

Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2014

REPORTE EJECUTIVO

Abril a Diciembre de 2014



SECRETARÍA DE
TURISMO



CIUDAD DE MÉXICO



Presentación	3
Detalle Metodológico	5
Resultados	
Los turistas que visitan la Ciudad de México	
Perfil prototípico del turista	10
¿De dónde vienen?; ¿cómo son?; ¿qué hacen en su visita a la ciudad?; cómo viajan?; ¿cómo ven la Ciudad de México?; ¿cómo perciben a la autoridad turística?	
Índice de Evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México	59

- Por tercer año consecutivo, la **Secretaría de Turismo del D.F.** ha contado con la **Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional** para implementar el estudio cuantitativo “Perfil del turista que visita la Ciudad de México 2014”.
- Este proceso indagatorio está realizado bajo rigurosos principios metodológicos y busca registrar de manera sistemática y confiable opiniones, percepciones, valoraciones y expectativas de parte de los visitantes a la Ciudad de México.
- Esta investigación pretende generar aprendizajes que permita establecer perfiles de turistas que visitan la Ciudad de México e identificar oportunidades estratégicas y generar insumos analíticos para el desarrollo de políticas y programas en materia turística; más robustas y mejor orientadas, que aporten en favor de una imagen positiva de la Ciudad de México.

- A continuación, la **Escuela Superior de Turismo** presenta un **reporte ejecutivo**, derivado del análisis agregado de los resultados obtenidos durante las nueve mediciones realizadas durante los meses de abril a diciembre del 2014, con base en las siguientes características metodológicas.



Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

Vitrina Metodológica



Ámbito	Local; Ciudad de México
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta por muestreo en puntos de afluencia
Tipo de estudio	Longitudinal (mediciones mensuales de Abril a Diciembre de 2014)
Tipo de muestreo	Polietápico aleatorio, sistemático por conglomerados
Universo de Estudio	Visitantes (no residentes) nacionales o internacionales en estancia de la Ciudad de México, mayores de 18 años.
Unidad de Muestreo	Centros de afluencia de turistas en la Ciudad de México: i. Sitios turísticos ii. Centros de alojamiento y alimentación. iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)
Instrumentos de medición	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en los objetivos del proyecto, hipótesis y variables definidas durante trabajos colegiados con SECTUR-DF.• Duración promedio: 16 minutos.• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que fueron aplicadas en el idioma correspondiente.

4,341 encuestas efectivas, distribuidas en nueve mediciones.

Tamaño de muestra	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	484	474	481	485	485	485	483	482	482

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 no más del $\pm 4.59\%$ por medición y de $\pm 1.52\%$ acumulado.
- Cálculo hecho con un pq de 0.5, respectivamente.

Fórmula de Muestreo para calcular márgenes de error



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

Trabajo de Campo

- Para la realización de este proyecto, se contó con la activa y valiosa participación de un grupo de **57 estudiantes** de la **Escuela Superior de Turismo del IPN**, principalmente de la especialidad en Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico.

Aseguramiento de Calidad

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



Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

**Perfil prototípico del turista que
visita la Ciudad de México**



El turista que visita la Ciudad de México ...

- ◆ Es un **adulto joven**; tanto hombres como mujeres con edad promedio de 37 años.
- ◆ Principalmente es de **origen nacional**; aunque también llegan turistas de todas partes del mundo, principalmente del continente americano.
- ◆ Ha visitado previamente la ciudad; y respecto a viajes anteriores emite una evaluación comparativa muy positiva.
- ◆ Es un persona **generadora de su ingreso**; cuenta con **estudios de nivel medio y superior**. Y tiene **acceso, uso y apropiación de internet**; lo utiliza prácticamente para sus actividades cotidianas, incluso para la consulta de información turística y la planeación de sus viajes.
- ◆ Suele pernoctar; a menos que venga por motivo de trabajo o a realizar algún trámite.

El turista que visita la Ciudad de México ...

- ✓ Es tan común alojarse **con Familiares o Amigos como hacerlo en hotel**; la primera alternativa es más recurrente entre viajeros nacionales, mientras que la segunda lo es con turistas internacionales. A diferencia de años anteriores, destaca un importante incremento en la preferencia por alojamiento de bajo costo, sin distinción de origen del viajero.
- ✓ Lo más común es que venga a la Ciudad de México a **vacacionar** (44%); o bien, a **visitar a familiares y amigos** (16%) o por **trabajo** (16%).
- ✓ Destaca una reducción en el grupo de turistas que visitaron en el año la Ciudad de México por motivos de índole cultural (7%).
- ✓ Lo que más gusta y reconoce el visitante es el **patrimonio cultural e histórico**; también aprecia el valor del residente como parte importante del encanto de la ciudad.
- ✓ A decir de las actividades que realiza, se puede asegurar que “le gusta salir a la calle”.

El turista nacional...

- ❖ **Proviene** principalmente de estados del Centro – Bajío del país.
- ❖ Su perfil sociodemográfico y actitudinal es de clase media típica.
- ❖ La mayoría visita la ciudad con regularidad.
- ❖ Se aloja con familiares y amigos en mayor medida; no así en el caso de visita de negocios, donde suele hospedarse en hotel.
- ❖ Normalmente la Ciudad de México es el destino único de su viaje.
- ❖ Registra estancias promedio de siete días.
- ❖ Gasta en promedio poco menos de mil pesos diarios durante su estancia.

El turista internacional...

- ❖ Proviene de todos los continentes; sobre todo de Estados Unidos y diversos países del continente americano, en menor medida de Europa.
- ❖ Perfil sociodemográfico y actitudinal de clase media alta.
- ❖ La mayoría viene por primera vez a la ciudad.
- ❖ La Ciudad de México no es su único destino de viaje.
- ❖ Se hospeda principalmente en hotel, sobre todo si viene por motivos vacacionales, de trabajo o para realizar visita cultural.
- ❖ Su estancia promedio es superior a la del viajero nacional.
- ❖ Su promedio de gasto diario es casi de mil 650 pesos.



Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

Resultados Ejecutivos







Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

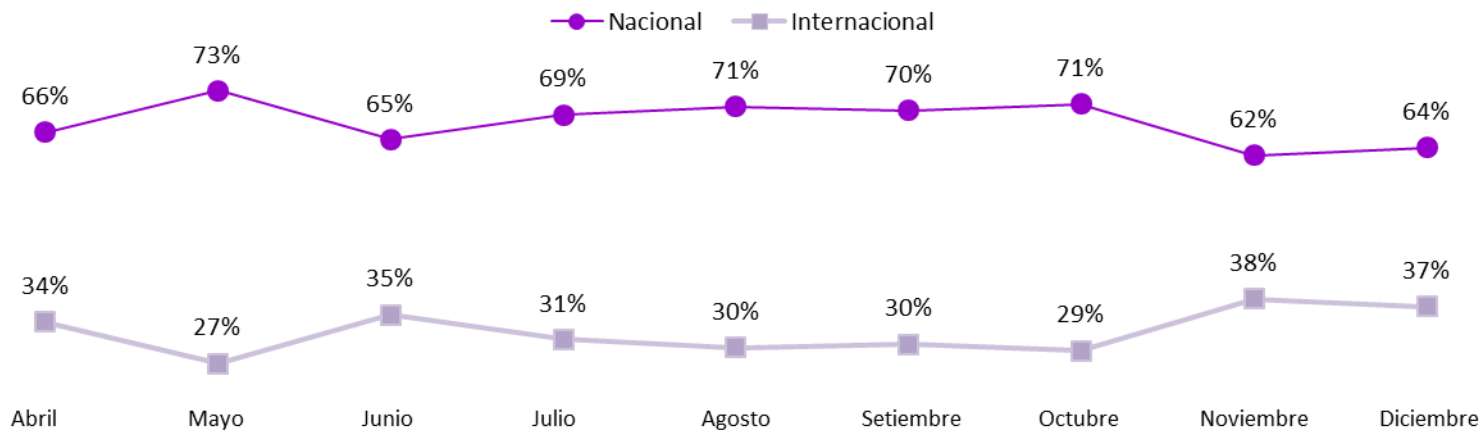
1. ¿De dónde vienen?



Origen del Turista

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- ✓ Siete de cada diez turistas que visitan la Ciudad de México son turistas de origen nacional (68%).
- ✓ Los meses de noviembre y diciembre son en los que se registra mayor la afluencia de visitantes internacionales.



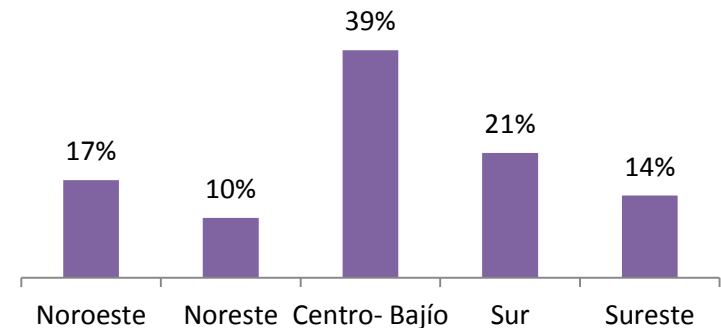
Origen del Turista

Turista nacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- Si bien llegaron turistas de todo el país, la región Centro-Bajío (39%) es la que registra mayor cantidad de visitantes nacionales.
- Cinco estados aportan una tercera parte de los visitantes nacionales que arriban a la Ciudad de México durante el periodo de análisis.
- Guerrero fue el principal estado emisor de viajeros, seguido por Veracruz, Estado de México, Puebla y Jalisco

Distribucion regional del visitante nacional



Top	Consolidado Abril – Dic.
Guerrero	8.0%
Veracruz	7.5%
Estado de México	6.8%
Puebla	6.6%
Jalisco	5.4%

34%

Origen del Turista

Turista internacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

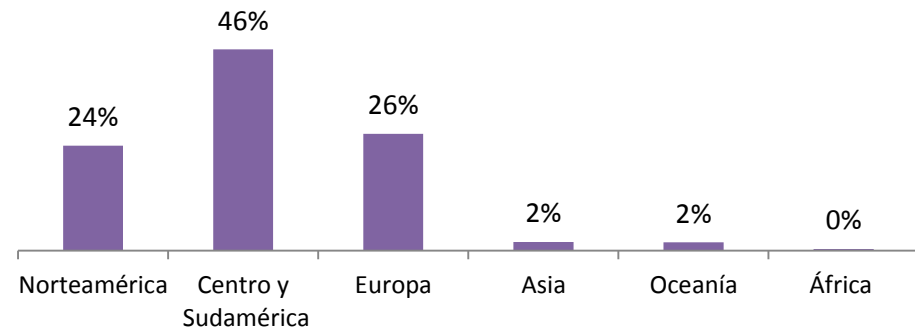
- A lo largo del periodo de evaluación, se registra la visita de turistas de 70 países. La mayoría son del **continente americano**.
- El país que genera mayor flujo de turistas a la Ciudad de México es **Estados Unidos** (20%).

Top 10	Consolidado Abril-Dic
Estados Unidos	20.3%
Colombia	9.4%
Venezuela	8.7%
España	8.4%
Argentina	6.4%
Francia	5.0%
Brasil	4.4%
Alemania	3.8%
Canadá	3.4%
Inglaterra/ Reino Unido	2.5%

72.3%

- En cuanto a turistas europeos, destacan los provenientes de España; en menor medida Francia y Alemania.

