Turismo
Economia
Sustentabilidade +

GRUPO DE PESQUISA GTES

# IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA MEXICANO

**Coordinación**

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo

Ed UECE

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ**

**Reitora Pro Tempore**
Josete de Oliveira Castelo Branco Sales

**Editora da UECE**
Erasmo Miessa Ruiz

**Conselho Editorial**

Antônio Luciano Pontes
Eduardo Diatahy Bezerra de Menezes
Emanuel Ângelo da Rocha Fragoso
Francisco Horácio da Silva Frota
Francisco Josênio Camelo Parente
Gisafran Nazareno Mota Jucá
José Ferreira Nunes
Liduina Farias Almeida da Costa
Lucili Grangeiro Cortez
Luiz Cruz Lima
Manfredo Ramos
Marcelo Gurgel Carlos da Silva
Marcony Silva Cunha
Maria do Socorro Ferreira Osterne
Maria Salete Bessa Jorge
Silvia Maria Nóbrega-Therrien

**Conselho Consultivo**

Antonio Torres Montenegro | UFPE
Eliane P. Zamith Brito | FGV
Homero Santiago | USP
Ieda Maria Alves | USP
Manuel Domingos Neto | UFF
Maria do Socorro Silva Aragão | UFC
Maria Lírida Callou de Araújo e Mendonça | UNIFOR
Pierre Salama | Universidade de Paris VIII
Romeu Gomes | FIOCRUZ
Túlio Batista Franco | UFF

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo

Coordinación

# IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA MEXICANO

1ª Edición
Fortaleza - CE
2020

EdUECE

**IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA MEXICANO**

© 2020 Copyright by Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel, Raquel Santiago Romo

El contenido de este libro, así como los datos usados y el carácter fidedigno de los mismos, son responsabilidad del autor/a. Se autoriza la descarga o la distribución de la obra siempre y cuando se atribuyan créditos al autor. Asimismo, queda prohibida la alteración de cualquier forma y/o su uso con fines comerciales.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Editora da Universidade Estadual do Ceará – EdUECE
Av. Dr. Silas Munguba, 1700 – Campus do Itaperi – Reitoria – Fortaleza – Ceará
CEP: 60714-903 – Tel: (85) 3101-9893.
Internet: www.uece.br/eduece – E-mail: eduece@uece.br

Editora filiada à

Associação Brasileira das Editoras Universitárias

**Coordenação Editorial**
Erasmo Miessa Ruiz

**Diagramação**
Jakson Renner Rodrigues Soares

**Revisão de Texto**
Dayne Kelly Rodrigues Soares de Almeida

**Ficha Catalográfica**
Lúcia Oliveira CRB - 3/304

I39 Impacto del COVID-19 en el comportamiento del turista MEXICANO [recurso eletrônico] / coordinación de Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel, Raquel Santiago Romo. - Fortaleza: EdUECE, 2020.
Livro eletrônico.

ISBN: 978-65-86445-26-8 (E-book)

1. Turismo – México. 2. Turismo - Saúde. I. Soares, Jakson Renner Rodrigues II. Gabriel, Larissa Paola Macedo Castro. III. Romo, Raquel Santiago. IV. Título.

CDD: 338.47

# SUMARIO

La investigación . . . . . 06
El equipo . . . . . 07
Metodología. . . . . 08
Perfil de la muestra . . . . . 09
Planificación del viaje . . . . . 12
Nueva realidad turística . . . . . 14
¿Qué cambia? . . . . . 18
¿Cómo será el nuevo turista? . . . . . 27
Resumen de los resultados . . . . . 30
Conclusiones . . . . . 32

# La investigación

La presente investigación consiste en un estudio relativo al comportamiento de turistas residentes en México con posterioridad a la Pandemia del COVID-19.

El estudio ha sido desarrollado por el G*rupo de Investigación GTES: Turismo, Economia e Sustentabilidade*, de la Universidade Estadual do Ceará (UECE), en colaboración con investigadores e investigadoras de diversas universidades internacionales e mexicanas: Universidad Autónoma de Occidente (México), Universidad Autónoma del Estado de México (México), Universidade de Santiago de Compostela (Galicia-España), Universidade da Coruña (Galicia-España), Cleveland State University (USA) y Universidad Península de Santa Elena (Ecuador).

