



Estudio de Venta Online Travel 2023

Versión Pública

En colaboración con:



Fecha de publicación: Septiembre 2023



¿Quiénes somos?



La
**organización
de eCommerce
más grande
en México.**

+ de 565

empresas afiliadas,
de todos los giros y tamaños. Una
comunidad de expertos en eCommerce

Principales categorías representadas: Ropa y Calzado, Muebles y Hogar, Electronicos, Viajes, Multicategoría, Alimentos y Bebidas, Deportes, B2B, Servicios financieros, Belleza, Automotriz, Farmacia, Mascotas, Entretenimiento, Infantil, Lujo, Telefonía...

Principales soluciones representadas: Agencias y tecnologías de Marketing, Soluciones de omnicanalidad, Medios de pagos, Logística, Consultoría de eCommerce, Soluciones antifraudes y ciberseguridad, Marketplaces, Abogados Contact centers, Hosting...





Gratis

Estudios de industria

Estudios de mercado para todas las empresas

El objetivo de los estudios para la industria es **evangelizar y mostrar un contexto general del eCommerce en México** y el shopper digital.

Oferta de estudios AMVO

A

Afiliados
(versión completa)

P

Pública
(indicadores generales)

EP

Aplica únicamente para empresas de campañas masivas



Con costo

AMVO Analytics

Estudios bajo solicitud

El objetivo de los estudios para el negocio es **profundizar en interrogantes que van más allá del alcance de los estudios de industria** y responder objetivos de negocio específicos.

D

Extracción de datos desde estudios para la industria comparando segmentos variables y tendencias

S

Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas

AH

Atiende objetivos específicos de negocio y es realizado a la medida del cliente



AMVO Estudios

Gratuito

Con Costo

P

A

EP

D

S

AH

Temáticas	Tipo de Reportes	Versión Pública	Versión Afiliados	Versión Empresa Participante	Desk Research*	Estudios Sindicados	Ad hoc*
Estudios sobre el Consumidor Online	<ul style="list-style-type: none"> Estudio Venta Online Estudios por Categoría (Moda, Electrónicos, Alimentos y Bebidas, Muebles, entre otros) Reporte de Temporalidades 	✓	✓	N/A	<ul style="list-style-type: none"> Entendiendo al consumidor digital vs campañas masivas Por grupos de análisis (edad, tipo de usuario, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas tendencias del consumidor Marketplaces & Marcas Deep dive categorías 	<ul style="list-style-type: none"> Shopper journey Árboles de decisión Segmentaciones de compradores Análisis de tráfico, etc.
Estudios sobre Campañas Masivas	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de expectativas de compra de campaña Reporte de Resultados de campaña 	✓	✓	*Empresas participantes en Medición de ventas	<ul style="list-style-type: none"> Por grupos de análisis (edad, tipo de usuario, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> HOT SALE El Buen Fin 	<ul style="list-style-type: none"> Deep dive del desempeño de la marca durante la campaña
Estudios sobre Comercios & Marcas	<ul style="list-style-type: none"> Estudios sobre PyMEs Estudios sobre Comercios y Marcas que venden en línea Estudios sobre KPIs (Logística, Medios de Pago & Fraudes) 	✓	✓	*Empresas participantes en Medición de ventas	N/A	N/A	N/A

www.amvo.org.mx/publicaciones/





¿Buscas información específica o algún estudio a la medida?

Para cotizaciones, escríbenos:
estudios@amvo.org.mx

Momento 1. Entendimiento Digital

Comportamiento de la categoría en el canal online

Detección de Wants & Needs digitales

Análisis de Tráfico online

Experiencia del consumidor online

Salud de marca en digital

Momento 2. Desempeño Operativo

Análisis de puntos de dolor

Análisis de performance

Análisis de flujos de navegación y conversión

Análisis de competencia

Análisis de estrategias de precios

Análisis de User Experience

Momento 3. Decisiones estratégicas

Valor de mercado

Madurez Omnicanal

Consultoría especializada

Benchmarks Internacionales

Oferta Educativa



**Programas
Especializados**



**Programas
a la medida**



**Diplomado Ejecutivo
en E Commerce**

ACT | Analizar
Capacitar
Transformar

Metodología de capacitación para impulsar las ventas en línea

Más información: educación@amvo.org.mx

La versión extendida de este estudio es un beneficio exclusivo de los Afiliados a la Asociación Mexicana de Venta Online y Empresas Participantes en la campaña. Si deseas tener acceso a esta información, afíliate con nosotros.

Si deseas tener acceso a esta información, afíliate con nosotros.

<https://www.amvo.org.mx/afiliate/>



Contenido del estudio

1. Expectativas de compra TRAVEL 2023

- Metodología
- Intención de compra en los próximos 12 meses
- Perfil demográfico del viajero potencial
- Fuentes consultadas en las compras de viajes
- Tipos de viajes de los compradores
- Destinos preferidos por los consumidores (Nacional e Internacional)
- Frecuencia de la omnicanalidad
- Canal de compra
- Categorías potenciales de compra para Travel 2023
- Ofertas y descuentos esperados
- Planeación de uso de los métodos de pago
- Momento ideal para comprar por Internet productos o servicios relacionados con viajes
- Presupuesto para compras en línea en su próximo viaje
- Conocimiento e intención de compra durante la campaña HOT TRAVEL



Resumen Ejecutivo

Hay una alta proporción de viajeros potenciales, en donde 7 de cada 10 declara que tiene planeado realizar algún viaje en los próximos 12 meses. Destacan los viajes nacionales, principalmente Cancún, Puerto Vallarta y Oaxaca dentro del top 3 de destinos, mientras que crece el interés por viajar a otros destinos como Mazatlán, Mérida y Guadalajara en comparación con 2021.

