

# Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2015

## REPORTE EJECUTIVO

Abril a Diciembre de 2015



# Contenido

|  |    |
|--|----|
| Presentación   | 03 |
| Detalle Metodológico   | 05 |
| Resultados   |    |
| Los turistas que visitan la Ciudad de México   |    |
| Perfil prototípico del turista   | 09 |
| ¿De dónde vienen?; ¿cómo son?; ¿qué hacen en su visita a la ciudad?; cómo viajan?;<br>¿cómo ven la Ciudad de México?; ¿cómo perciben a la autoridad turística? |    |
| Índice de Evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México  | 59 |

## Presentación

- Por cuarto 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”, edición 2015.
- 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.

## Presentación

- 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 2015, con base en las siguientes características metodológicas.

# Perfil del Turista que visita la Ciudad de México 2015

## Vitrina Metodológica

## Ficha 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 2015)   |
| 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:<br>i. Sitios turísticos<br>ii. Centros de alojamiento y alimentación.<br>iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)  |
| Instrumentos de medición | <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en los objetivos del proyecto, hipótesis y variables definidas durante trabajos colegiados con SECTUR-DF.</li><li>• Duración promedio: 16 minutos.</li><li>• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que fueron aplicadas en el idioma correspondiente.</li></ul> |

# Ficha Metodológica

3,636 encuestas efectivas, distribuidas en nueve mediciones.

| Tamaño de muestra | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|-------------------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
|                   | 234   | 413  | 437   | 450   | 452    | 412        | 451     | 421       | 366       |

## 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  $\pm 4.98\%$  por medición y de  $\pm 1.66\%$  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 **66 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 (**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.





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

### El turista que visita la Ciudad de México ...

- ✓ Es **adulto joven**; tanto hombres como mujeres con edad promedio de 33 años.
- ✓ Principalmente es de **origen nacional**; aunque también llegan turistas de todas partes del mundo, sobre todo del continente americano.
- ✓ Es un viajero regular; ha visitado previamente la ciudad. Por cierto, emite una evaluación comparativa muy positiva.
- ✓ Es una persona **generadora de su ingreso** (no dependiente económicamente)
- ✓ Cuenta con **estudios de nivel medio y superior**.
- ✓ 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; ésta tendencia es mayor en el caso de los turistas internacionales.

### El turista que visita la Ciudad de México ...

- ✓ Lo más común es alojarse **con Familiares o Amigos, o bien en hotel**. La primera alternativa es más recurrente entre viajeros nacionales, mientras que la segunda lo es con turistas internacionales.
- ✓ Se observa una ligera tendencia creciente por preferir alojamiento de bajo costo; sin distinción de origen del viajero.
- ✓ Es lo más común que los turistas visiten CDMX por motivos vacacionales (46%); en menor medida a **visitar a familiares y amigos** (15%) o por **trabajo** (15%).
- ✓ Uno de cada diez turistas viajan a CDMX por motivos culturales. (9%).
- ✓ 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, en contraparte le disgusta el tráfico vial, la educación vial y la contaminación.
- ✓ 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 (32%).
- ✓ Su perfil sociodemográfico y actitudinal es de **clase media típica**.
- ✓ La mayoría visita la ciudad con regularidad, sobre todo los de origen nacional.
- ✓ Se aloja con **familiares y amigos** en mayor medida; no así en el caso de visita por vacaciones y de negocios, donde suele hospedarse en hotel.
- ✓ Normalmente la Ciudad de México es el **destino único** de su viaje.
- ✓ Registra **estancias promedio** de tres días.
- ✓ **Gasta** en promedio poco menos de mil trescientos treinta pesos diarios durante su estancia.

### El turista internacional...

- ✓ Proviene de todos los continentes; sobre todo de diversos países del **continente americano**, destacando **Estados Unidos (20.4%)**, en menor medida provienen del oeste 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.
- ✓ Su **estancia promedio** es superior a la del viajero nacional, cinco días.
- ✓ El promedio de gasto diario es cercano a los mil novecientos pesos.



# Resultados Ejecutivos

# Contenido





# 1. ¿De dónde vienen?

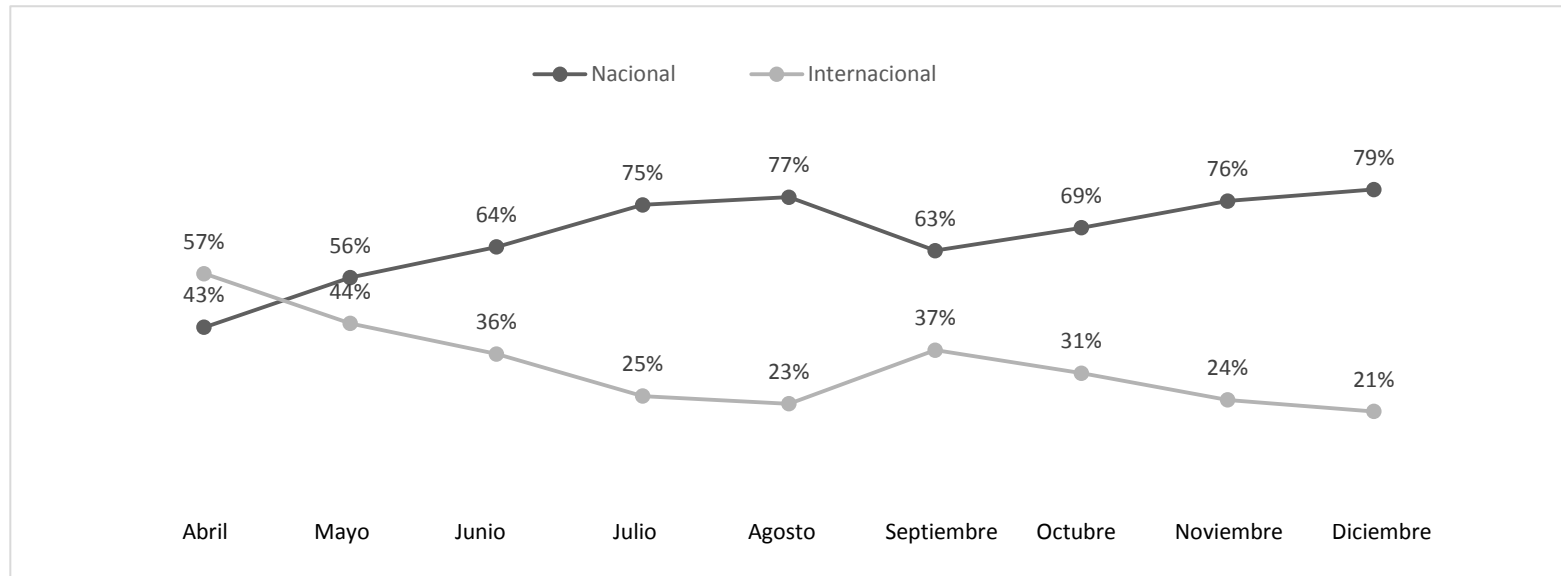


# 1. ¿De dónde vienen?

## Origen del Turista

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- ✓ Casi siete de cada diez viajeros que visitan CDMX son de origen nacional (68%); esta tendencia es más recurrente en Julio y Agosto, así como Noviembre y Diciembre.
- ✓ Abril y Mayo son los meses que registran mayor presencia de turistas internacionales.



# 1. ¿De dónde vienen?

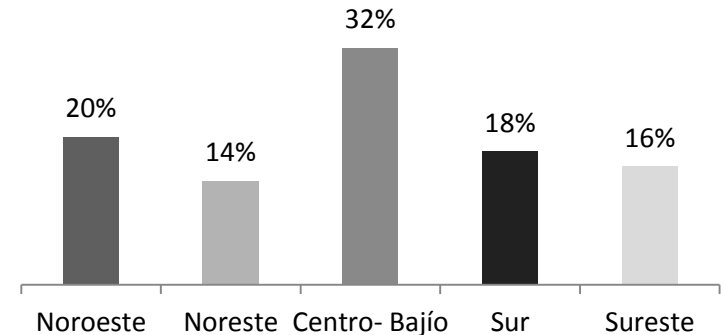
## Origen del Turista

Turista nacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

- Si bien llegaron turistas de todo el país, la región Centro Bajío (32%) es la que registra mayor cantidad de visitantes nacionales.
- Cinco estados aportan más de una tercera parte de los visitantes nacionales que arriban a la Ciudad de México durante el periodo de análisis.
- Veracruz fue el principal estado emisor de viajeros, seguido por Puebla, Jalisco, Guerrero y Nuevo León.

Distribucion regional del visitante nacional



| Top 5      | Consolidado<br>Abril – Dic. |
|------------|-----------------------------|
| Veracruz   | 9.7%                        |
| Puebla     | 7.6%                        |
| Jalisco    | 6.6%                        |
| Guerrero   | 6.1%                        |
| Nuevo León | 5.3%                        |

35.3%

# 1. ¿De dónde vienen?

## Origen del Turista

Turista internacional

¿De dónde vienen los turistas que visitan la ciudad?

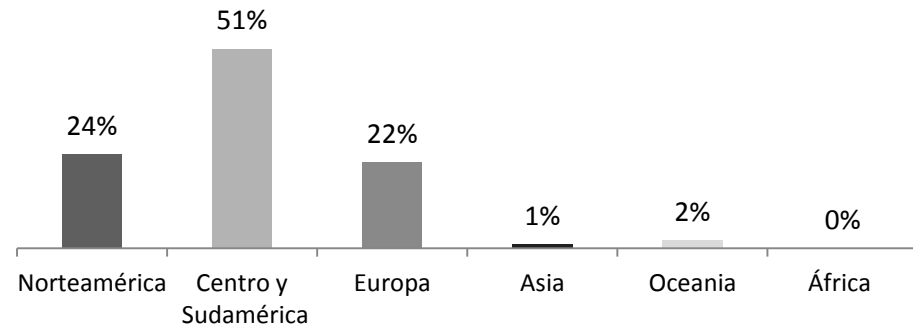
- A lo largo del periodo de evaluación, se registra la visita de turistas de 65 países. La mayoría son del **continente americano**.
- El país que genera mayor flujo de turistas a la Ciudad de México es **Estados Unidos** (20.4%).

| Top 10         | Consolidado Abril-Dic |
|----------------|-----------------------|
| Estados Unidos | 20.4%                 |
| Colombia       | 14.8%                 |
| Venezuela      | 7.5%                  |
| España         | 6.6%                  |
| Argentina      | 6.2%                  |
| Brasil         | 4.4%                  |
| Francia        | 4.1%                  |
| Alemania       | 3.2%                  |
| Canadá         | 3.2%                  |
| Chile          | 2.9%                  |

73.3%

- En cuanto a turistas europeos, destacan los provenientes de **España** (6.6%); en menor medida Francia y Alemania.

