

Estudio de venta online en viajes 2021

En colaboración
con:



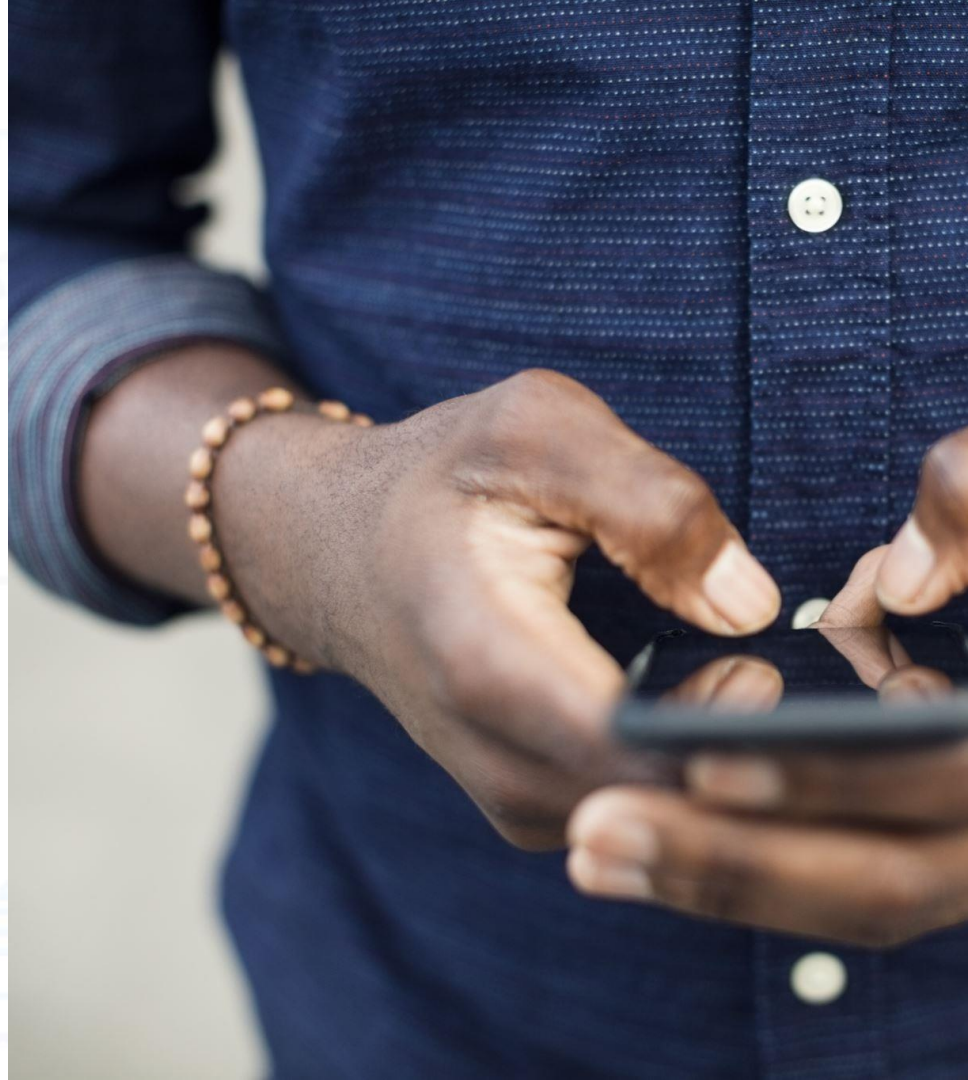
asociación mexicana
de venta online



ACERCA DE

La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) es una organización civil sin fines de lucro constituida en 2014 con el propósito de apoyar e impulsar el desarrollo del Comercio Electrónico en México.

