

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

Verano 2023



1. Antecedentes

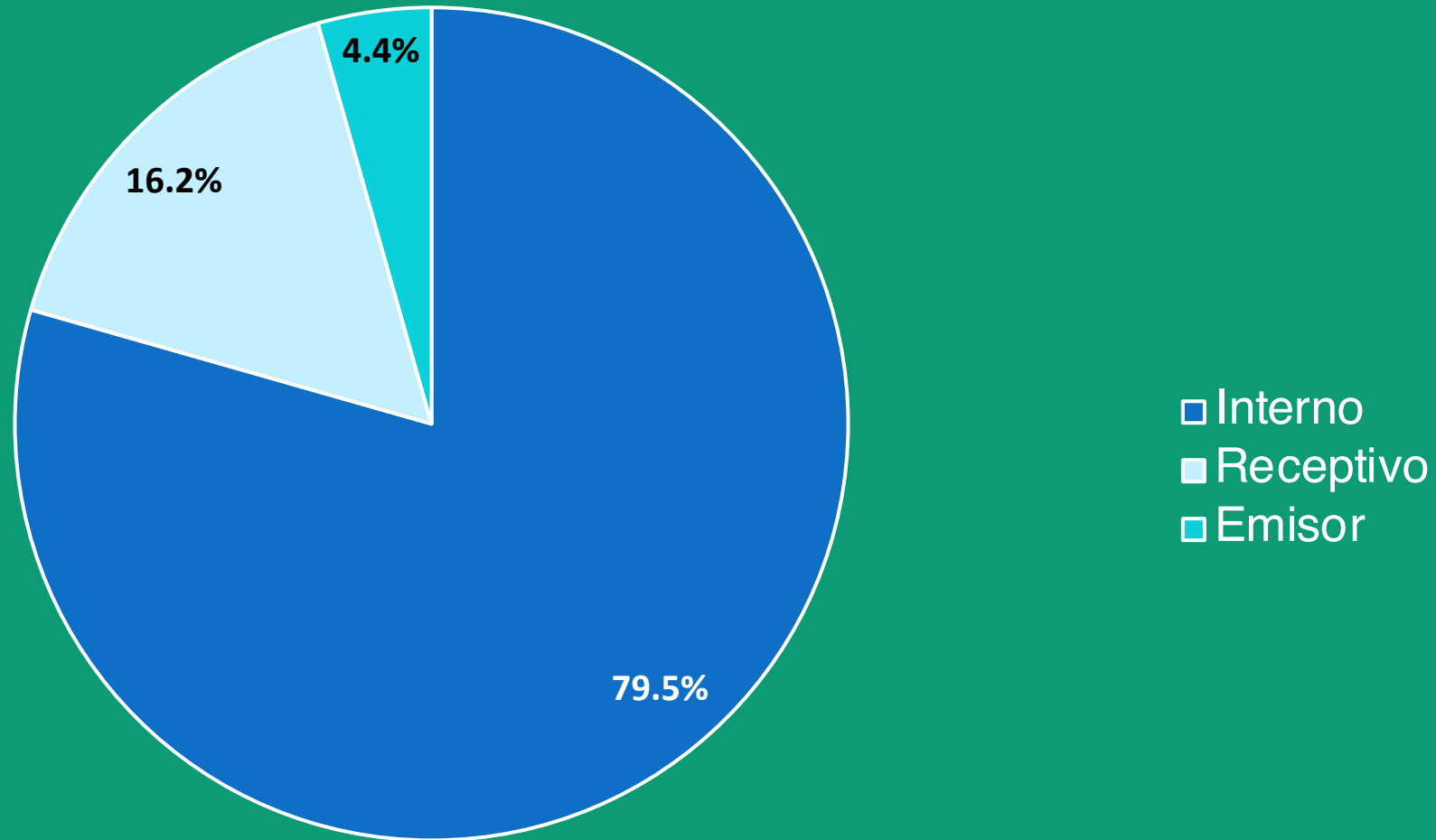
- Como parte de sus objetivos fundacionales, el Centro de Investigación y Competitividad turística (Cicotur Anáhuac) genera información para la toma de decisiones de los actores de la industria.
- De la mano de lo anterior, se debe destacar que desde hace trece años, la Universidad Anáhuac mantiene una alianza en este propósito con el Consejo Nacional Empresarial Turístico.
- Con la activa participación de estudiantes de la asignatura Tendencias de la industria de la hospitalidad de la Universidad Anáhuac, se ha desarrollado una encuesta dirigida a los viajeros mexicanos para conocer su perfil de viaje y sus actitudes de cara a la época pos-COVID-19.
- Se han llevado a cabo seis levantamientos de la encuesta: noviembre 2020, mayo 2021, noviembre 2021, mayo 2022, noviembre 2022 y **mayo 2023**.
- En esta ocasión, se contó con el apoyo de estudiantes de la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional para el levantamiento de algunos cuestionarios.

2. Objetivos:

- Identificar el perfil de viaje, especialmente, en lo que consideran el desplazamiento de placer más significativo previo a la pandemia.
- Reconocer percepciones y actitudes hacia lo que serán los viajes en la época pos-COVID-19.
- Examinar aspectos relevantes en cuanto a segmentos o experiencias específicas, de cara al verano 2023.

3. Algunos aspectos generales del mercado nacional

Importancia del consumo turístico de los residentes en el país. 2021



Importancia del consumo turístico de los residentes en el país. 2021

2.5 billones de pesos.

Gasto en consumo turístico interno

136.8 mil millones de pesos.

Gasto en consumo turístico emisor

Pandemia

```
graph TD; Dinero[Dinero] --> Restricciones[Restricciones del mercado nacional]; Tiempo[Tiempo] --> Restricciones; Pandemia[Pandemia] --> Restricciones;
```

Dinero

**Restricciones del
mercado nacional**

Tiempo

Distribución del gasto turístico por nivel de ingreso. 2020

75.0%

Decil de la población	Proporción del total de los gastos turísticos
I	1.3%
II	3.0%
III	1.8%
IV	3.6%
V	3.2%
VI	5.5%
VII	6.5%
VIII	11.5%
IX	16.8%
X	46.7%

Distribución del nivel socioeconómico de los hogares en área metropolitana de la CDMX. 2020

NSE	Proporción del total de la población
A/B	7.6%
C+	12.6%
C	15.0%
C-	18.3%
D+	16.4%
D	23.0%
E	7.0%

ESTACIONALIDAD

Distribución mensual de las llegadas de turistas residentes en el país a cuartos de hotel. 2019



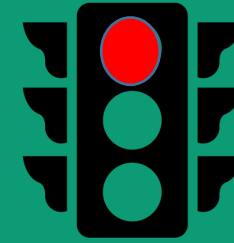
Aceleradores



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 aéreas en algunas rutas

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

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 vacacionales

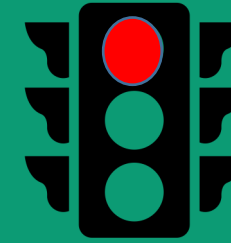
~~Sustitución de viajes internacionales por nacionales~~

Nomadismo digital

Fortaleza del peso

Respuesta a esfuerzos eficaces de promoción

Frenos



Impacto económico en las familias

Inflación

Aversión al riesgo

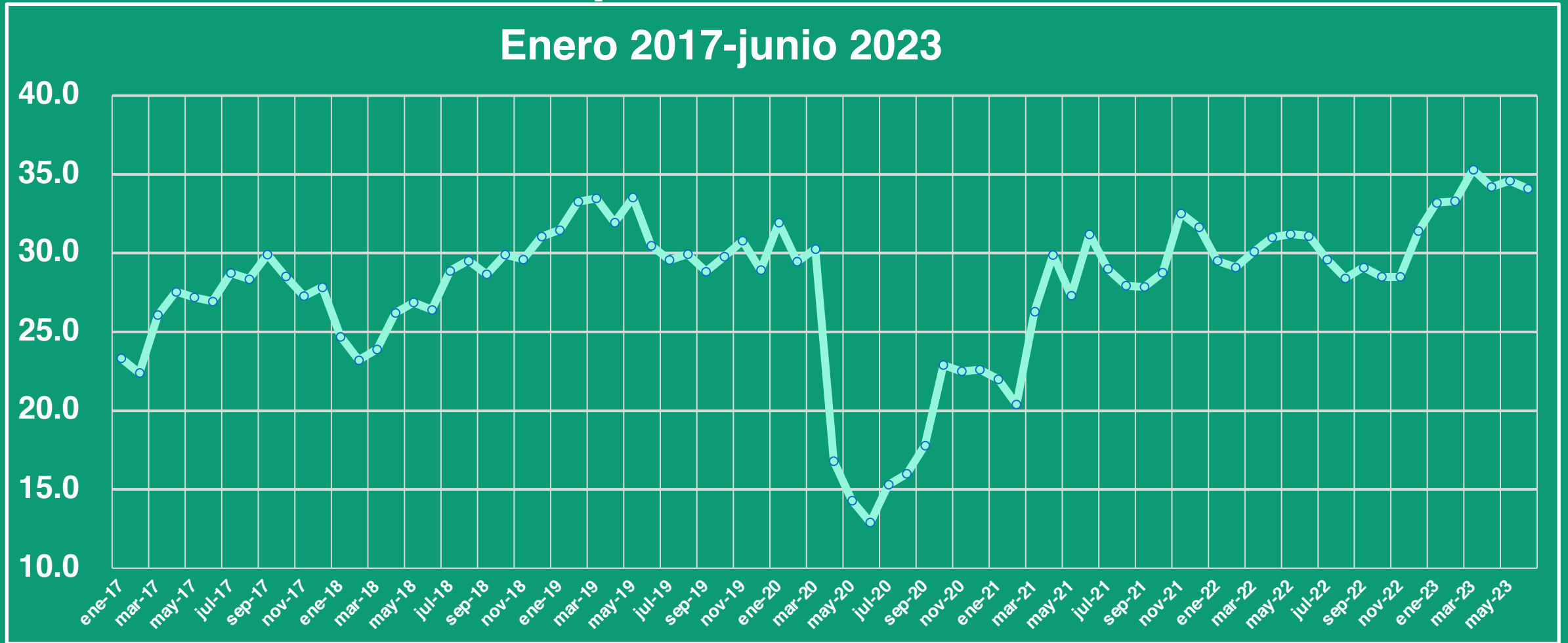
~~Por el temor al contagio~~

Por percepción de aumento de la inseguridad

~~Disminución de frecuencias aéreas y encarecimiento de tarifas aéreas en algunas rutas~~

Rasgos distintivos del mercado turístico nacional. *Pos-pandemia*

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



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi

Recuperación del mercado doméstico al cierre de 2022

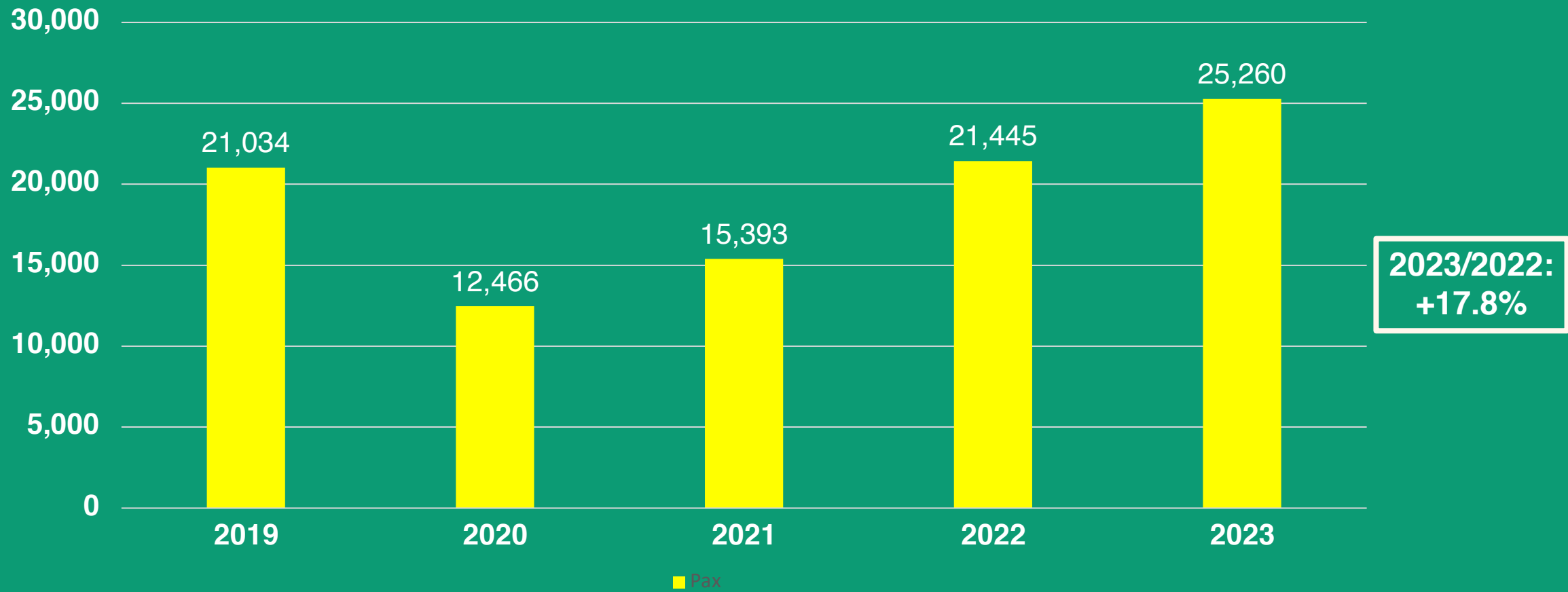
- 3.0% vs 2019

Consumo turístico interno

-7.3%

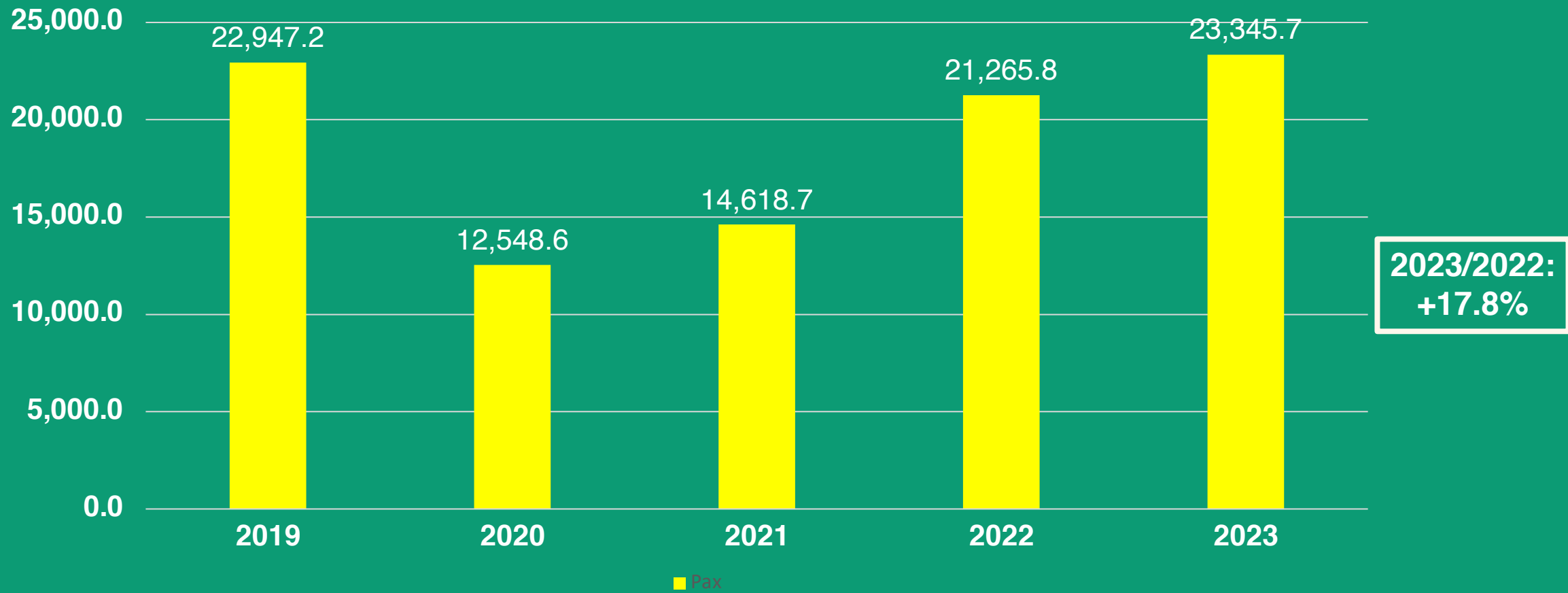
Llegadas de turistas a cuartos de hotel

Volumen de pasajeros en vuelos domésticos. Enero-mayo 2019-2023. Miles



Fuente: AFAC

Llegadas de turistas residentes en el país a cuartos de hotel en destinos con más de 2,000 habitaciones. Enero-mayo 2019-2023. Miles