Distribucion regional del visitante internacional





Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

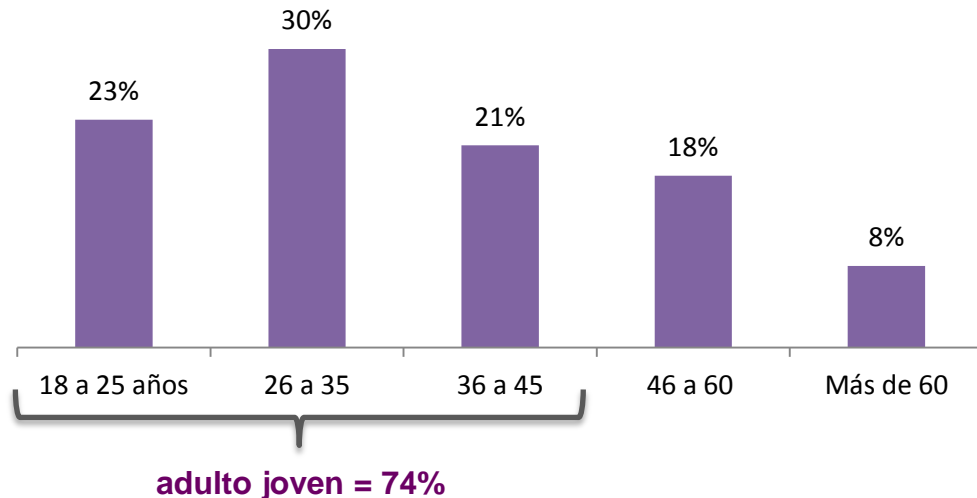
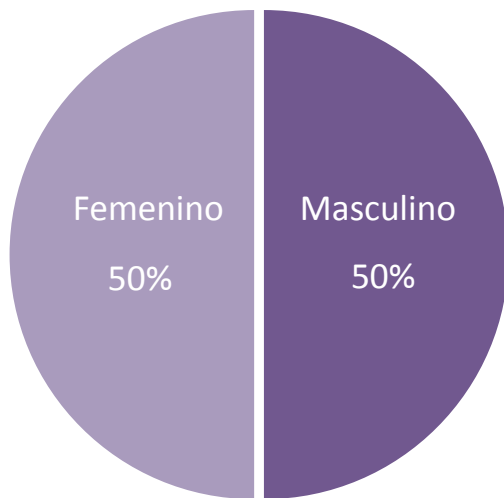
2. ¿Cómo son?



Género y edad

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

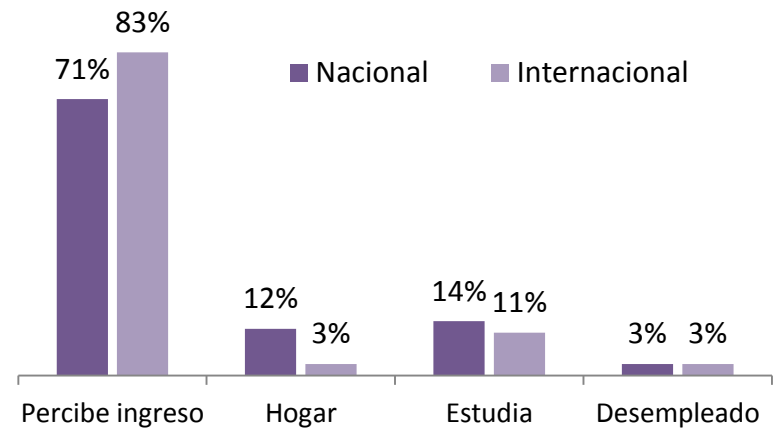
- ✓ En gran medida, la Ciudad de México es visitada por **adultos jóvenes** (74%); es decir, entre los 18 y 45 años de edad, sin distinción de género.
- ✓ El promedio la edad del visitante a la Ciudad de México es de 37 años.



Ocupación e ingreso

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

- ✓ Tres de cada cuatro turistas consultados declaran tener alguna ocupación remunerada (75%).*
- ✓ El ingreso familiar promedio declarado por el visitante es cercano a los 28 mil pesos.
- ✓ Este monto se diferencia según origen del turista; el viajero nacional registra un promedio de poco menos de 20 mil pesos, en tanto que el internacional es cercano a los 44 mil pesos.



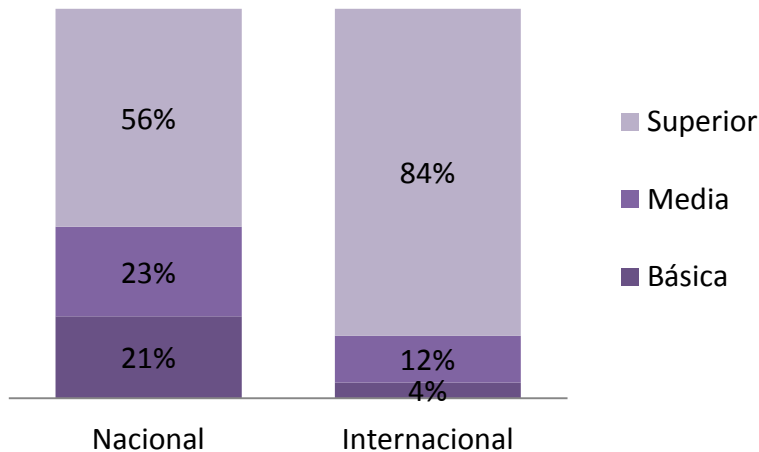
* Considera a empleados de la iniciativa privada y de gobierno; a profesionistas independientes, a comerciantes, así como a pensionados y jubilados.

Escolaridad y uso de Internet

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

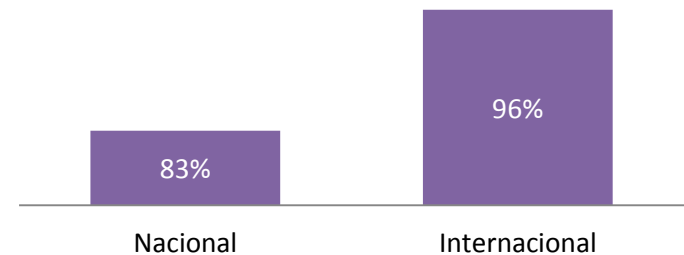
- ✓ La mayoría de los visitantes a la Ciudad de México cuentan con **estudios medios y superiores**.
- ✓ Esta tendencia se incrementa en el caso de los turistas internacionales.

Nivel de escolaridad



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

Usuarios Internet

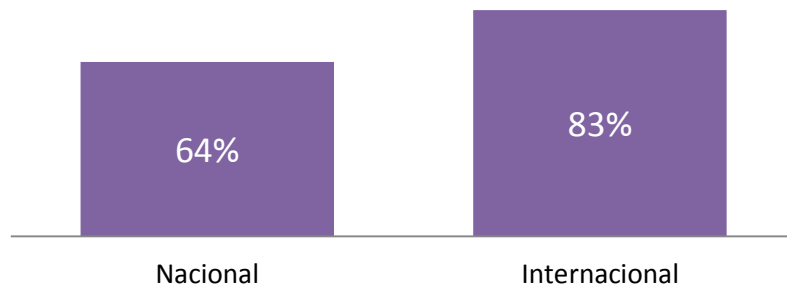


Uso de Internet

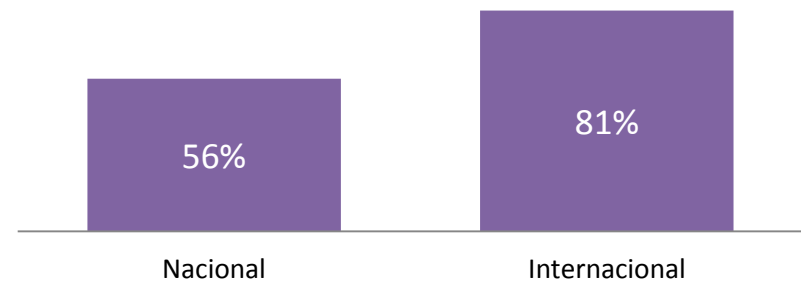
¿Cómo son los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La apropiación de internet en la vida cotidiana es alta; incluso en lo referente a la práctica turística. Es decir, también se emplea el Internet para buscar información sobre viajes y destinos, así como para la planeación de los viajes.
- ✓ Este hábito es más común entre viajeros internacionales.

Consulta información en Internet sobre viajes y destinos
(% SI)



Usa Internet para planear sus viajes
(% SI)





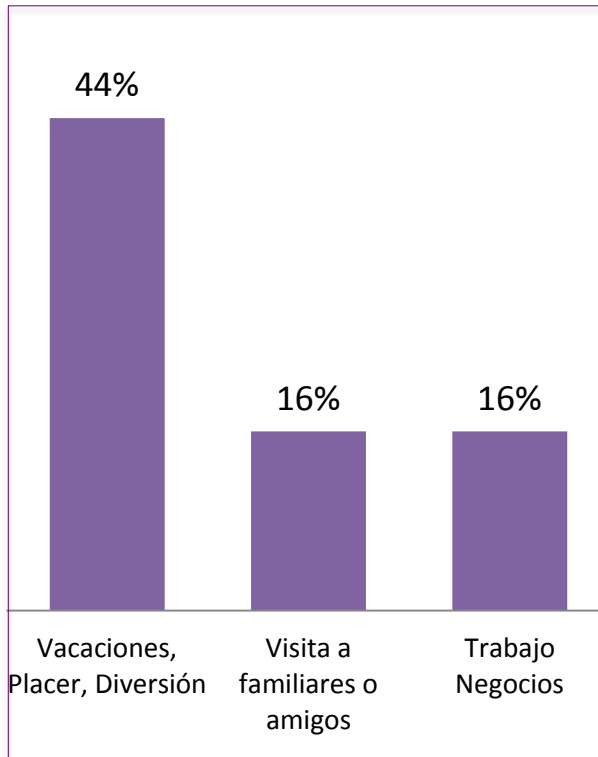
Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

3. ¿Qué hacen en su visita?

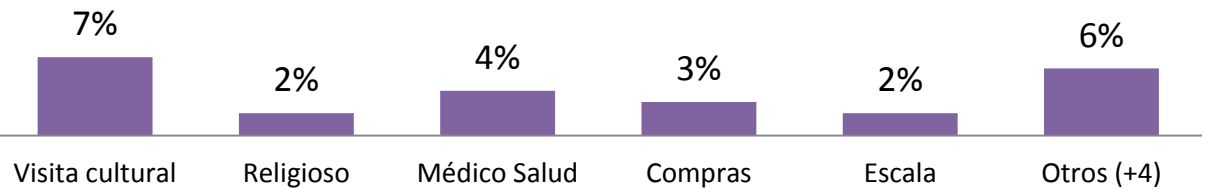


Motivo de la visita

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



- **Vacacionar** es el principal motivo para visitar la Ciudad de México; esta preferencia es más común entre turistas de origen internacional.
- Destaca que uno de cada cinco viajeros los mueve el visitar a **familiares y amigos**; esta conducta es más recurrente entre turistas de origen nacional.



