

Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados
Diciembre - 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 **octava medición** de este proyecto durante 2016, misma que fue realizada durante el mes de **Diciembre (M8-2016)**, 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

- 460 encuestas efectivas

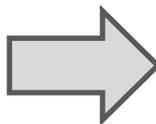
Fecha de realización

- Del 15 de al 30 de diciembre 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 $\pm 4.66\%$ en esta medición.
- Cálculo hecho con un pq de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para
calcular márgenes de error



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

Trabajo de Campo

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

Aseguramiento de Calidad

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



Resultados

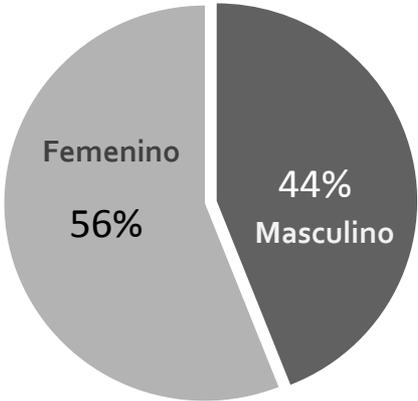
1. Perfil del turista

1. Perfil del Turista

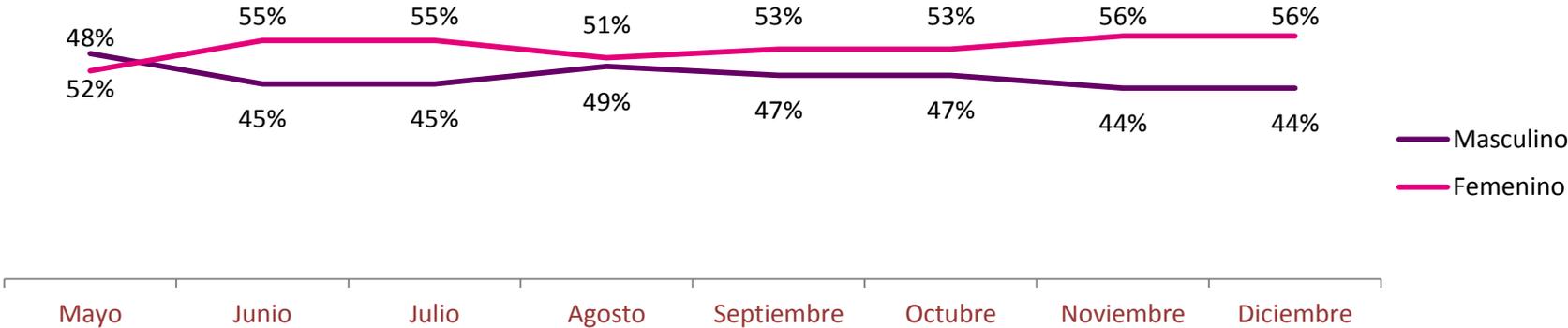


Género del entrevistado

Base: 460 casos



Comparativo Mensual



1. Perfil del Turista



Grupos de Edad estadísticos

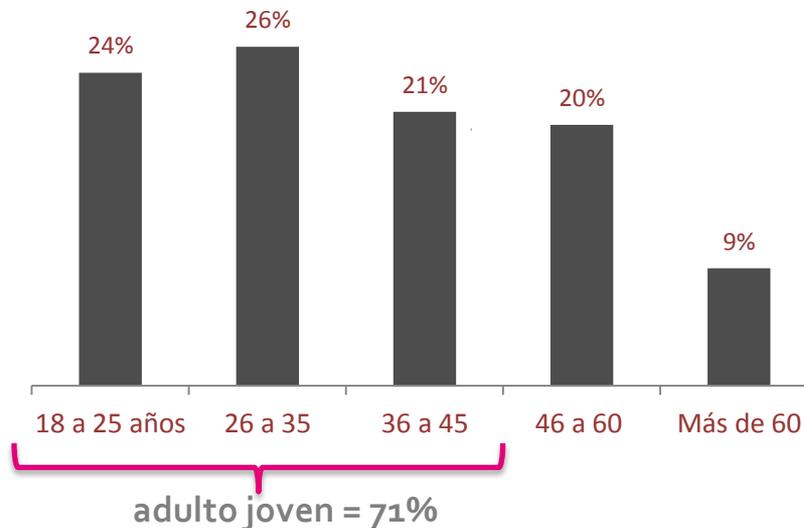
Base: 460 casos

Estadísticos

| | |
|---------|---------|
| Media | 38 años |
| Mediana | 35 años |
| Moda | 26 años |

Grupos de Edad

Base: 460 casos



Comparativo Mensual





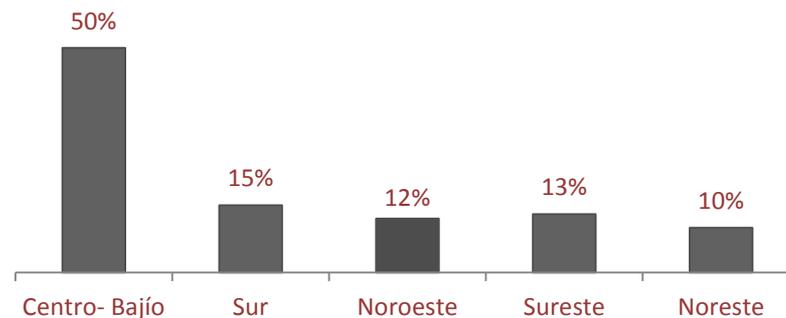
Origen del Turista

Base: 460 casos



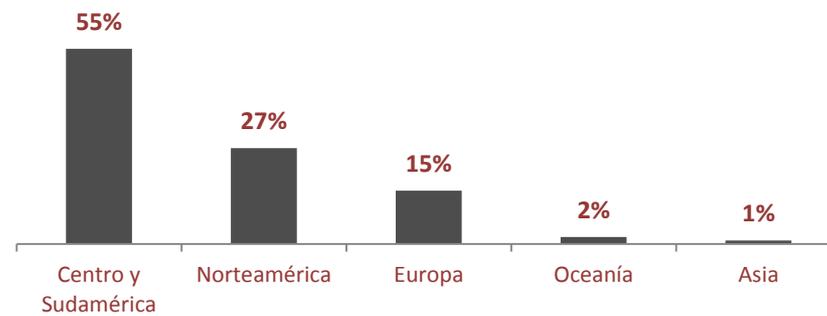
Nacional = 74%

Base: 339 casos

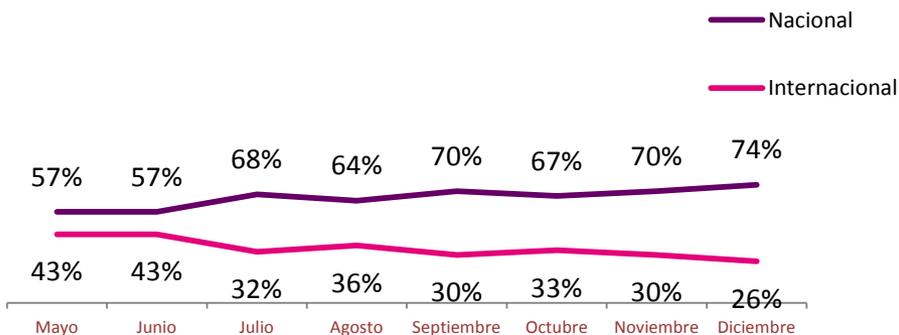


Internacional = 26%

Base: 121 casos



Comparativo Mensual





Turistas Nacionales - entidad de origen

Base: 339 casos (74%)

68%

| Entidad Federativa | % |
|--------------------|-------|
| Estado de México | 10.0% |
| Veracruz | 9.1% |
| Puebla | 8.6% |
| Guerrero | 7.7% |
| Jalisco | 7.4% |
| Nuevo León | 5.9% |
| Morelos | 5.3% |
| Hidalgo | 5.0% |
| Chihuahua | 4.7% |
| Oaxaca | 4.4% |

| Entidad Federativa | % |
|--------------------|------|
| Guanajuato | 3.5% |
| Michoacán | 3.2% |
| Tamaulipas | 2.9% |
| Baja California | 2.7% |
| Chiapas | 2.4% |
| San Luis Potosí | 2.1% |
| Querétaro | 1.8% |
| Sonora | 1.8% |
| Sinaloa | 1.5% |
| Aguascalientes | 1.2% |

| Entidad Federativa | % |
|---------------------|------|
| Quintana Roo | 1.2% |
| Zacatecas | 1.2% |
| Baja California Sur | 0.9% |
| Campeche | 0.9% |
| Durango | 0.9% |
| Tabasco | 0.9% |
| Tlaxcala | 0.9% |
| Coahuila | 0.6% |
| Nayarit | 0.6% |
| Yucatán | 0.6% |
| Colima | 0.3% |



Turistas Nacionales - entidad de origen

Acumulado 8 mediciones

| Entidad Federativa | % |
|--------------------|-------|
| Guerrero | 11.7% |
| Veracruz | 8.1% |
| Estado de México | 8.1% |
| Morelos | 7.6% |
| Jalisco | 6.3% |
| Puebla | 5.8% |
| Oaxaca | 4.8% |
| Nuevo León | 4.3% |
| Chihuahua | 3.7% |
| Hidalgo | 3.6% |

| Entidad Federativa | % |
|--------------------|------|
| Baja California | 3.5% |
| Sonora | 3.3% |
| Guanajuato | 3.0% |
| Tamaulipas | 2.6% |
| Michoacán | 2.6% |
| Sinaloa | 2.4% |
| Querétaro | 2.3% |
| Chiapas | 2.2% |
| Quintana Roo | 1.8% |
| Coahuila | 1.8% |

| Entidad Federativa | % |
|---------------------|------|
| Tabasco | 1.4% |
| San Luis Potosí | 1.3% |
| Tlaxcala | 1.2% |
| Durango | 1.2% |
| Yucatán | 1.1% |
| Aguascalientes | 0.9% |
| Baja California Sur | 0.9% |
| Zacatecas | 0.9% |
| Nayarit | 0.6% |
| Colima | 0.6% |
| Campeche | 0.4% |

1. Perfil del Turista



País de origen

Base: 121 casos (26%)

| País | % | País | % |
|----------------|-----|--------------------|-----|
| Estados Unidos | 25% | Chile | 3% |
| Colombia | 17% | Francia | 3% |
| Costa Rica | 10% | Perú | 3% |
| Argentina | 9% | Australia | 3% |
| Alemania | 3% | Brasil | 3% |
| | | Otros países (+15) | 21% |

64% (bracketed on the left side of the first table)

15% (bracketed on the right side of the second table)

**País de origen
Acumulado 8 mediciones – Top 5**

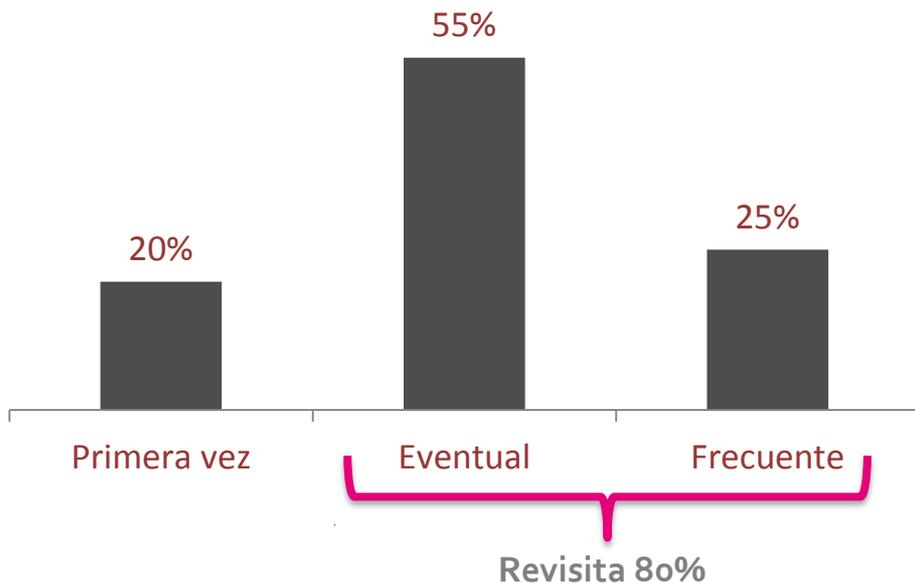
| País | M1 | M2 | M3 | M4 | M5 | M6 | M7 | M8 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Estados Unidos | 29.0% | 41.7% | 40.4% | 30.3% | 30.7% | 22.8% | 28.5% | 24.8% |
| Colombia | 18.3% | 14.6% | 14.3% | 11.8% | 10.0% | 16.2% | 9.2% | 17.4% |
| Argentina | 3.8% | 6.8% | 5.6% | 3.4% | 2.9% | 9.6% | 9.2% | 9.1% |
| España | 3.8% | 1.9% | 3.1% | 9.0% | 5.0% | 7.8% | 7.7% | 2.5% |
| Francia | 5.9% | 1.9% | 1.2% | 4.5% | 2.9% | 2.4% | --% | 3.3% |

1. Perfil del Turista

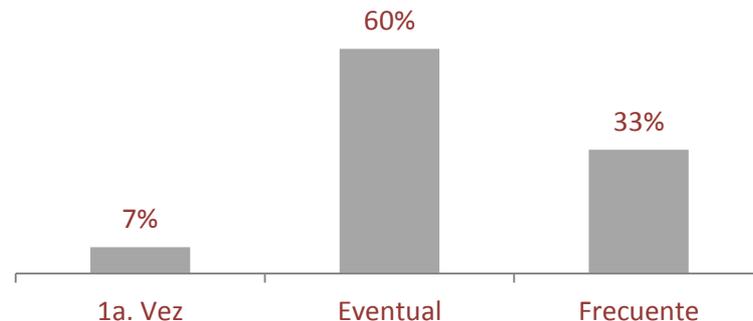


Frecuencia de visita

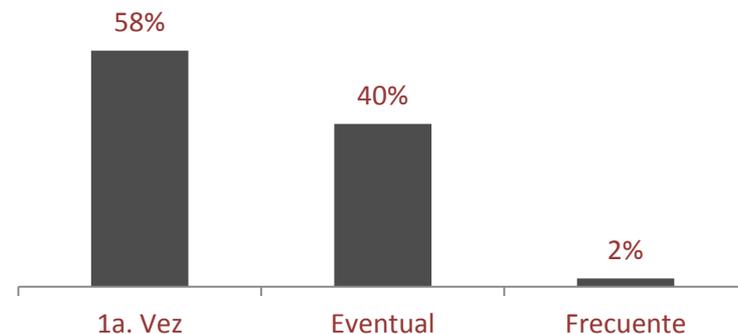
Base: 460 casos



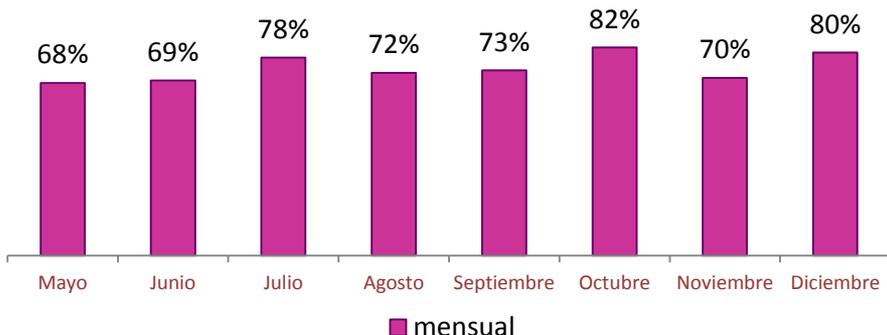
Turista Nacional = 74% (Base 339)



Turista Internacional = 26% (Base 121)



Comparativo Mensual

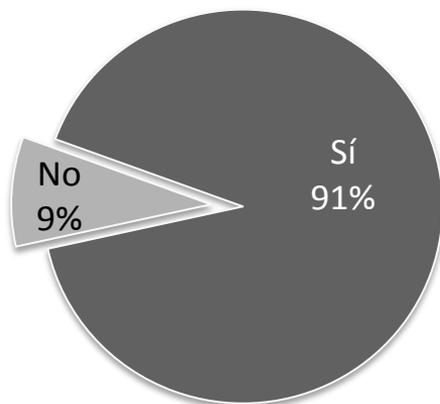


- Visitante Eventual: Turista con dos o tres visitas previas a la ciudad en los últimos dos años.
- Visitante Frecuente: Turista que visita al menos dos veces la Ciudad de México al año.



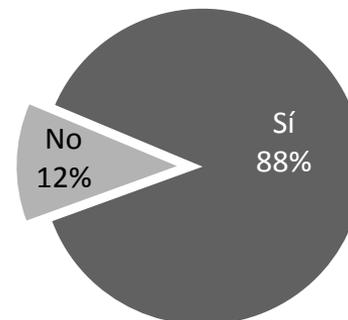
Uso de Internet

Base: 460 encuestados

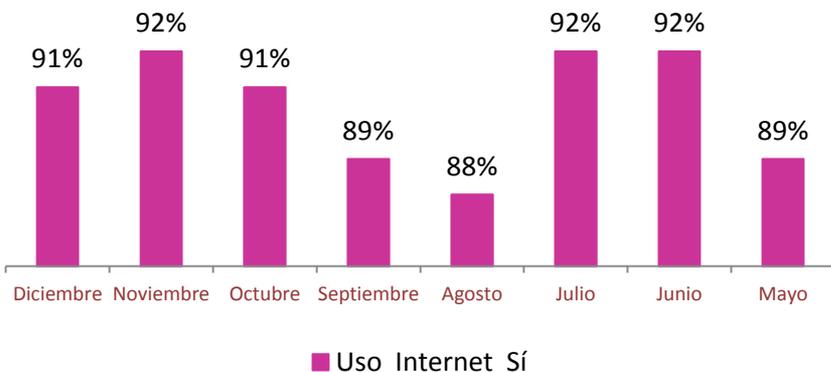


Turista Nacional

Base: 339 casos

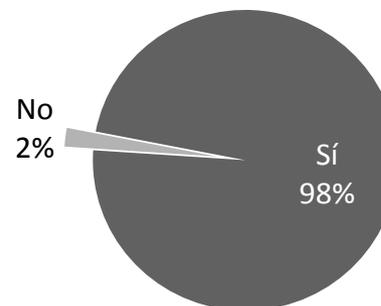


Comparativo Mensual



Turista Internacional

Base: 121 casos





Frecuencia de uso de Internet

Base: 419 usuarios de internet (91%)





Uso de Internet

Base: 419 usuarios de internet (91%)

¿Qué actividades realiza en Internet?

