
Estudio sobre compras online de viajes aéreos

EL 89% DE LOS COMPRADORES DESCONFÍA DE LOS INTERMEDIARIOS

- LA FALTA DE CLARIDAD DE LOS INTERMEDIARIOS FRUSTRAN EL 60% DE LAS COMPRAS DE VIAJES EN INTERNET
- EL 74% DE LOS COMPRADORES NO CONFÍA EN LOS INTERMEDIARIOS POR SI HAY INCIDENCIAS, PERO SÍ EN EL OPERADOR (LÍNEA AÉREA)
- LAS AGENCIAS DE VIAJES ONLINE SUELEN USARSE PARA COMPARAR
- VARONES Y MUJERES TIENEN DISTINTOS COMPORTAMIENTOS A LA HORA DE COMPRAR ONLINE VIAJES

El informe sobre el comercio electrónico en España de la CMT, correspondiente al primer trimestre de 2013, asegura que en España se facturaron 2.822,6 millones de euros lo que supone un aumento del 15% con respecto al mismo trimestre del año anterior. Los ingresos se concentraron en las transacciones relacionadas con el sector turístico, que aglutina el 25% del total de la facturación.

Con estos datos en la mano y tras un estudio en el que los internautas han confirmado en un 60% que lo que más compran por Internet son viajes, la Asociación de Internautas ha realizado un estudio para saber **¿Cómo, por qué y dónde compramos online nuestros viajes?**

Para tal fin se ha presentado una encuesta online durante el mes de octubre de 2013, en la página web www.internautas.org, que ha obtenido 1.237 respuestas y de las que podemos extraer las siguientes conclusiones:

Los intermediarios sirven para comparar pero se desconfía para comprar.

Quizás no se haya cumplido del todo el vaticinio que realizó Nicolás Negroponte a principios del siglo XXI cuando aseguró que el uso masivo de Internet acabaría con los intermediarios; al menos si no se ha acabado, existe una gran desconfianza hacia ellos a la hora de comprar; **en torno al 89% le ofrece más confianza comprar directamente al fabricante** (en este caso a las líneas aéreas) y tan solo el 11% prefiere comprar mediante intermediarios.

Uno de los motivos que genera esa desconfianza es la posibilidad de que surja cualquier problema y haya que hacer cambios; por eso el 74% de los encuestados se dirigen a las líneas aéreas directamente. Aunque el 51% de los internautas que han comprado en intermediarios aseguran que no han tenido problemas y que solo al 18% han tardado en resolvérselos.

Aún así el **57% de los internautas abandonan el proceso de compra con los intermediarios por falta de claridad o inseguridad a la hora de hacer la transacción.**

En lo que sí ha encontrado su sitio el intermediario es como comparador de precios para el 60% de los internautas que se dirigen a intermediarios para utilizar esta función informativa.

El precio sí importa, pero la seguridad y la confianza también.

Pero donde estriba la gran diferencia para la elección es en el precio y es que prioriza en 10 puntos la creencia de que el proveedor es más económico, sumado a factores que da vez cobran mayor importancia: seguridad y confianza en la misma medida. De hecho, existe una percepción por encima de 11 puntos en la creencia de que el proveedor ofrece más seguridad y confianza que el intermediario.

Hombres y mujeres no compramos igual.

Por otro lado, se observan notables diferencias de comportamiento en elementos clave como la edad en el que las mujeres entre 18 y 30 años superan a los hombres de esa edad en 5 puntos. En cambio los hombres superan a las mujeres en 17 puntos en la compra de tecnología.

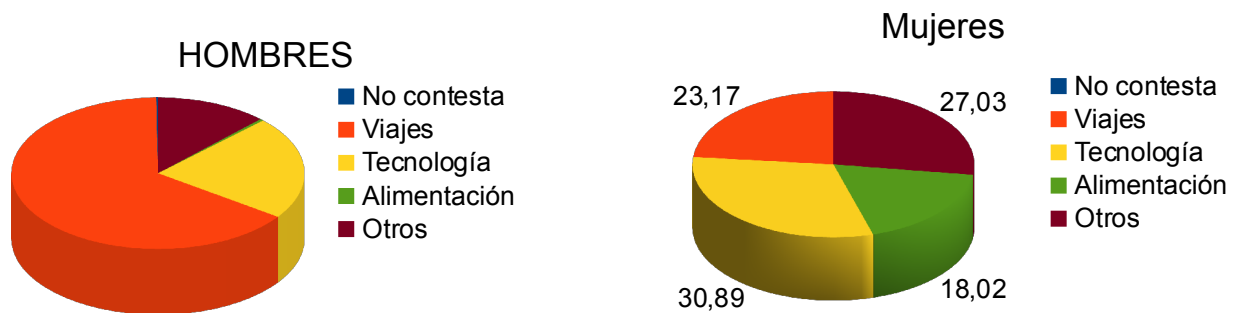
No acaban ahí las diferencias; las mujeres a la hora hacer una compra online dan casi tanta importancia a la seguridad, a la transparencia y a la claridad como al precio y de forma masiva el 93% utilizan previamente un comparador.

ENCUESTA

1. ¿Qué es lo que más compras por Internet?