El principal objetivo del estudio es ofrecer información sobre todas aquellas cuestiones relacionadas con los cambios en el comportamiento turístico, para que sea de utilidad a empresas y destinos en su toma de decisiones enun momento de crisis sanitaria mundial.

A continuación, se presentan los resultados. Esperamosque sean de utilidad...

# El equipo

**Coordinación**

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo

Equipo **investigador**

Maione Rocha de Castro Cardoso (UECE)
Matías Martínez Abeijón (CSU)
Gil Célio de Castro Cardoso (UFC)
André Vasconcelos Ferreira (UFC)
Elizabeth Olmos Martínez (UAdeO)
Daniela Palmas (UAEM)
Rebeca Mejía Váquez (UAEM)
Rocío Serrano-Barquín (UAEM)
Myriam Yolanda Sarabia Molina (UPSE)

Turismo
Economia
Sustentabilidade +

GRUPO DE PESQUISA GTES

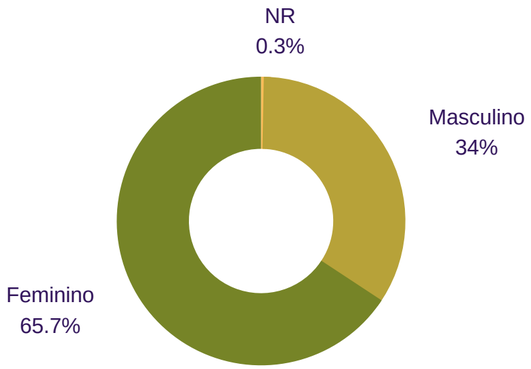
# Metodología

El GTES realizó 734 encuestas online a mayores de 18 años residentes en el territorio mexicano entre el 10 de abril y 8 de mayo 2020.

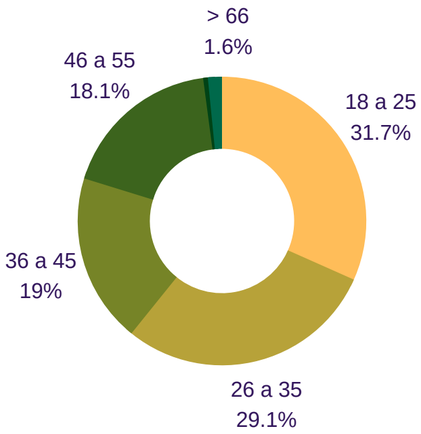
A partir de la pregunta inicial “¿Tiene o tenía planificado algún viaje para los próximos meses?” se contestaba a una serie de cuestiones relacionadas con el comportamiento de la persona como turista.

La persona indicaba en una escala de 1 a 5 su grado de acuerdo con cada enunciado. Siendo 5 totalmente de acuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.

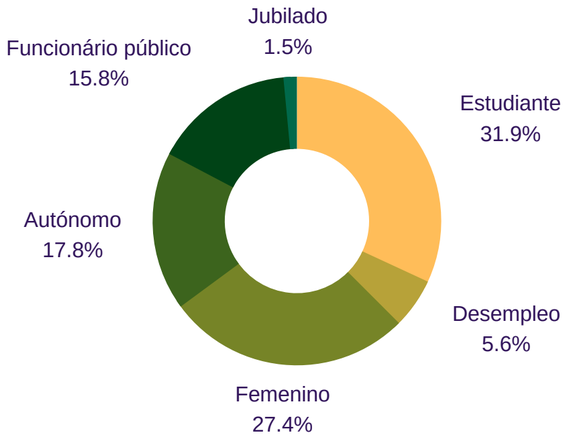
# Perfil de la muestra




## Género




## Edad




## Ocupación

# Resultados

- Calidad
- Turismo interno
- Agencias de viajes
- Seguros de viaje
- Gastronomía

# Proceso del viaje

## Planificación del viaje

¿Tiene o tenía planificado algún viaje para los próximos meses?