Distribucion regional del visitante internacional





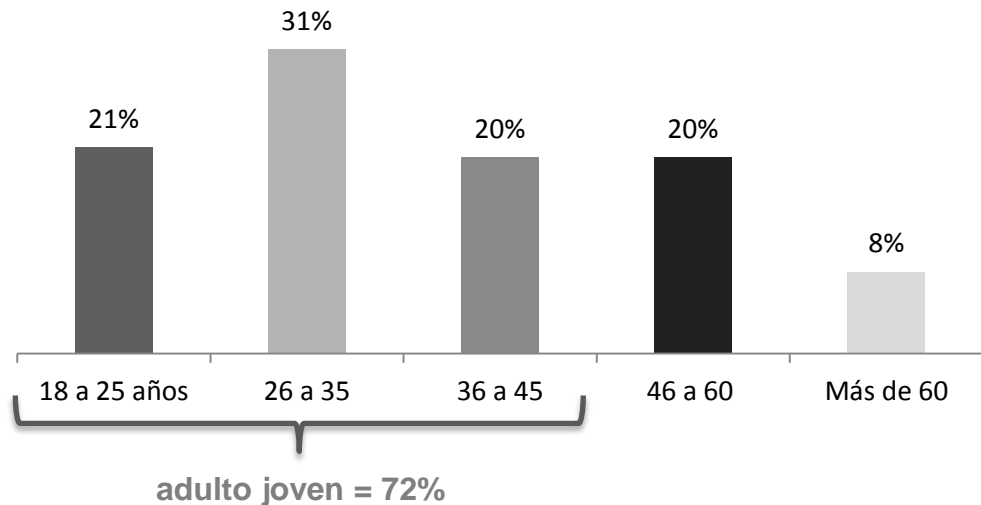
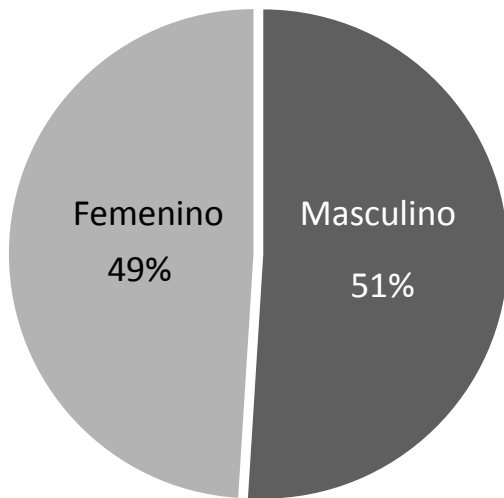
## 2. ¿Cómo son?

## 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** (72%); es decir, entre los 18 y 45 años de edad, sin distinción de género.
- ✓ El promedio de edad del visitante a la Ciudad de México es de 33 años.



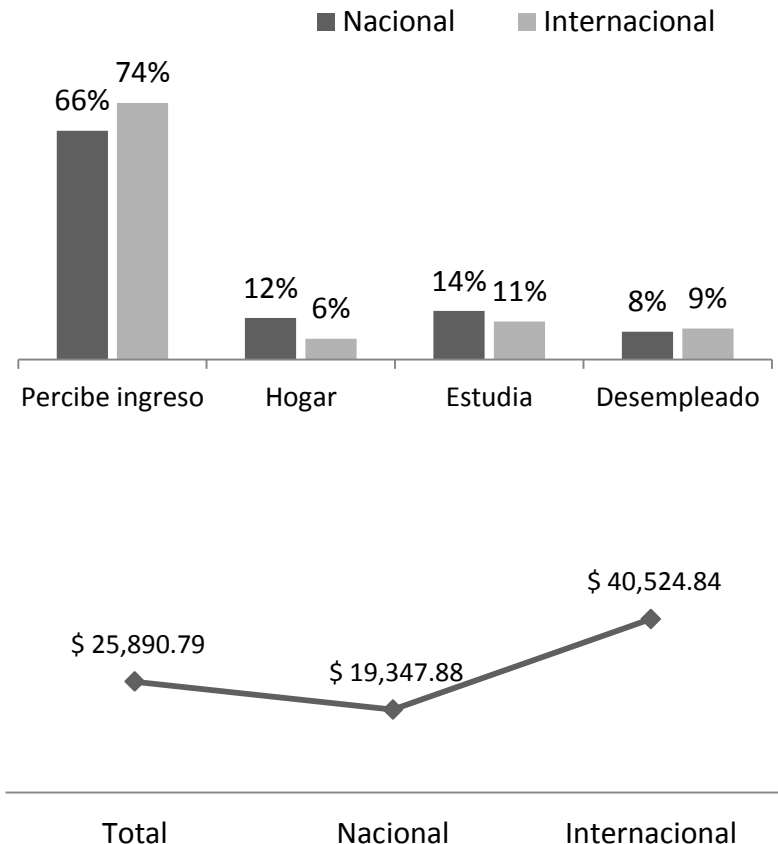
## 2. ¿Cómo son?

### Ocupación e ingreso

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

- ✓ Prácticamente tres de cada cuatro turistas consultados declaran tener alguna ocupación remunerada (66% - 74%).\*
- ✓ El ingreso familiar promedio declarado por el visitante es cercano a los 26 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 41 mil pesos.

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

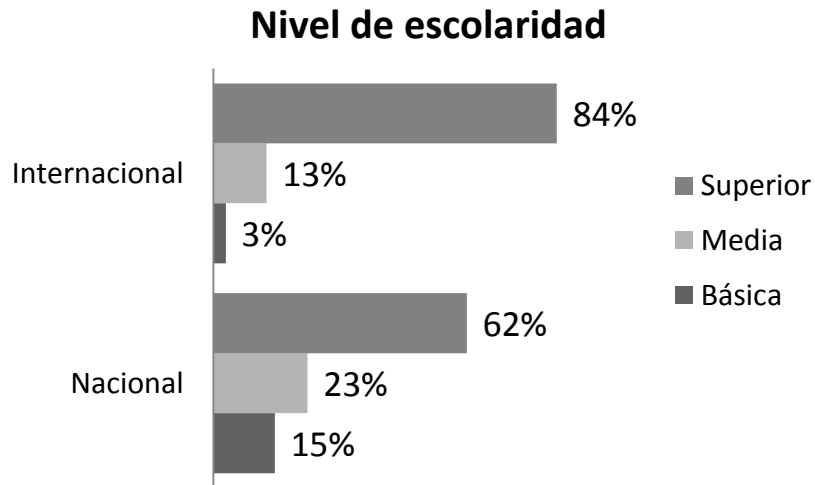


## 2. ¿Cómo son?

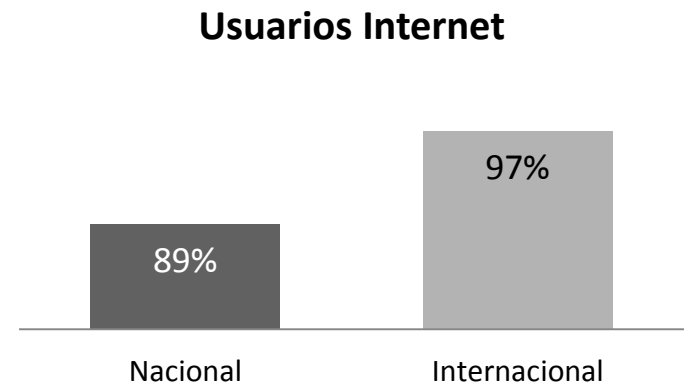
### Escolaridad y uso de Internet

#### ¿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.



- ✓ 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.

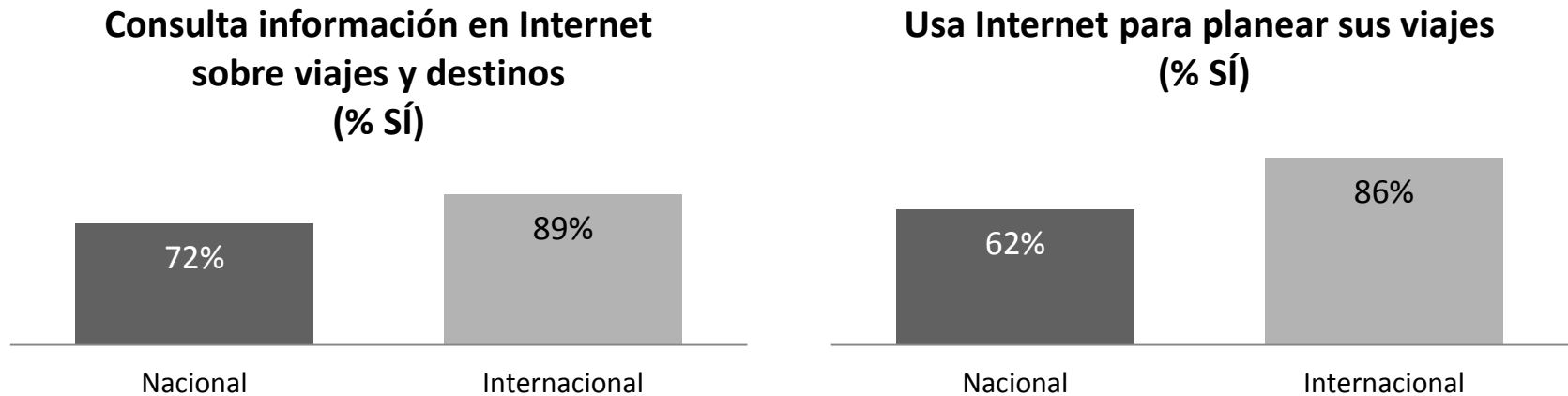


## 2. ¿Cómo son?

### 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.





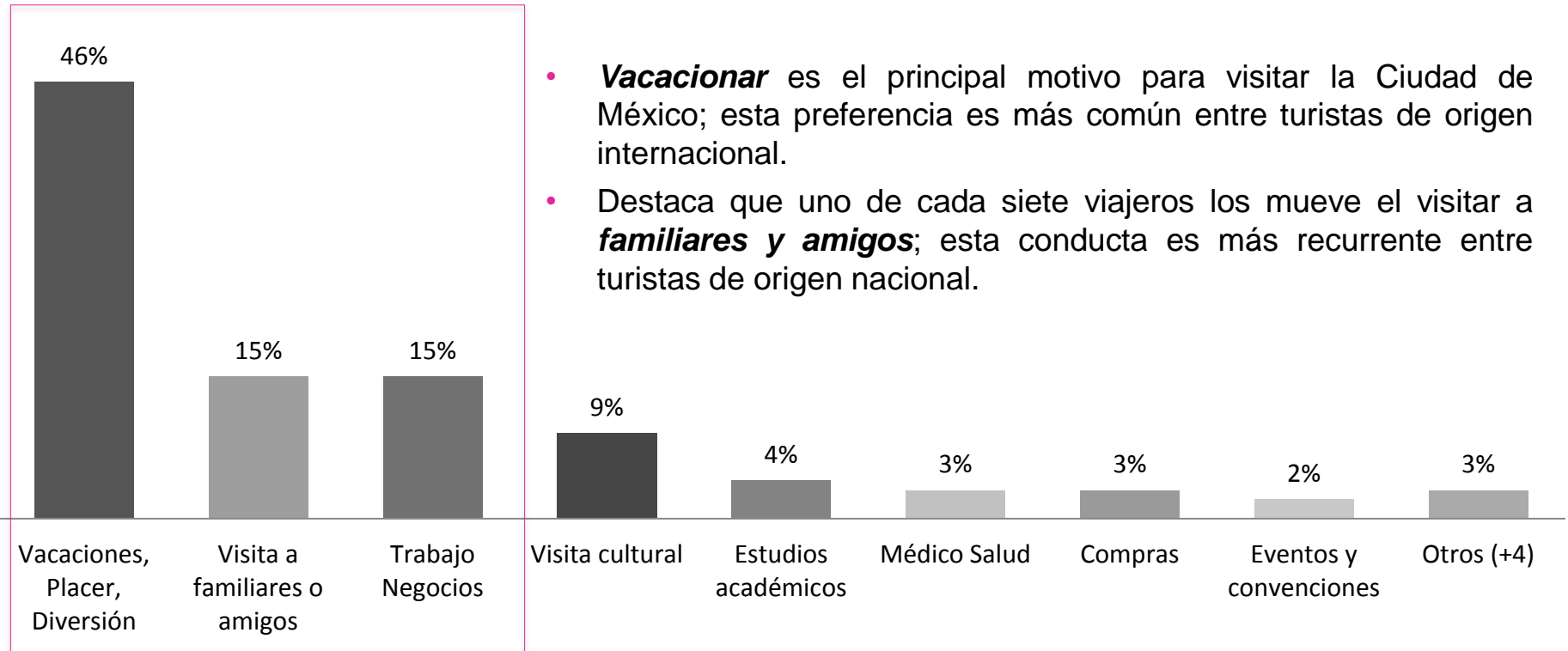


### 3. ¿Qué hacen en su visita?

### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Motivo de la visita

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



- Uno de cada diez turistas que viajan a la ciudad lo hacen por motivos **Culturales**.

