

# Expectativas **HOT TRAVEL** 2021

Versión Pública



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

**+ de 500**

**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...



HOT TRAVEL 2021





## 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



Muebles & Home Decor



Viajes



Alimentos & Bebidas



Servicios Financieros

## 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.





# 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 clave dentro de nuestros estudios para entender el desempeño de resultados de todo el ecosistema.

# ¿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...

Escríbenos para cotizaciones  
**estudios@amvo.org.mx**



# AMVO Educación

## El programa especializado de educación en comercio electrónico de la industria para 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](mailto:educacion@amvo.org.mx)



# Contenido

- Metodología.
- Planeación de viajes.
- Disposición de compra durante HOT TRAVEL
- Principales razones para viajar próximamente.
- Propósito del viaje planeado.
- Tipo de compras de viajes planeadas.
- El interés por la compra omnicanal.
- Métodos de pago considerados para comprar por Internet.
- Principales razones para no viajar.



# Resumen Ejecutivo

61% de los encuestados declaran estar pensando en viajar durante 2021 y 2022. Además de los potenciales compradores de viaje, 7 de cada 10 compradores están dispuestos a comprar algún producto o servicio durante HOT TRAVEL 2021.

Más de la mitad de los encuestados que piensan viajar declaran que su principal razón de viaje, es primordialmente es el descanso y la relajación, seguido del turismo y el salir de la rutina (trabajo y cuarentena).

9 de cada 10 potenciales compradores están pensando en realizar viajes por tomar/aprovechar vacaciones y el 57% piensa viajar para poder celebrar ocasiones especiales (aniversarios, cumpleaños, etc.). Sin embargo, las fechas en las que planean realizar sus viajes se concentrar mayoritariamente durante 2022 y diciembre 2021.

6 de cada 10 potenciales compradores piensan en adquirir boletos de avión, mientras que la mitad de los usuarios tienen planeado hacer reservaciones en hoteles/hostales.

97% de los potenciales compradores piensan en adquirir sus productos y servicios utilizando en algún momento el canal digital. Aunque más de la mitad piensa utilizar solo el canal online.

Más de la mitad de los potenciales compradores están mayormente interesados en visitar sitios de agencias de viajes online y sitios web de las aerolíneas para decidir comprar todo lo relacionado a sus viajes.

Por otro lado, el 52% de los potenciales compradores buscan productos y servicios con descuentos mayores al 71%. Mientras que los usuarios que buscan otro tipo de beneficios, se concentran especialmente en la compra con financiamiento.

La Tarjeta de Crédito es el método de pago que se piensa utilizar principalmente para las compras por internet relacionadas a viajes, seguido de la Tarjeta de Débito y las Tarjetas Digitales bancarias.

Las principales razones para no viajar próximamente se centran en el miedo por el contagio por COVID-19, la falta de presupuesto, la incertidumbre en los ingresos y la percepción de incremento de turistas en los destinos pensados en visitar.

**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.**

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



# Metodología

El levantamiento de información es realizado a través de encuesta online, 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.

**Base Total:** 282 encuestas respondidas.

**Levantamiento:** 17 de agosto al 3 de septiembre 2021.

**Representatividad:** Nacional. Áreas Nielsen.

## Zona Bajío

*Aguascalientes, Jalisco, Guanajuato, Colima, Michoacán.*

## Zona Centro

*Hidalgo, Querétaro, Morelos, Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Guerrero.*

