

Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados
Octubre - 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 **sexta medición** de este proyecto durante 2016, misma que fue realizada durante el mes de **Octubre (M6-2016)**, 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

- 500 encuestas efectivas

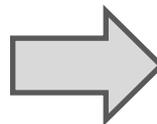
Fecha de realización

- Del 15 de al 31 de octubre 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 $\pm 4.47\%$ en esta medición.
- Cálculo hecho con un pq de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para
calcular márgenes de error



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

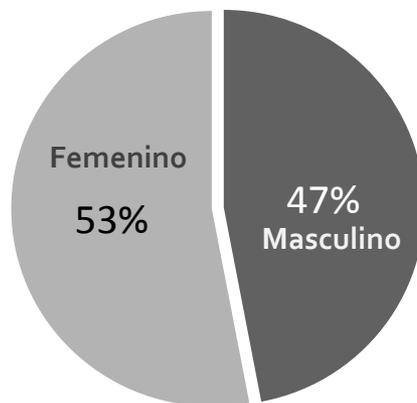
1. Perfil del turista

1. Perfil del Turista

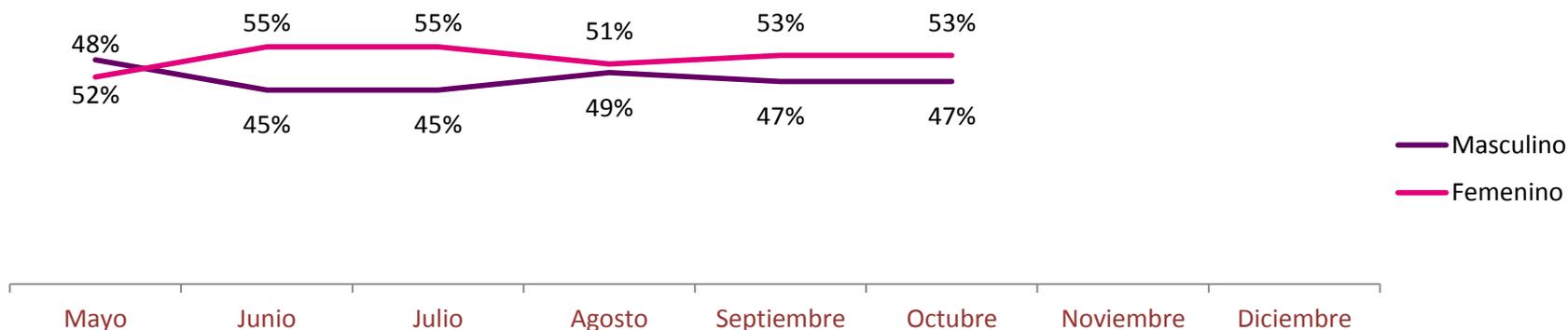


Género del entrevistado

Base: 500 casos



Comparativo Mensual





Grupos de Edad estadísticos

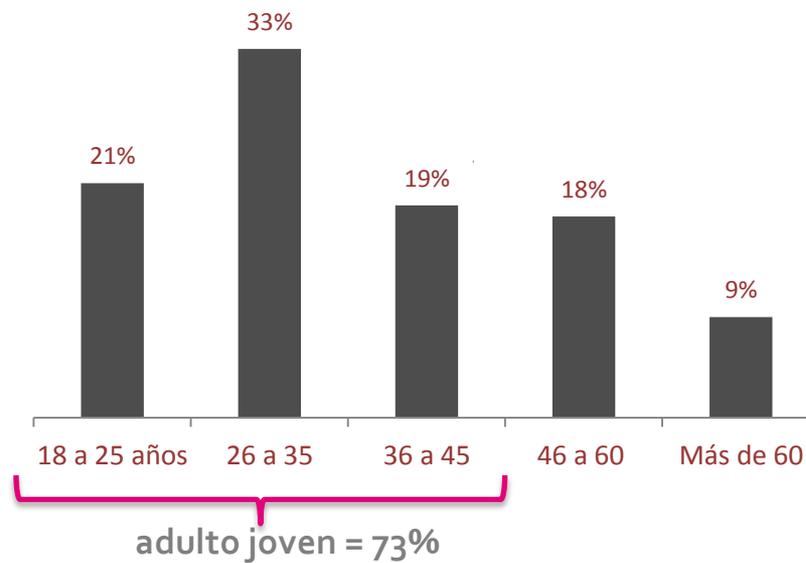
Base: 500 casos

Estadísticos

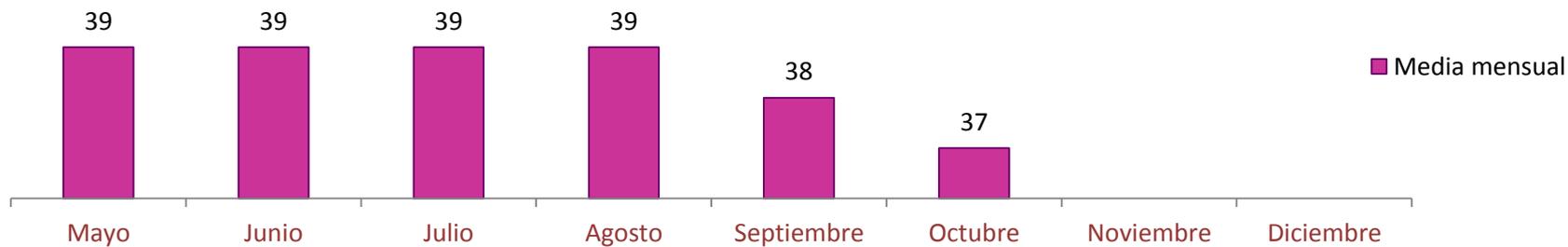
Media	37 años
Mediana	34 años
Moda	28 años

Grupos de Edad

Base: 500 casos



Comparativo Mensual





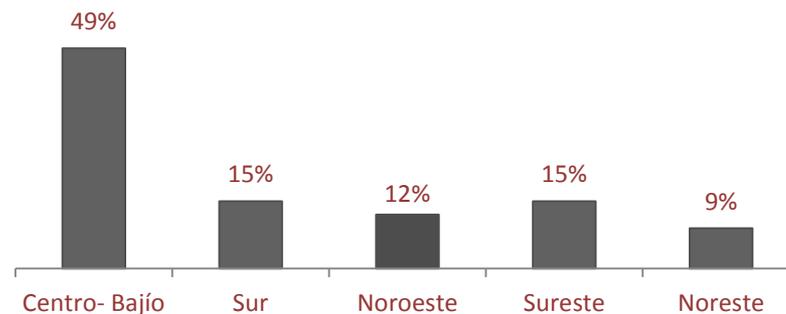
Origen del Turista

Base: 500 casos



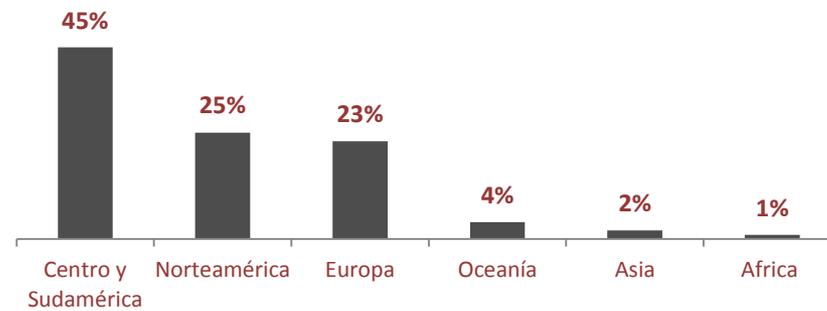
Nacional = 67%

Base: 333 casos

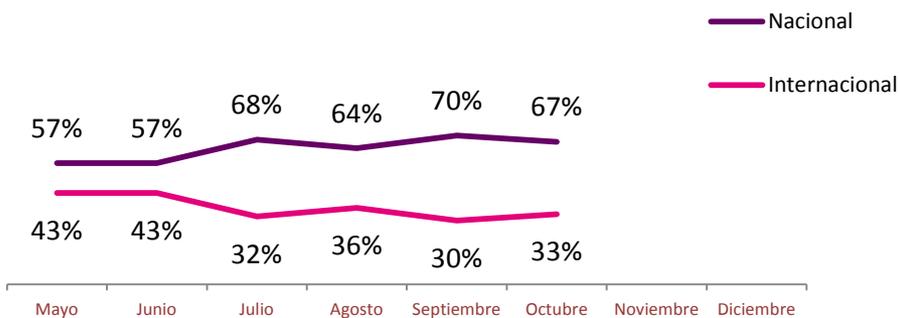


Internacional = 33%

Base: 167 casos



Comparativo Mensual





Turistas Nacionales - entidad de origen

Base: 333 casos (67%)

64%

Entidad Federativa	%
Estado de México	11.1%
Veracruz	9.0%
Guerrero	8.1%
Nuevo León	5.7%
Michoacán	5.4%
Jalisco	5.1%
Oaxaca	5.1%
Puebla	5.1%
Morelos	4.8%
Hidalgo	4.2%

Entidad Federativa	%
Chihuahua	3.9%
Guanajuato	3.6%
Querétaro	3.6%
Sonora	3.3%
Tabasco	3.3%
Baja California	2.4%
Quintana Roo	2.4%
Tamaulipas	2.1%
Aguascalientes	1.8%
Chiapas	1.5%

Entidad Federativa	%
Coahuila	1.5%
Colima	1.2%
Sinaloa	1.2%
Zacatecas	1.2%
San Luis Potosí	0.9%
Durango	0.6%
Nayarit	0.6%
Baja California Sur	0.3%
Campeche	0.3%
Tlaxcala	0.3%
Yucatán	0.3%



Turistas Nacionales - entidad de origen

Acumulado 6 mediciones

Entidad Federativa	%
Guerrero	13,3%
Morelos	7,7%
Estado de México	7,2%
Veracruz	7,1%
Jalisco	5,9%
Puebla	5,5%
Oaxaca	4,8%
Nuevo León	4,7%
Baja California	3,8%
Chihuahua	3,5%

Entidad Federativa	%
Hidalgo	3,4%
Sonora	3,3%
Guanajuato	3,0%
Tamaulipas	2,9%
Michoacán	2,6%
Sinaloa	2,6%
Querétaro	2,3%
Chiapas	2,2%
Coahuila	2,0%
Quintana Roo	1,9%

Entidad Federativa	%
Tabasco	1,6%
Tlaxcala	1,4%
Yucatán	1,3%
Durango	1,2%
Aguascalientes*	1,1%
San Luis Potosí	1,1%
Zacatecas*	1,0%
Baja California Sur	0,9%
Colima*	0,7%
Nayarit	0,7%
Campeche**	0,5%

* Aguascalientes, Zacatecas y colima acumulan 5 mediciones.

** Campeche acumula 4 mediciones.

1. Perfil del Turista



País de origen

Base: 167 casos (33%)

61%

País	%
Estados Unidos	23%
Colombia	16%
Argentina	10%
España	8%
Perú	4%

País	%
Brasil	4%
Alemania	2%
Canadá	2%
Chile	2%
Francia	2%
Otros países (+22)	27%

13%



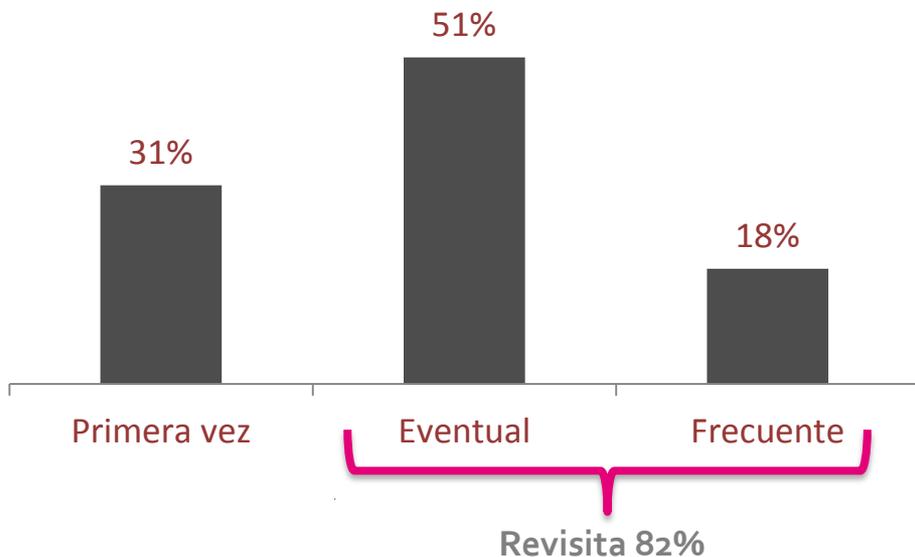
**País de origen
Acumulado 6 mediciones – Top 5**

País	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
Estados Unidos	29.0%	41.7%	40.4%	30.3%	30.7%	22.8%		
Colombia	18.3%	14.6%	14.3%	11.8%	10.0%	16.2%		
Argentina	3.8%	6.8%	5.6%	3.4%	2.9%	9.6%		
España	3.8%	1.9%	3.1%	9.0%	5.0%	7.8%		
Francia	5.9%	1.9%	1.2%	4.5%	2.9%	2.4%		

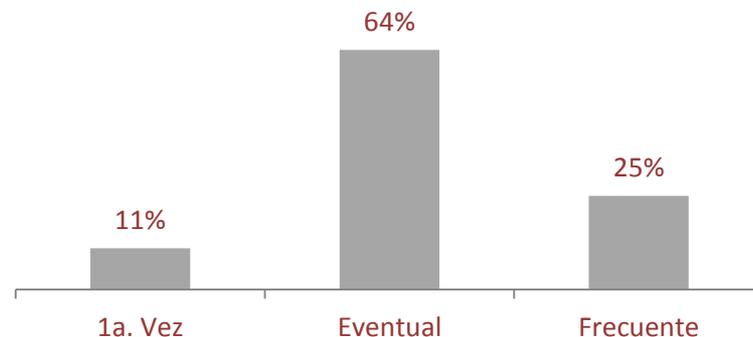


Frecuencia de visita

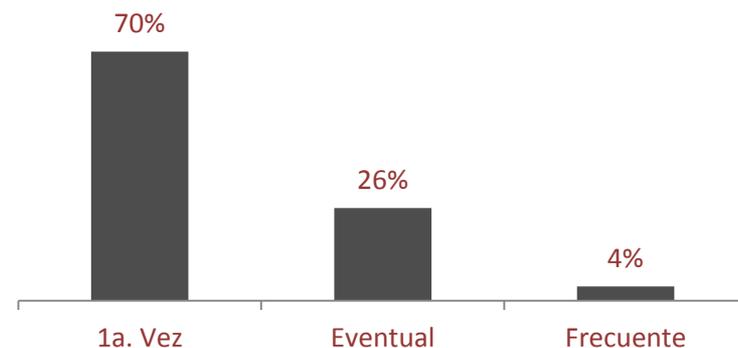
Base: 500 casos



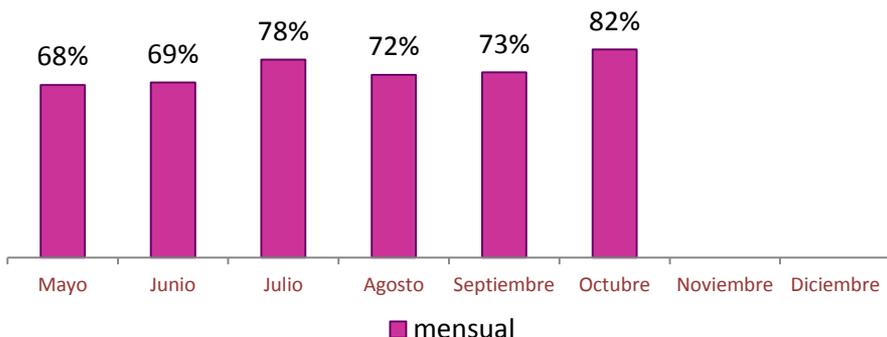
Turista Nacional = 67% (Base 333)



Turista Internacional = 33% (Base 167)



Comparativo Mensual

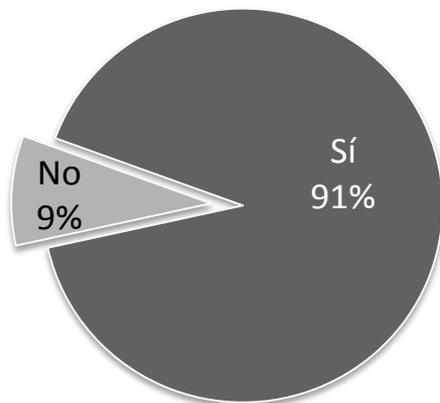


- Visitante Eventual: Turista con dos o tres visitas previas a la ciudad en los últimos dos años.
- Visitante Frecuente: Turista que visita al menos dos veces la Ciudad de México al año.



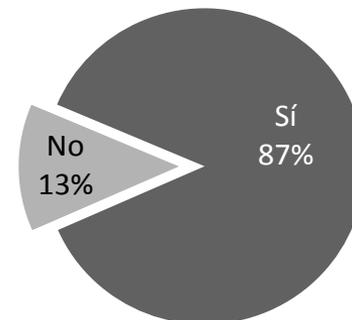
Uso de Internet

Base: 500 encuestados

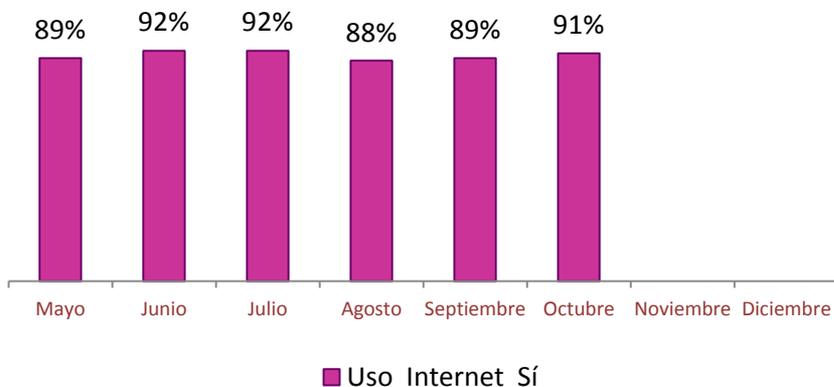


Turista Nacional

Base: 333 casos

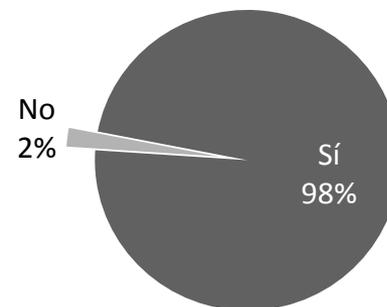


Comparativo Mensual



Turista Internacional

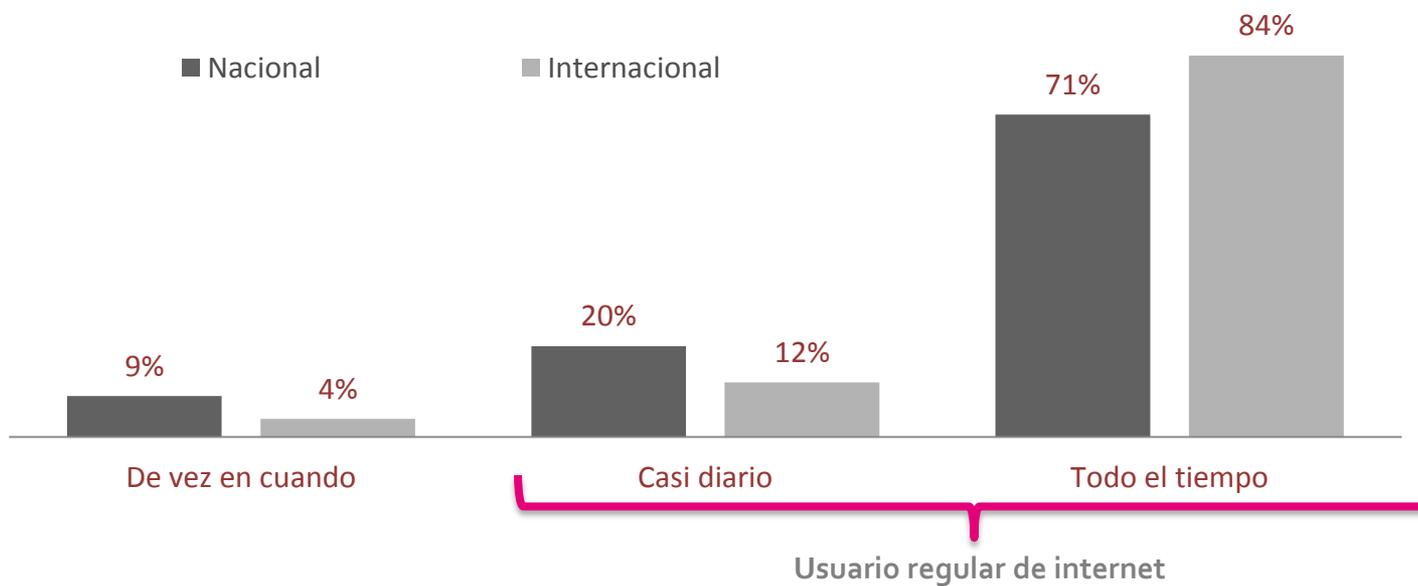
Base: 167 casos





Frecuencia de uso de Internet

Base: 453 usuarios de internet (91%)





Uso de Internet

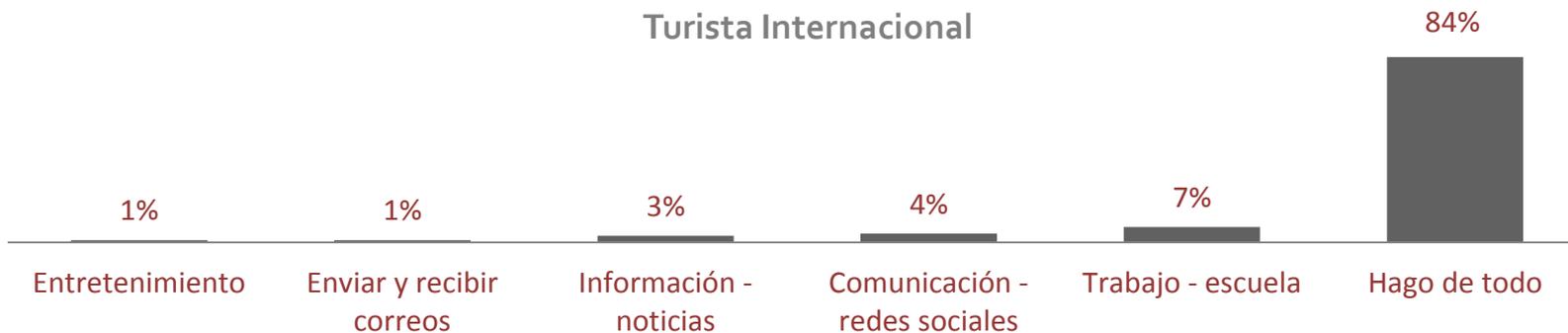
Base: 453 usuarios de internet (91%)

¿Qué actividades realiza en Internet?

