



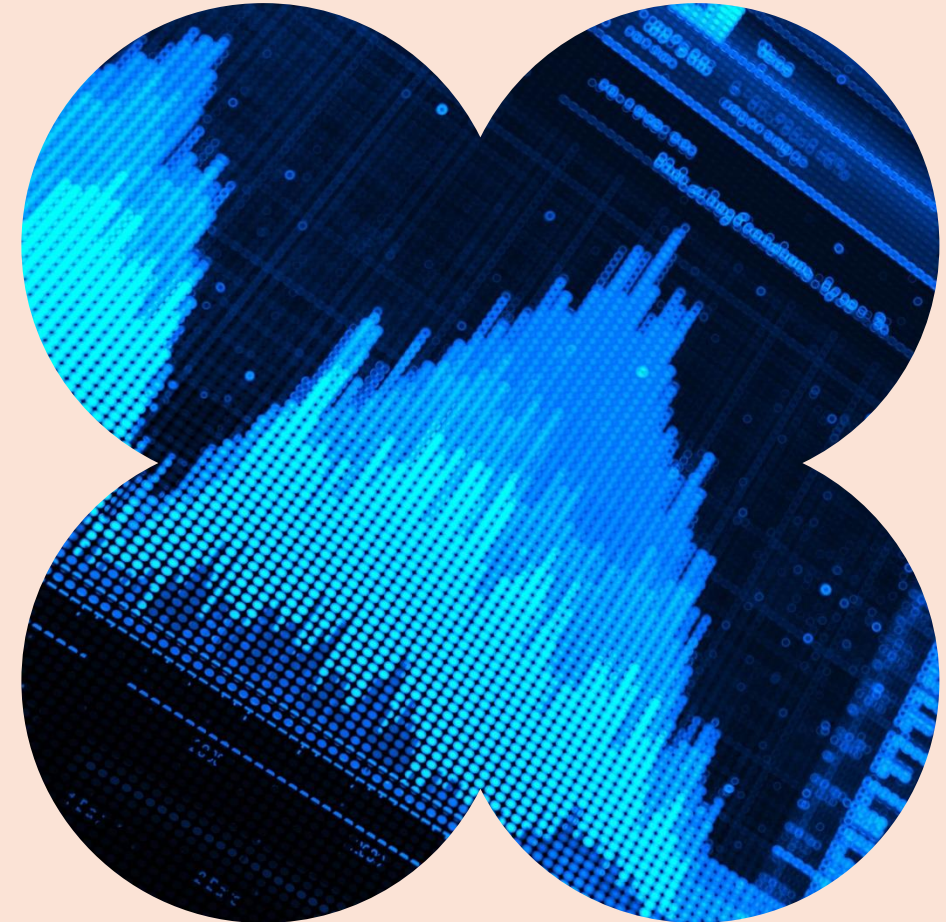
Travel Sentiment Index (TSI) hacia el Caribe mexicano
Monitoreo de mercados emisores
Número 2 Septiembre-noviembre 2026



STARC
SUSTAINABLE TOURISM
ADVANCED RESEARCH CENTER

Contenido

1. Antecedentes
2. Objetivos
3. Vitrina metodológica
4. Análisis por mercado
 1. Estados Unidos
 2. Canadá
 3. México
5. Conclusiones



1. Antecedentes

1

Hipercomplejidad y un mal verano

2

Objetivo fundacional de STARC: generar conocimiento

3

Compromiso con la objetividad con información oportuna y confiable

4

Uso de herramientas estadísticas y tecnológicas

5

Trabajo colaborativo y de la mano del sector

2. Objetivos

General: El *Travel Sentiment Index* (TSI) funciona como un monitor predictivo de cuatro dimensiones que unifica la oferta operativa, el deseo manifestado en la conversación digital que incluye aceleradores y frenos, las tendencias de búsqueda en internet y la incidencia del contexto económico del consumidor, antes de la conversión final en el Caribe Mexicano.

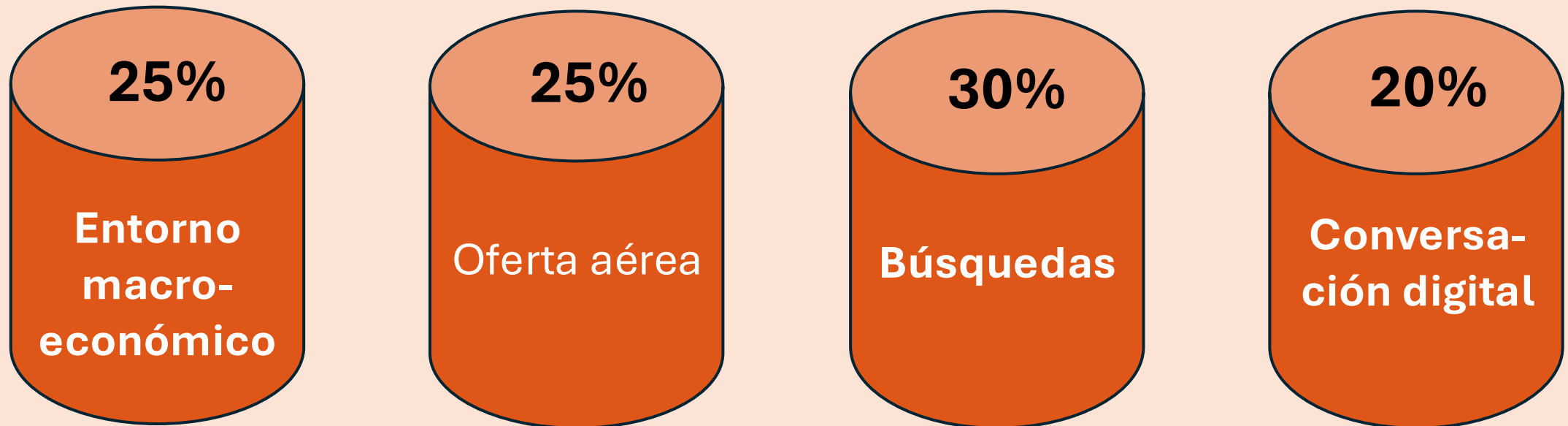
Específicos:

- Mapear la geografía del interés digital por clústeres de origen.
- Anticipar la elasticidad precio-demanda provocada por la combinación de inflación en los mercados y recortes de capacidad aérea.
- Establecer la ruta crítica de comercialización hotelera diferenciando las ventanas de reserva activas.
- Proveer de *insights* a la industria para la mejor toma de decisiones.

