

Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados
Septiembre - 2016





Introducción	3
Presentación	4
Ficha Metodológica	6
Resultados	9
1. Perfil del turista	9
2. Perfil del viaje	23
3. Evaluación de servicio de hospedaje	44
4. Percepción sobre la CDMX	52
5. Evaluación de Programas y SECTUR DF	66
6. Sistema Turístico de la Ciudad de México (Índice de Evaluación)	83
Anexo 1 - Explicación del modelo de evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México	91



- 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 un estudio cuantitativo sobre el “Perfil del turista que visita la Ciudad de México”.
- De esta manera, **SECTUR-CDMX** continúa la tarea de explorar y profundizar más en el conocimiento del fenómeno turístico en la Ciudad de México con fundamento científico a través de un estudio longitudinal (mediciones mensuales), cuyo análisis enriquece la toma de decisiones en materia de **promoción turística y políticas públicas** que realiza esta dependencia.
- A continuación, la **Escuela Superior de Turismo** presenta los resultados descriptivos de la **quinta medición** de este proyecto durante 2016, misma que fue realizada durante el mes de **Septiembre (M5-2016)**, con base en los **siguientes objetivos y especificaciones metodológicas**.

Objetivos del proyecto:

- Configurar un modelo de investigación que permita registrar de forma sistemática y confiable opiniones, percepciones, valoraciones y expectativas, de manera que puedan establecer perfiles de turistas que visitan la Ciudad de México.
- Identificar oportunidades estratégicas y generar insumos para el diseño de políticas y programas en materia turística, más robustos, mejor orientados y que aporten en favor de una imagen positiva de la Ciudad de México.

Objetivos específicos:

1. Identificar los **perfiles** más relevantes de los visitantes a la Ciudad de México en términos de :
 - Indicadores sociodemográficos (género, grupo de edad, nivel educativo, ocupación, ciudad de origen, frecuencia de visita, entre otros);
 - Motivos de visita a la ciudad, duración de la estancia;
 - Planeación del viaje y tipo de alojamiento, entre otros.
2. Conocer la **percepción** del visitante sobre la Ciudad de México, en lo general y hacia su oferta turística en lo particular.
3. Contar con insumos para el diseño y ejecución de **programas de promoción** turística.
4. Construir **indicadores** que aporten a los prestadores de servicios turísticos para mejorar la experiencia turística, incrementar niveles de satisfacción y estimular la revisita y referenciación positiva hacia la Ciudad de México (recompra y recomendación).



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: <ol style="list-style-type: none"> 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.

Tamaño de muestra

- 485 encuestas efectivas

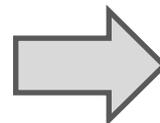
Fecha de realización

- Del 15 de al 30 de septiembre de 2016

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 agregado a totales de **±4.54%** en esta medición.
- Cálculo hecho con un pq de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para
calcular márgenes de error



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

Trabajo de Campo

- La aplicación de las encuestas fue realizada por un grupo de estudiantes de la **Escuela Superior de Turismo**, principalmente de la especialidad en **Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico**.

Aseguramiento de Calidad

- Se dispuso de una empresa privada (**SS Neurona S.C.**) 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.



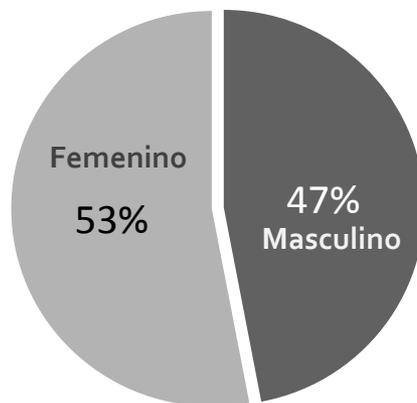
Resultados

1. Perfil del turista

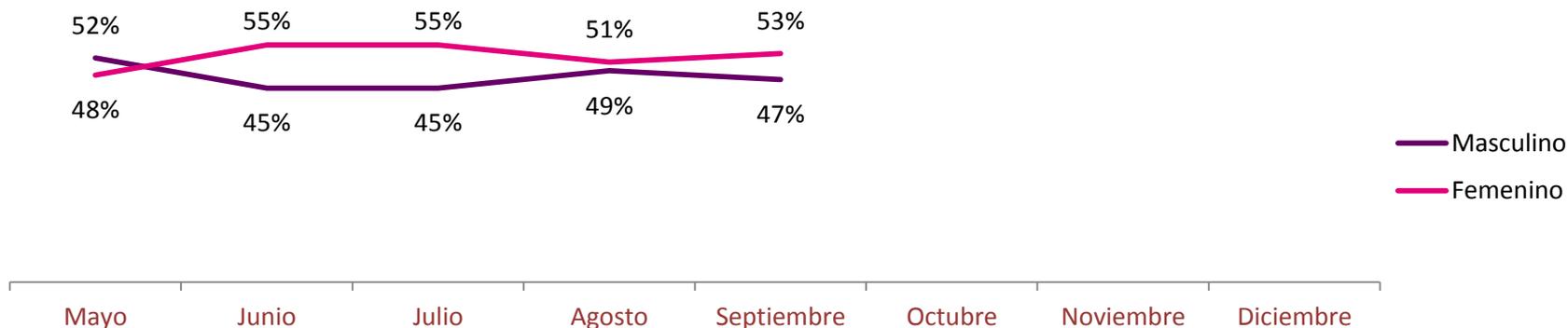


Género del entrevistado

Base: 485 casos



Comparativo Mensual





Grupos de Edad estadísticos

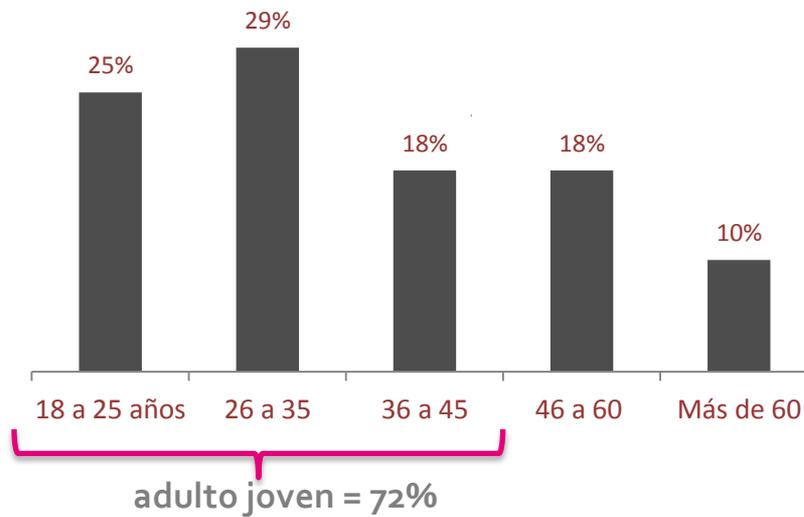
Base: 485 casos

Estadísticos

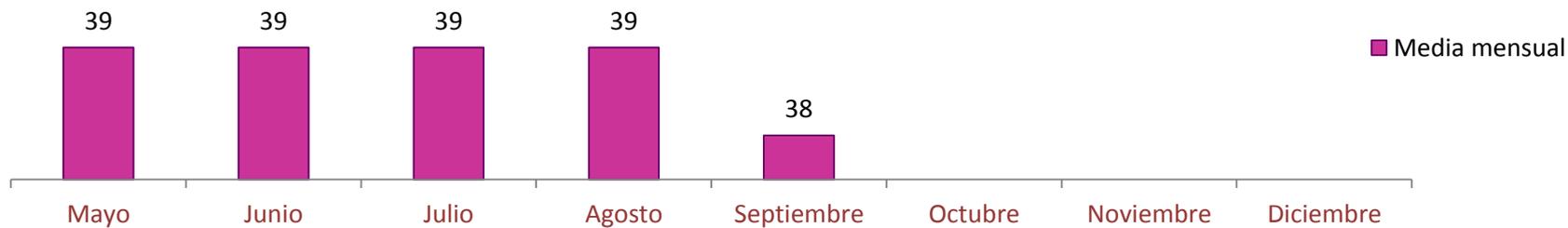
Media	38 años
Mediana	34 años
Moda	30 años

Grupos de Edad

Base: 485 casos



Comparativo Mensual



1. Perfil del Turista



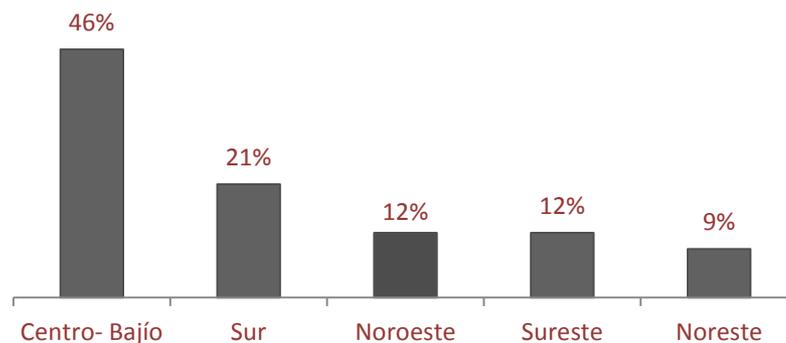
Origen del Turista

Base: 485 casos



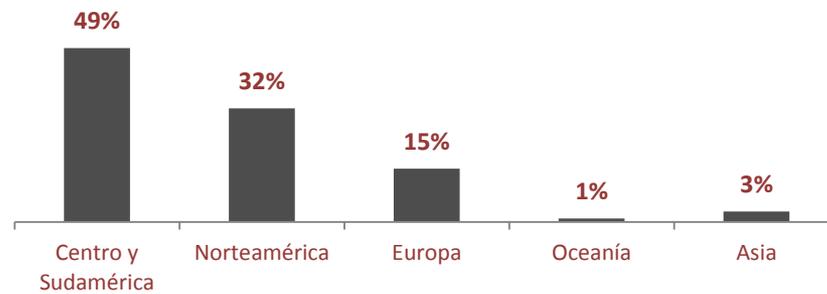
Nacional = 70%

Base: 345 casos



Internacional = 30%

Base: 140 casos



1. Perfil del Turista



Turistas Nacionales - entidad de origen

Base: 345 casos (70%)

66%

Entidad Federativa	%
Morelos	10.4%
Estado de México	9.9%
Guerrero	9.0%
Jalisco	9.0%
Veracruz	5.8%
Nuevo León	5.2%
Oaxaca	4.9%
Puebla	4.3%
Baja California	3.8%
Guanajuato	3.8%

Entidad Federativa	%
Hidalgo	3.8%
Sonora	3.5%
Tabasco	2.3%
Yucatán	2.3%
Chihuahua	2.0%
Michoacán	2.0%
Querétaro	2.0%
Quintana Roo	2.0%
Zacatecas	2.0%
Chiapas	1.7%

Entidad Federativa	%
Coahuila	1.7%
Tamaulipas	1.7%
Aguas Calientes	1.2%
Sinaloa	1.2%
Colima	0.9%
Durango	0.9%
San Luis Potosí	0.9%
Baja California sur	0.6%
Nayarit	0.6%
Tlaxcala	0.6%

1. Perfil del Turista



País de origen

Base: 140 casos (30%)

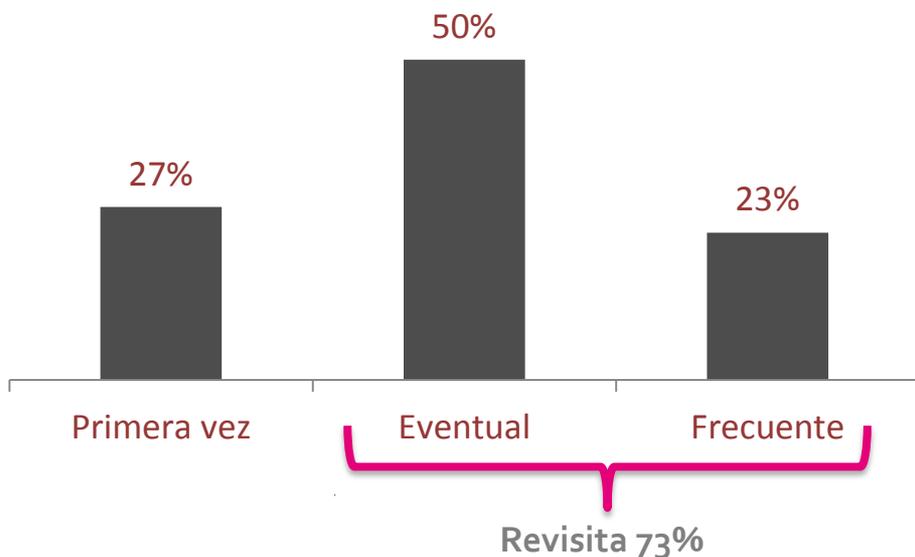
	País	%		País	%
56%	Estados Unidos	30.7%	13%	Guatemala	3.6%
	Colombia	10.0%		Honduras	3.6%
	Costa Rica	5.7%		Perú	3.6%
	Brasil	5.0%		Argentina	2.9%
	España	5.0%		Francia	2.9%
				Otros países (+22)	31%

1. Perfil del Turista

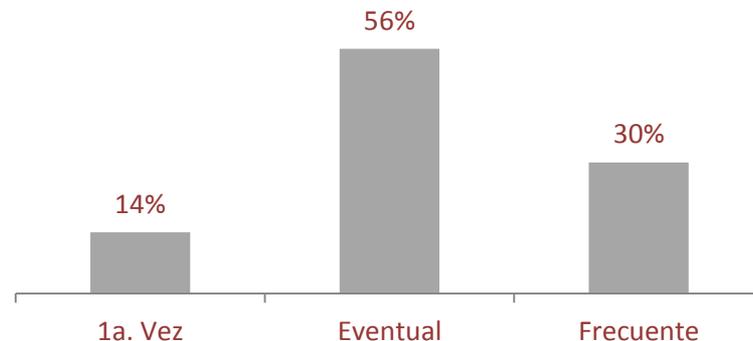


Frecuencia de visita

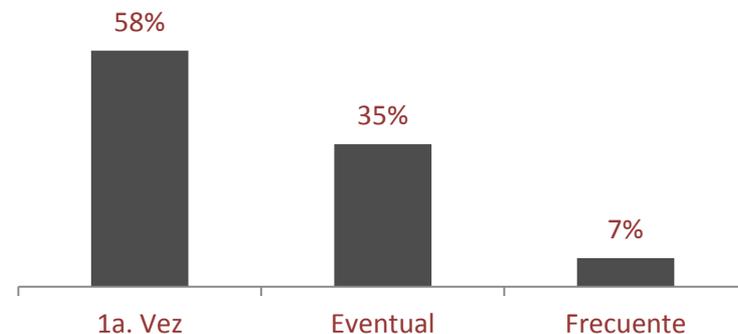
Base: 485 casos



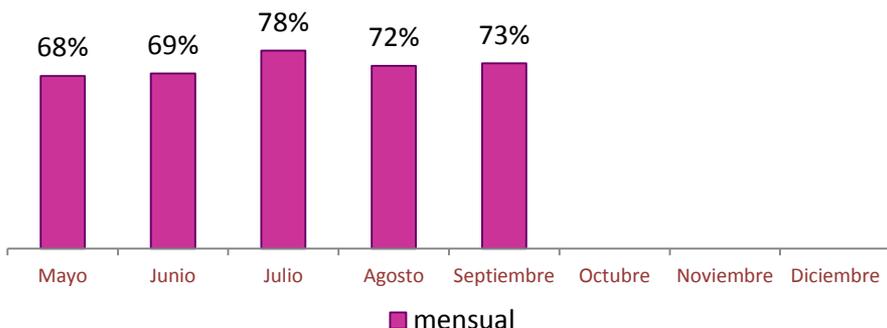
Turista Nacional = 70% (Base 345)



Turista Internacional = 30% (Base 140)



Comparativo Mensual

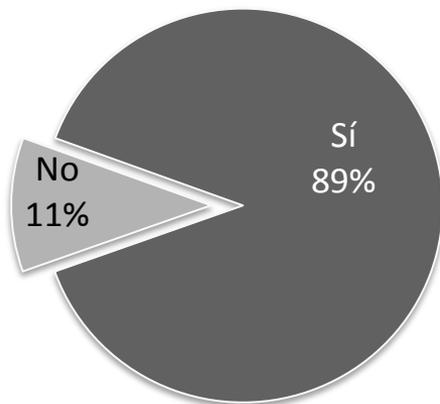


- Visitante Eventual: Turista con dos o tres visitas previas a la ciudad en los últimos dos años.
- Visitante Frecuente: Turista que visita al menos dos veces la Ciudad de México al año.



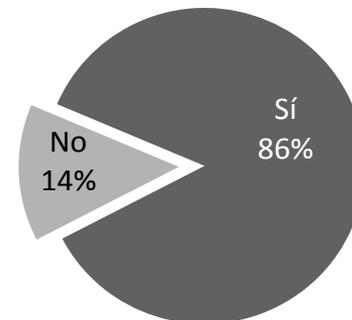
Uso de Internet

Base: 485 encuestados

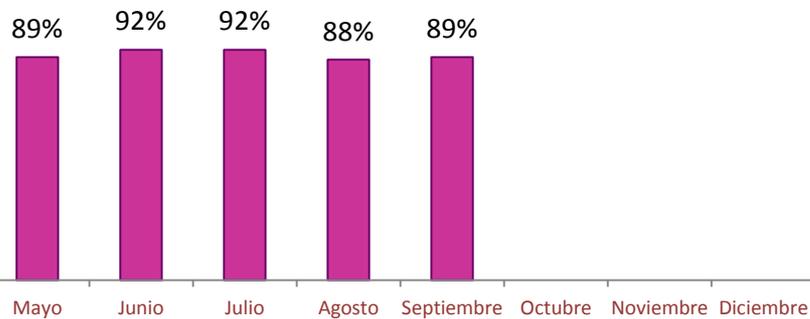


Turista Nacional

Base: 345 casos



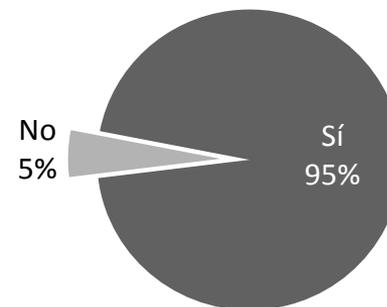
Comparativo Mensual



■ Uso Internet Sí

Turista Internacional

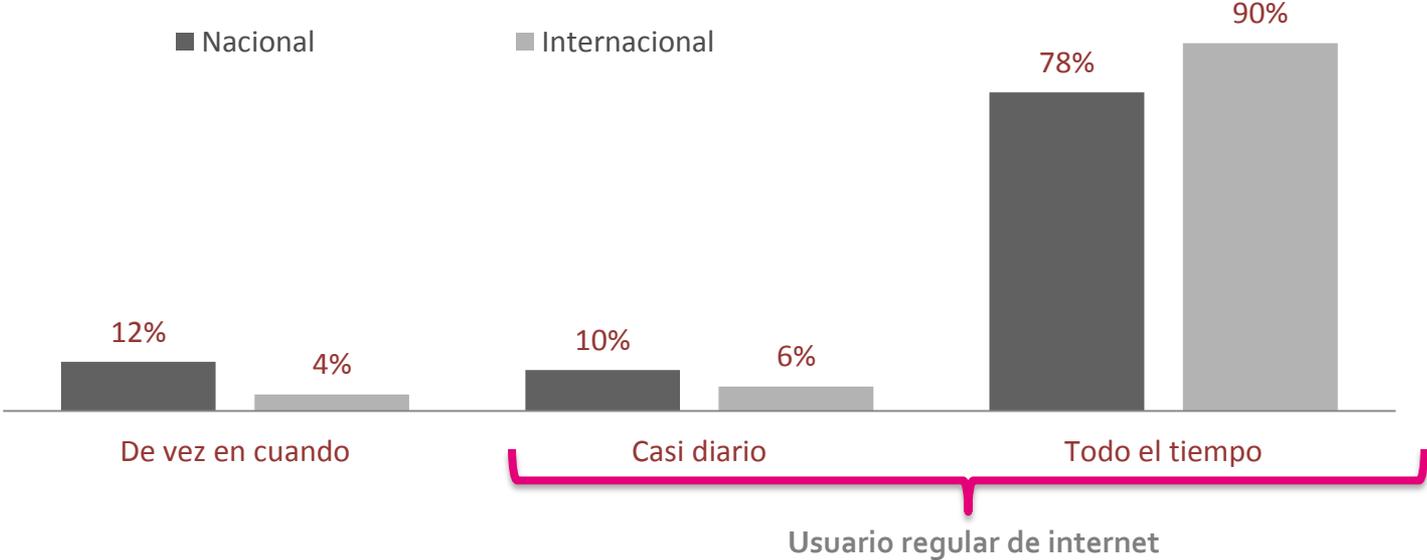
Base: 140 casos





Frecuencia de uso de Internet

Base: 429 usuarios de internet (89%)





Uso de Internet

Base: 429 usuarios de internet (89%)

¿Qué actividades realiza en Internet?

