

# Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados  
Noviembre - 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
<b>Anexo 1 - Explicación del modelo de evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México</b>	<b>91</b>



- 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 **séptima medición** de este proyecto durante 2016, misma que fue realizada durante el mes de **Noviembre (M7-2016)**, 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"> <li>i. Sitios turísticos</li> <li>ii. Centros de alojamiento y alimentación.</li> <li>iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)</li> </ol>
Instrumentos de medición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en los objetivos del proyecto, hipótesis y variables definidas durante trabajos colegiados con SECTUR-CDMX.</li> <li>• Duración promedio: 16 minutos.</li> <li>• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que fueron aplicadas en el idioma correspondiente.</li> </ul>

Tamaño de muestra

- 435 encuestas efectivas

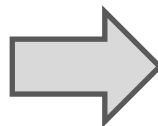
Fecha de realización

- Del 15 de al 30 de noviembre 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  $\pm 4.79\%$  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

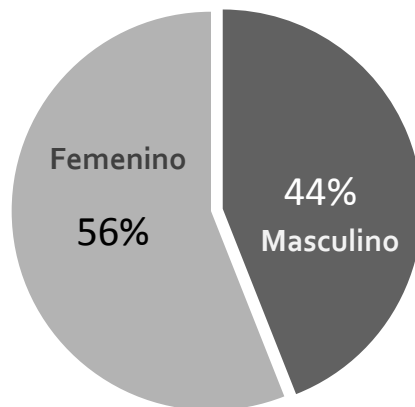
## 1. Perfil del turista

# 1. Perfil del Turista

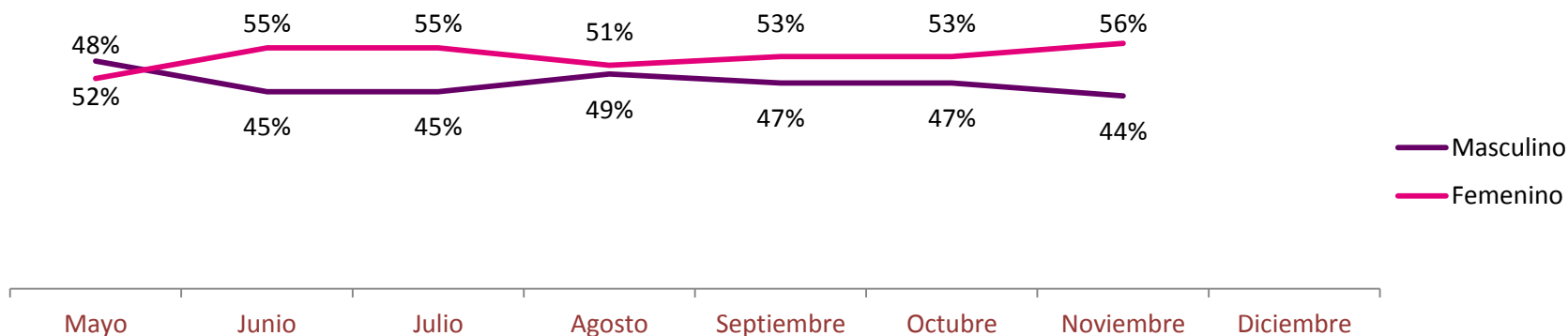


## Género del entrevistado

Base: 435 casos



## Comparativo Mensual





## Grupos de Edad estadísticos

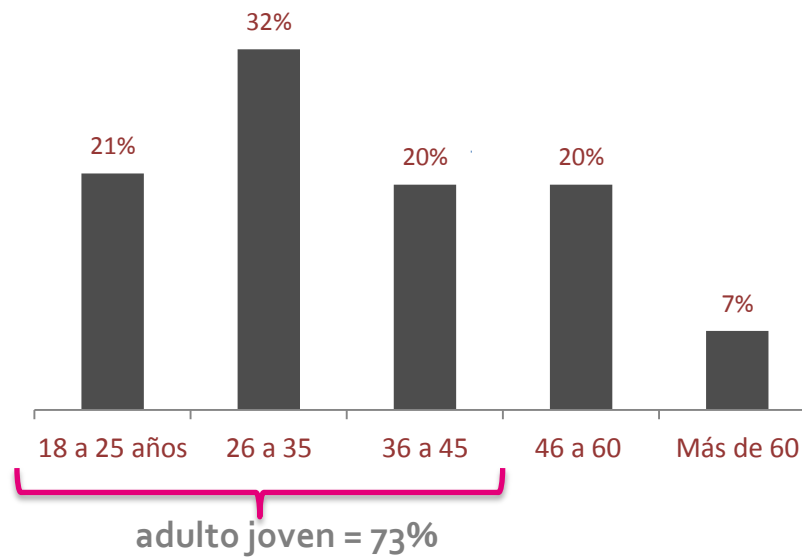
Base: 435 casos

### Estadísticos

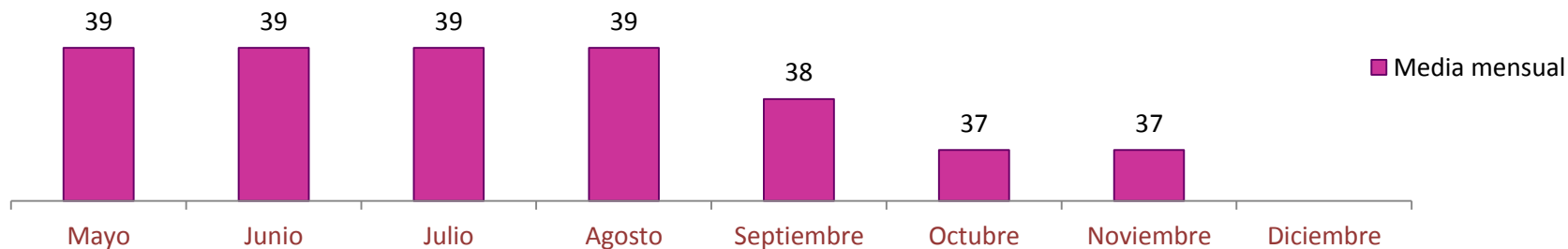
Media	37 años
Mediana	34 años
Moda	28 años

## Grupos de Edad

Base: 435 casos



## Comparativo Mensual



# 1. Perfil del Turista



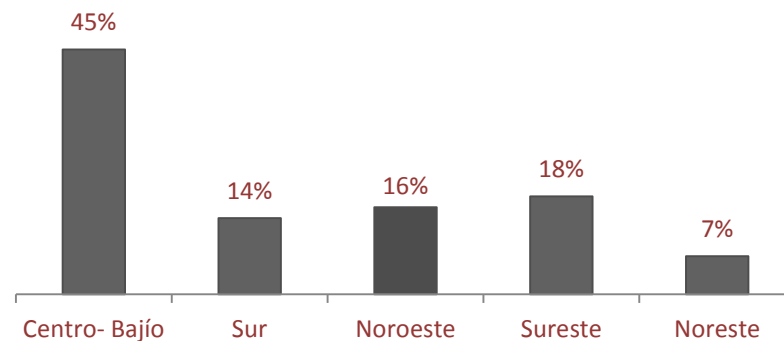
## Origen del Turista

Base: 435 casos



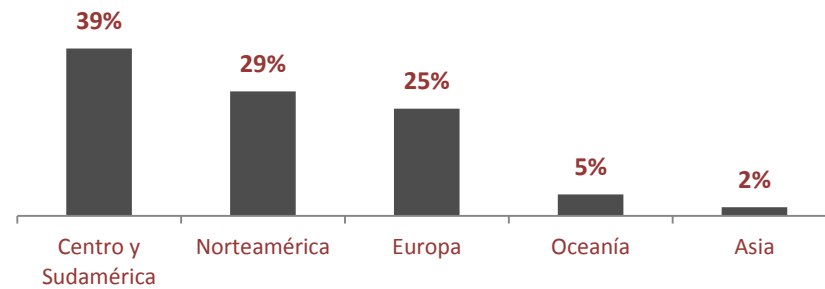
## Nacional = 70%

Base: 305 casos

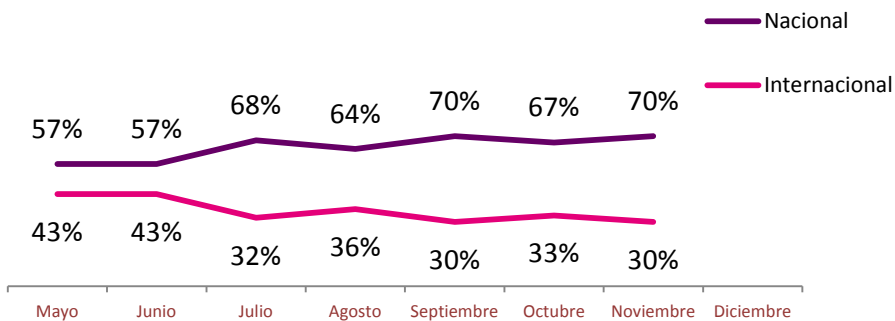


## Internacional = 30%

Base: 130 casos



## Comparativo Mensual





## Turistas Nacionales - entidad de origen

Base: 305 casos (70%)

69%

Entidad Federativa	%
Veracruz	13.4%
Estado de México	11.5%
Morelos	9.2%
Jalisco	7.5%
Guerrero	6.2%
Oaxaca	5.2%
Puebla	5.2%
Sonora	4.3%
Chihuahua	3.9%
Baja California	3.0%

Entidad Federativa	%
Hidalgo	3.0%
Querétaro	3.0%
Sinaloa	2.6%
Chiapas	2.3%
Guanajuato	2.3%
Quintana Roo	2.3%
Michoacán	2.0%
San Luis Potosí	2.0%
Coahuila	1.6%
Durango	1.6%

Entidad Federativa	%
Tabasco	1.3%
Aguascalientes	1.0%
Colima	1.0%
Tamaulipas	1.0%
Baja California Sur	0.7%
Tlaxcala	0.7%
Yucatán	0.7%
Zacatecas	0.7%
Campeche	0.3%
Nayarit	0.3%
Nuevo León	0.3%



## Turistas Nacionales - entidad de origen

### Acumulado 7 mediciones

Entidad Federativa	%
Guerrero	12.3%
Veracruz	8.0%
Morelos	7.9%
Estado de México	7.8%
Jalisco	6.1%
Puebla	5.4%
Oaxaca	4.9%
Nuevo León	4.1%
Baja California	3.7%
Chihuahua	3.6%

Entidad Federativa	%
Sonora	3.5%
Hidalgo	3.4%
Guanajuato	2.9%
Tamaulipas	2.6%
Sinaloa	2.6%
Michoacán	2.5%
Querétaro	2.4%
Chiapas	2.2%
Coahuila	2.0%
Quintana Roo	1.9%

Entidad Federativa	%
Tabasco	1.6%
Durango	1.2%
San Luis Potosí	1.2%
Yucatán	1.2%
Aguascalientes	0.9%
Tlaxcala	0.9%
Baja California Sur	0.9%
Zacatecas	0.8%
Colima	0.6%
Nayarit	0.6%
Campeche	0.3%

# 1. Perfil del Turista



## País de origen

Base: 130 casos (30%)

	País	%		País	%
59%	Estados Unidos	28%	19%	Chile	5%
	Colombia	9%		Australia	4%
	Argentina	9%		Inglaterra	4%
	España	8%		Brasil	3%
	Alemania	5%		Guatemala	3%
			Otros países (+21)	22%	



**País de origen  
Acumulado 7 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%	28.5%	
Colombia	18.3%	14.6%	14.3%	11.8%	10.0%	16.2%	9.2%	
Argentina	3.8%	6.8%	5.6%	3.4%	2.9%	9.6%	9.2%	
España	3.8%	1.9%	3.1%	9.0%	5.0%	7.8%	7.7%	
Francia*	5.9%	1.9%	1.2%	4.5%	2.9%	2.4%	--%	

\* Francia acumula 6 mediciones.

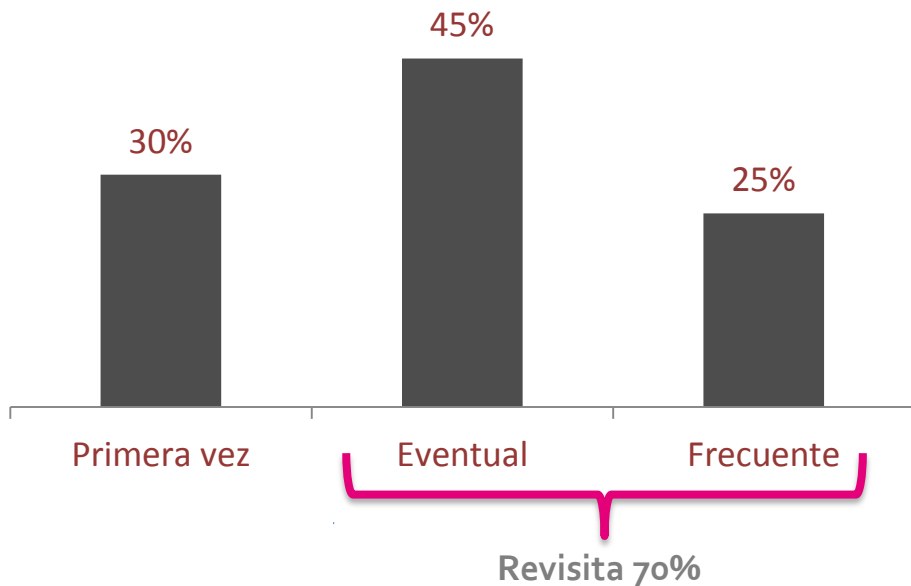


# 1. Perfil del Turista

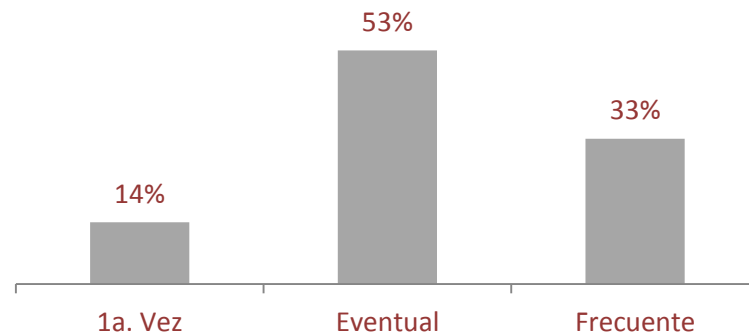


## Frecuencia de visita

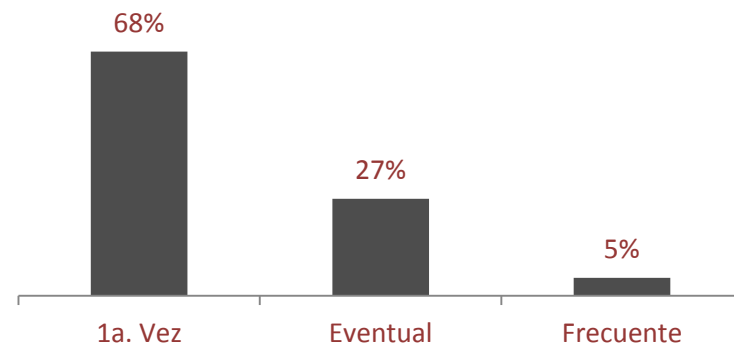
Base: 435 casos



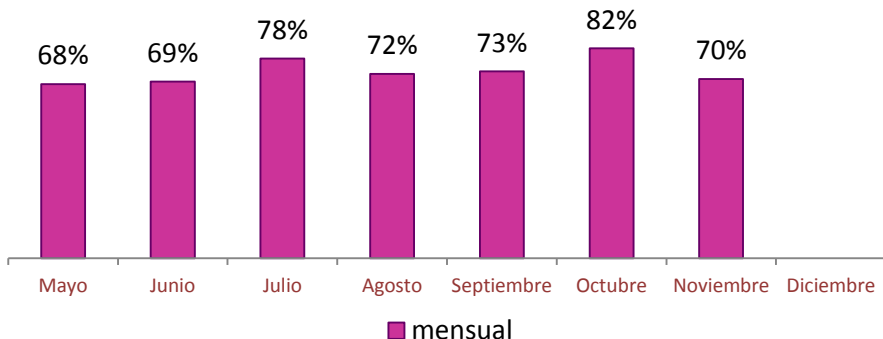
## Turista Nacional = 70% (Base 305)



## Turista Internacional = 30% (Base 130)



## Comparativo Mensual

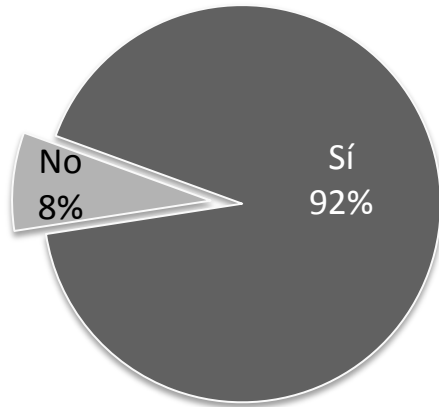


- Visitante Eventual: Turista con dos o tres visitas previas a la ciudad en los últimos dos años.
- Visitante Frecuente: Turista que visita al menos dos veces la Ciudad de México al año.



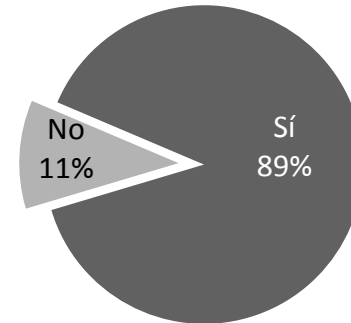
### Uso de Internet

Base: 435 encuestados

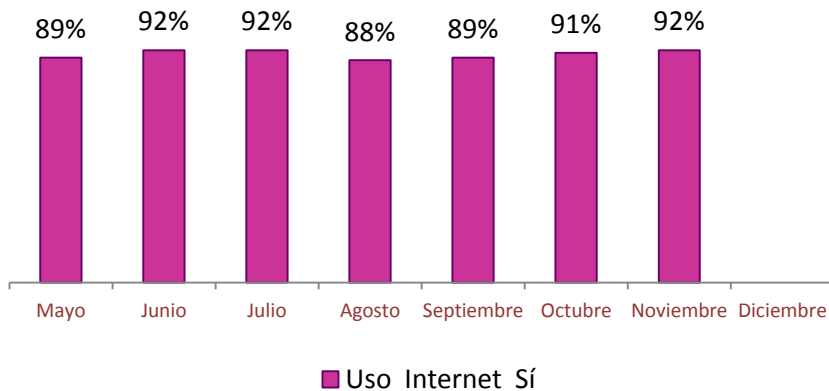


### Turista Nacional

Base: 305 casos

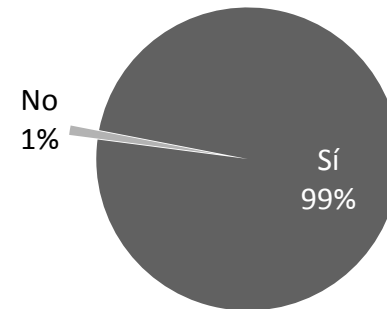


### Comparativo Mensual



### Turista Internacional

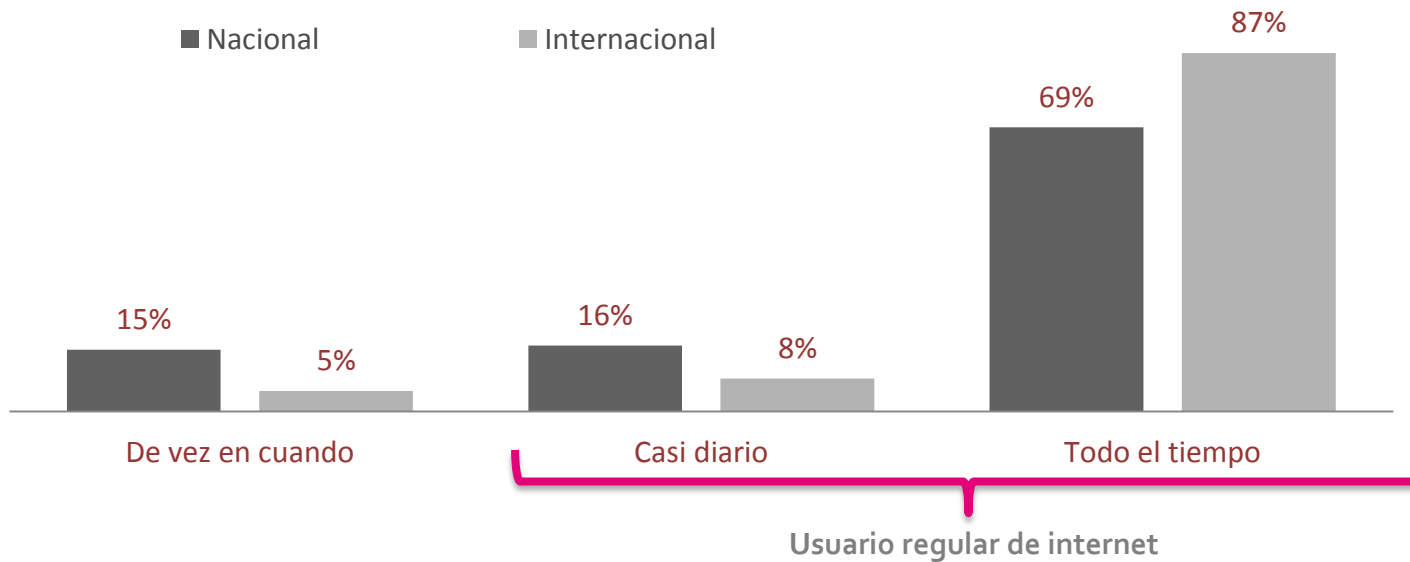
Base: 130 casos





## Frecuencia de uso de Internet

Base: 400 usuarios de internet (92%)



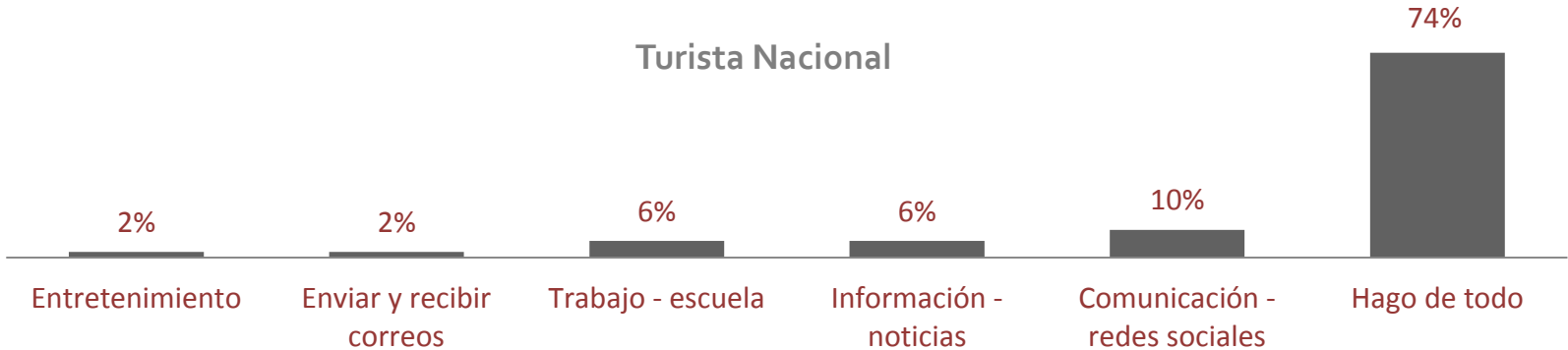


**Uso de Internet**

Base: 400 usuarios de internet (92%)

