

## TENDENCIAS DE CONSUMO DIGITAL EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA:

# ¿Cómo navega el viajero latinoamericano?



Comprenda el comportamiento online del viajero latinoamericano y cómo este fue cambiando como resultado de una pandemia global.

# Introducción

A más de un año del cambio paradigmático de consumo que la pandemia estableció a nivel global, la industria del turismo pareciera estar recuperándose de a poco con la llegada de las vacunas y la disminución de casos en algunos países de la región, generando grandes expectativas para los viajeros de América Latina. De este modo, Comscore realizó un profundo análisis para comprender cómo estas variables se combinan y definen el comportamiento de navegación de los internautas permitiendo que las empresas de hospitalidad, viajes y turismo puedan optimizar sus iniciativas de marketing para adaptarse mejor las fluctuaciones de la demanda de los consumidores.

**¿Cuáles son las principales tendencias y oportunidades a revisar en este paper?.**

- El aumento en la cantidad de personas vacunadas en la región presta oportunidades al sector turístico de retomar sus números de navegación digital habitual.
- Los consumidores de América Latina presentan alta demanda de contenido turístico a través de aplicaciones móviles.
- Existe una recuperación de audiencia y alta demanda en sitios de hoteles/resorts y alquileres.

## **CATEGORÍA DE VIAJES:**

**SITIOS QUE FUNCIONAN COMO AGENCIAS DE VIAJES EN LÍNEA, PROVEEDORES DE SERVICIOS DE VIAJES (EJ. AEROLÍNEAS, HOTELES, AGENCIAS DE ARRIENDO DE VEHÍCULOS), SITIOS DE DESCUENTO DE VIAJES Y RECURSOS DE INFORMACIÓN DE VIAJES.**

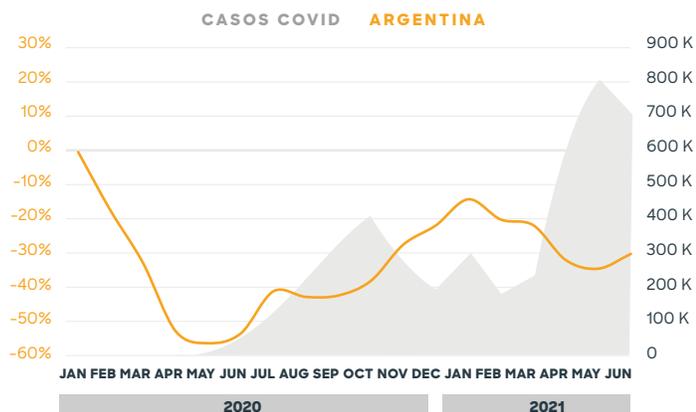
**Impacto de la contingencia en América Latina - Sitios de viajes**

Siendo la industria turística uno de los sectores más afectados en el último tiempo, es emocionante ver el aumento de la demanda que se ha establecido los últimos meses a partir de la llegada de las vacunas en la región. 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 de viaje.

Cuando comparamos la tendencia de audiencia en la categoría, tomando como índice de comparación el total de visitantes únicos que se presentaban en enero 2020 (pre-pandemia), vemos un fuerte decrecimiento durante el segundo cuatrimestre de ese mismo año. No obstante, ya para inicios del 2021 se registran alzas significativas en la navegación a través de sitios de viajes en la mayoría de los países.