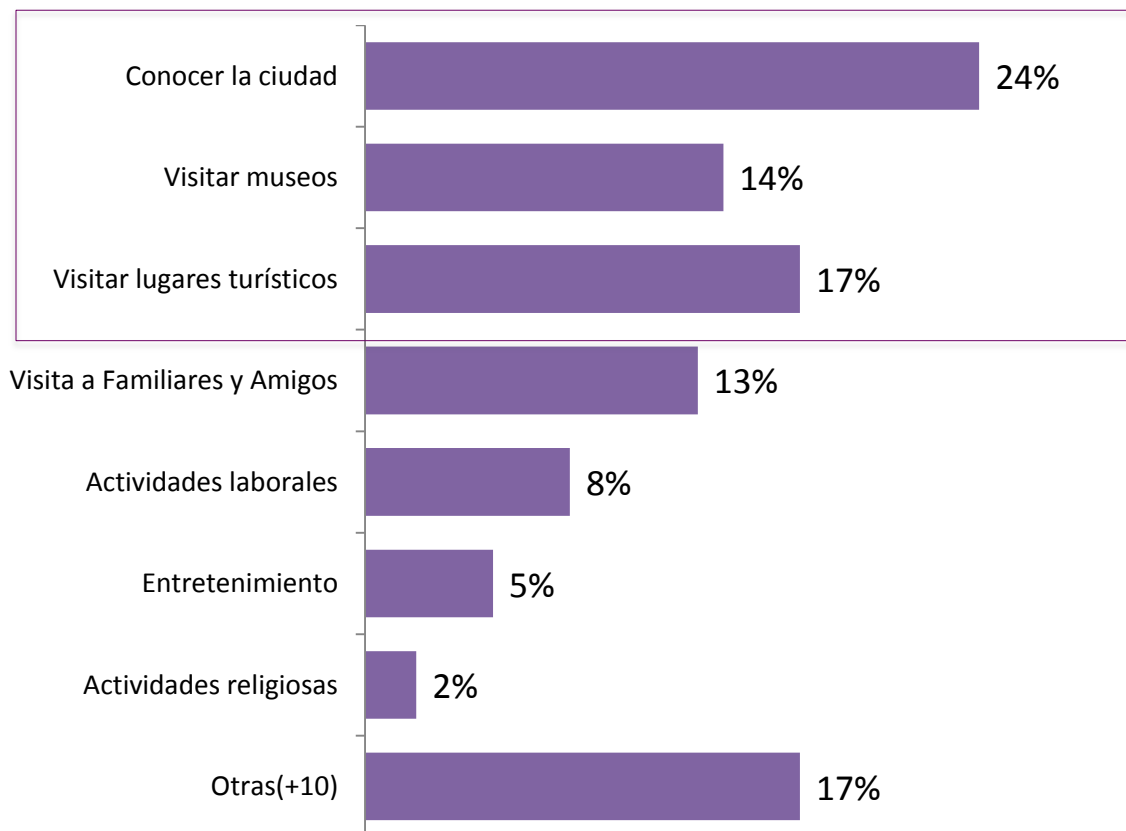
- Llama la atención que uno de cada diez turistas que viajan a la ciudad lo hacen por motivo **cultural**.

Principales actividades

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

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

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



Movilidad interna

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

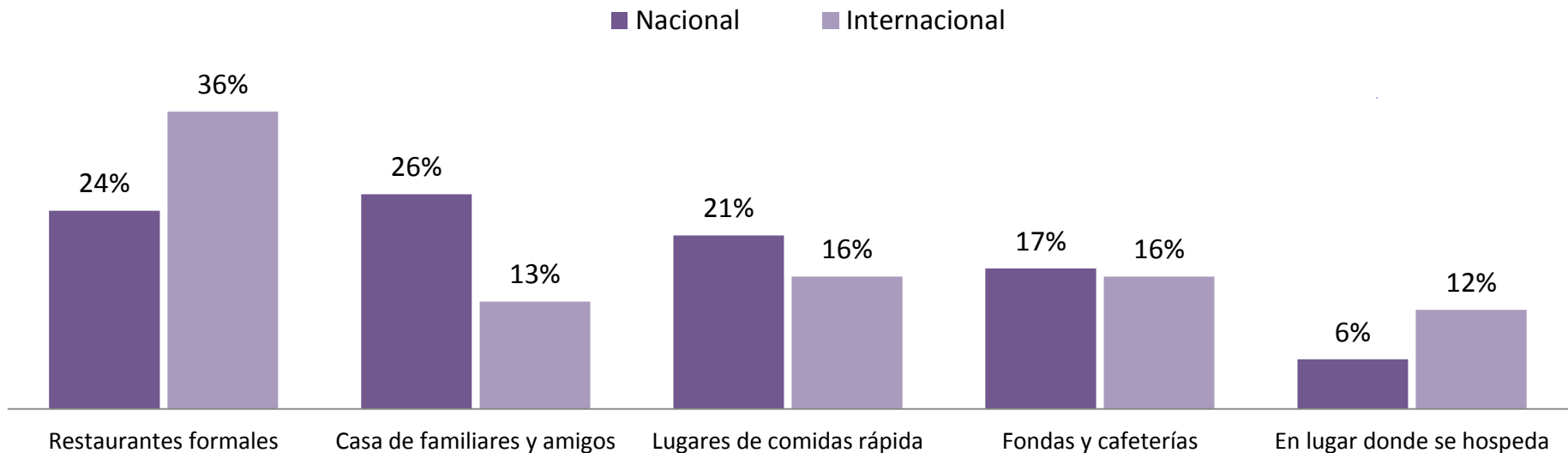
- Para la movilidad interna el medio de transporte más utilizado por los turistas que visitan la Ciudad de México es el STC (36%).
- Llama la atención el alto nivel de uso de este por parte del visitante internacional.
- El taxi es el segundo medio más utilizado, esta tendencia es mayor en el caso del visitante internacional.

Consolidado	
STC	36%
TAXI	30%
Metrobús	14%
Otros (+5)	20%
Total	100%

Lugares para comer

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

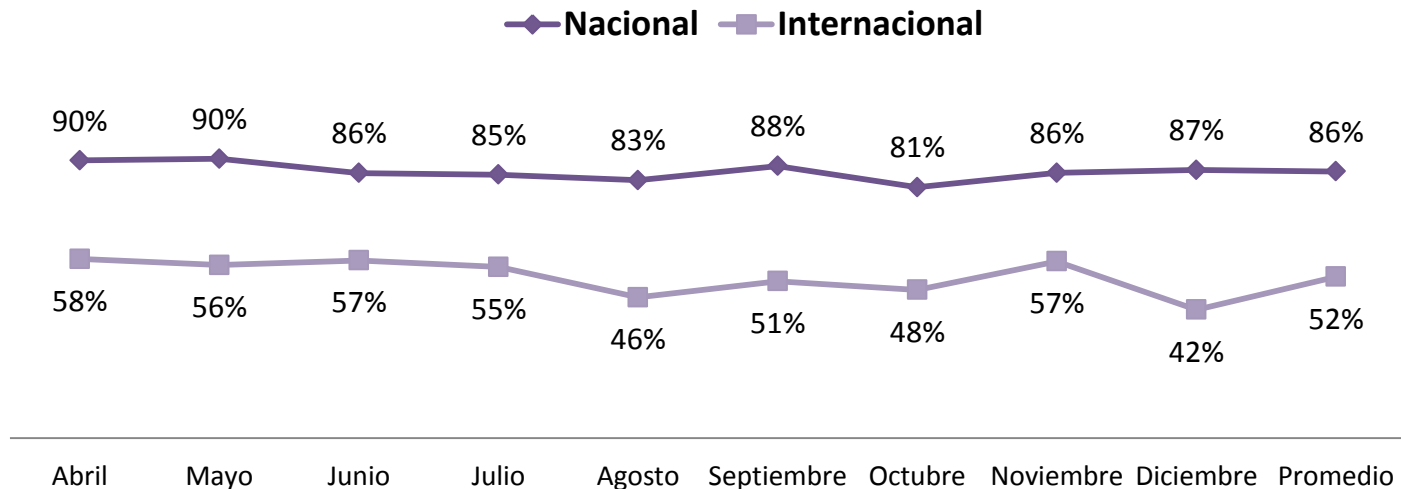
- El turista nacional acostumbra más a comer fuera del lugar de hospedaje, sin tener clara preferencia por tipo de lugar.
- En cambio, el viajero internacional expresa mayor preferencia por los restaurante formales.



Ciudad de México, destino único

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

- Para una parte importante de los consultados, **la Ciudad de México es el único destino** de su viaje, sobre todo en el caso de los turistas de origen nacional.
- En cuanto a los turistas **internacionales**, la mitad viaja a otros destinos; aprovechan su estancia en el país y visitan lugares en el **Sur** (Morelos, Guerrero) y **Sureste de México** (Oaxaca y Quintana Roo) y en menor medida del Centro del país (Guanajuato, Edomex, Puebla, Michoacán)





Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

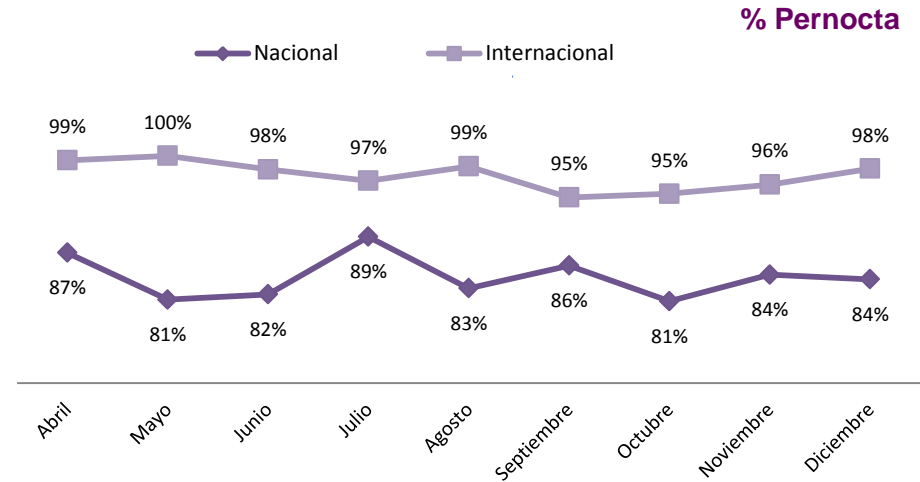
4. ¿Cómo viajan?



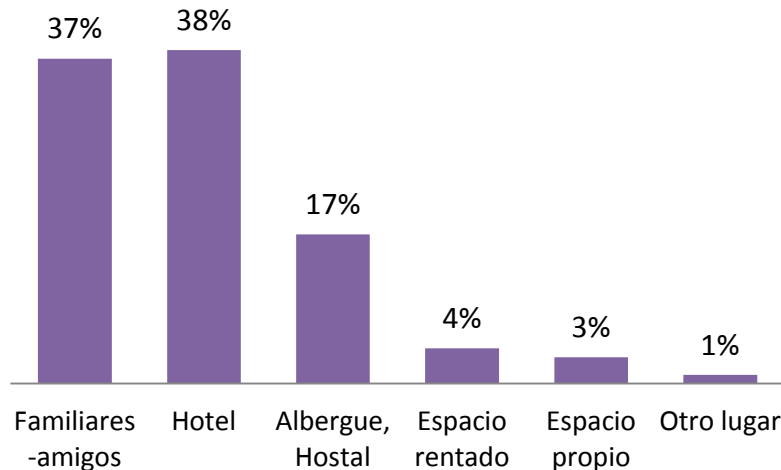
Estancia y Alojamiento

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

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



¿En dónde se hospeda durante este viaje?



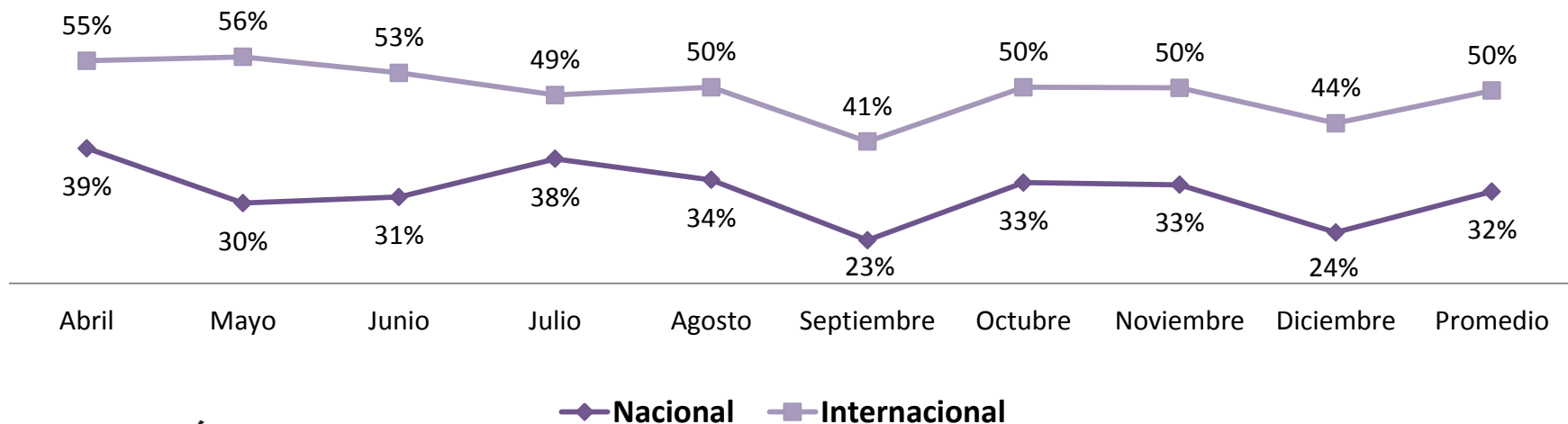
- ✓ Es tan común alojarse **con Familiares o Amigos como hacerlo en hotel**; la primera alternativa es más recurrente entre viajeros nacionales, mientras que la segunda lo es con turistas internacionales.
- ✓ A diferencia de años anteriores, destaca un importante incremento en la preferencia por alojamiento de bajo costo, sin distinción de origen del viajero.