## Preocupaciones

¿Qué le preocupa al nuevo turista?

## Nueva realidad

¿Qué cambió? ¿Qué actuaciones podremos llevar a cabo?

# PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

La seguridad jugará un papel importante.
Un destino seguro será clave en la elección del viaje.
La contratación de un seguro de viaje y la calidad de los alojamientos serán los principales servicios buscados en este nuevo escenario.
La contratación y asesoramiento de los servicios en las agencias de viaje no verán incrementado sustancialmente su volumen de clientes post COVID19.
La proximidad no será un factor relevante a la hora de viajar.

**89%**
Tendrá en cuenta si el destino es seguro

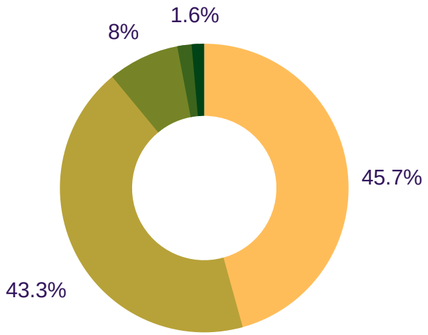
**66%**
Contratará seguro de viaje

**56%**
Buscará mayor calidad en los alojamientos

**45%**
No contará con los servicios de Agencias de Viajes

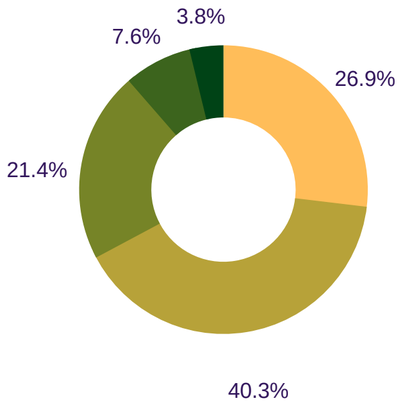
**28%**
Contempla los viajes de proximidad

# Nuevas preocupaciones



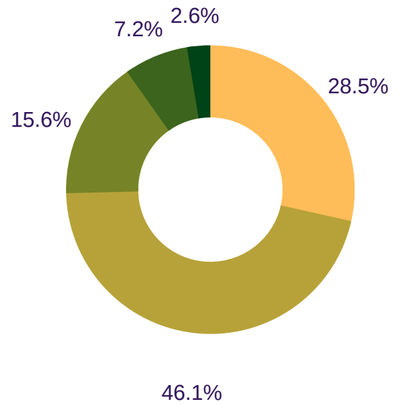

## Seguridad del destino

Incrementa la preocupación con respecto a las medidas de seguridad.