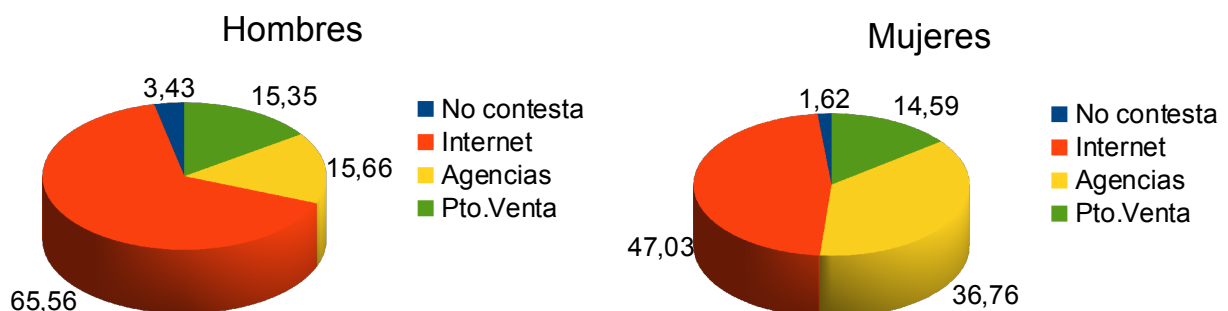
El 61,5% de los internautas consultados aseguran que lo que más compran en Internet son viajes, el 19,5 % tecnología y el 0,5% alimentación. Existen escasas diferencias entre varones y mujeres en cuanto a porcentajes ya que el 55% de los hombres compran viajes, el 22% tecnología y el 0,4% alimentación. Por el 51% de las mujeres en viajes y un 5% en tecnología.

Por edades, el 80% de las mujeres están entre los 18 y 50 años, en cambio el 86% de los hombres están entre los 31 y 64 años.



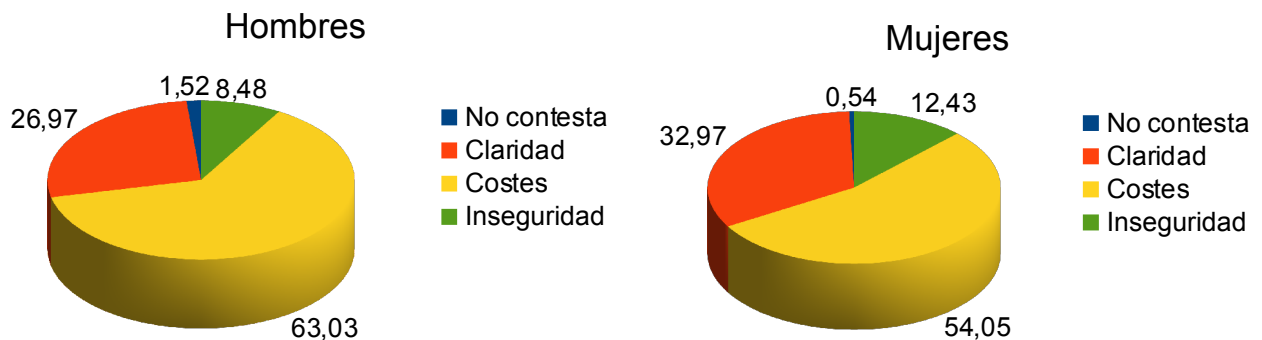
2. Cuando compras un vuelo o viaje sueles hacerlo a través de:

El 63% hacen sus compras de viajes por Internet, el 19% lo hace en las agencias de viajes y el 15 % lo hace en los puntos de venta. Varones y mujeres manifiestan distintas tendencias. Mientras que el 65% de los varones prefieren comprar por Internet, el 15% por agencias de viajes y el 15% restante en los puntos de venta, el 47% de las mujeres optan por Internet, el 36% por las agencias de viajes y el 14% por los puntos de venta.



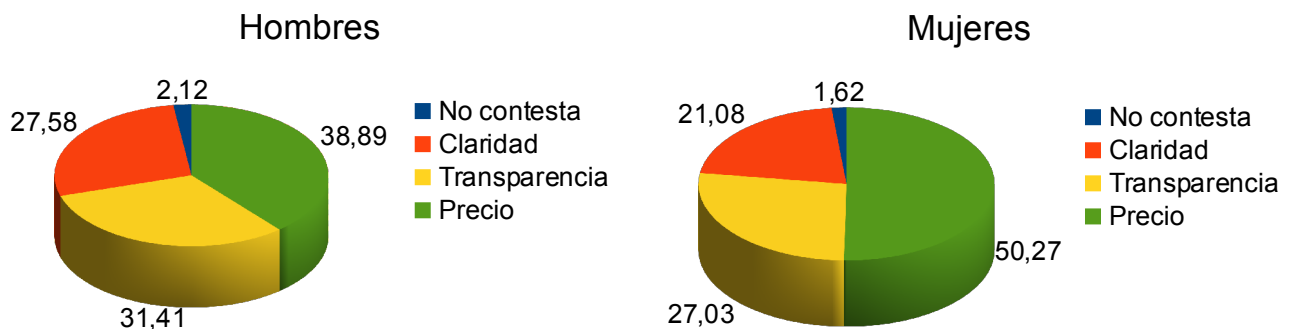
3. Cuando abandonas un proceso de compra por Internet es debido a...

Un dato significativo es que el 60% de los compradores de viajes online abandona el proceso de compra por los costes, el 27% por la falta de claridad y el 8% por inseguridad. También en este apartado varones y mujeres manifiestan comportamientos distintos. Mientras que para el 63% de los hombres los costes es el principal motivo de abandono, la falta de claridad lo es para el 26% y la seguridad para el 8%. El 54% de las mujeres lo hacen por costes, el 33% por la claridad y el 12% por inseguridad.

