

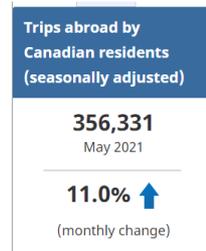
Turismo canadiense a México: Tendencias, indicadores, acciones.



¿Debemos hacer una política turística hacia un espacio geográfico específico? Canadá puede ser el mejor caso.

Características:

- Segundo origen de turistas hacia México después de EUA (gran volumen 2019 de 2.3 millones; 400,000 quebequenses).
- Por igual, segundo país al que los canadienses viajan internacionalmente después de EUA.



Trips to Canada by visitors from abroad

1,428,129
May 2022

918.0% ↑
(12-month change)

Trips abroad by Canadian residents (not seasonally adjusted)

2,860,928
May 2022

687.6% ↑
(12-month change)

Hoy: Mercado en franca recuperación:

¿Por qué es importante el 7 de septiembre de 2021 y el 20 de junio del 2022 en la apertura de fronteras?

Impacto en los viajeros canadienses.



Travel by Canadians to foreign countries, top 15 countries visited^{1, 2, 3}

Countries visited	Travel characteristics	Canada (map)
United States		Number
	Visits (x 1,000) ¹	23,009
	Nights (x 1,000) ²	233,341
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	21,195
Mexico		Number
	Visits (x 1,000) ¹	1,900
	Nights (x 1,000) ²	25,979
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	2,262
United Kingdom		Number
	Visits (x 1,000) ¹	1,125
	Nights (x 1,000) ²	13,692
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	1,353
France		Number
	Visits (x 1,000) ¹	1,019
	Nights (x 1,000) ²	12,355
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	1,334

Cuba		Number
	Visits (x 1,000) ¹	844
	Nights (x 1,000) ²	8,882
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	780
Dominican Republic		Number
	Visits (x 1,000) ¹	528
	Nights (x 1,000) ²	6,086
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	562
Italy		Number
	Visits (x 1,000) ¹	468
	Nights (x 1,000) ²	5,021
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	572
Germany		Number
	Visits (x 1,000) ¹	467
	Nights (x 1,000) ²	4,397
		Dollars
	Spending in country (x 1,000,000) ⁴	420

Travel by Canadian residents in Canada and abroad by trip purpose (x 1,000)^{1, 2, 3, 4}

	Total, all countries and regions			
	Total, all trip durations			
	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019
Main trip purpose	Number of trips	Number of trips	Number of trips	Number of trips
	Number			
Total, all trip purposes	63,513 ^A	76,926 ^A	101,551 ^A	71,273 ^A
Holiday, leisure or recreation	20,251 ^A	25,969 ^A	46,532 ^A	21,821 ^A
Visit friends or relatives	25,324 ^A	30,788 ^A	36,257 ^A	30,923 ^A
Personal conference, convention or trade show	1,114 ^B	1,515 ^B	1,702 ^C	956 ^B
Shopping, non-routine	4,072 ^A	4,525 ^B	5,050 ^B	4,960 ^B
Other personal reasons	5,171 ^A	5,686 ^B	5,817 ^B	5,343 ^B
Business conference, convention or trade show	2,078 ^B	2,785 ^B	1,720 ^B	2,016 ^B
Other business	5,503 ^B	5,658 ^B	4,474 ^B	5,254 ^B

Symbol legend:

^A data quality: excellent

^B data quality: very good

^C data quality: good

Total, all countries and regions
Total, all trip durations
Q1 2021
Number of trips
Number
27,144 ^A
9,612 ^A
8,048 ^B
167 ^D
1,752 ^B
4,341 ^B
20 ^E
3,205 ^B



