

Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2016

REPORTE EJECUTIVO

Mayo a Diciembre de 2016



Contenido

Presentación	03
Detalle Metodológico	05
Resultados	
Los turistas que visitan la Ciudad de México	
Perfil prototípico del turista	09
¿De dónde vienen?; ¿cómo son?; ¿qué hacen en su visita a la ciudad?; cómo viajan?; ¿cómo ven la Ciudad de México?; ¿cómo perciben a la autoridad turística?	
Índice de Evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México	59

Presentación

- Por quinto año consecutivo, la **Secretaría de Turismo de la CDMX** ha contado con la **Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional** para implementar el estudio cuantitativo “Perfil del turista que visita la Ciudad de México 2016”.
- Este proceso indagatorio está realizado bajo rigurosos principios metodológicos y busca registrar de manera sistemática y confiable opiniones, percepciones, valoraciones y expectativas de parte de los visitantes a la Ciudad de México.
- Esta investigación pretende generar aprendizajes para establecer perfiles de turistas que visitan la Ciudad de México e identificar así_oportunidades y generar insumos analíticos para el desarrollo de políticas y programas en materia turística; más robustas y mejor orientadas, que aporten en favor de una imagen positiva de la Ciudad de México.

Presentación

- A continuación, la **Escuela Superior de Turismo** presenta un **reporte ejecutivo**, derivado del análisis agregado de los resultados obtenidos durante las ocho mediciones realizadas los meses de mayo a diciembre del 2016, con base en las siguientes características metodológicas.

Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2016

Vitrina Metodológica

Ficha Metodológica

Ámbito	Local; Ciudad de México
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta por muestreo en puntos de afluencia
Tipo de estudio	Longitudinal (mediciones mensuales de mayo a diciembre de 2016)
Tipo de muestreo	Polietápico aleatorio, sistemático por conglomerados
Universo de Estudio	Visitantes (no residentes) nacionales o internacionales en estancia de la Ciudad de México, mayores de 18 años.
Unidad de Muestreo	Centros de afluencia de turistas en la Ciudad de México: i. Sitios turísticos ii. Centros de alojamiento y alimentación. iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)
Instrumentos de medición	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en los objetivos del proyecto, hipótesis y variables definidas durante trabajos colegiados con SECTUR CDMX.• Duración promedio: 16 minutos.• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que fueron aplicadas en el idioma correspondiente.

Ficha Metodológica

3,794 encuestas efectivas, distribuidas en ocho mediciones.

Tamaño de muestra	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	435	479	500	500	485	500	435	460

Confiabilidad de los resultados

- El tamaño y distribución de la muestra permite tener un nivel de confianza del 95% en la tendencia de los resultados y un margen de error de $\pm 1.62\%$ acumulado.
- Cálculo hecho con un pq de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para calcular márgenes de error



$$e = \sqrt{\frac{(N - n)Z_a^2 pq}{n(N - 1)}}$$

Ficha Metodológica

Trabajo de Campo

- Para la realización de este proyecto, se contó con la activa y valiosa participación de un grupo de **estudiantes** de la **Escuela Superior de Turismo del IPN**, principalmente de la especialidad en Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico.

Aseguramiento de Calidad

- Se dispuso de una empresa privada (**Concepto Neurona S.A. de C.V.**) para los trabajos de auditoría y aseguramiento de calidad para la adecuada ejecución de los diferentes procesos involucrados en este proyecto; desde la *logística de campo* y *aplicación* de encuestas, hasta la *captura, depuración y procesamiento estadístico* de los resultados de esta medición.



Perfil prototípico del turista que visita la Ciudad de México

El turista que visita la Ciudad de México ...

- ✓ Es un **adulto joven**; tanto hombres como mujeres con edad promedio de 38 años.
- ✓ Mayormente es de **origen nacional**; aunque también llegan turistas de todas partes del mundo, principalmente del continente americano.
- ✓ Ha visitado previamente la ciudad; y respecto a viajes anteriores emite una evaluación comparativa muy positiva.
- ✓ Es un persona **generadora de su ingreso**; cuenta con **estudios de nivel medio y superior**. Y tiene **acceso, uso y apropiación de internet**; lo utiliza prácticamente para sus actividades cotidianas, incluso para la consulta de información turística y la planeación de sus viajes.
- ✓ Suele pernoctar; ésta tendencia es mayor en el caso de los turistas internacionales.

El turista que visita la Ciudad de México ...

- ✓ Es tan común alojarse **con Familiares o Amigos como hacerlo en hotel**; la primera alternativa es más recurrente entre viajeros nacionales, mientras que la segunda lo es con turistas internacionales. Continúa el incremento en la preferencia por alojamiento de bajo costo, sin distingo de origen del viajero.
- ✓ Lo más común es que venga a la Ciudad de México a **vacacionar** (41%); o bien, a **visitar a familiares y amigos** (20%) o por **trabajo** (16%).
- ✓ Lo que más gusta y reconoce el visitante es el **patrimonio cultural e histórico**; también aprecia el valor del residente como parte importante del encanto de la ciudad, en contraparte le disgusta el tráfico y la educación vial así como la contaminación.
- ✓ A decir de las actividades que realiza, se puede asegurar que “le gusta salir a la calle”.

Perfil prototípico

El turista nacional...

- ✓ Proviene principalmente de estados del **Centro – Bajío** del país (42%).
- ✓ Su perfil sociodemográfico y actitudinal es de **clase media típica**.
- ✓ La mayoría visita la ciudad con regularidad, sobre todo los de origen nacional.
- ✓ Se aloja con **familiares y amigos** en mayor medida – sobre todo los turistas de origen nacional; no así en el caso de visita por vacaciones y de negocios, donde suele hospedarse en hotel.
- ✓ Normalmente la Ciudad de México es el **destino único** de su viaje.
- ✓ Registra **estancias promedio** de cuatro días.
- ✓ **Gasta** en promedio mil ochenta y dos pesos diarios durante su estancia.

Perfil prototípico

El turista internacional...

- ✓ Proviene de todos los continentes; sobre todo de diversos países del **continente americano**, destacando **Estados Unidos (31.6%)**, en menor medida provienen del oeste de **Europa**.
- ✓ Perfil sociodemográfico y actitudinal de **clase media alta**.
- ✓ La mayoría viene por **primera vez** a la ciudad.
- ✓ La Ciudad de México **no es su único destino** de viaje.
- ✓ Se **hospeda** principalmente en hotel, sobre todo si viene por motivos vacacionales.
- ✓ Su **estancia promedio** es superior a la del viajero nacional, seis días.
- ✓ Su promedio de **gasto** diario es de dos mil treinta y dos pesos.



Resultados Ejecutivos

Contenido





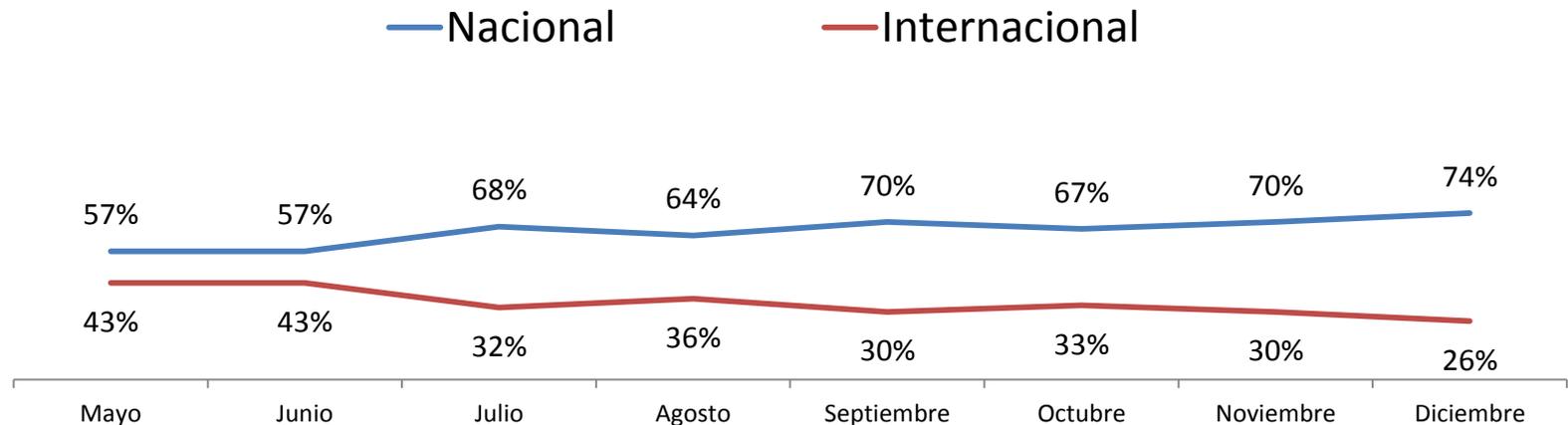
1. ¿De dónde vienen?

1. ¿De dónde vienen?

Origen del Turista

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- ✓ Dos de cada tres visitantes son turistas de origen nacional (66%).
- ✓ En los meses de Mayo y Junio se registra la mayor presencia de turistas internacionales.



1. ¿De dónde vienen?

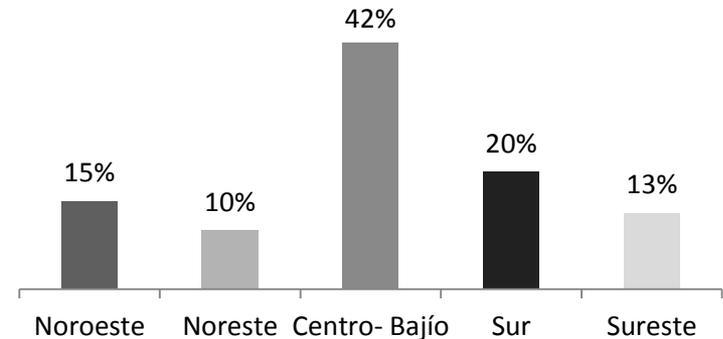
Origen del Turista

Turista nacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- Si bien llegaron turistas de todo el país, la región Centro Bajío (42%) es la que registra mayor cantidad de visitantes nacionales.
- Cinco estados aportan más de una cuarta parte de los visitantes nacionales que arriban a la Ciudad de México durante el periodo de análisis.
- Guerrero fue el principal estado emisor de viajeros, seguido por Veracruz, Estado de México, Morelos y Jalisco.
- Llama la atención que los visitantes provenientes del estado de Guerrero duplicaron su presencia en CDMX, con respecto a lo registrado en 2015.

Distribucion regional del visitante nacional



Top 10	Consolidado May - Dic.
Guerrero	11.7%
Veracruz	8.1%
Estado de México	8.1%
Morelos	7.6%
Jalisco	6.3%

41.8%

1. ¿De dónde vienen?

Origen del Turista

Turista internacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

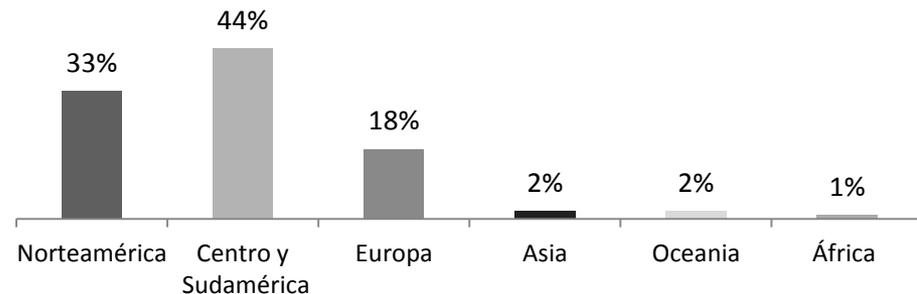
- A lo largo del periodo de evaluación, se registra la visita de turistas de 52 países. La mayoría son del **continente americano**.
- **Estados Unidos** es el país que genera mayor flujo de turistas internacionales a la CDMX (31.6%).