## Enfermedades endémicas del lugar

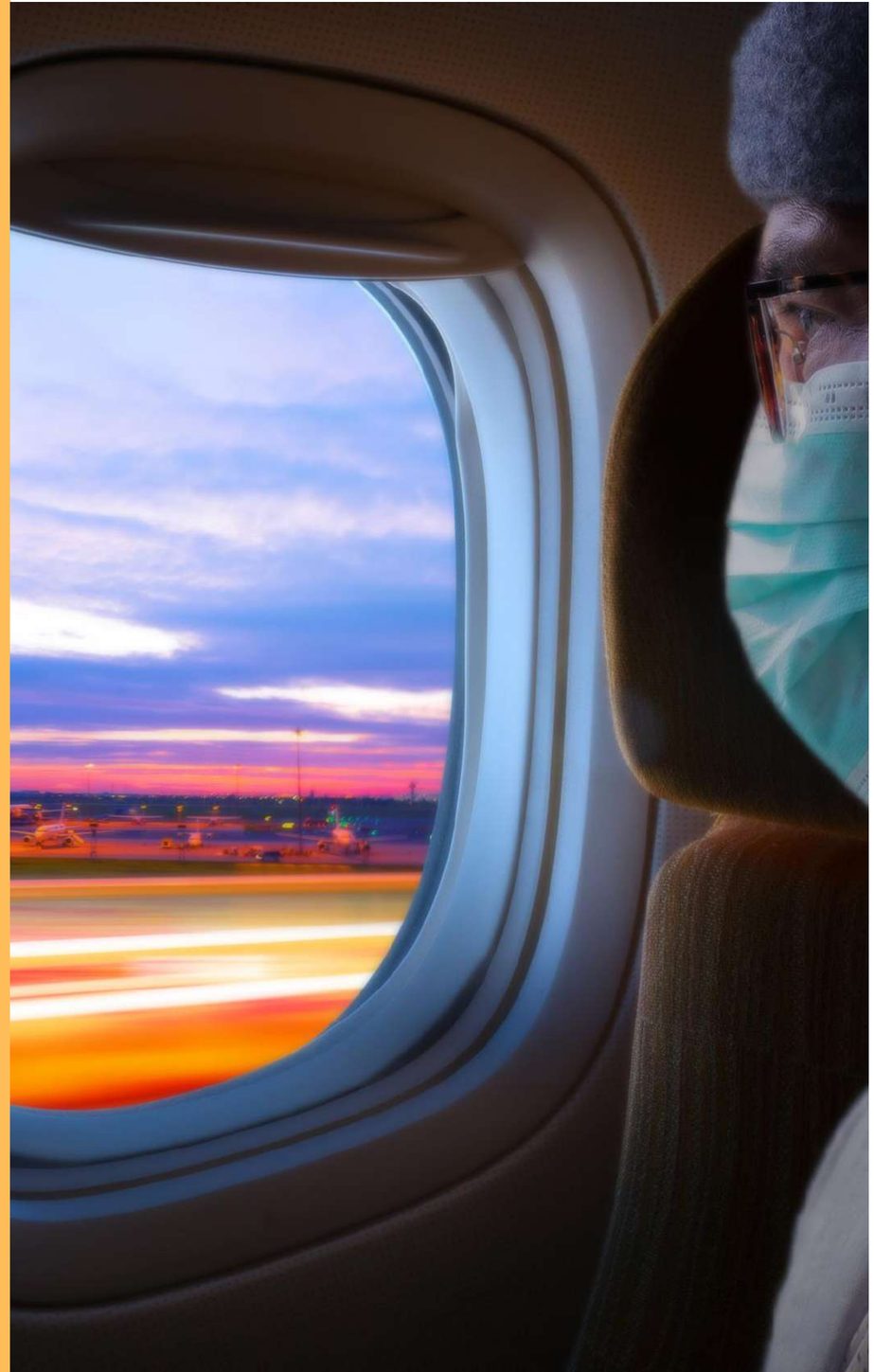
Crece el temor por las posibles enfermedades en el destino.




## Sistema sanitario del destino

Aumenta la inquietud por informarse sobre el sistema sanitario del destino.

Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo



# La nueva realidad turística

## Gastronomía

¿Cambiarán los hábitos en los próximos viajes?

## Hábitos

¿Se disminuirá el contacto con la población autóctona en destino?

## Frecuencia

¿Se viajará menos que antes?

# EN LA GASTRONOMÍA...

¿Habrá cambios en los próximos viajes?

**Seguiré probando la gastronomía local como antes**

Aunque la gastronomía local de cada destino seguirá despertando un elevado interés una vez finalizada la crisis de la Covid-19, las respuestas muestran que habrá un pequeño descenso en la intención de probar la gastronomía local en los viajes internacionales. Sin embargo, en los viajes domésticos el interés permanece intacto.

**Comeré en cadenas de restauración conocidas**

Se percibe un cambio comportamental en este sentido.
Las cadenas de restauración dentro del país no verán incrementada la presencia de turistas domésticos tras la pandemia.
Por la contra, en viajes internacionales hay un mayor interés en consumir en este tipo de establecimientos.



Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo

# Tendré menos contacto con los residentes

☑ **Totalmente en desacuerdo**

Parece haber un cambio con relación al contacto con la población local. Aunque el 28% no está de acuerdo con la afirmación, el porcentaje de concordancia es muy alto (más del 50%).