3. Vitrina metodológica

Estructura y ponderación del algoritmo TSI tetradimensional

$$\text{TSI} = (\text{Búsquedas} \times 0.30) + (\text{Oferta aérea} \times 0.25) + (\text{Entorno} \times 0.25) + (\text{Escucha digital} \times 0.20)$$



3. Vitrina metodológica

Interpretación de los rangos del Índice

90 a 100 puntos (Excelente): demanda masiva y de alta prioridad; muy baja sensibilidad a incrementos de precio en el destino.

80 a 89 puntos (Resiliente): intención de viaje sólida con procesos normales de deliberación y comparación de tarifas.

70 a 79 puntos (Zona de Fricción): alta sensibilidad al precio logístico e inflación; la conversión depende de estímulos o paquetes.

Menos de 70 puntos (Contracción): alerta de contracción estacional o migración de la demanda hacia mercados competidores.

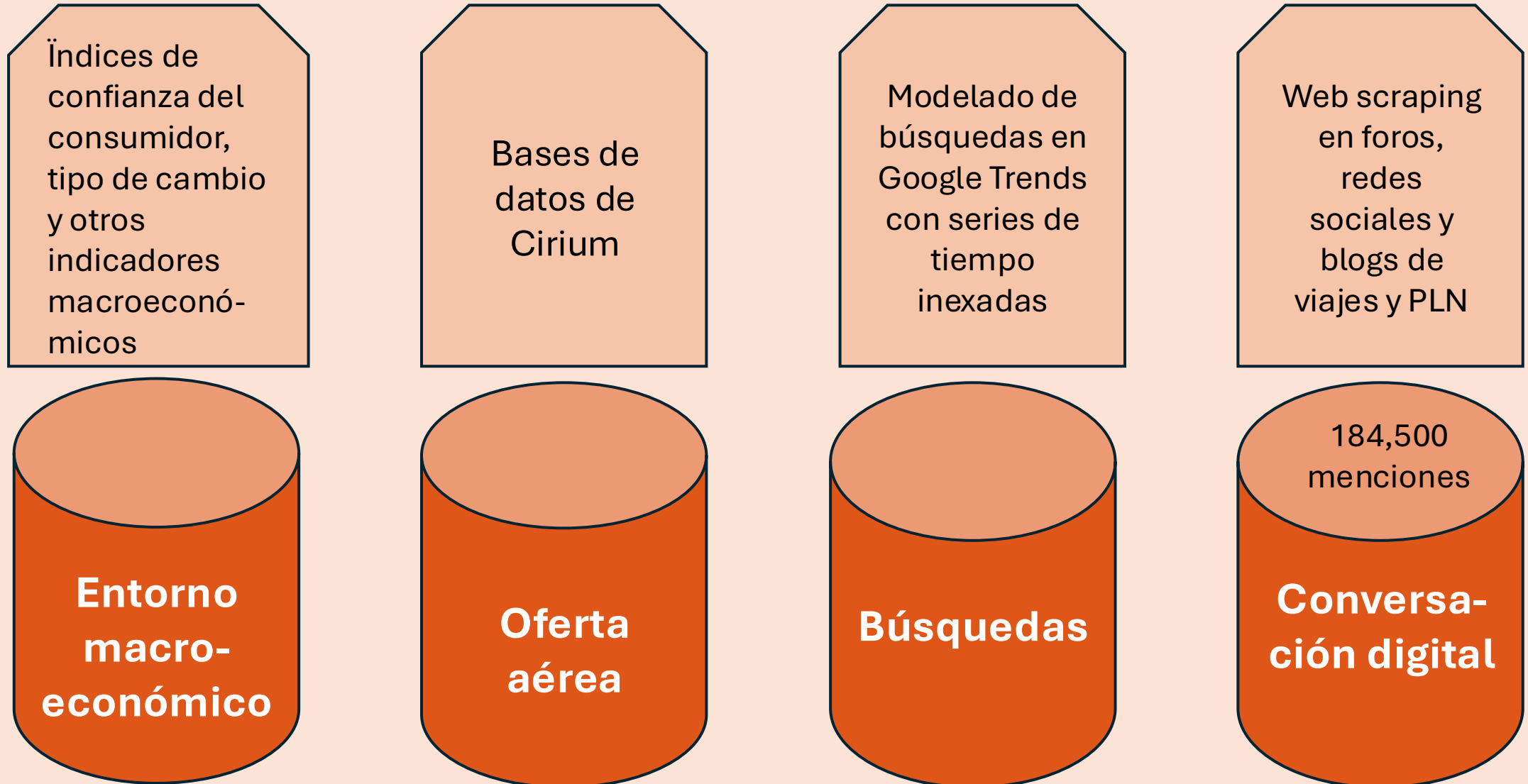
90-100

80-89

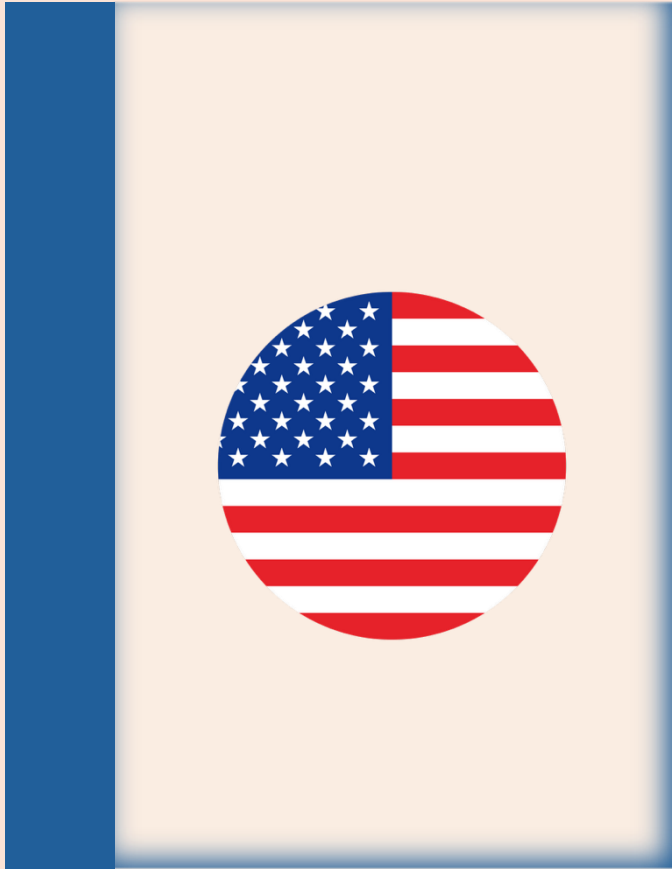
70-79

<70

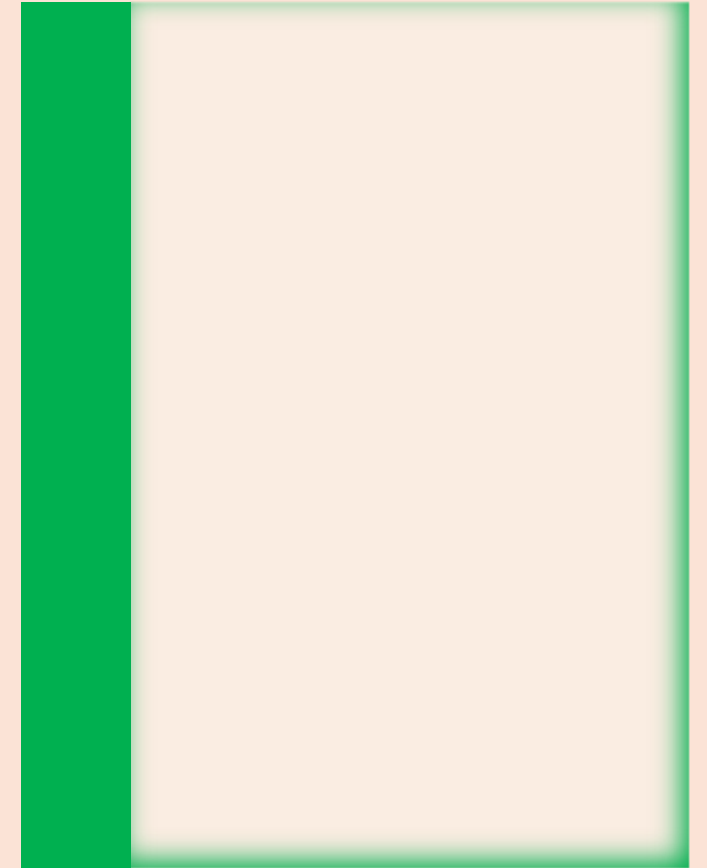
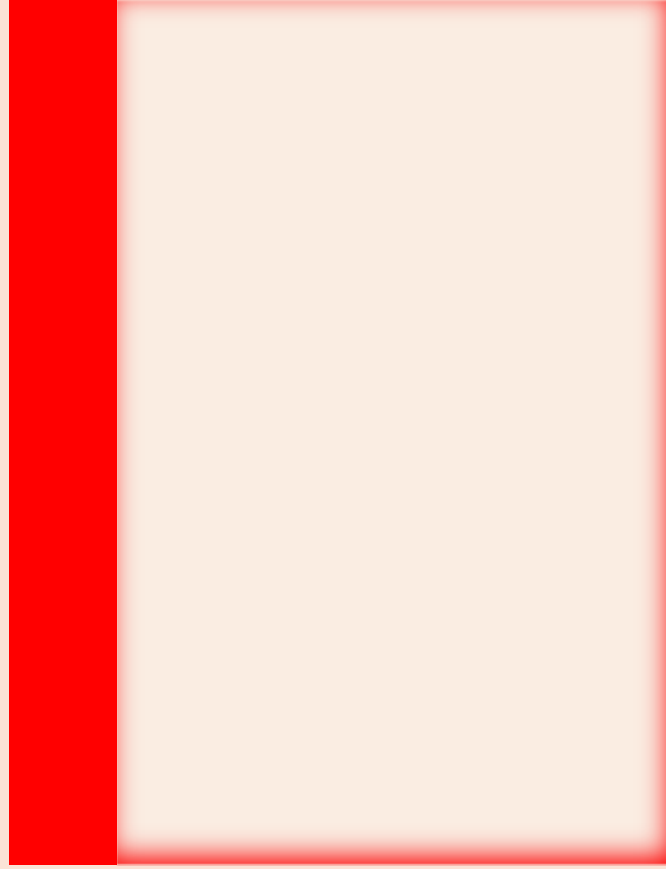
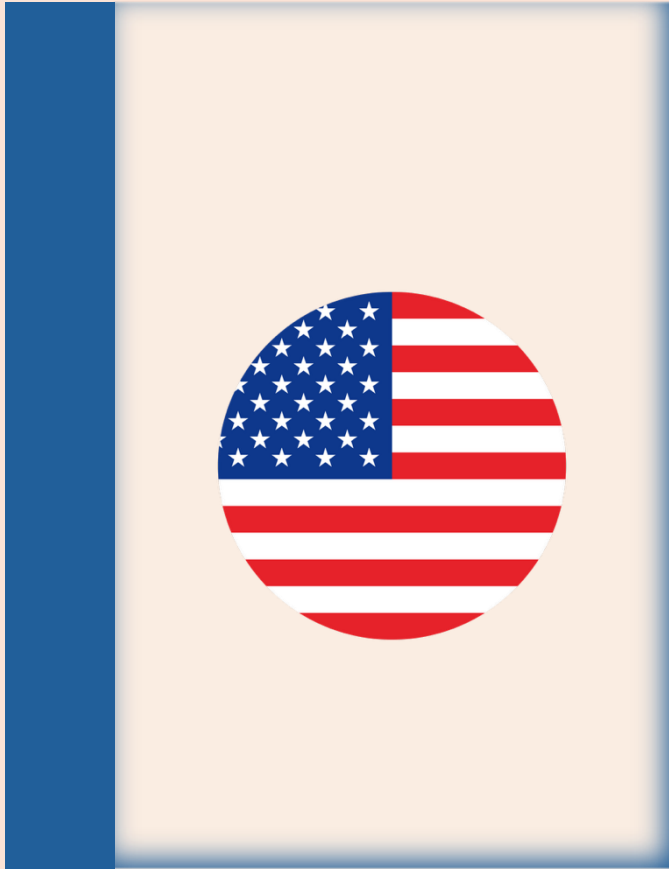
3. Vitrina metodológica (fuentes)