Turista Nacional



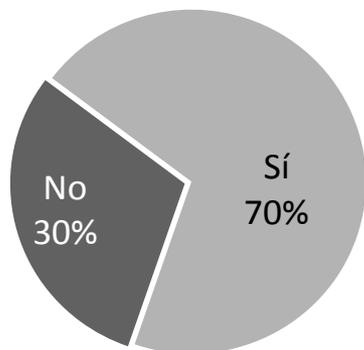
Turista Internacional



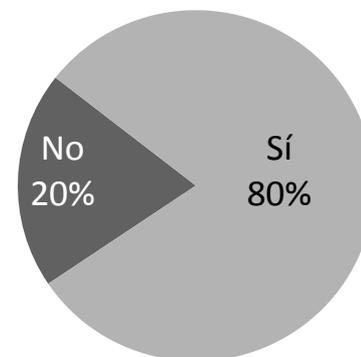


Uso de Internet

Para planeación de viajes



Consulta de información sobre viajes y destinos



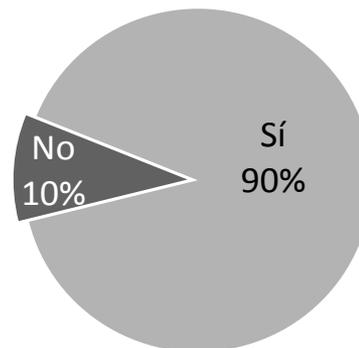
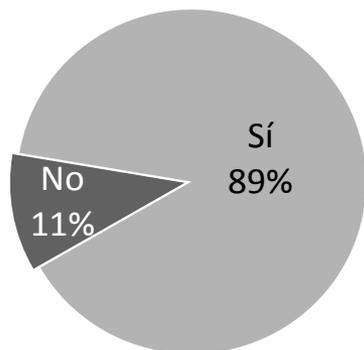
Turista Nacional

Base: 296 usuarios de internet

Turista Internacional

Turista Internacional

Base: 133 usuarios de internet



1. Perfil del Turista



Ingreso Mensual Familiar

Base: 273 respondientes

PESOS MEXICANOS



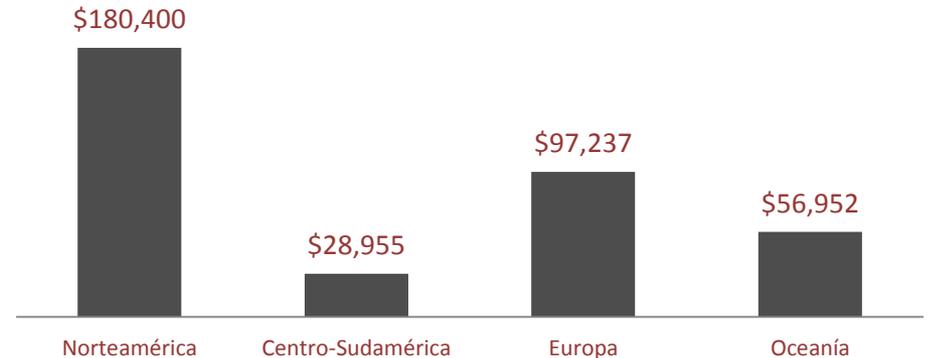
TURISTA NACIONAL

Base: 208 respondientes



TURISTA INTERNACIONAL

Base: 65 respondientes





Otras variables sociodemográficas

Base: 485 casos

Escolaridad	Nacional	Internacional	Totales
Básica	19%	8%	16%
Media	24%	9%	20%
Superior	57%	83%	64%
Total	100%	100%	100%

Escolaridad

Ocupación

Ocupación	Nacional	Internacional	Totales	
Empleado de empresa privada	30%	41%	33%	
Trabaja (67%)	Empleado de gobierno	11%	10%	11%
	Profesionista independiente	13%	18%	15%
	Comerciante	11%	0%	8%
Hogar	13%	6%	11%	
Estudia	14%	15%	14%	
Pensionado-Jubilado	6%	7%	6%	
Desempleado	2%	3%	2%	
Total	100%	100%	100%	



Otras variables sociodemográficas

Base: 485 casos

Jefatura hogar	Nacional	Internacional	Totales
Sí	66%	67%	66%
No	34%	33%	34%
Total	100%	100%	100%

Jefatura de hogar

Estado civil	Nacional	Internacional	Totales
Soltero	40%	52%	43%
Casado - Unión libre	54%	44%	51%
Separado- divorciado-viudo	6%	4%	6%
Total	100%	100%	100%

Estado Civil

Tipo de hogar

Tipo hogar	Nacional	Internacional	Totales	
Nuclear (73%)	Ambos padres	57%	37%	51%
	Un solo padre	8%	6%	8%
	Sin hijos	12%	20%	14%
Compuesto	2%	7%	4%	
Ampliado	14%	13%	13%	
Vive Solo	7%	17%	10%	
Total	100%	100%	100%	



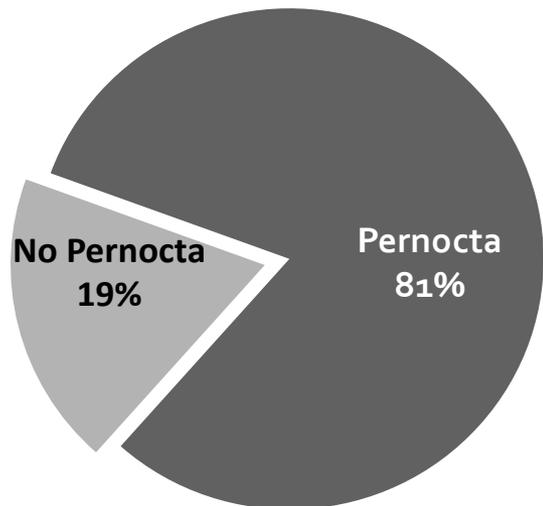
Resultados

2. Perfil del viaje

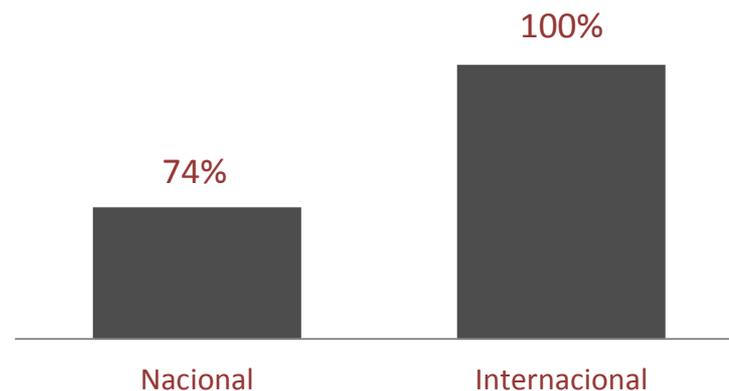


Estancia en la Ciudad de México

Base: 485 casos



Origen del Turista



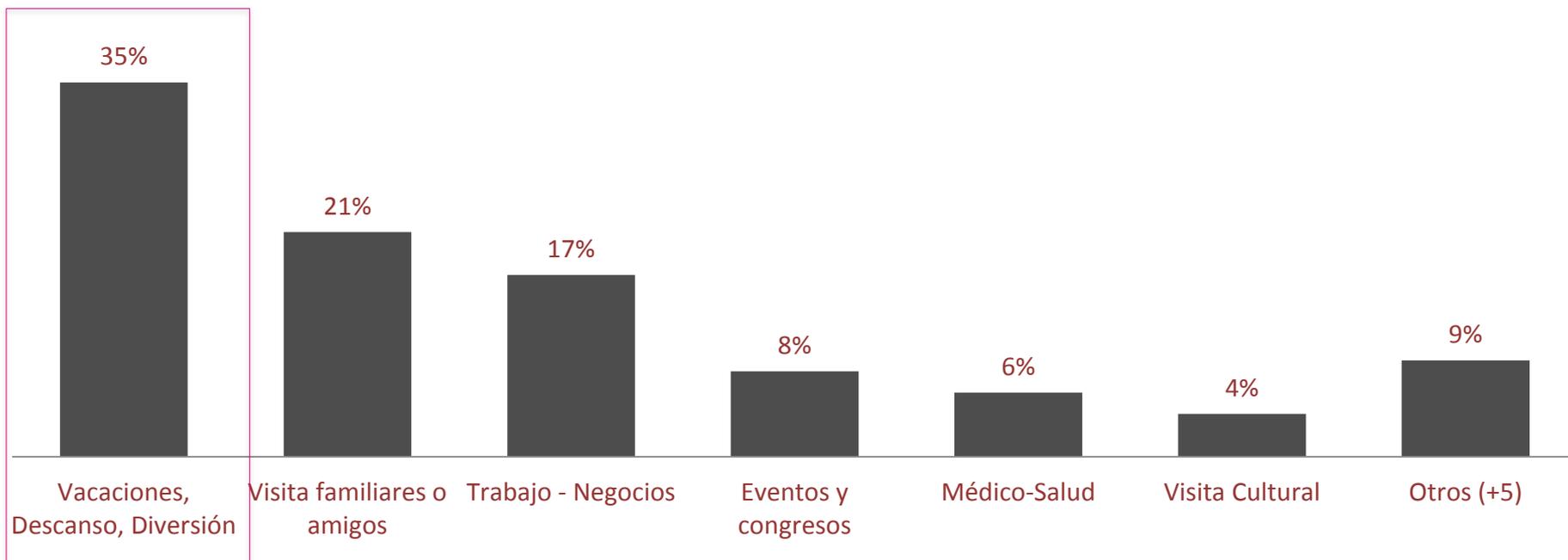
Comparativo Mensual





Principal Motivo del Viaje

Base: 485 casos



2. Perfil del Viaje



Principal Motivo del Viaje

Base: 485 casos

Motivo del viaje	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Vacaciones, Placer, Diversión	35%	35%	41%	30%	31%	37%	34%	37%	28%	53%
Visita familiares y amigos	21%	19%	14%	25%	28%	31%	17%	26%	23%	18%
Trabajo – Negocios	17%	8%	22%	21%	22%	10%	10%	6%	10%	4%
Eventos y congresos	8%	16%	9%	4%	2%	2%	10%	6%	10%	4%
Otros (+7)	19%	22%	16%	20%	17%	20%	29%	25%	29%	21%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

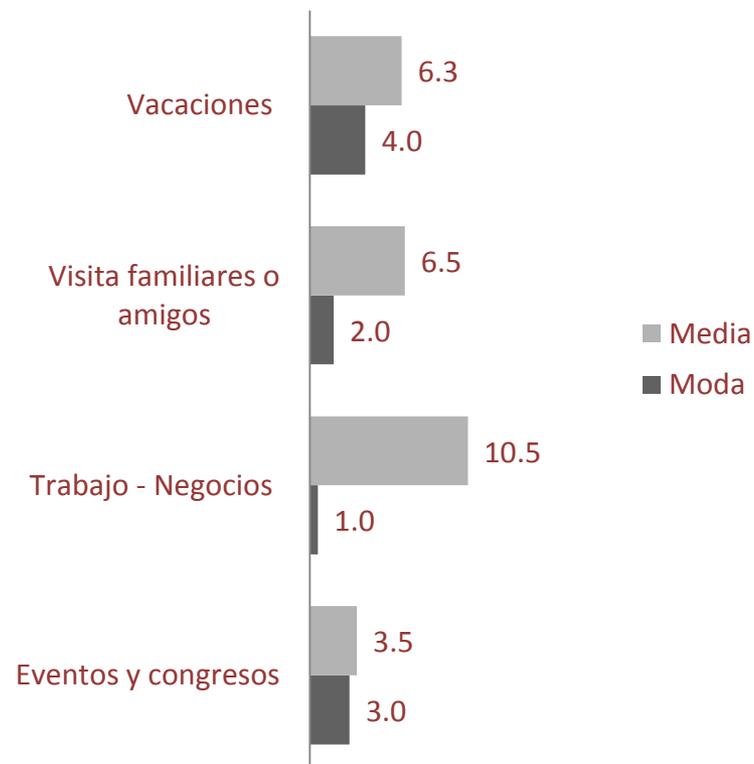


Noches alojamiento

Base: 394 viajeros que pernoctaron

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	9.6	4.5	18.9
Mediana	4.0	3.0	6.0
Moda	2	2	4

Motivo de la visita

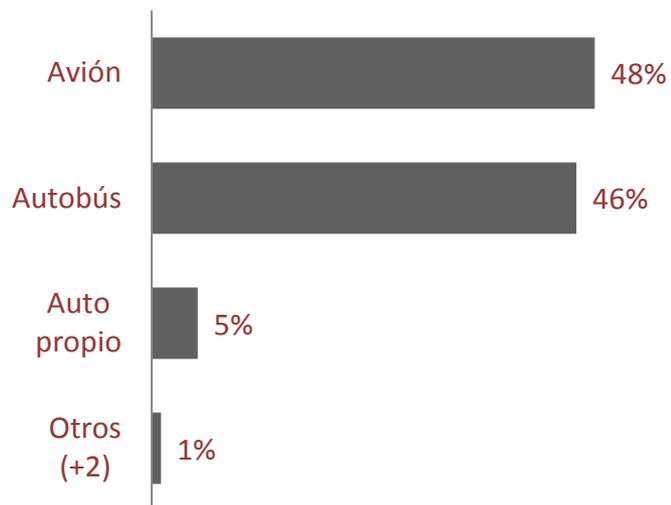


2. Perfil del Viaje

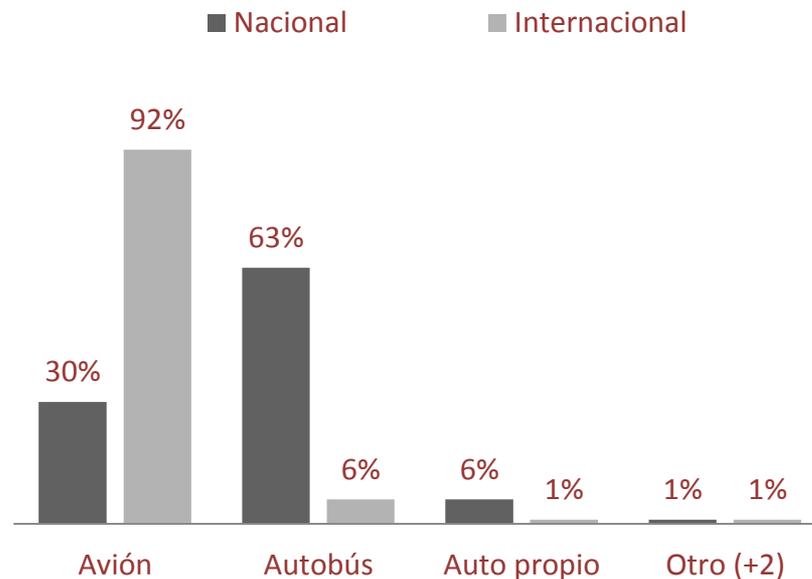


¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar a la Ciudad de México?

Base: 485 casos



Arribo

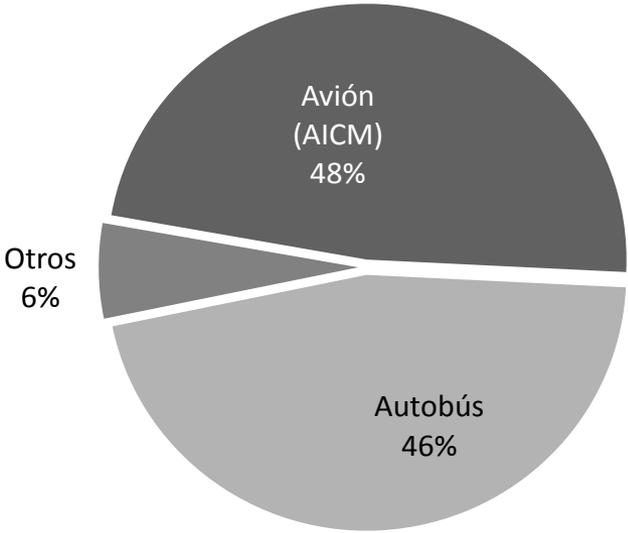




Transporte interno

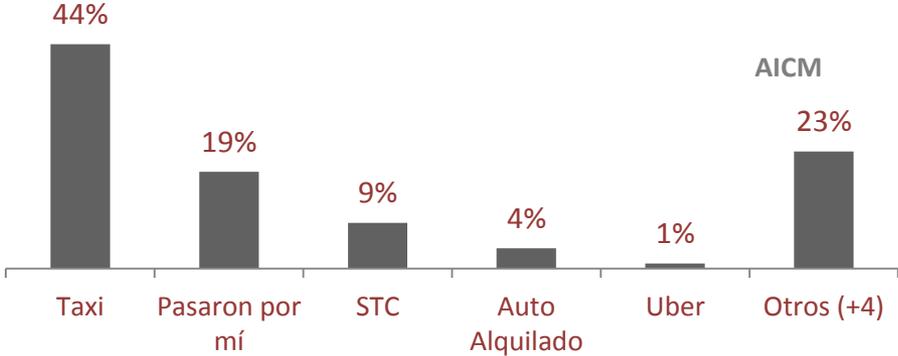
TRANSPORTE PARA INGRESAR A LA CIUDAD

Base: 485 casos



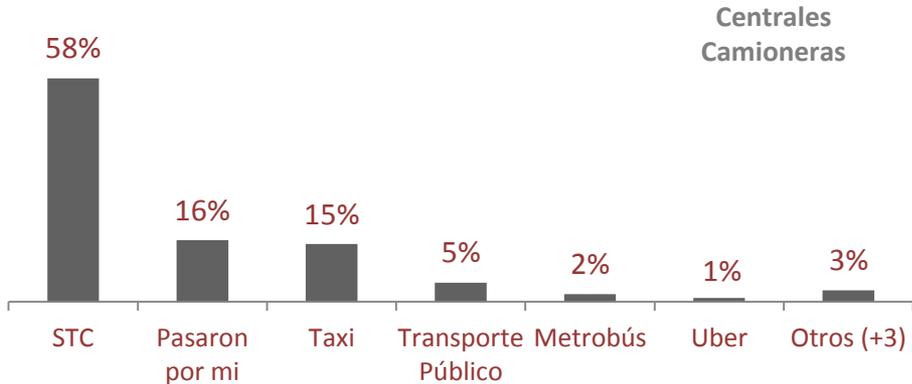
Quienes llegaron en avión

Base: 232



Quienes llegaron en autobús

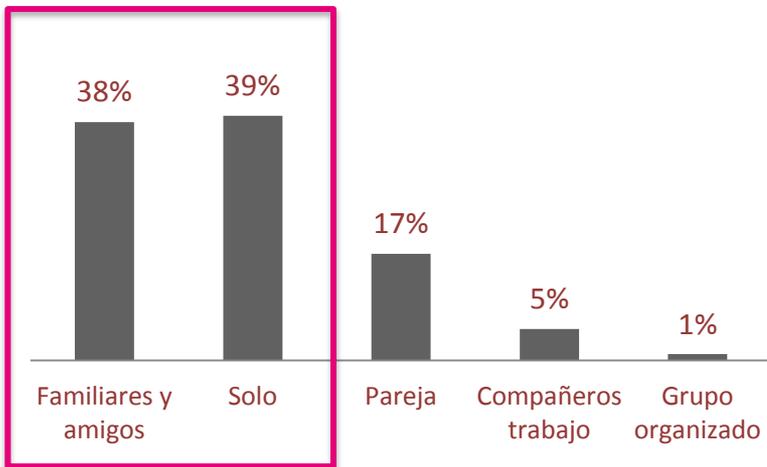
Base: 226



Compañeros de viaje

Base: 458 casos

¿Con quién realiza este viaje?



