



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR

# ***e-Turismo 2007***

## ***Internet al servicio del Turismo***

*Contenidos Turísticos y los alcances de Internet*

Alejandra Lagunes  
alejandral@google.com  
GOOGLE

# *Internet está entrando a su etapa de madurez...*



SECTUR

# *La Base de Datos de Intenciones, Deseos, Necesidades...*

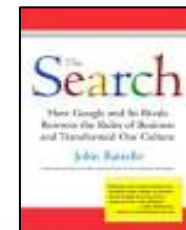


SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR

“Liga por liga, click por el click, Search está construyendo posiblemente el artefacto cultural más duradero, más laborioso, y más significativo en la historia de la humanidad: *la base de datos de intenciones*. **La base de datos de intenciones** es simplemente esto: los resultados agregados de cada búsqueda hecha, cada lista de resultados ofrecida, y cada trayectoria tomada que lleva a un resultado de búsqueda. Vive en muchos lugares, pero en tres o cuatro particularmente - AOL, Google, MSN, Yahoo – ellos, tienen una cantidad masiva de estos datos. Tomada junta, esta información representa una historia en tiempo real de la cultura “post” Web - una base de datos masiva del *clickstream* de deseos, necesidades, requerimientos, y las preferencias que se pueden descubrir, citar, archivar, seguir, y explotar para todas las clases de fines.”

-John Battelle



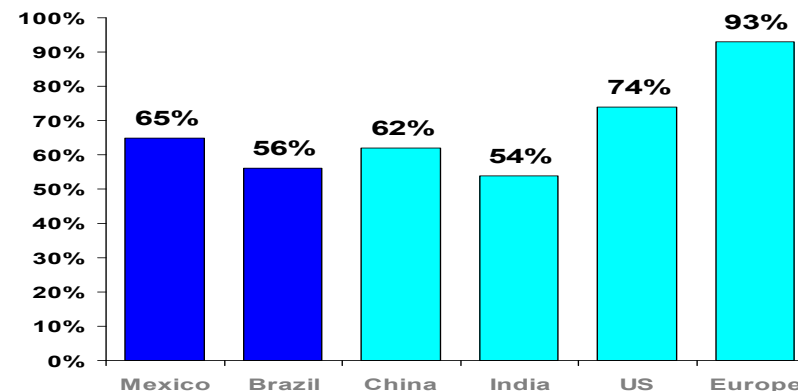
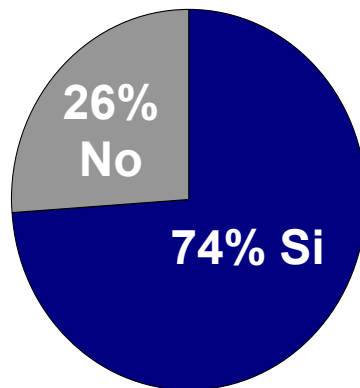
# Los viajeros usan activamente buscadores para tomar decisiones de dónde y cómo viajar

- Globalmente: Casi tres de cada cuatro usuarios han usado un motor de búsqueda cuando investigan o compran productos y/o servicios relacionados con turismo



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR



•% de usuarios que han usado motores de búsqueda para investigar o comprar productos y/o servicios relacionados con turismo.

## *En México...*

- 91% usan un buscador para investigar, comparar y/o comprar productos o servicios de viajes
- Para 76% de los usuarios Mexicanos, por lo menos la mitad de su investigación para hacer un viaje está hecha a través de un motor de búsqueda
- 54% de todas las compras relacionadas con viajes se hicieron online con un línea area, hotel o renta de autos en específico.
- Google es el motor de búsquedas más popular para investigar información relacionada con viajes y destinos turísticos.