Si bien hay un gran interés por los destinos nacionales, hay un crecimiento de la proporción de viajeros que planean realizar un viaje a destinos internacionales, entre los que destacan Estados Unidos, Colombia, España y Francia.

El perfil de este viajero se concentra en el género masculino, entre los 35 a 44 años, con un alto nivel de bancarización, con empleo y con más de \$10,000 de presupuesto para el viaje.

El propósito de viaje se centra principalmente en Vacaciones y descanso, en donde 9 de cada 10 planea viajar en los próximos 12 meses con esta finalidad. La conexión familiar y de amigos, explorar nuevas culturas y tradiciones, así como la aventura generan interés entre los viajeros potenciales.

Travel es una de las industrias que tiene mayor relevancia de sus búsquedas y compras en el canal digital relacionadas con la categoría. Más de la mitad de los viajeros potenciales (53%) planea comprar todo lo relacionado con su viaje a través de Internet, mientras que la interacción con el canal físico no es tan relevante en cuestiones de búsquedas.

Entre las principales categorías adquiridas destacan las compras de boletos de avión, así como la reservación del hospedaje y paquetes turísticos a través del canal online. También resalta el interés de comprar categorías retail como Moda y Belleza y Cuidado personal.

Entre las diferentes ofertas y descuentos esperados por los viajeros potenciales, destaca el beneficio de meses sin intereses en sus compras realizadas a través del canal digital.

Hay una gran oportunidad para seguir desarrollando a la categoría de viajes dentro de las campañas masivas, ya que es en estas temporalidades en donde los viajeros potenciales consideran que es el momento ideal para realizar sus compras: 6 de cada 10 conocedores de HOT TRAVEL, tienen intención de realizar sus compras durante la campaña.





Expectativas de viajes durante los próximos 12 meses

Metodología

Base Total: 522 encuestas completas.

Levantamiento: Agosto 2023

Perfil: Internauta mexicano 18 años en adelante.

Representatividad: Nivel nacional (Áreas Nielsen)

Intervalo de Confianza: 95%

Margen de error: +/-5%

El levantamiento de información es realizado a través del panel online AMVO, el cual consiste en una comunidad de consumidores online que comparten información a través de encuestas y otras técnicas de recolección de datos.

	Áreas Nielsen
A1 > Pacífico	Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit
A2 > Norte	Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas
A3 > Bajío	Aguascalientes, Jalisco, Guanajuato, Colima, Michoacán
A4 > Centro	Hidalgo, Querétaro, Morelos, Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Guerrero
A5 > CDMX	Ciudad de México
A6 > Sureste	Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Oaxaca, Tabasco



Viajes: Intención de compra en los próximos 12 meses

7 de cada 10 personas planea realizar algún viaje en los próximos 12 meses.