**FIG 1 ARGENTINA**

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



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

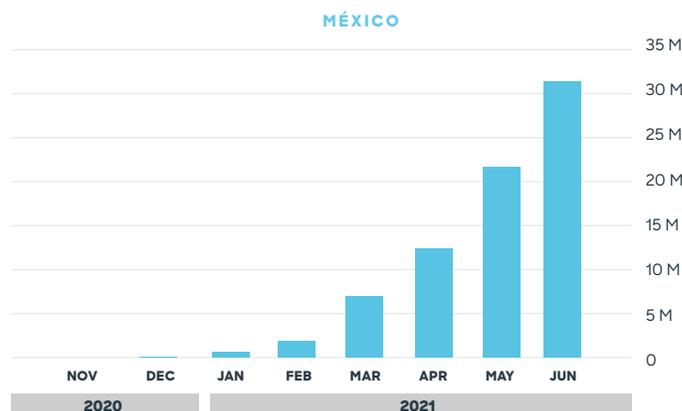


**FIG 2 MÉXICO**

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

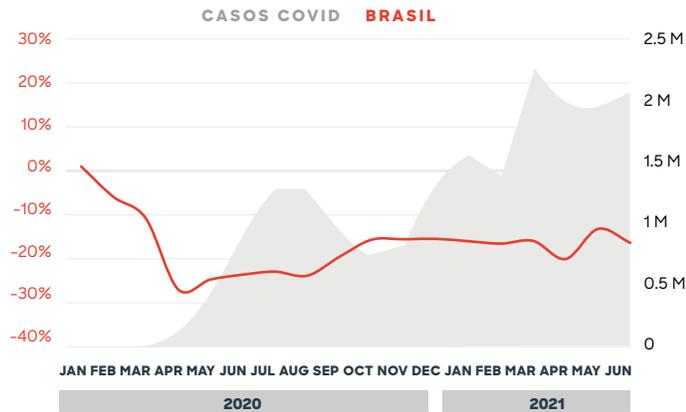


PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES



**FIG 3 BRASIL**

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

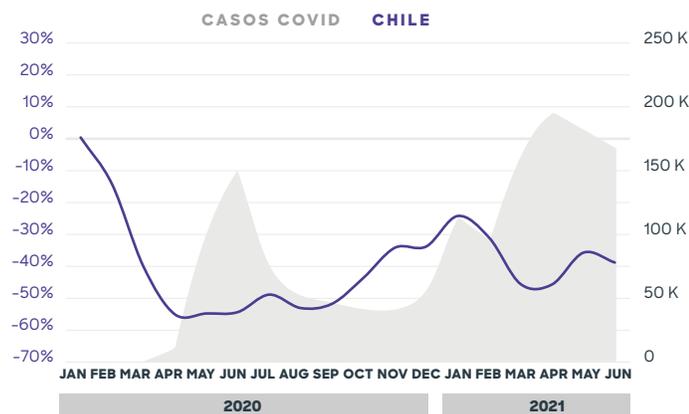


PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

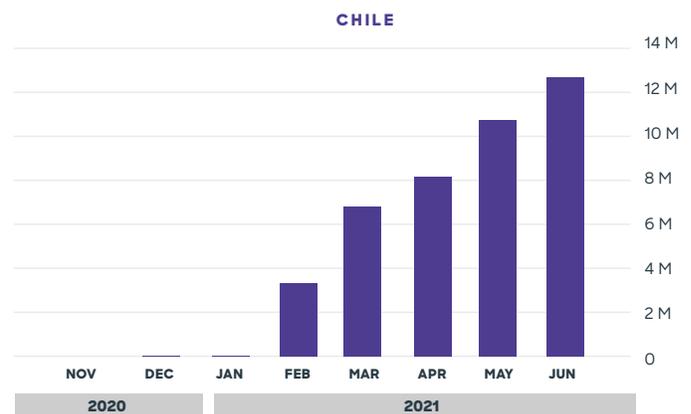


**FIG 4 CHILE**

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

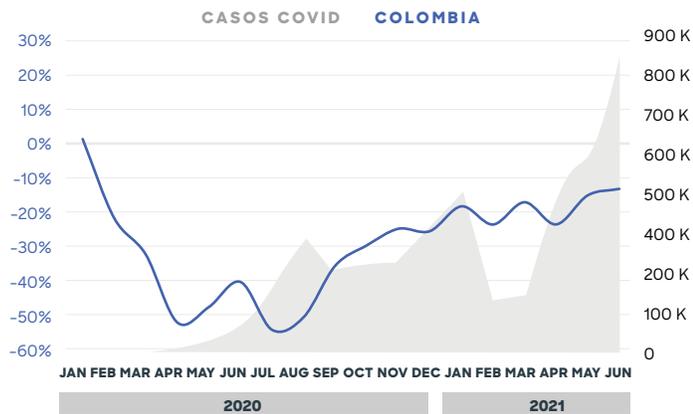


PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

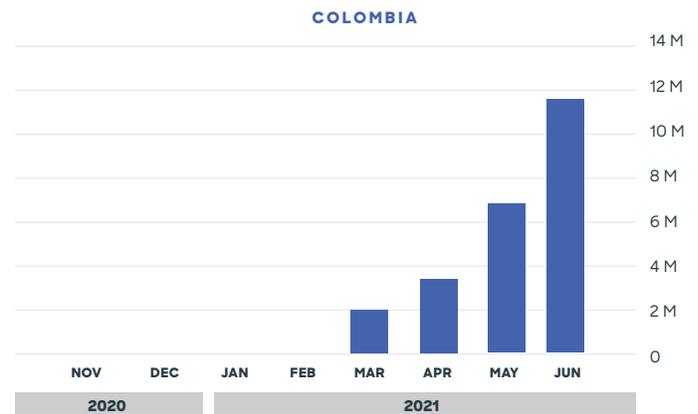


**FIG 5 COLOMBIA**

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