## Zona Sureste

*Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Oaxaca, Tabasco.*

## Zona Noreste

*Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit.*

## Zona Norte

*Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas.*

CDMX

**6 de cada 10 encuestados  
están pensando en viajar  
durante 2021 y 2022**

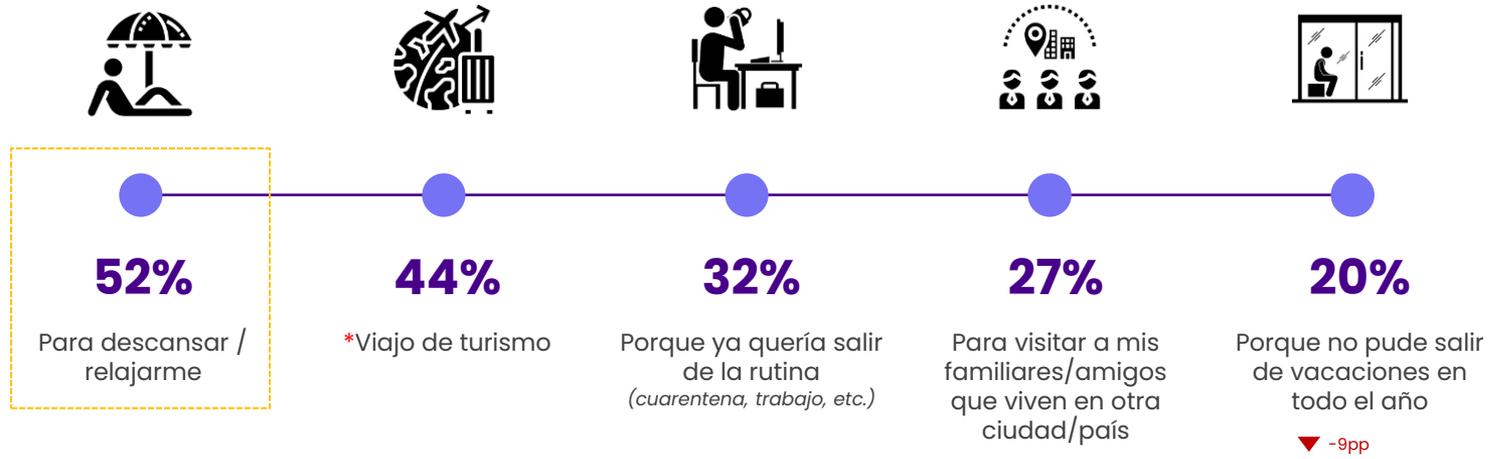
P. ¿Estás pensando viajar durante los próximos meses? Piensa que puedes viajar en lo que resta del año 2021 o siguiente año 2022. Base Total = 282.

**7 de cada 10 viajeros**  
**están dispuestos a**  
**comprar algún producto o**  
**servicio durante**  
**HOT TRAVEL 2021**



# Principales razones para viajar próximamente

La principal razón de viaje en los próximos meses se debe al descanso y la relajación que buscan los consumidores.



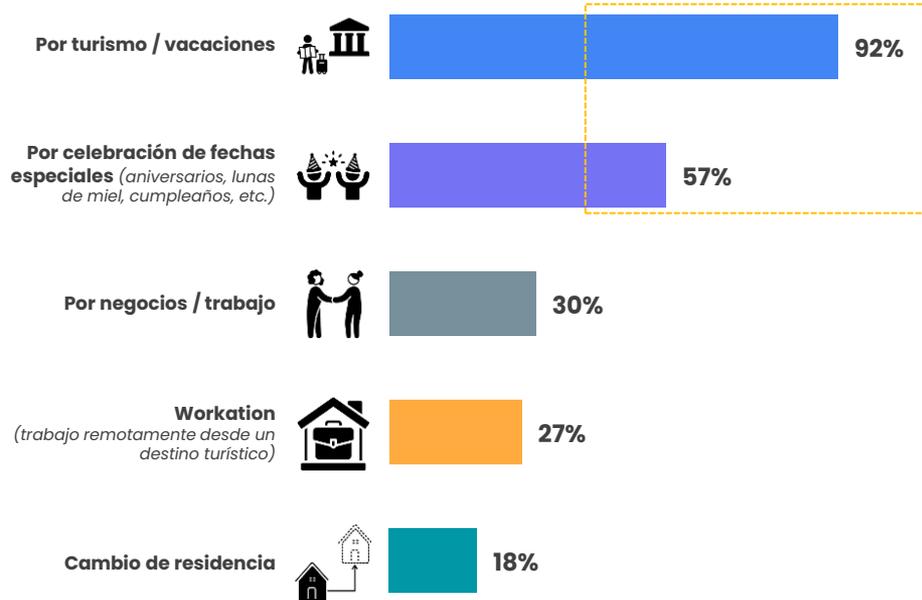
P. Debido a que indicaste que piensas realizar un viaje durante 2021 o 2022, te pedimos de favor nos indiques: ¿Cuáles son las razones por las que vas a viajar en próximos meses? Base Viajeros = 172. \*Nueva variable.