Turista Nacional



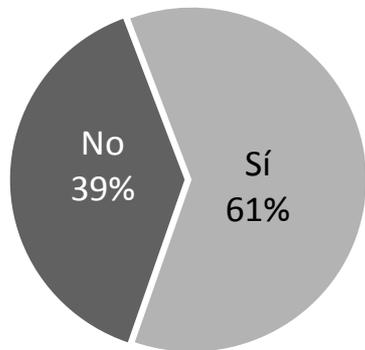
Turista Internacional



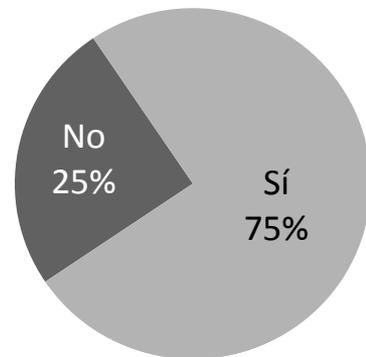


Uso de Internet

Para planeación de viajes



Consulta de información sobre viajes y destinos

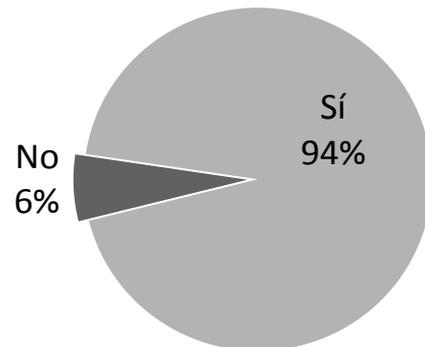
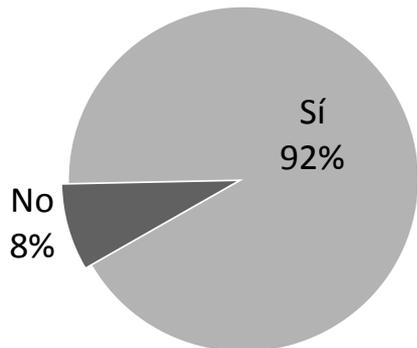


Turista Nacional

Base: 289 usuarios de internet

Turista Internacional

Base: 164 usuarios de internet



1. Perfil del Turista



Ingreso Mensual Familiar

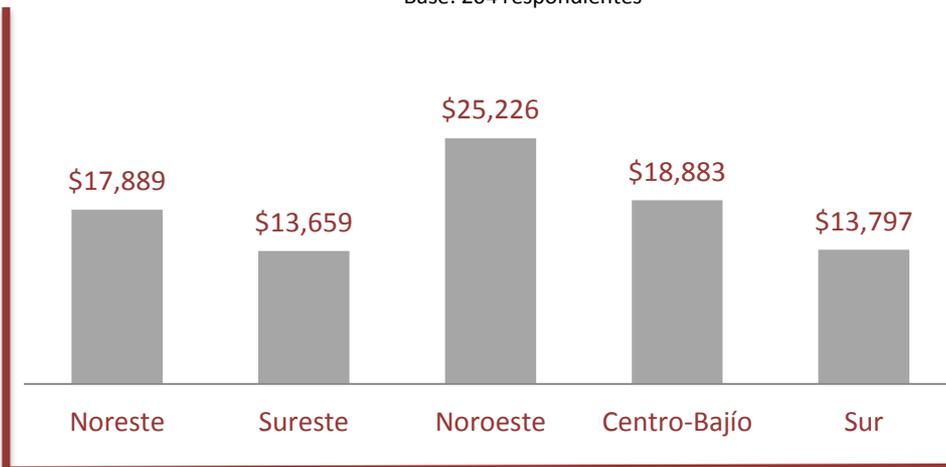
Base: 298 respondientes

PESOS MEXICANOS



TURISTA NACIONAL

Base: 204 respondientes



TURISTA INTERNACIONAL

Base: 94 respondientes





Otras variables sociodemográficas

Base: 500 casos

Escolaridad	Nacional	Internacional	Totales
Básica	23%	6%	17%
Media	17%	10%	15%
Superior	60%	84%	68%
Total	100%	100%	100%

Escolaridad

Ocupación

Ocupación	Nacional	Internacional	Totales	
Empleado de empresa privada	29%	40%	33%	
Trabaja (72%)	Empleado de gobierno	14%	10%	12%
	Profesionista independiente	11%	29%	17%
	Comerciante	14%	2%	10%
Hogar	14%	4%	11%	
Estudia	11%	7%	10%	
Pensionado-Jubilado	5%	4%	4%	
Desempleado	2%	4%	3%	
Total	100%	100%	100%	

Otras variables sociodemográficas

Base: 500 casos

Jefatura hogar	Nacional	Internacional	Totales
Sí	68%	78%	71%
No	32%	22%	29%
Total	100%	100%	100%

Jefatura de hogar

Estado civil	Nacional	Internacional	Totales
Soltero	25%	37%	29%
Casado - Unión libre	55%	46%	52%
Separado- divorciado-viudo	20%	17%	19%
Total	100%	100%	100%

Estado Civil

Tipo de hogar

Tipo hogar		Nacional	Internacional	Totales
Nuclear (68%)	Ambos padres	49%	35%	45%
	Un solo padre	9%	6%	8%
	Sin hijos	12%	20%	15%
Compuesto		2%	3%	2%
Ampliado		15%	10%	13%
Vive Solo		13%	26%	17%
Total		100%	100%	100%



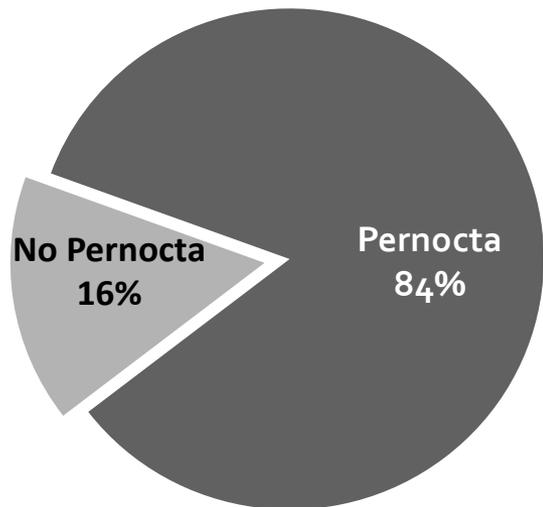
Resultados

2. Perfil del viaje

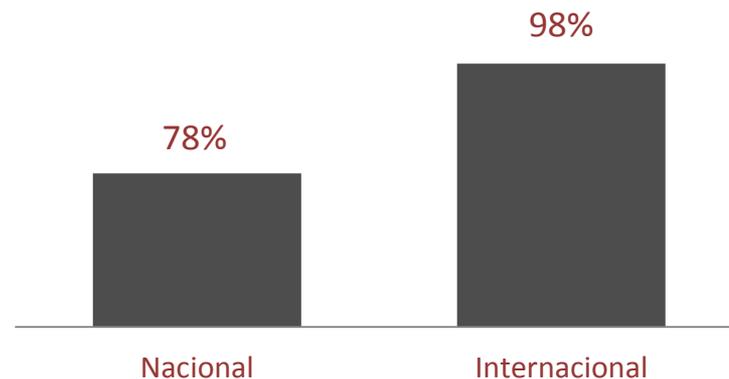


Estancia en la Ciudad de México

Base: 500 casos



Origen del Turista



Comparativo Mensual

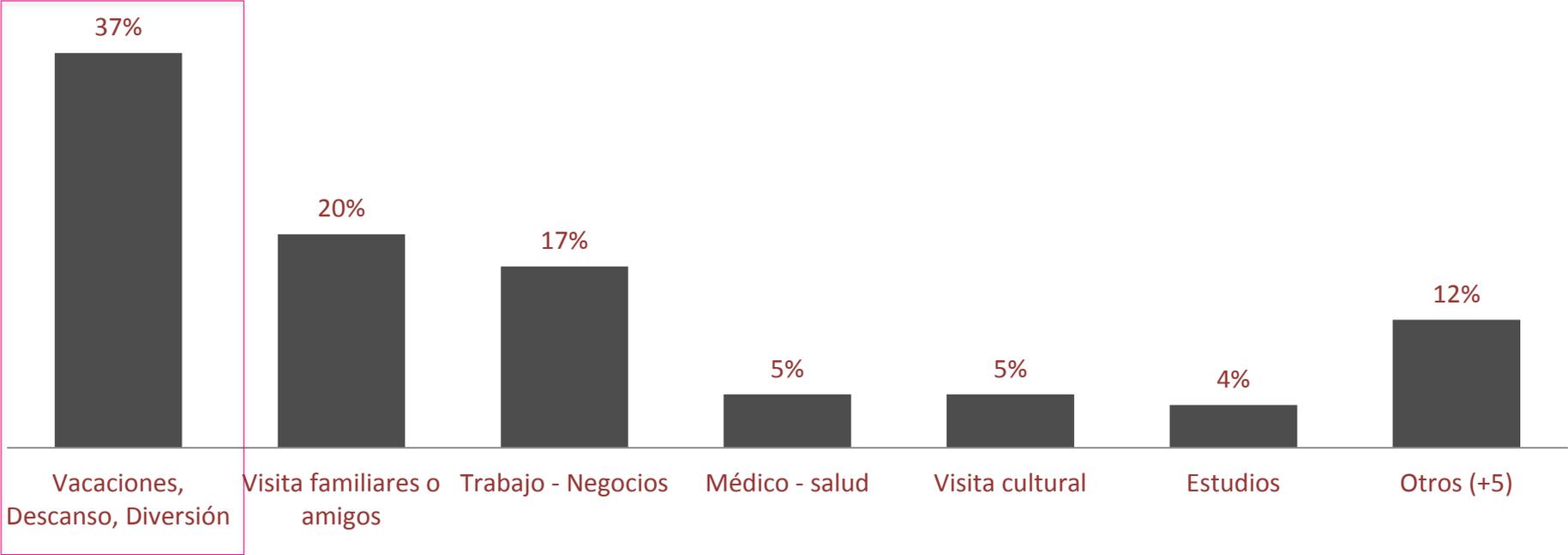


2. Perfil del Viaje



Principal Motivo del Viaje

Base: 500 casos



2. Perfil del Viaje



Principal Motivo del Viaje

Base: 500 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	37%	29%	42%	39%	42%	19%	35%	38%	22%	66%
Visita familiares y amigos	20%	21%	16%	18%	24%	35%	19%	22%	25%	11%
Trabajo – Negocios	17%	17%	20%	19%	11%	12%	22%	12%	20%	10%
Médico – salud	5%	4%	4%	5%	6%	14%	6%	5%	8%	0%
Otros (+7)	21%	29%	18%	19%	17%	20%	18%	23%	25%	13%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

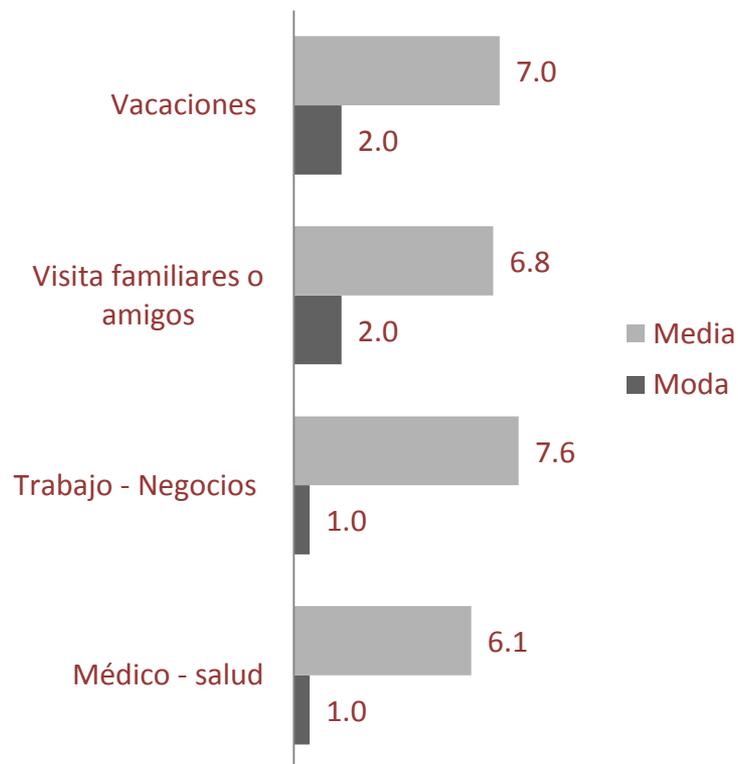


Noches alojamiento

Base: 422 viajeros que pernoctaron

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	7.3	5.2	17.0
Mediana	4.0	3.0	5.0
Moda	2	1	3

Motivo de la visita

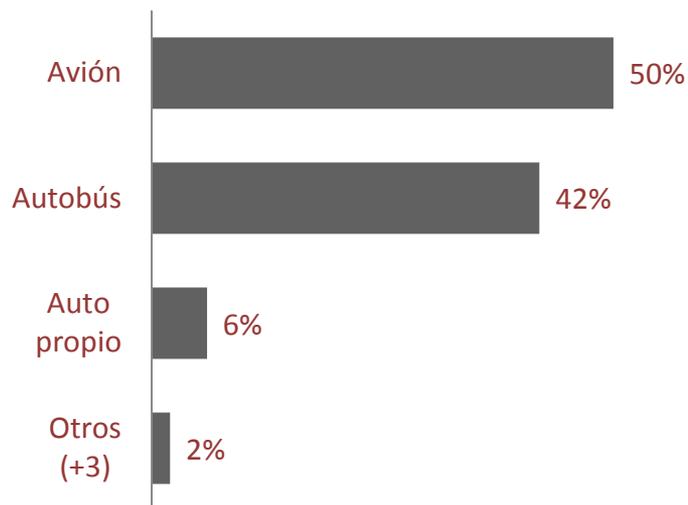


2. Perfil del Viaje

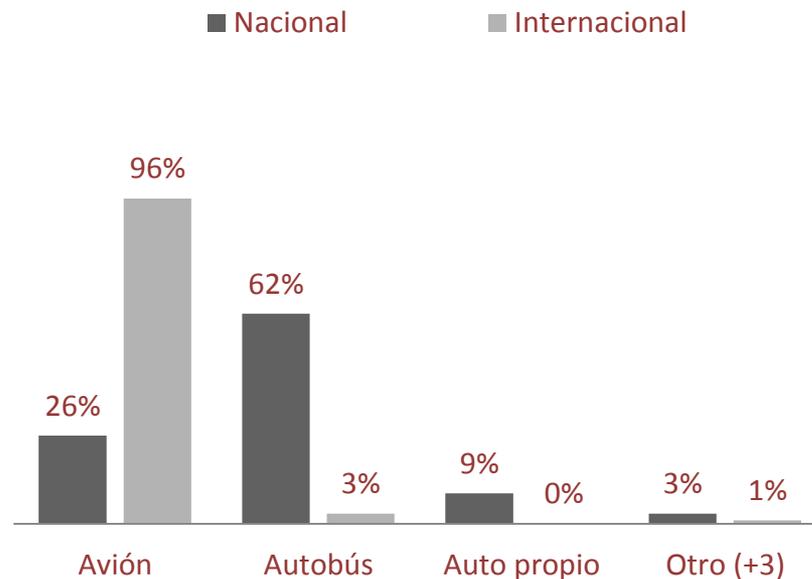


¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar a la Ciudad de México?

Base: 500 casos



Arribo

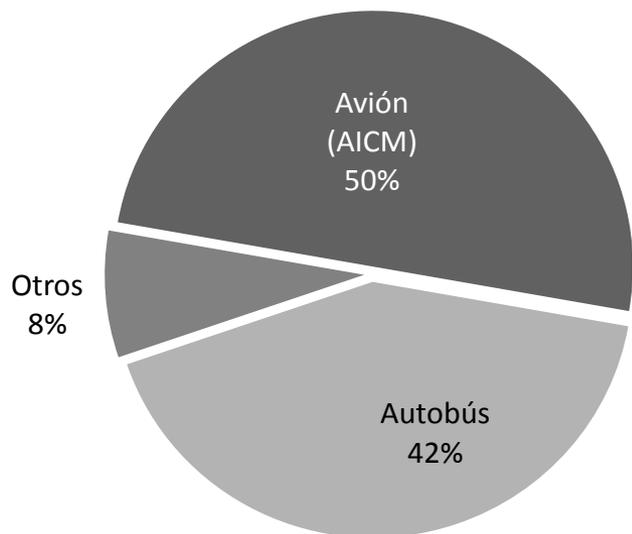




Transporte interno

TRANSPORTE PARA INGRESAR A LA CIUDAD

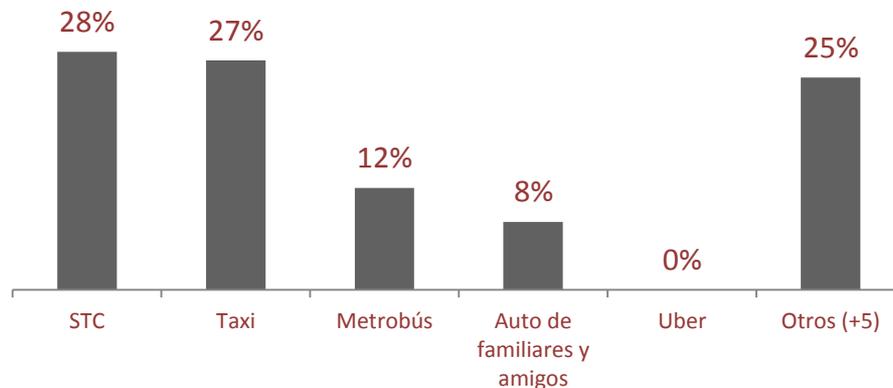
Base: 500 casos



Quienes llegaron en avión

Base: 240

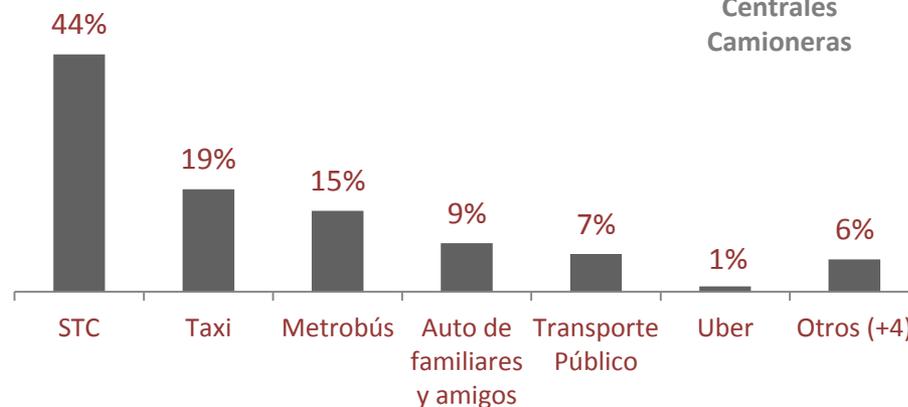
AICM



Quienes llegaron en autobús

Base: 206

Centrales Camioneras

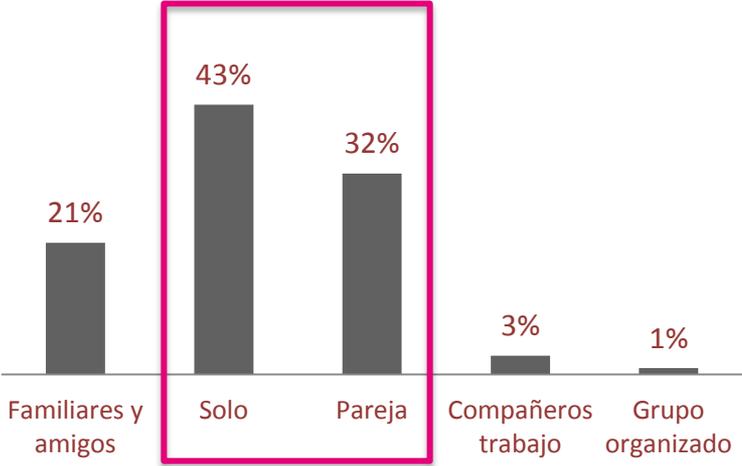




Compañeros de viaje

Base: 459 casos

¿Con quién realiza este viaje?