*¿Qué actividades realiza en Internet?*

**Turista Nacional**



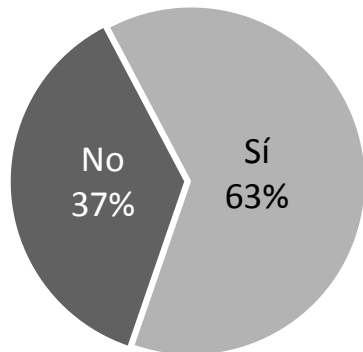
**Turista Internacional**



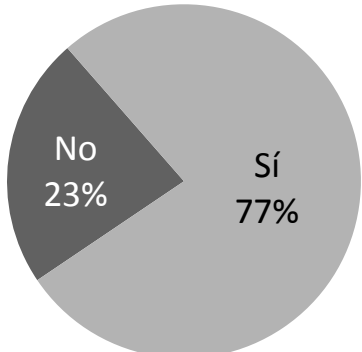


## Uso de Internet

Para planeación de viajes



Consulta de información sobre viajes y destinos

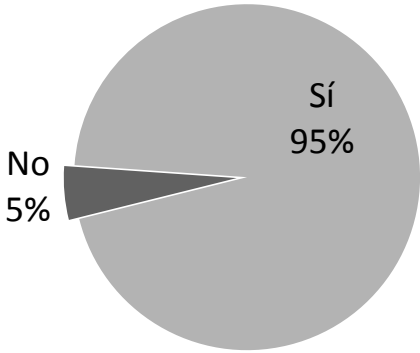
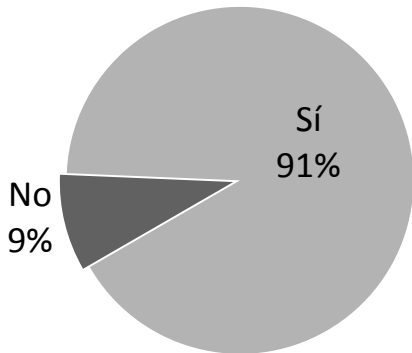


### Turista Nacional

Base: 272 usuarios de internet

### Turista Internacional

Base: 128 usuarios de internet



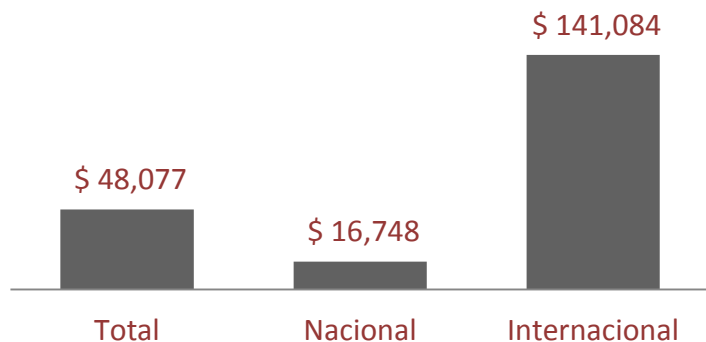
# 1. Perfil del Turista



## Ingreso Mensual Familiar

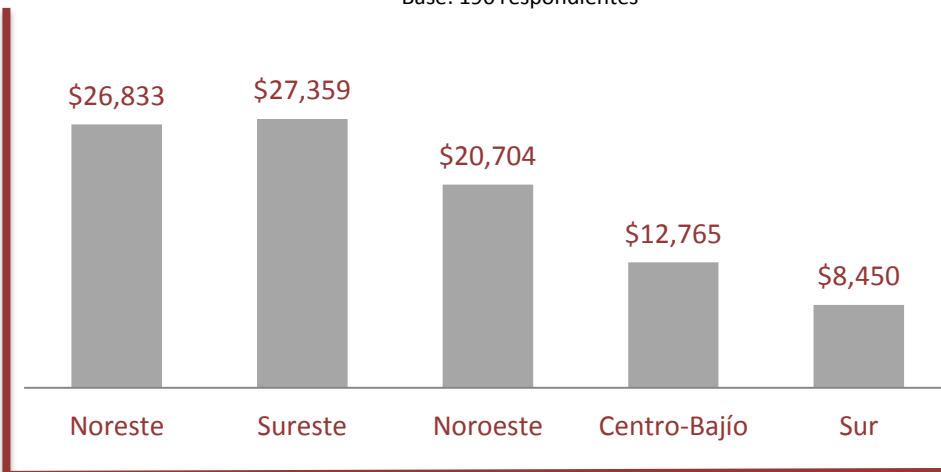
Base: 254 respondientes

**PESOS MEXICANOS**



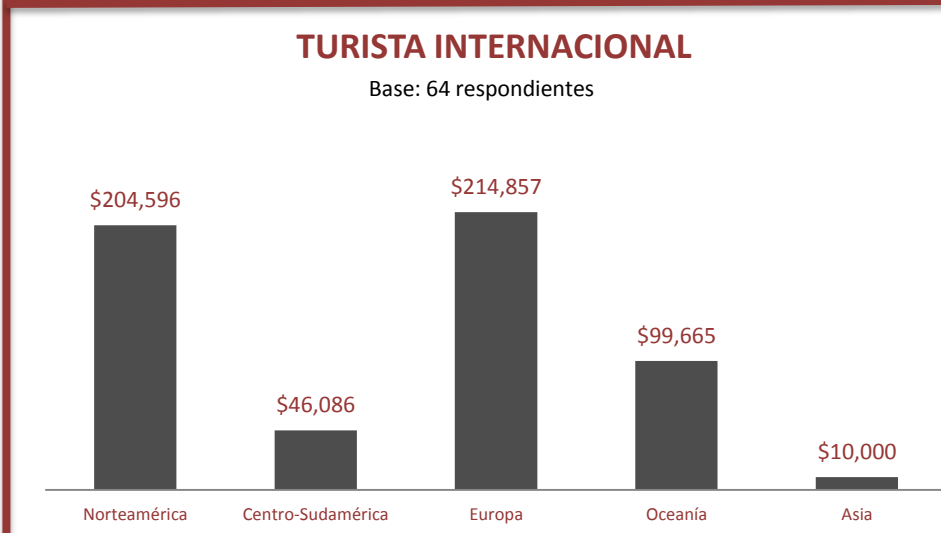
## TURISTA NACIONAL

Base: 190 respondientes



## TURISTA INTERNACIONAL

Base: 64 respondientes





## Otras variables sociodemográficas

Base: 435 casos

Escolaridad	Nacional	Internacional	Totales
Básica	20%	2%	15%
Media	25%	18%	23%
Superior	55%	80%	62%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Escolaridad

### Ocupación

Ocupación	Nacional	Internacional	Totales	
Empleado de empresa privada	25%	36%	29%	
Trabaja (72%)	Empleado de gobierno	12%	26%	16%
	Profesionista independiente	14%	14%	14%
	Comerciante	19%	1%	13%
Hogar	12%	2%	9%	
Estudia	12%	9%	11%	
Pensionado-Jubilado	3%	6%	4%	
Desempleado	3%	6%	4%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

## Otras variables sociodemográficas

Base: 435 casos

Jefatura hogar	Nacional	Internacional	Totales
Sí	69%	78%	72%
No	31%	22%	28%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Jefatura de hogar

Estado civil	Nacional	Internacional	Totales
Soltero	39%	56%	44%
Casado - Unión libre	57%	38%	51%
Separado- divorciado-viudo	4%	6%	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Estado Civil

### Tipo de hogar

Tipo hogar		Nacional	Internacional	Totales
Nuclear (68%)	Ambos padres	59%	30%	50%
	Un solo padre	5%	6%	5%
	Sin hijos	12%	27%	17%
Compuesto		3%	5%	3%
Ampliado		13%	9%	12%
Vive Solo		9%	23%	13%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>





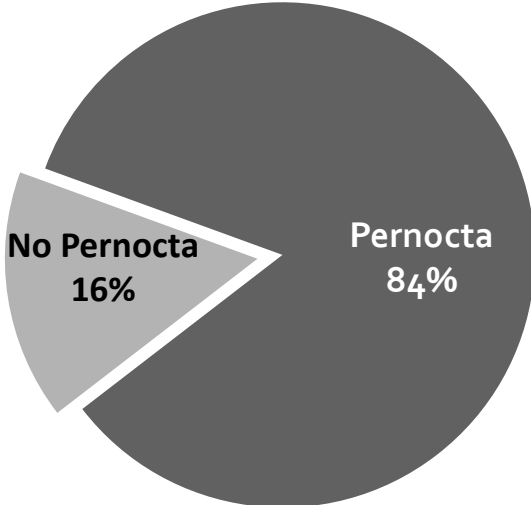
# Resultados

## 2. Perfil del viaje

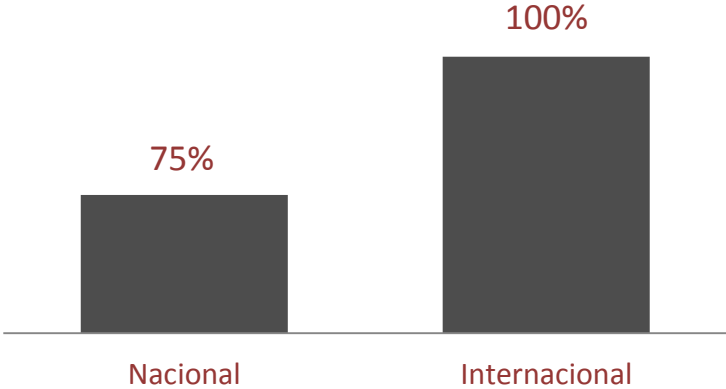


**Estancia en la Ciudad de México**

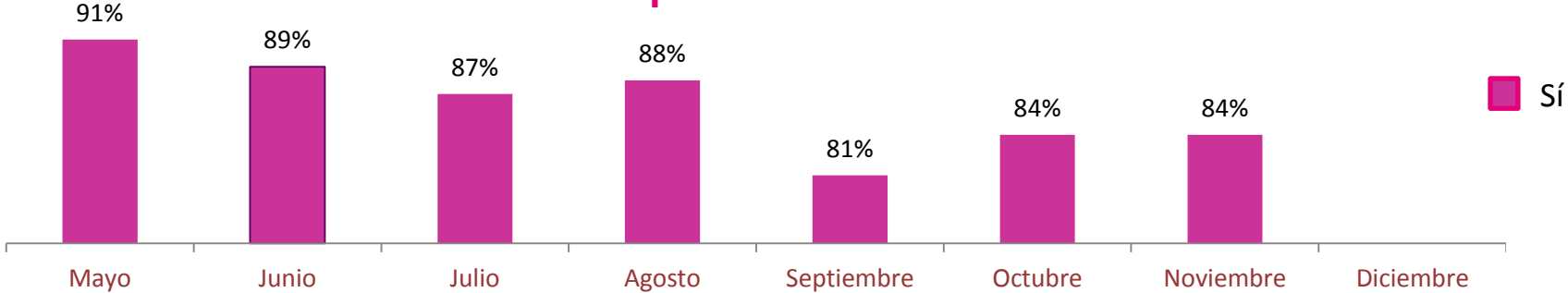
Base: 435 casos



**Origen del Turista**



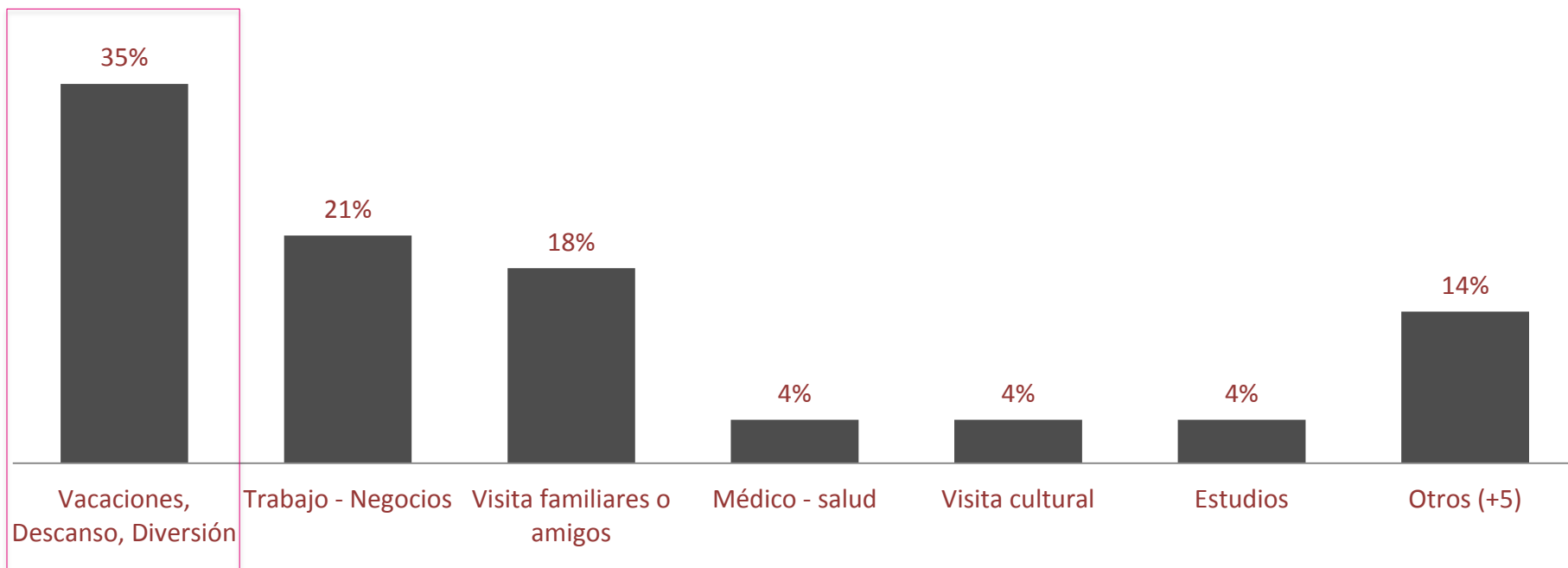
**Comparativo Mensual**





### Principal Motivo del Viaje

Base: 435 casos



## 2. Perfil del Viaje



### Principal Motivo del Viaje

Base: 435 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%	33%	41%	32%	33%	25%	32%	37%	23%	62%
Trabajo – Negocios	21%	14%	22%	26%	19%	25%	25%	17%	25%	12%
Visita familiares y amigos	18%	17%	13%	20%	23%	25%	16%	20%	19%	16%
Médico – salud	4%	3%	4%	3%	6%	4%	3%	5%	6%	0%
Otros (+7)	22%	33%	20%	19%	19%	21%	24%	21%	27%	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

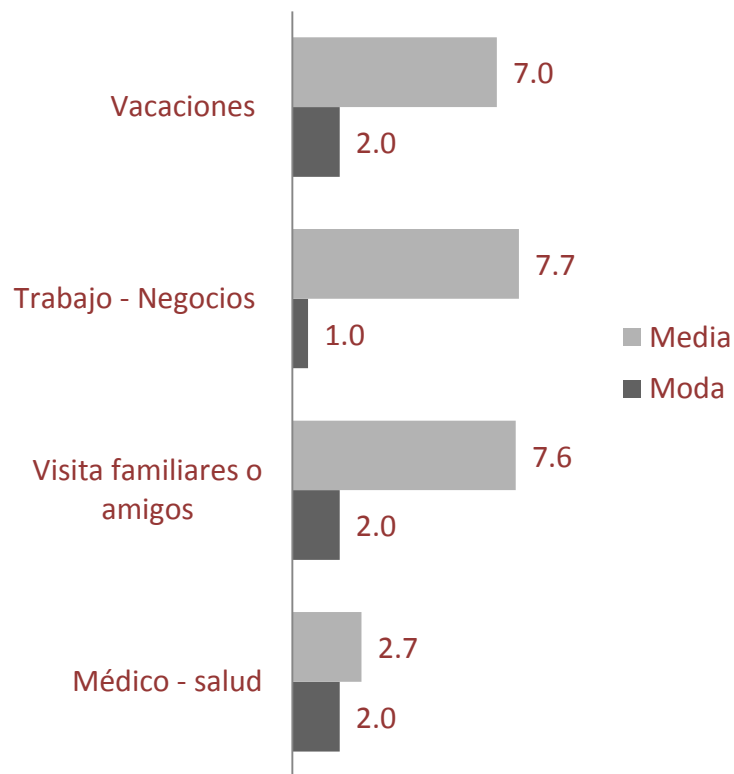


## Noches alojamiento

Base: 366 viajeros que pernoctaron

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	7.4	7.4	7.5
Mediana	4.0	3.0	5.0
Moda	2	1	4

## Motivo de la visita

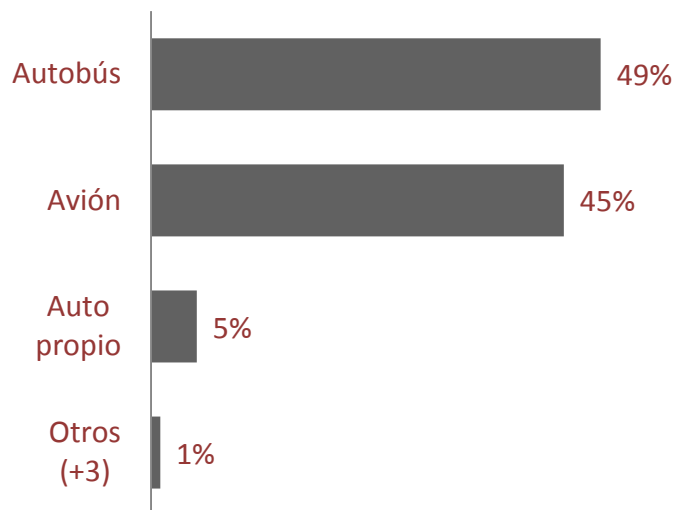


## 2. Perfil del Viaje



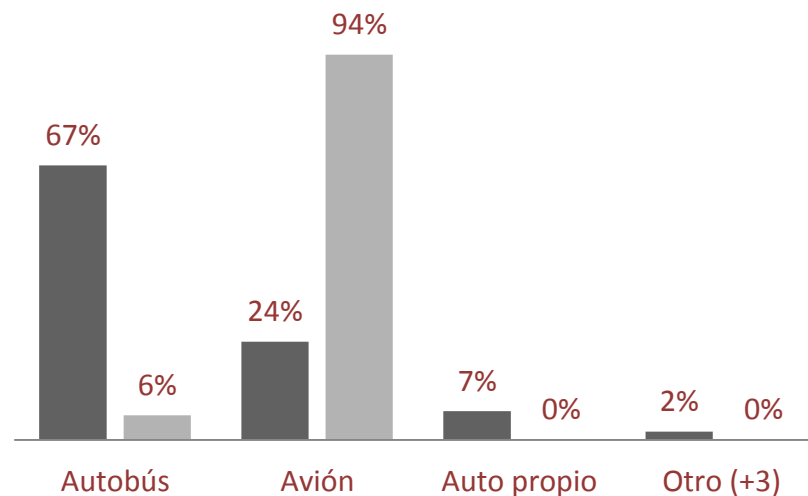
### ¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar a la Ciudad de México?

Base: 435 casos



### Arribo

■ Nacional ■ Internacional

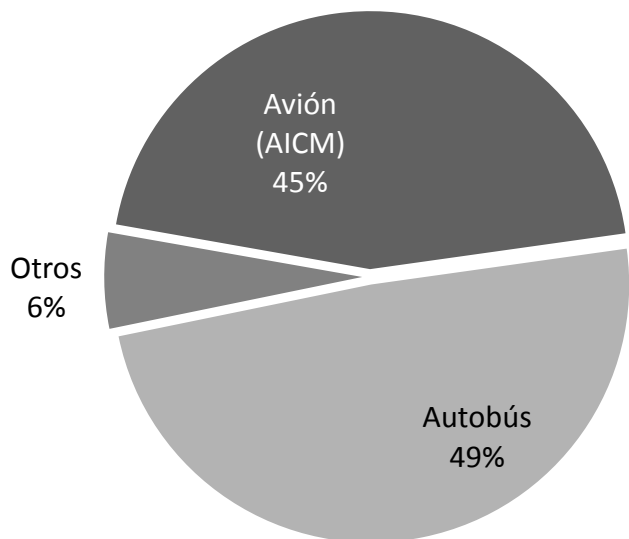




## Transporte interno

### TRANSPORTE PARA INGRESAR A LA CIUDAD

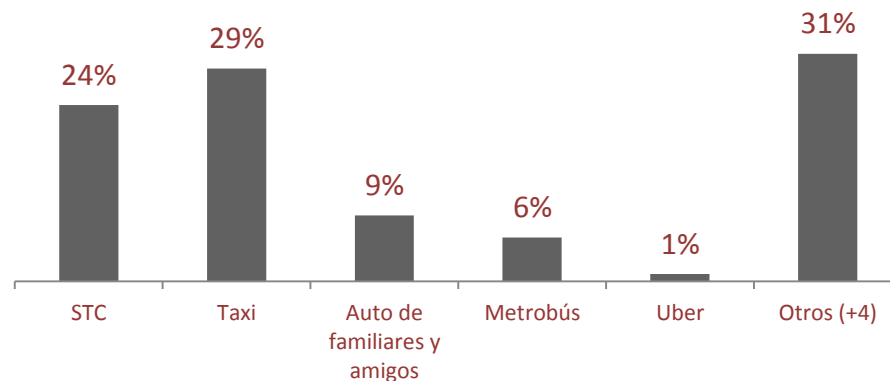
Base: 435 casos



### Quienes llegaron en avión

Base: 195

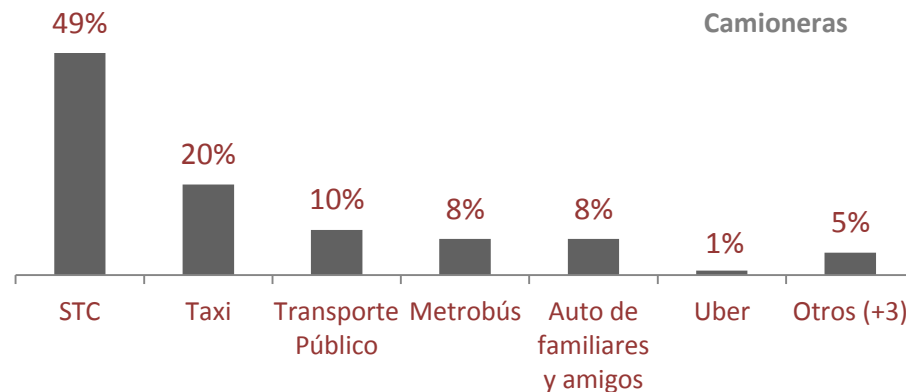
AICM



### Quienes llegaron en autobús

Base: 212

Centrales Camioneras

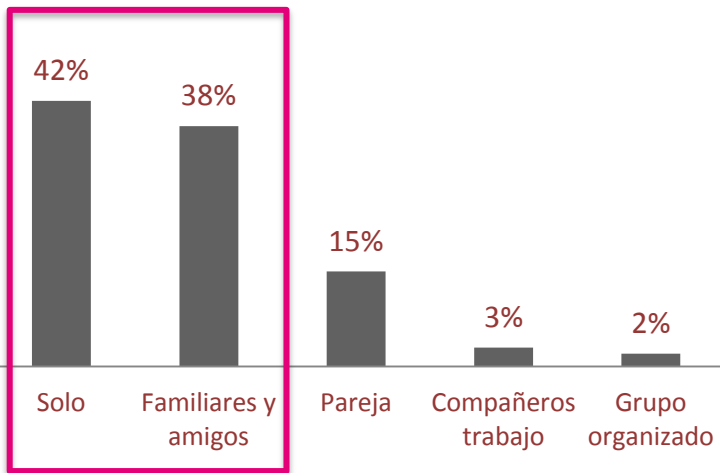




## Compañeros de viaje

Base: 409 casos

*¿Con quién realiza este viaje?*



*Tamaño de los grupos*

Tamaño del Grupo (media)	Totales	Nacional	Internacional
Solo	1.00	1.00	1.00
Familiares y amigos	3.97	4.21	3.44