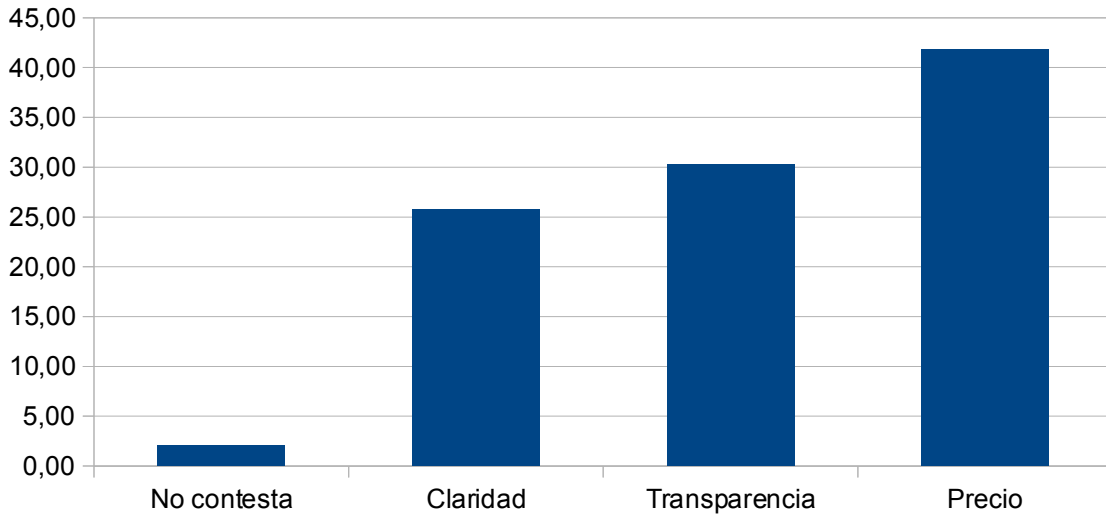


4. ¿Qué es indispensable para cerrar el proceso de compra online?

Para el 41% es indispensable el precio para cerrar una compra online, para el 30% es la transparencia y la claridad el 26%. Mientras que para los hombres esta horquilla se cierra entre el 38% por el precio, el 31% por transparencia y el 27% por la claridad. Para el 50% de las mujeres priorizan el precio, el 27% la transparencia y el 21% la claridad.

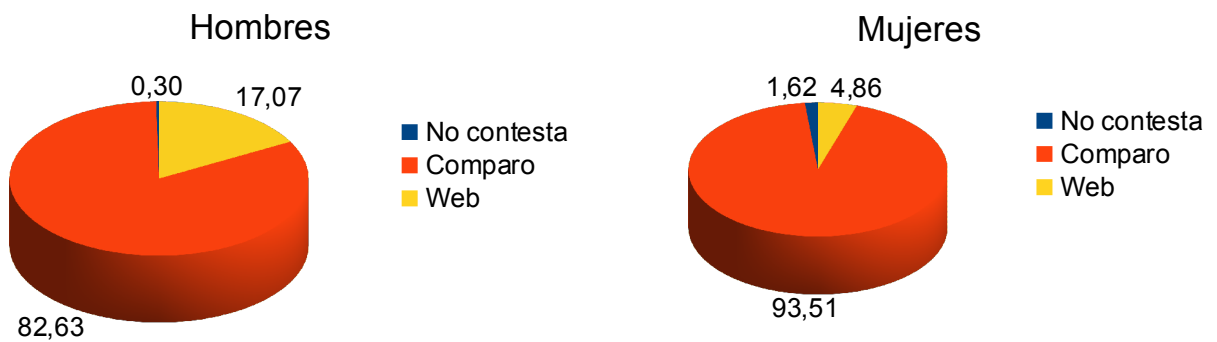


TOTAL ENCUESTAS



5. Antes de iniciar el proceso de compra...

El 85% de los internautas comparan precios y el 15% compran directamente en la web. El 93% de las mujeres comparan antes de iniciar el proceso de compra frente al 82% de los hombres.



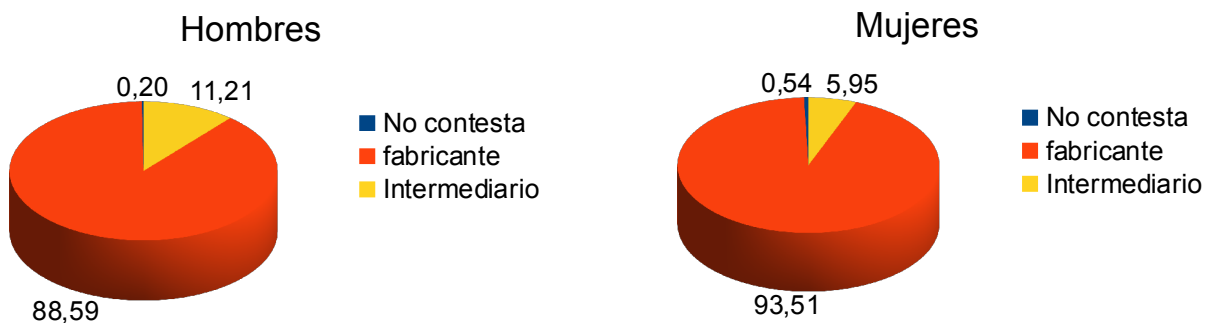
6. Al comprar viajes a través de internet...

El 59% de los internautas se dirigen a un comparador, el 24% van directamente a la web del transportista y el 16% a una agencia de viajes. El 81% de las mujeres van directamente a un comparador, el 14% a agencias y tan solo el 4% eligen la web del transportista. En cambio, el 55% de los hombres eligen el comparador, el 27% en la web del transportista y el 17% agencias.

