



Estudio

Expectativas

HOT TRAVEL 2022



En colaboración con:



Versión Pública



Somos
la **organización**
de ecommerce
más grande
en México.

+ de 550

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

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...



Acceso a nuestros estudios

www.amvo.org.mx/publicaciones/

Gratuito

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 en una versión gratuita.

A

VERSIÓN AFILIADOS AMVO

Nuestros afiliados obtienen la versión extendida de todos 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 clave confidenciales dentro de nuestros estudios para entender el desempeño de resultados de todo el ecosistema.

Con Costo



ESTUDIOS SINDICADOS

A través de una inversión, generamos profundizaciones a comportamientos y categorías específicos que resuelven incógnitas sobre competidores, indicadores de negocio clave, segmentaciones especiales y cruces estratégicos que derivan de nuestros estudios generales. Si tienes interés en adquirir un reporte, escríbenos a estudios@amvo.org.mx



ESTUDIOS AD HOC

A través de una inversión, enfocamos nuestros esfuerzos en resolver objetivos de negocio específicos bajo un brief que permite resolver inquietudes muy específicas del negocio a través de diferentes metodologías de investigación. Si quieres una cotización, escríbenos a estudios@amvo.org.mx



AMVO Estudios

Gratuito

Con Costo

P

A

EP



Temáticas

Tipo de Reportes

Acceso Versión Pública

Acceso Versión Afiliados

Acceso Versión Empresa Participante

Estudios Sindicados



Estudios sobre el Consumidor Online

- Estudio Venta Online en el Consumidor
- Reporte de Temporalidades
- Impacto COVID-19
- Estudios Generales por Categoría



Electrónicos & Videojuegos



Moda



Muebles & Home Decor



Viajes



Alimentos & Bebidas



Servicios Financieros



N/A

- Nuevas tendencias del consumidor
- Sindicado A&B
- Sindicado Moda
- Sindicado Electrónicos
- Sindicado Muebles & Home Decor Personal
- Sindicado Servicios Financieros
- Marketplaces & Marcas



Estudios sobre Campañas Masivas

- Reporte de expectativas de compra
- Reporte de Resultados



*Si la empresa reporta cifras en la encuesta de medición de la campaña

- Sindicado HOT SALE
- Sindicado El Buen Fin



Estudios sobre Comercios & Marcas

- Estudios sobre PyMEs
- Estudios sobre Comercios y Marcas que venden en línea *Nuevo
- Estudios sobre KPIs
 - Logística
 - Medios de Pago & Fraudes



*Si la empresa reporta cifras y datos en la encuesta de medición de los Indicadores Clave

- Reporte Panorama eCommerce en México

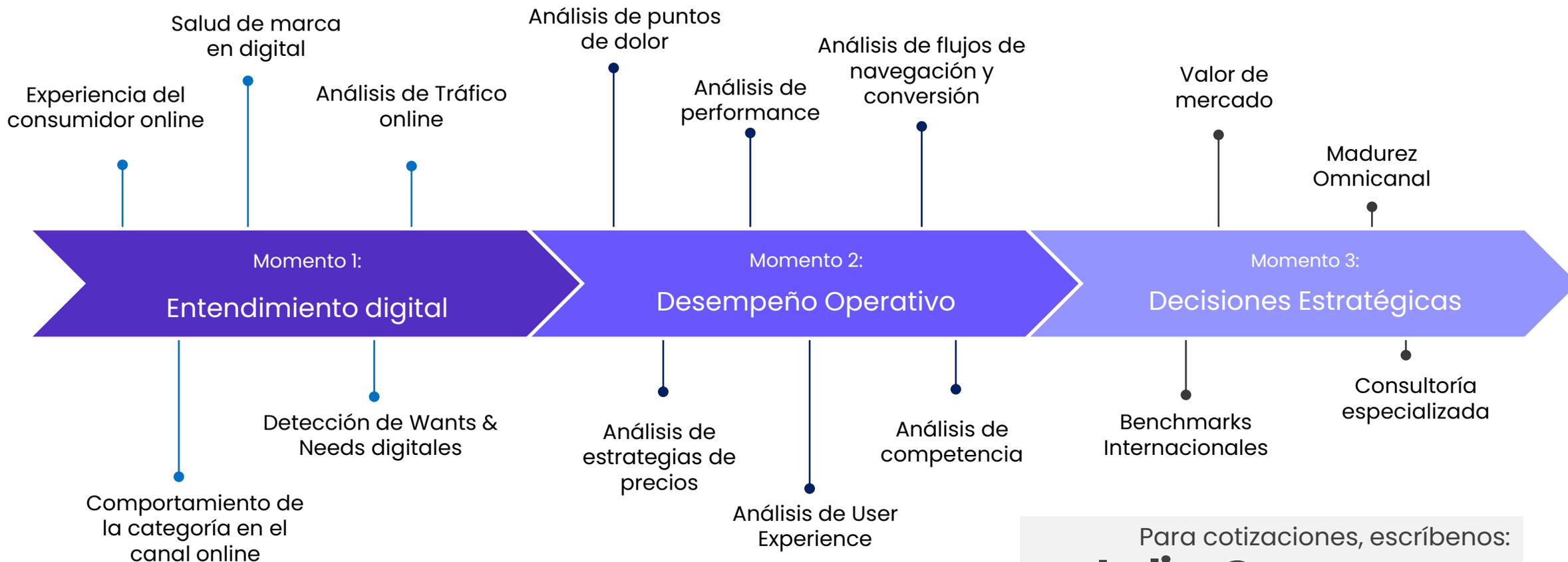


Expectativas **Hot Travel 2022**

www.amvo.org.mx/publicaciones/



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



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



AMVO Academy

El programa especializado de educación en comercio electrónico de la industria por la industria



