

Estudio de medición de la percepción del impacto del Huracán Wilma



Agenda

- **Objetivos y metodología**
- **Percepción de las estrategias de rescate y manejo de la crisis por parte del Gobierno de México**
- **Impacto del Huracán Wilma en los negocios de turismo**
- **Percepción del avance de reconstrucción del Caribe Mexicano**
- **Percepción del resultado del proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano**
- **Resultados y Conclusiones**
- **Recomendaciones**

Objetivos

El origen del proyecto surge del interés del CEC-ITAM de hacer investigación pura y aplicada en el sector turismo. Nos interesaba saber:

- **El impacto que tienen las acciones de comunicación en la imagen de México como destino turístico.**
- **El impacto que un correcto manejo de crisis tiene sobre la recuperación de un destino turístico después de un desastre natural.**

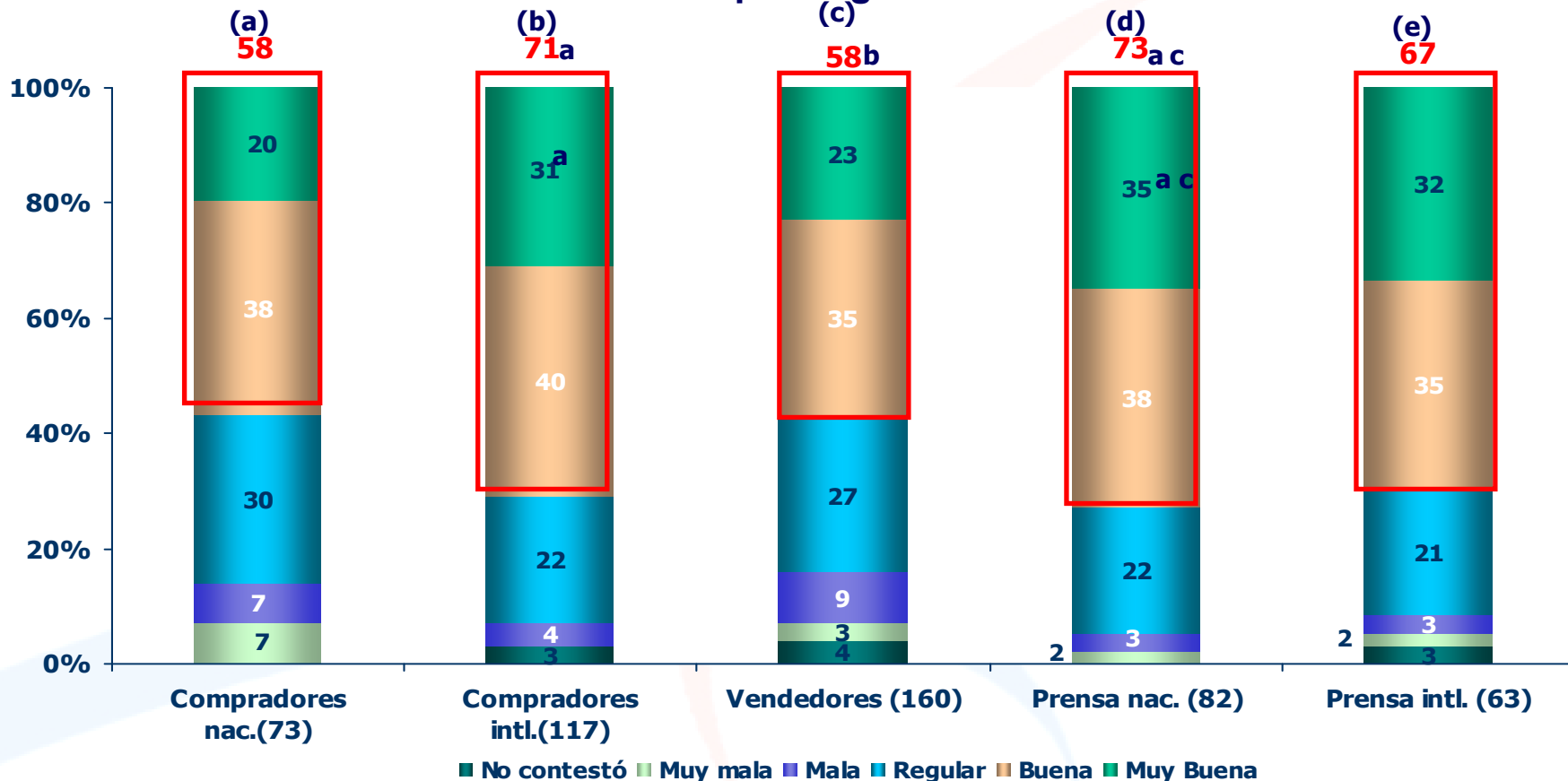
Metodología

- **Hubo un acercamiento al CPTM en diciembre de 2005 para analizar la factibilidad del estudio.**
- **Se revisó la literatura relativa a manejo de crisis, así como las experiencias de varios destinos turísticos internacionales.**
- **Las preguntas respondieron a los objetivos de las campañas mediáticas coordinadas por el CPTM:**
 - **Difundir el impacto en infraestructura y flujo del turismo.**
 - **Resultados de los esfuerzos de recuperación y mejora**
 - **Percepción de mejora en las condiciones del Caribe Mexicano después de la reconstrucción.**
- **Se realizaron 496 entrevistas en el Tianguis Turístico 2006.**

Percepción de las estrategias de rescate y manejo de la crisis

Top two boxes

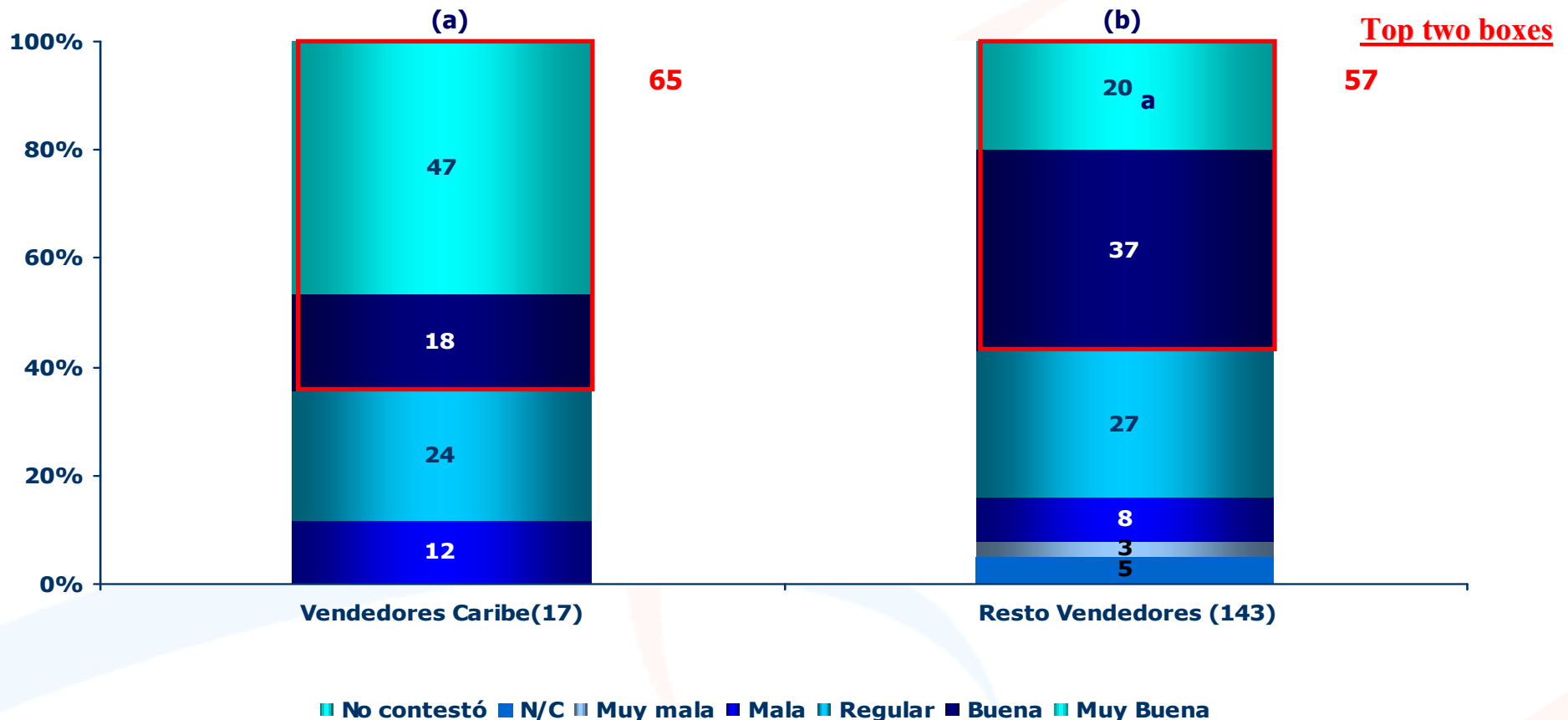
¿Cómo evalúa las estrategias de rescate y manejo de la crisis de los huracanes llevadas a cabo por el gobierno de México?