Tamaño de los grupos

Tamaño del Grupo (media)	Totales	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	3.45	3.21	3.93
Compañeros de trabajo	4.62	3.90	5.27



Lugar de Alojamiento

Base: 394 turistas que pernoctaron

¿En dónde se hospeda durante este viaje?

Lugar de Alojamiento	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	38%	36%	26%	34%	50%	61%	32%	43%	46%	24%
Hotel	40%	28%	52%	46%	42%	23%	42%	38%	38%	43%
Alojamiento de bajo costo	17%	30%	17%	15%	8%	8%	17%	17%	15%	22%
Otras respuestas (+2)	5%	6%	5%	5%	0%	8%	9%	2%	1%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Lugar de Alojamiento

Base: 394 turistas que pernoctaron

¿En dónde se hospeda durante este viaje?

Lugar de Alojamiento	Totales	Motivo de la Visita			
		Vacaciones	Familiares y amigos	Trabajo	Eventos y congresos
Familiares y amigos	38%	27%	84%	14%	18%
Hotel	40%	47%	7%	70%	54%
Alojamiento de bajo costo	17%	22%	7%	9%	21%
Otras respuestas (+2)	5%	4%	2%	7%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

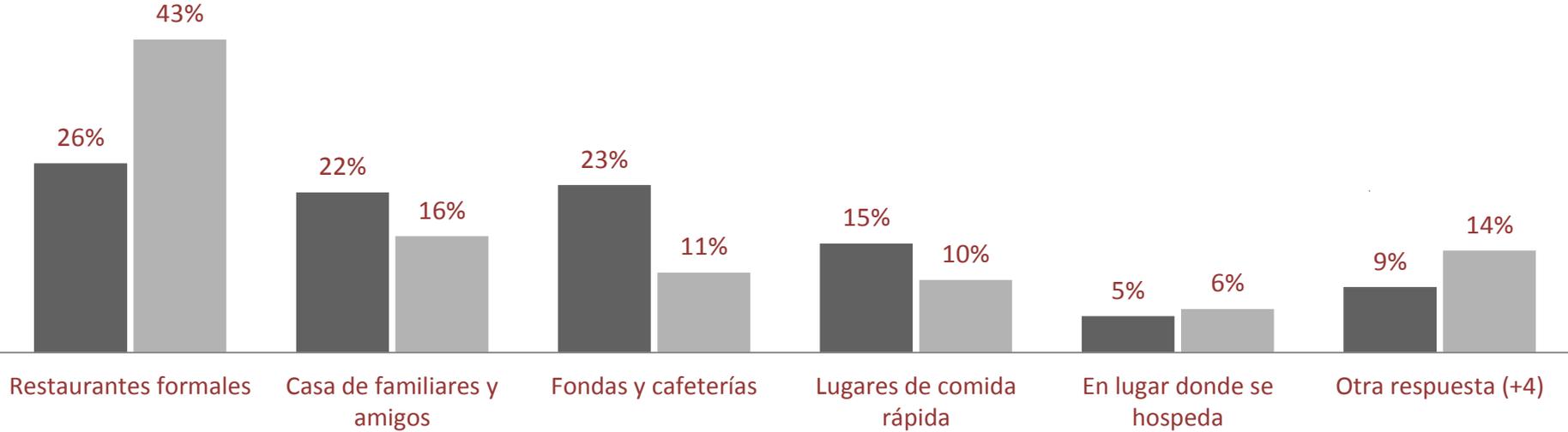


Principales lugares para comer

Base: 442 casos

¿Dónde acostumbra realizar sus alimentos?

■ Nacional ■ Internacional

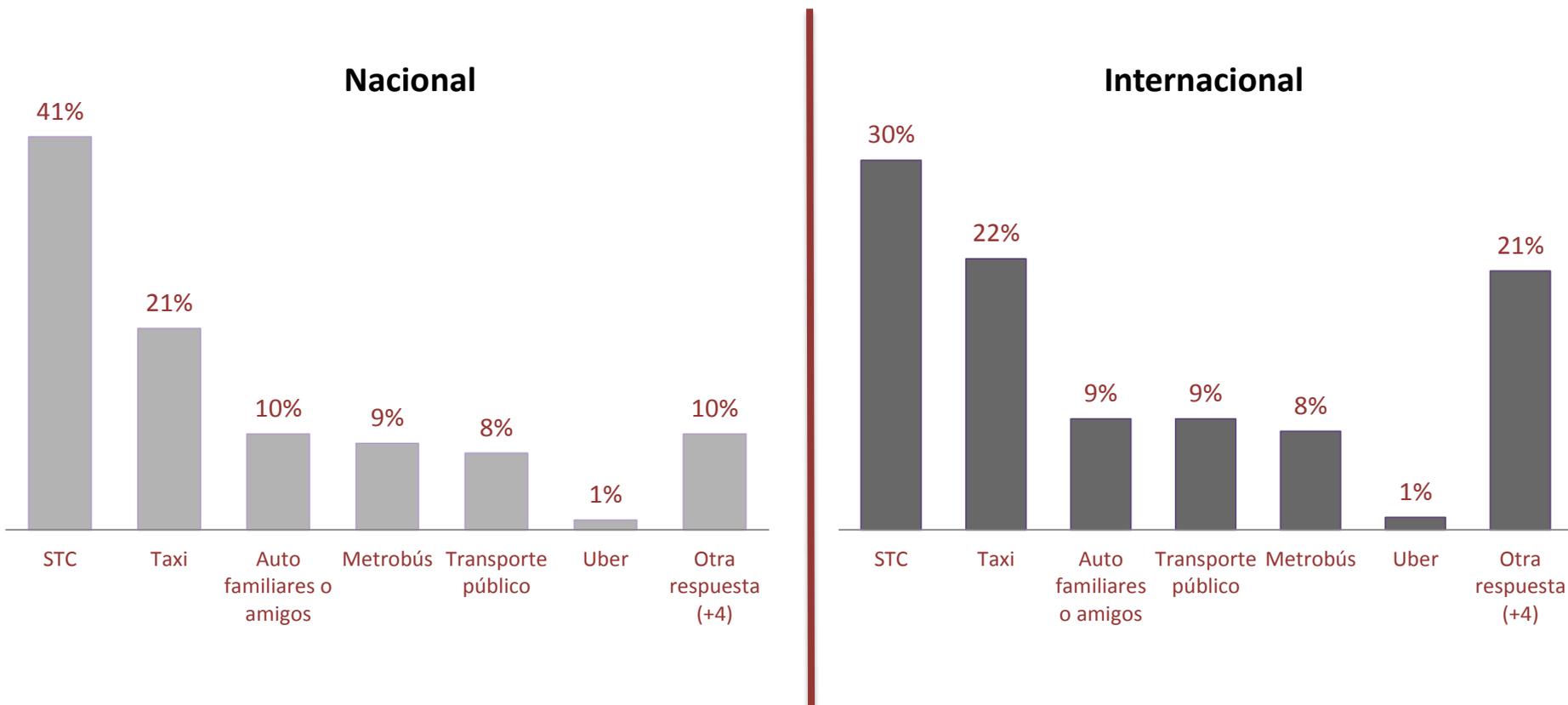




Movilidad interna

Base: 451 casos

¿Qué tipo de transporte ha utilizado en la Ciudad de México durante esta visita?

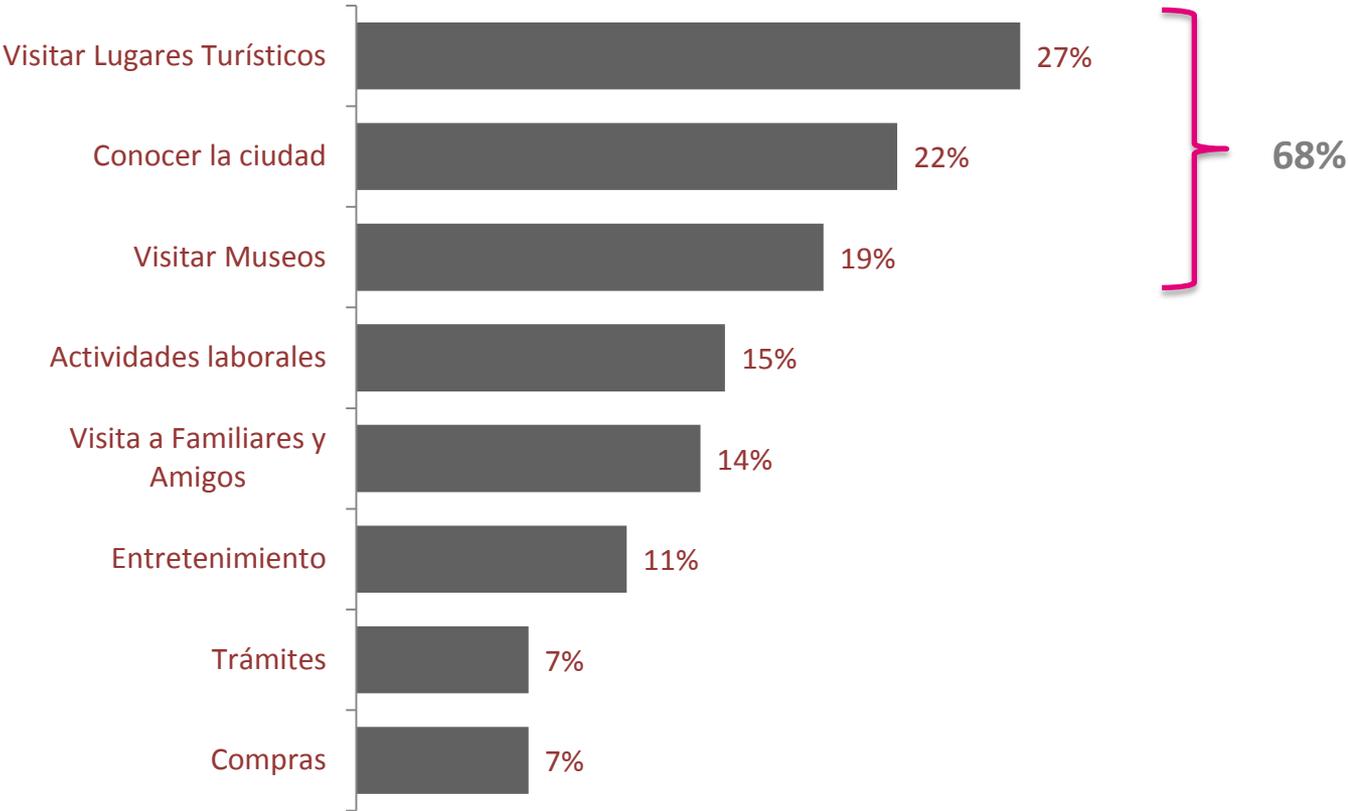




Principales Actividades en la Ciudad de México

Base: 390 casos
(Respuesta Múltiple)

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

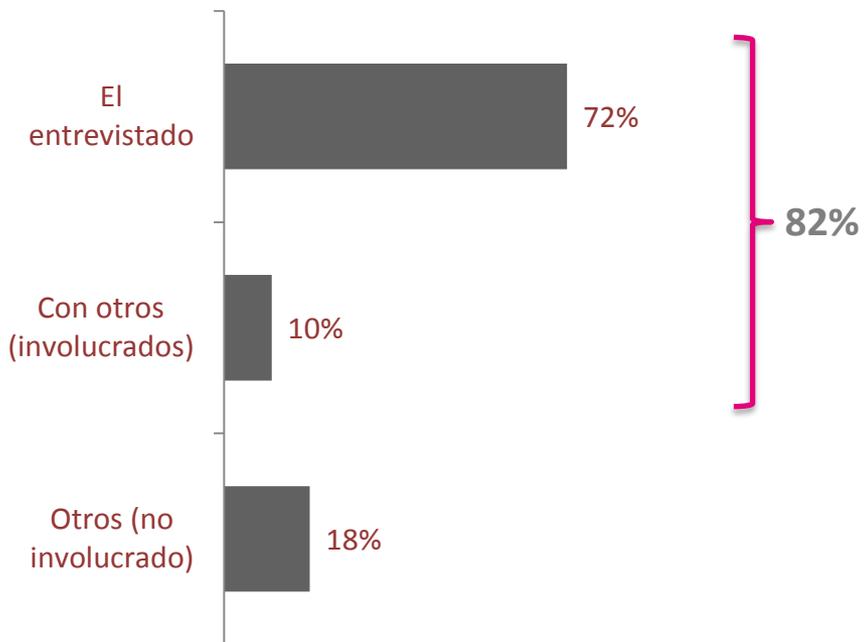




Planeación

¿Quién planeó este viaje?

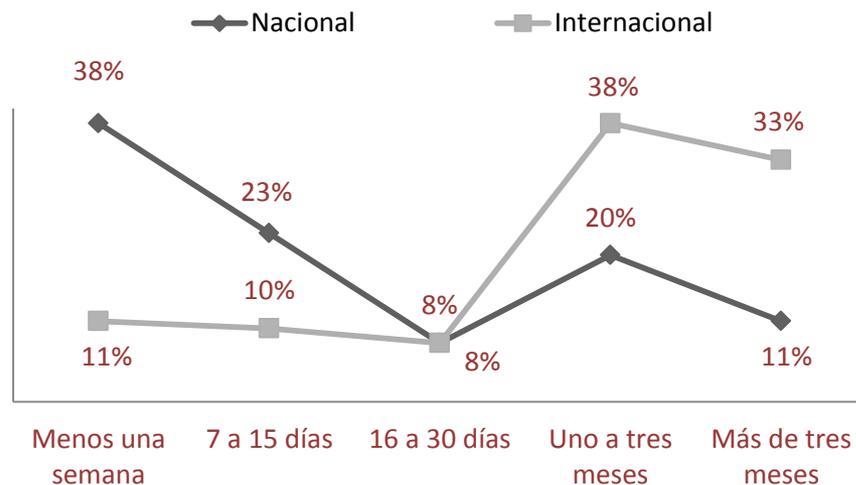
Base: 458 casos



Tiempo de anticipación

Base: 395 casos (82%)

Quienes declararon planear su viaje personalmente

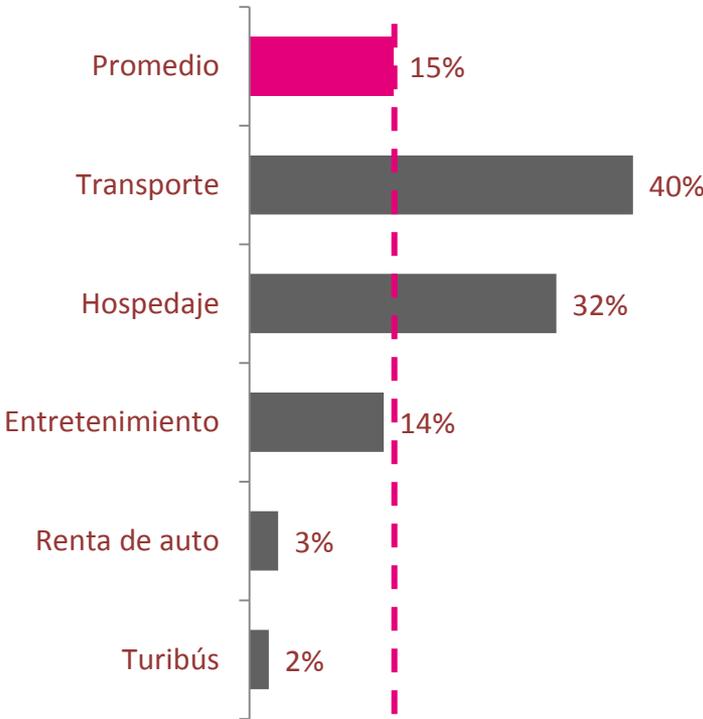




Reservaciones de Servicios

Base: 485 casos

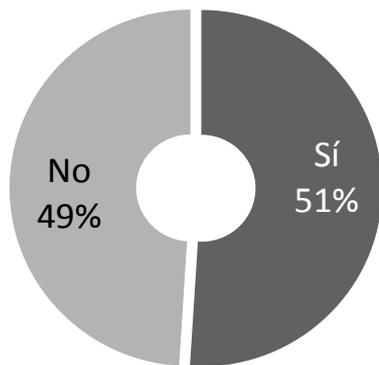
HÁBITO DE RESERVA



Presupuesto de gasto

¿Estableció algún presupuesto ...?

Base: 475 casos



¿Considera que ha gastado ... ?

Base: 244 casos

Establecieron presupuesto de viaje a la Ciudad de México





Gasto total declarado

Base: 374 casos

Pesos mexicanos

Media	\$24,590
Moda	\$ 5,000

- Al considerar la declaratoria respecto al gasto total del viaje, se registran cifras agregadas poco consistentes entre el *promedio* de gasto, su *media* y la *moda*. De igual forma, se observa una muy alta dispersión.
- Lo anterior se explica por la diversidad de tamaños de los grupos de viajeros, los días de estancia en la ciudad, e incluso origen del visitante y grupo de edad.