Top 10	Consolidado Abril-Dic
Estados Unidos	31,6%
Colombia	14.1%
Argentina	6.1%
España	5.0%
Brasil	3.2%
Perú	3.0%
Chile	2.9%
Francia	2.9%
Costa Rica	2.8%
Guatemala	2.6%

74.2%

- En cuanto a turistas europeos, destacan los provenientes de **España** (5.0%); en menor medida los provenientes de Francia.

Distribucion regional del visitante internacional





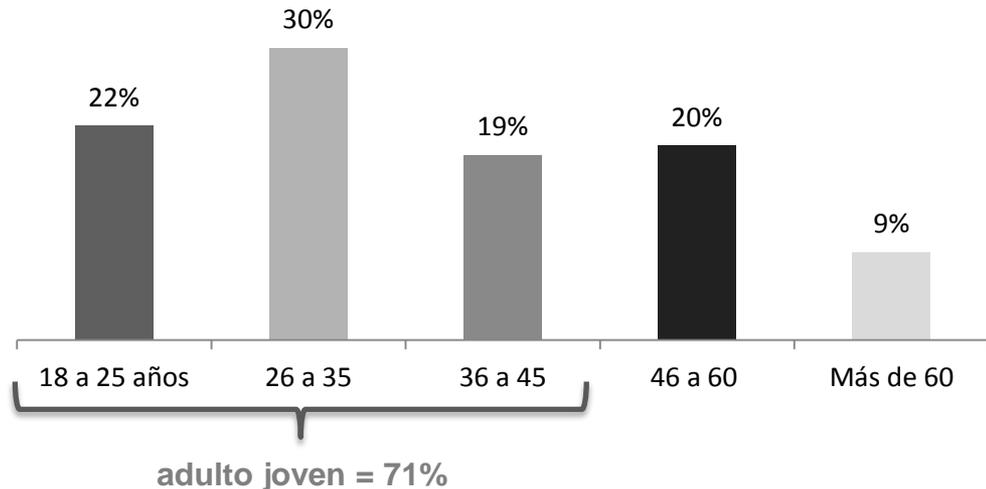
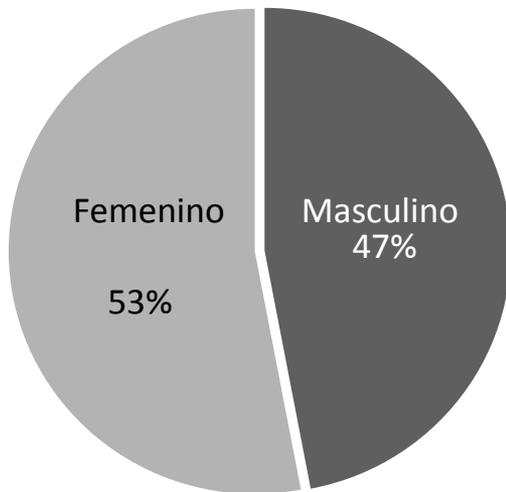
2. ¿Cómo son?

2. ¿Cómo son?

Género y edad

¿Cómo son los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ En gran medida, CDMX es visitada por **adultos jóvenes** (71%); es decir, entre los 18 y 45 años de edad, sin distinción de género.
- ✓ El promedio de edad del visitante es de 38 años.



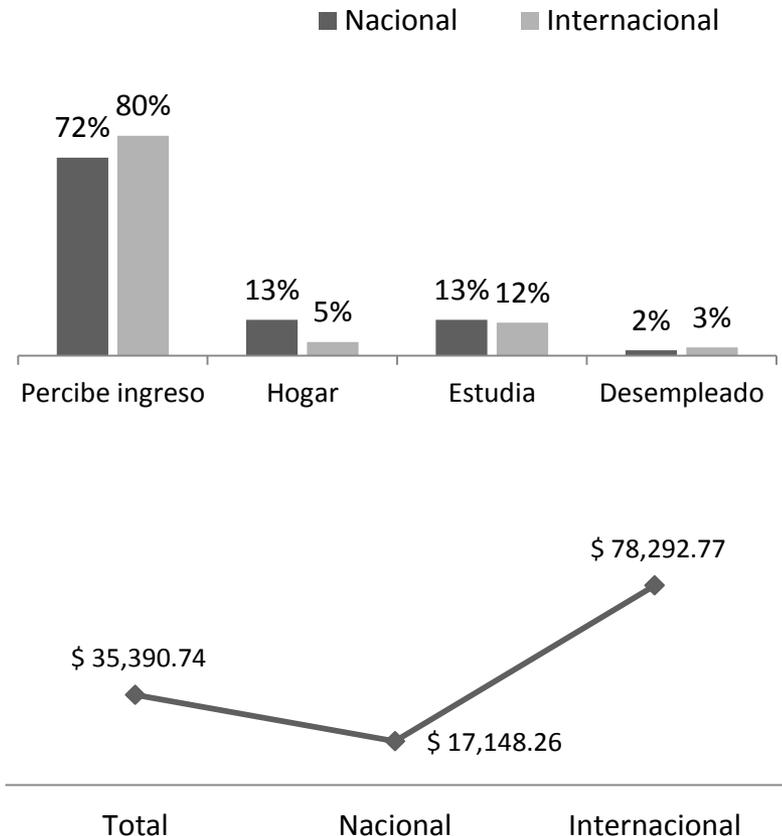
2. ¿Cómo son?

Ocupación e ingreso

¿Cómo son los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los turistas consultados declaran tener alguna ocupación remunerada).*
- ✓ El ingreso familiar promedio declarado por el visitante es muy diferente entre los turistas nacionales respecto a los internacionales.
- ✓ Destaca que el promedio de ingreso del visitante foráneo es prácticamente el doble que el de los viajeros internacionales del año pasado, al pasar de \$40 mil a casi \$80 mil pesos.

* Considera a empleados de la iniciativa privada y de gobierno; a profesionistas independientes, a comerciantes, así como a pensionados y jubilados.

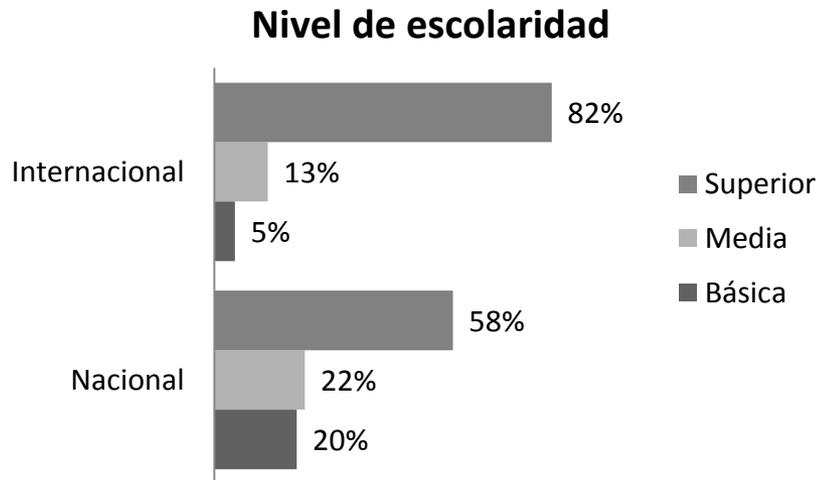


2. ¿Cómo son?

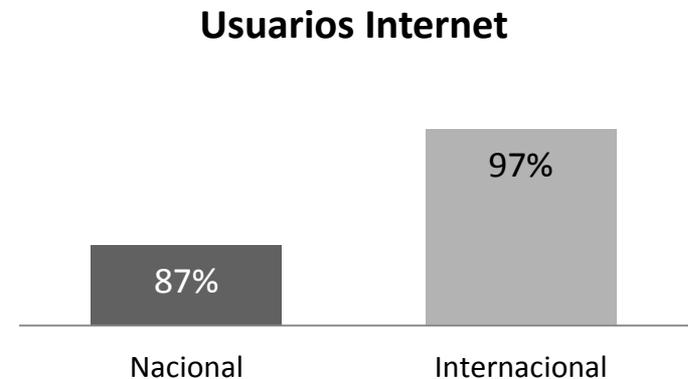
Escolaridad y uso de Internet

¿Cómo son los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los visitantes a la Ciudad de México cuentan con **estudios medios y superiores**.
- ✓ Esta tendencia se incrementa en el caso de los turistas internacionales.



- ✓ En términos generales, son **usuarios regulares de internet**, tanto por frecuencia (*todo el tiempo*) como por actividades que realizan con esta tecnología (*hago de todo*).
- ✓ Esta tendencia es más consistente entre viajeros internacionales.



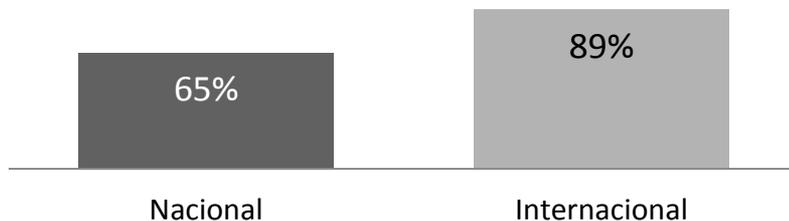
2. ¿Cómo son?

Uso de Internet

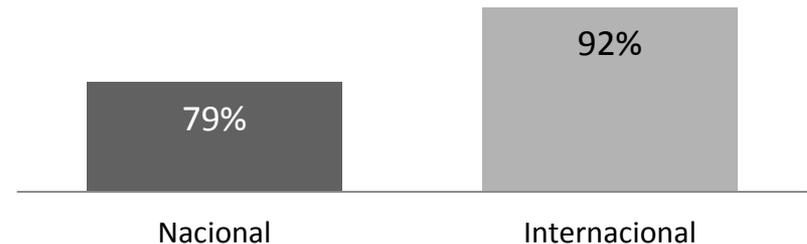
¿Cómo son los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ En términos generales, es alto el nivel de apropiación y uso internet en la vida cotidiana.
- ✓ Esta práctica se refleja en grandes volúmenes de turistas que utilizan Internet tanto para buscar información sobre viajes y destinos, así como para la planeación de los viajes. Esta tendencia es significativamente mayor en el caso de los turistas internacionales.
- ✓ No obstante, el volumen de turistas nacionales que utilizan esta herramienta tecnológica para la planeación de su viaje a la CDMX se incrementó 17% respecto al año anterior.