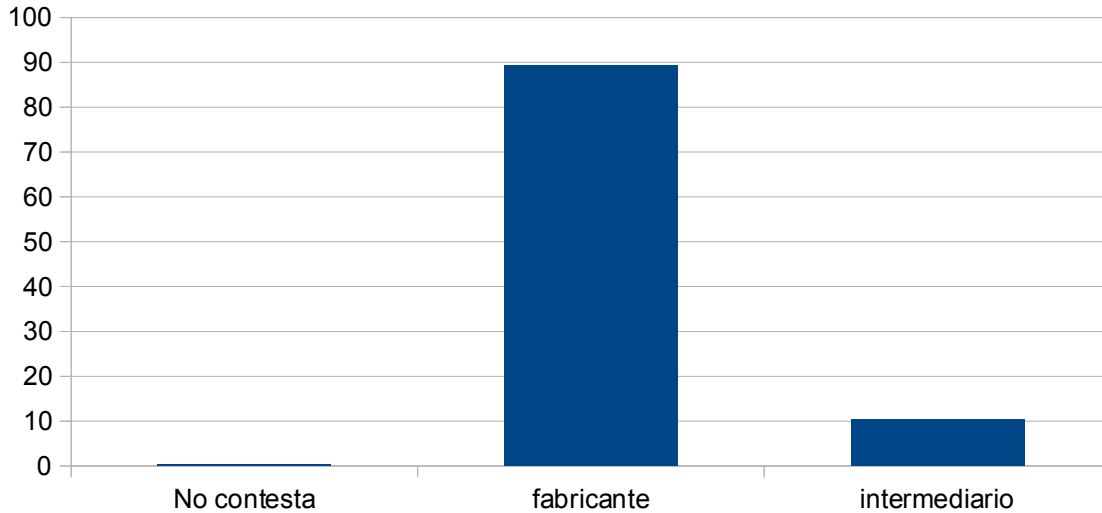


7. Qué te genera más confianza. ¿Comprar al fabricante o a un intermediario?

Al 89% les genera más confianza el fabricante y al 11% el intermediario. En este punto hombres y mujeres coinciden en su elección.

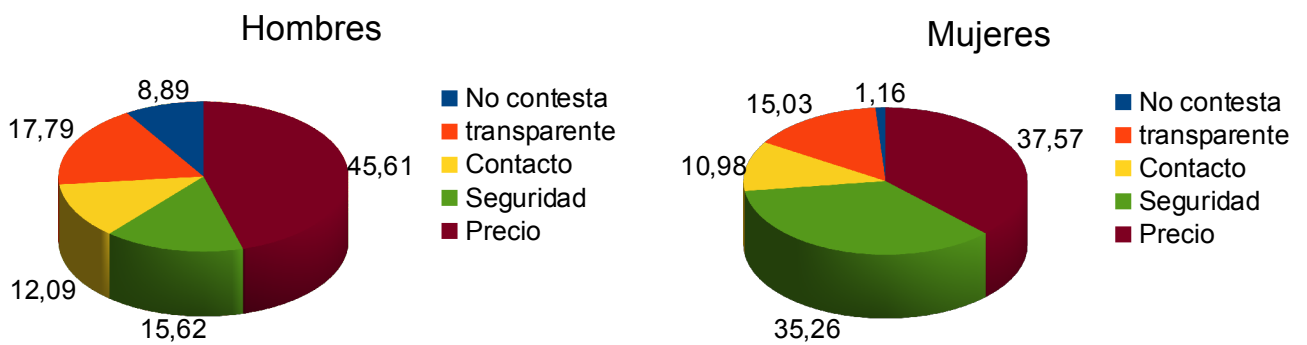


TOTAL ENCUESTAS

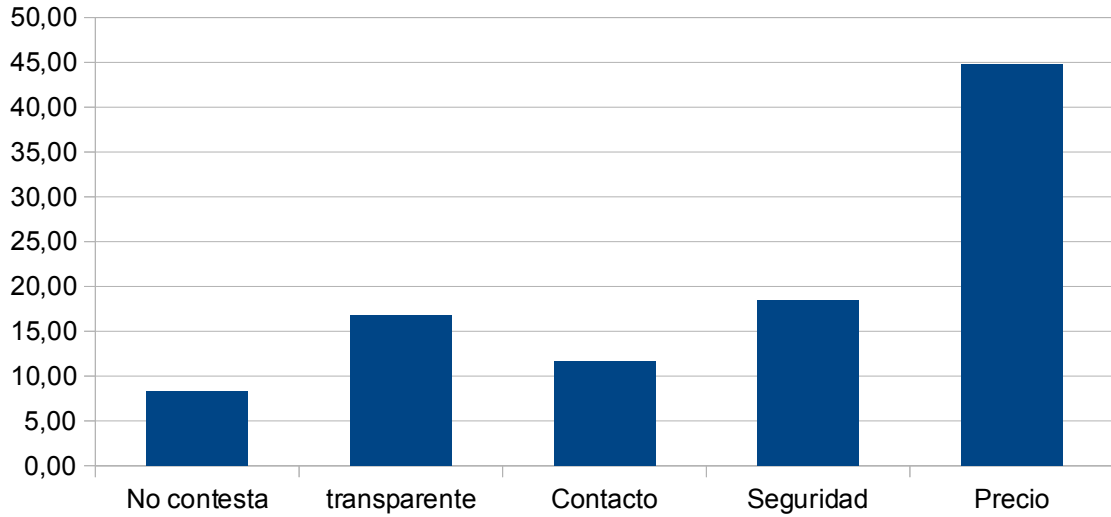


8. Si has contestado el fabricante, ¿por qué?

El 45% lo hace por el precio, el 18% por seguridad y confianza, el 16% por transparencia y el 12 % por el contacto de atención al cliente. En este sentido las mujeres sitúan la seguridad en un 35% a la altura del precio y los varones en un 37%.