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b/c/d/e) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción de las estrategias de rescate y manejo de la crisis Vendedores del Caribe Mexicano vs. Resto Vendedores

¿Cómo evalúa las estrategias de rescate y manejo de la crisis de los huracanes llevadas a cabo por el gobierno de México?



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

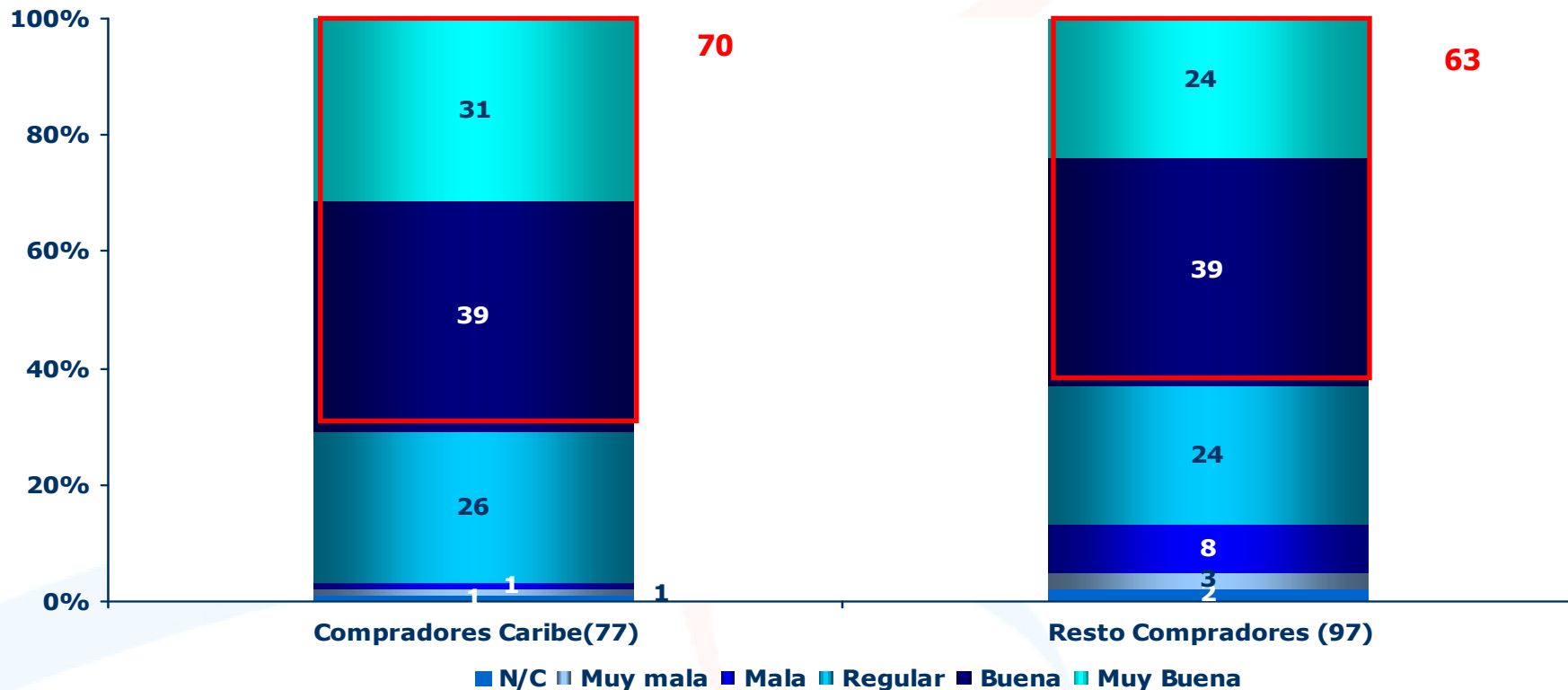
Percepción de las estrategias de rescate y manejo de la crisis Compradores del Caribe Mexicano vs. Resto Compradores

¿Cómo evalúa las estrategias de rescate y manejo de la crisis de los huracanes llevadas a cabo por el gobierno de México?

(a)

(b)

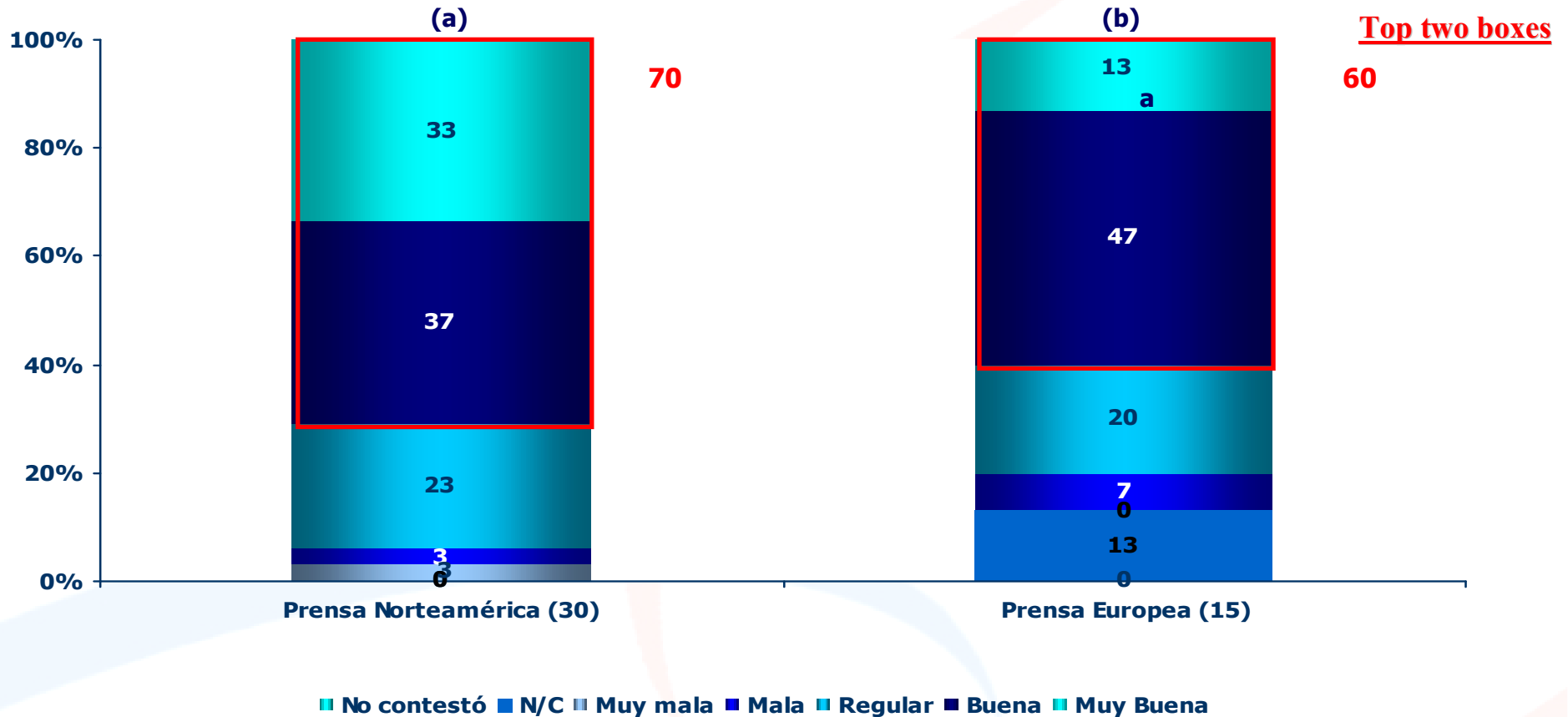
Top two boxes



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción de las estrategias de rescate y manejo de la crisis Prensa de Norteamérica vs. Prensa Europea

¿Cómo evalúa las estrategias de rescate y manejo de la crisis de los huracanes llevadas a cabo por el gobierno de México?