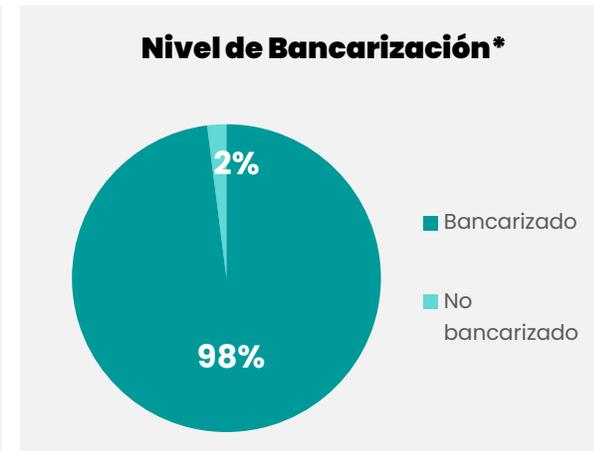
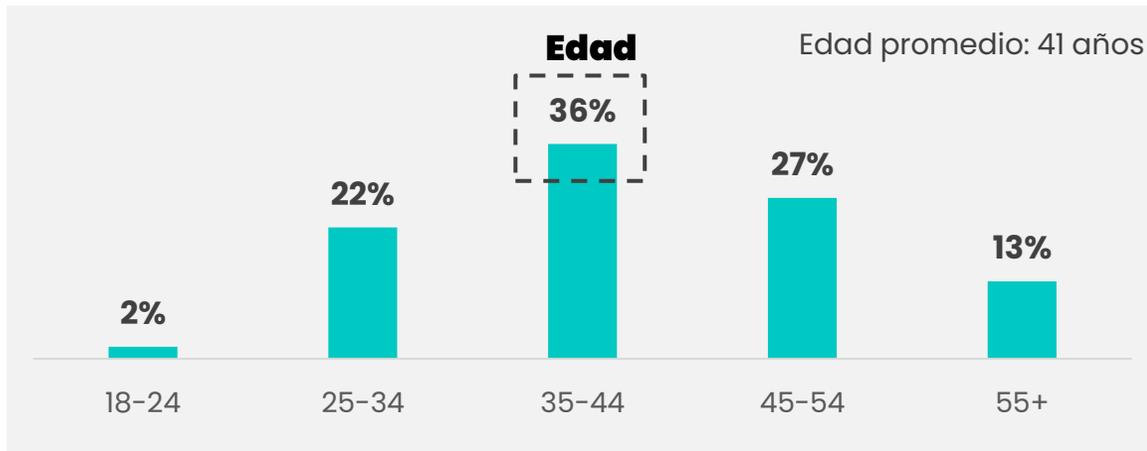
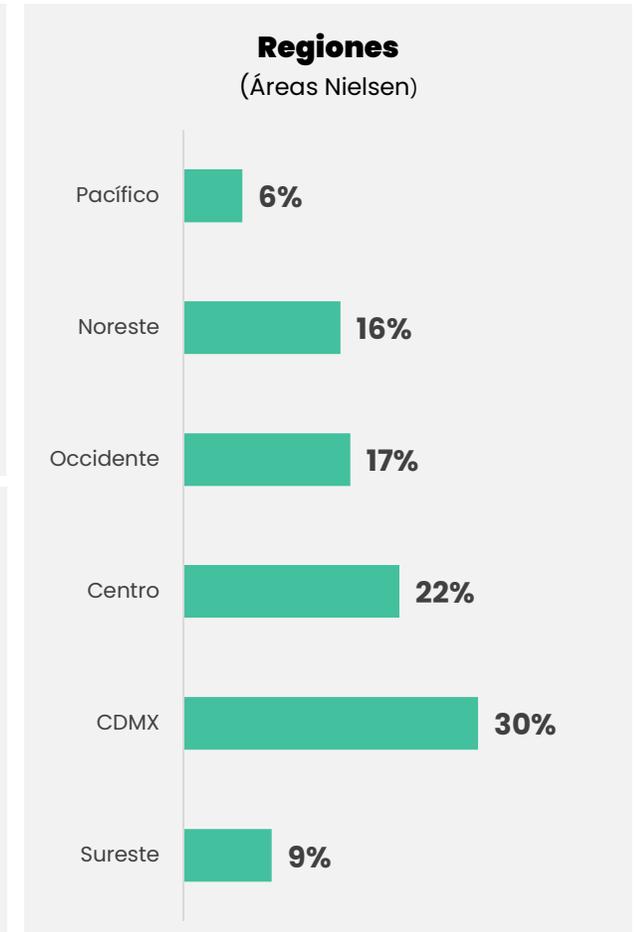
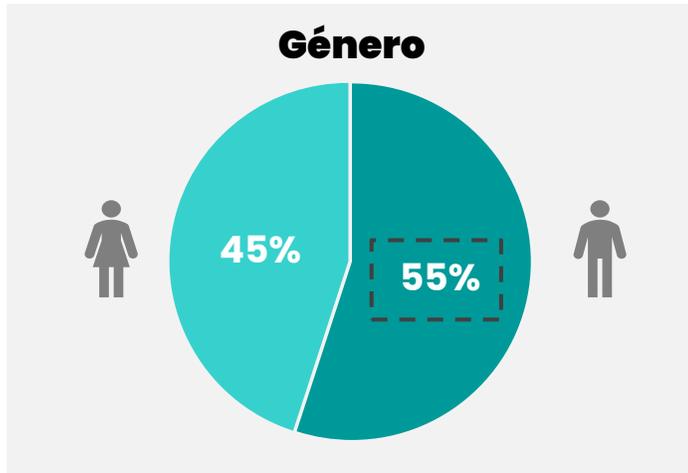


Los consumidores que estarán realizando viajes durante los próximos 12 meses se concentran en hombres, de 35 a 44 años, principalmente de un perfil bancarizado, con empleo.