Alojamiento en Hotel

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

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

Motivo principal del viaje	Consolidado
Vacaciones	47%
Visita a familia	8%
Trabajo	49%
Visita Cultural	43%
Totales (promedio)	38%

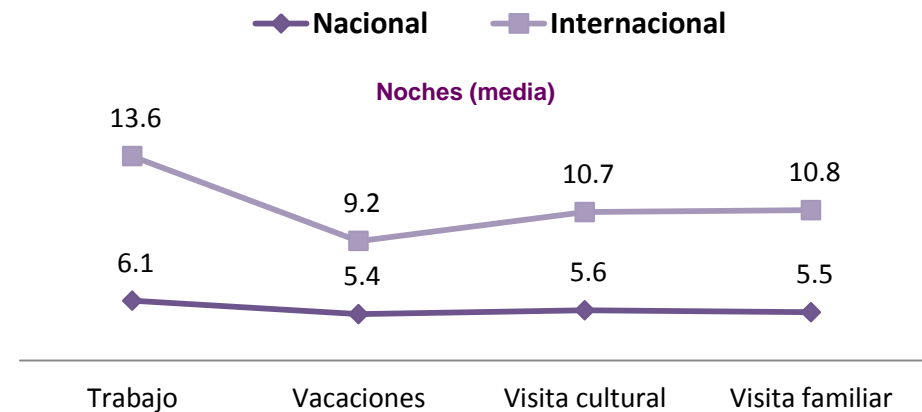


Duración del viaje

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

- ✓ Es mayor la estancia del turista internacional en la Ciudad de México, con respecto al nacional. Casi la relación es de 2:1.

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	7.2	5.5	10.2
Mediana	4.0	4.0	7.0
Moda	2	2	4



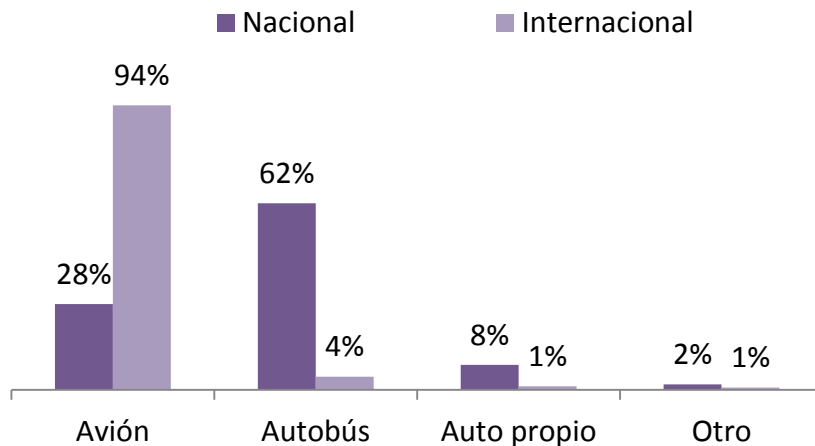
- ✓ De igual forma, el motivo del viaje y el tipo de alojamiento también es una variable que influye en el registro de las noches de estancia en la capital del país.

Noches	Hotel (38%)	Casa familia (37%)
Media	5.7	7.4
Mediana	4.0	5.0
Moda	2	2

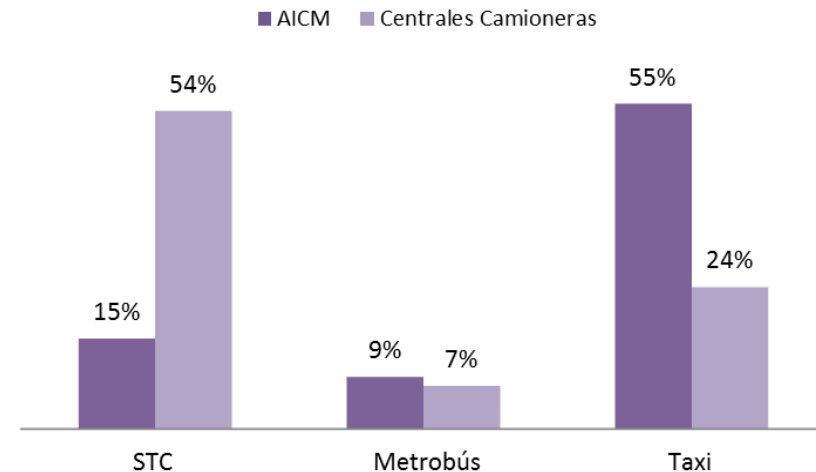
Medio de Transporte

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

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



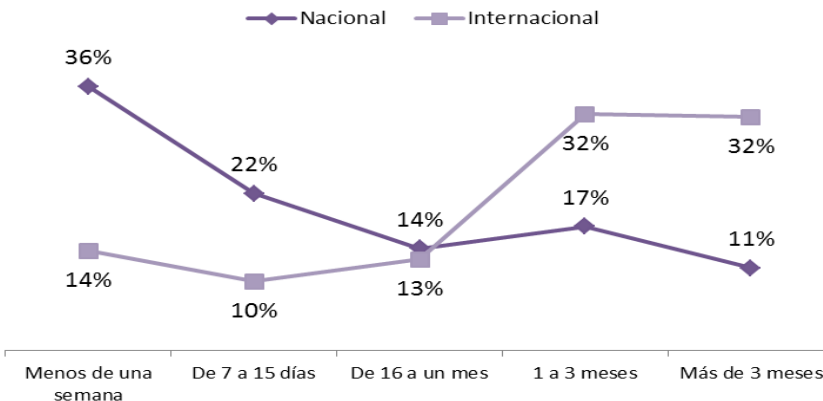
- ✓ En cuanto al transporte interno, quienes arriban en avión a la Ciudad de México (AICM) utilizan el **Taxi** e incluso el **Metrobús**; en menor medida el **SCT**.
- ✓ Quienes llegan en autobús (Centrales camioneras), utilizan principalmente el **STC**.



Planeación del viaje

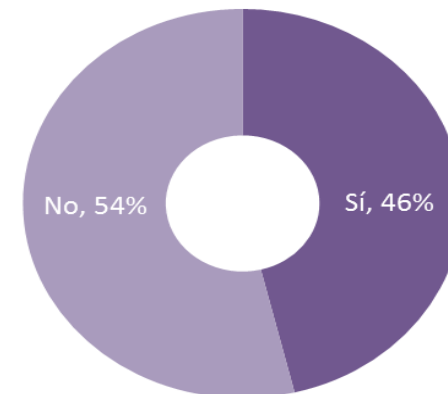
¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los entrevistados declara haber participado en la **planeación** de su viaje, ya sea solo o con otras personas (87%).
- ✓ En cuanto al tiempo de planeación del viaje a la Ciudad de México, es más común que el turista internacional dedique de uno y hasta tres meses, en tanto que el viajero nacional suele hacerlo en una semana.



- ✓ Cerca de la mitad de los turistas que visitan la Ciudad de México declaran establecer algún **presupuesto** para su viaje. Esta práctica es más recurrente entre viajeros de origen internacional.
- ✓ La mayoría de estos viajeros señala, al momento de la consulta, haber gastado lo presupuestado.

¿ Estableció presupuesto para el viaje?

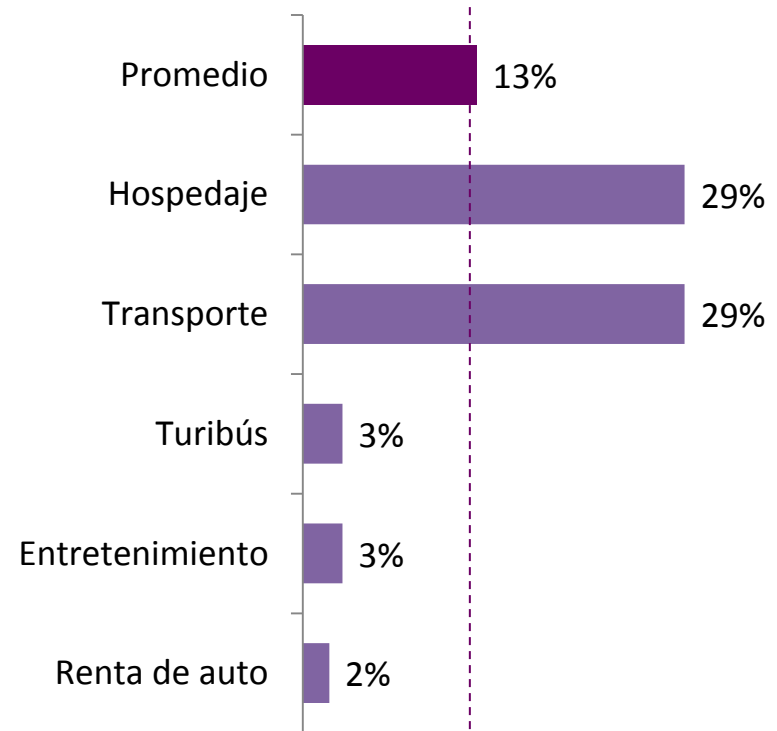


Reserva servicios

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

- ✓ La práctica de reserva de servicios turísticos entre quienes visitan la Ciudad de México es muy baja. Los servicios que más se reservan son el hospedaje y el transporte, que por cierto se hace directamente con el prestador del servicio, ya sea de manera telefónica a través de su página web.

HÁBITO DE RESERVA

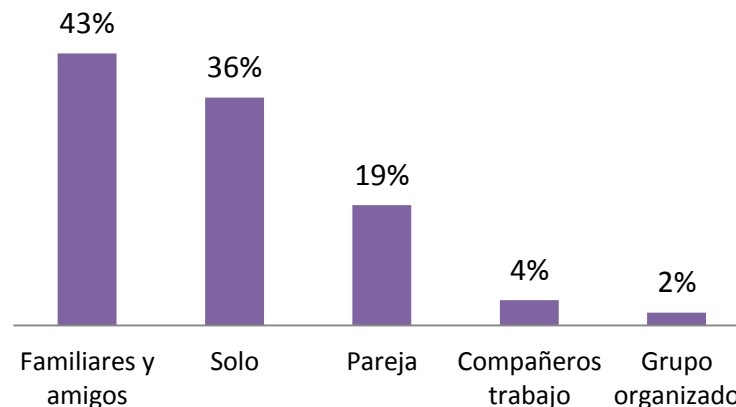


Acompañantes

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

- ✓ En cuanto al acompañamiento, la principal forma de viajar a la Ciudad de México es con **familia o amigos**; en promedio, el tamaño de estos grupos oscila entre 4 y 5 miembros.
- ✓ Uno de cada tres turistas que viajan a la Ciudad de México, lo hacen solos. Esta práctica se observa con mayor recurrencia entre quienes visitan la ciudad por motivos de trabajo.