4. Análisis por mercado



4. Análisis por mercado



Auditoría de conectividad aérea

La oferta aérea que conecta Estados Unidos con el Caribe Mexicano (CUN, CZM, TQO) sigue registra una importante contracción global neta.

Efecto de mercado: la reducción masiva del inventario impulsa, en términos generales, las tarifas a la alza.

Asientos:
-12.8% (-435,691)

Vuelos:
-13.3% (-2,600)

* Incluye octubre-diciembre

Programación específica de algunas aerolíneas

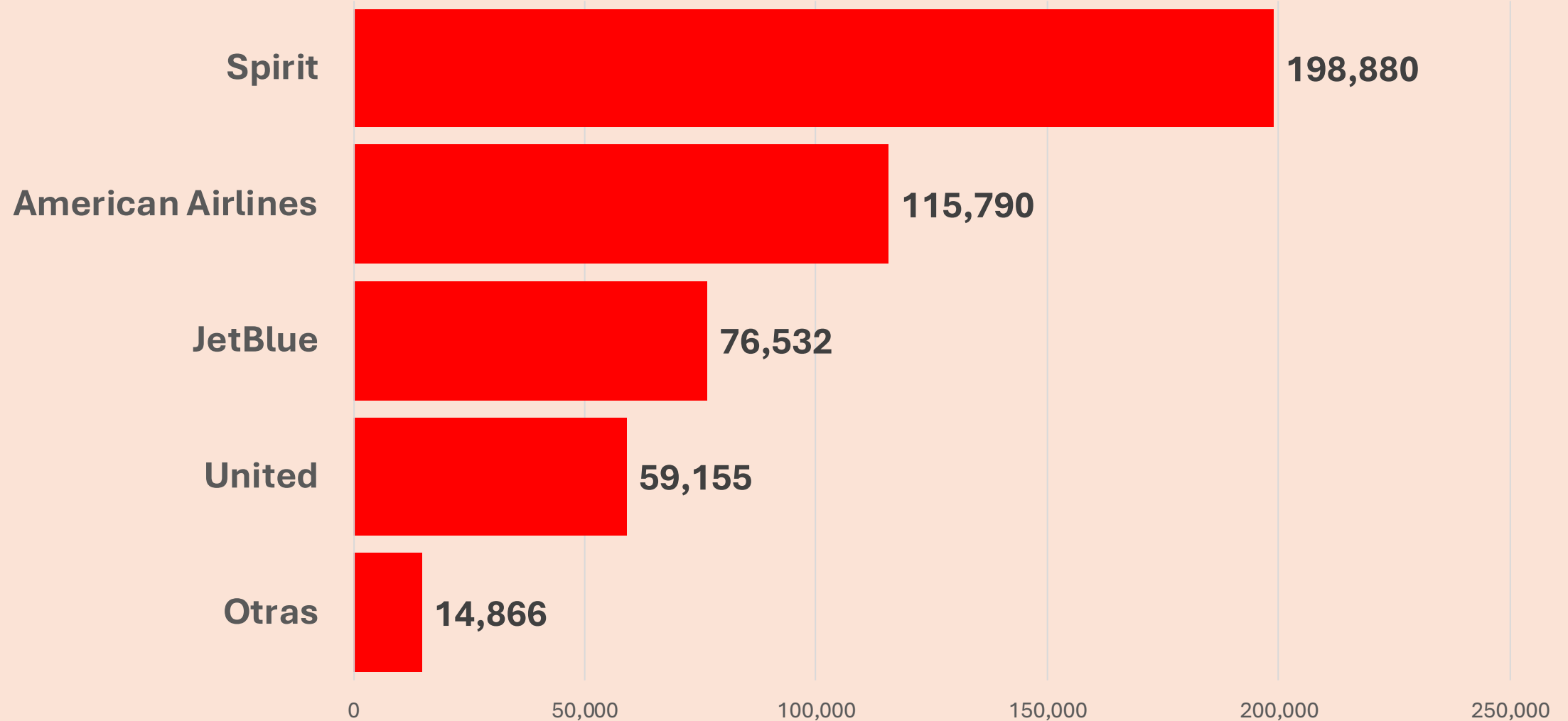
American Airlines
829,424 asientos
-12.3% vs 2025