LIDERAZGO ACADÉMICO, NETWORKING, CRECIMIENTO PROFESIONAL

- 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**.

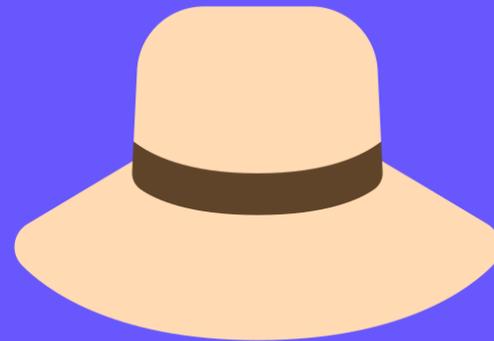
CONTÁCTANOS PARA HABLAR DE TUS NECESIDADES

educacion@amvo.org.mx



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

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



Estructura del reporte

1

Expectativas de viajes y tendencias de búsquedas

Esta sección fue realizada en colaboración con:



2

Tendencias de tráfico web

Esta sección fue realizada en colaboración con:



Resumen ejecutivo

En México, la tendencia de búsqueda en viajes **superó los niveles de 2020**, en donde se había percibido una fuerte caída debido a la pandemia COVID-19. Ahora en **2022**, se retoma el interés y búsqueda de **viajes**, ya que son considerados un **gasto prioritario** pensando en el fin de año, incluso por sobre regalos, electrodomésticos, indumentaria y calzado.

3 de cada 10 compradores tienen planeado realizar un viaje a fin de año, en donde la planeación se divide entre los que deciden organizarlo unos días antes del viaje y cerca del **40% planea hasta 6 meses antes de realizar el viaje**.

Entre los principales **productos/servicios de interés** se encuentra el **Alojamiento**, de tipo **Hoteles All Inclusive**, en donde el principal motivador es un viaje relacionado a la familia, ya sea viaje por placer o para visitar a algún familiar.

Para la elección del **destino**, los **lugares nacionales** como **Playas, Campo o Ciudades** se encuentran como los favoritos, en donde 4 de cada 10 declara que el medio de transporte que planean elegir es Avión.

El **61%** declara que esperan eventos/campañas de descuentos para poder realizar las compras relacionadas al viaje. En 2021, los usuarios comenzaron a mostrar **interés** en el evento desde **3 semanas antes**. En 2022 ya se aprecia un incremento del 49% WoW en la semana del 11 de septiembre. Las principales búsquedas se centran en **Aerolíneas**.

Por otro lado, se aprecia un incremento en la tendencia de búsquedas de Travel. Los **sitios especializados** en han estado recuperando terreno durante 2021, estimulado por la **reactivación** de la demanda de sitios a partir de marzo y que logran mantenerse con la presencia de campañas masivas como **HOT SALE**.

El **perfil demográfico** de los visitantes a sitios especializados en Travel muestra una **paridad** de género, concentrándose **7 de cada 10** consumidores entre **18 a 34 años**. Este segmento muestra una **pulverización de su lealtad**, donde 60% de las visitas ocurren en más de 4 sitios de la categoría.

Los sitios relacionados a **Agencias de Viajes Online (OTAs)** y **Metabuscaadores** generan el **36% de las visitas de Travel**, seguido de las **aerolíneas con 26%**. Todos los segmentos analizados han crecido a doble dígito vs 2021.

La **navegación** en todas las categorías es principalmente en **dispositivos móviles**, resaltando los sitios de Aerolíneas. Mientras que los sitios especializados en Viajes muestran una convivencia entre agencias de viajes online, aerolíneas y transporte terrestre dentro de los 20 sitios más visitados.