¿Con quién realiza este viaje?



Tamaño del grupo (media)	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	4.5	3.9
Compañeros de trabajo	5.9	10.8
Grupo organizado	43.3	29.9

Gasto diario

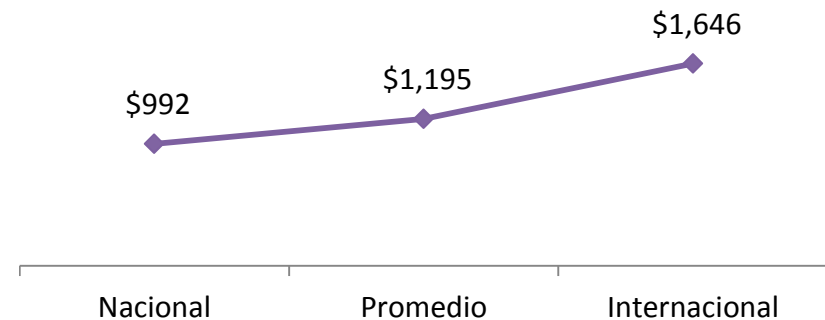
¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

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

De esta manera, el gasto promedio por persona es de cercano a los \$1,200 pesos por día; este monto es significativamente mayor en el caso de turistas internacionales.

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

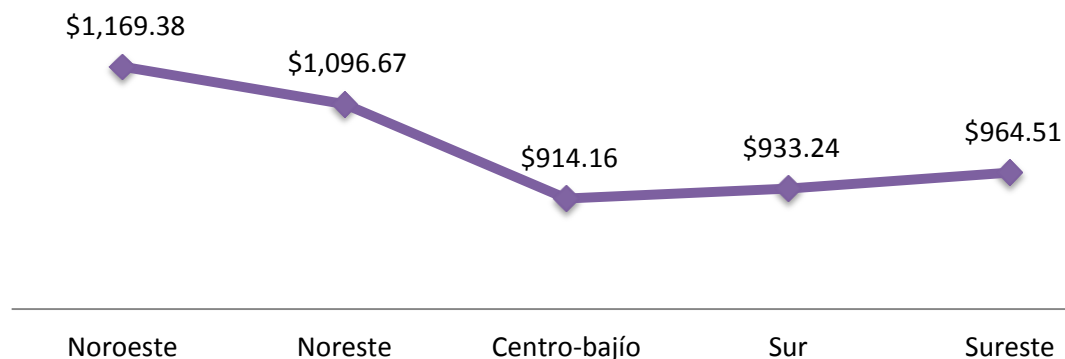
Origen del turista
(Pesos mexicanos)



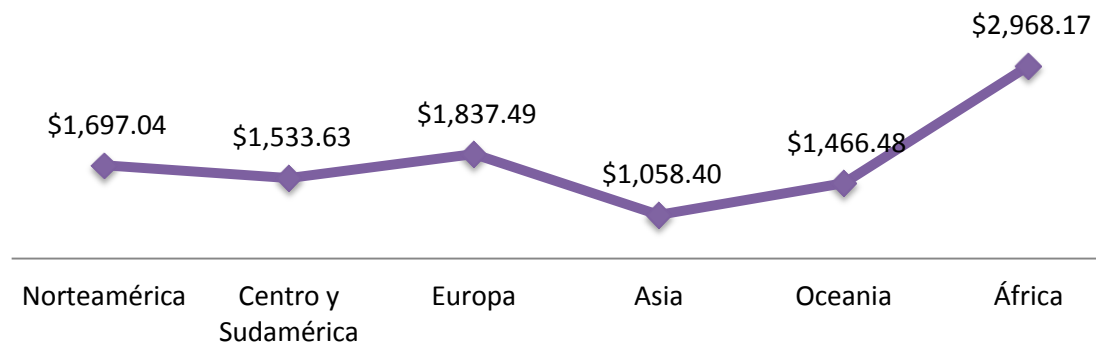
Gasto diario

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

Turista Nacional



Turista Internacional

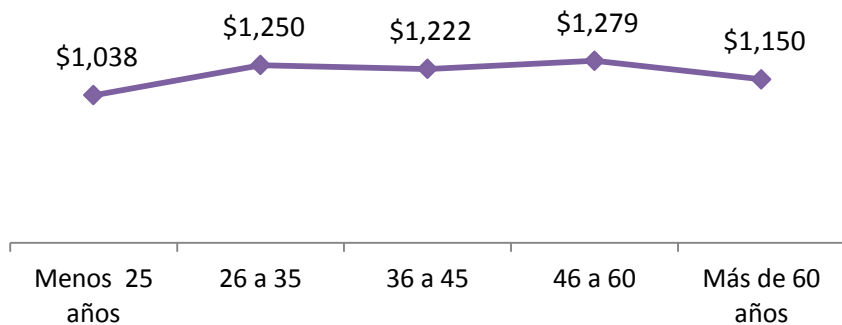


4. ¿Cómo viajan?

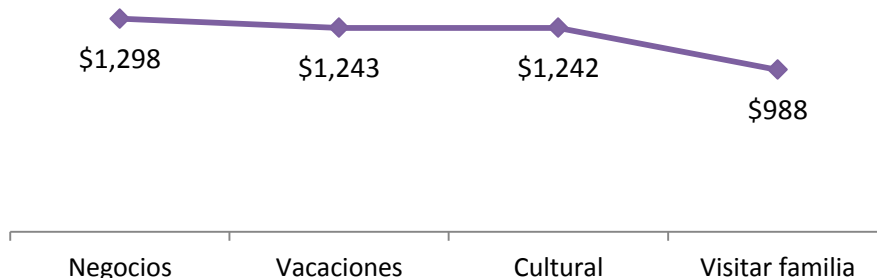


Gasto diario

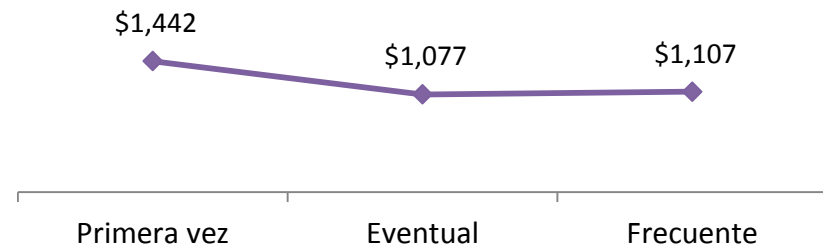
GRUPO DE EDAD



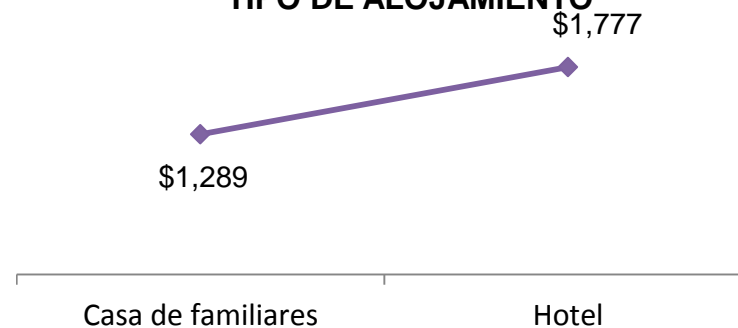
MOTIVO DEL VIAJE



REVISITA



TIPO DE ALOJAMIENTO





Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

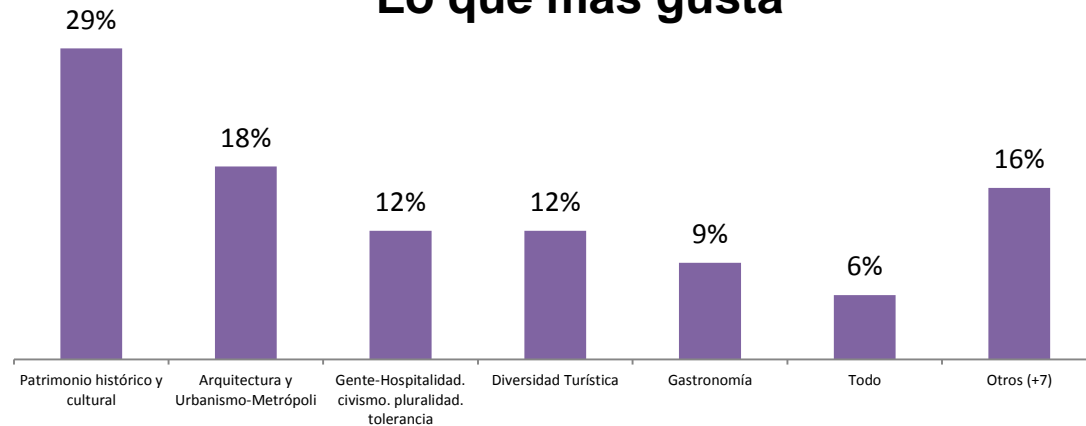
5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?



¿Cómo ven la Ciudad de México?

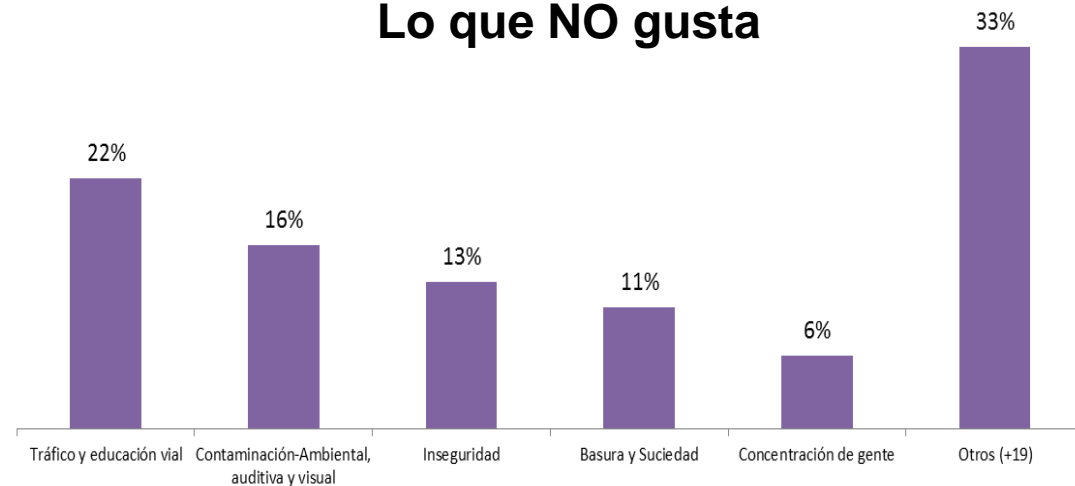
- ✓ El patrimonio cultural e **histórico** es, sin duda, el elemento que más agrada a los turistas que visitan la Ciudad de México.
- ✓ En menor medida se refiere al valor arquitectónico de la metrópoli.
- ✓ Destaca que uno de cada diez visitantes reconoce su aprecio hacia el residente de esta capital.

Lo que más gusta



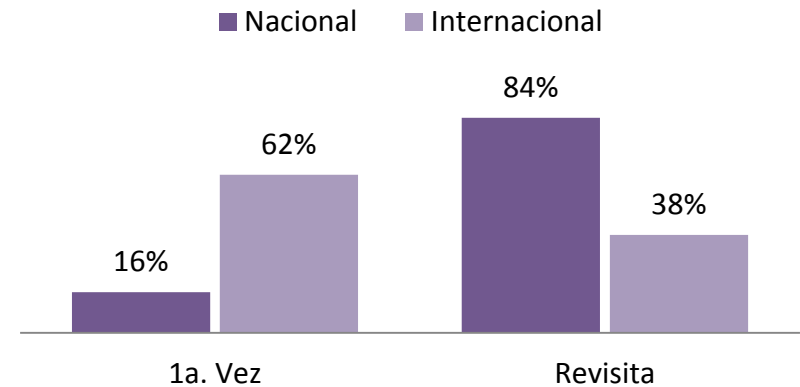
- ✓ En contraparte, la mayor crítica hacia la Ciudad de México se orienta hacia temas relacionados con la contaminación y basura, en sus diferentes formas.
- ✓ Así mismo, hay un importante rechazo hacia el tráfico y la educación vial de la Ciudad de México; en menor medida, la inseguridad.