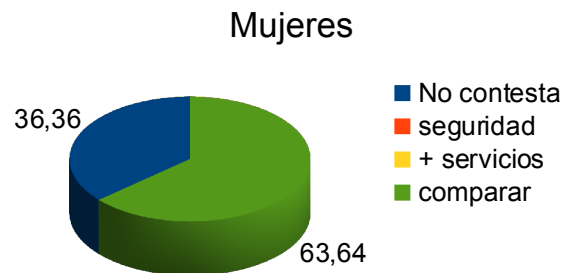
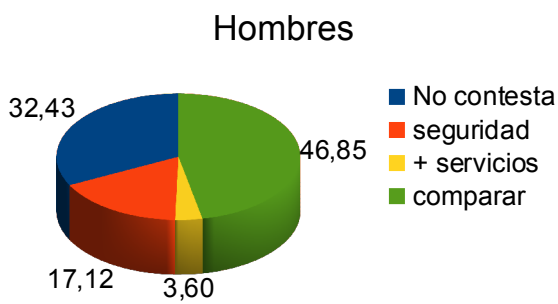


TOTAL ENCUESTAS



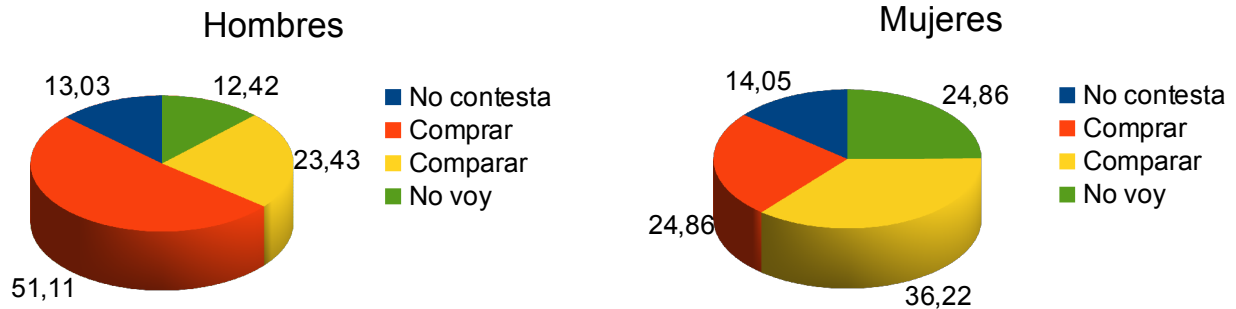
9. Si has contestado agencia viajes online, ¿por qué sueles comprar en ella?

El 47% utilizan las agencias de viajes para comparar precios; para el 14% les ofrecen más seguridad y el 7% consideran que les ofrecen más servicios.



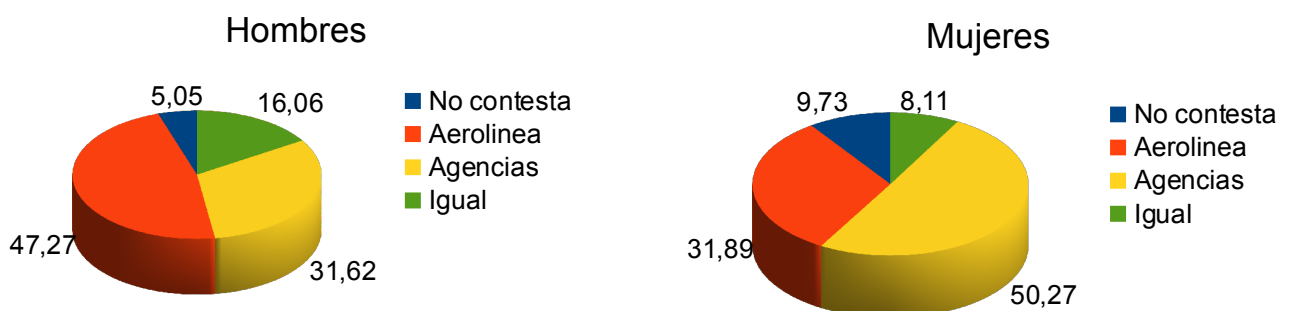
10. ¿Para qué sueles utilizar las agencias online?

El 47% utilizan las agencias de viajes para comprar y el 26% para comparar; el 15% no van.