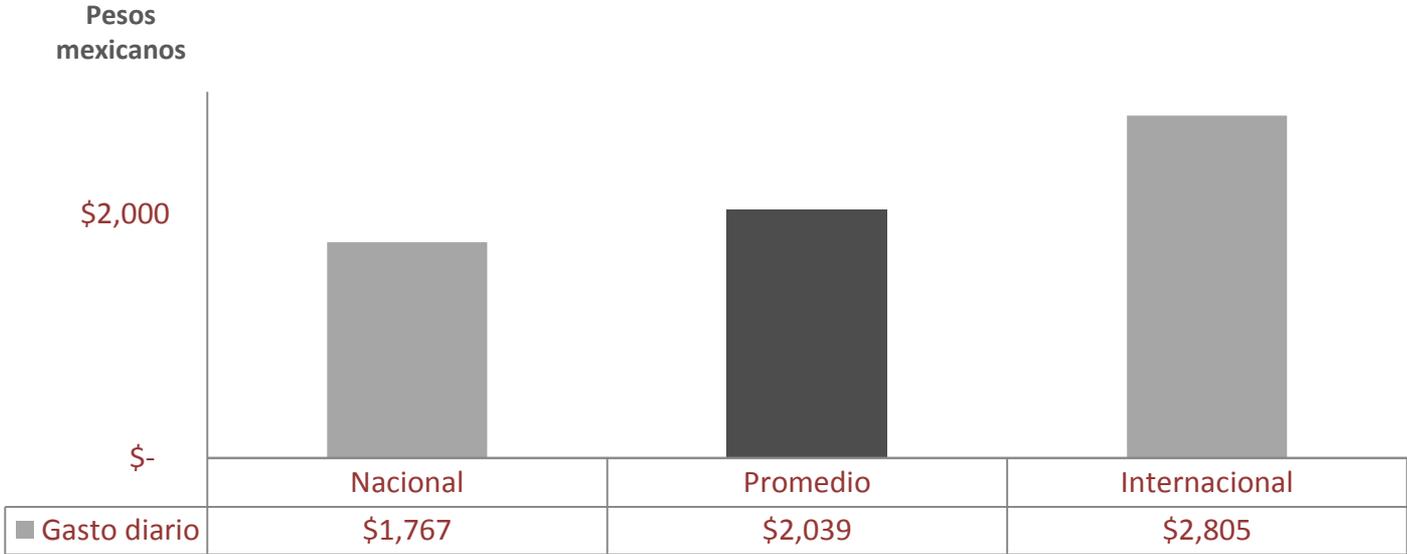
Origen del turista (Pesos mexicanos)





Cálculo del Gasto diario del Turista

Base: 374 casos



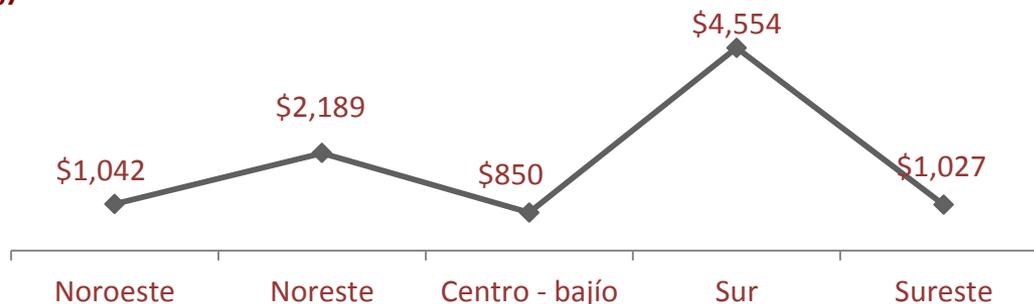
2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

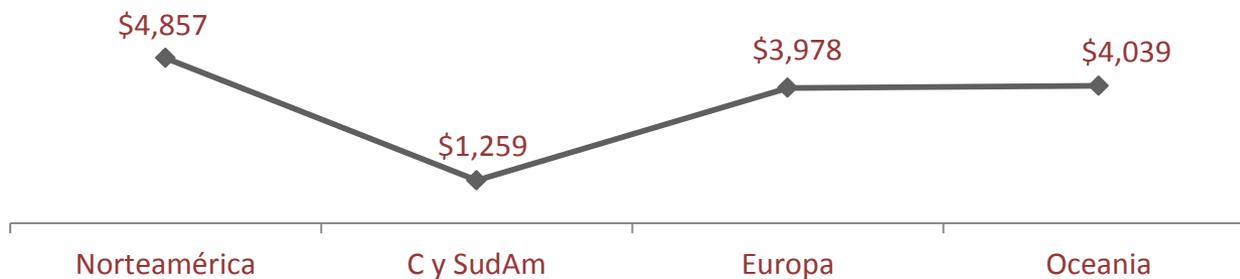
Turista Nacional

Promedio \$1767



Turista Internacional

Promedio \$2,805



2. Perfil del Viaje



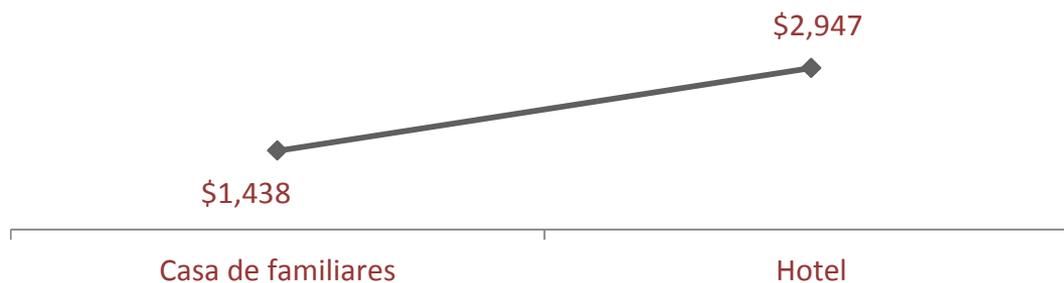
Cálculo del Gasto diario

Promedio \$2,039

MOTIVO DE VIAJE



TIPO DE ALOJAMIENTO



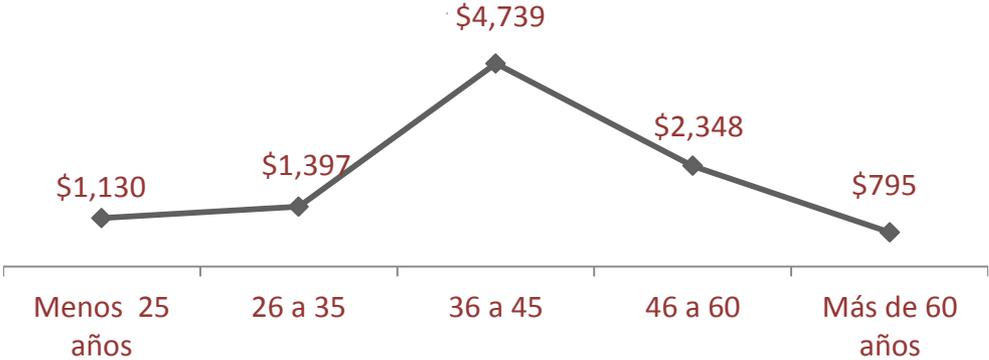
2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

Promedio \$2,039

GRUPO DE EDAD



FRECUENCIA DE VIAJE





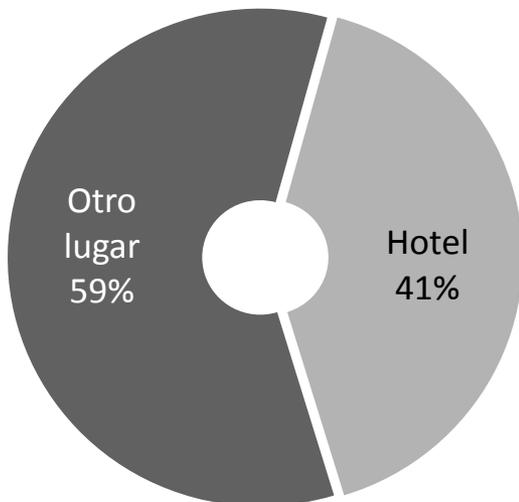
Resultados

3. Evaluación del servicio de hospedaje



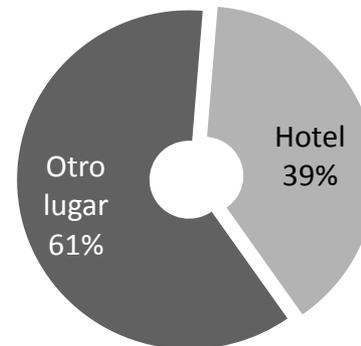
Alojamiento en Hotel

Base: 394 turistas que pernoctaron



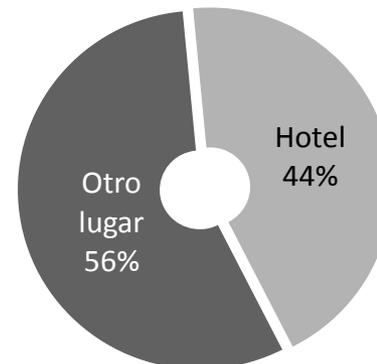
Turistas Nacionales

Base: 254



Turistas Internacionales

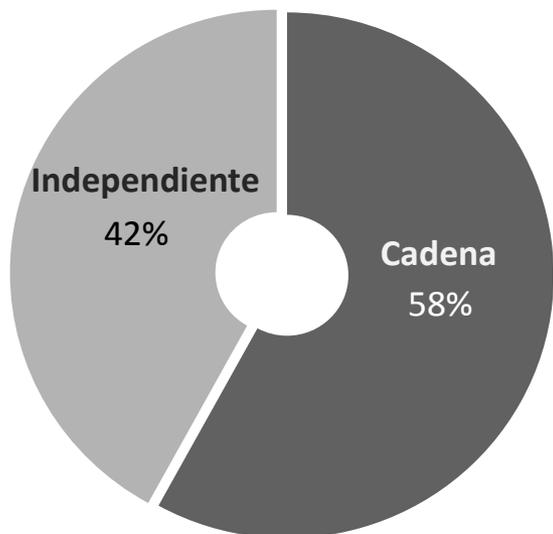
Base: 140





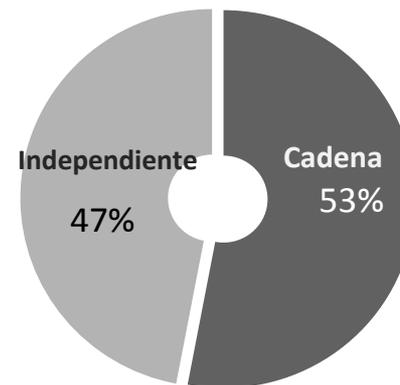
Tipo de Hotel

Base: 142 turistas que se hospedan en hotel



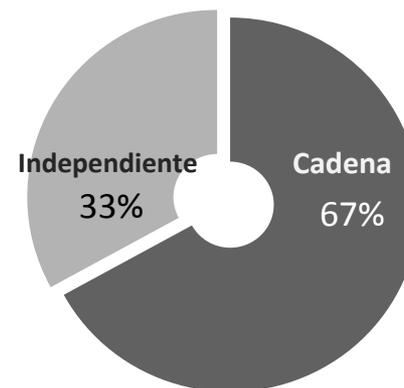
Turistas Nacionales

Base: 87 casos



Turistas Internacionales

Base: 55 casos





Razones para elegir Hotel

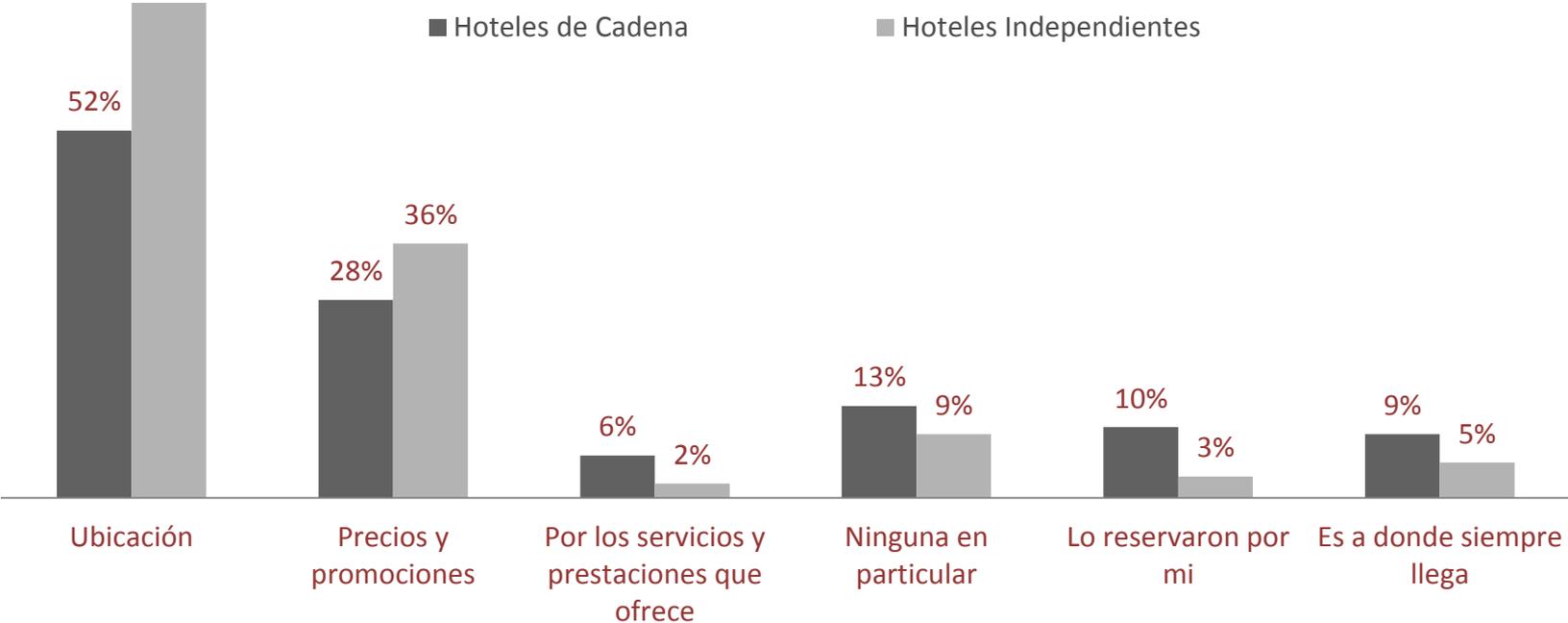
Base: 156 turistas que se hospedan en hotel





Razones para elegir Hotel

Base: 141 turistas que se alojaron en hotel

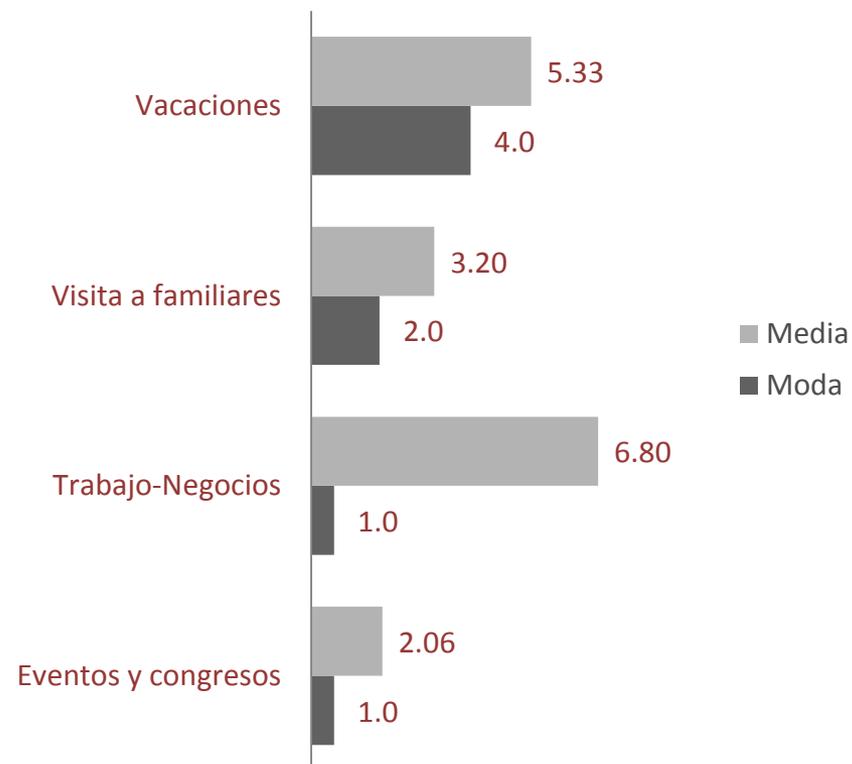


Noches alojamiento

Base: 157 turistas que se alojaron en hotel

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	4.9	3.3	7.5
Mediana	4.0	3.0	5.0
Moda	2	2	4

Motivo de la visita

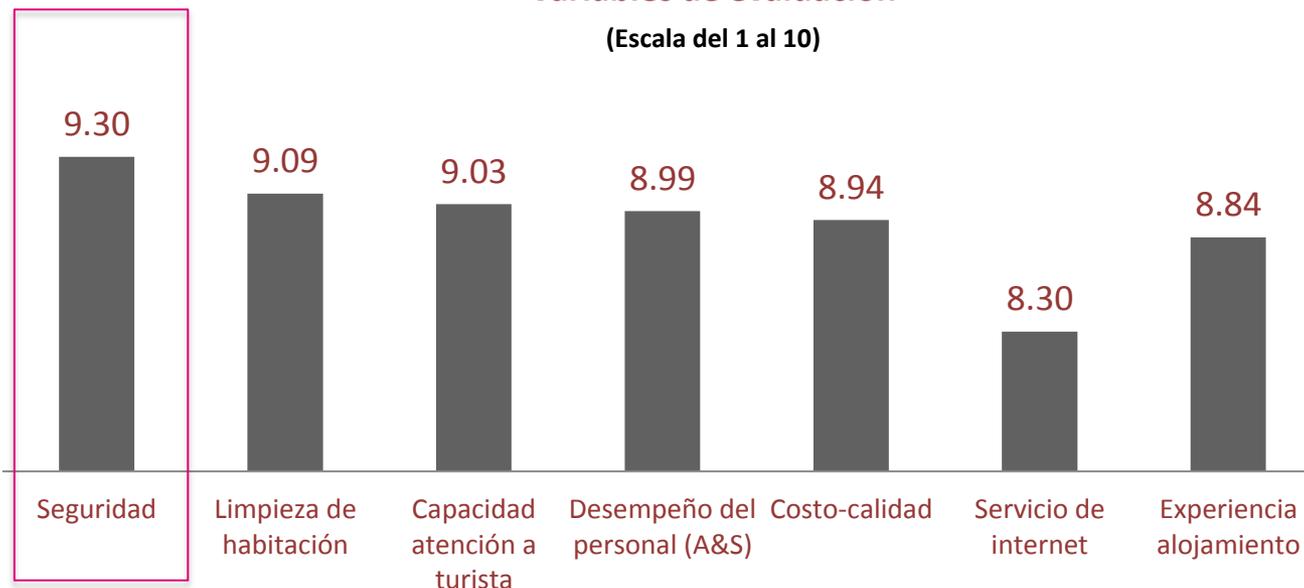




Índice de Evaluación a Hoteles

Base: 158 turistas que se alojaron en hotel

Variables de evaluación
(Escala del 1 al 10)



ÍNDICE	
Media	8.94
Mediana	9.14
Moda	10

- En términos generales, la evaluación del servicio hotelero en la ciudad de México es muy aceptable.
- El tema de internet en los hoteles es el que obtiene menor calificación.

Índice de Evaluación a Hoteles en la CDMX

Base: 158 turistas que se alojaron en hotel

¿Regresaría al mismo hotel?	Totales	Aspectos de Evaluación							Totales
		Limpieza habitación	Desempeño de personal	Costo – calidad	Servicio Internet	Seguridad	Capacidad atención tur.	Experiencia alojamiento	
Sí	71%	9.27	9,20	9,30	8,52	9,45	9,37	9,13	9,19
No	13%	8.24	7,71	7,33	6,78	8,43	7,24	7,33	7,62
No Sabe	16%	9.00	9,21	8,63	8,73	9,41	9,11	8,80	9,01
Total	100%	9.09	8,99	8,94	8,30	9,30	9,03	8,84	8,95