**Consulta información en Internet
sobre viajes y destinos
(% SÍ)**



**Usa Internet para planear sus viajes
(% SÍ)**



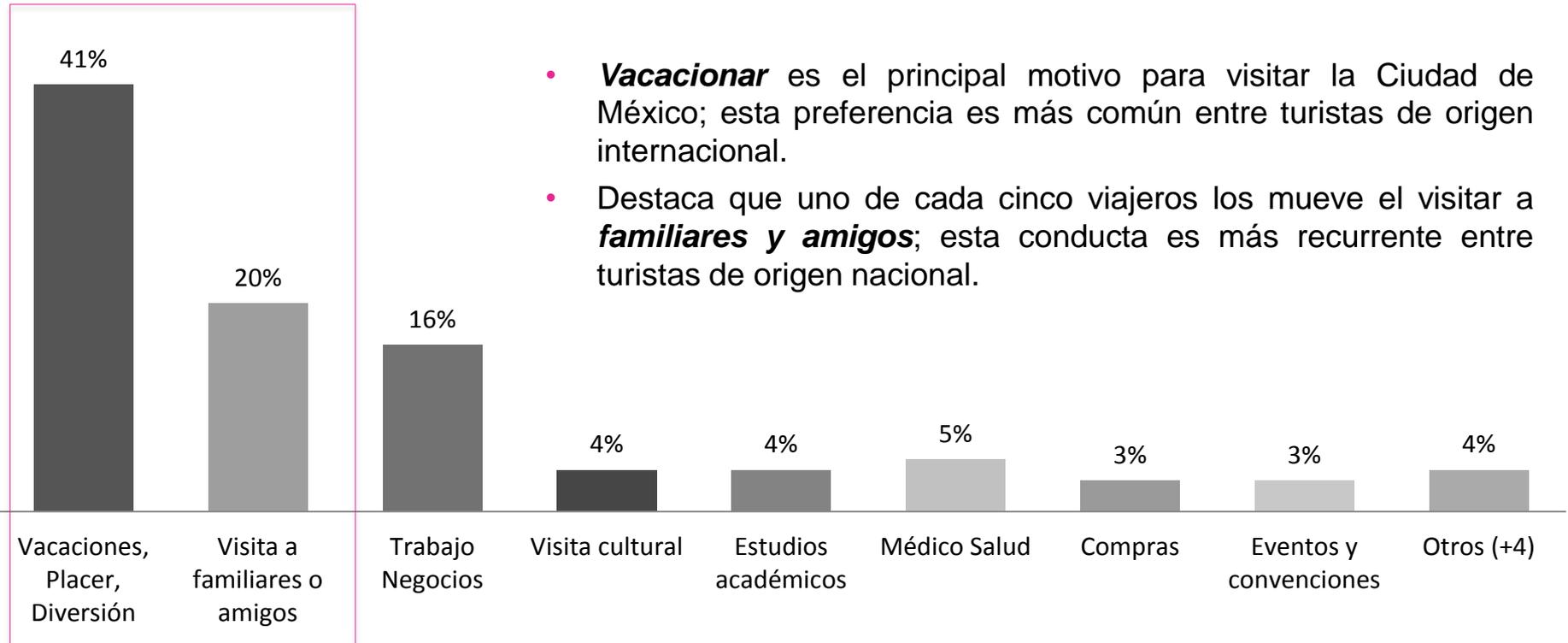


3. ¿Qué hacen en su visita?

3. ¿Qué hacen en su visita?

Motivo de la visita

¿A qué vienen los turistas que visitan la Ciudad de México?



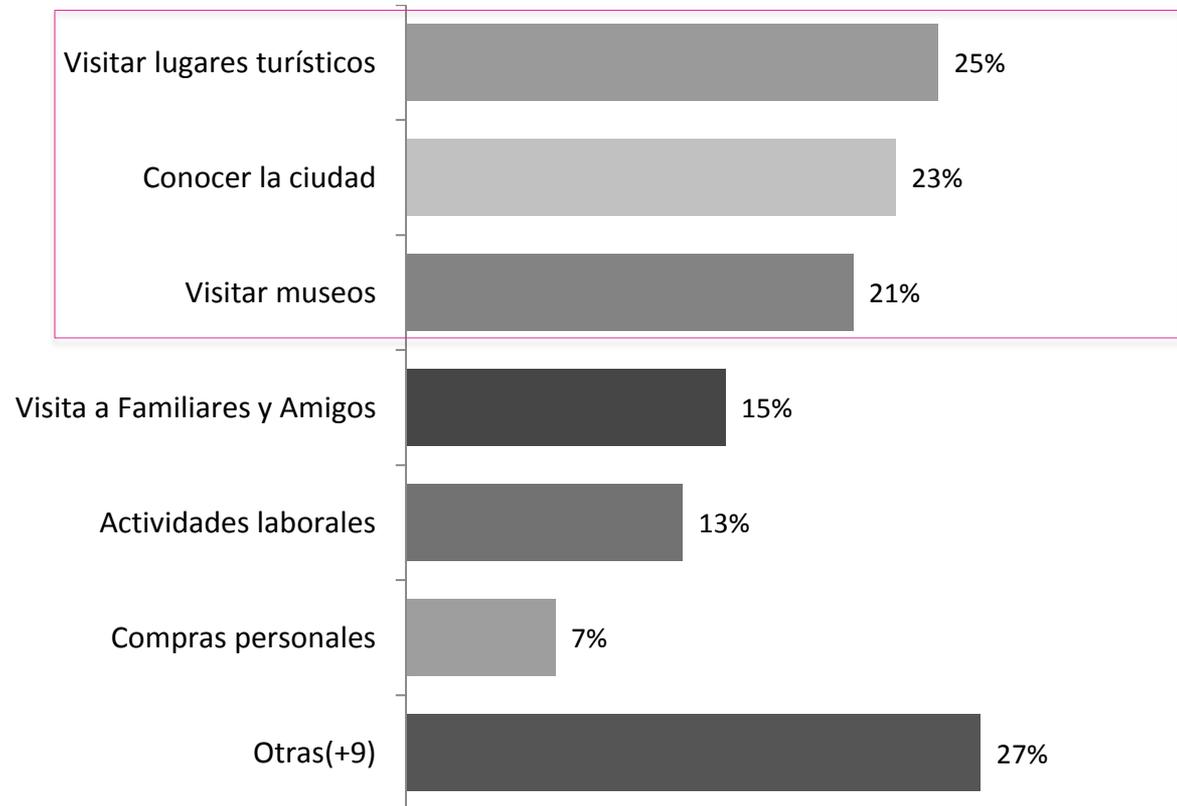
3. ¿Qué hacen en su visita?

Principales actividades

¿A qué vienen los turistas que visitan la Ciudad de México?

¿Qué tipo de actividades realiza durante su estancia ...?

- A juzgar por las actividades que declaran los visitantes consultados, se puede asegurar que la Ciudad de México provoca a sus visitantes a salir a caminar sus calles; a conocerla; a visitar sus atractivos.



3. ¿Qué hacen en su visita?

Movilidad interna

¿A qué vienen los turistas que visitan la Ciudad de México?

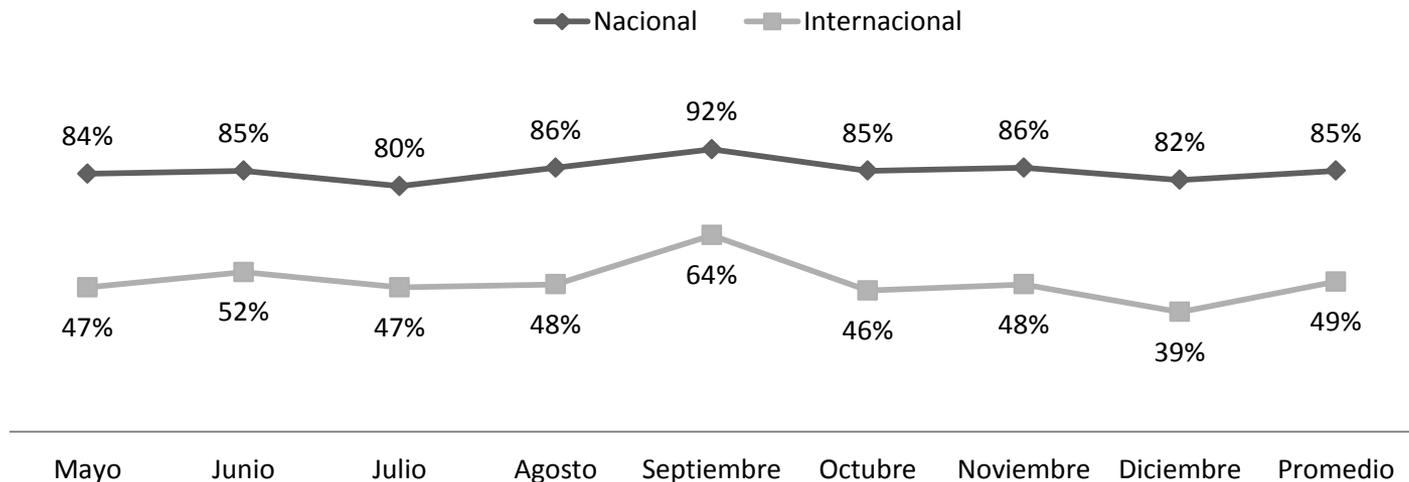
- Para la movilidad interna el medio de transporte más utilizado por los turistas que visitan la Ciudad de México es el STC (34%).
- Llama la atención el alto nivel de uso de este por parte del visitante internacional.
- El taxi es el segundo medio más utilizado, esta tendencia es mayor en el caso del visitante internacional.
- Respecto al año anterior, se observa un decremento importante en la preferencia de uso del STC, al pasar de un 48% a un 34%. Se incrementa el uso del taxi, se registra mayor recurrencia en el uso de redes privadas de transporte.

Consolidado	
STC	34%
TAXI	24%
Metrobús	11%
Otros (+7)	31%
Total	100%

3. ¿Qué hacen en su visita?

Ciudad de México, destino único

- En términos generales, la mayoría de los turistas nacionales contemplan a la CDMX como el destino **único** de su viaje.
- En cuanto a los turistas **internacionales**, en promedio casi la mitad viaja a otros destinos; aprovechan su estancia en el país y visitan lugares en el **Sur** (Morelos, Guerrero) y **Sureste de México** (Oaxaca, Cancún y Quintana Roo) y en menor medida del Centro del país (Guanajuato, Edomex, Puebla, Michoacán).
- Septiembre es el mes que registra mayor presencia de visitas exclusivas a la CDMX de parte de viajeros internacionales.





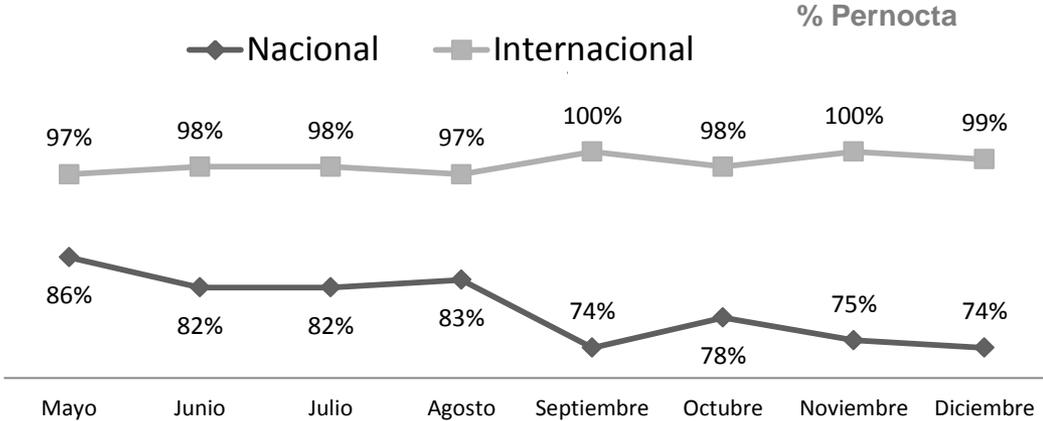
4. ¿Cómo viajan?

4. ¿Cómo viajan?

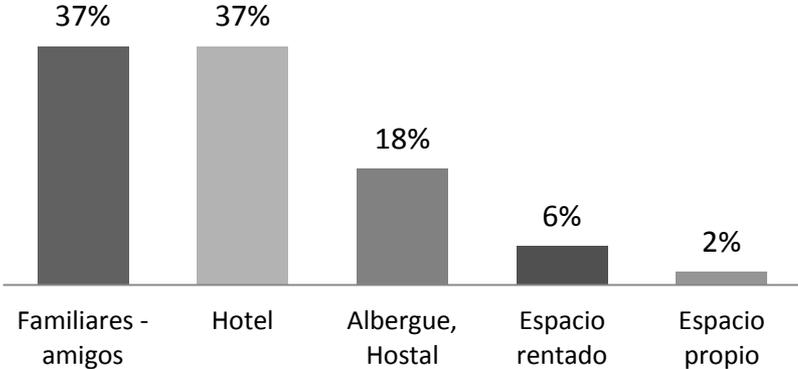
Estancia y Alojamiento

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los turistas que visitan CDMX **pernoctan** en ella.
- ✓ Esta tendencia es mayor en el caso de los turistas internacionales.