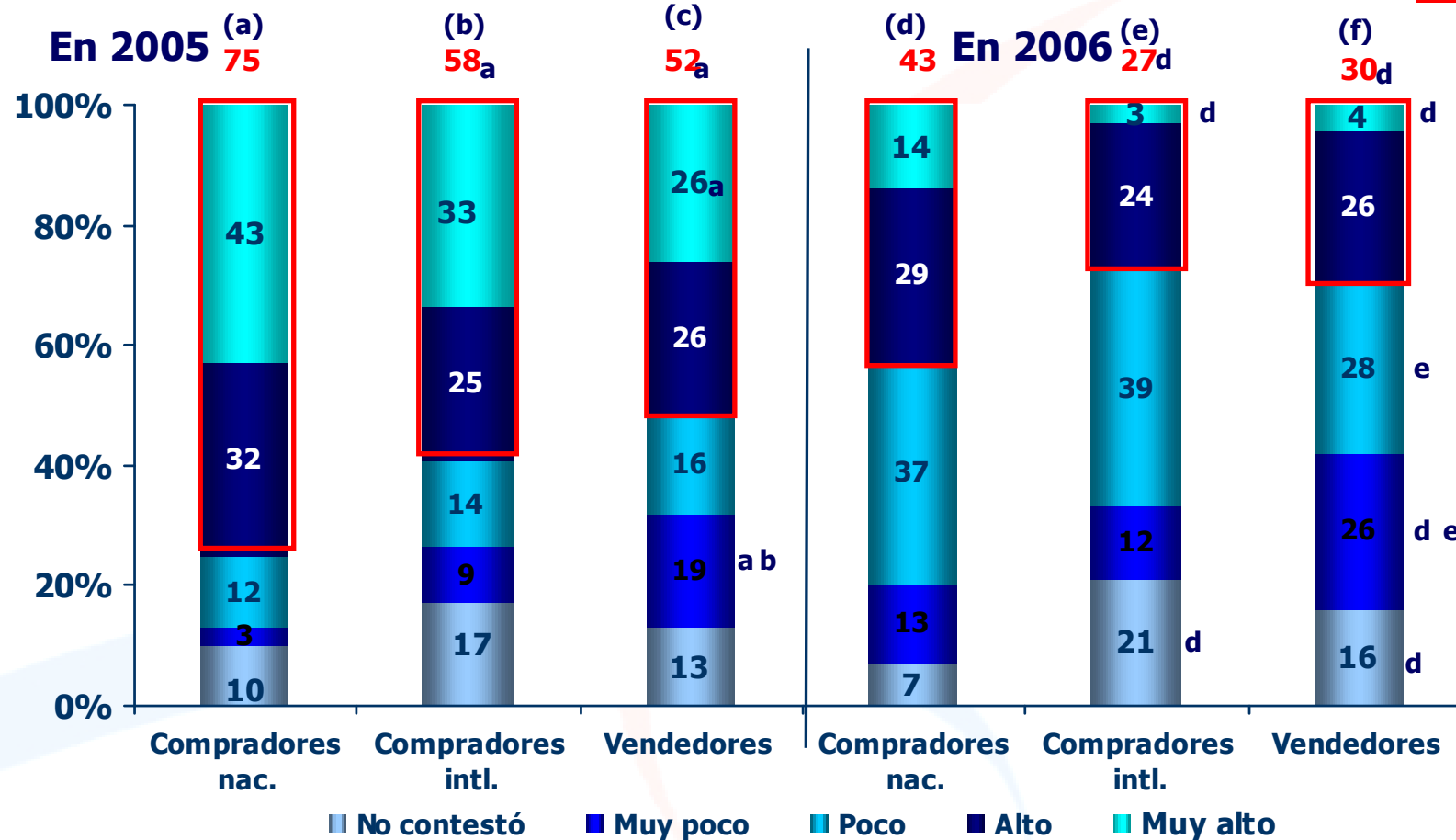


Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Impacto del huracán Wilma en los negocios

Para su negocio en los últimos meses del 2005 ¿cuál fue el impacto de los huracanes ocurridos el año pasado?

Top two boxes

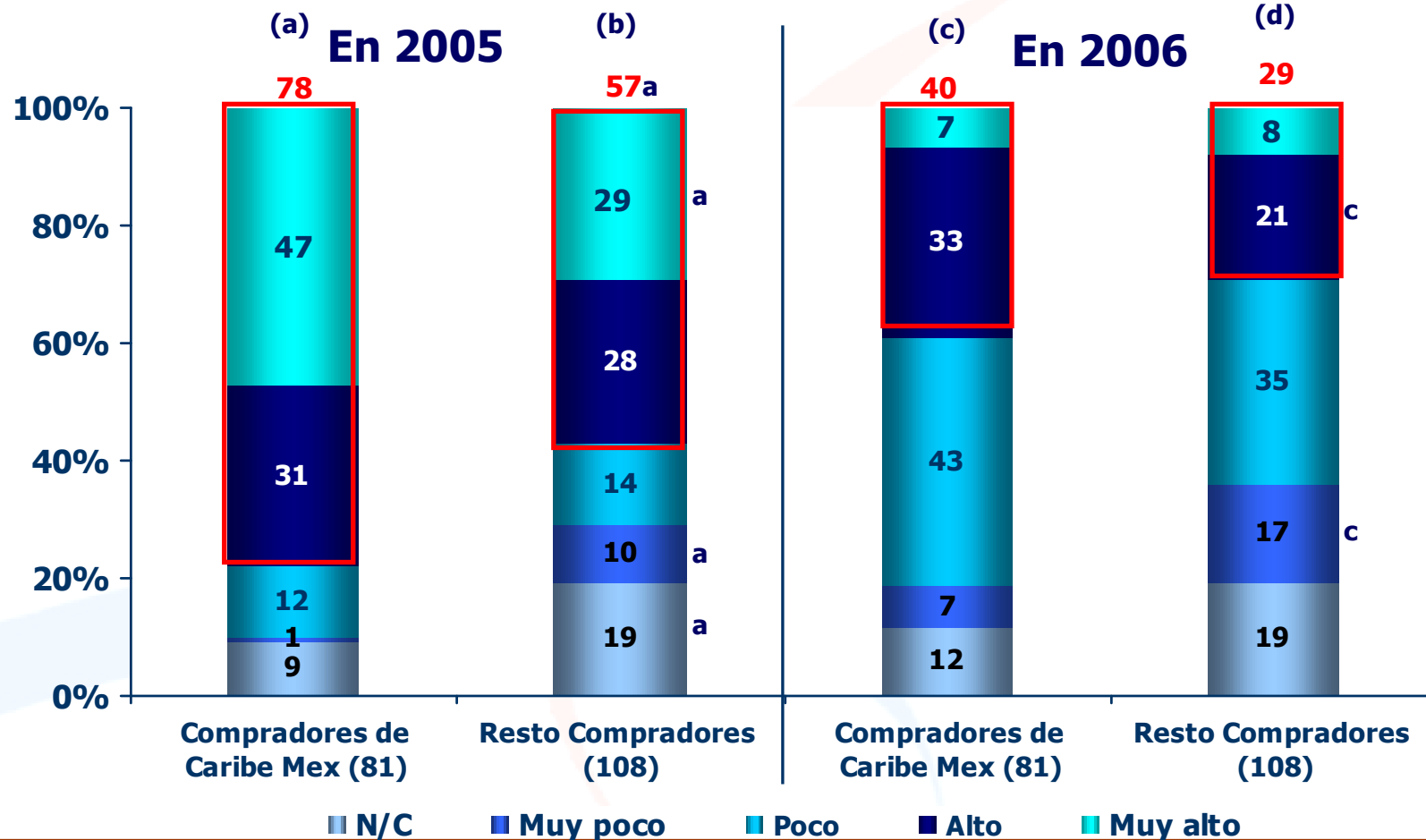


Base: Compradores nacionales (73), compradores internacionales (117), vendedores (160)

Impacto del huracán Wilma en los negocios Compradores del Caribe Mexicano vs. Resto Compradores