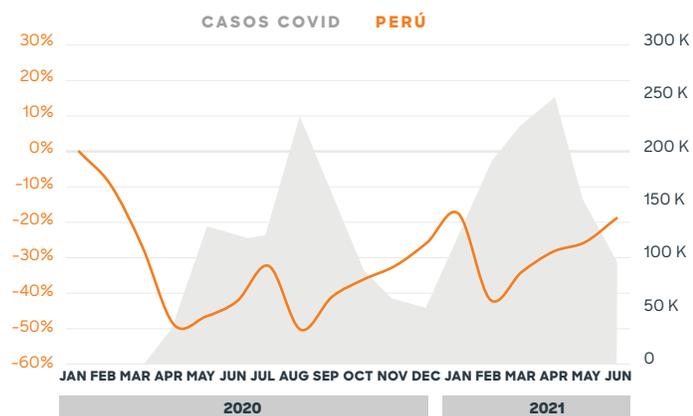


PERSONAS VACUNADAS (CON AL MENOS LA 1ER DOSIS) AL FINAL DE CADA MES

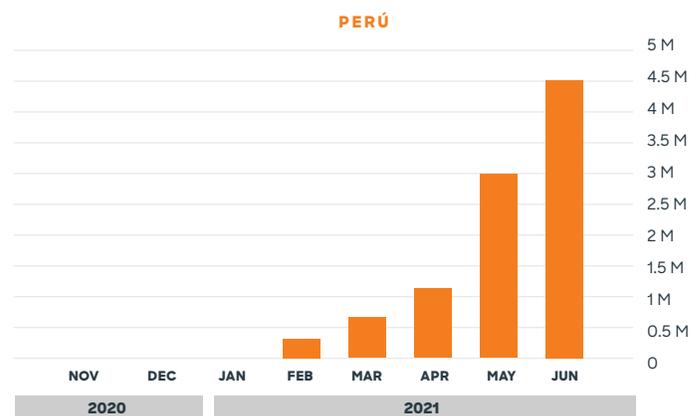


**FIG 6 PERÚ**

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



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



Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, 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>.

Siendo cada mercado un mundo en sí mismo, el patrón que se comparte en los hábitos de navegación de los viajeros latinoamericanos es (lógicamente): a mayor cantidad de casos registrados, menos usuarios accediendo a sitios de viajes. El cual, en varios países se debe en gran medida debido a restricciones gubernamentales y de aislamiento.

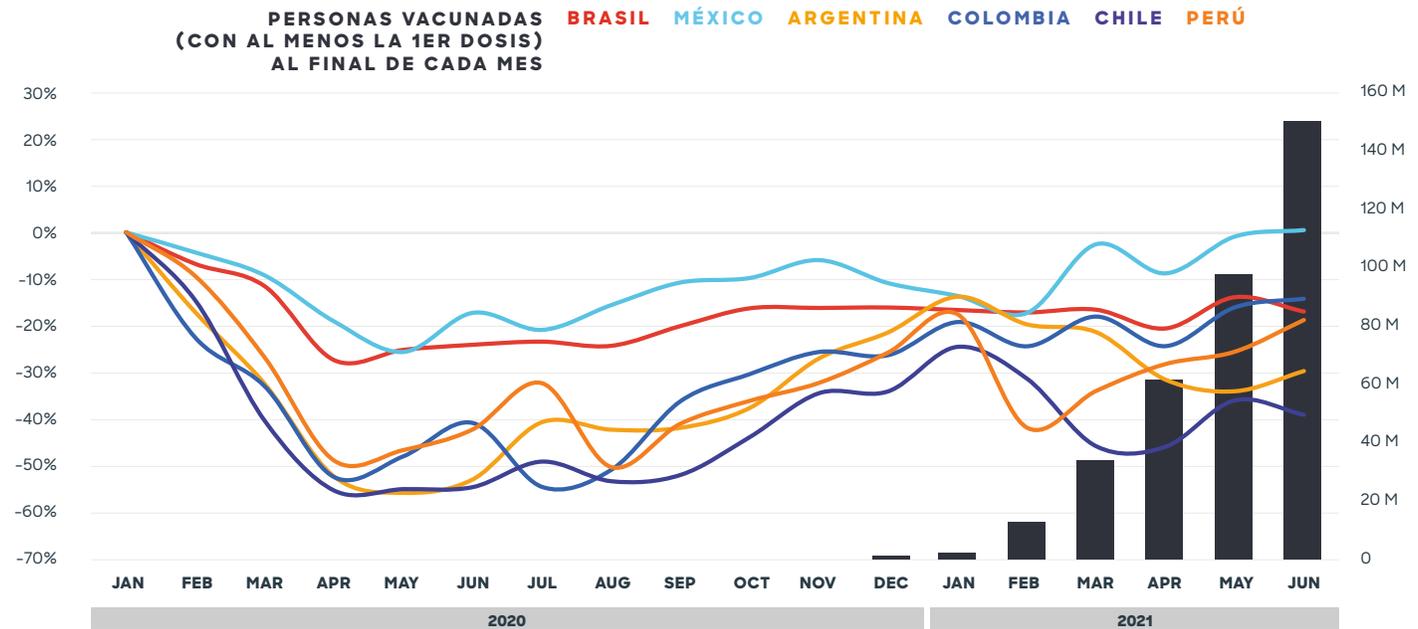
**¿Son las vacunas una ventana de esperanza?**