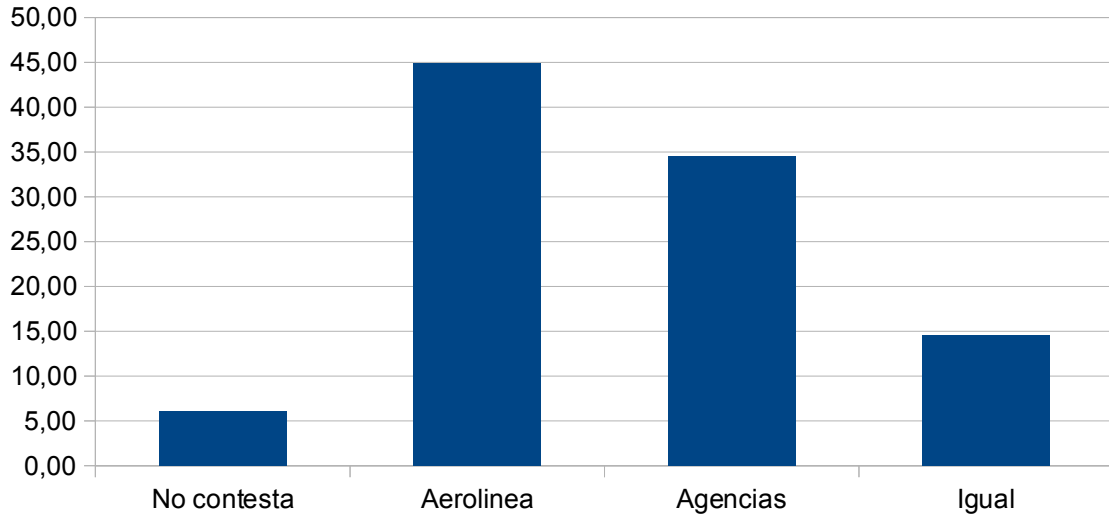


11. ¿Sabes dónde es más económico comprar un vuelo?

Para el 45% son las aerolíneas donde es más económico comprar el vuelo, al 35% las agencias y al 15% les parece que los precios son iguales en aerolíneas y en agencias. Mientras que para el 47% de los varones son más económicas las aerolíneas, el 31% aseguran que son las agencias. En cambio el 50% creen que es más económico en las agencias contra el 31% que cree que son las aerolíneas.

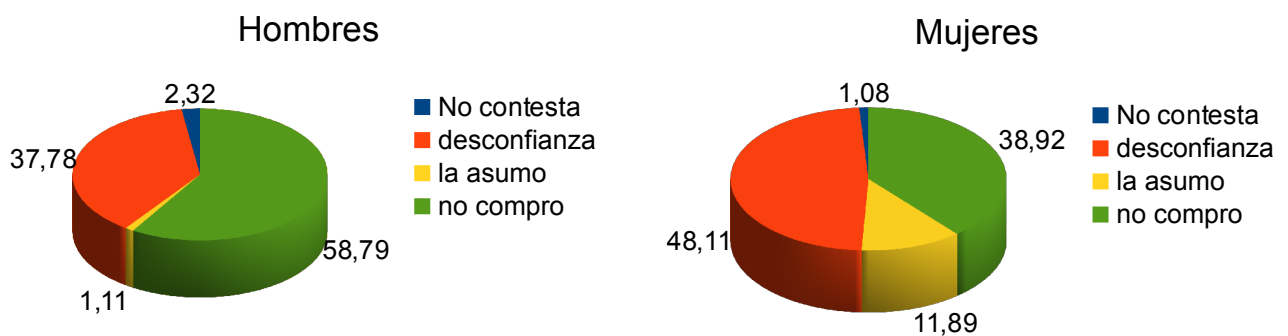


TOTAL ENCUESTAS

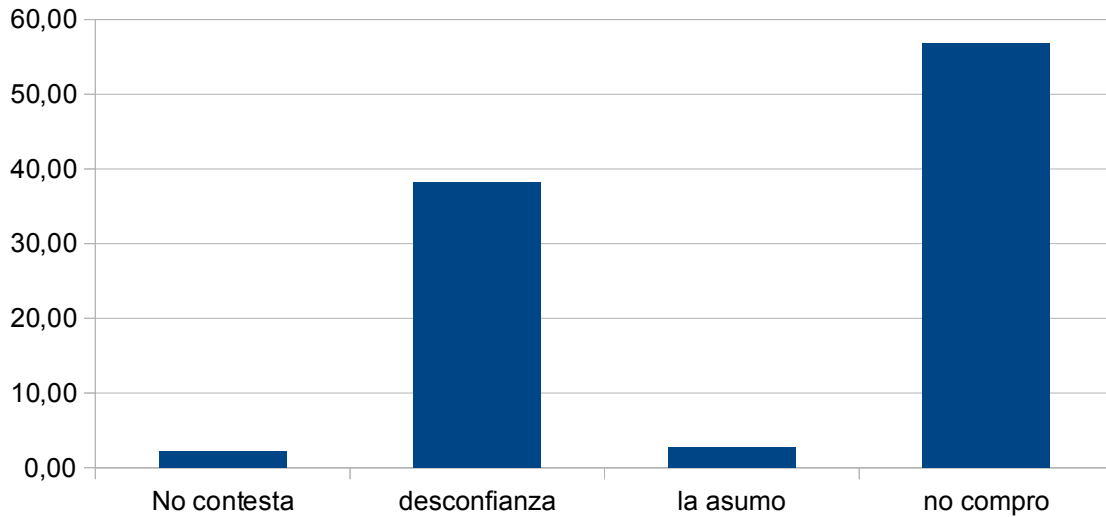


12. Reacción cuando el precio aumenta en el proceso de compra...

El 57% cancela la operación y no compra, el 38% compara el precio en la web de la compañía y solo el 2% lo asume. El 48% de las mujeres prefieren comparar el precio al final ante el 39% que cancela la operación.



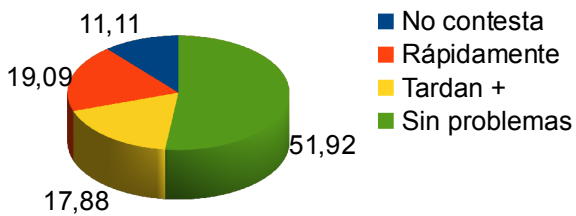
TOTAL ENCUESTAS



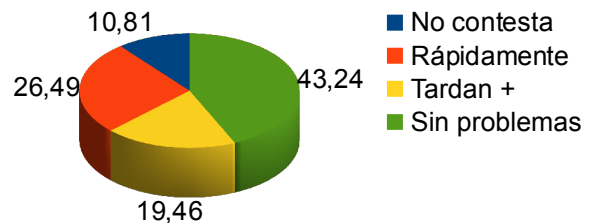
13. Si tienes un problema o necesitas un cambio en una reserva de vuelos que has realizado a través de una agencia de viajes.

