

Nuevas formas de viajar

Experiencias, eventos, confianza y calidad están transformando las decisiones del viajero y la manera en que destinos, hoteles y alquileres vacacionales compiten por su atención

Viajar ya no responde únicamente a la idea de descansar o conocer un destino. Conciertos, festivales, competencias deportivas, gastronomía y experiencias culturales se han convertido en razones concretas para desplazarse.

El cambio también modifica el perfil del viajero. En México, los asegurados de IATI muestran una creciente preferencia por los viajes en solitario y las experiencias vinculadas con aventura y eventos internacionales. La motivación también impacta el gasto y el itinerario: algunos viajeros visitan varias ciudades durante una misma salida, prolongan su estancia y destinan más presupuesto a experiencias complementarias.

Al elegir dónde hospedarse, la experiencia comienza antes de llegar. Limpieza, servicios básicos confiables, reseñas verificadas, atención rápida, precios transparentes y promociones pueden definir la decisión de reserva.



La calidad sí pesa

86%

de los viajeros pagaría más por un alquiler vacacional con una publicación de mayor calidad.

77%

valora las camas cómodas y la ropa de cama de calidad.

92%

entre la Generación Z.

79%

considera importante la capacidad del anfitrión para responder rápidamente ante un problema.

78%

considera fundamentales tanto la limpieza excepcional como los servicios básicos confiables.

56%

espera una respuesta en una hora o menos durante su estancia.

Confianza antes de reservar

81%

pagaría más por una propiedad con señales sólidas de confianza.

68%

considera muy o extremadamente importantes las reseñas verificadas.

64%

valora la actualidad de las reseñas.

88%

entre los viajeros de la Generación Z.

66%

da ese nivel de importancia a la calificación general.

62%

considera importantes las reseñas escritas y detalladas.

El perfil de los mexicanos

55%

de los viajeros asegurados por IATI tiene entre 20 y 40 años.

60%

de las compras de seguros corresponde a mujeres.

80%

de las pólizas corresponde a personas que viajan solas.

85%

crecieron las contrataciones de seguros de viaje en México entre enero y agosto de 2026 frente al mismo periodo de 2025.

12-16 días

es la duración habitual de los viajes protegidos por IATI.

Experiencias al centro

Eventos

Conciertos, festivales y competencias deportivas están modificando la planeación de los viajes.

Aventura

Trekking, montañismo, buceo, rafting y deportes acuáticos ganan espacio entre las actividades buscadas.

Multidestino

Algunos viajeros visitan tres o más ciudades durante una misma salida.

+20% a +30%

puede aumentar el presupuesto cuando el viaje está vinculado con eventos internacionales.

16 noches

pueden alcanzar las estancias asociadas con este tipo de recorridos.

El precio define la decisión

66%

puede descartar una propiedad si el precio total no aparece claramente desde el inicio.

59%

rechaza tarifas de limpieza elevadas o poco claras.

49%

considera determinantes los cargos adicionales por determinados servicios.

48%

puede descartar una propiedad por falta de fotografías claras.

91%

afirma que las promociones o descuentos influyen en su decisión de reserva.

¿Sabías que...?

2 de cada 3 personas de 18 a 35 años consideran más satisfactorias las experiencias en vivo que adquirir un objeto de valor equivalente.

62% de ese grupo planea gastar más en experiencias que en posesiones durante los siguientes 12 meses.

84% de los turistas internacionales que viajan motivados por eventos aprovecha para explorar nuevos lugares.

30% afirma que planea regresar al destino después de ese viaje.

61% de los millennials prioriza viajes vinculados con el bienestar.

70% reconoce haber elegido un destino influido por contenidos audiovisuales o culturales.