Perfil demográfico del viajero potencial

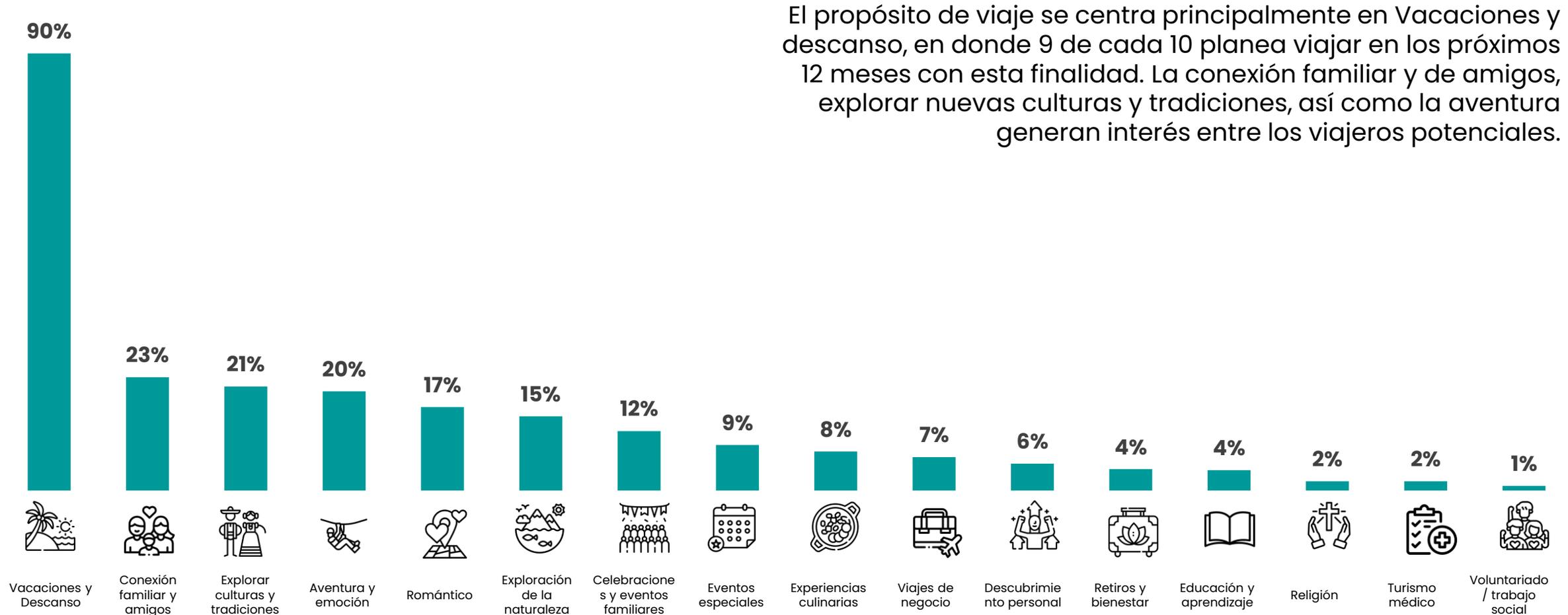
Los consumidores que estarán realizando viajes durante los próximos 12 meses se concentran en hombres, de 35 a 44 años, principalmente de un perfil bancarizado, con empleo.