# ¿Se viajará menos?

## Casi el 67%

de las respuestas indica que las personas residentes en México no tienen la intención de cambiar la frecuencia con la que viajaban antes de la COVID-19...

# ¿QUÉ CAMBIA?

## CAMBIO DE PLANES

¿Cambiaré el destino de mi próximo viaje?

## NACIONAL O INTERNACIONAL

¿Visitaré destinos próximos?

## MOTIVACIÓN

¿Qué me impulsará a viajar?

# ¿Los planes siguen igual?

El 64% de las respuestas indica que se mantendrán los planes en cuanto se pueda viajar.

Se nota una mayor intención en cambiar el destino del próximo viaje al exterior que a un destino doméstico.

Para los viajes internacionales, **1 de cada 5** turistas sopesa modificar el destino del viaje planificado con anterioridad al COVID-19.

# ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGEN LOS VIAJES?

Según los resultados, los viajes internos salen reforzados tras la pandemia. Además, el turismo hacia el continente europeo podrá ser tendencia y países suramericanos también estarán presentes en las intenciones del mercado emisor mexicano.

# DESTINOS EUROPEOS

El turista mexicano continua planeando viajes a los países europeos más emblemáticos y tradicionales como lo son España, Inglaterra, Italia y Francia.

# TURISMO INTERNO

El turismo interno post covid se dirige a los estados turísticos de Quintana Roo, Yucatán, Baja California Sur, Chiapas y San Luis Potosí. Los tres primeros son destinos de sol y playa. Los otros dos destacan por su cultura, tradición, paisaje y gastronomía.

# PLAYAS MÁS BUSCADAS

La preferencias de los viajes domésticos dirigidos a destinos de sol y playa continúan intactos, siendo los preferidos Cancún, Cabo San Lucas y Playa del Carmen. El primero y el tercero dentro del Caribe mexicano con la cercanía de dos destinos culturales emblemáticos dentro de la Riviera Maya los cuales son Chichén Itzá y Tulum. Además de disfrutar de la gastronomía y paisajes impresionantes. Cabo San Lucas además ofrece turismo de naturaleza y gastronomía.

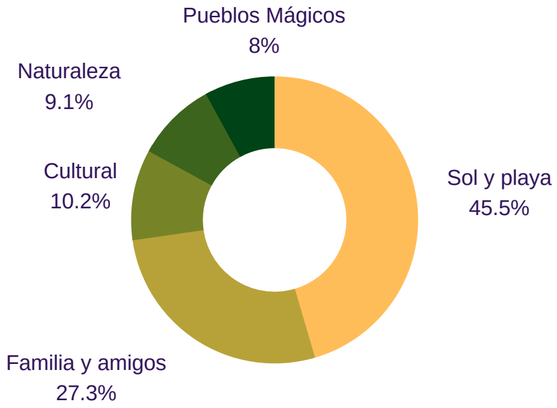
# 65%

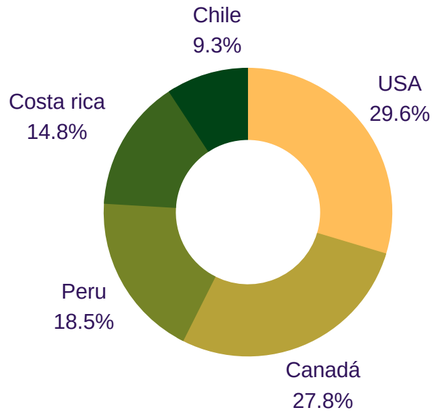
no tienen intención de cambiar el destino del próximo viaje.