Tamaño de los grupos

Tamaño del Grupo (media)	Totales	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	3.32	4.19	4.55
Grupo organizado	19.00	24.33	3.00

2. Perfil del Viaje



Lugar de Alojamiento

Base: 382 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
Hotel	38%	26%	43%	49%	37%	28%	40%	37%	34%	45%
Familiares y amigos	32%	39%	23%	26%	36%	59%	34%	30%	47%	10%
Alojamiento de bajo costo	22%	29%	23%	18%	16%	10%	17%	25%	14%	33%
Otras respuestas (+2)	8%	6%	11%	7%	11%	3%	9%	8%	5%	12%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Lugar de Alojamiento

Base: 382 turistas que pernoctaron

¿En dónde se hospeda durante este viaje?

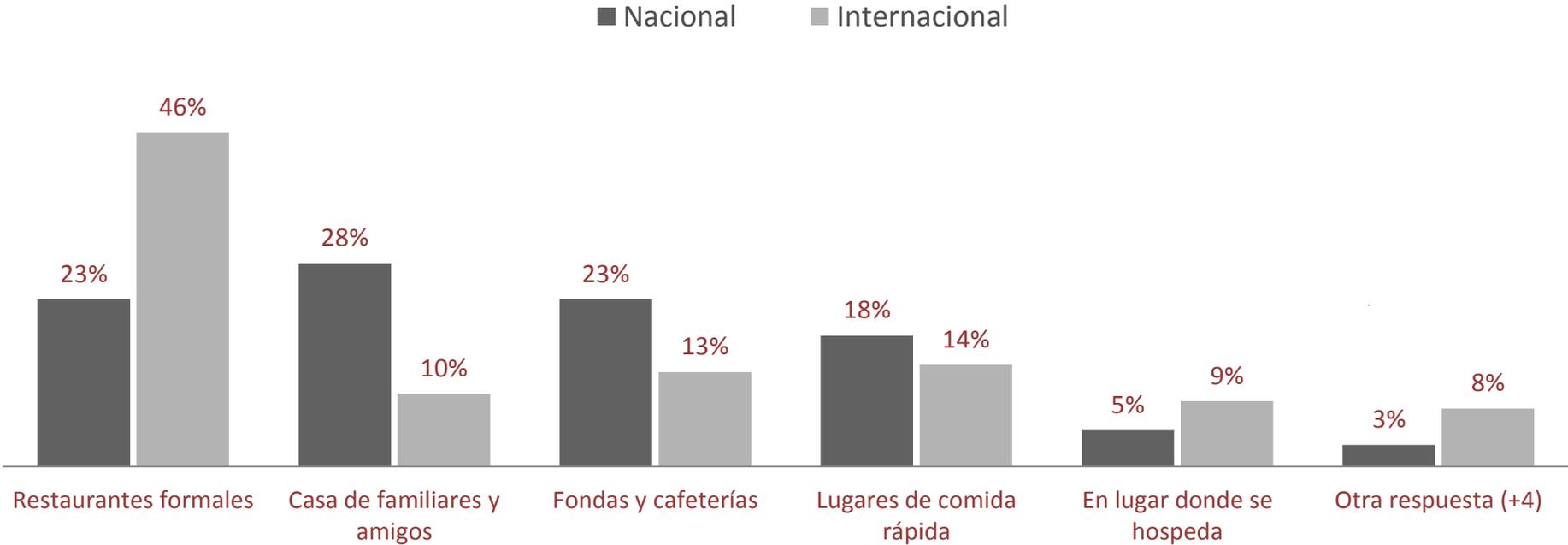
Lugar de Alojamiento	Totales	Motivo de la Visita			
		Vacaciones	Familiares y amigos	Trabajo	Médico - salud
Hotel	38%	44%	10%	67%	13%
Familiares y amigos	32%	14%	72%	23%	60%
Alojamiento de bajo costo	22%	30%	14%	8%	13%
Otras respuestas (+2)	8%	12%	4%	2%	14%
Total	100%	100%	100%	100%	100%



Principales lugares para comer

Base: 444 casos

¿Dónde acostumbra realizar sus alimentos?

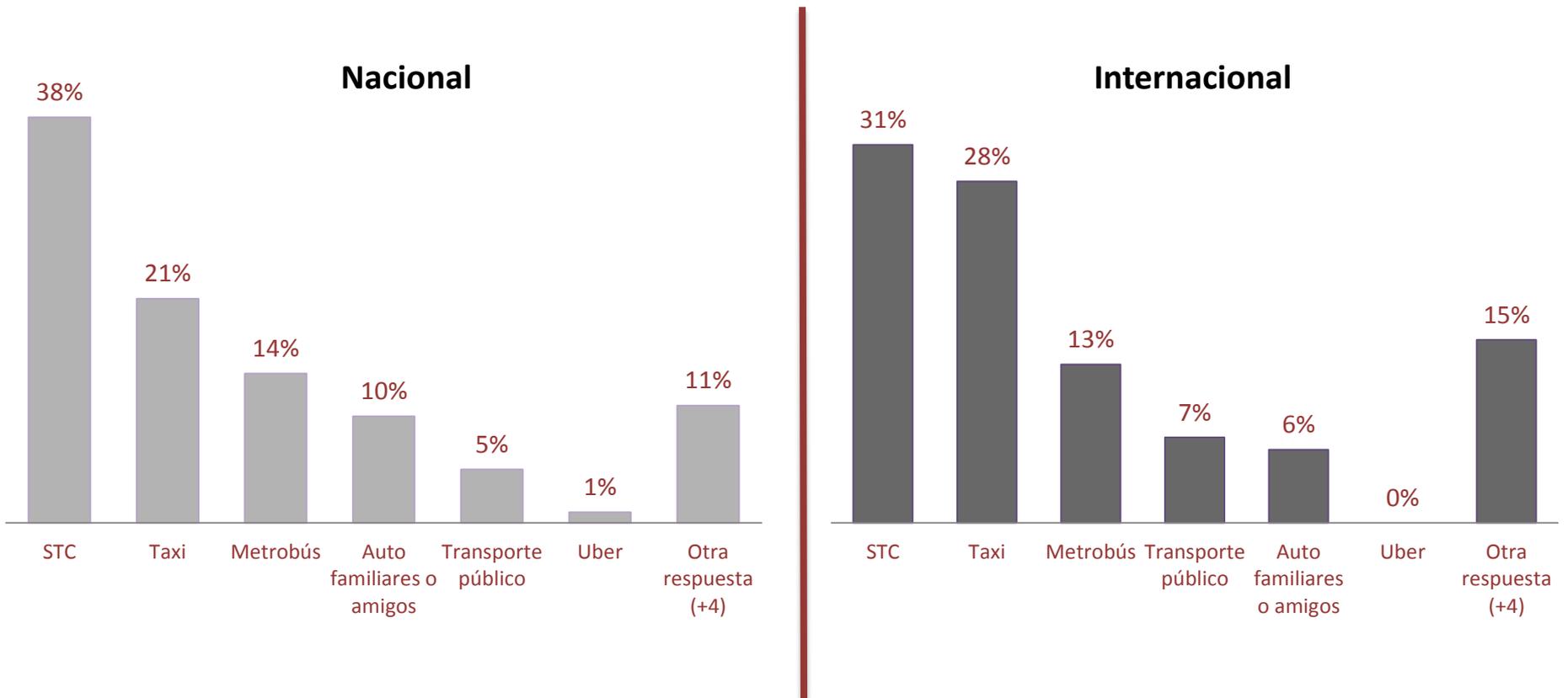




Movilidad interna

Base: 445 casos

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

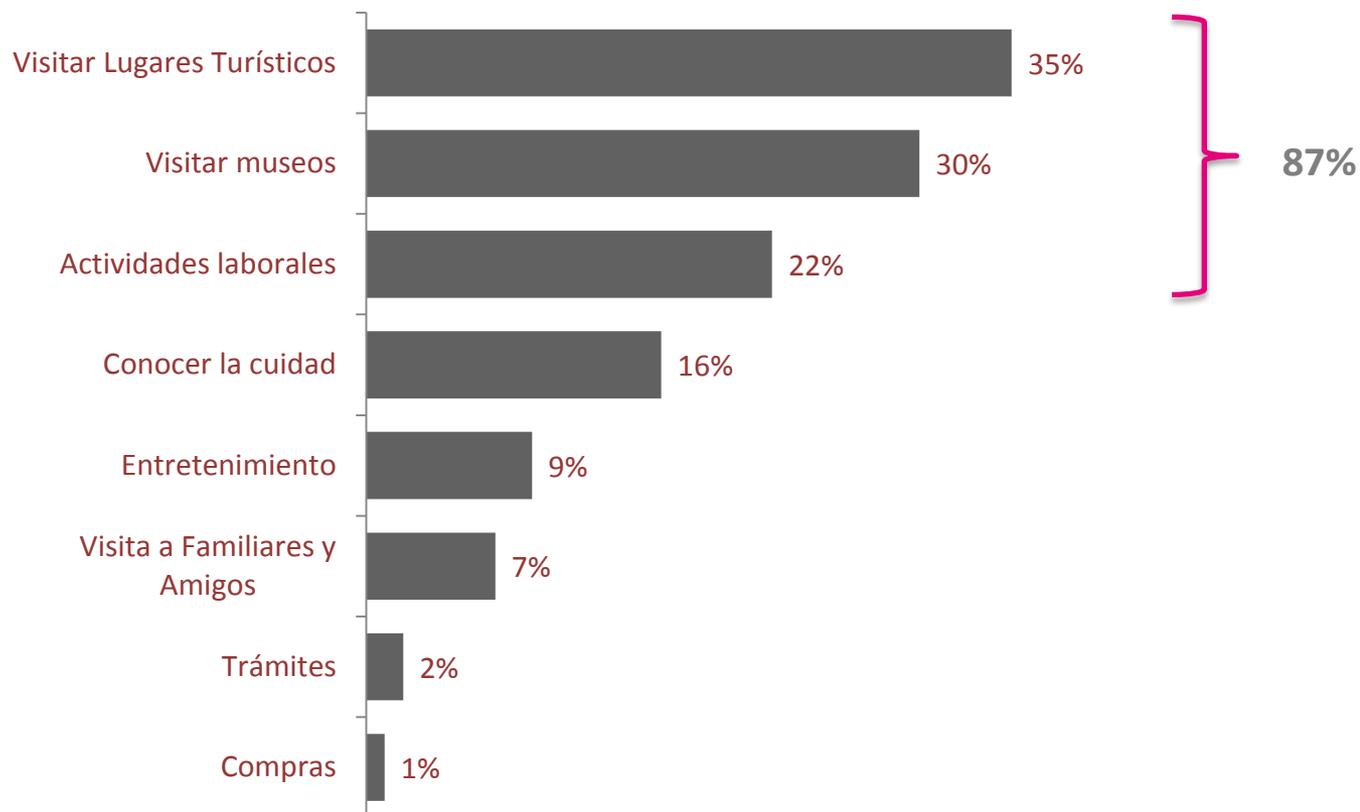




Principales Actividades en la Ciudad de México

Base: 196 casos
(Respuesta Múltiple)

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



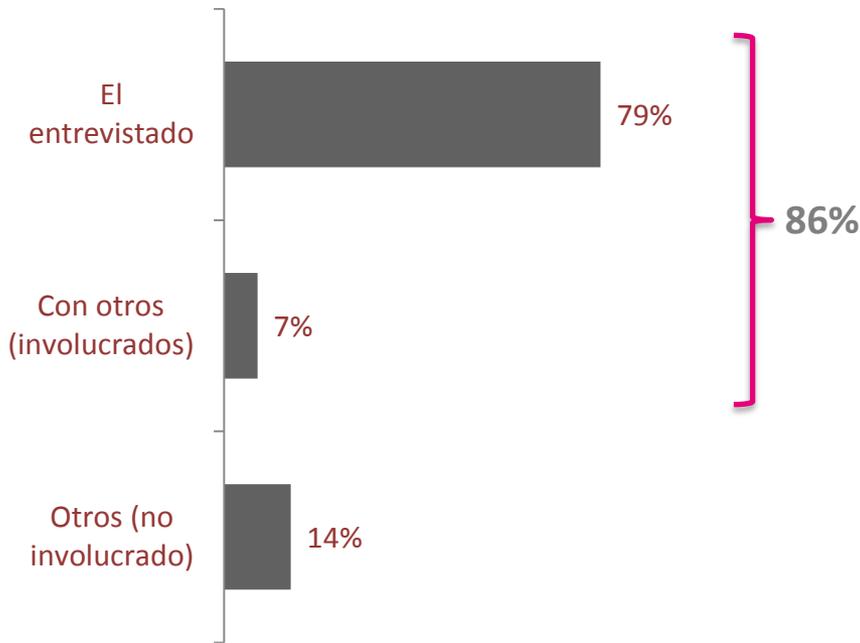
2. Perfil del Viaje



Planeación

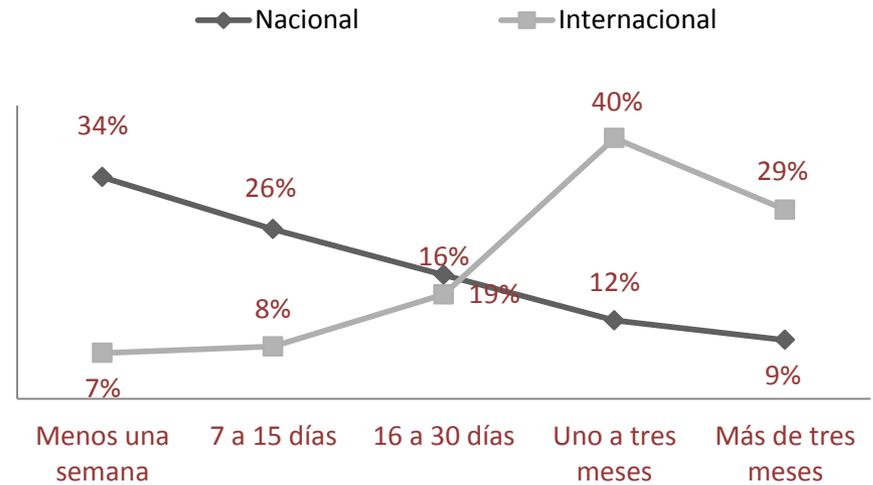
¿Quién planeó este viaje?

Base: 500 casos



Tiempo de anticipación

Base: 429 casos (86%)
Quienes declararon planear su viaje personalmente

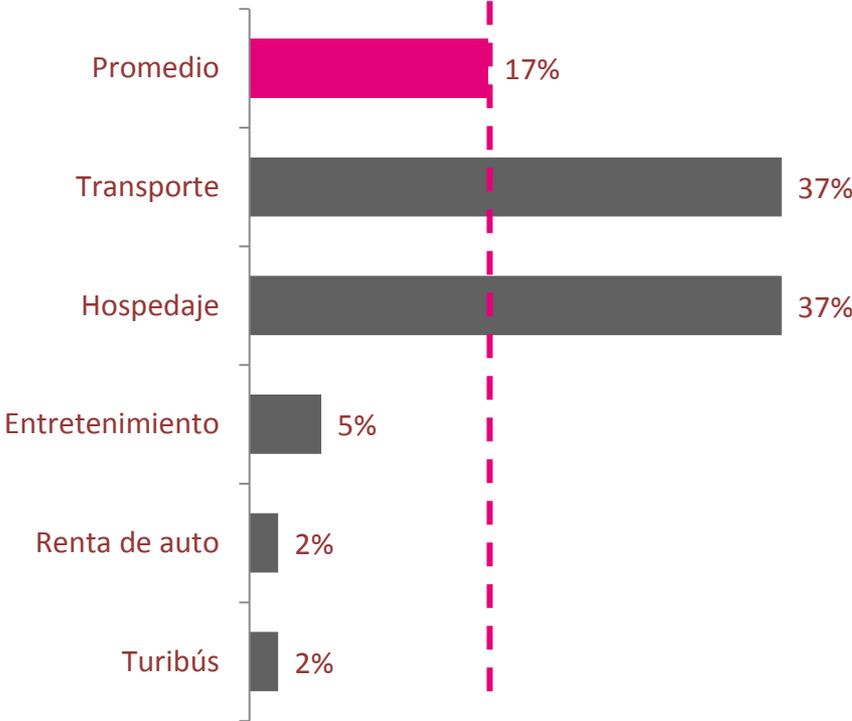




Reservaciones de Servicios

Base: 500 casos

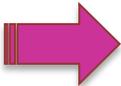
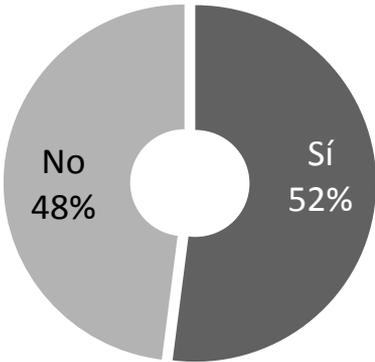
HÁBITO DE RESERVA



Presupuesto de gasto

¿Estableció algún presupuesto ...?

Base: 488 casos



¿Considera que ha gastado ... ?

Base: 252 casos

Establecieron presupuesto de viaje a la Ciudad de México



2. Perfil del Viaje



Gasto total declarado

Base: 382 casos

Pesos mexicanos

Media	\$15,487
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)

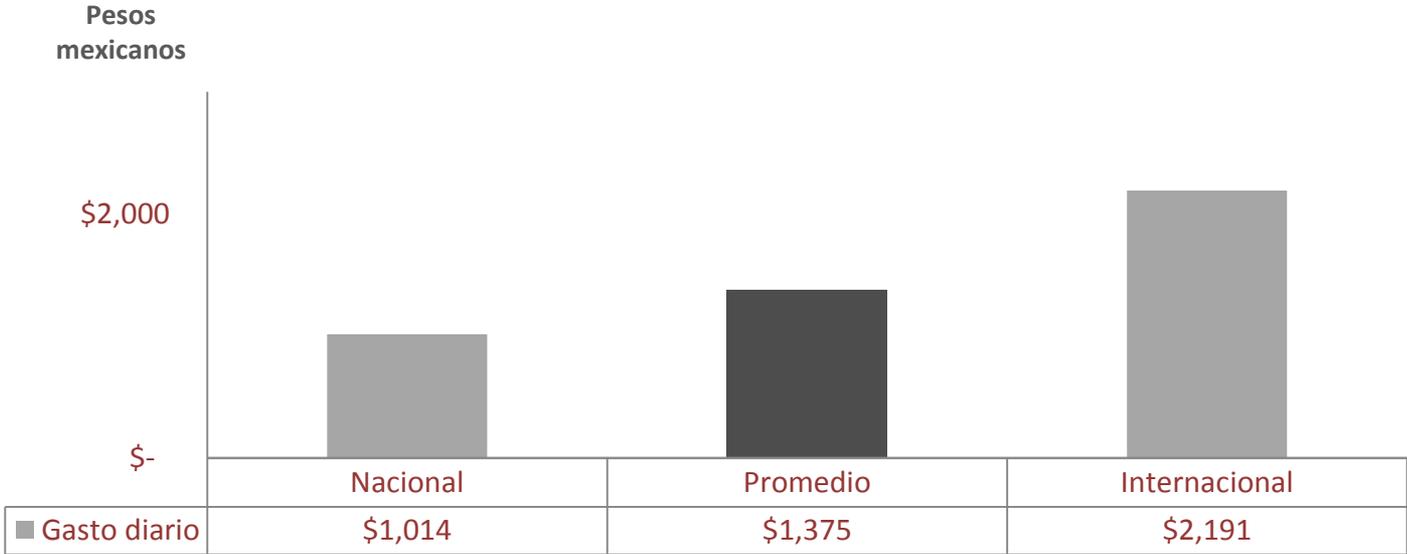


2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario del Turista

Base: 382 casos



2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

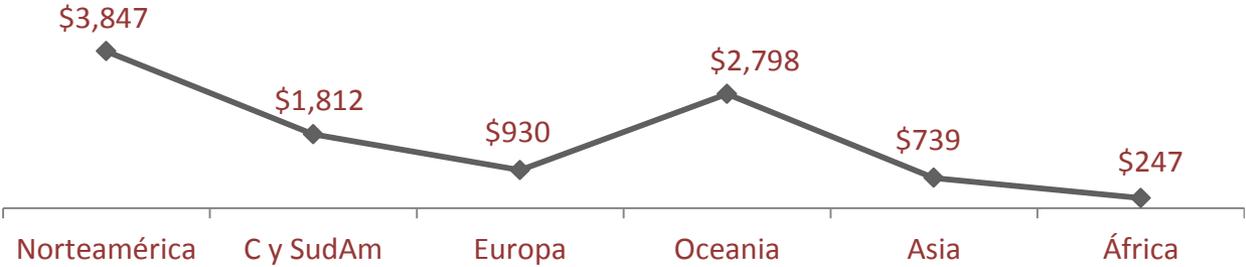
Turista Nacional

Promedio \$1,014



Turista Internacional

Promedio \$2,191



2. Perfil del Viaje



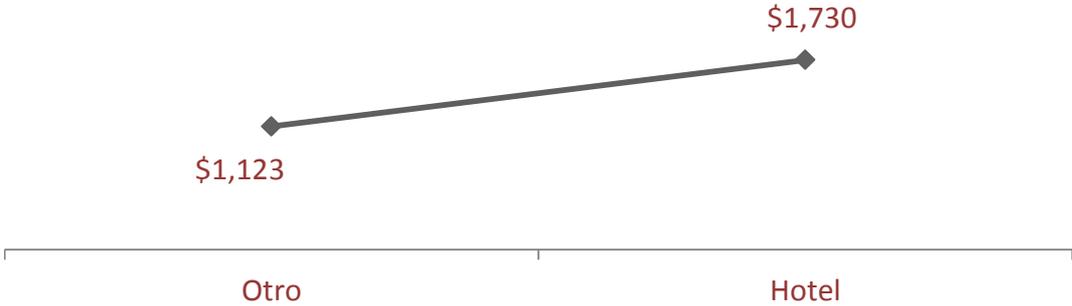
Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,375

