UNIVERSIDAD ANÁHUAC
VINCE IN BONO MALUM
MÉXICO

CICOTUR
Centro de Investigación y
Competitividad Turística Anáhuac

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

"Percepciones y actitudes de los viajeros mexicanos en tiempos pos-COVID-19"

Por el Dr. Francisco Madrid Flores

Identidad Cicotur

- Cicotur es un *think tank* basado en la Universidad Anáhuac y soportado a través de una alianza con la industria turística mexicana.
- Su razón de ser se basa en la necesidad de posicionar con mayor claridad al turismo en la agenda nacional, al tiempo de generar información relevante para una mejor toma de decisiones.
- Y no es que no haya información sobre la importancia económica y social del turismo. Lo que falta es que esa información sea interiorizada por la sociedad, lo que demanda de una mejor forma de trasladar la información existente.
- Es decir…

Hay que pasar del dato…

al relato de la importancia del turismo

1. Antecedentes

- Como parte de sus objetivos fundacionales, el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur Anáhuac) genera información para la toma de decisiones de los actores de la industria.

- De esta manera, con la activa participación de estudiantes de los programas de licenciatura de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac México, al cierre de 2020 se llevó a cabo el levantamiento de una encuesta, con una segunda recogida en mayo de 2021, cuyos resultados se presentan en esta oportunidad.

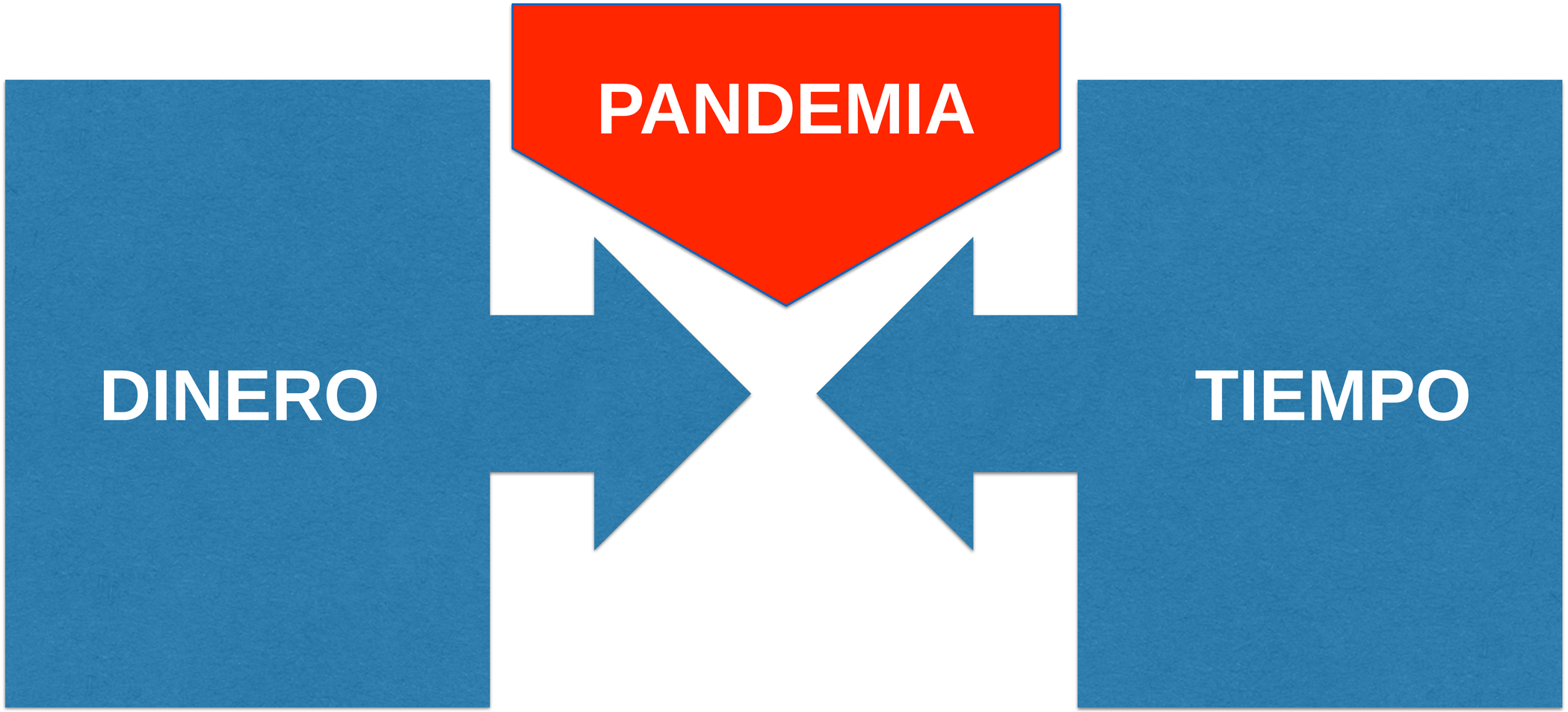
2. Objetivos

- Identificar el perfil de viaje, especialmente, en lo que se considera el desplazamiento de placer más significativo realizado en 2019.

- Reconocer percepciones y actitudes hacia lo que serán los viajes en la época pos-COVID-19.

3. Reflexión inicial sobre el mercado nacional

2.7 billones de pesos Gasto en consumo mercado interno



RESTRICCIONES DEL MERCADO NACIONAL

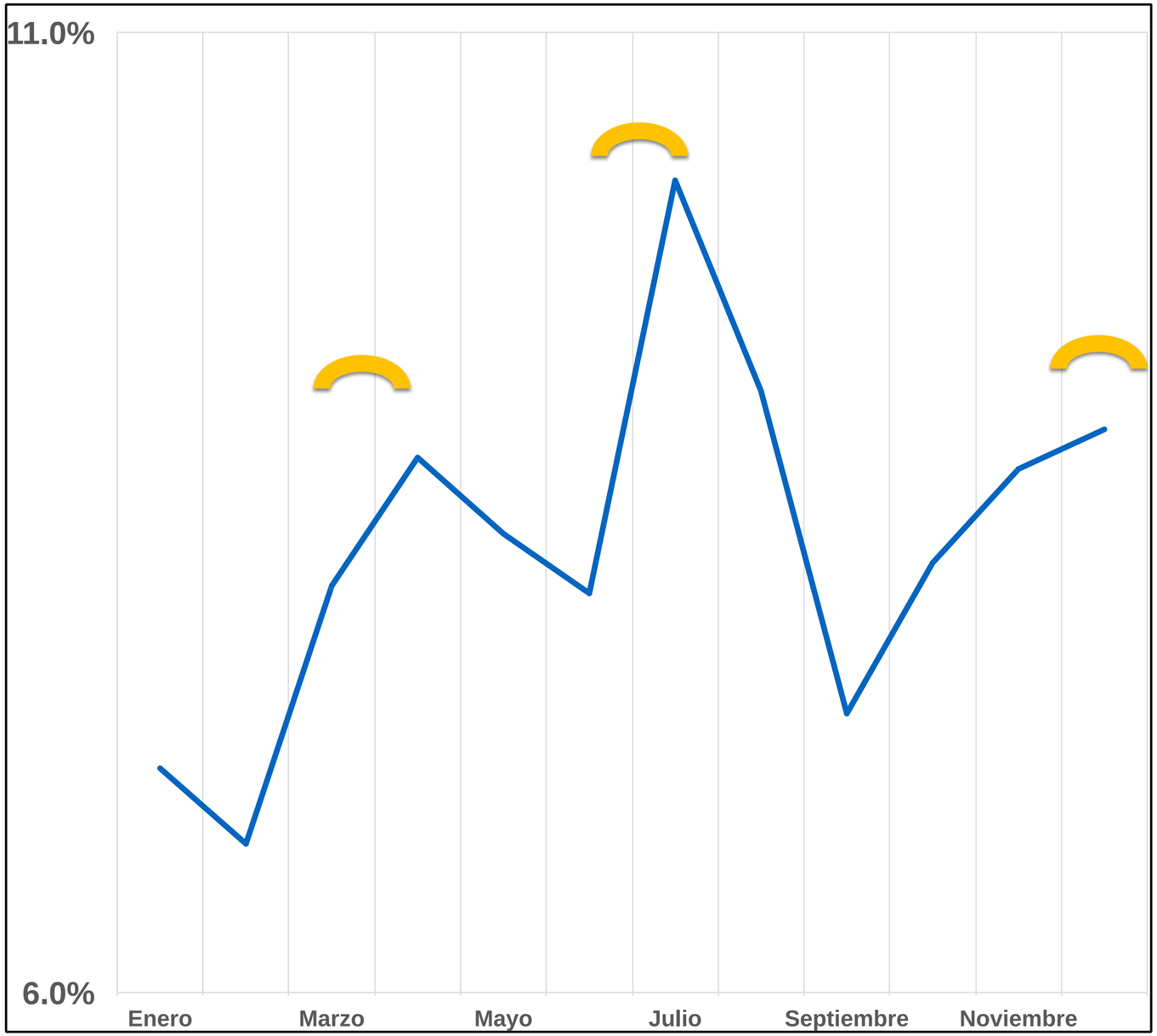
Distribución del gasto turístico por nivel de ingreso

Producto de la inequidad en la distribución de la riqueza, en México el 71.9% del consumo turístico se concentra en el 20% de la población de mayores ingresos

71.9%

Decil de la población	Proporción del total de los gastos turísticos
I	0.5%
II	1.0%
III	1.9%
IV	2.2%
V	3.2%
VI	2.8%
VII	4.9%
VIII	10.6%
IX	13.8%
X	58.1%

Fuente: Inegi



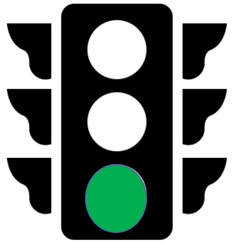
ESTACIONALIDAD

Distribución mensual de las llegadas de turistas residentes en el país a cuartos de hotel.

Hay una clara concentración de los viajes de los mexicanos en tres momentos del año: Semana Santa, Verano y fin de año

Fuente: Datatur

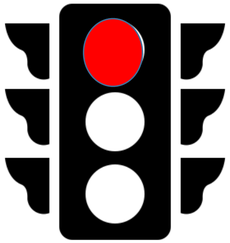
Aceleradores



Percepción de ofertas que no se repetirán
Escape del encierro
Convivencia al interior de la familia
Visitas a familiares
Lealtad a las marcas de la industria de viajes
Tiempos compartidos/Clubes de viajes
Sustitución de viajes internacionales por nacionales

Respuesta a esfuerzos eficaces de promoción

Frenos



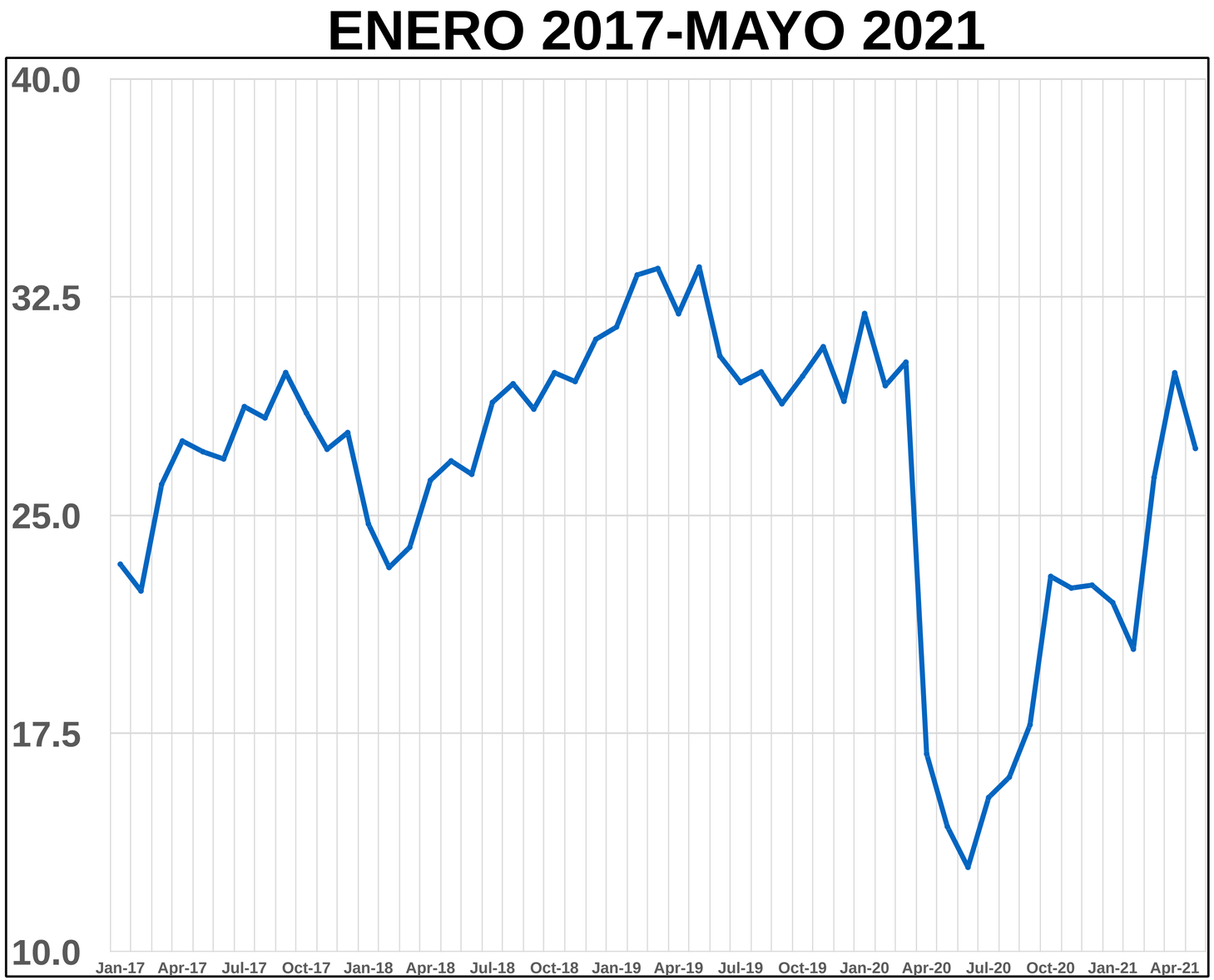
Impacto económico en las familias
Aversión al riesgo
- Por el temor al contagio
- Por percepción de aumento de la inseguridad

Disminución de frecuencias aéreas y encarecimiento de tarifas en algunas rutas

Rasgos distintivos del mercado turístico nacional. *Factores derivados de la pandemia*

EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR

Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses



Se observa una paulatina recuperación de la confianza del consumidor, hacia la posibilidad de viajar en el corto plazo

Fuente: Inegi

4. Resultados del estudio

- Semblanza demográfica
- Perfil de viajero
- Percepciones y actitudes pos-COVID-19
- Vitrina metodológica

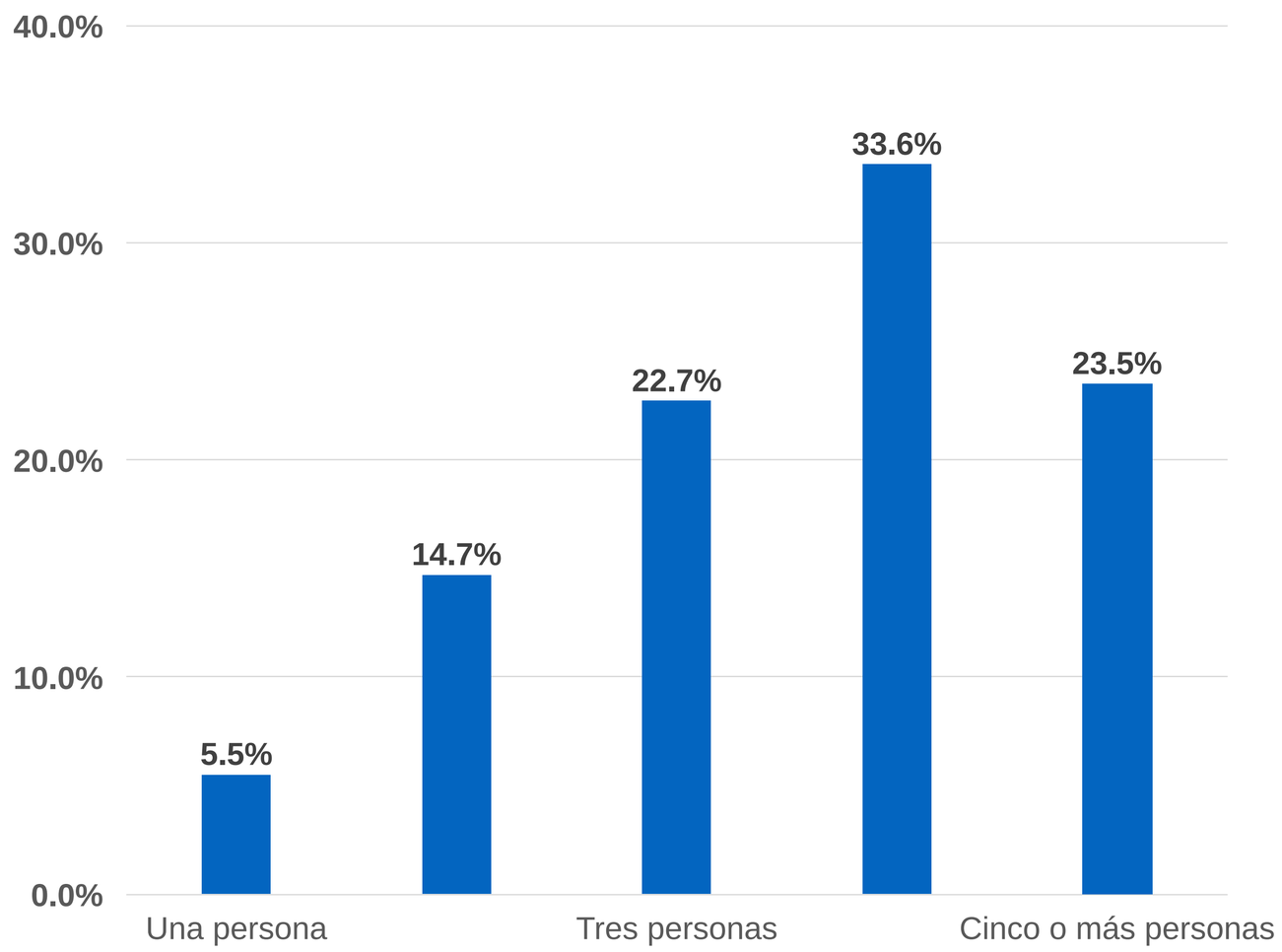
Semblanza demográfica

Nivel socioeconómico

A/B	81.6%
C+	18.4%

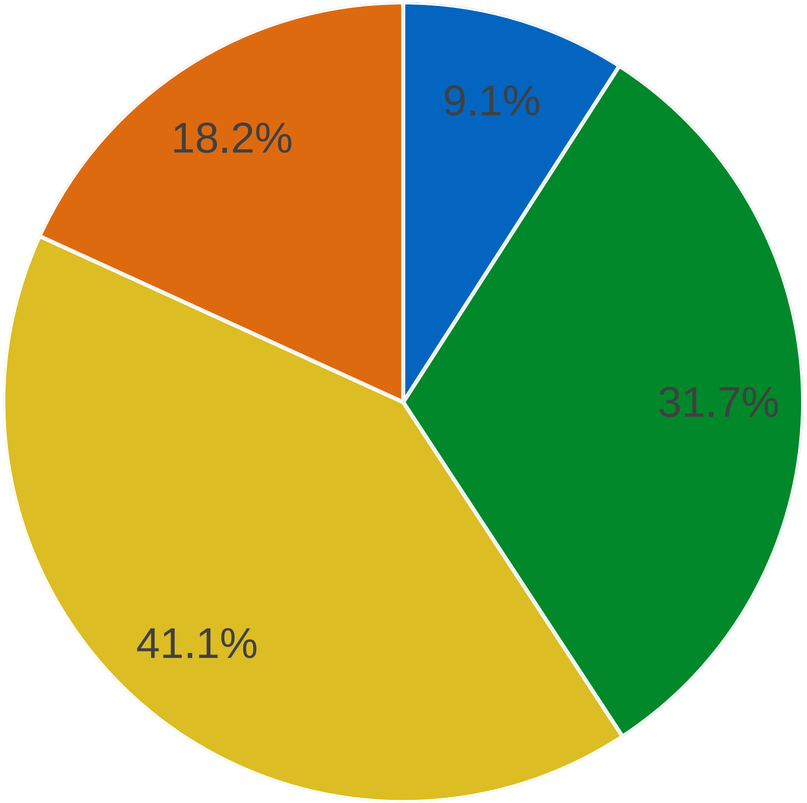
n=1,353 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