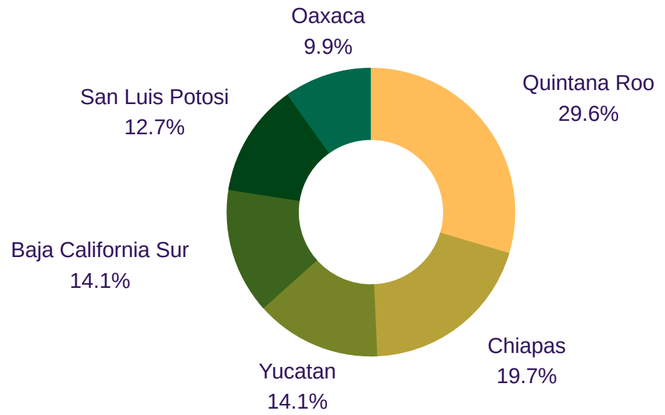
El mercado turístico mexicano continúa con sus preferencias de viaje, dentro de las cuales se manifiesta en mayor medida el turismo doméstico, donde el principal motivo del viaje es visita a familiares y amigos.

TURISMO POST COVID-19

# Destinos más buscados




## Por Motivación

El turismo de sol y playa se sitúa como principal motivo de viaje, seguido de visita a familiares y amigos, cultura, naturaleza y pueblos mágicos.

## En América

USA y Canadá son preferencia por la multiculturalidad, parques temáticos y potencial económico. Perú y Costa Rica atraen por su cultura, paisajes, gastronomía, recursos naturales, biodiversidad y patrimonio geológico.

## En México

Quintana Roo, Chiapas y Yucatán serán los destinos más buscados al conjugar sol y playa con gastronomía y cultura.

## Sol y Playa

El descanso en el caribe Mexicano y Pacífico norte es el más anhelado por los mexicanos.

## Turismo cultural

Este segmento seguirá en alza en el imaginario del turista.

## Naturaleza

La sensación de libertad es la gran aspiración después del confinamiento.

## Pueblos Mágicos

Este segmento seguirá en alza en el imaginario del turista.

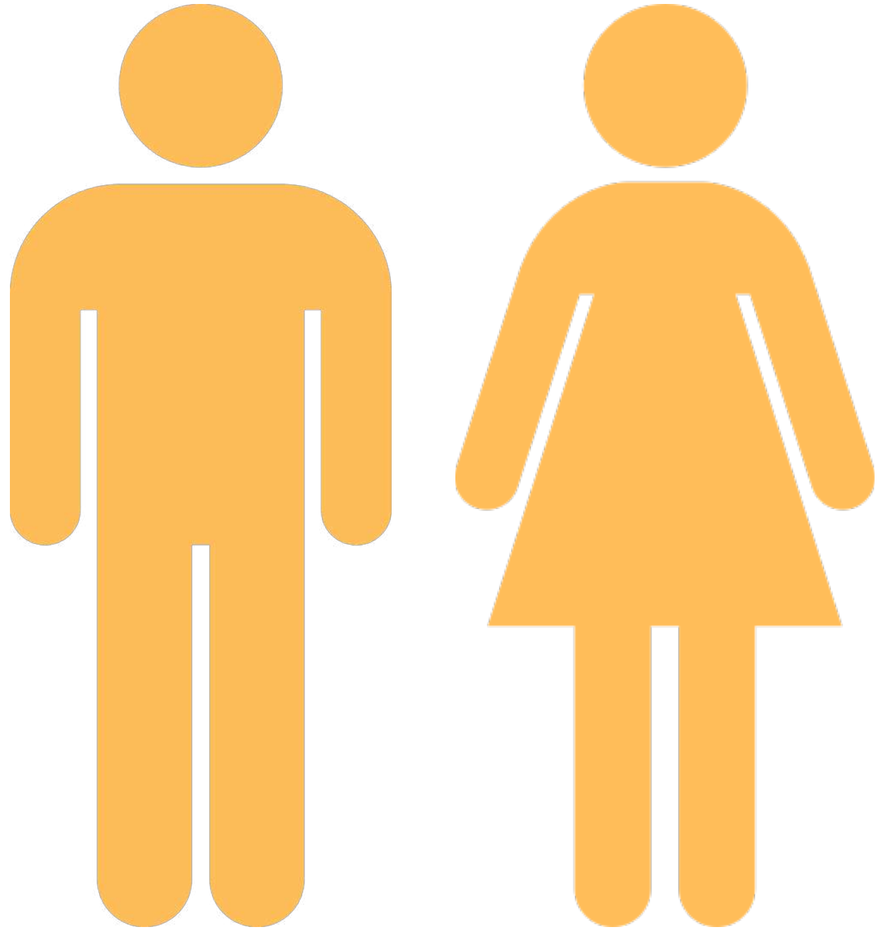
# ¿Cómo será el nuevo turista?