Podríamos así decirlo, al menos para reactivar la industria turística en la región. De los países analizados en este documento, a partir de junio 2021 la categoría de viajes en México volvió a retomar el nivel de audiencia que registraba en enero del 2020, lo que presta grandes expectativas para el mercado en los próximos meses. Y a los hechos podemos remitirnos, Estados Unidos, ya

con la mitad de la población vacunada, desde mayo 2021 presenta índices de navegación habituales en épocas pre-pandémicas aunque aún queda un largo camino por recorrer, sobre todo en cuestiones sociales como el debate si se solicitarán documentos de vacunación para ingresar a los aeropuertos u hoteles y qué impacto generarán en la industria de viajes aquellas personas que hayan decidido no vacunarse.

**FIG 7**

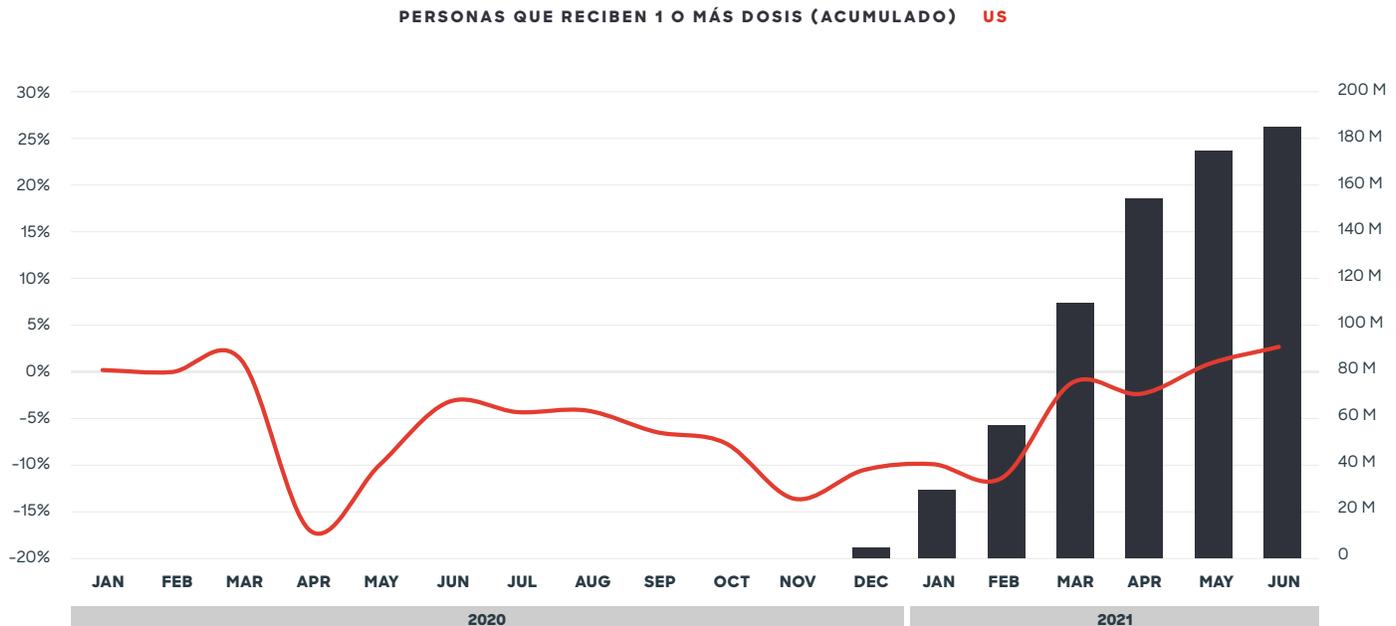
**VIAJES . ÍNDICE DE TOTAL VISITANTES ÚNICOS/ESPECTADORES ENERO 2020: 0%**



Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, 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 8**

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



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+ ,Viajes, enero 2021 a junio 2021, US  
 Fuente Casos: Covid.CDC.gov Trends in Number of COVID-19 Vaccinations in the US

Los viajeros latinoamericanos ya se encuentran ansiosos por planificar destinos de viajes e incluso hacerlos. Durante la temporada del Hot Sale 2021, por ejemplo, en México, la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) destacó que la categoría viajes experimentó un incremento en ventas de 193% a total campaña<sup>(1)</sup>. Mientras en Argentina, una encuesta que realiza TNS Kantar Argentina para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) estableció que “pasajes y turismo” fue una de las categorías con mayor facturación durante el Hot Sale<sup>(2)</sup>.

