



Nuevas Tendencias de Viaje Post Covid19

Gloria Magaly Cano de la Fuente
Directora General de Hospitalidad y Turismo de León, Guanajuato

Nuevas Tendencias de Viaje Post Covid-19

Gloria Magaly Cano de la Fuente

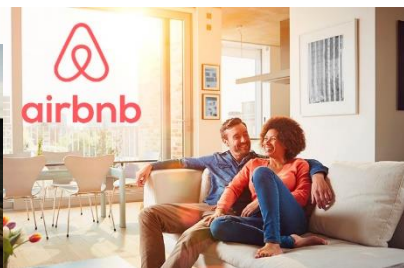
INDICADORES	2015	2019	2015 - 2019	2020	2019 vs. 2020
Cuartos ocupados	1,030,518	1,195,407	↑ 16%	496,754	↓ -58%
Llegada de turistas	1,402,870	1,714,164	↑ 22%	710,941	↓ -59%
Turistas noche	1,723,190	2,154,828	↑ 25%	852,284	↓ -60%
Ocupación (%)	50	47	↓ -6%	20	↓ -57%
Estadía promedio	1.23	1.32	↑ 7%	1.2	↓ -9%
Visitantes	6,046,101	7,396,335	↑ 22%	3,064,022	↓ -59%
Derrama (millones de pesos)	\$20,960	\$21,247	↑ 1%	\$8,572	↓ -60%
No. establecimientos	137	170	↑ 24%	166	↓ -2%
Total habitaciones	7518	9120	↑ 21%	8799	↓ -4%



*Fuente: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato 2021

De forma gradual se va **incrementando la confianza en viajar**; sin embargo, los hábitos de viaje se han modificado:

- Preferencia a viajar por carretera
- Menor estadía
- Menor gasto
- Grupo de viaje más reducido
- Hospedaje con familiares o amigos, o a través de AirBnB
- Reducción de actividades de esparcimiento



En la Industria de Reuniones se ha adoptado la **modalidad híbrida** en congresos, sin embargo aún existe una **mayor preferencia** a la modalidad presencial en exposiciones y encuentros de negocios.



Es importante mencionar que esta situación a derivado una **mayor participación de niveles directivos como compradores y expositores.**

Nuevas Tendencias de Viaje Post Covid-19

Se observa una mayor conciencia a favorecer al **consumo local**, especialmente en MiPymes; sin embargo, falta **fortalecer su infraestructura logística y digital** que los ayude a tener una mejor posición competitiva.

En cuanto al tema de **reservaciones**, por necesidad y como estrategia, se adopta la **flexibilidad en cambios sin cargos adicionales**.

Gloria Magaly Cano de la Fuente



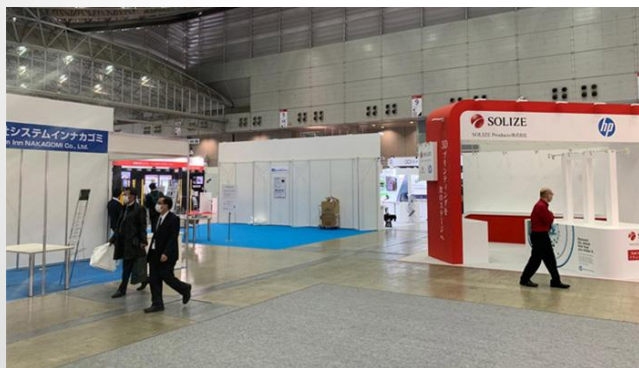
El consumo en alimentos y bebidas ha evolucionado en su concepto híbrido:

- Asistencia presencial a restaurantes (aforo limitado)
- Servicio de comida a domicilio (más plataformas)
- Entrega de alimentos en empaques individualizados en eventos
- Entrega del súper en casa por medio de plataformas
- Aumento en la preparación de sus propios alimentos (home office)



En **festivales o eventos** de larga duración (más de una semana), **se reduce el número de veces que una persona asiste** al mismo (menos de la mitad).

Aunque exista una **oferta amplia** de opciones de **entretenimiento y esparcimiento**, las condiciones (protocolos) **aún no propician la seguridad suficiente** para convivir, experimentar y divertirse libremente. Las plataformas de entretenimiento (películas) son percibidas como una **opción más segura**.



Nuevas Tendencias de Viaje Post Covid-19

En el tema de servicios de transporte a través de plataformas digitales **aún no genera la confianza necesaria** en los pasajeros para incrementar su movilidad, no por falta de protocolos o medias sanitarias en la unidad, sino **por la proximidad entre conductor y pasajero.**

En cierta medida, **esta desconfianza puede dar como resultado** a que la gente empiece a ver **opciones tradicionales** como el uso de la **bicicleta.**

Gloria Magaly Cano de la Fuente



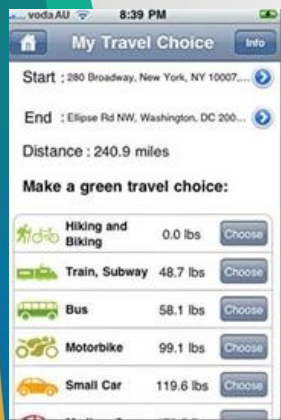
Tomado en cuenta las **percepciones previamente mencionadas**, se realizó un estudio para conocer las **tendencias en el turismo post-covid19**, y son las siguientes:

- 1.- Establecimientos como los restaurantes y recintos deberán considerar de manera indispensable contar con **espacios abiertos (terrazas)**.
- 2.- Los hoteles tendrán que voltear a los locales, ofreciendo experiencias o escapadas **“Vacaciona en tu ciudad”**.
- 3.- El sector turístico deberá atender de manera constante y actualizada los **protocolos sanitarios**.
- 4.- Crecerá el nicho de turismo **“Bleisure”**, que combine el trabajo y el esparcimiento , y las modalidades híbridas en sus actividades.



*Fuente: Radar de Tendencias 2021, Oracle

- 5.- Aumento de la **conciencia del impacto** en medio ambiente y en el bienestar, bajo un enfoque más holístico.
- 6.- Acampar **dejará de ser considerado opción de “bajo presupuesto”**.
- 7.- Como parte del Turismo Rural se **construirán hoteles efímeros**, para lograr experiencia colectiva y reducción del impacto ambiental.
- 8.- Mayor enfoque en la **naturaleza sensorial** de los viajes en los viajeros abrumados por las pantallas.
- 9.- Incorporación de las apps para **medir la huella de carbono** en el plan de viaje a realizar.



*Fuente: Radar de Tendencias 2021, Oracle

La **tendencia de la demanda turística** está experimentando nuevas formas de entender y vivir el turismo. Lo que ha generado **cambios en las tipologías de turismo y en la forma de experimentar el viaje.**

La aparición de un **nuevo turista con preferencias por destinos menos masificados** donde **el valor se centra** más en la **originalidad de la vivencia** y por el **respeto** a los aspectos **medioambiental y cultural.**

Tenemos el reto de innovar en todos los ámbitos del turismo.



“El turismo es una industria de futuro que no teme a los cambios”

**Michelle Bachelet.*



MUCHAS GRACIAS