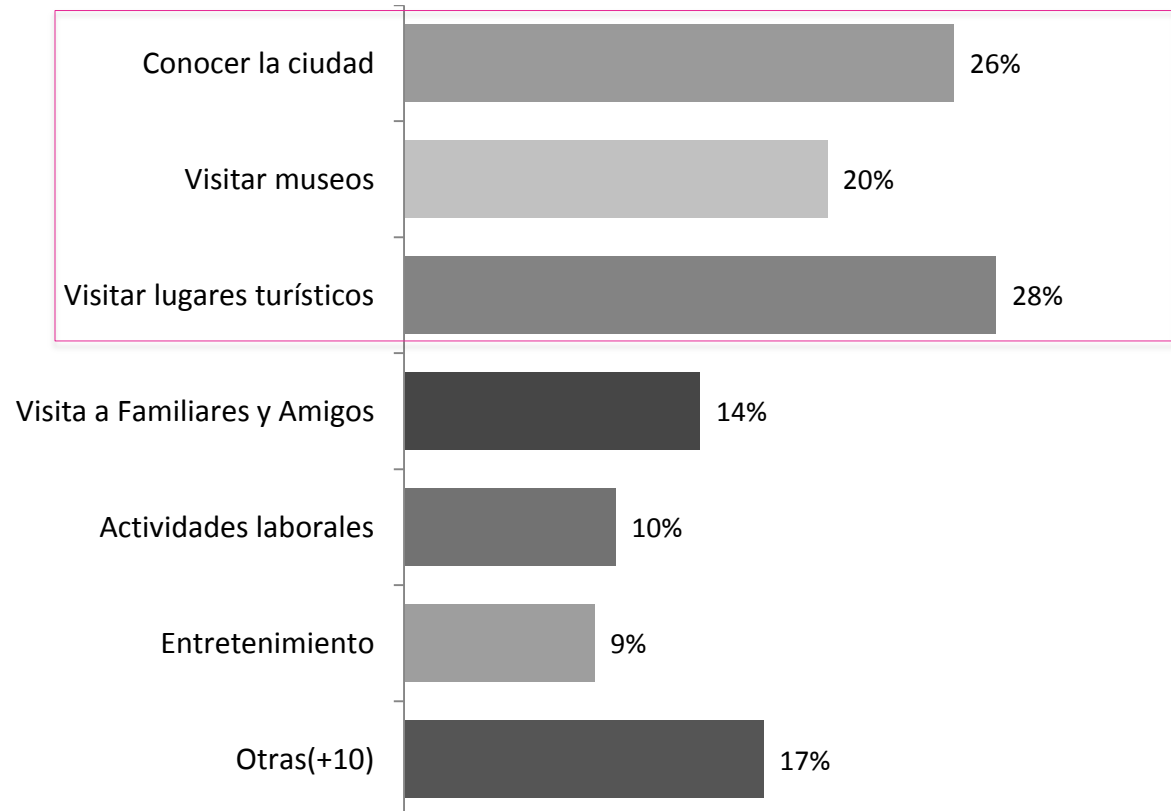
### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## Principales actividades

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

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

- 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.



### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## 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 (48%).
- 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.

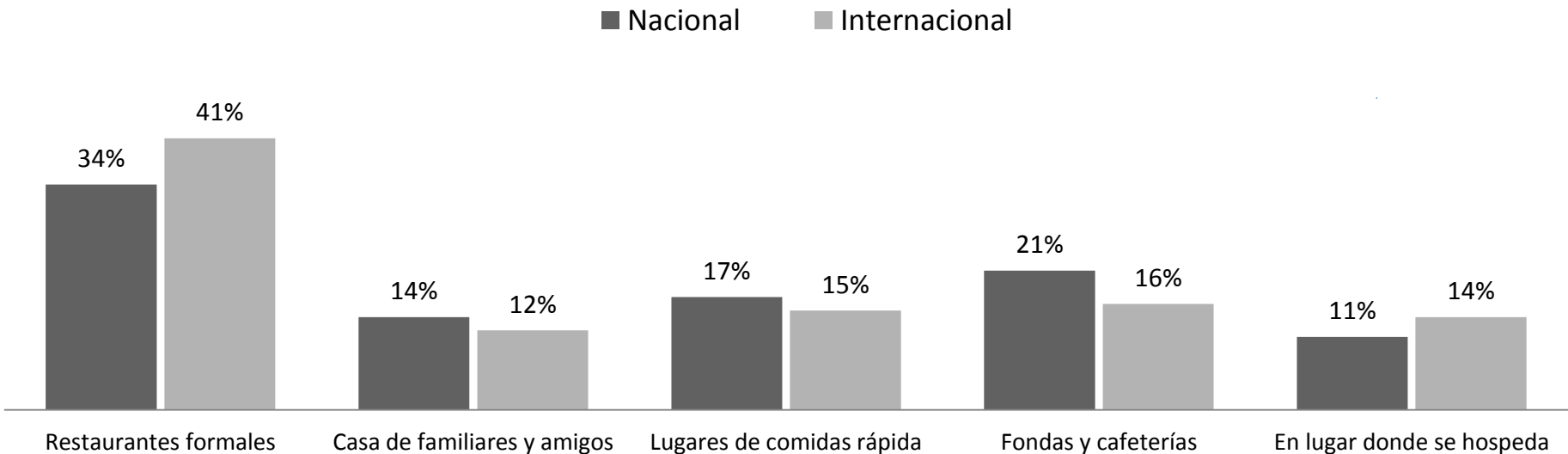
| Consolidado  |             |
|--------------|-------------|
| STC          | 48%         |
| TAXI         | 27%         |
| Metrobús     | 7%          |
| Otros (+5)   | 18%         |
| <b>Total</b> | <b>100%</b> |

### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## 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.

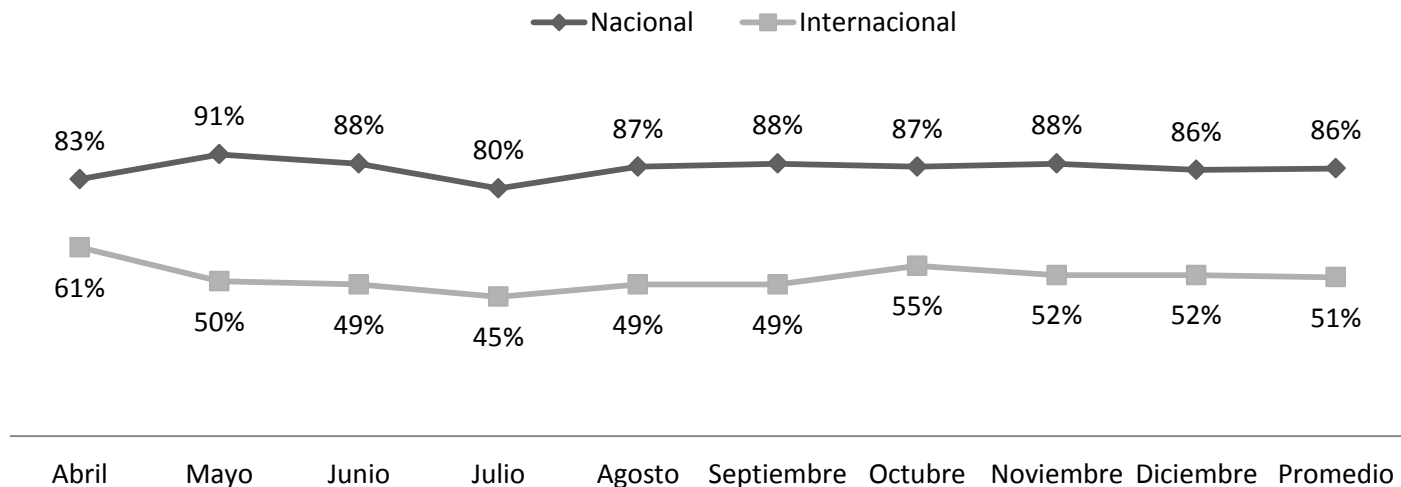


### 3. ¿Qué hacen en su visita?

## 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)





## 4. ¿Cómo viajan?

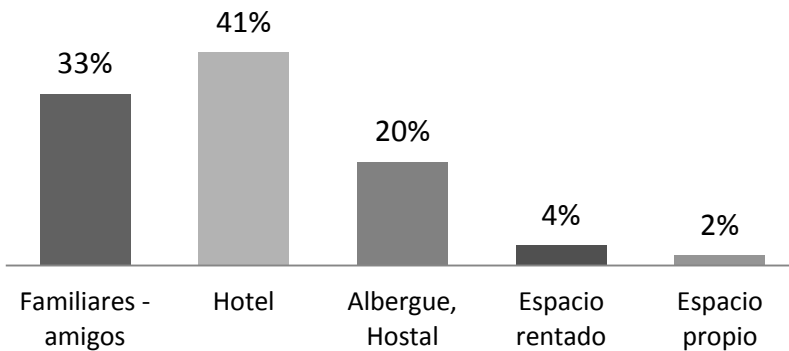
## 4. ¿Cómo viajan?

### Estancia y Alojamiento

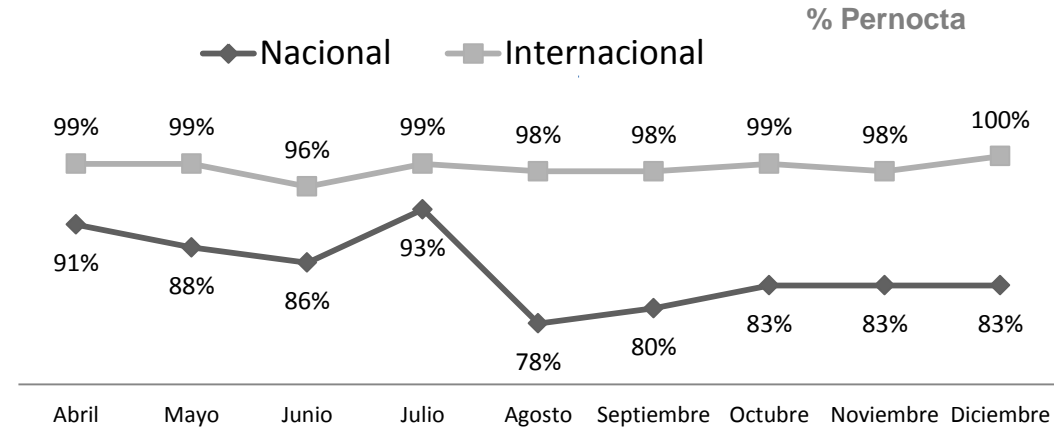
#### ¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ 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.
- ✓ Continúa siendo cada vez más común la elección de alojamiento de bajo costo, sin distinción de origen del viajero.