## 2. Perfil del Viaje



### Lugar de Alojamiento

Base: 338 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	34%	25%	36%	36%	39%	26%	36%	32%	30%	40%
Familiares y amigos	34%	36%	25%	34%	44%	44%	26%	40%	44%	18%
Alojamiento de bajo costo	21%	22%	26%	21%	9%	26%	25%	17%	16%	29%
Otras respuestas (+2)	11%	17%	13%	9%	8%	4%	13%	11%	10%	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



### Lugar de Alojamiento

Base: 338 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	34%	41%	6%	55%	0%
Familiares y amigos	34%	19%	78%	27%	45%
Alojamiento de bajo costo	21%	24%	12%	12%	36%
Otras respuestas (+2)	11%	16%	4%	6%	19%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

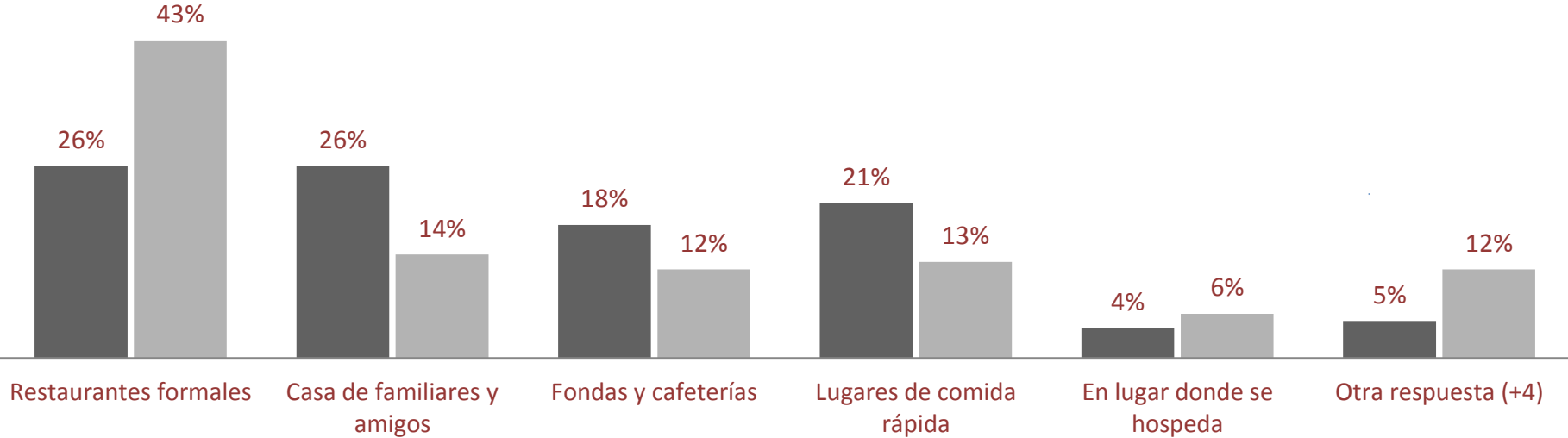


## Principales lugares para comer

Base: 404 casos

*¿Dónde acostumbra realizar sus alimentos?*

■ Nacional    ■ Internacional

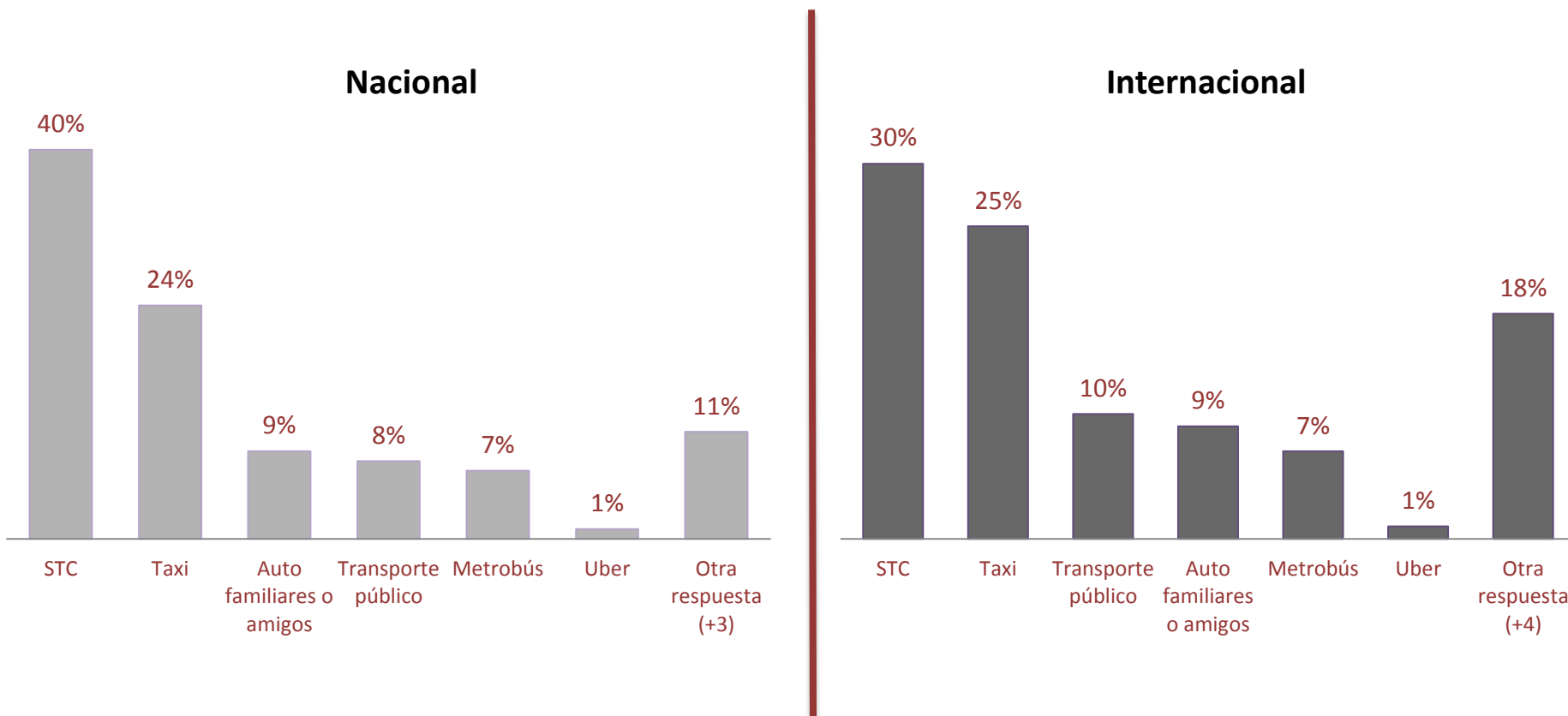




## Movilidad interna

Base: 409 casos

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

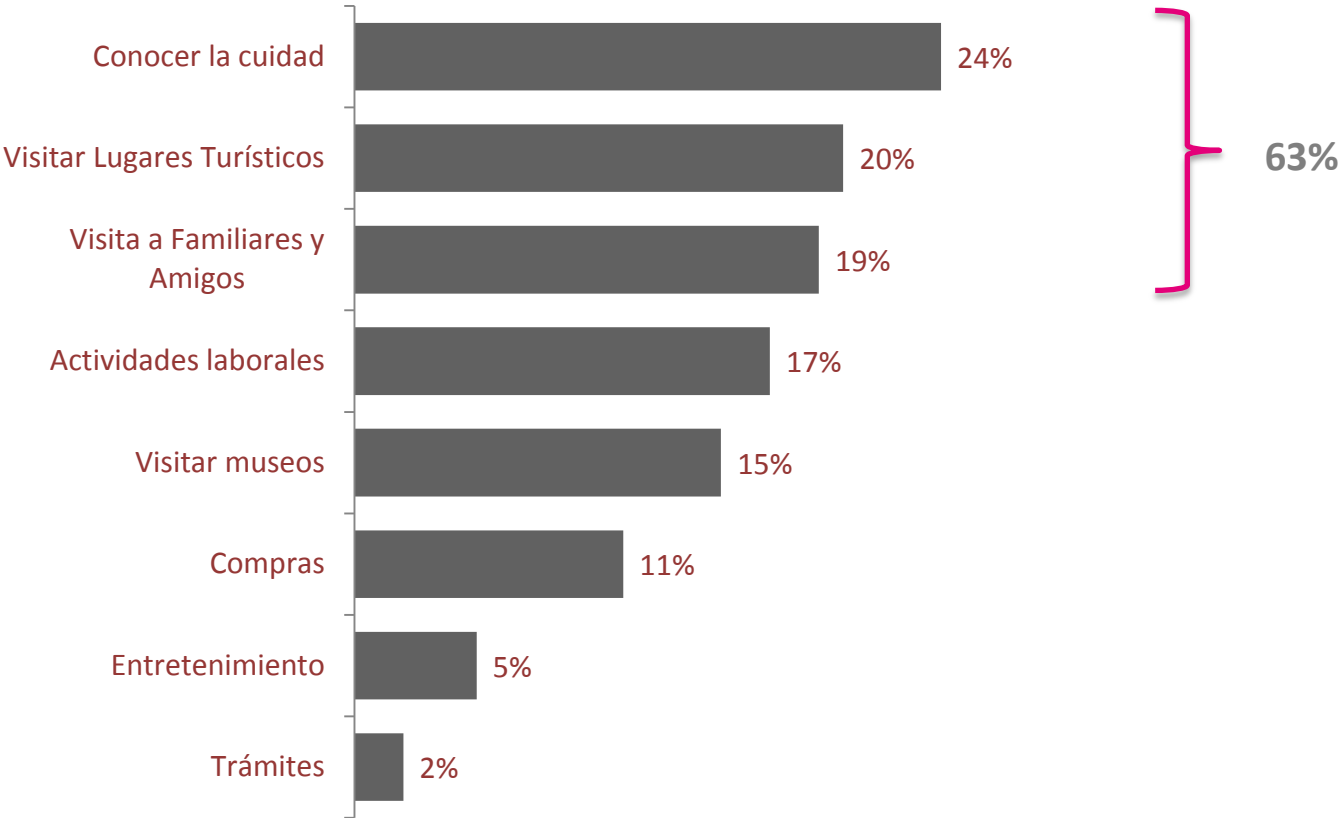




# Principales Actividades en la Ciudad de México

Base: 319 casos  
(Respuesta Múltiple)

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

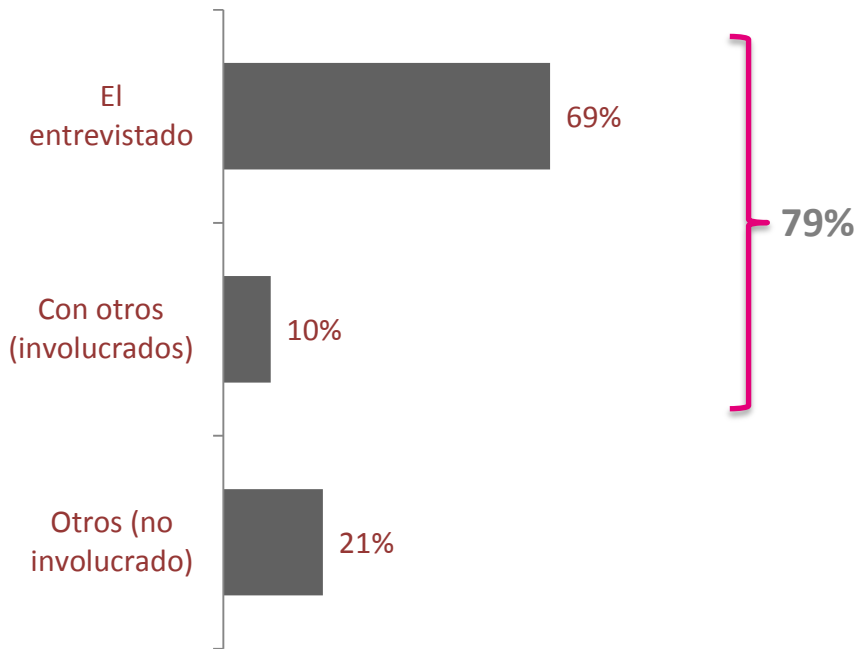




Planeación

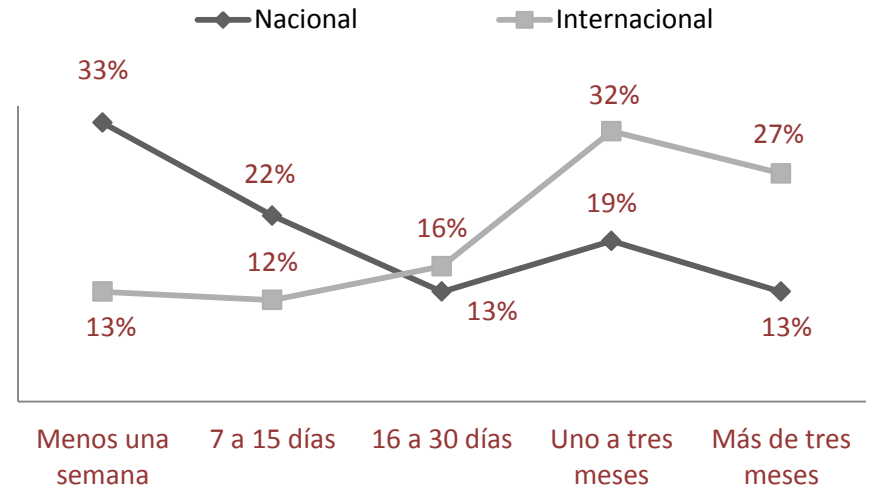
¿Quién planeó este viaje?

Base: 409 casos



Tiempo de anticipación

Base: 345 casos (79%)  
Quienes declararon planear su viaje personalmente

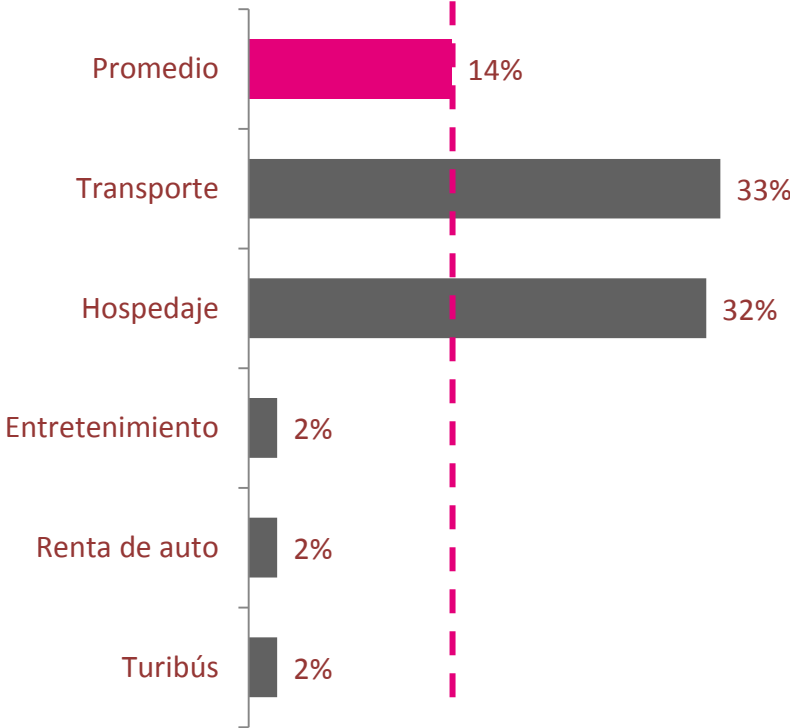




### Reservaciones de Servicios

Base: 435 casos

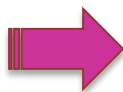
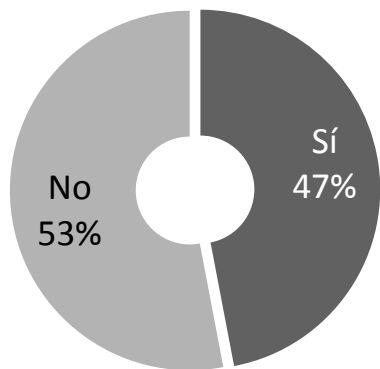
#### HÁBITO DE RESERVA



## Presupuesto de gasto

### ¿Estableció algún presupuesto ...?

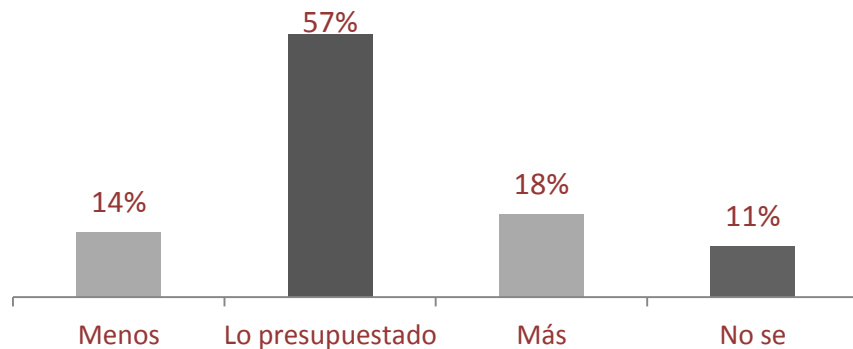
Base: 429 casos



### ¿Considera que ha gastado ... ?

Base: 202 casos

Establecieron presupuesto de viaje a la Ciudad de México





## 2. Perfil del Viaje



### Gasto total declarado

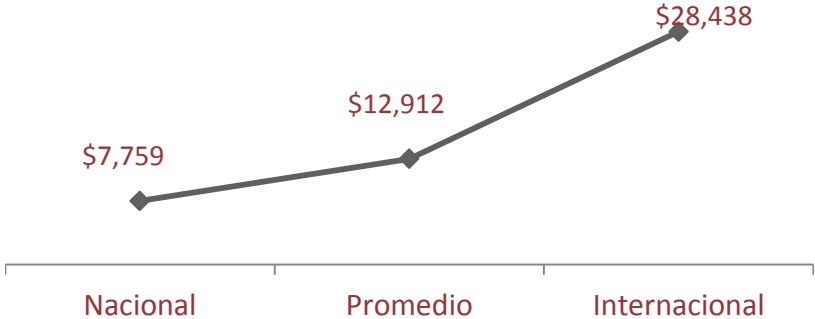
Base: 309 casos

#### Pesos mexicanos

<b>Media</b>	<b>\$12,912</b>
<b>Moda</b>	<b>\$ 5,000</b>

- 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.