Diferencias Significativas vs Viajes 2021  
 -9pp

# Propósito del viaje planeado

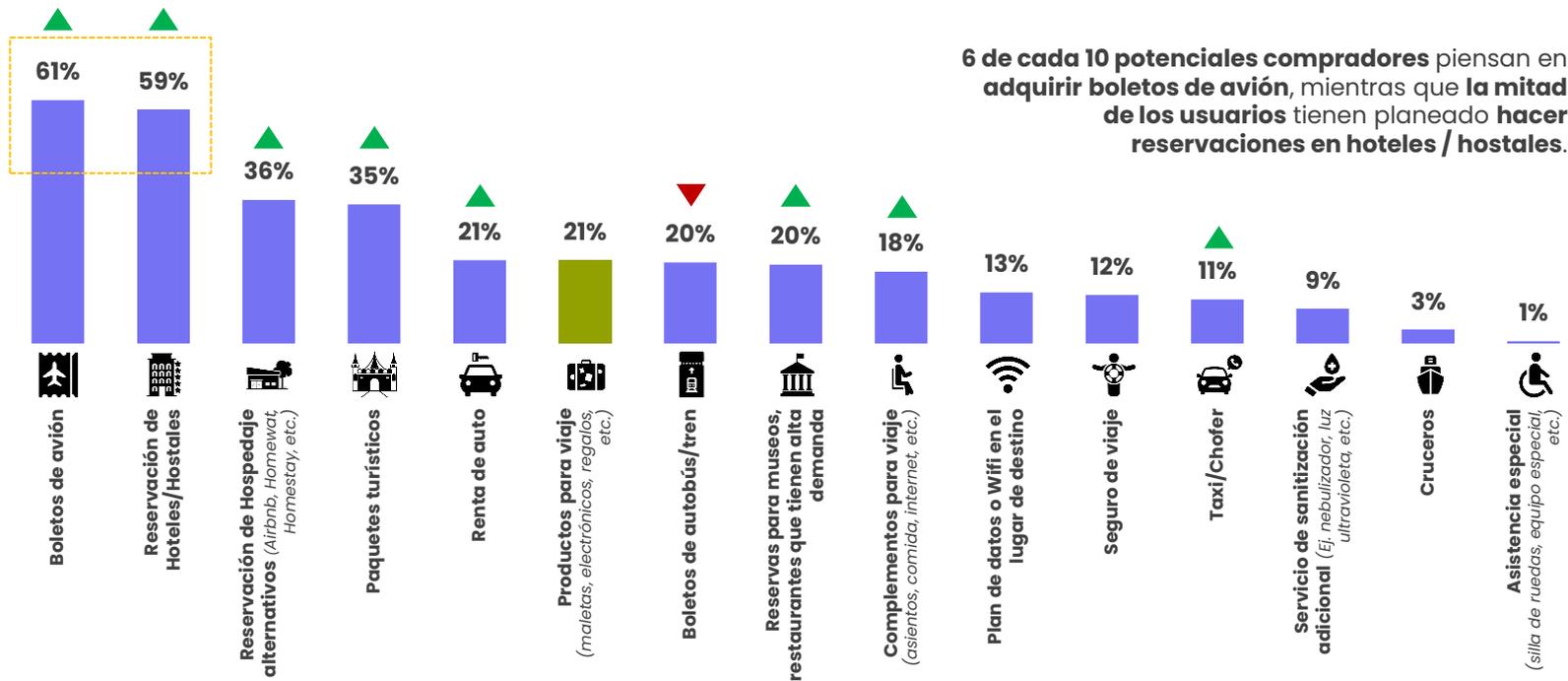


9 de cada 10 potenciales compradores están pensando en **realizar viajes por turismo / vacaciones** y el 57% piensa viajar para poder celebrar ocasiones especiales.





# Tipo de compras de viajes planeadas



P. ¿Qué piensas adquirir para realizar tu viaje? Base Viajeros = 172. No comparable por cambios en las metodología de las variables.

▲ Diferencias vs Viajes 2021  
▼



# El interés por la compra omnicanal

Se observa mayor interés por el uso de canales digitales, así como la combinación con el canal físico.