United Airlines
735,237 asientos
-7.4%

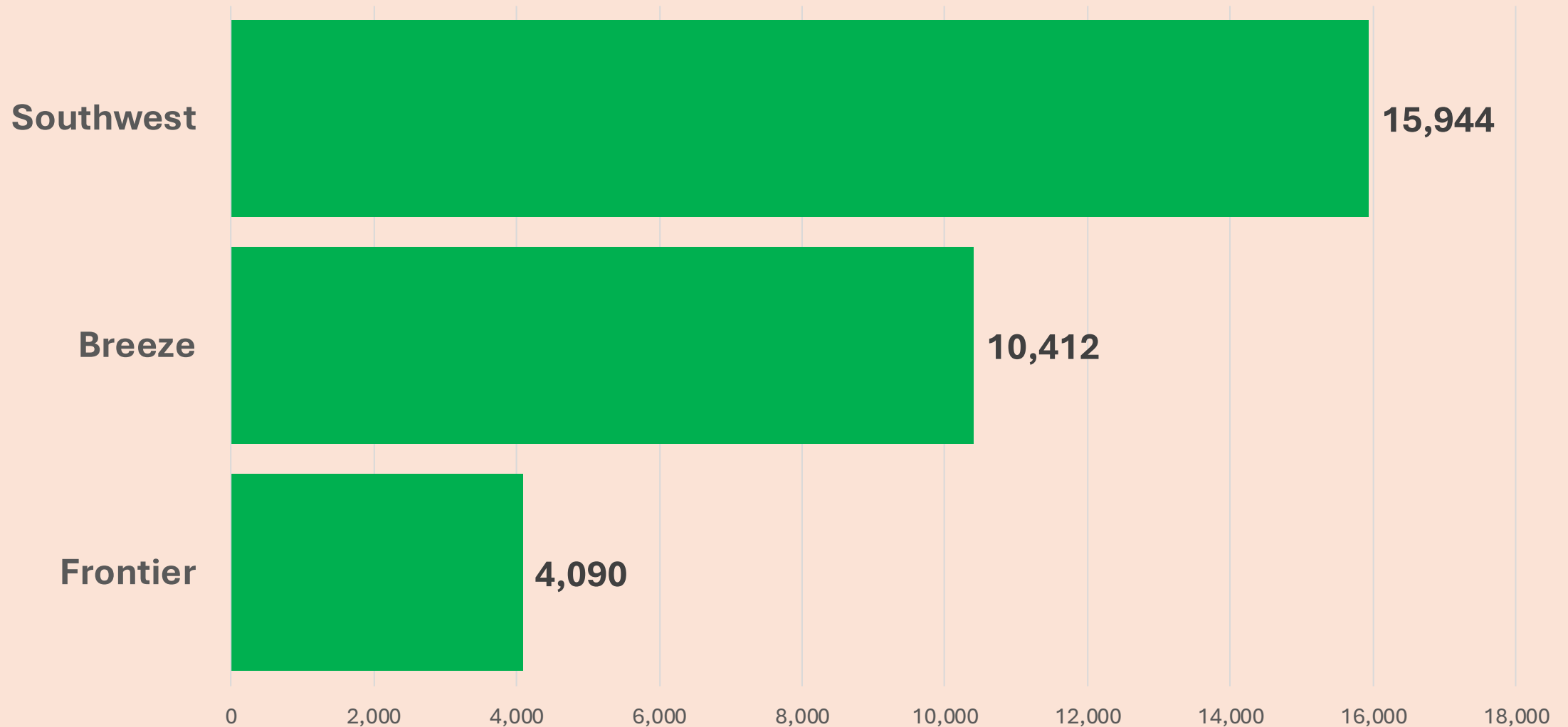
Southwest
133,969 asientos
+8.6% vs 2025

Spirit
0 asientos
-198,880 vs 2025

Aerolíneas con mayor reducción de asientos: octubre-diciembre 2026



Aerolíneas con mayor aumento de asientos: octubre-diciembre 2026



Sur



Visión general

Región sur

84.0

Base 100.

Hiper-Familiaridad y eficiencia de vuelo

- La zona Sur (Texas, Georgia, Florida) se consolida como el pilar insustituible del Caribe Mexicano durante los meses de otoño.
- American Airlines recorta capacidad en su hub principal de Dallas (DFW). Sin embargo, el mercado es estabilizado por Southwest (WN) que incrementa su volumen en Houston (HOU). Delta realiza un ajuste preventivo), pero el perfil corporativo y de altos ingresos de Georgia absorbe el alza de tarifas sin afectar la ocupación de los hoteles de lujo.

Intención digital (Google Trends)

- Búsquedas en picos constantes para *"Cancun autumn quick getaway deals"*, *"All inclusive resorts October specials"*.

Entorno macroeconómico y tipo de cambio

- El tema del sargazo ha sido superado y esto dispara la intención de viaje de Acción de Gracias. La fortaleza económica de Texas sostiene el consumo premium a pesar de los recortes aéreos.

Ventana de Reserva: 18 a 25 días.

Medio oeste



Visión general

Región medio oeste

78.5

Base 100.

- El análisis del componente **Ide la intención de viaje** mediante Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP) y minería de series de tiempo indexadas revela tres grandes núcleos semánticos de consulta en el Medio Oeste:

A. Núcleo de escape por el clima

A partir del descenso térmico de octubre en el Midwest, se dispara la búsqueda de refugios cálidos, así aparecen recurrentemente búsquedas como:

"Warm places to travel in November / December" (Término en aumento dinámico: **+180%**).

"Cancun weather in November / December" (Consultas de validación de clima estacional).

"Best sunny beach destinations from Chicago / Detroit" (Búsqueda de conexión directa).

Visión general

Región medio oeste

78.5

Base 100.

B. Núcleo de viaje familiar y festividades (Thanksgiving / Holidays)

Búsquedas orientadas a la logística de grupos familiares y vacaciones de invierno escolares:

"Cancun all inclusive resorts for Thanksgiving" (Intención concentrada en la tercera semana de noviembre).

"Christmas / New Year family packages Mexico all inclusive" (Consultas orientadas a la semana del 20 de diciembre al 3 de enero).

"Kid-friendly resorts Cancun waterpark indoor amenities" (Validación de infraestructura para niños).

C. Núcleo de sensibilidad tarifaria y alternativas

Frente al desencanto provocado por la contracción de la oferta aérea surgen búsquedas como:

"Frontier flights Chicago to Cancun deals" (Búsqueda activa de la oferta de ultra-bajo costo remanente tras la salida de Spirit).

"Southwest Midway to Cancun flight schedule" (aprovechamiento de conectividad desde MDW)..

"Nonstop flights from MSP / DTW to Cancun / Tulum" (Priorización de vuelos directos para evitar escalas invernales).

Visión general

Región medio oeste

78.5

Base 100.

Ventana de reservas

Para el Medio Oeste en el cuarto trimestre se sitúa en un rango promedio de **30 a 45 días**, dividida en dos comportamientos claramente diferenciados:

A. Sub-segmento de festividades fijas (Thanksgiving /Fin de año)

Ventana de Reserva: 45 a 60+ días (Compras concretadas entre agosto y septiembre/octubre).