Nuestra fortaleza

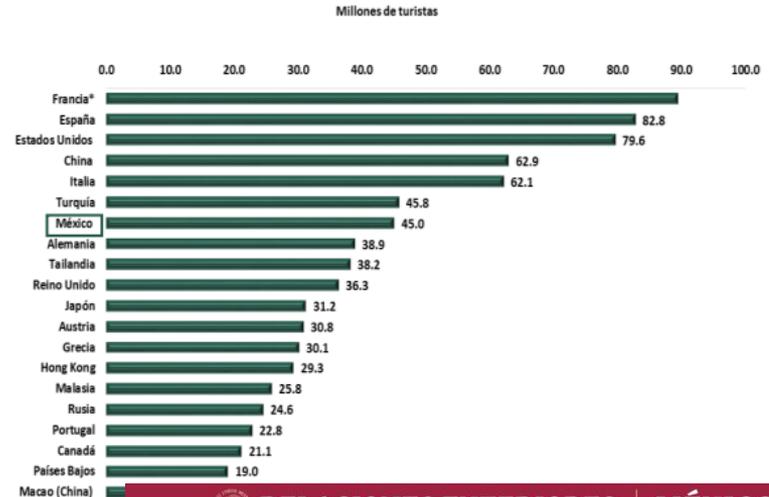


INBOUND TOURISM

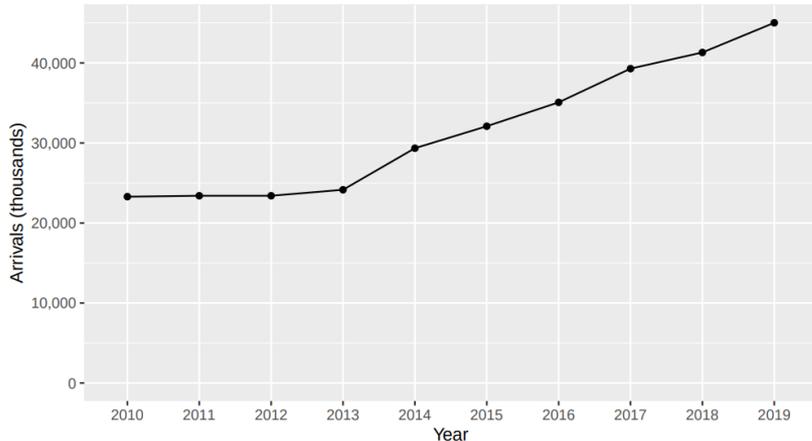
Entre el 2010 y 2019, el número de arribos internacionales creció de 24 a 45 millones de turistas anuales (+87%).

En 2019 México se posicionó en el lugar número 7 a nivel mundial por la llegada de turistas internacionales.

PRINCIPALES DESTINOS EN EL MUNDO EN FUNCIÓN DE LA LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2019



Total Arrivals
Overnight (tourists)



Arrivals by Mode of Transport
Percent



Air Land

Arrivals by Main Purpose
Percent



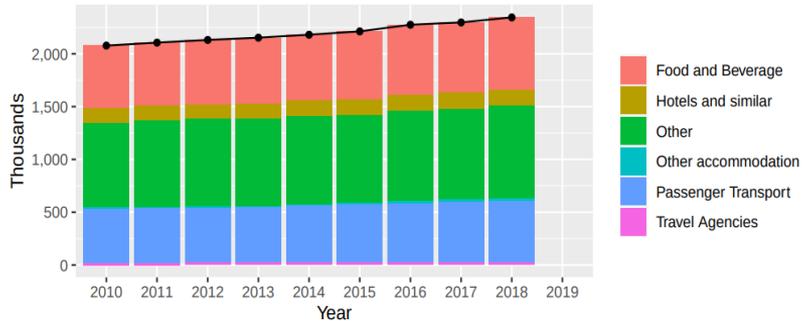
Business Other Personal Vacation

En 2019, los turistas internacionales arribaron principalmente por tierra (56%) y por razones personales (62%) o por vacaciones (33%).

En 2019 se recibió un total de 8.9 millones de pasajeros en crucero, equivalente a un incremento del 13.5% anual. También arribaron 10.5% más de cruceros en 2019, con un volumen de 2 mil 951 cruceros.

EMPLOYMENT

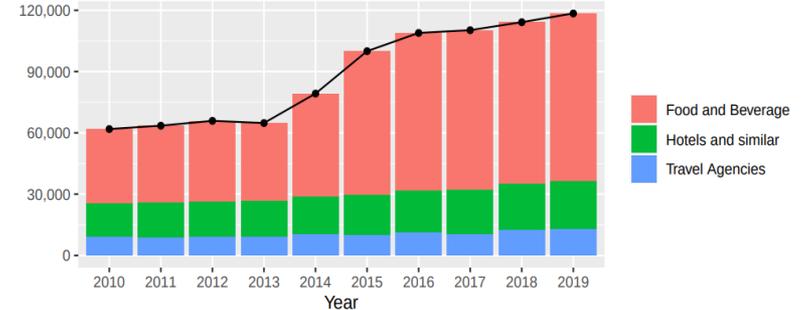
Number of employees in tourism industries
Line indicates the total reported



Al sector lo componen las industrias de alimentos y bebidas, hoteles y transporte de pasajeros.

