

El turismo resurge en Latinoamérica: crece el interés digital por la industria

En algunos países las cifras en los sitios del sector ya se acercan a las épocas prepandemia, mientras que en otros puntos de la región la tendencia es muy positiva. Hoteles, resorts y alquileres se recuperan más rápidamente y el consumo a través de aplicaciones móviles está en alza.

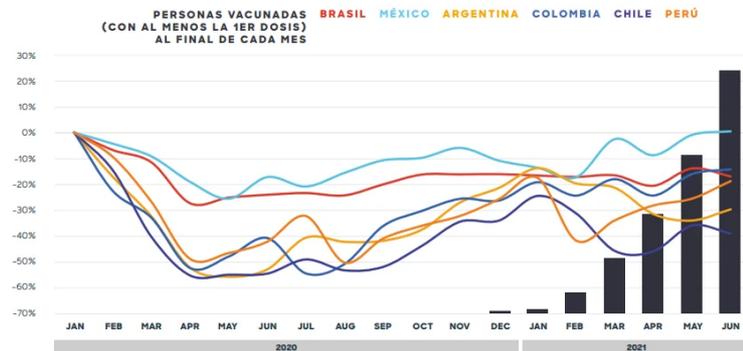
Latinoamérica, septiembre de 2021.- El turismo muestra signos de recuperación paulatina con la llegada de las vacunas y la disminución de casos en algunos países de la región. **Los consumidores de América Latina ya visitan regularmente sitios digitales de la industria:** si bien las cifras en algunos casos todavía no son las de la prepandemia, la curva es claramente ascendente.

Así lo muestra un **estudio de Comscore publicado recientemente y que investiga los últimos 18 meses del comportamiento digital en la región.** Entre otras cosas, la investigación revela que si bien cada país tiene diversas restricciones en torno al turismo, **los viajeros de Latinoamérica ya se encuentran navegando por sitios de viajes para conocer o planificar destinos.** Los números muestran una **recuperación de audiencia en sitios de hoteles, resorts y alquileres.** Otra de las conclusiones es la **alta demanda de contenido turístico a través de aplicaciones móviles.**

En el recorrido histórico, la caída durante 2020 fue pronunciada, especialmente a partir del segundo cuatrimestre del año. Para inicios del 2021, en tanto, **empezaron a registrarse alzas significativas en la navegación a través de sitios de viajes en la mayoría de los países.** Los datos muestran un patrón en los viajeros latinoamericanos que parece bastante lógico: a mayor cantidad de casos registrados, menos usuarios accediendo a sitios de viajes, una variable que puede atribuirse a las restricciones gubernamentales y de aislamiento.

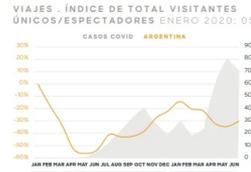
La curva entonces muestra una clara mejoría: por ejemplo, **a partir de junio de 2021, la categoría de viajes en México volvió a retomar el nivel de audiencia que registraba en enero del 2020.** La referencia por fuera de Latinoamérica también es positiva: Estados Unidos, ya con la mitad de la población vacunada, presenta índices de navegación habituales en épocas pre-pandémicas desde mayo de 2021.

VIAJES . ÍNDICE DE TOTAL VISITANTES ÚNICOS/ESPECTADORES ENERO 2020: 0%



Fuente: Comscore MRG@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 19+ - enero 2021 a junio 2021, Múltiple países
Fuente Casos: Estadísticas Coronavirus, Proyecto Rodillo, sumatoria de casos de covid-19 en los países analizados, enero 2020 a junio 2021- <https://rodillo.org/estadisticas-coronavirus>

FIG 1 ARGENTINA



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

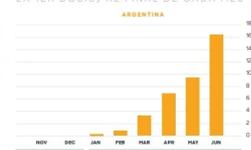
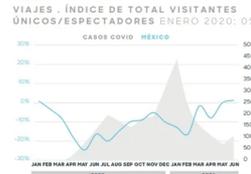