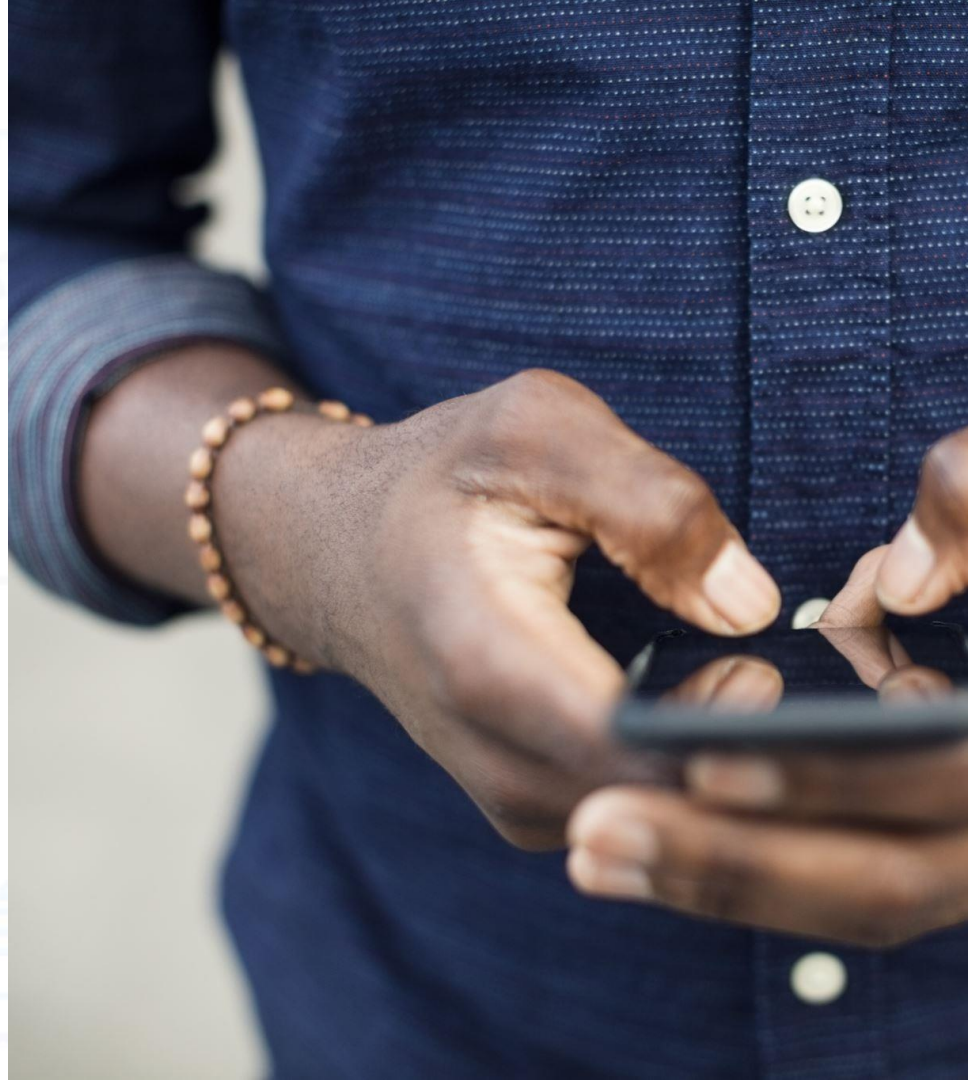
Ya contamos con más de 300 empresas mexicanas e internacionales, de todos los sectores (retail, moda, seguros, viajes, bancos, fondos de inversión ...), de todos tipos (start-ups, pure players, bricks y también agencias), que buscan desarrollar su comercio electrónico y beneficiar de las mejores prácticas de la industria.





ACERCA DE

En Netquest trabajamos con personas que representan a la sociedad global. El panel de Netquest y su capacidad de recolectar datos han sido diseñados para reafirmarnos como socios de confianza de organismos y empresas de investigación, para que puedan realizar sus análisis, obtener los mejores insights posibles y entender realmente a sus consumidores.



www.amvo.org.mx/publicaciones/



Reporte Impacto COVID-19 en Venta Online

OBJETIVO: Análisis holístico desde impacto a las empresas, a los sitios de comercio electrónico, cambios de comportamiento del consumidor, presencia social, disponibilidad online de inventarios y bienes de consumo masivo en puntos de venta físicos.



Estudio sobre Venta Online en México

OBJETIVO: Reporte sobre el comprador online, las barreras y motivaciones del comercio electrónico a través del *customer journey*. Además de un análisis comportamental para entender los indicadores de desempeño más importantes.



Estudio Fraudes y Métodos de Pago en Venta Online

OBJETIVO: Reporte que explora desde el lado del consumidor, los fraudes y métodos de pago en el comercio electrónico.



Estudio de Venta Online en PyMEs

OBJETIVO: Reporte que analiza la adopción de la venta online en pequeñas y medianas empresas en México.

Estudios por Industria

OBJETIVO: Explora los usos y hábitos de compra en línea, indicadores comportamentales de comercio electrónico y experiencia de compra de diferentes categorías de productos.



Electrónicos & Videojuegos



Moda



Hogar & Muebles



Viajes



Alimento y Bebidas

Estudios por Temporalidades

OBJETIVO: Explora los usos y hábitos de compra en línea antes y después de la campaña, medición de Ventas, indicadores comportamentales y experiencia de compra en línea.



Estudio de venta online en viajes 2021



¿Buscas alguna información distinta o algún estudio a la medida?

- ¿Quiénes son tus compradores online y cómo se comportan?
- ¿Cuáles son tus fortalezas y tus áreas de oportunidad en el canal online?
- ¿Qué comunicación te permite ser más fuertes en este canal?
- ¿Cuál es la dimensión del mercado en las diferentes categorías?
- ¿Cuál es el valor que tiene cada retail en el canal online para la categoría y las marcas?
- ¿Cómo es el comportamiento de búsqueda de tus categorías y marcas en el canal online?
- ¿Cuál es la conversión de búsqueda a compra para mis marcas?
- ¿Qué estrategia de precios te permite ser más competitivo en este canal?
- Y mucho más...

Esríbenos para cotizaciones
estudios@amvo.org.mx

¿Necesitas capacitarte o capacitar a tu empresa y aprender de los expertos de la industria?

Programas educativos desarrollados por la industria para la industria : transformación digital, plataformas & marketplaces, marketing digital, logística & operaciones, pagos, ciberseguridad y mucho más...