¿En dónde se hospeda durante este viaje?



- ✓ Es muy similar la preferencia entre turistas que se alojan con **Familiares o Amigos** y quienes lo hacen **en un hotel**.
- ✓ Destaca una **reducción en el uso del hotel de parte de turistas de origen nacional**.

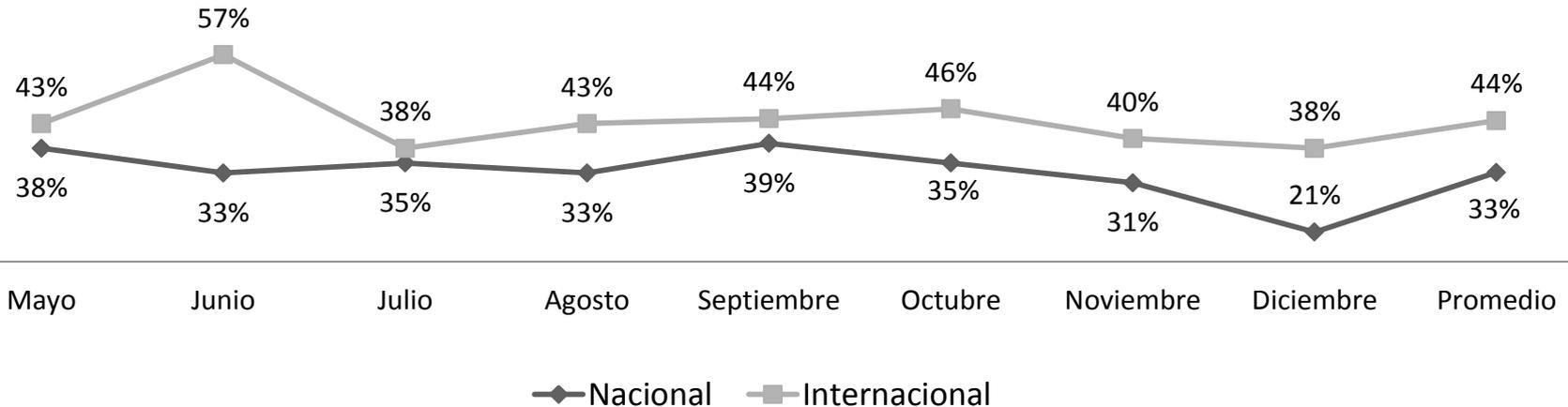
4. ¿Cómo viajan?

Alojamiento en Hotel

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ Los motivos más comunes entre turistas que se alojan en hotel son trabajo y vacaciones; en menor medida, para realizar visitas culturales.
- ✓ Es mayor la preferencia de viajeros internacionales que se alojan en hoteles.

Motivo principal del viaje	Consolidado
Vacaciones	41%
Visita a familia	20%
Trabajo	16%
Visita Cultural	4%



4. ¿Cómo viajan?

Duración del viaje

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ Es mayor la estancia del turista internacional en la Ciudad de México.
- ✓ De igual forma, el tipo de alojamiento es una variable que influye en el registro de las noches de estancia en la capital del país.

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	4,8	3,8	6,1
Mediana	4,0	3,0	5,0
Moda	2	2	4

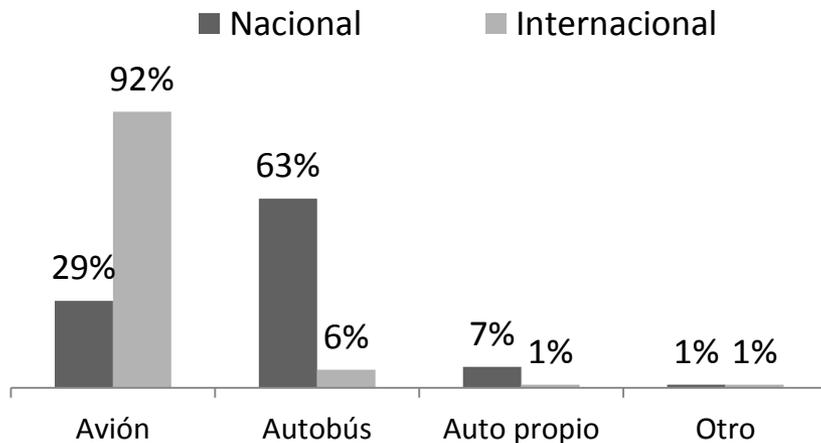
Noches	Hotel (41%)	Casa familia (34%)
Media	4.8	5.0
Moda	2	5

4. ¿Cómo viajan?

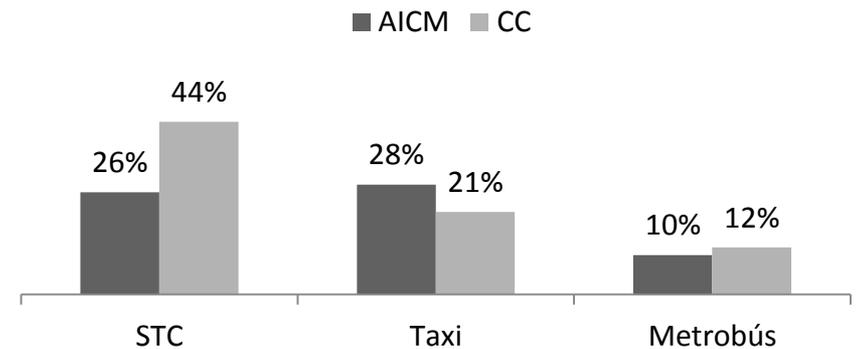
Medio de Transporte

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayor parte del turista de origen internacional arriba a la Ciudad de México en avión.
- ✓ Por su parte el principal medio de transporte utilizado por el turista nacional es el autobús.



- ✓ En cuanto al transporte interno, quienes arriban en avión a la Ciudad de México (AICM) utilizan el **Taxi** e incluso el **STC**; en menor medida el **Metrobús**.
- ✓ Quienes llegan en autobús (Centrales camioneras), utilizan principalmente el **STC**.
- ✓ Destaca la reducción del uso del taxi del aeropuerto.

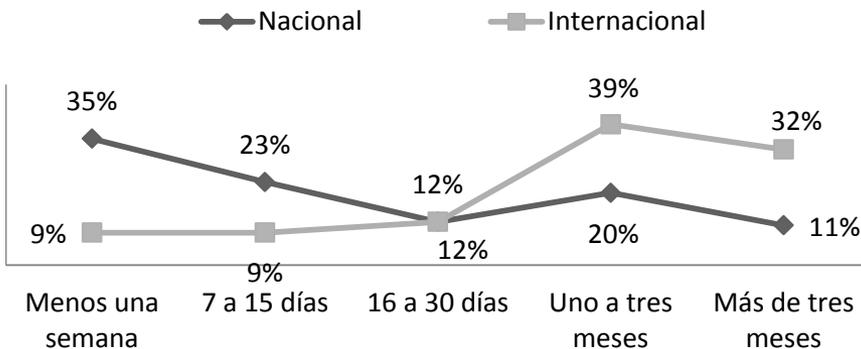


4. ¿Cómo viajan?

Planeación del viaje

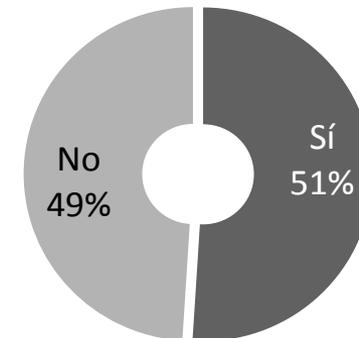
¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los entrevistados declara haber participado en la **planeación** de su viaje, ya sea solo o con otras personas (83%).
- ✓ En cuanto al tiempo de planeación del viaje, es más común que el turista internacional dedique de uno y hasta tres meses, en tanto que el viajero nacional suele hacerlo en una semana.



- ✓ Cerca de la mitad de los turistas que visitan la Ciudad de México declaran establecer algún **presupuesto** para su viaje.
- ✓ La mayoría de estos viajeros (60%) señala haber gastado lo presupuestado.

¿Estableció presupuesto para el viaje?



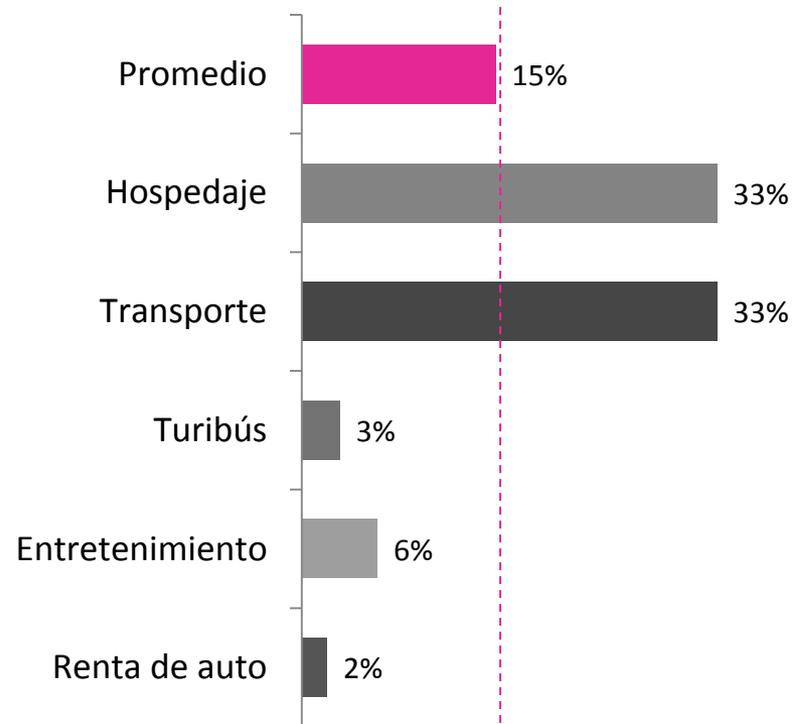
4. ¿Cómo viajan?

Reserva servicios

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La práctica de la reserva de servicios turísticos es sólo para el Hotel y el Transporte.

HÁBITO DE RESERVA



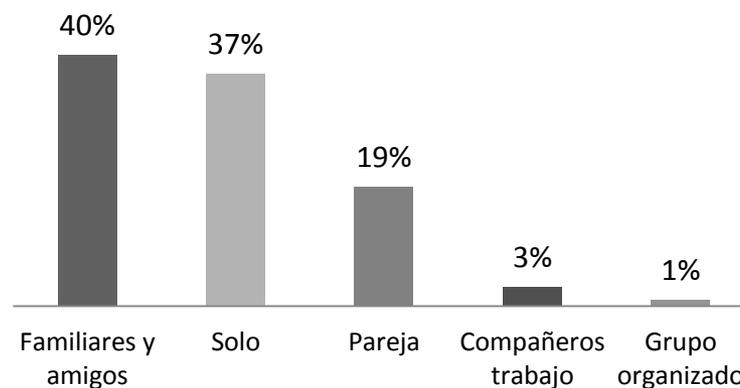
4. ¿Cómo viajan?

Acompañantes

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ En cuanto al acompañamiento, la principal forma de viajar a la Ciudad de México es con **familia o amigos**; en promedio, el tamaño de estos grupos oscila entre 3 y 4 miembros.
- ✓ Casi cuatro de cada diez turistas que viajan a la Ciudad de México, lo hacen solos.

