulheres Baby Boomers e das gerações X e Y tendem a **TROCAR O DINHEIRO AOS POUCOS**.

As da geração Z tendem a trocar **TODO O DINHEIRO DE UMA SÓ VEZ**.



PRINCIPAIS INSIGHTS

Avaliando a principal forma **UTILIZADA** para pagar as despesas se destacam as **CONTAS GLOBAIS!**

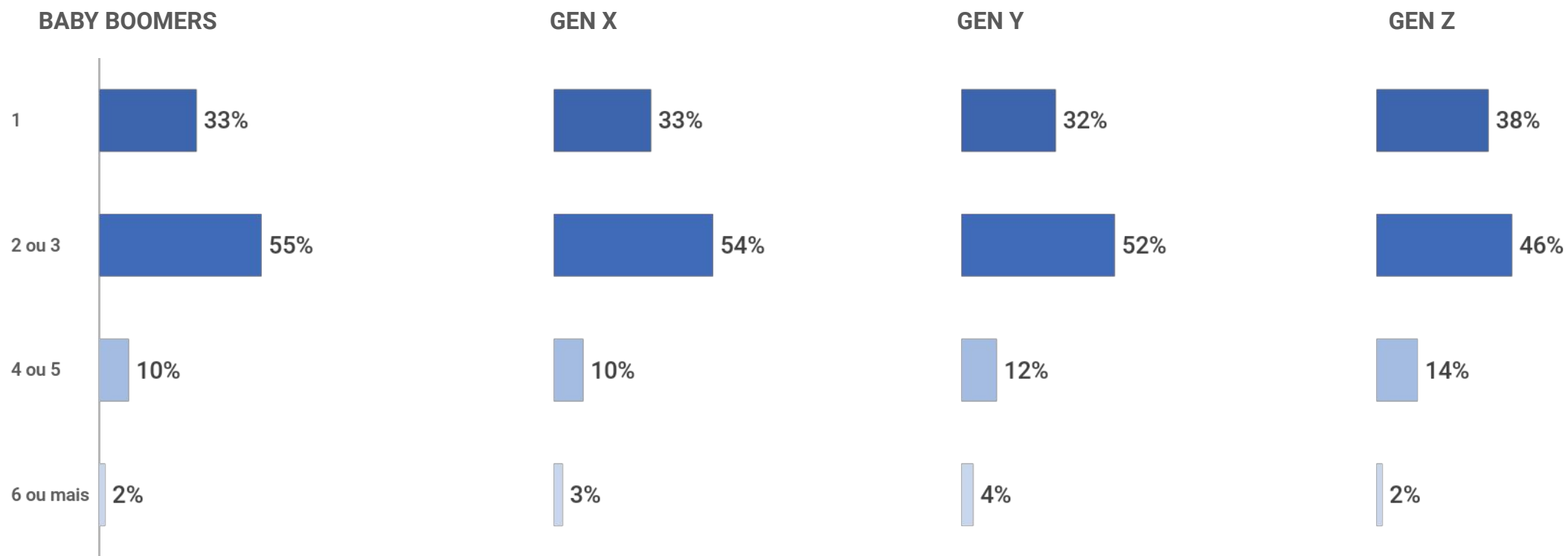


PERGUNTAS: Considerando como você costuma pagar as despesas de suas viagens, comece enumerando com "1", a principal forma de pagamento que você utiliza, com "2" a segunda e assim por diante

PRINCIPAIS INSIGHTS

A maior parte dessas mulheres já realizou mais de uma viagem para o exterior.