Esta sección fue realizada en
colaboración con:

Expectativas **Hot Travel 2022**



Expectativas de viajes y tendencias de búsquedas

1



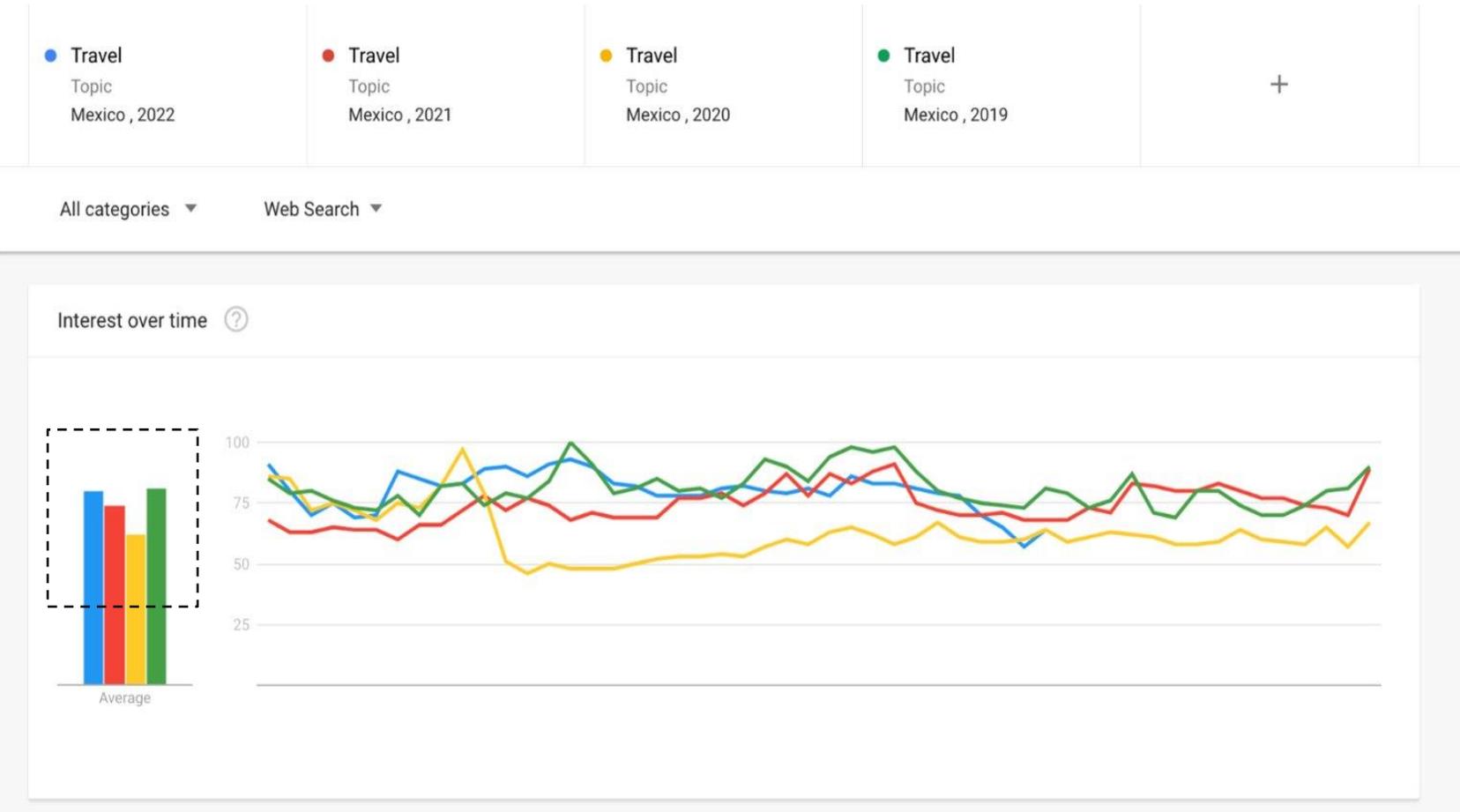
Acercas de

Google es una empresa global líder en tecnología que se dedica a mejorar las formas en que las personas se conectan con la información. Las innovaciones de Google en la búsqueda por Internet y la publicidad han hecho de su sitio web uno de los principales productos de Internet, y su marca, una de las más reconocidas en el mundo.

Google es una marca comercial de Google LLC. El resto de los nombres de productos y de empresas son marcas comerciales de las empresas con las que están asociados.