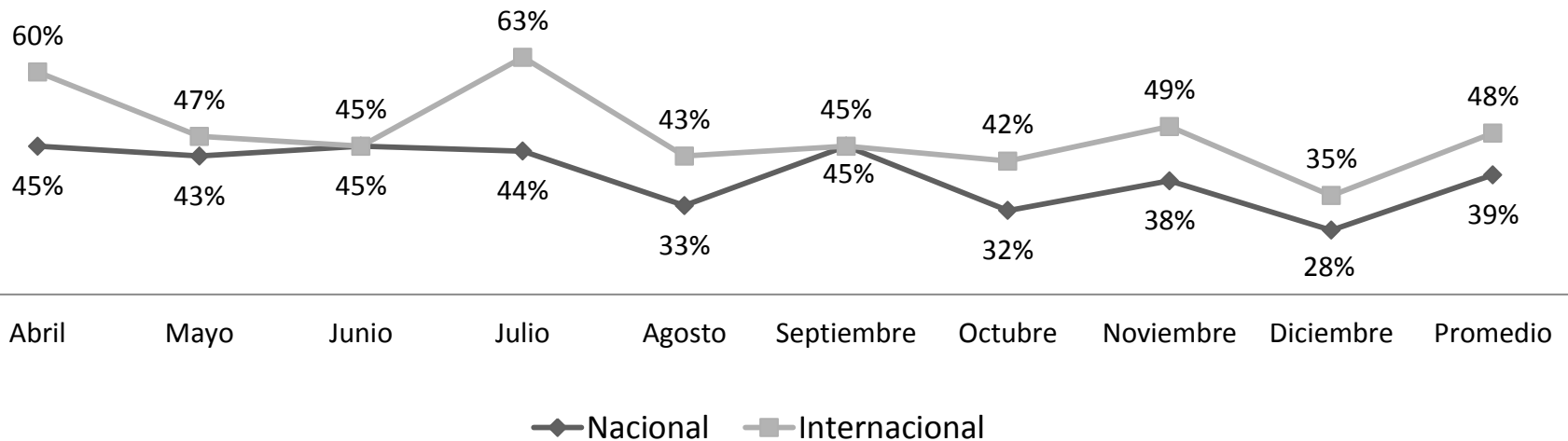
## 4. ¿Cómo viajan?

### 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 trabajo y vacaciones; en menor medida, para realizar visitas culturales.
- ✓ Es mayor la preferencia de viajeros internacionales que se alojan en hoteles.

| Motivo principal del viaje | Consolidado |
|----------------------------|-------------|
| Vacaciones                 | 41%         |
| Visita a familia           | 34%         |
| Trabajo                    | 49%         |
| Visita Cultural            | 40%         |
| Totales (promedio)         | 41%         |



## 4. ¿Cómo viajan?

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

| Noches  | Totales | Nacional | Internacional |
|---------|---------|----------|---------------|
| Media   | 4.7     | 3.7      | 5.4           |
| Mediana | 3.6     | 2.7      | 5.2           |
| Moda    | 2       | 2        | 5             |

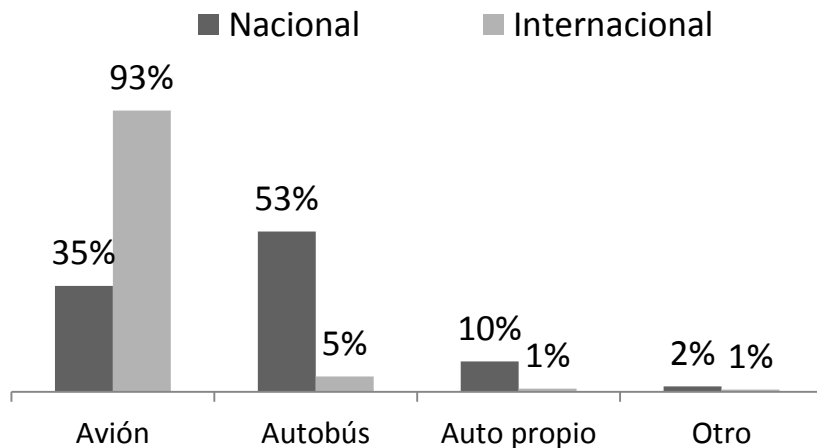
| Noches | Hotel (41%) | Casa familia (34%) |
|--------|-------------|--------------------|
| Media  | 4.8         | 7.4                |
| Moda   | 2           | 2                  |

## 4. ¿Cómo viajan?

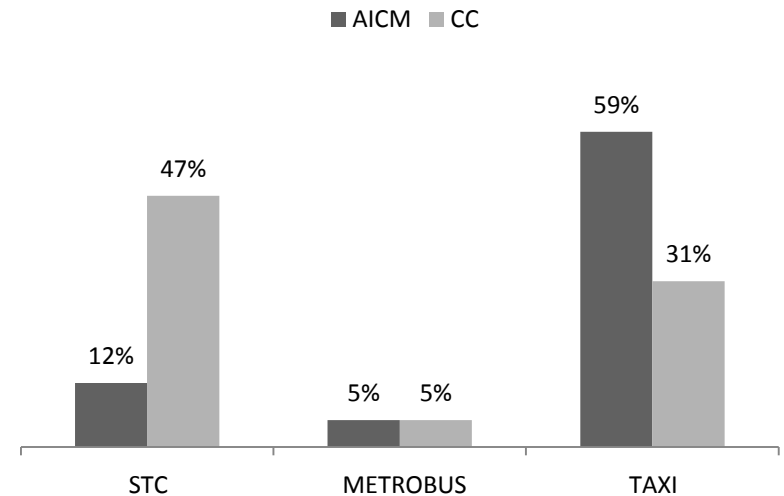
### Medio de Transporte

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

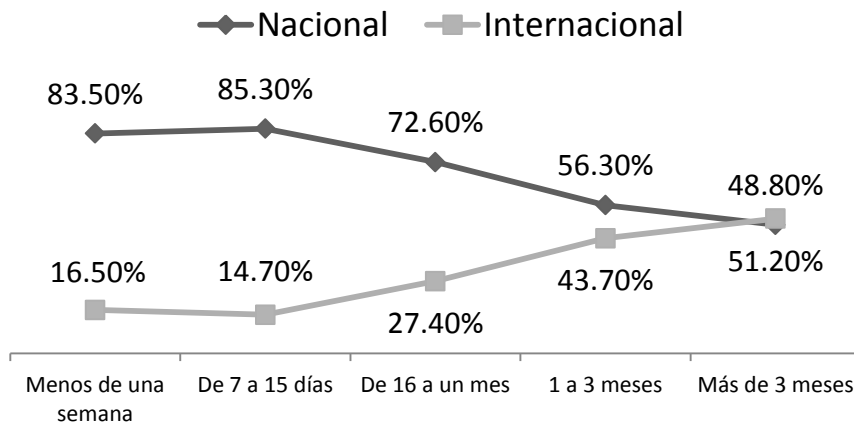


## 4. ¿Cómo viajan?

### Planeación del viaje

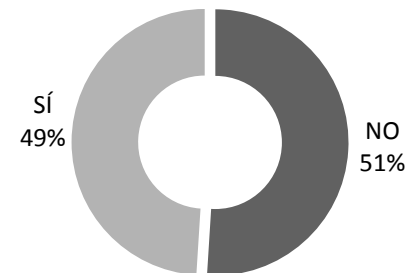
#### ¿Cómo viajan los turistas que visitan la Ciudad de México?

- ✓ La mayoría de los entrevistados declara haber participado en la **planeación** de su viaje, ya sea solo o con otras personas (82%).
- ✓ 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?



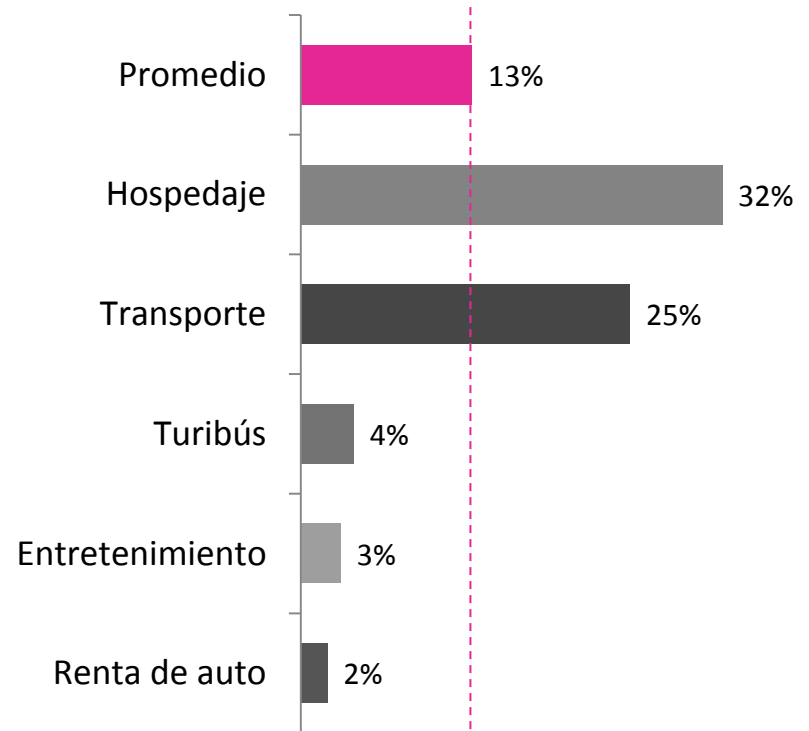
## 4. ¿Cómo viajan?

### 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.

#### HÁBITO DE RESERVA



## 4. ¿Cómo viajan?

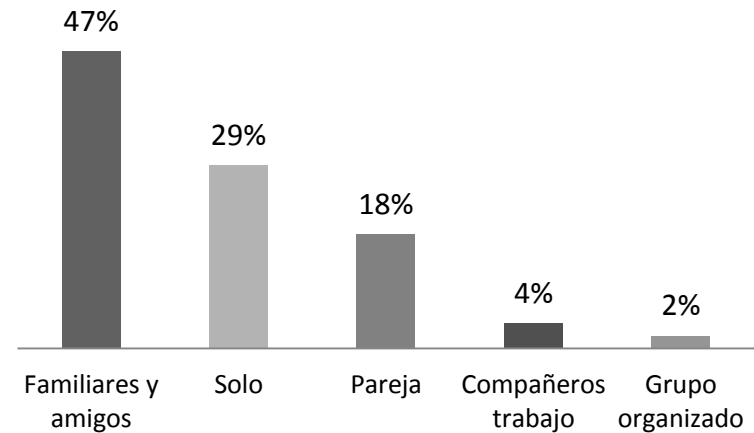
### Acompañantes

#### ¿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 3 y 4 miembros, siendo grupos más grandes los de turistas nacionales.
- ✓ Tres de cada diez turistas que viajan a la Ciudad de México, lo hacen solos.

| Tamaño del grupo (media) | Nacional | Internacional |
|--------------------------|----------|---------------|
| Familiares y amigos      | 4.1      | 3.6           |
| Compañeros de trabajo    | 9.4      | 5.6           |
| Grupo organizado         | 38.8     | 26.6          |

¿Con quién realiza este viaje?



## 4. ¿Cómo viajan?

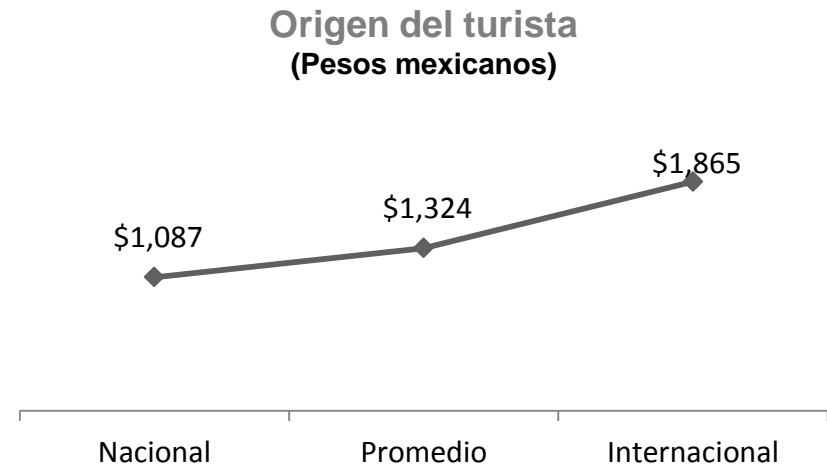
### Gasto diario

#### ¿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 \$1,330 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.