MOTIVO DE VIAJE



TIPO DE ALOJAMIENTO



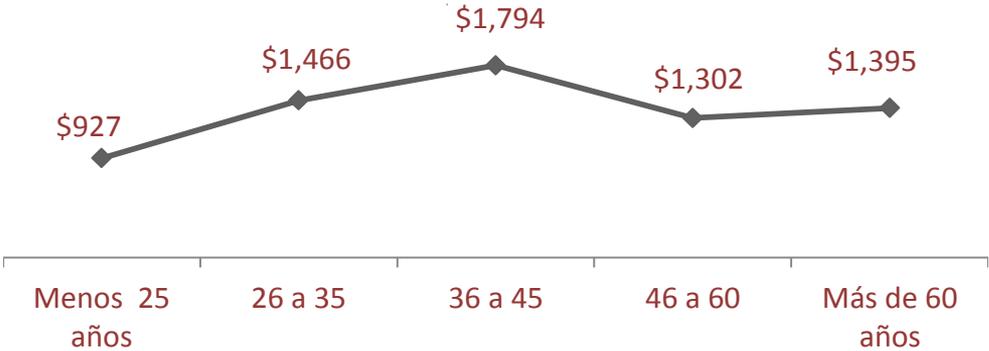
2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,375

GRUPO DE EDAD



FRECUENCIA DE VIAJE





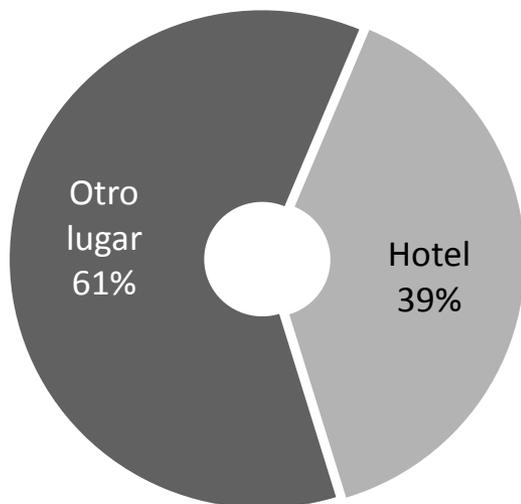
Resultados

3. Evaluación del servicio de hospedaje



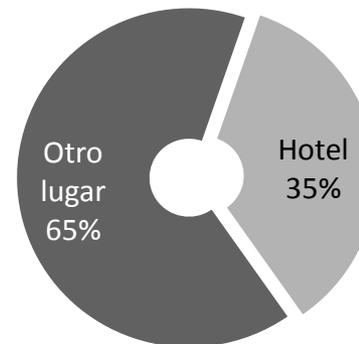
Alojamiento en Hotel

Base: 416 turistas que pernoctaron



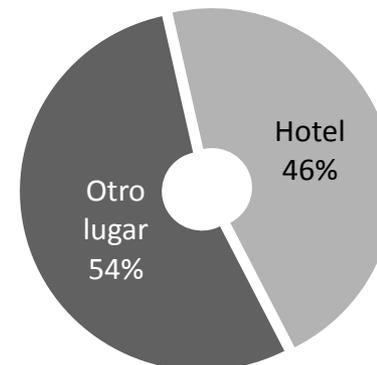
Turistas Nacionales

Base: 259



Turistas Internacionales

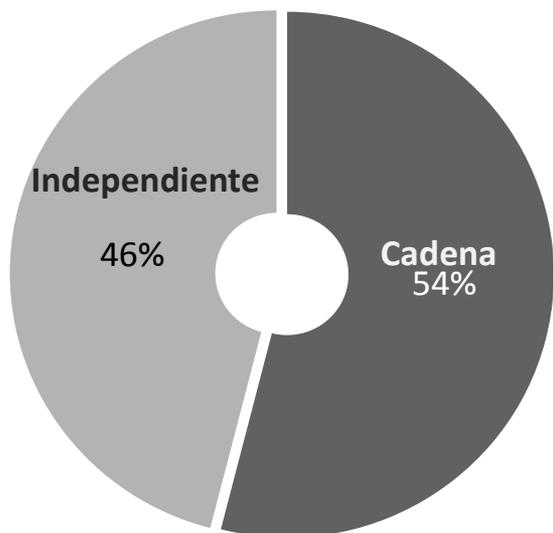
Base: 157





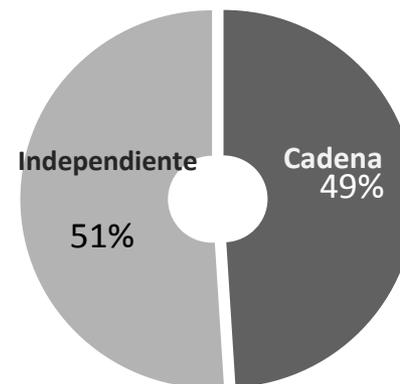
Tipo de Hotel

Base: 140 turistas que se hospedan en hotel



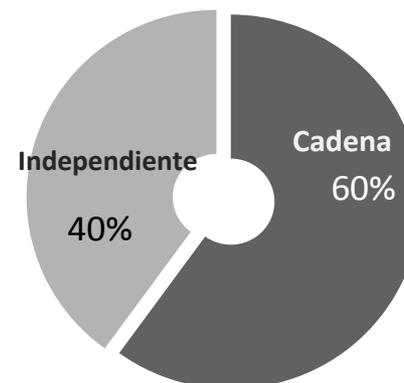
Turistas Nacionales

Base: 77 casos



Turistas Internacionales

Base: 63 casos





Razones para elegir Hotel

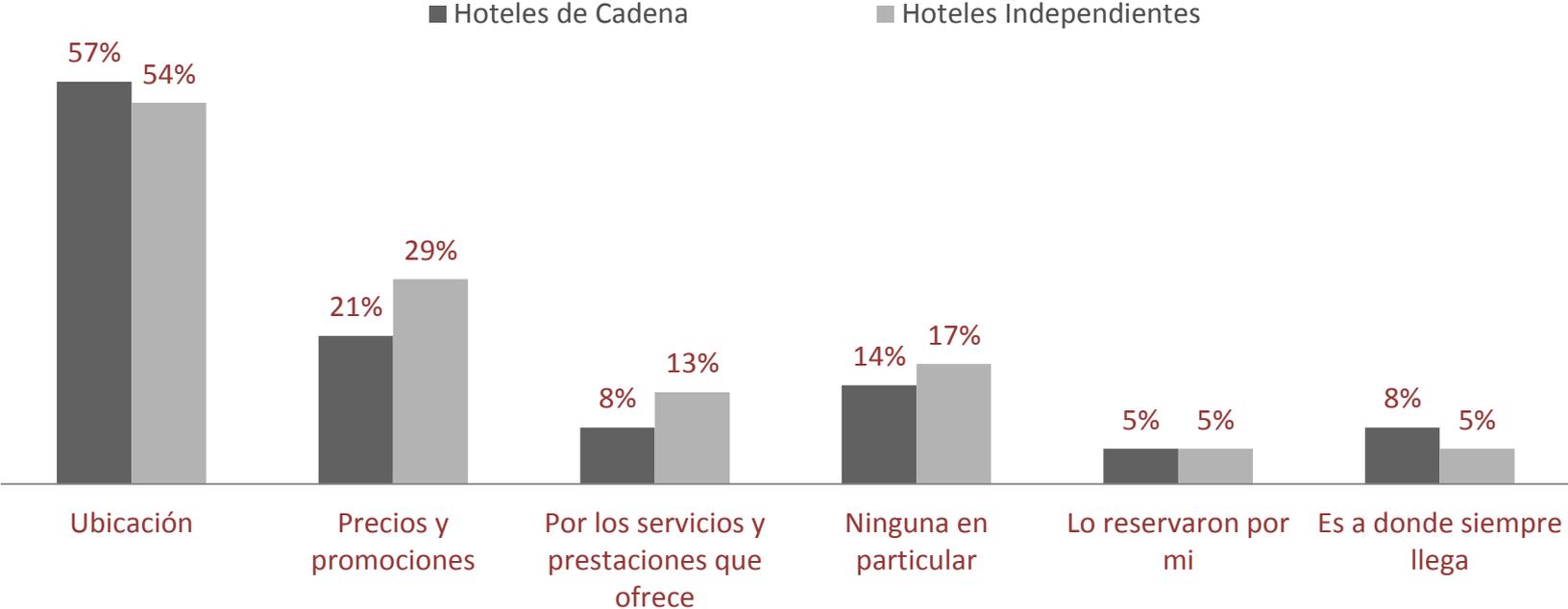
Base: 161 turistas que se hospedan en hotel





Razones para elegir Hotel

Base: 139 turistas que se alojaron en hotel



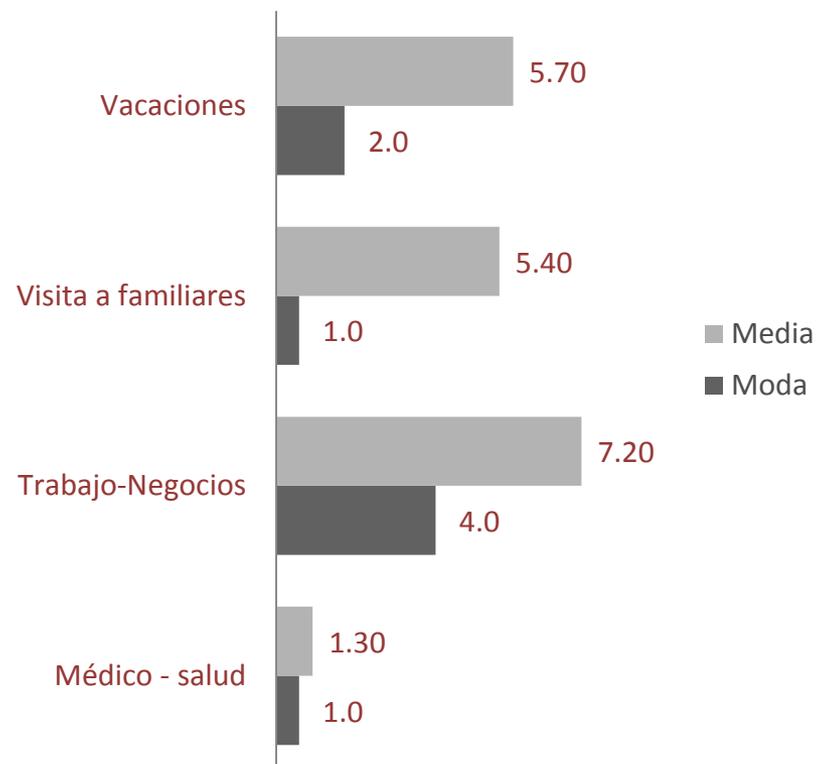


Noches alojamiento

Base: 162 turistas que se alojaron en hotel

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	5.7	4.7	6.8
Mediana	4.0	3.0	4.0
Moda	2	2	3

Motivo de la visita



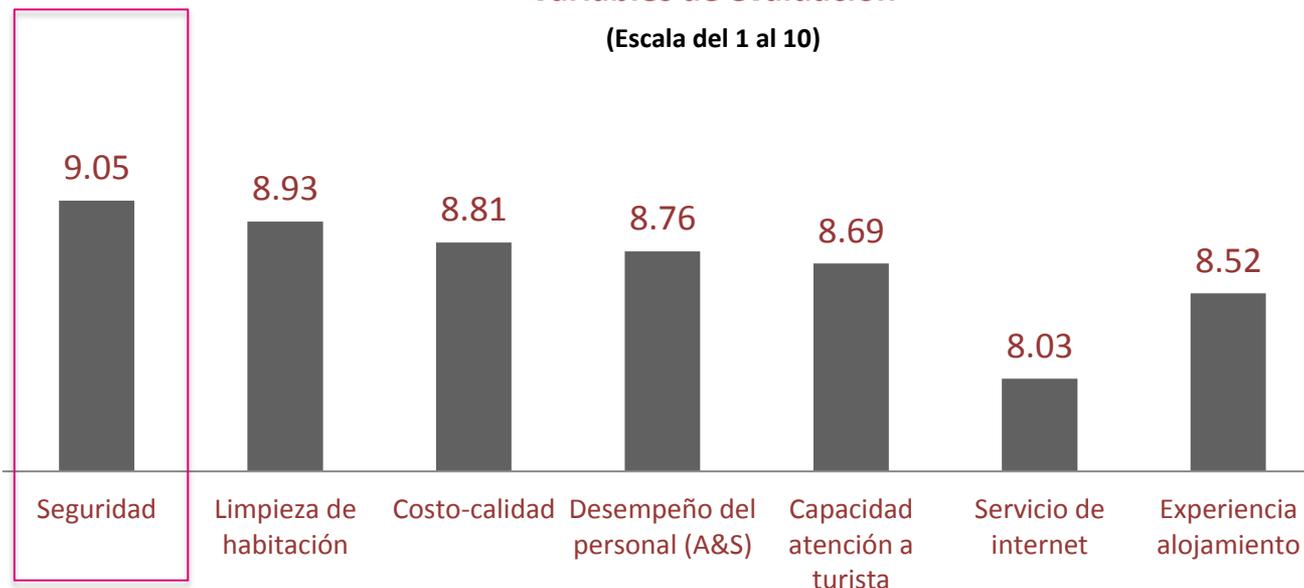


Índice de Evaluación a Hoteles

Base: 160 turistas que se alojaron en hotel

Variables de evaluación

(Escala del 1 al 10)



ÍNDICE	
Media	8.69
Mediana	9.00
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: 160 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	74%	9,20	9,06	9,06	8,53	9,36	8,94	8,86	9,00
No	14%	7,91	7,65	7,55	6,10	8,04	7,91	6,91	7,45
No Sabe	12%	8,94	8,61	9,00	7,67	8,83	8,47	8,44	8,59
Total	100%	8,93	8,76	8,81	8,03	9,05	8,69	8,52	8,69