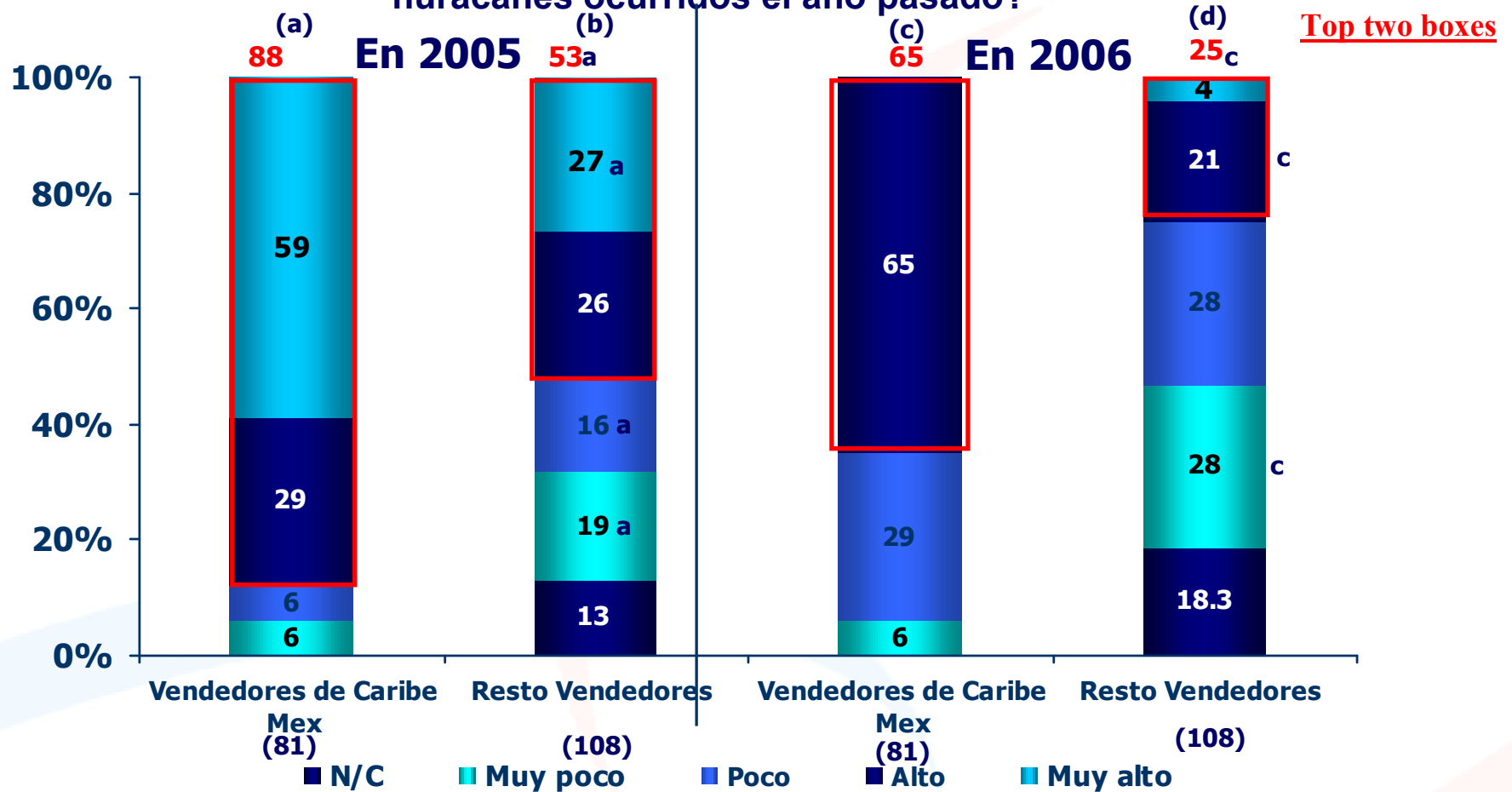
Para su negocio en los últimos meses del 2005 ¿cuál fue el impacto de los huracanes ocurridos el año pasado?

Top two boxes



Impacto del huracán Wilma en los negocios Vendedores del Caribe Mexicano vs. Resto Vendedores

Para su negocio en los últimos meses del 2005 ¿cuál fue el impacto de los huracanes ocurridos el año pasado?



Base: Compradores nacionales (73), compradores internacionales (117), vendedores (160)

Destinos que sustituyeron al Caribe Mexicano

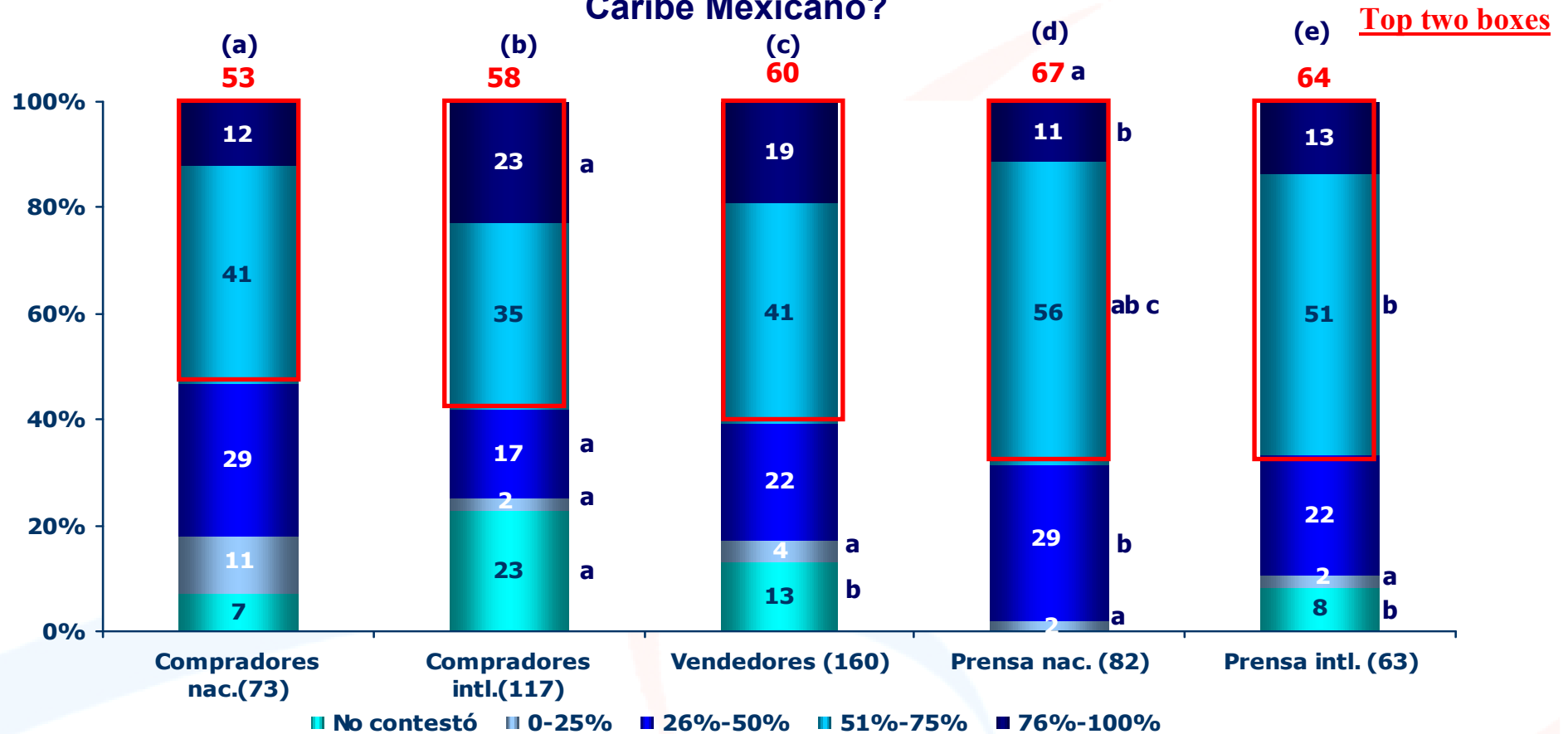
En los meses que no operó el Caribe Mexicano en 2005 ¿con qué destinos lo sustituyó y en qué porcentaje?