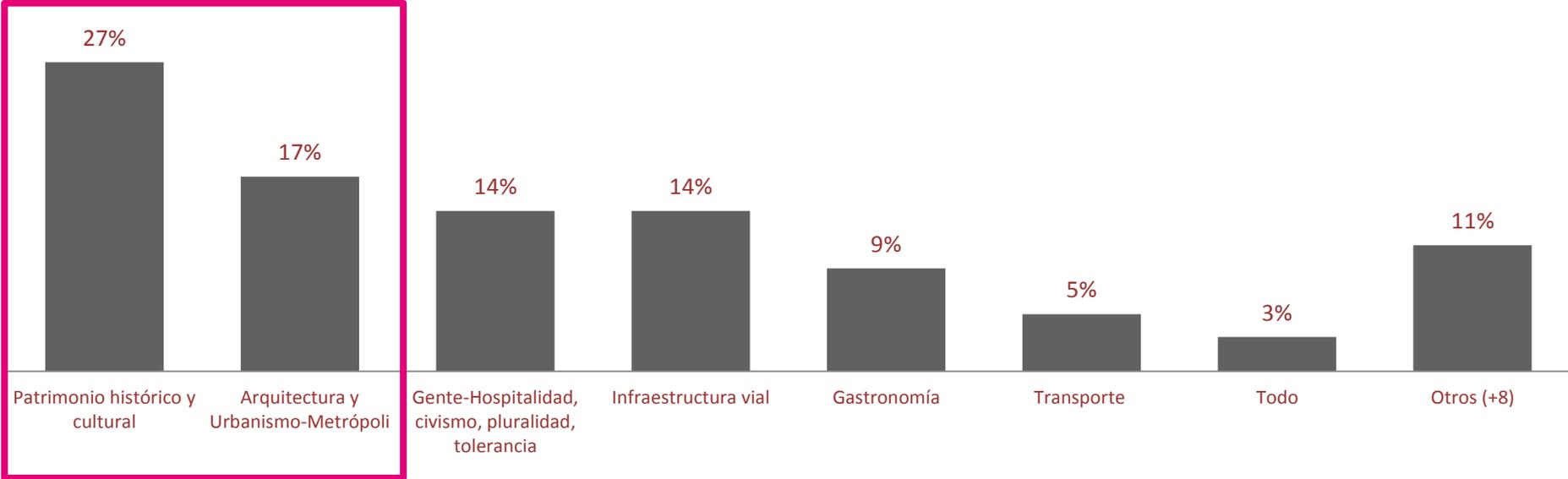
Resultados

4. Percepción sobre la Ciudad de México (CDMX)



Lo MEJOR de la Ciudad de México

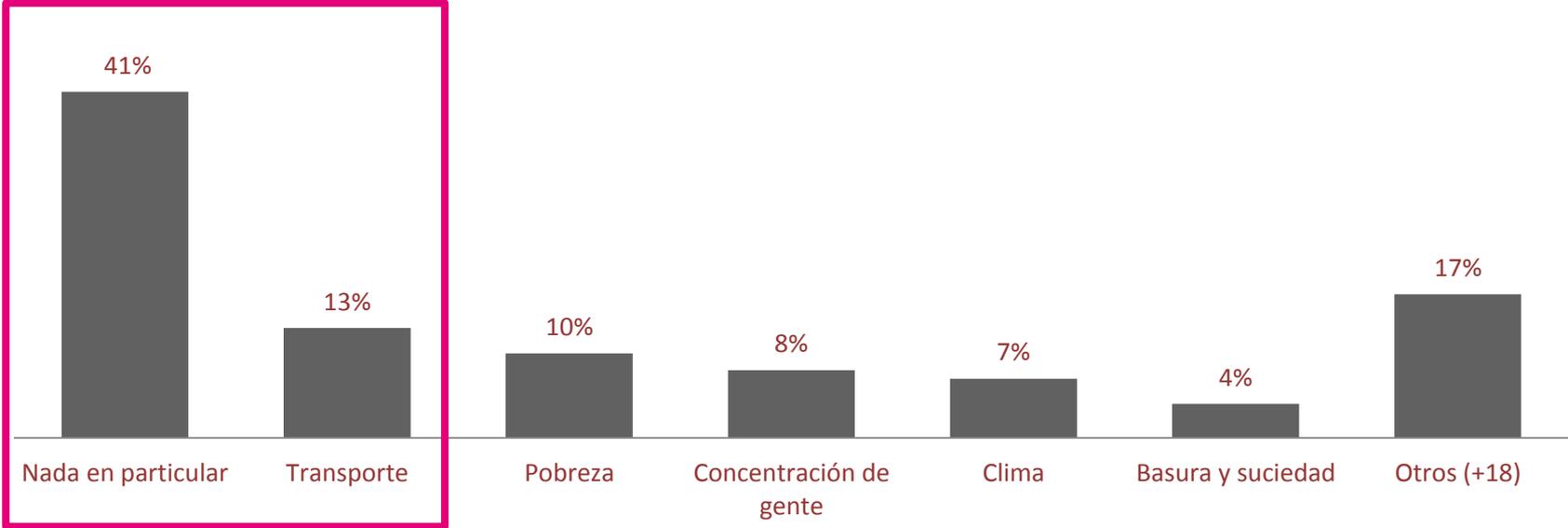
Base: 471 casos





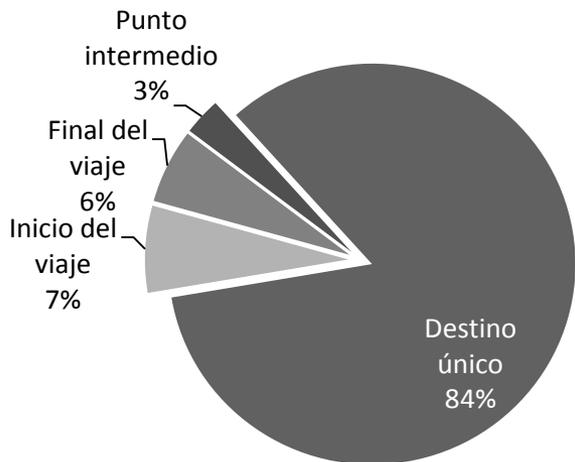
Lo que NO GUSTA de la Ciudad de México

Base: 484 casos

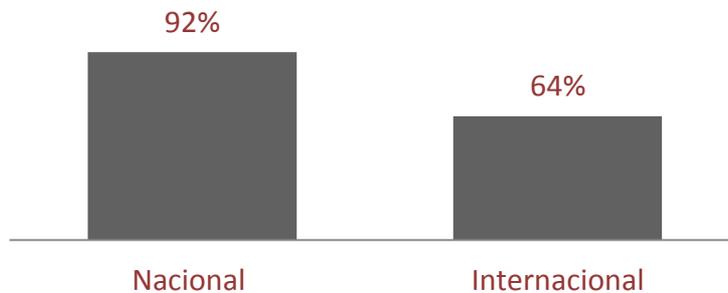


Ciudad de México, destino único del viaje

Base: 485 casos



Ciudad de México como destino único

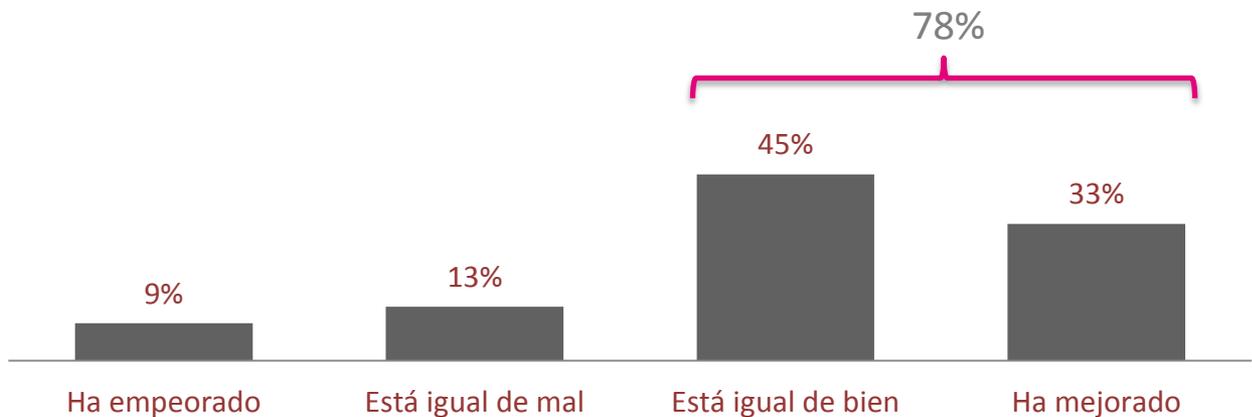




Percepción comparativa

Base: 358 turistas que han visitado con anterioridad la Ciudad de México

Desde su última visita, ¿considera que la Ciudad de México ?



4. Percepción sobre la CDMX



Percepción comparativa

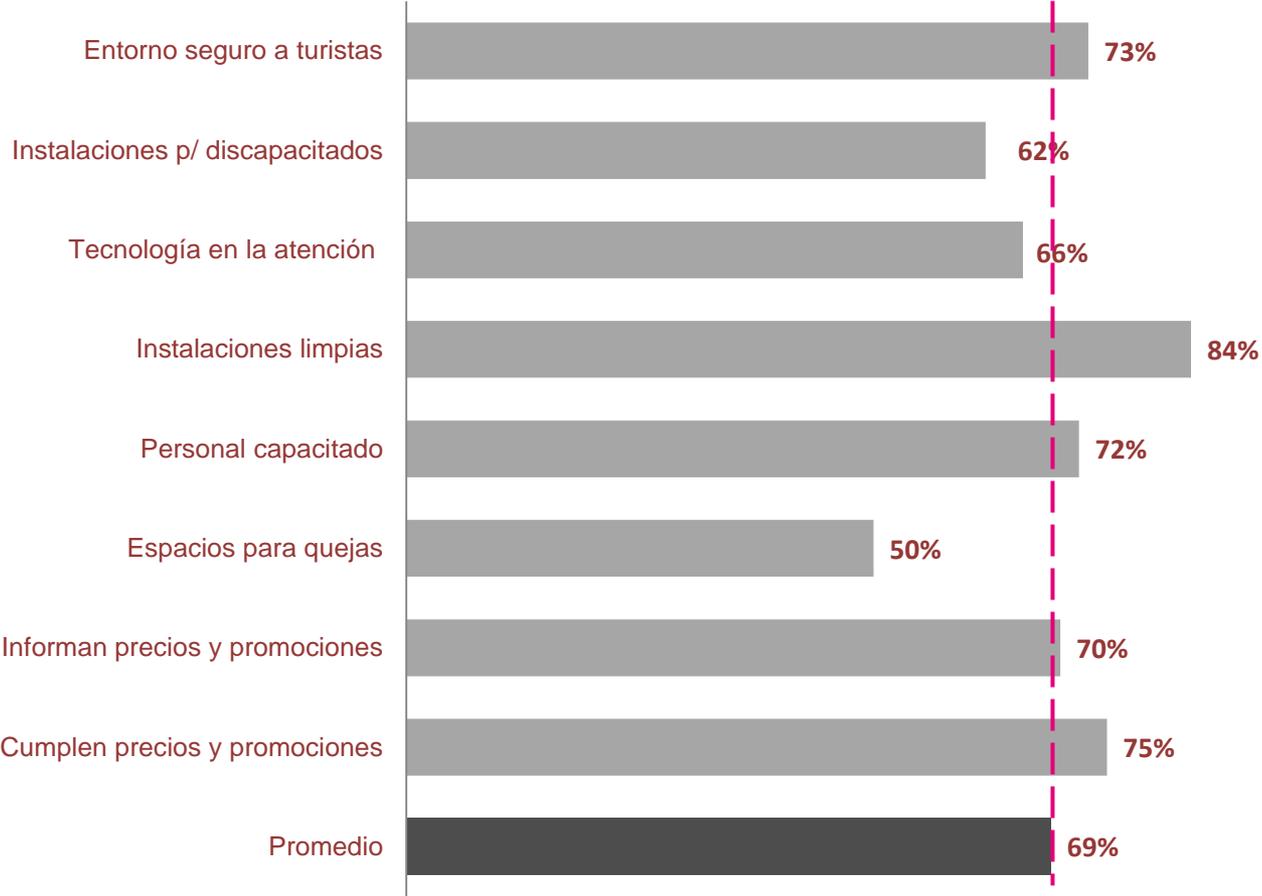
Base: 357 turistas

Percepción	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Positiva	78%	79%	85%	70%	80%	72%	75%	81%	77%	85%
Negativa	22%	21%	15%	30%	20%	28%	25%	19%	23%	15%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Prestadores de Servicios turísticos

Base: 485 casos

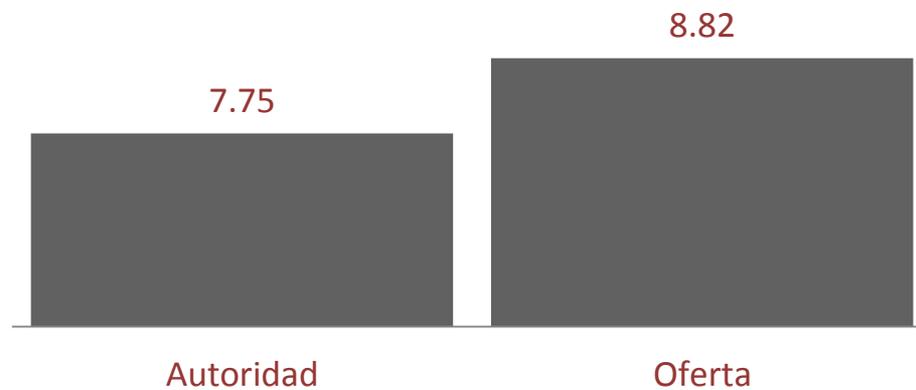
Cumplimiento de obligaciones normativas



4. Percepción sobre la CDMX



Evaluación
(Escala del 1 al 10)



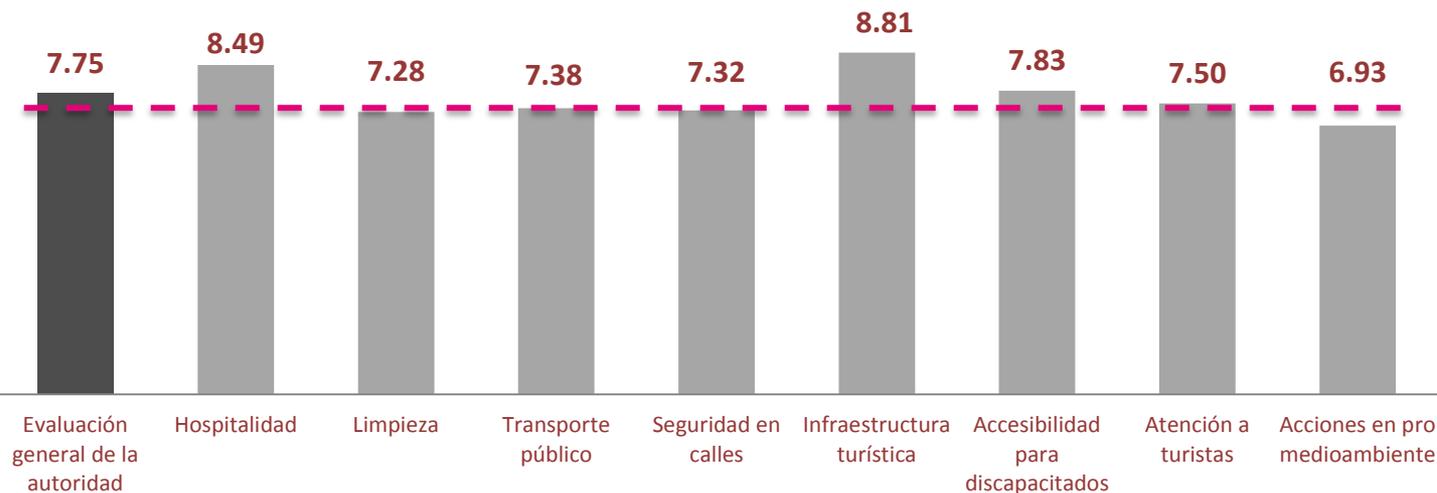
4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Autoridad

(Escala del 1 al 10)

Base: 484 casos



ÍNDICE	
Media	7.75
Mediana	7.83
Moda	7

4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Oferta Turística

(Escala del 1 al 10)

Base: 478 casos



ÍNDICE	
Media	8.82
Mediana	9.00
Moda	10



Valoración comparativa

(Escala del 1 al 10)

Origen del turista		Media
Autoridad 7.75	Nacional	7.66
	Internacional	7.96
Oferta turística 8.82	Nacional	8.80
	Internacional	8.88

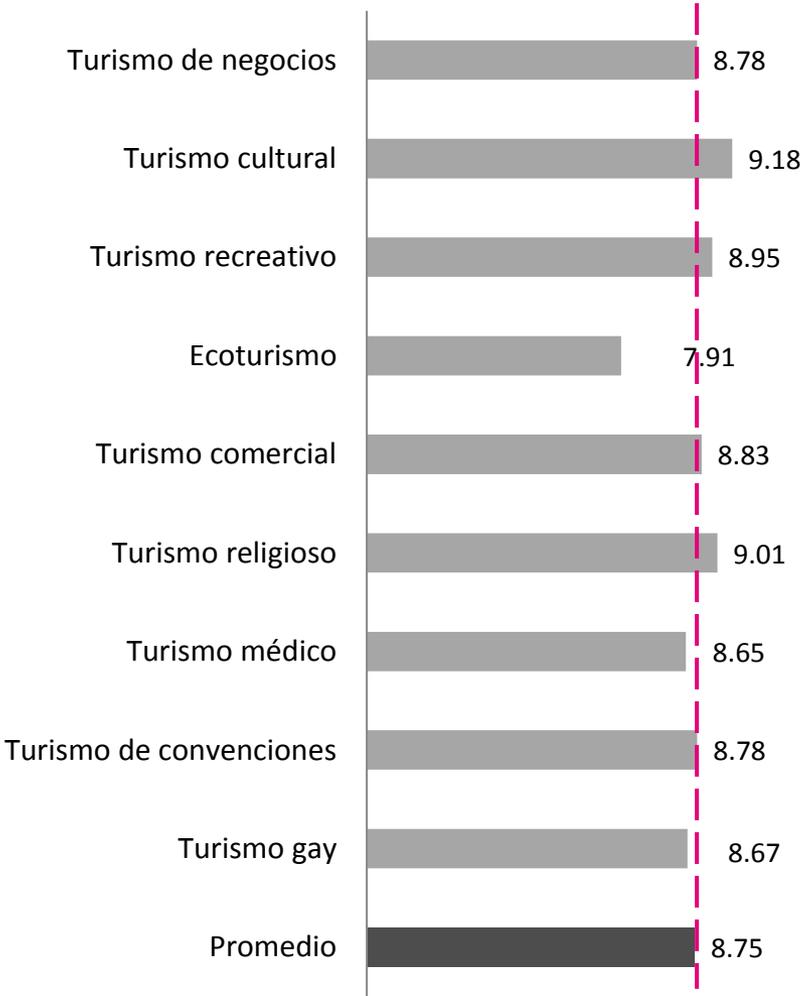
Frecuencia de visita		Media
Autoridad 7.75	Primera vez	8.14
	Eventual	7.74
	Frecuente	7.31
Oferta turística 8.82	Primera vez	9.00
	Eventual	8.82
	Frecuente	8.61



Evaluación de segmentos turísticos

(Escala del 1 al 10)

Base: 132 casos



4. Percepción sobre la CDMX



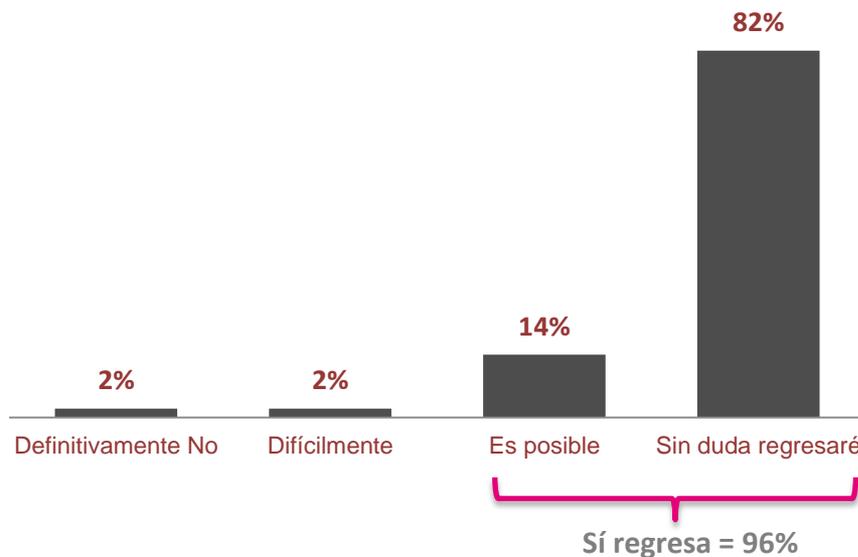
Experiencia de la visita

Base: 480 casos

¿Recomendaría a otras personas visitar la Ciudad de México?



¿Regresaría usted a la Ciudad de México para realizar sus vacaciones?