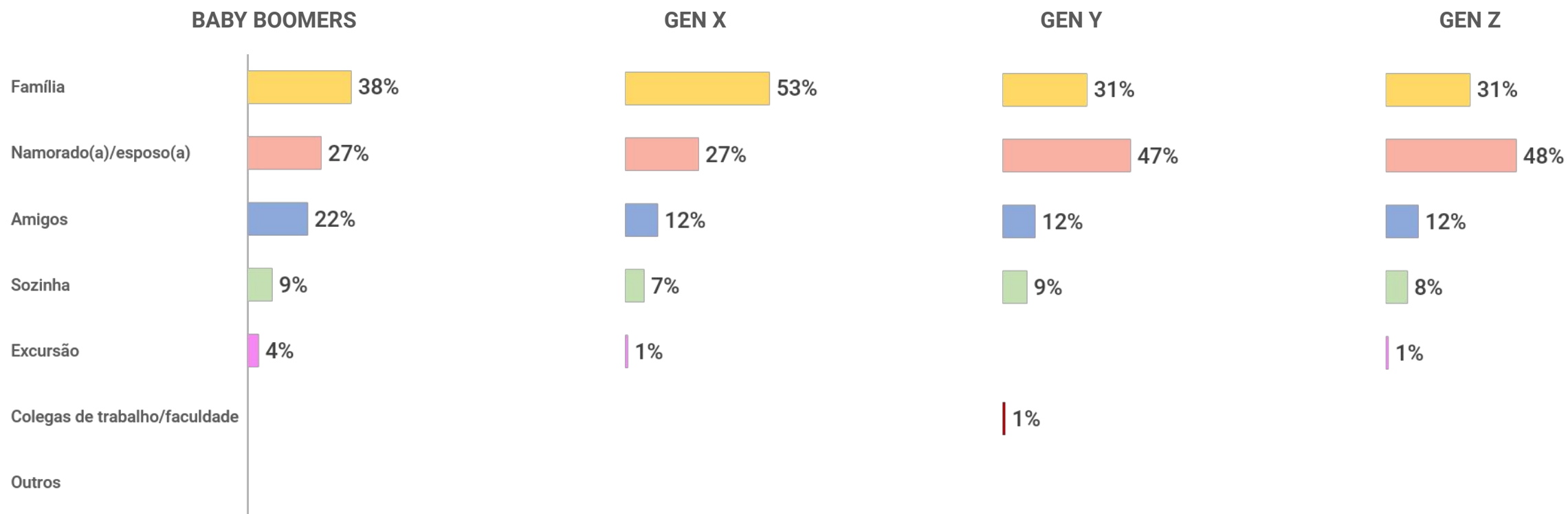
Avaliando por geração, percebe-se que as gerações mais jovens são as que têm uma menor quantidade de viagens.



PRINCIPAIS INSIGHTS

Nessas viagens, as mulheres foram acompanhadas principalmente da **FAMÍLIA** (42%), do(a) **CÔNJUGE** (34%) e dos **AMIGOS** (14%).

Ao verificar por geração, é interessante observar que as viagens com **AMIGOS** acontecem principalmente com os **BABY BOOMERS**, as com os(as) **CÔNJUGES** tem maior peso nas **GERAÇÕES Y e Z** e as com a **FAMÍLIA** ocorrem principalmente na **GERAÇÃO X**.



PRINCIPAIS INSIGHTS

E entre as viajantes que foram a lazer, os maiores desafios financeiros que elas enfrentaram foram **OS PREÇOS DOS PASSEIOS / ATRAÇÕES TURÍSTICAS, OS PREÇOS DAS DIÁRIAS DOS HOTEIS, AS TAXAS DE VOO E BAGAGEM E AS TAXAS DE CÂMBIO INFLACIONADAS.**

Além disso, **AS BABY BOOMERS FORAM AS QUE MENOS TIVERAM PROBLEMAS FINANCEIROS.**

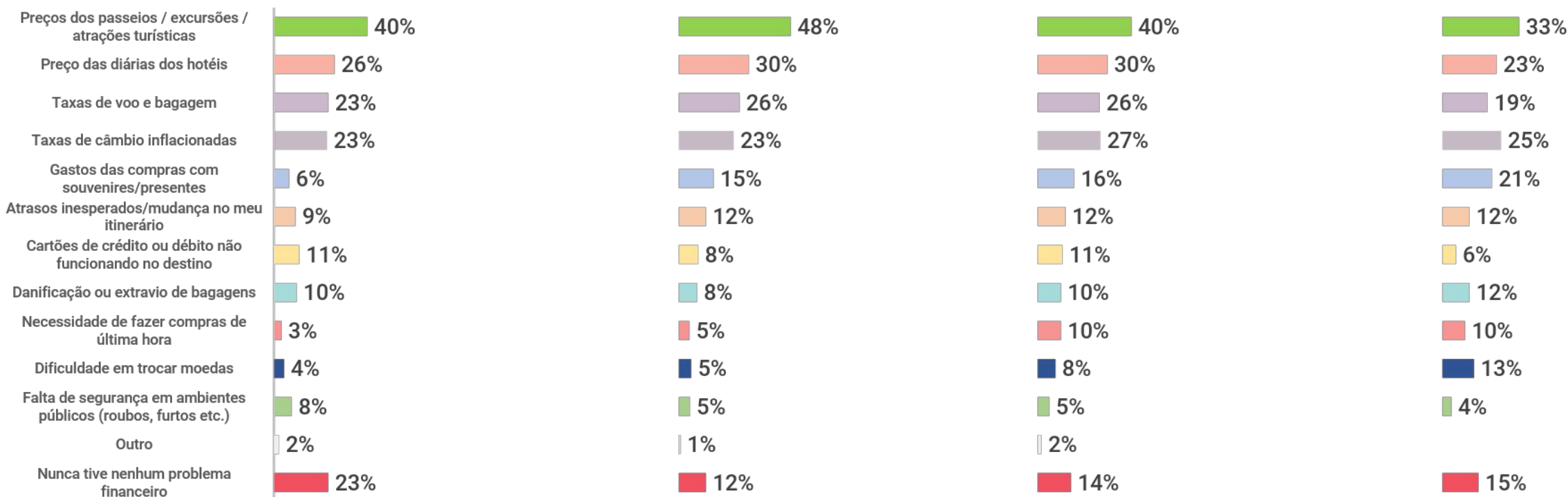
23% nunca tiveram em contraponto aos 12% da geração X, 14% da Y e 15% da Z.