- Curación de contenidos exclusivos.
- Líderes expertos en su sector.
- Sesiones de mentoring.
- Learning by doing.
- Presencial y online.
- Experiencias backstage.
- Más que conocimiento técnico, liderazgo para el futuro.



Escríbenos para conocer nuestra oferta educativa
educacion@amvo.org.mx



La principal campaña de venta online en México del 23 al 31 de mayo 2021

- **12 millones de compradores**
- **Más de 450 empresas participantes.**
- **Más de 20 mil millones de pesos en ventas.**
- **Más de 29 millones de productos vendidos.**
- **Más de 500 millones de visitantes a los sitios** de empresas participantes.

**Campaña
para promover
el ecommerce**

- **DA A CONOCER TU MARCA**
- **RECLUTA NUEVOS CLIENTES**
- **MEJORA TUS INDICADORES CLAVE**

www.amvo.org.mx/hot-sale/

Registra a tu empresa

ACCESO A NUESTROS ESTUDIOS

P

VERSIÓN PÚBLICA

Con el fin de difundir los indicadores más importantes sobre Comercio Electrónico en México, nuestros estudios están disponibles desde nuestro sitio web.

A

VERSIÓN AFILIADOS AMVO

Nuestros afiliados obtienen la versión extendida de nuestros estudios, conteniendo cortes demográficos y cruces de variables específicas no integradas en la versión pública.

EP

VERSIÓN PARTICIPANTES

Generamos información específica y de mayor profundidad a aquellas empresas que reportan indicadores dentro de nuestros estudios para entender la perspectiva de los comercios sobre la venta en línea.



Contenido de la Versión Afiliados AMVO

- Metodología
- Demográficos del viajero
 - Distribución de Tarjetahabientes
- Afinidad de viajar en la mente del consumidor
 - Drivers de viajar en la mente del consumidor [Lista completa]
 - Razones de viajar próximamente [Lista completa]
 - Tipo de viajes planeados
 - Razones para no viajar
- Nuevas formas de viajar en contexto pandémico
 - Percepción sobre Transporte y Hospedaje más seguros
 - Nuevos comportamientos de viaje en tiempos COVID-19
 - El rol de la compra omnicanal de viajes
 - Nuevas tendencias de viaje [Lista completa]
 - Preocupaciones para decidir no viajar
 - Expectativas de flexibilidad de los proveedores de transporte y hospedaje en los próximos viajes
 - Expectativas de seguridad y sanitización en transporte y hospedaje
- El viajero mexicano
 - Planeación del viaje / Fechas planeadas para viajar
 - Viajes cancelados durante 2020
 - Propósitos y duración del viaje más próximo
 - Planeación y compra de viajes [por mes]
 - Destinos Nacionales con mayor interés
 - Destinos Internacionales con mayor interés
 - Medios de transporte considerados para viajar
 - Con quién realizarán los viajes
- El Rol de eCommerce en la forma de viajar
 - Razones para elegir el canal online al comprar viajes
 - Incentivos con mayor interés para comprar online
 - Fuentes de información consultadas
 - Notoriedad espontánea de marcas y comercios online
 - Sitios web para realizar las compras de viajes
 - Tipos de compra planeadas
 - Tipos de productos Retail planeados
 - Descuentos y beneficios esperados al comprar online
 - Métodos de pago online planeados
 - Percepción de seguridad al comprar viajes online



Resumen Ejecutivo

Demográficos

Los consumidores que estarán realizando viajes durante 2021 se concentran entre los 25 a 34 años, principalmente de niveles socioeconómicos medios altos.

Afinidad a los viajes

Los consumidores tienen en mente los viajes como una actividad de alto disfrute, ya que los ayuda a salir de la rutina y descansar. Para 5 de cada 10 consumidores, los próximos planes de viaje se centran en destinos donde puedan descansar y relajarse, principalmente a destinos de sol y playa. Aquellos que no piensan viajar, es principalmente por miedo a contagio, aunque también los factores económicos e incertidumbre de ingresos son otras razones importantes para decidir no viajar.

Nueva forma de viajar en contexto pandémico

Los transportes que consideran más seguros para viajar en esta pandemia son el auto propio y avión. Del lado de hospedajes son las cadenas hoteleras comerciales y hogar de amigos y/o familiares.

La mayoría de los consumidores está consciente de tomar las medidas preventivas que se requieren al momento de viajar, principalmente seguir las medidas y elegir transporte y hospedaje que garanticen sus protocolos sanitarios.

Los consumidores prevén que aumentará la anticipación con la que comprarán o reservarán transporte y hospedaje. Así mismo consideran que aumentará su interés por realizar planes de viaje de turismo local.

La mayoría de los viajes de 2021 están pensados para mediados de año, principalmente a través de avión, seguido de utilizar su auto o viajar en autobús para llegar a su destino.

El rol de eCommerce en la nueva forma de viajar

Las principales razones de compra por Internet derivan a causa de la pandemia por COVID-19 (evitar aglomeraciones en tiendas físicas o salir de casa). Por otro lado, también destacan los beneficios que brinda el canal digital: comparar precios y variedad.