Lo que NO gusta

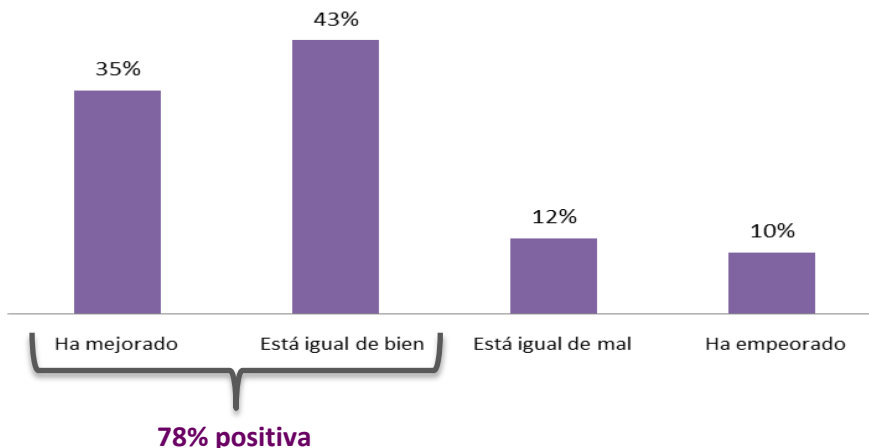


Percepción comparativa

- ✓ A lo largo del periodo de evaluación, fue muy común encontrar turistas que han visitado la Ciudad de México con anterioridad, sobre todo si son viajeros de origen nacional.
- ✓ Seis de cada diez turistas foráneos visitan la ciudad por primera vez.



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



- ✓ A estos turistas que han estado anteriormente en la ciudad, se les solicitó su opinión sobre la ciudad, respecto a su visita anterior.
- ✓ La mayoría de estos viajeros ofrecen una comparación positiva hacia la Ciudad de México.

Prestadores de Servicios Turísticos

Cumplimiento de obligaciones normativas

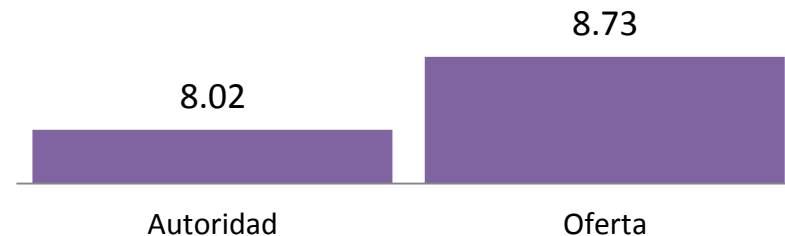
- Se evaluaron ocho aspectos relacionados con el **marco regulatorio** para prestadores de servicios turísticos en la Ciudad de México.
- En términos generales, el nivel de cumplimiento percibido por los consultados es **aceptable** (76%).
- Los **espacios para quejas** registran las valoraciones más bajas, junto con la existencia de **instalaciones para discapacitados** y el **uso de tecnología en procesos de atención a clientes**.



Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

- Se evaluaron cinco aspectos relacionados con la **OFERTA** turística de la Ciudad de México y ocho relacionados con **AUTORIDAD**, es decir, vinculados con requisitos de un entorno turístico.
- En ambos casos, se registran valoraciones muy aceptables, aunque son mejor percibidos los componentes de la oferta, sobre todo lo relacionado con el patrimonio cultural e histórico de la Ciudad de México.
- En cuanto a componentes relacionados con la autoridad, lo mejor evaluado es la **infraestructura turística** y actitud de **hospitalidad**.



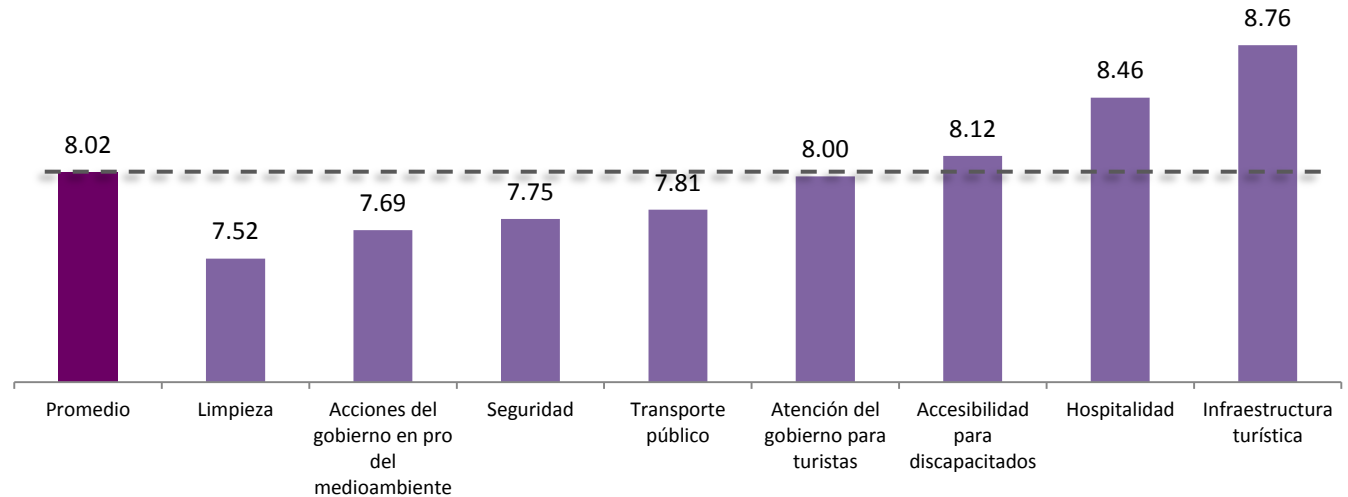
Autoridad	ÍNDICE
Media	8.02
Mediana	8.20
Moda	10

Oferta	ÍNDICE
Media	8.73
Mediana	8.80
Moda	10

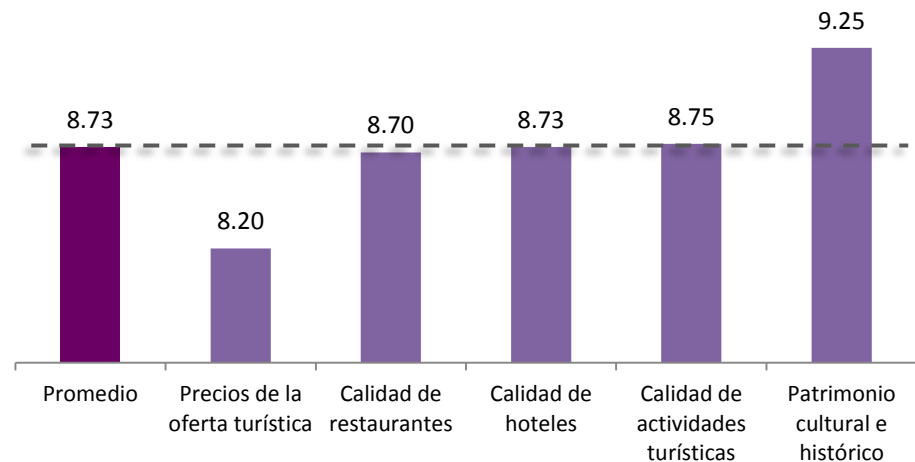
Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

COMPONENTES DE AUTORIDAD

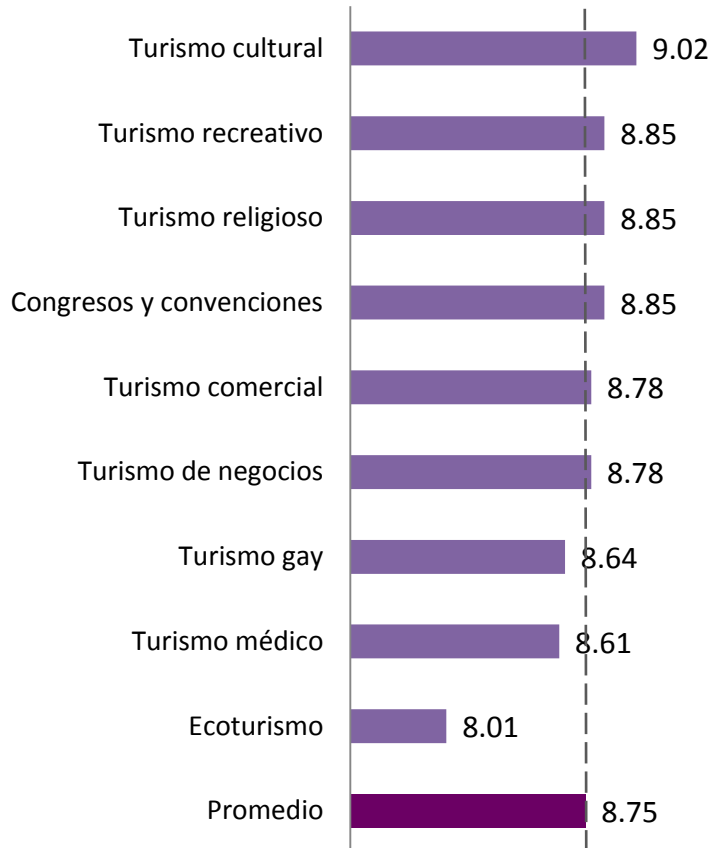


COMPONENTES DE OFERTA TURÍSTICA



Prestadores de Servicios Turísticos

Infraestructura para atender segmentos turísticos



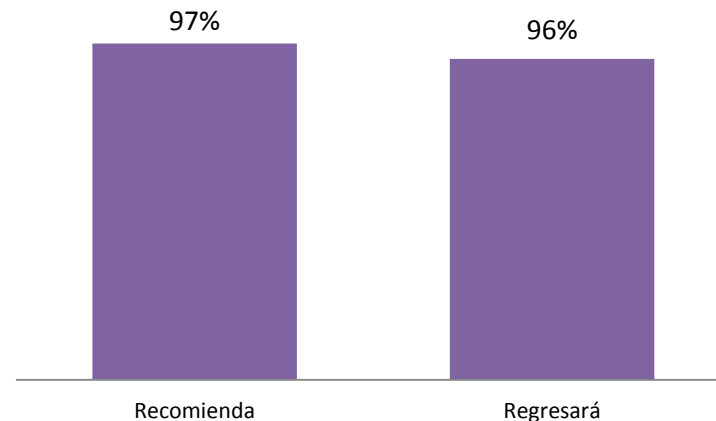
Se solicitó a los consultados su opinión respecto a su percepción sobre las condiciones existentes para atender diversos segmentos turísticos en la Ciudad de México.

En términos generales, se registra una percepción positiva alta, muy particularmente en lo relacionado con los segmentos **cultural, recreativo y religioso**.

Experiencia turística

Para efectos de inferir un nivel de satisfacción de los turistas que viajaron a la Ciudad de México durante el periodo de evaluación, se les cuestionó si recomendarían a otras personas que visiten la ciudad, y si ellos mismos estarían dispuestos a regresar.

El nivel de respuesta positiva fue muy alto; sin distingo alguno. Esta cifra fue muy consistente a lo largo del año.