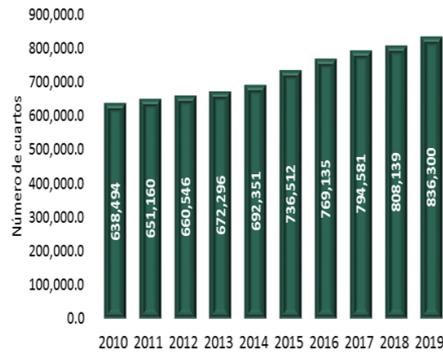
TOURISM INDUSTRIES

Total number of establishments
Line indicates the total reported



Siendo que la industria con mayor crecimiento fue la de alimentos y bebidas.

El turismo en México previo a la pandemia de SARS-COVID 19.

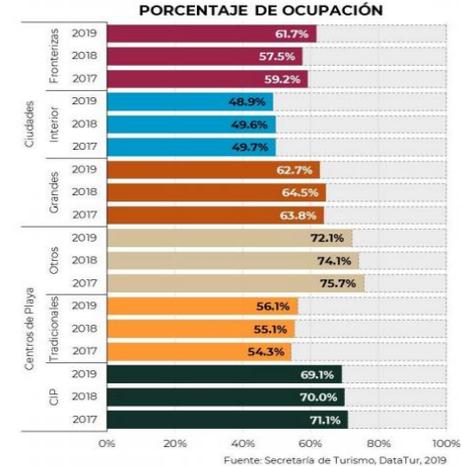


2019,
cuartos 836 mil 300,
superior en +3.5% al
registrado en 2018.

Ranking de los centro turísticos con mayor número de cuartos ocupados		
2019		
Nº	Centro Turístico	Cuartos Ocupados Total
1	Riviera Maya	12,753,297
2	Ciudad de México	12,253,120
3	Cancún	9,318,349
4	Los Cabos	5,286,018
5	Guadalajara	4,176,254
Total 5 centros		43,787,038
Resto de centros		46,431,875
Total 70 centros		90,218,913

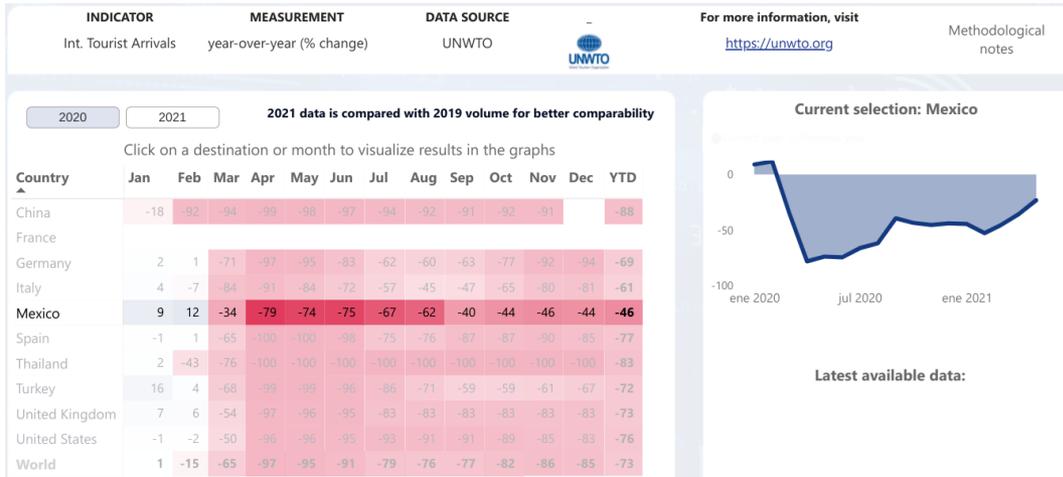
Los cuartos ocupados (Demanda) con incremento de 1.2% en 2019.

- La Riviera Maya 14.1%
- Ciudad de México 13.6%
- Cancún 10.3%.



Centros turísticos de playa agrupados como otros, 70% de ocupación en los últimos años.

El turismo en México tras a la pandemia de SARS-COVID 19.



- El efecto del cierre de fronteras tras la epidemia de COVID-19 hizo que los principales mercados emisores de turistas para México se desplomaran.
- En el caso de Canadá, la caída fue de casi un -95% entre enero-mayo de 2021 vs enero-mayo de 2020.