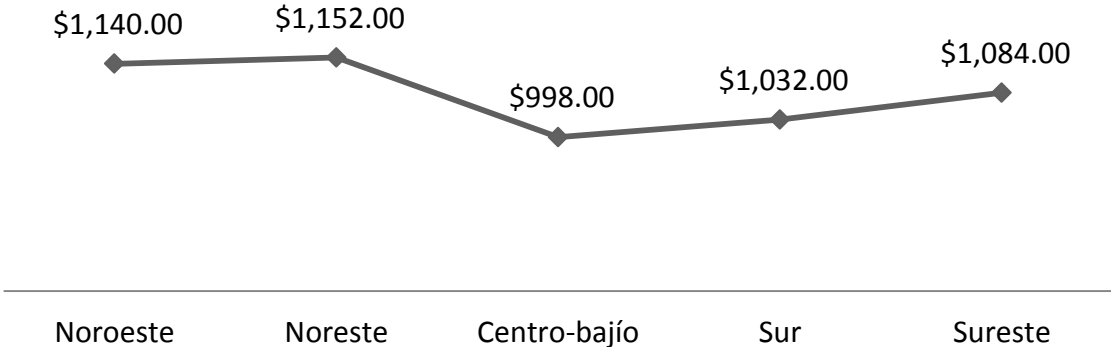


# 4. ¿Cómo viajan?

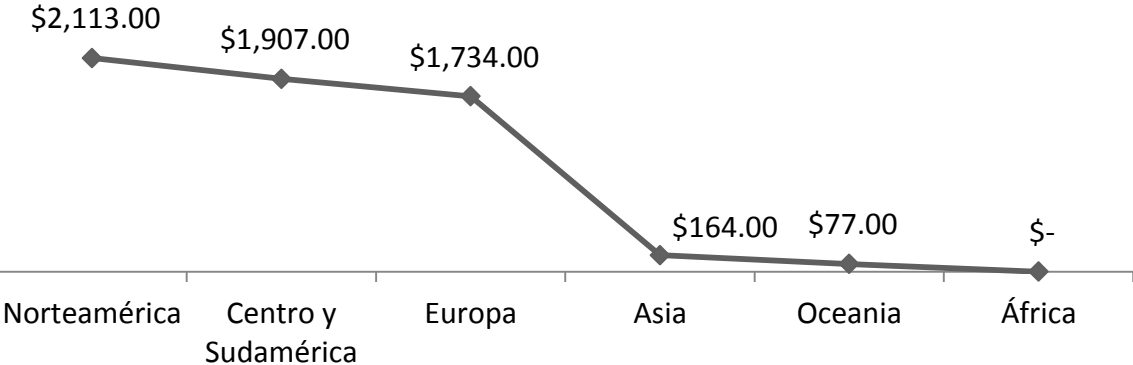
## Gasto diario

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

Turista Nacional



Turista Internacional

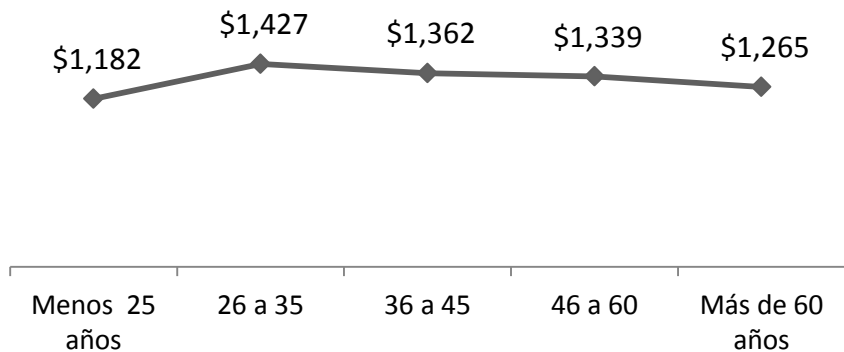




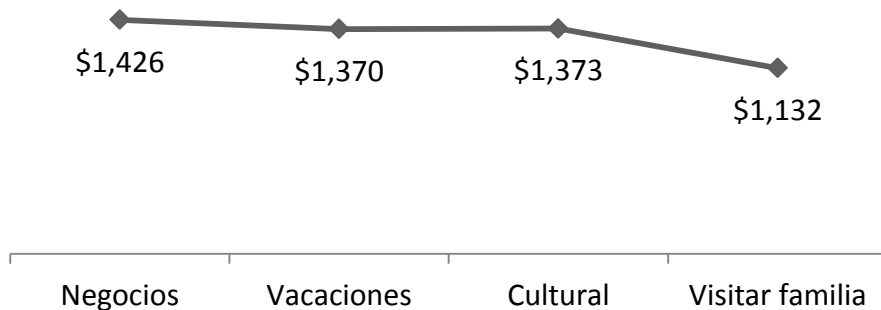
## 4. ¿Cómo viajan?

### Gasto diario

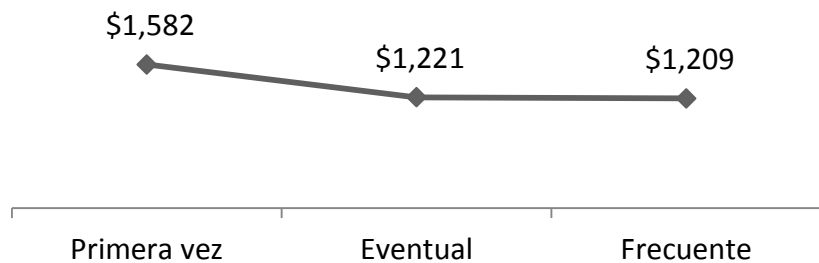
#### GRUPO DE EDAD



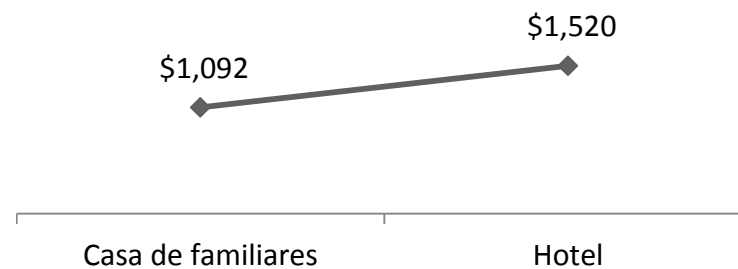
#### MOTIVO DEL VIAJE



#### REVISITA



#### TIPO DE ALOJAMIENTO





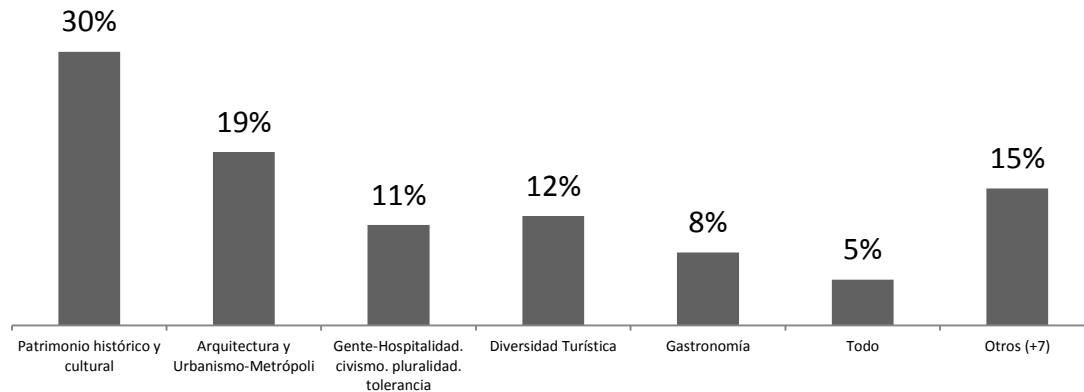
## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

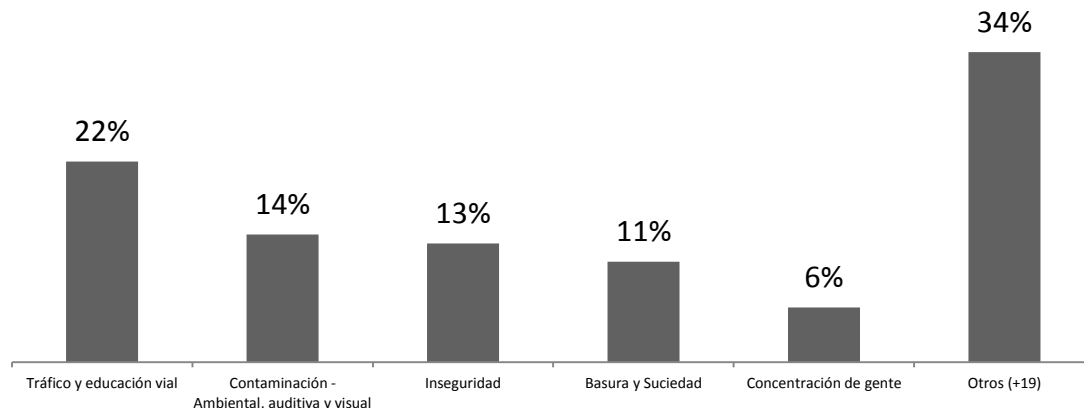
### ¿Cómo ven la Ciudad de México?

- ✓ 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.
- ✓ Uno de cada diez visitantes reconoce su aprecio hacia el residente de esta capital.

#### Lo que más gusta



#### Lo que NO gusta

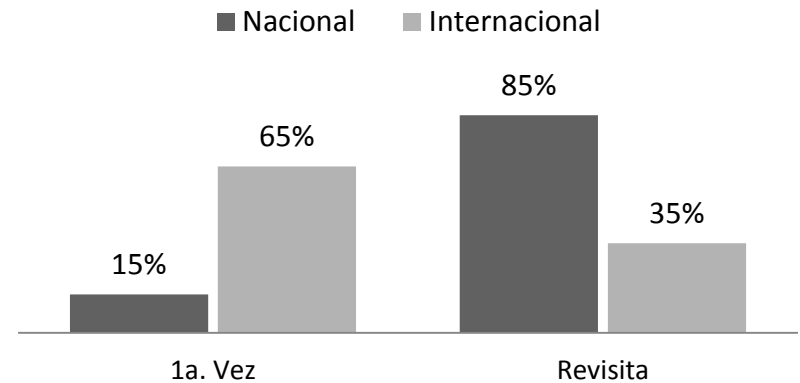


- ✓ En contraparte, la mayor crítica hacia la Ciudad de México se orienta hacia temas relacionados con el **trafico y educación vial** y la **contaminación** en sus diferentes formas.

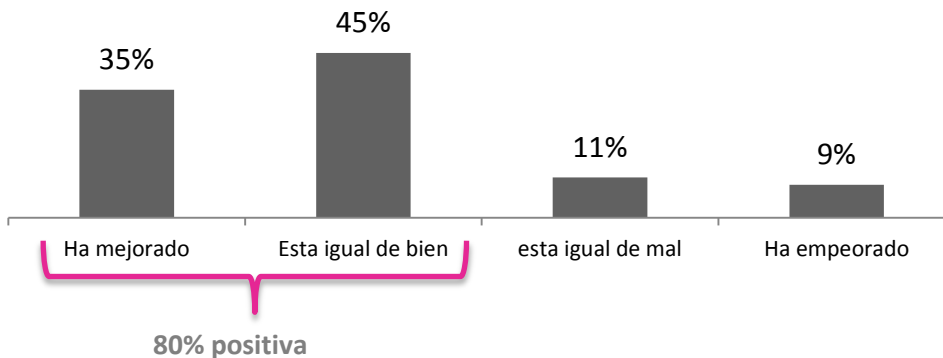
## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### 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.
- ✓ Más de seis de cada diez turistas foráneos visitan la ciudad por primera vez.