¿Con quién realiza este viaje?



Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	3.5	3.8
Compañeros de trabajo	5.7	4.7
Grupo organizado	70.0	11.7

4. ¿Cómo viajan?

Gasto diario

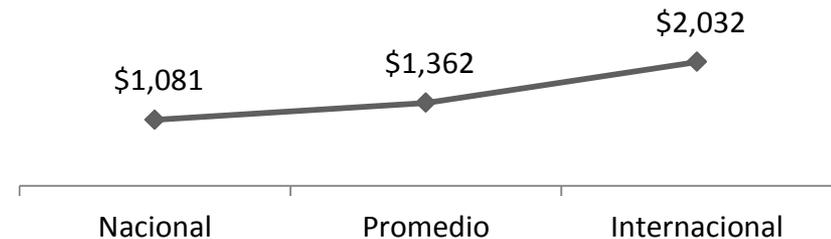
¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

Para efectos de tener mayor claridad en alguna cifra que permita dimensionar una derrama, **se recalculó el gasto diario por viajero: gasto total declarado entre el número de miembros del grupo, considerando los días de estancia** en la Ciudad de México.

De esta manera, el gasto promedio por persona es de mayor a los \$1,370 pesos por día; este monto es significativamente mayor en el caso de turistas internacionales.

El origen del viajero, así como el motivo del viaje expresa diferencias en este monto estimado.

Origen del turista
(Pesos mexicanos)

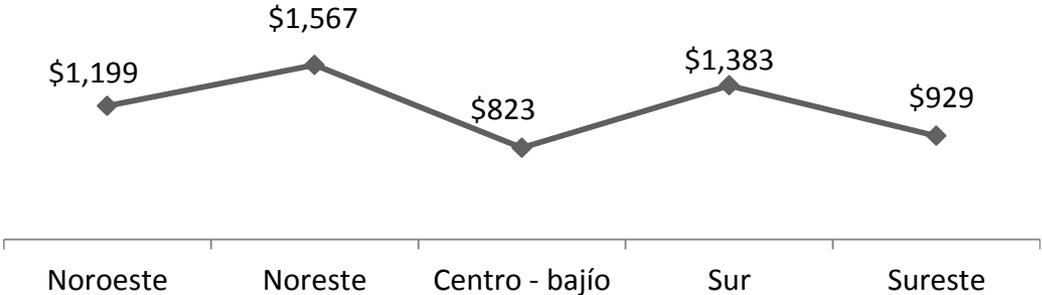


4. ¿Cómo viajan?

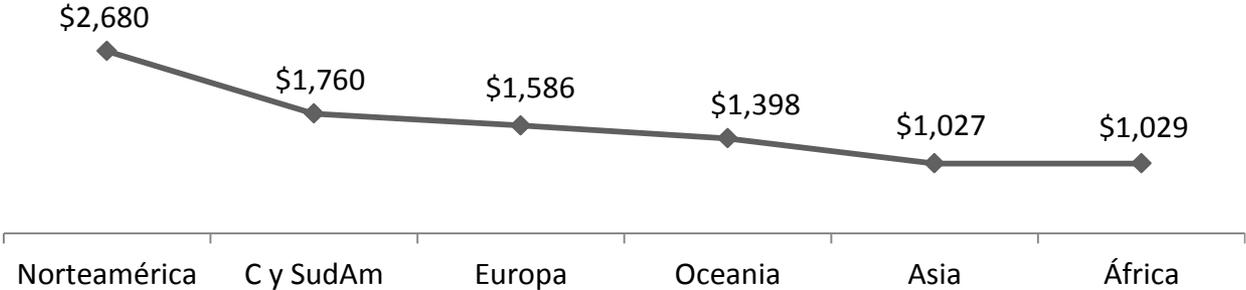
Gasto diario

¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

Turista Nacional



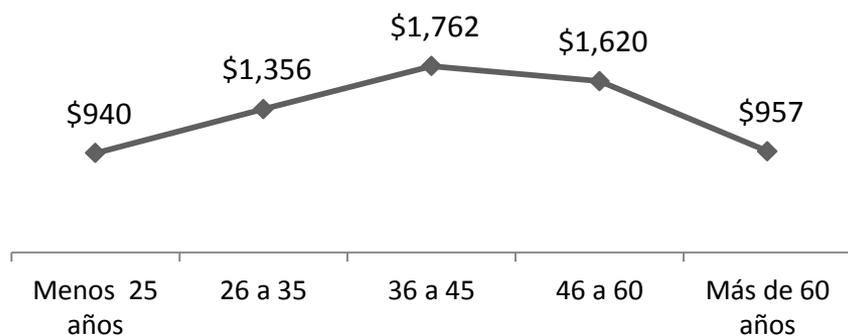
Turista Internacional



4. ¿Cómo viajan?

Gasto diario

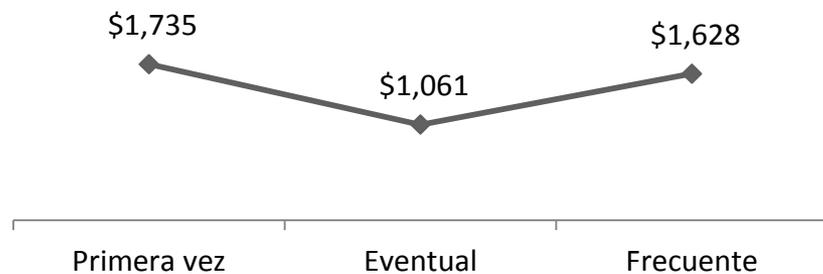
GRUPO DE EDAD



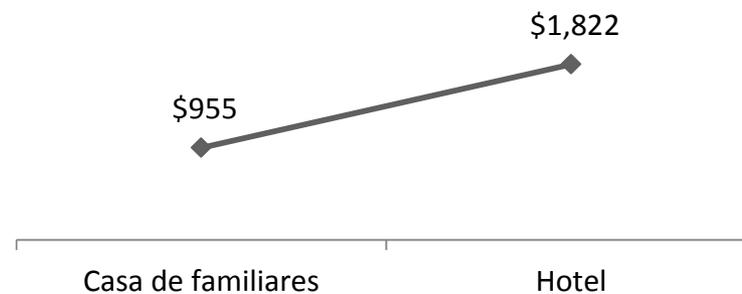
MOTIVO DEL VIAJE



REVISITA



TIPO DE ALOJAMIENTO



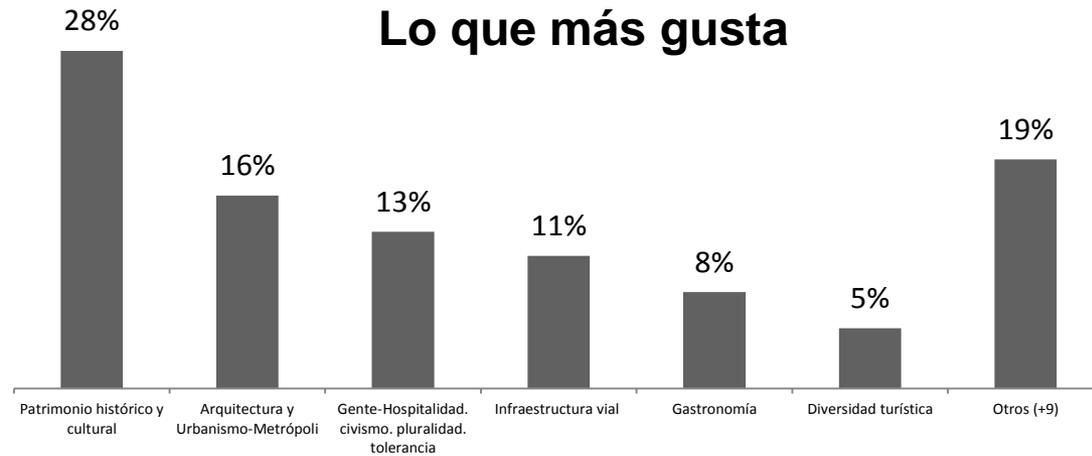


5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

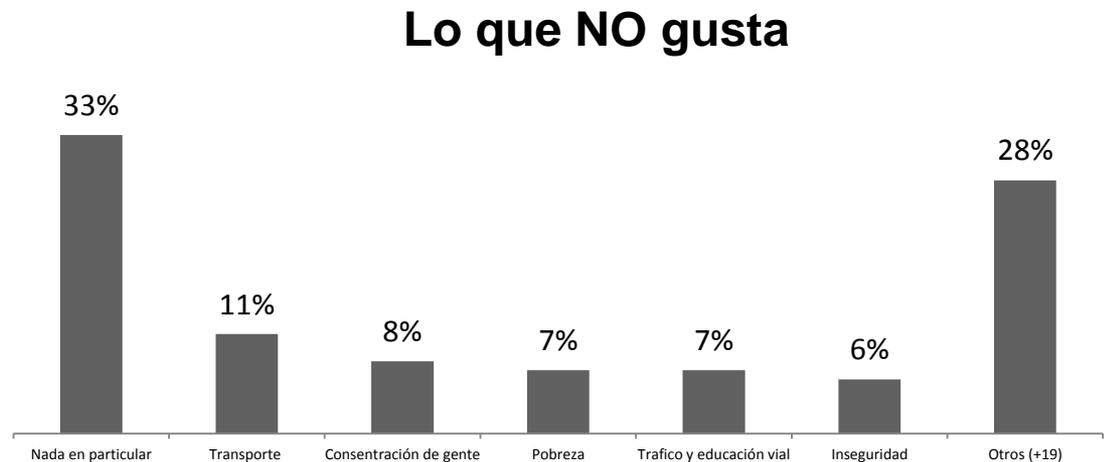
5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

¿Cómo ven la Ciudad de México?

- ✓ El **patrimonio cultural e histórico** es, sin duda, el elemento que más agrada a los turistas que visitan CDMX.
- ✓ En menor medida se refiere al valor arquitectónico de la metrópoli.
- ✓ Uno de cada diez visitantes reconoce su aprecio hacia el residente de esta capital.



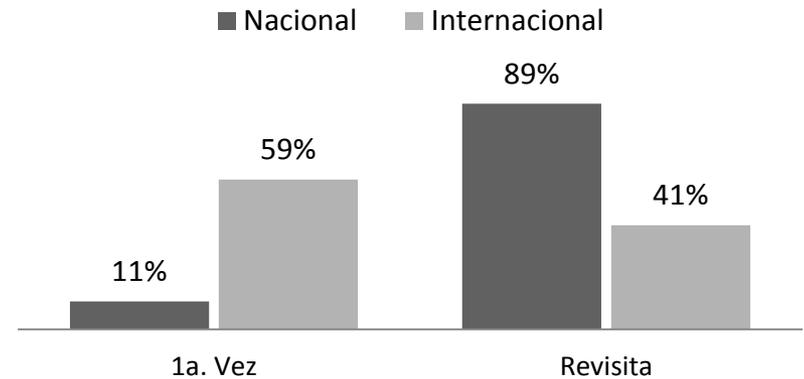
- ✓ En contraparte, la mayor crítica hacia la Ciudad de México se orienta hacia temas relacionados con el **transporte, densidad de la población, pobreza, tráfico y educación vial**.