En promedio, México tuvo una contracción del -46% del número de llegadas de turistas entre 2019 y 2020

Canadá significaba 2.3 millones de pasajeros por vía aérea, con una derrama de 2.3 mil millones de dólares.

SCT registró que las líneas aéreas trajeron 3.67 millones de personas desde Canadá (306,000 al mes).

Cayó 50.6% en 2020 (1.81 millones) 151,000 viajeros desde Canadá al mes. 685,500 entre enero y abril.

Impacto anual 800,000 turistas canadienses menos.

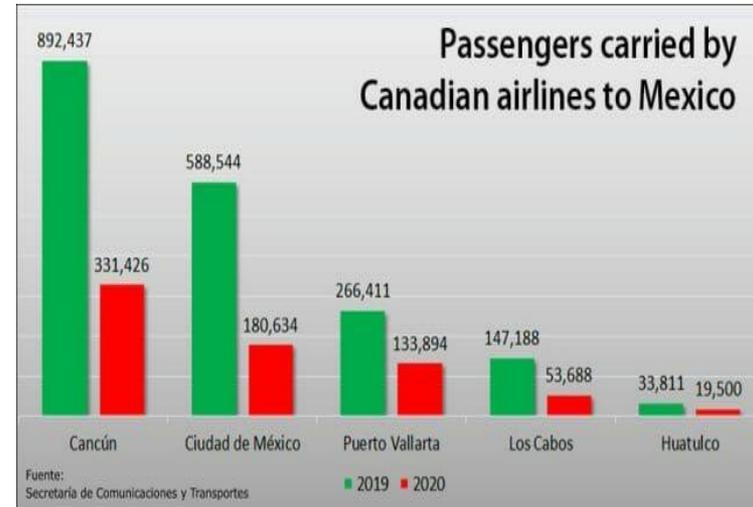
Periodos febrero-abril 2019 y 2020 seguían siendo fuertes: 1.48 millones y 1.05 millones respectivamente.

La medida canadiense se centró en los meses más importantes para México (el invierno).

Promedio de diciembre era de 537,000

- El gasto de canadienses : US \$1,330 millones (6.3% del ingreso económico por turismo)
- \$1,084 por viaje 22% más que el turista promedio.

El impacto



Recuperación general 2022

México 2° país en recuperación internacional después de República Dominicana, respecto a 2019, (reservas de vuelos procesados por Forwardkeys). Primer trimestre del 2022 confirma 5,22 millones de turistas internacionales por vía aérea (138,5% más que en 2021 y tan solo un 7% por debajo de las llegadas de 2019). Tres mercados concentraron el 74% de las llegadas (enero - marzo, 3.881.000 turistas de EUA, Canadá y Colombia) .

Crecimiento del 131,8% comparado con el primer trimestre de 2021. En estos tres mercados, para hablar de cifras prepandemia solo falta recuperar un 2,1% de turistas.

3,18 millones de llegadas de estadounidenses, un 101,2% más que en el primer trimestre del 2021 (1.583.000 turistas).

En este primer trimestre se ha superado en un 14,1% el volumen de viajeros del 2019, año en el que el acumulado de enero a marzo fue de 2,79 millones de estadounidenses



RECUPERACIÓN CANADÁ

2021, llegaron 504 mil turistas por vía aérea, se registraron 3,700 vuelos, con una oferta de 715 mil asientos.

12 mil vuelos programados entre Canadá y México para 2022, 2.3 millones de asientos, lo que significa un incremento de 233% y 219%, respectivamente, comparado con 2021.



