

# Estudio del Viajero Mexicano en la Era Digital

Noviembre de 2017



# Introducción



## Prólogo del director ejecutivo

La encuesta de Travelport Global Traveler contiene gran cantidad de información e historias sobre el viajero moderno.

Los hallazgos demuestran la trascendencia que las herramientas digitales tienen para los viajeros antes, durante e incluso después de sus viajes. Los mismos resaltan la necesidad de nuestra industria de viajes y hospedaje de 7,6 billones de USD a nivel global, de adaptarse de forma continua a fin de brindar servicios receptivos, relevantes y oportunos a los clientes.

Ya sean jóvenes o personas mayores, independientemente del continente en donde se encuentren, brindar herramientas y contenido digital ya no es un accesorio sino un medio indispensable para atraer al viajero moderno desde el momento en que realiza la búsqueda hasta que regresa de su viaje.

La plataforma de Travelport está lista para proporcionar a la industria los medios para hacerlo viable. Como empresa de tecnología, líder mundial en aspectos digitales y móviles, nuestro objetivo es hacer que la experiencia de venta, compra y gestión de los viajes mejore continuamente.

Invertimos más de 200 millones de USD al año en hacer esto y utilizaremos los datos obtenidos gracias a esta encuesta para continuar enfocando esta inversión en ayudar a que nuestros clientes satisfagan las necesidades del viajero moderno.

Espero que encuentren en la encuesta, información de utilidad para guiarlos en su estrategia, ya que nuestra industria sigue evolucionando y adaptándose a las nuevas oportunidades que la tecnología moderna puede ofrecer.

### Gordon Wilson

Presidente y director ejecutivo de Travelport

## Tabla de clasificación del viajero digital 2017

Al combinar los indicadores principales del uso digital de los viajeros en cada país, creamos una tabla de clasificación que muestra quiénes tienen el mayor y el menor nivel de dependencia digital entre los países en donde se realizó la encuesta. Los hallazgos reflejan la penetración de smartphones, líneas fijas e internet móvil a nivel local.

Existen algunas diferencias notables en el comportamiento del viajero en el uso digital, dependiendo del país en donde fue realizada la encuesta. Algunas personas dependen en gran medida de la tecnología móvil, mientras que otras son menos dependientes digitalmente al planificar y realizar sus viajes.

Clasificación	País
1	India
2	China
3	Indonesia
4	Brasil
5	Arabia Saudita
6	México
7	Sudáfrica
8	EAU
9	Colombia
10	Italia
11	EE. UU.
12	España
13	Francia
14	Rusia
15	Canadá
16	Australia
17	Reino Unido
18	Japón
19	Alemania

# Estadísticas de México

## Planificación



**46%** usa la búsqueda por voz al buscar un viaje

**70%** recurre a las reseñas de personas al planear y buscar un viaje

**39%** considera que buscar el mejor precio es complicado

## Reservas



**81%** busca en sitios de viajes para descubrir nuevos destinos

**67%** evita los hoteles que cobran por Wi-Fi

**56%** busca y reserva su viaje en un dispositivo móvil

## El viaje



**34%** aumentaría su fidelidad con los proveedores de servicio si durante el viaje recibieran mensajes con ofertas relevantes y personalizadas, en tiempo real

**79%** cree que los pases de abordar digitales y los tiquetes electrónicos facilitan mucho más los viajes

**67%** considera que una experiencia digital adecuada es importante al elegir una aerolínea

## En el destino



**46%** de los viajeros de negocios desea servicios de conserjería en su smartphone

**74%** aporta comentarios de su experiencia en los sitios de reseñas

**66%** trata de visitar las atracciones locales cuando viaja por negocios

**17** tipos de aplicaciones se utilizan en promedio al viajar

El Estudio de Global Traveler de Travelport fue una encuesta en línea que se realizó en agosto de 2017, utilizando Toluna Research.\* La investigación cubrió 19 países a nivel global y estuvo limitada a las personas que tomaron al menos un vuelo de regreso, el año pasado. En total, hubo 11.000 encuestados de 19 países.

© 2017 Travelport. Todos los derechos reservados. Travelport, Apollo, Galileo, Worldspan y el logotipo de Travelport son marcas registradas de Travelport. Todas las demás marcas son propiedad de sus respectivos dueños.

\*Toluna Research: [www.toluna-group.com](http://www.toluna-group.com)

# Panorama global

## Temas del informe

Resolver los problemas digitales de los viajeros

Hay miles de aplicaciones en línea disponible para ayudar a planificar y disfrutar de un viaje. Pero, ¿hay demasiada información disponible? ¿Es posible que se convierta en algo confuso en vez de ayudar a que los viajeros tomen mejores decisiones?