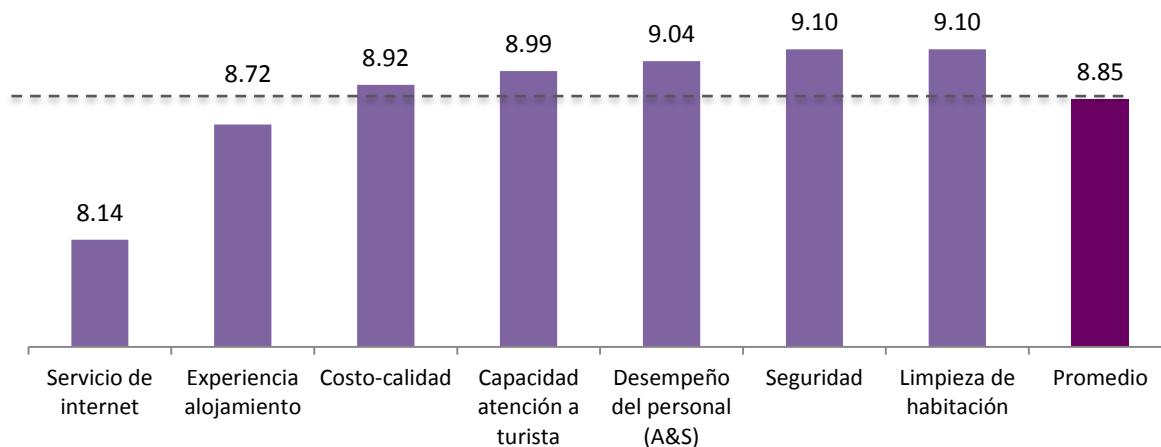


Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	95%
	Internacional	99%
	A totales	97%
Sí Regresaría	Nacional	94%
	Internacional	98%
	A totales	96%

Prestadores de Servicios Turísticos

Servicios de Hospedaje

Índice de Evaluación a Hoteles



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

En términos generales, se observa una calificación muy aceptable, donde además de los aspectos de *limpieza y seguridad*, se reconoce positivamente el *nivel de capacitación y desempeño del personal de servicio*.

Por otra parte, de manera muy consistente se observa que la calificación más baja corresponde a la apreciación sobre el *servicio de internet*.

Prestadores de Servicios Turísticos

Servicios de Hospedaje

La mayoría de los turistas que se alojaron en algún hotel en la Ciudad de México, declaran que regresarían al mismo (77%).

En consecuencia, en este grupo de turistas es donde se registran las mejores calificaciones para el servicio del hotel.

En contraparte, entre quienes manifiesta que no regresarían al mismo hotel en una próxima visita a la ciudad (11%) se expresan las valoraciones más bajas hacia los servicios hoteleros.

¿Regresaría al mismo hotel?	Totales	Aspectos de Evaluación							Totales
		Limpieza habitación	Desempeño de personal	Costo-calidad	Servicio Internet	Seguridad	Capacidad atención turística	Experiencia alojamiento	
SI	77%	9.27	9.27	9.16	8.40	9.30	9.21	8.96	9.08
NO	11%	8.23	7.84	7.61	6.57	7.98	7.69	7.50	7.64
No sabe	12%	8.65	8.54	8.46	7.85	8.79	8.63	8.07	8.38
Total	100%	9.10	9.04	8.92	8.14	9.10	8.99	8.72	8.85

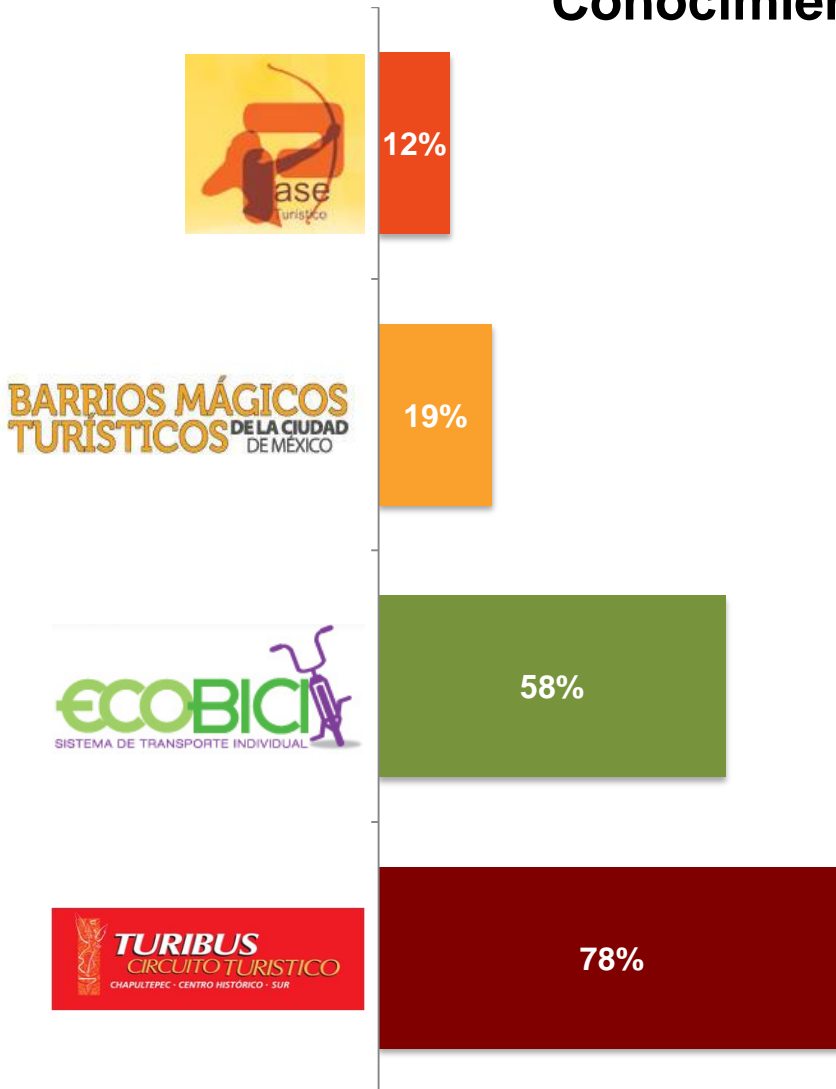


Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

6. Percepción sobre la autoridad turística



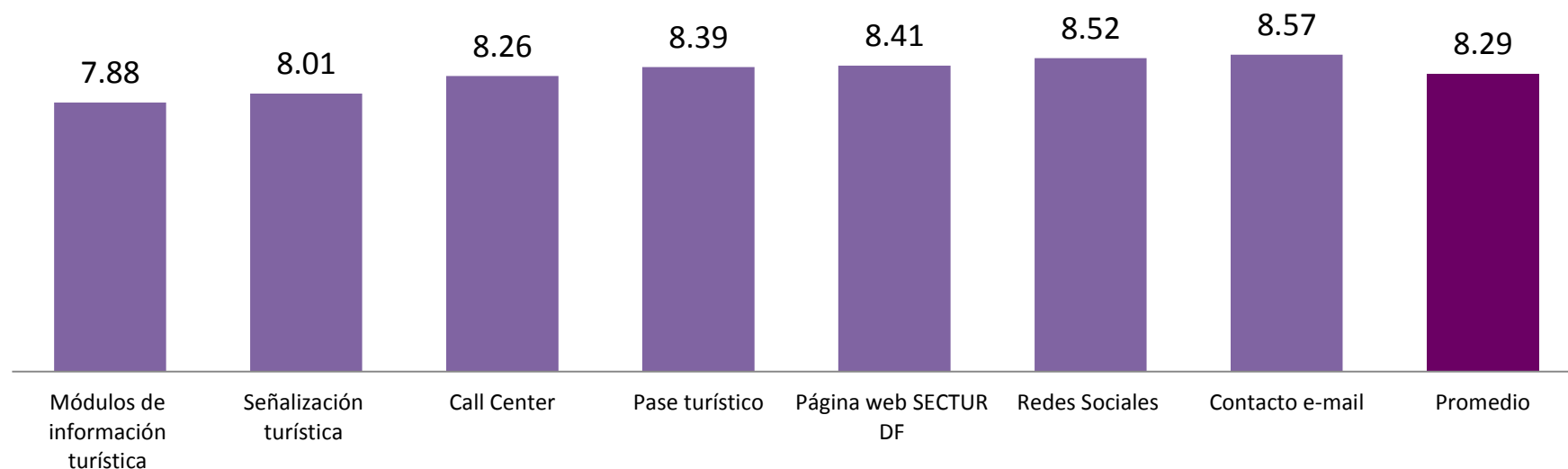
Conocimiento de programas



- En términos generales, se registra un alto desconocimiento de programas gubernamentales asociados con la Secretaría de Turismo como son los casos de **Barrios Mágicos Turísticos** y el **Pase Turístico**.
- Por otra parte, está mejor posicionado entre los turistas que visitan la Ciudad de México **Ecobici**, tanto entre viajeros nacionales como internacionales.
- **Turibús** es el programa más recordado por una parte importante de los los viajeros consultados; llama la atención que uno de cada cuatro de los turistas declaran haberlo utilizado durante su estancia en la Ciudad de México.

Servicios de SECTUR DF

- Se evaluaron siete servicios que actualmente ofrece la Secretaría de Turismo del DF.
- En lo general, es muy bajo el nivel de recordación o conocimiento de parte de los consultados (11%), con excepción, quizás de **Módulos de Información Turística** y **Señalización Turística**.
- Quienes conocen estos servicios otorgan calificaciones aceptables.



47%	55%	4%	5%	9%	7%	5%	19%
-----	-----	----	----	----	----	----	-----

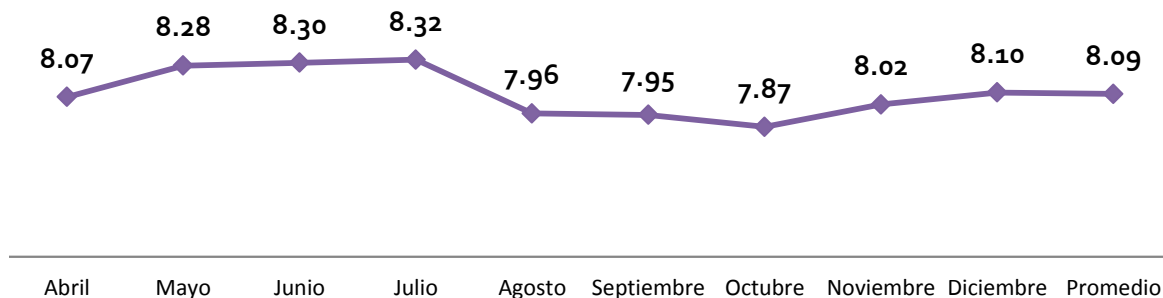
Tasa de participación

Desempeño de SECTUR DF

- De manera directa, se solicitó a los consultados su percepción sobre el desempeño de la Secretaría de Turismo del DF.
- La calificación otorgada es aceptable, siendo la más alta en el mes de julio y la mas baja en octubre.
- Califican ligeramente mejor a SECTUR DF los turistas de origen internacional, así como las mujeres.

Media	8.09
Mediana	8.00
Moda	8

Evaluación Sector DF



Totales	8.09
Masculino	8.01
Femenino	8.17

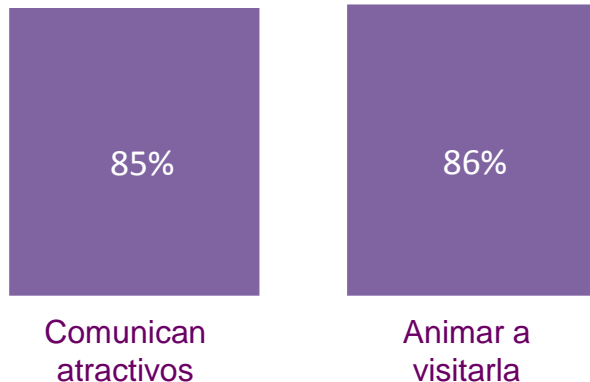
Totales	8.09
Turista Nacional	8.13
Turista Internacional	8.99

Totales	8.09
1ª. vez en DF	8.16
Revisita	8.04

Impacto publicitario

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

- Poco menos de la mitad de los consultados declara haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México en los últimos 12 meses.
- Esta recordación es relativamente más alta en el caso de turistas de origen nacional.
- Los medios que mencionan a través de los cuales han visto estos anuncios son TV e Internet.