Fuente: Datatur, con estimaciones Cicotur para 3 destinos en mayo 2023

4. Resultados del estudio

- **Semblanza encuestados**
- **Perfil de viajero**
- **Creencias y actitudes ante la pandemia**
- **Viajes de placer Verano 2023**

4.1. Semblanza de los encuestados

4.1. Semblanza encuestados

	Questionarios (sexto levantamiento)
Nivel socioeconómico	2,332
A/B	63.2%
C+	19.9%
C	11.2%
C-	5.7%

4.1. Semblanza encuestados

Cuestionarios (sexto levantamiento)

Generación

2,332

Baby boomers

14.6%

X

28.3%

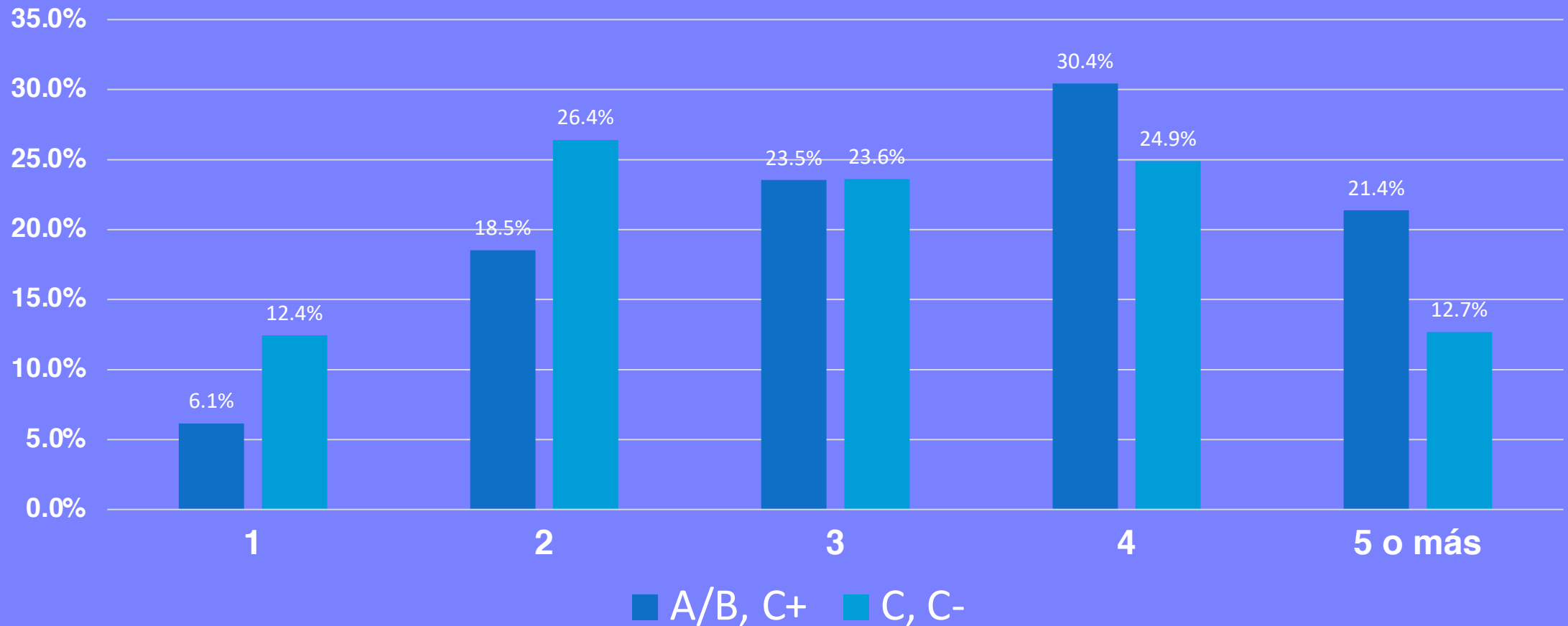
Millennials

34.5%

Centennials

22.6%

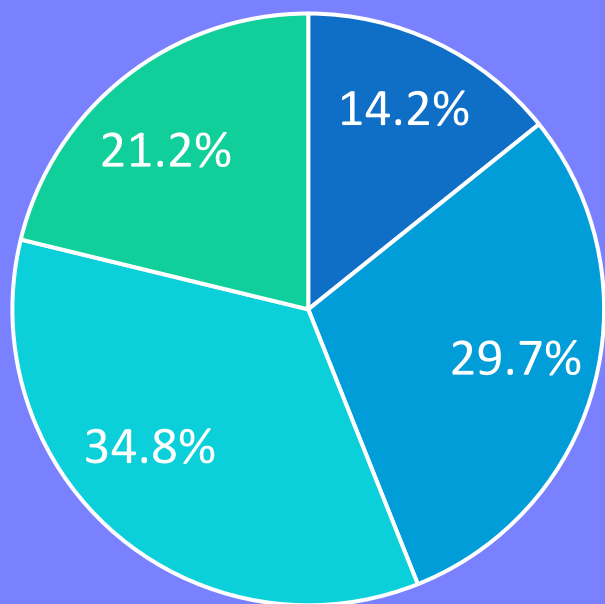
Composición del hogar: número de integrantes



n=2,332 cuestionarios

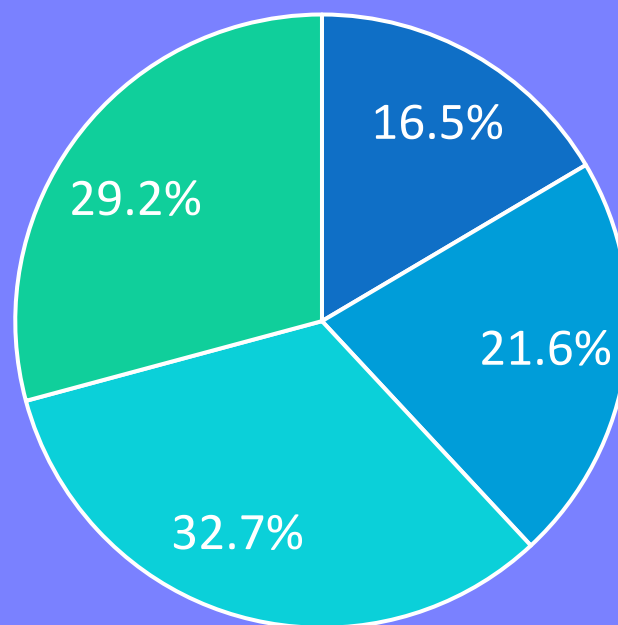
Generación a la que pertenecen

Nivel socioeconómico A/B, C+



n= 1,938 cuestionarios

Nivel socioeconómico C, C-



n= 394 cuestionarios

- Baby boomers
- X
- Millennials
- Centennials

Generación	Nacidos
Baby boomers	Entre 1945 y 1964
X	Entre 1965 y 1982
Millennials	Entre 1983 y 2000
Centennials	Después de 2000

Ubicación geográfica de los encuestados

Aunque se tienen respuestas de personas que residen en diferentes lugares del país, la representatividad de la información se ubica en quienes habitan la Ciudad de México y su área metropolitana

4.2. Perfil de viaje 2022

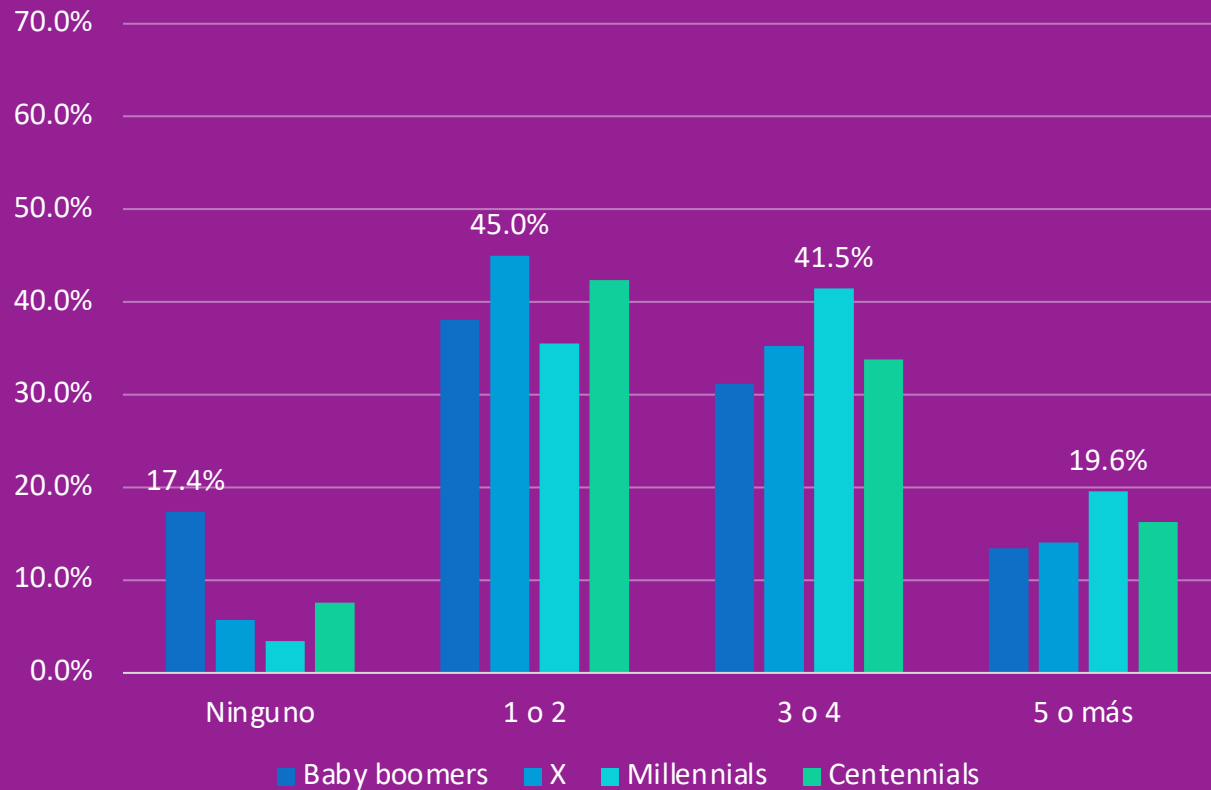
Número de viajes anuales: 2022 por nivel socioeconómico



n= 2,332 cuestionarios

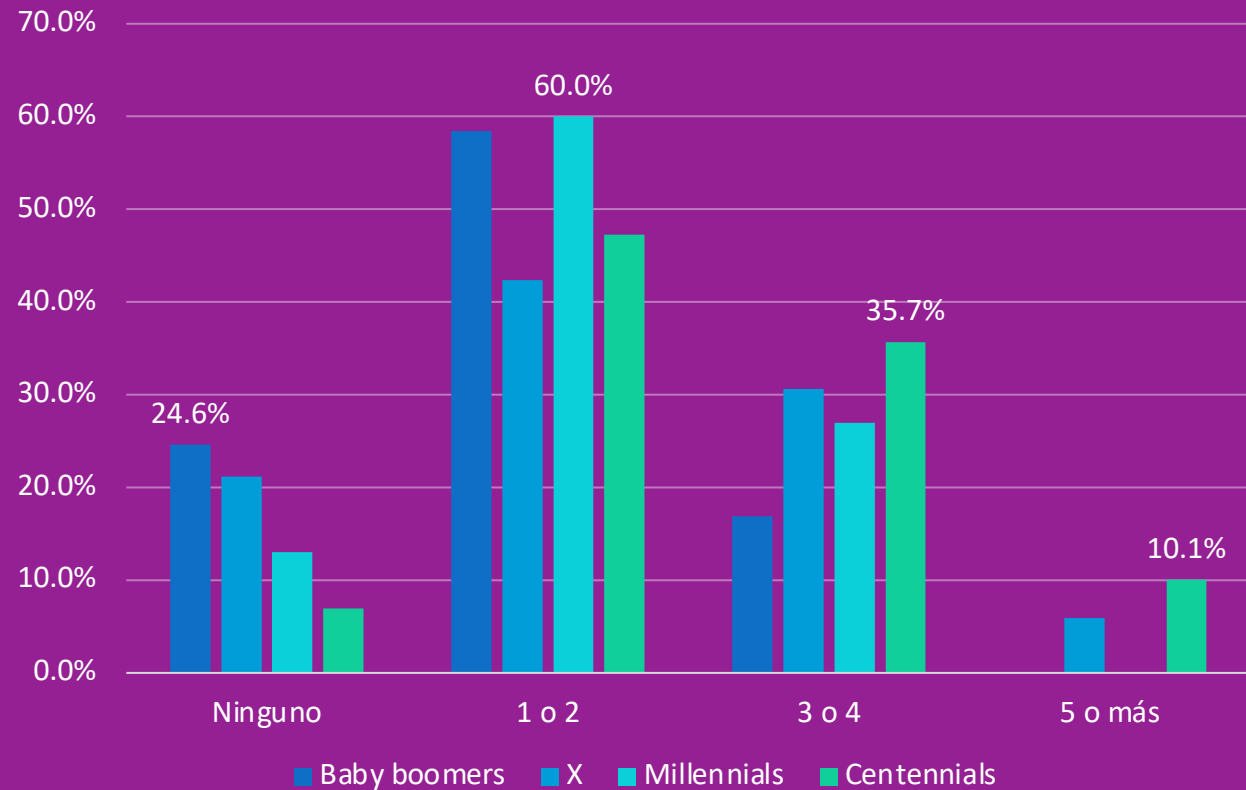
Número de viajes anuales: 2022 por generación

Niveles socioeconómicos A/B, C+



n= 1,938 cuestionarios

Niveles socioeconómicos C, C-



n= 394 cuestionarios

Composición del grupo de viaje por estrato socioeconómico

	A/B	C+	C	C-
Con la familia	65.1%	65.3%	63.6%	66.9%
Con la pareja	14.9%	15.5%	17.6%	16.5%
Con amigos	15.3%	12.7%	11.9%	9.8%
Solos	4.6%	6.5%	6.9%	6.8%

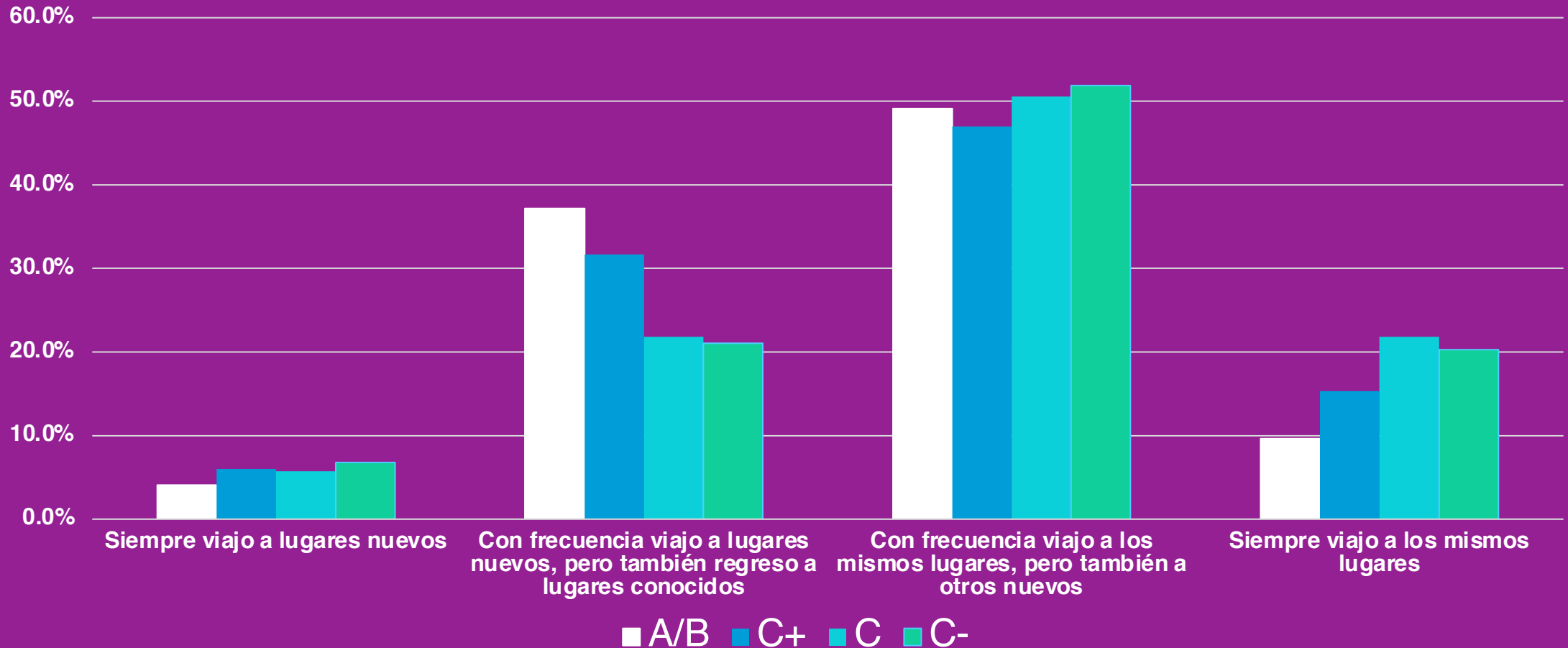
n= 2,332 cuestionarios

Composición del grupo de viaje por cohorte generacional

	Baby boomers	X	Millennials	Centennials	Total
Con la familia	63.3%	74.7%	51.6%	74.7%	65.1%
Con la pareja	23.8%	14.1%	19.4%	5.7%	15.4%
Con amigos	7.0%	5.3%	22.8%	16.5%	14.1%
Solos	5.9%	5.9%	6.2%	3.0%	5.4%