Entradas aéreas de visitantes extranjeros por nacionalidad a junio 2022

Llegada de Visitantes Extranjeros Vía Aérea por País de Nacionalidad									
País de Nacionalidad	Enero - Junio		Participación		Var %		País de Nacionalidad	Junio	
	2021	2022 P ¹	2022	2022-2021	2021	2022 P ¹		2022	2022-2021
1 Estados Unidos	4,424,529	6,659,657	64.9%	50.5%	1 Estados Unidos	1,158,889	1,296,077	71.3%	11.8%
2 Canadá	55,694	859,580	8.4%	1443.4%	2 Colombia	35,924	82,780	4.6%	130.4%
3 Colombia	141,307	412,542	4.0%	191.9%	3 Canadá	9,264	71,039	3.9%	666.8%
4 Reino Unido	31,363	265,067	2.6%	745.2%	4 Reino Unido	7,542	48,912	2.7%	548.5%
5 Argentina	50,251	159,936	1.6%	218.3%	5 España	16,129	29,096	1.6%	80.4%
6 Brasil	124,620	152,888	1.5%	22.7%	6 Brasil	27,768	28,424	1.6%	2.4%
7 España	63,619	151,976	1.5%	138.9%	7 Argentina	5,228	25,729	1.4%	392.1%
8 Francia	45,286	149,449	1.5%	230.0%	8 Perú	9,862	25,140	1.4%	154.9%
9 Perú	43,733	131,003	1.3%	199.6%	9 Alemania	7,715	11,672	0.8%	89.5%
10 Alemania	39,792	107,358	1.1%	195.0%	10 Chile				
11 Chile	32,029	92,212	0.9%	187.9%	11 Francia				
12 Costa Rica	37,731	74,953	0.7%	98.7%	12 Costa Rica				
13 Cuba	22,860	56,279	0.5%	145.2%	13 Cuba				
14 Países Bajos (Holanda)	11,541	51,005	0.5%	341.3%	14 Guatemala				
15 Venezuela	71,743	50,867	0.5%	-29.1%	15 Italia				
16 Guatemala	21,541	48,363	0.5%	124.5%	16 India				
17 Italia	21,878	47,779	0.5%	118.4%	17 China				
18 Rusia	19,649	47,290	0.5%	140.7%	18 Países Bajos (Holan)				
19 India	17,352	47,245	0.5%	172.3%	19 Portugal				
20 Ucrania	13,366	40,235	0.4%	201.0%	20 El Salvador				
21 Polonia	25,952	36,455	0.4%	40.5%	21 Venezuela				
22 China	9,771	31,719	0.3%	219.1%	22 Corea, Rep. (Sur)				
23 El Salvador	10,300	29,359	0.3%	185.0%	23 Ecuador				
24 Suiza	15,618	26,127	0.3%	87.3%	24 Panamá				
25 Portugal	7,387	25,775	0.3%	248.9%	25 Rusia	7,679	3,759	0.2%	-51.0%
Otros v No especificados	251,331	501,415	4.9%	98.5%	Otros v No especificados	43,183	72,882	4.0%	68.8%

País de Nacionalidad	Enero - Junio		Participación		Var %
	2021	2022 P ¹	2022	2022-2021	
1 Estados Unidos	4,424,529	6,659,657	64.9%	50.5%	1
2 Canadá	55,694	859,580	8.4%	1443.4%	2
3 Colombia	141,307	412,542	4.0%	191.9%	3
4 Reino Unido	31,363	265,067	2.6%	745.2%	4



Canadienses en México: 510,811 en el primer trimestre del año. Incremento respecto al 2021 de 1,445,7%, pero Canadá fue severo en sus restricciones y abrió fronteras en octubre 2021 (nuevas limitaciones pocos meses después por ómicron). Todavía queda por recuperar el 51,3% de los turistas 2019.

Algunos proyectos

- Programa Operación Toca Puertas
- Seminario “Así es México”,
- Programa “Reencuentro con Mis Raíces”.
- Valoración de proyecto Islas Marías,, Proyecto Tren Maya, Pueblos Mágicos.
- Proyectos emblema.
- La carrera del Pescado de Moctezuma, forma innovadora de promocionar los 235 destinos turísticos de México, de los cuales 132 son Pueblos Mágicos.
- Convención anual de la OCPM en Quebec City Septiembre 6-9.
- 43 Congreso Mundial de la Viña y el Vino a realizarse en Ensenada del 21 de octubre al 3 de noviembre de 2022.

¿Por qué Canadá es especial?

Balance=Teoría *Flow: The Psychology of Optimal Experience* de Mihály Csíkszentmihályi (Dr. M).
On Grand Strategy de John Lewis Gaddis

“Atractivo del atrevimiento personal y el logro ante lo desconocido con una base en lo conocido”.

Sofisticación en la demanda Canadá:

- Cultura / aventura en lo desconocido + Sol y playa
- Diferenciación + apego.
- Atrevimiento + seguridad.
- Extensión de experiencia + obligación de viaje
- LGBT como espacio único + seguridad.
- Retiro motivado + condiciones garantizadas.