Experiencia de la visita

Base: 480 casos

Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	94%
	Internacional	98%
	A totales	95%
Sí Regresaría	Nacional	95%
	Internacional	97%
	A totales	96%

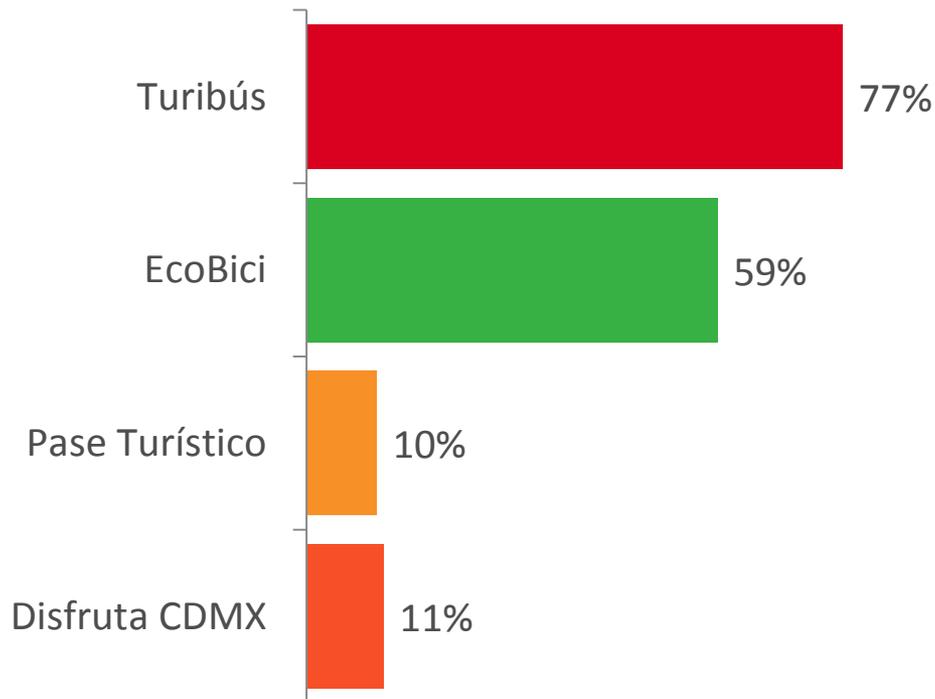


Resultados

5. Evaluación de programas y SECTUR CDMX

Conocimiento de Programas

Base: 485 casos



Conocimiento de Programas

Base: 485 casos

Programa	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Turibús	77%	77%	80%	76%	76%	69%	78%	76%	77%	76%
EcoBici	59%	68%	68%	60%	55%	49%	65%	60%	65%	54%
Pase Turístico	10%	7%	12%	15%	10%	6%	14%	7%	12%	6%
Disfruta CDMX	11%	15%	11%	8%	11%	6%	11%	11%	13%	7%
Promedio de conocimiento	39%									

Conocimiento de Programas

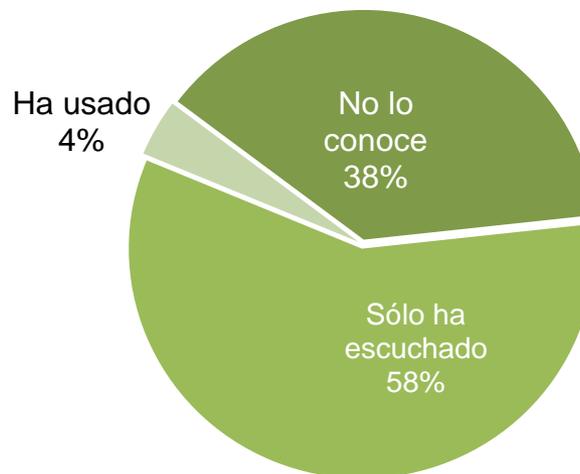
Base: 485 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de TURIBÚS?



¿Conoce o ha escuchado hablar de ECOBICI?

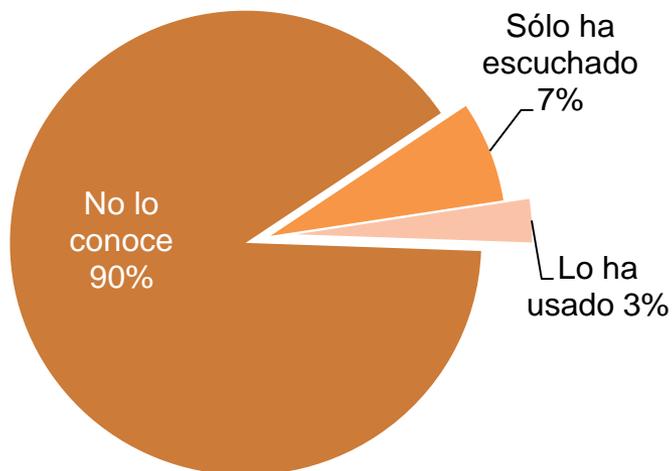


Conocimiento de Programas

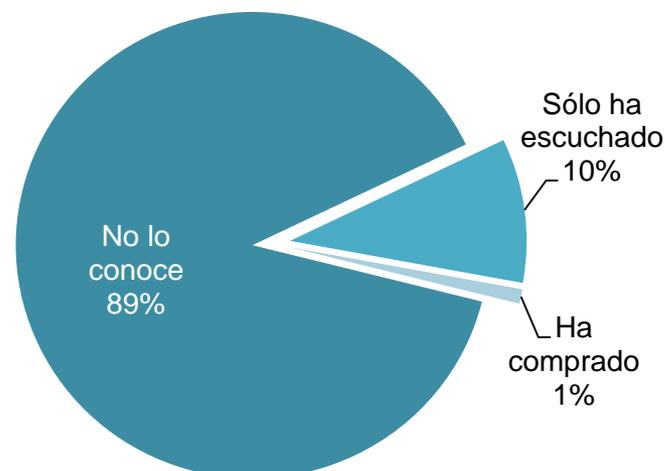
Base: 485 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de PASE TURÍSTICO?



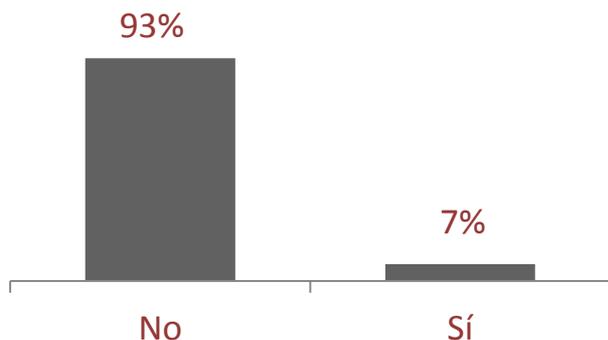
¿Conoce o ha escuchado hablar de Disfruta CDMX?



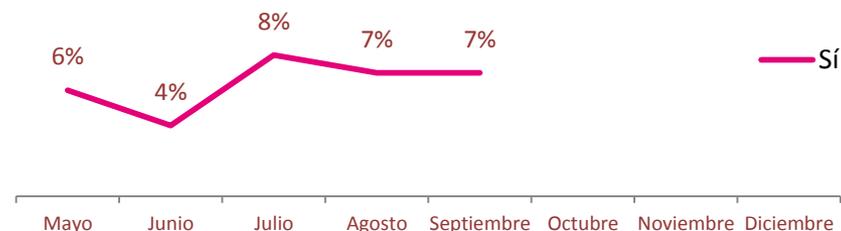
Página web SECTUR CDMX

Base: 485 casos

Para realizar este viaje, ¿consultó la página web de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México?



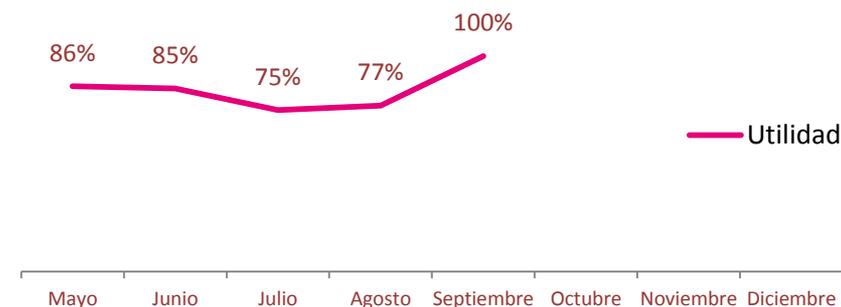
Resumen Mensual



¿Qué tanto le ayudó ... para decidir qué lugares visitar y qué actividades realizar durante su estancia en la Ciudad de México?

Utilidad de la información

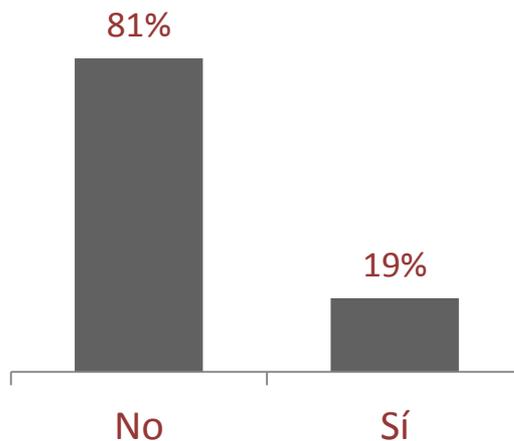
Base: 34 casos



Consulta de Páginas web

Base: 485 casos

Para realizar este viaje, ¿consultó alguna otra página web?

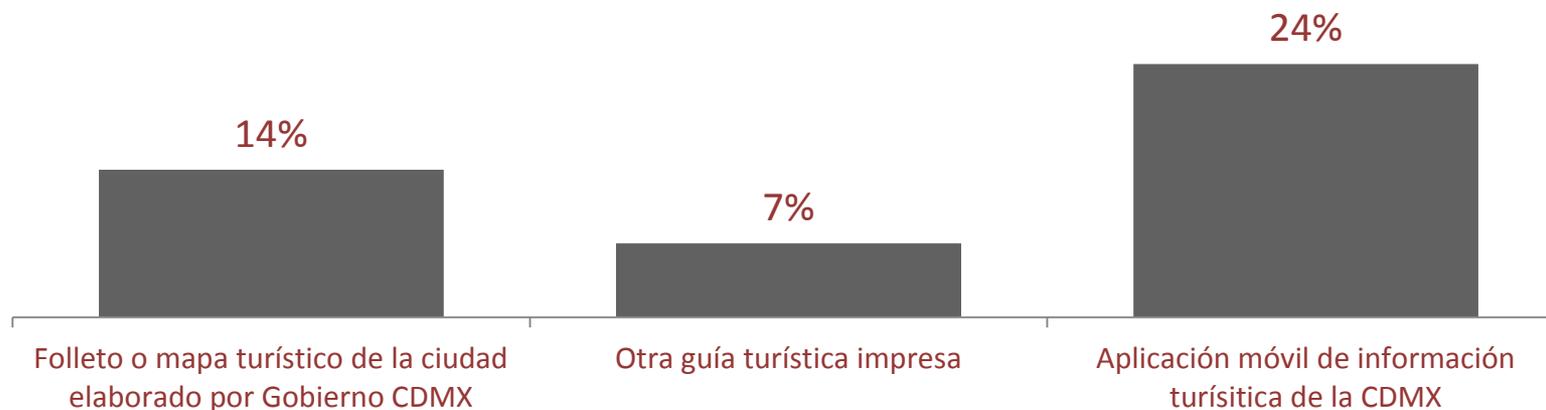


Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

Base: 485 casos

*¿Durante su estancia en la Ciudad de México utilizó ...
(% SÍ)*



Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

Base: 485 casos

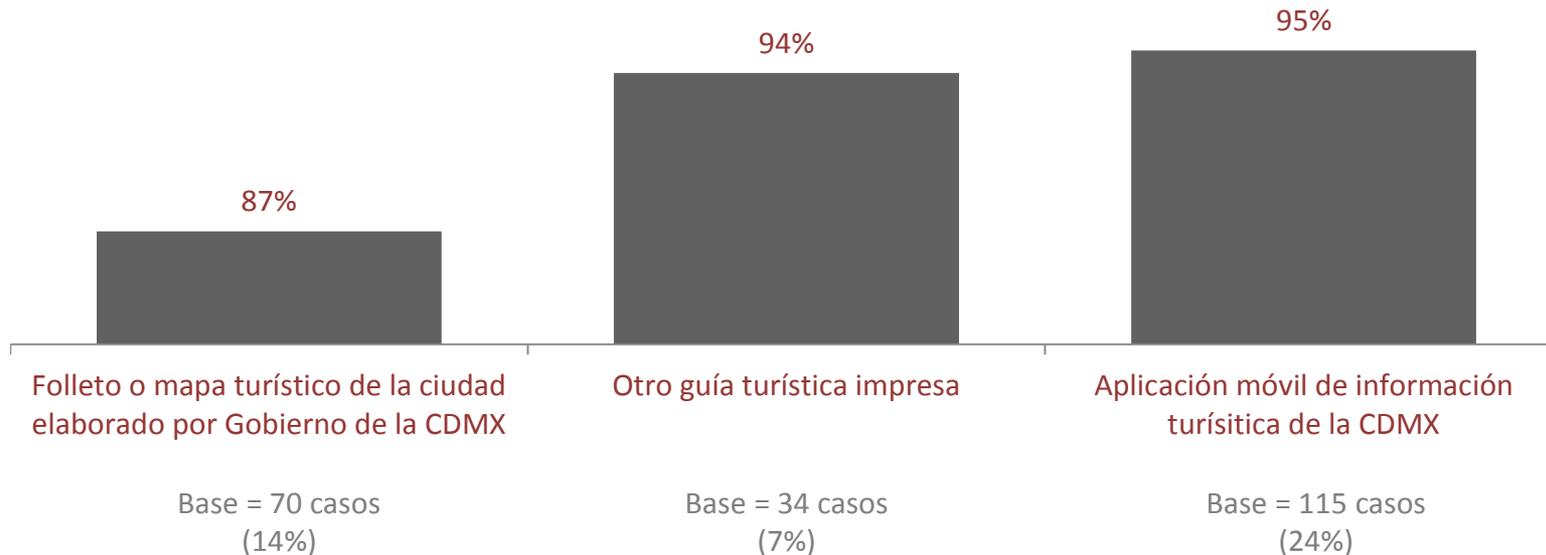
¿Durante su estancia en la Ciudad de México utilizó ...

Servicio Turístico	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Folleto o mapa turístico elaborado por gobierno CDMX	14%	13%	19%	12%	15%	10%	14%	14%	11%	22%
Otro guía turística impresa	7%	6%	8%	7%	9%	4%	4%	9%	3%	16%
Aplicación móvil de información turística de la CDMX	24%	29%	28%	20%	21%	8%	24%	23%	23%	26%
Promedio de conocimiento	15%									

Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

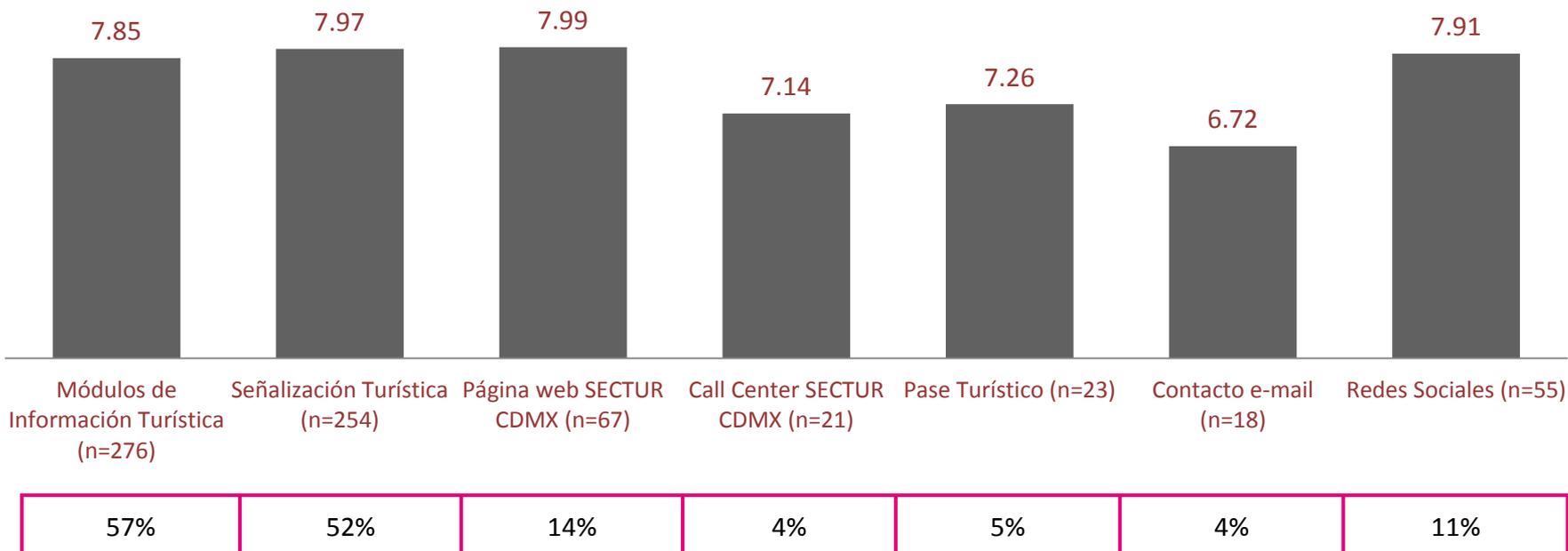
¿Qué tan útil le resultó ...



* Corresponde a la suma de las respuestas *algo útil* y *muy útil*.

Evaluación de Servicios Turísticos

Escala del 1 al 10



Tasa de participación

- Se puso a consideración de los entrevistados ocho servicios relacionados con SECTUR CDMX, y se generaron dos indicadores: uno, la tasa de participación, es decir, el porcentaje de entrevistados que conoce a cada uno de estos servicios; dos, la calificación que el entrevistado otorga a éstos según su percepción.

Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10

Base: 276 casos

¿Qué calificación le pone usted al desempeño de la Secretaría de Turismo de la CDMX en favor de los turistas que visitan la Ciudad de México?

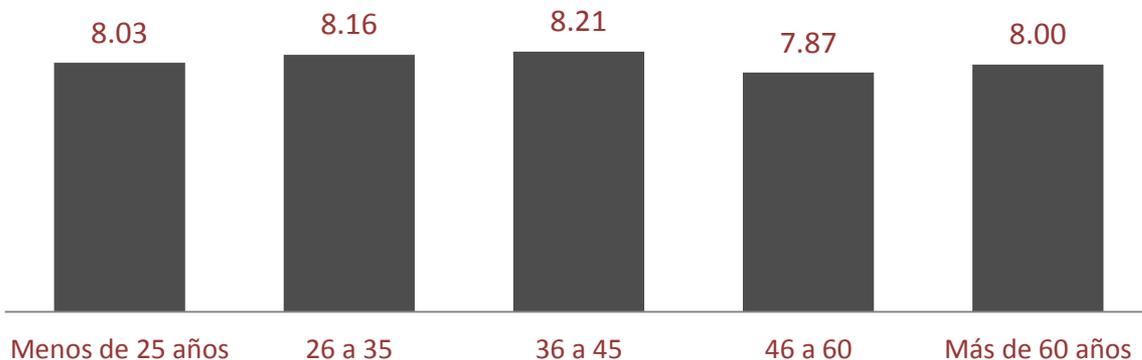
Media	8.07
Mediana	8.00
Moda	8

Escala del 1 al 10



Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 276 casos



Media	8.07
Mediana	8.00
Moda	8

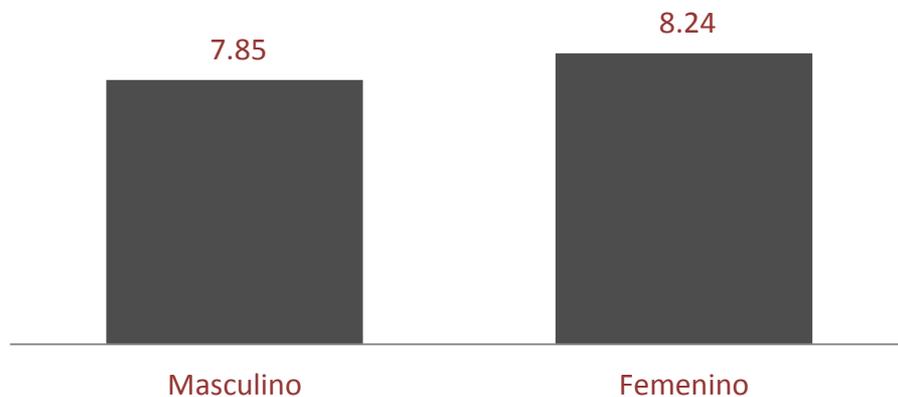
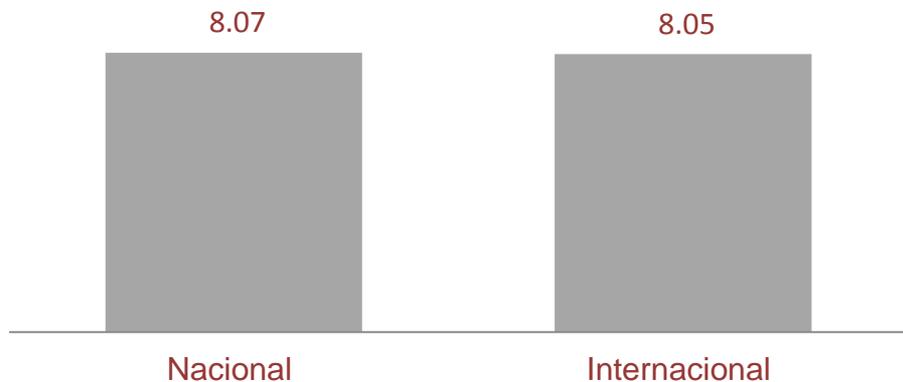
Escala del 1 al 10





Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 276 casos

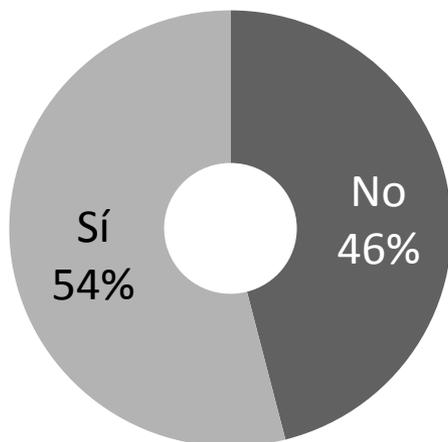


Media	8.07
Mediana	8.00
Moda	8
Escala del 1 al 10	

Recordación Publicitaria

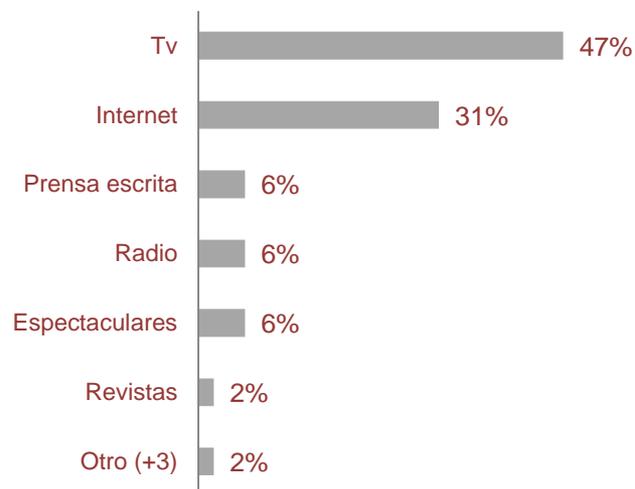
En los últimos 12 meses, ¿recuerda haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México?