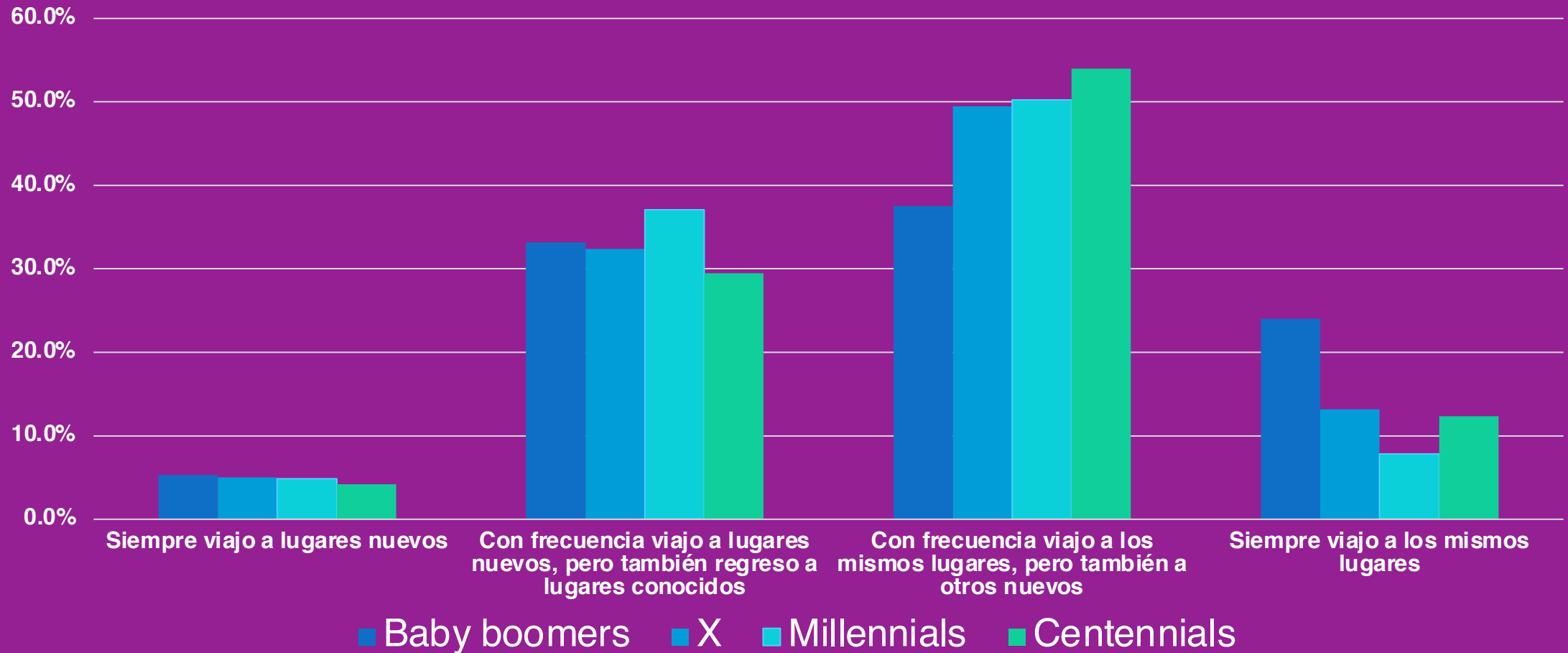
n= 2,332 cuestionarios

Lealtad y búsqueda de nuevos lugares. Diferencias por estrato socioeconómico



n= 2,332 cuestionarios

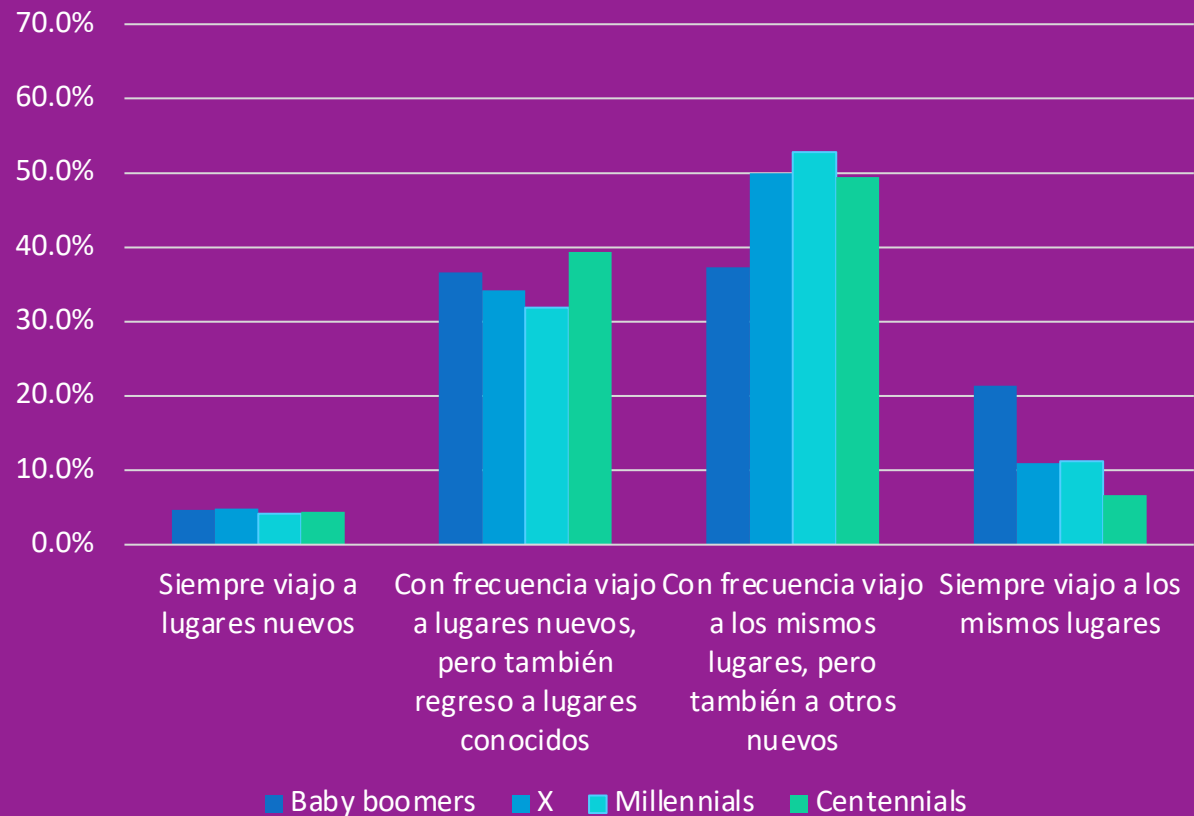
Lealtad y búsqueda de nuevos lugares. Diferencias generacionales



n= 2,332 cuestionarios

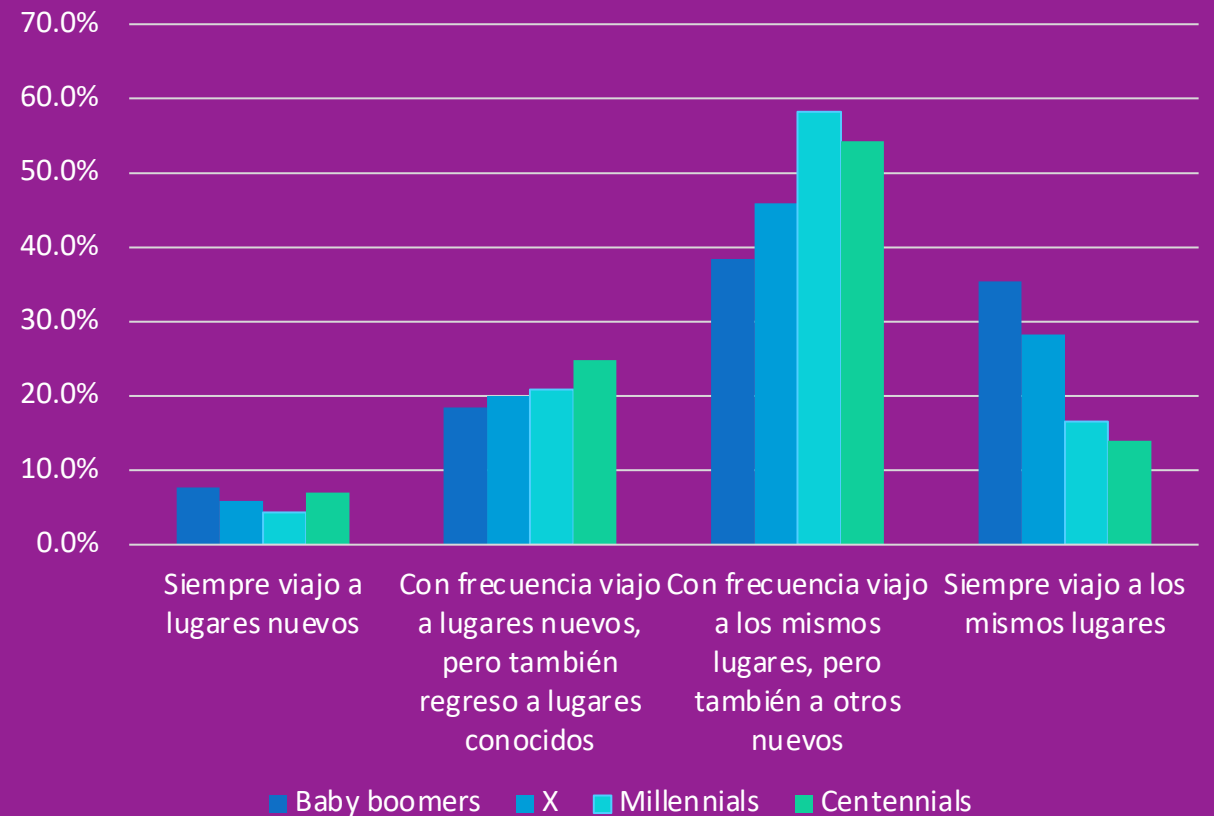
Lealtad y búsqueda de nuevos lugares. Diferencias generacionales

Niveles A/B, C+



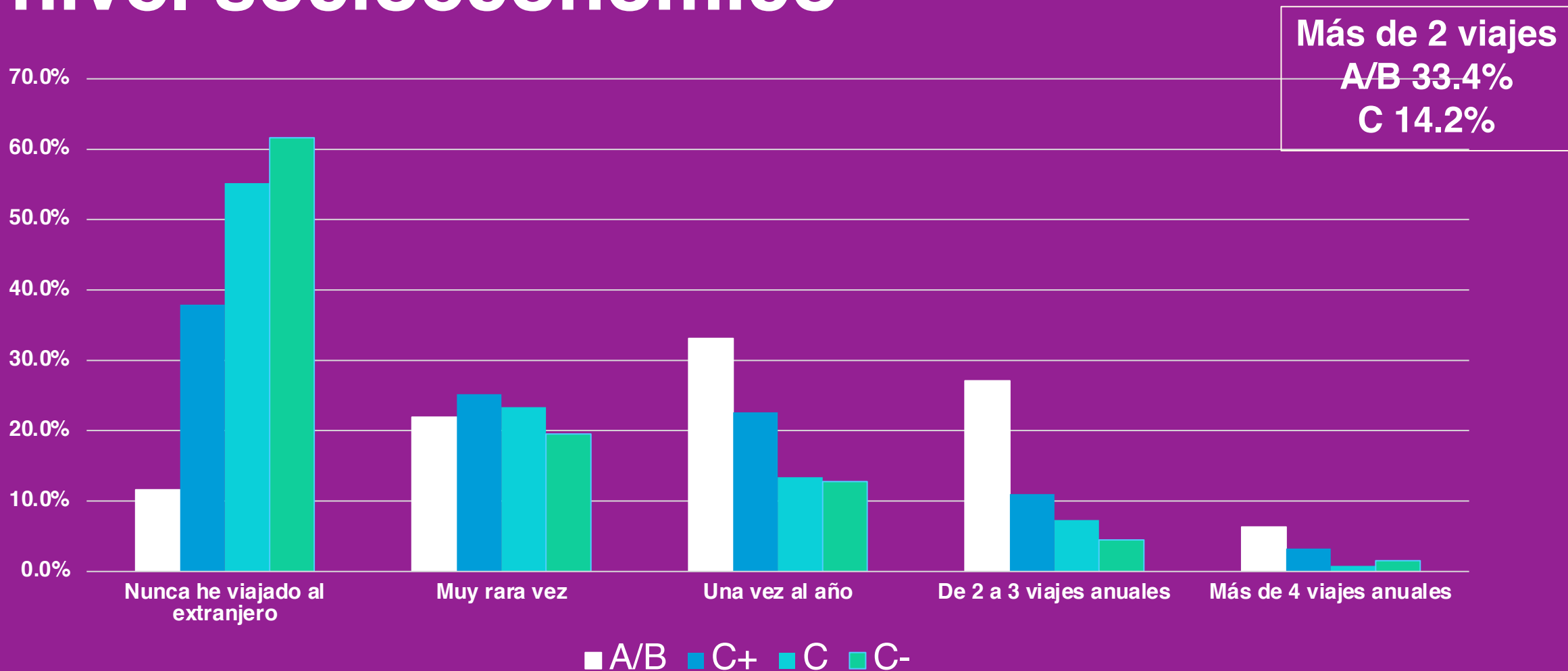
n= 1,938 cuestionarios

Niveles C, C-



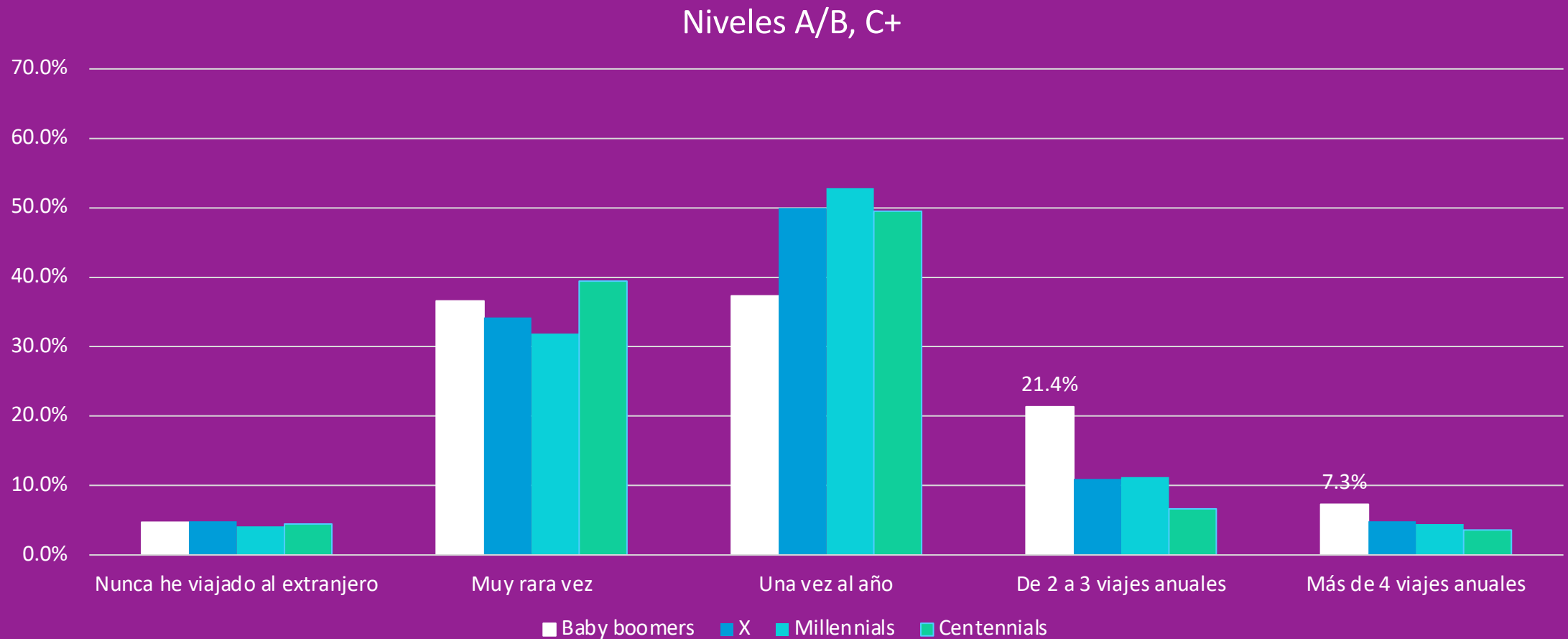
n= 394 cuestionarios

Frecuencia de viajes al extranjero por nivel socioeconómico



n= 2,332 cuestionarios

Frecuencia de viajes al extranjero por generación



n= 1,938 cuestionarios

Top five de destinos pendientes de conocer – Niveles A/B, C+

Internacional

- 1 Japón
- 2 Italia
- 3 Europa
- 4 Canadá
- 5 Grecia

n= 1,808 cuestionarios, primera mención

Top five de destinos pendientes de conocer – Niveles A/B, C+

Nacional

- 1 Oaxaca** (Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido, Sierra de Oaxaca)
- 2 Quintana Roo** (Cancún, Playa del Carmen, Holbox, Bacalar, Chetumal)
- 3 Chiapas** (Chiapas, Palenque)
- 4 Baja California Sur** (Los Cabos, La Paz, Baja California Sur)
- 5 Yucatán** (Yucatán, Mérida, Chichén Itza)