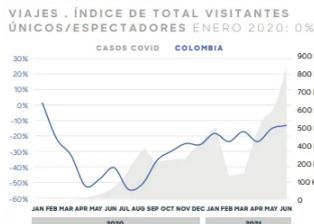
FIG 2 MÉXICO



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES



FIG 5 COLOMBIA



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

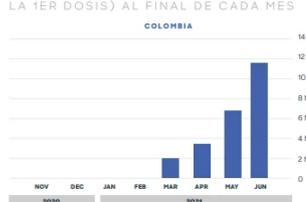


FIG 3 BRASIL



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES



FIG 6 PERÚ



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES



FIG 4 CHILE



PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

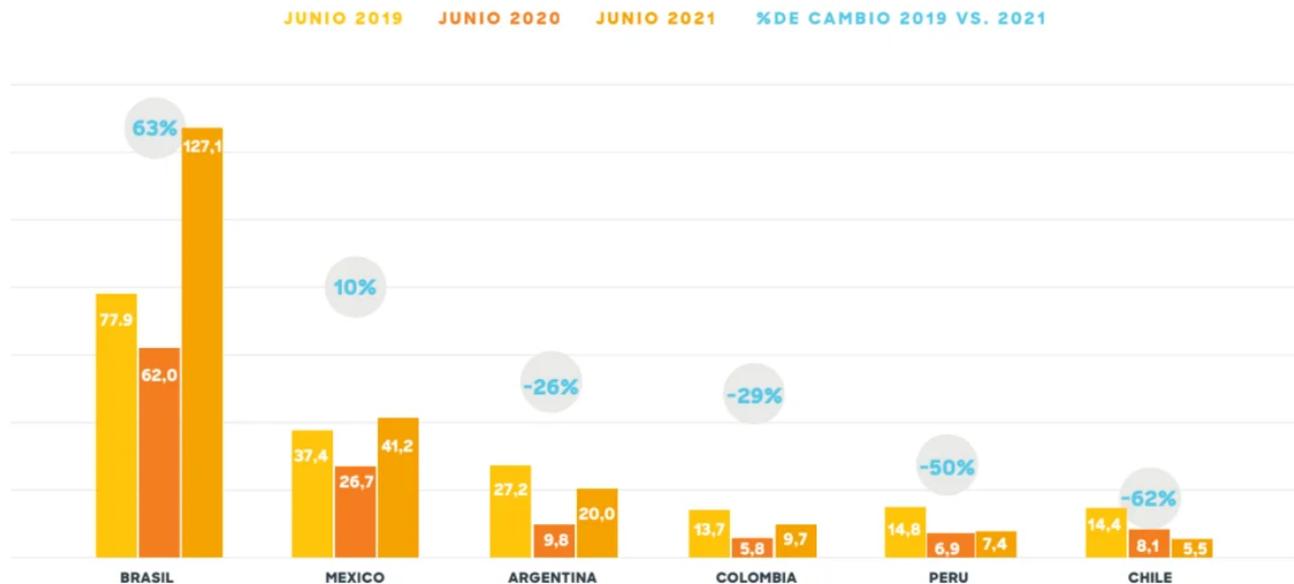


"Pareciera que la recuperación del sector de los viajes en América Latina se producirá en los próximos meses, por lo que seguiremos observando las fluctuaciones de consumo, seguramente ligado a los contagios por país y a las tasas de vacunación. Es casi imposible predecir la rapidez con la que se recuperará la industria, pero lo que sí sabemos es que hay esperanza de reactivación y el comercio digital estará sumamente involucrado en esta nueva normalidad de consumo", dijo Alejandro Fosk, VP Senior de Comscore para América Latina.

En ese sentido, los hábitos de consumo digital del viajero latinoamericano promedio son cada vez más importantes. En Brasil, por ejemplo, el consumo mensual promedio por visitante en el sector es de 127 minutos, lo que representa una variación positiva de consumo del 63% si se comparan las cifras de 2019 con las de 2021. El país que lo sigue en la región es México, cuyo visitante consume un promedio de 41,2 minutos.

FIG 9

PROMEDIO DE MINUTOS POR VISITANTE EN LA CATEGORÍA DE VIAJES



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Total Audiencia, Categoría de Viajes, Junio 2019 vs 2020 vs 2021, Múltiples países

En la diferencia entre minutos consumidos entre móviles y dispositivos desktop, **aparece una fuerte preponderancia “mobile first”** tanto en Argentina como en México y Brasil, específicamente a través de aplicaciones: el 65% de los internautas investigan y navegan en sitios de turismo utilizando una app.