Perfil: Familias y grupos multigeneracionales que aseguran disponibilidad en resorts Todo Incluido de gran escala. Muestran baja elasticidad al precio del hotel, pero alta sensibilidad a los horarios de vuelo (evitando conexiones en aeropuertos del norte propensos a retrasos por nieve).

B. Sub-segmento "Snowbirds" e imprevistos Invernales
ventana de reserva: 15 a 30 días (compras de oportunidad motivadas por frentes fríos tempranos en noviembre).

Perfil: Parejas maduras y viajeros frecuentes que reaccionan de forma inmediata a promociones dinámicas o caídas puntuales en las tarifas de **Frontier** o **Southwest**.

La clave para capturar la demanda del Medio Oeste en el último cuatrimestre del año radica en **promocionar agresivamente paquetes con garantía de vuelo directo o protección ante cambios climáticos**, posicionando el atributo de *"calidez inmediata a menos de 4 horas de vuelo"*.

Este



Visión general Región este

72.0
Base 100

Aunque el deseo de escapar del invierno neoyorquino es masivo, el Este sufre un severo *cuello de botella* físico. El consumidor se enfrenta a un encarecimiento extremo para las fechas de Navidad y Año Nuevo.

Ventana de reserva: 45 a 60 días (comportamiento altamente deliberativo buscando ofertas ocultas).

Análisis logístico: la región está asfixiada por la crisis operativa de **JetBlue**, que retira **17,652 asientos (-32.2%)** únicamente desde su *hub* en Nueva York (JFK). A esto se suma el ajuste de **United en** , que recorta **a8,234 asientos (-13.9%)**.

Efecto de Mercado: Esta escasez de asientos directos desde la zona tri-estatal anula las ofertas de temporada y obliga a los tour-operadores mayoristas a subsidiar el transporte para evitar cancelaciones en los inventarios hoteleros.

Oeste



Visión general

Región oeste

75.0

Base 100. Julio 26

California muestra un alto interés por la Riviera Maya para el cierre de año, impulsado por experiencias de gastronomía y festivales de música en Tulum. La desaparición del sargazo reactiva las búsquedas de propiedades *boutique* a pie de playa.

La barrera operativa: El mercado se encuentra limitado logísticamente por los recortes transcontinentales. La reducción global del **7.5% de asientos de United** impacta directamente en hubs como San Francisco y Los Ángeles. El perfil del viajero asume tarifas dinámicas elevadas (superiores a los \$650 USD viaje redondo) pero restringe sus estancias a formatos más cortos.

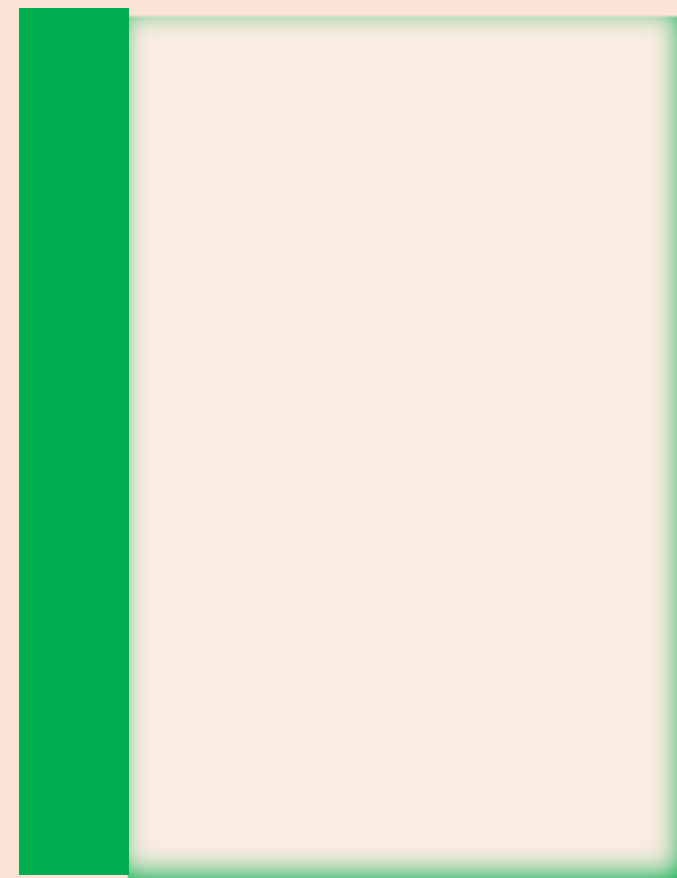
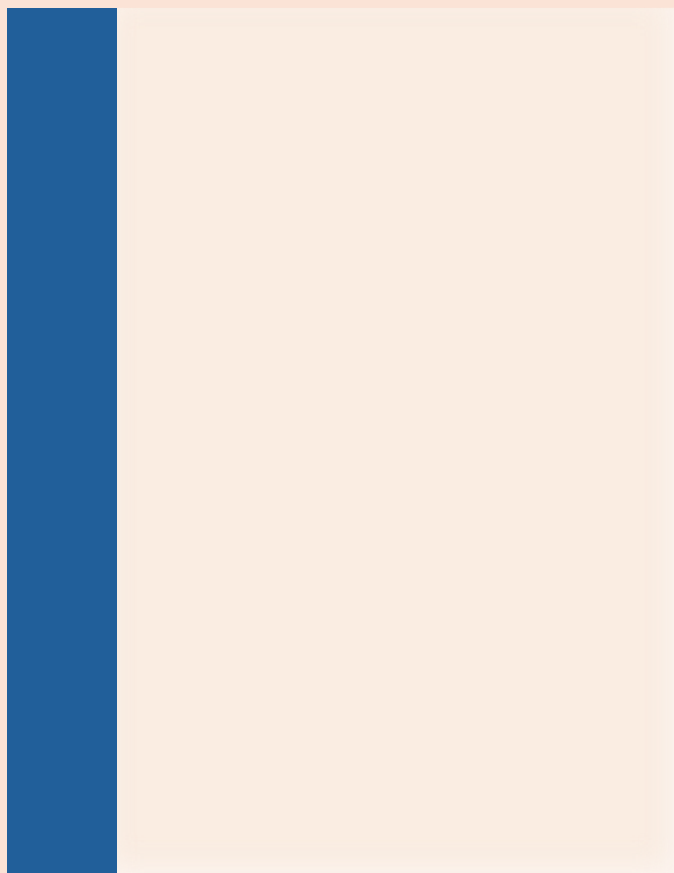
Ventana de reserva

Promoedio: 30 a 40 días

- *Lujo / Eventos / Tulum:* **45 a 60+ días**

- *Vacacional masivo / Cancún:* **20 a 30 días**

4. Análisis por mercado



Auditoría de conectividad aérea

Una vez más, la oferta aérea que conecta Canadá con el Caribe Mexicano, registra una tendencia positiva.