Composición del hogar



n=1,355 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

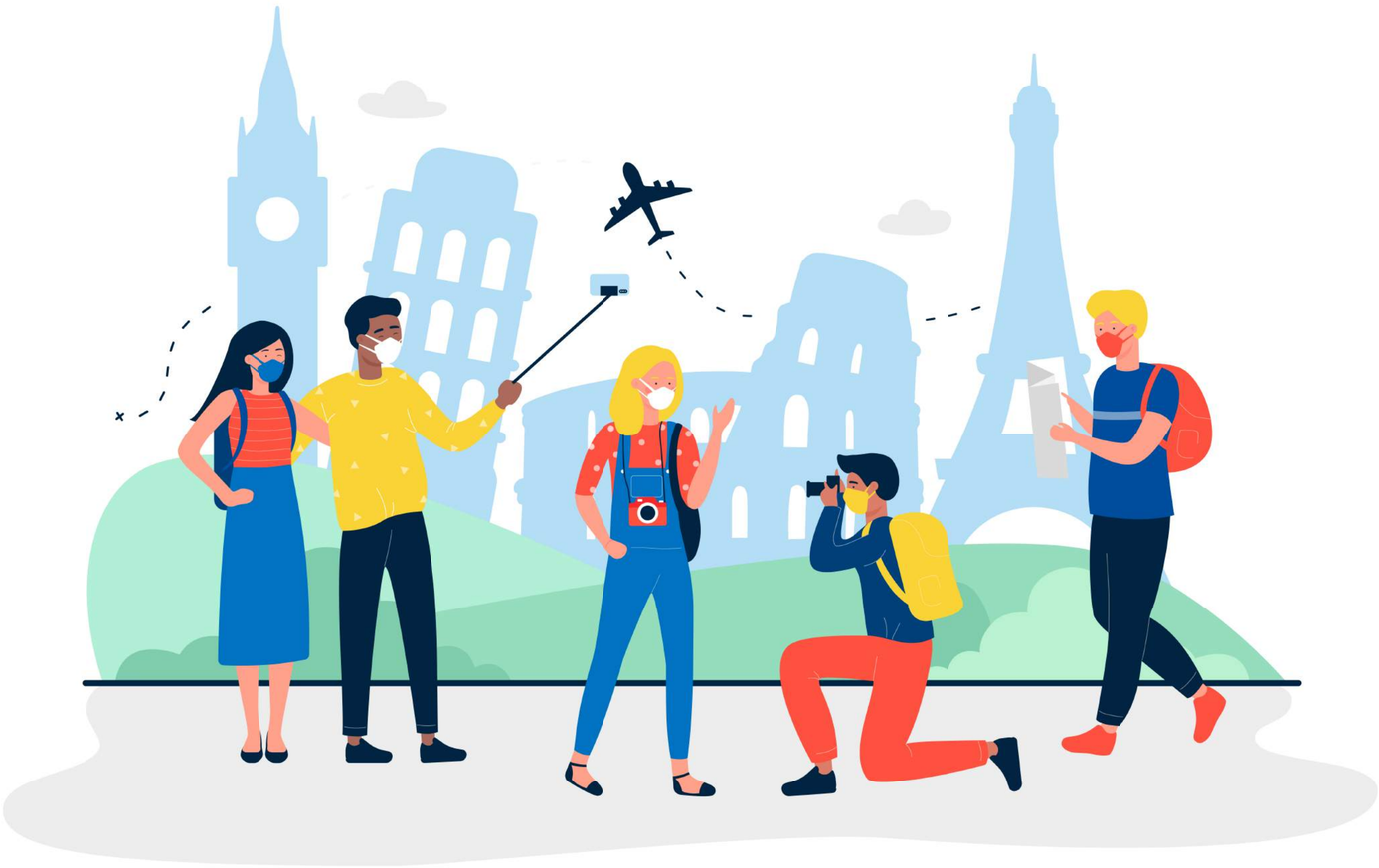
Generación a la que pertenecen



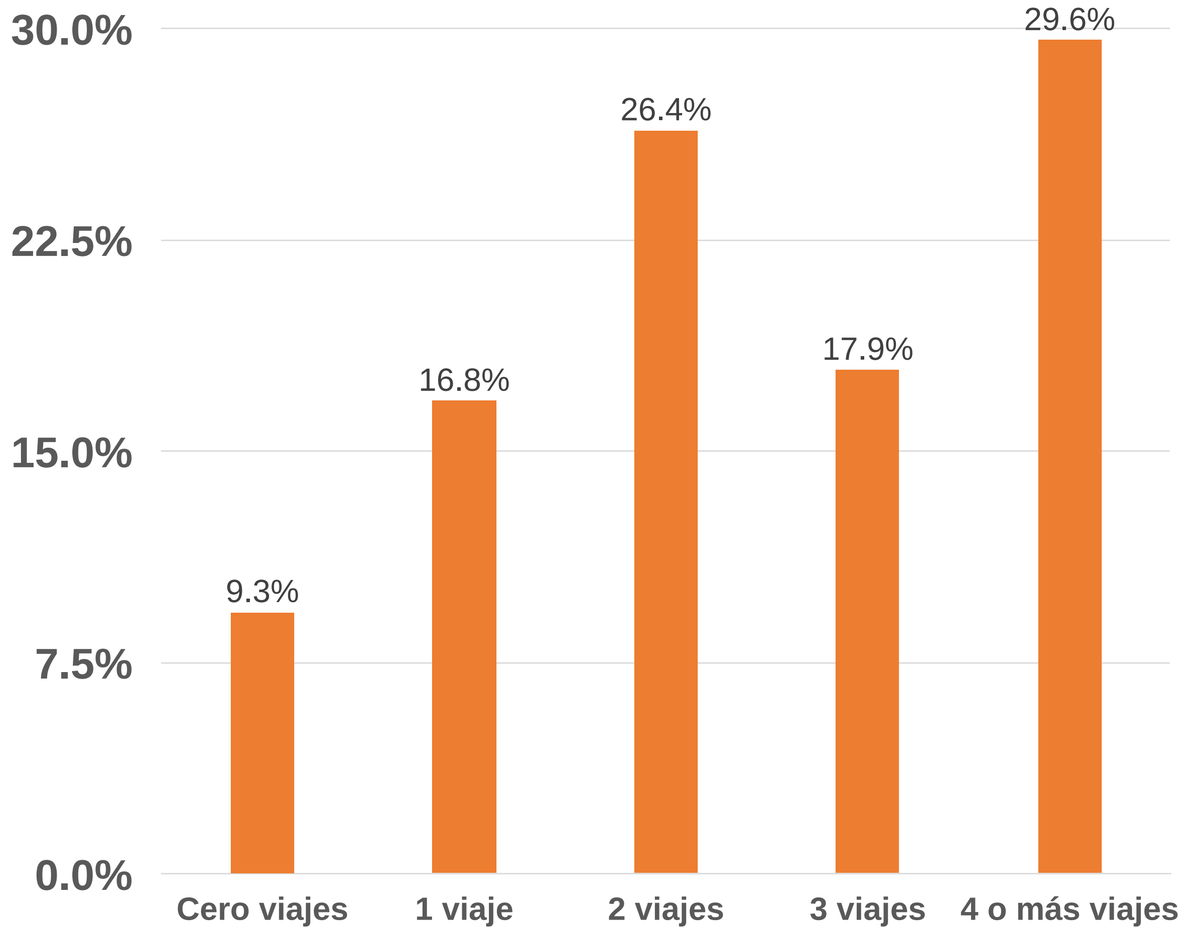
- Baby boomer
- X
- Millennial
- Centennial

n=1,355 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

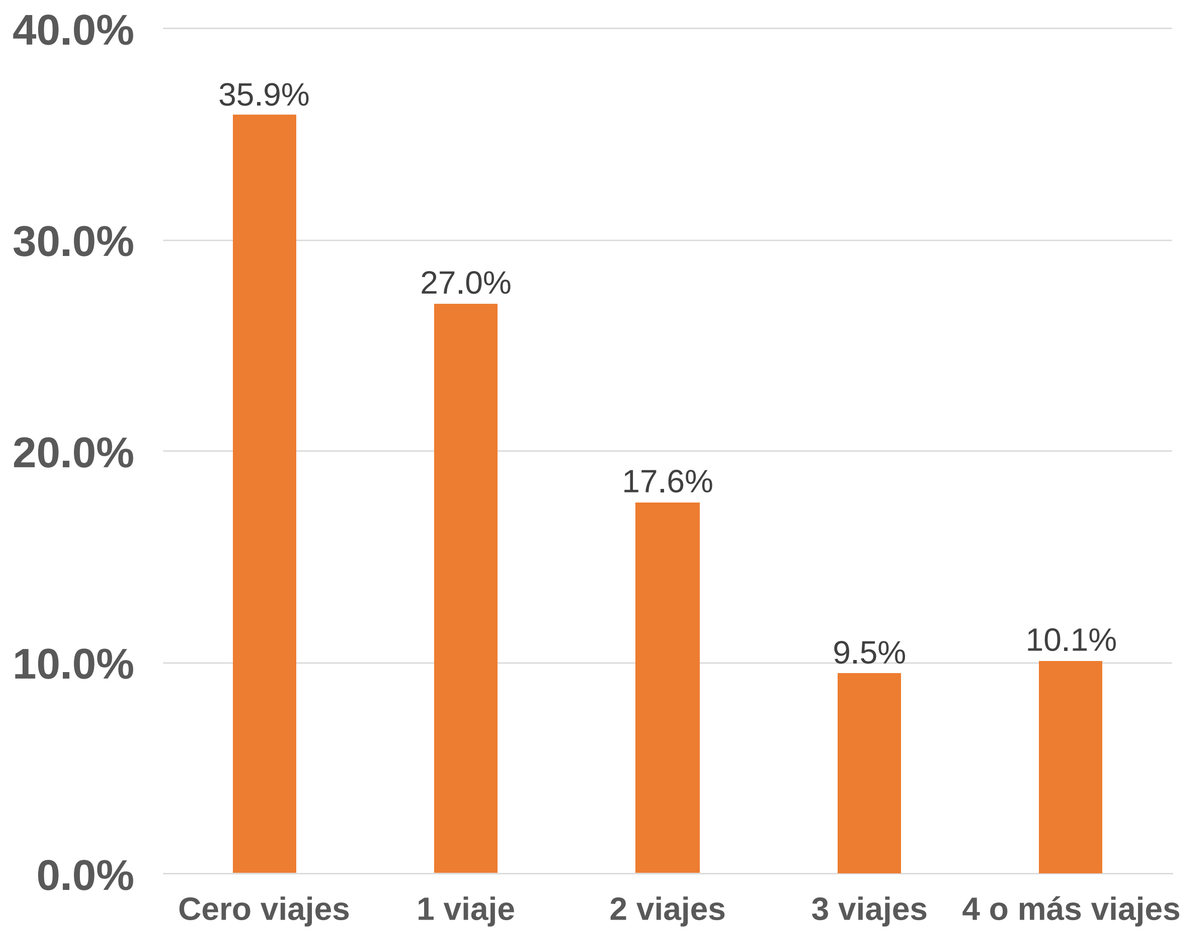
Perfil de viajeros



Dentro del país



Fuera del país



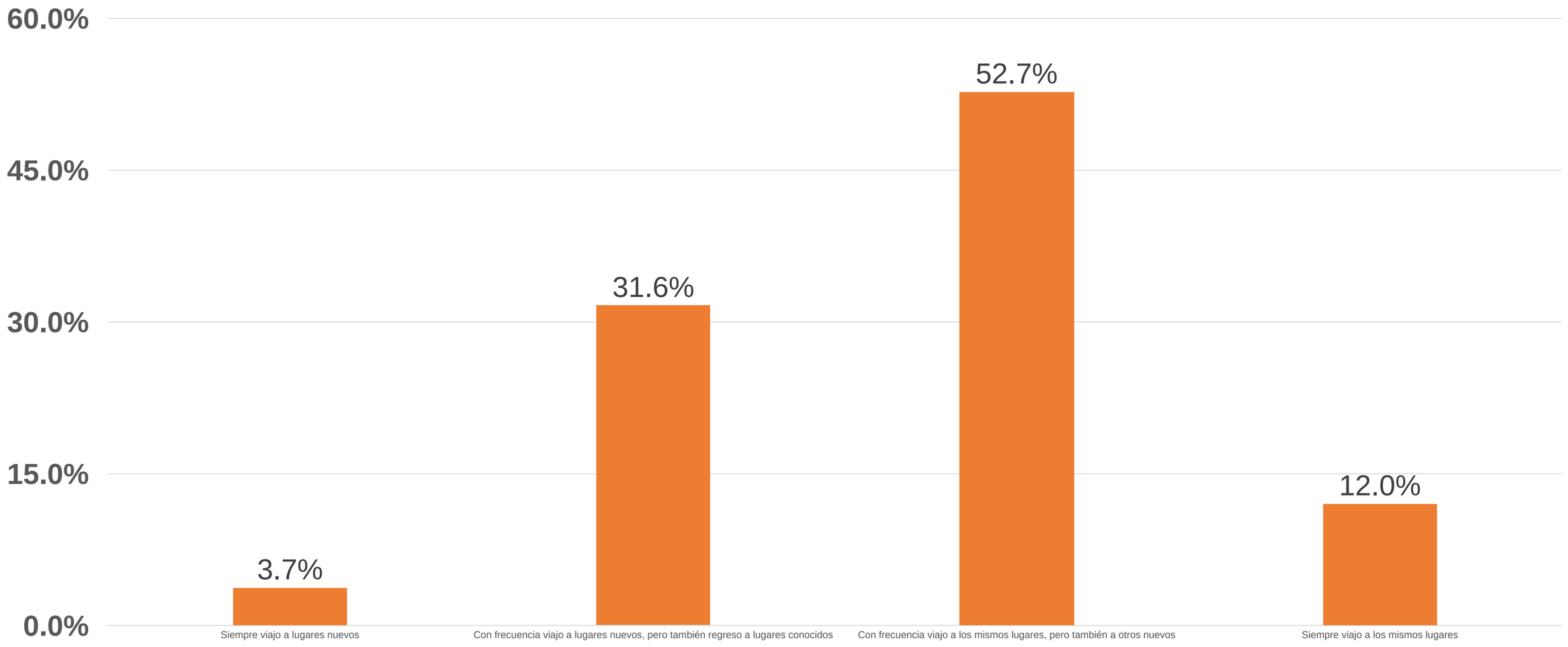
Número de viajes de placer

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

	Todos los viajeros	Baby boomers	X	Millennials	Centennials
Con toda la familia nuclear	65.0%	58.9%	72.3%	56.1%	68.6%
Con la pareja	14.5%	30.1%	13.3%	15.6%	5.1%
Con amigos	12.7%	5.5%	5.2%	19.3%	11.5%
Solo	7.8%	5.5%	8.7%	8.9%	5.1%

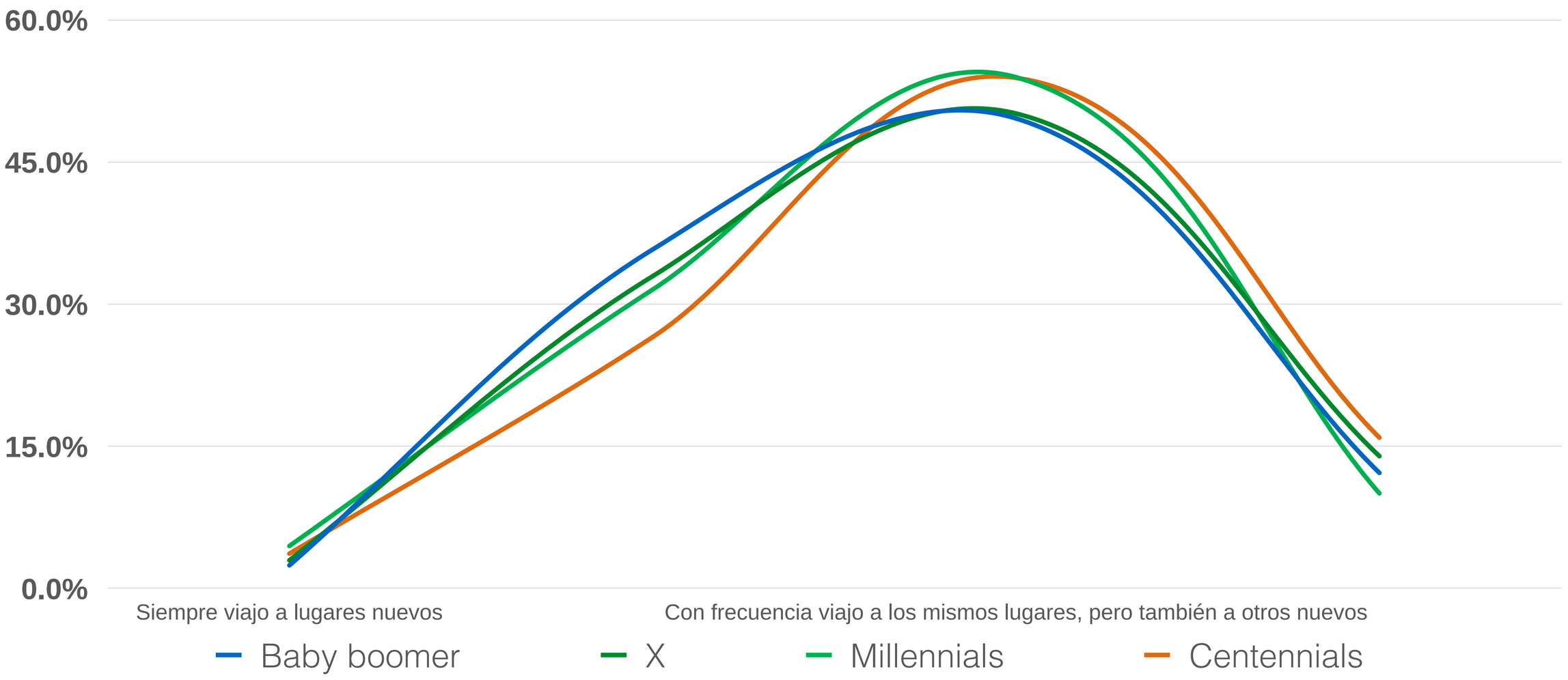
Composición del grupo de viaje

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)