Dentro de todo lo que engloba a la industria del turismo, **surgen sectores que pasaron los tiempos de contingencia mejor que otros**. Las principales subcategorías del sector ya están presentando tendencias de recuperación, en especial en sitios de hoteles, resorts y alquileres: en varios países ya supera los índices de navegación que se registraban en enero de 2021. **La categoría Aerolíneas parece la más golpeada, mientras que las de las agencias se muestra como la que menos sufrió las variaciones.**

FIG 12 HOTEL/ RESORT & HOME SHARING

ÍNDICE DE TOTAL VISITANTES ÚNICOS/ ESPECTADORES. ENERO 2020: 0%

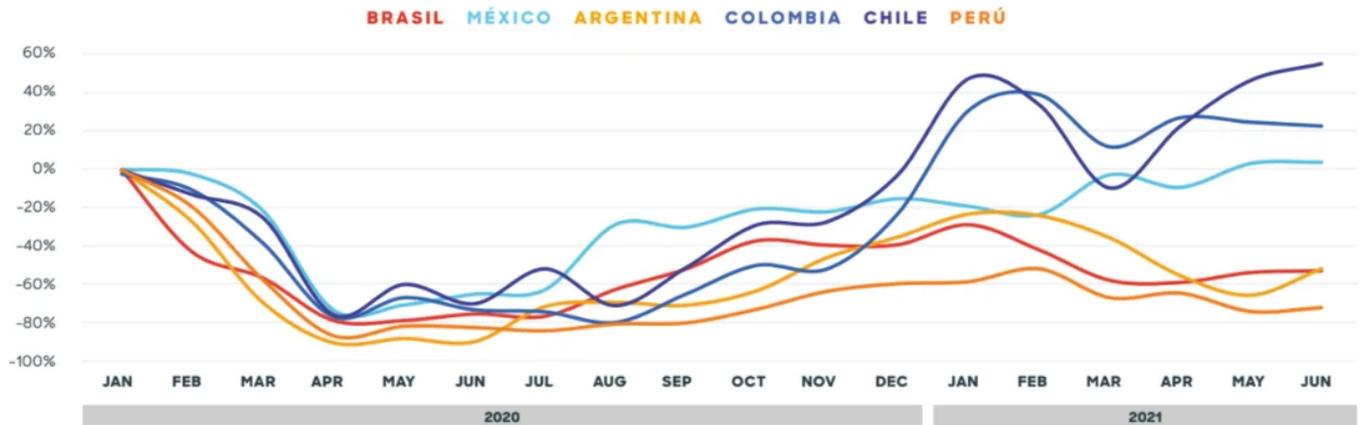


FIG 11 AEROLÍNEAS