Turista Nacional



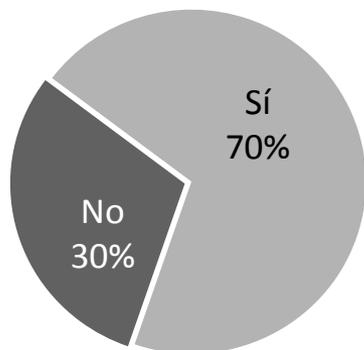
Turista Internacional



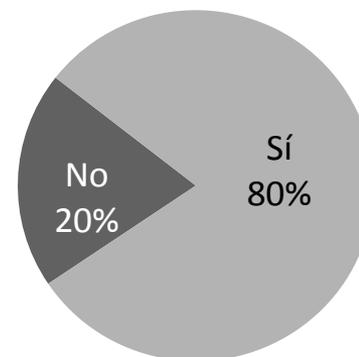


Uso de Internet

Para planeación de viajes



Consulta de información sobre viajes y destinos



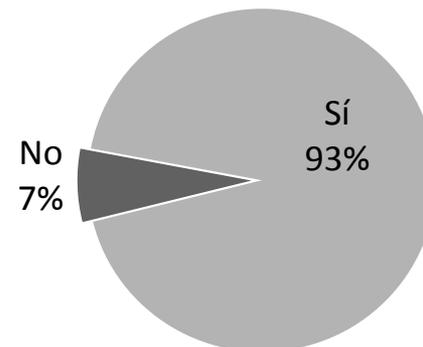
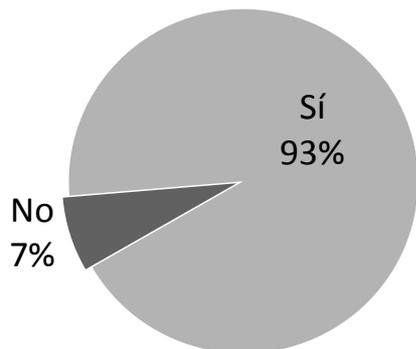
Turista Nacional

Base: 300 usuarios de internet

Turista Internacional

Turista Internacional

Base: 119 usuarios de internet



1. Perfil del Turista



Ingreso Mensual Familiar

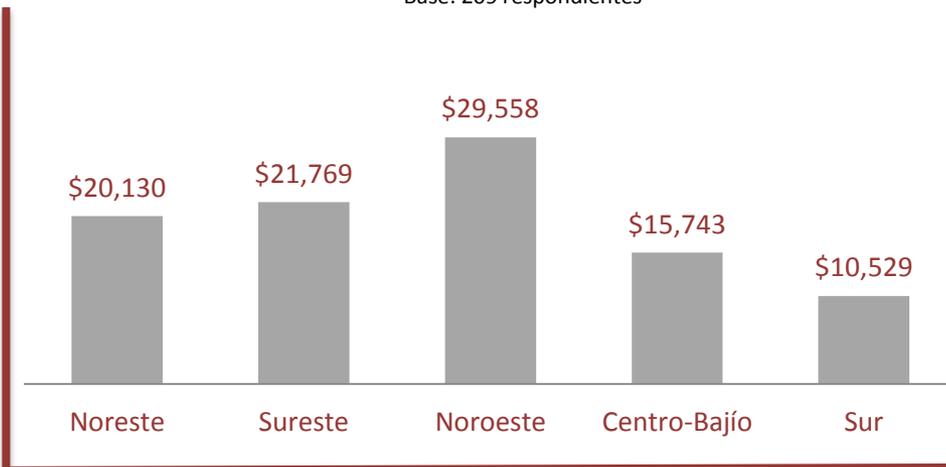
Base: 260 respondientes

PESOS MEXICANOS



TURISTA NACIONAL

Base: 209 respondientes



TURISTA INTERNACIONAL

Base: 51 respondientes





Otras variables sociodemográficas

Base: 460 casos

| Escolaridad | Nacional | Internacional | Totales |
|--------------|-------------|---------------|-------------|
| Básica | 23% | 3% | 18% |
| Media | 17% | 10% | 15% |
| Superior | 60% | 87% | 67% |
| Total | 100% | 100% | 100% |

Escolaridad

Ocupación

| Ocupación | Nacional | Internacional | Totales | |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------|-------------|-----|
| Empleado de empresa privada | 22% | 32% | 25% | |
| Trabaja (68%) | Empleado de gobierno | 14% | 13% | 14% |
| | Profesionista independiente | 17% | 23% | 19% |
| | Comerciante | 13% | 2% | 10% |
| Hogar | 12% | 1% | 9% | |
| Estudia | 15% | 21% | 16% | |
| Pensionado-Jubilado | 5% | 6% | 5% | |
| Desempleado | 2% | 2% | 2% | |
| Total | 100% | 100% | 100% | |

Otras variables sociodemográficas

Base: 460 casos

| Jefatura hogar | Nacional | Internacional | Totales |
|----------------|-------------|---------------|-------------|
| Sí | 63% | 78% | 67% |
| No | 37% | 22% | 33% |
| Total | 100% | 100% | 100% |

Jefatura de hogar

| Estado civil | Nacional | Internacional | Totales |
|-------------------------------|-------------|---------------|-------------|
| Soltero | 42% | 47% | 43% |
| Casado - Unión libre | 52% | 50% | 51% |
| Separado- divorciado-viudo | 6% | 3% | 6% |
| Total | 100% | 100% | 100% |

Estado Civil

Tipo de hogar

| Tipo hogar | | Nacional | Internacional | Totales |
|------------------|------------------|-------------|---------------|-------------|
| Nuclear (74%) | Ambos padres | 59% | 38% | 54% |
| | Un solo padre | 4% | 7% | 5% |
| | Sin hijos | 10% | 29% | 15% |
| Compuesto | | 3% | 5% | 3% |
| Ampliado | | 11% | 6% | 9% |
| Vive Solo | | 13% | 15% | 14% |
| Total | | 100% | 100% | 100% |



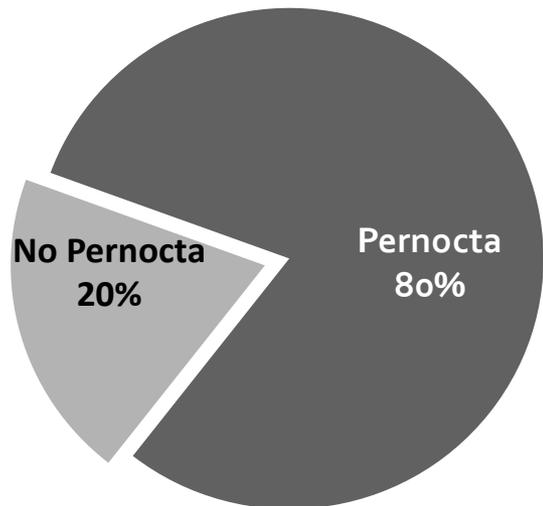
Resultados

2. Perfil del viaje

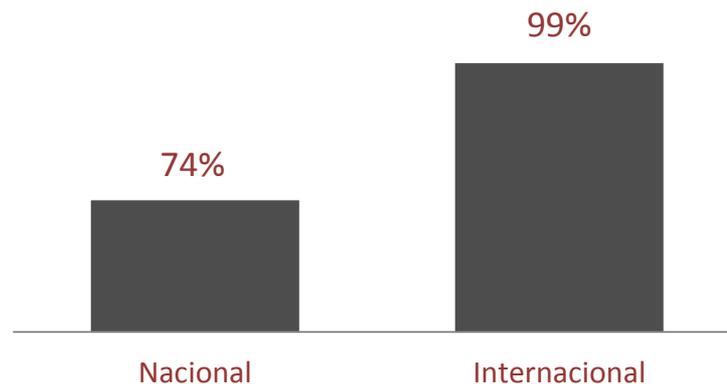


Estancia en la Ciudad de México

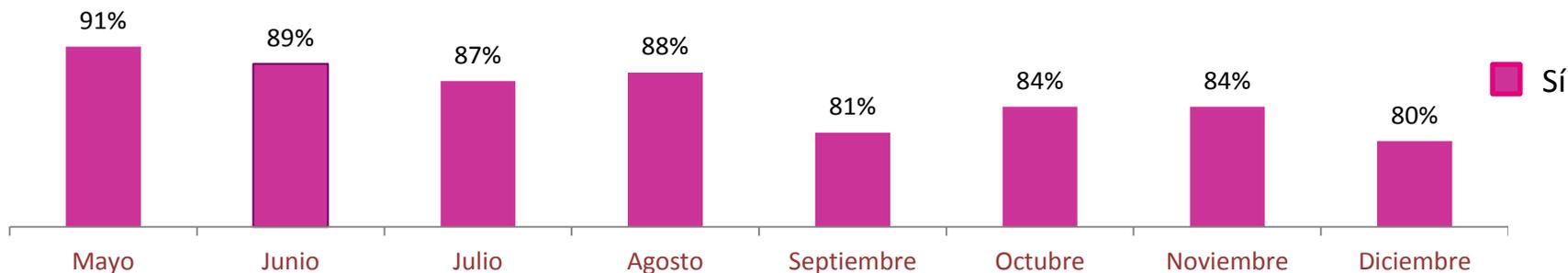
Base: 460 casos



Origen del Turista



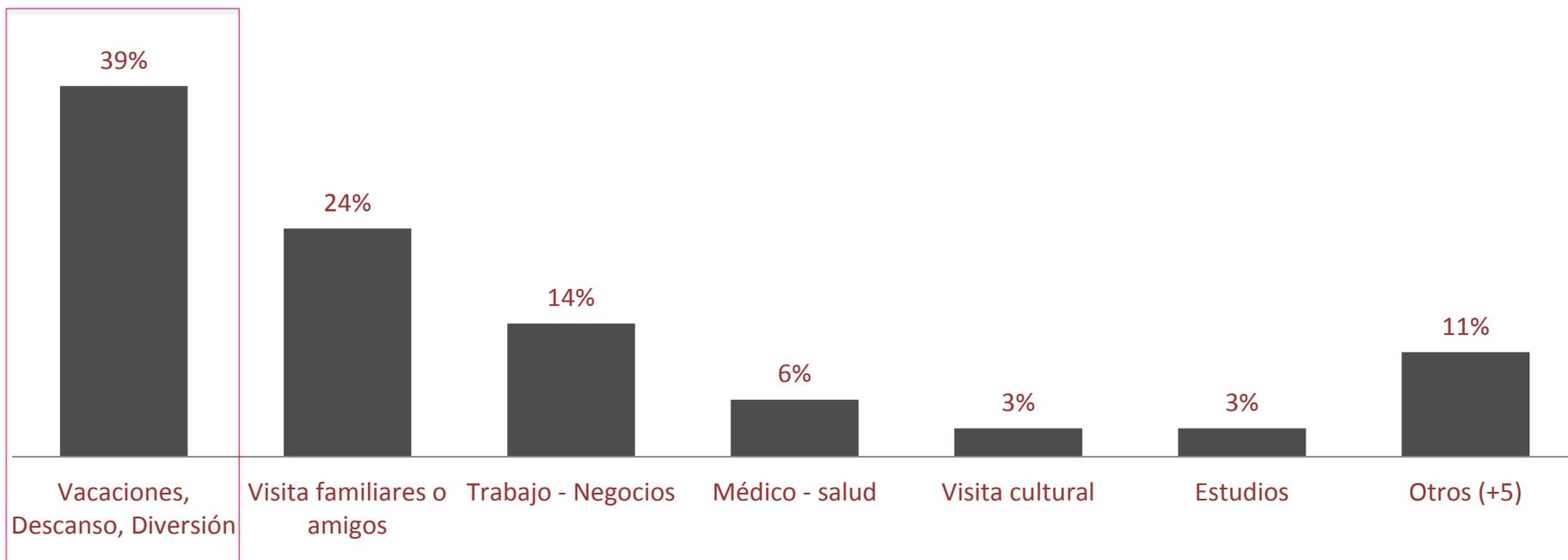
Comparativo Mensual





Principal Motivo del Viaje

Base: 460 casos



2. Perfil del Viaje



Principal Motivo del Viaje

Base: 460 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 | 39% | 38% | 50% | 42% | 29% | 30% | 42% | 37% | 30% | 66% |
| Visita familiares y amigos | 24% | 26% | 13% | 22% | 35% | 30% | 18% | 29% | 25% | 20% |
| Trabajo – Negocios | 14% | 11% | 16% | 16% | 12% | 12% | 19% | 9% | 16% | 6% |
| Médico – salud | 6% | 0% | 5% | 5% | 12% | 17% | 3% | 9% | 8% | 1% |
| Otros (+7) | 17% | 25% | 16% | 15% | 12% | 11% | 18% | 16% | 21% | 7% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

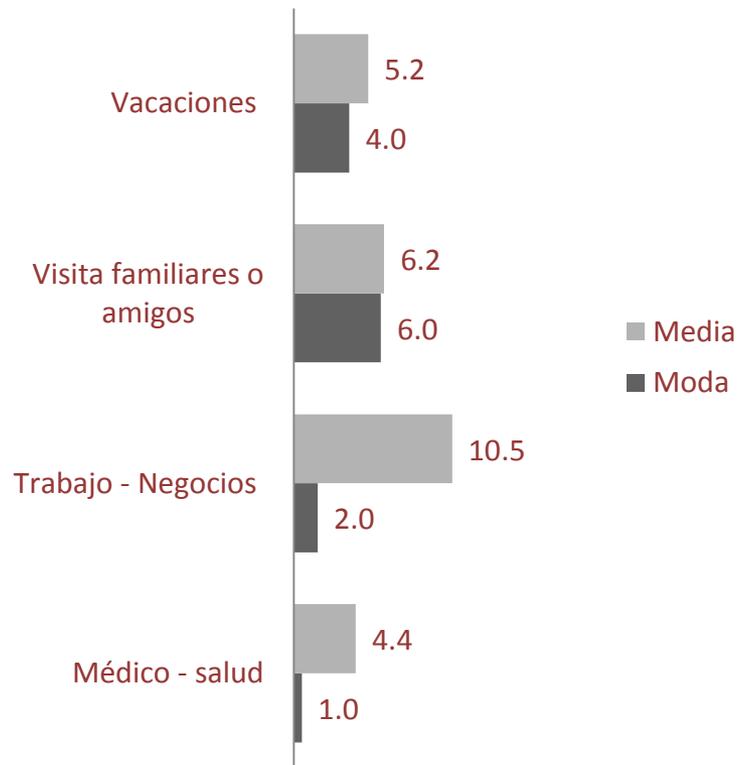


Noches alojamiento

Base: 369 viajeros que pernoctaron

| Noches | Totales | Nacional | Internacional |
|---------|------------|------------|---------------|
| Media | 6.6 | 5.3 | 9.3 |
| Mediana | 4.0 | 4.0 | 6.0 |
| Moda | 2 | 2 | 4 |

Motivo de la visita

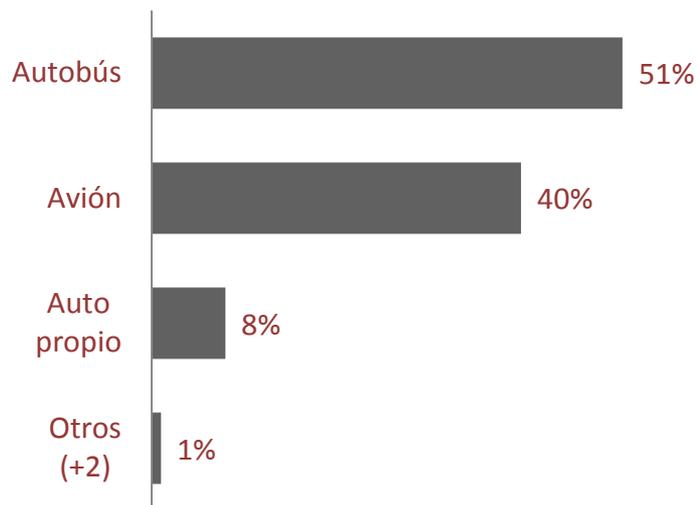


2. Perfil del Viaje

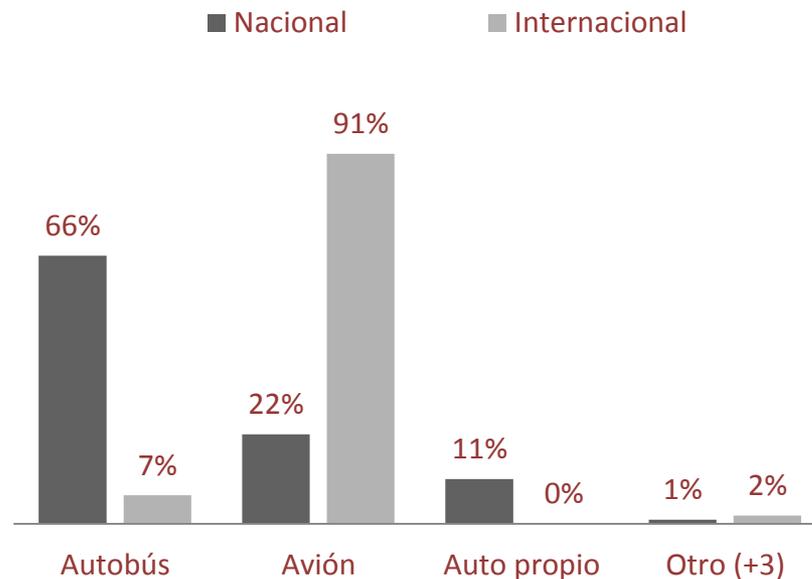


¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar a la Ciudad de México?

Base: 460 casos



Arribo

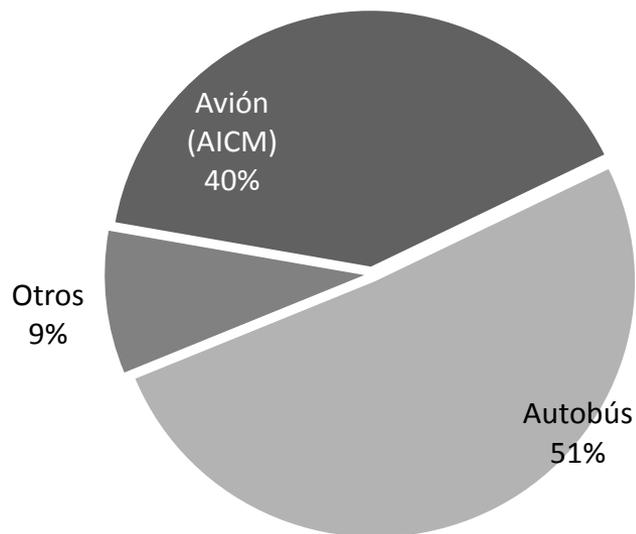




Transporte interno

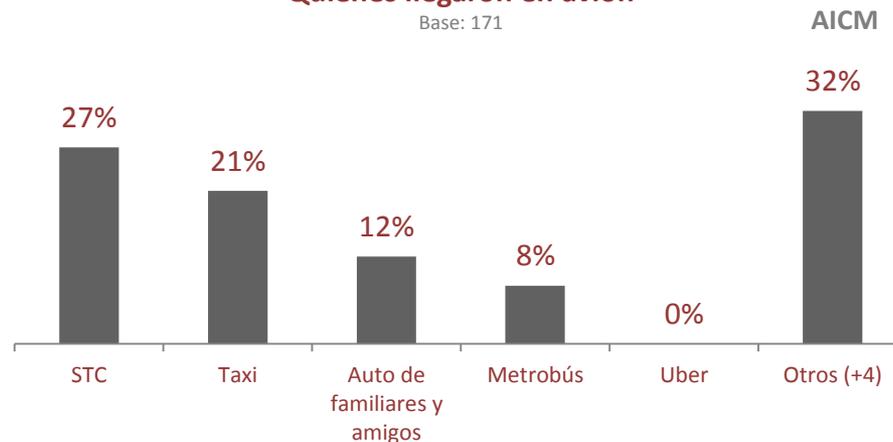
TRANSPORTE PARA INGRESAR A LA CIUDAD

Base: 460 casos



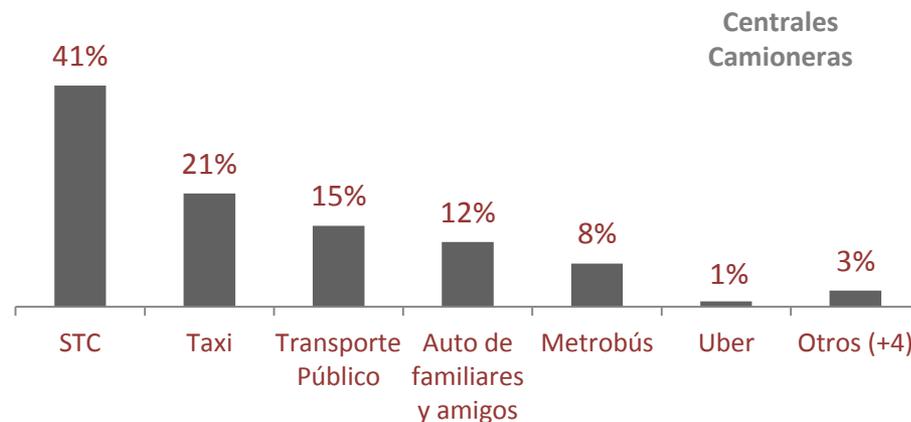
Quienes llegaron en avión

Base: 171



Quienes llegaron en autobús

Base: 224

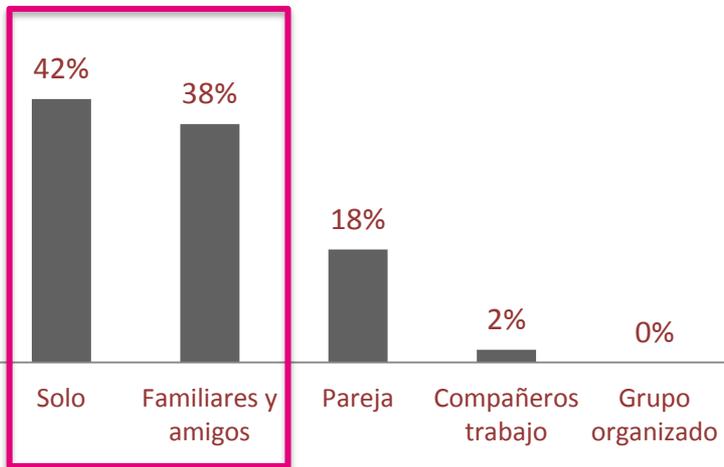




Compañeros de viaje

Base: 416 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 | 3.44 | 3.23 | 3.98 |