60% declaró que su presupuesto de viaje será mayor a \$10,000 MXN

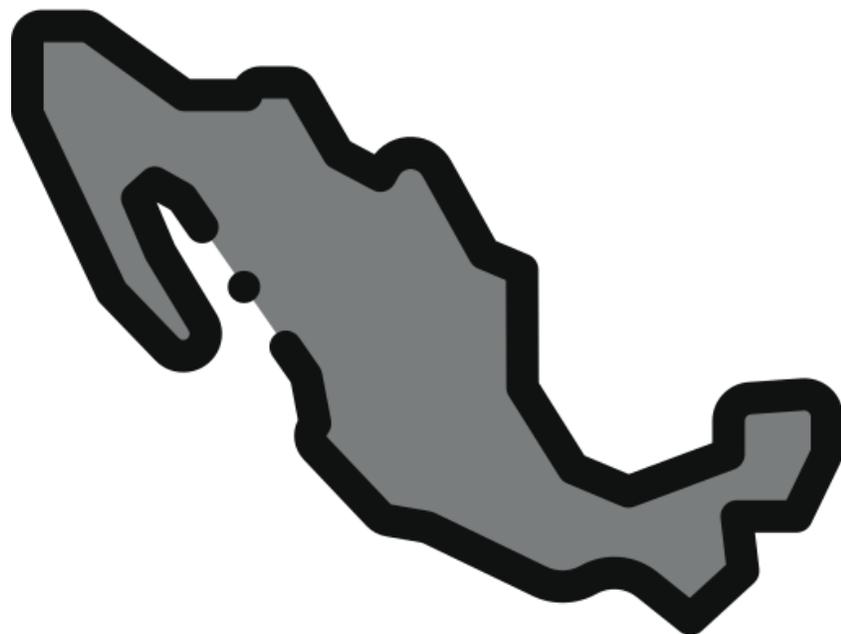


Propósito de viaje



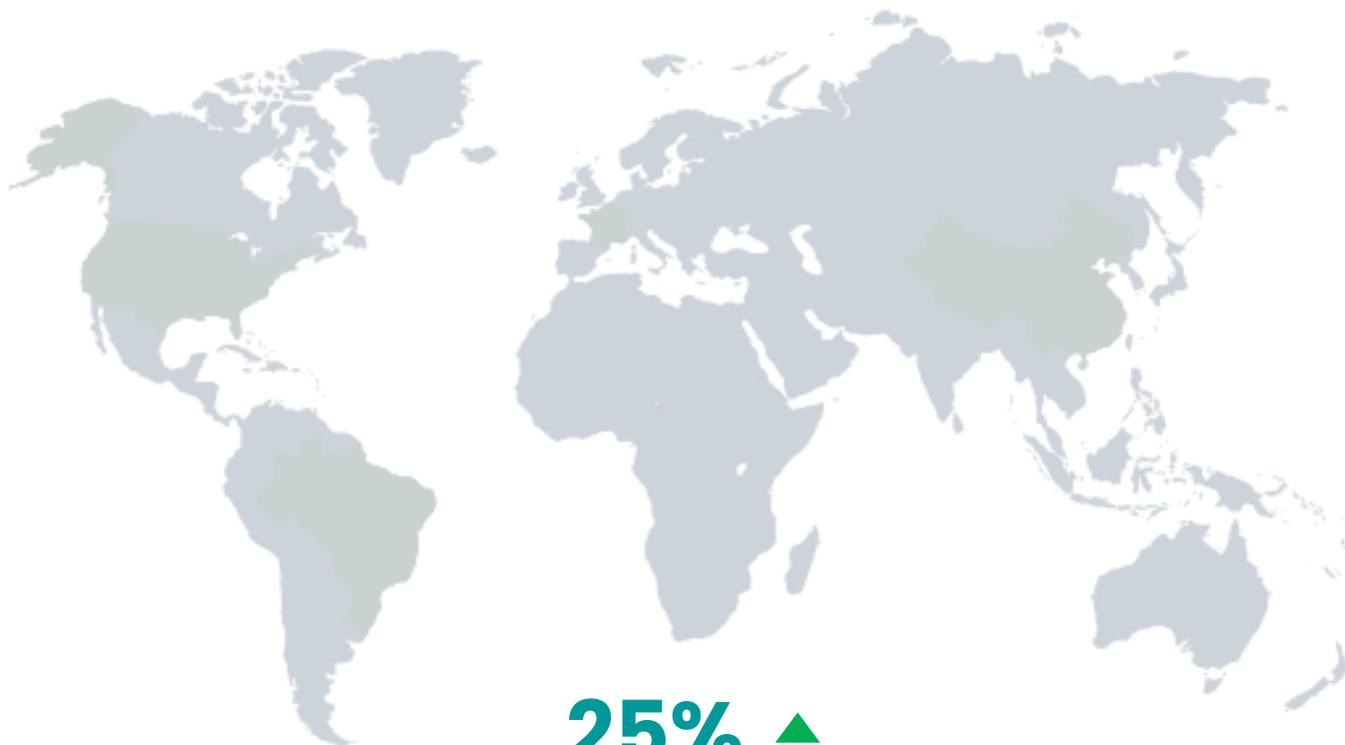
Destino del viaje

Disminuye el interés de viaje a destinos nacionales: casi 8 de cada 10 viajeros planea viajar a destinos en México. Mientras que crece la proporción en el interés de realizar viajes a destinos internacionales, en donde 2 de cada 10 viajeros planea realizar un viaje en los próximos 12 meses a destinos fuera de México



75% ▼

Destino Nacional



25% ▲

Destino Internacional



Canal de compra

El interés por recurrir a canales digitales para generar sus compras de viajes es muy destacado, así como su combinación con el canal físico.

53%

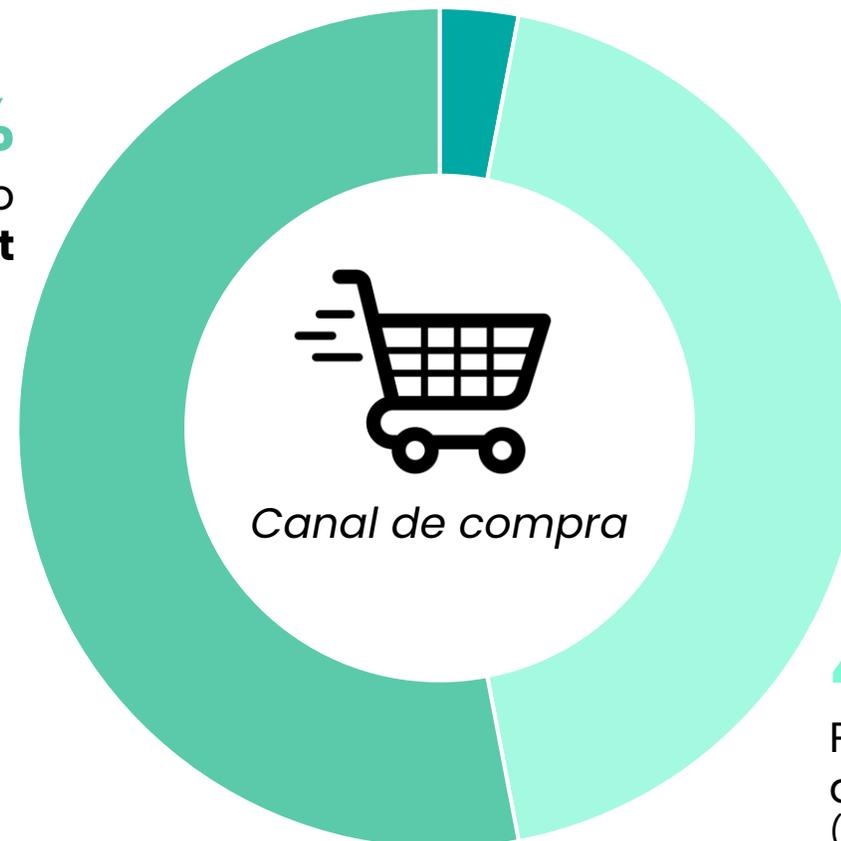
Piensa comprar sólo
en **internet**



97% de los compradores
piensan reservar o comprar
todo lo relacionado a sus
viajes combinando el canal
físico y el canal digital.