n= 130 cuestionarios, primera mención

Contexto del *Top five* de destinos pendientes de conocer – Niveles A/B, C+

- 93.3% de los encuestados pertenecientes a estos niveles socioeconómicos se refirieron a **destinos internacionales** como su primera opción.
- De esta porción, el 64.4% de los destinos internacionales provino de dos generaciones: la Generación X y los Millennials.
- En contraste, solamente 6.7% refirió **destinos nacionales**.
- De esta porción, el 72% de los destinos nacionales provino de dos generaciones: la Generación X y los Millennials.

Top five de destinos pendientes de conocer – Niveles C, C-

Nacional

- 1 Cancún
- 2 Oaxaca
- 3 Chiapas
- 4 Guanajuato
- 5 Yucatán/Puerto Vallarta/Baja California/Huasteca Potosina

n= 27 cuestionarios, primera mención

Top five de destinos pendientes de conocer – Niveles C, C-

Internacional

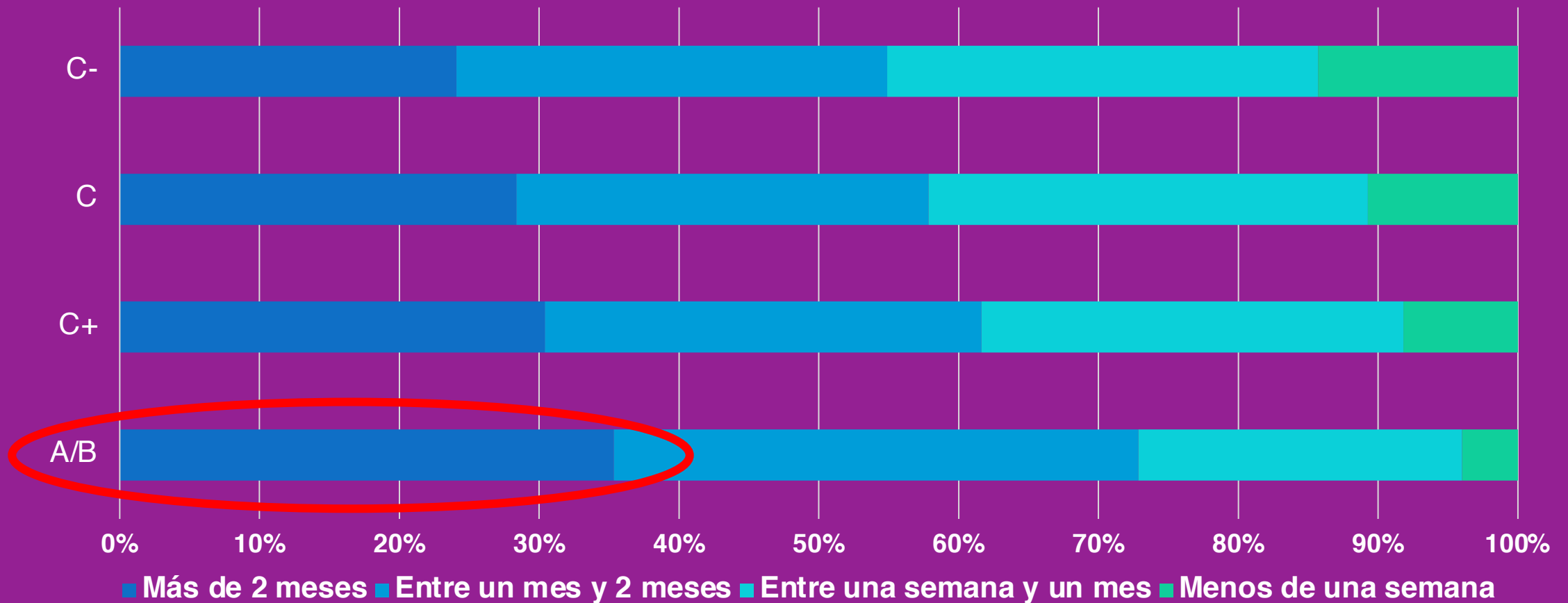
- 1 **Canadá**
- 2 **Estados Unidos**
- 3 **España**
- 4 **Nueva York**
- 5 **Japón**

n= 368 cuestionarios, primera mención

Contexto del *Top five* de destinos pendientes de conocer – Niveles C, C-

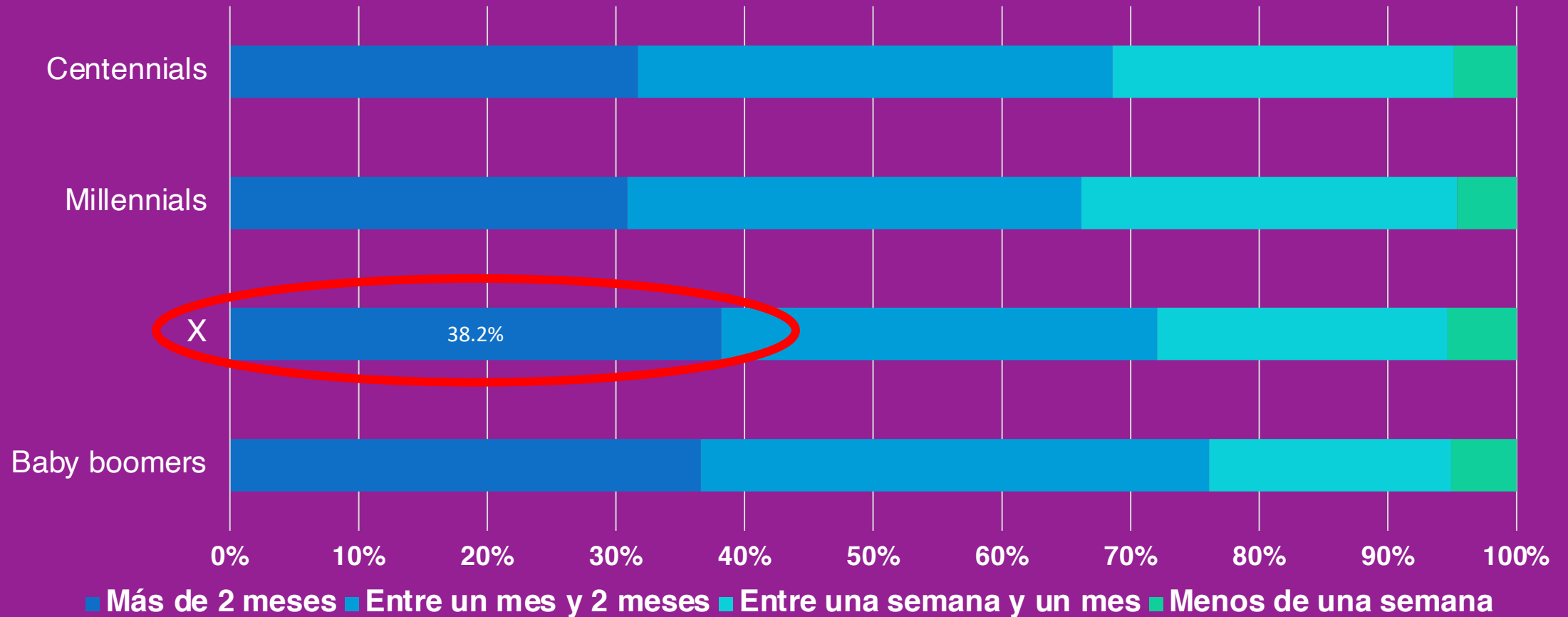
- 88.2% de los encuestados pertenecientes a estos niveles socioeconómicos se refirieron a **destinos internacionales** como su primera opción.
- De esta porción, el 64.0% de los destinos internacionales provino de dos generaciones: Millennials y Centennials.
- En contraste, solamente 11.8% refirió **destinos nacionales**.
- De esta porción, el 66.7% de los destinos nacionales provino de dos generaciones: Millennials y Baby boomers.