Los compradores recuerdan de manera espontánea en promedio 2.8 marcas cuando piensan en reservar o comprar todo lo relacionado a sus viajes. Destaca la presencia de agencias de viaje. Cerca de 8 de cada 10 compradores sienten que es algo y muy seguro comprar por Internet, todo lo relacionado a sus viajes.

Metodología

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

Método: Encuesta a panel online

Criterio de Selección: Internautas Mexicanos. Hombres y Mujeres 18 años en adelante que hayan planeado viajar a finales del 2020 o durante el 2021.

Muestra Total: 805 encuestas respondidas.
Viajeros: 729
No viajeros: 76

Levantamiento: Diciembre 2020.

Margen de error: +/- 3.45% (I.C. 95%)

P



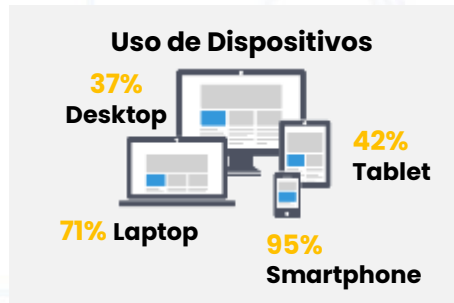
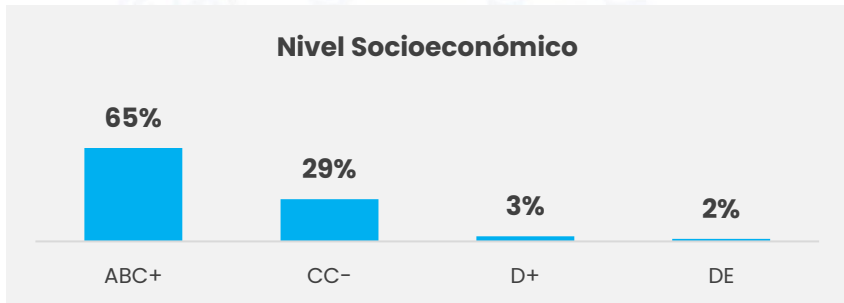
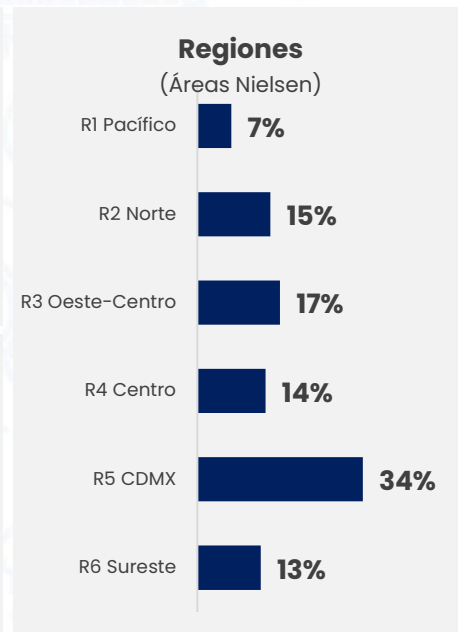
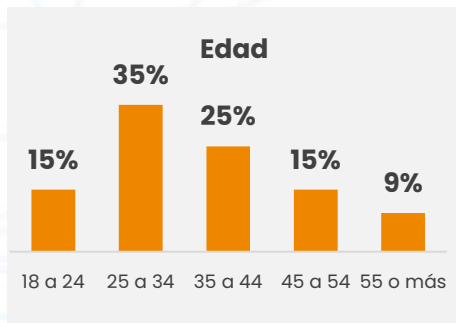
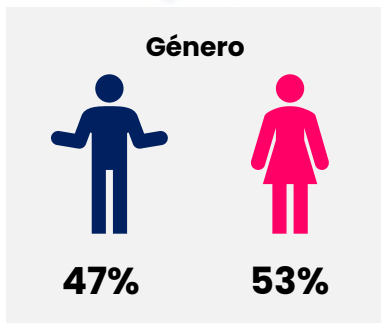
Estudio de venta online en viajes 2021

netquest



Perfil Demográfico del Viajero Mexicano

Los consumidores que estarán realizando viajes durante 2021 se concentran entre los 25 a 34 años, principalmente de niveles socioeconómicos medios altos.



Afinidad de los viajes en la mente del consumidor



Principales Drivers de viajar

Los consumidores tienen en mente los viajes como una actividad de alto disfrute, ya que los ayuda a salir de la rutina y descansar.



53%

Por el mero placer de viajar
(Ej. me ayuda a conocerme, darse placeres de la vida)

53%

Porque me ayuda a salir de la rutina
(Ej. trabajo, tránsito de la ciudad, etc.)

50%

Para descansar

37%

Porque me hace sentir muchas emociones
(Ej. entusiasmo, incertidumbre, alegría, etc.)

34%

Porque anhelo nuevas experiencias/desafíos
(renovación, experiencias nuevas)

Principales razones para viajar próximamente

Para 5 de cada 10 consumidores, los próximos planes de viaje se centran en destinos donde puedan descansar y relajarse.



52%

Para descansar/
relajarme

35%

Porque ya quería
salir de la rutina
(cuarentena, trabajo,
etc.)