El viajero siempre conectado

A todos les gusta relajarse durante las vacaciones. Pero, ¿cómo es posible si viajas con el internet en el bolsillo, sabiendo que en cualquier momento pueden comunicarse contigo dondequiera que estés? ¿Existe un conflicto entre estar conectado y escaparse de todo?

Madurez y juventud: haciendo las cosas de forma distinta

Distintas personas disfrutan de diferentes tipos de viajes, eso no es novedad. Pero, ¿existe una brecha entre los hábitos de los viajeros mayores y más jóvenes al momento de buscar y reservar un viaje?

Tabla de clasificación del viajero digital

Al combinar los indicadores principales del uso digital de los viajeros en cada país, creamos una tabla de clasificación que muestra quiénes tienen el mayor y el menor nivel de dependencia digital entre los países donde se realizó la encuesta. Los hallazgos reflejan la penetración de smartphones, líneas fijas e internet móvil a nivel local.

## Resolver los problemas digitales de los viajeros

### La era del viajero digital

En años recientes, la cantidad de aplicaciones de viajes para smartphones aumentó considerablemente.

Existen aplicaciones que ayudan a realizar cientos de tareas para facilitar el viaje, desde buscar un destino hasta imprimir un pase de abordar.

En promedio, los viajeros acceden a 16 tipos de aplicaciones por cada viaje que hacen. Pero, ¿hay demasiada información disponible?

### Un mundo de opciones

Con toda esta información al alcance de sus dedos, uno esperaría que los viajeros se sientan seguros, sin embargo, nos indicaron que la cantidad de información disponible es abrumadora y que puede llevar a confusión e indecisión.

En promedio, los viajeros usan **16** tipos de aplicaciones diferentes cuando viajan

**75%** aporta comentarios de sus viajes en los sitios de reseñas

### Cuestión de opciones

Los sitios de reseñas están bien diseñados, pero es posible que las personas que aportan sus comentarios no tengan tu mismo gusto. Y por supuesto, no todas las reseñas son genuinas, por eso, puede ser difícil saber en quien confiar.

### Cerrando el círculo

Entre tanta información, lo que los viajeros buscan es una opinión confiable. Un profesional de viajes que los conozca y pueda guiarlos a través del laberinto de opciones y ofertas para ofrecerles lo que en verdad les pueda interesar. Les encantaría recurrir a una sola fuente para obtener toda la información y ayuda que necesitan.

## El viajero siempre conectado

### Permanecer conectado

Hay muchas razones por las que se necesita acceso a Internet cuando se está lejos de casa. Es posible que los viajeros quieran buscar su destino y las atracciones, o simplemente revisar el informe del clima para el día siguiente. También es posible que quieran mantenerse en contacto con los amigos y la familia que está en casa, publicar mensajes y fotografías de sus actividades, nuevos amigos y comidas exóticas.



### Temor a perderse algo

Como era de esperar, los viajeros consideran fundamental el poder conectarse a internet mientras viajan, siendo el WiFi gratis, una necesidad básica. Consideran que estarían perdidos sin su smartphone y les preocupa que la tecnología falle o la batería se descargue.

**60%** dice que estaría perdido sin su smartphone

**61%** evita los hoteles que cobran por Wi-Fi

# Panorama global

## Desconectarse

Estar en contacto con amigos y familiares, acceder a las redes sociales e investigar el área local son aspectos muy convenientes, sin embargo, sigue existiendo la necesidad creciente de desconectarse de vez en cuando para que el viajero pueda realmente relajarse al lado de la piscina y olvidarse de la vida real por un momento.

## Madurez y juventud: haciendo las cosas de forma distinta

### La sabiduría de la madurez

Los viajeros mayores tienden a saber de antemano lo que quieren, cuando buscan un viaje. Les gusta atenerse a planes de viajes comprobados y pasan menos tiempo buscando inspiración. También son menos propensos a ser influenciados por las redes sociales y con gusto reservarán un viaje basados en lo que han hecho antes.

### Indecisión juvenil

Sin embargo, los viajeros más jóvenes parecen ser mucho más dependientes de la ayuda y el consejo de los demás. Recurren a las redes sociales y a los sitios de reseñas buscando ideas para las vacaciones y dicen que estos elementos los influyen. Por



otro lado, esto puede ser confuso, ya que muchos informan que se sienten abrumados por la información y no están seguros en quién pueden confiar.

### La voz de la experiencia

Los viajeros jóvenes se dan cuenta de que a veces, menos es más. Si pueden obtener un consejo de experto de una sola fuente, entonces no hay necesidad de pasar

**79%** de las personas entre 18 a 24 años mira videos y fotografías que publican sus amigos en las redes sociales, como parte de su investigación

**44%** de las personas entre 18 a 24 años tiene inquietudes porque no sabe si las reseñas son genuinas

mucho más tiempo buscando en varios sitios. Lo que realmente ayudaría es un proceso simplificado con un profesional de viajes que brinde consejos personalizados. Entonces, estos viajeros se sentirían cómodos porque estarían tomando la decisión correcta.