Lugar de Alojamiento

Base: 331 turistas que pernoctaron

¿En dónde se hospeda durante este viaje?

| Lugar de Alojamiento | Totales | Grupo de edad | | | | | Género | | Origen | |
|---------------------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | | Menos 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 60 | Más 60 | Masculino | Femenino | Nacional | Internacional |
| Familiares y amigos | 43% | 49% | 31% | 34% | 56% | 54% | 39% | 46% | 58% | 16% |
| Hotel | 26% | 12% | 27% | 38% | 26% | 38% | 28% | 24% | 20% | 38% |
| Alojamiento de bajo costo | 22% | 32% | 26% | 21% | 9% | 8% | 21% | 22% | 17% | 29% |
| Otras respuestas (+2) | 9% | 7% | 16% | 7% | 9% | 0% | 12% | 8% | 5% | 17% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |



Lugar de Alojamiento

Base: 331 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 |
| Familiares y amigos | 43% | 34% | 75% | 21% | 58% |
| Hotel | 26% | 35% | 10% | 33% | 16% |
| Alojamiento de bajo costo | 22% | 19% | 12% | 33% | 26% |
| Otras respuestas (+2) | 9% | 12% | 3% | 13% | 0% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

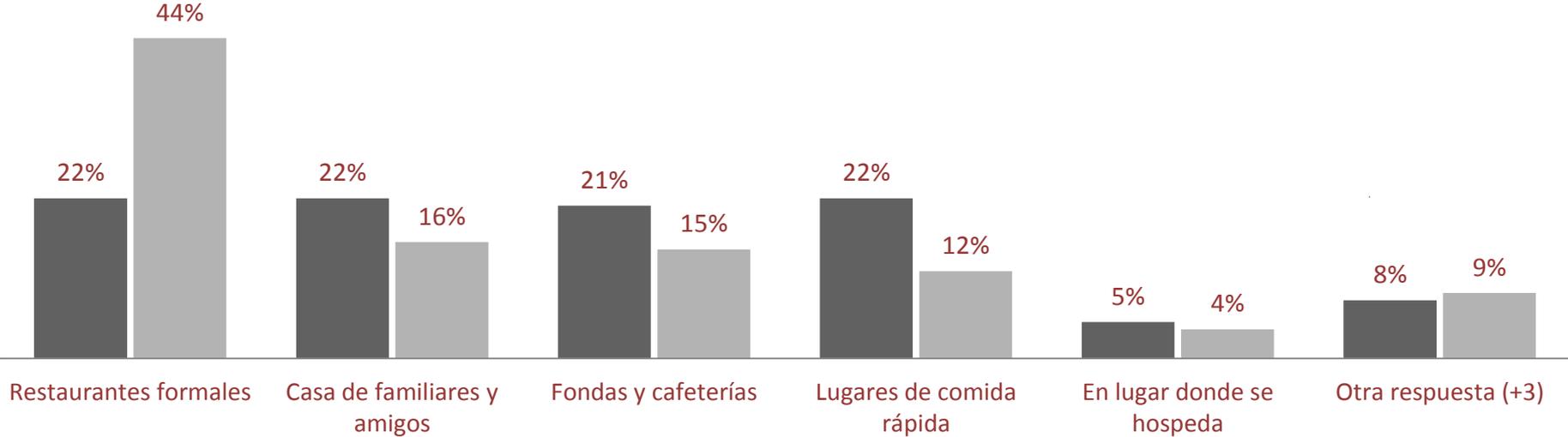


Principales lugares para comer

Base: 400 casos

¿Dónde acostumbra realizar sus alimentos?

■ Nacional ■ Internacional

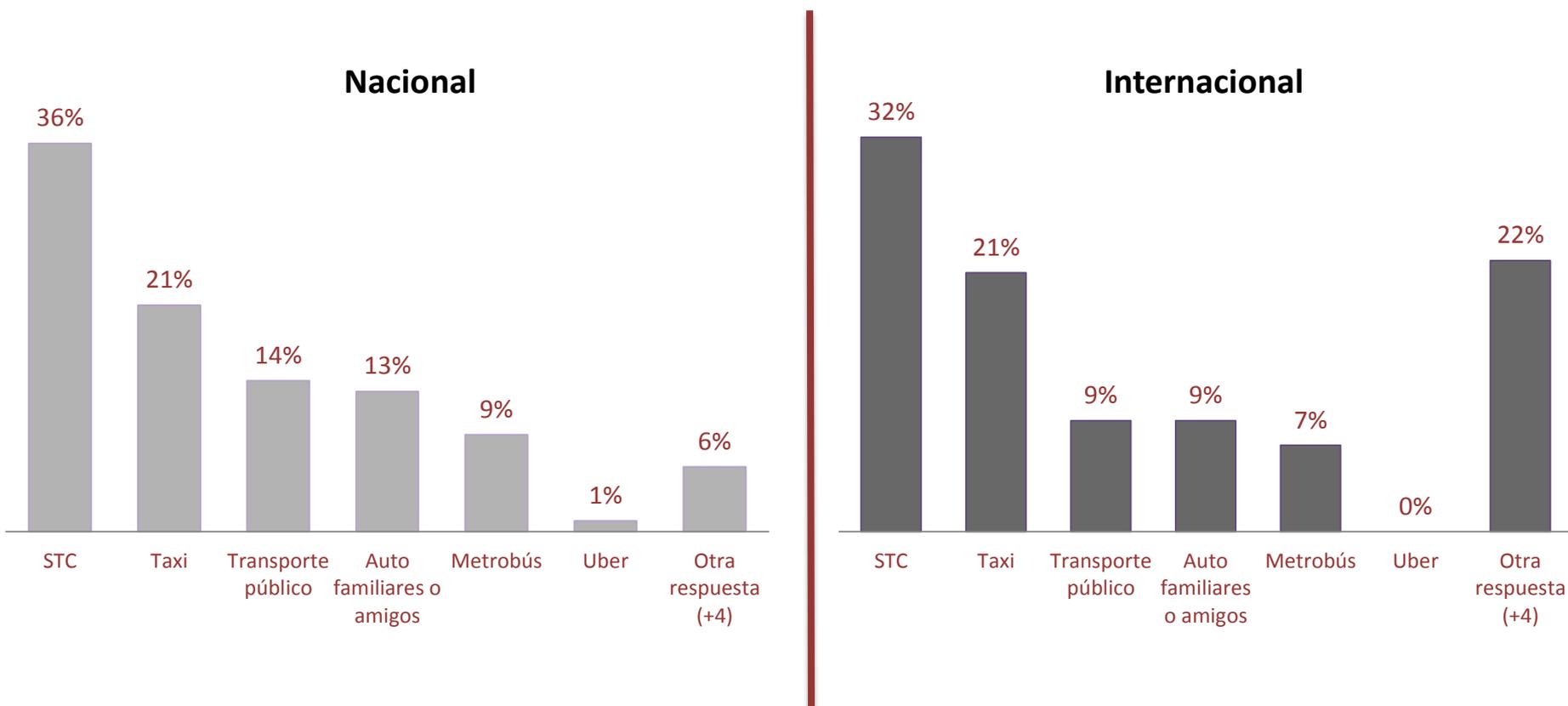




Movilidad interna

Base: 395 casos

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

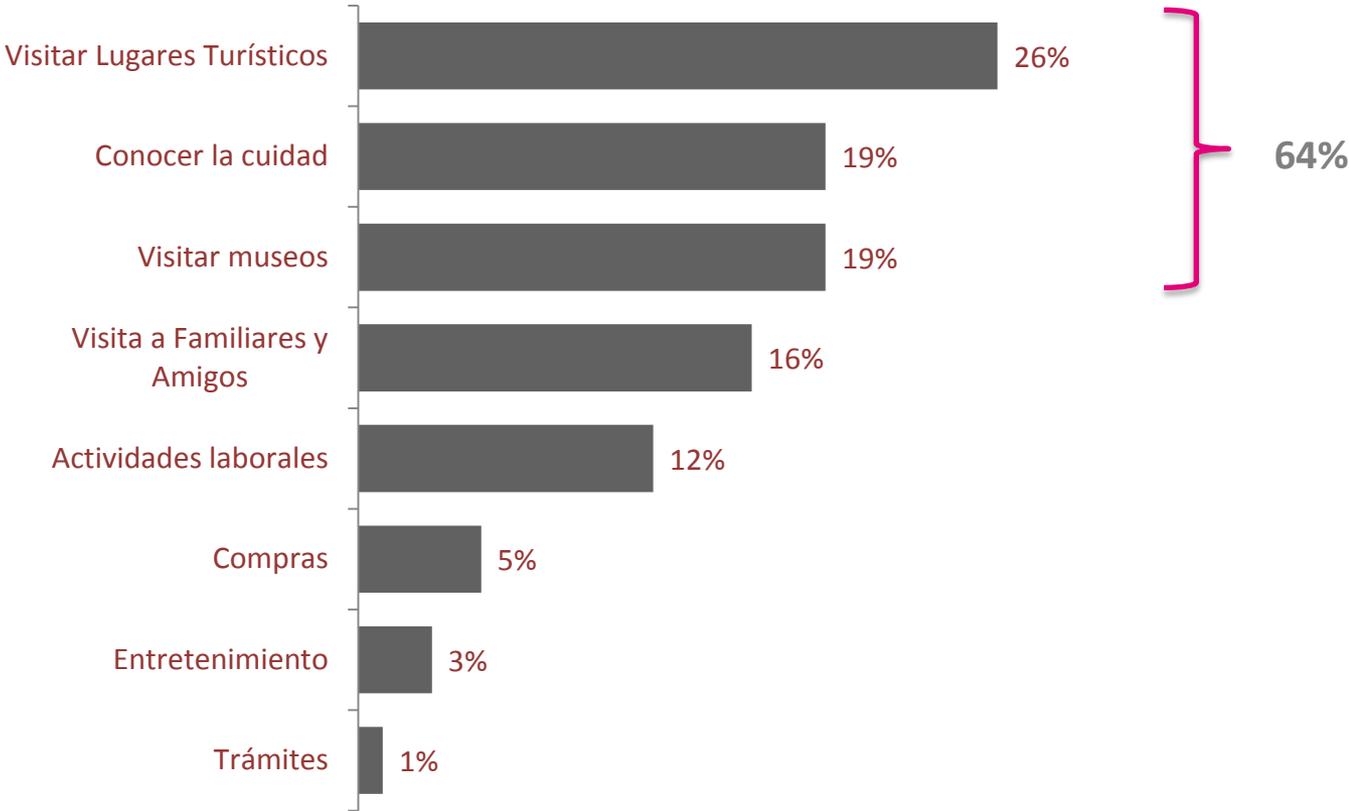




Principales Actividades en la Ciudad de México

Base: 261 casos
(Respuesta Múltiple)

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

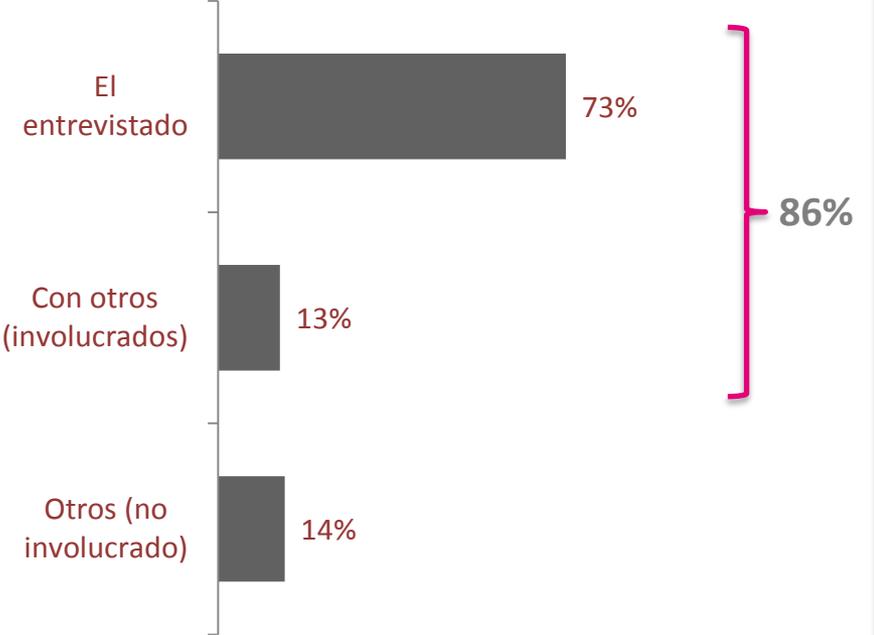




Planeación

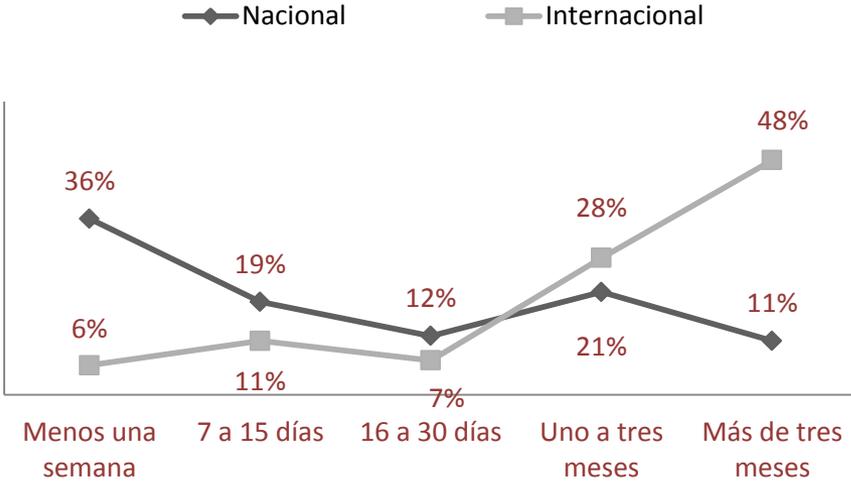
¿Quién planeó este viaje?

Base: 416 casos



Tiempo de anticipación

Base: 396 casos (86%)
Quienes declararon planear su viaje personalmente

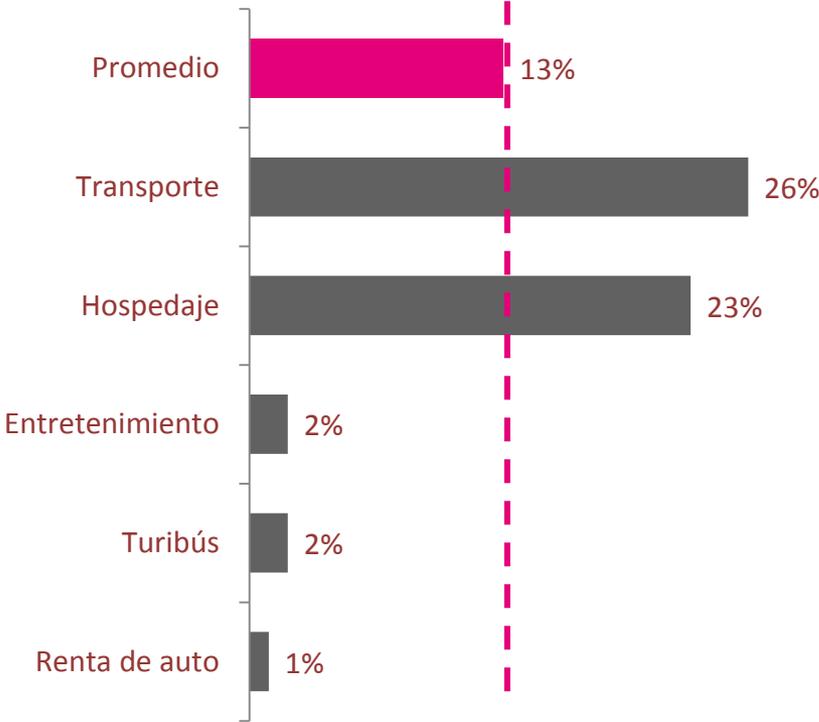




Reservaciones de Servicios

Base: 460 casos

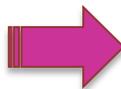
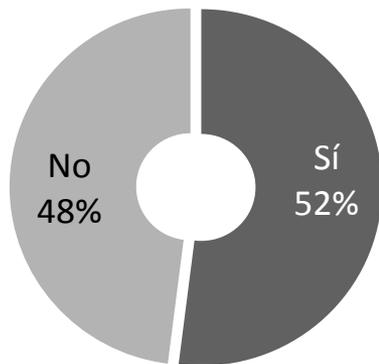
HÁBITO DE RESERVA



Presupuesto de gasto

¿Estableció algún presupuesto ...?

Base: 454 casos



¿Considera que ha gastado ... ?

Base: 238 casos

Establecieron presupuesto de viaje a la Ciudad de México



2. Perfil del Viaje



Gasto total declarado

Base: 329 casos

Pesos mexicanos

| | |
|--------------|-----------------|
| Media | \$11,196 |
| 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)

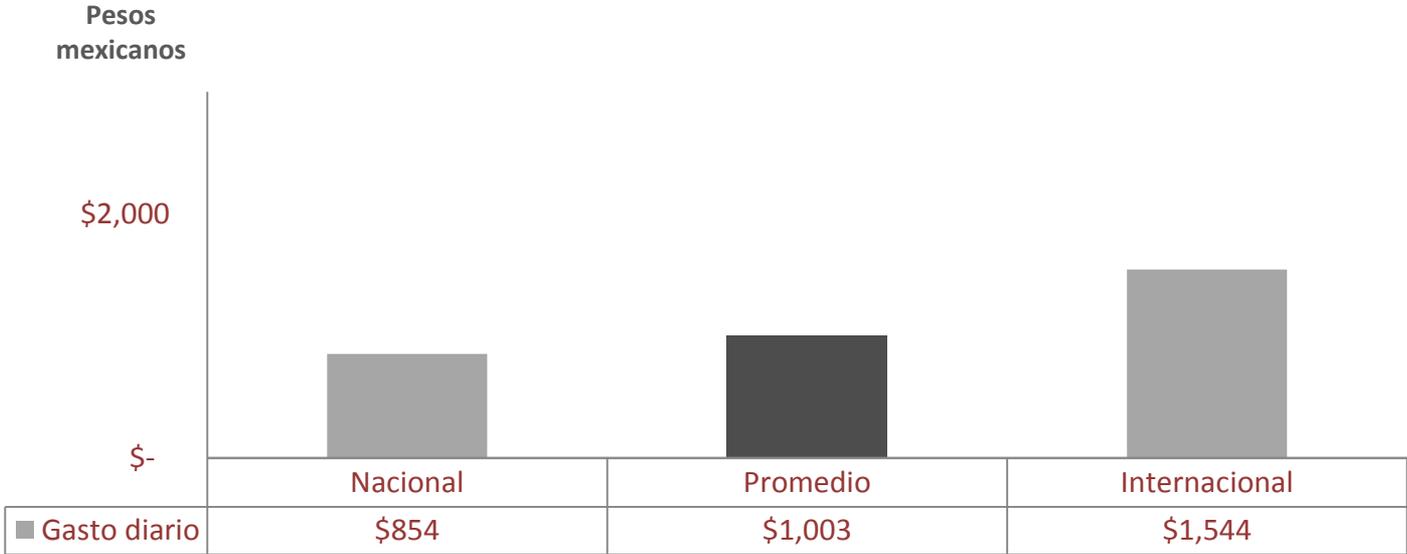


2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario del Turista

Base: 329 casos



2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

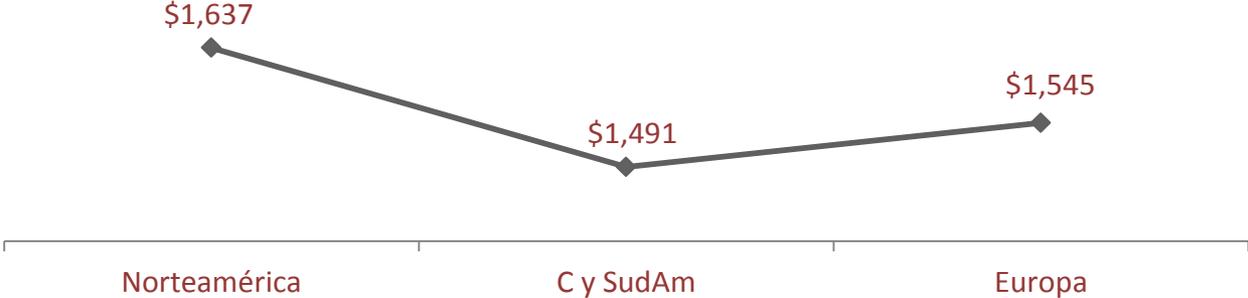
Turista Nacional

Promedio \$854



Turista Internacional

Promedio \$1,544



2. Perfil del Viaje



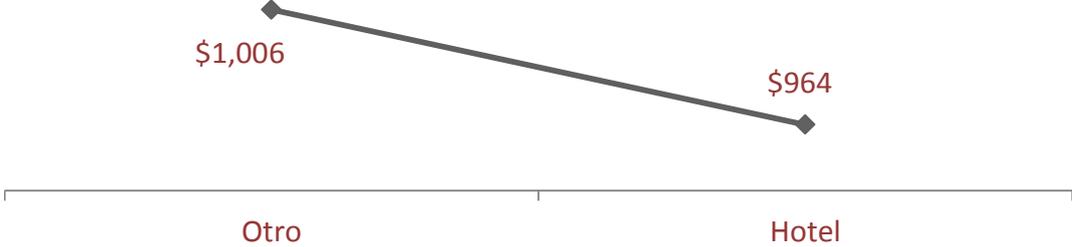
Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,003