31%

Para visitar a mis
familiares/amigos
que viven en otra
ciudad/país

29%

Porque no pude
salir de vacaciones
en todo el año

20%

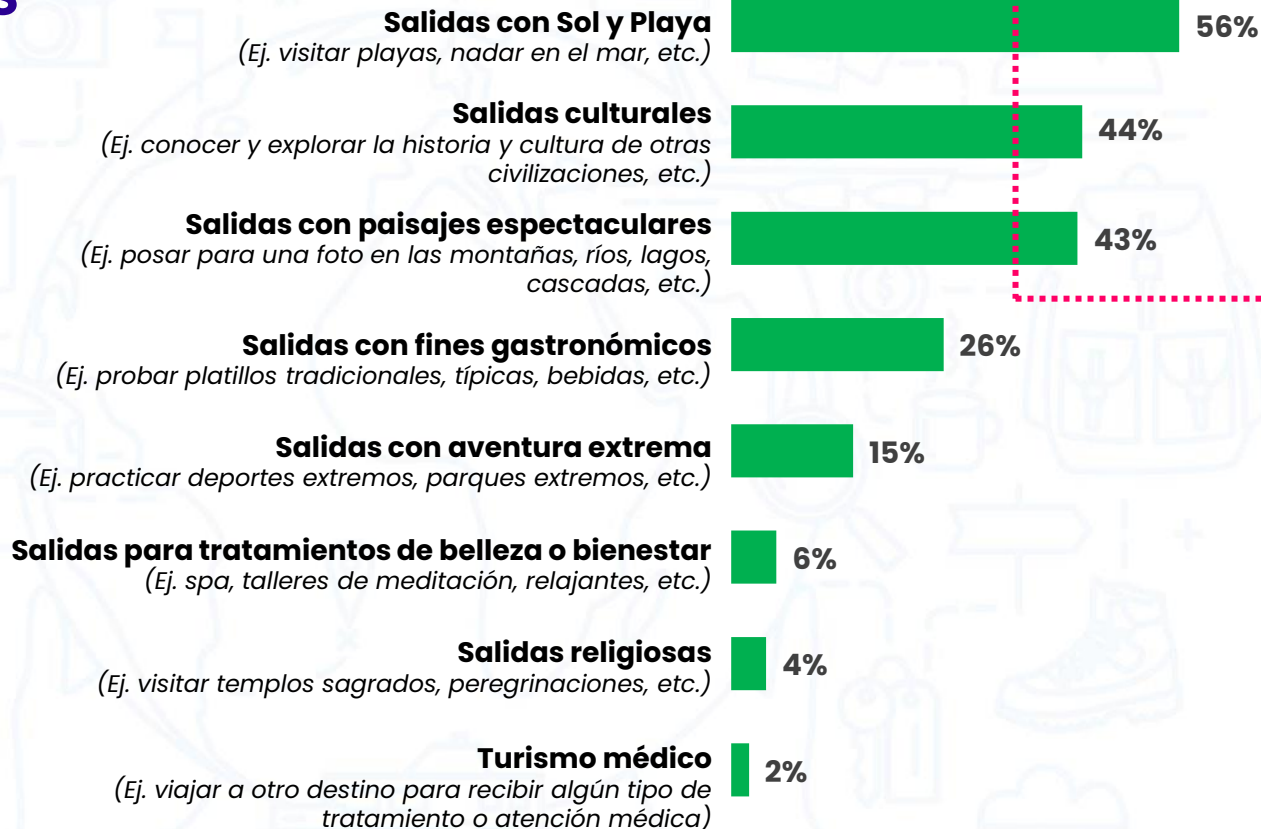
Tenía ya pensado
viajar esa fecha

P



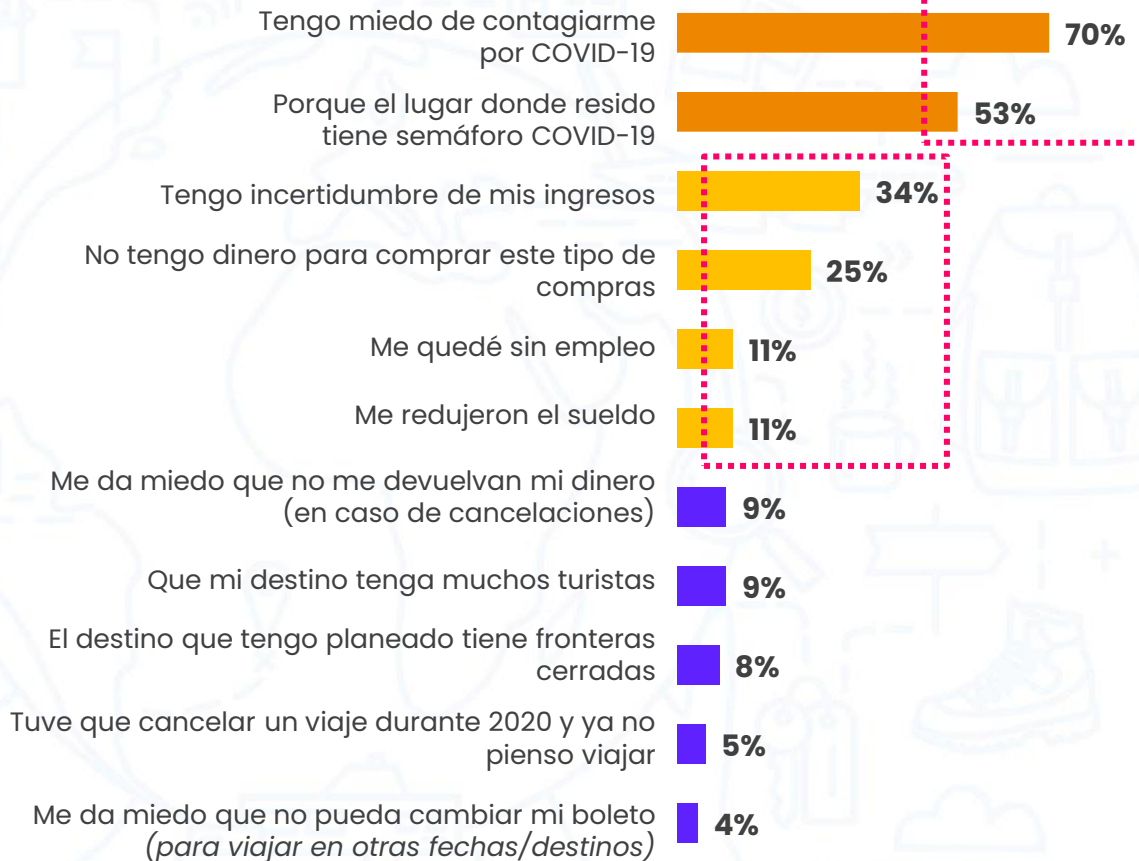
Tipos de viajes planeados

Más de la mitad de los consumidores que piensa viajar, se dirigirá a destinos de sol y playa. Las salidas culturales y las salidas con paisajes espectaculares también generan alto interés.



Razones para no viajar

La actual crisis sanitaria por COVID-19 es la primera razón por la que los mexicanos prefieren no viajar. Factores económicos e incertidumbre de ingresos son otras razones importantes para decidir no viajar.



Nueva forma de comprar viajes en contexto pandémico