Lealtad y búsqueda de nuevos lugares

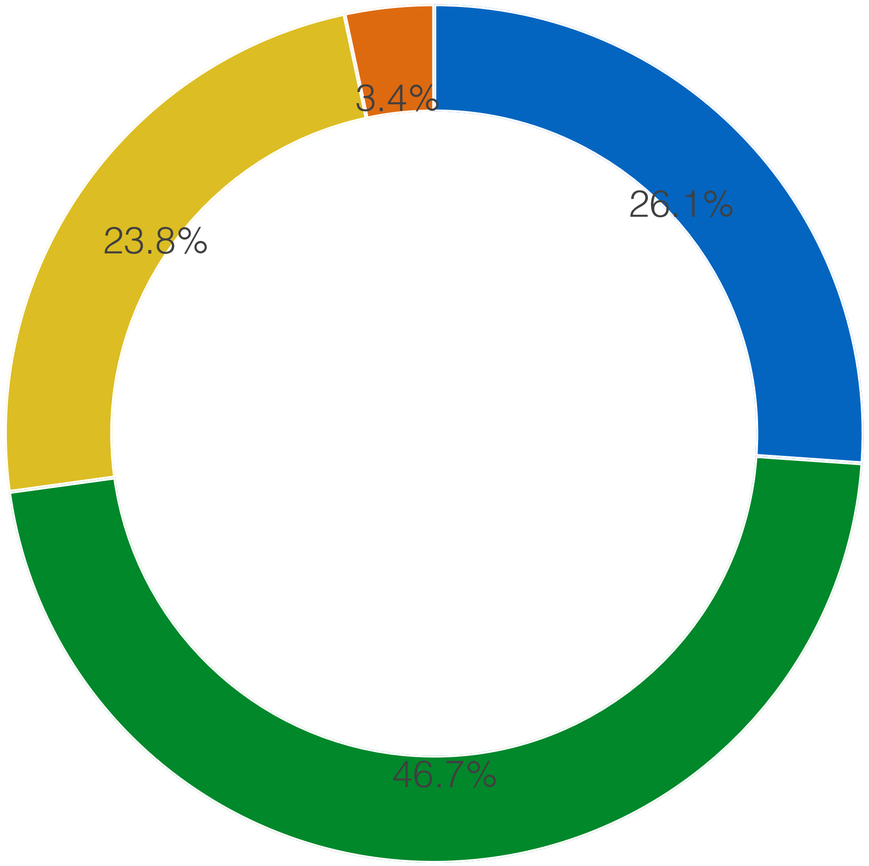
n=1,355 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)



Lealtad y búsqueda de nuevos lugares: corte generacional

n=1,353 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

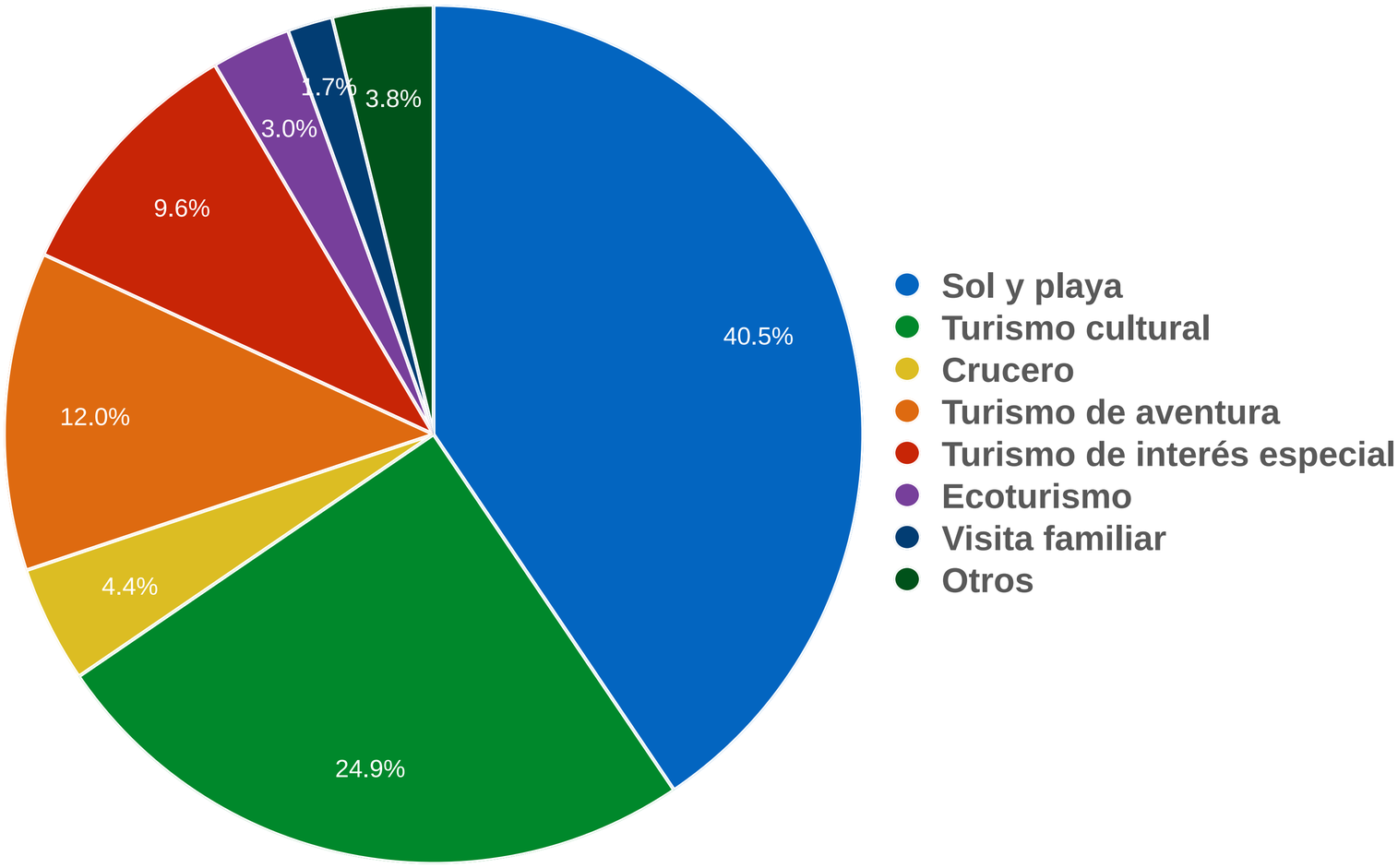
MEDIO DE TRANSPORTE VIAJE MÁS IMPORTANTE



- Todos los viajes son aéreos
- La mayor parte son aéreos, pero también hay terrestres
- La mayor parte son terrestre pero hay algunos aéreos
- Todos los viajes son terrestres

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

TIPO DE DESTINO ELEGIDO VIAJE MÁS IMPORTANTE

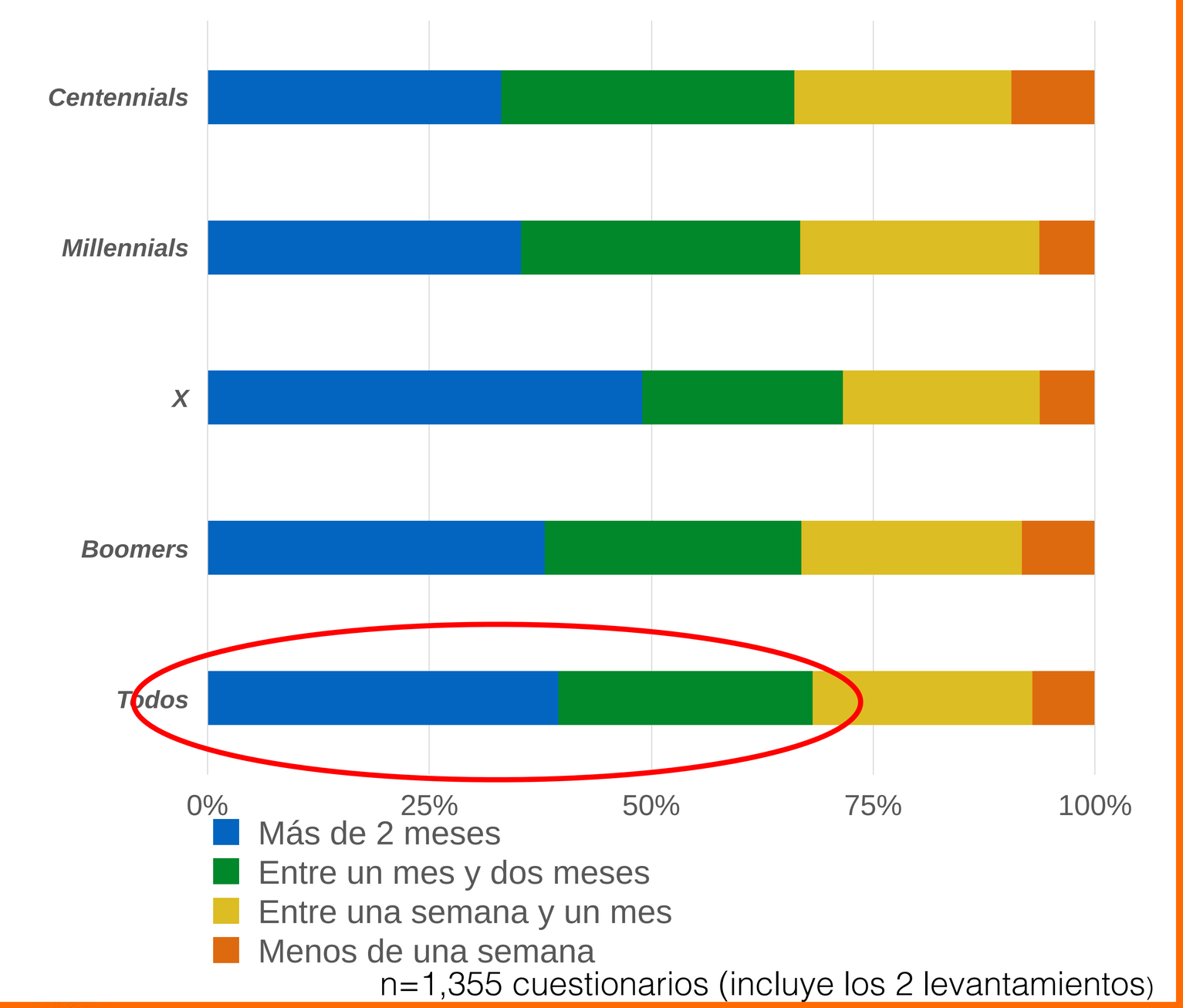


n=1,355 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

TOP FIVE DESTINOS FAVORITOS

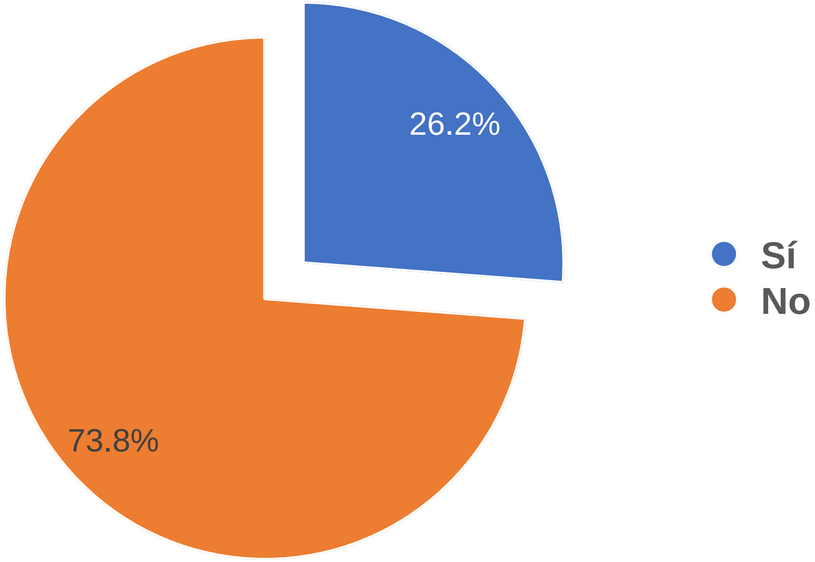
Nacionales	Internacionales
1 Cancún	1 Estados Unidos
2 Acapulco	2 Canadá
3 Puerto Vallarta	3 España
4 Oaxaca	4 New York
5 Los Cabos	5 Francia
	Miami