- Caso ejemplar 1.- Turismo médico: un gran reto.
- Caso ejemplar 2.- Valoración por edad:

Mayores	Joven
lo conocido	lo desconocido
usar una agencia o un turoperador	vinculados a redes sociales (el estereotipo del milennial "a place that plays well on social media").
+ 45 años: llegar a un lugar "turístico" 64%, un museo 43%.	
+ 65 años: más afines a una guía/libro o a un guía turístico	18 a 34 años- lugar más cercano y por menos tiempo.
+ 65 años- destinos más lejanos y por más tiempo; afines a viajes de enero a marzo 34%	65 años- viajes entre julio y septiembre (escuelas) 25%.
No hay preferencias en torno al uso de auto.	

- Caso ejemplar 3.- Alimentación sofisticada: valoración del contenido social y orgánico

Canadians by Development Counsellors International (DCI)

El canadiense = pasaporte válido 67%. El estadounidense solo 46%.

El canadiense = valoración de la vinculación internacional.

- 1 de cada 4 canadienses no nació en Canadá.
- Vida en un extremo continental / amplia de orígenes culturales.

No afín a “confusión” con estadounidense. Distancia frente a las mismas campañas

- Rechazo a estereotipos : “snowbird / spring-braker”: a nivel encuesta:
39% viaje en los primeros meses / 37% últimos seis meses del año.
- Ante una oportunidad de descanso, se prioriza el viajar, más que los estadounidenses.

Valora concepto “whole value family time and family vacations” más entre grupos con poder adquisitivo
27% más afines a un viaje familiar en su más reciente vacación internacional que otras nacionalidades.



Preferencia reportadas

Afluentes (+ US \$200,000) Playa o vacación con tema romántico, conocer una ciudad, crucero y/o extender un viaje de negocios. Gastan 38% más en promedio que los siguientes deciles de ingreso económico. Lugares históricos, museos, experiencias culinarias, tables du chef, catas de vinos, golf, VIP en festivales, eventos especiales en sus vacaciones (productos como ruta del tequila, ruta del vino y Fórmula 1 / Día de muertos).

Importancia en elevar **capacidades de oferta** a turistas afluentes (productos sofisticados).

Turismo temático. Gusto por el mensaje individualizado. La especialización de sus proveedores.

¿Cómo adquieren sus paquetes los afluentes?

Directo de un proveedor (internet de alta calidad) / agencia online / agencia física. Valor del *voice to voice*.

Menos afluentes: Viajes julio a septiembre: las vacaciones con hijos

Milenials :

- Festivales y eventos especiales: 35%
- Vértigo 16%
- Vela o yates 13%

Más acostumbrados al viaje solo.



Determinante geográfico:

Manitoba y Saskatchewan = viajeros preponderantes de enero a marzo.

Ontario = 51% valor la accesibilidad a grandes destinos por auto.

EUA abarca ese mercado (New York, Boston, Chicago). Seattle, Pittsburgh y Portland han aumentado prestigio.

Quebec “escapadas románticas” 24%, viajes multigeneracionales 10.5%.

Europa Occidental como un requisito indispensable. Presencia de Florida.

El sentido de la planeación:

Mercadeo de 6 a 12 meses antes.

Más antelación conforme el viaje sea más lejano.

**Deportes: tennis y golf (ahora el futbol)
(factor Hockey).**



Canadá era un mercado en crecimiento y debe seguir siéndolo post-pandemia.

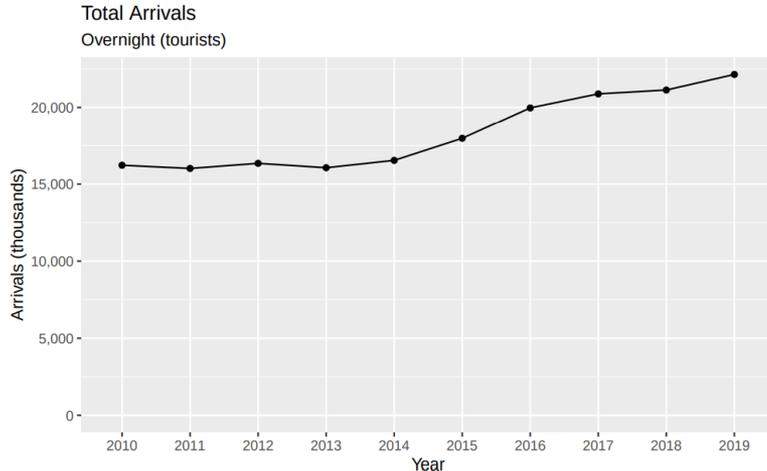
Ejemplo Transat.