BABY BOOMERS

GEN X

GEN Y

GEN Z



PRINCIPAIS INSIGHTS

Ainda, pretendem realizar a troca de câmbio por meio **DE UMA CONTA GLOBAL**

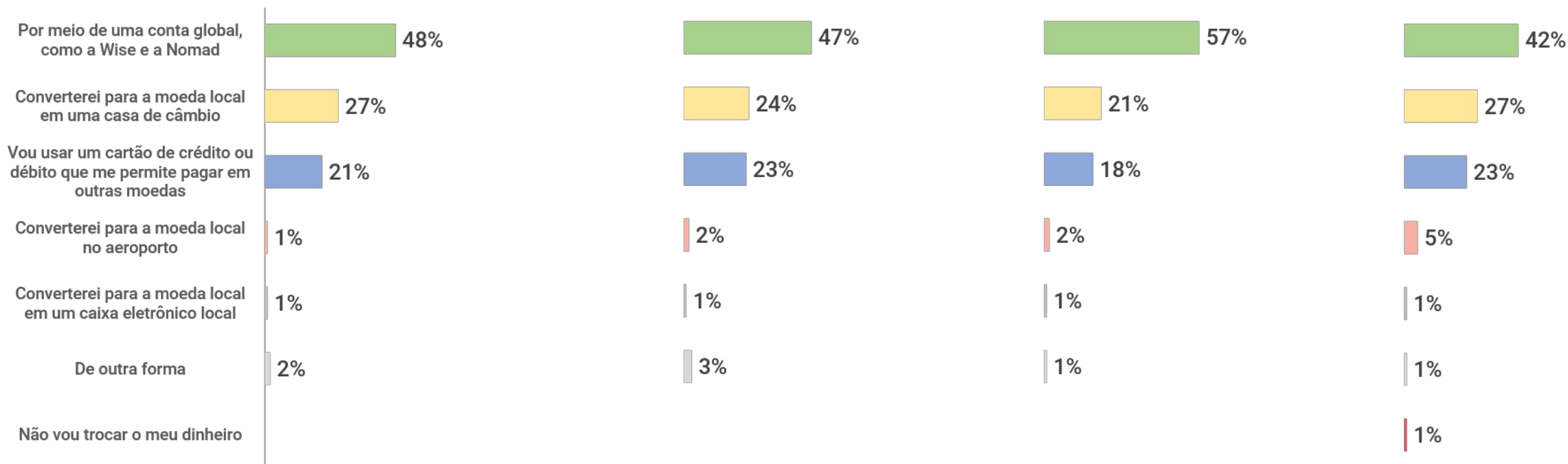
É interessante ressaltar **61%** de quem já **teve uma experiência internacional** **prefere utilizar a conta global** versus 39% de quem ainda não viajou ao exterior.