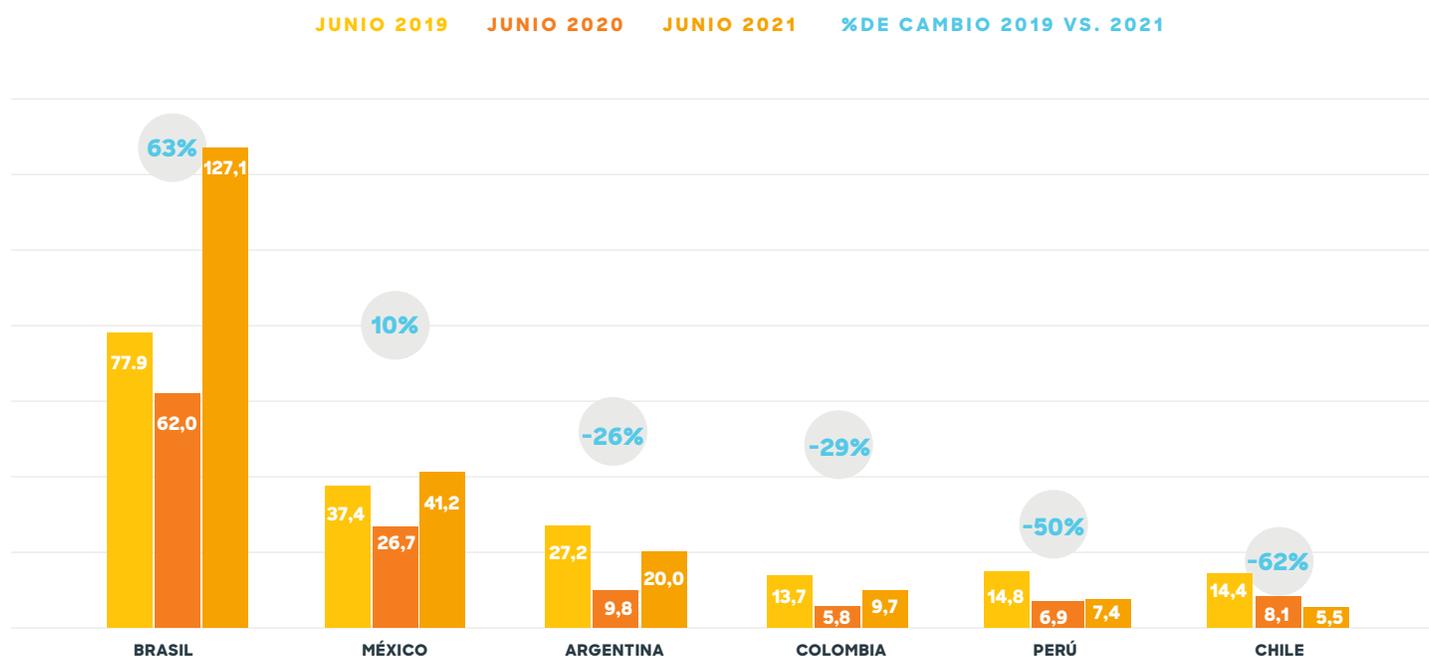
(1) Fuente: <https://www.forbes.com.mx/hot-sale-2021-registra-aumento-en-ventas-del-15-interanual/>  
 (2) Fuente: <https://eleconomista.com.ar/2021-05-el-hot-sale-facturo-25-000-millones/>

## Hábitos de consumo digital del viajero latinoamericano promedio

Más allá de la cantidad de audiencia que traccionan los sitios de viajes y turismo, es indispensable conocer la manera en que el internauta consume el contenido y cuánto tiempo le dedica a ello para identificar la mejor manera de llegar a dicho segmento. En Brasil, el consumo mensual promedio por visitante en el sector es de 127 minutos, lo que representa una variación de consumo comparando 2019 vs 2021 del 63%, siendo Brasil el país de la región que mayor tiempo pasa visitando sitios turísticos. Seguido de México, cuyo visitante consume un promedio de minutos de 41,2.