El 51% nunca ha tenido problemas, al 20 % se lo han resuelto rápidamente y el 18% han tardado en resolver el problema por ser un intermediario.

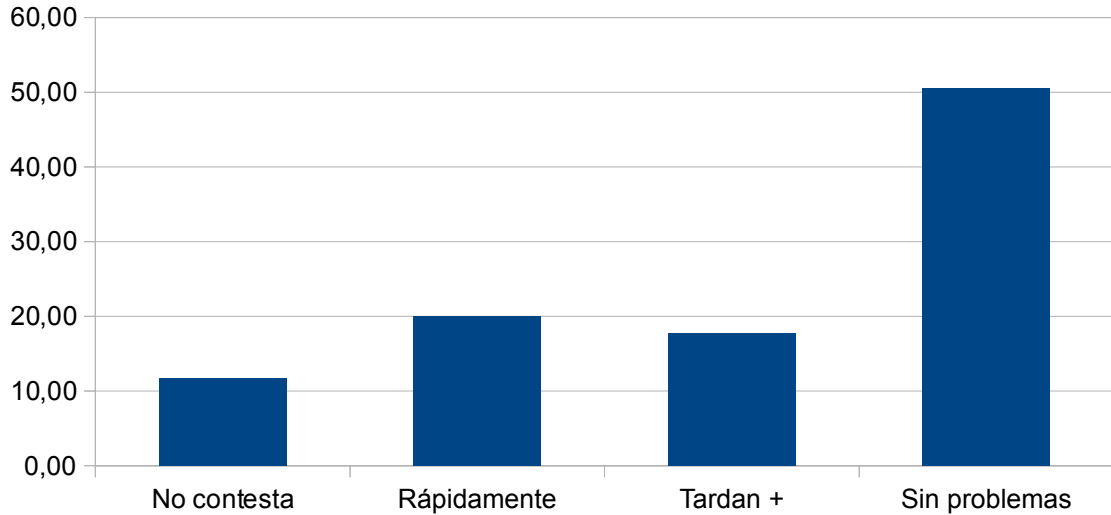
Hombres



Mujeres

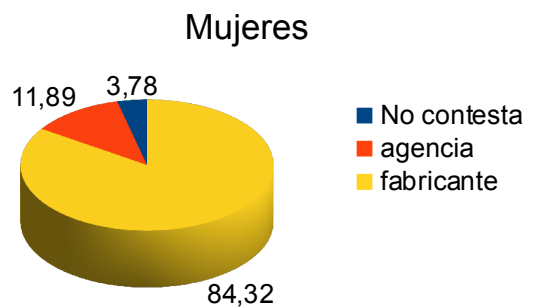
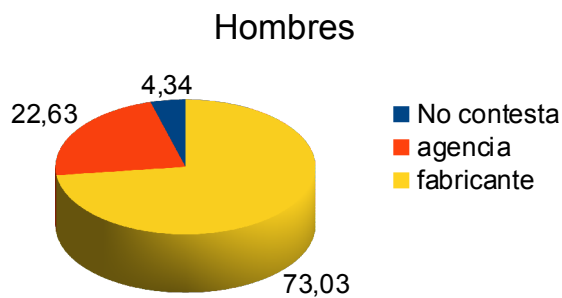


TOTAL ENCUESTAS

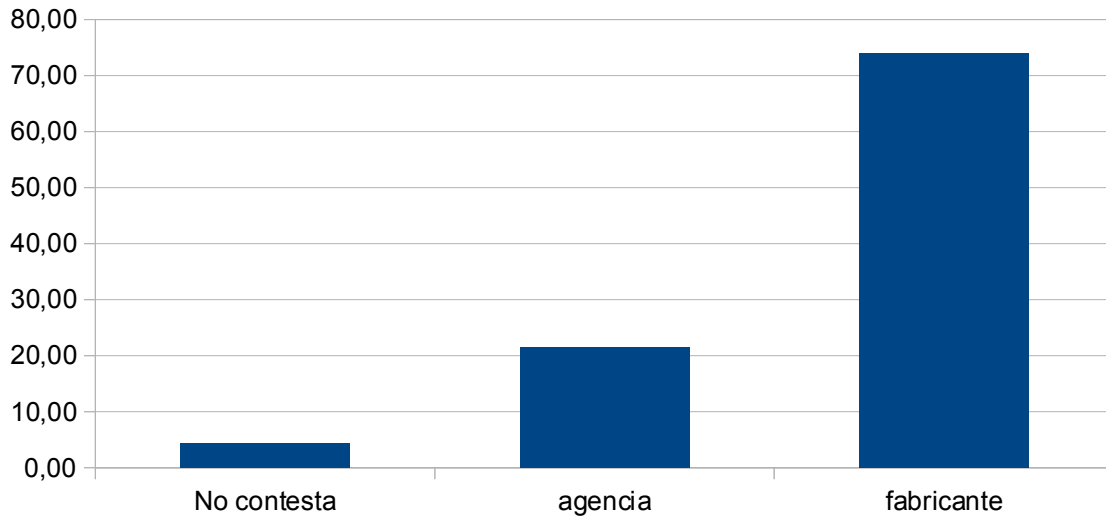


14. Si surge un problema ¿Quién te inspira más confianza?

Al 74% le ofrece más confianza la línea aérea y al 21% la agencia. Este porcentaje aumenta al 85% para las mujeres que confían más en la línea aérea.