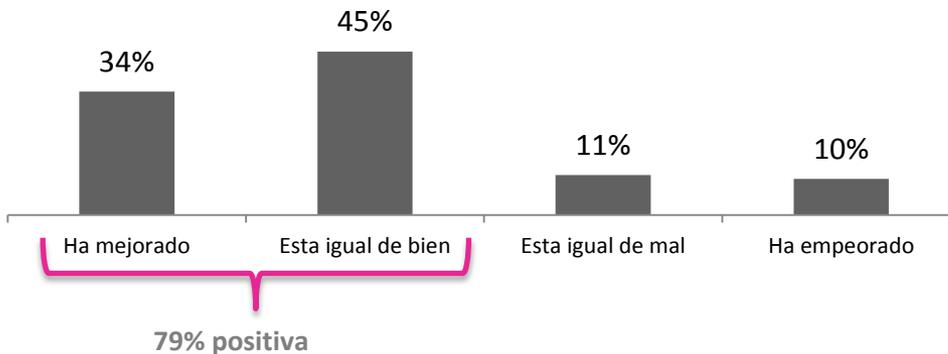
5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Percepción comparativa

- ✓ Es mucho más común que los turistas nacionales revisiten CDMX.



De su última visita, ¿Considera que la Ciudad de México...?



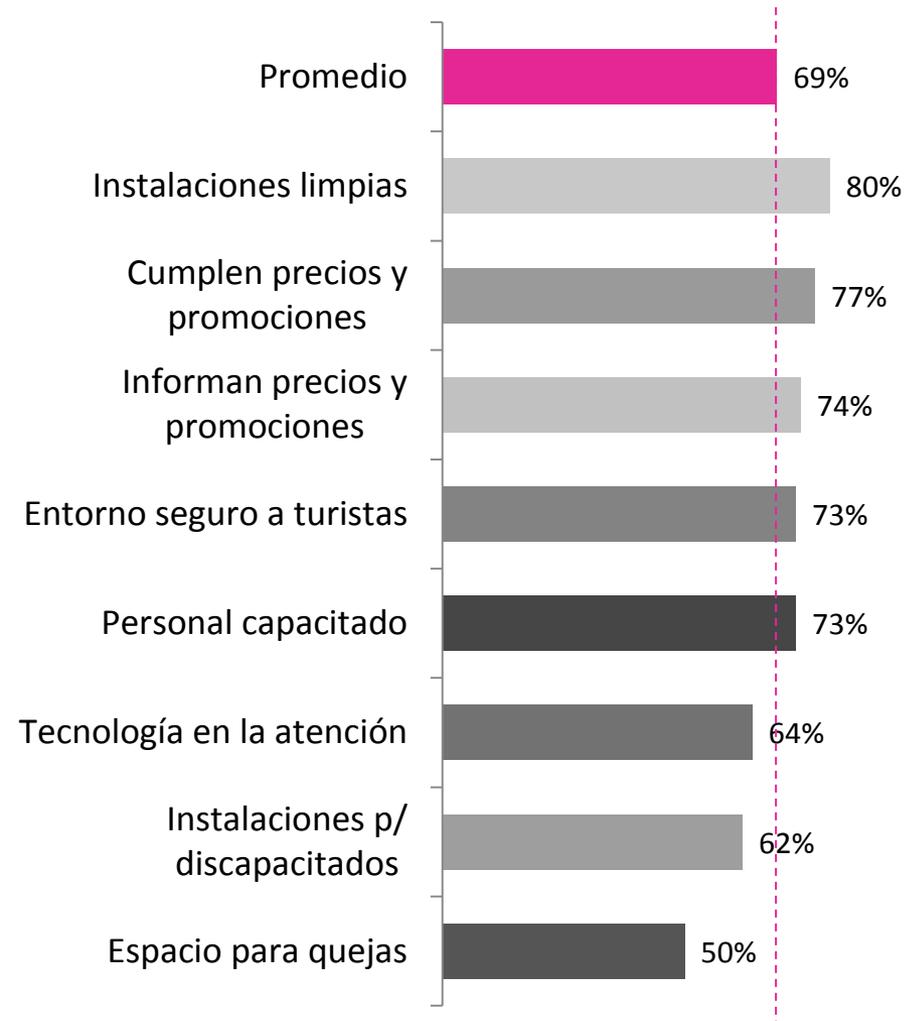
- ✓ La mayoría de los viajeros que han estado anteriormente en CDMX declaran tener una percepción positiva sobre la Ciudad de México.

5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Prestadores de Servicios Turísticos

Cumplimiento de obligaciones normativas

- Se evaluaron ocho aspectos relacionados con el **marco regulatorio** para prestadores de servicios turísticos de la CDMX
- El nivel de cumplimiento percibido por los consultados es apenas **aceptable** (69%).
- Los **espacios para quejas** registran las valoraciones más bajas, aun por debajo del promedio, junto con **instalaciones para discapacitados** y el **uso de tecnología en procesos de atención a clientes**.

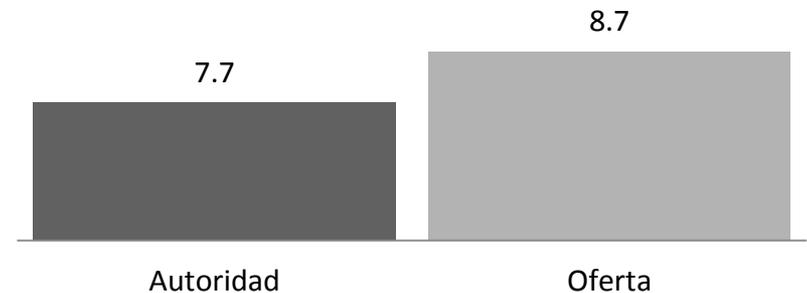


5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

- Se evaluaron cinco aspectos relacionados con la **OFERTA** turística de la Ciudad de México y ocho relacionados con **AUTORIDAD**.
- Comparativamente, los visitantes valoran mejor los componentes de la oferta, que el desempeño de la autoridad capitalina.



Autoridad	ÍNDICE
Media	7.0
Mediana	7.8
Moda	8

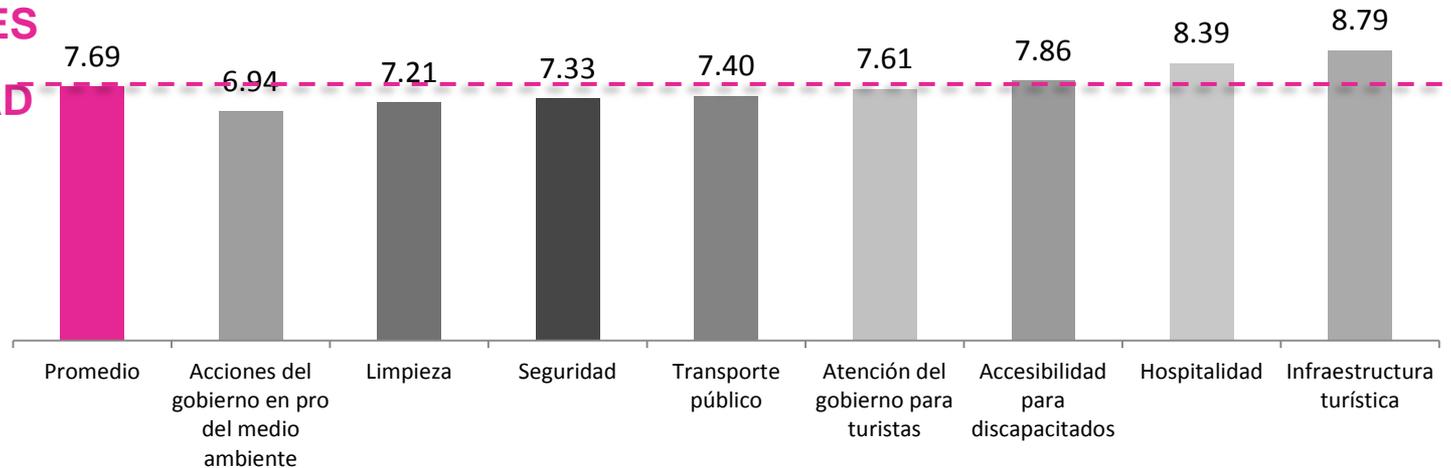
Oferta	ÍNDICE
Media	8.7
Mediana	9.0
Moda	10

5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

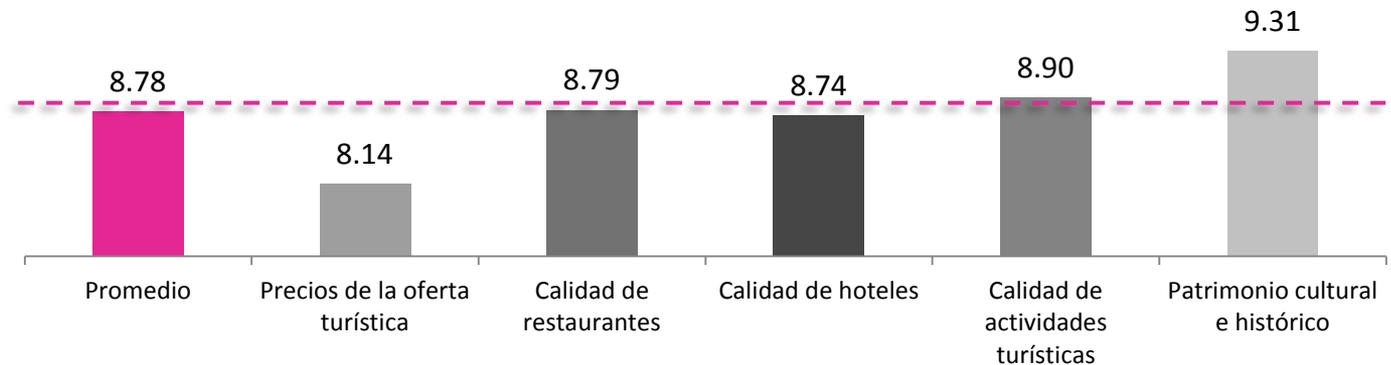
Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

COMPONENTES DE AUTORIDAD



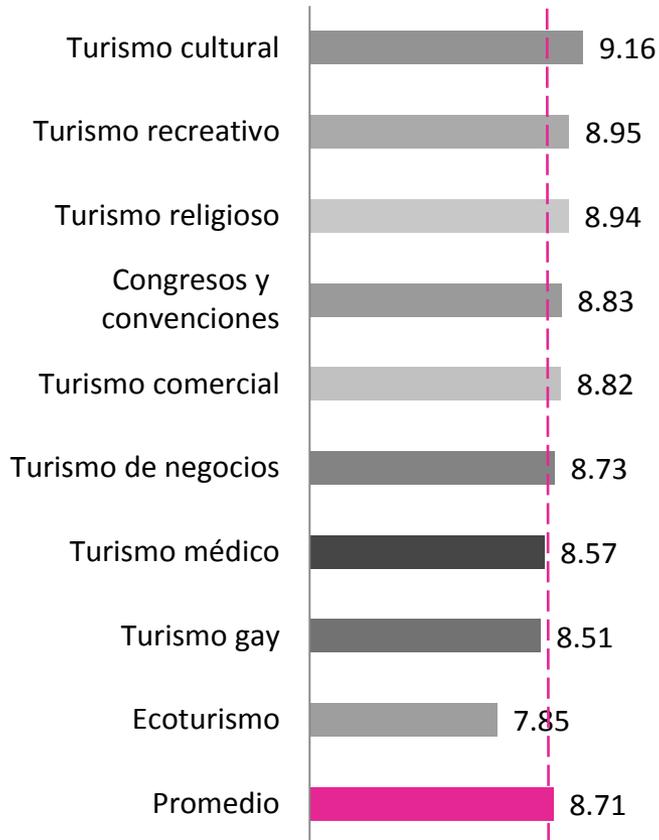
COMPONENTES DE OFERTA TURÍSTICA



5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Prestadores de Servicios Turísticos

Infraestructura para atender segmentos turísticos

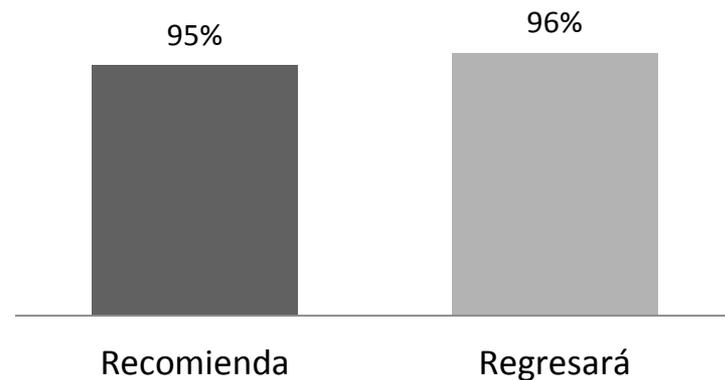


- Se solicitó a los consultados su opinión respecto a su percepción sobre las condiciones existentes para atender diversos segmentos turísticos en la Ciudad de México.
- En términos generales, se registra un percepción positiva alta, muy particularmente en lo relacionado con los segmentos **cultural, recreativo, religioso y de convenciones**.