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

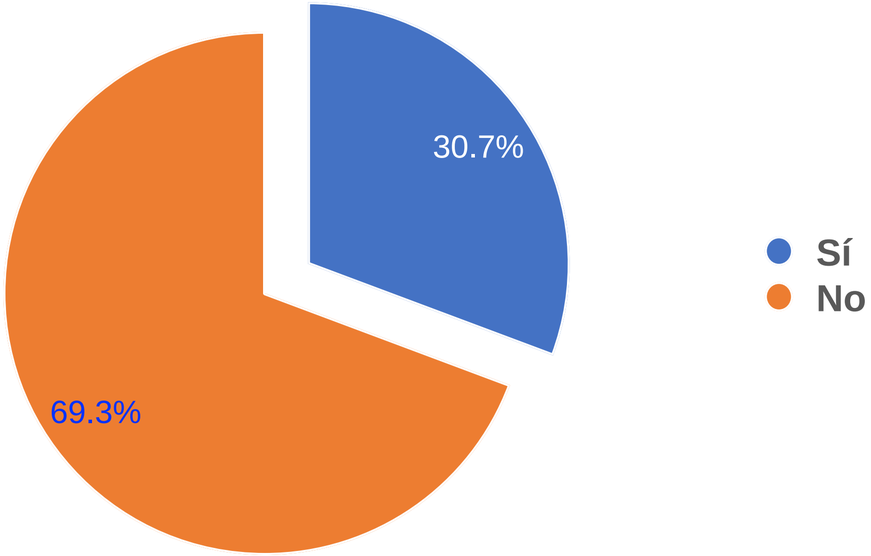


TIEMPO DE ANTICIPACIÓN EN LA PLANEACIÓN DEL VIAJE VIAJE MÁS IMPORTANTE. DIFERENICAS GENERAIONALES

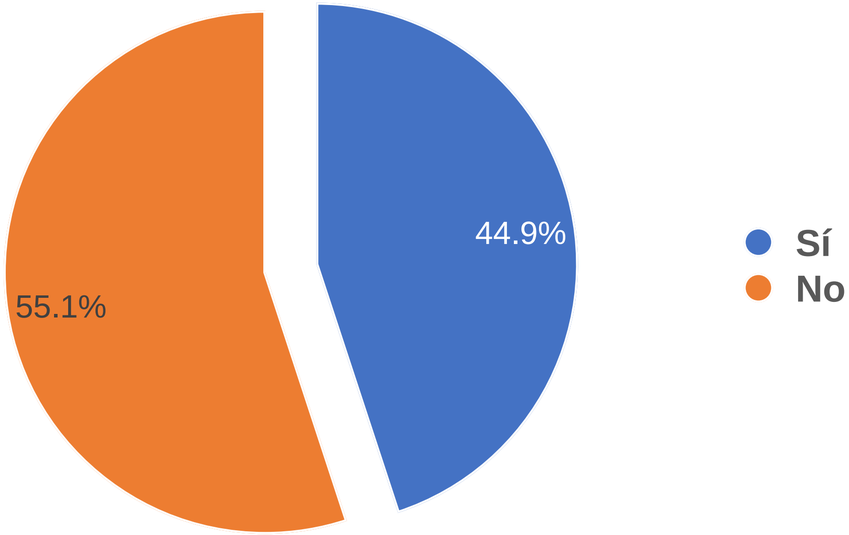
Tiempo compartido



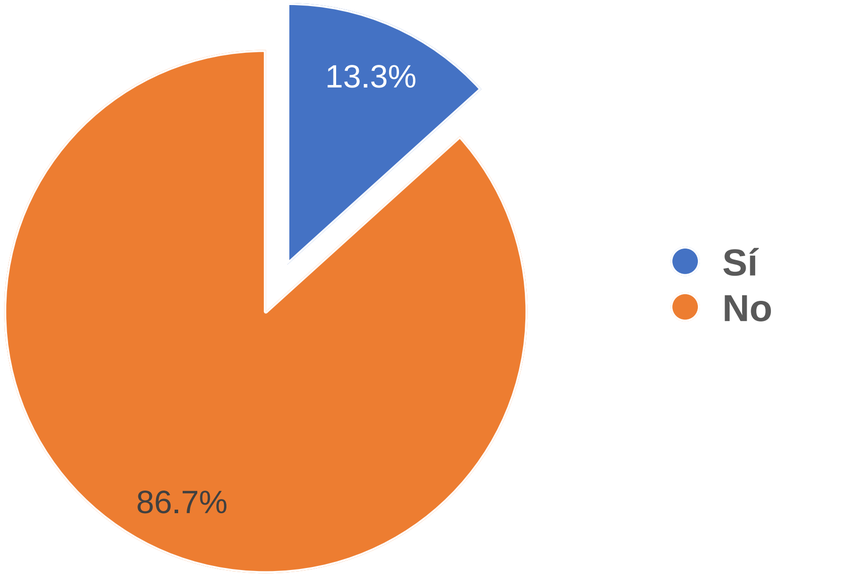
Casa/de-partamento playa



Casa/de-partamento no playa

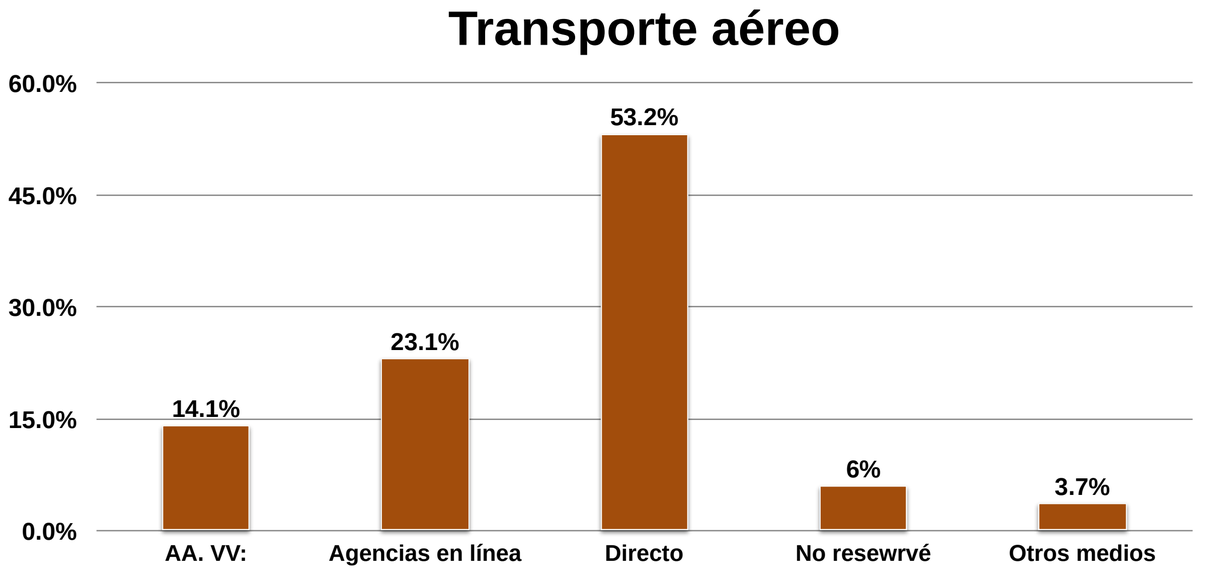


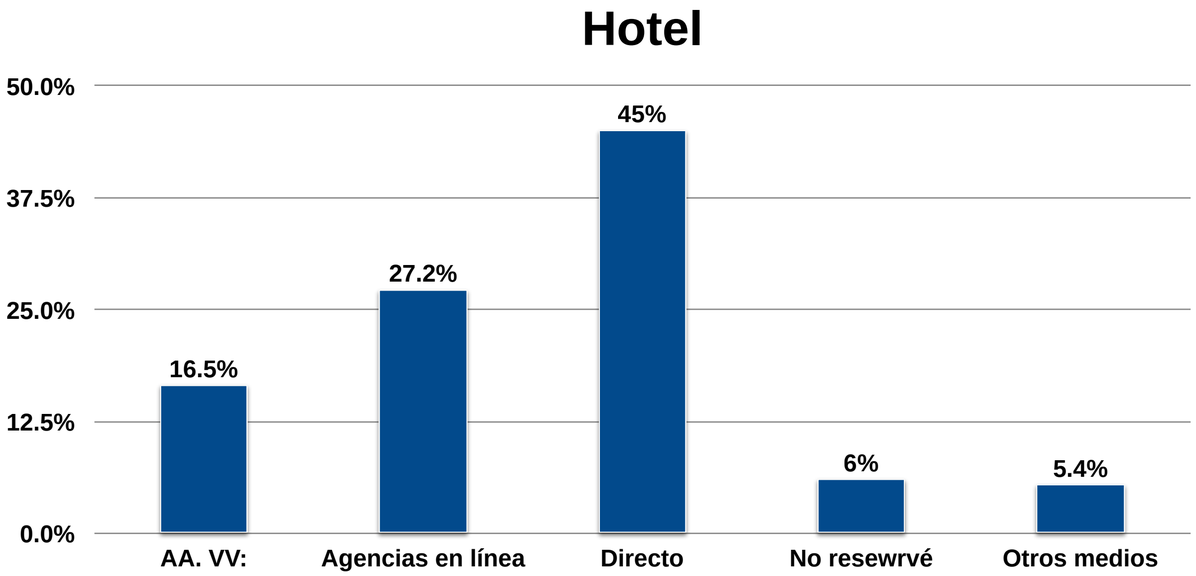
Club vacacional

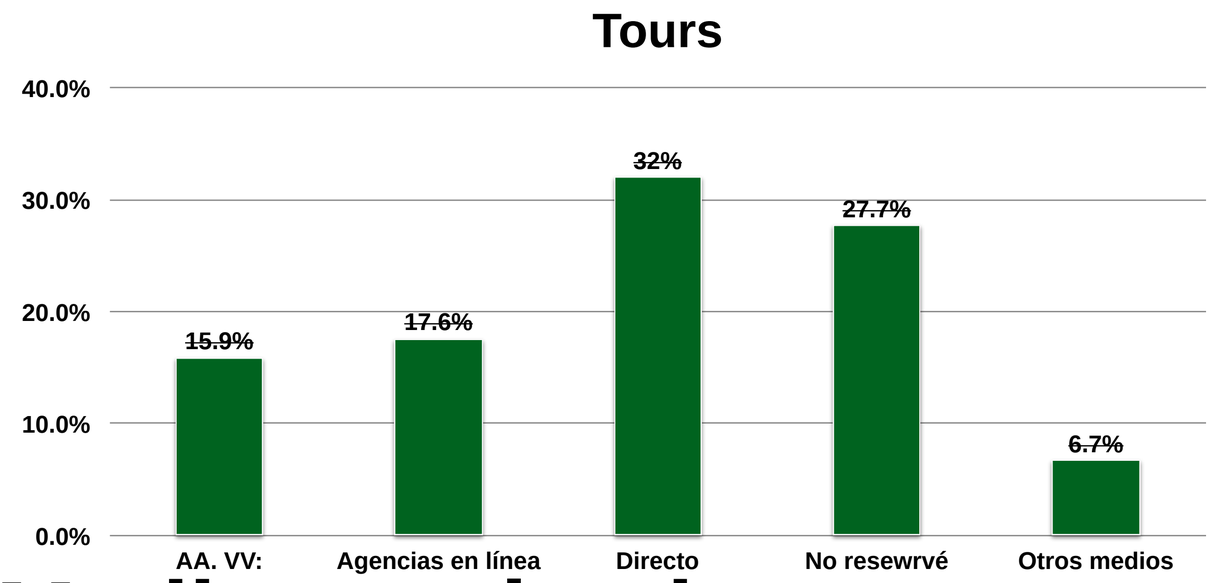


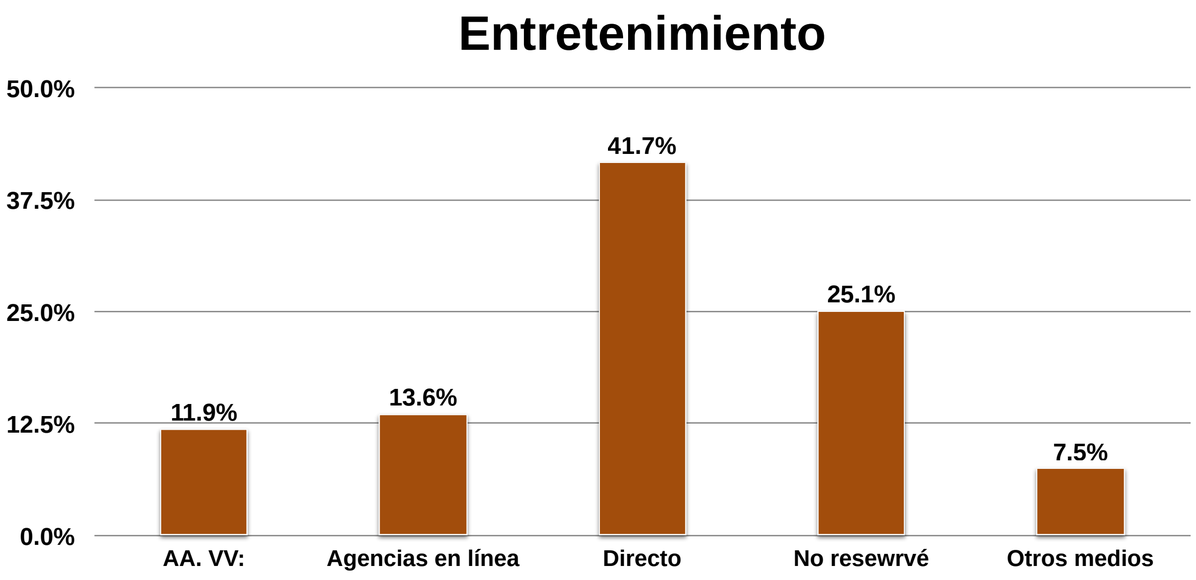
Proporción que tiene:

n=1,347 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)



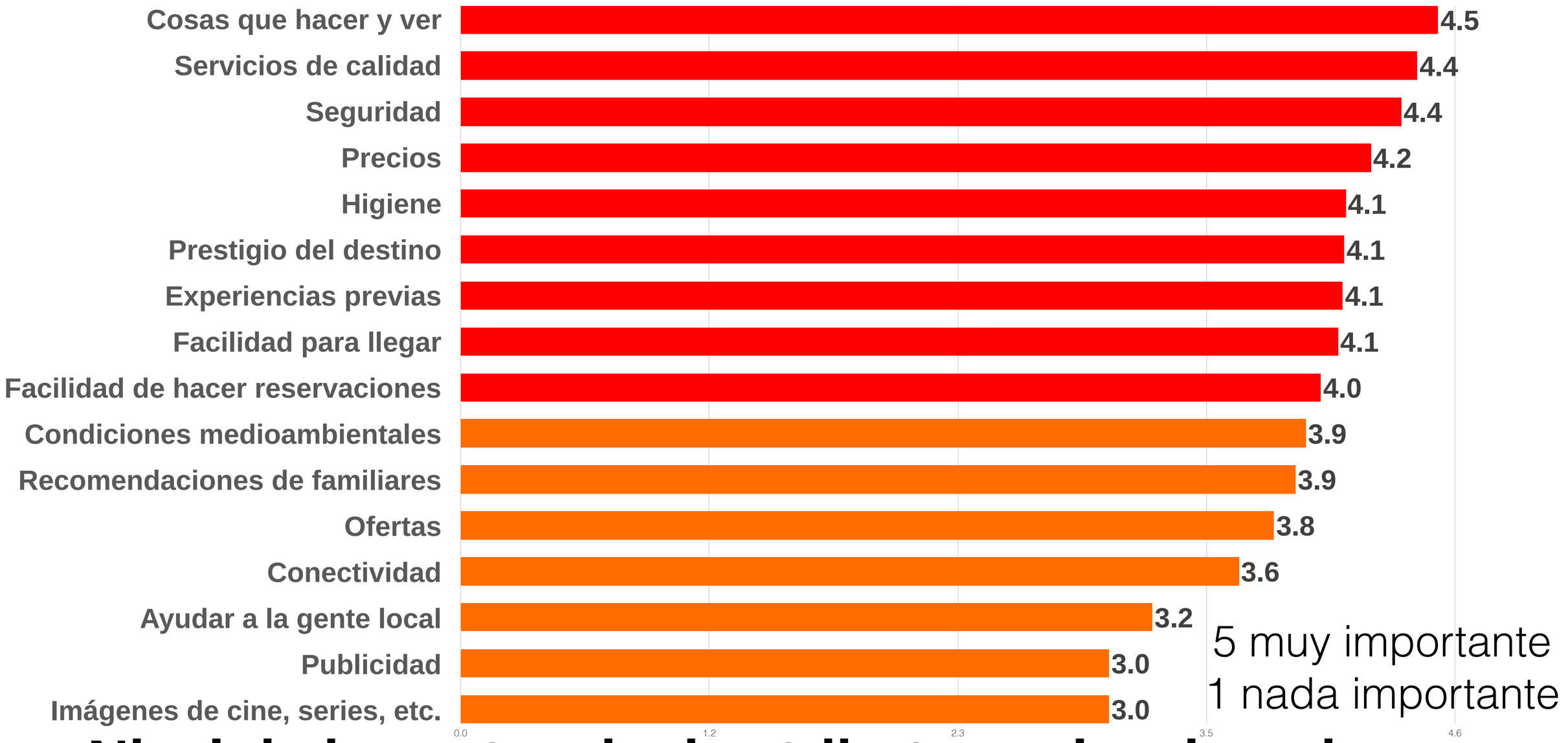






Medio empleado para reservar:

n=1,347 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)



Nivel de importancia de atributos seleccionados

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

	Baby boomers	X	Millennials	Centennials
1	Servicios de calidad	Cosas que hacer y ver	Cosas que hacer y ver	Servicios de calidad
2	Facilidad para llegar	Servicios de calidad	Servicios de calidad	Facilidad para llegar
3	Cosas que hacer y ver	Seguridad	Seguridad	Facilidad para reservar
4	Seguridad	Precios	Precios	Facilidades para conexión a internet
5	Prestigio del destino	Prestigio del destino	Experiencias previas	Higiene
6	Higiene	Higiene	Facilidad para reservar	Ofertas
7	Precios	Experiencias previas	Prestigio del destino	Precios
8	Facilidad para reservar	Facilidad para llegar	Facilidad de acceso	Experiencias previas

Nivel de importancia de atributos seleccionados: corte generacional

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

	Condiciones medioambientales	Ayudar a la comunidad
1	*Boomers*. 4.02	*Centennials*. 3.82
2	*X*. 3.94	*X*. 3.23
3	*Millennials*. 3.86	*Boomers*. 3.23
4	*Centennials* 3.76	*Milennials*. 3.2

Nivel de importancia de atributos seleccionados: corte generacional

n=655 cuestionarios (incluye solo primer levantamiento)

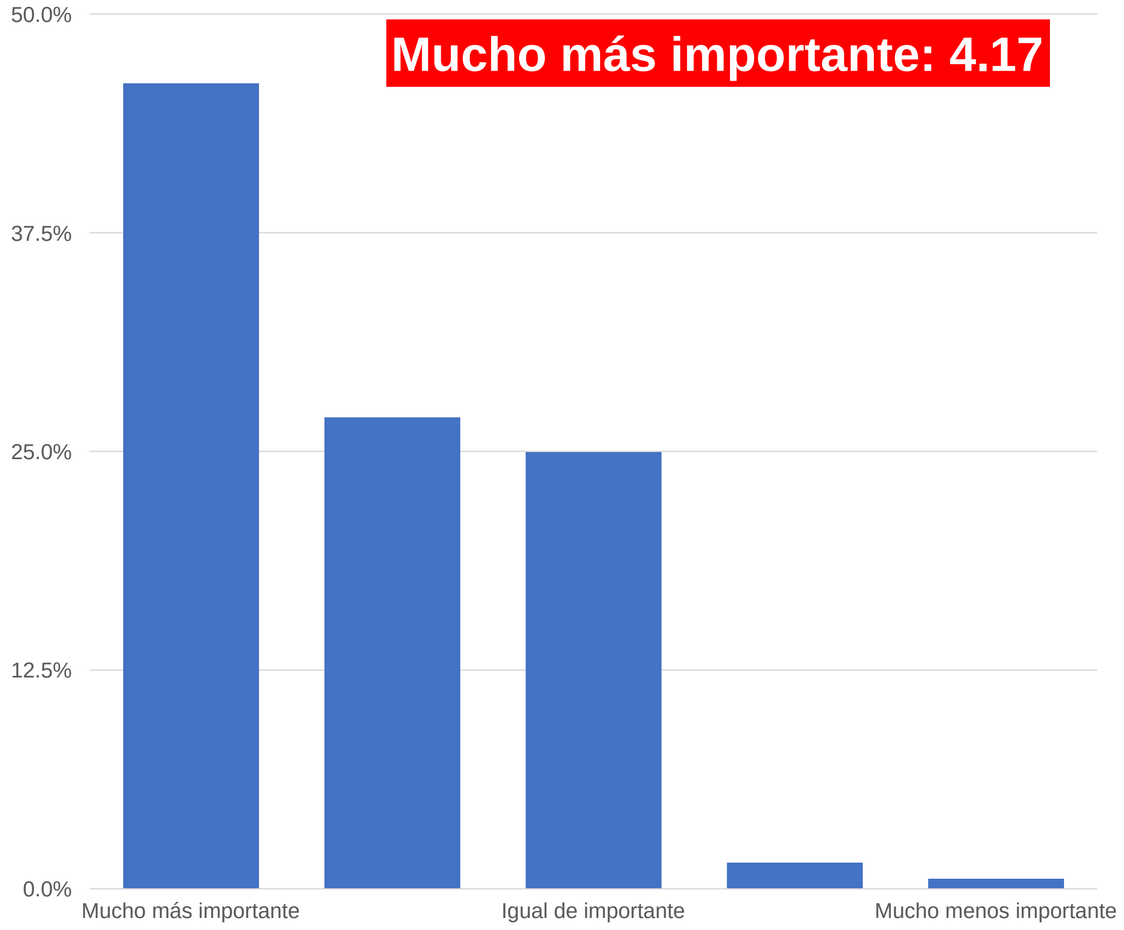
Percepciones y actitudes pos-COVID-19

UNIVERSIDAD ANÁHUAC
MÉXICO
CICOTUR
Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac

Cosas que hacer y que ver

Noviembre 2020

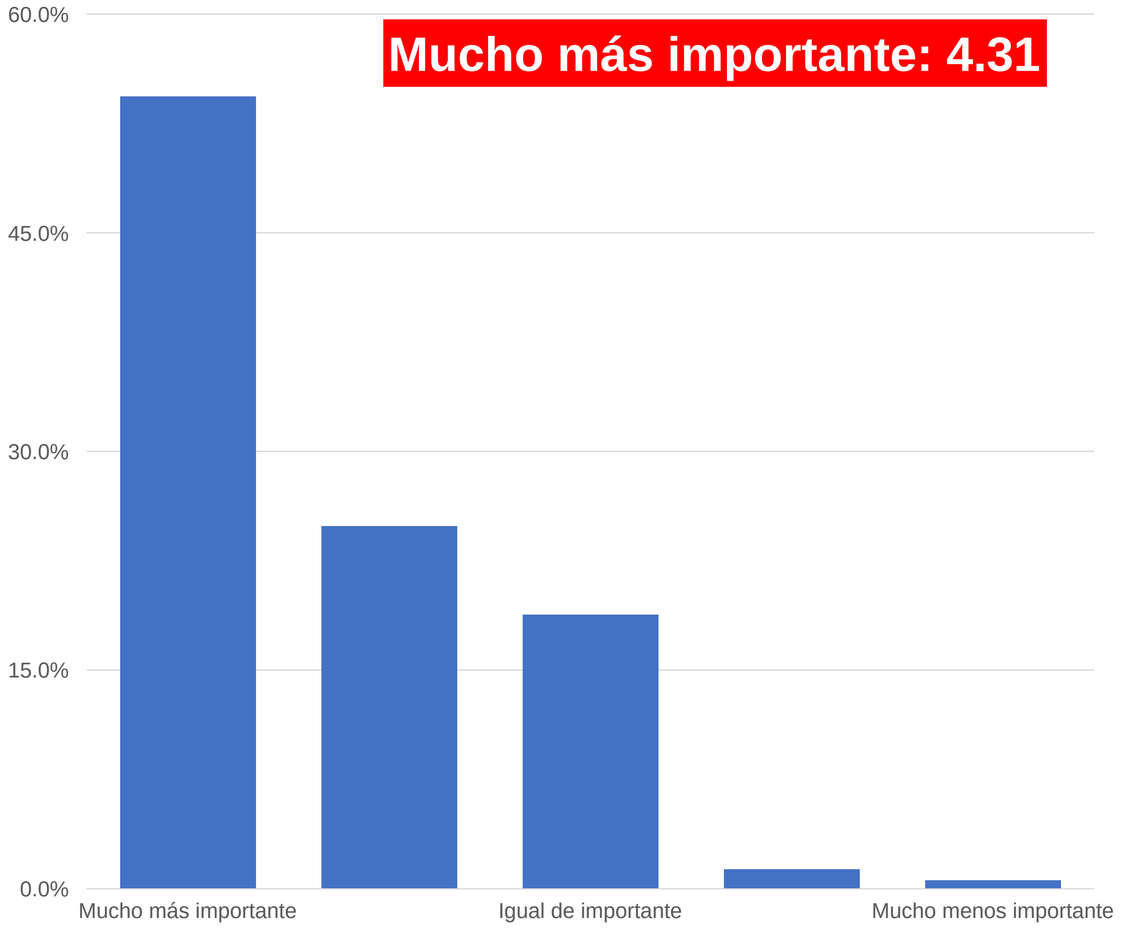
Mayo 2021



Servicios de calidad

Noviembre 2020

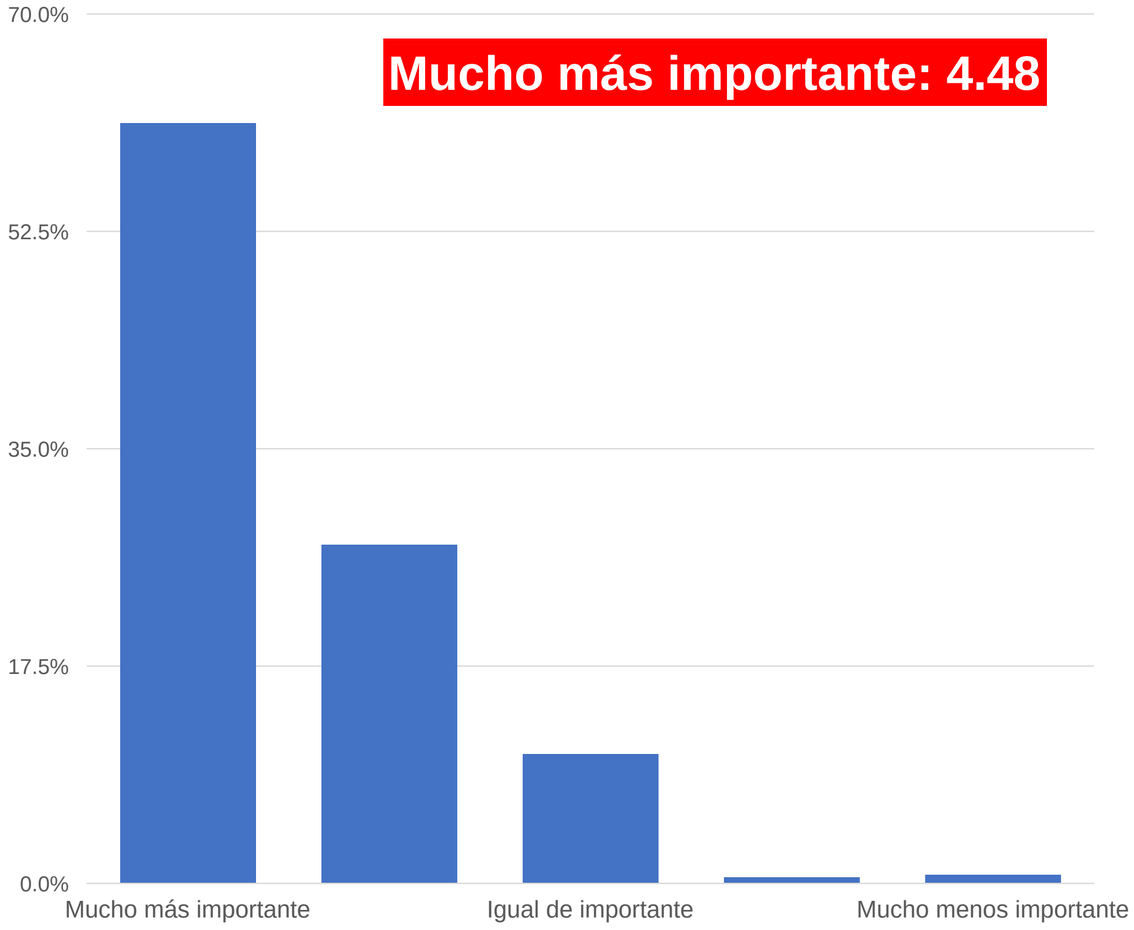
Mayo 2021



Seguridad en el destino

Noviembre 2020

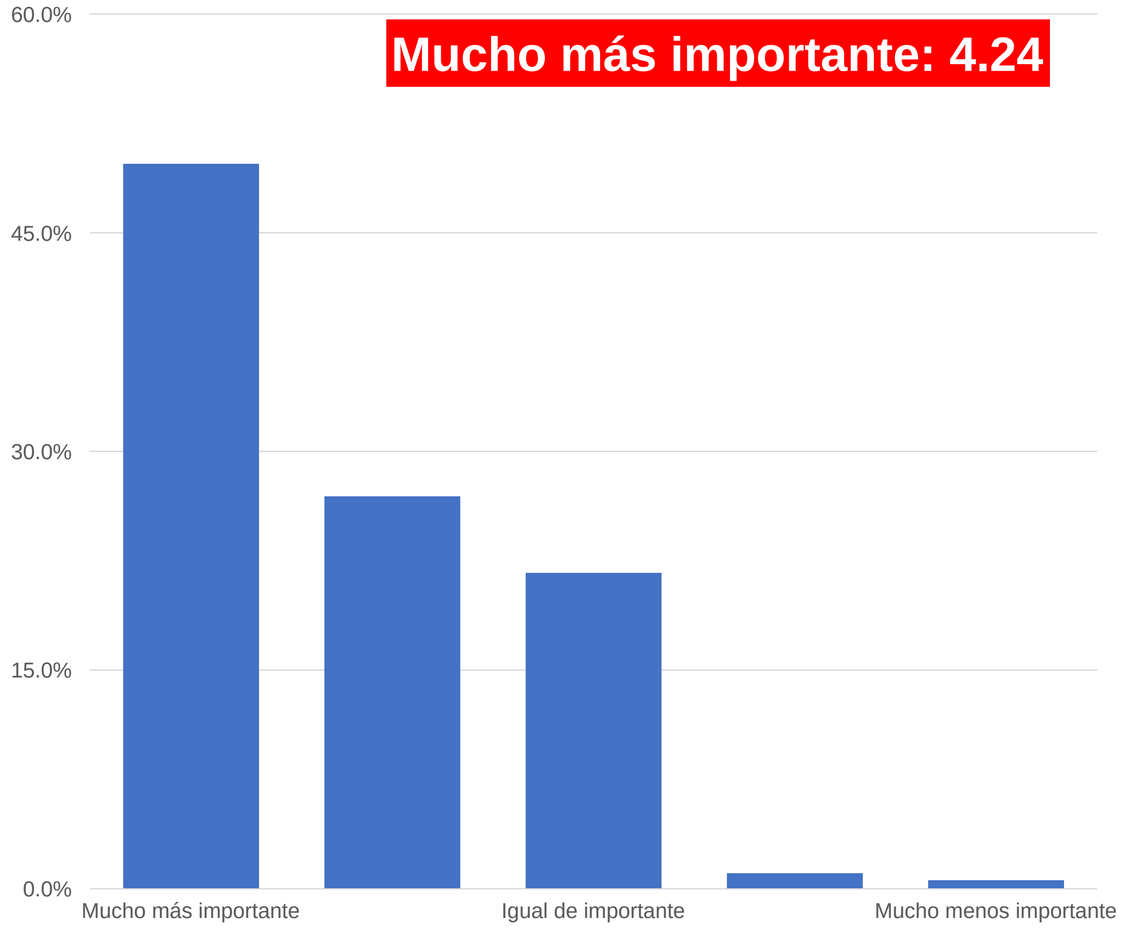
Mayo 2021



Precios

Noviembre 2020

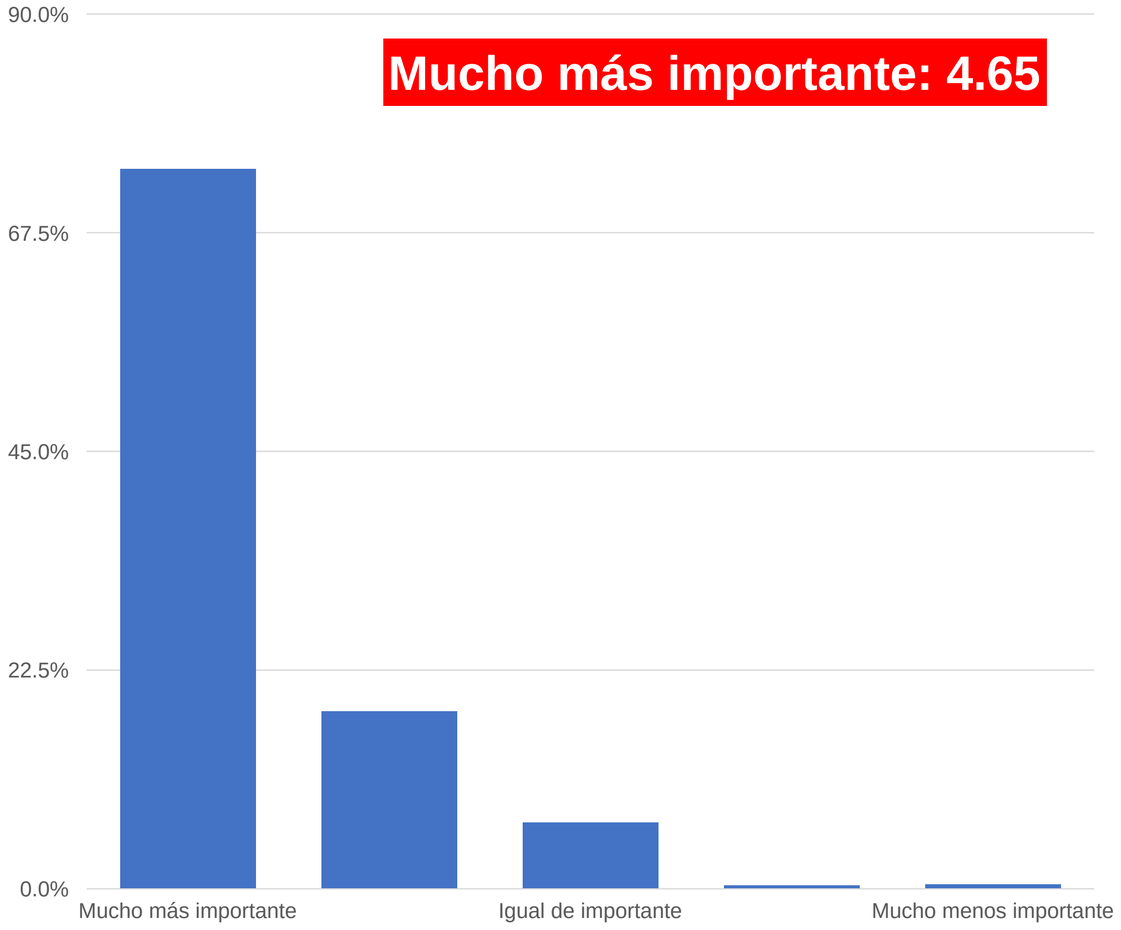
Mayo 2021



Higiene en el destino

Noviembre 2020

Mayo 2021



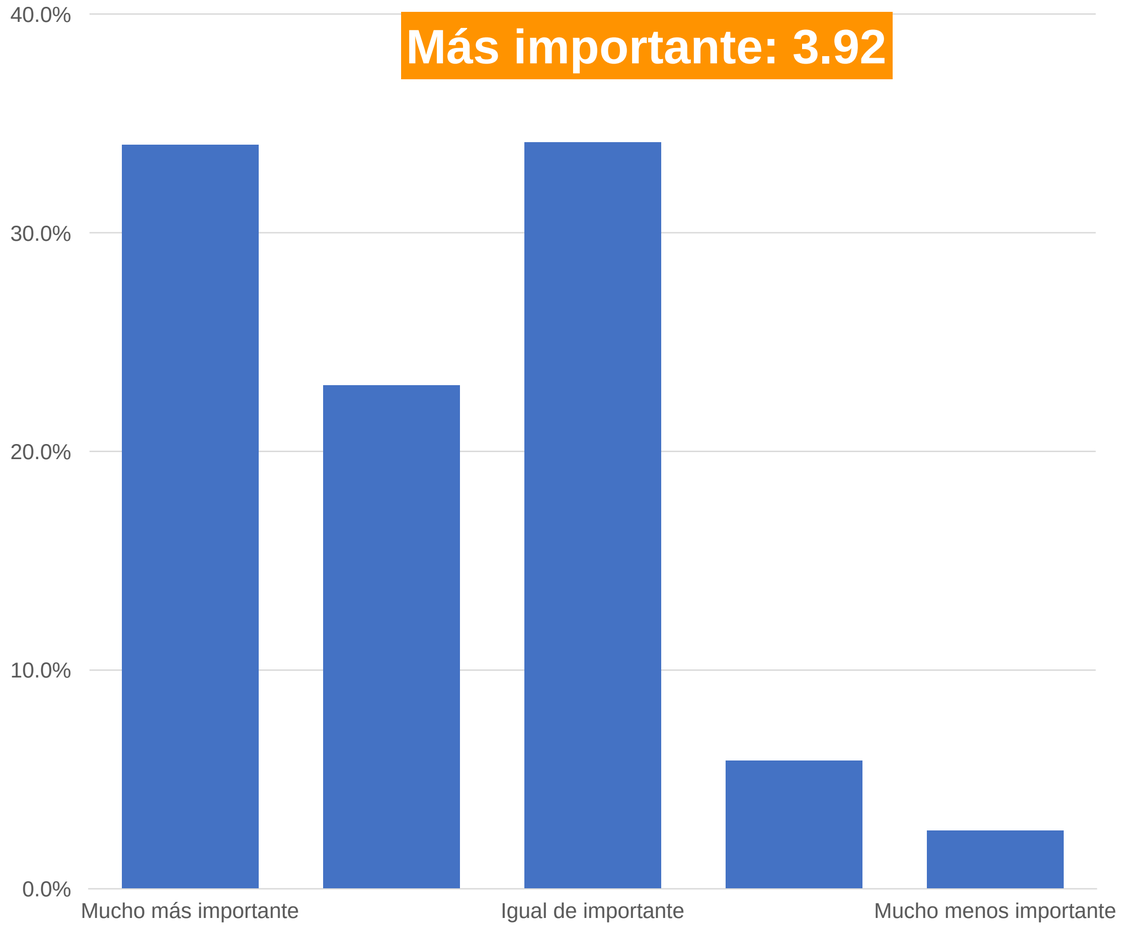
Prestigio del destino

Noviembre 2020

Mayo 2021

Experiencias previas en el destino

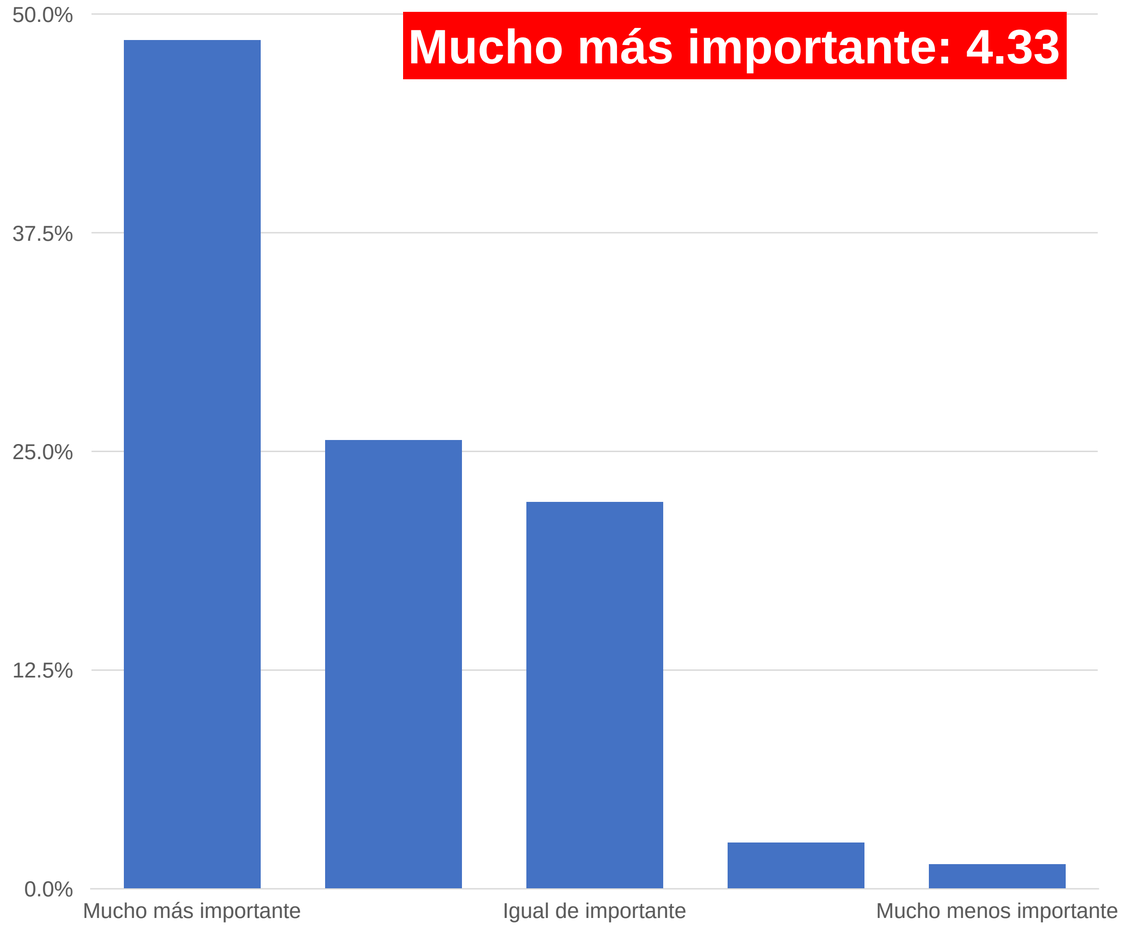
Noviembre 2020



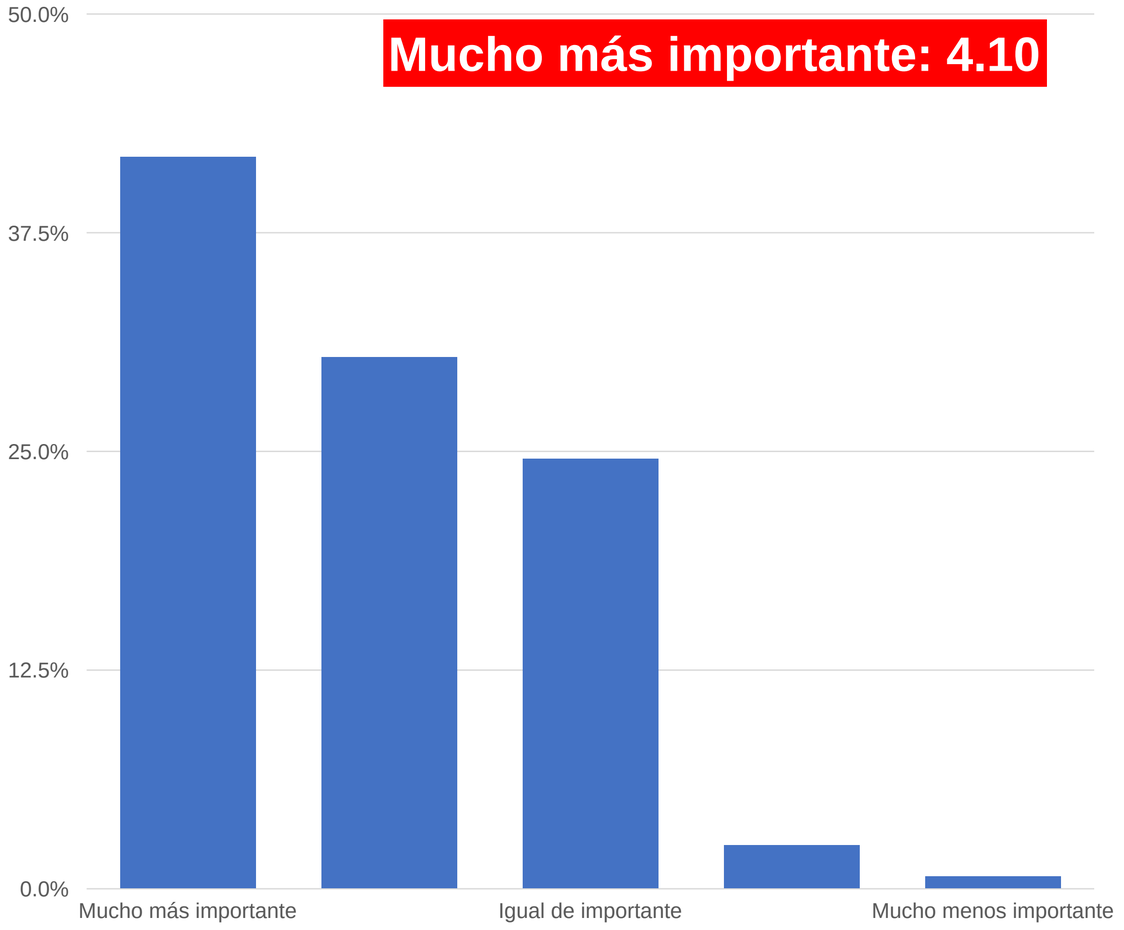
Mayo 2021

Facilidad para llegar

Noviembre 2020