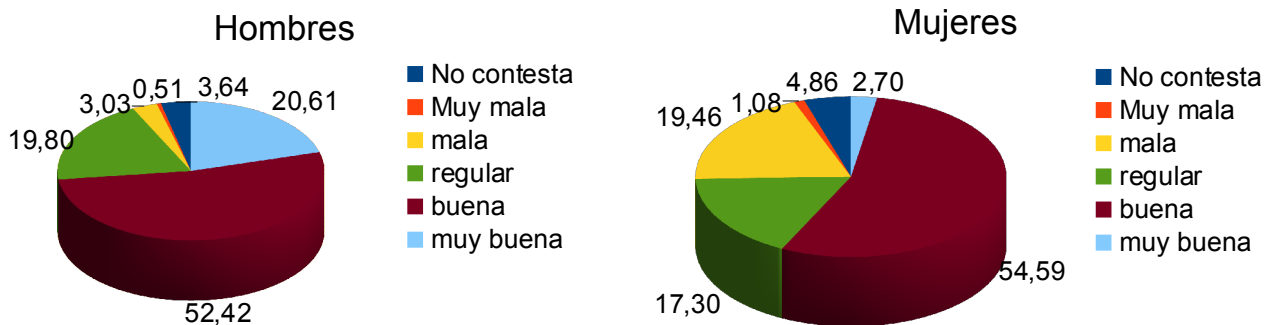


TOTAL ENCUESTAS

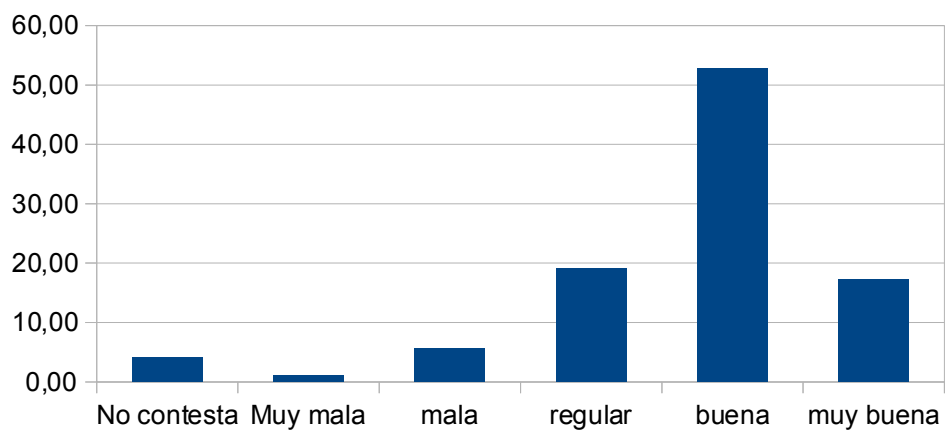
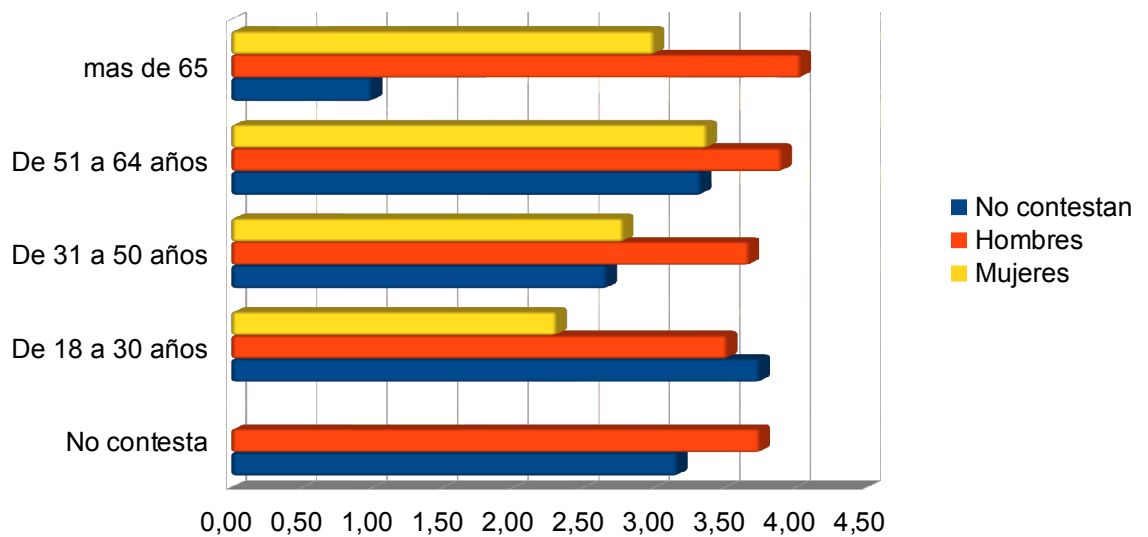


15. Valoración de las agencias online

El 52,7 % de los encuestados valoraron como buena a las agencias online, seguida por el 19,15 % que las valoraron con un regular y en 17,34 como muy buena. El porcentaje de encuestados que suspendieron a las agencias online con muy mala fueron el 1,07% y mala con un 5,67%. La puntuación media dada por los hombres fue de 3,8 sobre cinco y de las mujeres de 2,59 sobre cinco, siendo en ambos casos las personas mayores de 50 años las que mejor valoraron las agencias online.



Valoriación agencias online



Madrid, 26 de noviembre de 2013.

ANEXO. DATOS DE PARTICIPACIÓN.