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



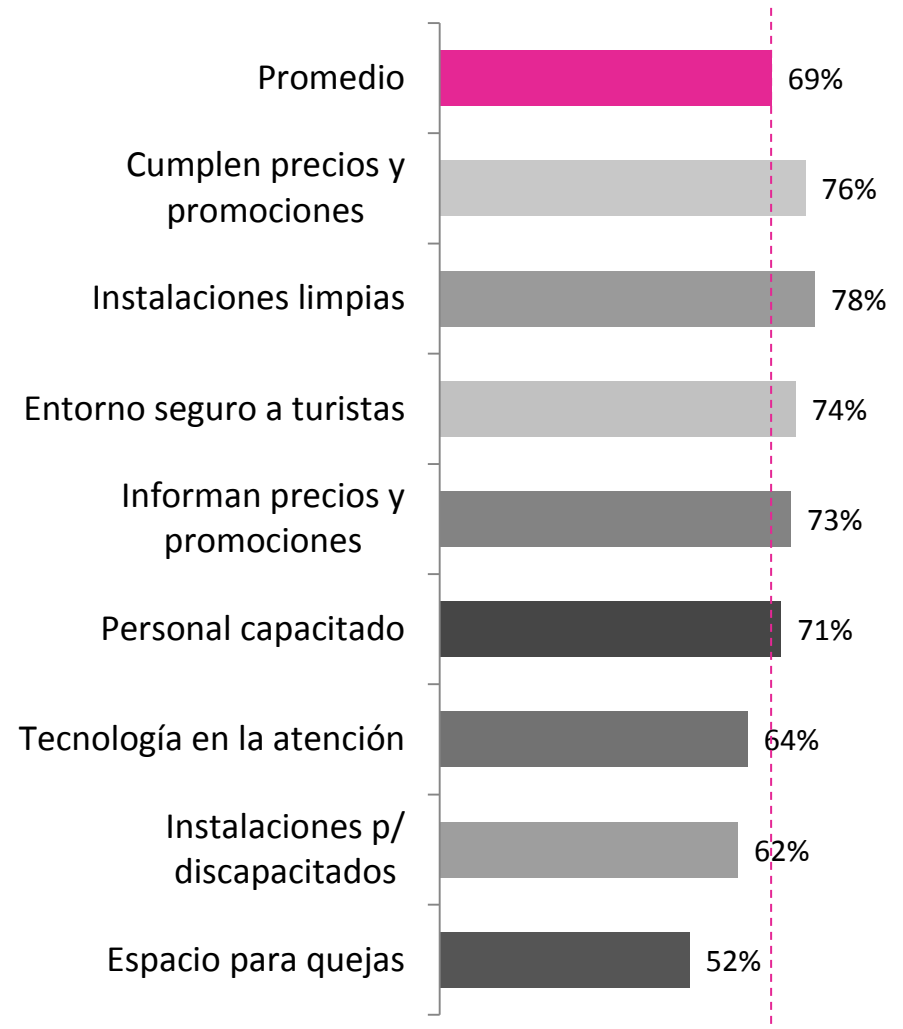
- ✓ A estos turistas que han estado anteriormente en la ciudad, se les solicitó su opinión sobre la ciudad, respecto a su visita anterior.
- ✓ Cuatro de cada cinco de estos viajeros ofrecen una comparación positiva hacia la Ciudad de México.

## 5. ¿Cómo ven 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 apenas **aceptable** (69%).
- Los **espacios para quejas** registran las valoraciones más bajas, aun por debajo del promedio, junto con **instalaciones para discapacitados** y el **uso de tecnología en procesos de atención a clientes**.



## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### 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.



| Autoridad | ÍNDICE |
|-----------|--------|
| Media     | 8.0    |
| Mediana   | 8.2    |
| Moda      | 9      |

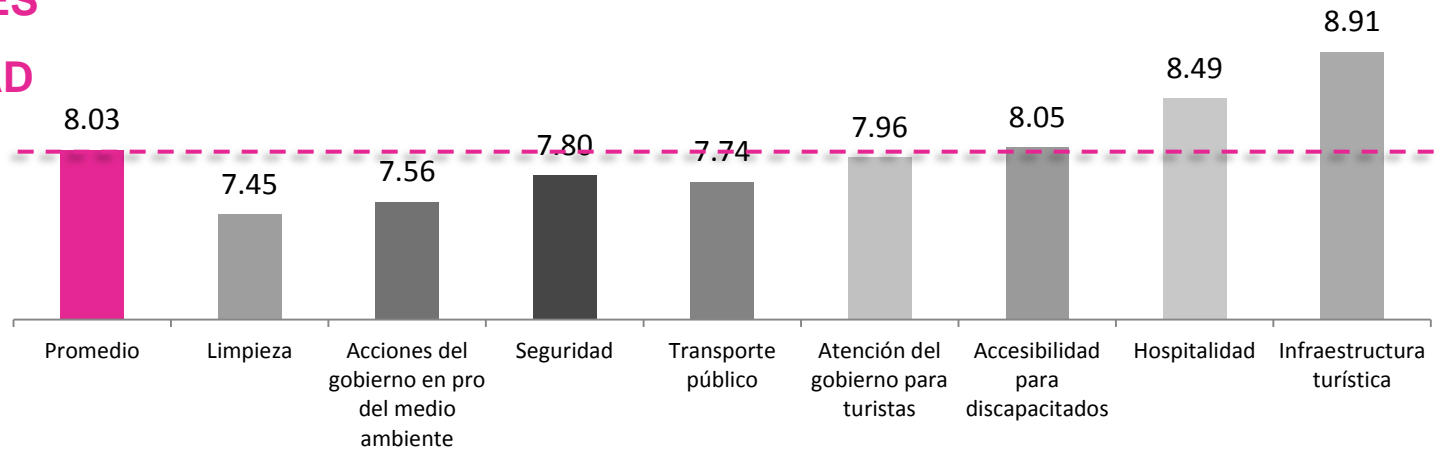
| Oferta  | ÍNDICE |
|---------|--------|
| Media   | 8.9    |
| Mediana | 9.0    |
| Moda    | 10     |

## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

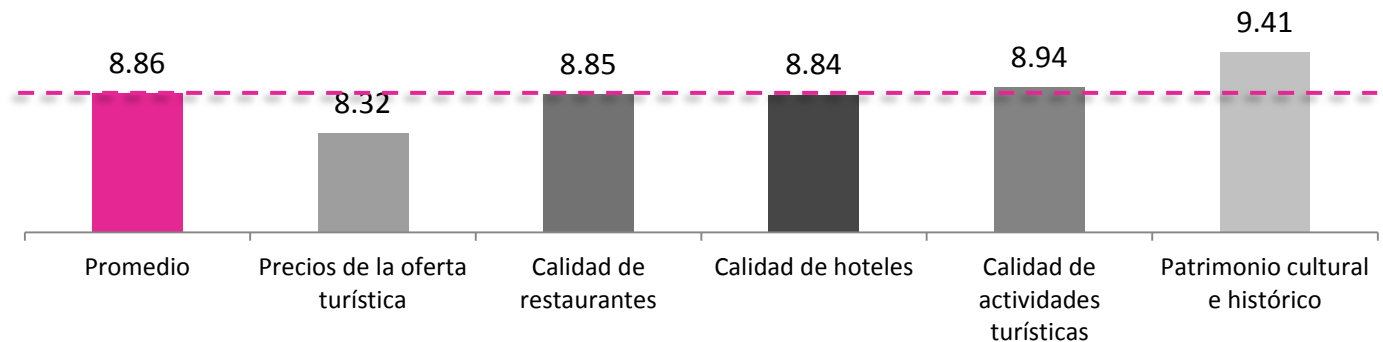
### Prestadores de Servicios Turísticos

Evaluación de la autoridad y la oferta turística

#### COMPONENTES DE AUTORIDAD



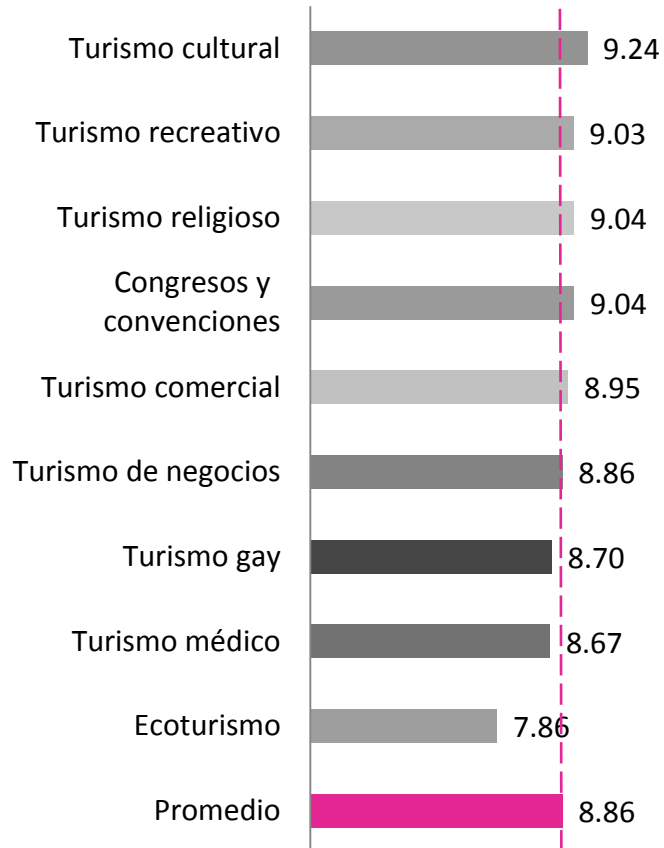
#### COMPONENTES DE OFERTA TURÍSTICA



## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### Prestadores de Servicios Turísticos

Infraestructura para atender segmentos turísticos



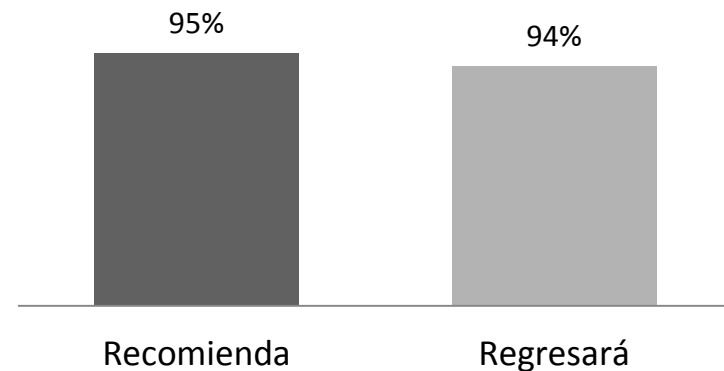
- Se solicitó a los consultados su opinión respecto a su percepción sobre las condiciones existentes para atender diversos segmentos turísticos en la Ciudad de México.
- En términos generales, se registra un percepción positiva alta, muy particularmente en lo relacionado con los segmentos **cultural, recreativo, religioso y de convenciones**.



## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### 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 estarían dispuestos a ellos mismos regresar.
- El nivel de respuesta positiva fue muy alto; sin distingo alguno. Esta cifra fue muy consistente a lo largo del año.