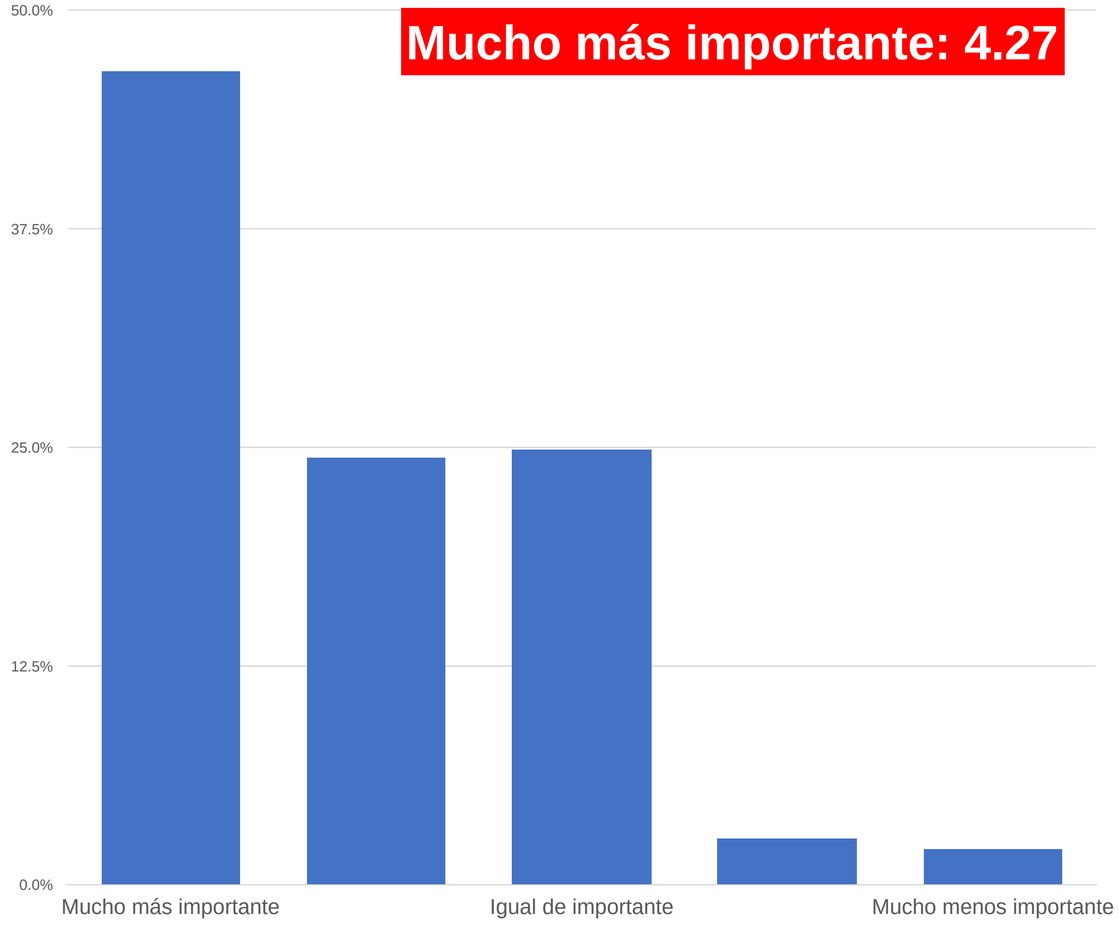


Mayo 2021

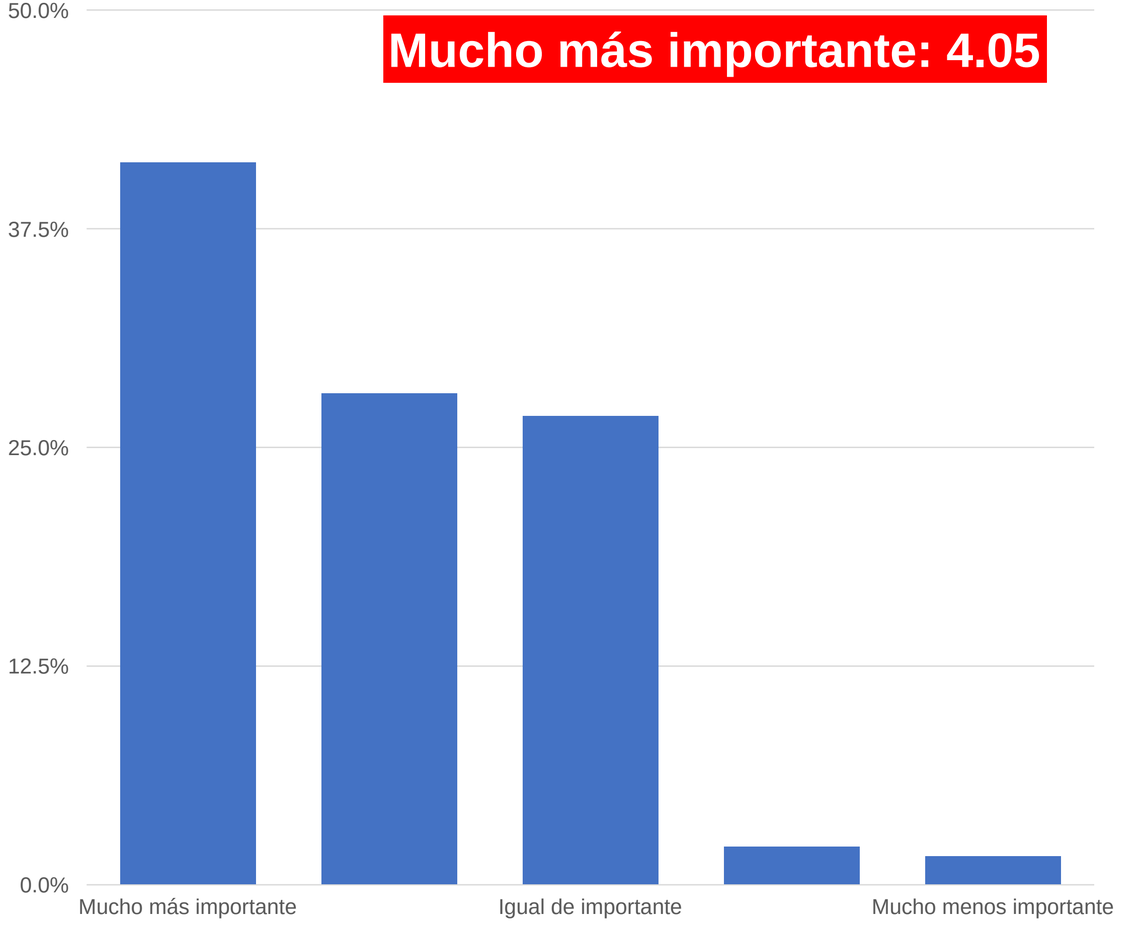


Facilidad para reservar

Noviembre 2020



Mayo 2021



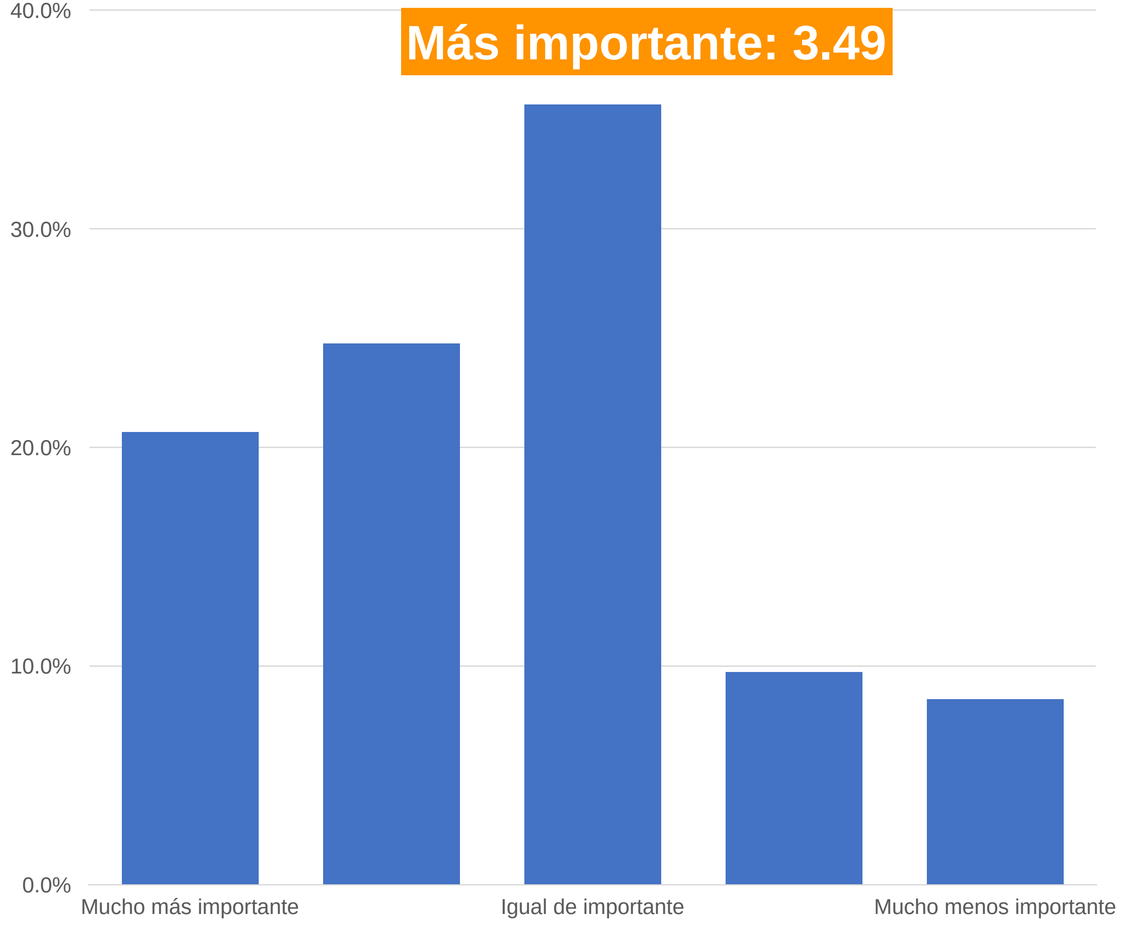
Recomendaciones de amigos y familiares

Noviembre 2020

Mayo 2021

Publicidad

Noviembre 2020



Mayo 2021

Ofertas

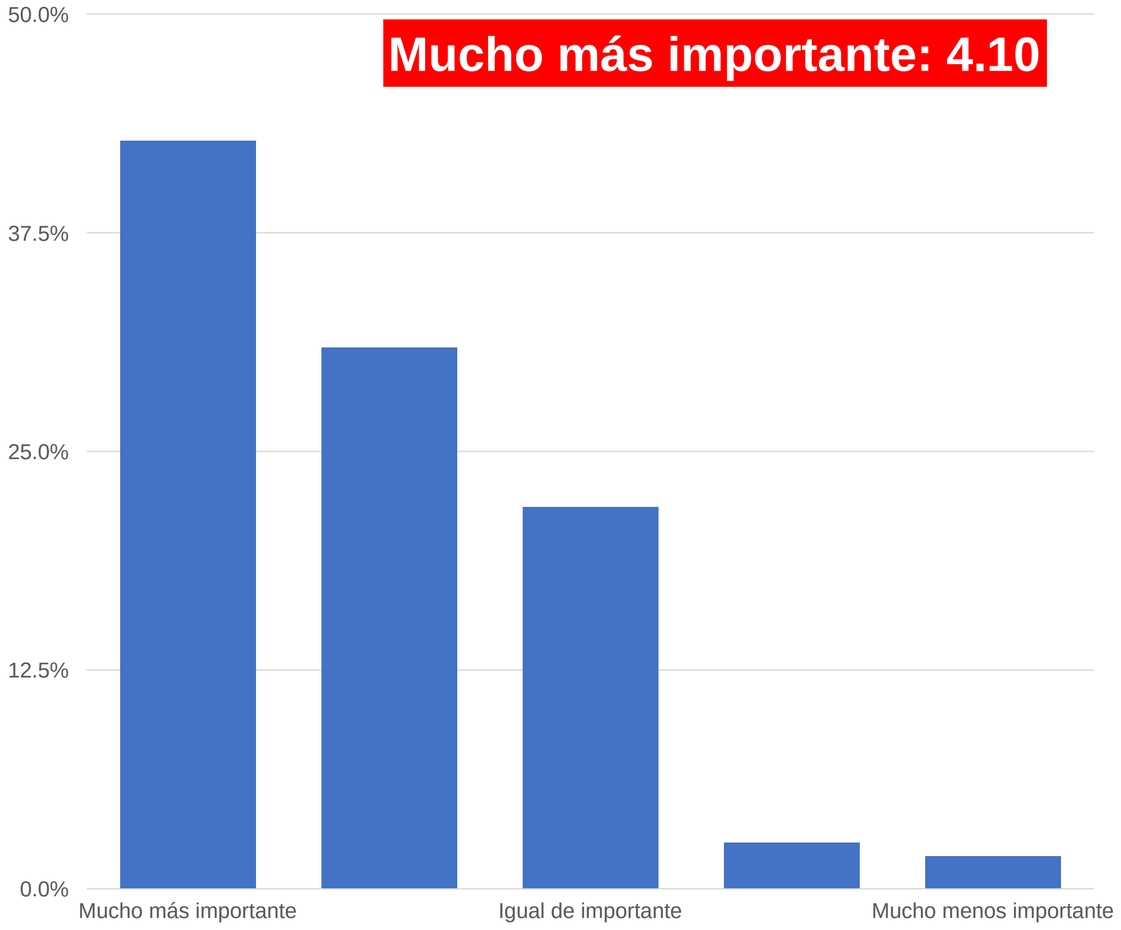
Noviembre 2020

Mayo 2021

Condiciones medioambientales del destino

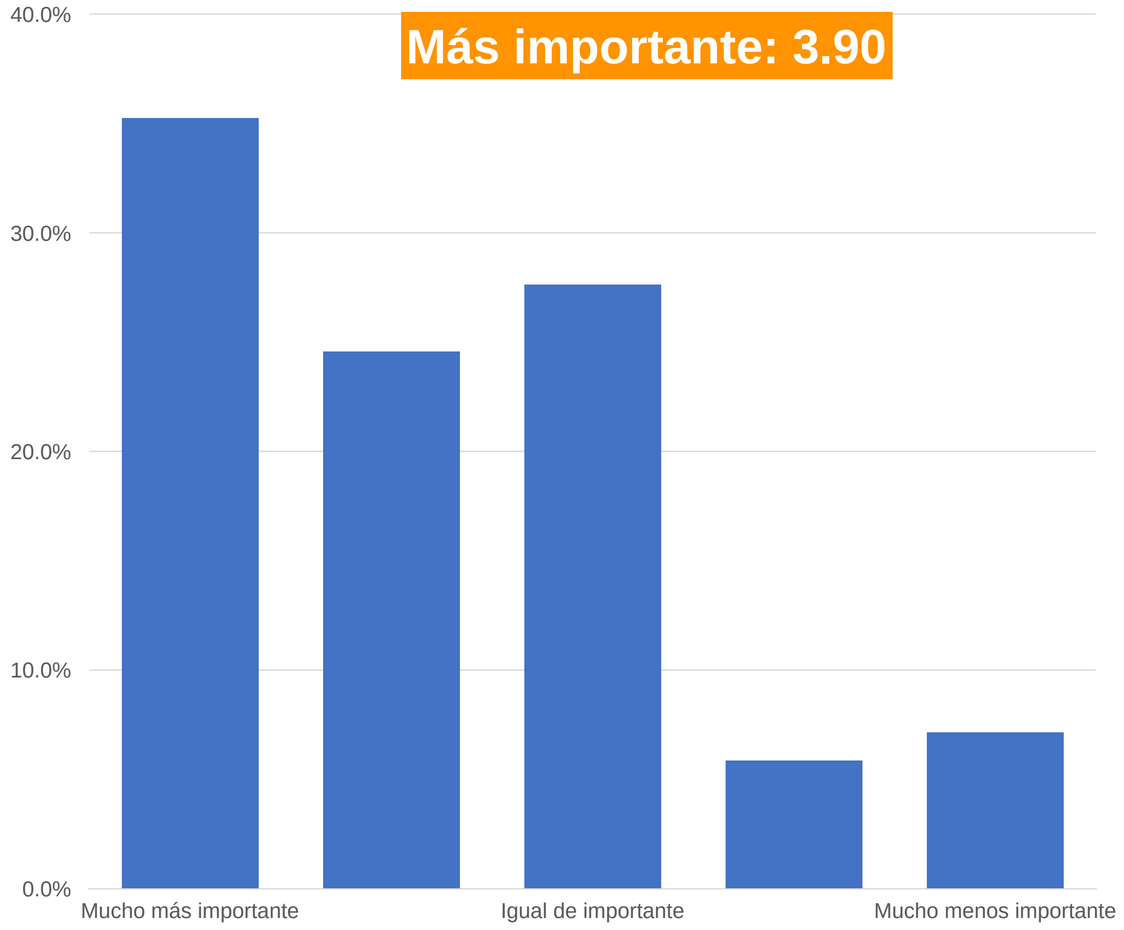
Noviembre 2020

Mayo 2021



Ayudar a la gente

Noviembre 2020

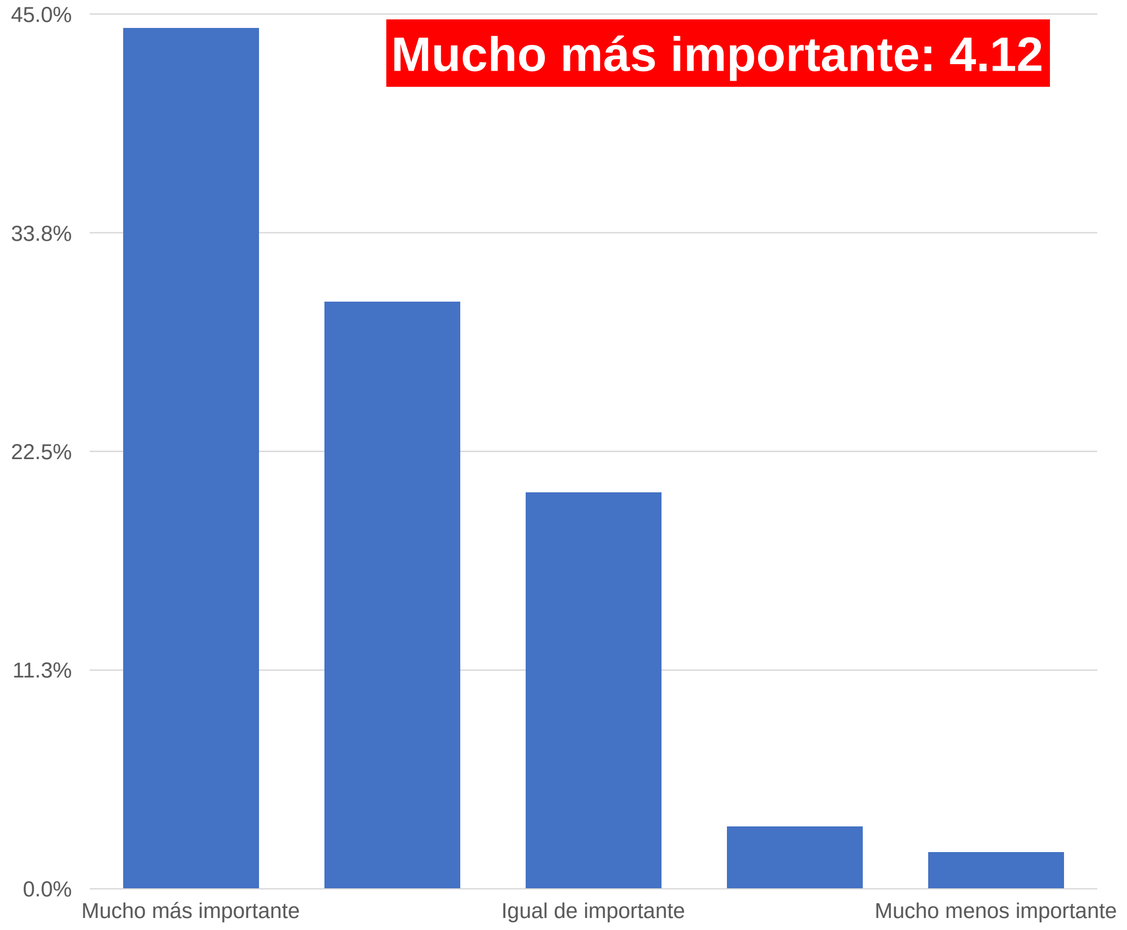


Mayo 2021

Facilidad para conectarse a internet

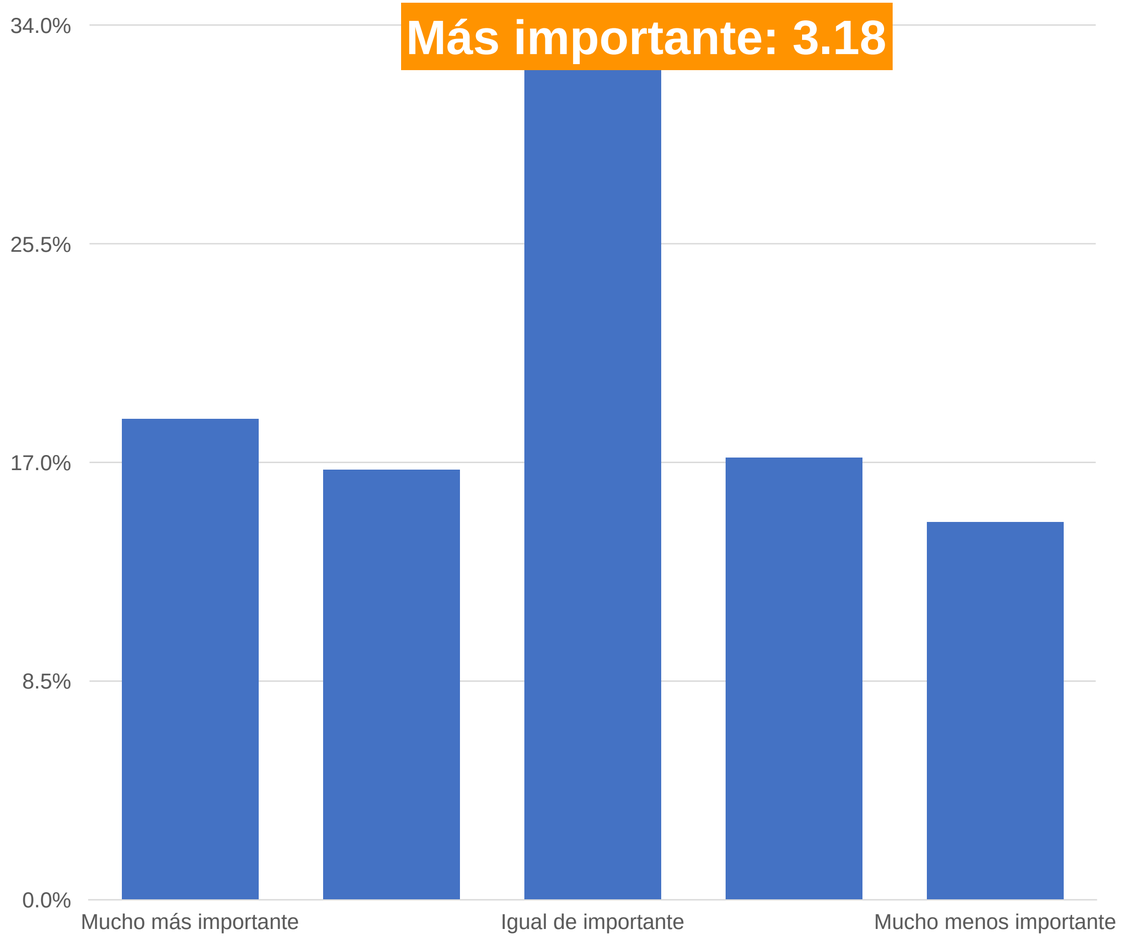
Noviembre 2020

Mayo 2021



Imágenes del destino en películas o series