- **Efecto de mercado:** a diferencia del mercado de Estados Unidos (que sufre una contracción del 12.8% en el cuarto trimestre), **el mercado canadiense hacia el Caribe Mexicano muestra un sólido comportamiento expansivo del +5.5% en asientos**, para alcanzar un total bidireccional consolidado de **1,276,979 asientos**.
- Este crecimiento es impulsado principalmente por el desembarco masivo de **Porter Airlines** (+350.8% de expansión, inyectando 28,248 asientos nuevos) y el crecimiento sostenido de **WestJet** en los hubs del Oeste (Calgary y Edmonton) y de **Air Canada** en Quebec y Ontario.

Asientos:
5.5% (+66,351)

Vuelos:
8.0% (+471)

Programación específica de algunas aerolíneas

Air Canada
377,507 asientos
+1.6% vs 2025

Air Transat
230,259 asientos
-0.6%

Porter Airlines
72,600 asientos
+350.0%

WestJet:
277,830 asientos
+0.6% vs 2025

Este



Visión general Región este

86.5

Base 100. Julio 26

Google Trends registra un pico acelerado de búsquedas a partir de finales de octubre ("*Cancun Christmas packages*", "*all inclusive deals Toronto to Cancun*").

A pesar de la volatilidad del dólar canadiense, el Índice de Confianza del Consumidor en Ontario y Quebec se mantiene firme para el gasto recreativo de fin de año. Las familias fijan su presupuesto utilizando paquetes Todo Incluido.

La ausencia de sargazo durante los meses de invierno elimina la principal barrera cualitativa del verano. La escucha social (NLP) muestra una polaridad **positiva**, centrada en la calidad de la playa y el huida de las heladas.

Ventana de reserva activa: 45 a 60 días (*Planificación anticipada para asegurar disponibilidad en las semanas de Thanksgiving canadiense, Navidad y Año Nuevo*).

Oeste



Visión general Región oeste

79.0
Base 100.

Fuerte recuperación del interés digital en Google Trends desde Vancouver, Calgary y Edmonton , motivado por la temprana entrada de los frentes fríos árticos.

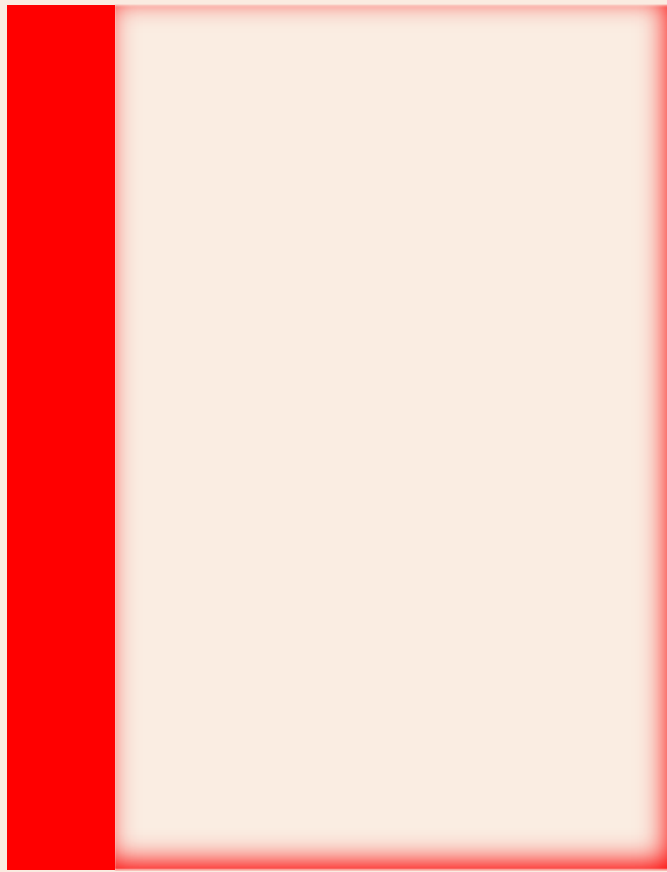
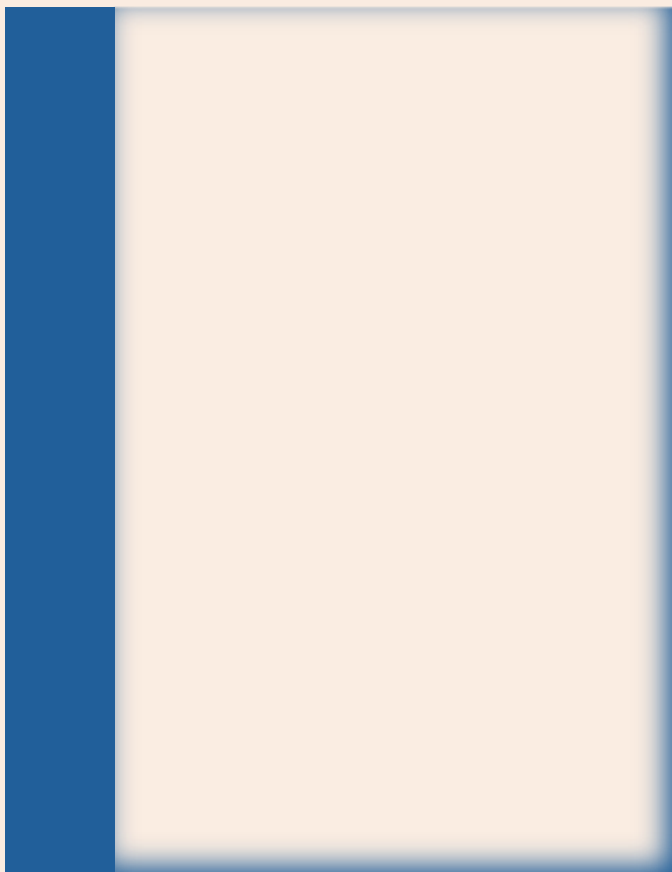
Crecimiento acelerado en la oferta aérea, aunque **s**) por reubicación de flota de WestJet hacia Alberta, se presionan las tarifas en la Costa del Pacífico a rangos de **\$780 a \$950 CAD**.