INBOUND TOURISM

- Canadá ha tenido anualmente un incremento del turismo internacional, pasando de 16 a 25 millones de visitantes entre el 2010 y el 2019.
- El 44% de estos viene de vacaciones, 38% por temas personales y 17% de viaje de negocios.
- El 49% viajan por aire y el 45% por fronteras terrestres.



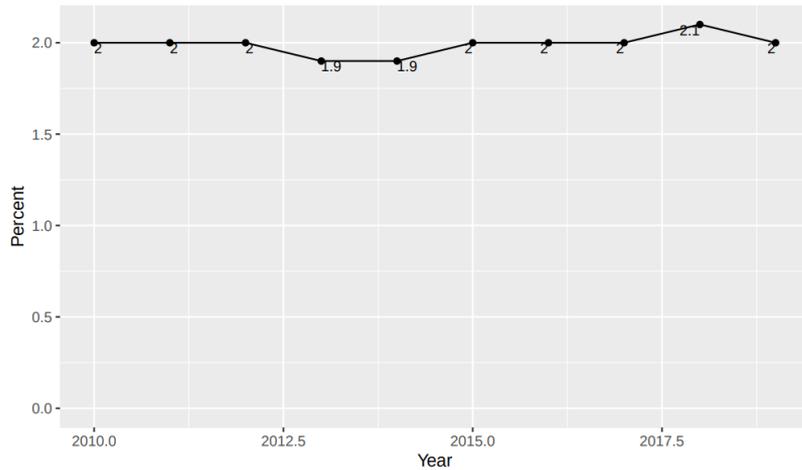
Arrivals by Mode of Transport
Percent



Arrivals by Main Purpose
Percent

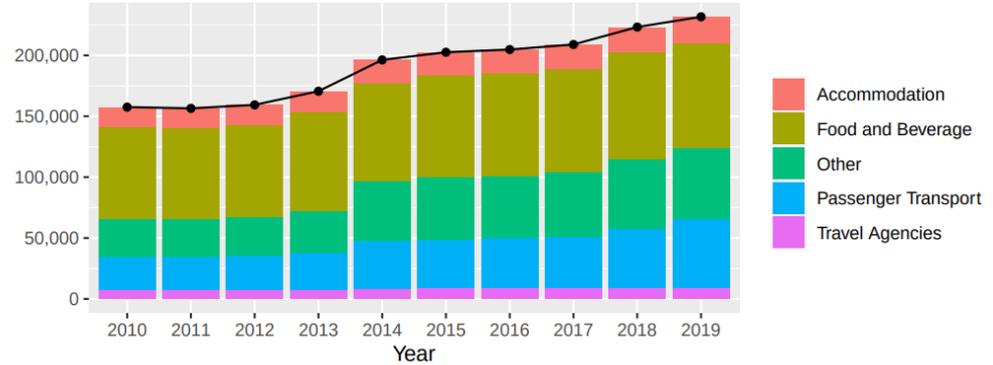


Tourism Direct GDP *
As percent of total GDP



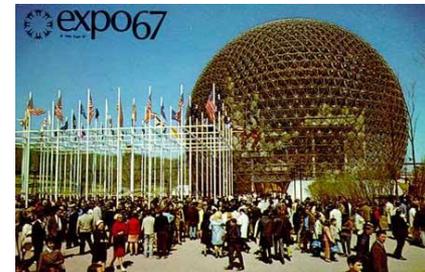
TOURISM INDUSTRIES

Total number of establishments
Line indicates the total reported



- El sector de turismo representa el 2% del PIB total canadiense e incluye principalmente industrias de alimentos y bebidas, transporte de pasajeros y en menor medida hoteles y agencias de viajes.
- El total de establecimientos ligados al sector asciende a más de 225 mil.
- Casi 2 millones de empleos están ligados a este sector.

- Canadá ha construido una marca país poderosa, ubicándose constantemente entre los mejores destinos del mundo, con la más alta calidad de vida y encabezando las listas de bienestar e inclusión.
- Canadá tiene una reputación como un país acogedor, una reputación que se fortaleció con los eventos más importantes del mundo: la Expo 1967 y los Juegos Olímpicos de 1976 en Montreal, los Juegos Olímpicos de Invierno de Calgary en 1988, Vancouver Expo en 1986 y los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Invierno en 2010.
- Esa ola en el turismo aumentaba con las visitas internacionales alcanzando un nuevo nivel con el 150 aniversario de la Confederación en 2017, solo para ser superado nuevamente en 2018 con más de 21 millones de llegadas internacionales.