Noviembre 2020



Mayo 2021

Destinos muy concurridos

Noviembre 2020

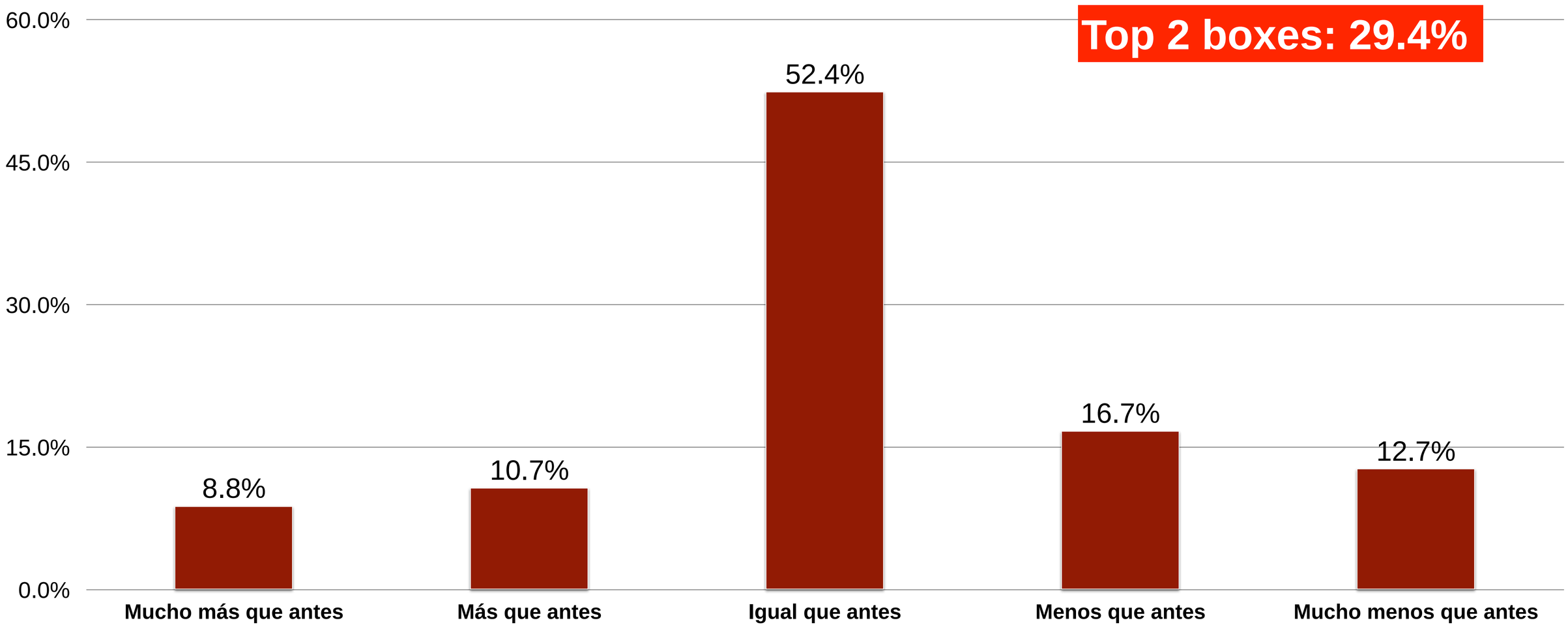
Más importante: 3.71

Mayo 2021

Más importante: 3.64

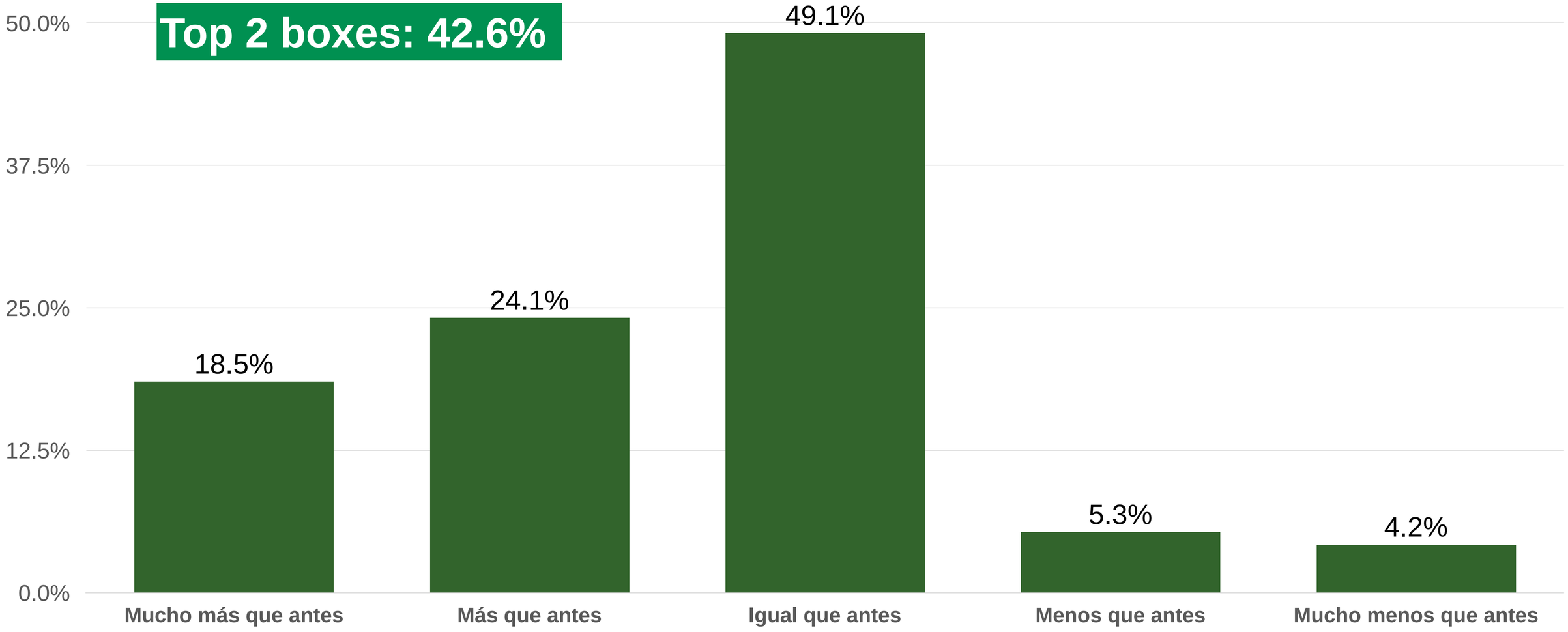
Uso de agencias de viajes tradicionales en los viajes futuros

Noviembre 2020



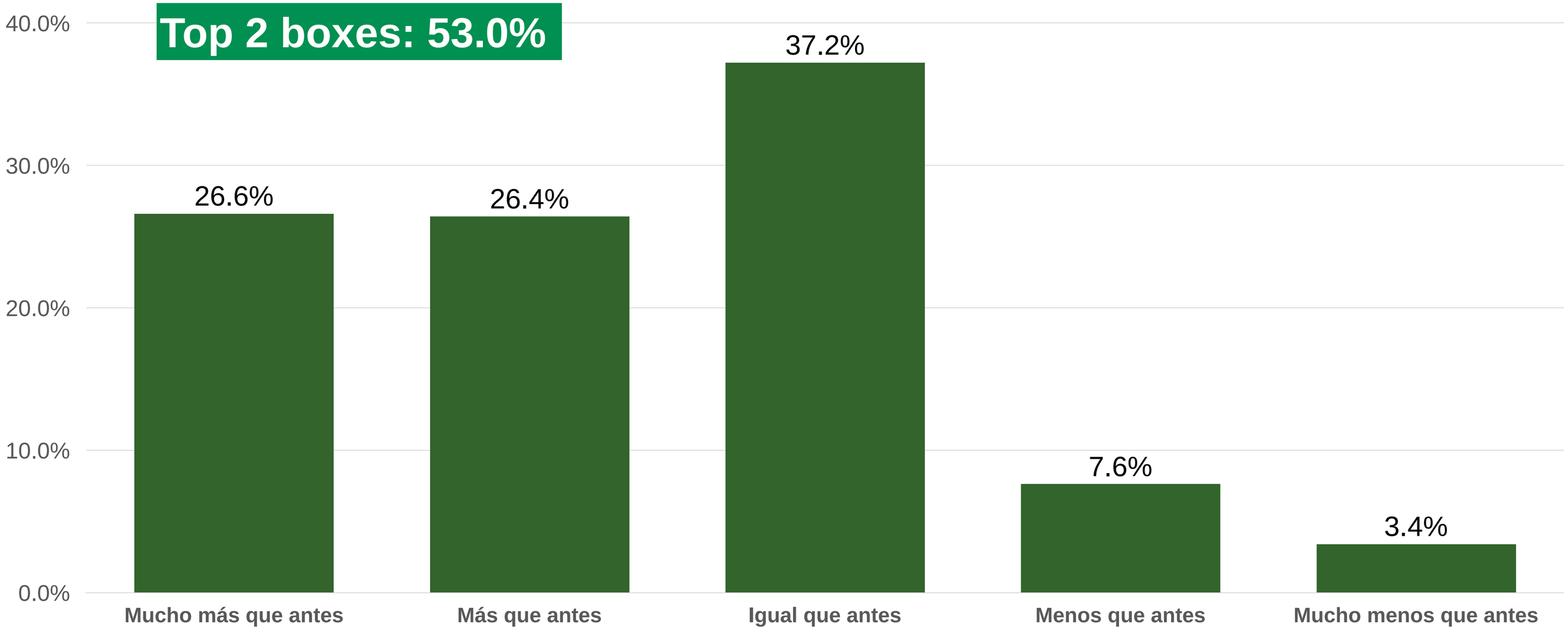
Uso de agencias de viajes en línea en los viajes futuros

Noviembre 2020



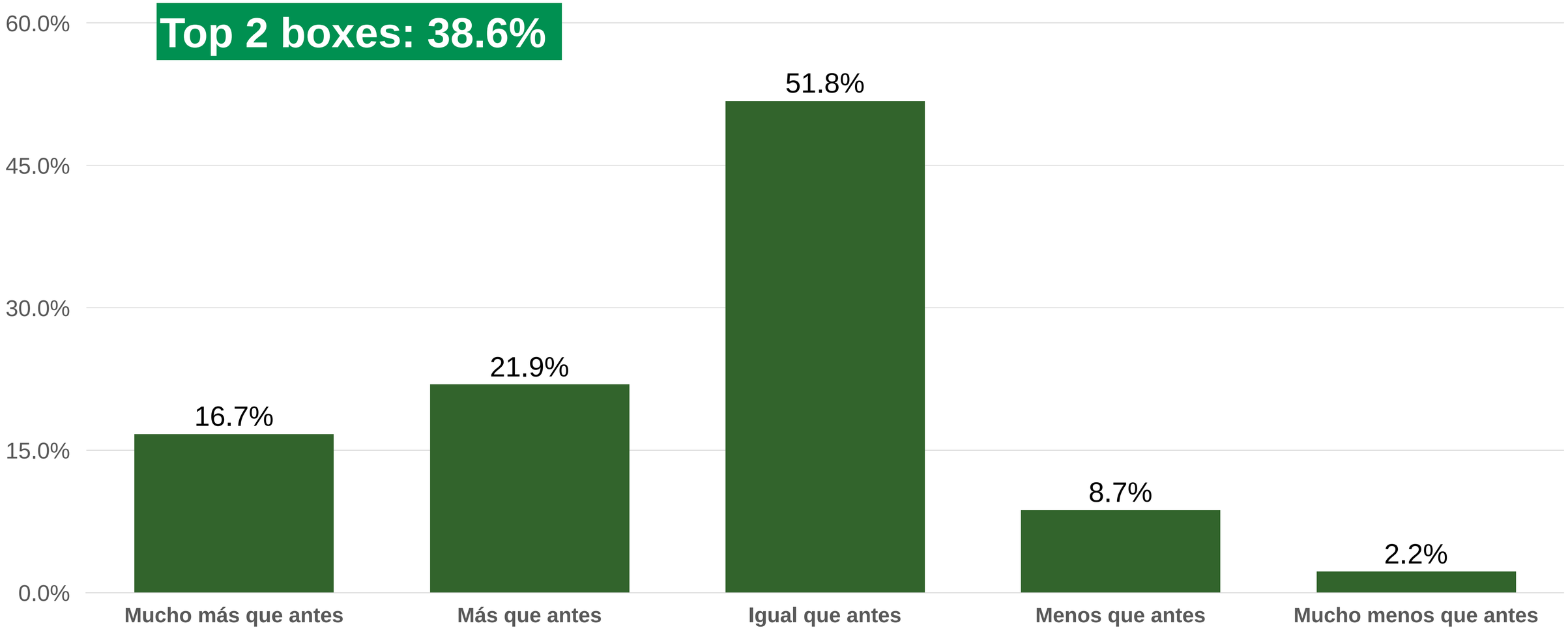
Uso de alojamiento en viviendas particulares alquiladas

Noviembre 2020



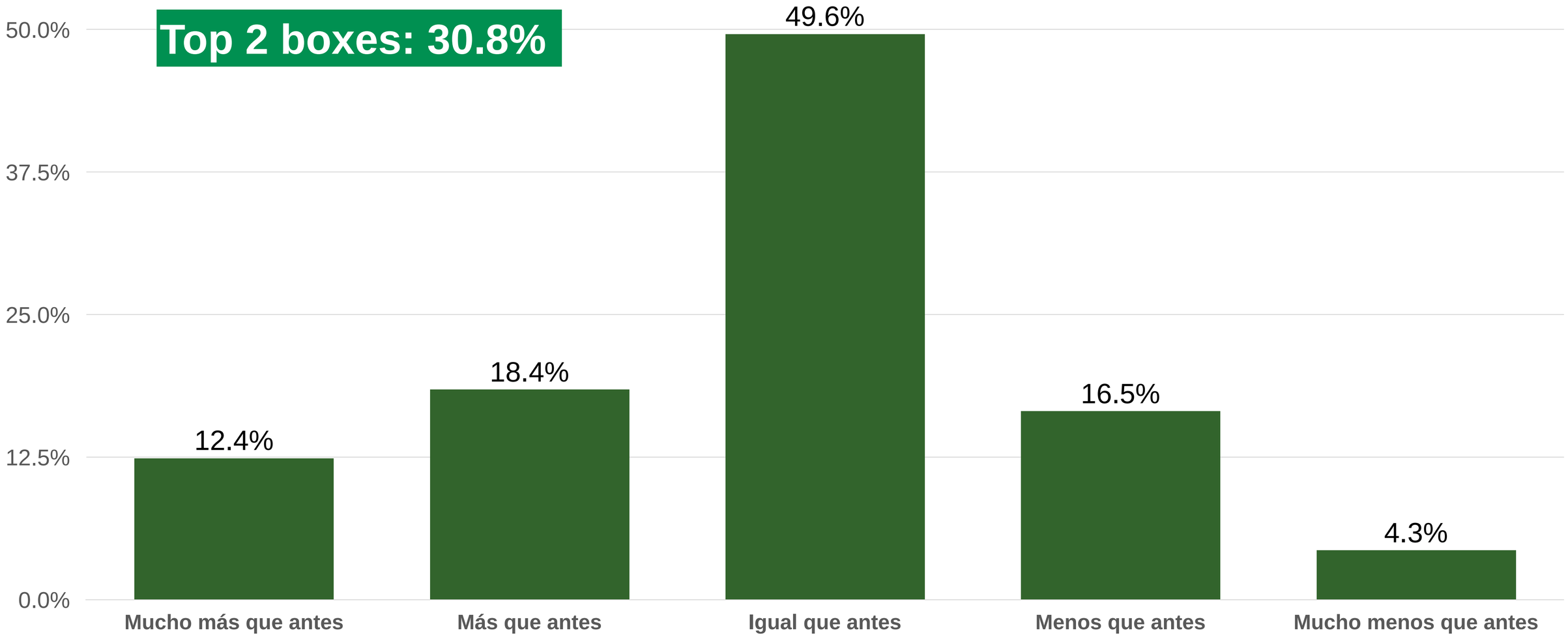
Uso de alojamiento en hoteles de marca

Noviembre 2020



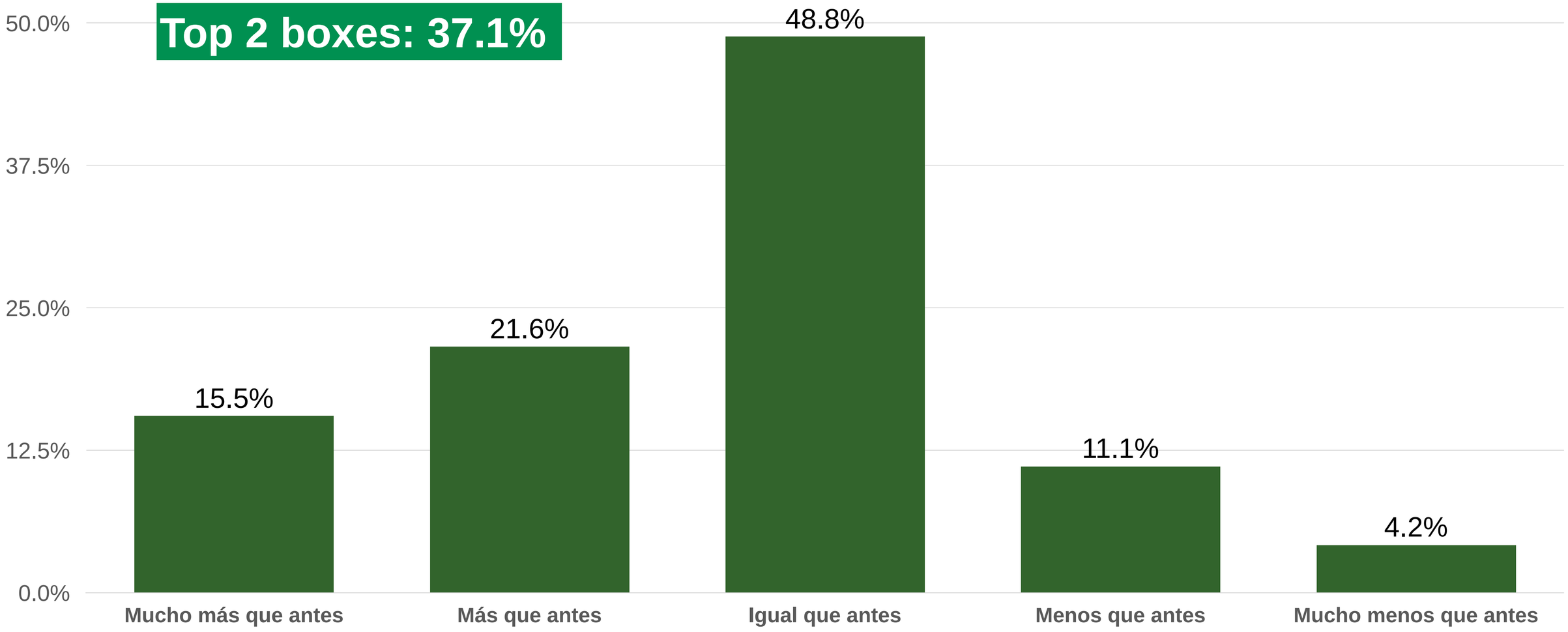
Uso de alojamiento en hoteles independientes