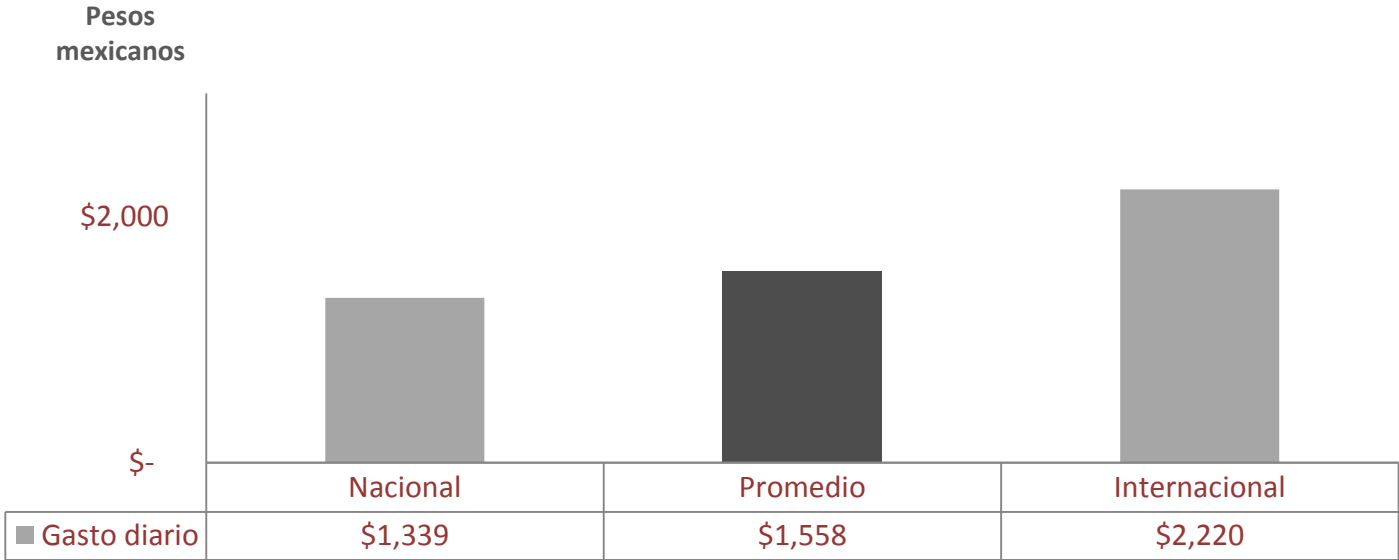
#### Origen del turista (Pesos mexicanos)





### Cálculo del Gasto diario del Turista

Base: 309 casos



## 2. Perfil del Viaje



### Cálculo del Gasto diario

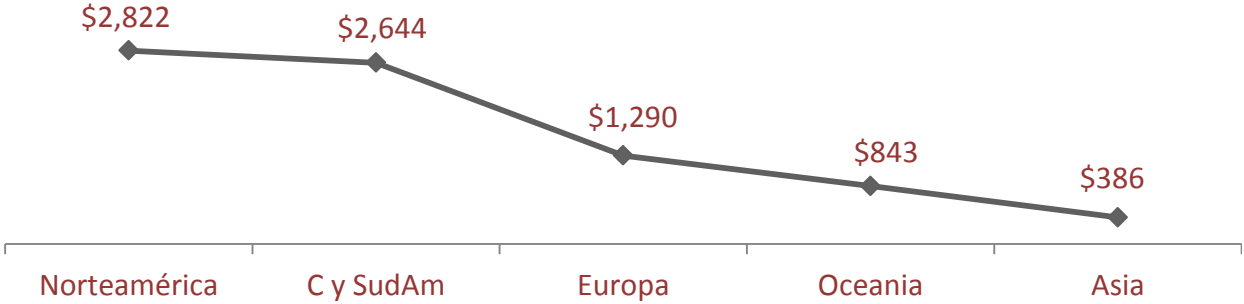
#### Turista Nacional

Promedio \$1,339



#### Turista Internacional

Promedio \$2,220



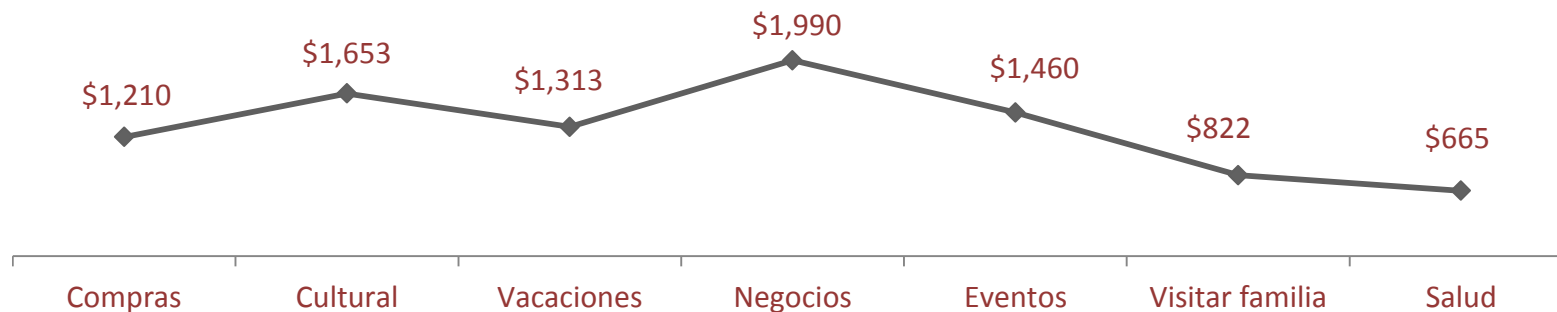
## 2. Perfil del Viaje



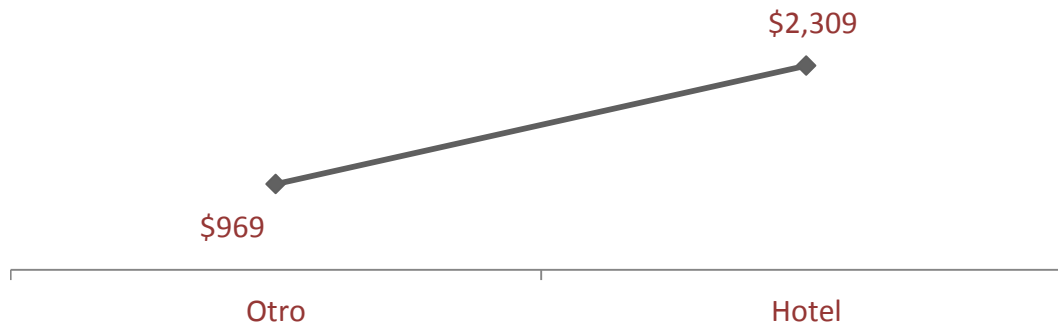
### Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,558

#### MOTIVO DE VIAJE



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



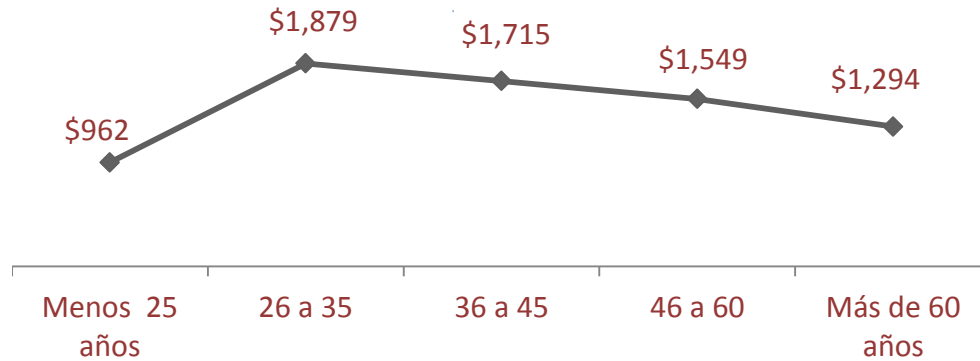
## 2. Perfil del Viaje



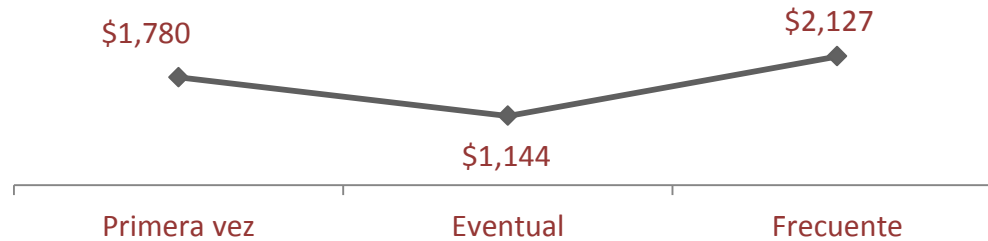
### Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,558

#### GRUPO DE EDAD



#### FRECUENCIA DE VIAJE





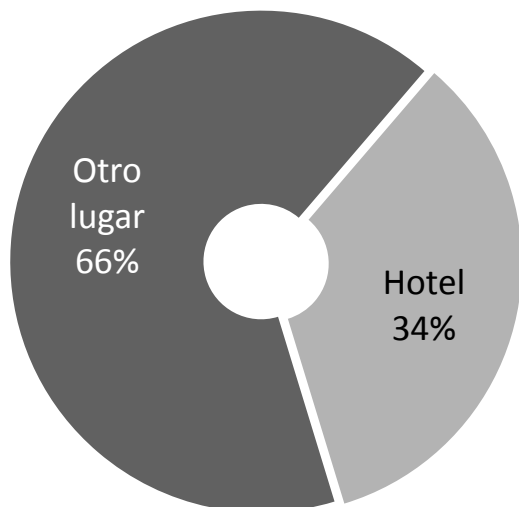
## Resultados

### 3. Evaluación del servicio de hospedaje



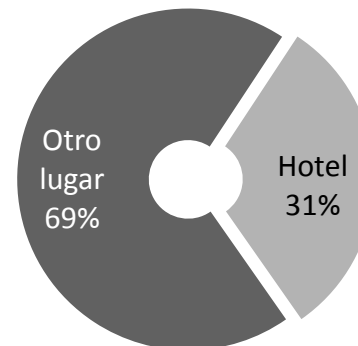
#### Alojamiento en Hotel

Base: 362 turistas que pernoctaron



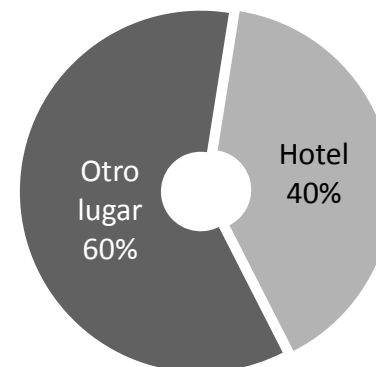
#### Turistas Nacionales

Base: 238



#### Turistas Internacionales

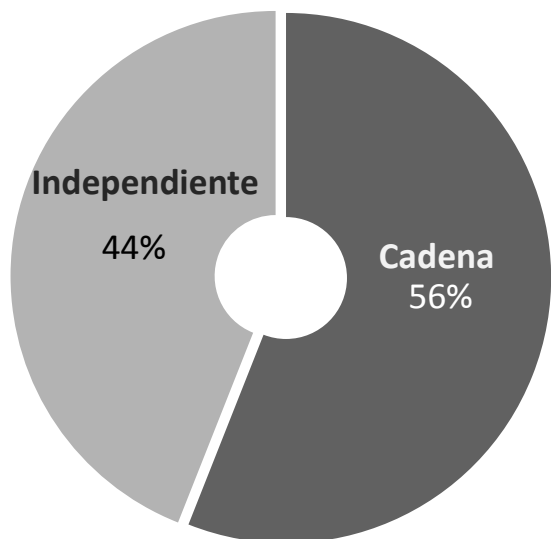
Base: 124





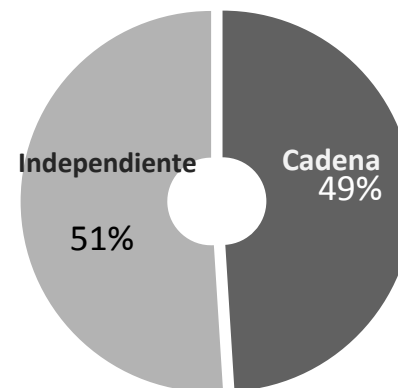
#### Tipo de Hotel

Base: 111 turistas que se hospedan en hotel



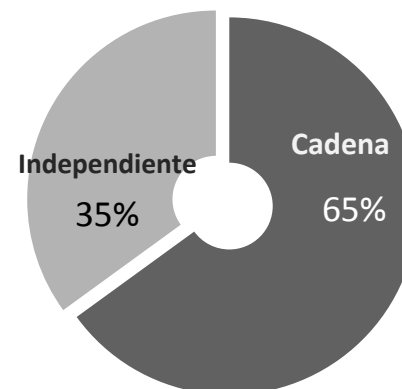
#### Turistas Nacionales

Base: 65 casos



#### Turistas Internacionales

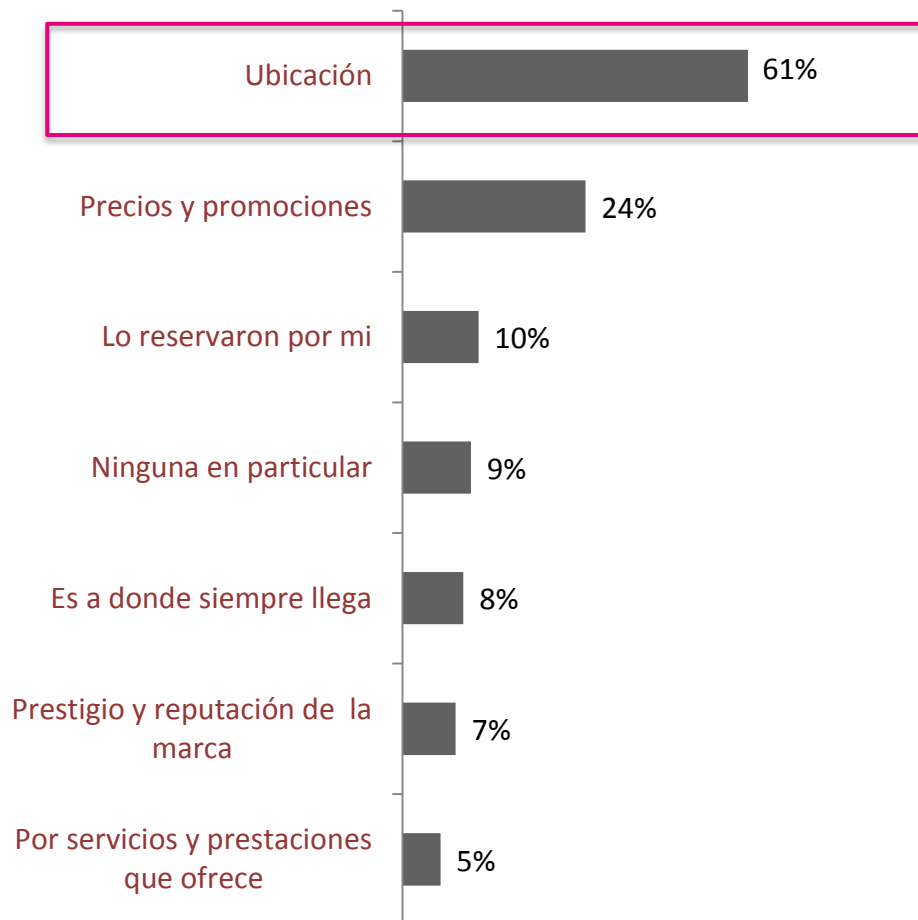
Base: 46 casos





## Razones para elegir Hotel

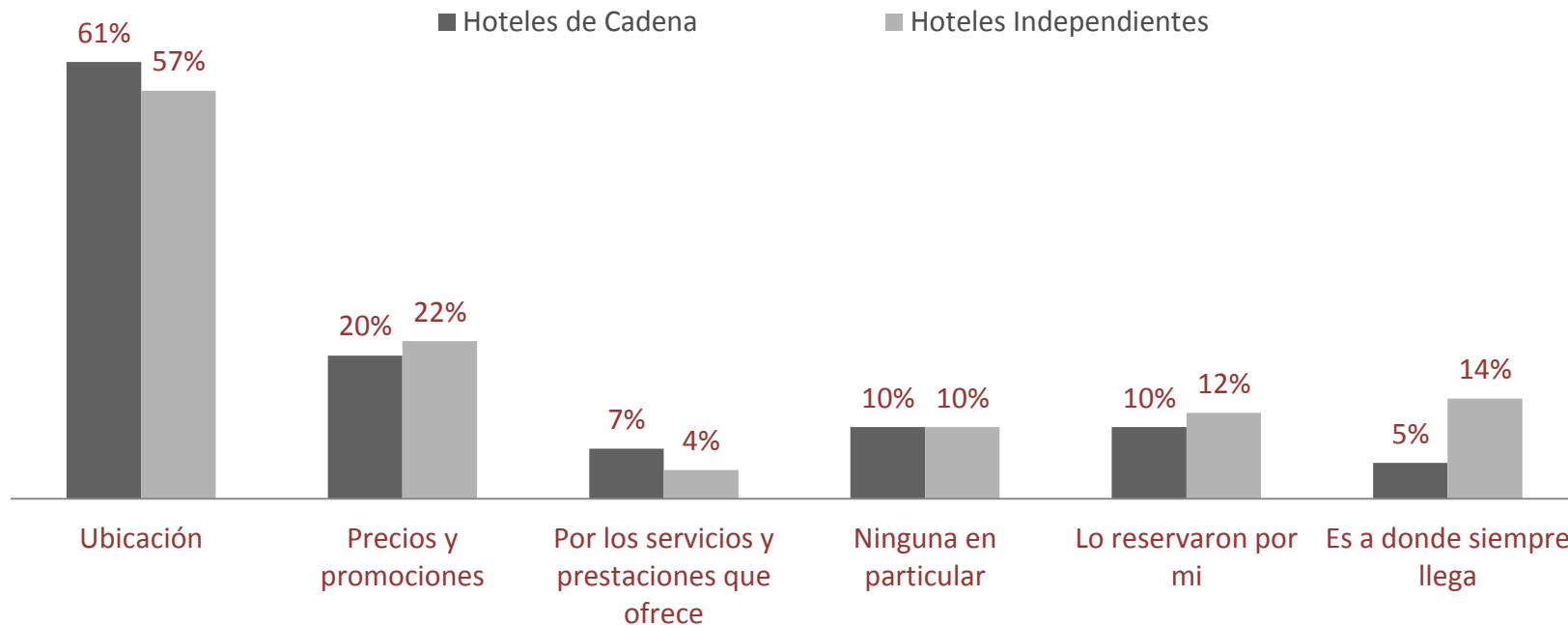
Base: 122 turistas que se hospedan en hotel





## Razones para elegir Hotel

Base: 110 turistas que se alojaron en hotel

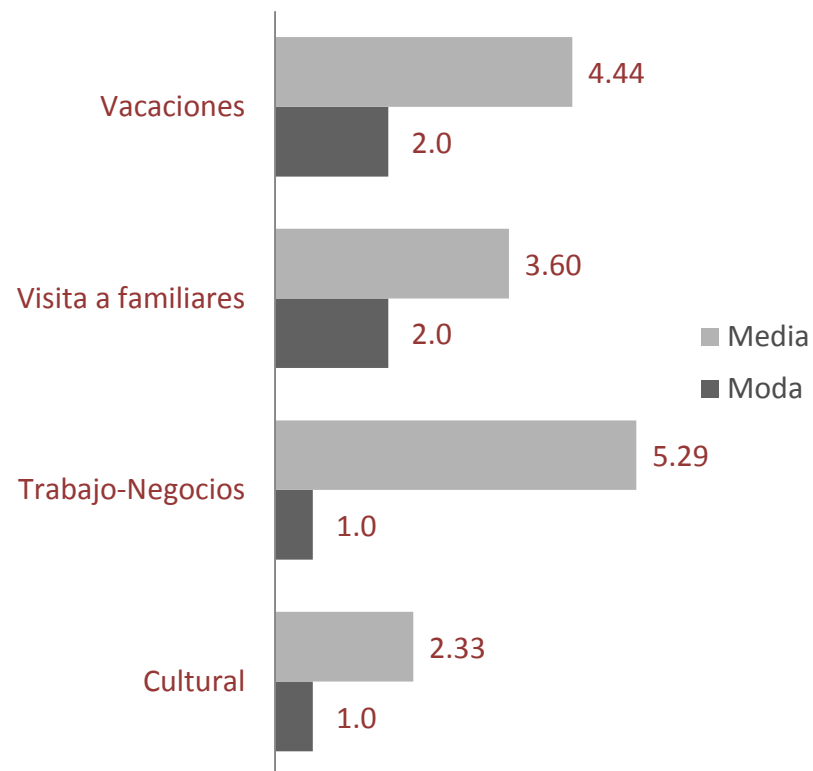


## Noches alojamiento

Base: 124 turistas que se alojaron en hotel

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	4.3	4.1	4.6
Mediana	3.0	3.0	4.0
Moda	2	2	2

## Motivo de la visita

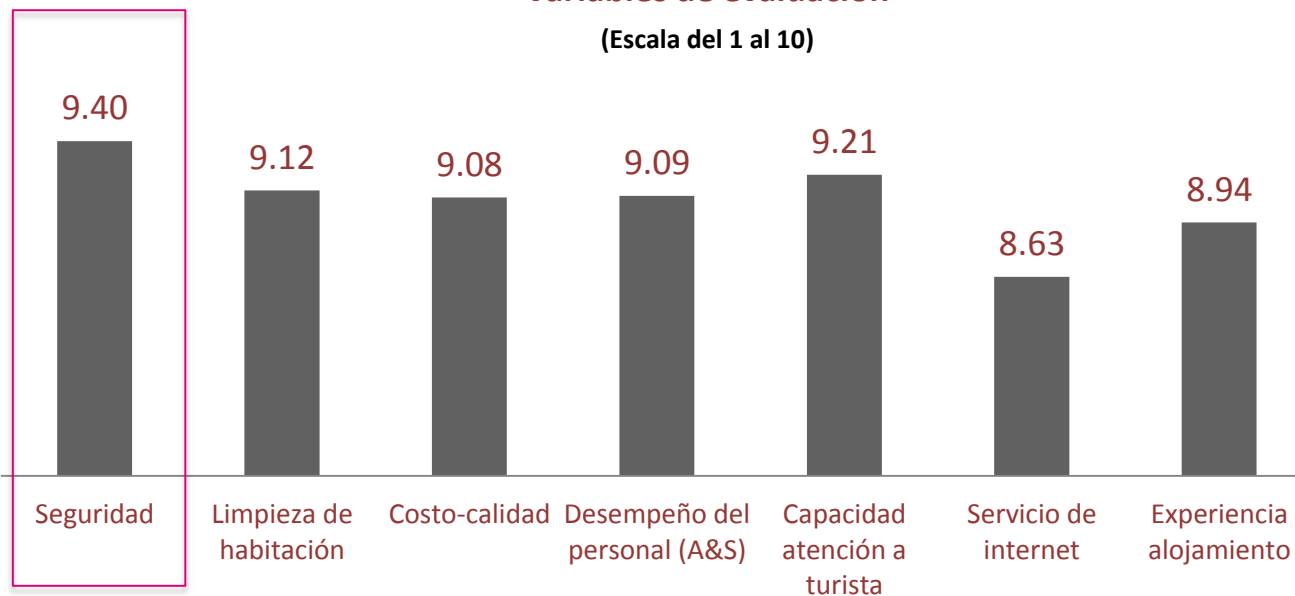




## Índice de Evaluación a Hoteles

Base: 121 turistas que se alojaron en hotel

**Variables de evaluación**  
(Escala del 1 al 10)



ÍNDICE	
Media	9.08
Mediana	9.57
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	78%	9,29	9,36	9,30	9,06	9,55	9,39	9,21	<b>9,32</b>
No	15%	8,05	7,63	7,67	5,50	8,35	8,12	7,53	<b>7,68</b>
No Sabe	7%	9,83	9,50	9,83	9,33	9,50	9,50	9,17	<b>9,62</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>9,12</b>	<b>9,09</b>	<b>9,08</b>	<b>8,63</b>	<b>9,40</b>	<b>9,21</b>	<b>8,94</b>	<b>9,08</b>