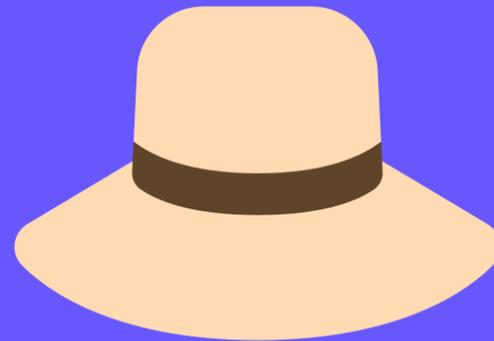


Búsquedas sobre viajes en México 2019-2022



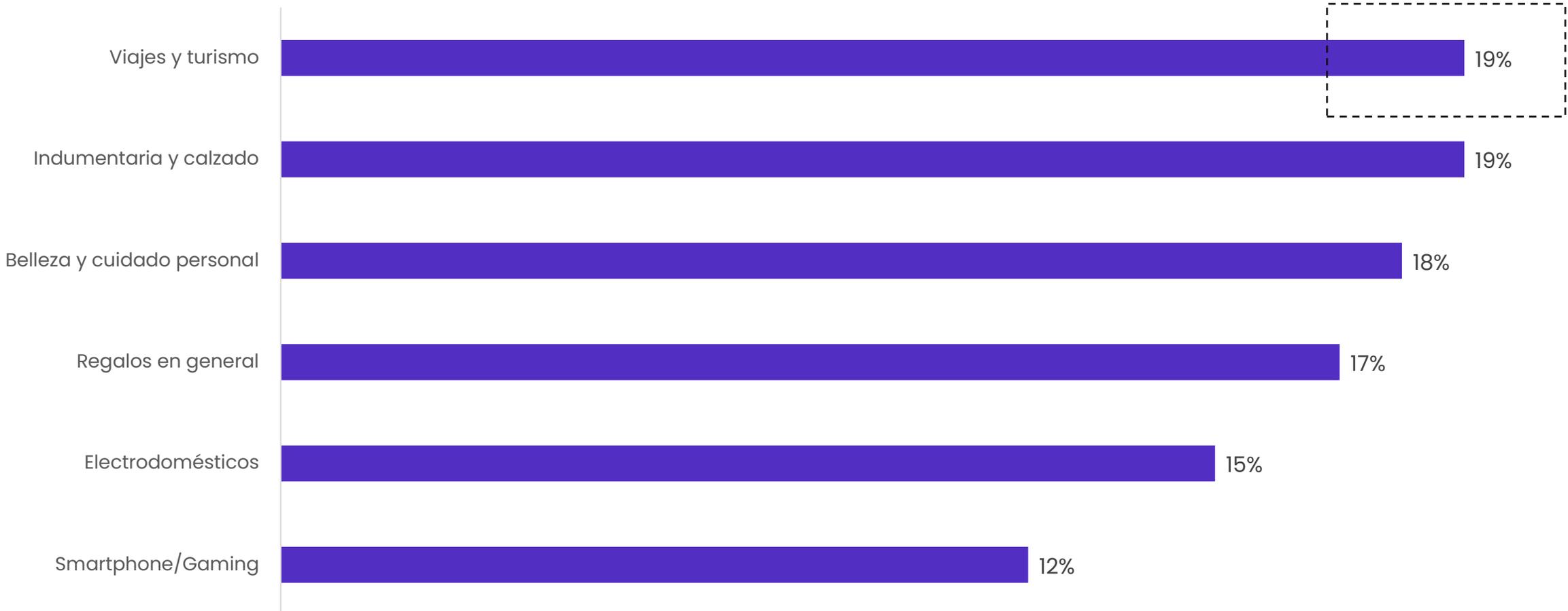
El **interés** en viajes y turismo se encuentra por **encima** del nivel promedio **de 2019**

Durante la temporada de **fin de año**, los **viajes** son un **gasto prioritario**; más relevantes incluso que otras categorías como: indumentaria y calzado, belleza y cuidado personal.



Intención de compra

Los **viajes** son considerados un **gasto prioritario** pensando en el fin de año, incluso por sobre regalos, electrodomésticos, indumentaria y calzado.