3%

Piensa comprar sólo
en **Tienda Física**



44%

Piensa comprar en
ambos canales
(**Tienda Física + Internet**)

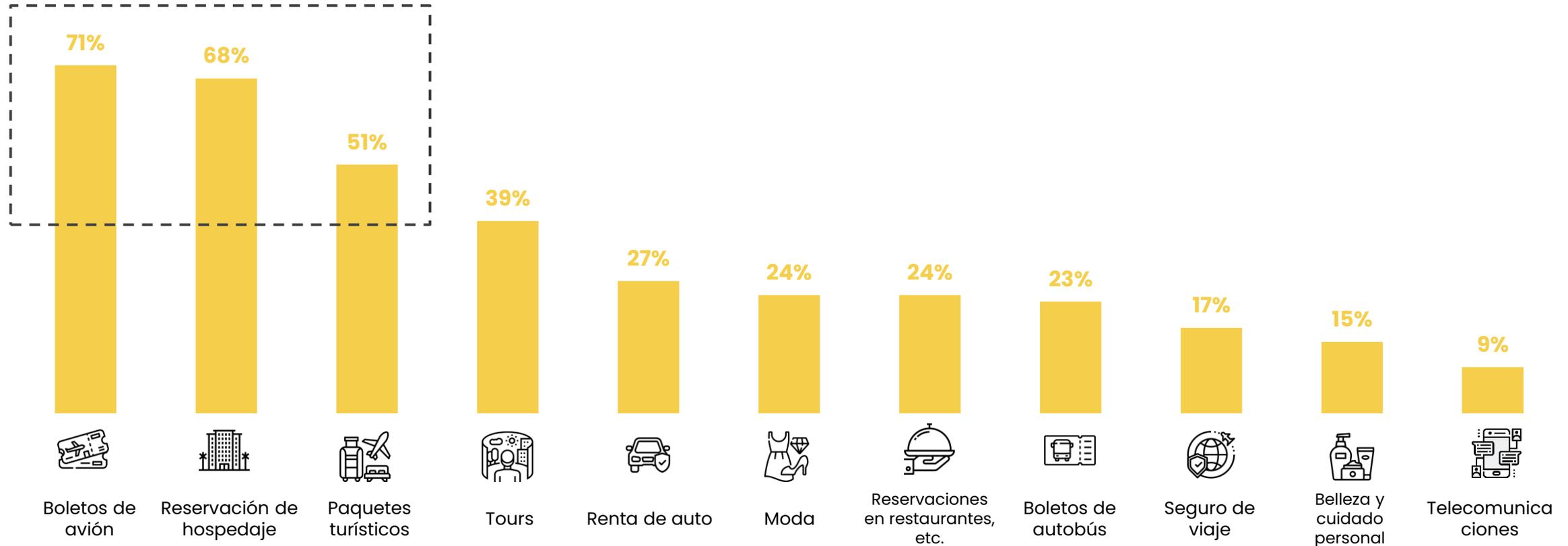


7 de cada 10 viajeros potenciales planean comprar **boletos de avión**, así como la **reservación del hospedaje** a través del canal digital.



Categorías potenciales para la compra por Internet

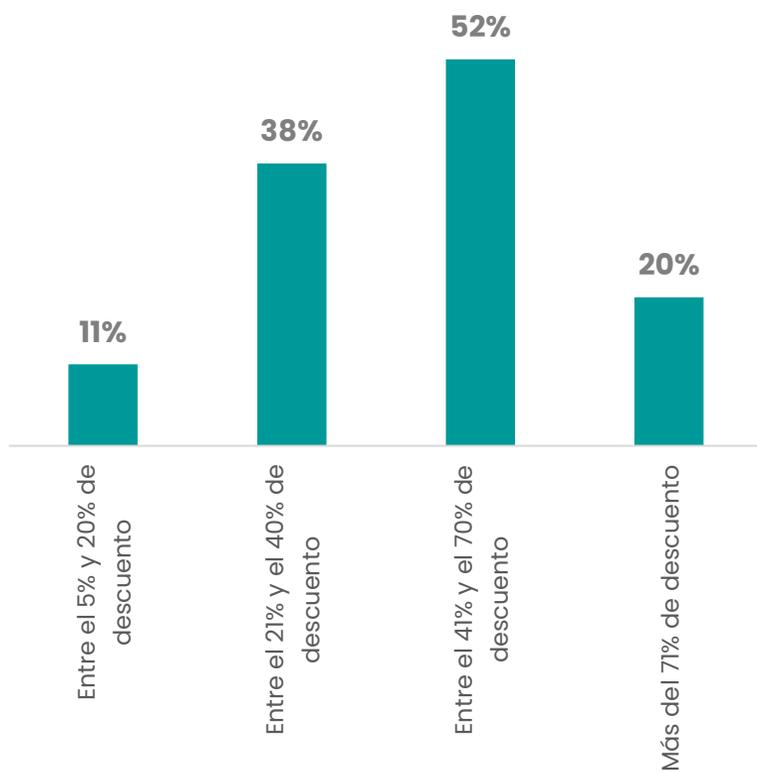
Más de la mitad de los viajeros potenciales planean realizar compras de boletos de avión, así como la reservación del hospedaje y paquetes turísticos a través del canal online. También resalta el interés de comprar categorías retail como Moda y Belleza y Cuidado personal.