MOTIVO DE VIAJE



TIPO DE ALOJAMIENTO



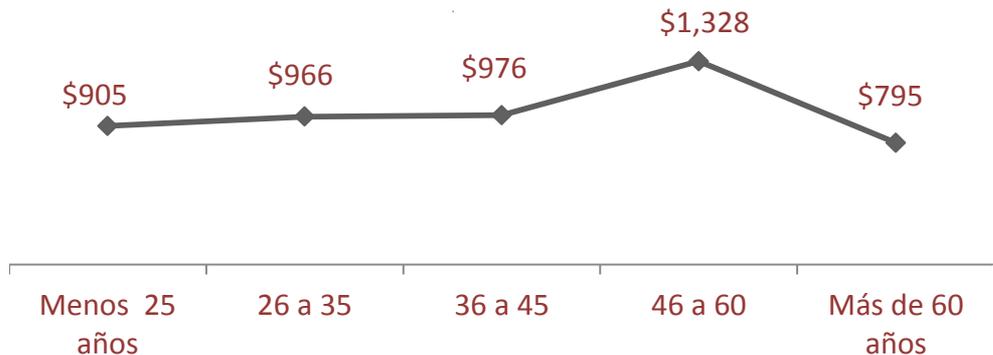
2. Perfil del Viaje



Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,003

GRUPO DE EDAD



FRECUENCIA DE VIAJE





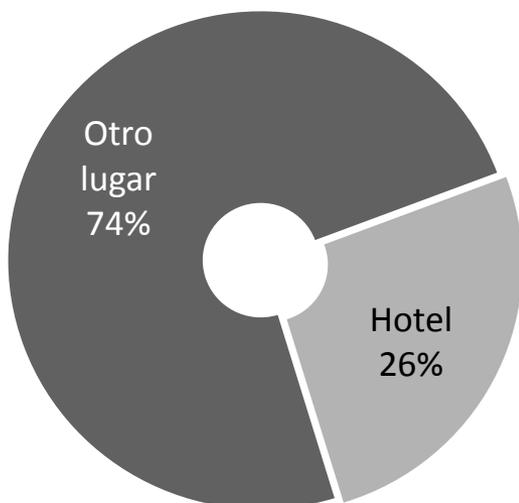
Resultados

3. Evaluación del servicio de hospedaje



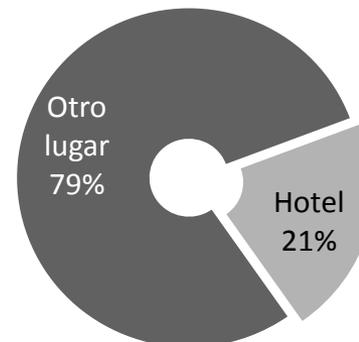
Alojamiento en Hotel

Base: 366 turistas que pernoctaron



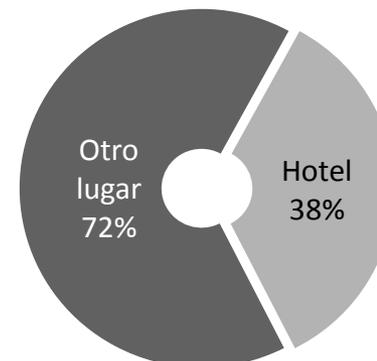
Turistas Nacionales

Base: 247



Turistas Internacionales

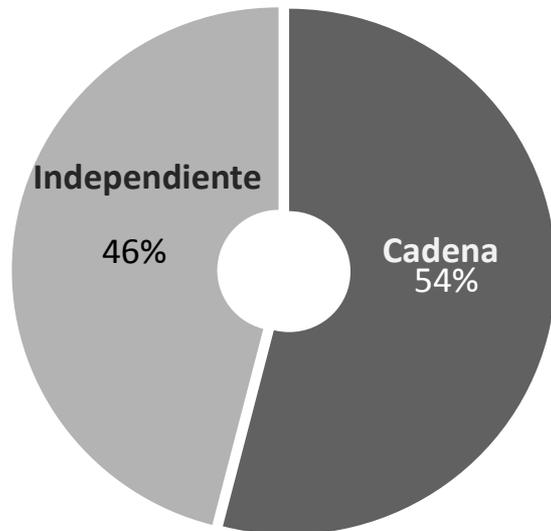
Base: 119





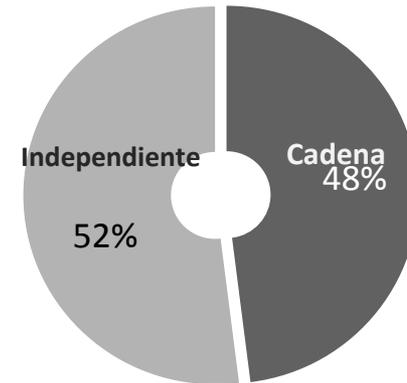
Tipo de Hotel

Base: 83 turistas que se hospedan en hotel



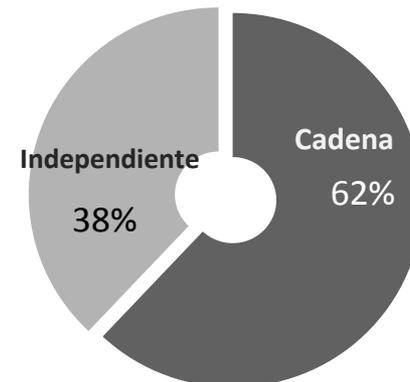
Turistas Nacionales

Base: 44 casos



Turistas Internacionales

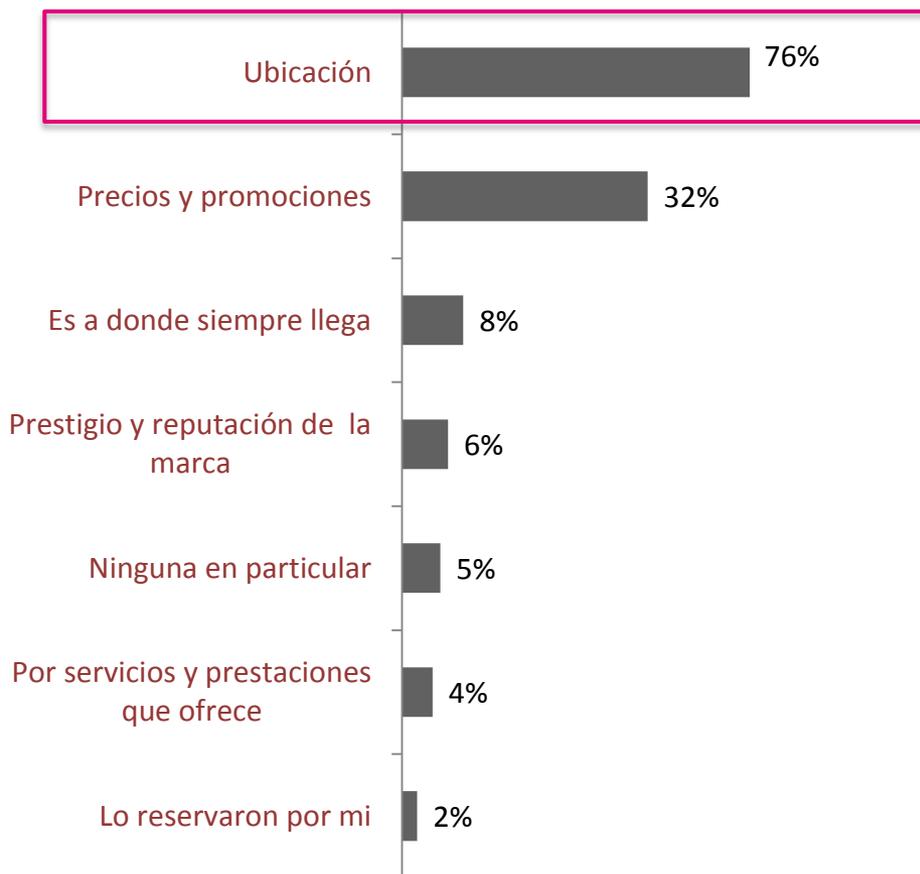
Base: 39 casos





Razones para elegir Hotel

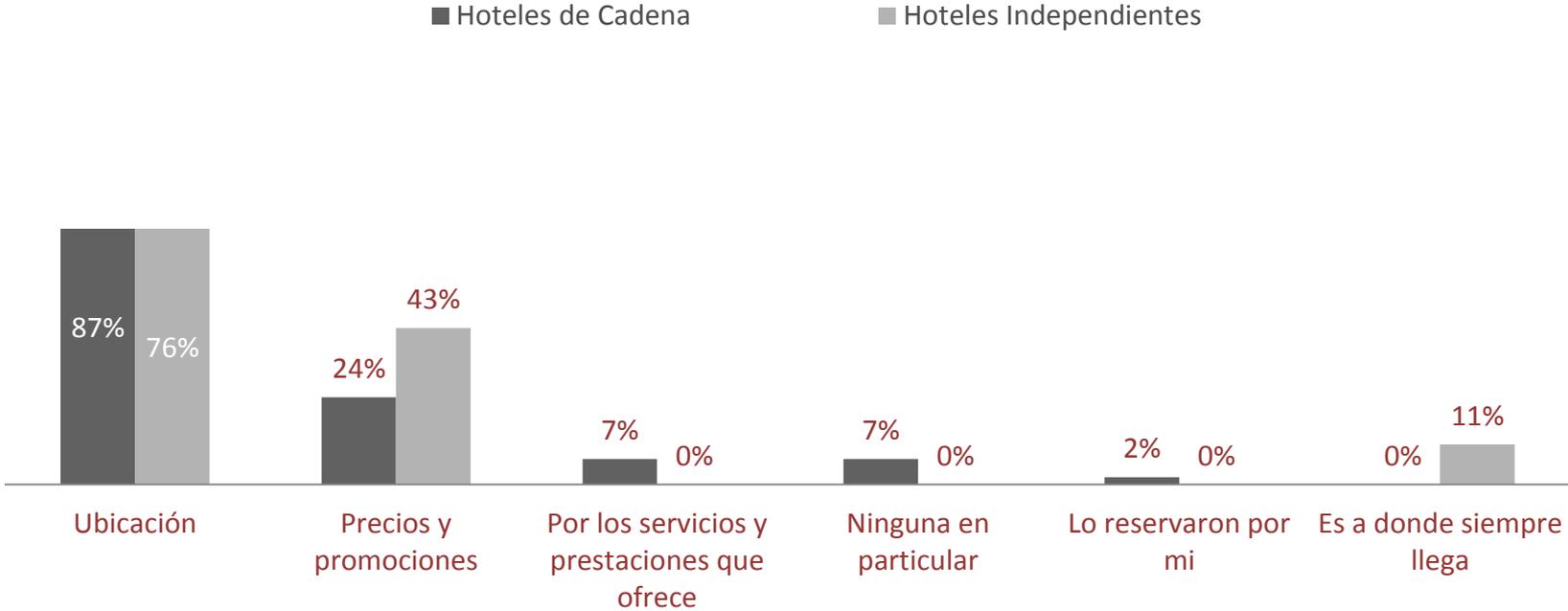
Base: 96 turistas que se hospedan en hotel





Razones para elegir Hotel

Base: 96 turistas que se alojaron en hotel

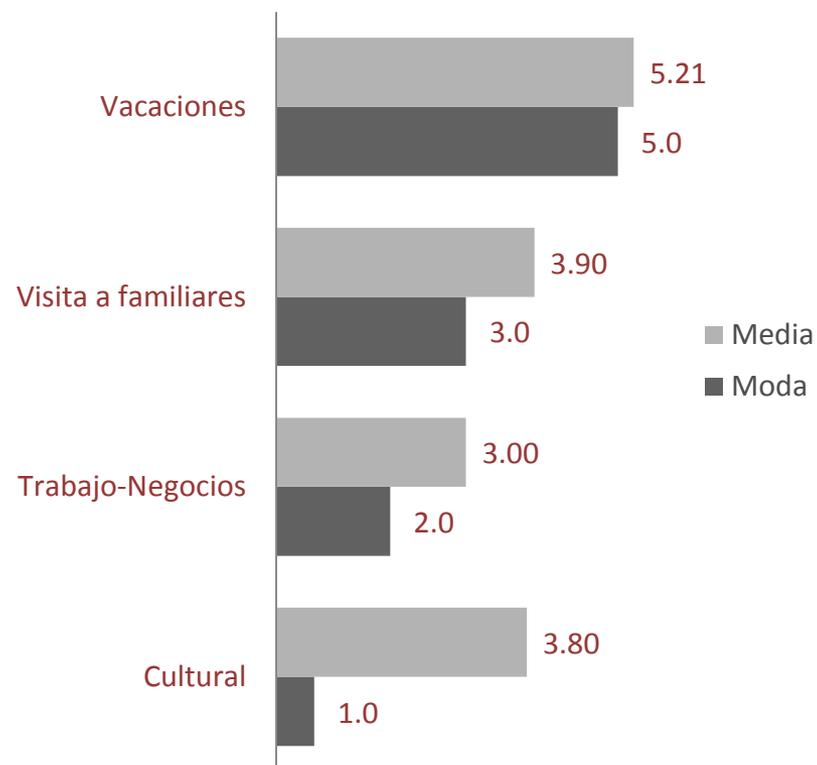


Noches alojamiento

Base: 100 turistas que se alojaron en hotel

| Noches | Totales | Nacional | Internacional |
|---------|------------|------------|---------------|
| Media | 4.5 | 3.2 | 6.1 |
| Mediana | 4.0 | 3.0 | 5.0 |
| Moda | 2 | 2 | 5 |

Motivo de la visita



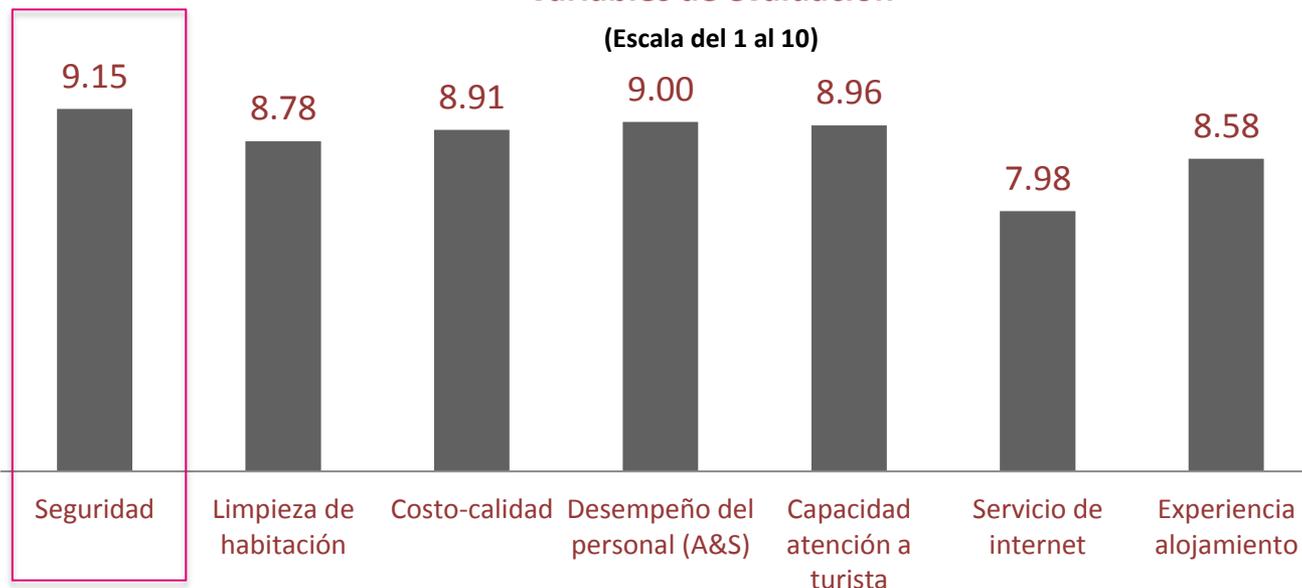


Índice de Evaluación a Hoteles

Base: 96 turistas que se alojaron en hotel

Variables de evaluación

(Escala del 1 al 10)



| ÍNDICE | |
|---------|------|
| Media | 8,77 |
| Mediana | 9,07 |
| 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: 110 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 | 69% | 9,41 | 9,42 | 9,37 | 8,79 | 9,41 | 9,35 | 8,99 | 9,24 |
| No | 23% | 6,87 | 7,78 | 7,50 | 5,38 | 8,41 | 7,78 | 7,39 | 7,34 |
| No Sabe | 8% | 9,00 | 8,75 | 9,00 | 8,75 | 8,67 | 9,00 | 8,50 | 8,85 |
| Total | 100% | 8,78 | 9,00 | 8,91 | 7,98 | 9,15 | 8,96 | 8,58 | 8,77 |