- Los mercados de origen del turismo a Canadá se han diversificado: mientras que Canadá vio el 81% de sus turistas internacionales viniendo de los Estados Unidos en 2002, esto ha caído al 70% en 2019.
- Turistas de Europa y Asia representan ahora más del 25% de las llegadas a Canadá, mientras que más del 50% del turismo internacional total el gasto en Canadá ahora proviene de países más allá de los EUA.
- En el caso de México, en 2018 Canadá recibió 400 mil visitantes mexicanos en sus destinos turísticos.
- En 2019 Canadá recibió en julio un máximo de 74 mil turistas mexicanos, pero en julio de 2020 este número cayó a escasos 4 mil.

TOP 5 SOURCES OF TOURISM TO CANADA

COUNTRY	TOTAL ARRIVALS TO CANADA IN 2022, MILLIONS
US	14.4
UK	0.8 + 0.3 = 1.1
China	0.8 + 0.3 = 1.0
France	0.6 + 0.1 = 0.7
Germany	0.6 + 0.1 = 0.5

■ 2017 ■ Increase to reach Fair Share in 2022

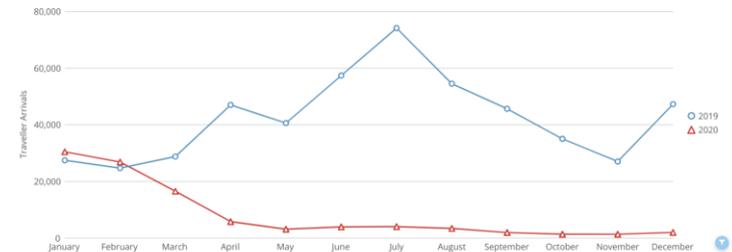
Select Arrival Year(s)

2017 2020
 2018 2021
 2019

Select Market(s)

Australia Germany South Korea United States
 China India Mexico Rest of World
 France Japan United Kingdom

Total Traveller Arrivals from International Markets



Source: Statistics Canada - Frontier Counts

Note: Traveller arrivals include same day as well as overnight arrivals

Usage Tip:

To see the exact arrivals numbers, hover over the chart.



Mayo 2021 – Mayo 2022

- Número de llegadas internacionales a Canadá en aumento, por debajo de 2019.
- 12 veces más viajes a Canadá (315,400 viajeros). Aun menos de la mitad (46,8 %) de 2019.
- Residentes de EE. UU. 10 veces más viajes a Canadá (1,1 millones de visitantes). (52,1 %) 2019.
- Canadienses realizaron 8 veces más viajes a casa (60,7 %) del nivel previo a la pandemia.
- Prevalece la aplicación ArriveCAN, 72 horas antes de llegar a Canadá (medida criticada).
- Requisito de estar completamente vacunado para abordar transporte federal sigue.
- 692 600 visitantes en mayo en automóvil, con el 43,7 % (302 600) retornos mismo día.
- Canadienses: 2,2 millones de viajes a los EUA. Más de la mitad (58,5 %) viajes mismo día.

Canadienses reanudan viajes al exterior. 652.400 residentes que regresaron de visitar el extranjero, (51.400 regresos más = 67,2 % del nivel previo a la pandemia, la recuperación mensual más alta hasta la fecha.

- Las fuertes llegadas desde México hasta 2018 indican una tendencia positiva continúa después del progreso inicial luego de los cambios en los requisitos de visa a fines de 2016.
- Las fuertes llegadas aéreas directas fueron respaldadas por una expansión del 35% de la capacidad aérea entre la Ciudad de México y Canadá en 2018, el mayor aumento en la capacidad aérea a Canadá de todos los mercados internacionales.
- El viaje promedio que gastan los turistas mexicanos es de poco menos de \$ 1,600 CAD por viaje, con una duración promedio de viaje de 16 noches.
- Un poco más de la mitad (55%) de los mexicanos en su viaje más reciente a Canadá reservó un paquete de viaje grupal organizado a través de un agente de viajes u operador turístico, principalmente en línea.



- Las actividades que los viajeros mexicanos están más interesados en experimentar incluyen probar comidas y bebidas locales, ver parques naturales y atracciones naturales, la aurora boreal.

Muchas gracias

Emb. Alejandro Estivill
Cónsul General de México en Montreal
2022

aestivill@sre.gob.mx

twitter @aestivill