La seguridad se posiciona como el primer factor a la hora de decidirse por un destino u otro en esta nueva realidad turística.

El público mexicano será prudente a la hora de relacionarse con la población local, aunque seguirá manteniendo el interés por el intercambio cultural con autóctonos del destino.

Estos turistas seguirán manteniendo el interés por los destinos de descanso y placer,por los culturales y por los pueblos mágicos,para visitar estos destinos se buscarán alojamientos con altos estándares de calidad.En sol y playa internacional destaca Thailandia entre las preferencias del turista mexicano

Se producirá un incremento en el interés por buscar destinos nacionales en el Caribe Mexicano y en el extranjero se mantiene una tendencia hacia países americanos como EEUU, Canadá y Costa Rica que estarán entre los más buscados.Al otro lado del Atlántico, destaca la intención de visitar Europa.



# ¿Y CÓMO QUEDAN LOS VIAJES INTERNACIONALES?

**Vacacional**

**Negocios**

**Familia/Amistades**

**Estudios**

Los viajes internacionales motivados por negocios y vacaciones sufrirán un mayor impacto negativo. En este nuevo turismo habrá menos viajes por estos dos motivos al extranjero.

Sin embargo, las intenciones en los viajes por motivos de estudios hacia el extranjero parecen permanecer como antes del COVID-19.

Viajar para encontrarse con familiares y amistades fuera de México seguirá despertando interés entre los residentes del país.

# ¿Y CÓMO QUEDAN LOS VIAJES NACIONALES?

**Vacacional**

**Estudos**

**MICE**

Los viajes vacacionales sufrirán un menor impacto que otras modalidades de turismo a nivel nacional, sin embargo la tendencia será hacia el cambio de destino PRE COVID-19.

Al contrario que en los viajes internacionales, en el panorama nacional, el turismo generado por motivaciones de estudios se verá considerablemente perjudicado.

En México se seguirá viajando para asistir a Congresos y Eventos dentro del territorio, el turismo MICE mantendrá su capacidad para generar flujos turísticos.

# Resumen de los resultados

- Según los resultados, conocer diferentes destinos de México será la tendencia POST COVID del turista mexicano con 35% de las preferencias, seguida de algún destino de sol y playa (nacional o extranjero) con 24%. Después de México, las preferencias de viaje son a países fuera del continente Americano (23%) y el resto dentro del Continente Americanoo (18%).
- Los que manifestaron sus preferencias de viaje a partir de algún destino nacional, 20% prefiere visitar Quintana Roo, 13% Chiapas, 9% Baja Californa Sur, 9% Yucatan y 8% San Luis Potosí. Cabe mencionar que la preferencia nacional de destinos nacionales se concentran en el sureste mexicano donde se oferta el turismo de sol y playa, turismo de naturaleza (ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura), así como turismo cultural.
- Los países más buscados para la visitación futura del turista mexicano se encuentran en el Continente Americano, por ejemplo 24% desea visitar Estados Unidos de Norteamérica, 22% Canadá, 15% Perú y 12% Costa Rica. Para los países de otros continentes, la tendencia se observa muy diversa, si solo se analizan las respuestas que no expresaron un país en específico pero si alguna región del mundo se observa que 68% prefiere visitar países de Europa, 12% desea visitar países de América del Sur y países de todo el mundo, por último en el análisis regional, 9% manifiesta que desea visitar Asia.
- Ahora, si se analizan las respuestas que expresaron un país en especifico los resultados muestran que los mexicanos desean visitar 30 países distintos, entre los cuales España tiene 16% de las preferencias, Inglaterra cuenta con el 9% e Italia también con el 9%, dejando abajo países como Francia, China, Grecia, Suiza, Tailandia, Alemania y Japón.