Estudio de venta online en viajes 2021



Percepción de Transporte y Hospedaje más seguros

Transportes más seguros

Auto propio	66%
Avión	53%
Autobús	22%
Auto rentado	6%
Tren	3%
Moto	2%
Auto compartido	2%
Barco/Ferries/Transbordadores	2%

Más seguro

+



-
Menos Seguro

Hospedajes más seguros

43%	Hotel de cadenas comerciales grandes
40%	Hogar de amigos/familiares
29%	Casas y departamentos ofrecidos a través de plataformas digitales
25%	Hotel local del destino
13%	Hotel Boutique
5%	Hostal

P



Estudio de venta online en viajes 2021

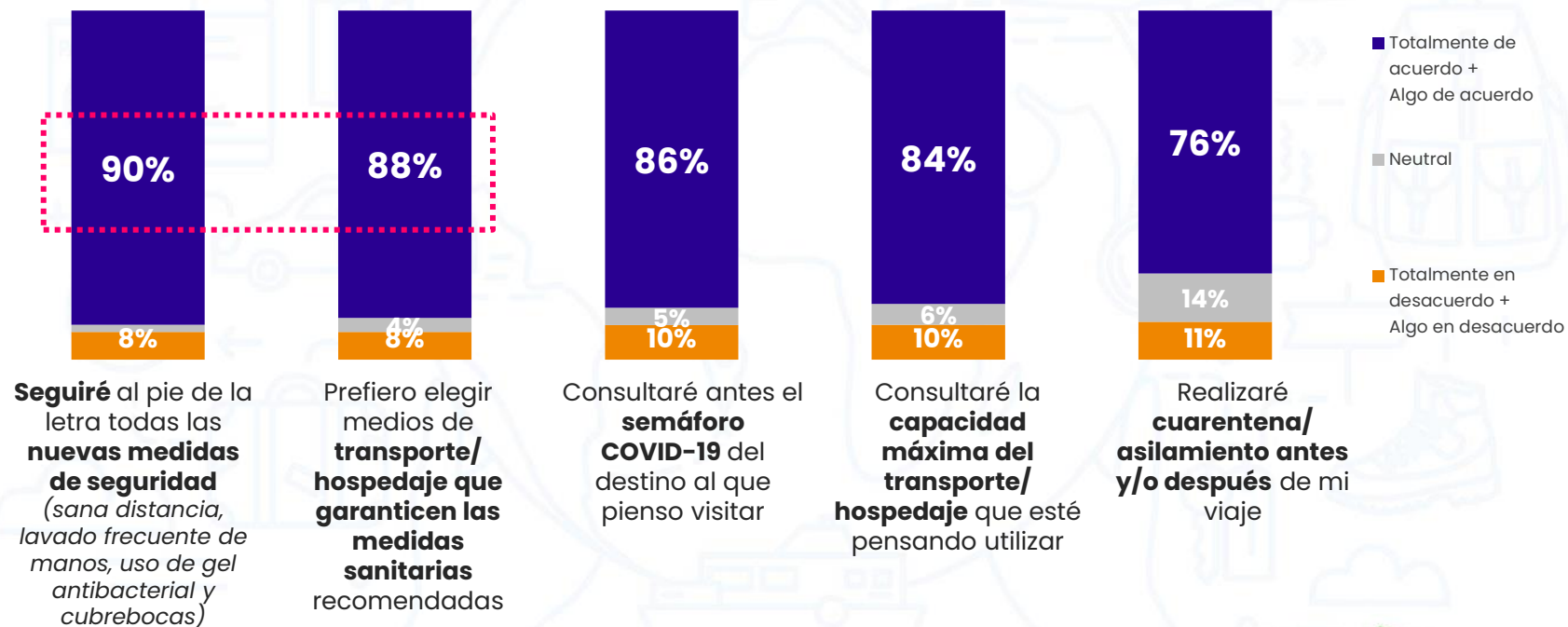
P. Desde tu percepción ¿Cuál es el transporte más seguro para viajar durante estos momentos? / ¿Cuál es el hospedaje más seguro para alojarse durante estos momentos? Base Total = 805