## Tabla de clasificación del viajero digital

Después de revisar el uso digital de los viajeros en cada país en donde se realizó la encuesta, creamos una tabla de clasificación que muestra los países que tienen el mayor y el menor nivel de dependencia digital. Existen algunas diferencias distintivas en el comportamiento de los viajeros y el uso digital en estos países.

### En lo más alto de la clasificación: India

La mayoría de nosotros nos sentiríamos perdidos sin nuestros smartphones, aunque es posible que no los utilicemos para todas las etapas de un viaje, sin embargo, los indios son los campeones mundiales en el uso digital para sus viajes. Claramente les encanta la comodidad que ofrece un smartphone y lo usan con frecuencia, ya sea para reservar un viaje, hasta para abordar un avión mediante un pase de abordar digital.



### La búsqueda por voz se usa cada vez más.

La búsqueda por voz todavía es una tecnología emergente, sin embargo, se está convirtiendo en una fuente de información muy popular. Buscar los viajes a través de la búsqueda por voz es extremadamente popular en China donde el 72% la utiliza, mientras que sólo el 33% de los viajeros de Reino Unido recurre a este medio.

Los viajeros indios usan smartphones para reservar un viaje o abordar un avión, **82%** coincide que usar pases de abordar hace más fácil el viaje

China encabeza la tabla de usuarios que más utilizan aplicaciones, con un promedio de **20** tipos de aplicaciones usadas durante cada viaje

# Panorama regional: South America

## Temas del informe: Sudamérica

Brasil, Colombia, México

Inspirado por familiares y amigos

Las reservas por computadora están empezando a cambiar



## Inspirado por familiares y amigos

**A los viajeros sudamericanos les gusta consultar una amplia gama de fuentes tanto en Internet como en otros medios, al momento de buscar sus viajes al extranjero. Las recomendaciones de los agentes de viajes están en las posiciones más altas de la lista en el caso de Brasil (81%), Colombia (77%) y México (76%), en comparación con sus homólogos norteamericanos (entre 58 a 64%).**

No obstante, si bien los agentes de viaje influyen en la búsqueda en esta región, también lo hacen los videos y fotografías que los amigos publican en las redes sociales (74-82%).

Cuando se trata de inspiración para elegir un viaje, Brasil recurre a los sitios de viaje para descubrir nuevos destinos de acuerdo con sus intereses (90%) mientras que la opción favorita de México y Colombia es a través de sitios de reservas de viajes (81% cada uno).

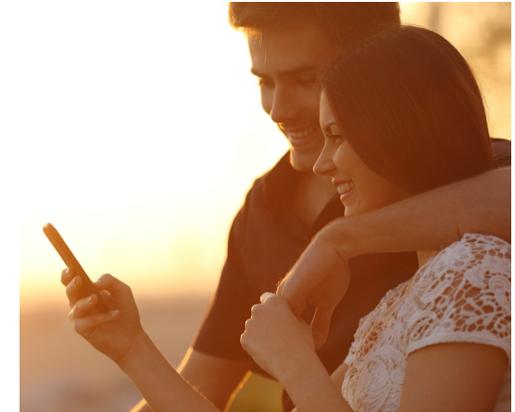
**64%** de los viajeros de negocios brasileños intenta agregar algunos días adicionales al viaje para actividades de placer.

## Viajero digital

La tecnología tiene mucho que ofrecer al viajero y los sudamericanos la aprovechan. Brasil, México y Colombia figuran entre los 10 usuarios digitales de viajes del mundo y Brasil ocupa la cuarta posición. Los sudamericanos están experimentando con la búsqueda por voz para buscar sus viajes (Brasil 48% y México 46%). El 51% de los brasileños prefiere registrarse en el hotel a través de una aplicación en lugar de hacer fila en la recepción.

## Las reservas por computadora están empezando a cambiar

Los viajes en esta región se reservan en su mayoría a través de una computadora, sin embargo, los colombianos están a la cabeza en reserva de viajes a través del smartphone con 46%. Lo siguen de cerca los mexicanos (35%) y los brasileños (39%). Esto marca un contraste con respecto a países como Indonesia e India en donde 68% y 51% de las reservas se realizan a través de smartphones. Por lo tanto, es importante que los proveedores de viajes ofrezcan un servicio de reserva totalmente integrado a nivel de todos los dispositivos y canales a fin de que la experiencia del cliente sea la adecuada.