**42%**  
Ambos canales  
(Internet + Tienda Física)



**3%**  
Sólo en **Tiendas Físicas**

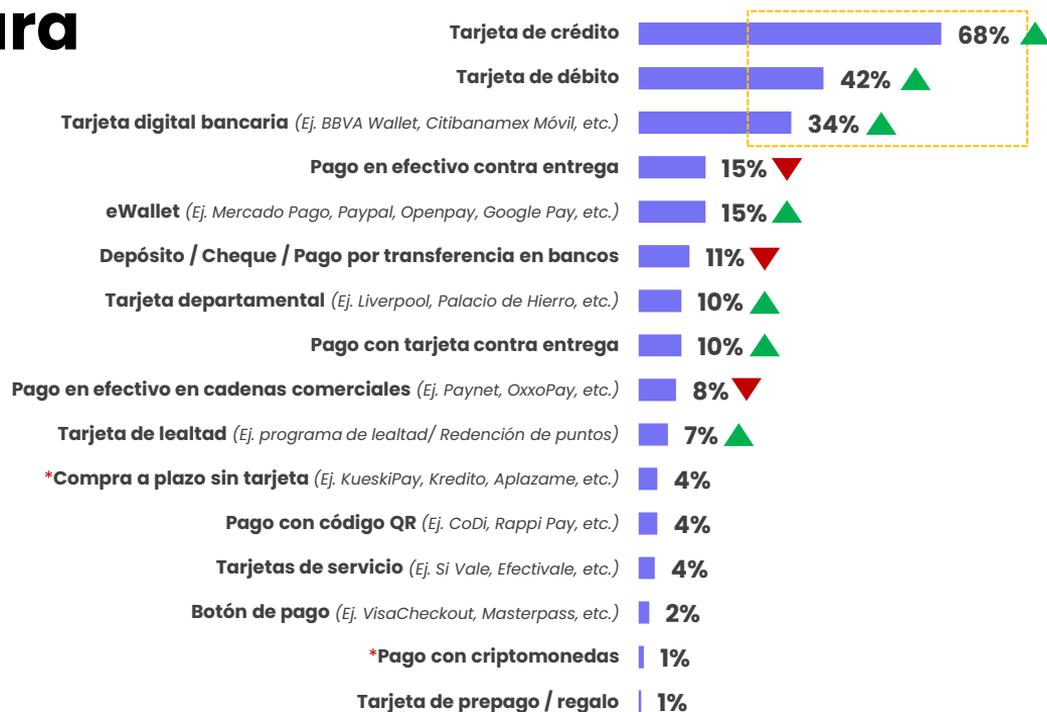
**55%**  
Sólo por **Internet**

**97%** de los potenciales compradores piensan en adquirir sus productos y servicios **utilizando en algún momento el canal digital.**

Más de la mitad de los usuarios piensa utilizar solo en canal online.

# Métodos de pago considerados para comprar por Internet

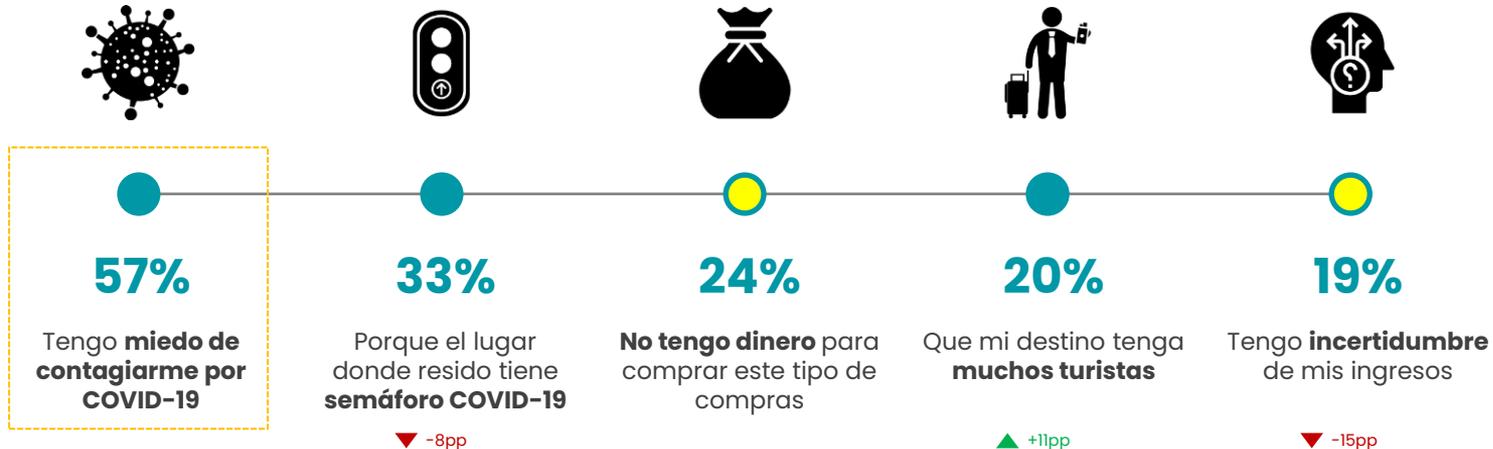
Principalmente la **Tarjeta de Crédito** es el **método de pago** que piensan **utilizar** los compradores que realizarán un **viaje próximamente**. Por otro lado, resalta la intención de uso de Tarjetas de Débito y Tarjetas Digitales Bancarias.





# Principales razones para no viajar

La principal razón de viaje en los próximos meses se debe al descanso y la relajación que buscan los consumidores.



P. Debido a que indicaste que no tienes planeado realizar algún viaje próximamente, ¿Cuáles son las razones por las que no viajarás? Base No Viajeros = 110. \*Nueva variable.

▲ Diferencias  
Significativas  
vs Viajes 2021  
▼



asociación mexicana  
de venta online