Anticipación para la planificación del viaje por nivel socioeconómico



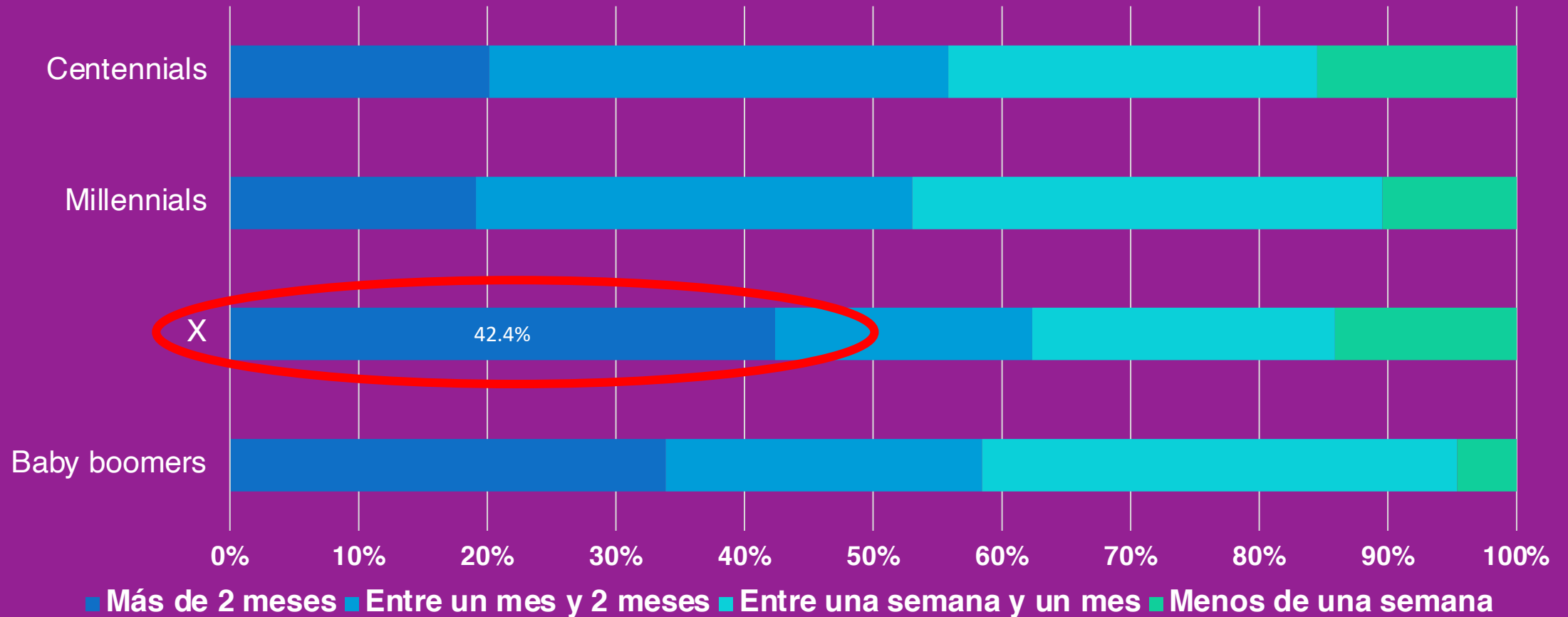
n= 2,332 cuestionarios

Anticipación para la planificación del viaje por generación – Niveles A/B, C+



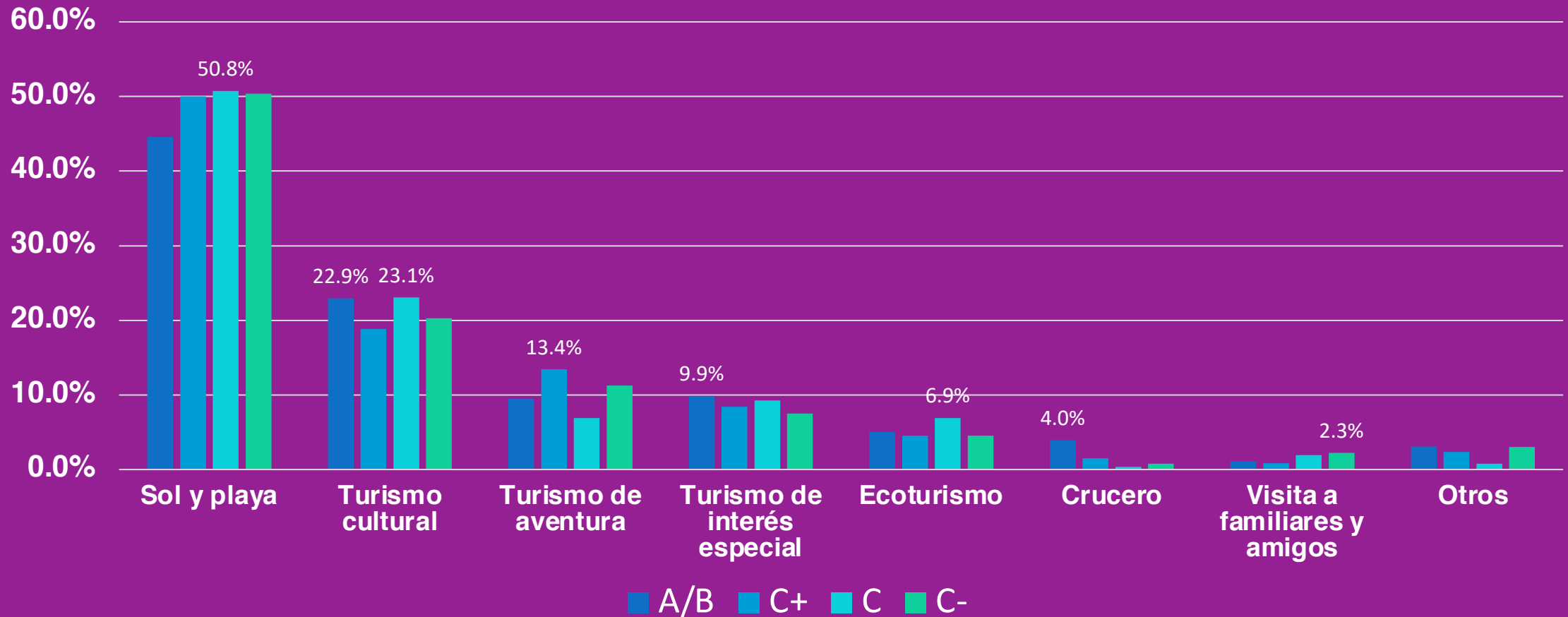
n= 1,938 cuestionarios

Anticipación para la planificación del viaje por generación – Niveles C, C-



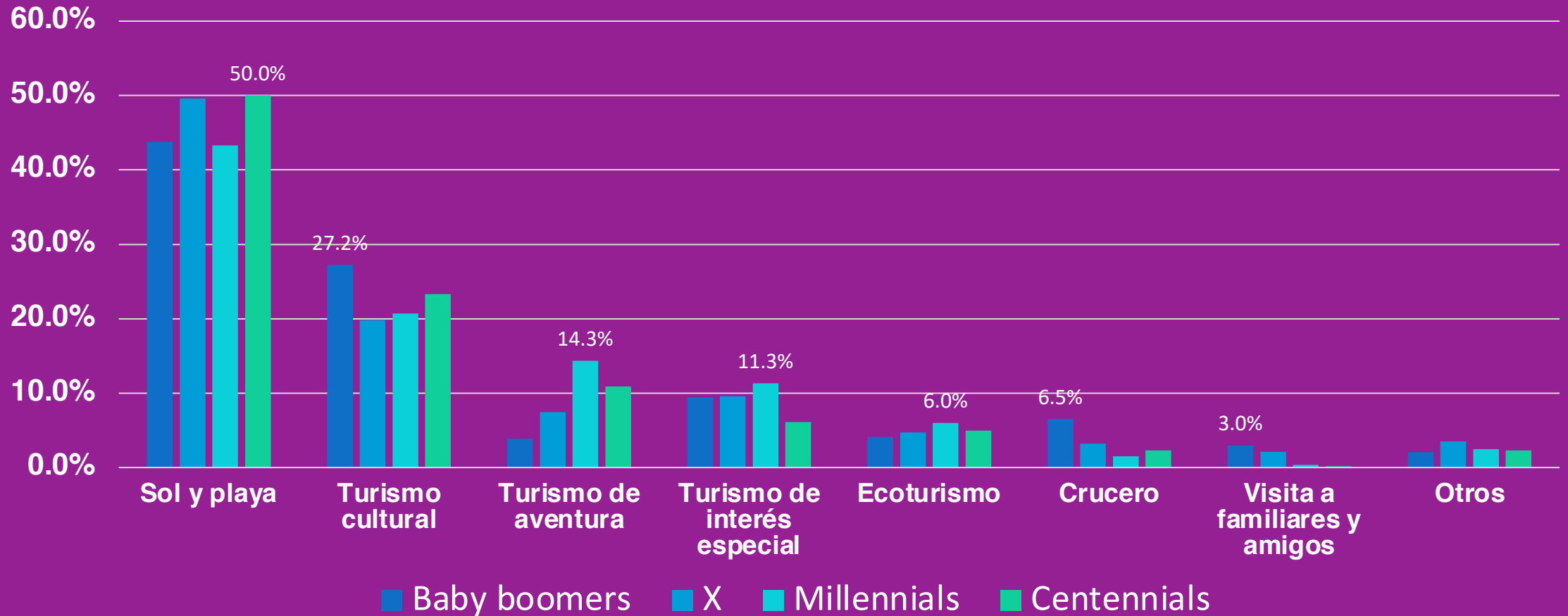
n= 394 cuestionarios

Perfil de viaje 2022 por nivel socioeconómico



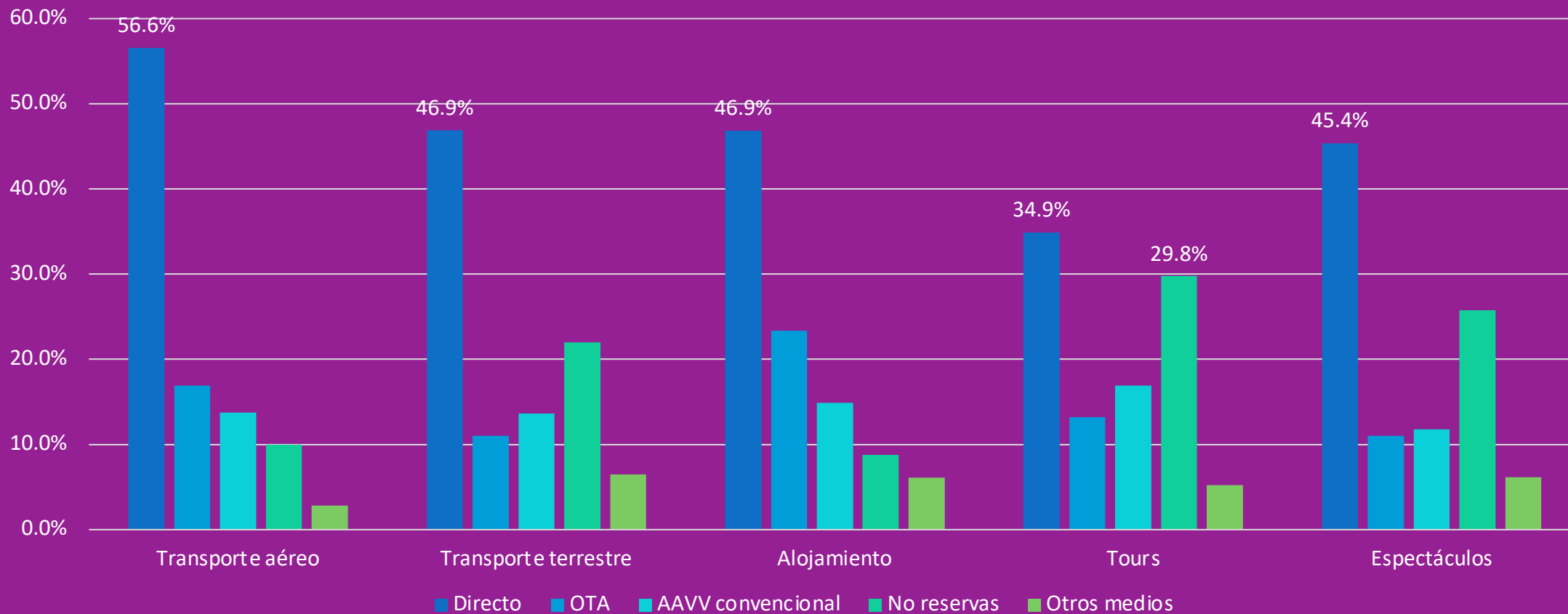
n= 2,332 cuestionarios

Perfil de viaje 2022 por generación



n= 2,332 cuestionarios

Medio empleado para reservar. Niveles A/B, C+



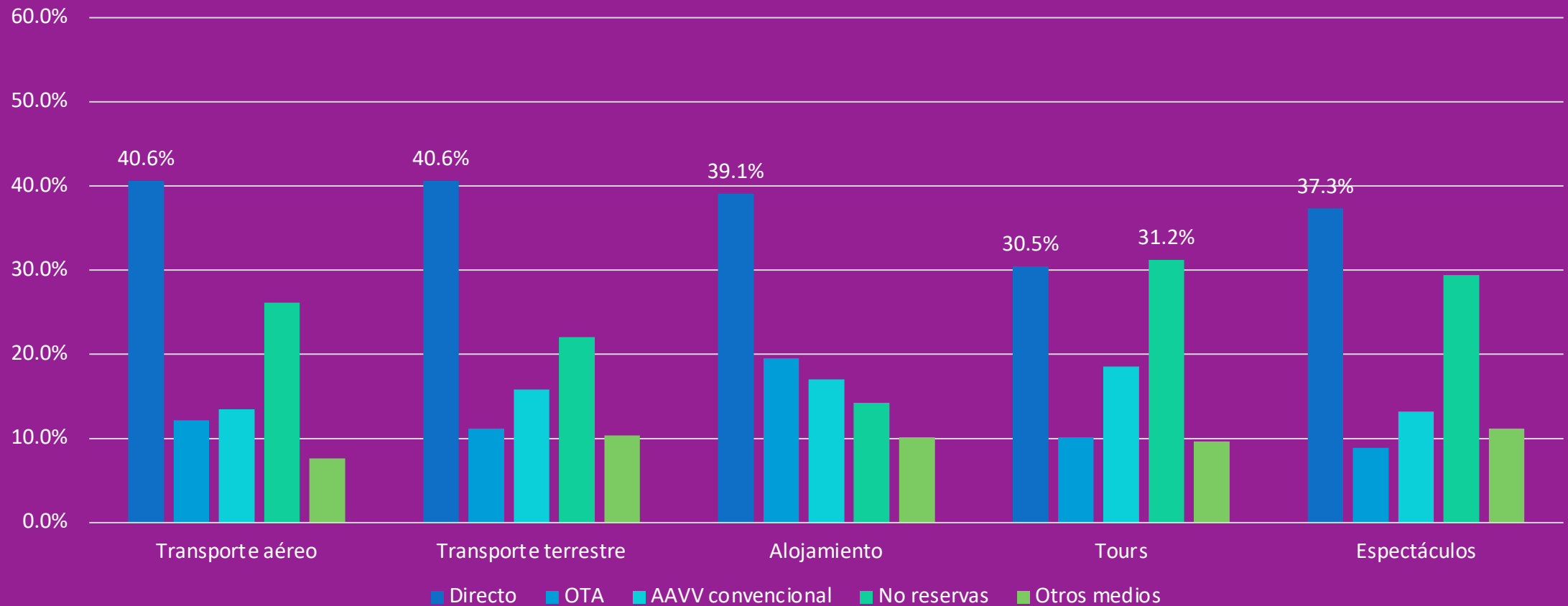
n= 1,938 cuestionarios

Otros medios preferidos de reserva por generación, nivel A/B, C+ (segunda mención)

	Baby Boomers	X	Millennial	Centennial
Transporte aéreo	AAVV convencional	OTA	OTA	OTA
Transporte terrestre	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (AAVV convencional)
Alojamiento	AAVV convencional	OTA	OTA	OTA
Tours	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)
Espectáculos	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (OTA)	No reservas (AAVV convencional)

n= 1,938 cuestionarios

Medio empleado para reservar. Niveles C, C-



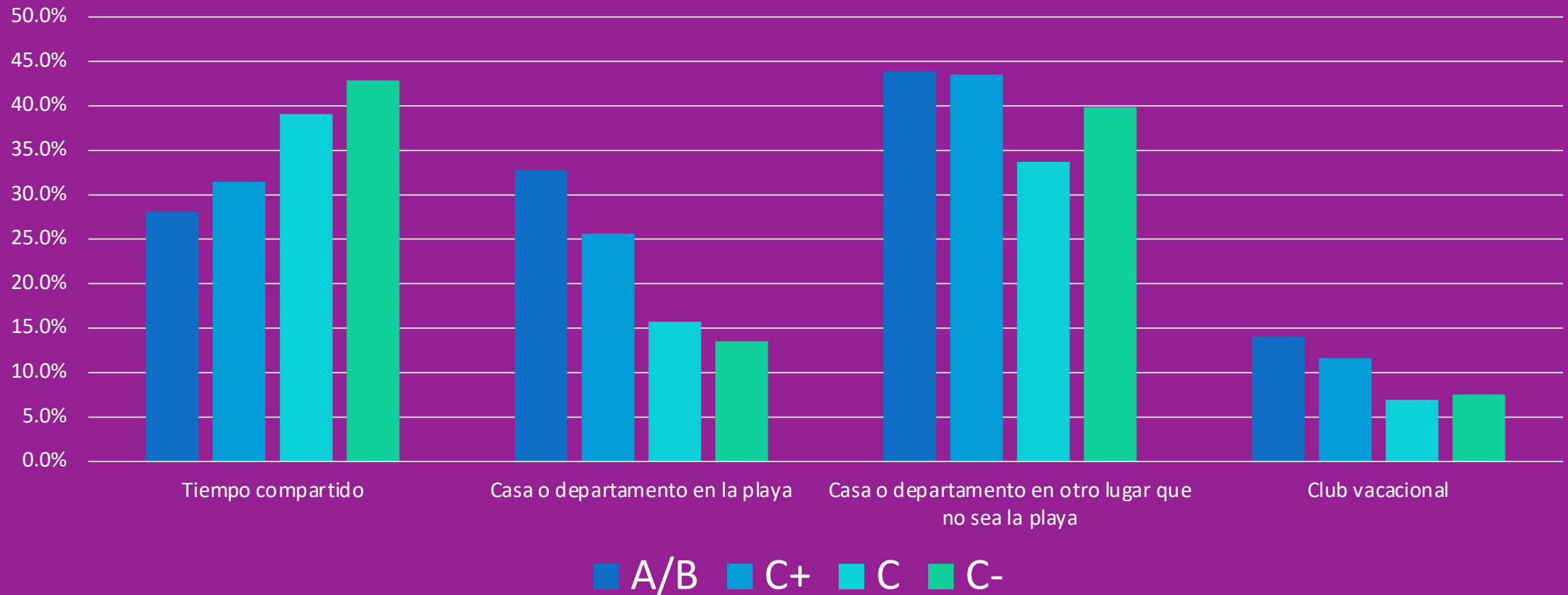
n= 394 cuestionarios

Otros medios preferidos de reserva por generación, nivel C, C- (segunda mención)

	Baby Boomers	X	Millennial	Centennial
Transporte aéreo	AAVV convencional	OTA	OTA	No reservas (OTA)
Transporte terrestre	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)
Alojamiento	AAVV convencional	AAVV convencional	OTA	OTA/AAVV/ No reservé
Tours	Directo (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	Directo (AAVV convencional)
Espectáculos	Directo (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (AAVV convencional/Otros medios)

n= 394 cuestionarios

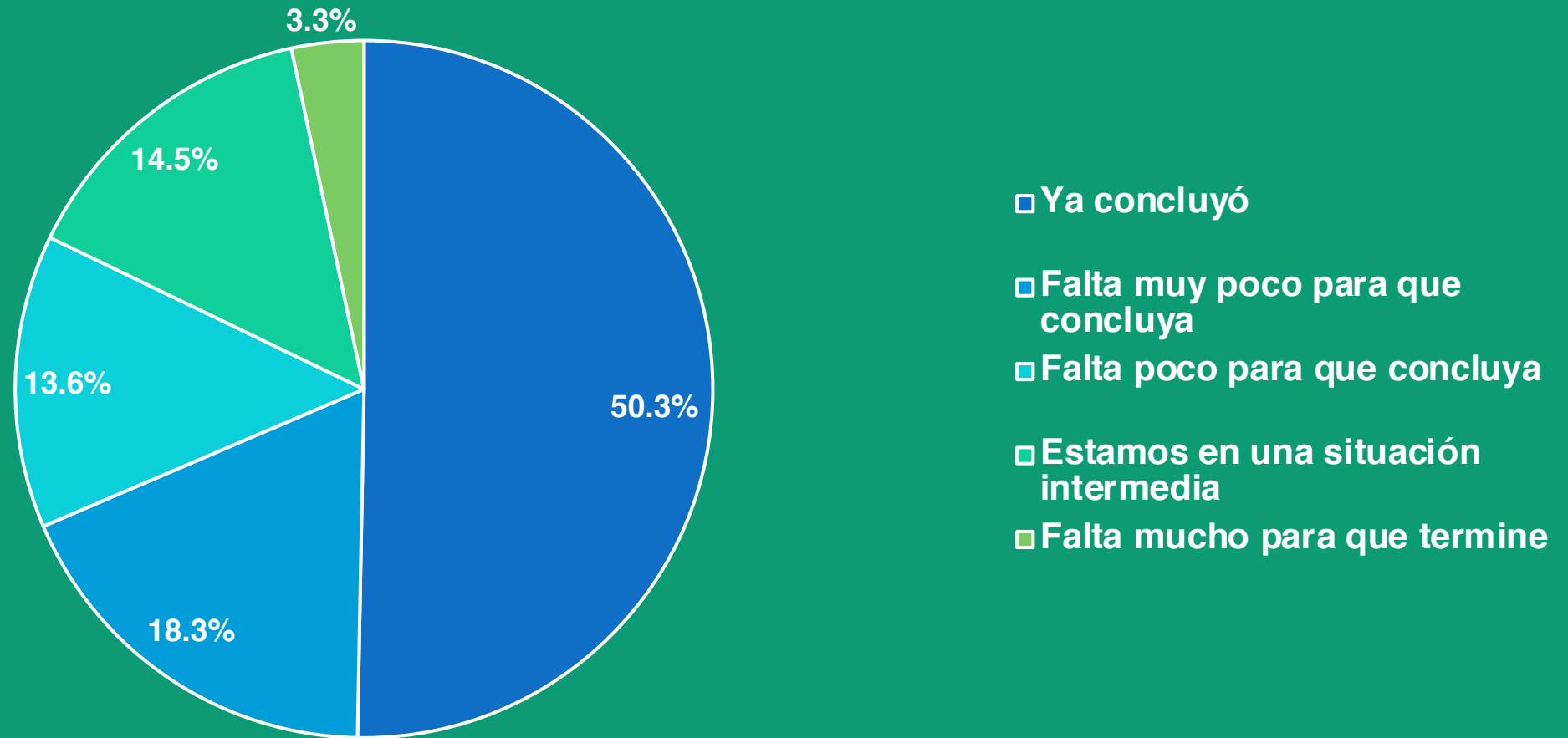
Otras características del viaje por nivel socioeconómico