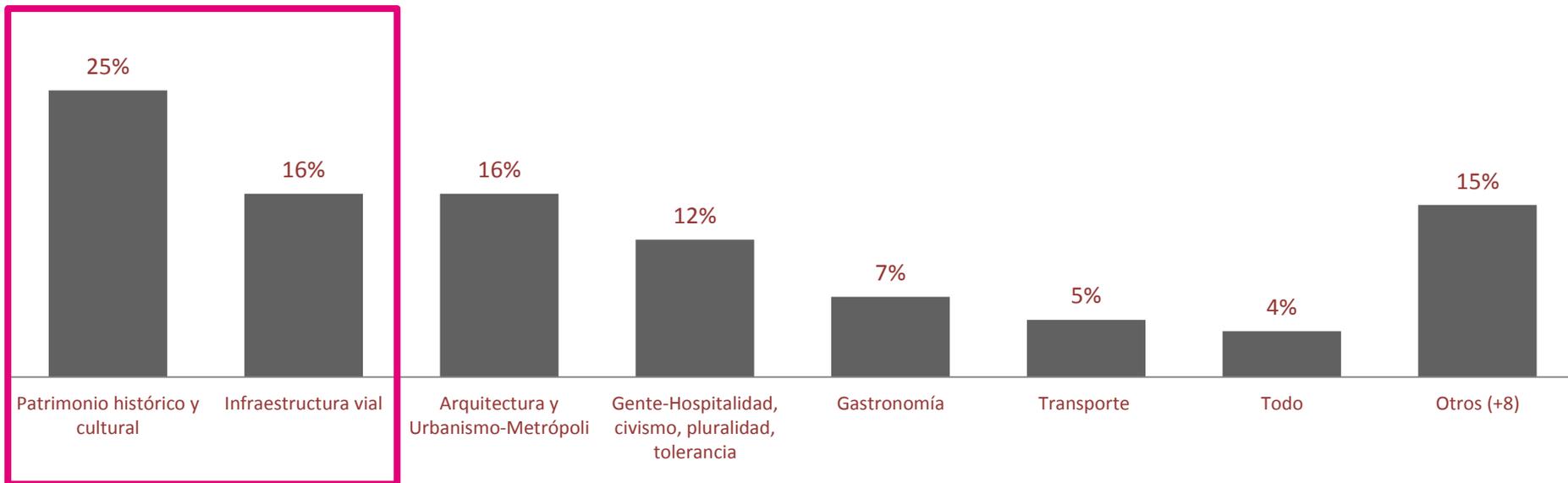
Resultados

4. Percepción sobre la Ciudad de México (CDMX)



Lo MEJOR de la Ciudad de México

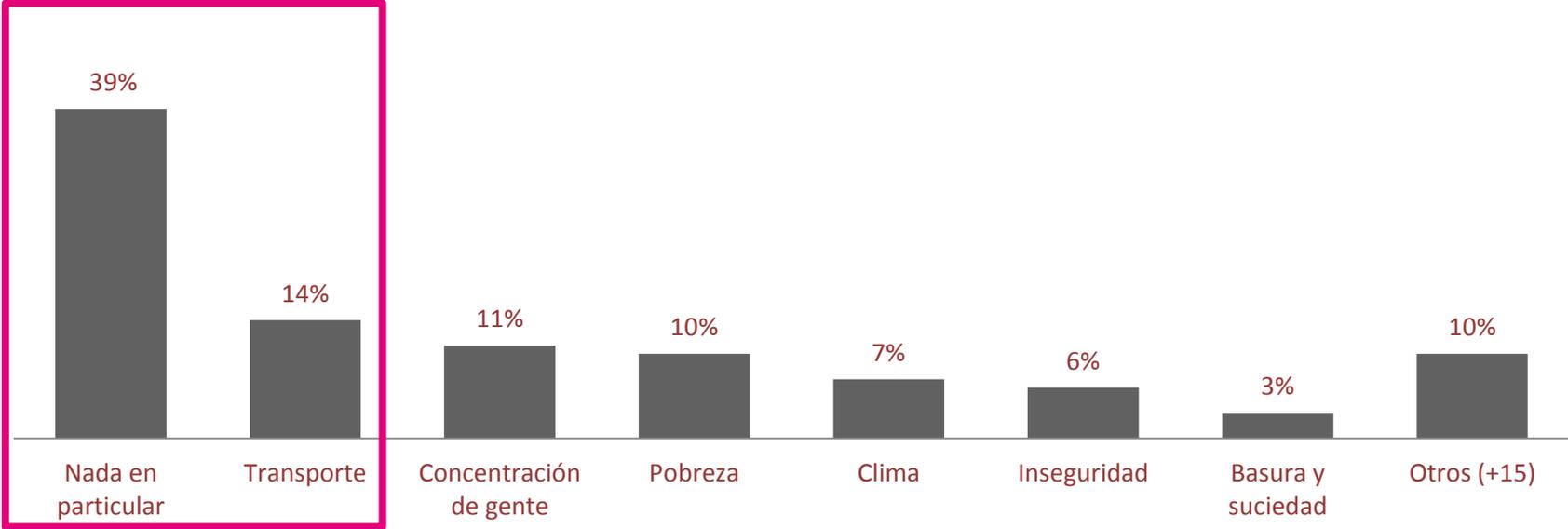
Base: 449 casos





Lo que NO GUSTA de la Ciudad de México

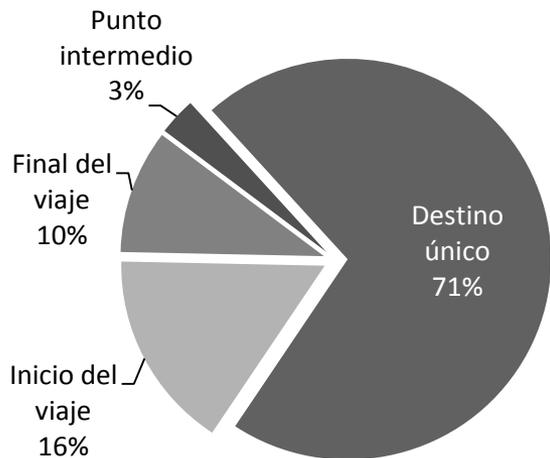
Base: 460 casos



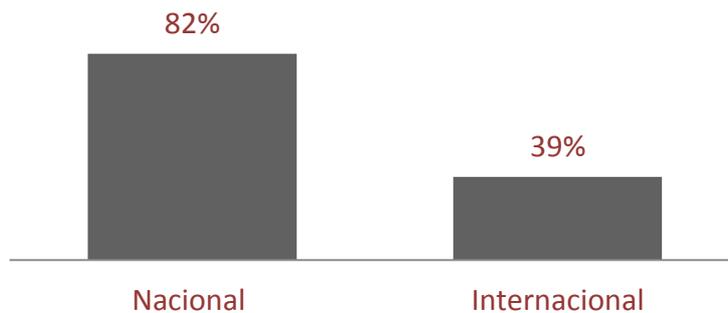


Ciudad de México, destino único del viaje

Base: 460 casos



Ciudad de México como destino único

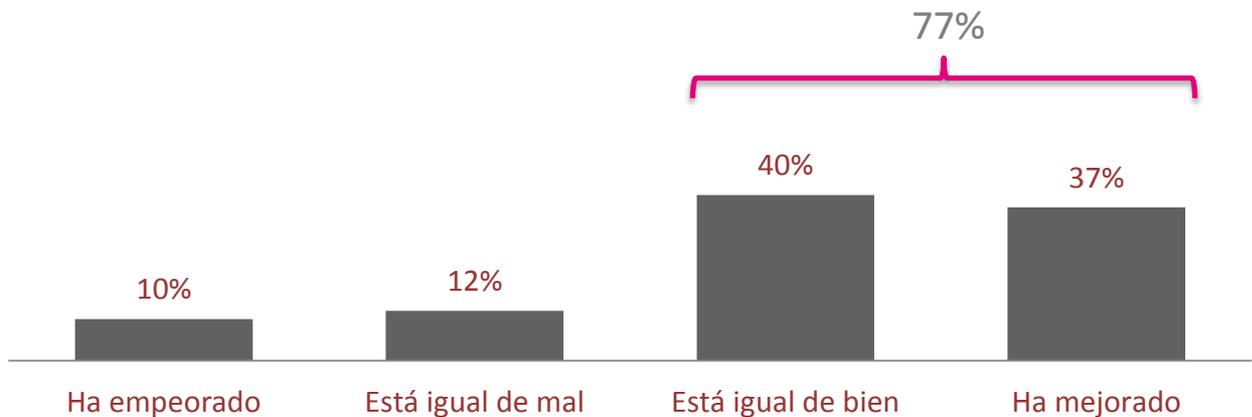




Percepción comparativa

Base: 361 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

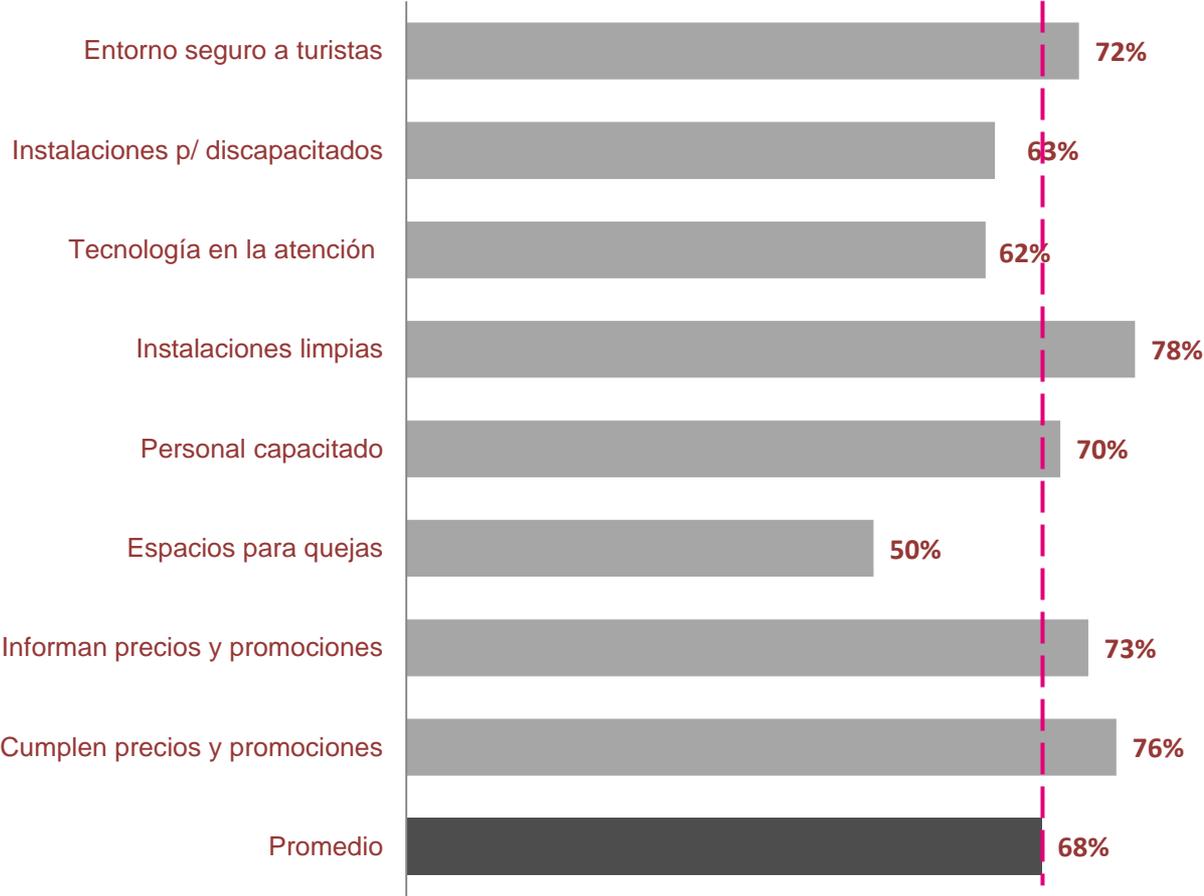
Base: 361 turistas

| 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 | 77% | 80% | 76% | 83% | 73% | 71% | 79% | 77% | 76% | 86% |
| Negativa | 23% | 20% | 24% | 17% | 27% | 29% | 21% | 23% | 24% | 14% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Prestadores de Servicios turísticos

Base: 460 casos

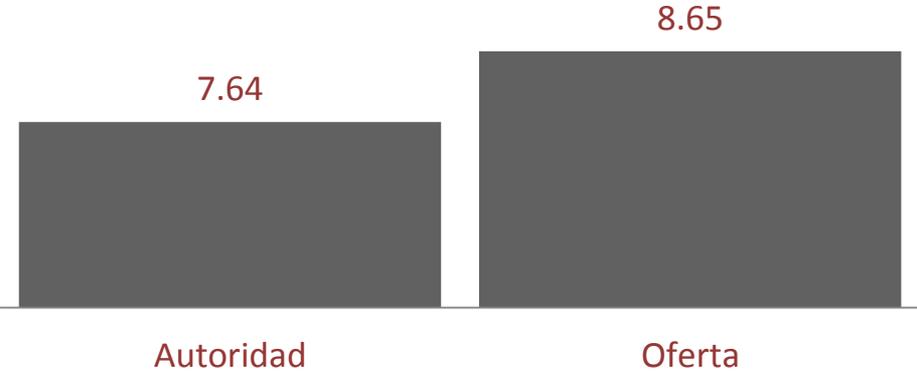
Cumplimiento de obligaciones normativas



4. Percepción sobre la CDMX



Evaluación (Escala del 1 al 10)



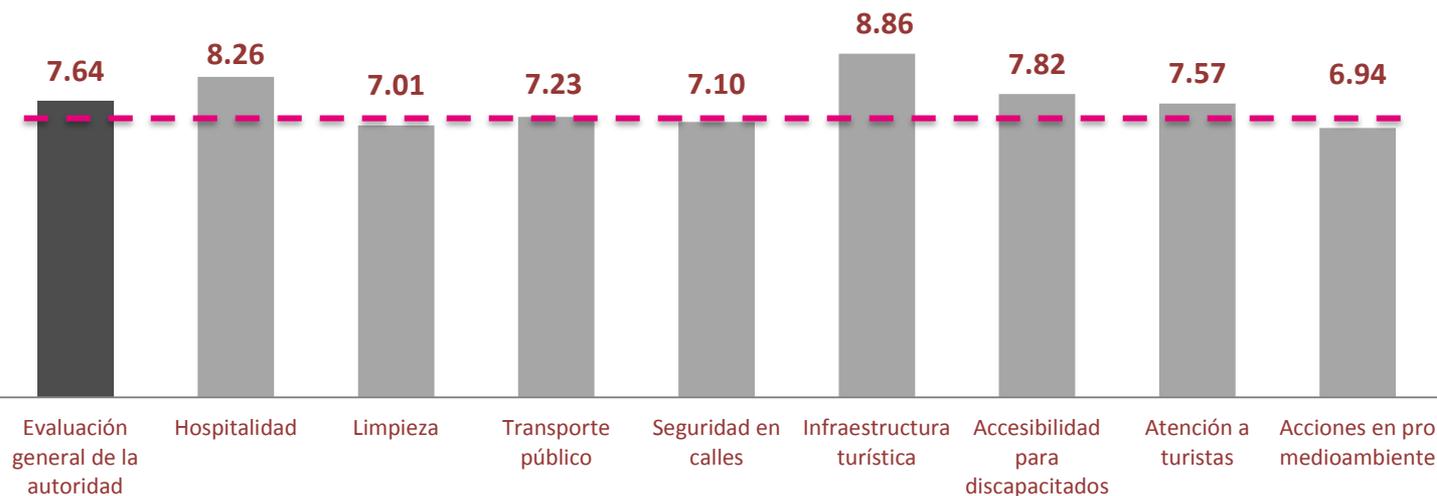
4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Autoridad

(Escala del 1 al 10)

Base: 459 casos



| ÍNDICE | |
|---------|------|
| Media | 7,64 |
| Mediana | 8.75 |
| Moda | 10 |

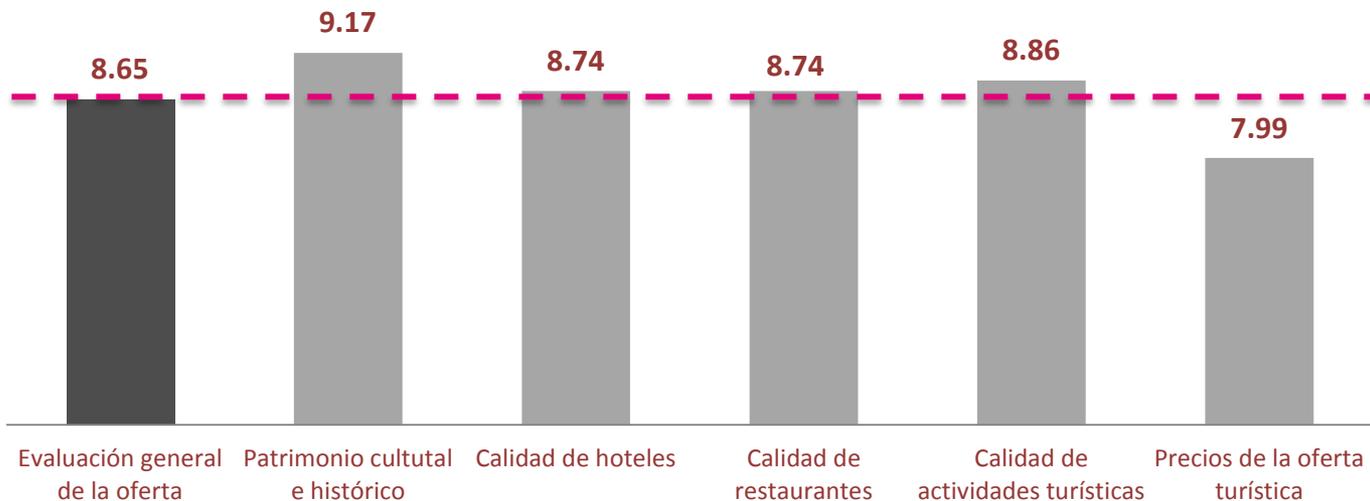
4. Percepción sobre la CDMX



Temas relacionados con la Oferta Turística

(Escala del 1 al 10)

Base: 453 casos



| ÍNDICE | |
|---------|------|
| Media | 8,65 |
| Mediana | 8.75 |
| Moda | 10 |



Valoración comparativa

(Escala del 1 al 10)

| Origen del turista | | Media |
|--------------------------|---------------|-------|
| Autoridad 7.64 | Nacional | 7.50 |
| | Internacional | 8.01 |
| Oferta turística 8.65 | Nacional | 8.56 |
| | Internacional | 8.90 |

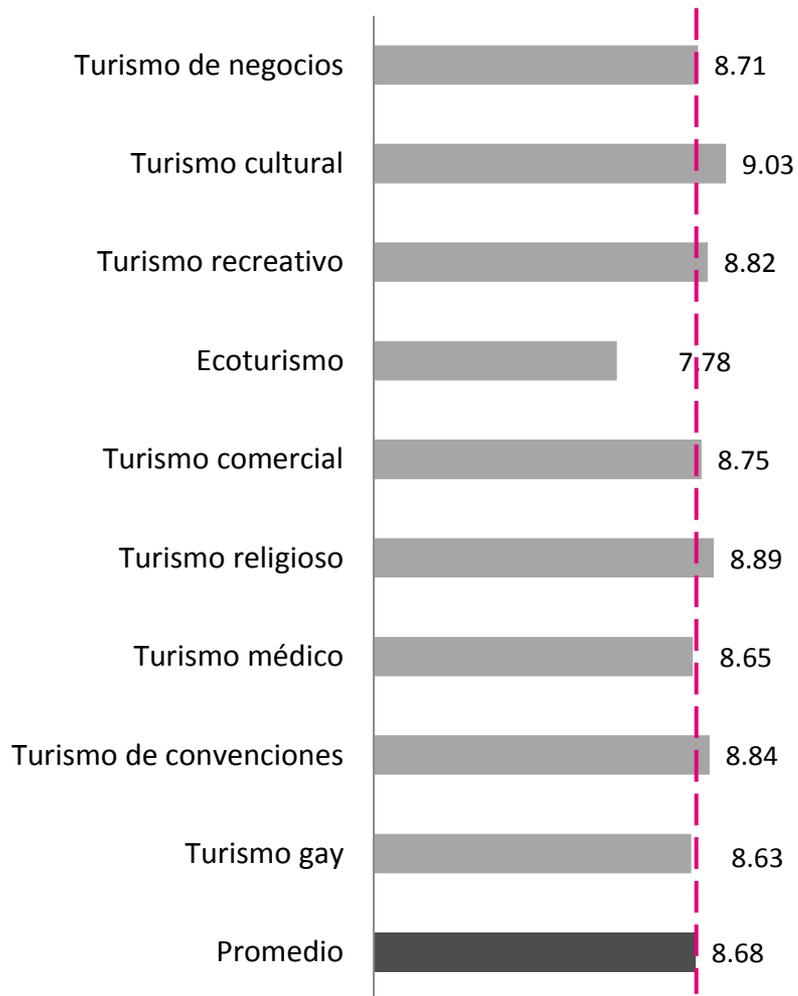
| Frecuencia de visita | | Media |
|--------------------------|-------------|-------|
| Autoridad 7.64 | Primera vez | 7.98 |
| | Eventual | 7.66 |
| | Frecuente | 7.31 |
| Oferta turística 8.65 | Primera vez | 8.79 |
| | Eventual | 8.70 |
| | Frecuente | 8.65 |



Evaluación de segmentos turísticos

(Escala del 1 al 10)

Base: 147 casos



4. Percepción sobre la CDMX



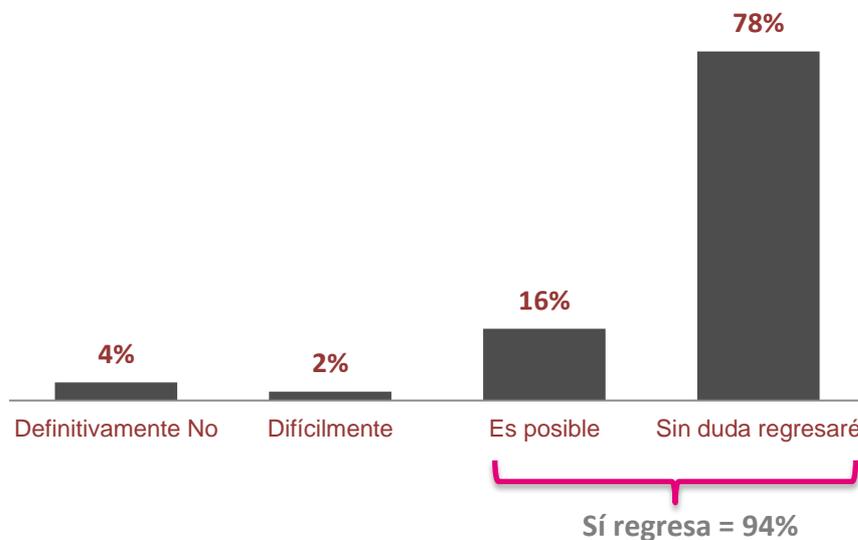
Experiencia de la visita

Base: 450 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: 450 casos

| Origen del turista | | |
|--------------------|------------------|-----|
| Sí Recomienda | Nacional | 95% |
| | Internacional | 98% |
| | A totales | 96% |
| Sí Regresaría | Nacional | 93% |
| | Internacional | 98% |
| | A totales | 94% |