El viaje de placer preferido por los sudamericanos es sin duda alguna las vacaciones en la playa. 76% de los mexicanos han tenido vacaciones en la playa en los últimos 12 meses, mientras que los colombianos toman la mayor cantidad de vacaciones urbanas (58%).

**82%** de brasileños y mexicanos buscan WiFi gratuito al elegir un hotel

**56%** de los viajeros brasileños son más propensos a compartir videos y fotografías en las redes sociales

**52%** de los viajeros mexicanos desea escapar del mundo digital, apagando todos los dispositivos

# Panorama a nivel del país: México

## Temas del informe: México

Fuentes tradicionales pero adoptando formas modernas

El Viajero digital

Conectado, pero no siempre

Viajero de negocios mexicano

**74%** deja comentarios en los sitios de reseñas

**80%** de los viajeros de negocios desean ver lo más que se pueda del área local mientras viajan

**67%** evita los hoteles que cobran por Wi-Fi

**17** tipos de aplicaciones se utilizan en promedio al viajar

**46%** no está seguro si las reseñas en línea son genuinas

**67%** considera que una experiencia digital adecuada es importante al elegir una aerolínea



## Fuentes tradicionales pero adoptando formas modernas

Los viajeros mexicanos disfrutaron la etapa de búsqueda al planificar un viaje. Recurren a reseñas de personas (70%) pero, aceptan la nueva tecnología de búsqueda por voz (46%) como ayuda para buscar su viaje. 81% usa sitios de viajes para descubrir nuevos destinos. Al igual que en Colombia y Brasil, también consultan con profesionales de viajes (76%) que siguen siendo la fuente más influyente para el viajero mexicano.

Con las distintas fuentes disponibles, el mayor problema del viajero mexicano, además de los complejos términos y condiciones (47%), fue no saber si las reseñas que leyeron en línea eran realmente genuinas (46%).

Sin embargo, esto no fue un impedimento para que los viajeros mexicanos aportaran reseñas en estos sitios, 74%, lo que demuestra la importancia de proporcionar una buena experiencia al de cliente.

## El viajero digital

México se encuentra entre los seis países a nivel global que más utilizan medios digitales al viajar y esto se muestra con su creencia de que una buena experiencia digital es importante para elegir una aerolínea (67%) así como para incrementar su fidelidad con los proveedores de viajes (35%). Contar con un registro en línea ahorra tiempo en el aeropuerto, lo cual permite a los viajeros tener más tiempo para relajarse y disfrutar del viaje.

El viajero mexicano considera que las aplicaciones son una parte clave en toda la experiencia de viaje y utiliza en promedio, 17 aplicaciones al viajar. La más popular de estas aplicaciones es la mensajería instantánea, que es fundamental ya que el 80% mencionó querer mantenerse en contacto.

## Conectado, pero no siempre

Los viajeros mexicanos desean alejarse de todo y durante su viaje y desean apagar todos los dispositivos y escapar del mundo digital (52%). Quieren utilizar Internet bajo sus propios términos y prefieren que esté incluido en los servicios del hotel ya que también se inclinan por evitar los hoteles que cobran por Wi-Fi (67%).

## Viajero de negocios mexicano

El viajero de negocios mexicano disfruta de la tecnología y utiliza su smartphone durante el viaje. Casi la mitad (47%) desea utilizar servicios de conserjería durante el viaje, lo que coincide con su deseo de visitar las atracciones locales mientras viaja por negocios (66%). Esto se traduce en límites no muy claros, ya que el 80% de los viajeros de negocios desea ver todo lo que se pueda en la localidad mientras se encuentra en viaje de negocios.

Hogares con PC **48,6%\***

Hogares con teléfono inteligente **27,8%\***

\*Euromonitor International (estadísticas nacionales de 2016)

# Nuestros informes

El Estudio de Global Traveler de Travelport fue una encuesta en línea que se realizó en agosto de 2017, utilizando Toluna Research.\* La investigación cubrió 19 países a nivel global y estuvo limitada a las personas que tomaron al menos un vuelo de regreso, el año pasado. En total, hubo 11.000 encuestados de 19 países.

Australia	Japón
Brasil	México
Canadá	Rusia
China	Arabia Saudita
Colombia	Sudáfrica
Francia	España
Alemania	EAU
India	Reino Unido
Indonesia	EE. UU.
Italia	



[www.travelport.com/info](http://www.travelport.com/info)

© 2017 Travelport. Todos los derechos reservados. Travelport, Apollo, Galileo, Worldspan y el logotipo de Travelport son marcas registradas de Travelport. Todas las demás marcas son propiedad de sus respectivos dueños.

\*Toluna Research: [www.toluna-group.com](http://www.toluna-group.com)