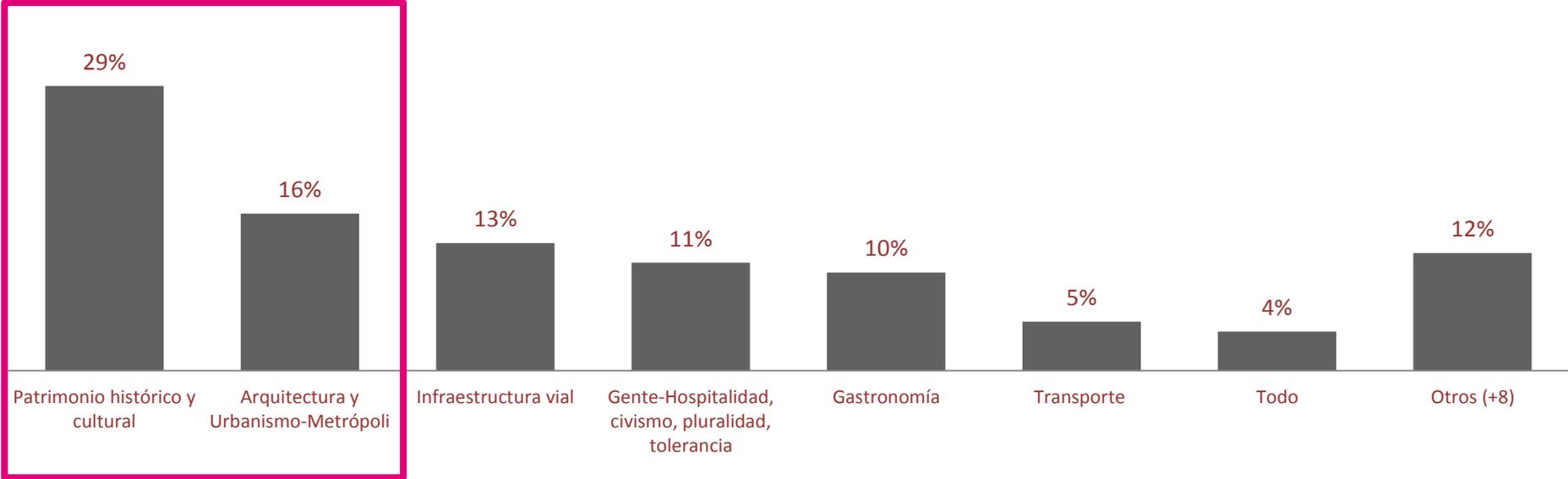
Resultados

4. Percepción sobre la Ciudad de México (CDMX)



Lo MEJOR de la Ciudad de México

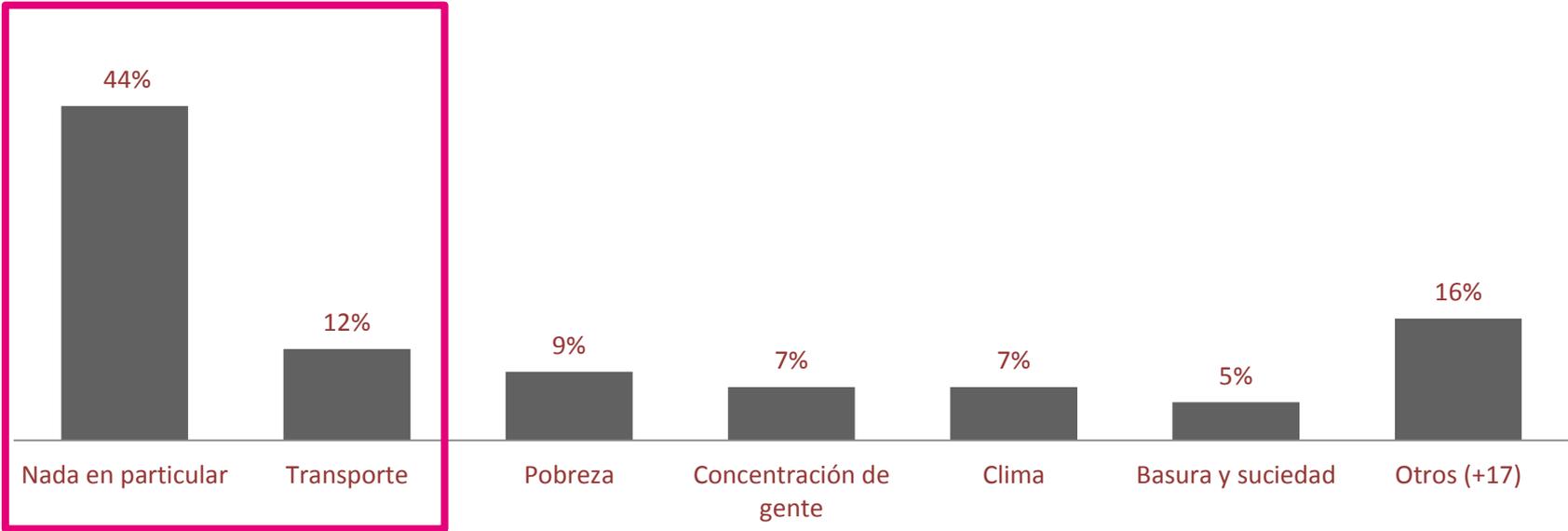
Base: 491 casos





Lo que NO GUSTA de la Ciudad de México

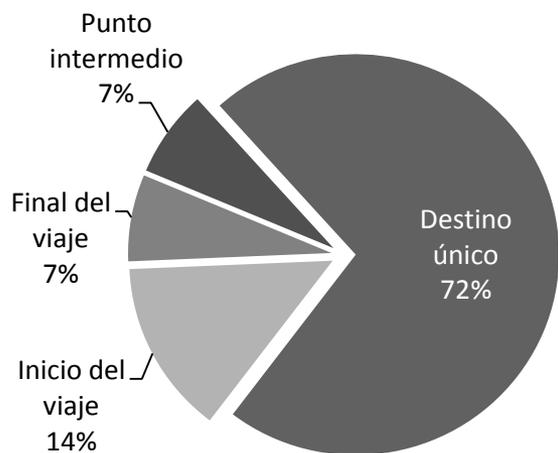
Base: 499 casos



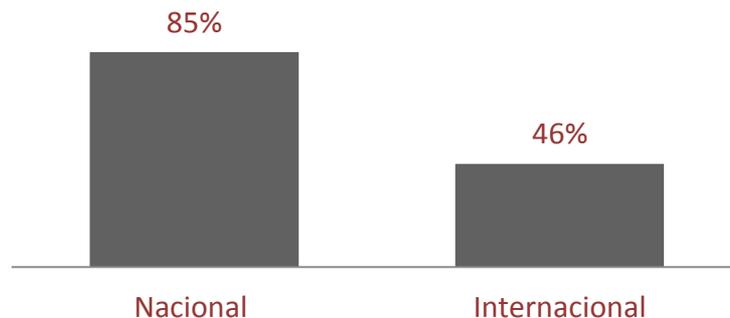


Ciudad de México, destino único del viaje

Base: 500 casos



Ciudad de México como destino único

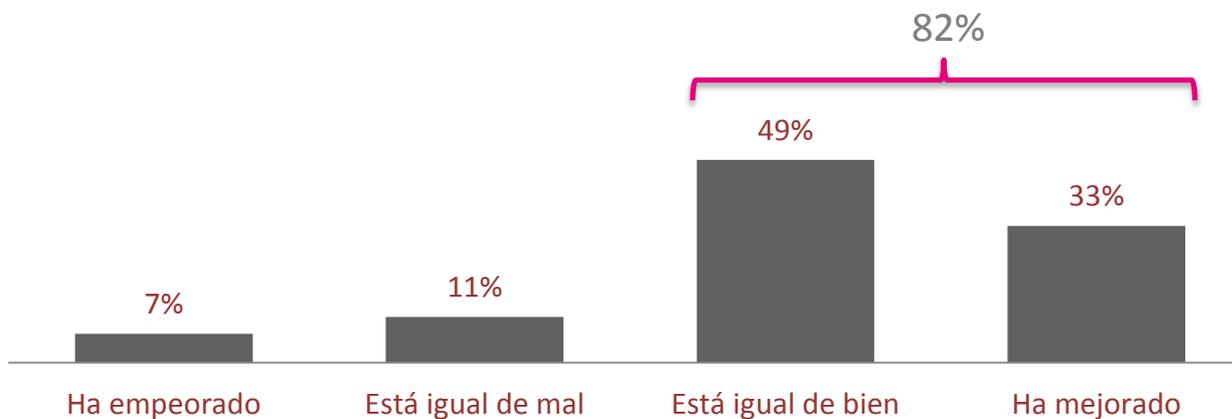




Percepción comparativa

Base: 345 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

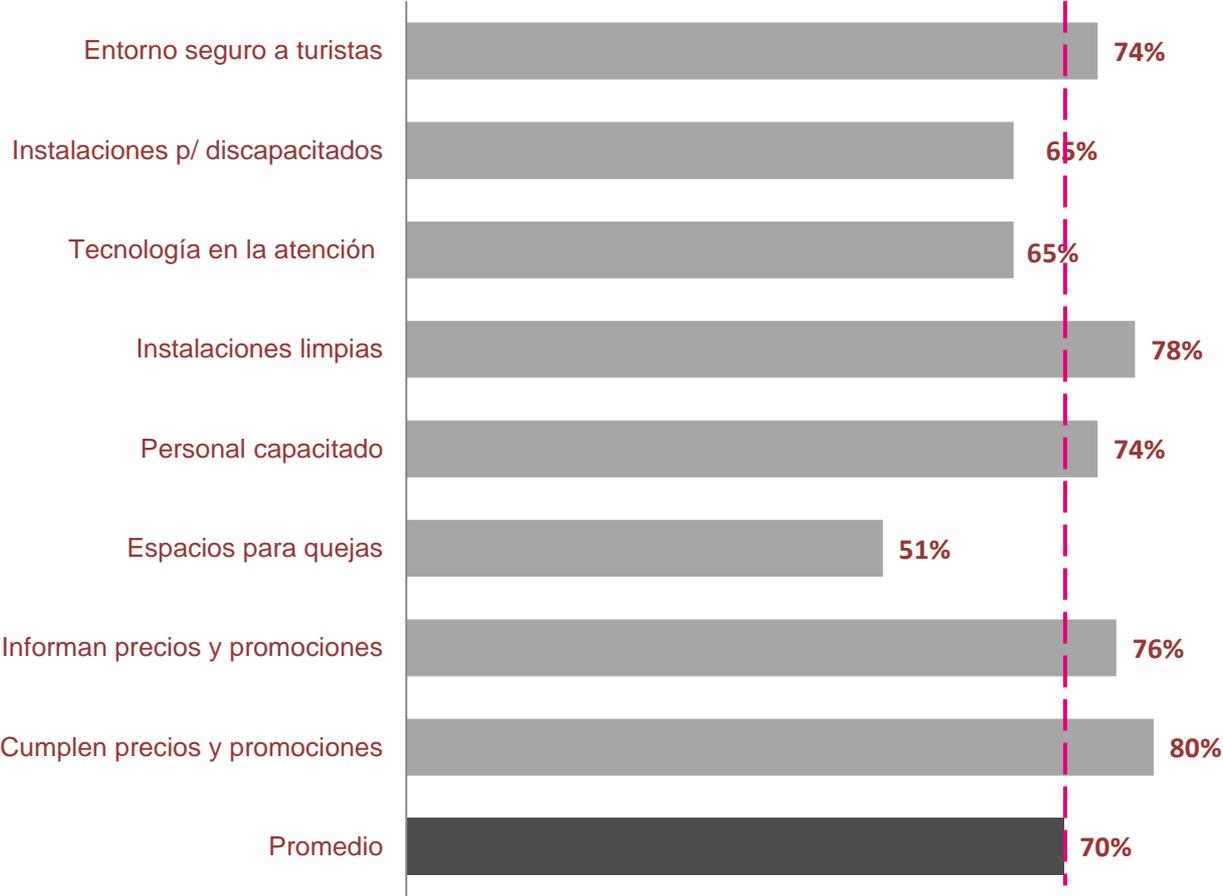
Base: 345 turistas

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	82%	85%	80%	80%	90%	73%	82%	83%	81%	92%
Negativa	18%	15%	20%	20%	10%	27%	18%	17%	19%	8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Prestadores de Servicios turísticos

Base: 500 casos

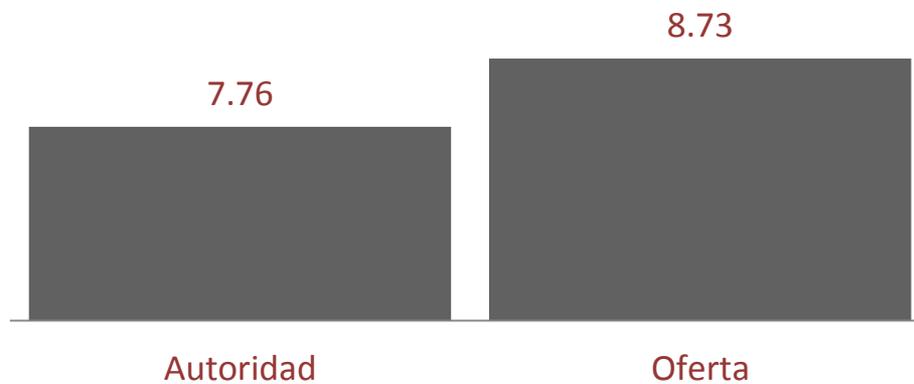
Cumplimiento de obligaciones normativas



4. Percepción sobre la CDMX



Evaluación
(Escala del 1 al 10)



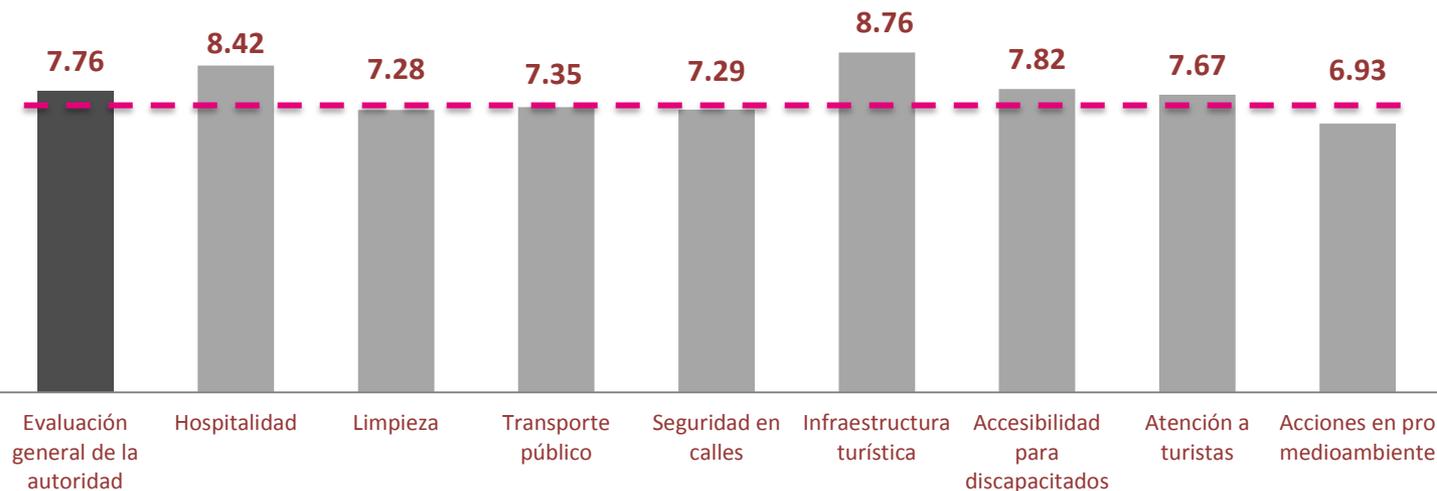
4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Autoridad

(Escala del 1 al 10)

Base: 496 casos



ÍNDICE	
Media	7.76
Mediana	8.00
Moda	8

4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Oferta Turística

(Escala del 1 al 10)

Base: 493 casos



ÍNDICE	
Media	8.73
Mediana	8.80
Moda	10

4. Percepción sobre la CDMX



Valoración comparativa

(Escala del 1 al 10)

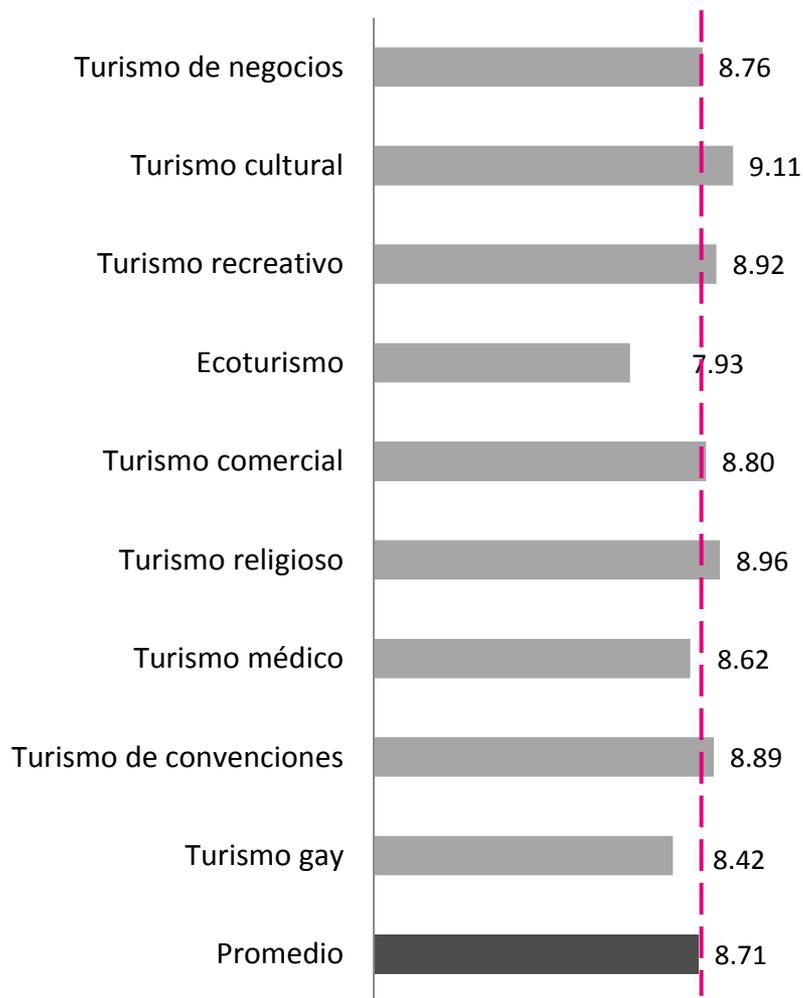
Origen del turista		Media
Autoridad 7.76	Nacional	7.65
	Internacional	8.00
Oferta turística 8.73	Nacional	8.63
	Internacional	8.94

Frecuencia de visita		Media
Autoridad 7.76	Primera vez	8.02
	Eventual	7.89
	Frecuente	6.99
Oferta turística 8.73	Primera vez	8.89
	Eventual	8.77
	Frecuente	8.36

Evaluación de segmentos turísticos

(Escala del 1 al 10)

Base: 147 casos



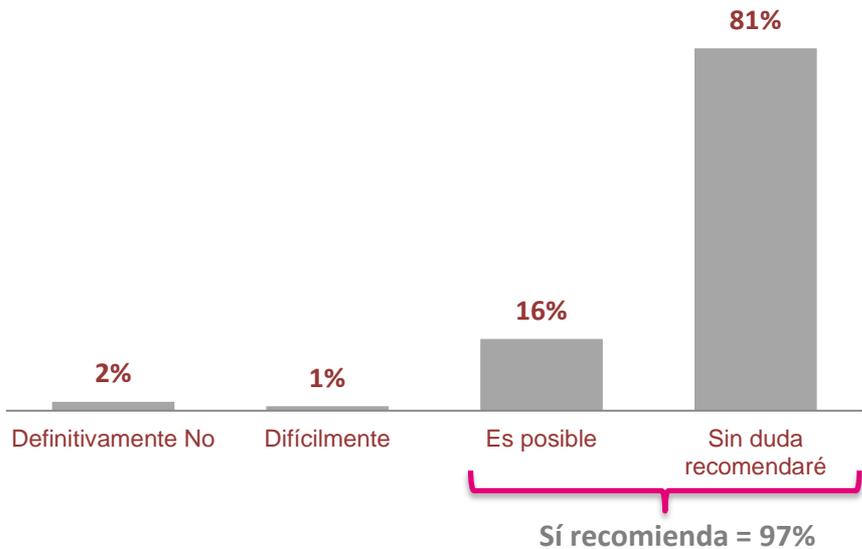
4. Percepción sobre la CDMX



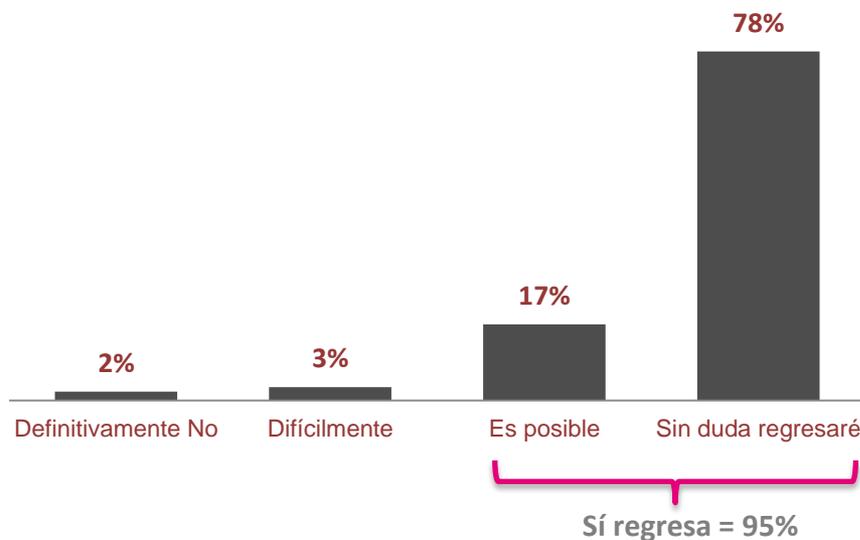
Experiencia de la visita

Base: 491 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: 491 casos

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

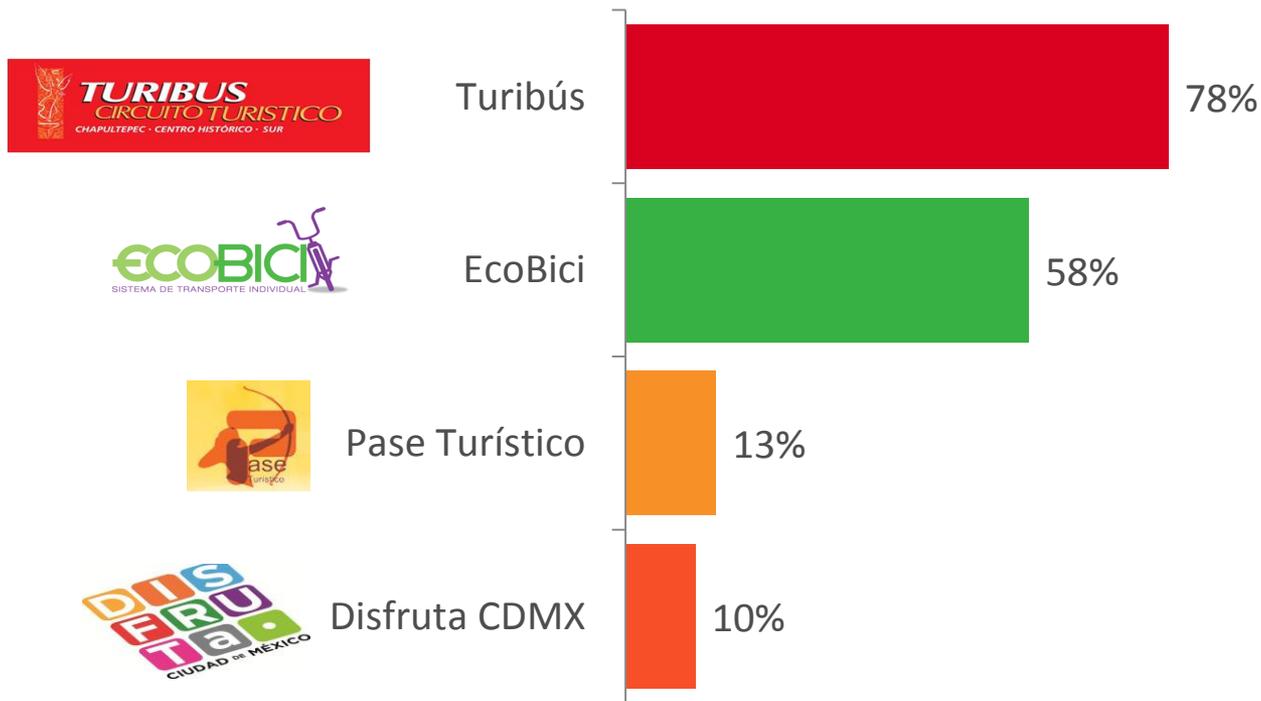


Resultados

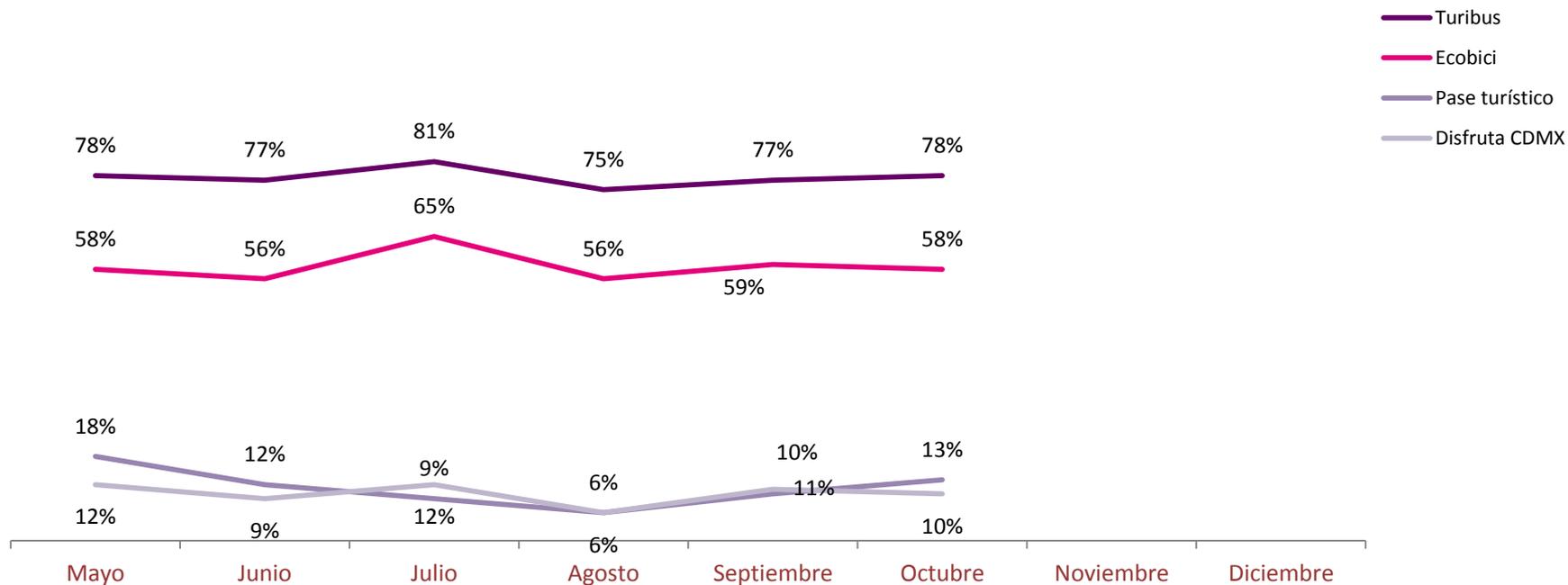
5. Evaluación de programas y SECTUR CDMX

Conocimiento de Programas

Base: 500 casos



Conocimiento de Programas Resumen mensual



Conocimiento de Programas

Base: 500 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	78%	76%	83%	79%	75%	67%	81%	75%	82%	69%
EcoBici	58%	64%	66%	64%	43%	33%	60%	57%	66%	44%
Pase Turístico	13%	7%	11%	14%	22%	16%	17%	9%	16%	8%
Disfruta CDMX	10%	7%	10%	12%	9%	7%	11%	8%	12%	4%
Promedio de conocimiento	40%									

Conocimiento de Programas

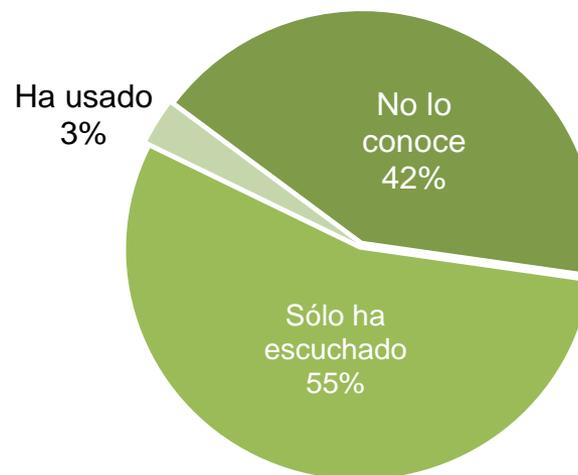
Base: 500 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de TURIBÚS?