El consumidor de Alberta muestra un poder adquisitivo más alto impulsado por el sector energético, absorbiendo tarifas elevadas. En Columbia Británica existe mayor competencia con destinos del Pacífico (Hawái / Vallarta).

Se aprecia un clima perfecto y nula afectación por sargazo. Las conversaciones destacan la preferencia por vuelos directos desde Calgary/Edmonton para evitar las escalas invernales.

Ventana de Reserva Activa: 30 a 45 días (*Segmentada entre "Snowbirds" de largo plazo con reservas a 60+ días y vacacionistas familiares que compran a 30 días*).

4. Análisis por mercado



Auditoría de conectividad aérea

La oferta aérea que conecta rutas nacionales con el Caribe Mexicano (CUN, CZM, TQO) registra un aumento marginal hacia el último trimestre del año.

Efecto de mercado: aunque se mantiene la oferta si hay una reconfiguración en su composición, destacando la fortaleza de Viva que tiene ya más de la mitad de todos los asientos ofrecidos.

Asientos:
+0.7% (3'013,519)

Vuelos:
-4.1% (15,244)

Programación específica de algunas aerolíneas

Viva

1'540,812 asientos

+5.2% vs 2025

Volaris

945,861 asientos

-3.4%

Aeroméxico

503,182 asientos

-1.7% vs 2025

Magnicharters

0 asientos

Visión general Ciudad de México

81.0

Base 100.

Intención masiva en Google Trends con alta orientación hacia la optimización del presupuesto: *"vuelos económicos AIFA Cancún"* y *"promociones a meses sin intereses fin de año"*.

Por lo pronto no se observa aumento en tarifas aéreas (-0.24%) lo que compensa la inflación hotelera en el destino. El consumidor capitalino puede responder positivamente a esquemas de financiamiento a Meses Sin Intereses para concretar reservas familiares.

La desaparición del sargazo reactiva el interés por las playas de Cancún y Riviera Maya. Menciones en redes sociales enfocadas en clima decembrino agradable y escapadas de fin de semana.

Ventana de Reserva Activa: 10 a 18 días (*Alta presencia de reservas de último minuto para los fines de semana de diciembre y Año Nuevo*).

Visión general Guadalajara

75.0

Base 100. Julio 26

El indicador de intención digital en Google Trends se sitúa en **73/100 puntos**, desacelerado por la fuerte competencia de destinos del Pacífico Mexicano.

Se observan ajustes de capacidad moderados en rutas operadas por Volaris y Viva Aerobus desde Guadalajara hacia Cancún y Tulum, manteniendo tarifas estables y competitivas.

Alta sensibilidad al costo logístico del viaje. Durante el cierre de año, una parte importante de las familias de Jalisco opta por desplazamientos carreteros hacia Puerto Vallarta, Riviera Nayarit y Manzanillo.

La ausencia de sargazo mejora la percepción cualitativa en redes. Sin embargo, el costo del boleto aéreo sigue siendo el factor determinante de la conversión.

Ventana de Reserva Activa: 25 a 35 días *(Requiere empaquetamiento promocional hotel + avión para incentivar la decisión frente al Pacífico).*

Visión general Monterrey

89.0

Base 100. Julio 26

Google Trends registra un pico sostenido de **95/100 puntos** en el interés de viajes de fin de año, impulsado por búsquedas de *"vuelos Cancún fin de año desde Monterrey"* y *"resorts Todo Incluido Navidad"*.

Monterrey se confirma como el hub más dinámico del norte. **Viva** inyecta capacidad masiva en el corredor MTY-CUN y sostiene frecuencias a Cozumel y Tulum.

El elevado Índice de Confianza del Consumidor en Nuevo León absorbe el alza en tarifas de hotel (+4.30%). El mercado regiomontano muestra baja elasticidad al precio durante el cierre de año, impulsando compras de categorías superiores.

Con el fin de la temporada de sargazo, la escucha social muestra un **94% de comentarios positivos**. Las conversaciones giran en torno a cenas de fin de año, clubes de playa y eventos festivos.

Ventana de Reserva Activa: 20 a 30 días (*aseguramiento anticipado de asientos para puentes de noviembre y semanas navideñas*).

5. Conclusiones

- No es una sorpresa el que esta temporada se presenté con muy importantes retos para el Caribe mexicano.
- Sin embargo, con el tema del sargazo superado y la inminencia de bajas temperaturas en Norteamérica, se espera una paulatina recuperación, al menos parcial, de la demanda.
- Canadá, sigue apareciendo como un mercado de grandes oportunidades y la conectividad aérea se ha visto fortalecida con la irrupción de Porter Airlines.
- Del otro lado, se sigue resintiéndose la salida de Spirit y la disminución en la programación de oferta de otras aerolíneas que conectan con Estados Unidos. La región que mantiene mayor potencial en el corto plazo sigue siendo el Sur.
- Finalmente, en el mercado nacional vuelve a aparecer como una opción muy interesante el mercado de Monterrey.



Travel Sentiment Index (TSI) hacia el Caribe mexicano
Monitoreo de mercados emisores
Número 2 Septiembre-noviembre 2026



STARC
SUSTAINABLE TOURISM
ADVANCED RESEARCH CENTER