Base: 485



Medio de comunicación

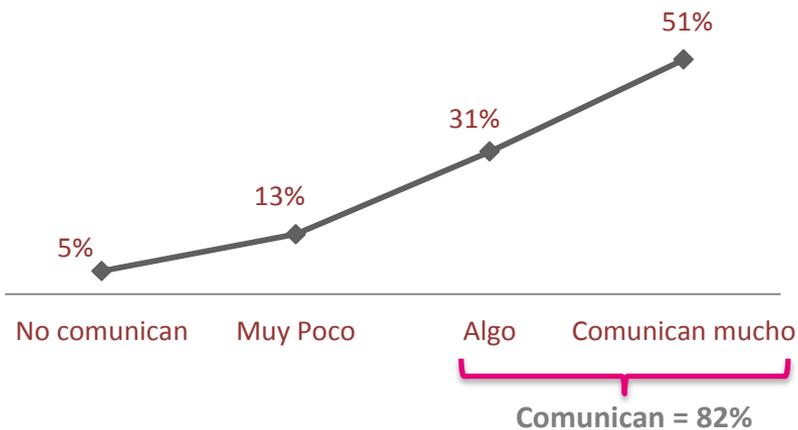
Base: 253 casos



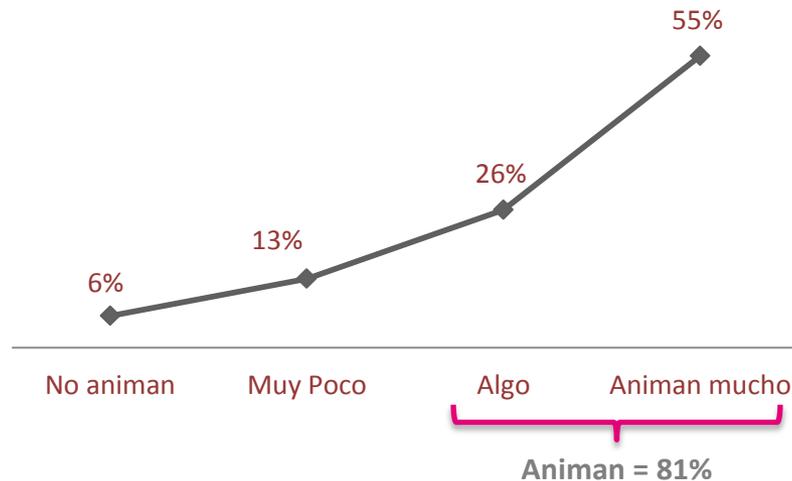
Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 260 casos

¿Qué tanto comunican esos mensajes?



¿Qué tanto animan visitar a la Ciudad ?



Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 276 casos

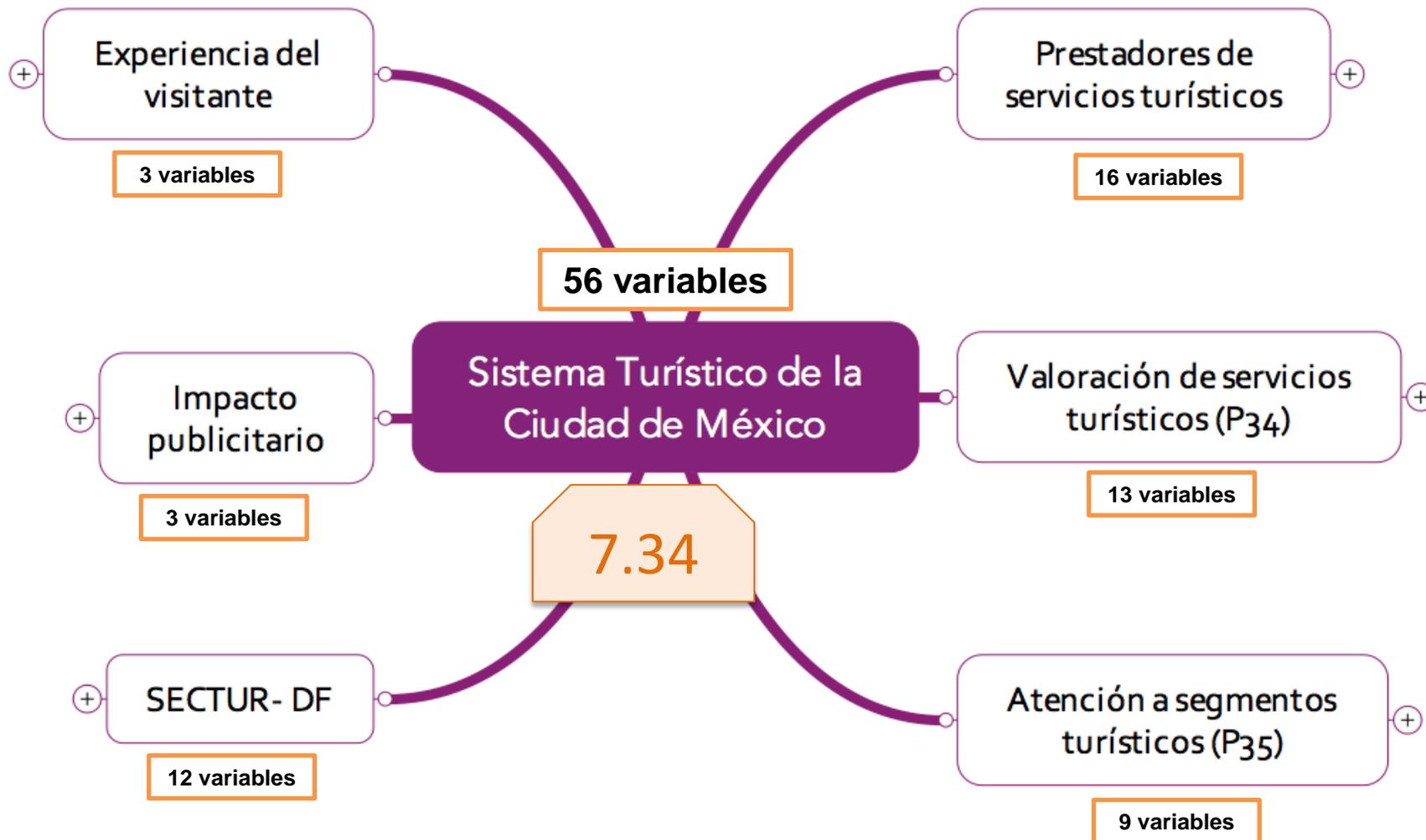
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa la influencia de la variable recordación sobre la valoración hacia la institución.

Calificación	Recordación publicitaria	
	SÍ	NO
Desempeño de SECTUR CDMX (8.07)	8.21	7.86



Resultados

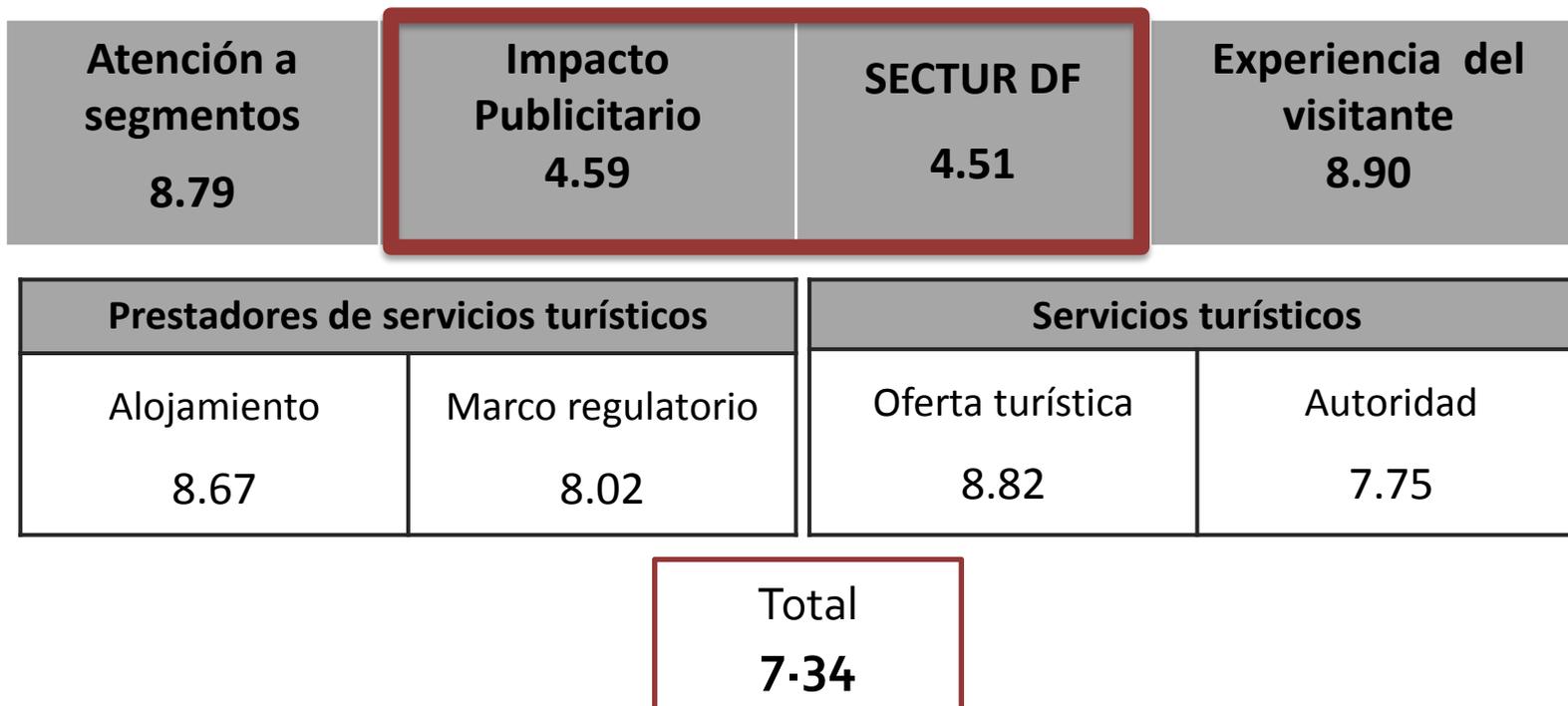
6. Sistema Turístico de la Ciudad de México (CDMX)





Escala del 1 al 10

Sistema Turístico de la Ciudad de México



Escala del 1 al 10

septiembre 2016

7.34

Totales	Género		Origen	
	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
7.34	7.23	7.43	7.35	7.30

Totales	Grupo de edad				
	Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60
7.34	7.42	7.62	7.33	7.22	6.56



Escala del 1 al 10

septiembre 2016

7.34

Turistas Nacionales					
Totales	Noroeste	Noreste	Centro-Bajío	Sur	Sureste
7.35	8.06	7.88	7.30	6.86	7.33

Turistas Internacionales					
Totales	Norteamérica	Centro y Sudamérica	Europa	Asia	Oceanía
7.30	6.83	7.81	6.79	7.04	6.19



Escala del 1 al 10

septiembre 2016

7.34

Totales	Motivo del Viaje			
	Vacaciones	Visita Familiares	Trabajo	Visita Cultural
7.34	7.58	6.93	7.33	7.79

Totales	Pernocta en la Ciudad	
	SÍ	NO
7.34	7.46	6.80

Totales	Frecuencia de visita a la Ciudad de México		
	Primera Vez	Eventual	Frecuente
7.34	7.46	7.44	6.97



Escala del 1 al 10

septiembre 2016

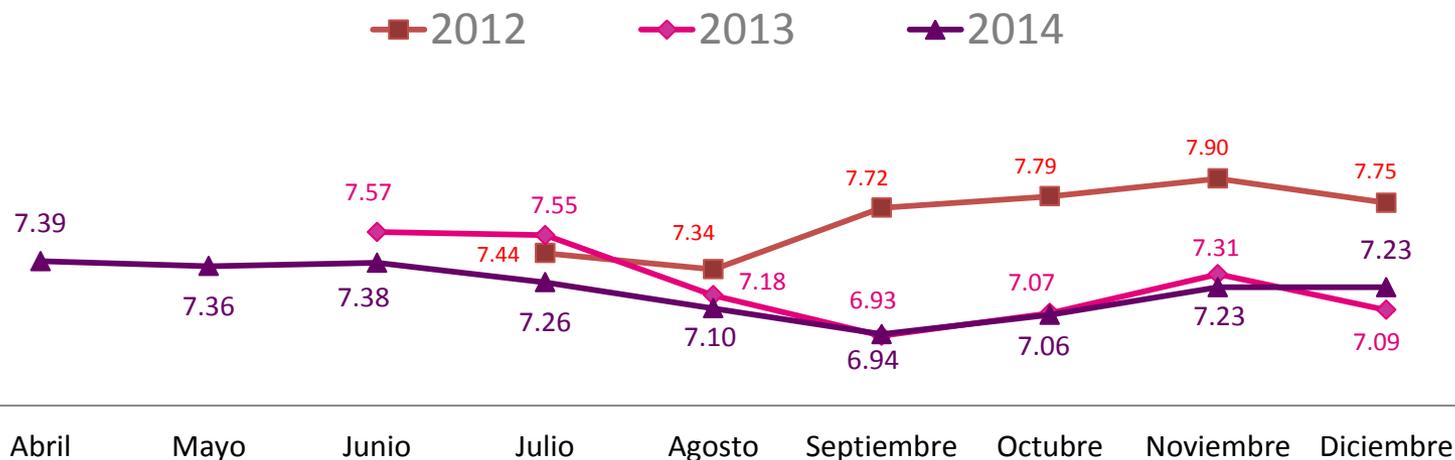
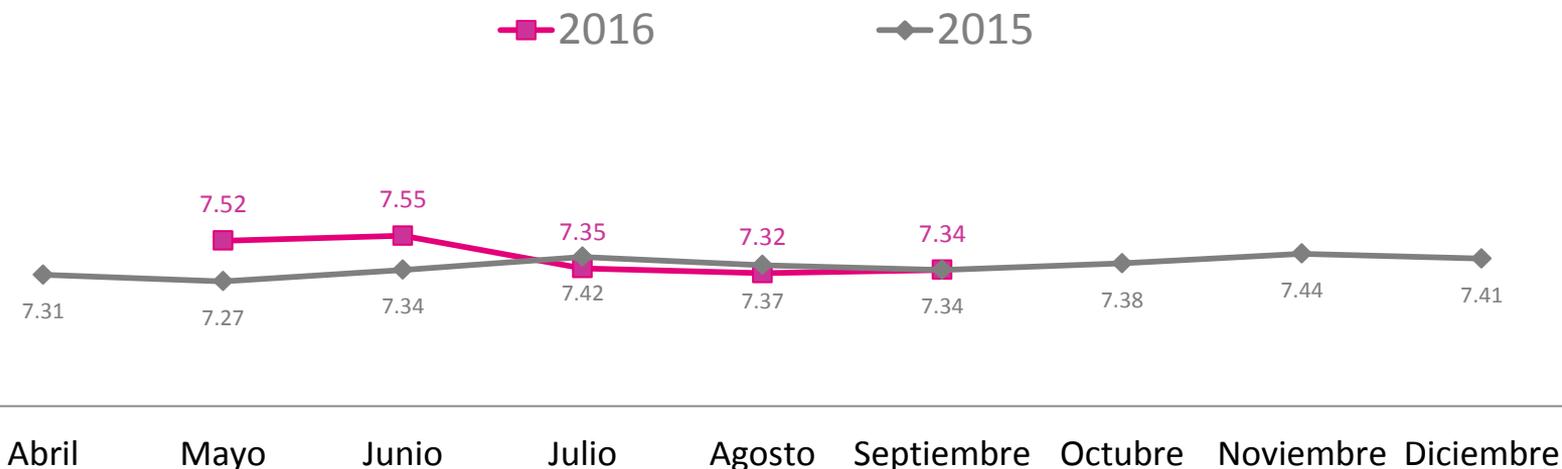
7.34

Totales	Tipo de Alojamiento			
	Familiares o amigos	Hotel	Alojamiento de bajo costo	Departamento rentado
7.44	7.04	7.90	7.31	7.46

Totales	Tipo de Hotel	
	Cadena	Independiente
7.96	7.95	7.97



Escala del 1 al 10





Anexo 1

Explicación del modelo del Índice de Evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México



Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

Iniciativa desarrollada desde el año 2012 por la **Escuela Superior de Turismo** para disponer de un Índice de evaluación que permita medir de manera periódica el estado y evolución del *Sistema Turístico de la Ciudad de México*, desde la perspectiva del visitante.

Cabe hacer mención que este modelo es perfectible y está en constante revisión y validación, para que se ajuste a las necesidades analíticas y e informativas de SECTUR CDMX.

OBJETIVO → Que la **Secretaría de Turismo de la Ciudad de México** cuente con indicadores de desempeño 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.

Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

ALCANCE → Esta iniciativa busca coadyuvar en la orientación de los esfuerzos de autoridad y liderazgo de la **Secretaría** en favor de la construcción colectiva de una oferta global de la Ciudad de México:

- I. Que estimule la expectativa de visitarla.
- II. Que genere experiencias de estancia más satisfactorias.
- III. Que convoque a la revisita y
- IV. Que provoque la **referencia positiva** de parte de los visitantes; que trasformen a los turistas que visitan la Ciudad de México en verdaderos embajadores de la ciudad.

Pero quizás el reto más importante es **trabajar para provocar un sentido de identidad y apropiación de la Ciudad de México de parte de sus visitantes.**

Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

COMPONENTES DEL SISTEMA → Con base en el instrumento (cuestionario) de medición del estudio sobre *Perfil del Turista que visita la Ciudad de México*, se seleccionaron 56 variables, mismas que se agruparon en seis componentes.

Estas variables están relacionadas con elementos de la oferta, el marco regulatorio vigente, así como aspectos que tienen que ver con la percepción y satisfacción del viajero, así como de su perspectiva y valoración hacia al desempeño de la oficina de turismo de la Ciudad de México, y elementos de recordación publicitaria.