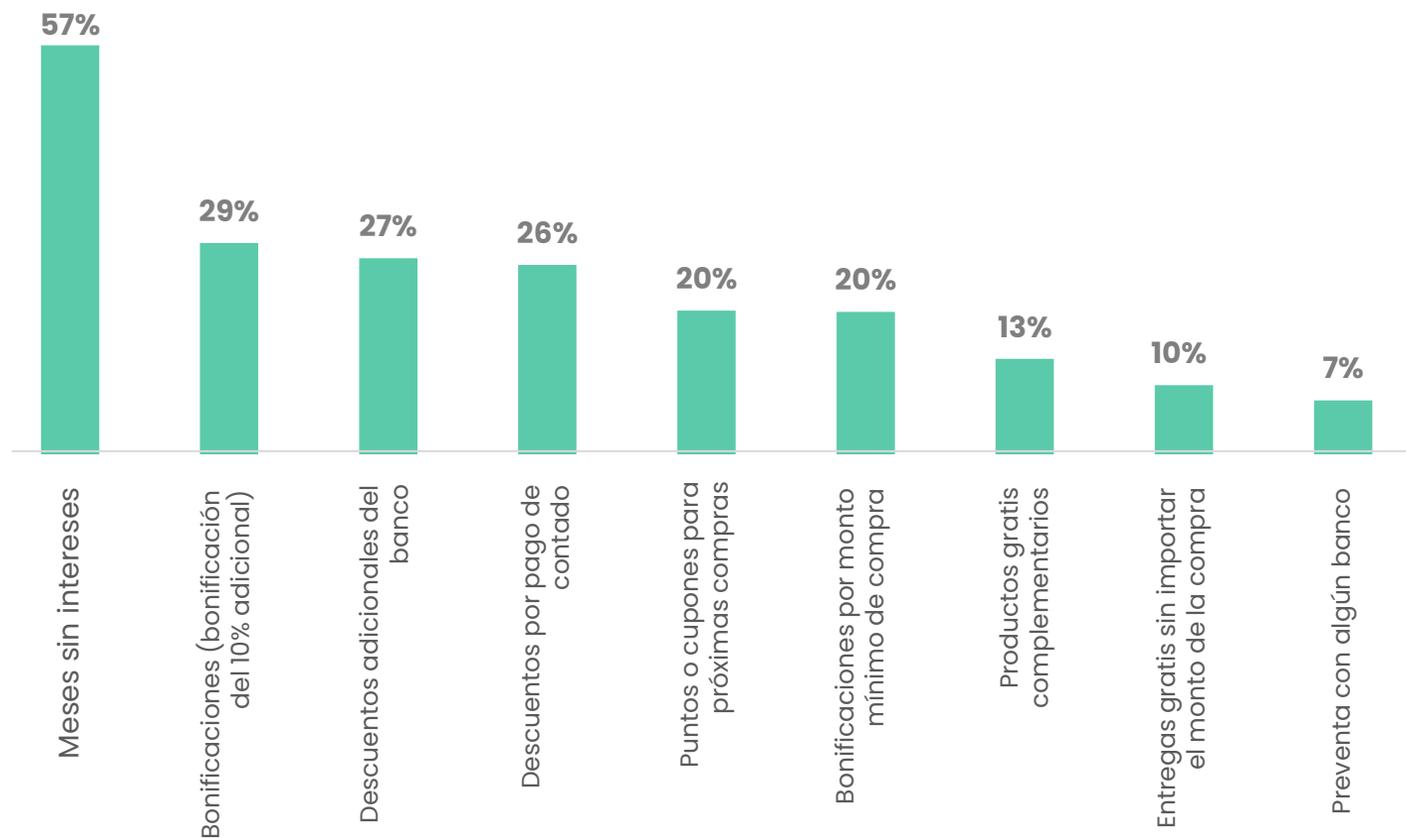
Ofertas y descuentos esperados

Entre las diferentes ofertas y descuentos esperados por los viajeros potenciales, destaca el beneficio de meses sin intereses en sus compras realizadas a través del canal digital.

Compra con % de descuento



Beneficios adquiridos



Hay una gran **oportunidad** para seguir desarrollando a la categoría de Viajes dentro de las **campañas masivas**.



Momento ideal para comprar por Internet productos o servicios relacionados con viajes

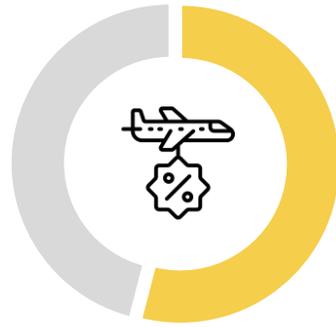
Hay una gran oportunidad para seguir desarrollando a la categoría de viajes dentro de las campañas masivas, ya que es en estas temporalidades en donde los viajeros potenciales consideran que es el momento ideal para realizar sus compras.