¿Conoce o ha escuchado hablar de ECOBICI?

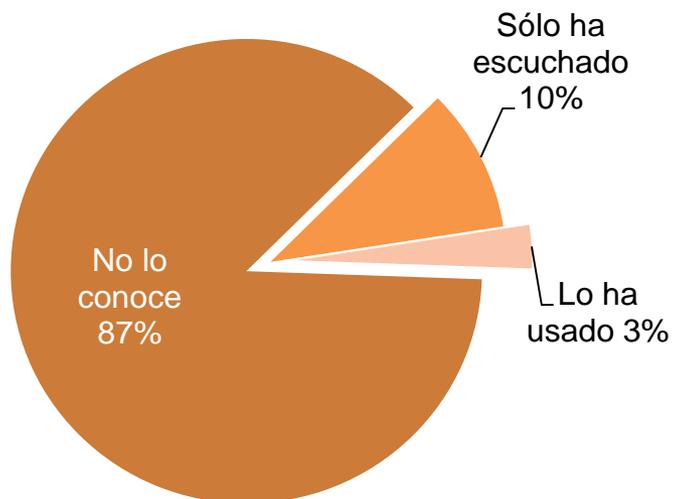


Conocimiento de Programas

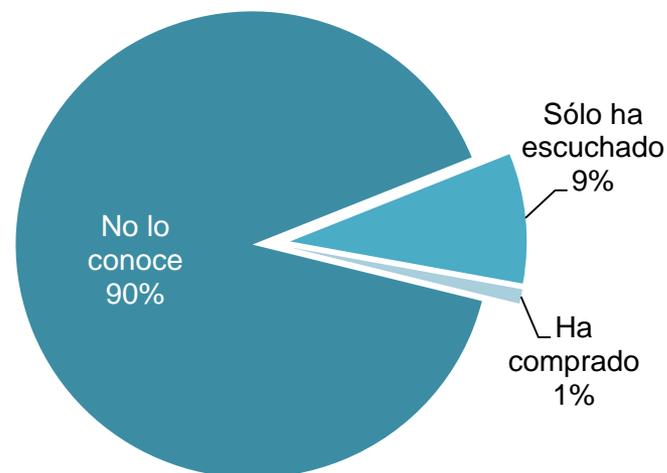
Base: 500 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de PASE TURÍSTICO?



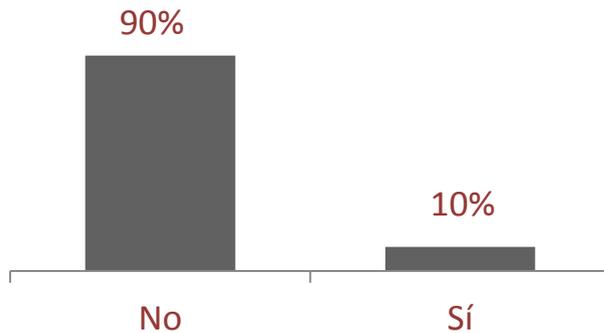
¿Conoce o ha escuchado hablar de Disfruta CDMX?



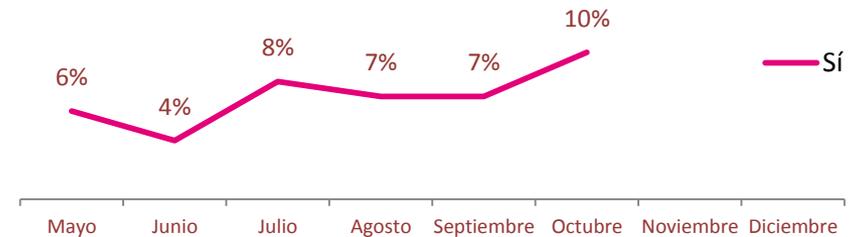
Página web SECTUR CDMX

Base: 500 casos

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



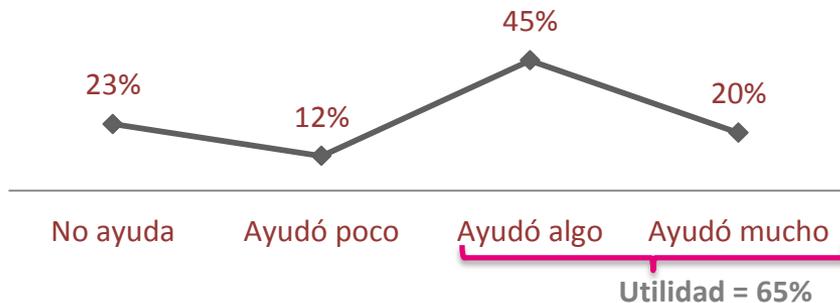
Resumen Mensual



¿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

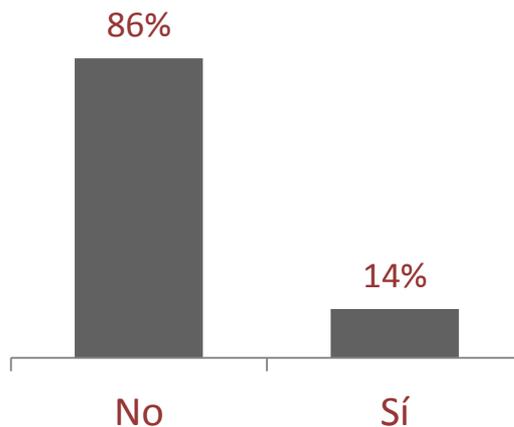
Base: 51 casos



Consulta de Páginas web

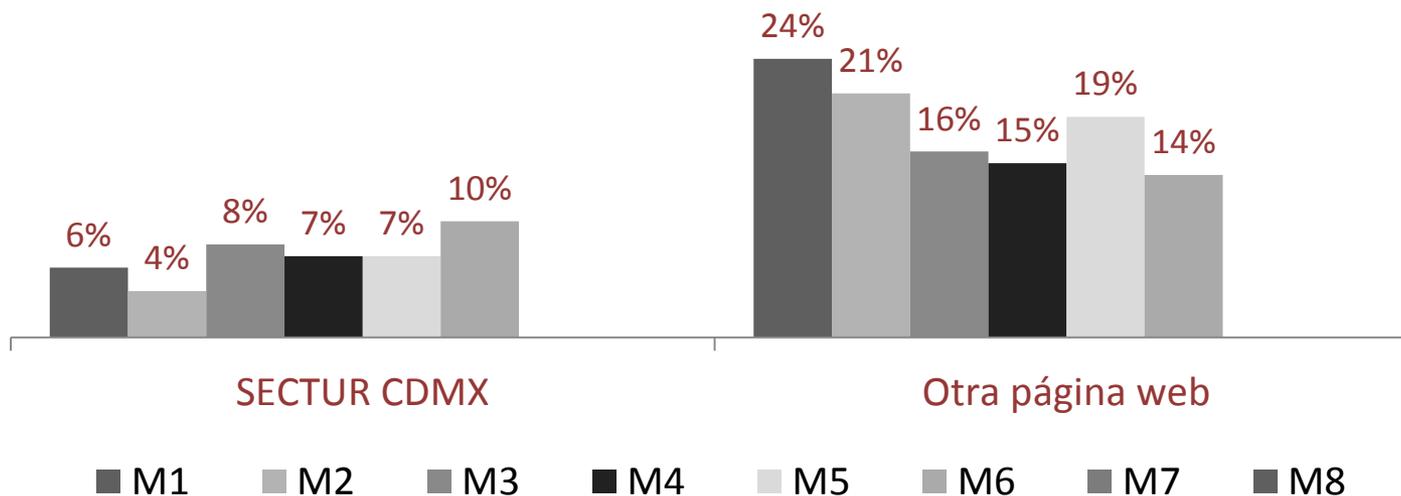
Base: 500 casos

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



Consulta de Páginas web

Comparativo mensual de consultas a página web de SECTUR CDMX y de alguna otra página web? (sí%)

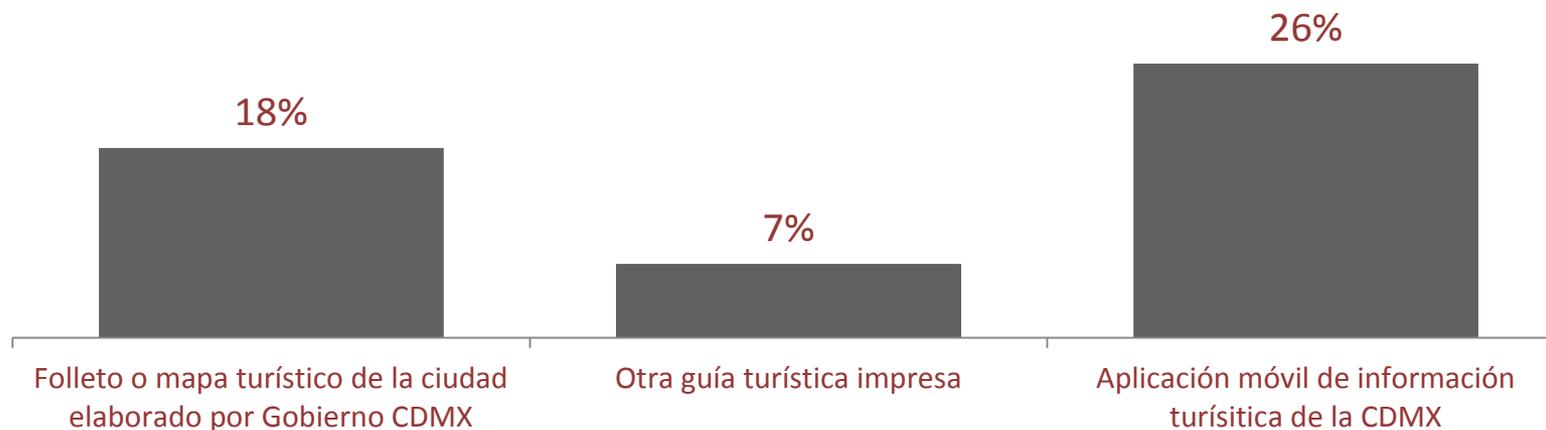


Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

Base: 500 casos

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



Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

Base: 500 casos

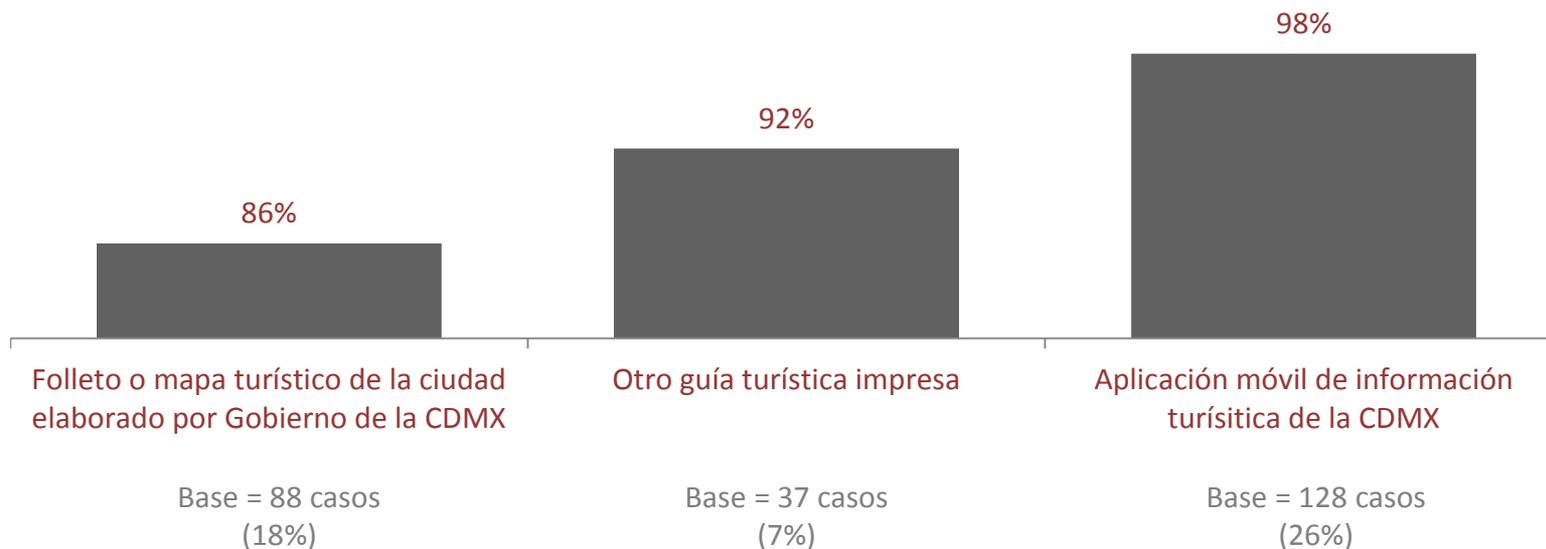
¿Durante su estancia en la Ciudad de México utilizó ...

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	18%	23%	14%	22%	14%	14%	20%	15%	13%	26%
Otro guía turística impresa	7%	8%	8%	8%	5%	5%	9%	6%	4%	14%
Aplicación móvil de información turística de la CDMX	26%	29%	35%	27%	16%	5%	30%	23%	21%	37%
Promedio de conocimiento	17%									

Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

¿Qué tan útil le resultó ...

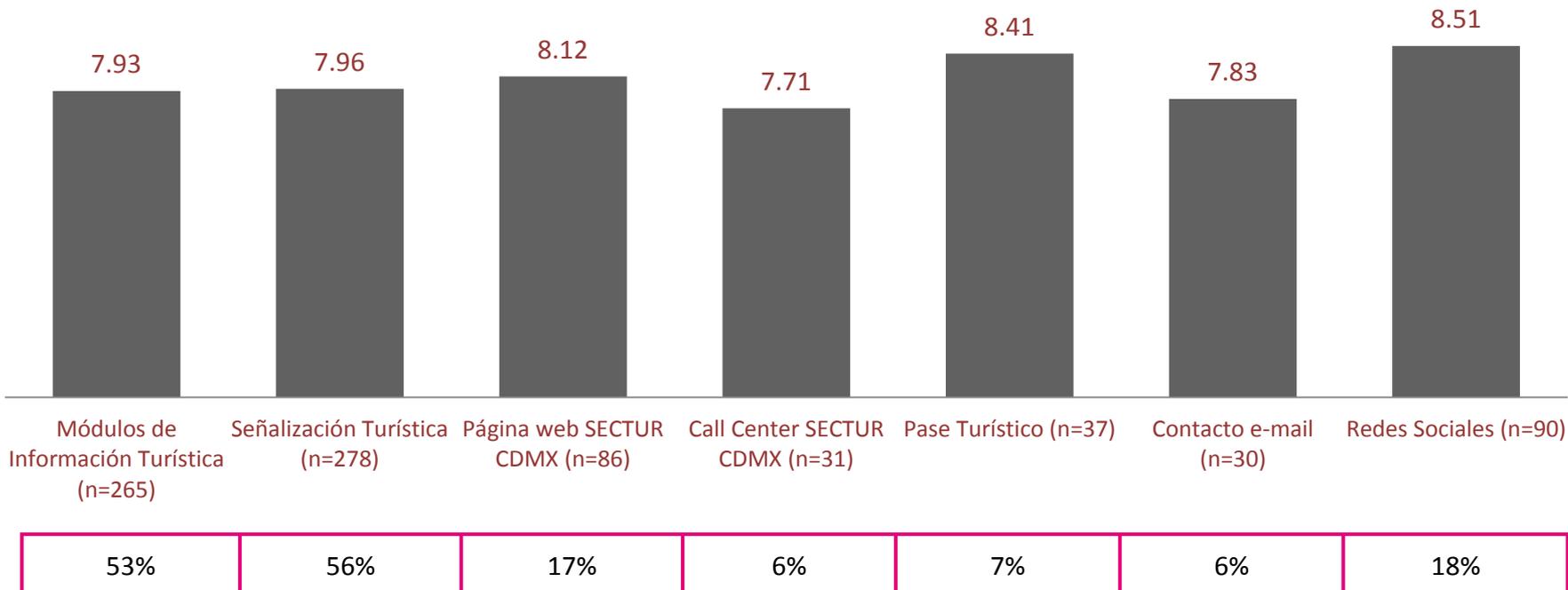


* Corresponde a la suma de las respuestas *algo útil* y *muy útil*.



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: 327 casos

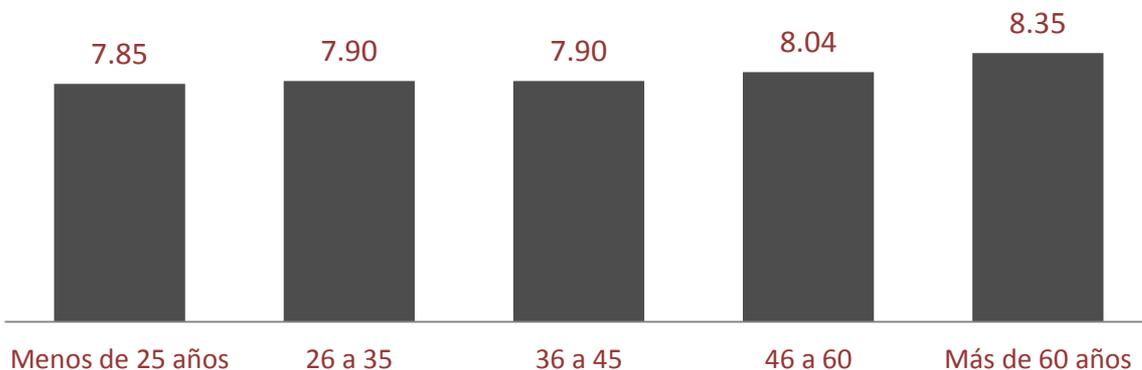
¿Qué calificación le pone usted al desempeño de la Secretaría de Turismo de la CDMX en favor de los turistas que visitan la Ciudad de México?