ÍNDICE DE TOTAL VISITANTES ÚNICOS/ ESPECTADORES. ENERO 2020: 0%

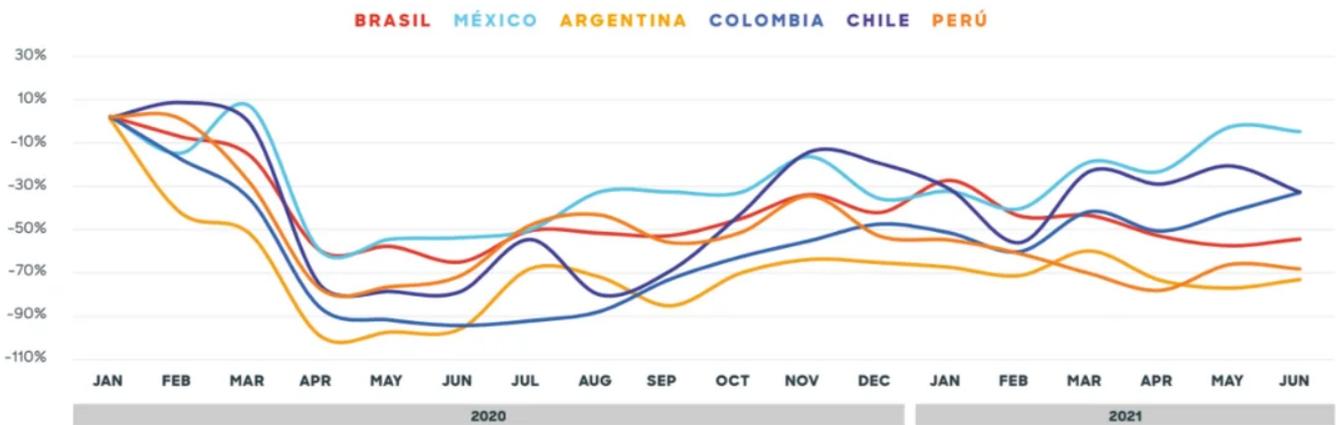
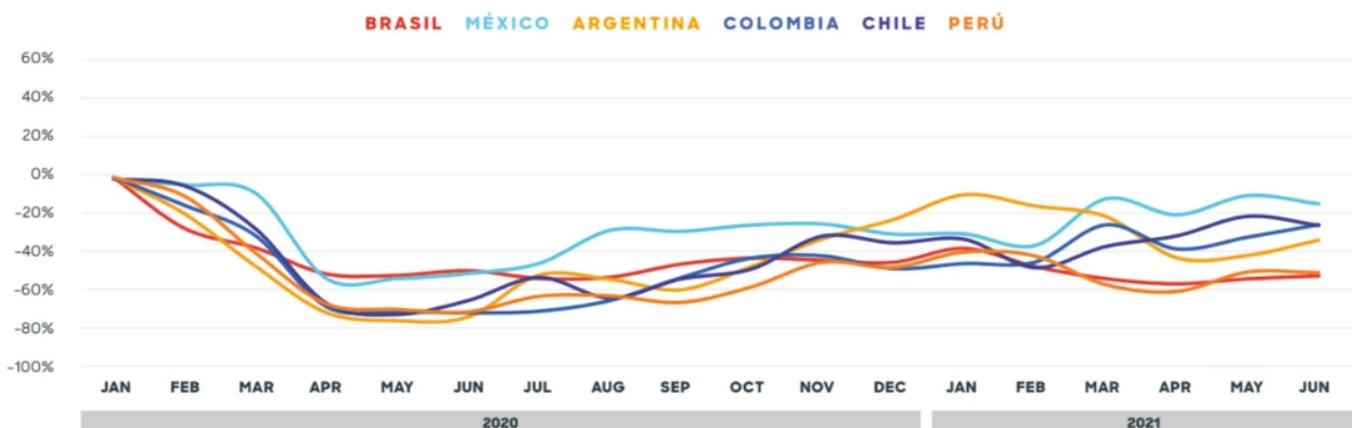


FIG 13 ONLINE TRAVEL AGENTS

ÍNDICE DE TOTAL VISITANTES ÚNICOS/ ESPECTADORES. ENERO 2020: 0%

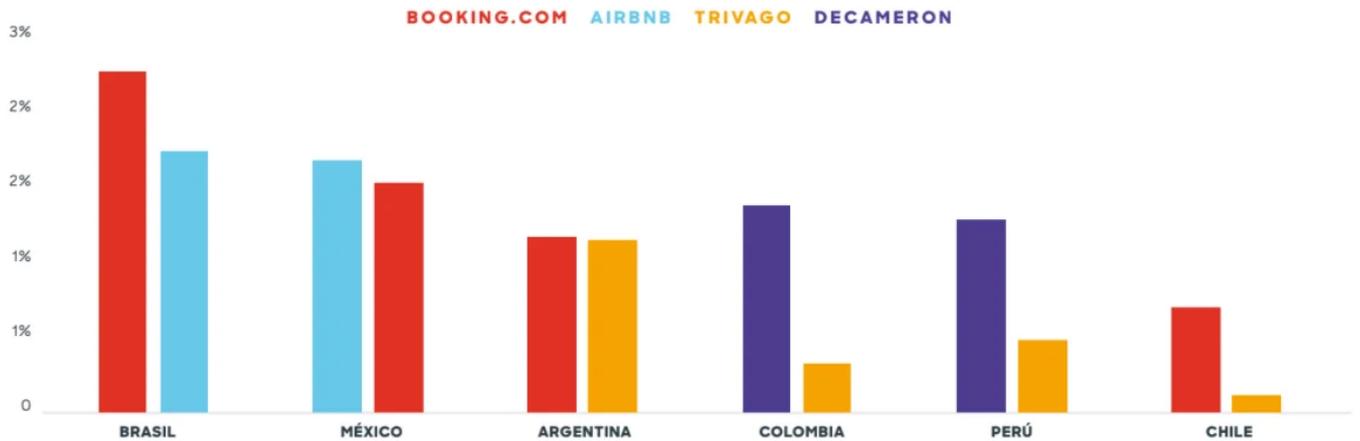


Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+. Total Audiencia, subcategorías de Viajes, junio 2021, Múltiples países

En el caso de los **sitios de hoteles, resorts y alquileres, existen cuatro jugadores que lideran la región en términos de alcance a total audiencia: Booking, Airbnb, Trivago y Decameron.** Booking forma parte del podio de los mercados más grandes analizados.