# Resumen de los resultados

- Dentro de las preferencias nacionales destaca 36% quienes desean viajar a Cancún (Quintana Roo), 23% a Cabo San Lucas (Baja California Sur) y 11% a Playa del Carmen (Quintana Roo), la primera y la tercera se encuentra en el Caribe mexicano donde además de destacarse por el turismo de sol y playa, también se destaca por el turismo de naturaleza en sus tres modalidades. Sobre la tendencia a visitar playas en el extranjero destacan los países de Tailandia con 43% de las preferencias manifestadas, 29% Costa Rica y 14% con Las Bahamas y Estados Unidos de Norteamérica, especificamente en Hawai.
- Algunos manifestaron desear viajar a partir de motivos a diferencia de seleccionar un destino específico, al respecto los turistas mexicanos destacan que 40% desea visitar a familiares y amigos, sin importar el destino; 15% manifiesta como motivo la práctica del turismo cultural y gastronómico, seguido del 13% quienes manifiestan sentirse mtivados para viajar a algún destino donde se practique el turismo de naturaleza; finalmente, 12% manifiesta motivarse por un destino para practicar el turismo en sitios arquitectónicos e históricos entre ellos los Pueblos Mágicos de México.

# Conclusiones

- Se debe apostar por promocionar nichos concretos de turismo interno aprovechando la nueva tendencia, lo que implica inversión pública y privada.
- Con el cambio de interés por los viajes domésticos en el país, las agencias de viajes tienen la oportunidad de ofertar productos turísticos receptivos diseñados estratégicamente para este nuevo turista.
- Ofrecer al nuevo turista protocolos de actuación certificados por autoridades sanitarias para espacios cerrados lo que aumentará la sensación de seguridad y mejorará la imagen del alojamiento, restaurante, bares, salones, oficina de turismo, etc.
- En cuanto a los aspectos relacionados con la imagen, el uso de fotografías de lugares y espacios concurridos las estrategias serán diferentes y complicadas. Sin embargo, promocionar una imagen de contemplación con ambientes abiertos y sin aglomeraciones transmitirá una sensación de mayor seguridad.
- El Covid-19 no es un factor decisivo para motivar el cambio de destino del viaje. En esta elección, valorarán más otros factores como la calidad y protocolos sanitarios del alojamiento o la incertidumbre sobre la situación financiera del individuo una vez finalizada la pandemia.
- El nuevo turista indica que recabará más información antes de decidir. Por ello, es el momento de contar con el apoyo del turista en la difusión de la imagen de calidad de los alojamientos mejorando las recomendaciones de boca en boca.
- Los destinos de naturaleza podrán trazar rutas seguras para los paseos en un único sentido. Aligerando la afluencia de visitantes y regulando de este modo la capacidad de carga.
- Finalmente, se identificó que España será uno de los destinos internacionales preferidos por el turista mexicano, sin dejar atrás a Estados Unidos de Norteamérica y Canadá dentro del mismo continente.

# CONCLUSIONES

**01**

## Cancún, Cabo San Lucas y Playa del Carmen.

La preferencia del turista mexicano para viajar a estos destinos.

**02**

## Más Turismo interno.

Las respuestas muestran preocupación por el sector e indican que viajarán internamente para aumentar el consumo local y generar riqueza en el país.

**03**

## Sol y Playa, Cultura y Naturaleza.

Entre los principales atractivos turísticos que se buscarán.

**04**

## ¡Habrá turismo!

El turista indica que va a seguir viajando. Será el momento de apostar por un turismo de más calidad, responsable y regenerador.

# Turismo, la industria de la felicidad...

Si tiene alguna duda o necesita información adicional, no dude en contactar con GTES - Grupo de Pesquisa em Turismo, Economia e Sustentabilidade.
e-mail: tes.uece@gmail.com

Turismo
Economia
Sustentabilidade +

GRUPO DE PESQUISA GTES