3 de cada 10 compradores
tiene planeado viajar a fin
de año

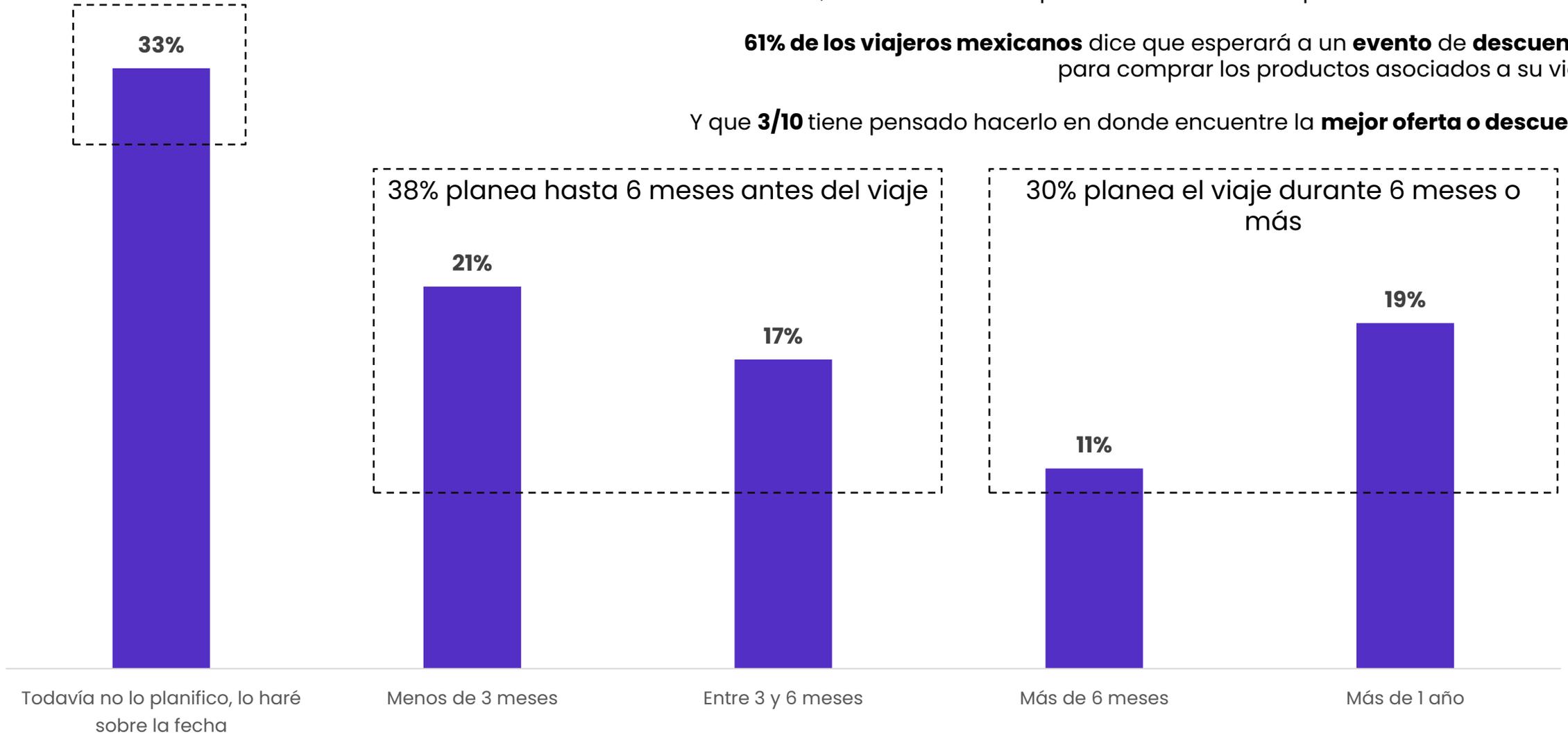


Planeación de compra

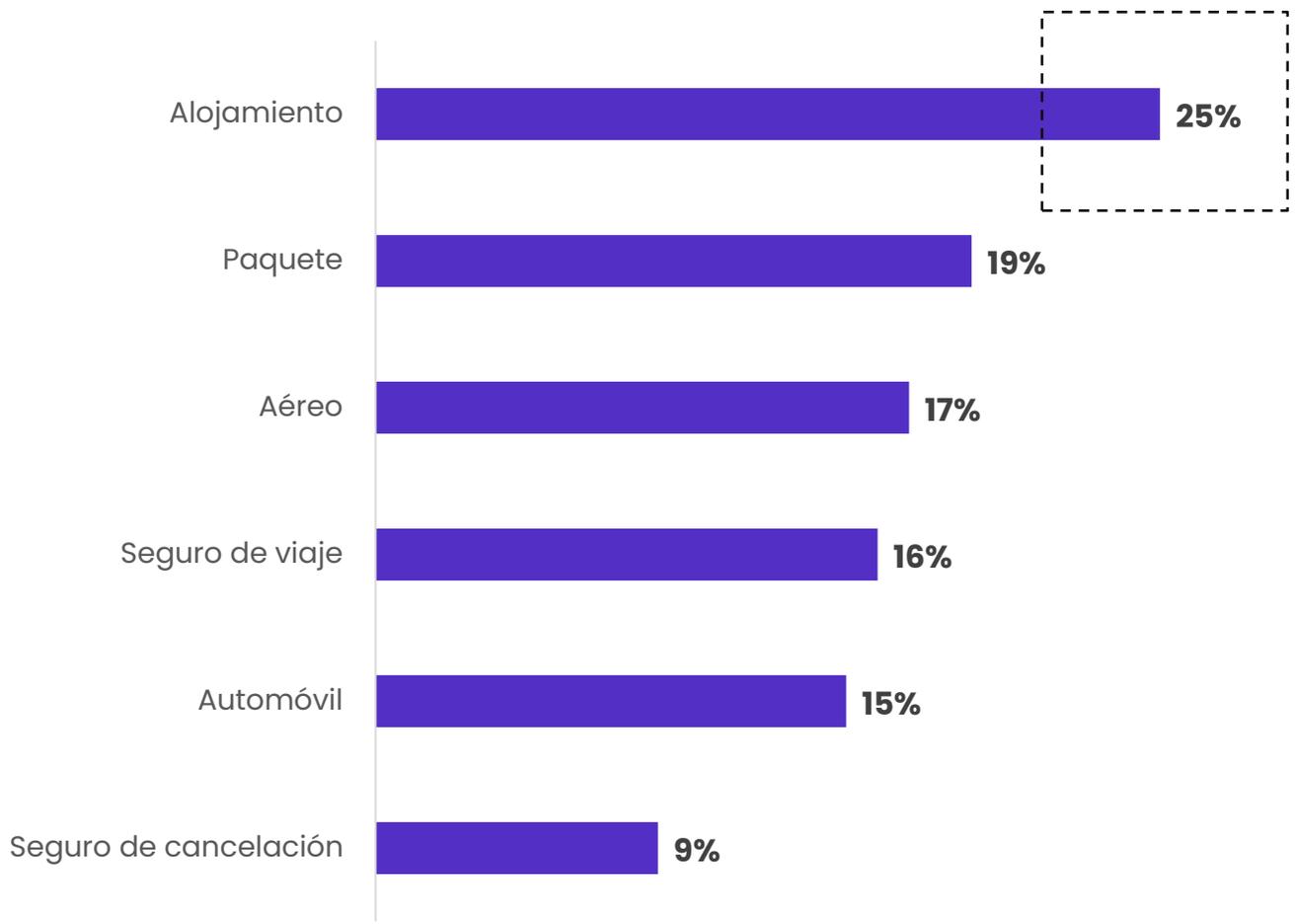
La mayoría planifica cercano a la fecha, pero hay viajeros que comienzan **meses antes**, siendo clave estar presentes durante este proceso considerando que:

61% de los viajeros mexicanos dice que esperará a un **evento de descuentos** para comprar los productos asociados a su viaje.

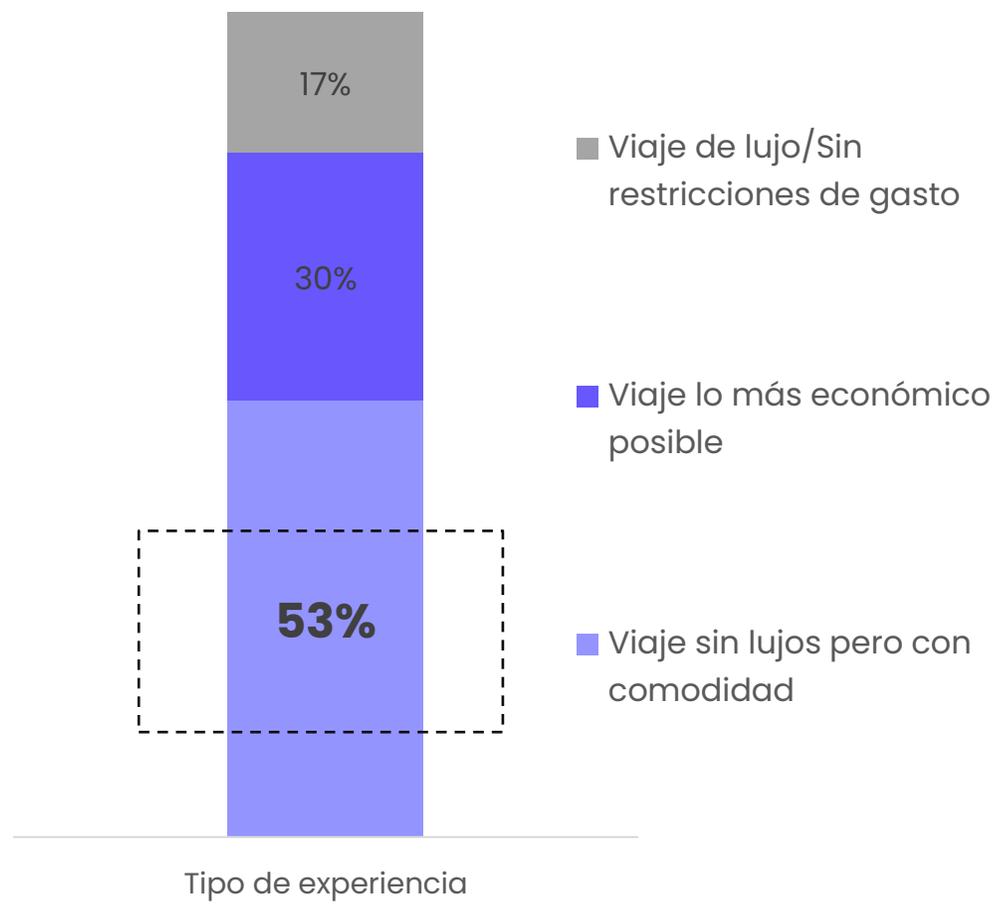
Y que **3/10** tiene pensado hacerlo en donde encuentre la **mejor oferta o descuento**