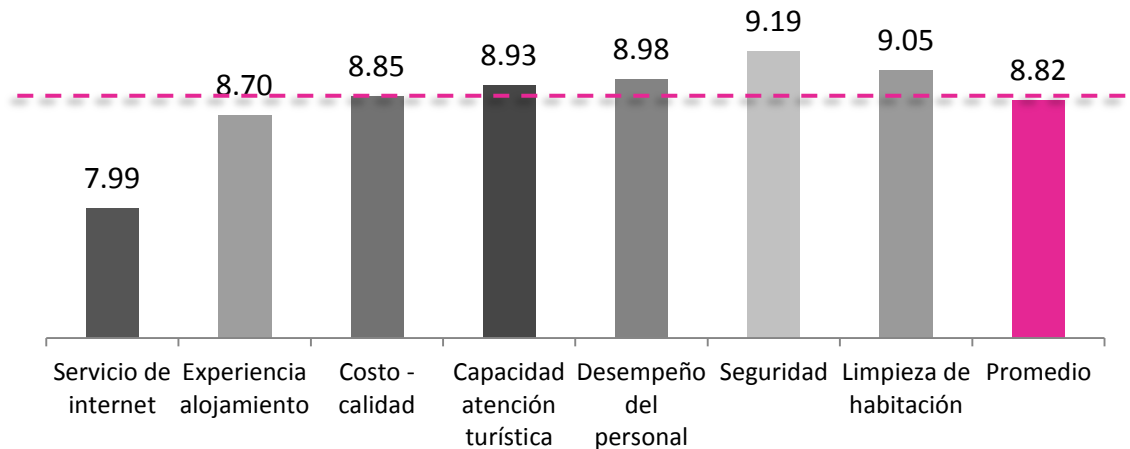
| Origen del turista |               |     |
|--------------------|---------------|-----|
| Sí<br>Recomienda   | Nacional      | 94% |
|                    | Internacional | 96% |
|                    | A totales     | 95% |
| Sí<br>Regresaría   | Nacional      | 93% |
|                    | Internacional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

## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### Prestadores de Servicios Turísticos

#### Servicios de Hospedaje

- 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 **seguridad y limpieza**, 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**.

## 5. ¿Cómo ven la Ciudad de México?

### 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.

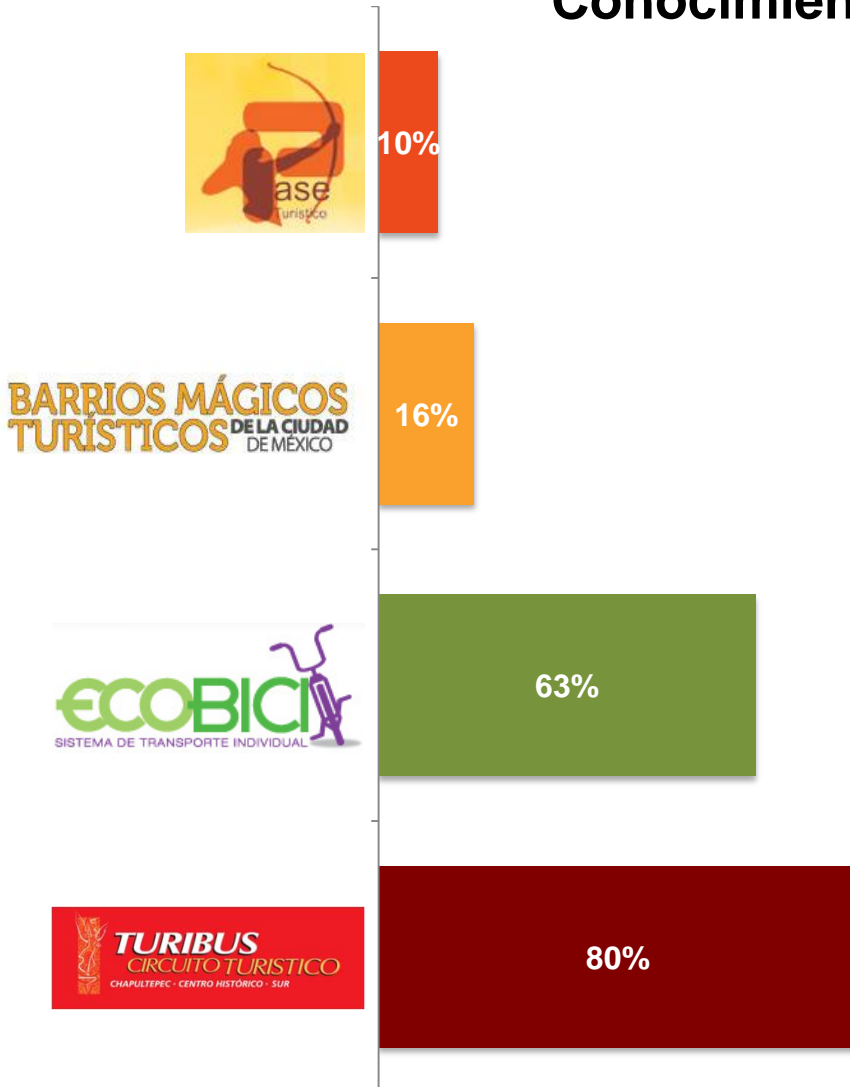
| ¿Regresaría al mismo hotel? | Totales | Aspectos de Evaluación |                       |               |                   |           |                              |                         | Totales |
|-----------------------------|---------|------------------------|-----------------------|---------------|-------------------|-----------|------------------------------|-------------------------|---------|
|                             |         | Limpieza habitación    | Desempeño de personal | Costo-calidad | Servicio Internet | Seguridad | Capacidad atención turística | Experiencia alojamiento |         |
| Sí                          | 77%     | 9.26                   | 9.24                  | 9.13          | 8.25              | 9.35      | 9.20                         | 8.99                    | 9.08    |
| NO                          | 11%     | 7.97                   | 7.76                  | 7.31          | 6.88              | 8.16      | 7.58                         | 7.26                    | 7.57    |
| No sabe                     | 12%     | 8.73                   | 8.61                  | 8.28          | 7.21              | 8.77      | 8.28                         | 8.15                    | 8.29    |
| Total                       | 100%    | 8.65                   | 8.54                  | 8.24          | 7.45              | 8.76      | 8.35                         | 8.13                    | 8.31    |



## 6. Percepción sobre la autoridad turística

## 6. Percepción sobre la autoridad turística

### Conocimiento de programas

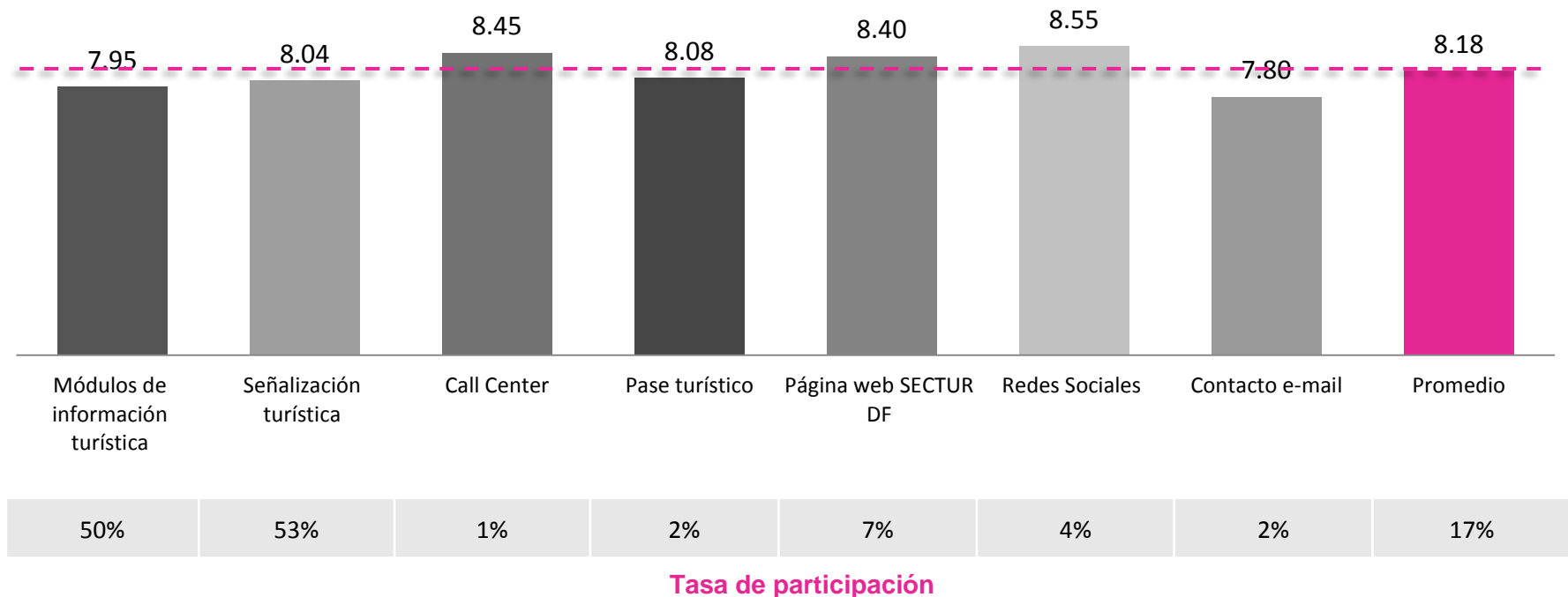


- En términos generales, se registra un alto desconocimiento de programas gubernamentales asociados con la Secretaría de Turismo como son los casos de **Barrios Mágicos Turísticos** y el **Pase Turístico**.
- Por otra parte, está mejor posicionado **Ecobici** entre los turistas que visitan la Ciudad de México.
- **Turibús** es el programa más recordado por parte de los los viajeros consultados.

## 6. Percepción sobre la autoridad turística

### 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 (17%), con excepción de **Señalización Turística y Módulos de Información Turística**.
- Quienes conocen estos servicios otorgan calificaciones aceptables.



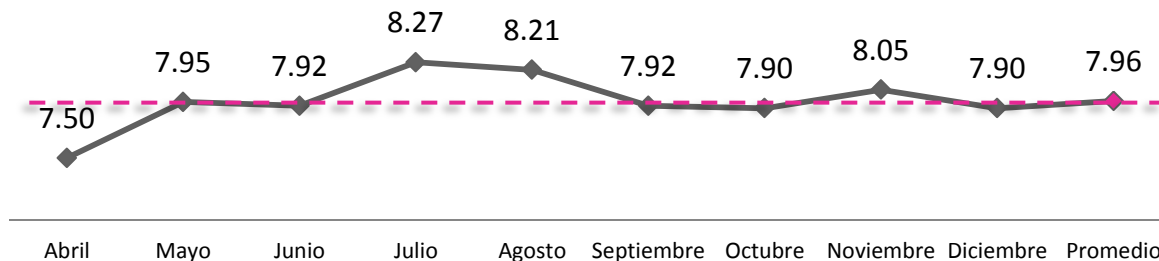
## 6. Percepción sobre la autoridad turística

### 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 más baja en abril.
- Califican mejor a SECTUR DF los turistas de origen internacional, en su primer visita, así como el género femenino.

|         |      |
|---------|------|
| Media   | 7.96 |
| Mediana | 8.00 |
| Moda    | 8    |

### Evaluación Sector DF



|           |      |
|-----------|------|
| Totales   | 7.96 |
| Masculino | 7.87 |
| Femenino  | 8.04 |

|                       |      |
|-----------------------|------|
| El Totales            | 7.96 |
| Turista Nacional      | 7.94 |
| Turista Internacional | 7.96 |

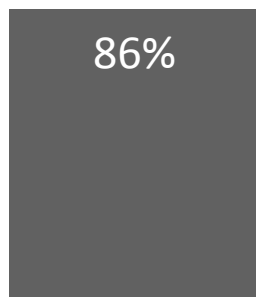
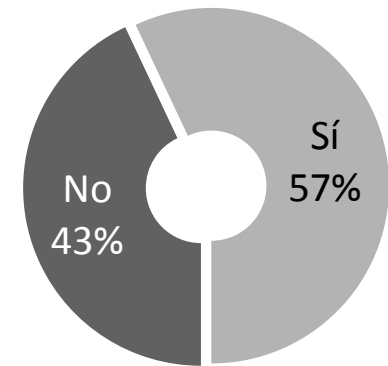
|               |      |
|---------------|------|
| Totales       | 7.96 |
| 1ª. vez en DF | 8.08 |
| Revisita      | 7.90 |

## 6. Percepción sobre la autoridad turística

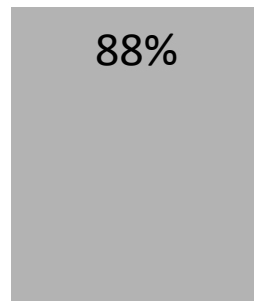
### Impacto publicitario

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

- Más de la mitad de los consultados declara haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México en los últimos 12 meses.
- Los medios que mencionan a través de los cuales han visto estos anuncios son **TV** e **Internet**.