**FIG 9**

PROMEDIO DE MINUTOS POR VISITANTE EN LA CATEGORÍA DE VIAJES



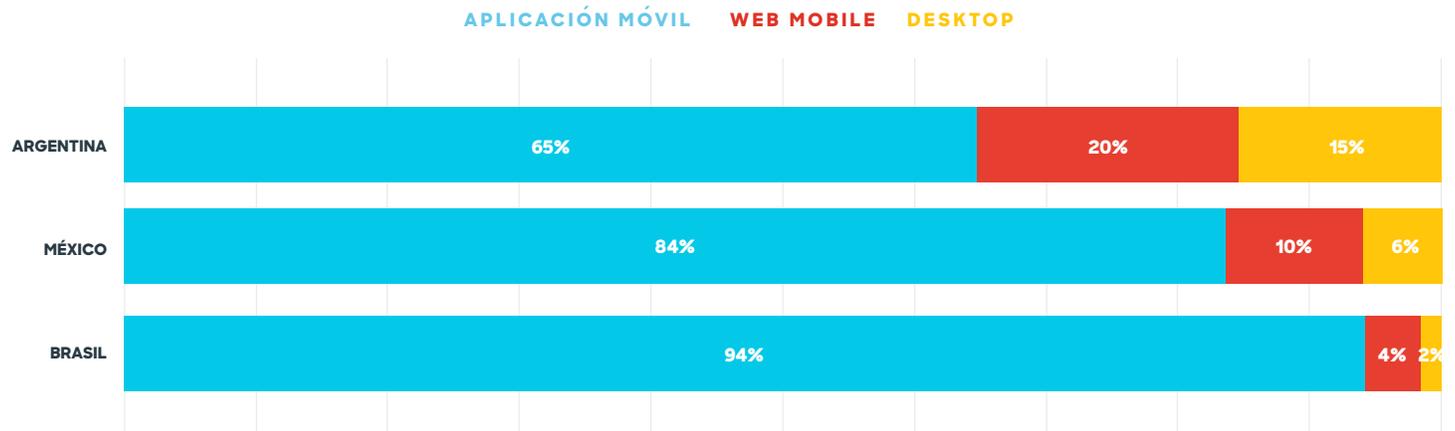
Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Total Audiencia, Categoría de Viajes, Junio 2019 vs 2020 vs 2021, Múltiples países

Al enfocarnos en los minutos consumidos en el sector turístico, también es de sumo interés comprender el comportamiento de la demanda en torno al método de acceso, identificando a través de qué dispositivo el usuario se está informando, planificando y generando transacciones relacionadas a los viajes para que los anunciantes puedan optimizar las iniciativas de marketing.

Cuando observamos los minutos consumidos entre móviles y ordenadores notamos que existe una fuerte preponderancia “mobile first” tanto en Argentina como en México y Brasil, específicamente a través de aplicaciones. Donde más del 65% de los internautas investigan y navegan en sitios de turismo utilizando una app.

FIG 10

PORCENTAJE DE MINUTOS CONSUMIDOS



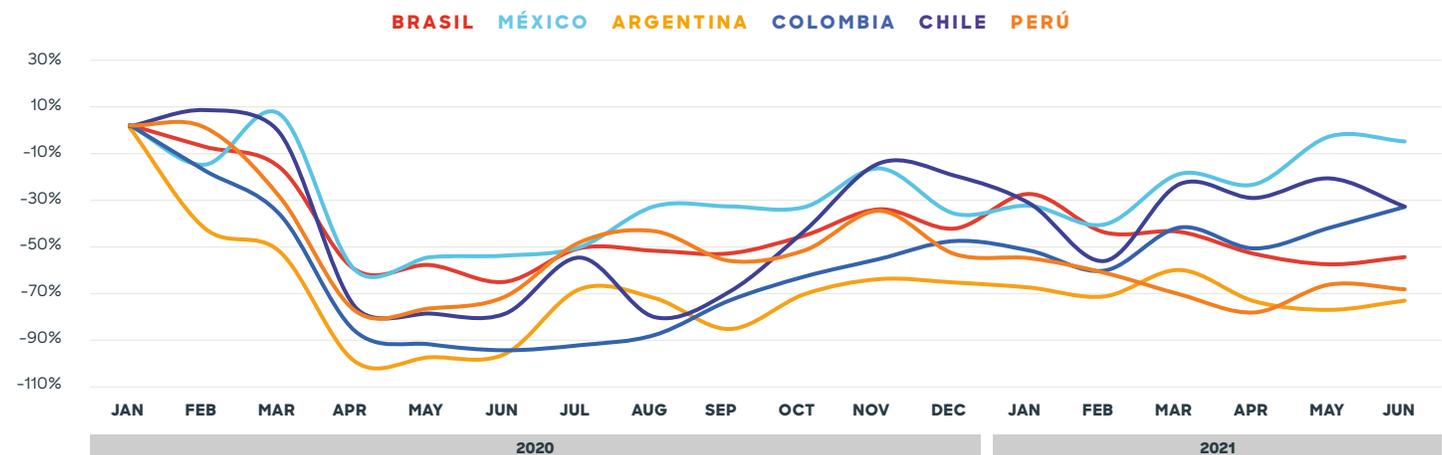
Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform y Mobile Metrix®, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Total Audiencia, Total Minutos, Categoría de viajes, Junio 2021, Brasil/ México/ Argentina

## Generando una mirada profunda en las subcategorías de viajes

Dentro de todo lo que engloba el turismo, existen diversas industrias que han pasado los tiempos de contingencia mejor que otras. Las principales subcategorías del sector ya están presentando tendencias de recuperación, en especial en sitios de hoteles/resorts y alquileres donde, en varios países, ya supera los índices de navegación que se registraban en enero 2021.