	Compradores		Vendedores
	Nacionales	Internacionales	
	Destino	Destino	Destino
1°	Puerto Vallarta (34%)	Puerto Vallarta (35%)	Puerto Vallarta (32%)
2°	Acapulco (26%)	Los Cabos (25%)	Acapulco (28%)
3°	Los Cabos (22%)	Acapulco (24%)	Los Cabos (16%)
4°	Ixtapa Zihuatanejo (10%)	Ixtapa Zihuatanejo (8%)	Ixtapa Zihuatanejo (15%)
5°	Huatulco (8%)	Mazatlán (8%)	Huatulco (9%)
Total	100%	100%	100%

Base: Total de vendedores 2006(70) Total de compradores 2006 internacionales(53) nacionales(49)

Percepción del avance de la reconstrucción

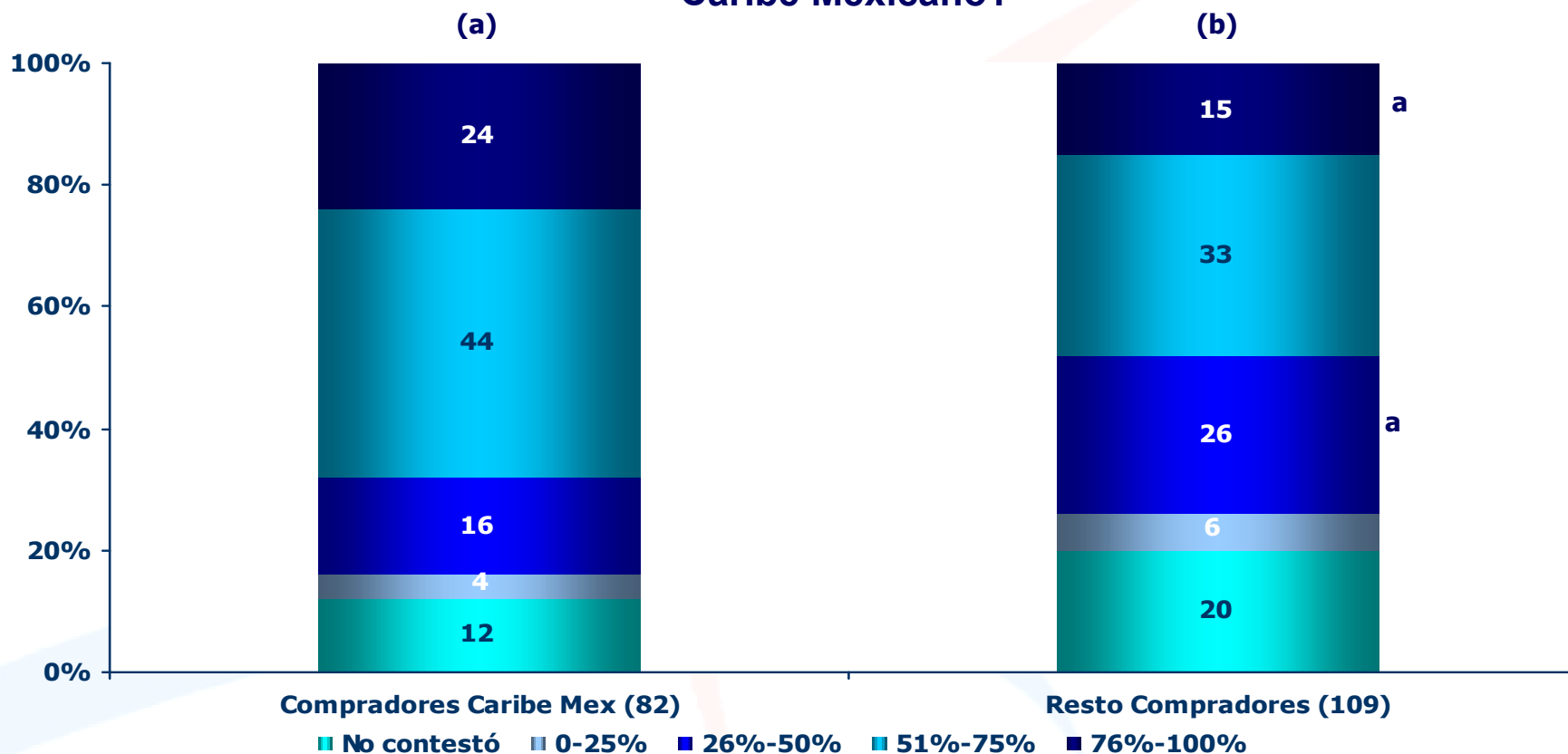
En su opinión, ¿en qué porcentaje está avanzado el proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano?



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b/c/d/e) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

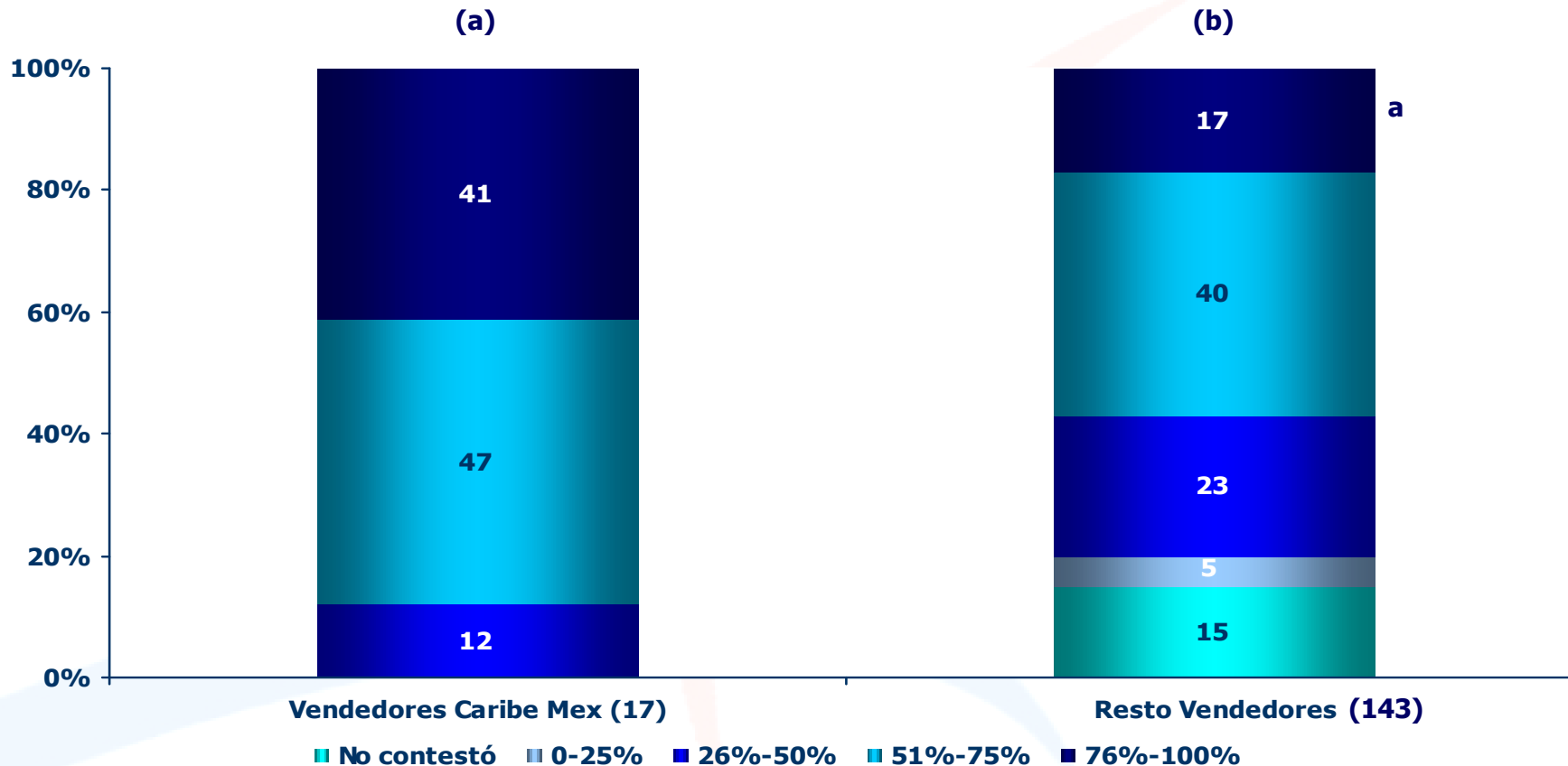
Percepción del avance de la reconstrucción Compradores del Caribe Mexicano vs. Resto Compradores

En su opinión, ¿en qué porcentaje está avanzado el proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano?