SECRETARÍA  
DE TURISMO

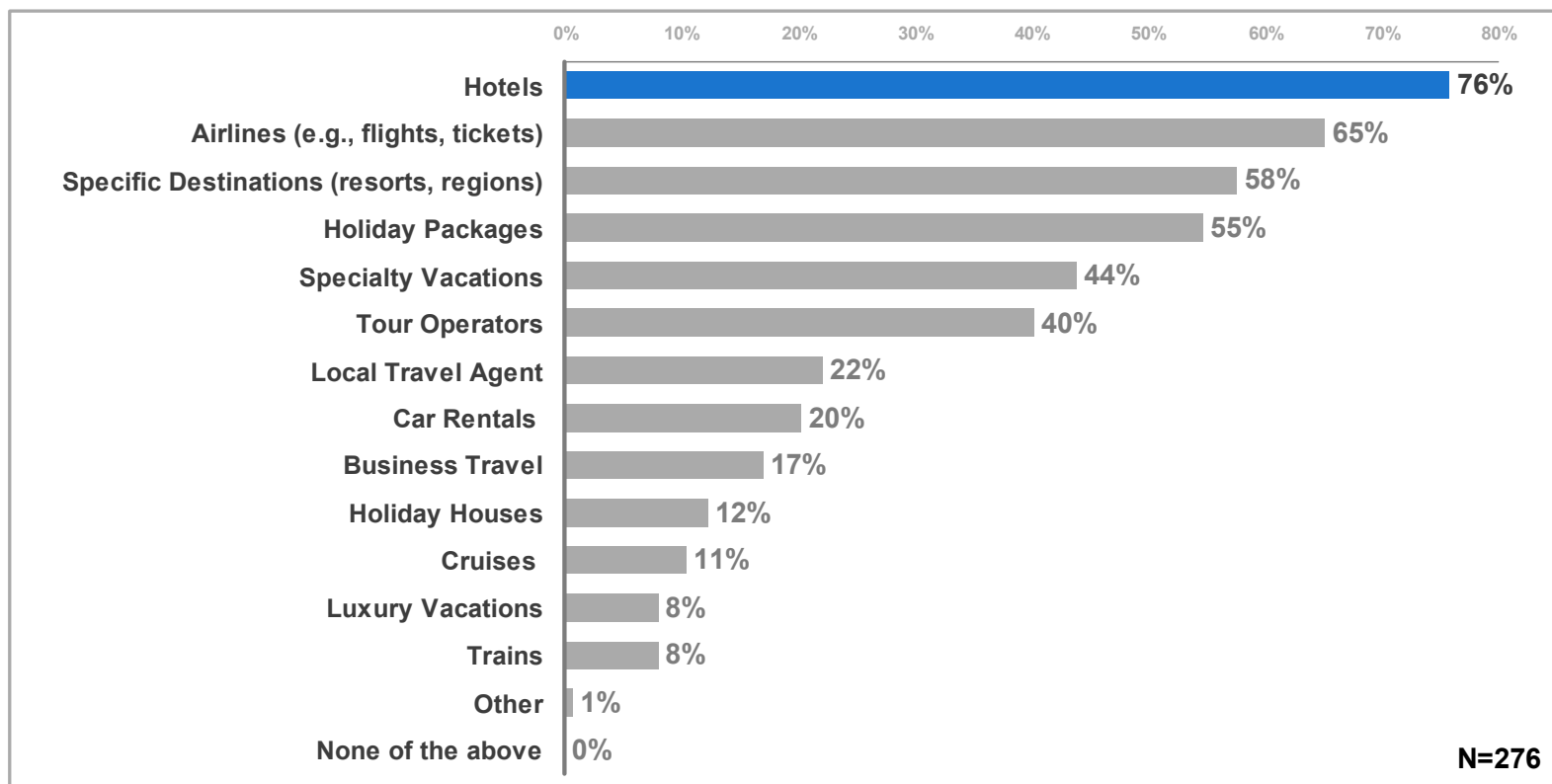
SECTUR

# Productos y Servicios Turísticos



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR

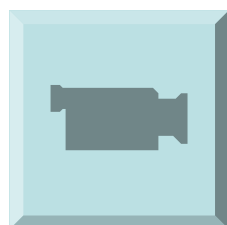


*...Y ahora, un caso de éxito*



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR



# Buscadores: conectan con todo el proceso de compra

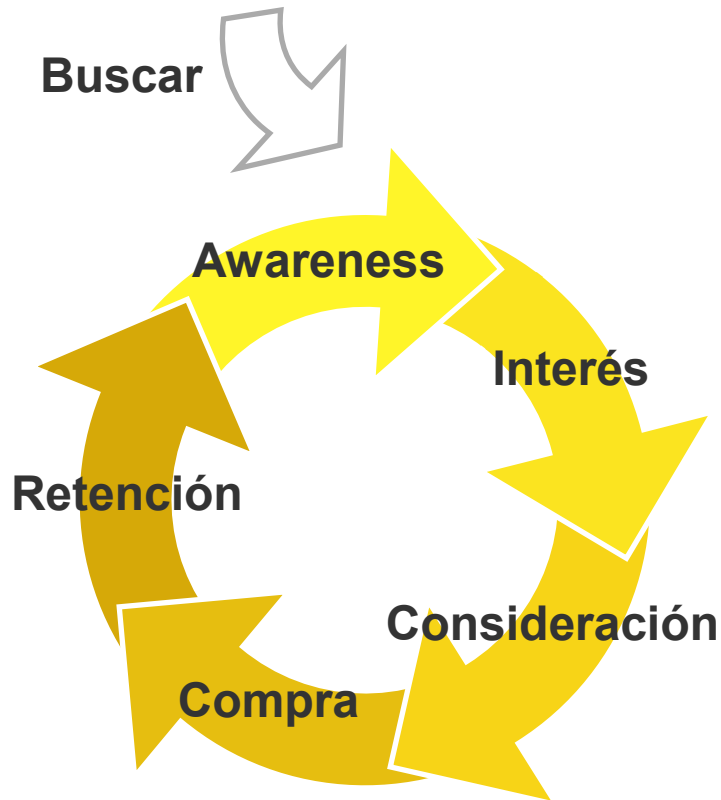


SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

## Principales Influencias en el Ciclo de Compra

Boletos de avión



Tipos de Productos/Servicios a Considerar	#1. <b>Motor Búsqueda 38%</b> #2. Sitios Proveedores 36%
Proveedores a Considerar	#1. <b>Motor Búsqueda 37%</b> #2. Sitios Proveedores 33%
Especificaciones de Productos	#1. Sitios Proveedores 50% #2. <b>Motor Búsqueda 26%</b>
Recomendaciones y Revisiones de Producto	#1. <b>Motor Búsqueda 40%</b> #2. Sitios de Contenido 28%
Precios	#1. <b>Motor Búsqueda 37%</b> #2. Sitios Proveedores 36%
Selección del Proveedor	#1. <b>Motor Búsqueda 39%</b> #2. Sitios Proveedores 25%

Fuente: IntelliQuest CIMS 2004 Business Influencer Study; Total Universe - 34,479,000; Oct 2004

Pregunta: ¿Cuándo busca información para comprar un producto de tecnología en Internet cuando usa... (Motor de Búsqueda, Sitios de Contenido, Sitio del

# Empecemos por el principio, Intención – Vacaciones de verano

Encontrar informacion  
de acapulco



The screenshot shows a Google search for 'Acapulco'. The search bar contains 'Acapulco' and the search button is highlighted. Below the search bar, there are several search results. A yellow box highlights the first few results, including 'Acapulco', 'Acapulco.com', and 'Acapulco - Wikipedia'. A blue arrow points from the text 'Encontrar informacion de acapulco' to this highlighted area.

Comparar acapulco vs  
ixtapa



The screenshot shows the esmas website search results for 'ixtapa'. The search bar contains 'ixtapa' and the search button is highlighted. Below the search bar, there are several search results. A yellow box highlights the first few results, including 'Hoteles de Ixtapa', 'Volaris - Viajes', and 'Vacaciones Gratis'. A blue arrow points from the text 'Comparar acapulco vs ixtapa' to this highlighted area.