5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Experiencia turística

- Para efectos de inferir un nivel de satisfacción de los turistas que viajaron a CDMX, se consultó al turista sobre si recomendarían a otras personas que visiten la ciudad, y si estarían dispuestos ellos mismos a regresar.
- El nivel de respuesta positiva fue muy alto; sin distingo alguno. Esta cifra fue muy consistente a lo largo del año.



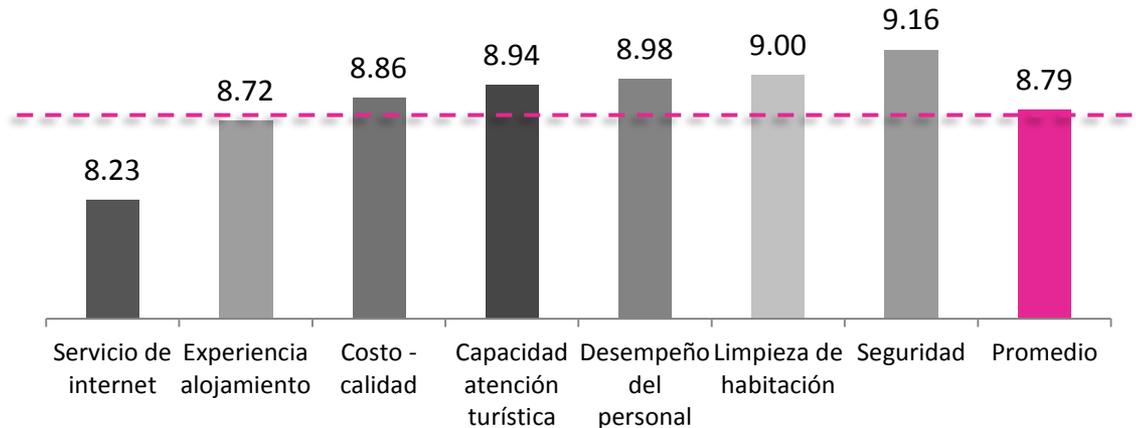
Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	96%
	Internacional	97%
	A totales	95%
Sí Regresaría	Nacional	95%
	Internacional	98%
	A totales	96%

5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Prestadores de Servicios Turísticos

Servicios de Hospedaje

- Se diseñó un **Índice de Evaluación del Servicio de Hospedaje en la Ciudad de México**, que se compone de siete elementos y fue aplicado exclusivamente a aquellos turistas que se alojaron en este tipo de establecimientos.



- Se observa una calificación muy aceptable, donde además de los aspectos de **seguridad y limpieza**, se reconoce positivamente el **nivel de capacitación y desempeño del personal de servicio**.
- Por otra parte, de manera muy consistente se observa que la calificación más baja corresponde a la apreciación sobre el **servicio de internet**, sin que sea una mala calificación.

5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

Prestadores de Servicios Turísticos

Servicios de Hospedaje

- La mayoría de los turistas que se alojaron en hotel declaran que regresarían al mismo (77%).
- Resulta muy evidente el peso que tiene en la percepción del cliente una mala experiencia con el servicio de internet.

¿Regresaría al mismo hotel?	Totales	Aspectos de Evaluación							Totales
		Limpieza habitación	Desempeño de personal	Costo-calidad	Servicio Internet	Seguridad	Capacidad atención turística	Experiencia alojamiento	
Sí	77%	9.21	9.22	9,13	8.56	9.36	9.22	9.00	9.10
NO	15%	7.89	7.76	7,44	6.50	8.19	7.57	7.28	7.54
No sabe	8%	9.05	8.99	8,89	8.42	9.09	8.89	8.67	8.89
Total	100%	9.00	8.99	8,86	8.24	9.16	8.95	8.72	8.85



6. Percepción sobre la autoridad turística

6. Percepción sobre la autoridad turística

Conocimiento de programas



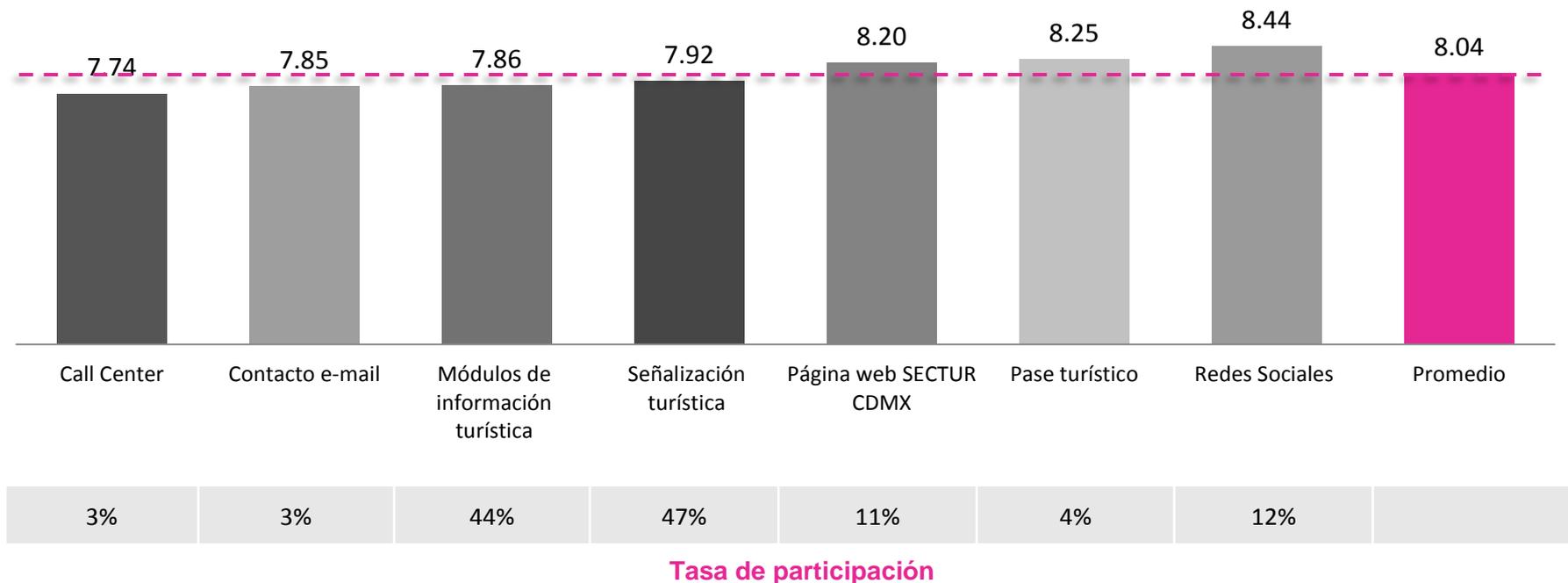
- En lo general, se registra un alto desconocimiento de programas gubernamentales asociados con la Secretaría de Turismo como son los casos de **Disfruta CDMX** y el **Pase Turístico**.
- **Turibus** es el programa más recordado por parte de los los viajeros consultados, seguido por la Ecobici.

- Barrios mágicos se midió solo en la M1.

6. Percepción sobre la autoridad turística

Servicios de SECTUR CDMX

- Se evaluaron siete servicios que actualmente ofrece la Secretaría de Turismo de la CDMX.
- En lo general, es muy bajo el nivel de recordación o conocimiento de parte de los consultados, con excepción de **Señalización Turística y Módulos de Información Turística**.
- No obstante, entre quienes conocen estos servicios otorgan calificaciones aceptables.



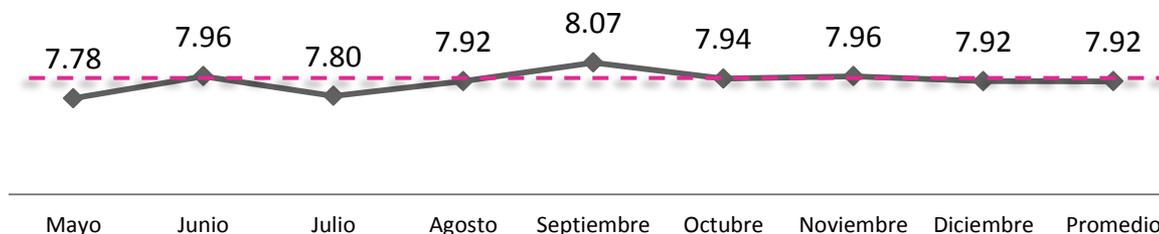
6. Percepción sobre la autoridad turística

Desempeño de SECTUR CDMX

- Se solicitó a los consultados su percepción sobre el desempeño de la Secretaría de Turismo del CDMX.
- La calificación otorgada es aceptable, siendo la más alta en el mes de septiembre y la más baja en mayo.
- Califican mejor a SECTUR CDMX los turistas de origen internacional, en su primer visita, así como el género femenino.

Media	7.92
Mediana	8.00
Moda	8

Evaluación SECTUR CDMX



Totales	7.92
Masculino	7.85
Femenino	7.97

El Totales	7.92
Turista Nacional	7.90
Turista Internacional	7.97

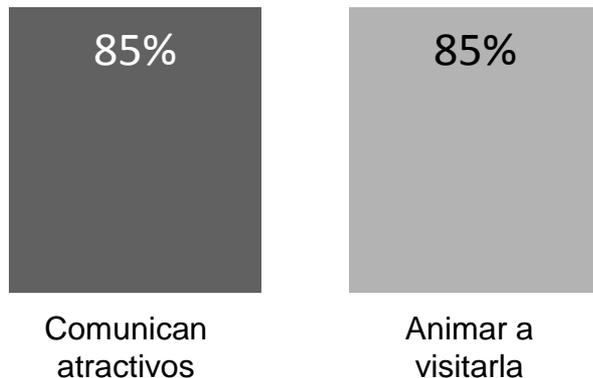
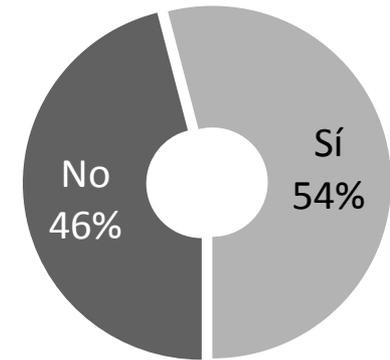
Totales	7.92
1ª. vez en CDMX	8.13
Revisita	7.80

6. Percepción sobre la autoridad turística

Impacto publicitario

... ¿Recuerda haber visto publicidad sobre la Ciudad de México?

- Más de la mitad de los consultados declara haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México en los últimos 12 meses.
- Los medios que mencionan a través de los cuales han visto estos anuncios son **TV** e **Internet**.



- En cuanto a la efectividad, parte importante de quienes han visto estos anuncios declaran que dichos materiales logran *comunicar los atractivos de la ciudad*, así como *animar a visitarla*.