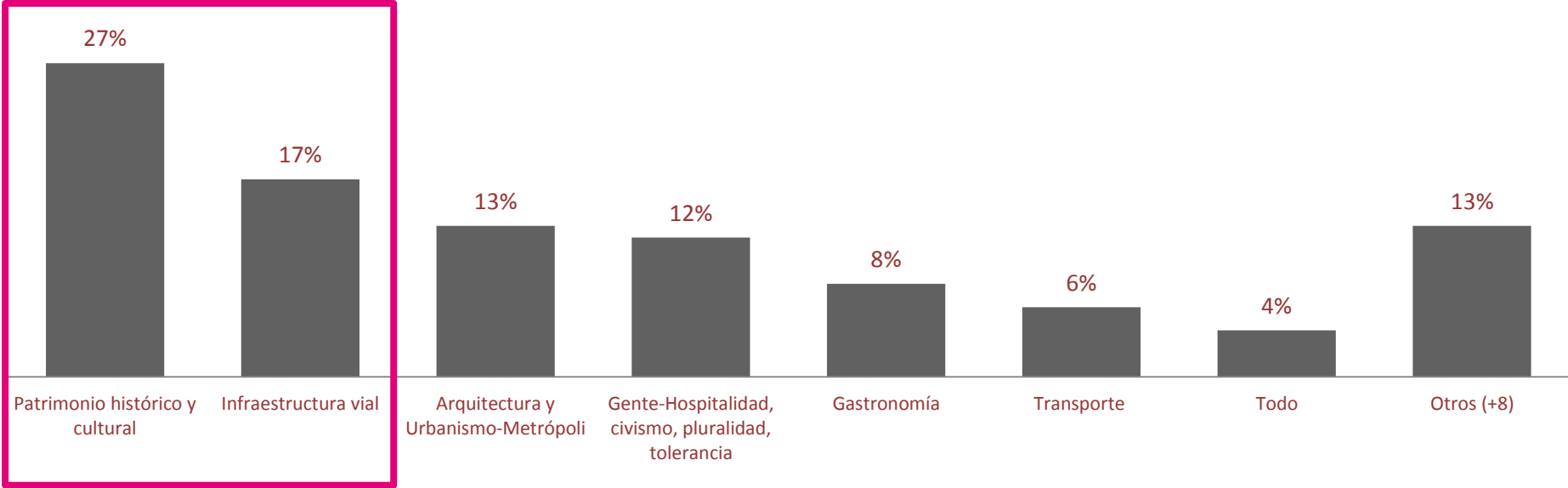
## Resultados

### 4. Percepción sobre la Ciudad de México (CDMX)



### Lo MEJOR de la Ciudad de México

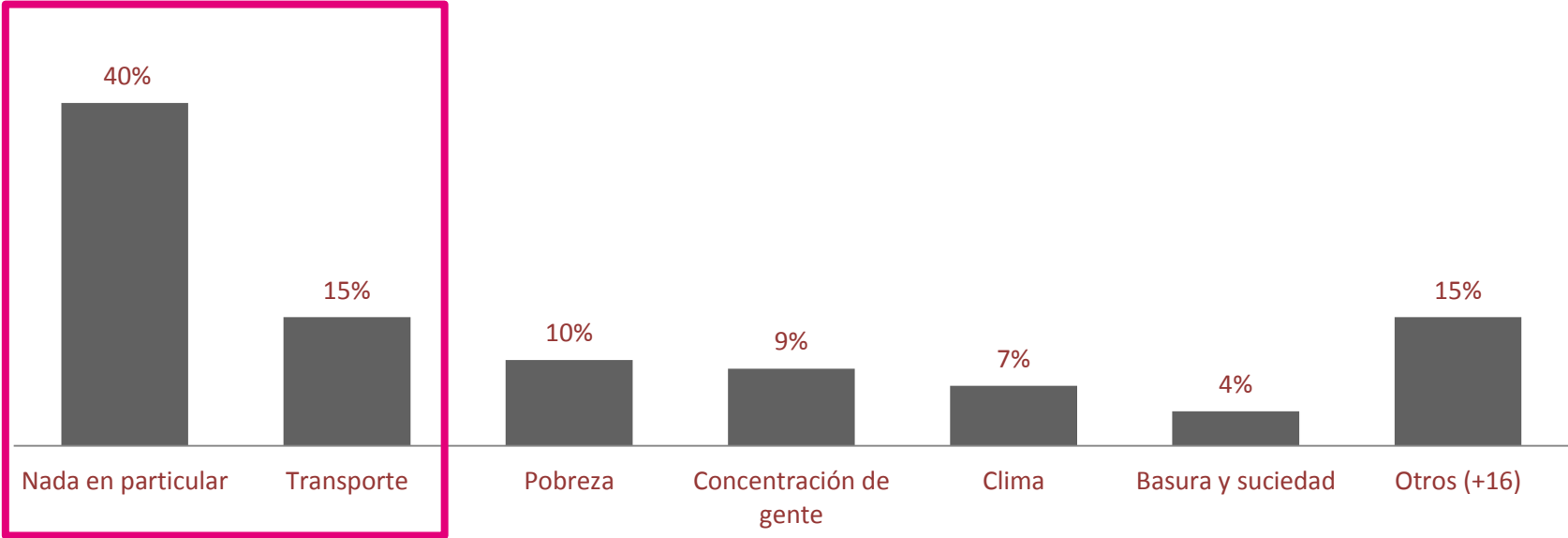
Base: 429 casos





## Lo que NO GUSTA de la Ciudad de México

Base: 435 casos

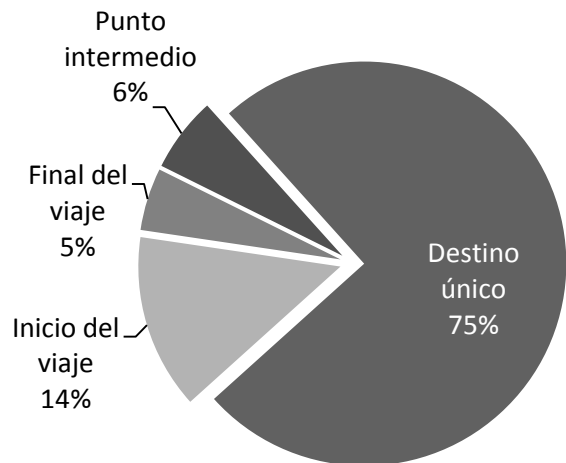




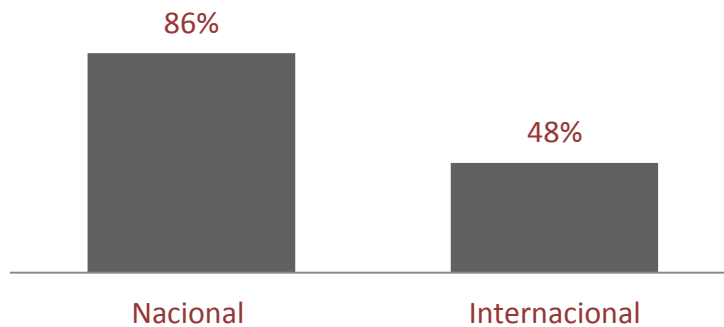


### Ciudad de México, destino único del viaje

Base: 435 casos



### Ciudad de México como destino único

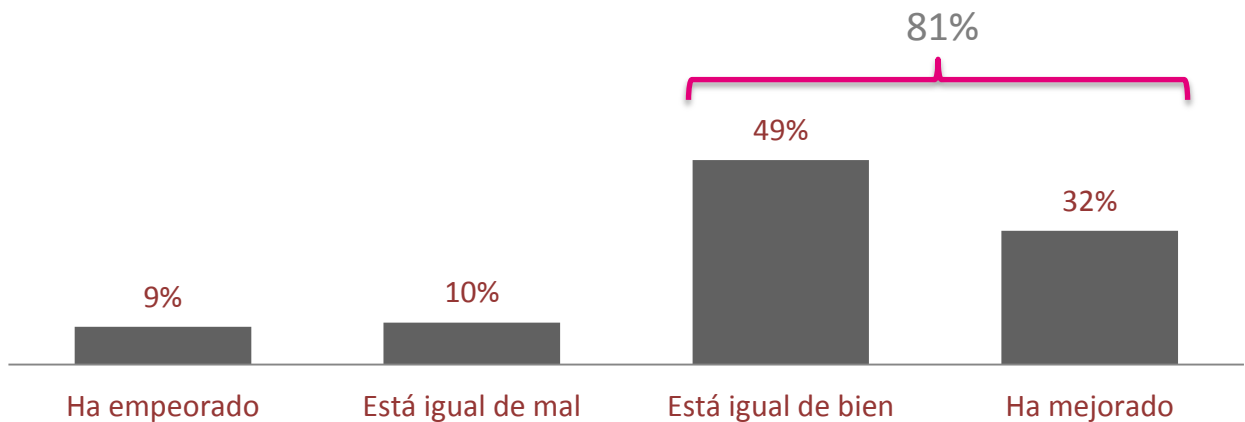




## Percepción comparativa

Base: 303 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

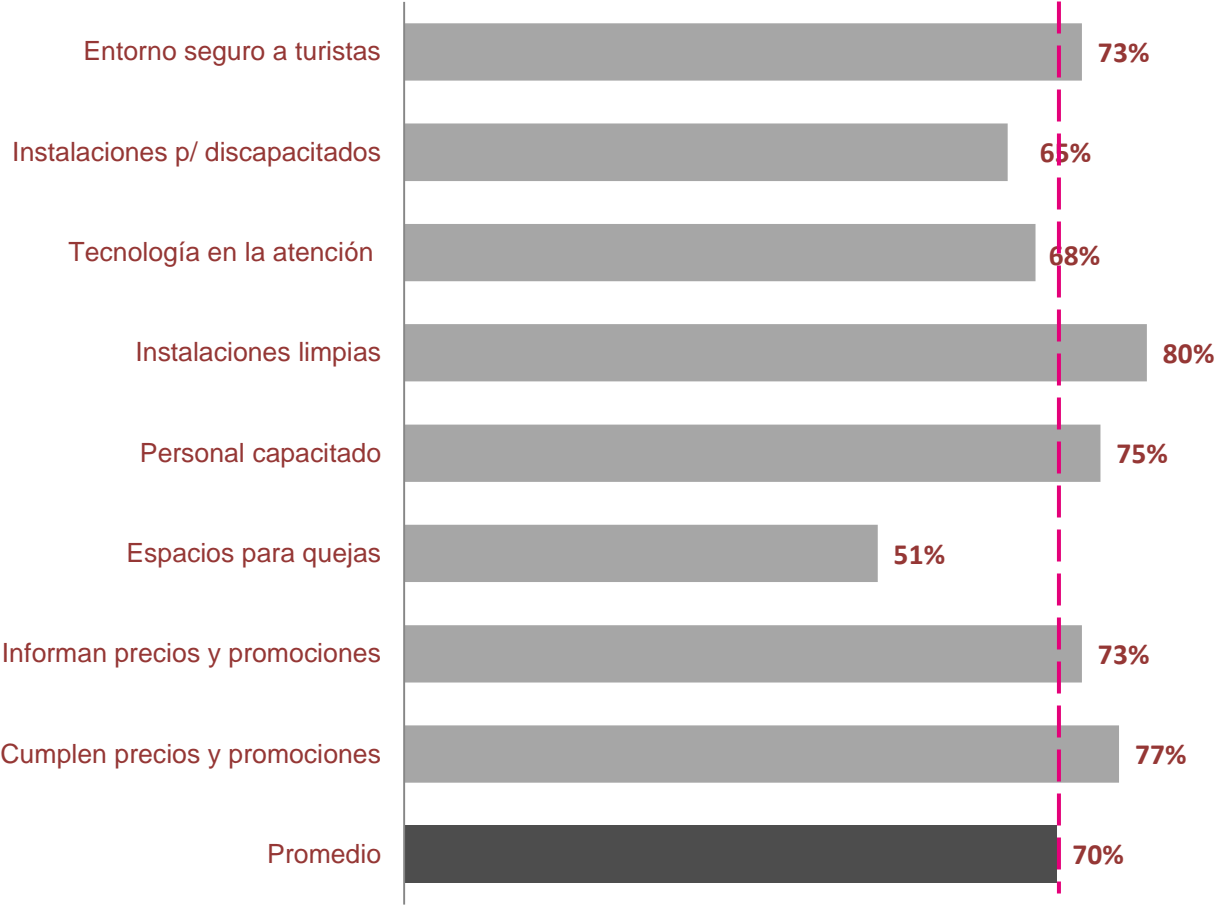
Base: 303 turistas

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	81%	81%	83%	77%	82%	80%	84%	78%	80%	90%
Negativa	19%	19%	17%	23%	18%	20%	16%	22%	20%	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Prestadores de Servicios turísticos**

Base: 435 casos

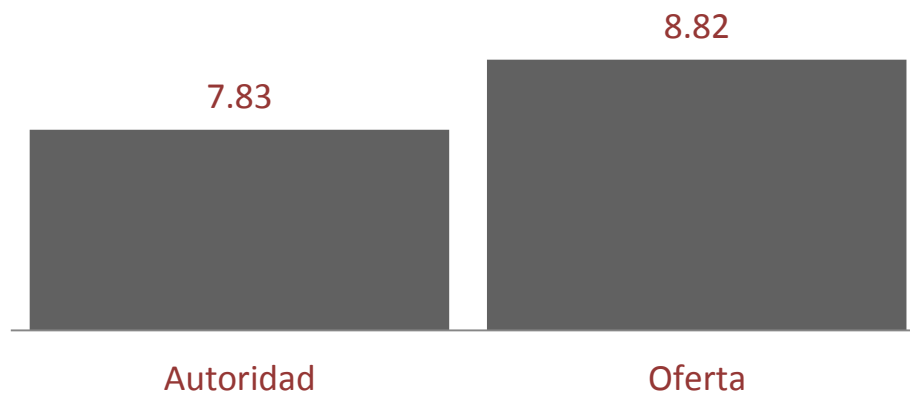
**Cumplimiento de obligaciones normativas**



## 4. Percepción sobre la CDMX



**Evaluación**  
(Escala del 1 al 10)



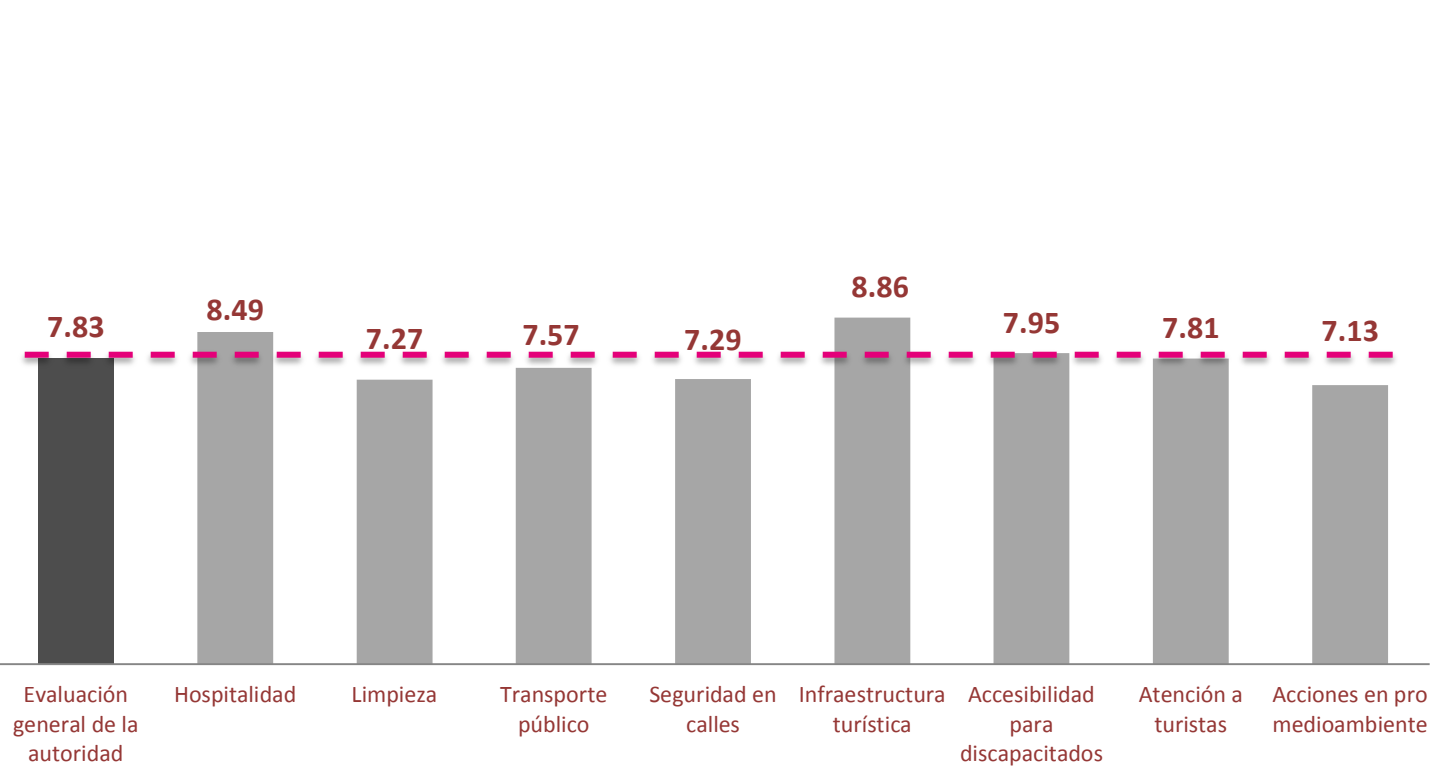
# 4. Percepción sobre la CDMX



## Temas relacionados con la Autoridad

(Escala del 1 al 10)

Base: 433 casos



ÍNDICE	
Media	7,83
Mediana	8.00
Moda	8

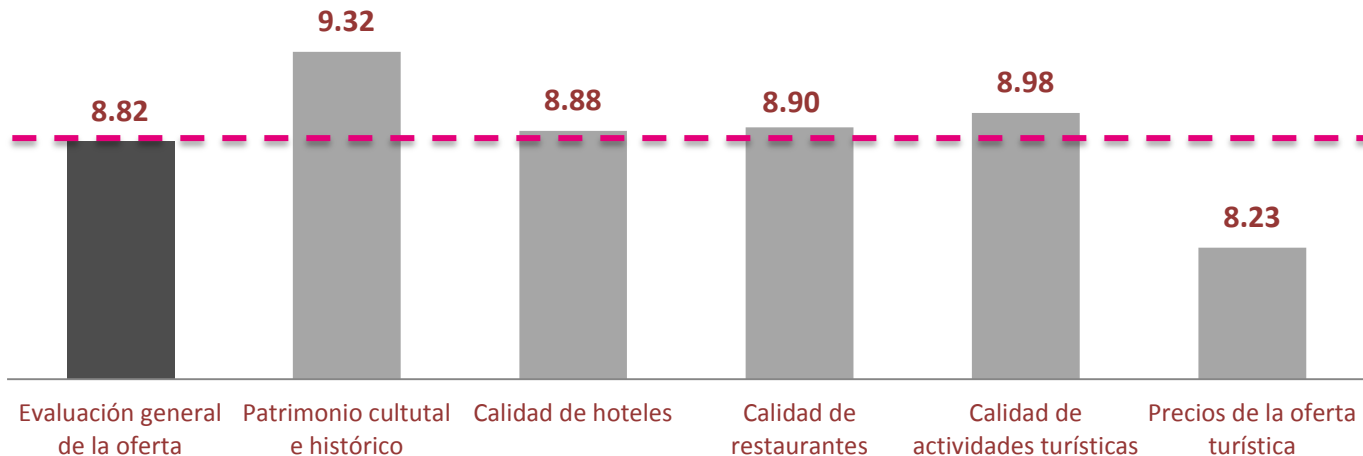
## 4. Percepción sobre la CDMX



### Temas relacionados con la Oferta Turística

(Escala del 1 al 10)

Base: 433 casos



ÍNDICE	
Media	8,82
Mediana	9.00
Moda	10



**Valoración comparativa**

(Escala del 1 al 10)

Origen del turista		Media
Autoridad 7.83	Nacional	7.70
	Internacional	8.13
Oferta turística 8.82	Nacional	8.74
	Internacional	9.00

Frecuencia de visita		Media
Autoridad 7.83	Primera vez	8.26
	Eventual	7.70
	Frecuente	7.54
Oferta turística 8.82	Primera vez	9.06
	Eventual	8.77
	Frecuente	8.61

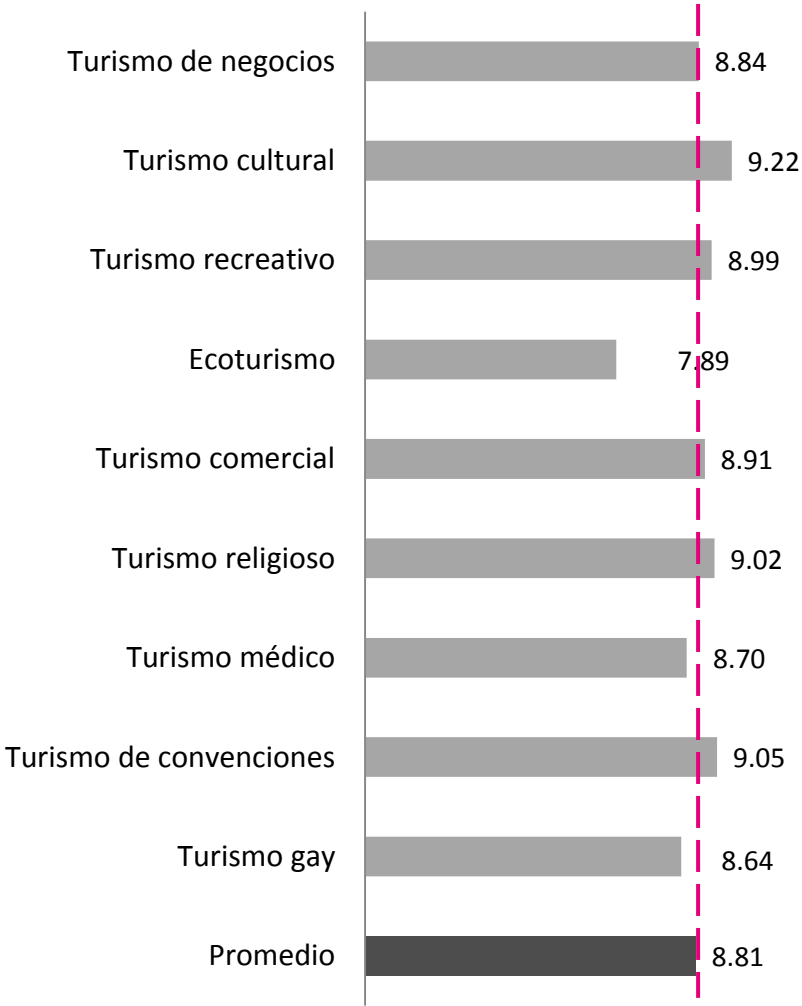




**Evaluación de segmentos turísticos**

(Escala del 1 al 10)

Base: 115 casos



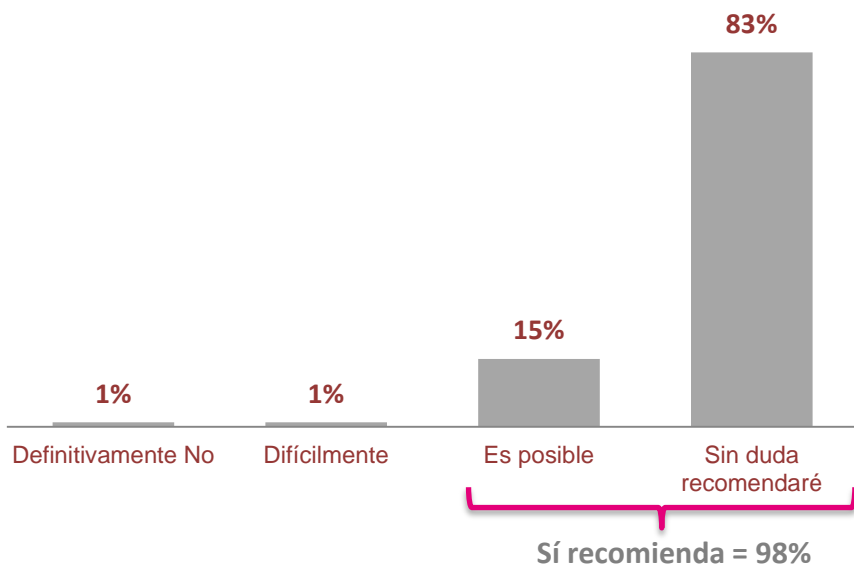
# 4. Percepción sobre la CDMX



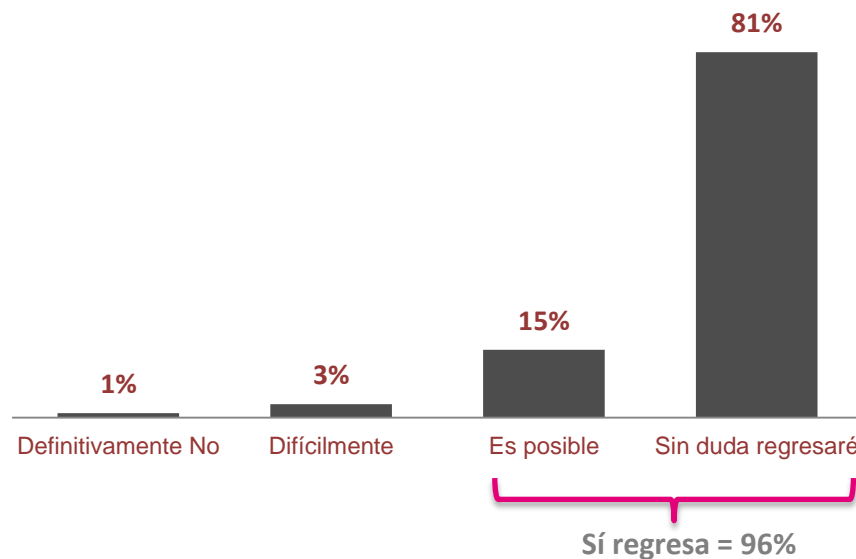
## Experiencia de la visita

Base: 417 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: 417 casos

Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	97%
	Internacional	99%
	<b>A totales</b>	98%
Sí Regresaría	Nacional	94%
	Internacional	100%
	<b>A totales</b>	96%