n= 2,332 cuestionarios

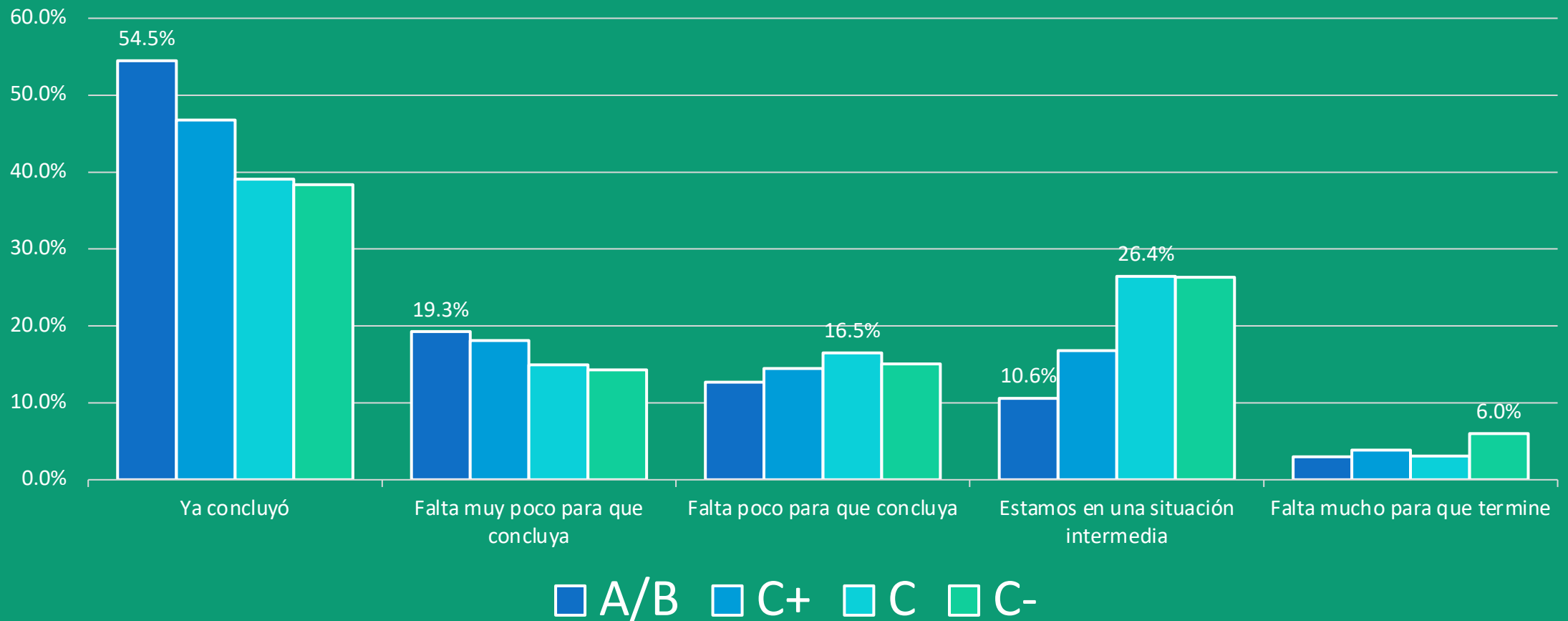
4.3. Percepciones y actitudes pos-COVID-19

¿Qué tan cerca está el final de la pandemia?



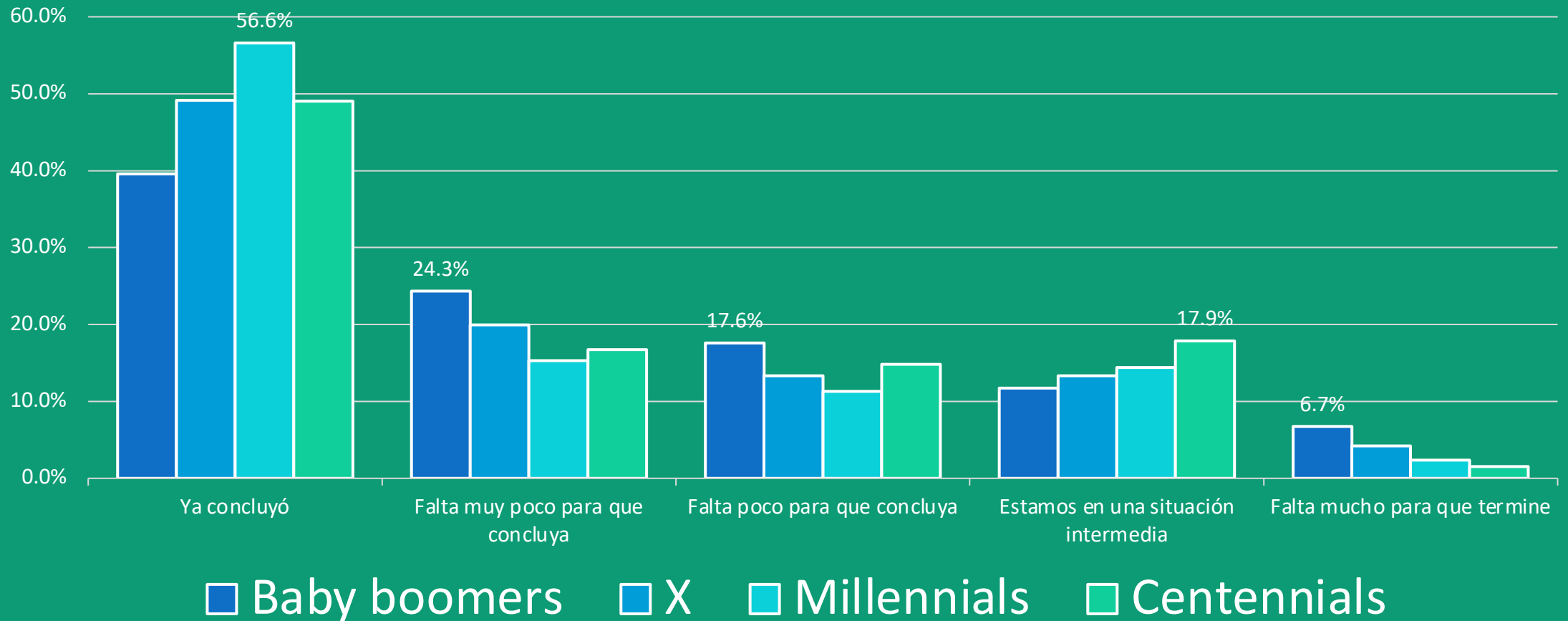
n= 2,332 cuestionarios

¿Qué tan cerca está el final de la pandemia? Nivel socioeconómico



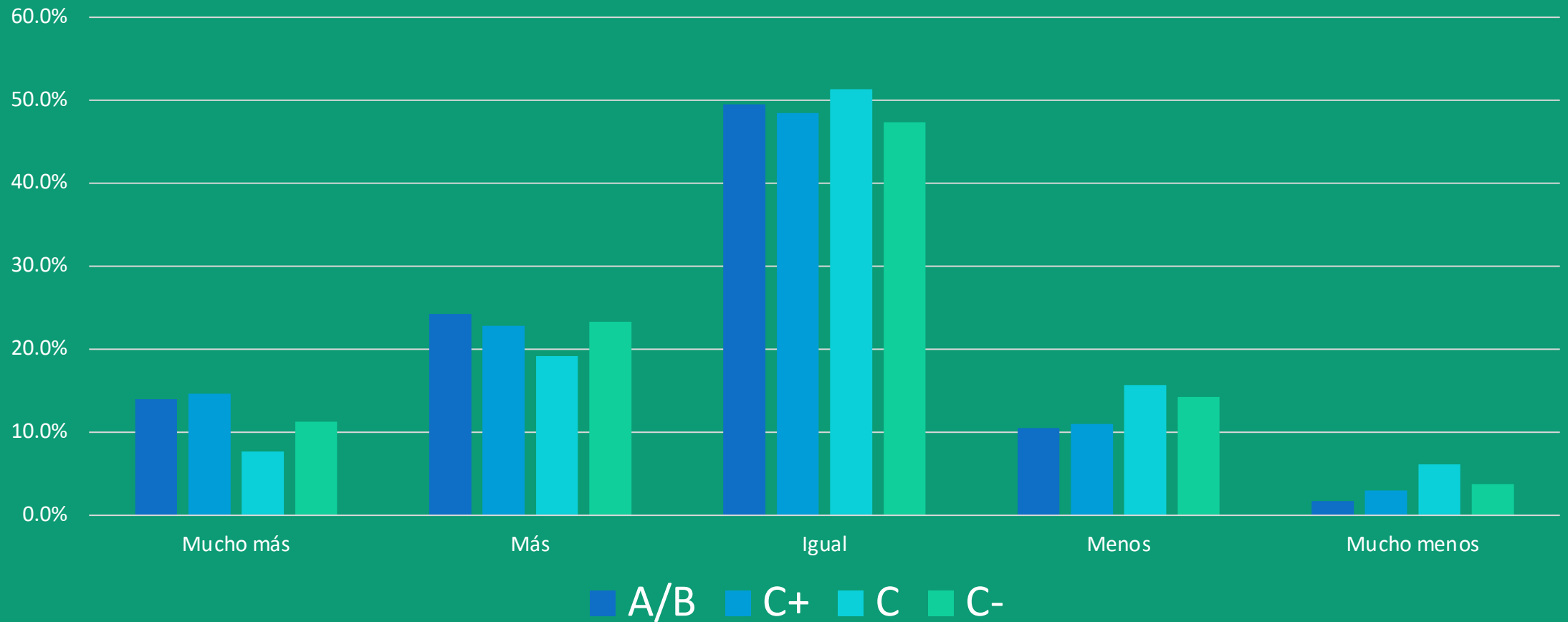
n= 2,332 cuestionarios

¿Qué tan cerca está el final de la pandemia? Generación



n= 2,332 cuestionarios

Comparado con los viajes realizados antes de la pandemia, ¿considera que en la época post Covid-19 viajará?



n= 2,332 cuestionarios

Comparado con los viajes realizados antes de la pandemia, ¿considera que en la época post Covid-19 viajará?

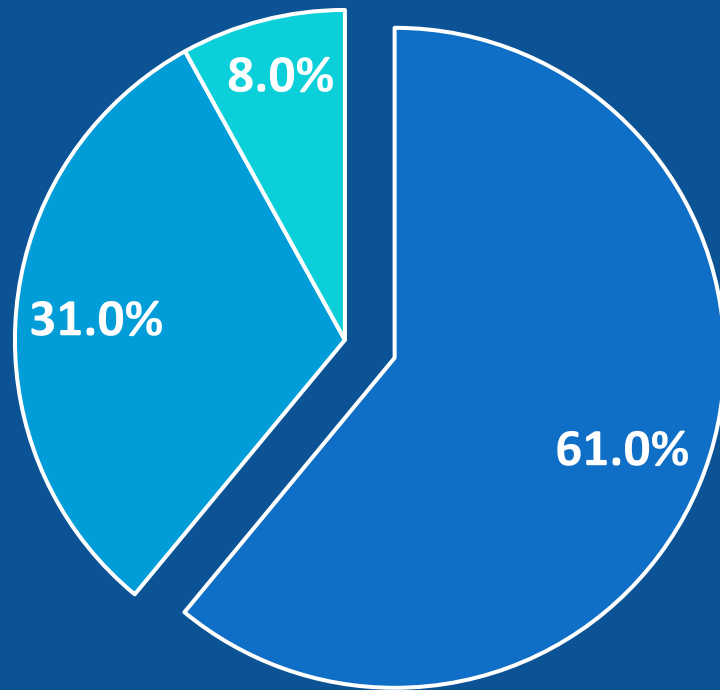


n= 2,332 cuestionarios

4.4. Viaje de placer verano 2023

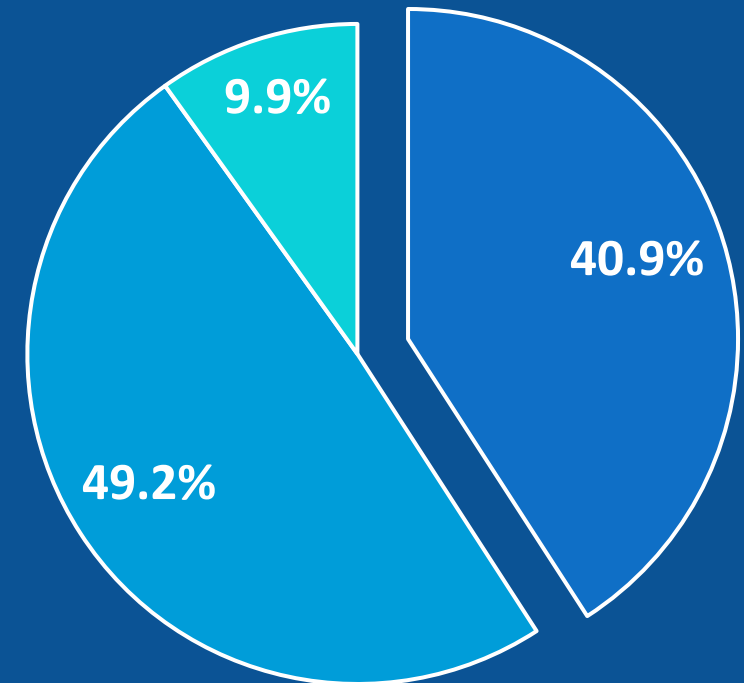
¿Viajará en verano 2023 por placer o descanso?