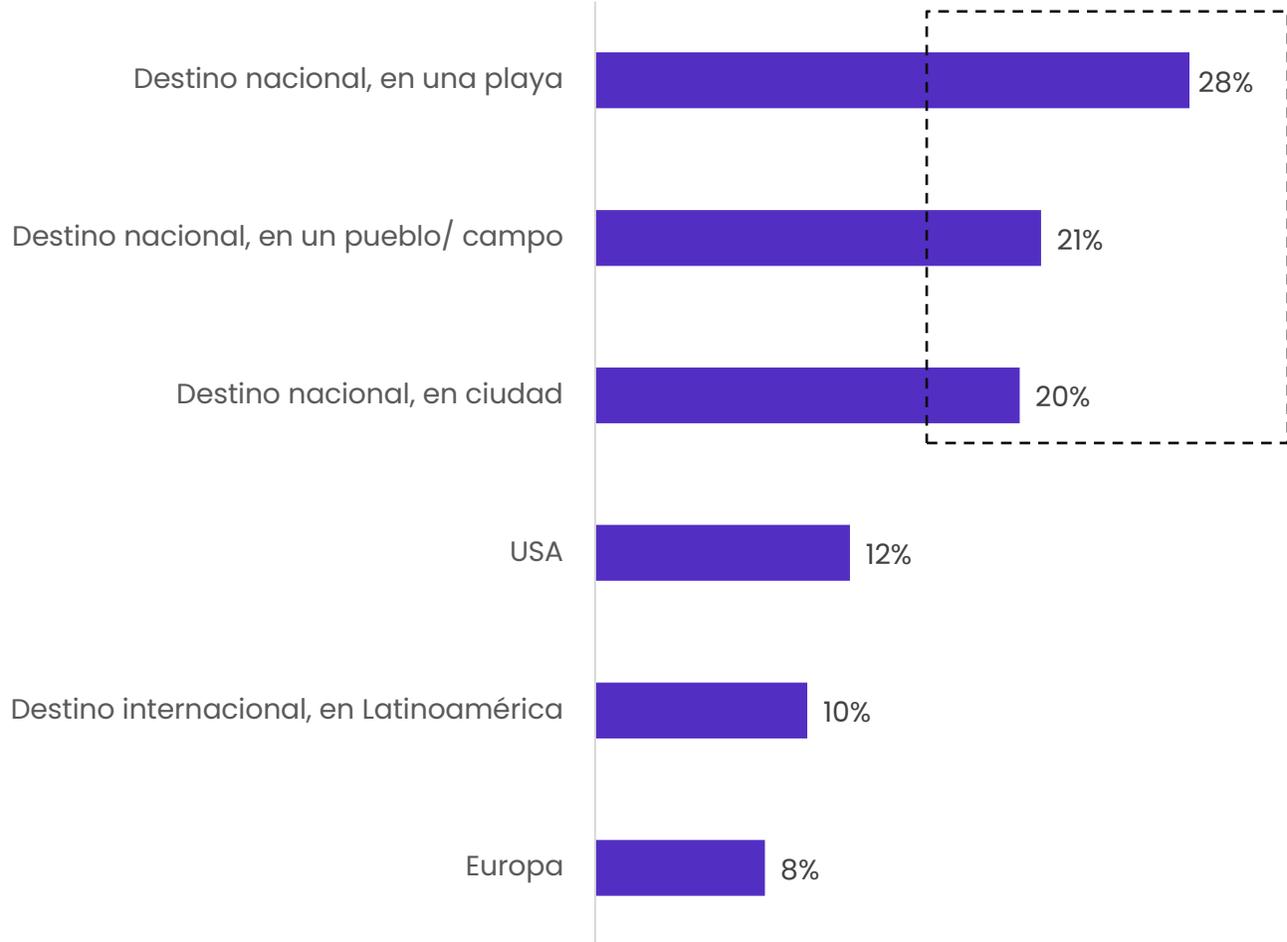
Alojamiento y paquetes serán los productos más contratados