65%



En **campañas de ofertas y descuentos**
(Ej. HOT SALE, El Buen fin, etc)

54%



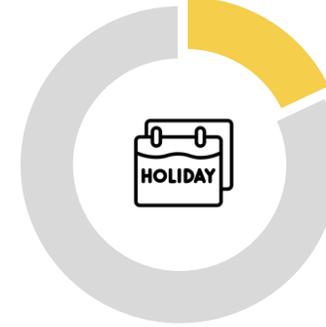
En **campañas de ofertas y descuentos de marcas**

39%



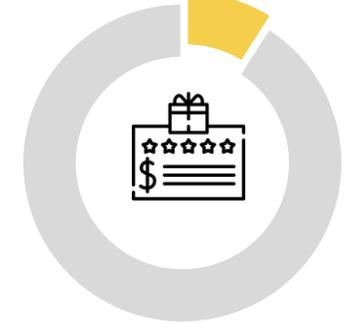
Cuando tenga un **ahorro suficiente** para viajar

18%



En temporadas de **vacaciones**

9%



Cuando genere el monto para **aprovechar puntos generados por alguna tarjeta**

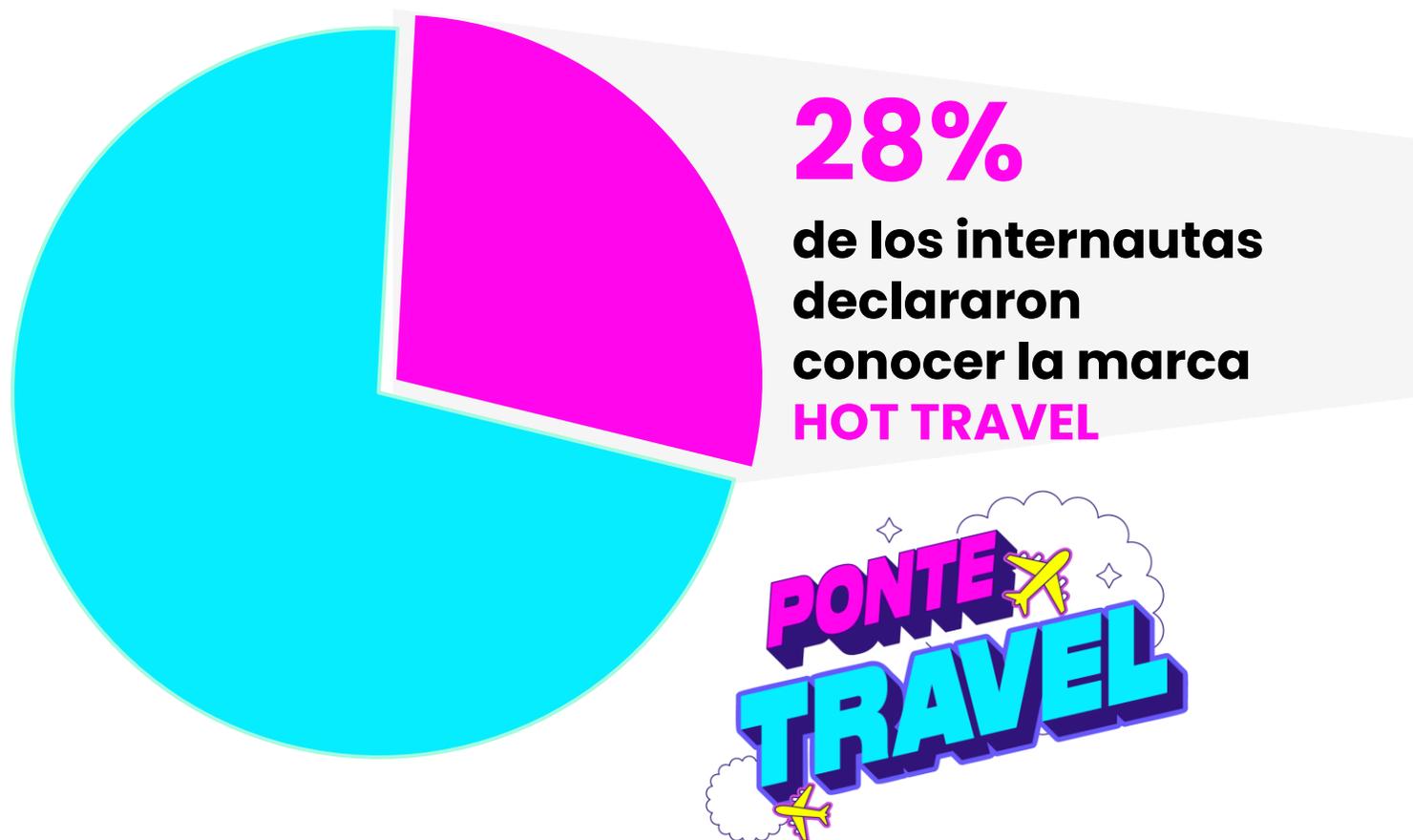


6 de cada 10 son compradores
potenciales de la campaña
HOT TRAVEL



Conocimiento e intención de compra durante HOT TRAVEL

3 de cada 10 internautas declara conocer la campaña HOT TRAVEL. Además, más de la mitad de los internautas que conocen la campaña de HOT TRAVEL está interesado en realizar compras durante la campaña.



6 de cada 10
son compradores
potenciales de la campaña
HOT TRAVEL





Gracias.

Para más información y/o
solicitudes, escríbenos a:
estudios@amvo.org.mx



asociación mexicana
de venta online