Nivel A/B, C+



n= 1,938 cuestionarios

Nivel C, C-

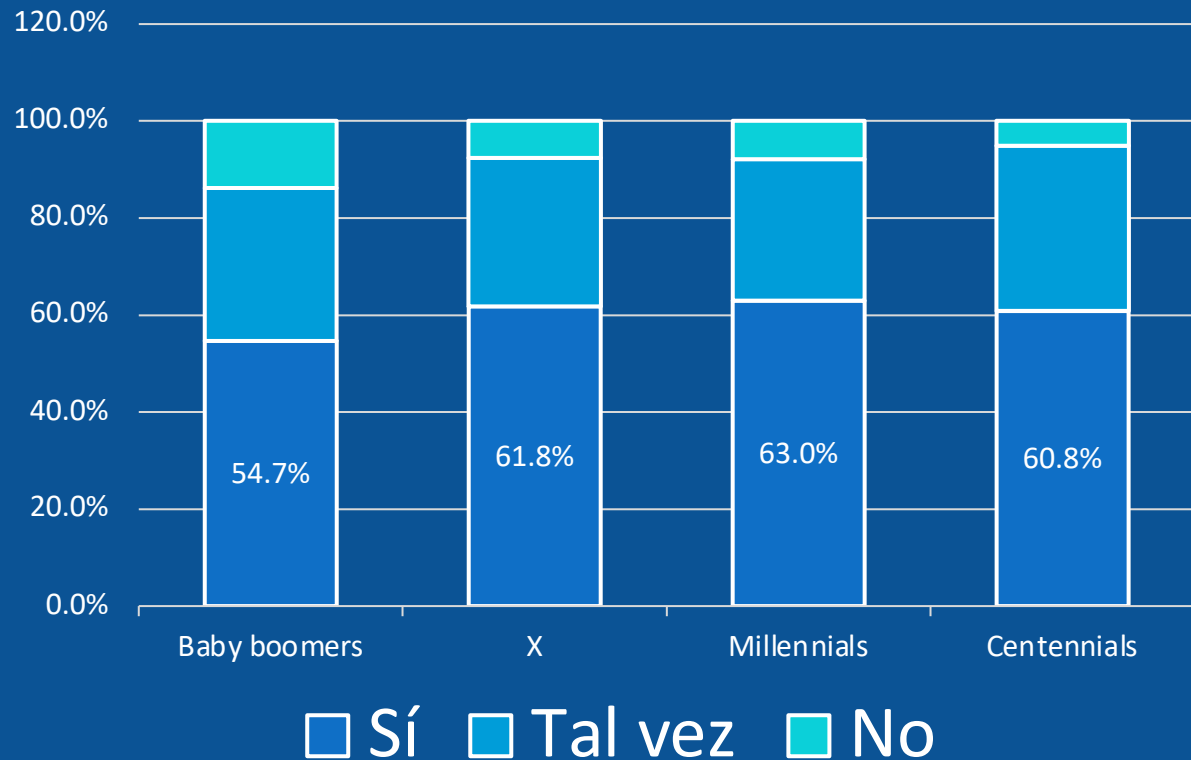


n= 394 cuestionarios

- Sí
- Tal vez
- No

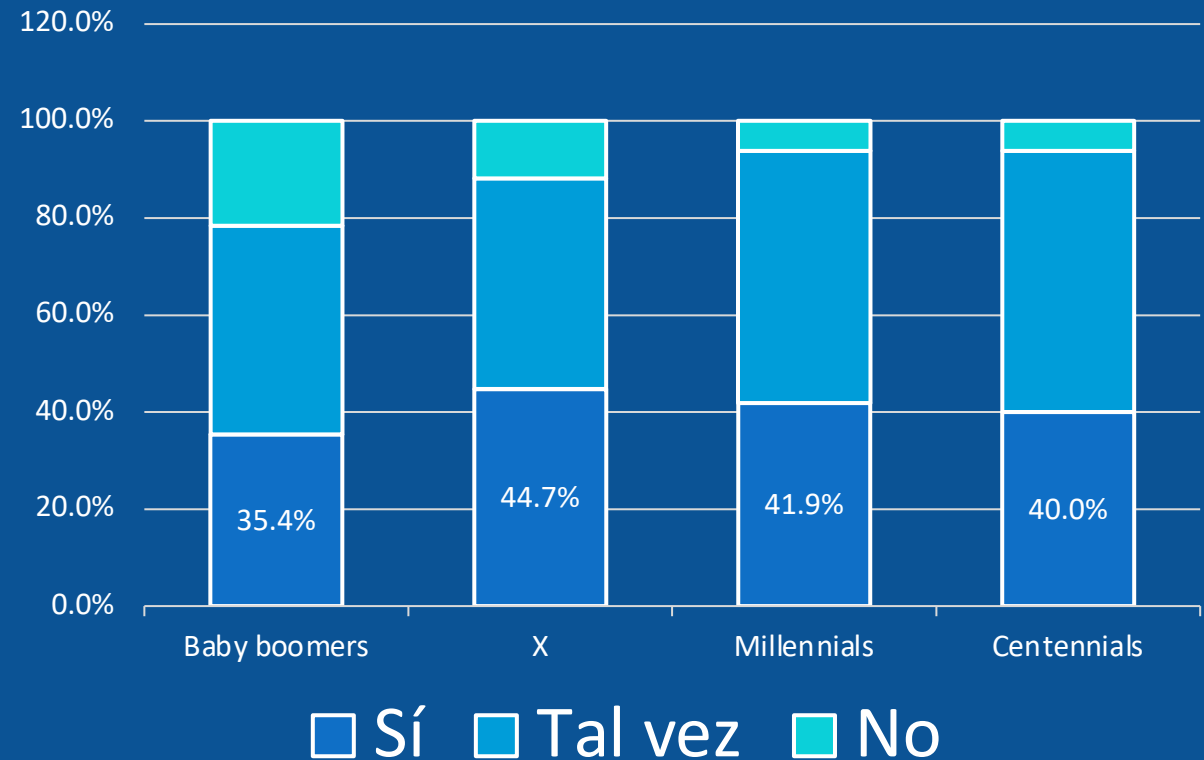
¿Viajará en verano 2023 por placer o descanso? Generación

Niveles A/B, C+



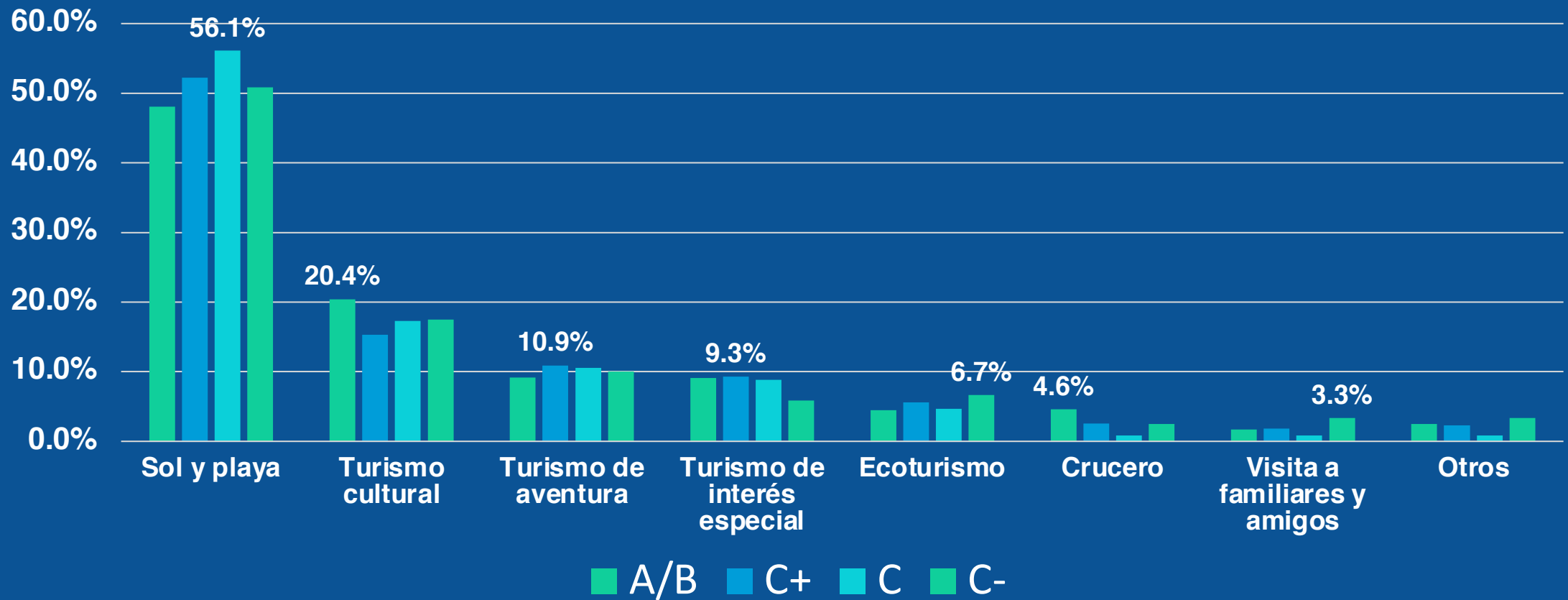
n= 1,938 cuestionarios

Niveles C, C-



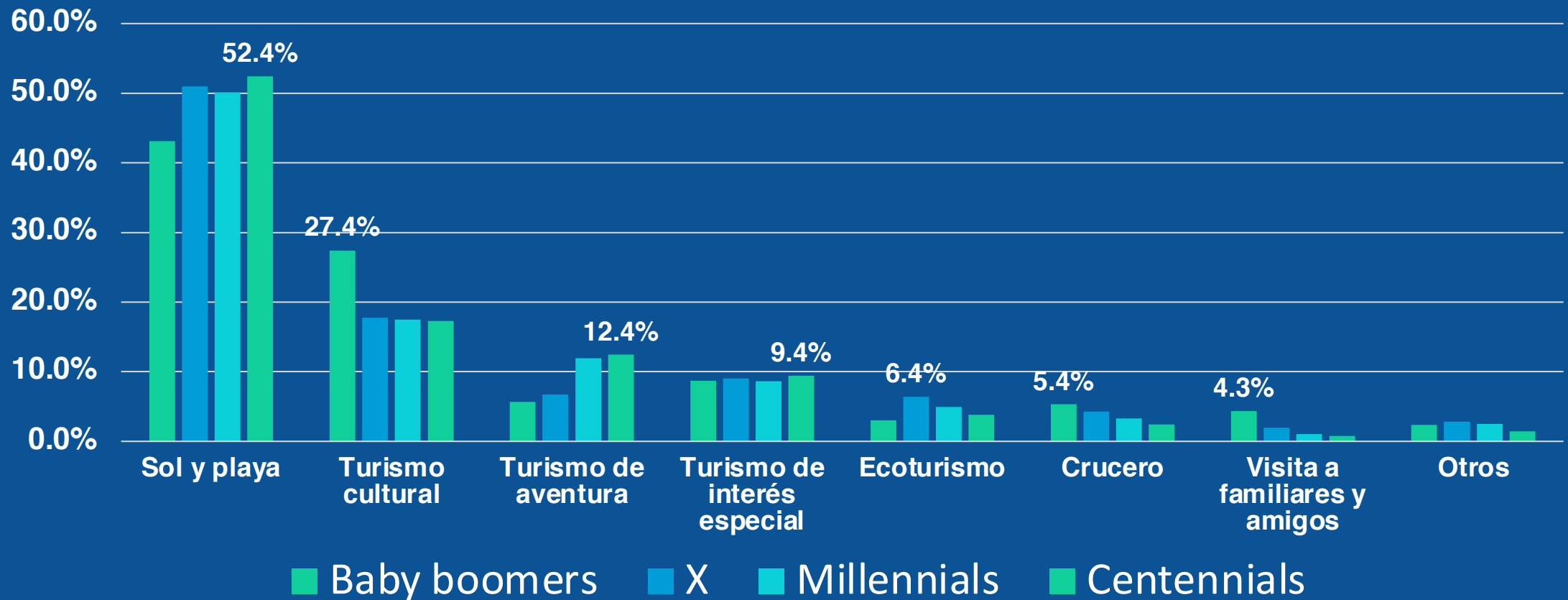
n= 394 cuestionarios

Perfil de viaje verano 2023. Nivel socioeconómico



n= 2,332 cuestionarios

Perfil de viaje verano 2023. Cohorte generacional



n= 2,332 cuestionarios

Composición del grupo de viaje por estrato socioeconómico

	A/B	C+	C	C-
Con la familia	65.4%	57.4%	63.7%	60.7%
Con la pareja	13.8%	15.2%	14.8%	16.4%
Con amigos	16.7%	19.8%	14.8%	10.7%
Solos	4.2%	7.6%	6.8%	12.3%

n= 2,332 cuestionarios

Composición del grupo de viaje por cohorte generacional

	Baby boomers	X	Millennials	Centennials	Total
Con la familia	68.7%	76.8%	50.6%	63.0%	63.3%
Con la pareja	20.0%	13.3%	17.4%	7.4%	14.3%
Con amigos	6.7%	5.4%	25.0%	24.2%	16.8%
Solos	4.7%	4.4%	7.0%	5.4%	5.6%

n= 2,332 cuestionarios

Top five de destinos en verano 2023 – Niveles A/B, C+

Internacional

- 1 España
- 2 Europa
- 3 Estados Unidos
- 4 Miami
- 5 Nueva York

n= 753 cuestionarios, primera mención

Top five de destinos en verano 2023 – Niveles A/B, C+

Nacional

- 1** **Quintana Roo** (Cancún, Playa del Carmen, Tulum, Riviera Maya)
- 2** **Oaxaca** (Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido)
- 3** **Guerrero** (Acapulco, Ixtapa)
- 4** **Jalisco** (Puerto Vallarta, Guadalajara)
- 5** **Baja California Sur** (Los Cabos, La Paz)

n= 798 cuestionarios, primera mención

Contexto del *Top five* de destinos verano 2023 – Niveles A/B, C+

- 42.3% de los encuestados pertenecientes a estos niveles socioeconómicos se refirieron a **destinos internacionales** como su primera opción.
- 44.8% refirió **destinos nacionales**.
- 13.0% de los encuestados que respondieron que *tal vez* o *sí* viajarán este verano, no había definido el destino al momento del levantamiento (mayo 2023).

Top five de destinos en verano 2023 – Niveles C, C-

Nacional

- 1 Cancún
- 2 Acapulco
- 3 Veracruz
- 4 Puerto Vallarta
- 5 Oaxaca

n= 250 cuestionarios, primera mención

Top five de destinos en verano 2023 – Niveles C, C-

Internacional

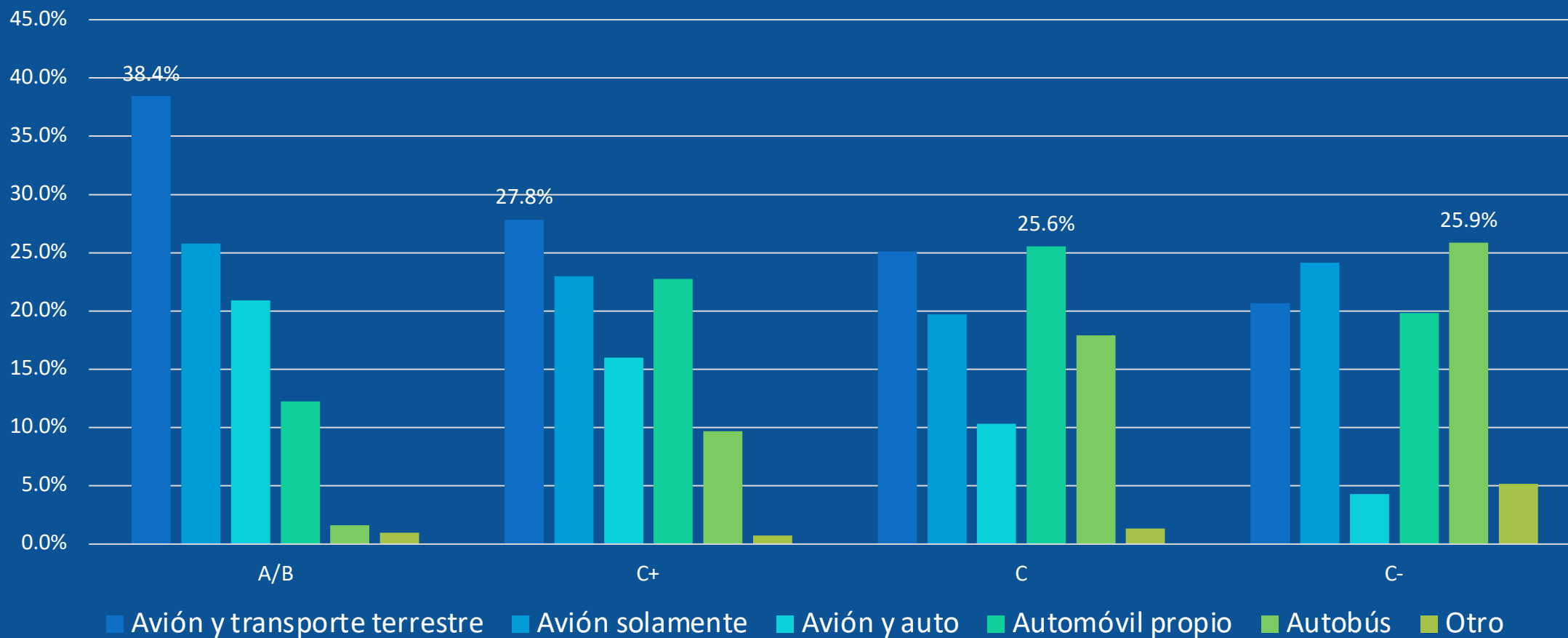
- 1 Estados Unidos
- 2 España
- 3 Francia
- 4 Colombia
- 5 Italia

n= 58 cuestionarios, primera mención

Contexto del *Top five* de destinos verano 2023 – Niveles C, C-

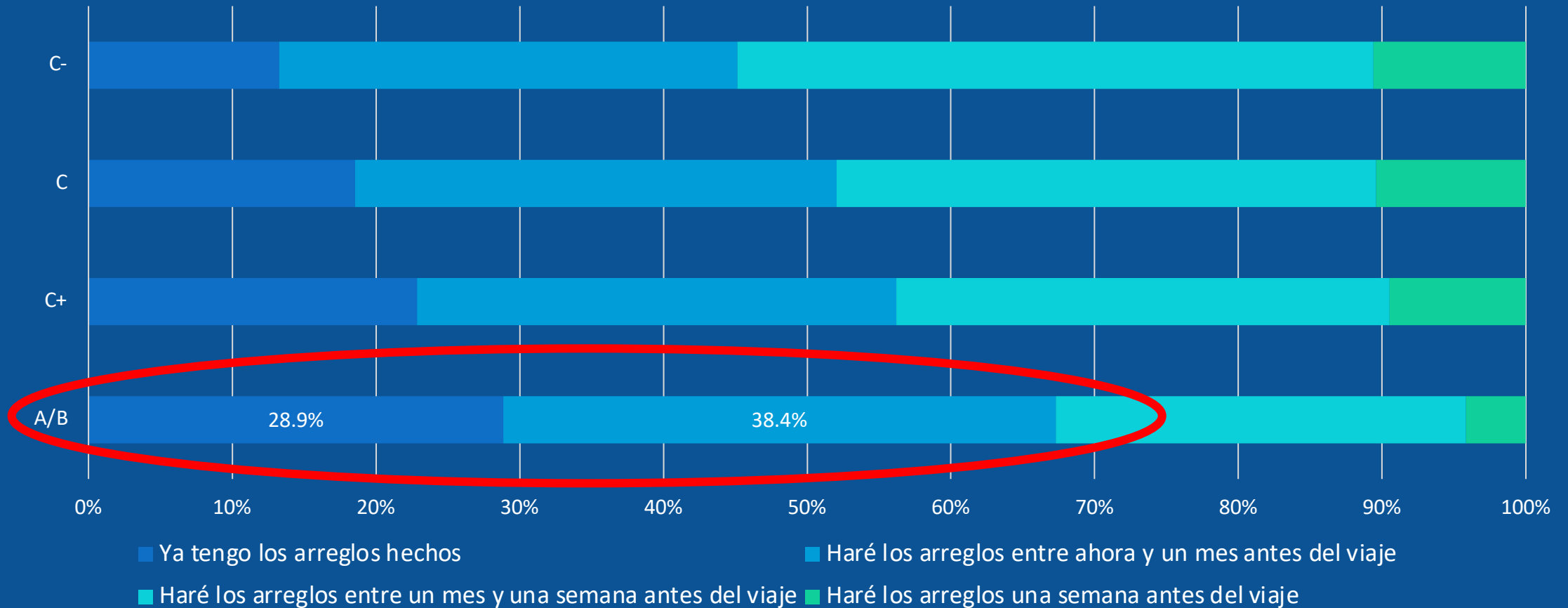
- 16.3% de los encuestados pertenecientes a estos niveles socioeconómicos se refirieron a **destinos internacionales** como su primera opción.
- En contraste, 70.4% refirió **destinos nacionales**.
- 13.2% de los encuestados que *tal vez* o *sí* viajarán este verano, no había definido el destino al momento del levantamiento (mayo 2023)