FIG 14

ALCANCE DE LAS PROPIEDADES DE HOTELES/RESORTS Y ALQUILERES LÍDERES Y SU PRINCIPAL COMPETIDOR

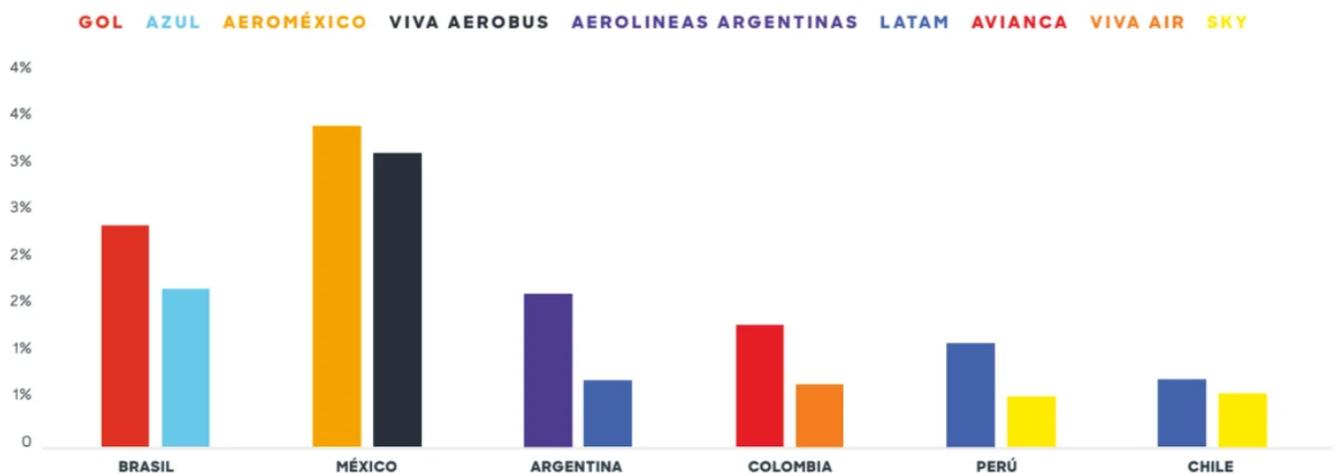


Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Aerolíneas, Junio 2021, Múltiple países

Las **aerolíneas** muestran un mercado con jugadores más diversificados a lo largo de la región. **A pesar de que la industria aérea fue una de las que más sufrió, todavía presenta un alcance entre 2% y 4% en Latinoamérica, con LATAM Airlines como la marca que comparte liderazgo en tres de los países analizados.**

FIG 15

ALCANCE DE LAS PROPIEDADES DE AEROLÍNEAS LÍDERES Y SU PRINCIPAL COMPETIDOR



Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Aerolíneas, Junio 2021, Múltiple países

“De cara al futuro, **las marcas y sitios de viajes deben de seguir analizando los indicadores clave de consumo, con el fin de entender mejor cómo el viajero latinoamericano ha alterado sus comportamientos** de búsqueda y reserva de viaje en un entorno que a la pandemia le sumó la aceleración digital enfocada a dispositivos móviles”, resumió Fosk.

Lea el informe completo aquí.

SOBRE COMSCORE LATINOAMÉRICA

Comscore (NASDAQ: SCOR) es un socio de confianza para la planeación, transacción y evaluación de medios en las distintas plataformas. Con un gran activo de datos que combina la inteligencia de visualización en digital, TV lineal, OTT y salas de cine con insights avanzados de audiencia, Comscore permite a los compradores y vendedores de medios cuantificar su comportamiento en múltiples pantallas y tomar decisiones con confianza. Un líder probado en la medición de audiencias digitales y de televisión, así como de la publicidad a escala, Comscore es una fuente tercera independiente para una medición cross-platform confiable. Para conocer más, visite www.comscore.com

Newsroom published with Prezly: PR Software.