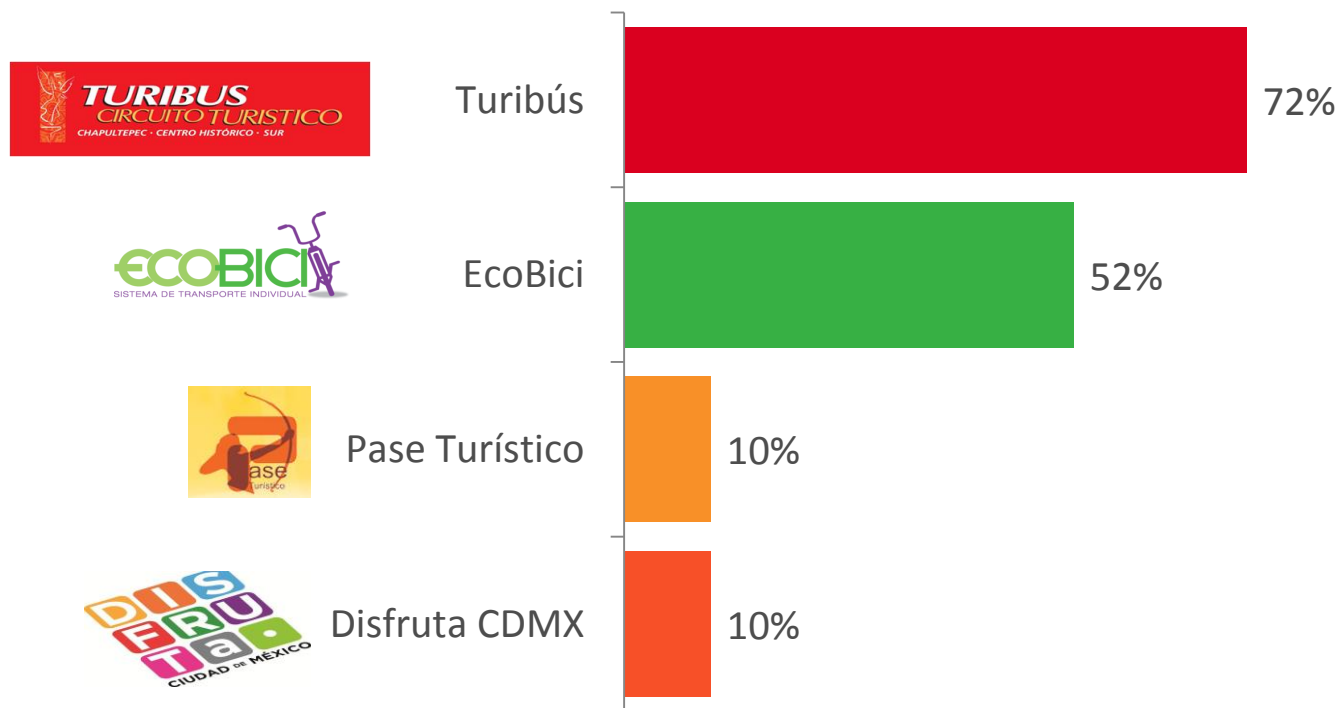


## Resultados

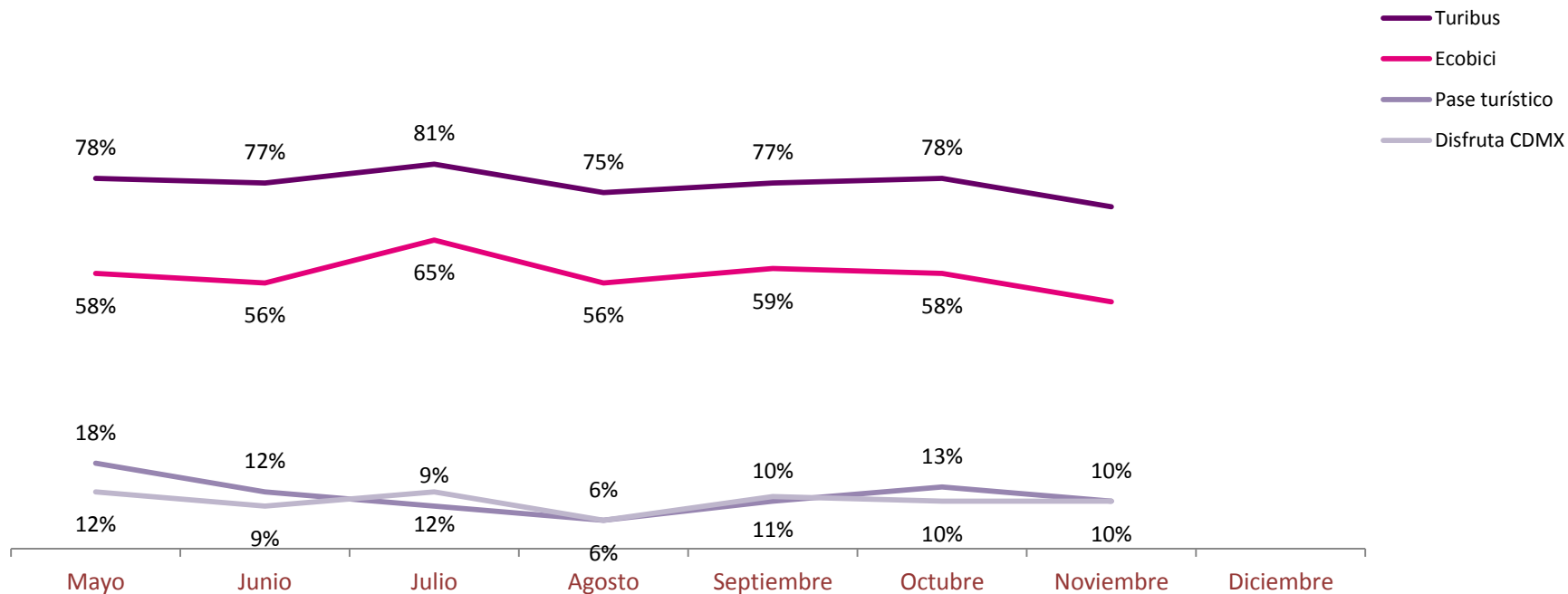
### 5. Evaluación de programas y SECTUR CDMX

## Conocimiento de Programas

Base: 435 casos



## Conocimiento de Programas Resumen mensual



## Conocimiento de Programas

Base: 435 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	72%	72%	73%	72%	72%	68%	74%	70%	77%	60%
EcoBici	52%	55%	56%	51%	48%	39%	53%	51%	57%	41%
Pase Turístico	10%	5%	11%	10%	13%	11%	11%	9%	11%	7%
Disfruta CDMX	10%	12%	12%	7%	10%	4%	13%	8%	13%	2%
<b>Promedio de conocimiento</b>	<b>36%</b>									

## Conocimiento de Programas

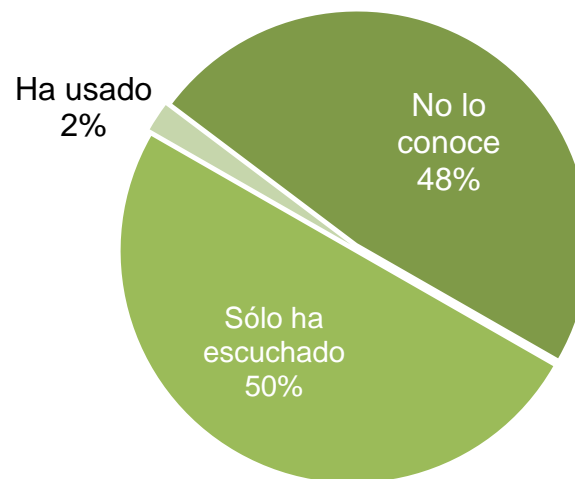
Base: 435 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de TURIBÚS?



¿Conoce o ha escuchado hablar de ECOBICI?



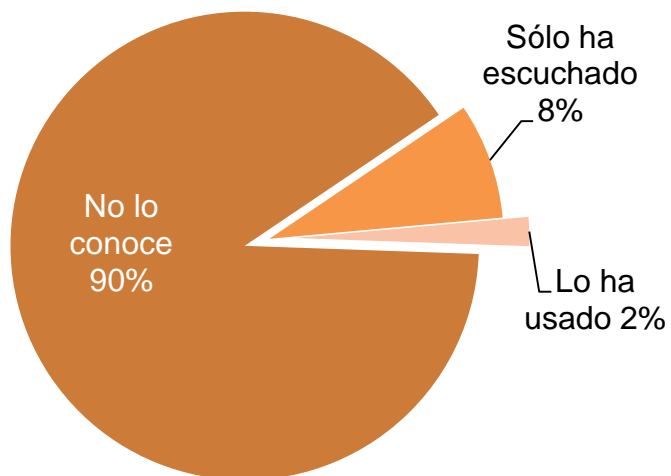


## Conocimiento de Programas

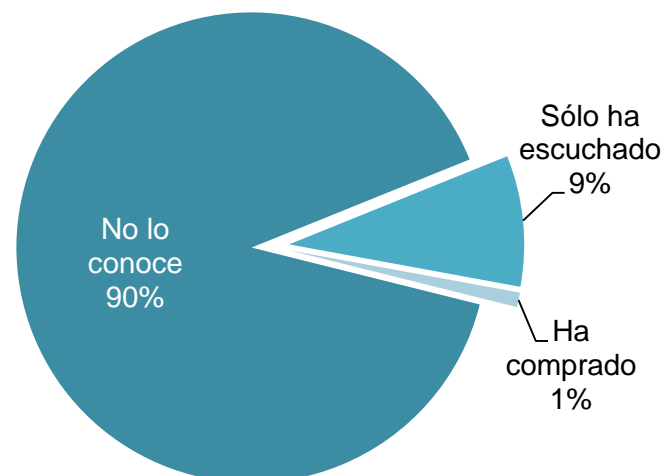
Base: 435 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de PASE TURÍSTICO?



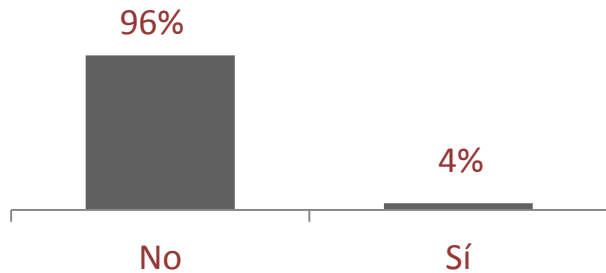
¿Conoce o ha escuchado hablar de Disfruta CDMX?



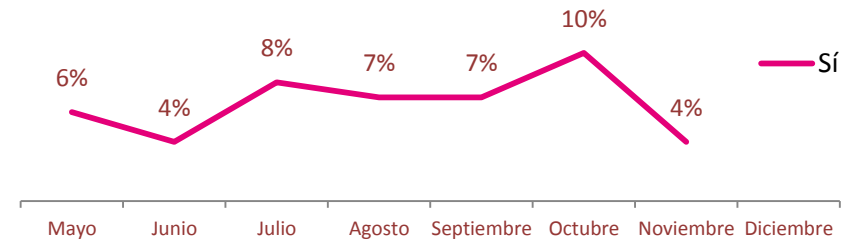
## Página web SECTUR CDMX

Base: 435 casos

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



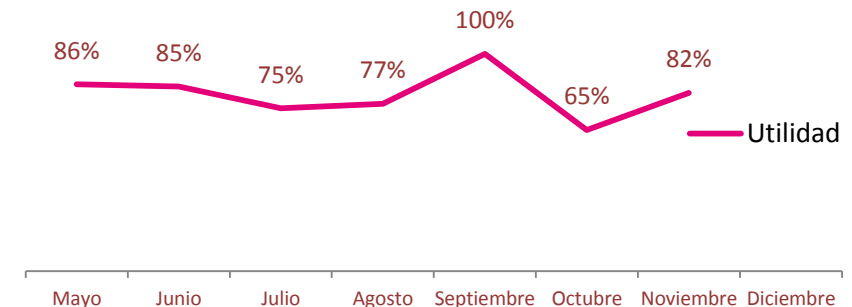
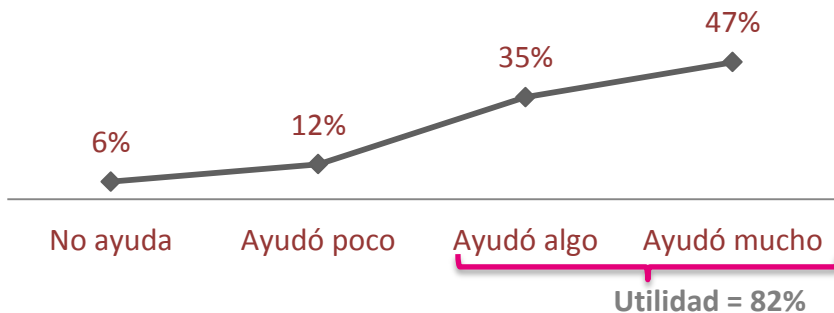
## Resumen Mensual



*¿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: 17 casos

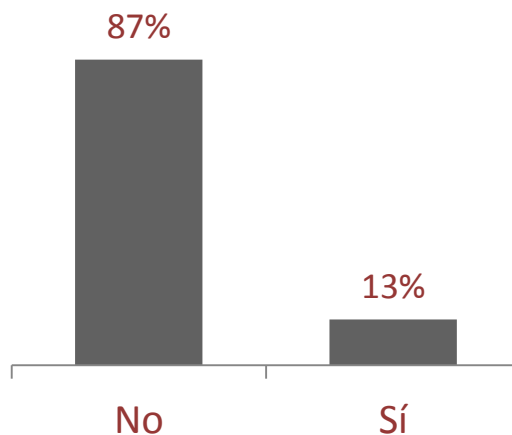




## Consulta de Páginas web

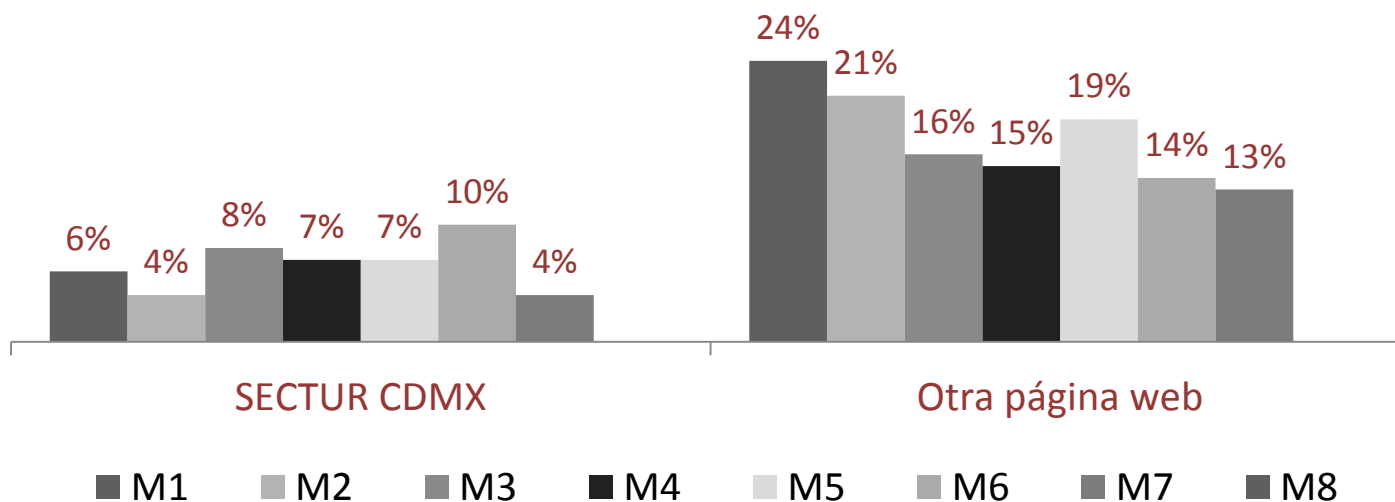
Base: 435 casos

*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%)*

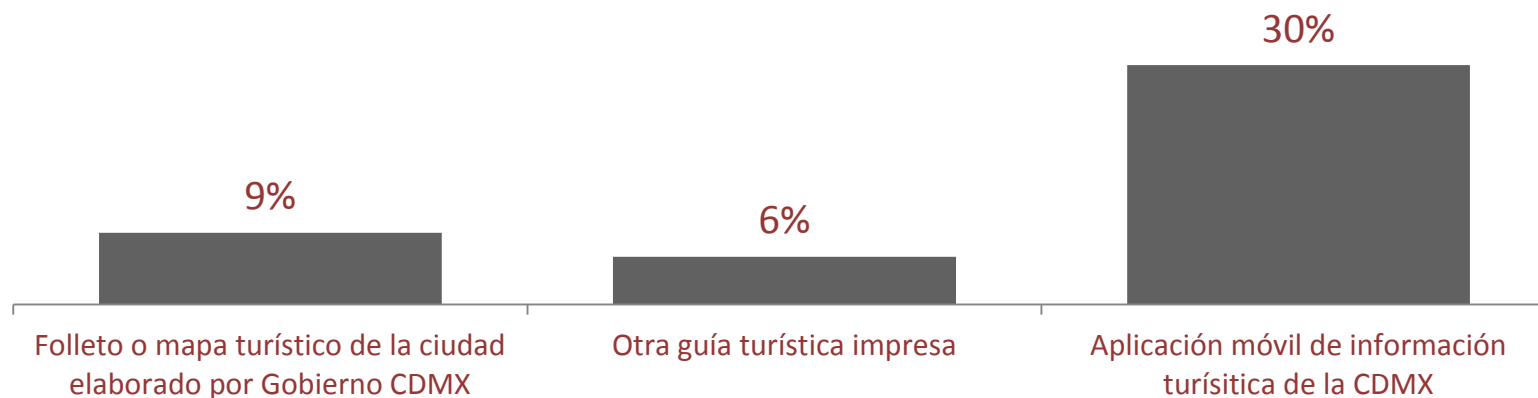


## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

Base: 435 casos

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



## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

Base: 435 casos

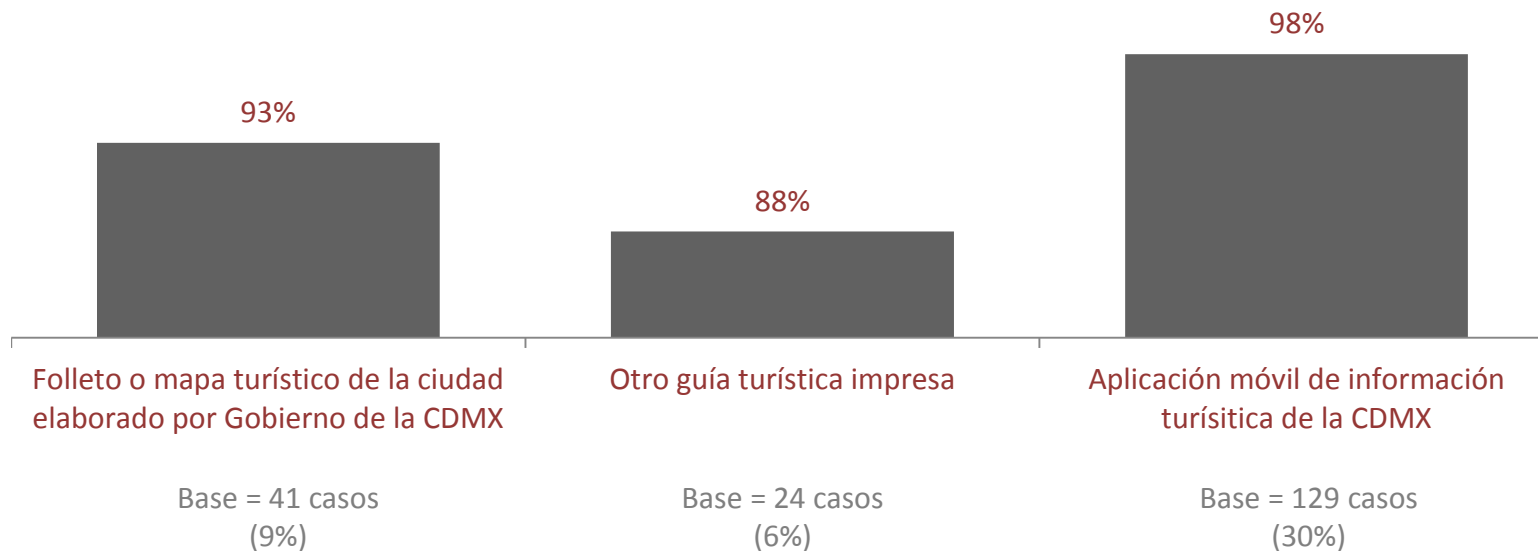
*¿Durante su estancia en la Ciudad de México utilizó ...*

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	9%	5%	13%	13%	6%	7%	11%	8%	7%	16%
Otro guía turística impresa	6%	3%	7%	5%	5%	11%	5%	6%	2%	15%
Aplicación móvil de información turística de la CDMX	30%	28%	39%	26%	27%	11%	31%	29%	22%	49%
<b>Promedio de conocimiento</b>	<b>15%</b>									

## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

*¿Qué tan útil le resultó ...*

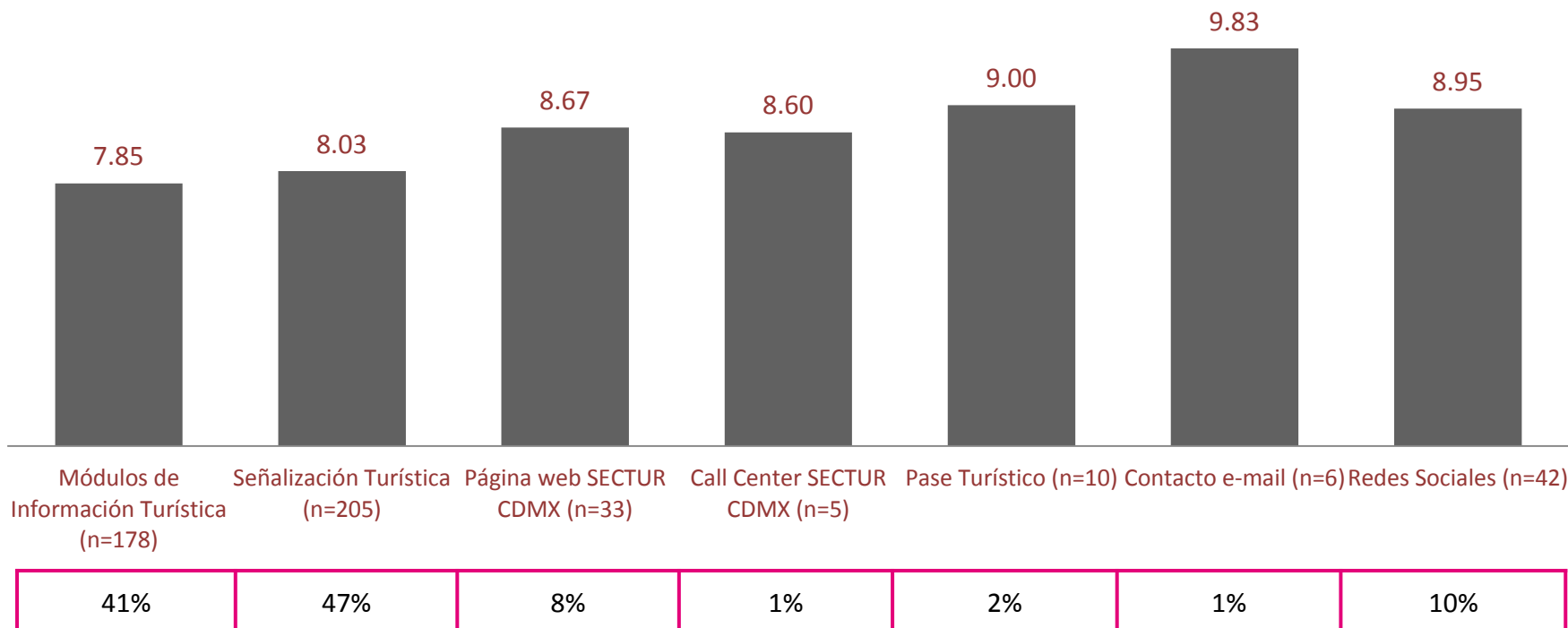


\* Corresponde a la suma de las respuestas *algo útil* y *muy útil*.