netquest

amvo asociación mexicana de venta online

Nuevos comportamientos de viaje en tiempos COVID-19.

La mayoría de los consumidores está consciente de tomar las medidas preventivas que se requieren al momento de viajar, principalmente seguir las medidas y elegir transporte y hospedaje que garanticen sus protocolos sanitarios.



Seguiré al pie de la letra todas las nuevas medidas de seguridad (sana distancia, lavado frecuente de manos, uso de gel antibacterial y cubrebocas)

Prefiero elegir medios de transporte/hospedaje que garanticen las medidas sanitarias recomendadas

Consultaré antes el **semáforo COVID-19** del destino al que pienso visitar

Consultaré la **capacidad máxima del transporte/hospedaje** que esté pensando utilizar

Realizaré **cuarentena/asilamiento antes y/o después** de mi viaje

P



Nuevas tendencias de viaje



Nuevos presupuestos Aumentarán...

34%

Comprar/reservar por Internet con más anticipación mi transporte

34%

Comprar/reservar por Internet con más anticipación mi hospedaje

30%

Adquisición de servicios por Internet relacionados a viajes
(*boletos de avión, reservaciones de hotel, etc.*)

29%

Adquisición de productos por Internet relacionados a viajes (*ropa, accesorios, etc.*)

21%

Presupuestos de viaje

Los consumidores prevén que aumentará la anticipación con la que comprarán o reservarán transporte y hospedaje. Así mismo consideran que aumentará su interés por realizar planes de viaje de turismo local.



Planes de viaje Aumentarán...

34%

Mis viajes a destinos cercanos a donde vivo

30%

Mis viajes a destinos nacionales
(Pueblos Mágicos, playas)

24%

Los viajes que realizaré durante 2021

18%

Mis viajes a destinos internacionales

P



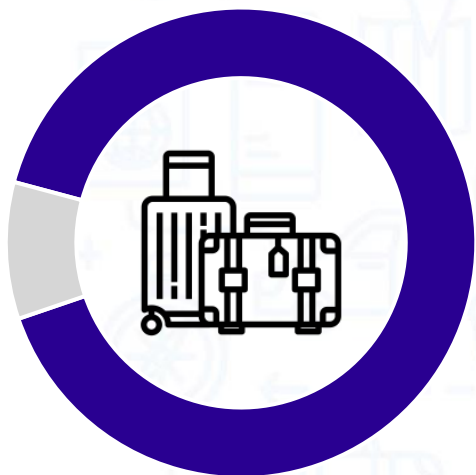
Estudio de venta online en viajes 2021

P. ¿Cómo crees que tus siguientes comportamientos de viaje, se verán afectados para tus próximos viajes? Base Viajero Omnichannel = 675. Resultados %T2B = Aumentarán a gran medida + Aumentarán ligeramente.