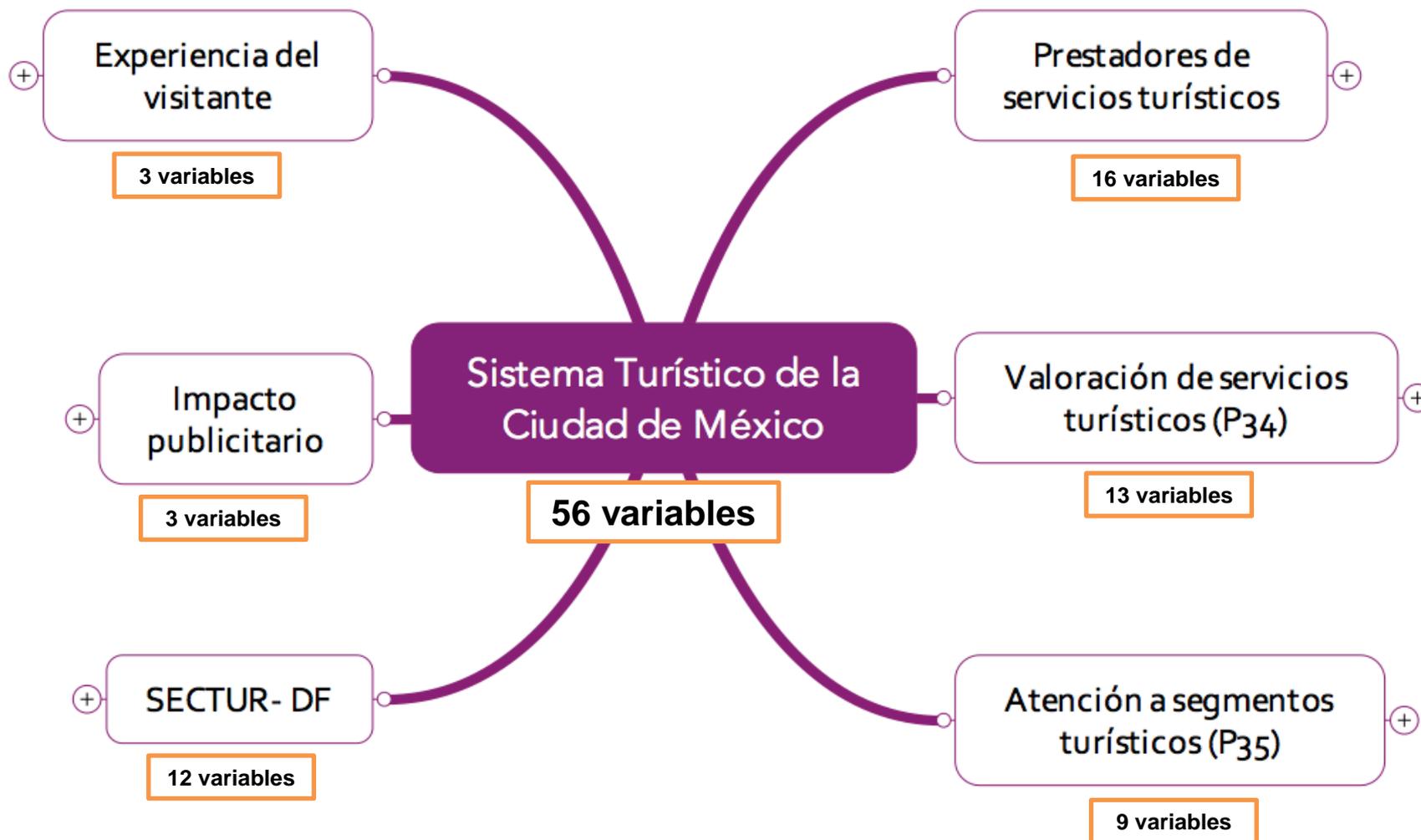
El modelo es el resultado de la media aritmética obtenida sobre las diversas respuestas proporcionadas por los turistas entrevistados respecto al conjunto de variables sujetas de análisis.

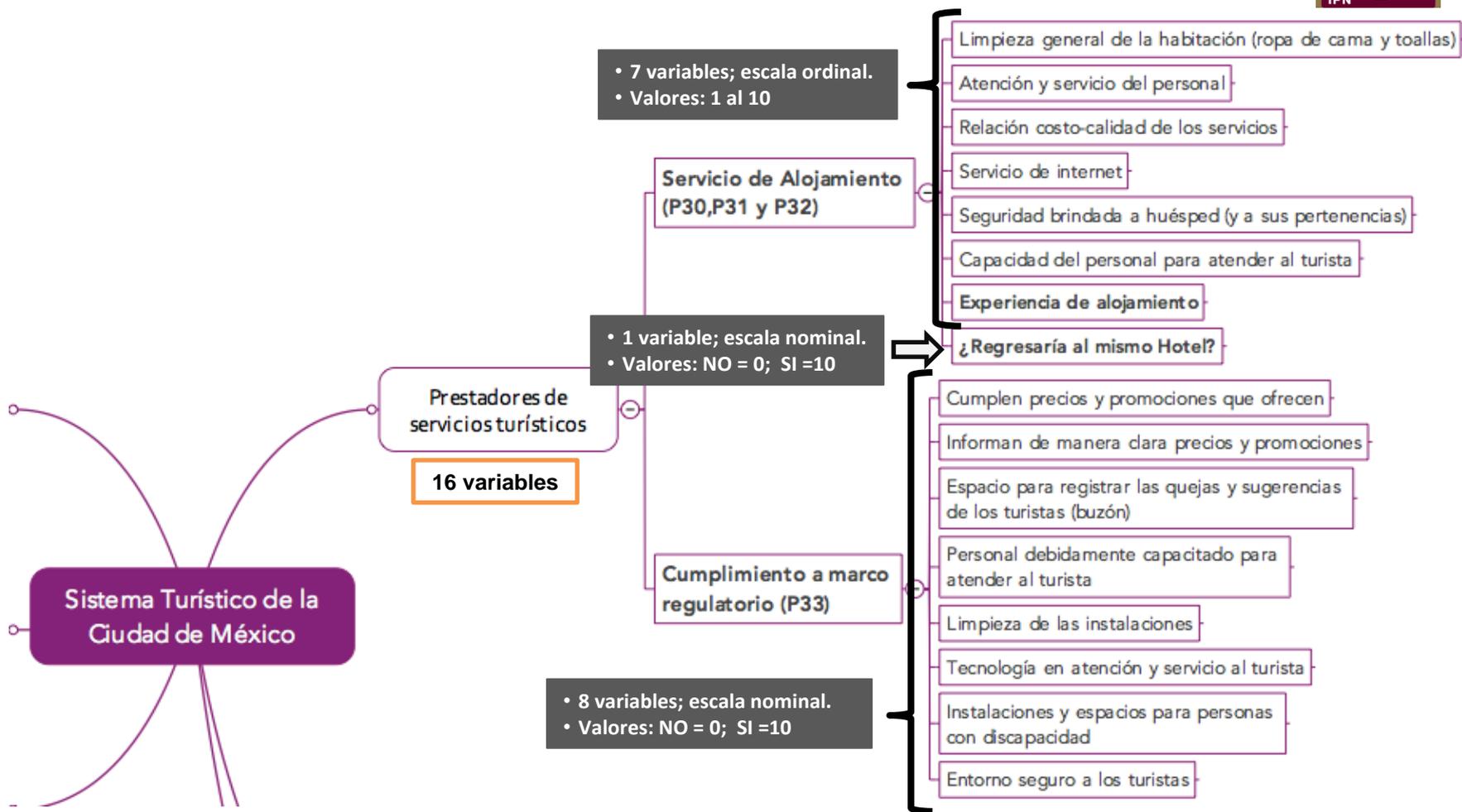
Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

Una ventaja del modelo, es que el coeficiente obtenido, podrá ser objeto de analizarlo de manera global; es decir, sobre la base total de entrevistados, así como por segmento de análisis: género, grupo de edad, motivo de viaje, origen, entre otros.

AJUSTE DEL MODELO → Toda vez que las variables utilizadas son de varios tipos, se realizaron ajustes para asignarles valores a las diferentes respuestas otorgadas por los consultados.

A continuación se presenta la conceptualización del modelo, así como su relación de variables, tipo de escalas y valores.



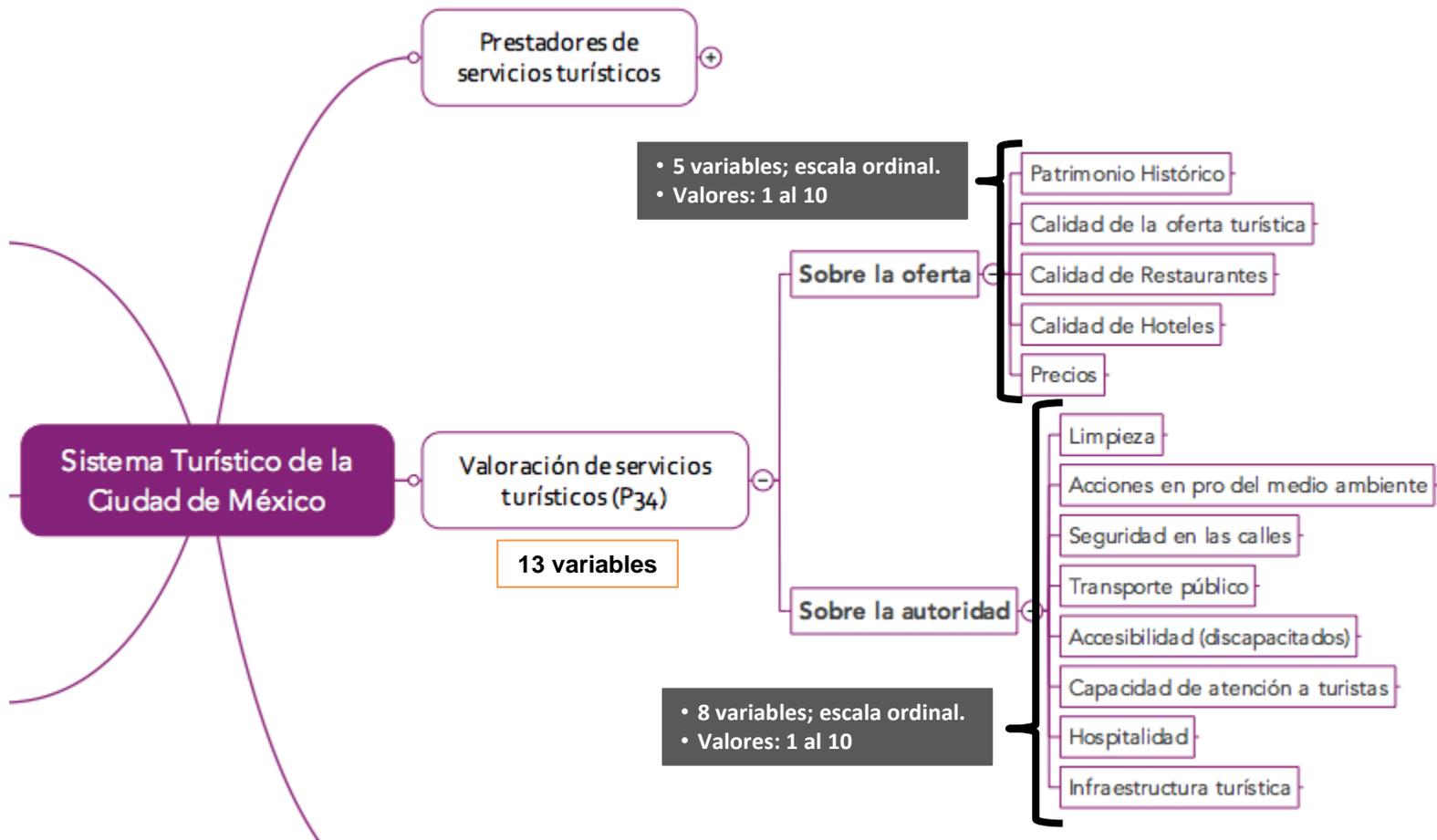


P30. Con base en su experiencia en esta visita a la Ciudad de México, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con su Hotel?

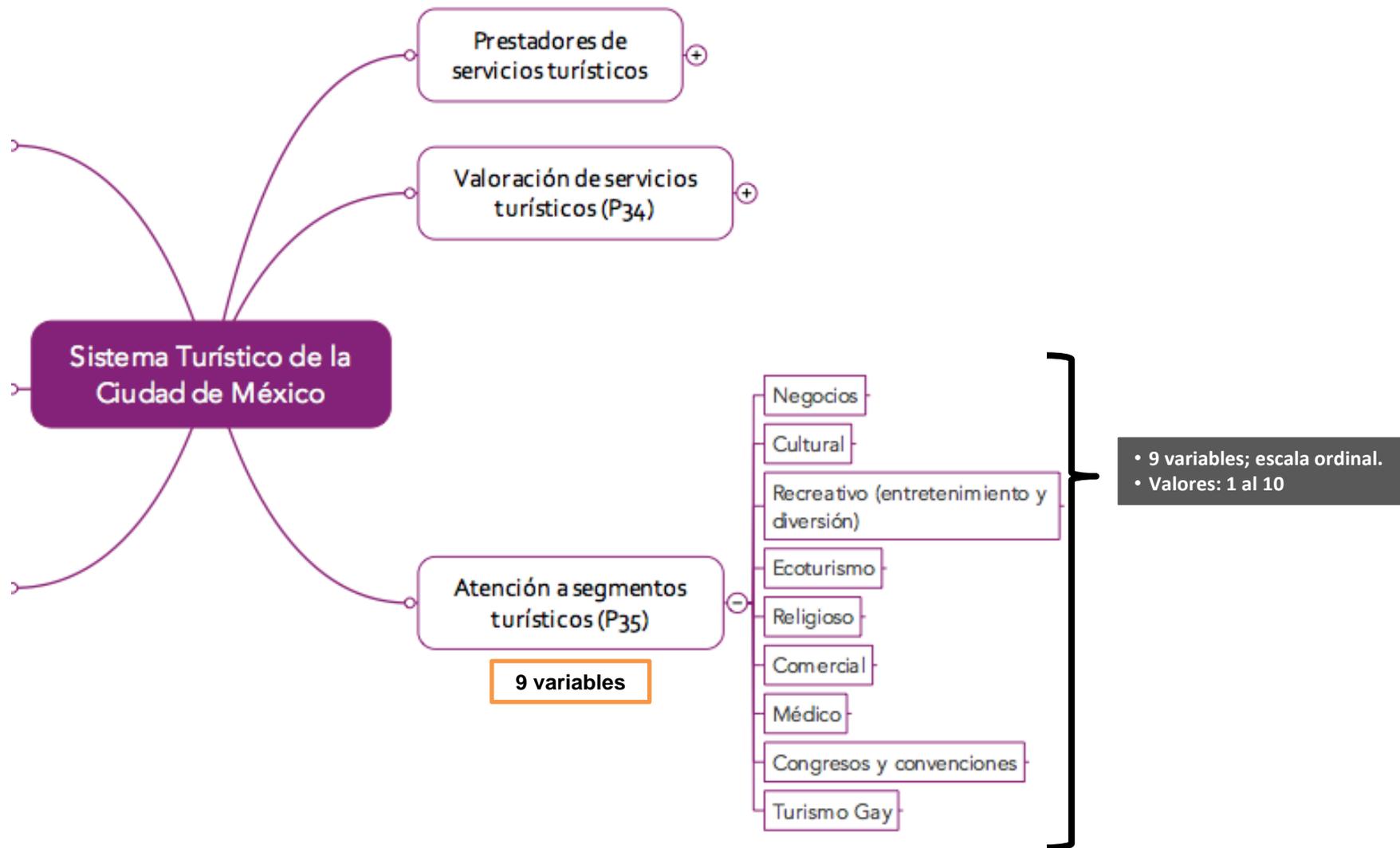
P31. ¿Qué calificación le pone a su experiencia de alojamiento en lo general?

P32. Tomando en cuenta esta experiencia, ¿regresaría usted a este Hotel en su próximo viaje a la Ciudad de México?

P33. Dígame si está o no de acuerdo con las siguientes frases, relacionadas con los prestadores de servicios turísticos de la Ciudad de México.

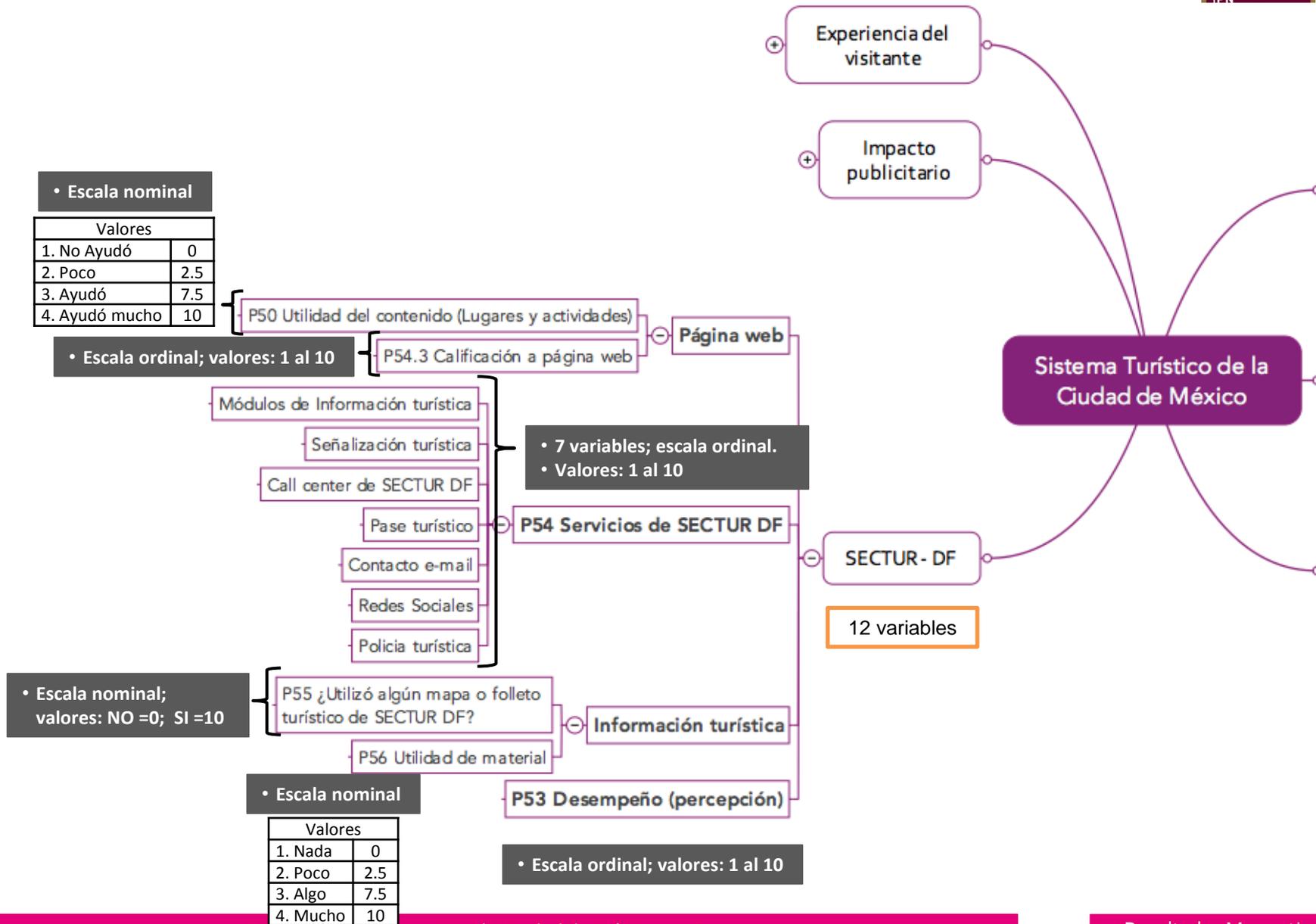


P34. Con base en su experiencia, por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con la Ciudad de México?



P35. En términos generales, ¿qué calificación le pone usted a la Ciudad de México como destino turístico para...?

Conceptualización del modelo



• Escala nominal

Valores	
1. Mejorado	10
2. Igual de bien	10
3. Igual de mal	0
4. Empeorado	0

• Escala nominal bidireccional

Valores	
1. Definitivamente NO	0
1. Difícilmente	5
3. No Sabe	0
4. Es posible	7.5
5. Sin duda	10

• Escala nominal; valores: NO =0; SI =10

• Escala nominal

Valores	
1. Nada	0
2. Poco	2.5
3. Algo	7.5
4. Mucho	10



Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados
Septiembre - 2016