## 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: 277 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?*

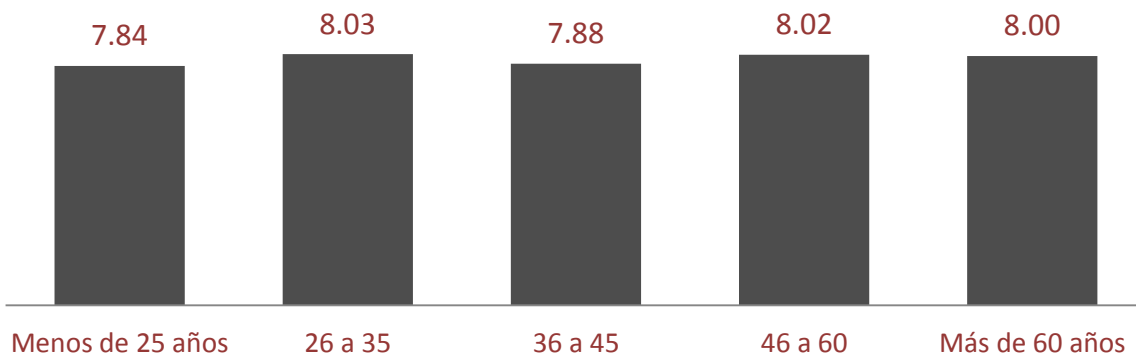
<b>Media</b>	<b>7.96</b>
Mediana	8.00
Moda	8

Escala del 1 al 10



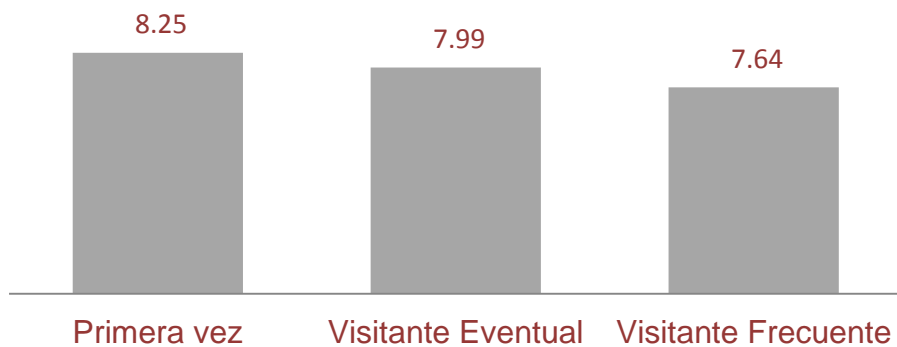
## Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10  
Base: 277 casos



<b>Media</b>	<b>7.96</b>
Mediana	8.00
Moda	8

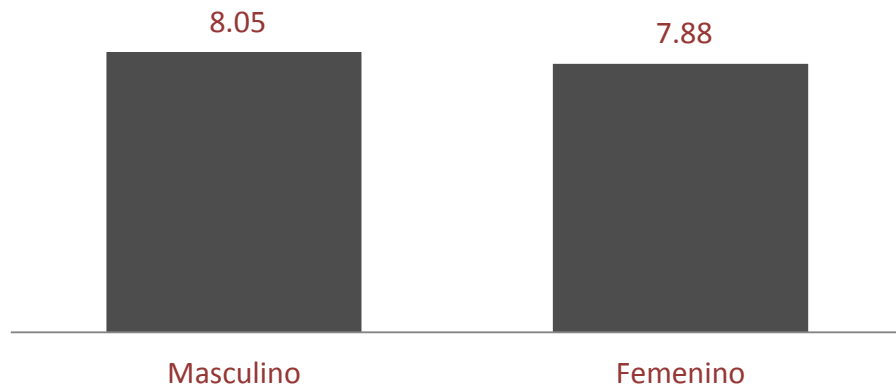
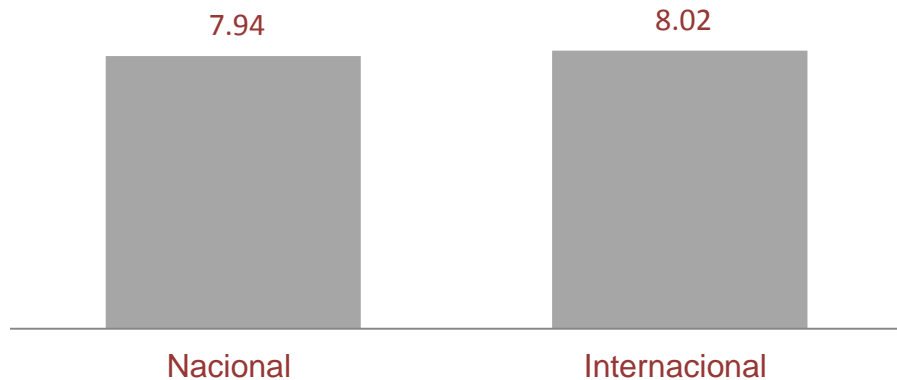
Escala del 1 al 10





## Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10  
Base: 277 casos

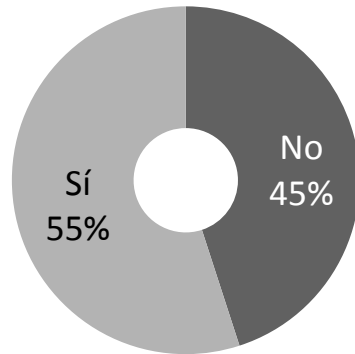


<b>Media</b>	<b>7.96</b>
Mediana	8.00
Moda	8
<b>Escala del 1 al 10</b>	

## Recordación Publicitaria

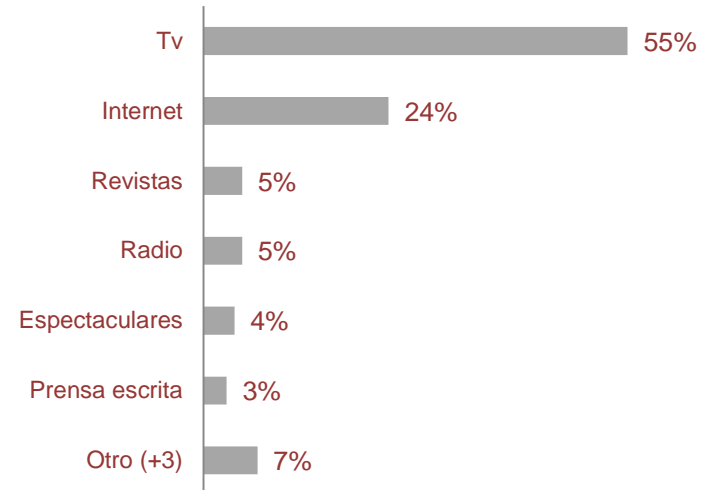
En los últimos 12 meses, ¿recuerda haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México?

Base: 435

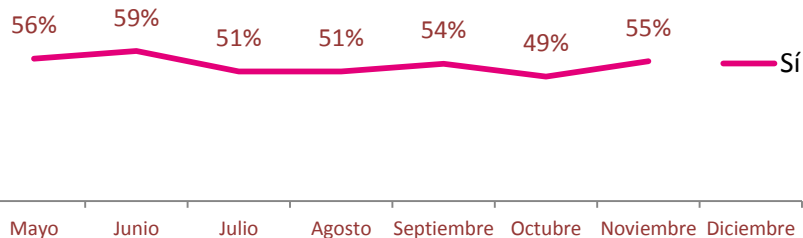


## Medio de comunicación

Base: 238 casos



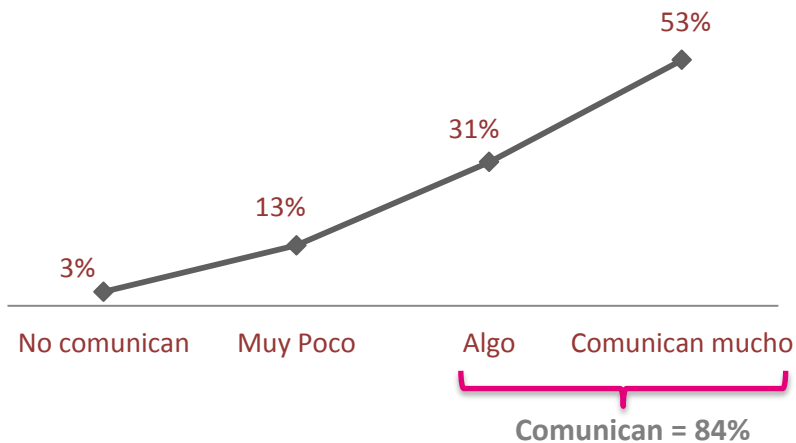
## Resumen Mensual



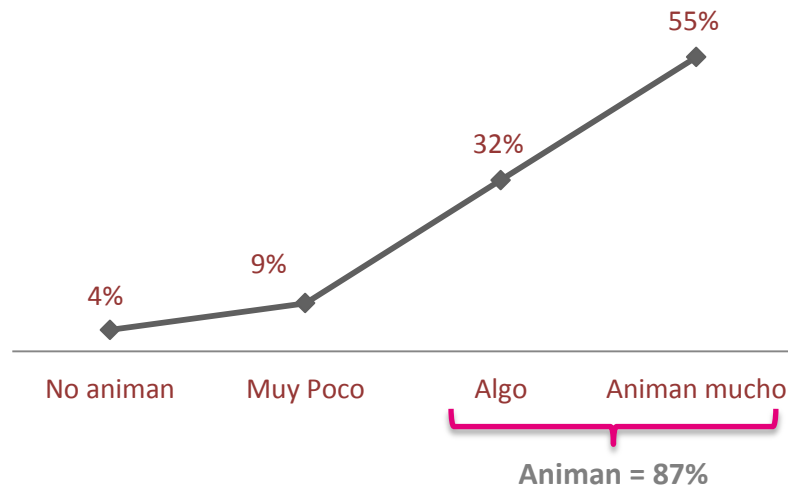
## Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 237 casos

*¿Qué tanto comunican esos mensajes?*



*¿Qué tanto animan visitar a la Ciudad ?*



## Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 277 casos

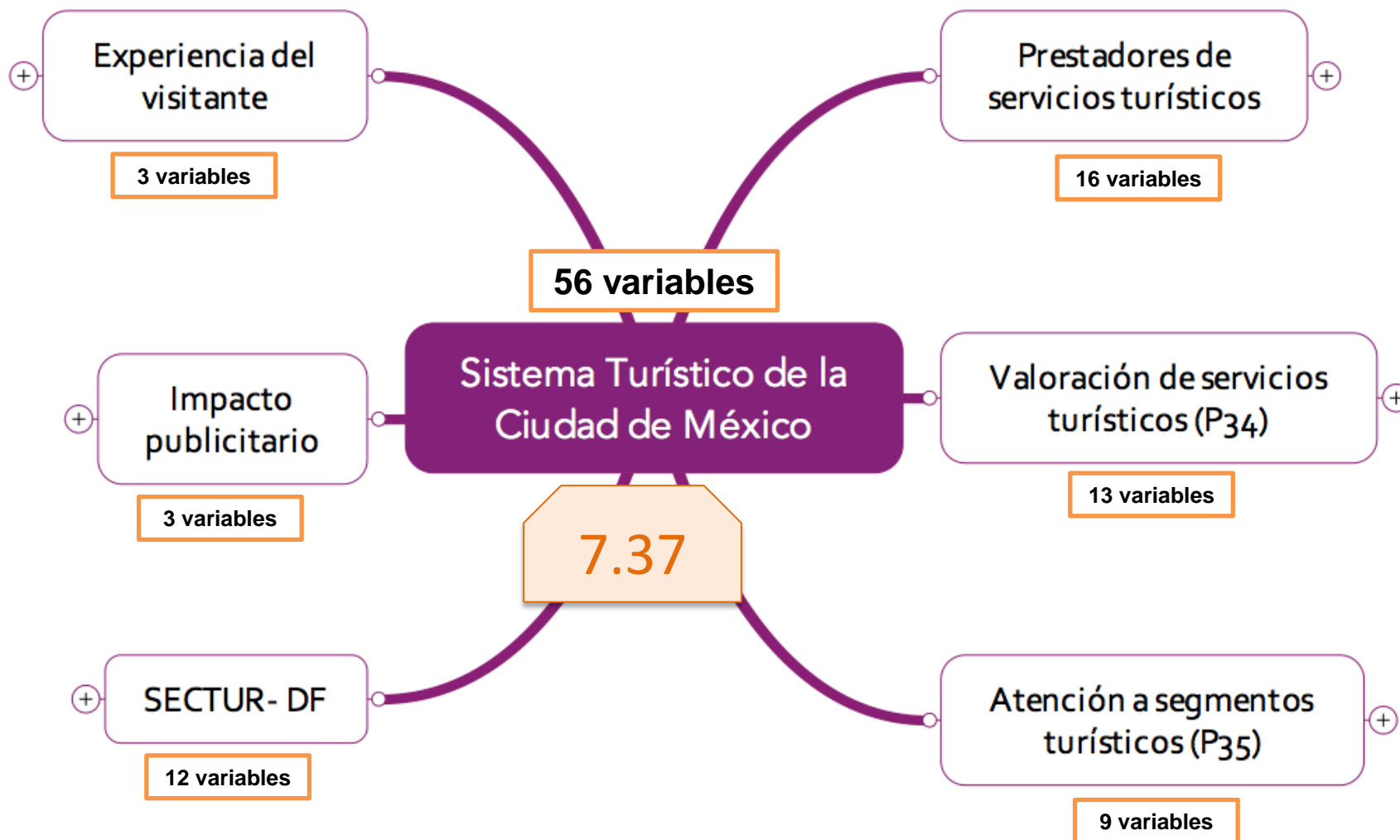
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa que quienes NO recuerdan campañas publicitarias del gobierno de la Ciudad tienen una percepción más baja del desempeño de SECTUR-CDMX.

Calificación	Recordación publicitaria	
	SÍ	NO
Desempeño de SECTUR CDMX (7.96)	8.13	7.70



## Resultados

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







Escala del 1 al 10

**Sistema Turístico de la Ciudad de México**

<b>Atención a segmentos</b> 8.86	<b>Impacto Publicitario</b> 4.77	<b>SECTUR CDMX</b> 4.35	<b>Experiencia del visitante</b> 8.74
-------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------	--

Prestadores de servicios turísticos		Servicios turísticos	
Alojamiento 8.74	Marco regulatorio 8.19	Oferta turística 8.82	Autoridad 7.83

**Total**  
**7.37**

\*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

**noviembre 2016**

**7.37**

Totales	Género		Origen	
	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
7.37	7.50	7.26	7.39	7.32

Totales	Grupo de edad				
	Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60
7.37	7.38	7.42	7.35	7.36	7.14

Escala del 1 al 10

**noviembre 2016**

**7.37**

**Turistas Nacionales**

Totales	Turistas Nacionales				
	Noroeste	Noreste	Centro-Bajío	Sur	Sureste
7.39	8.19	8.03	7.26	6.93	7.01

**Turistas Internacionales**

Totales	Turistas Internacionales				
	Norteamérica	Centro y Sudamérica	Europa	Asia	Oceanía
7.32	7.25	7.68	7.05	6.99	6.89



Escala del 1 al 10

**noviembre 2016**

**7.37**

Totales	Motivo del Viaje			
	Vacaciones	Visita Familiares	Trabajo	Visita Cultural
7.37	7.36	7.22	7.27	7.49

Totales	Pernocta en la Ciudad	
	SÍ	NO
7.37	7.38	7.32

Totales	Frecuencia de visita a la Ciudad de México		
	Primera Vez	Eventual	Frecuente
7.37	7.42	7.36	7.32



Escala del 1 al 10

**noviembre 2016**

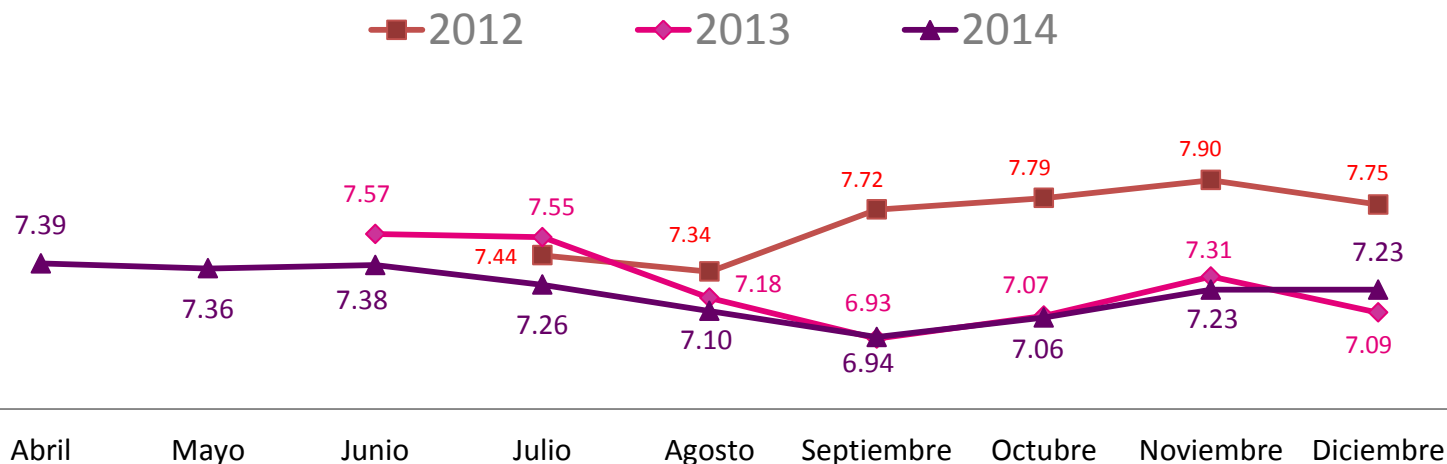
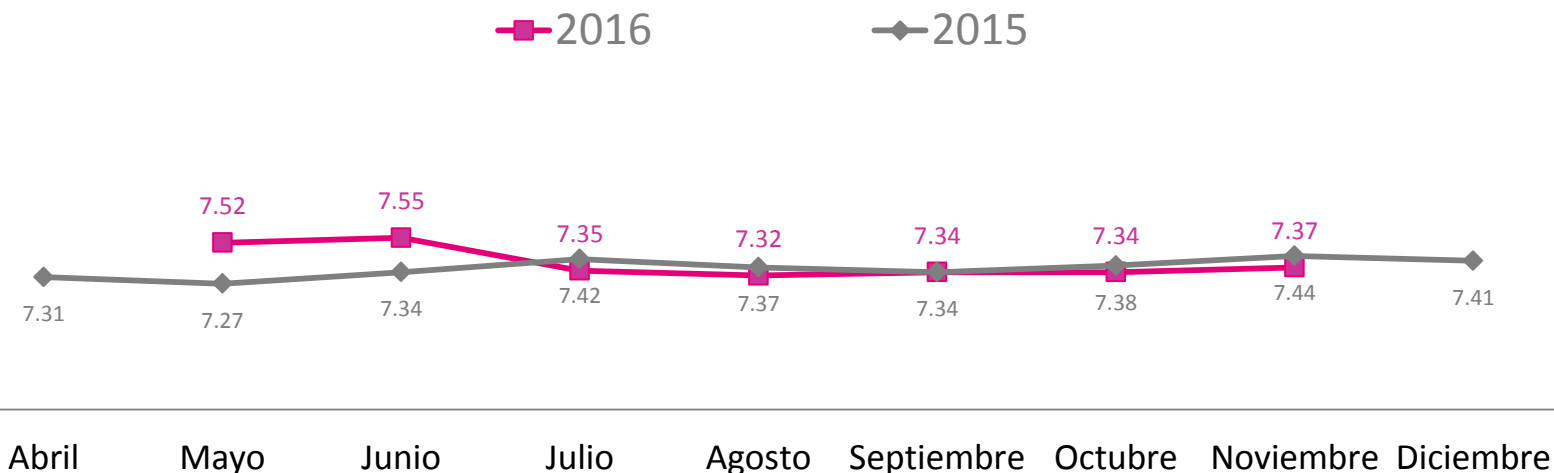
**7.37**

Totales	Tipo de Alojamiento			
	Familiares o amigos	Hotel	Alojamiento de bajo costo	Departamento rentado
7.38	7.18	7.78	7.04	7.46

Totales	Tipo de Hotel	
	Cadena	Independiente
7.80	7.85	7.72



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.