Medio de transporte empleado. Nivel socioeconómico



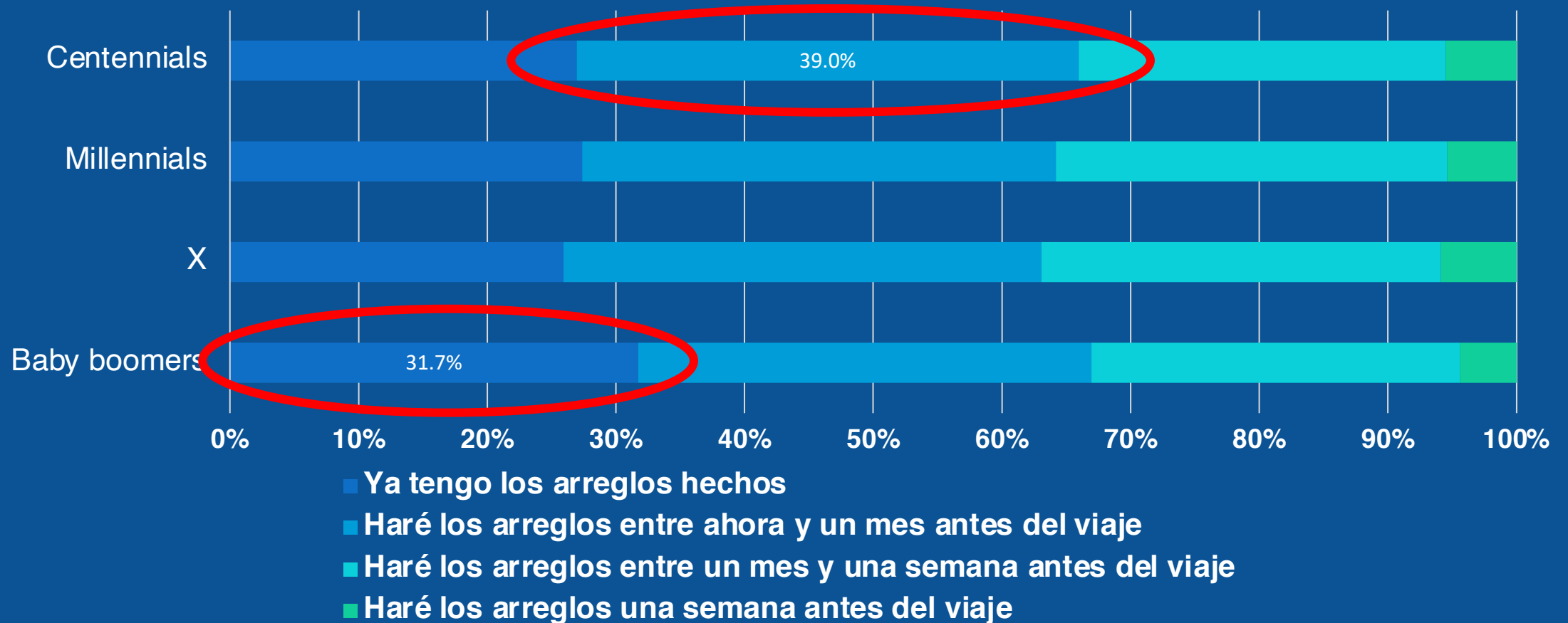
n= 2,058 cuestionarios

Anticipación para la planificación del viaje por nivel socioeconómico



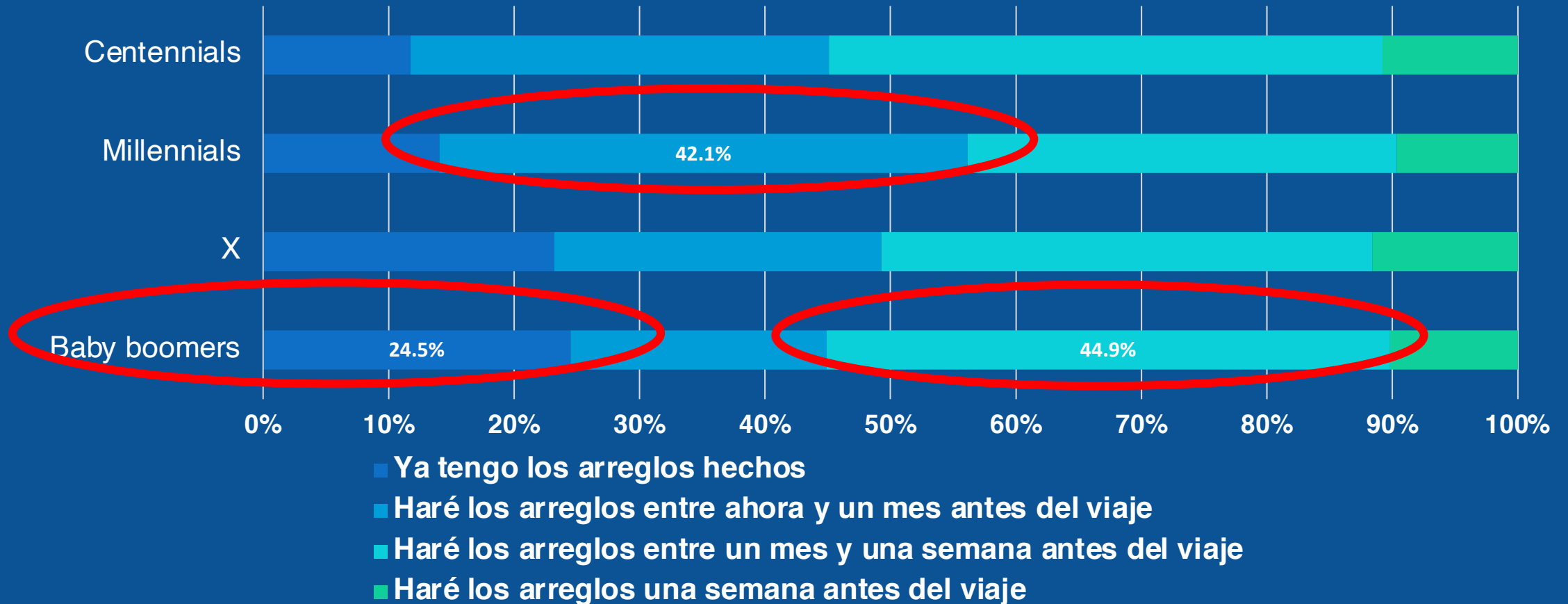
n= 2,058 cuestionarios

Anticipación para la planificación del viaje por generación – Niveles A/B, C+



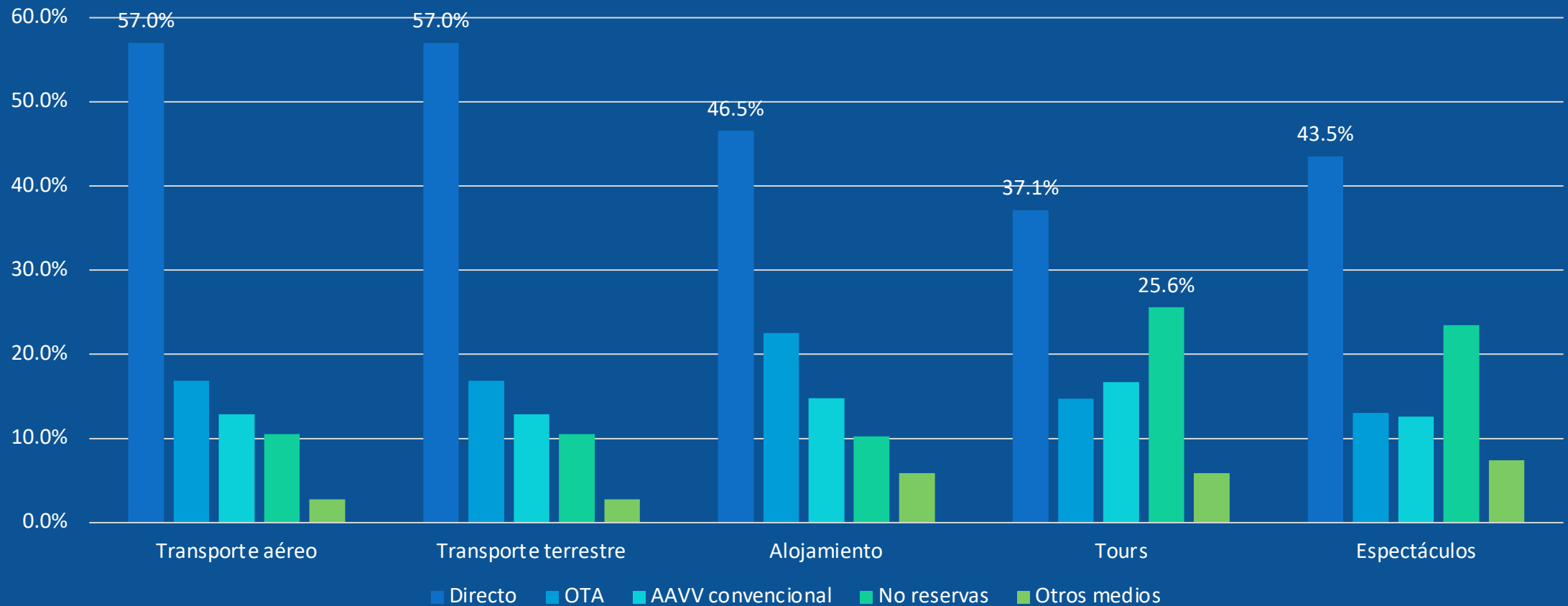
n= 1,719 cuestionarios

Anticipación para la planificación del viaje por generación – Niveles C, C-



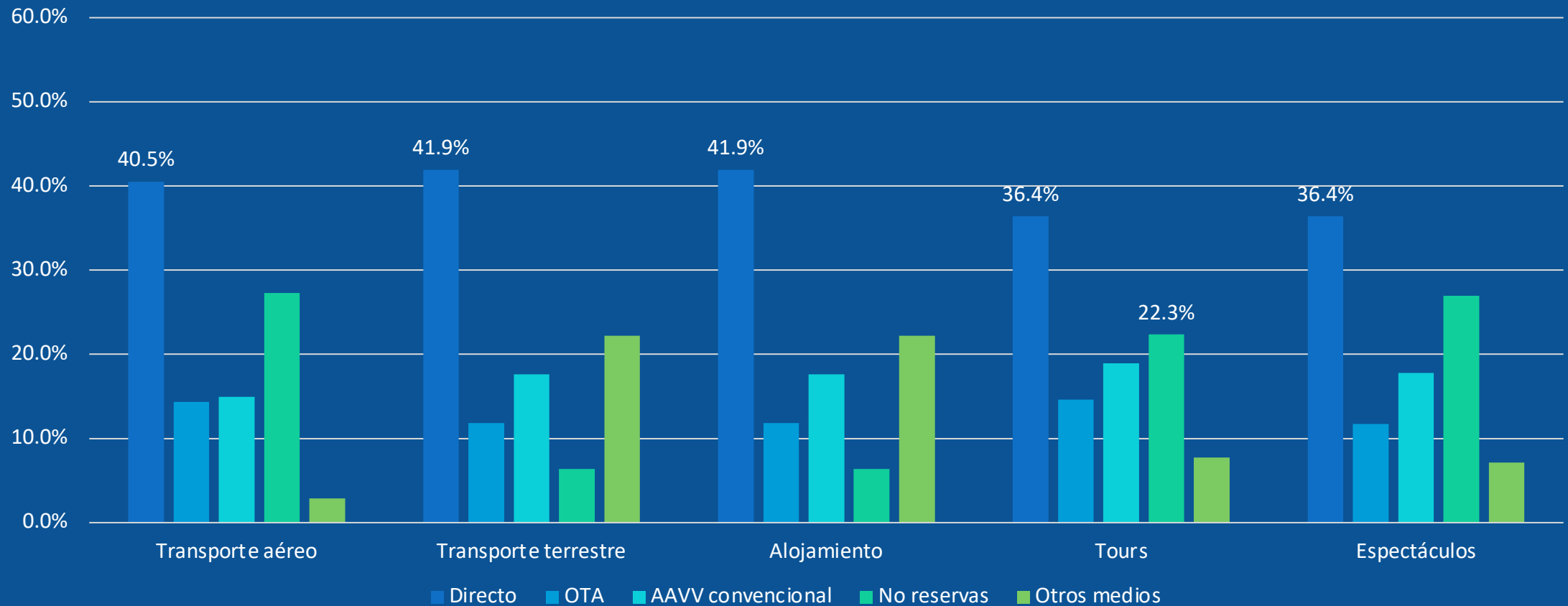
n= 339 cuestionarios

Medio empleado para reservar. Niveles A/B, C+



n= 1,719 cuestionarios

Medio empleado para reservar. Niveles C, C-



n= 339 cuestionarios

Medios preferidos de reserva por generación, nivel A/B, C+ (primera y segunda mención)

	Baby Boomers	X	Millennial	Centennial
Transporte aéreo	AAVV convencional	OTA	OTA	OTA
Transporte terrestre	AAVV convencional	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (AAVV convencional)
Alojamiento	AAVV convencional	OTA	OTA	OTA
Tours	AAVV convencional	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (OTA)
Espectáculos	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (OTA)	No reservas (OTA)	No reservas (OTA)

n= 1,719 cuestionarios

Otros medios preferidos de reserva por generación, nivel C, C- (segunda mención)

	Baby Boomers	X	Millennial	Centennial
Transporte aéreo	AAVV convencional	OTA	No reservas (AAVV convencional)	Directo (OTA)
Transporte terrestre	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)
Alojamiento	AAVV convencional	AAVV convencional	OTA	OTA/AAVV convencional
Tours	AAVV convencional	AAVV convencional	AAVV convencional	No reservas (OTA)
Espectáculos	No reservas (AAVV convencional)	No reservas (AAVV convencional)	OTA/AAVV convencional	Directo (AAVV convencional)

n= 339 cuestionarios

Hallazgos

1. El mercado doméstico es de la mayor importancia y hay un grupo de consumidores con gran resiliencia ante los vaivenes económicos.
2. Estos consumidores son viajeros recurrentes y constituyen un segmento de mercado muy apetecible.
3. Paulatina vuelta a la normalidad: recuperación del mercado nacional es altamente probable en 2023.
4. Las posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses se encuentran en niveles por arriba de los registrados antes de la pandemia
5. La desintermediación se acelera y no parece tener marcha atrás

Hallazgos

6. Una elevada proporción de la población de los niveles socioeconómicos altos y medios considera viajar en este verano: 60% niveles altos, 40% niveles medios.
7. Los viajes de los mexicanos siguen siendo un espacio privilegiado de convivencia familiar.
8. En líneas generales el mercado mexicano parece preferir los destinos ya conocidos.
9. Hay una correlación evidente entre destinos de viaje y niveles socioeconómicos, así como en lo que se refiere a los tiempos de antelación en la planificación de los viajes.
10. La resiliencia del turismo tiene que ver con una condición básica: los viajes son parte del estilo de vida de las sociedades contemporáneas

Medios de contacto



@CicoturAnahuac
@fcomadrid



55 26 92 90 27

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

Preguntas...

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

Verano 2023

Dr. Francisco Madrid Flores. Director Cicotur