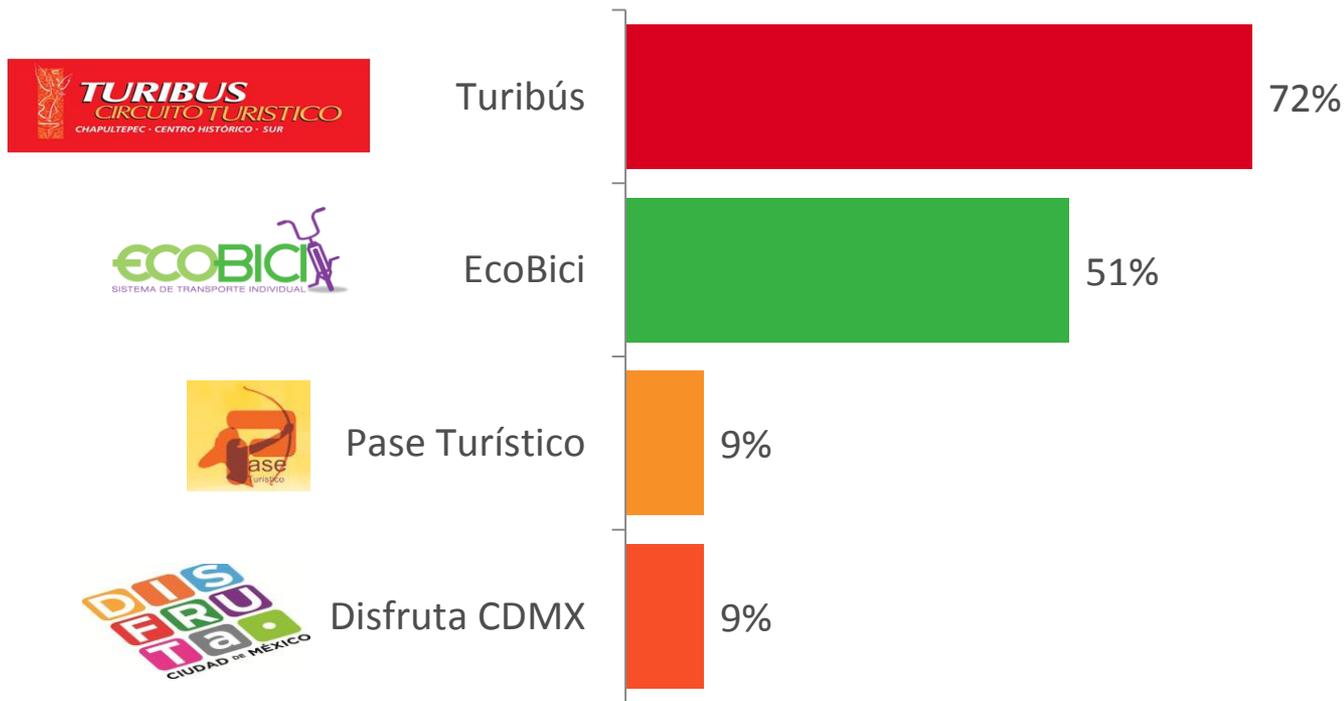


Resultados

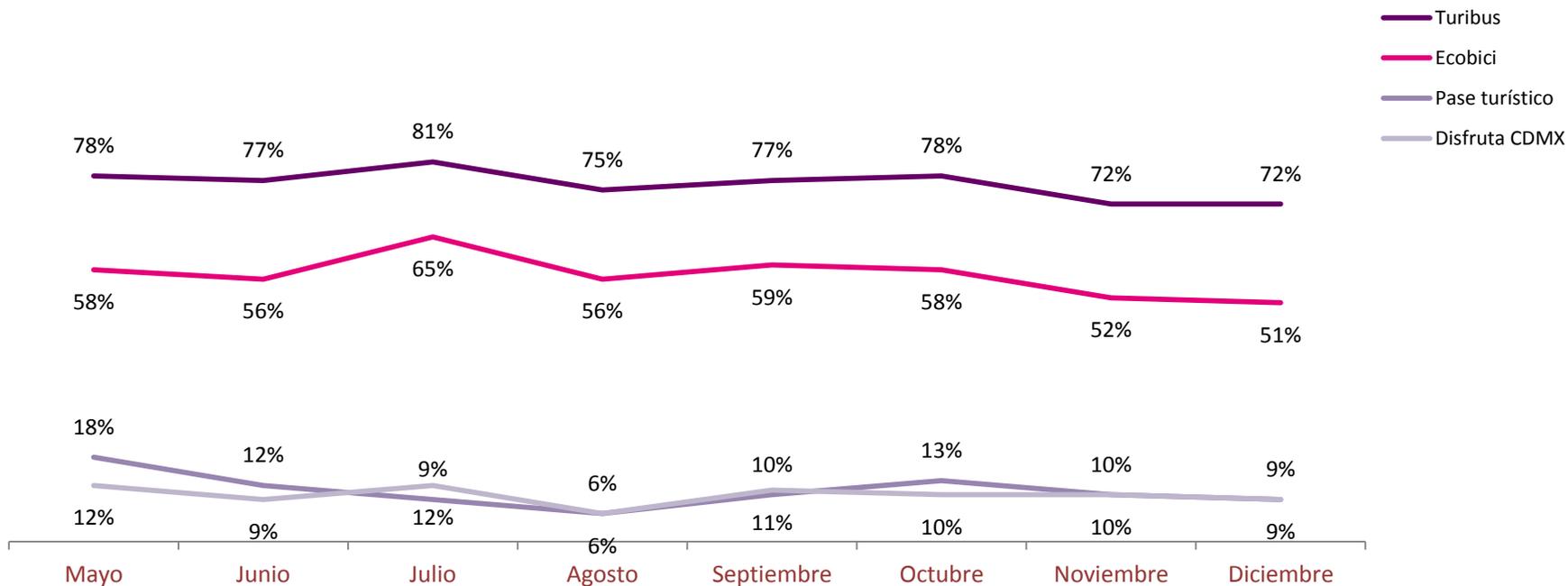
5. Evaluación de programas y SECTOR CDMX

Conocimiento de Programas

Base: 460 casos



Conocimiento de Programas Resumen mensual



Conocimiento de Programas

Base: 460 casos

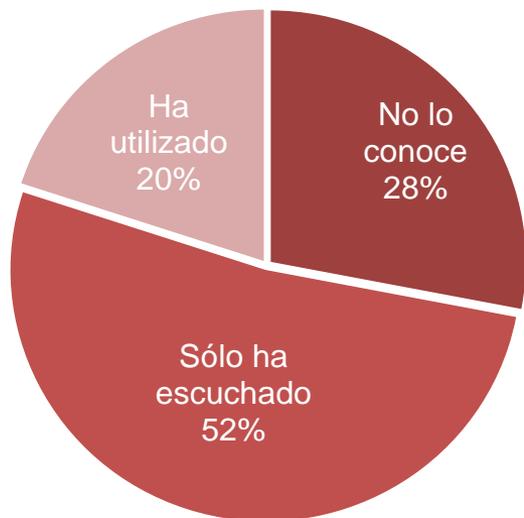
| Programa | Totales | Grupo de edad | | | | | Género | | Origen | |
|---------------------------------|------------|---------------|---------|---------|---------|--------|-----------|----------|----------|---------------|
| | | Menos 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 60 | Más 60 | Masculino | Femenino | Nacional | Internacional |
| Turibús | 72% | 75% | 79% | 75% | 66% | 50% | 71% | 73% | 76% | 60% |
| EcoBici | 51% | 54% | 51% | 56% | 54% | 35% | 51% | 53% | 58% | 35% |
| Pase Turístico | 9% | 5% | 13% | 13% | 8% | 7% | 10% | 9% | 12% | 2% |
| Disfruta CDMX | 9% | 6% | 7% | 9% | 16% | 15% | 9% | 10% | 11% | 5% |
| Promedio de conocimiento | 35% | | | | | | | | | |

Conocimiento de Programas

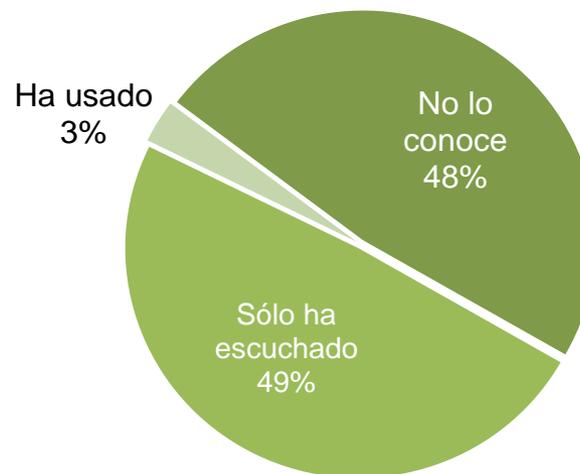
Base: 460 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de TURIBÚS?



¿Conoce o ha escuchado hablar de ECOBICI?

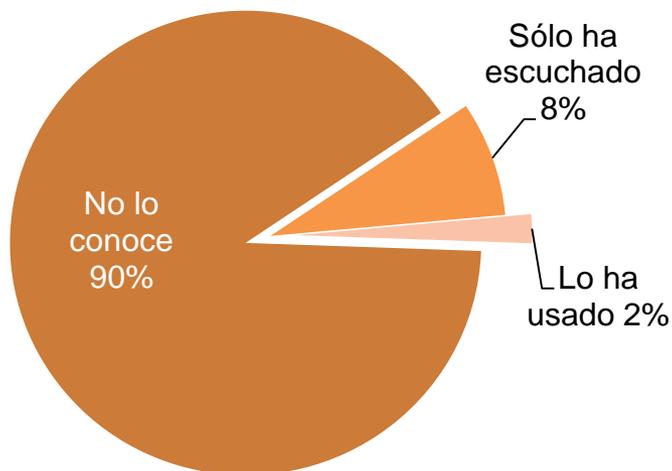


Conocimiento de Programas

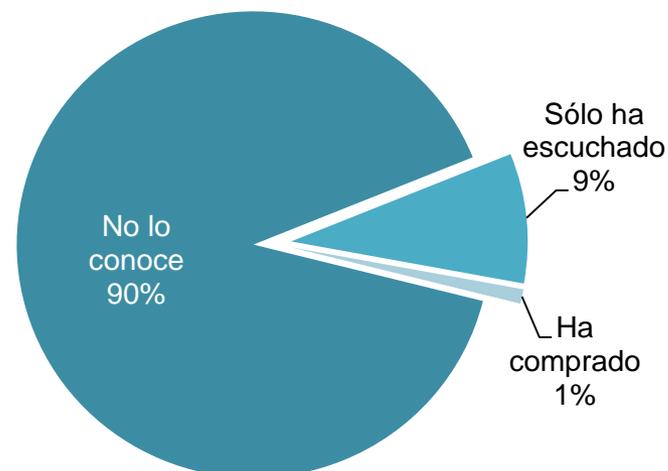
Base: 460 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de PASE TURÍSTICO?



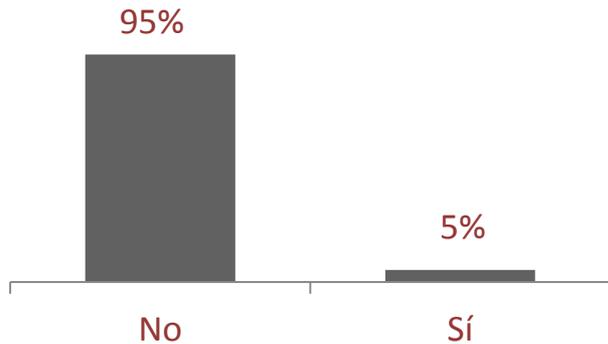
¿Conoce o ha escuchado hablar de Disfruta CDMX?



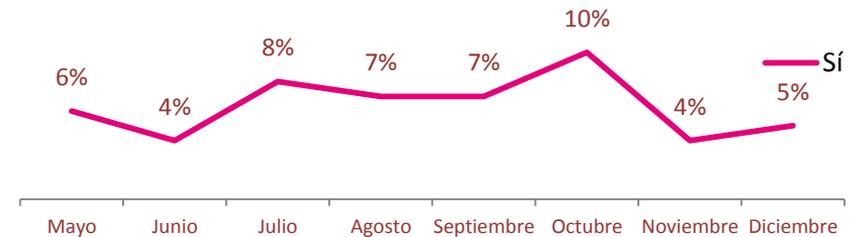
Página web SECTUR CDMX

Base: 460 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

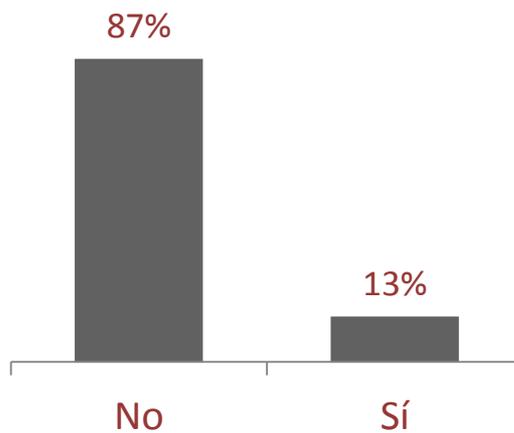
Base: 23 casos



Consulta de Páginas web

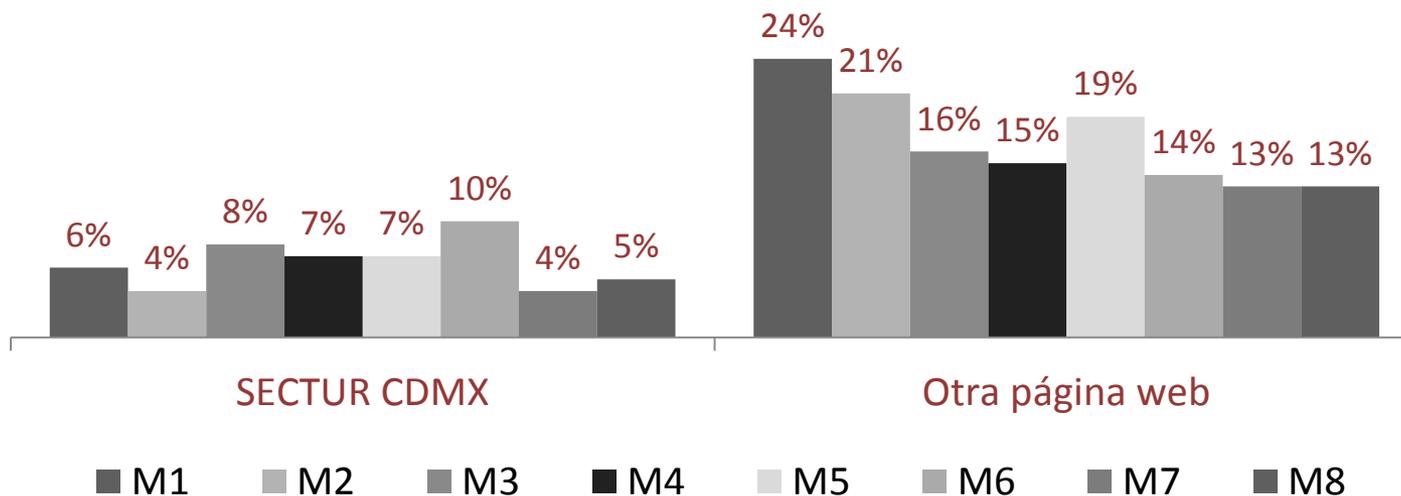
Base: 460 casos

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%)

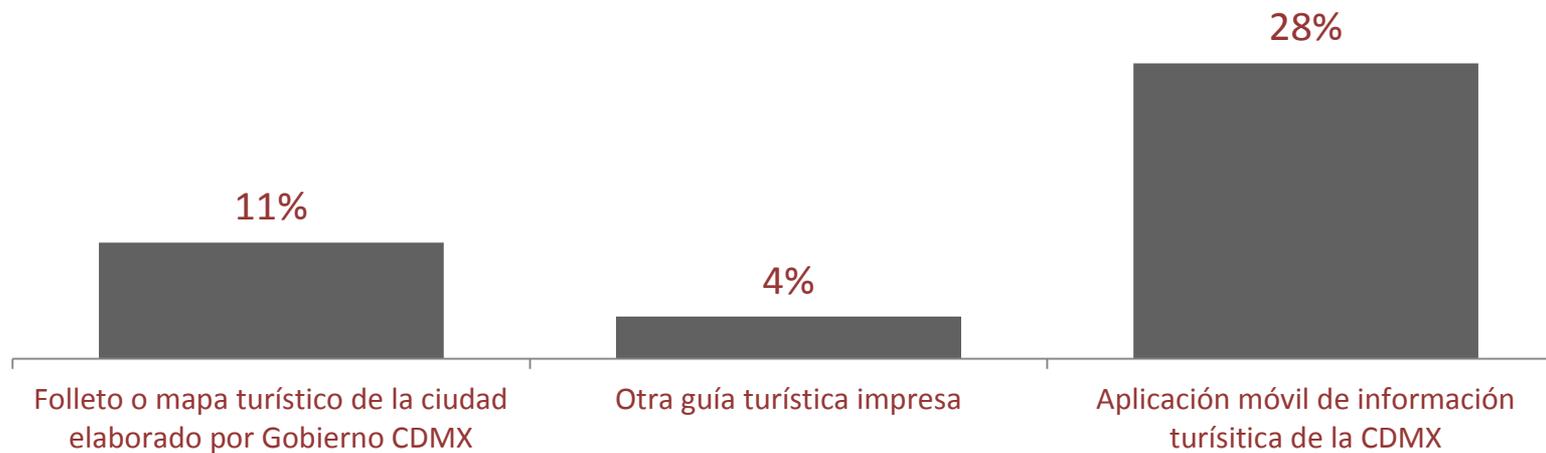


Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

Base: 460 casos

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



Servicios Turísticos

Información y mapas turísticos

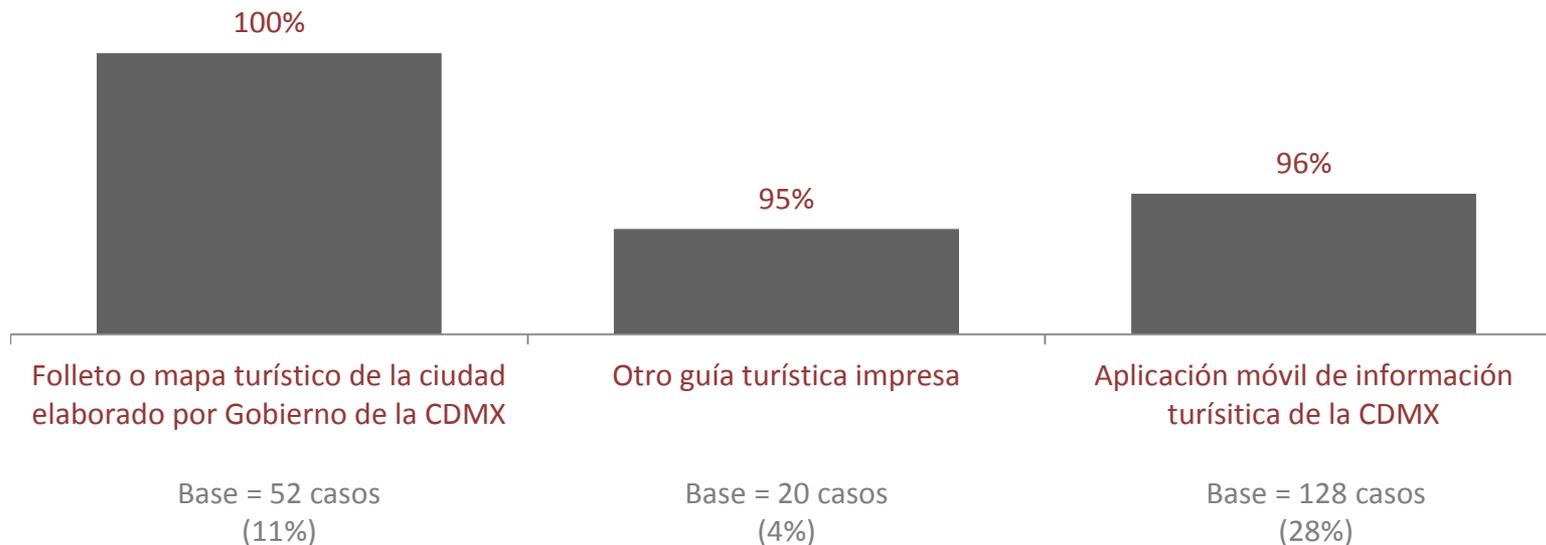
Base: 460 casos

¿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 | 11% | 11% | 15% | 9% | 12% | 2% | 9% | 13% | 8% | 21% |
| Otro guía turística impresa | 4% | 3% | 8% | 3% | 3% | 5% | 4% | 4% | 2% | 10% |
| Aplicación móvil de información turística de la CDMX | 28% | 34% | 31% | 29% | 23% | 7% | 32% | 25% | 22% | 43% |
| Promedio de conocimiento | 14% | | | | | | | | | |