6. Percepción sobre la autoridad turística

Impacto publicitario

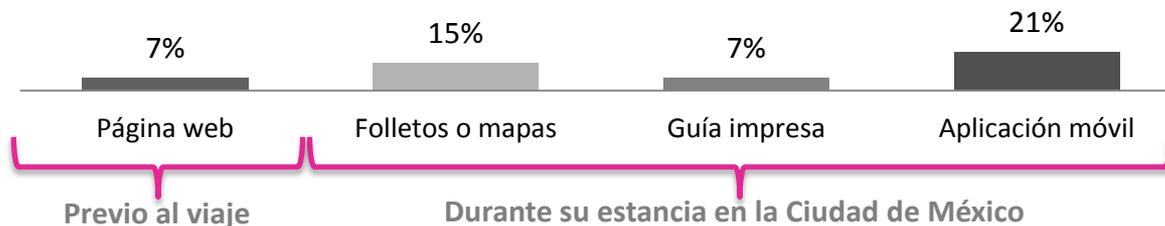
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa una ligera influencia de la variable recordación sobre la valoración hacia la institución. A mayor recordación publicitaria, mejor evaluación del desempeño de esta oficina pública.

Calificación	Recordación publicitaria	
	SI	NO
Desempeño de SECTUR CDMX (7.92)	8.02	7.77

6. Percepción sobre la autoridad turística

Consumo de información turística

- Previo al viaje, sólo el 7% de los turistas declaran haber consultado la página web de SECTUR CDMX. Entre quienes hicieron esta consulta es más recurrente encontrar viajeros internacionales.
- Una proporción similar se registra entre quienes declaran utilizar guías turísticas impresas.
- El recurso informativo más utilizado son las aplicaciones móviles con información turística.
- Uno de cada siete viajeros dice haber consultado folletería turística (gobierno local) durante su estancia en la Ciudad de México.





7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

(Índice de Evaluación)

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

Índice de Evaluación del Sistema Turístico

- Iniciativa desarrollada por la **Escuela Superior de Turismo**.
- Modelo metodológico que permite medir de manera periódica el estado y evolución del *Sistema Turístico de la Ciudad de México*, desde la perspectiva del visitante.

Objetivo →

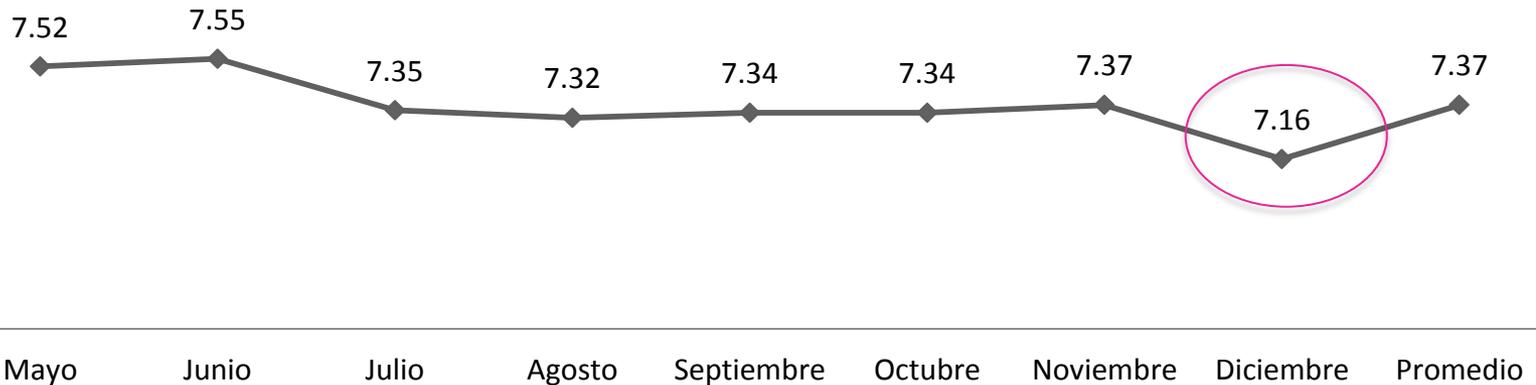
Que SECTUR CDMX cuente con indicadores que permitan identificar áreas de oportunidad para robustecer su perspectiva estratégica y contar con insumos para diseñar e implementar planes y programas que involucren de manera asertiva a los diferentes actores e instituciones que componen dicho sistema.

IESTUR CDMX 2016

7.37

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

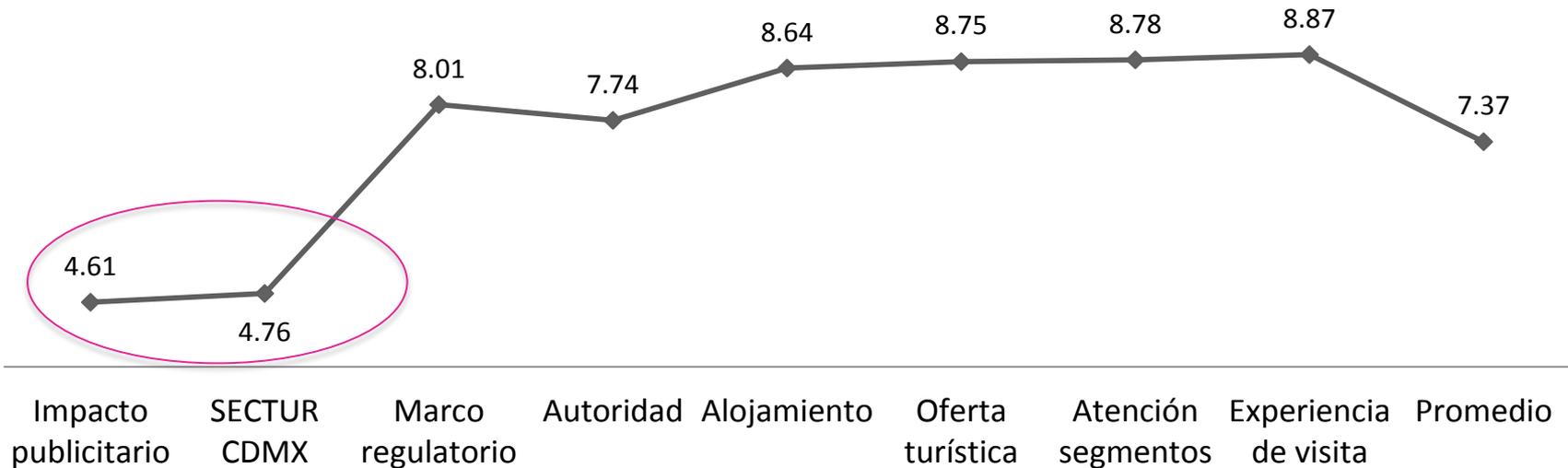
Índice de Evaluación del Sistema Turístico



- Diciembre es el mes que registró las más bajas valoraciones de percepción global de los turistas respecto a su visita a la cdmx durante 2016.

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

Índice de Evaluación del Sistema Turístico



Los factores que influyen en las bajas calificaciones de Impacto publicitario y SECTUR CDMX son los siguientes: la base de personas que responden tiende a ser reducida, lo que hace que en la muestra total el índice baje, a pesar de que el grupo reducido da calificaciones aceptables a ambos.

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

Índice de Evaluación del Sistema Turístico

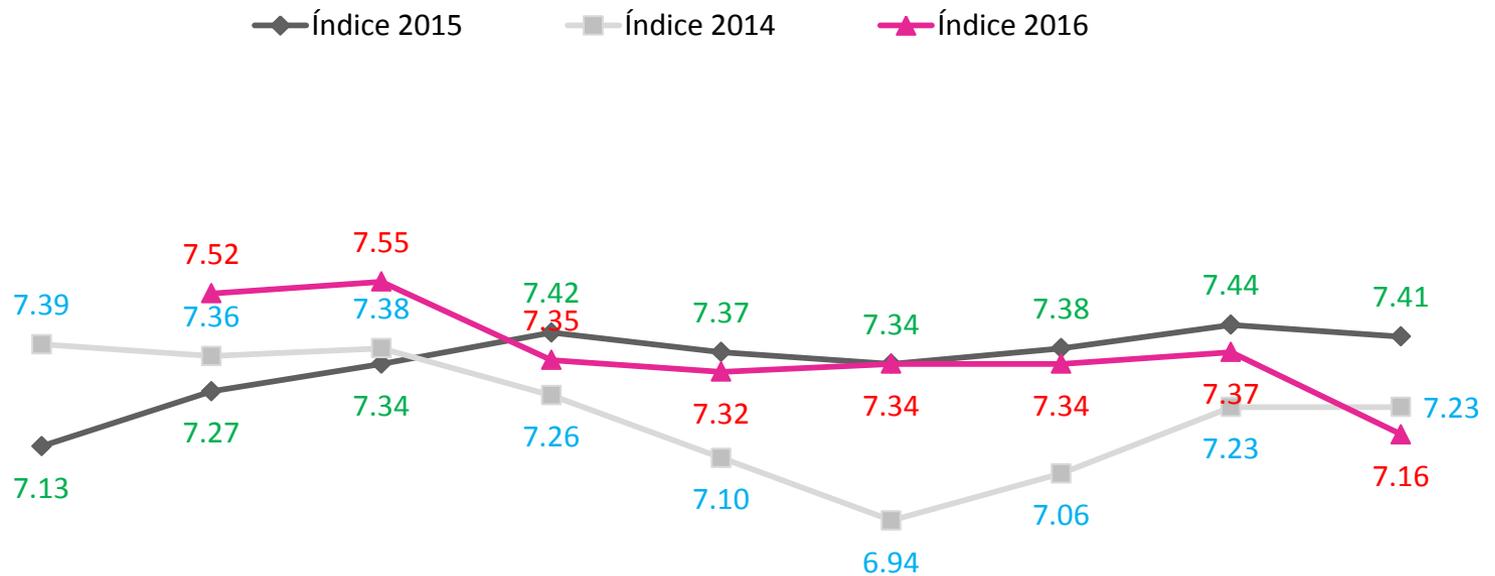
COMPARATIVO Mayo- Diciembre

		Consolidado	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Prestadores de Servicios	Alojamiento	8.64	8.83	8.51	8.65	8.78	8.67	8.52	8.74	8.18
	Marco regulatorio	8.01	7.24	8.01	8.21	8.28	8.02	8.15	8.19	7.87
Servicios Turísticos	Oferta turística	8.75	8.77	8.77	8.75	8.70	8.82	8.82	8.82	8.65
	Autoridad	7.74	7.81	7.77	7.72	7.66	7.75	7.76	7.83	7.64
	Atención a segmentos	8.78	8.74	8.82	8.80	8.73	8.79	8.78	8.86	8.69
	Impacto publicitario	4.61	4.90	5.13	4.46	4.43	4.59	4.11	4.77	4.56
	SECTUR CDMX	4.76	6.11	5.07	4.48	4.34	4.51	4.94	4.35	4.38
	Experiencia del visitante	8.87	8.84	9.24	8.82	8.93	8.90	8.85	8.74	8.64
	Total	7.37	7.52	7.55	7.35	7.32	7.34	7.34	7.37	7.16
	n=	3,794	435	479	500	500	485	500	435	460

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

Escala del 1 al 10

COMPARATIVO



	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Noviembre	Diciembre
Índice 2015	7.13	7.27	7.34	7.42	7.37	7.34	7.38	7.44	7.41
Índice 2014	7.39	7.36	7.38	7.26	7.10	6.94	7.06	7.23	7.23
Índice 2016		7.52	7.55	7.35	7.32	7.34	7.34	7.37	7.16

Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2016

REPORTE EJECUTIVO

Mayo a Diciembre de 2016