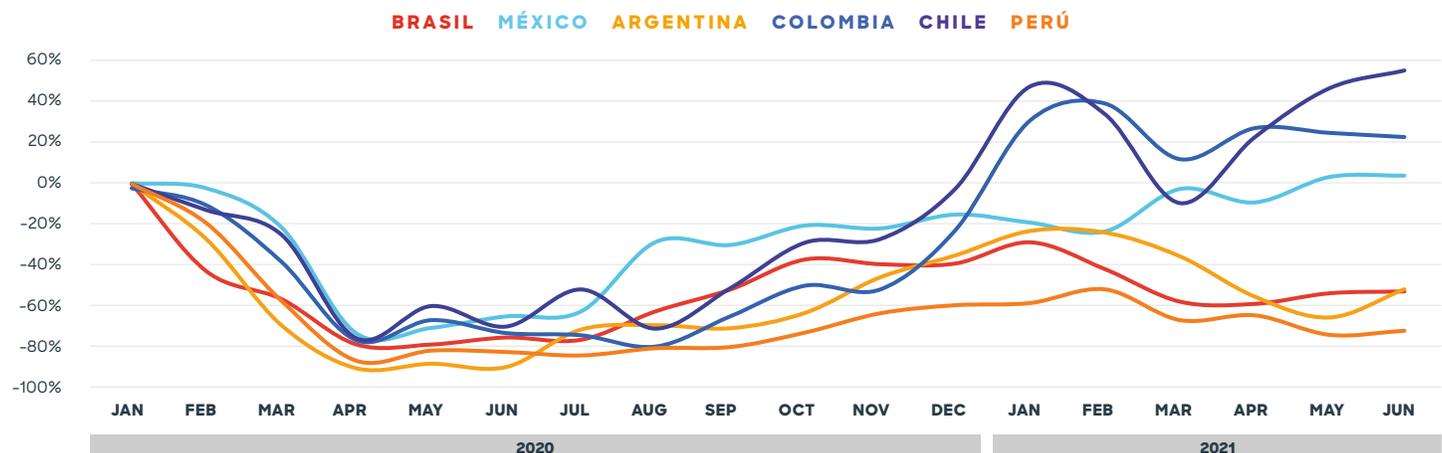
**FIG 11 AEROLÍNEAS**

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



**FIG 12 HOTEL/ RESORT & HOME SHARING**

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



**FIG 13 ONLINE TRAVEL AGENTS**

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

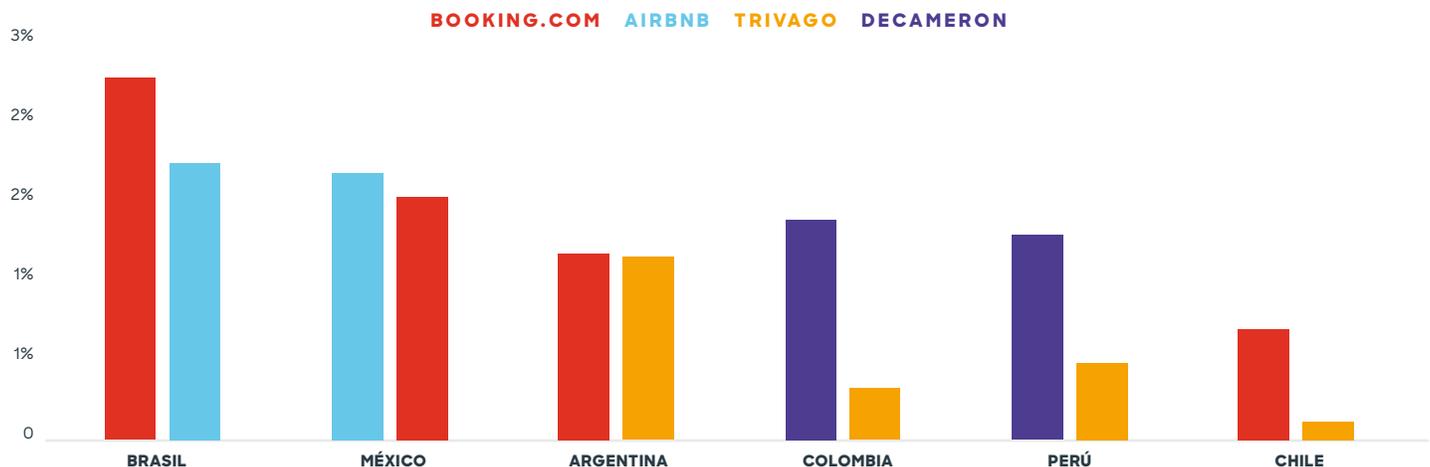


Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Total Audiencia, subcategorías de Viajes, junio 2021, Múltiples países

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. Donde la propiedad de Booking forma parte del podio en los mercados más grandes analizados. No obstante, lo que caracteriza a la categoría es justamente la preponderancia de los metabuscadores donde el consumidor puede comparar precios de hoteles y alquileres junto a características relevantes de consumo para el usuario.