La mitad de los usuarios buscará experiencias sin lujos pero cómodas



Búsqueda de destinos

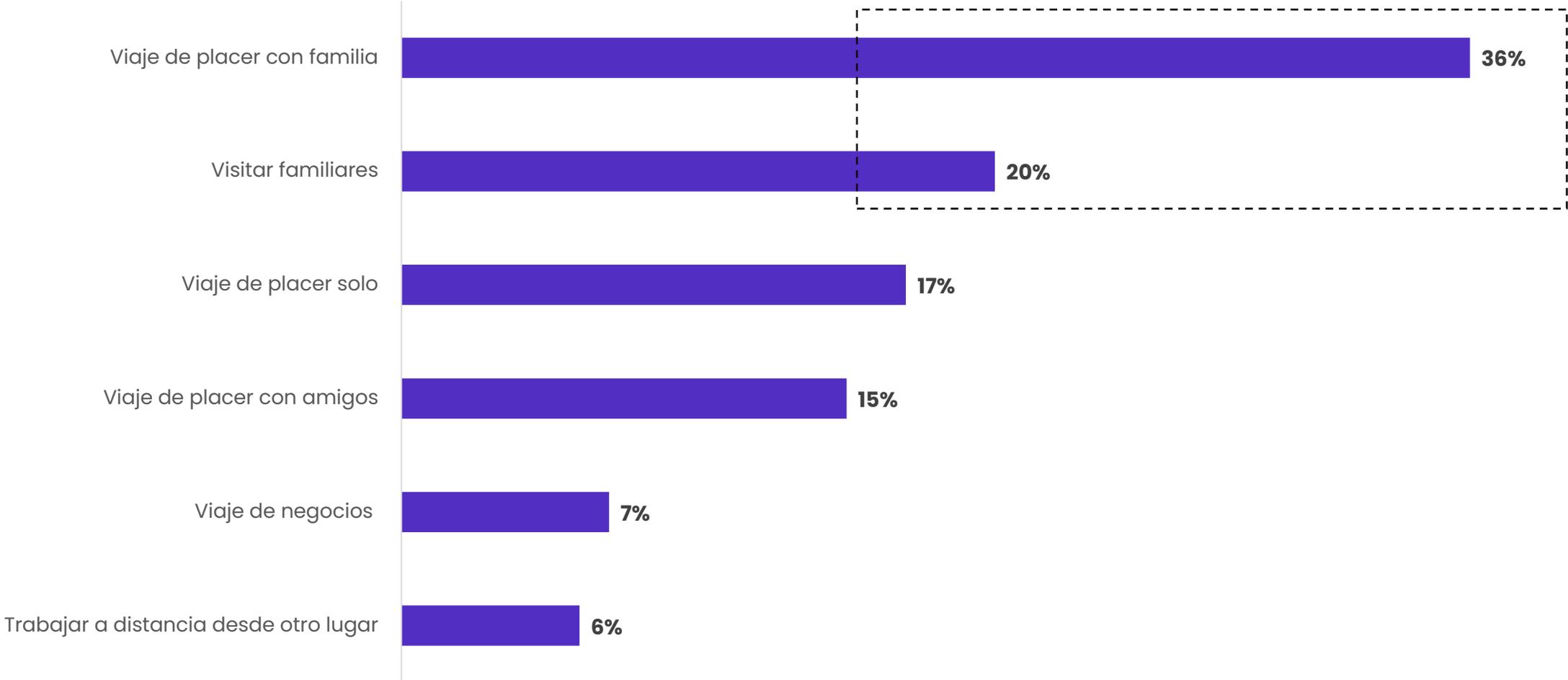


69% de los viajeros elegirá **destinos nacionales**, ya sea en playa, campo o ciudad.



Motivador de compra

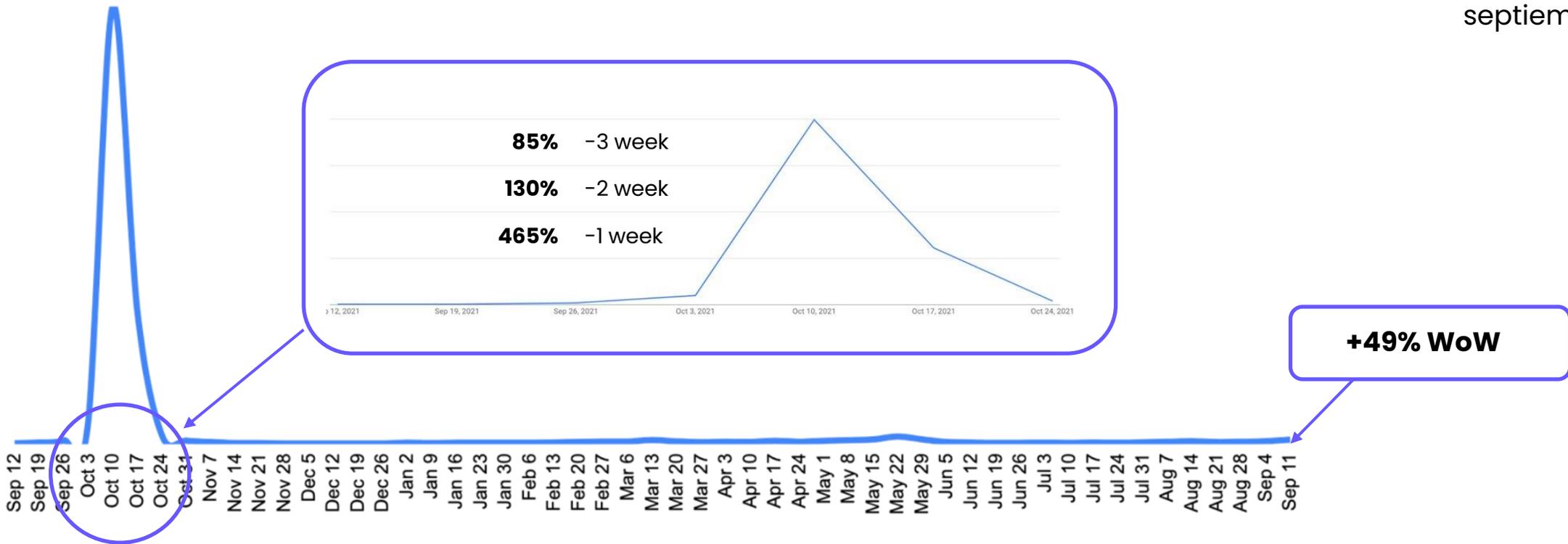
Casi 6 de cada 10 tienen como principal motivador realizar viajes relacionados con la familia: ya sea de placer o de visita a algún familiar.



Búsquedas sobre Hot Travel en México

Los usuarios comenzaron a mostrar **interés** en el evento desde **3 semanas antes**.

En **2022** ya se aprecia un **incremento** del **49% WoW** en la semana del 11 de septiembre.



A photograph of a train station platform. In the foreground, a person is seen from behind, wearing a wide-brimmed hat and a yellow jacket, pushing a luggage cart with a large grey backpack and two black suitcases. To the right, a purple train is stopped at the platform. The platform has a wooden roof structure and a sign with the number '3'. A clock is visible on the left side of the platform.

¡Gracias!

Mayor información:
estudios@amvo.org.mx



asociación mexicana
de venta online