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR



# Necesidad – Tomar un descanso!



SECRETARÍA  
DE TURISMO

SECTUR

# ...Volaris, otro caso de éxito

**Con AdWords de Google, Volaris obtiene el 900% de retorno de inversión**

En 2003, la compañía mexicana Protego Asasores, a través de su fondo de inversión Discovery Americas I (DAI), se unió a TACA, una aerolínea con 75 años de experiencia en el mercado Latinoamericano, Grupo Televisa e Intursa (parte de Grupo Carso). Juntos decidieron lanzar una línea aérea de alta eficiencia que más adelante se convertiría en la mejor de México.

Con más de 800 empleados distribuidos en todas sus estaciones, Volaris ofrece a sus clientes servicios completamente distintos a los de las aerolíneas tradicionales. Propone la utilización del Aeropuerto de Toluca y así evitar los problemas de tráfico como los del Aeropuerto Santa Fe, en la ciudad de México y en el centro de San Diego, CA. Aquí el cliente puede registrarse, obtener su pase de abordar y tomar el transporte de Volaris que le lleva directo al aeropuerto (de Toluca y Tijuana respectivamente).

Volaris ha transportado, en menos de un año, a más de 1 millón de clientes.

**El reto**

Desde su lanzamiento como marca en enero de 2006, Volaris entendió que la juventud de la empresa en un mercado tan competitivo requiera de una sabia utilización del presupuesto; tanto para generar visitas en su página Web como para darse a conocer entre el público mexicano. Por este motivo, las estrategias de marketing no sólo fueron distribuidas a través de medios tradicionales, sino también con una campaña integral de Internet a través de Google.

José Calderoni, Gerente de Mercadotecnia en Volaris afirmó que "Internet ha sido y sigue siendo el foco principal de nuestros esfuerzos para la venta, promoción y posicionamiento de nuestra marca. Más de la mitad de las ventas de la compañía son a través de ese canal lo cual es un logro asombroso en México. Nuestro objetivo es continuar expandiendo nuestra estrategia en buscadoras y portales a medida que abramos nuevas rutas en México".

**Resultados**

A un año de su lanzamiento, Volaris logró su objetivo de dar a conocer sus servicios en el mercado mexicano, generar tráfico en [volaris.com.mx](http://volaris.com.mx) incrementar las ventas en línea a través de AdWords. "En tan sólo un año de operaciones y de campaña en Google AdWords, el número de clics en nuestra página ha incrementado en un 91% y tenemos más de 1 millón de visitas mensuales en nuestra sitio", destacó Roberto Deandar, Gerente de Sistemas.

Una de las observaciones de la compañía es que, a pesar de que la publicidad a través de "banners" es una herramienta efectiva para promover y posicionar la marca, el uso de AdWords y marketing a través de buscadoras es una solución muy eficiente que se ha traducido en ventas incrementales. "Más de la mitad de nuestras ventas totales fueron hechas en Internet y el 25% de ellas provinieron de nuestra estrategia con Google AdWords".

Volaris se encuentra muy satisfecha con sus resultados y afirma que todas sus expectativas han sido rebasadas. "El porcentaje de ventas gracias al buscador de Google es muy alto y ha alcanzado retornos de inversión de 900%". Para una compañía nueva, Volaris ha logrado construir su negocio gracias a las soluciones publicitarias de Google AdWords.

**Google**

**volaris**

**RESULTADOS**

"En tan sólo un año de operaciones y de campaña en Google AdWords, el número de clics en [volaris.com.mx](http://volaris.com.mx) ha incrementado en un 91%".

Roberto Deandar,  
Gerente de Sistemas.

José Calderoni,  
Gerente de Mercadotecnia.

"Estar en Google ha sido muy productivo, no solo desde el punto de vista del posicionamiento de la marca sino por las ventas generadas gracias al tráfico que nos ha generado el buscador".

"En tan sólo un año de operaciones y de campaña en Google, el número de clics en volaris se ha incrementado 91%"

"El marketing a través de buscadores es una solución muy eficiente que se traduce en ventas incrementales. Más de la mitad de nuestras ventas totales fueron hechas en internet y el 25% de ellas provinieron de nuestra estrategia en Google"

José Calderoni  
Gerente de Mercadotecnia Volaris



SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
SECTOR



SECRETARÍA  
DE TURISMO

**SECTUR**



**SECTUR**  
México 2007