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

Impacto publicitario

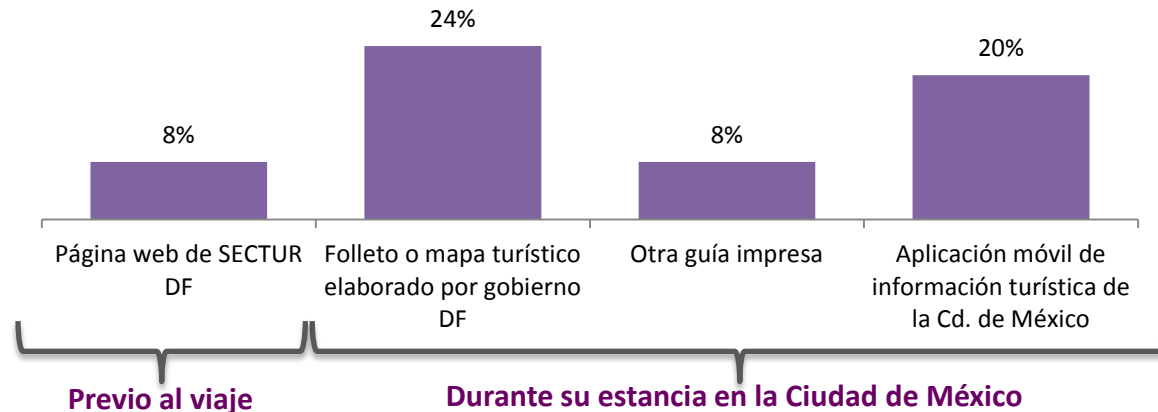
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR DF, se observa la influencia de la variable recordación sobre la valoración hacia la institución. A mayor recordación publicitaria, mejor evaluación del desempeño de SECTUR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

Calificación	Recordación publicitaria	
	SI	NO
Desempeño de SECTUR DF (8.09)	8.20	7.96

Consumo de información turística

- Previo al viaje, sólo uno de cada diez turistas declaran haber consultado la página web de SECTUR DF.
- Entre quienes hicieron esta consulta es más recurrente encontrar viajeros internacionales .

- Uno de cada cuatro viajeros dice haber consultado folletería turística (gobierno local) durante su estancia en la Ciudad de México.
- Por su parte, dos de cada diez viajeros dice haber utilizado aplicaciones móviles con información turística sobre la ciudad; destaca en esta práctica, una mayor presencia de turistas menores de 45 años.



- A todos los entrevistados que declaran haber consumido información turística, antes o durante su viaje, se les preguntó respecto a la utilidad de estos materiales.
- Las mejores opiniones son para mapas (88%), guías turísticas (88%) y las aplicaciones móviles (90%). En menor medida se observa la consideración hacia la página de SECTUR DF. (80%)



Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2014

7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

(Índice de Evaluación)



Índice de Evaluación del Sistema Turístico

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

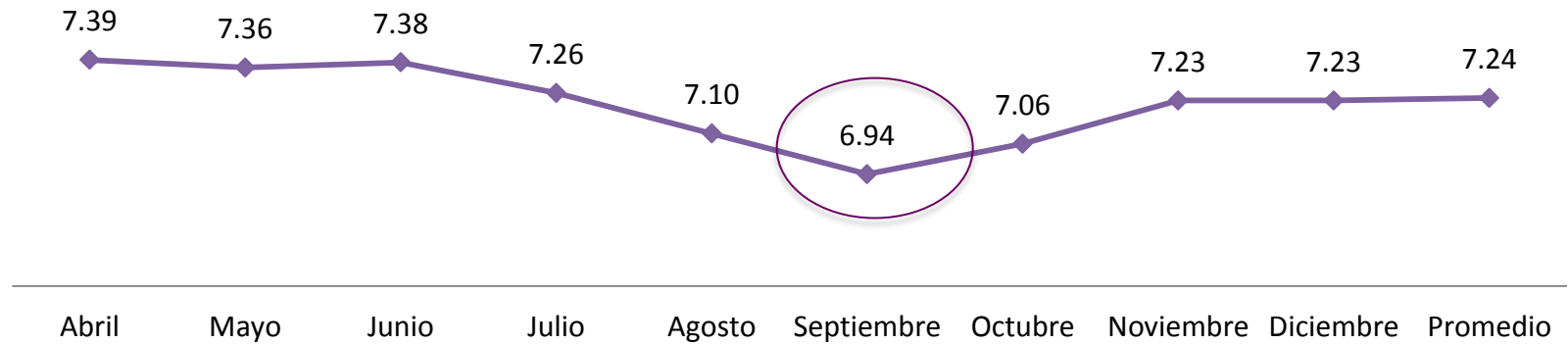
Objetivo →

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

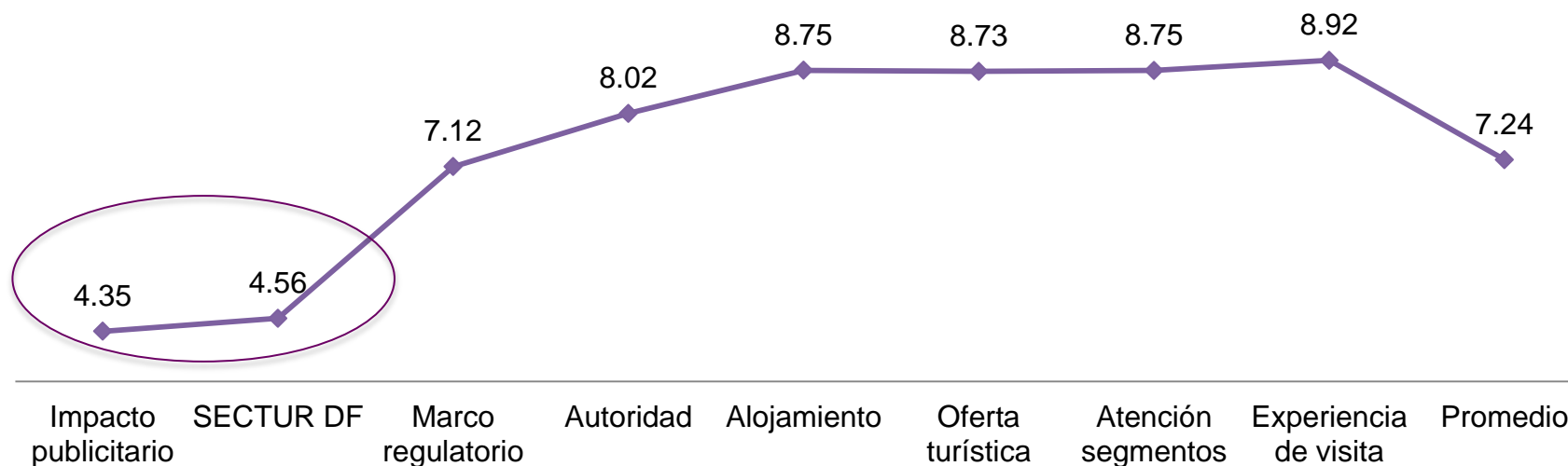
IENTUR.DF 2014

7.24

Índice de Evaluación del Sistema Turístico



Índice de Evaluación del Sistema Turístico



Índice de Evaluación del Sistema Turístico

COMPARATIVO

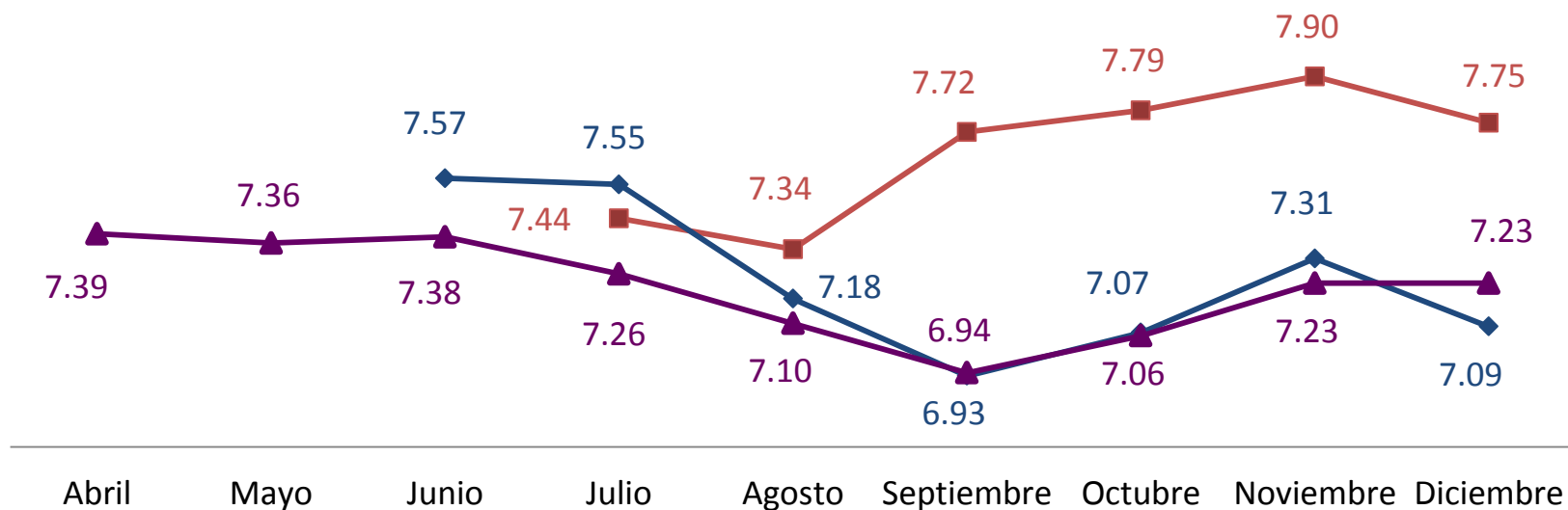
Abril - Diciembre

		Consolidado	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Prestadores de Servicios	Alojamiento	8.75	8.92	8.92	8.81	8.98	8.61	8.55	8.30	8.75	8.76
	Marco regulatorio	7.12	7.02	7.10	7.00	6.97	7.11	7.10	6.85	7.46	7.50
Servicios Turísticos	Oferta turística	8.73	8.97	8.95	8.80	8.70	8.66	8.57	8.62	8.64	8.67
	Autoridad	8.02	8.30	8.32	8.10	8.02	7.99	7.88	7.84	7.87	7.89
	Atención a segmentos	8.75	8.89	8.98	8.87	8.77	8.69	8.56	8.63	8.68	8.64
	Impacto publicitario	4.35	4.76	4.85	4.48	4.23	3.99	3.98	4.40	4.30	4.16
	SECTUR D.F.	4.56	4.80	4.58	4.93	4.63	4.32	4.04	4.43	4.65	4.70
	Experiencia del visitante	8.92	8.76	8.77	9.19	9.17	9.02	8.63	8.77	8.93	9.00
	Total	7.21	7.39	7.36	7.38	7.26	7.10	6.94	7.06	7.23	7.23
		n=4,371	484	474	481	485	485	485	483	482	482

Escala del 1 al 10

COMPARATIVO

■ Índice 2012 ◆ Índice 2013 ▲ Índice 2014



Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2014

REPORTE EJECUTIVO

Abril a Diciembre de 2014



SECRETARÍA DE
TURISMO



CIUDAD DE MÉXICO