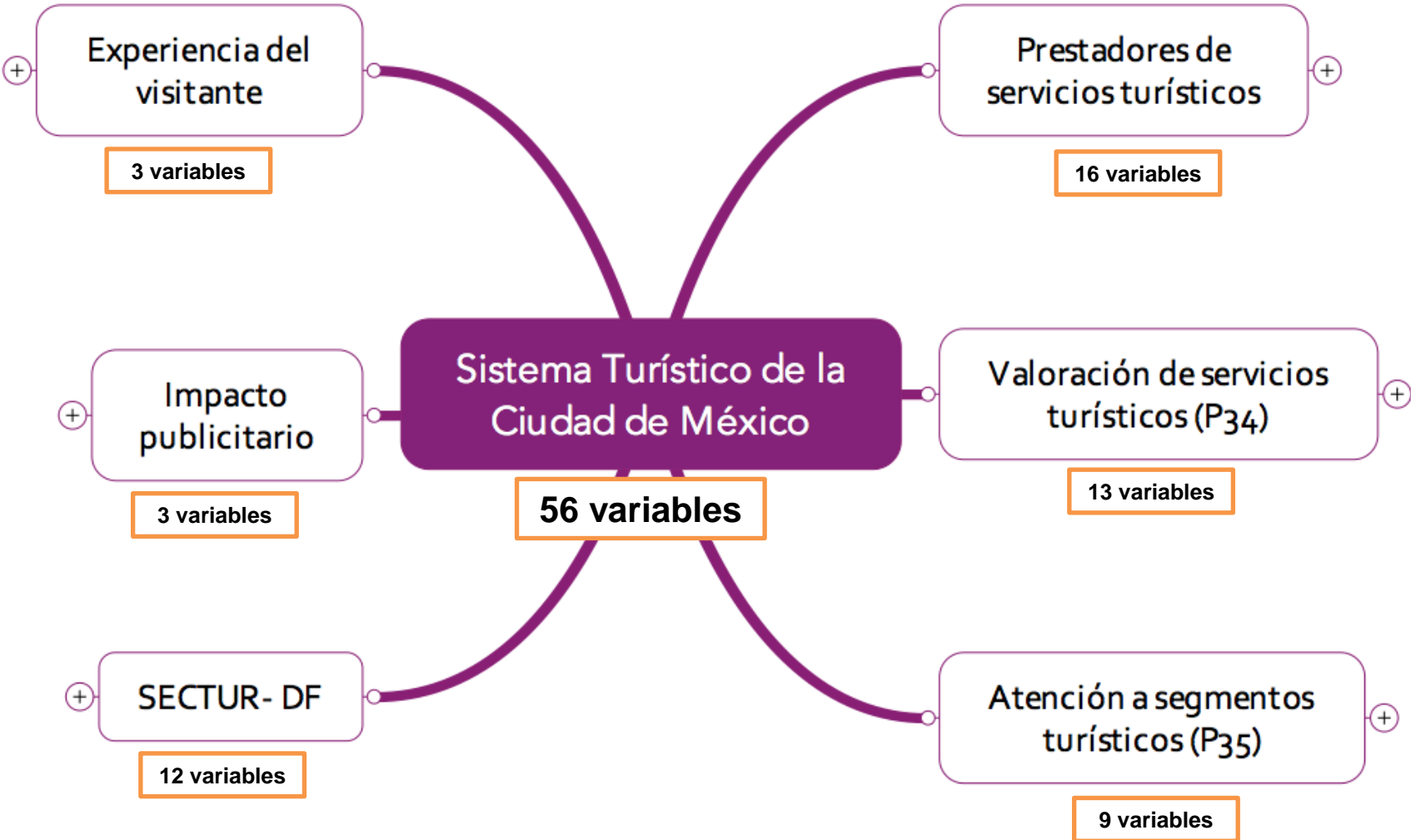
El modelo es el resultado de la media aritmética obtenida sobre las diversas respuestas proporcionadas por los turistas entrevistados respecto al conjunto de variables sujetas de análisis.

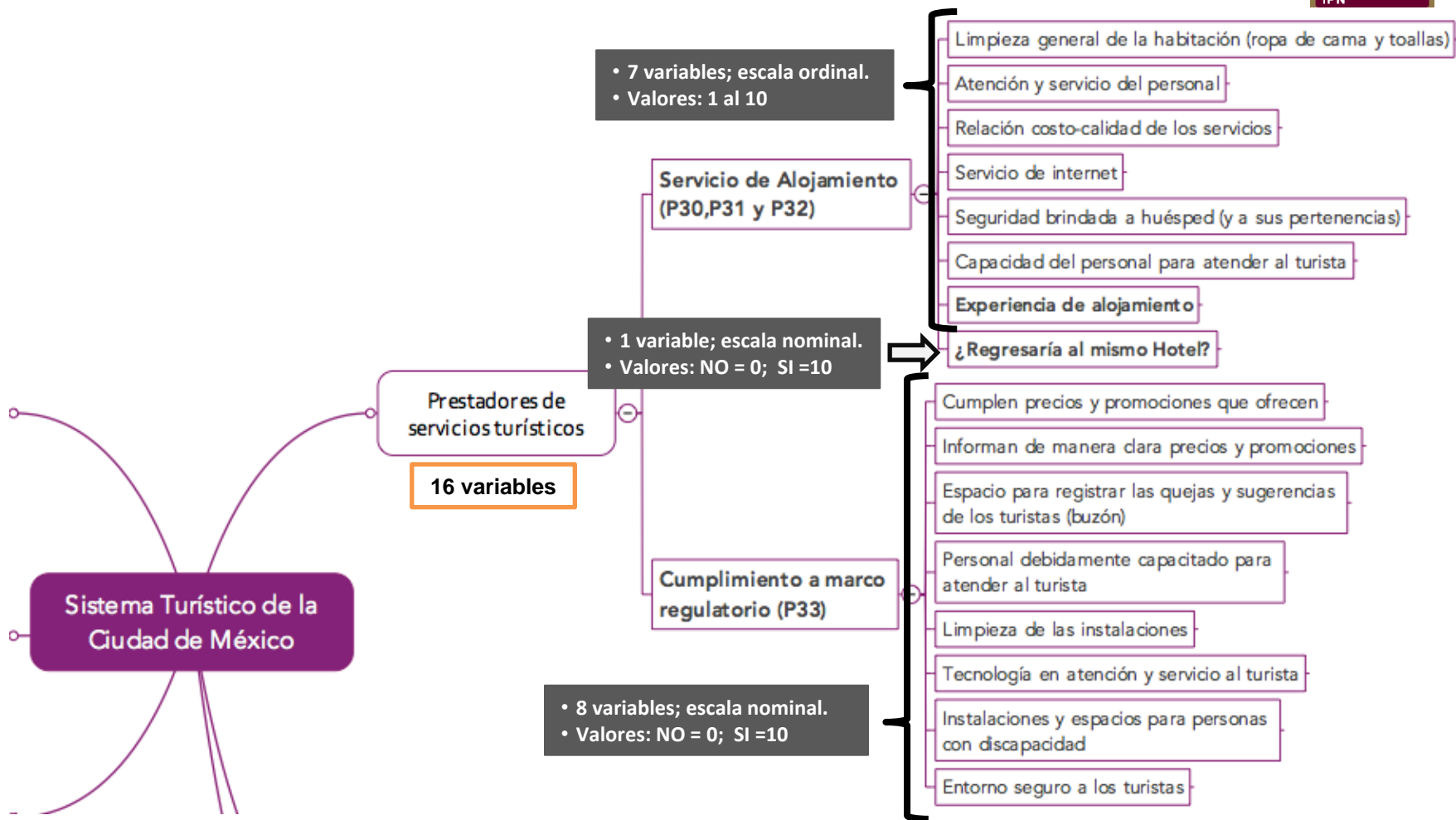
## Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

**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.



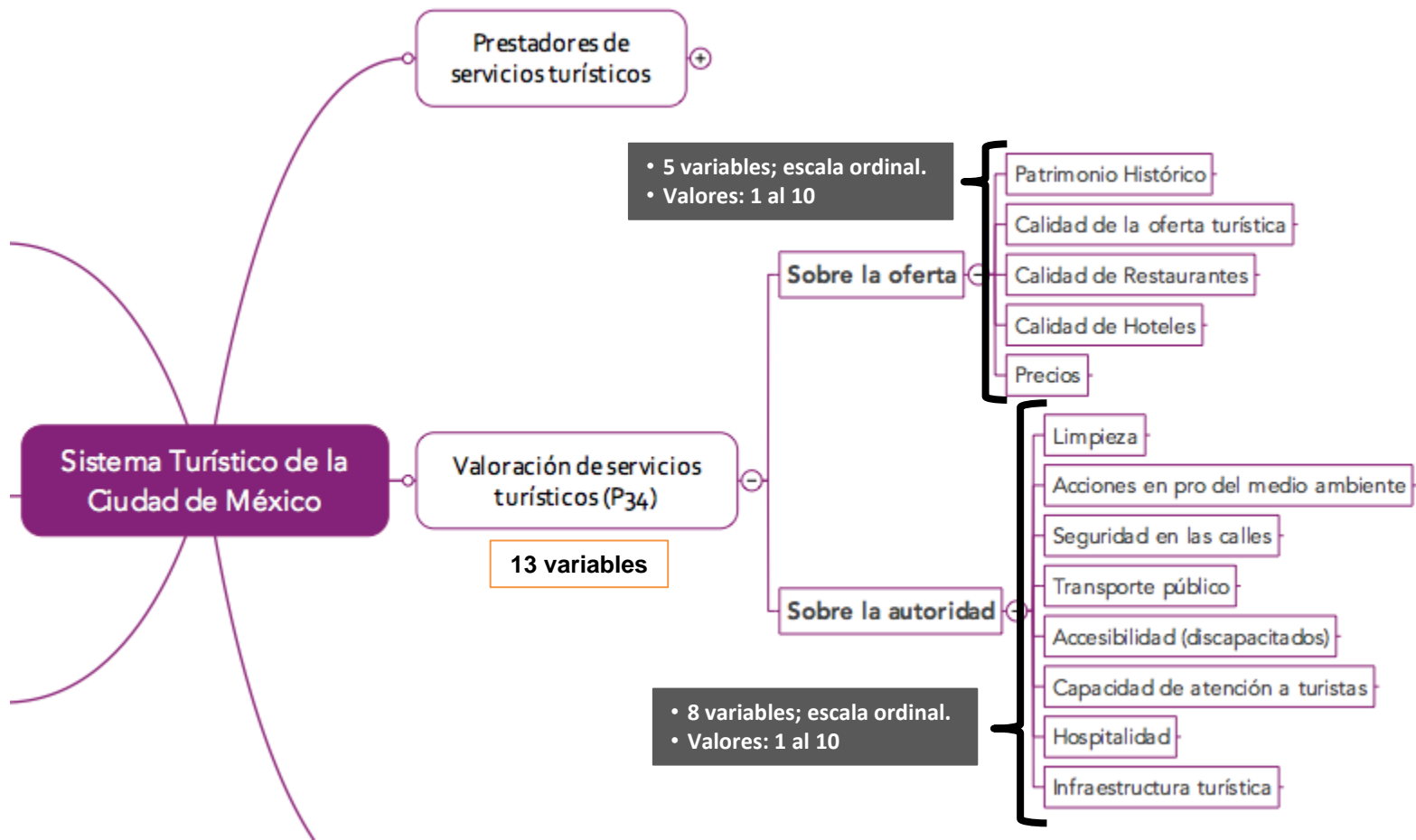


**P30.** Con base en su experiencia en esta visita a la Ciudad de México, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con su Hotel?

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

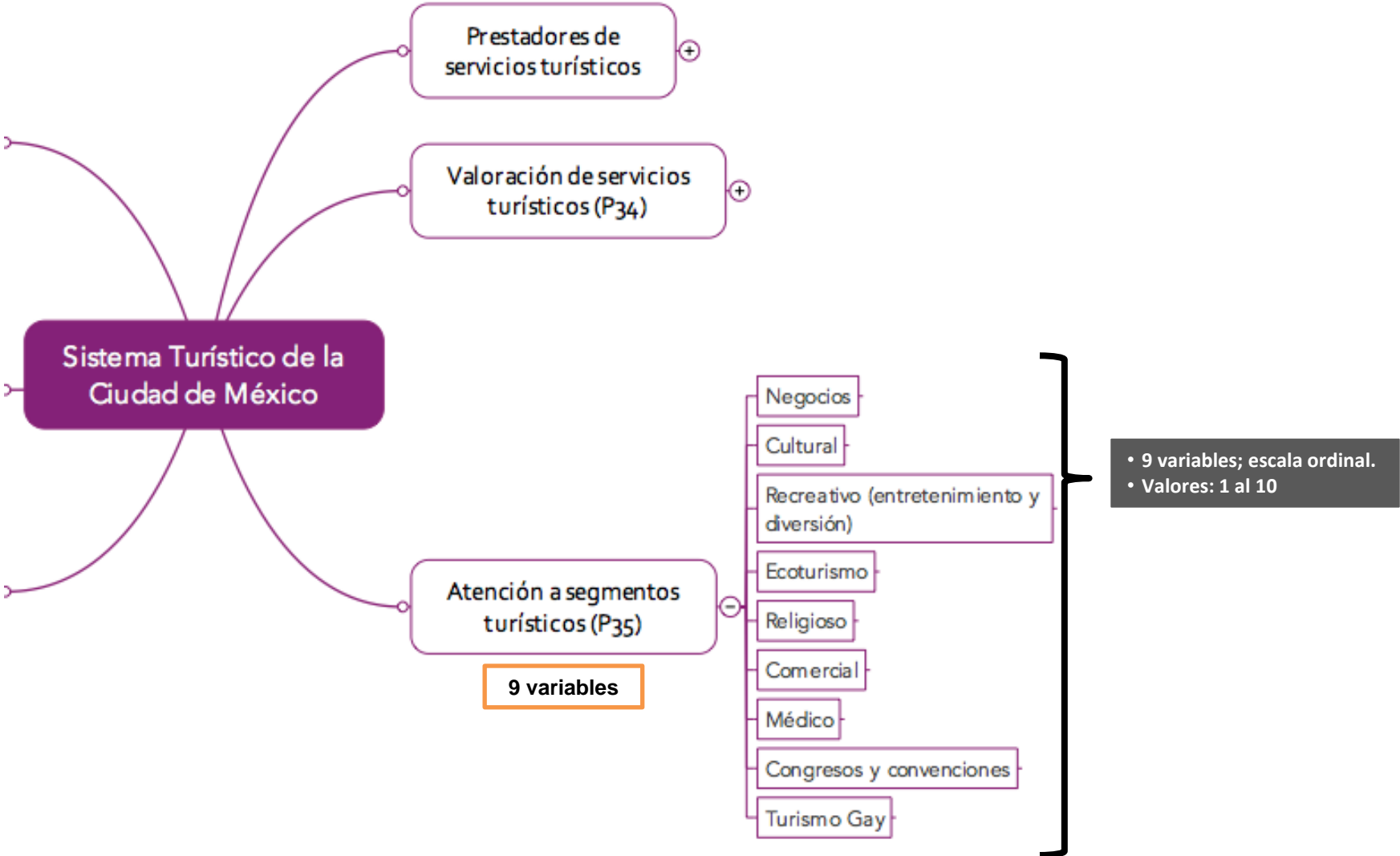
**P32.** Tomando en cuenta esta experiencia, ¿regresaría usted a este Hotel en su próximo viaje a la Ciudad de México?

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



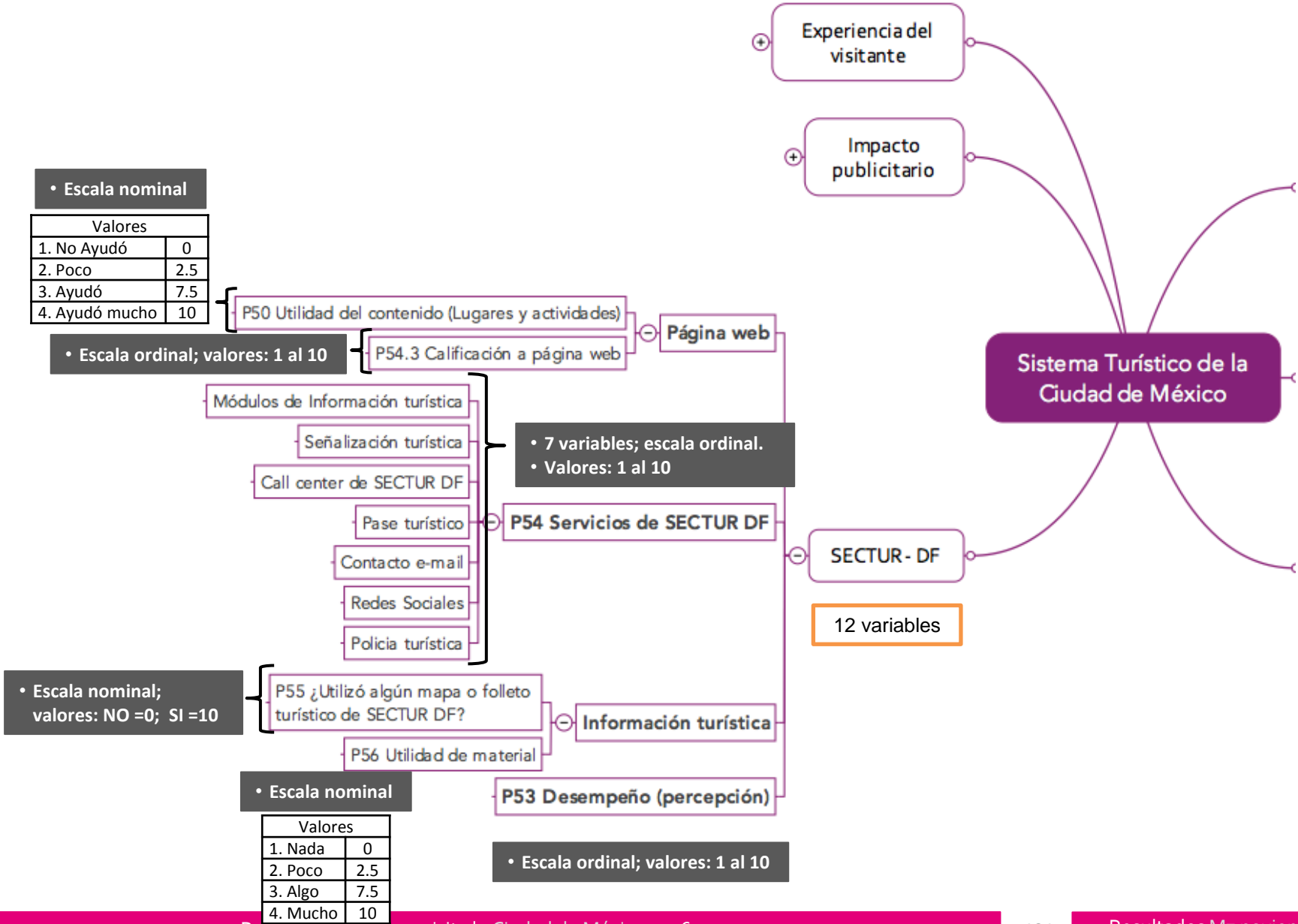
**P34.** Con base en su experiencia, por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con la Ciudad de México?

# 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

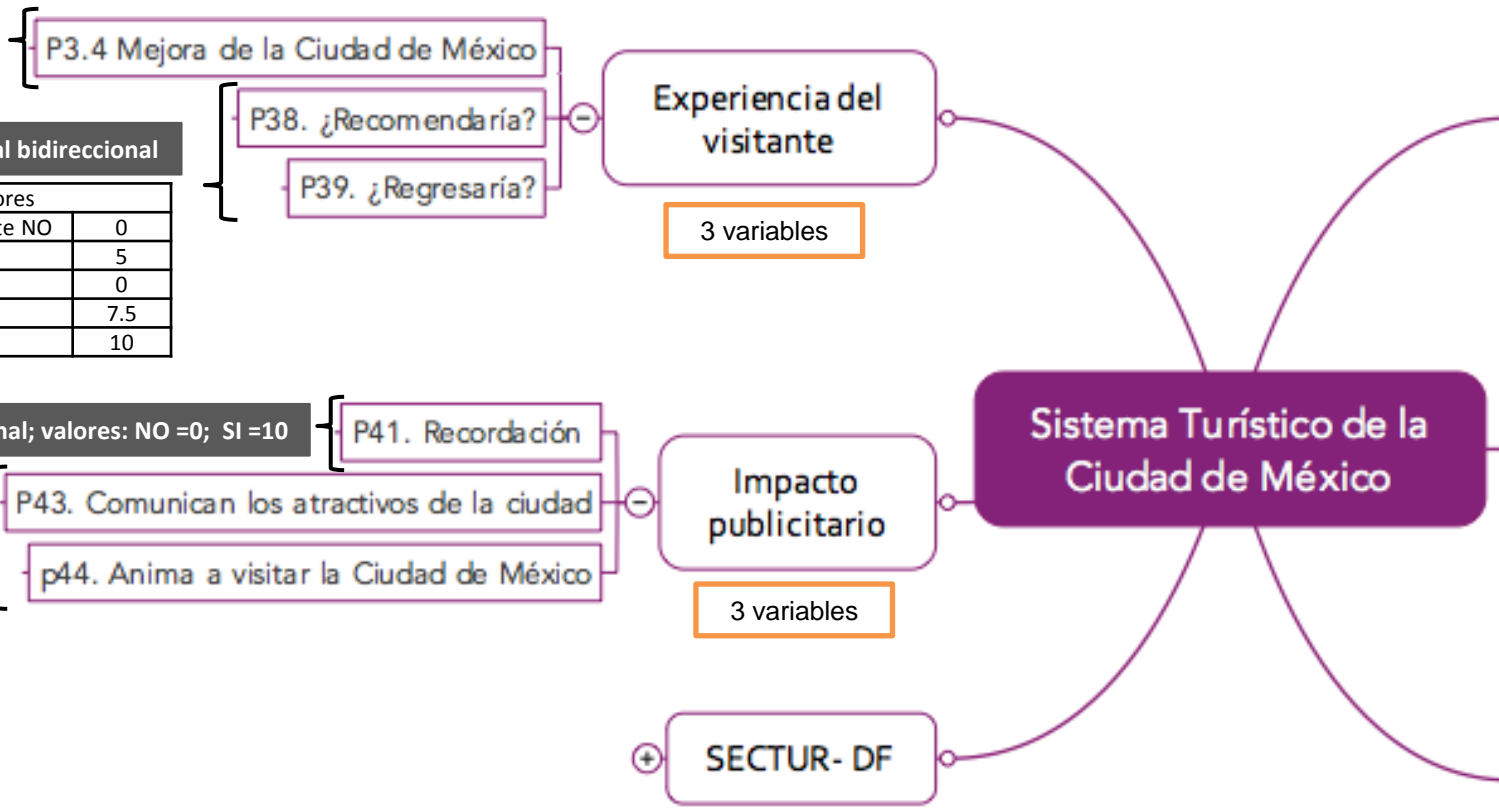
• Escala nominal bidireccional

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  
Noviembre - 2016