BABY BOOMERS

GEN X

GEN Y

GEN Z

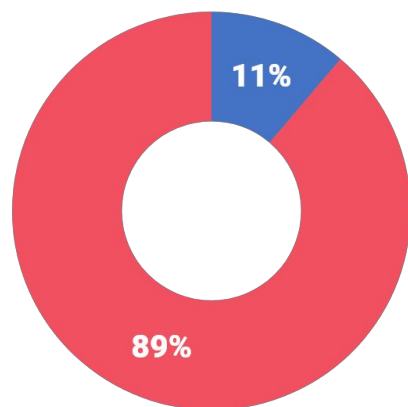


PRINCIPAIS INSIGHTS

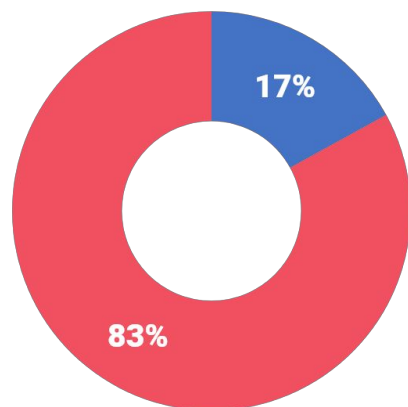
Entre as mulheres que já tiveram alguma experiência internacional,
17% VIAJARAM PARA ACOMPANHAR UM EVENTO ESPORTIVO.

Entre as gerações, as que mais se destacam por terem viajado com esse propósito são as gerações Y e Z.

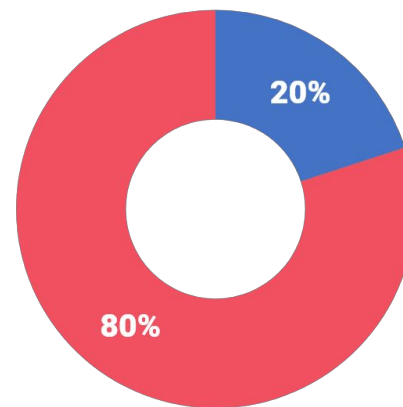
BABY BOOMERS



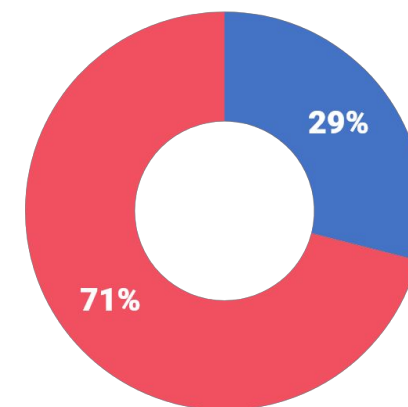
GEN X



GEN Y



GEN Z



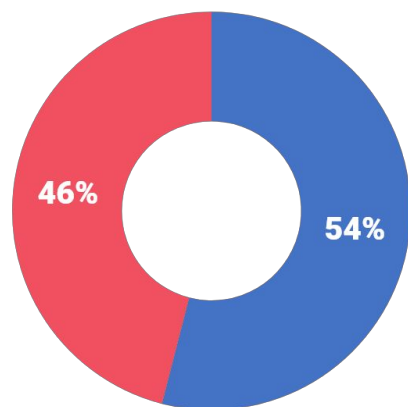
■ Sim ■ Não

PRINCIPAIS INSIGHTS

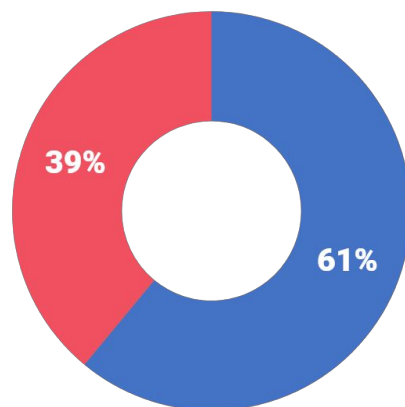
Para essas mulheres, **EXISTEM DIFERENÇAS NO PLANEJAMENTO** de uma viagem para acompanhar um evento esportivo em relação a outras que não tem esse objetivo (60%).

Os atributos que mais se diferem nesse planejamento são: **a necessidade de reduzir os locais que poderia visitar (43%), necessidade de juntar mais dinheiro para comprar os ingressos e pagar por uma hospedagem mais próxima do local do evento (38%) e pagar com mais antecedência a hospedagem (37%).**