Media	7.94
Mediana	8.00
Moda	8
Escala del 1 al 10	



Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 327 casos



Media	7.94
Mediana	8.00
Moda	8

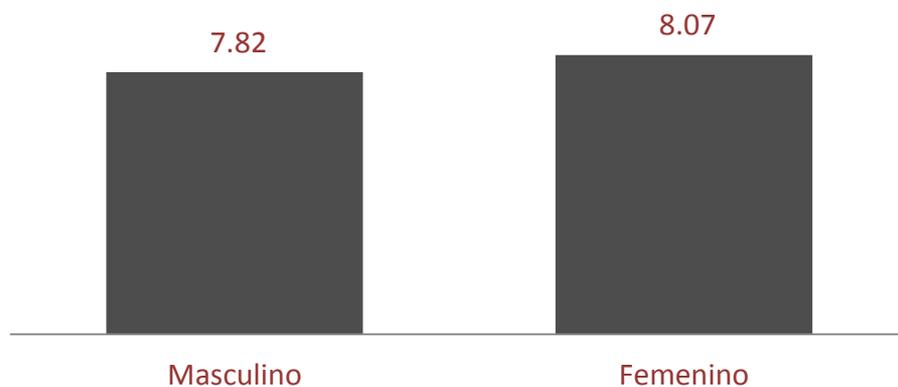
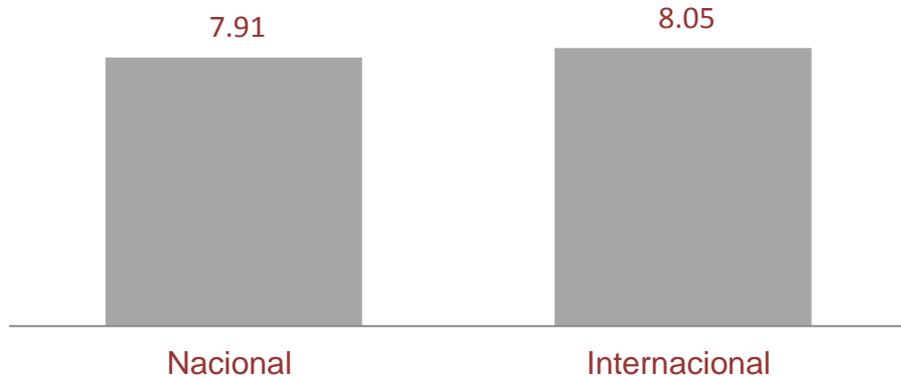
Escala del 1 al 10





Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 327 casos

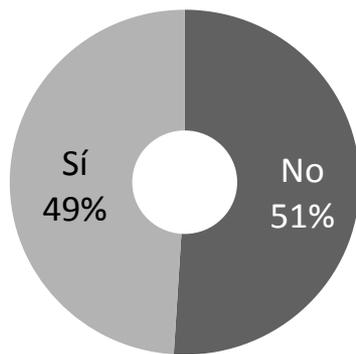


Media	7.94
Mediana	8.00
Moda	8
Escala del 1 al 10	

Recordación Publicitaria

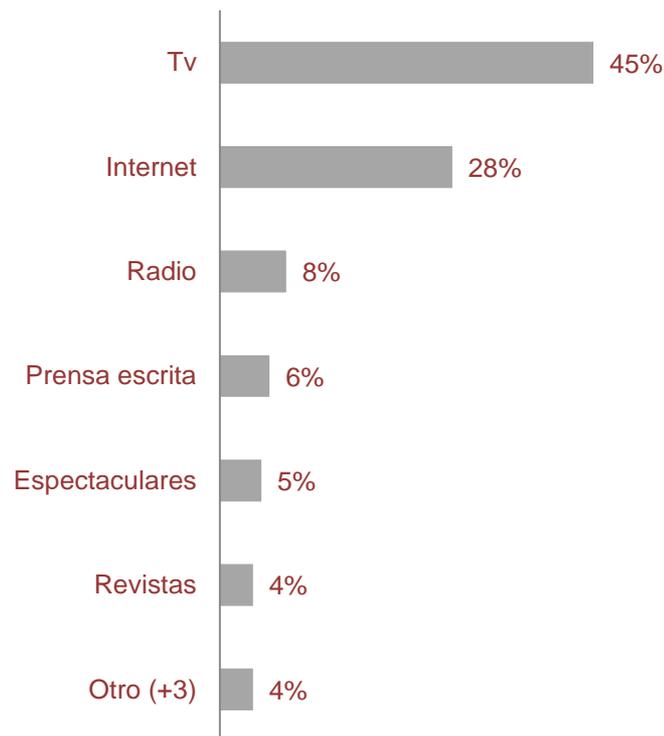
En los últimos 12 meses, ¿recuerda haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México?

Base: 500

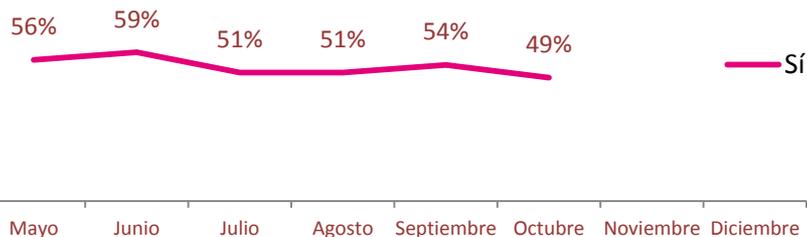


Medio de comunicación

Base: 245 casos



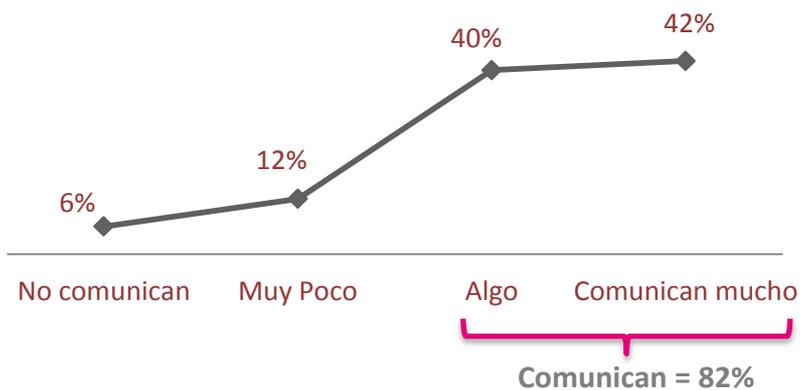
Resumen Mensual



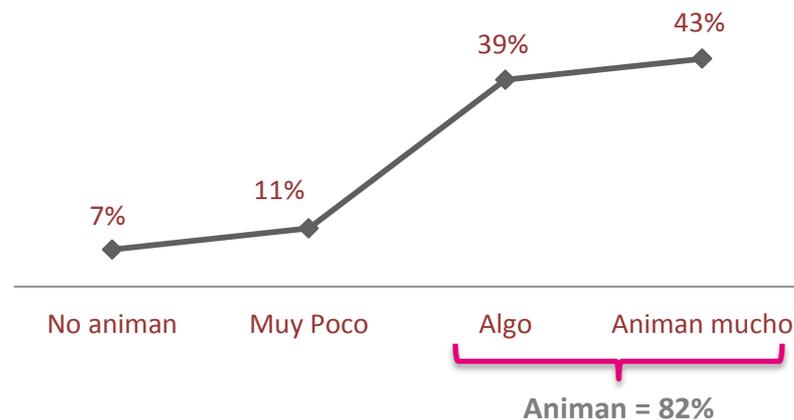
Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 245 casos

¿Qué tanto comunican esos mensajes?



¿Qué tanto animan visitar a la Ciudad ?



Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 327 casos

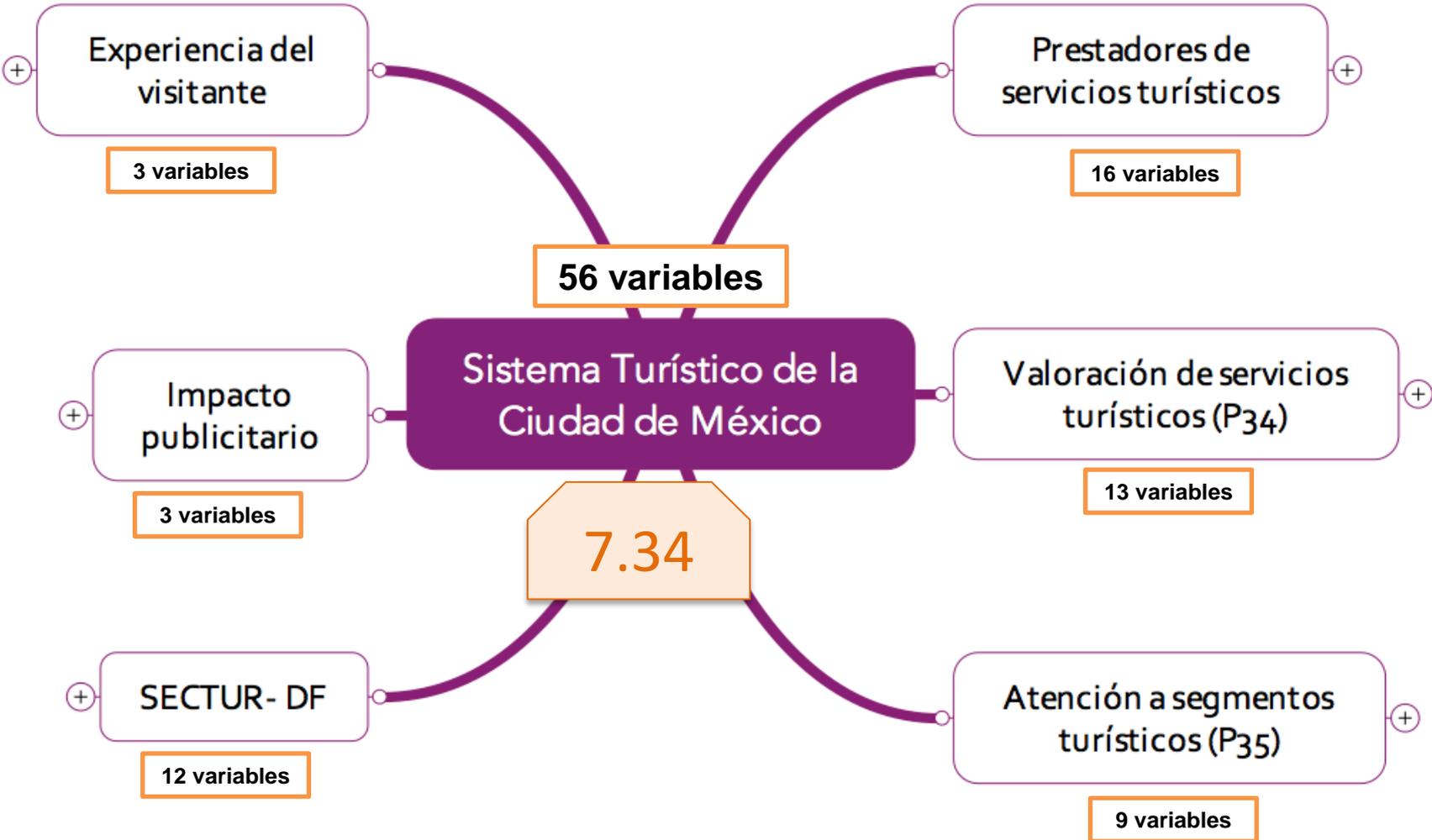
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa que quienes NO recuerdan campañas publicitarias del gobierno de la Ciudad tienen una percepción del desempeño de SECTUR-CDMX. Esta conducta es poco común.

Calificación	Recordación publicitaria	
	SÍ	NO
Desempeño de SECTUR CDMX (7.94)	7.88	8.02



Resultados

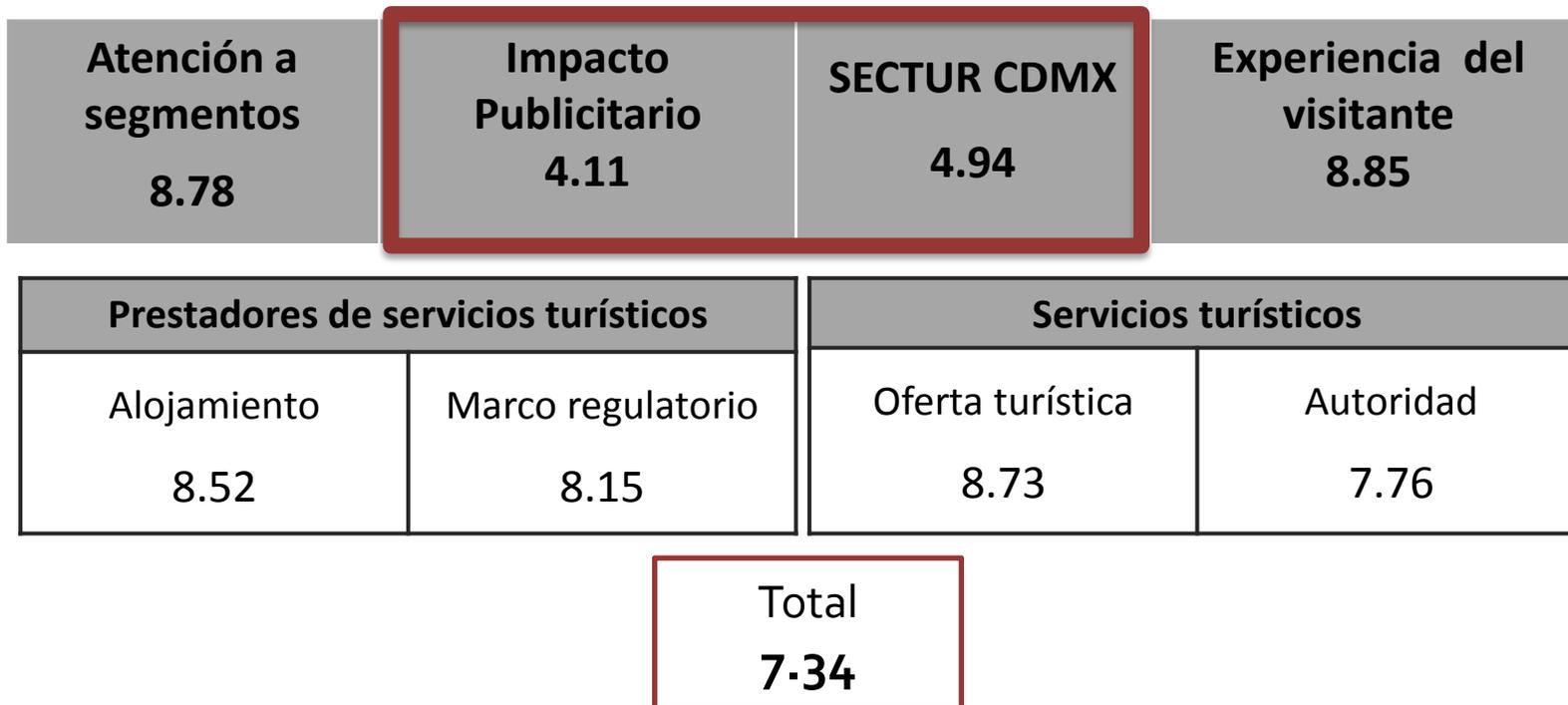
6. Sistema Turístico de la Ciudad de México (CDMX)





Escala del 1 al 10

Sistema Turístico de la Ciudad de México



*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.



Escala del 1 al 10

octubre 2016

7.34

Totales	Género		Origen	
	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
7.34	7.50	7.19	7.35	7.32

Totales	Grupo de edad				
	Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60
7.34	7.42	7.38	7.36	7.28	7.05



Escala del 1 al 10

octubre 2016

7.34

Turistas Nacionales

Totales	Turistas Nacionales				
	Noroeste	Noreste	Centro-Bajío	Sur	Sureste
7.35	7.84	7.92	7.18	7.30	7.19

Turistas Internacionales

Totales	Turistas Internacionales					
	Norteamérica	Centro y Sudamérica	Europa	Asia	Oceanía	África
7.32	7.11	7.71	6.84	7.52	6.81	7.61



Escala del 1 al 10

octubre 2016

7.34

Totales	Motivo del Viaje			
	Vacaciones	Visita Familiares	Trabajo	Visita Cultural
7.34	7.37	7.16	7.38	7.54

Totales	Pernocta en la Ciudad	
	SÍ	NO
7.34	7.40	6.98

Totales	Frecuencia de visita a la Ciudad de México		
	Primera Vez	Eventual	Frecuente
7.34	7.34	7.44	7.04



Escala del 1 al 10

octubre 2016

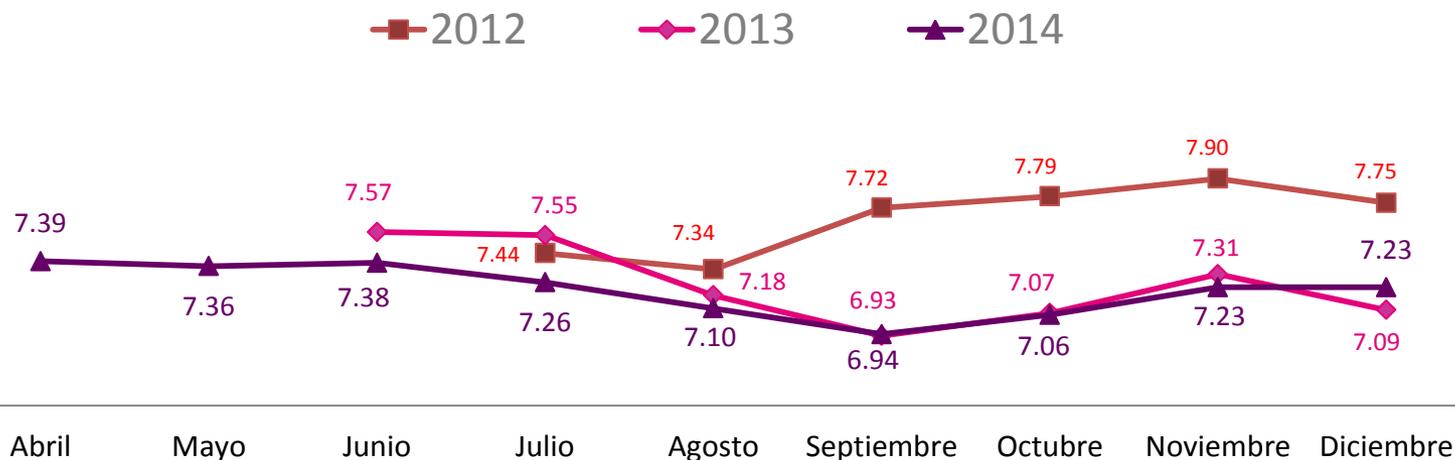
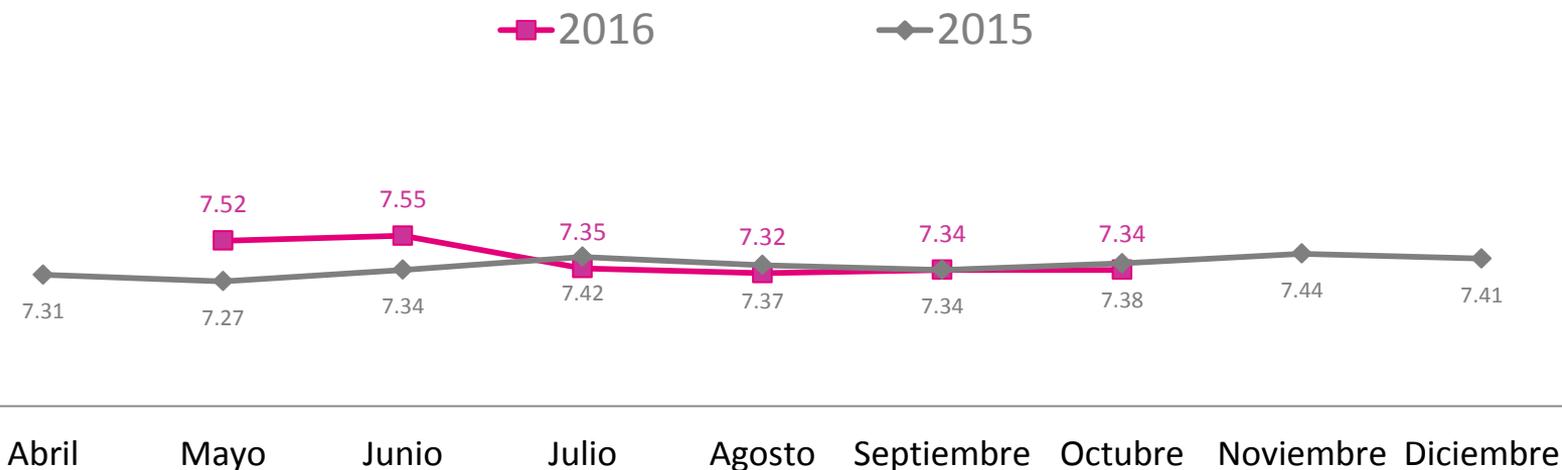
7.34

Totales	Tipo de Alojamiento			
	Familiares o amigos	Hotel	Alojamiento de bajo costo	Departamento rentado
7.42	7.22	7.77	7.24	7.42

Totales	Tipo de Hotel	
	Cadena	Independiente
7.76	7.73	7.80



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.