netquest

amvo asociación mexicana de venta online

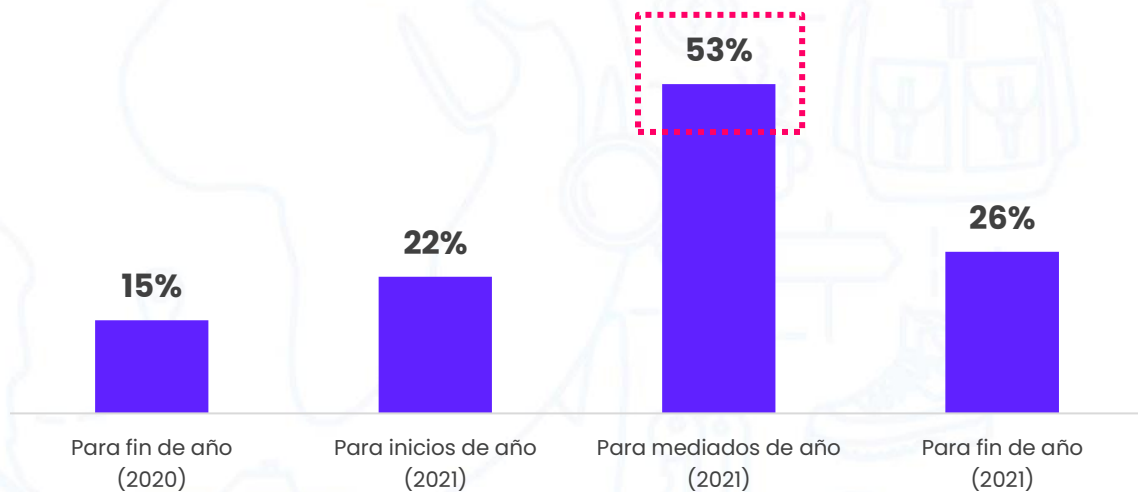
Planeación de viajes



91% de las personas tienen planeado viajar en los próximos meses.

9 de cada 10 personas tiene planeado viajar en los próximos meses. El 53% declara que tiene planeado viajar para mediados del año 2021.

Fechas planeadas para viajar



P



Estudio de venta online en viajes 2021

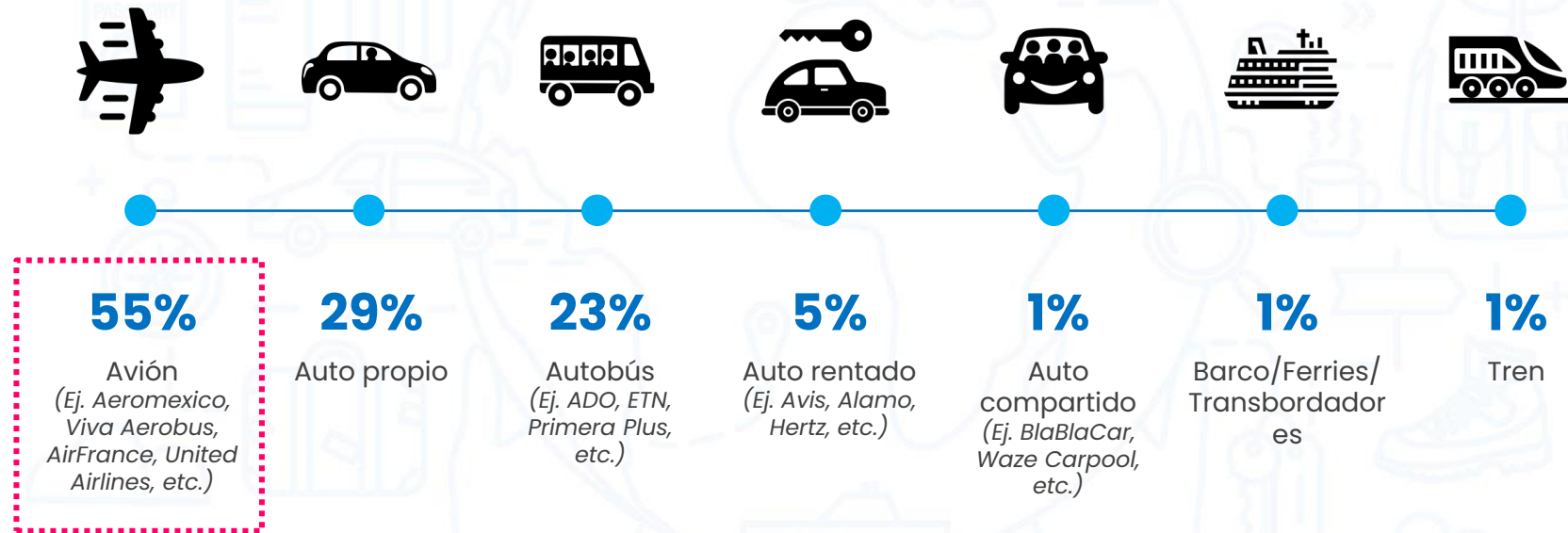
P. ¿Planeas tener algún viaje dentro de los próximos meses?
Base Total = 805

netquest

amvo asociación mexicana de venta online

Medios de transporte considerados para viajar

La mitad de los consumidores están pensando realizar viajes a través de avión, seguido de utilizar su auto o viajar en autobús para llegar a su destino.



El rol del eCommerce en la nueva forma de viajar



Estudio de venta online en viajes 2021



Razones de compra online de viajes

Las principales razones de compra por Internet derivan a causa de la pandemia por COVID-19 (evitar aglomeraciones en tiendas físicas o salir de casa). Por otro lado, también destacan los beneficios que brinda el canal digital: comparar precios y variedad.



Notoriedad espontánea de marcas y comercios online

Los compradores **recuerdan de manera espontánea en promedio 2.8 marcas** cuando piensan en reservar o comprar todo lo relacionado a sus viajes. Destaca la presencia de agencias de viaje.



Percepción de seguridad al comprar Viajes en Internet



Cerca de 8 de cada 10 compradores sienten que es algo y muy seguro comprar por Internet, todo lo relacionado a sus viajes.

T2B= 77%

■ Muy seguro ■ Algo seguro ■ Neutral ■ Poco seguro ■ Nada seguro



***Comprador en General**
64%

P





www.amvo.org.mx/publicaciones