Percepción del avance de la reconstrucción Vendedores del Caribe Mexicano vs. Resto Vendedores

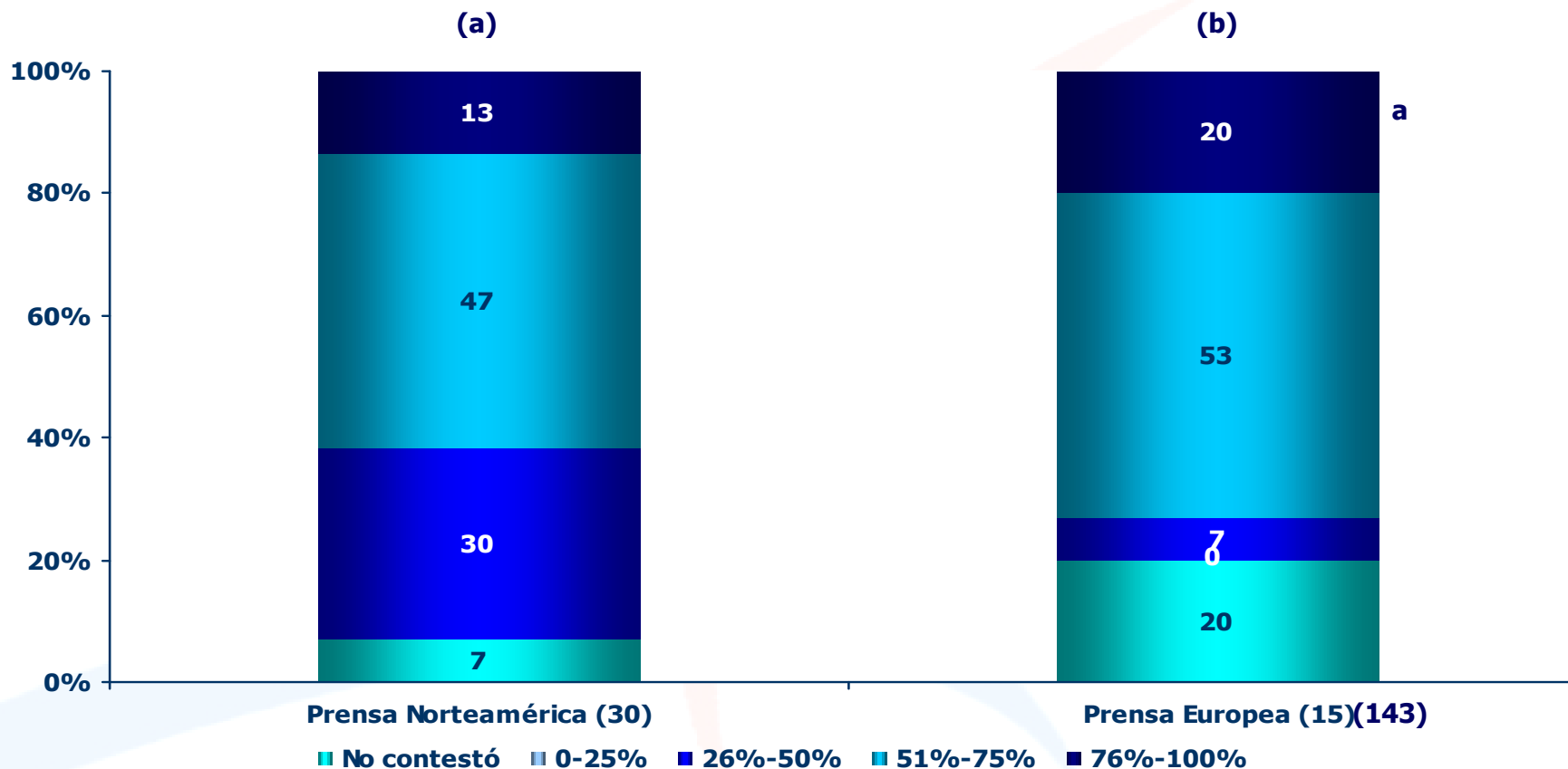
En su opinión, ¿en qué porcentaje está avanzado el proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano?



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción del avance de la reconstrucción Prensa de Norteamérica vs. Prensa Europea

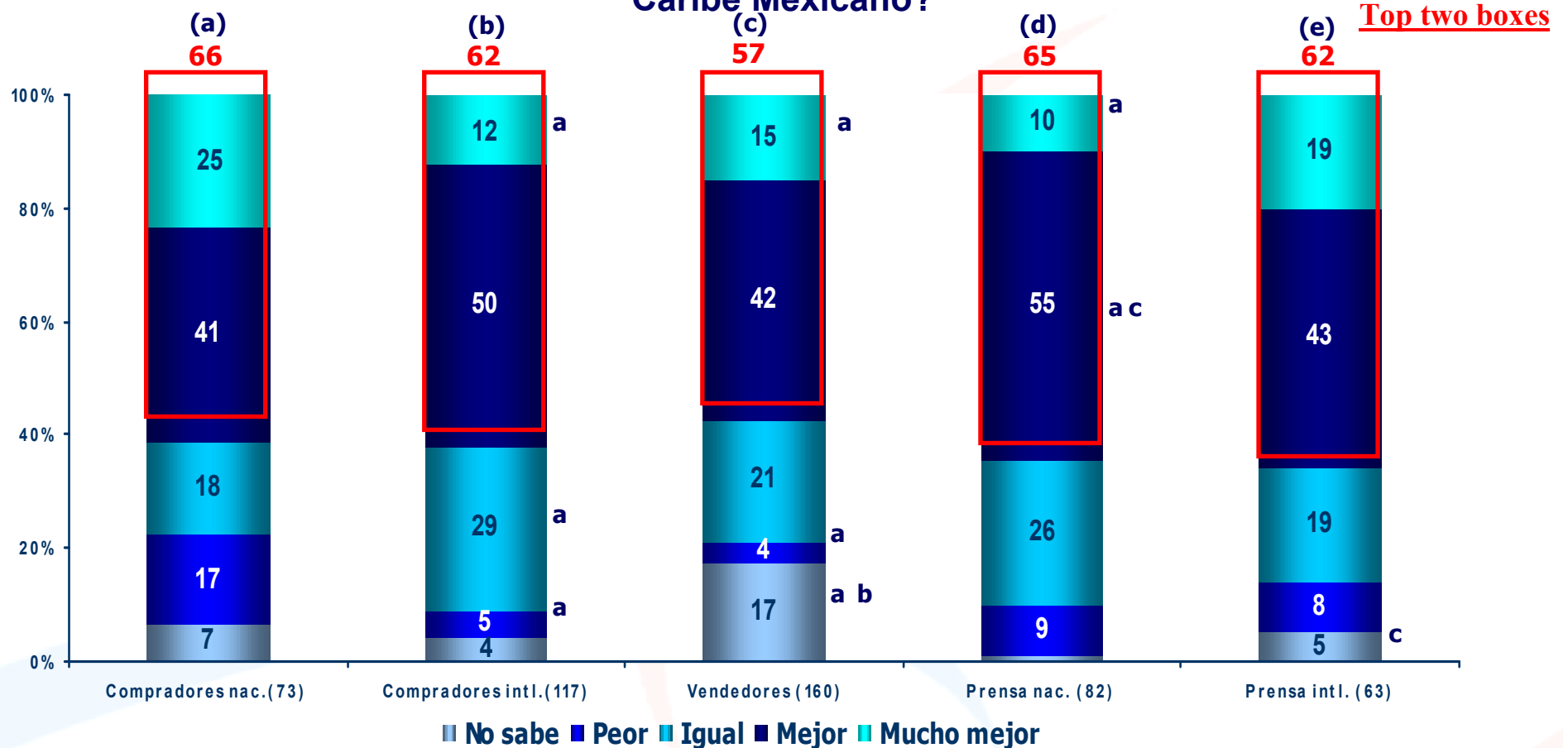
En su opinión, ¿en qué porcentaje está avanzado el proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano?



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción del resultado del proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano

En su opinión, ¿en qué porcentaje está avanzado el proceso de reconstrucción del Caribe Mexicano?