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: 296 casos

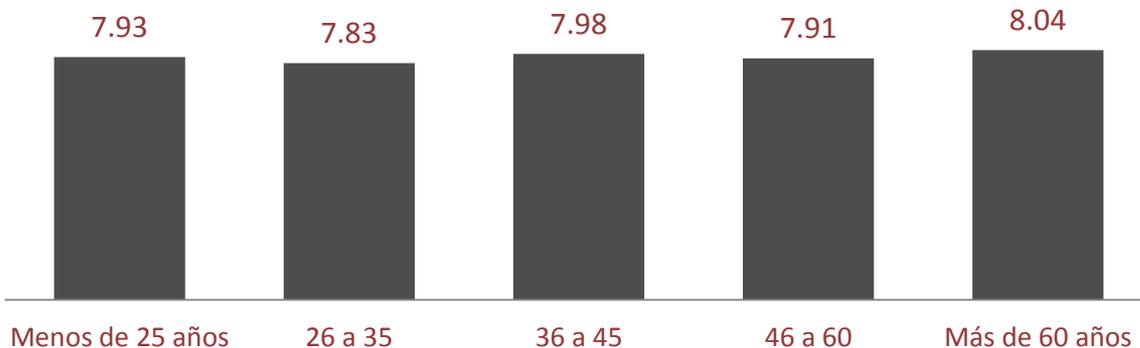
¿Qué calificación le pone usted al desempeño de la Secretaría de Turismo de la CDMX en favor de los turistas que visitan la Ciudad de México?

| | |
|---------------------------|-------------|
| Media | 7.92 |
| Mediana | 8.00 |
| Moda | 8 |
| Escala del 1 al 10 | |



Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 296 casos



| | |
|--------------|-------------|
| Media | 7.92 |
| Mediana | 8.00 |
| Moda | 8 |

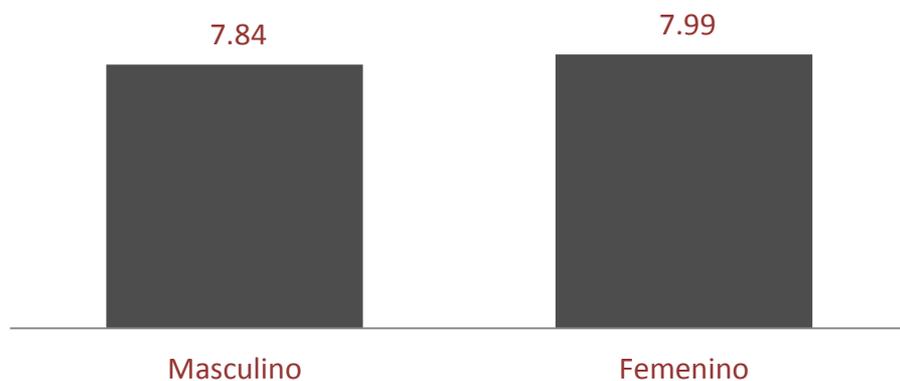
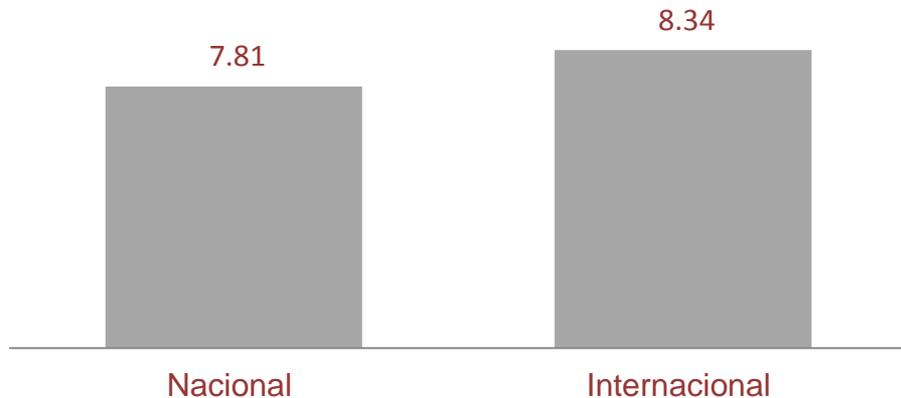
Escala del 1 al 10





Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10
Base: 296 casos

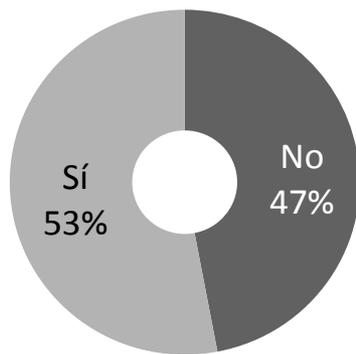


| | |
|---------------------------|-------------|
| Media | 7.92 |
| Mediana | 8.00 |
| Moda | 8 |
| Escala del 1 al 10 | |

Recordación Publicitaria

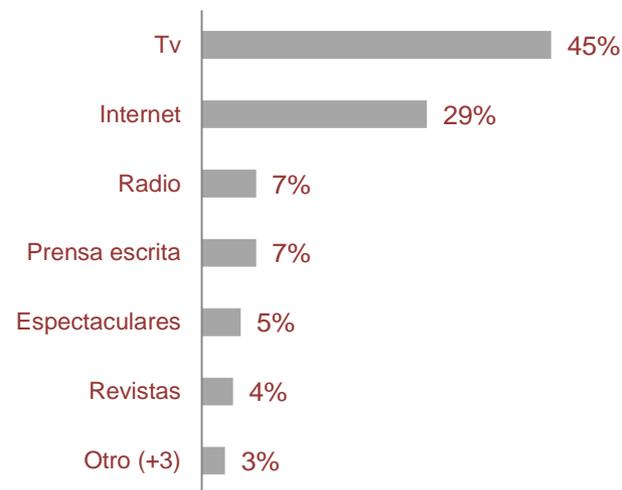
En los últimos 12 meses, ¿recuerda haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México?

Base: 460



Medio de comunicación

Base: 244 casos



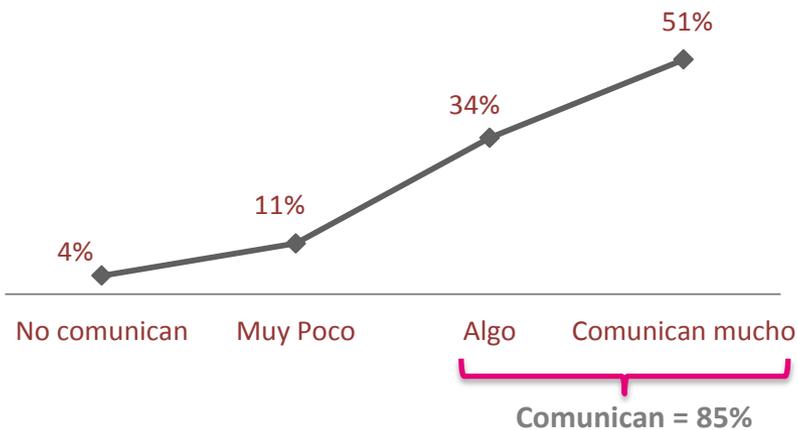
Resumen Mensual



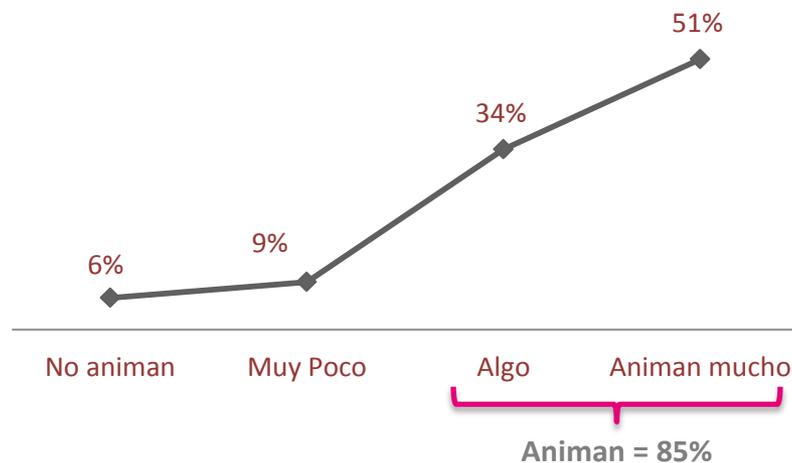
Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 243 casos

¿Qué tanto comunican esos mensajes?



¿Qué tanto animan visitar a la Ciudad ?



Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 296 casos

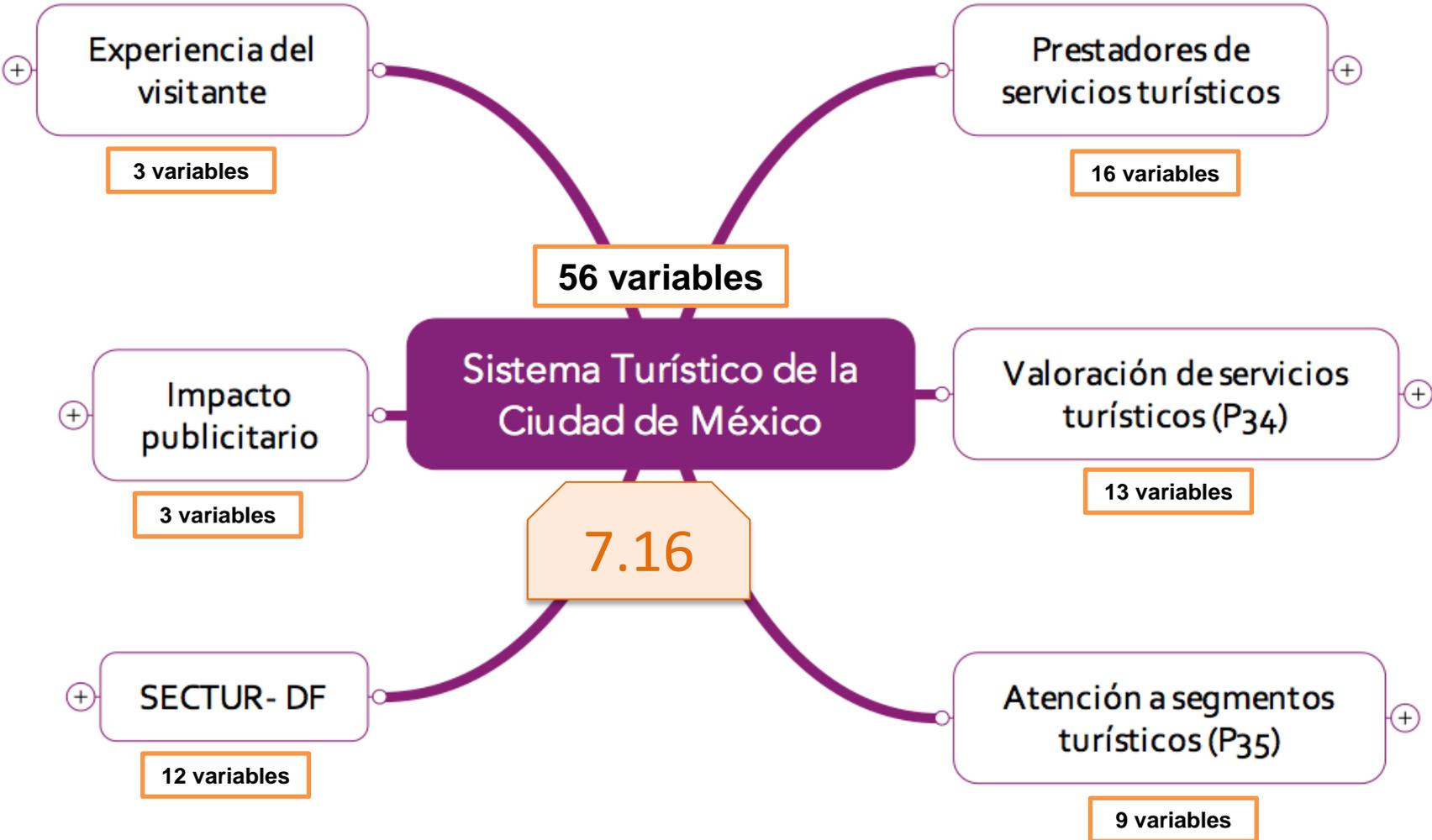
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa que quienes NO recuerdan campañas publicitarias del gobierno de la Ciudad tienen una percepción más baja del desempeño de SECTUR-CDMX.

| Calificación | Recordación publicitaria | |
|------------------------------------|--------------------------|------|
| | SÍ | NO |
| Desempeño de SECTUR CDMX (7.92) | 7.98 | 7.82 |



Resultados

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





Escala del 1 al 10

Sistema Turístico de la Ciudad de México

| | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|
| Atención a segmentos 8.69 | Impacto Publicitario 4.56 | SECTUR CDMX 4.38 | Experiencia del visitante 8.64 |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|

| Prestadores de servicios turísticos | | Servicios turísticos | |
|-------------------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Alojamiento 8.18 | Marco regulatorio 7.87 | Oferta turística 8.65 | Autoridad 7.64 |

Total
7.16

*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

diciembre 2016

7.16

| Totales | Género | | Origen | |
|---------|-----------|----------|----------|---------------|
| | Masculino | Femenino | Nacional | Internacional |
| 7.16 | 7.13 | 7.19 | 7.13 | 7.27 |

| Totales | Grupo de edad | | | | |
|---------|---------------|---------|---------|---------|--------|
| | Menos 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 60 | Más 60 |
| 7.16 | 7.17 | 7.15 | 7.26 | 7.15 | 6.97 |



Escala del 1 al 10

diciembre 2016

7.16

Turistas Nacionales

| Totales | Turistas Nacionales | | | | |
|---------|---------------------|---------|--------------|------|---------|
| | Noroeste | Noreste | Centro-Bajío | Sur | Sureste |
| 7.13 | 7.75 | 7.50 | 7.01 | 6.73 | 7.18 |

Turistas Internacionales

| Totales | Turistas Internacionales | | | | |
|---------|--------------------------|---------------------|--------|------|---------|
| | Norteamérica | Centro y Sudamérica | Europa | Asia | Oceanía |
| 7.27 | 7.48 | 7.34 | 6.775 | 5.02 | 7.19 |



Escala del 1 al 10

diciembre 2016

7.16

| Totales | Motivo del Viaje | | | |
|---------|------------------|-------------------|---------|-----------------|
| | Vacaciones | Visita Familiares | Trabajo | Visita Cultural |
| 7.16 | 7.42 | 7.14 | 6.59 | 7.49 |

| Totales | Pernocta en la Ciudad | |
|---------|-----------------------|------|
| | SÍ | NO |
| 7.16 | 7.28 | 6.71 |

| Totales | Frecuencia de visita a la Ciudad de México | | |
|---------|--|----------|-----------|
| | Primera Vez | Eventual | Frecuente |
| 7.16 | 7.22 | 7.27 | 6.88 |



Escala del 1 al 10

diciembre 2016

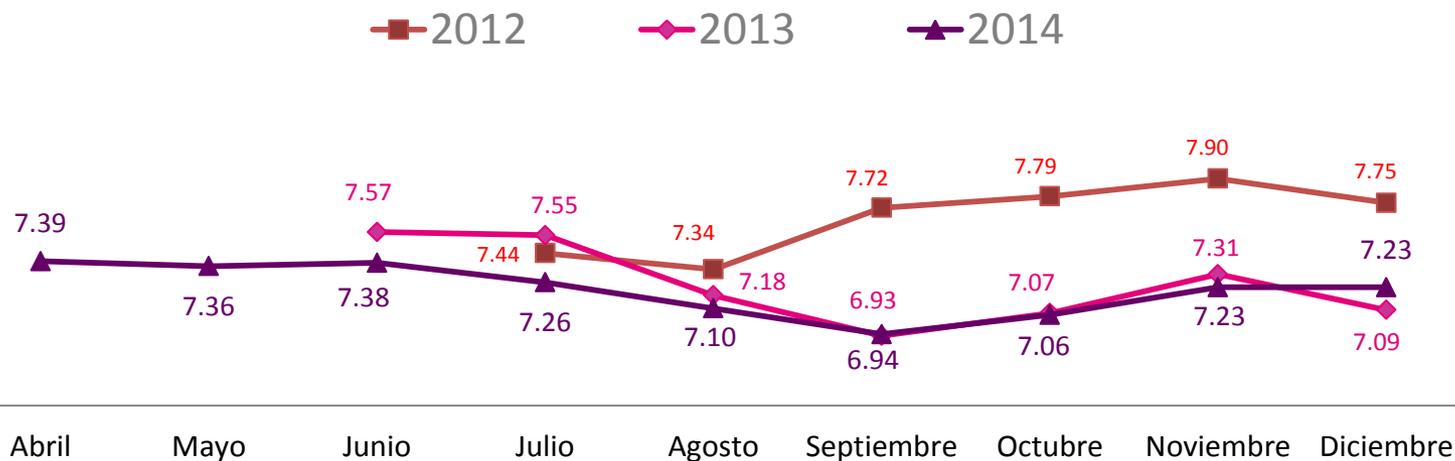
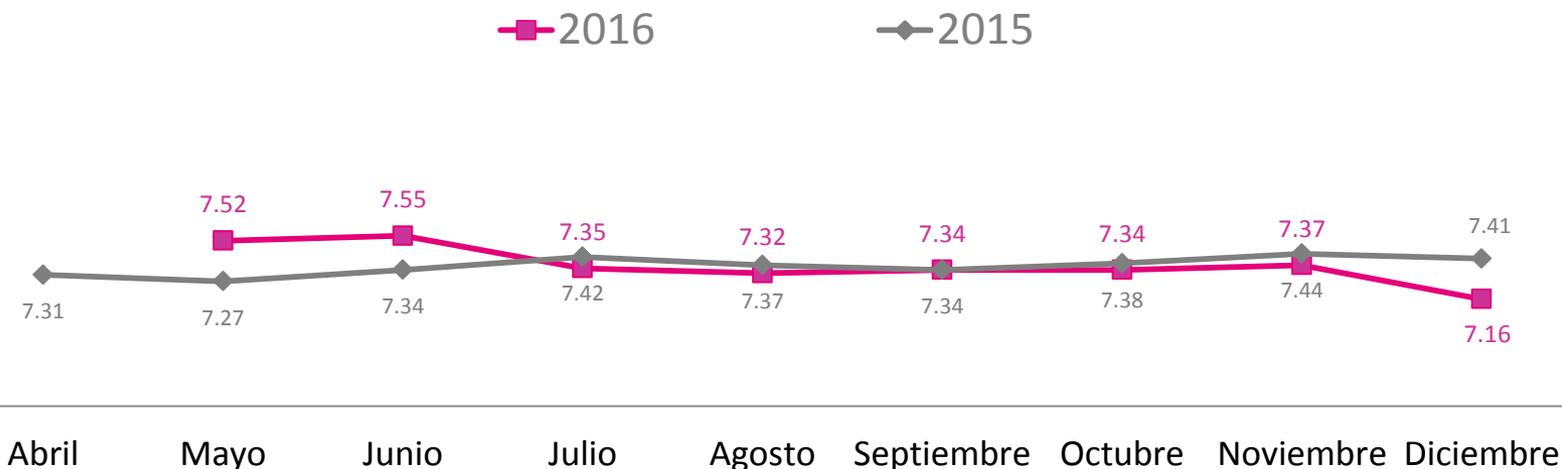
7.16

| Totales | Tipo de Alojamiento | | | |
|---------|---------------------|-------|---------------------------|----------------------|
| | Familiares y amigos | Hotel | Alojamiento de bajo costo | Departamento rentado |
| 7.28 | 7.17 | 7.66 | 7.00 | 6.99 |

| Totales | Tipo de Hotel | |
|---------|---------------|---------------|
| | Cadena | Independiente |
| 7.66 | 7.89 | 7.59 |



Escala del 1 al 10





Anexo 1

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



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

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

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

OBJETIVO → Que la **Secretaría de Turismo de la Ciudad de México** cuente con indicadores de desempeño que permitan identificar áreas de oportunidad para robustecer su perspectiva estratégica y contar con insumos para diseñar e implementar planes y programas que involucren de manera asertiva a los diferentes actores e instituciones que componen dicho sistema.