**FIG 14**

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

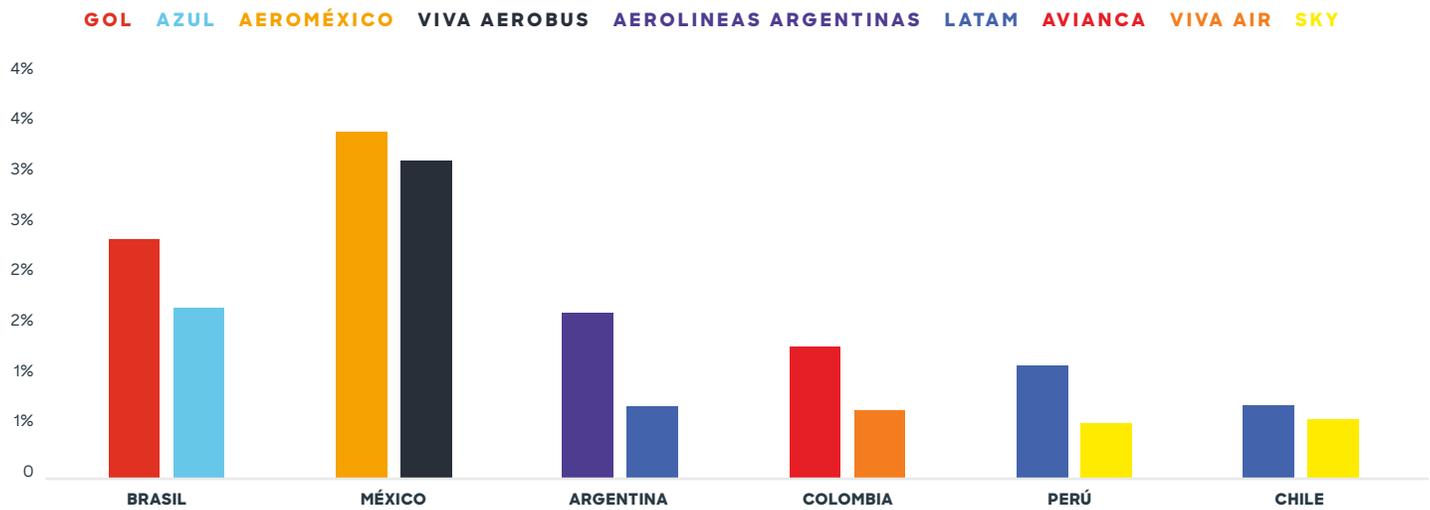


Fuente: Comscore MMX@ Multi-Platform, Desktop personas 6+, Mobile personas 18+, Aerolíneas, Junio 2021, Múltiple países

De lo contrario, los líderes de las propiedades de aerolíneas tienen mayor competitividad de mercado con jugadores más diversificados a lo largo de la región. A pesar de que la industria aérea fue una de las más golpeadas, aún presenta un alcance entre 2% y 4% en Latinoamérica; siendo LATAM Airlines la marca que comparte liderazgo en tres países de los mercados 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

## Fluctuación, el posible escenario en la región

Pareciera que la recuperación del sector de los viajes en América Latina se producirá probablemente en los próximos meses, por lo que seguiremos observando las fluctuaciones de consumo en todo el sector, seguramente ligado al incremento o decremento de los contagios por país y las tasas de vacunación, pero desde Comscore informaremos los movimientos a medida que las cosas cambien. Es muy difícil – y casi imposible – predecir la rapidez con la que se recuperará la industria turística y todas las subcategorías que la componen.

Pero lo que sí sabemos es que hay esperanza de reactivación y que, claramente, el comercio digital se ve sumamente involucrado en esta nueva normalidad de consumo. 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 entorno al contexto de contingencia sumado a la aceleración digital enfocada a dispositivo móviles.

**Cómo Comscore puede ayudarlo** para adaptar mejor sus iniciativas de marketing a las fluctuaciones de la demanda de los consumidores:

### Audiencia Digital

#### MIRADA GLOBAL & REGIONAL:

Mida las audiencias digitales de todos los contenidos en desktop, tablet, smartphone y dispositivos OTT

#### PERSPECTIVA MULTI-PANTALLA:

Visión no duplicada del comportamiento total de la audiencia a través de los diversos dispositivos

#### CONSUMO MÓVIL:

Identifique el comportamiento total de la audiencia móvil en buscadores y aplicaciones de smartphones y tablets.

Si tiene alguna duda o quiere profundizar sobre el reporte por favor, **contáctenos.**

@COMSCORELATAM

 @COMSCOREINC

 @COMSCORELATAM

 COMSCORE