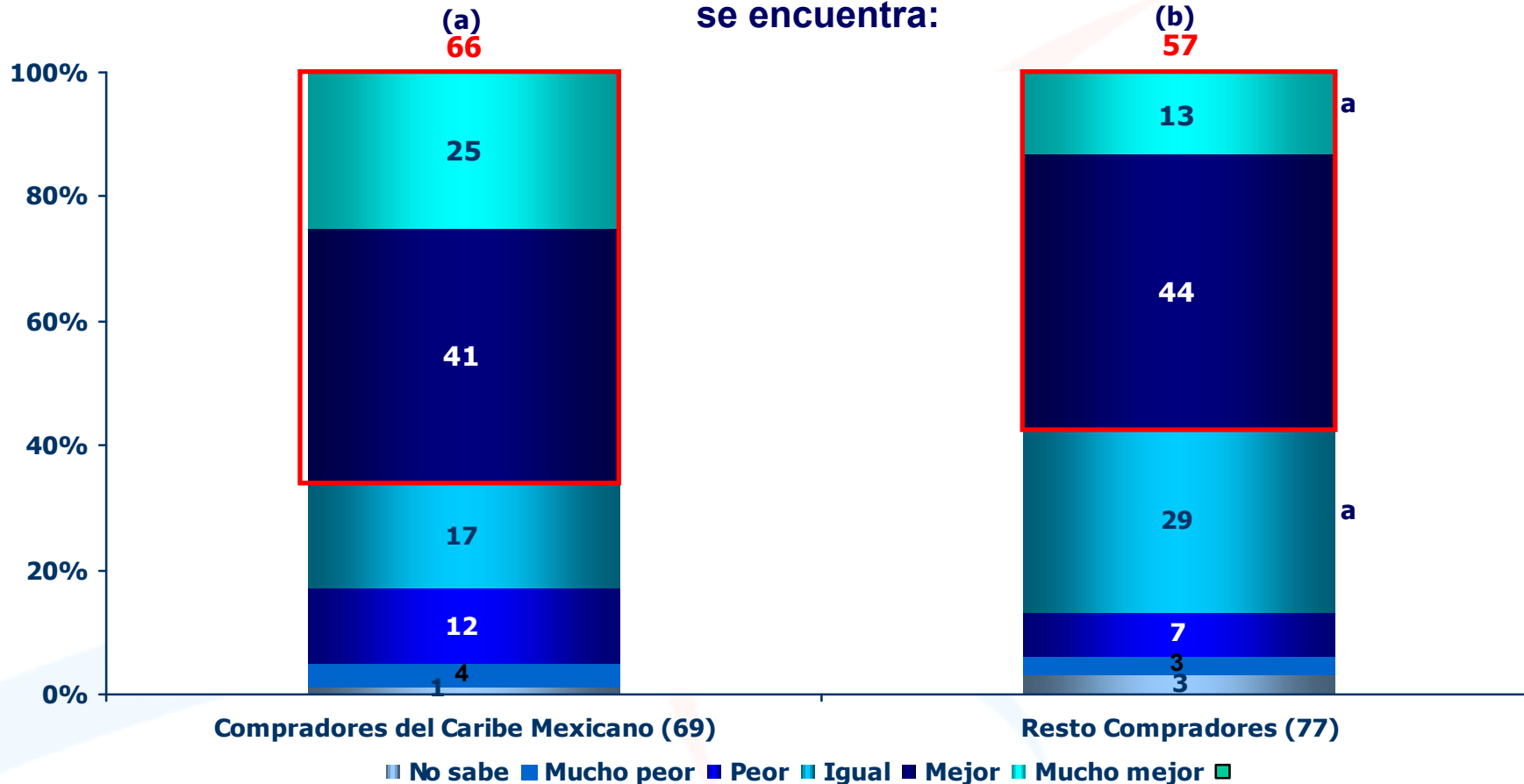


Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b/c/d/e) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción del resultado del proceso de reconstrucción Compradores del Caribe Mexicano vs. Resto Compradores

Top two boxes

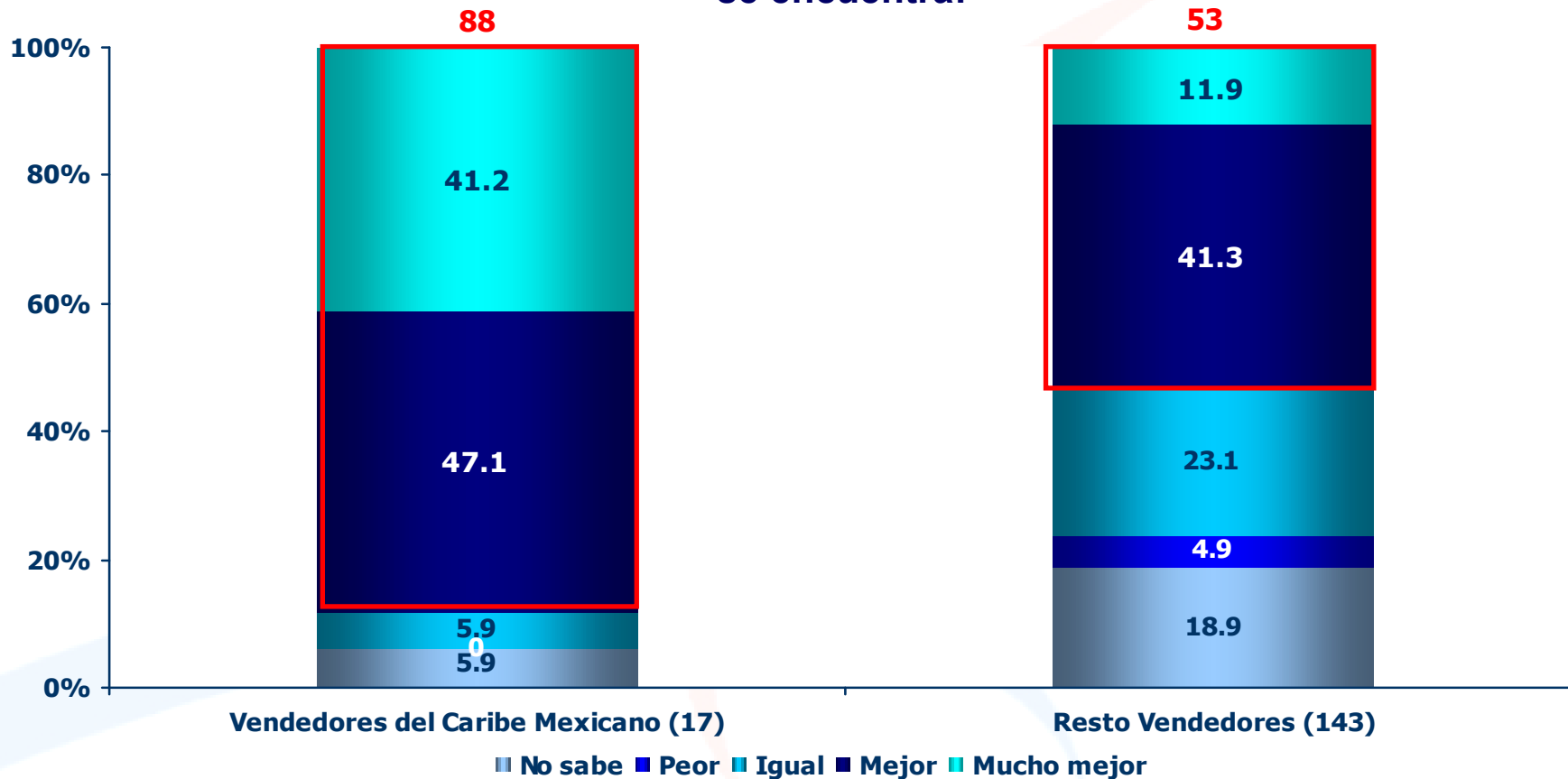
Después de la reconstrucción del Caribe Mexicano, estima que la infraestructura se encuentra:



Percepción del resultado del proceso de reconstrucción Vendedores del Caribe Mexicano vs. Resto Vendedores

Top two boxes

Después de la reconstrucción del Caribe Mexicano, estima que la infraestructura se encuentra:

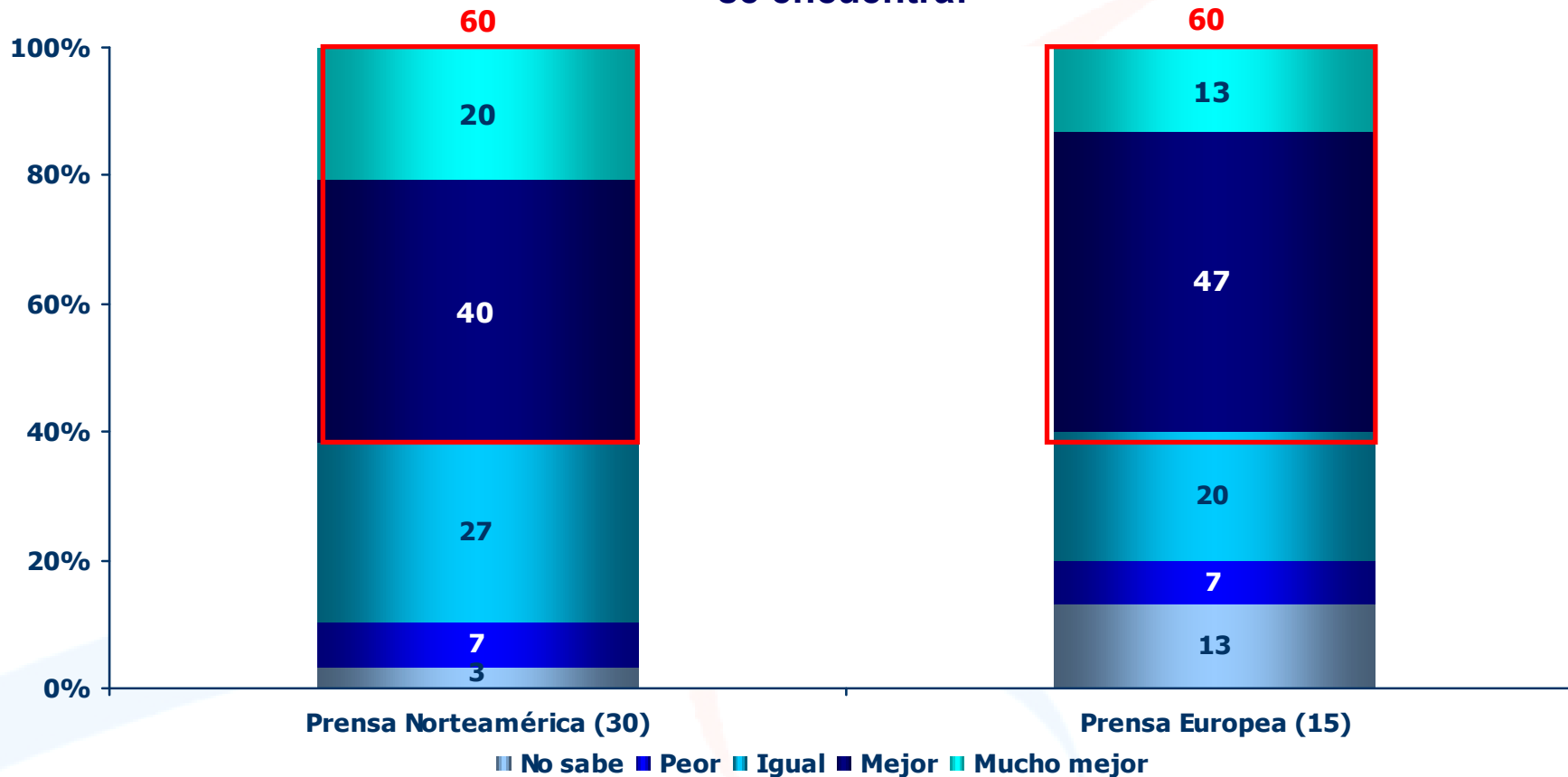


Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Percepción del resultado del proceso de reconstrucción Prensa de Norteamérica vs. Prensa Europea

Top two boxes

Después de la reconstrucción del Caribe Mexicano, estima que la infraestructura se encuentra:



Nota: Las letras (si existen) indican diferencias significativas entre columnas (a/b) a un nivel de confianza de 90% con una prueba t de dos colas

Análisis de Conglomerados relativo a la percepción del manejo de la crisis y reconstrucción

Se realizó un análisis de conglomerados que concluyó que pueden distinguirse tres segmentos en cuanto a la percepción del manejo De la crisis y la reconstrucción del Caribe Mexicano

Centroides

		Impacto2006		Manejo Crisis		Avance		Reconstrucción	
		Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica
Conglomerado	1	1.9871	1.1281	4.0645	0.8950	1.5161	0.8087	3.9290	0.6942
	2	3.2358	1.0642	3.3821	1.0752	2.6748	0.6954	3.5854	0.9575
	3	1.3824	1.2064	2.7647	1.8101	1.1176	1.3203	0.0882	0.3788
Combinados		2.4135	1.3050	3.6538	1.1821	1.9295	1.0370	3.3750	1.4018

Resultados del Análisis de Conglomerados

Segmento	Impacto 2006	Manejo Crisis	Avance de Reconstrucción	Resultado Reconstrucción
Positivos	Poco impacto	Muy bueno	Muy avanzado	Mucho mejor que antes
Escépticos	Muy poco impacto	Relativamente malo	Poco avance	Igual o mejor que antes
Desinformados	Muy poco impacto	Regular	Desconoce	Desconoce

Resultados del Análisis de Conglomerados Perfiles

Segmento	Nacionalidad	Actividad	Principal Negocio en Caribe	% Muestra
Positivos	Ligeramente más extranjeros, especialmente UE. Fuerte presencia de vendedores mexicanos	Más vendedores	Promedio	50%
Escépticos	Más mexicanos	Más compradores	Promedio	39%
Desinformados	Muy pocos de EUA	Más vendedores	No	11%

Resultados y Conclusiones

Evaluación Global del Manejo de la Crisis

- **Dos de cada tres participantes evalúan las estrategias de rescate y manejo de la crisis de los huracanes como buenas o muy buenas. Únicamente el 6% de los encuestados percibe que la respuesta fue mala.**
- **Las evaluaciones son significativamente más favorables en el caso de los compradores internacionales y la prensa nacional, ya que 3 de cada 4 participantes de estos grupos evaluaron las estrategias de rescate como buenas o muy buenas.**
- **Las evaluaciones del manejo de la crisis fueron significativamente mejores en el caso de los vendedores ubicados en el Caribe que sus homólogos en otras áreas geográficas.**

Resultados y Conclusiones

Impacto en los Negocios

- Si bien un 59% de las empresas encuestadas consideran que experimentaron un alto impacto de los huracanes en sus negocios durante el 2005, esta proporción se reduce al 31% de las empresas para el impacto pronosticado en el 2006.
- Los principales destinos que han sustituido el negocio en el Caribe Mexicano para todos los grupos encuestados son: Puerto Vallarta como primera opción para todos los participantes, Acapulco y Los Cabos (éste último especialmente para los internacionales).
- La prensa nacional ha jugado un papel importante en la difusión del avance en la reconstrucción de los destinos, pero existen grandes oportunidades de mejorar la percepción en prensa internacional y compradores nacionales.

Resultados y Conclusiones

Percepción del resultado final de la reconstrucción

- **Más del 60% de los encuestados percibe que la infraestructura de la región mejorará después de los esfuerzos de reconstrucción. La opinión es particularmente favorable en el caso de los compradores nacionales, ya que el 25% de ellos estima que la infraestructura estará mucho mejor al final del proceso.**
- **Para los vendedores localizados en el Caribe, la opinión es muy positiva, ya que un porcentaje casi del 90% estima que la infraestructura será mucho mejor o mejor al final del proceso (de ellos, 41% estima que la infraestructura será mucho mejor), mientras que este porcentaje se reduce al 53% (y 12% respectivamente) en el caso de los proveedores localizados en otras zonas geográficas.**

Recomendaciones

La evaluación del manejo de la crisis y la recuperación son muy positivas, lo que indica que México se percibe como un destino capaz de manejar contingencias de fuerza mayor. De esta forma, se explica la evolución tan favorable de las expectativas de negocio para el 2006 a pesar de la gravedad de los huracanes. Si bien no es posible predecir la ocurrencia de desastres de la naturaleza, México se percibe como un destino seguro por su capacidad de manejo de crisis.

Si bien la percepción general sobre el manejo de la crisis y la recuperación del Caribe Mexicano es muy positiva, existen ciertos puntos sobre los que sería necesario realizar un análisis posterior:

1) La percepción sobre el manejo de la crisis y específicamente sobre el proceso y resultado de la reconstrucción es muy heterogénea. Es necesario entender las causas que explican tal varianza y mejorar la comunicación con todos los agentes del sector turístico.

Recomendaciones

- 2) Puede que las perspectivas del impacto de los huracanes en 2006 y periodos subsiguientes dependan del segmento de turismo atendido. Concretamente, es importante conocer las expectativas de los operadores del segmento de Convenciones y Viajes de Incentivos, quienes tienen unos requerimientos muy específicos en términos de grado de planeación, número de turistas, complejidad de manejo del rescate ante diferentes eventualidades, etc.

- 3) Las opiniones reflejadas son las de los profesionales del sector, quienes ejercen una importante función de recomendación a los consumidores. En cualquier caso, es importante conocer la percepción de los consumidores finales.

Recomendaciones

- 4) **El manejo coordinado de la crisis provocada por Wilma reforzó positivamente la credibilidad de las autoridades mexicanas. Sin embargo, es necesario medir las acciones dirigidas a la prevención de crisis, así como la percepción de la capacidad de manejo de posibles crisis futuras.**
- 5) **Se presume que los medios de comunicación comenzarán a solicitar información sobre los preparativos de la región para enfrentar la nueva temporada de huracanes que se aproxima (oficialmente iniciada en junio 2006), por lo que es necesario responder de manera oportuna.**
- 6) **Es necesario realizar estudios basados en metodologías de pronósticos para cuantificar los efectos de la crisis de huracanes en el Turismo al Caribe Mexicano, así como los efectos de sustitución a otros destinos.**