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

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

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

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

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

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

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

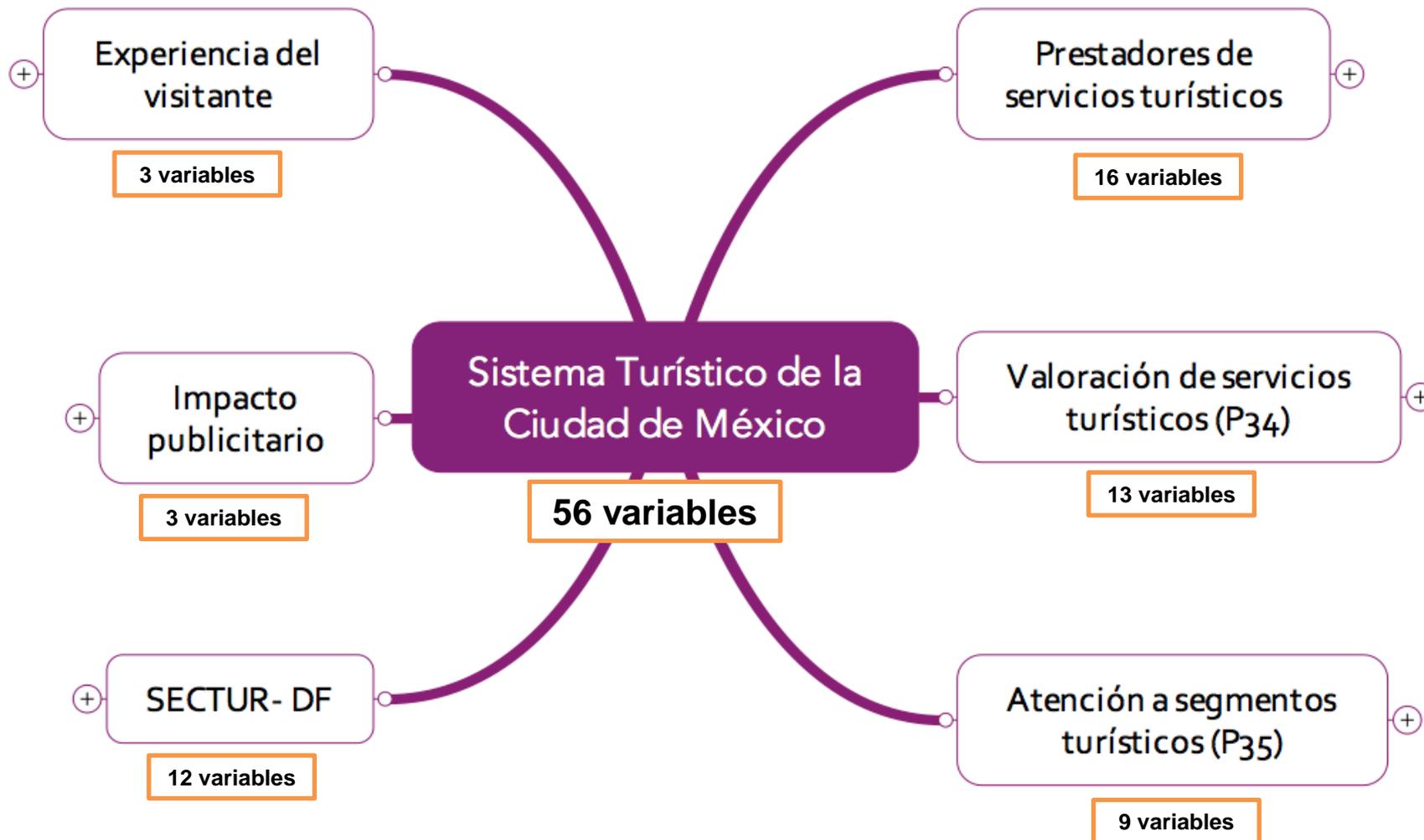
El modelo es el resultado de la media aritmética obtenida sobre las diversas respuestas proporcionadas por los turistas entrevistados respecto al conjunto de variables sujetas de análisis.

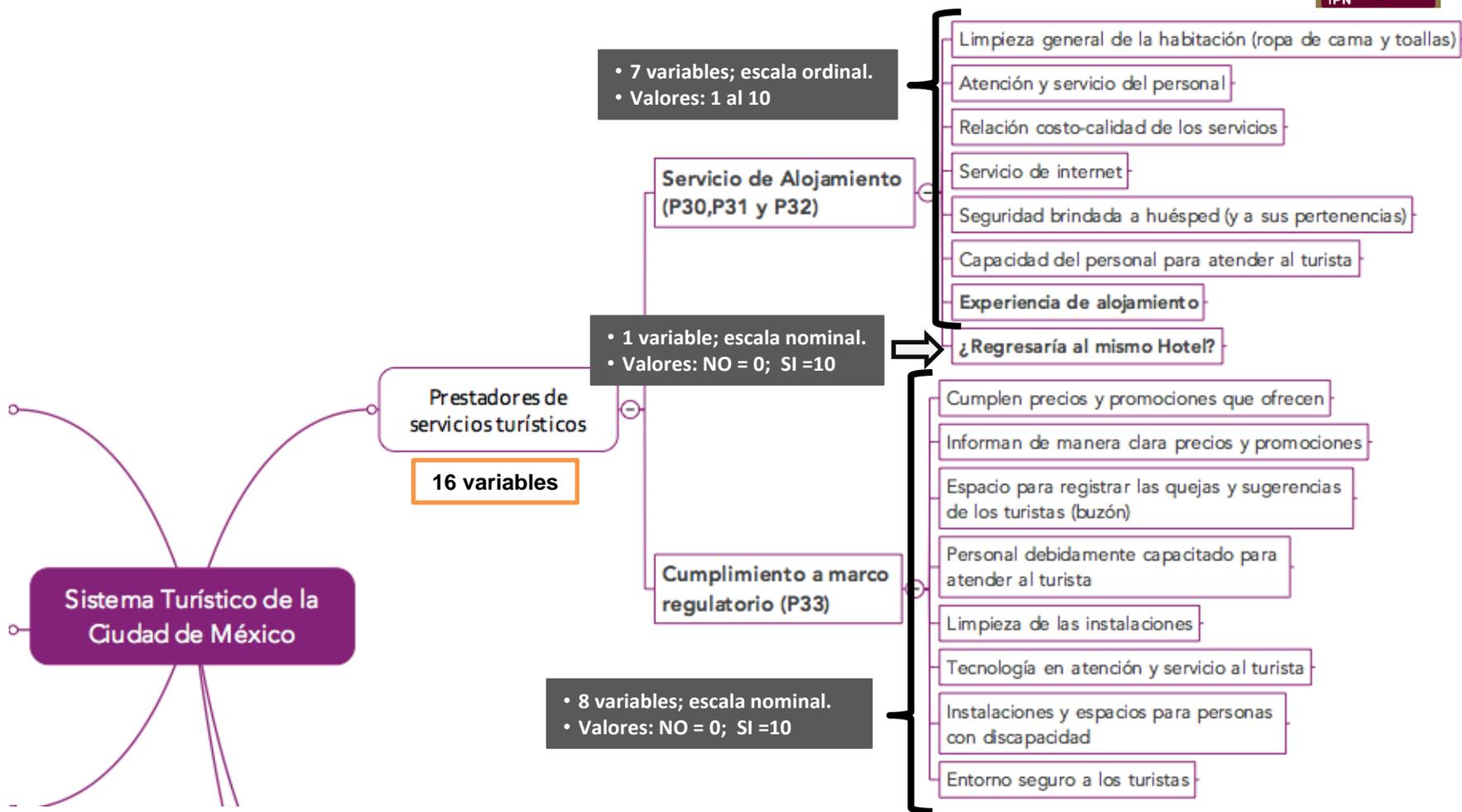
Índice de Evaluación sobre el Sistema Turístico de la Ciudad de México

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

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

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



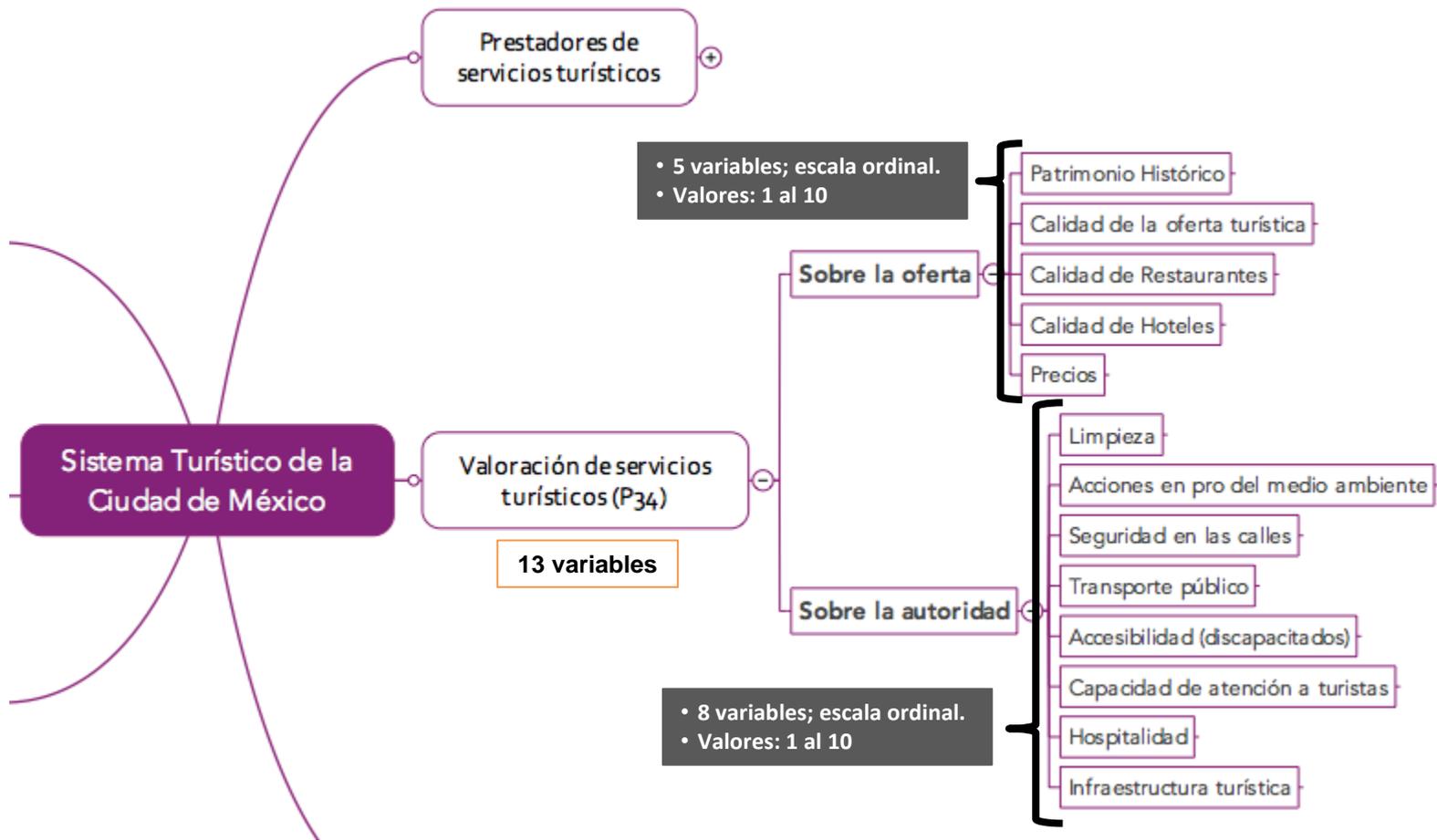


P30. Con base en su experiencia en esta visita a la Ciudad de México, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con su Hotel?

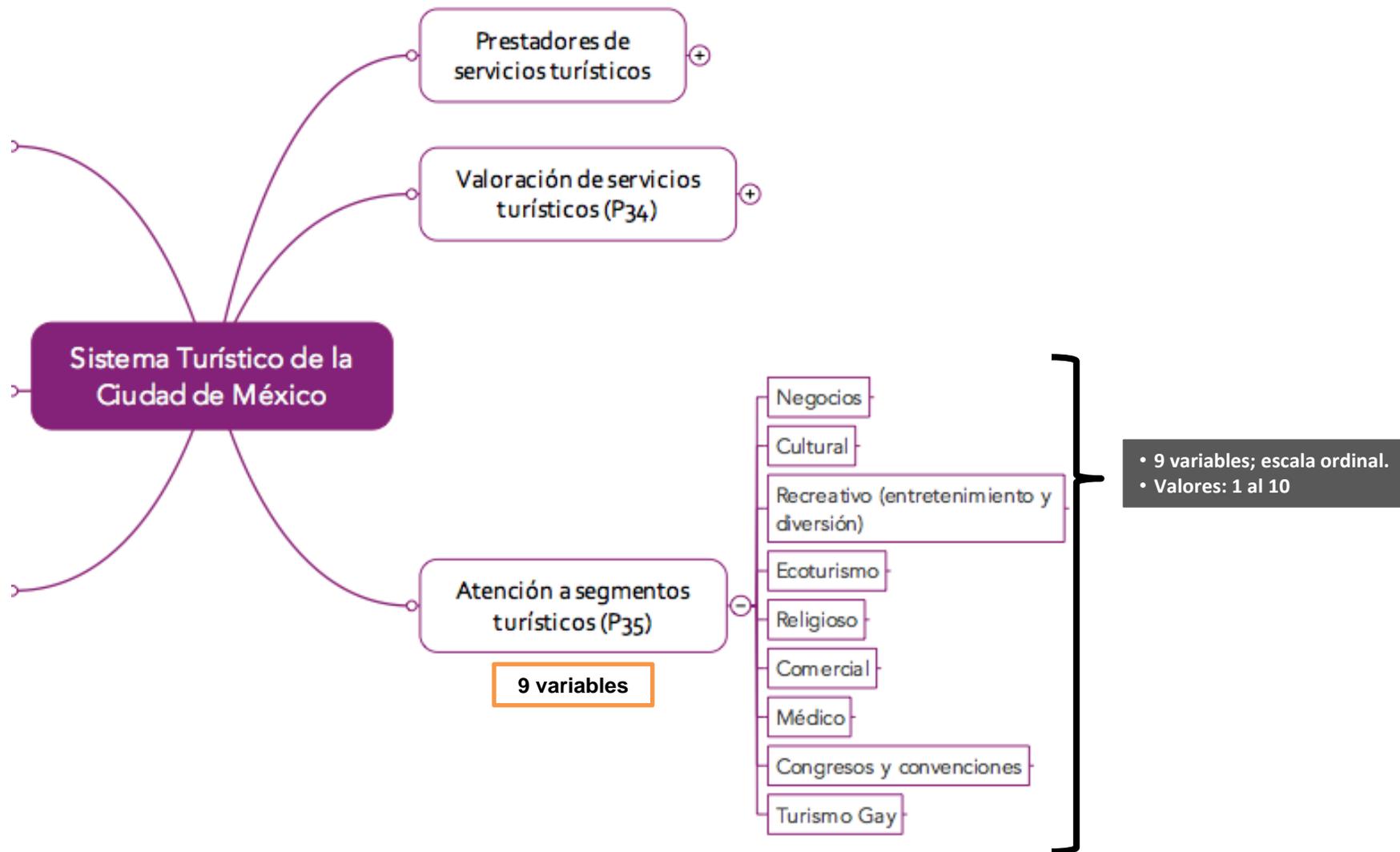
P31. ¿Qué calificación le pone a su experiencia de alojamiento en lo general?

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

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

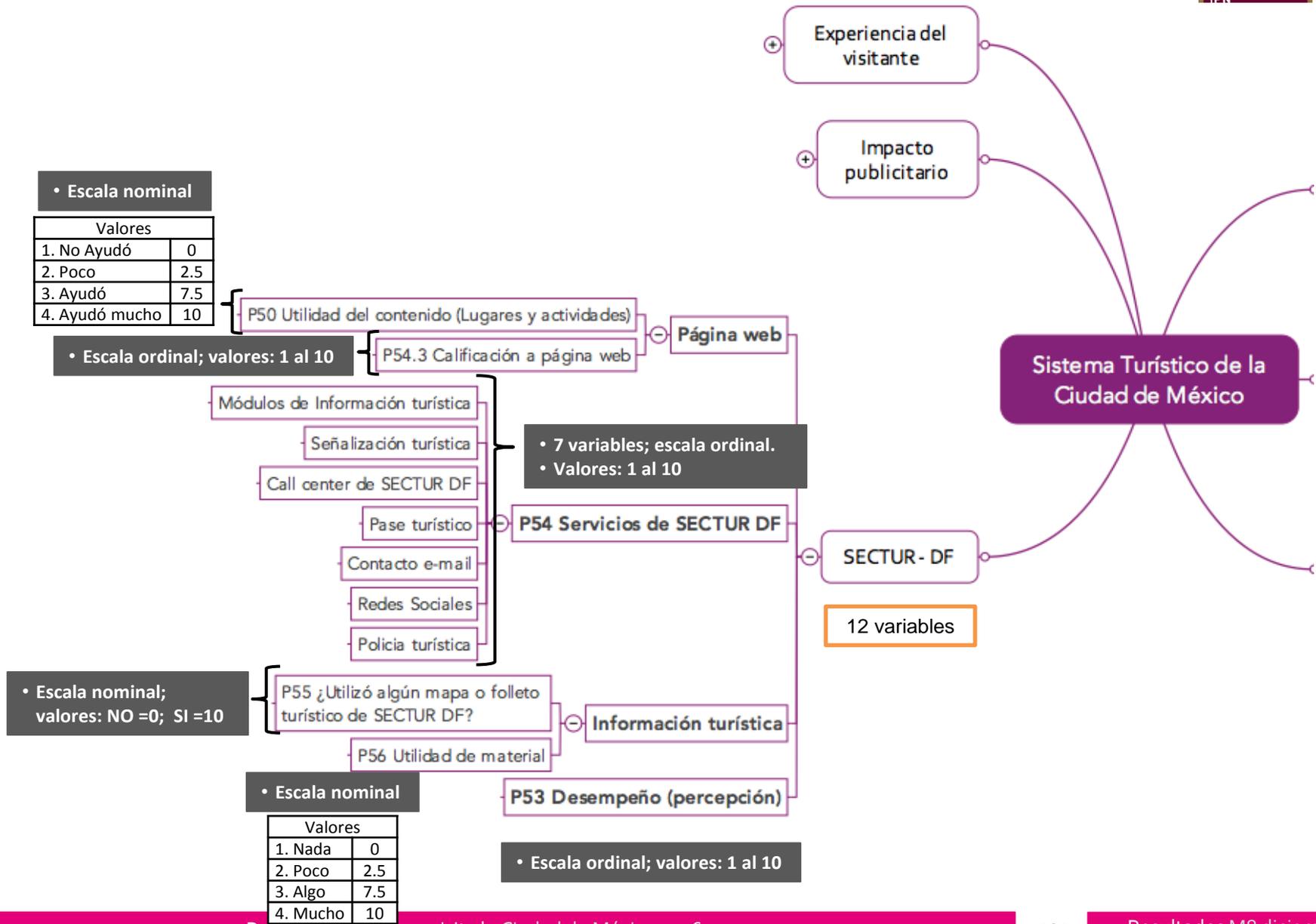


P34. Con base en su experiencia, por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con la Ciudad de México?



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

Conceptualización del modelo



• Escala nominal

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

• Escala nominal bidireccional

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

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

• Escala nominal

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



Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados
Diciembre - 2016