Noviembre 2020



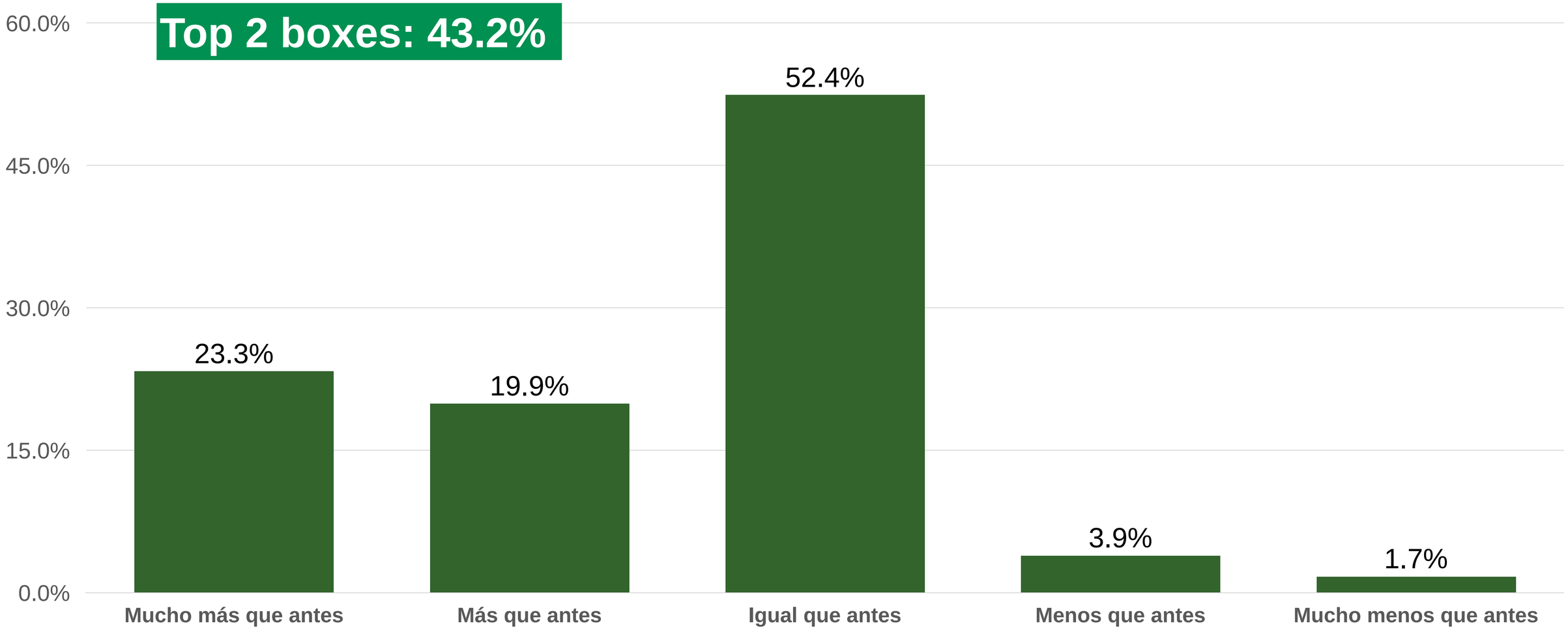
Uso de alojamiento en hoteles *boutique*

Noviembre 2020



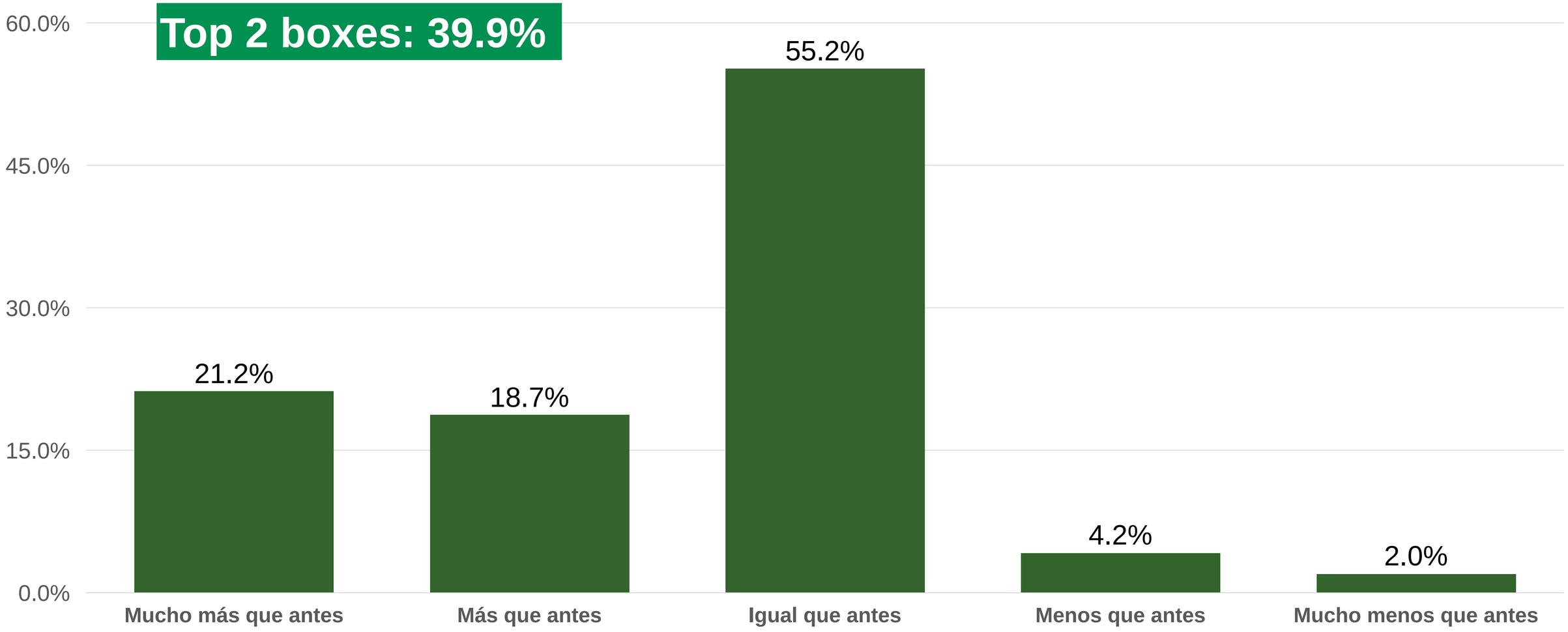
Uso de alojamiento en líneas aéreas nacionales

Noviembre 2020



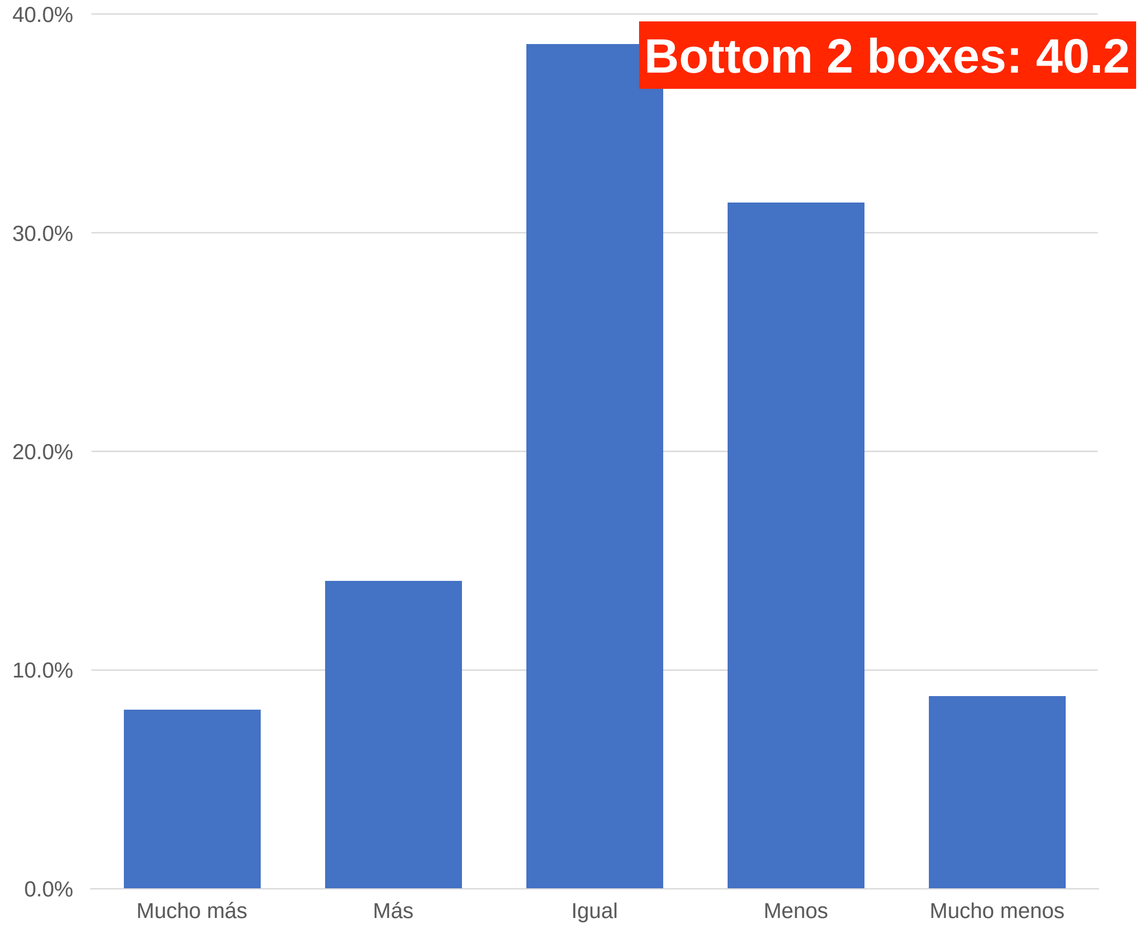
Uso de alojamiento en líneas aéreas internacionales

Noviembre 2020

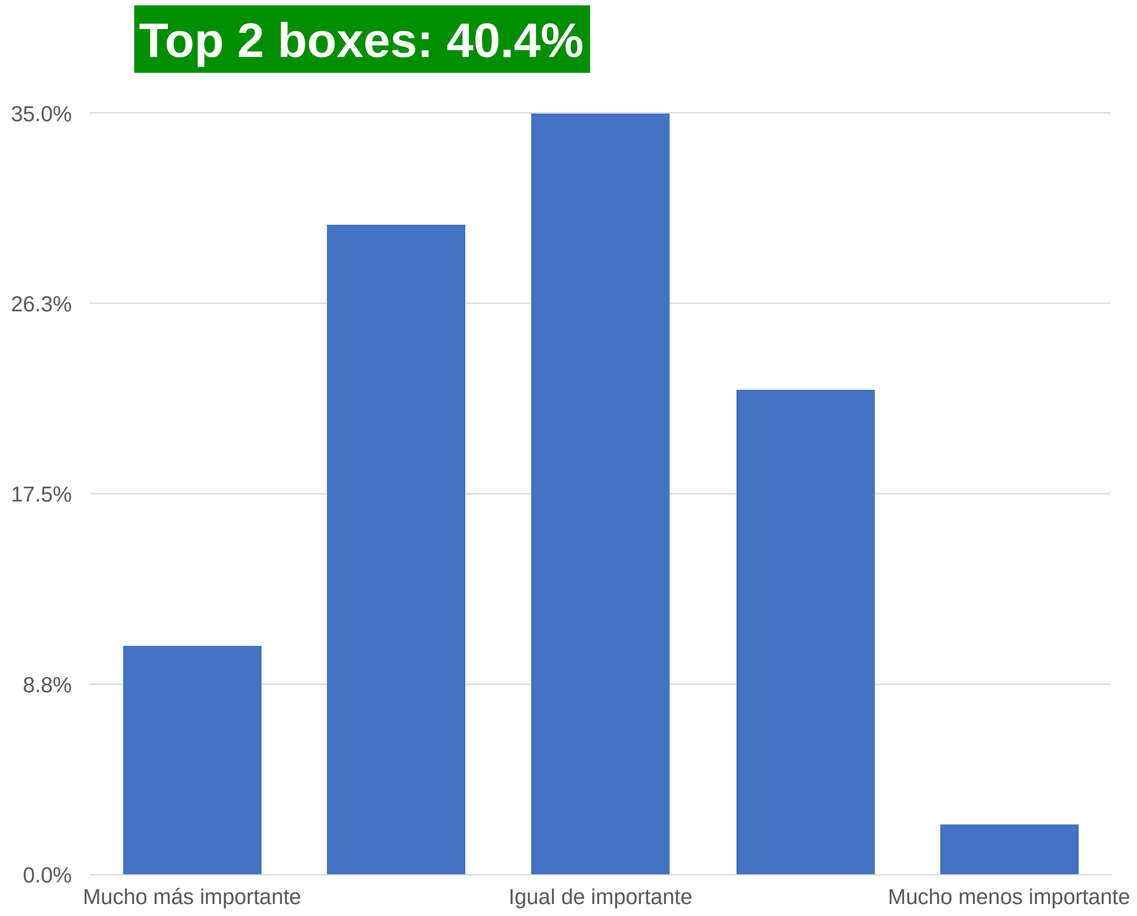


En comparación con los viajes realizados en 2019, ¿luego de la pandemia qué tanto viajará?

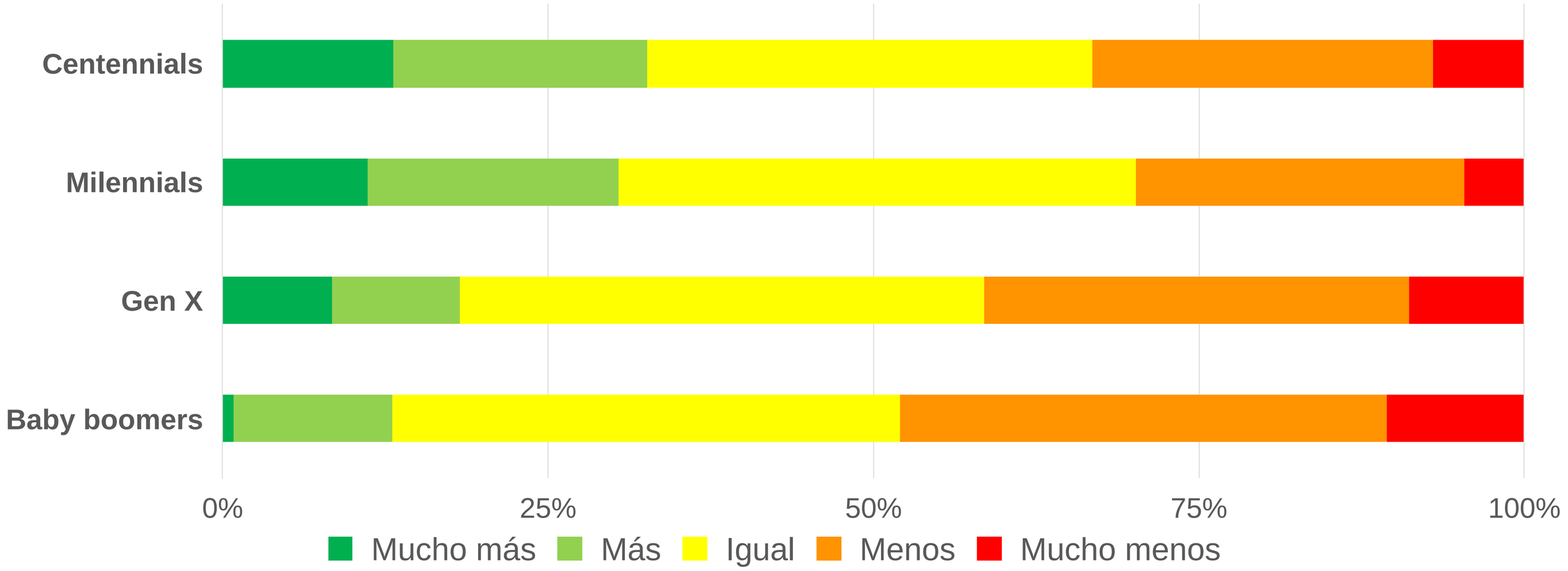
Noviembre 2020



Mayo 2021



En comparación con los viajes realizados en 2019, ¿luego de la pandemia qué tanto viajará?



Diferencias generacionales sobre el futuro de los viajes

n=1,354 cuestionarios (incluye los 2 levantamientos)

Vitrina metodológica

- Muestreo no probabilístico
- 1,355 cuestionarios recopilados en línea en 2 oleadas
- Niveles socioeconómicos A/B y C+ CDMX

y área metropolitana incluyendo corredor a Toluca-Metepec (73.9%)

- El cuestionario se aplicó entre noviembre y diciembre de 2020, con un segundo levantamiento en mayo 2021

Estudiantes que participaron en el proyecto de investigación

Albrand Del Cid Véronique	Mota Ortega Raquel	Bazua Ordaz Paula	Manzaneque Castro Edna
Caballero Valdés Arturo Alonso	Muñoz Mendoza Jordanna	Bechara Viniegra Michelle	Mestre Brambila Paola
Caceres Achach Patricio	Muñoz Mendoza Jordanna	Bravo Mazón Daniela	Orihuela Vera Alexa
Cisneros Testas Mónica	Pérez Chávez Francisco Jesús	Campos Aguilar Natasha	Reséndiz Palacios Jorge
Díaz Mulhia Luz Camila	Reyes Vidal Jorge Jesus	Cattan Marcos Denisse	Rodríguez Rodríguez Iván Guadalupe
Gómez Hernández Joseph Alejandro	Rodríguez Fonseca Daniela	De la Peña Guzmán Regina	Rosete Jaimes Karen Mariana
González Borja Jimena	Rosales Hernández Ana Luis	Echeverría Mir Valery	Saavedra Martínez Lorena
González Compean Patricio	Ruy Sánchez Santini Lourdes Marcela	Elliot Levet Nicole	Salazar Molina Alexandra María
González Hermida Sofía	Sánchez Díaz Cristina	Enecoiz Velasco Rodrigo De Jesús	Sulkin Grinberg Gabriela
Gutiérrez González Daniela	Sayago Chavarria Alan Oma	Esqueda Urquídes Ana Lucía	Terán Lizarazu Camila
Hernández Gómez Karla Lizeth	Secín Sa Ana Michelle	Ferrer Ollivier Santiago	Urano Delgado Miranda
Iris García Estefanía	Suárez Montesinos María Fernanda	Frausto Ortiz Jonathan Alan	Valero Muciño Diana Laura
Maciel Diez María Del Rocio	Tinoco Lambrey Enriqu	Gutiérrez Dunand Macarena	Verdiguel Castañeda Alejandro David
Mestre Revah Alexa	Vázquez Martínez Salma Jimena	Hinojosa Estrada Pamela	Vizcarra Osuna José Enrique
Minjarez Delgado Ana Karen		López Flores Andrea	Zorrilla Flores Renee
		Luna Cruz Daniela Constanza	
		Manrique Acevedo Diana	

UNIVERSIDAD ANÁHUAC MR
VINCE IN BONO MALUM
MÉXICO

CICOTUR
Centro de Investigación y
Competitividad Turística Anáhuac

@CicoturAnahuac
@fcomadrid

https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/