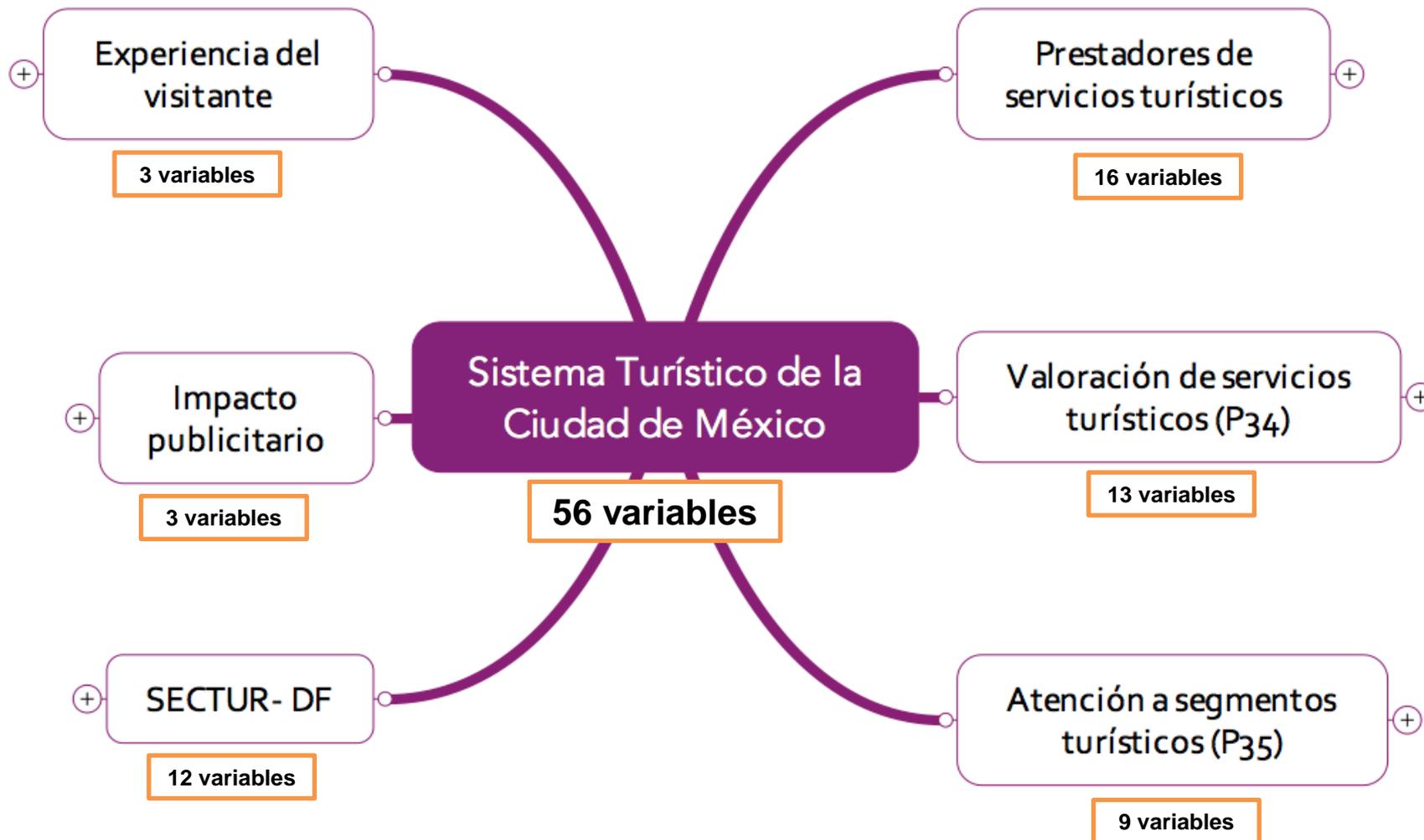
El modelo es el resultado de la media aritmética obtenida sobre las diversas respuestas proporcionadas por los turistas entrevistados respecto al conjunto de variables sujetas de análisis.

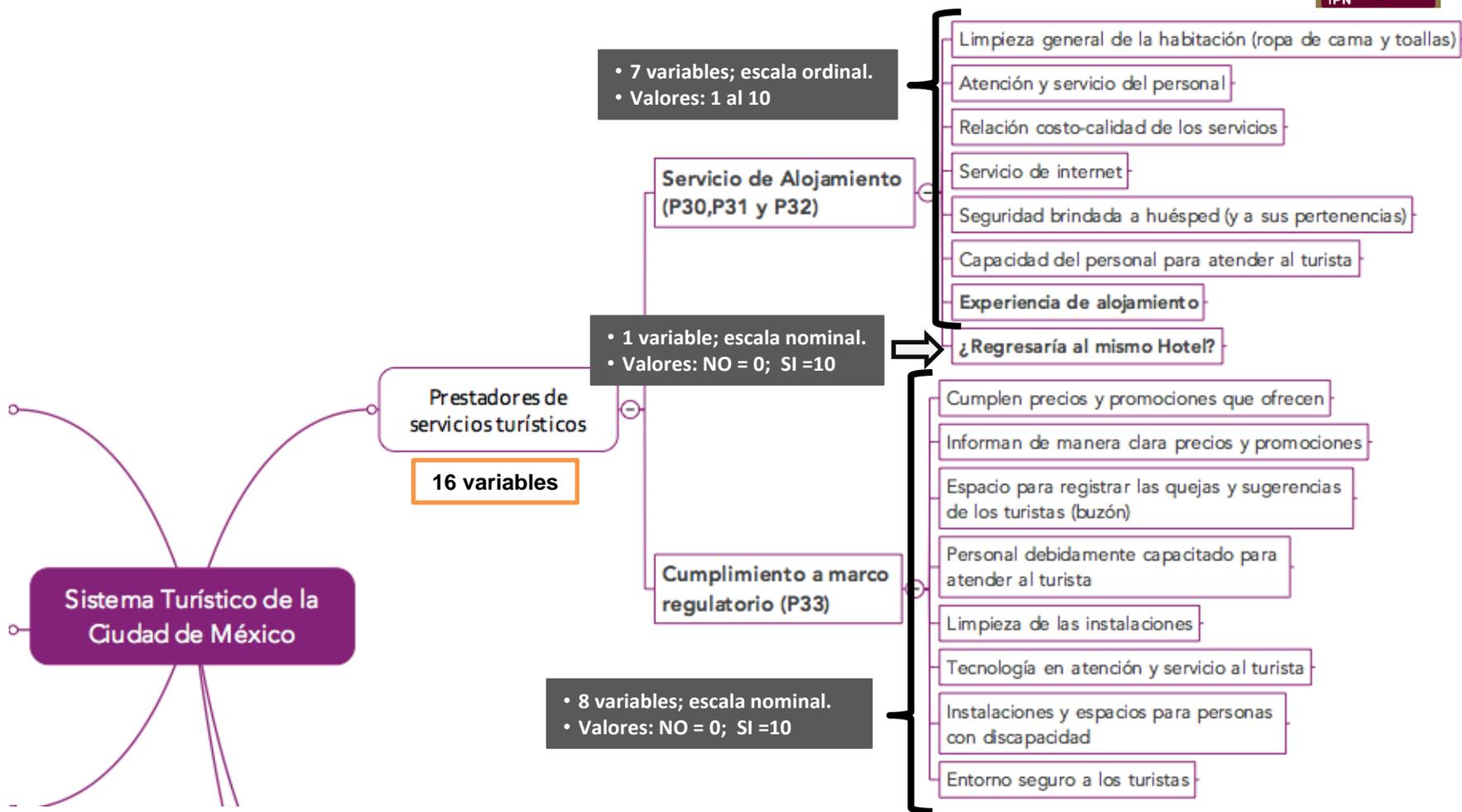
Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

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.



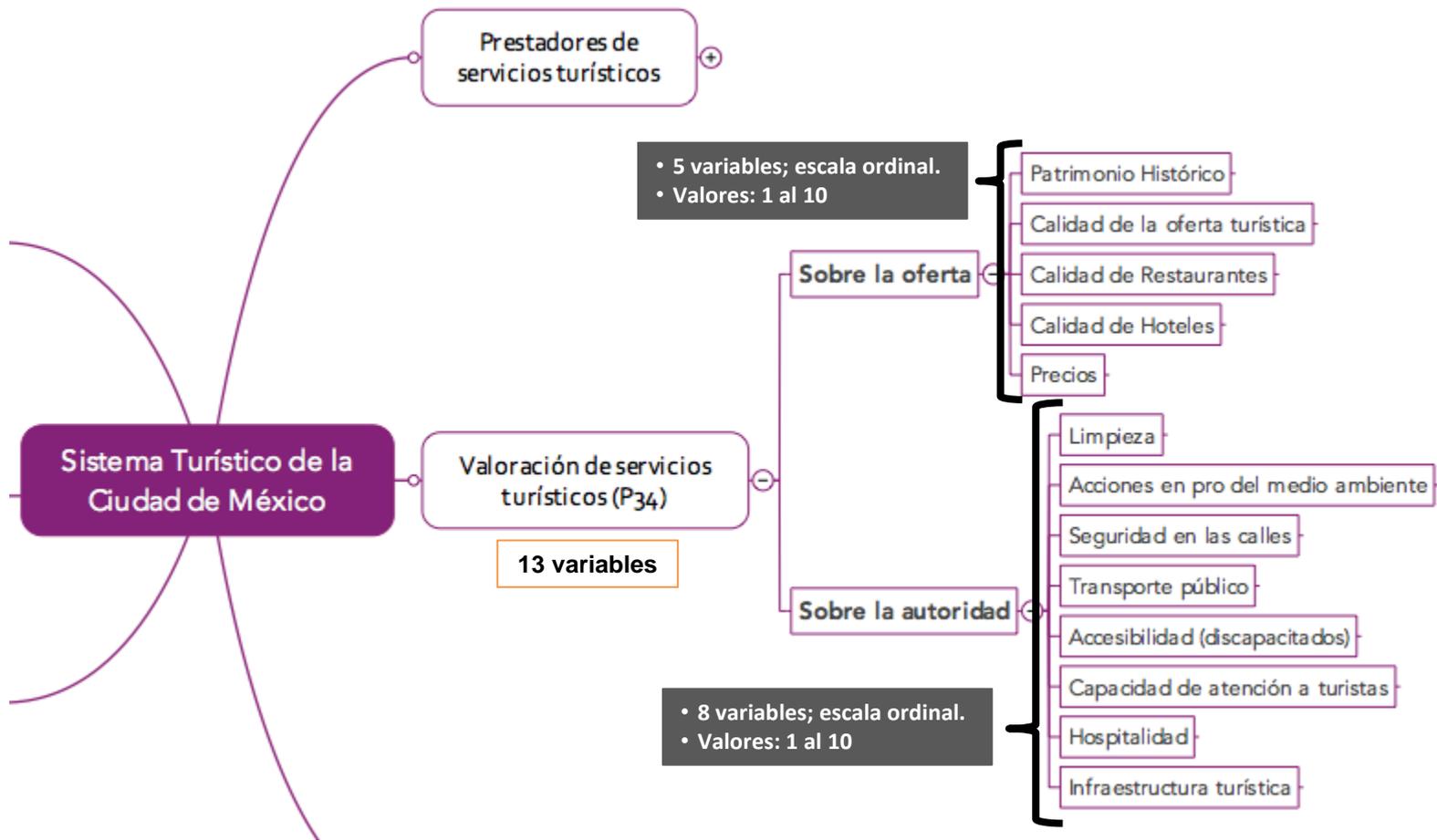


P30. Con base en su experiencia en esta visita a la Ciudad de México, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con su Hotel?

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

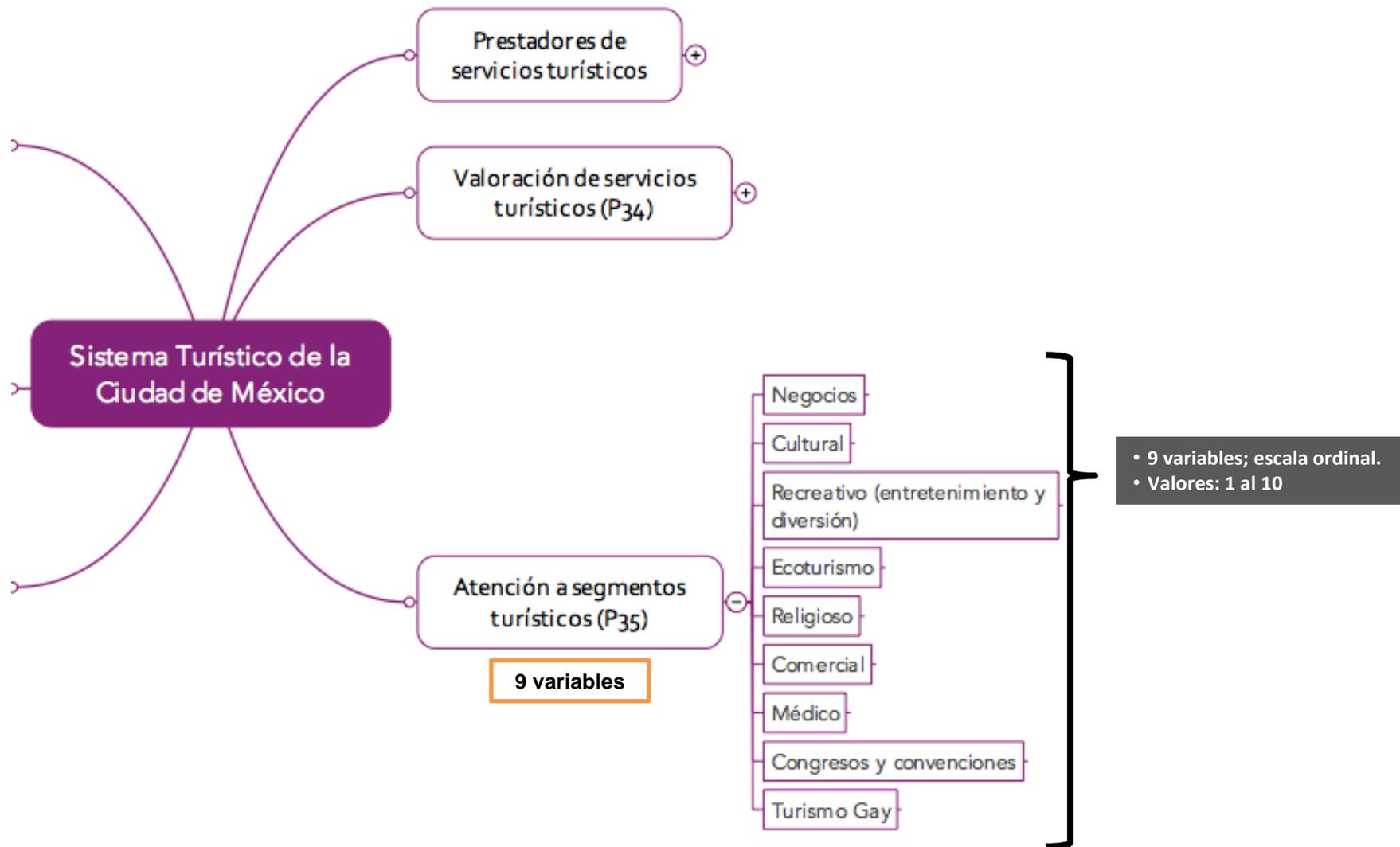
P32. Tomando en cuenta esta experiencia, ¿regresaría usted a este Hotel en su próximo viaje a la Ciudad de México?

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



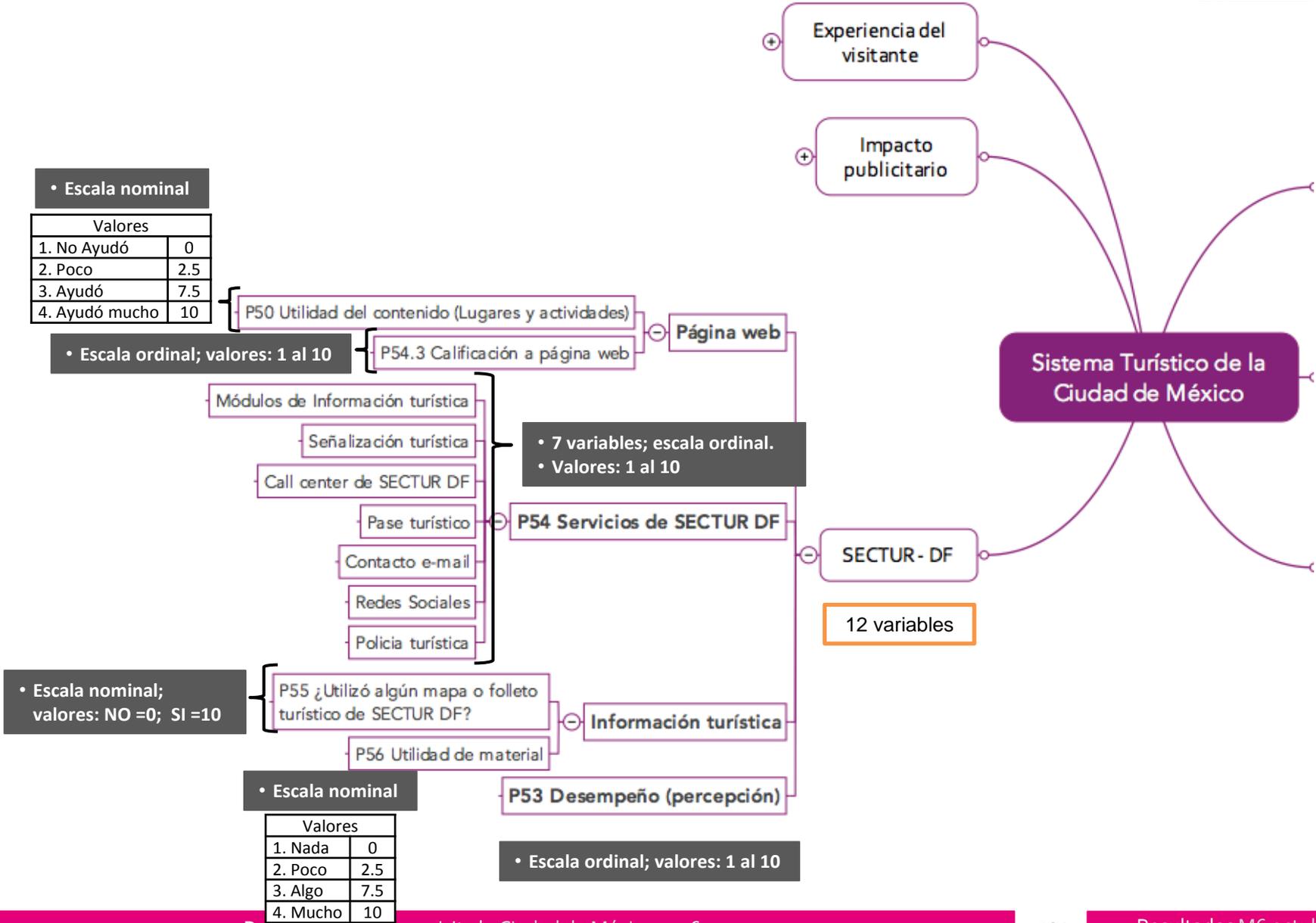
P34. Con base en su experiencia, por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con la Ciudad de México?

Conceptualización del modelo



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

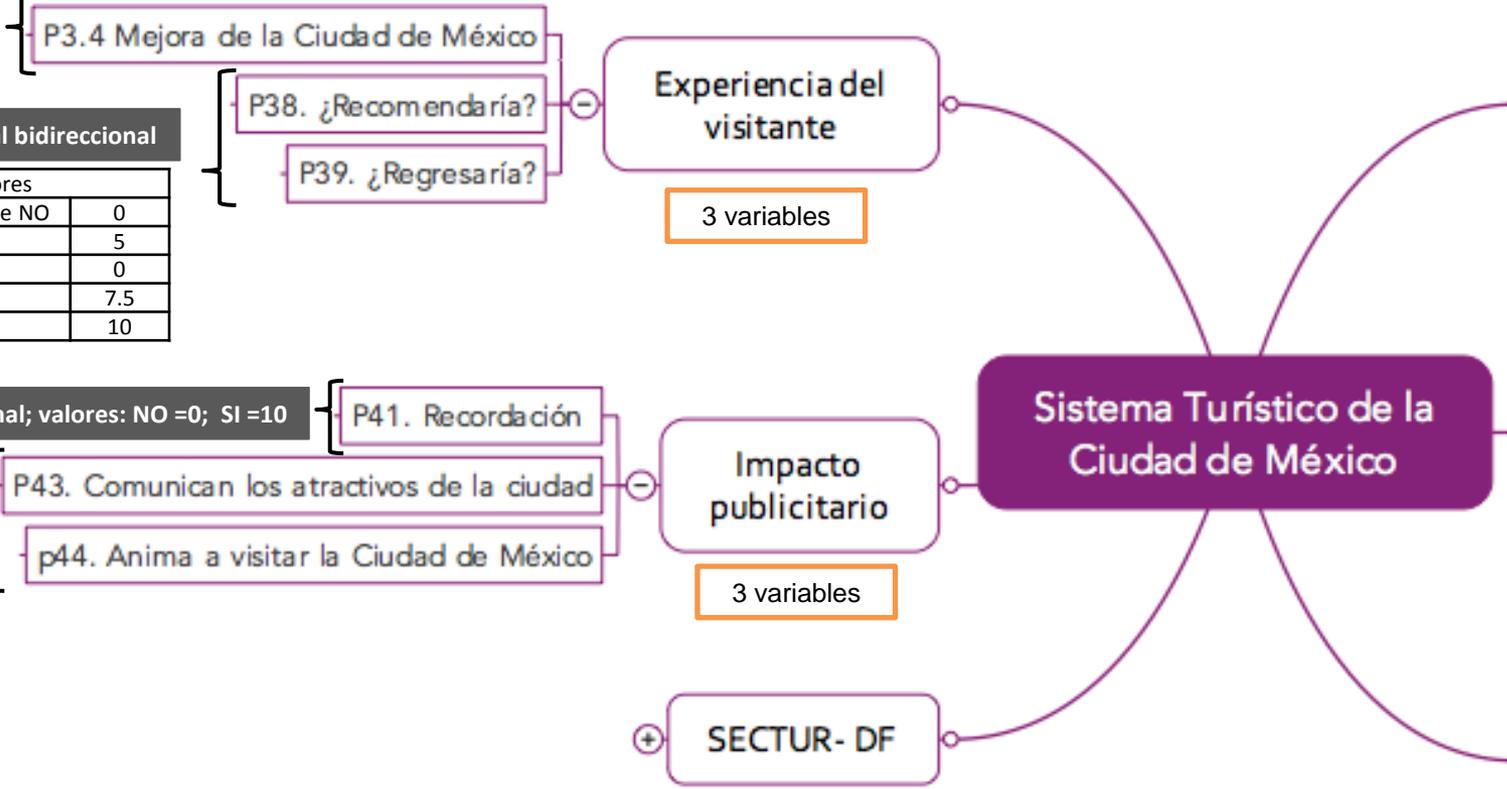
• Escala nominal bidireccional

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
Octubre - 2016