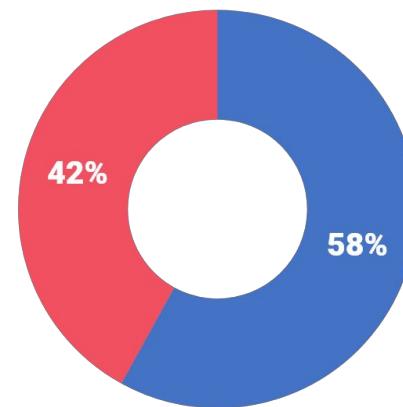
BABY BOOMERS



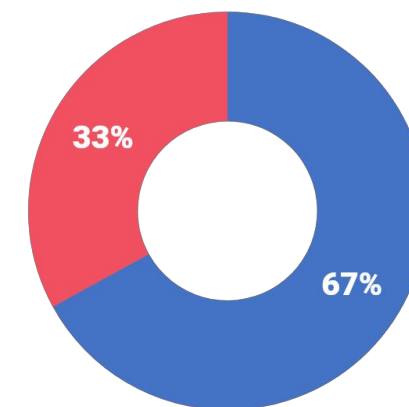
GEN X



GEN Y



GEN Z



■ Sim ■ Não

PERGUNTAS: Pensando exclusivamente no planejamento dessa viagem para participar desse evento [QID98-ChoiceTextEntryValue], houve diferenças no seu planejamento dessa viagem para uma outra que não tinha esse foco? / Quais aspectos foram diferentes no planejamento da sua viagem com foco principal de participar de um evento esportivo?

BASE 28 82 72 18

PRINCIPAIS INSIGHTS

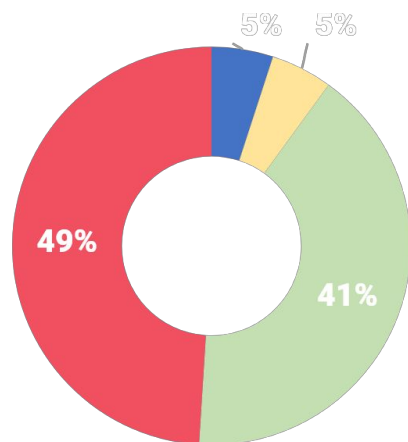
E entre as mulheres que não viajaram internacionalmente ou não tinham viajado para acompanhar um evento esportivo,

59% TERIAM INTERESSE EM VIAJAR AO EXTERIOR PARA ACOMPANHAR UM EVENTO ESPORTIVO.

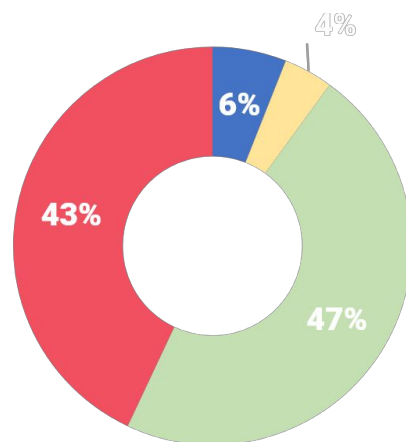
Vale o destaque da geração com maior interesse são as **GERAÇÕES Y (65%) e Z (61%)**

e o perfil com maior interesse serem as **mulheres com vivência internacional (64%)**.

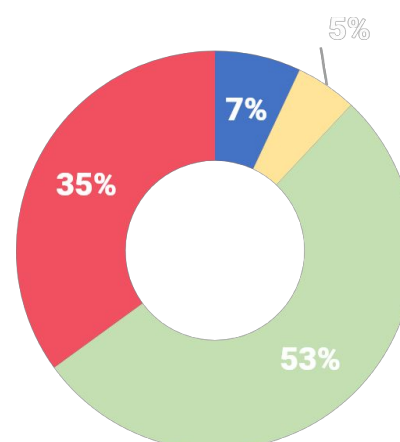
BABY BOOMERS



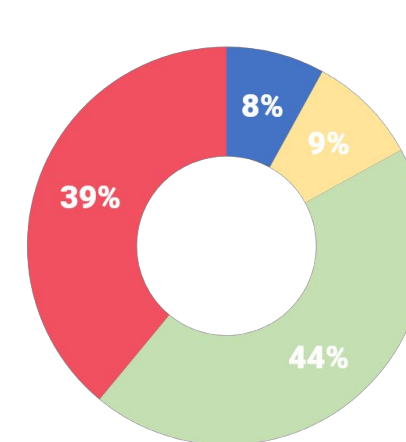
GEN X



GEN Y



GEN Z



■ Sim, apenas nacionalmente

■ Sim, apenas internacionalmente

■ Sim, para destinos nacionais e internacionais

■ Não viajaria com esse foco

PRINCIPAIS INSIGHTS

Por fim, os maiores desafios para essas mulheres que têm interesse em viajar para acompanhar um evento esportivo são:

O AUMENTO DOS PREÇOS DOS SERVIÇOS DE VIAGEM E HOSPEDAGEM E DOS INGRESSOS, DIFICULDADE EM CONSEGUIR OS INGRESSOS e A LOTAÇÃO DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS durante o evento.