Comunican  
atractivos



Animar a  
visitarla

- 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*.



## 6. Percepción sobre la autoridad turística

### Impacto publicitario

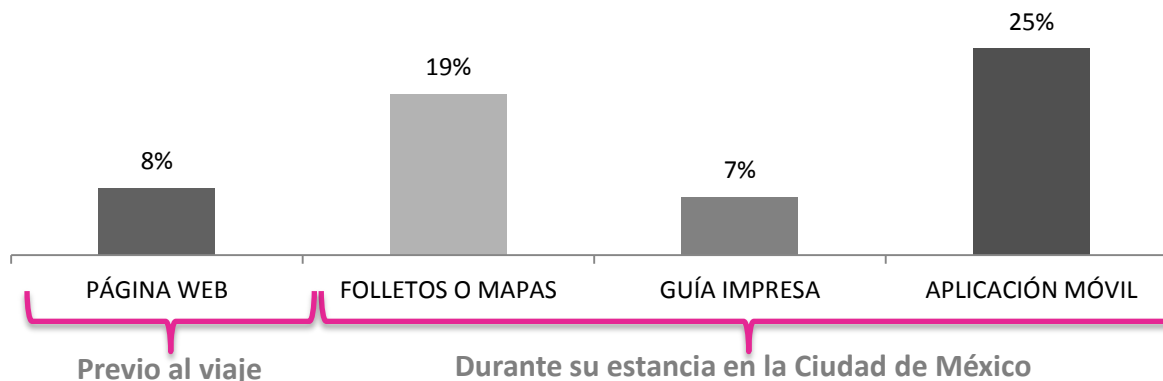
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR DF, se observa la influencia de la variable recordación sobre la valoración hacia la institución. A mayor recordación publicitaria, mejor evaluación del desempeño de SECTUR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

| Calificación                     | Recordación publicitaria |      |
|----------------------------------|--------------------------|------|
|                                  | SI                       | NO   |
| Desempeño de SECTUR DF<br>(7.96) | 8.04                     | 7.85 |

## 6. Percepción sobre la autoridad turística

### Consumo de información turística

- Previo al viaje, sólo el 8% de los turistas declaran haber consultado la página web de SECTUR DF.
- Entre quienes hicieron esta consulta es más recurrente encontrar viajeros internacionales .
- Uno de cada cinco viajeros dice haber consultado folletería turística (gobierno local) durante su estancia en la Ciudad de México.
- Por su parte, uno de cada cuatro viajeros dice haber utilizado aplicaciones móviles con información turística sobre la ciudad.



- 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%)



## 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

(Índice de Evaluación)

## 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

### 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 →

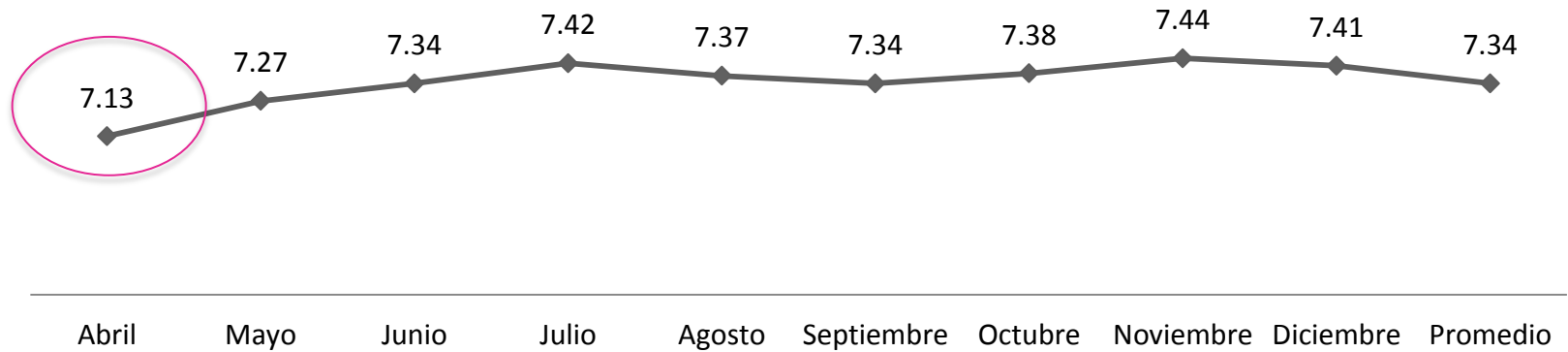
Que SECTUR-DF cuente con indicadores que permitan identificar áreas de oportunidad para robustecer su perspectiva estratégica y contar con insumos para diseñar e implementar planes y programas que involucren de manera asertiva a los diferentes actores e instituciones que componen dicho sistema.

**IESTUR.DF 2015**

**7.34**

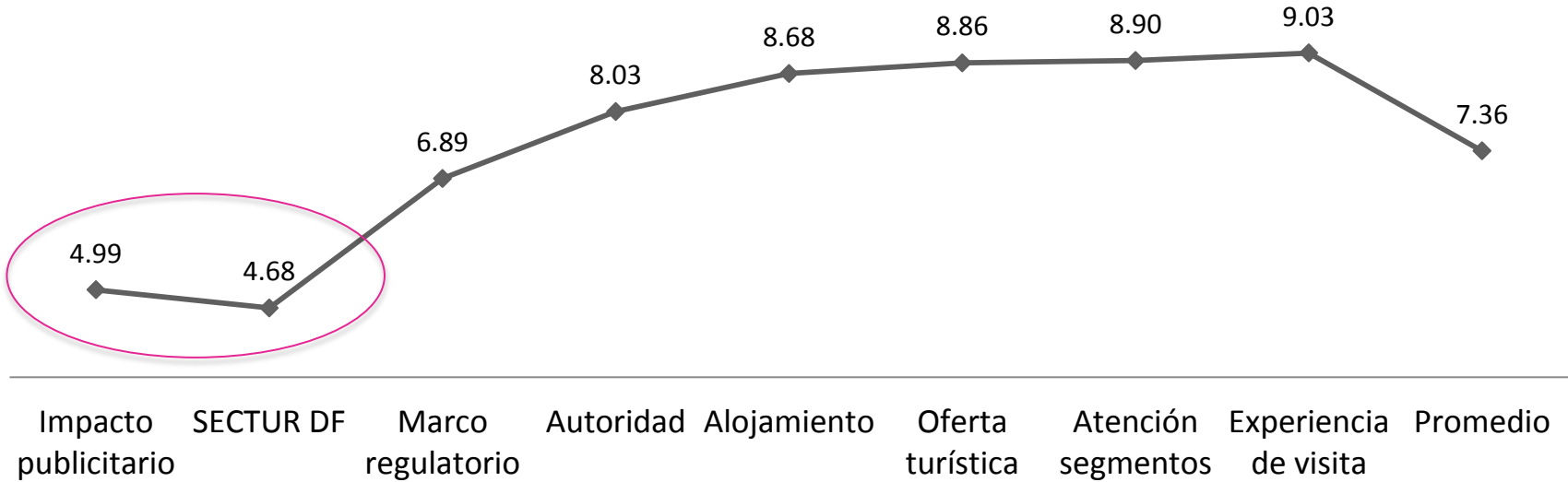
## 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

### Índice de Evaluación del Sistema Turístico



# 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

## Índice de Evaluación del Sistema Turístico



## 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

# Índice de Evaluación del Sistema Turístico

### COMPARATIVO

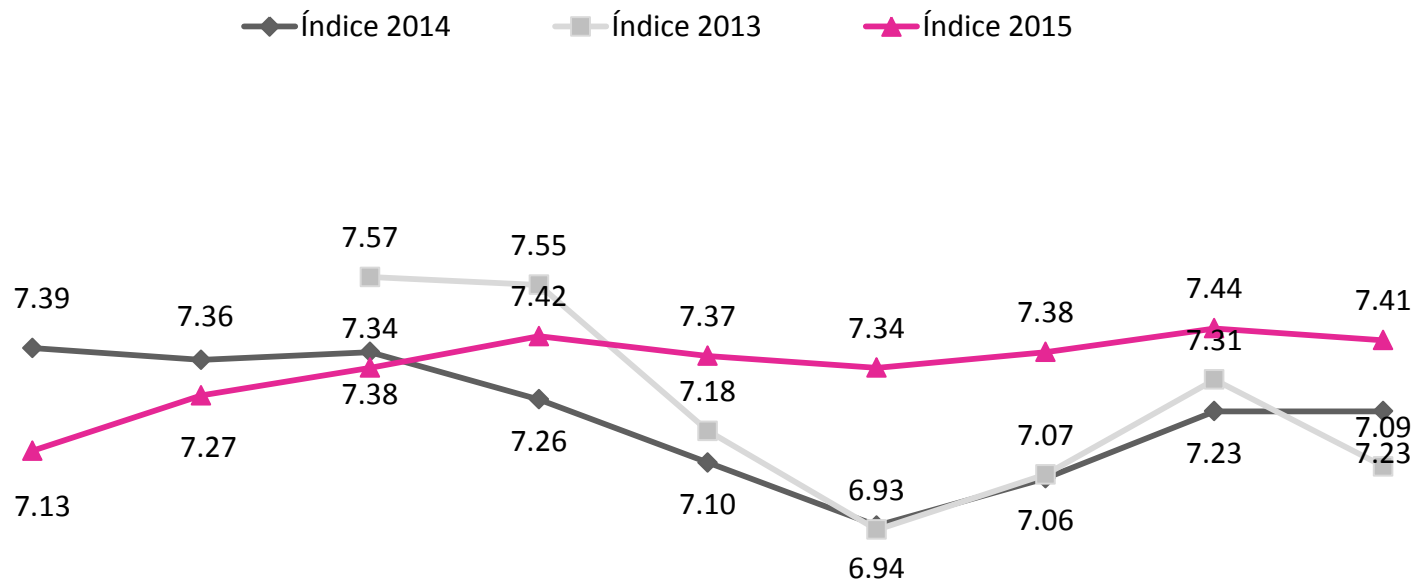
Abril - Diciembre

|                          |                           | Consolidado  | Abril      | Mayo       | Junio      | Julio      | Agosto     | Septiembre | Octubre    | Noviembre  | Diciembre  |
|--------------------------|---------------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Prestadores de Servicios | Alojamiento               | 8.78         | 8.74       | 8.71       | 8.6        | 8.44       | 8.5        | 8.98       | 8.55       | 8.73       | 9.23       |
|                          | Marco regulatorio         | 6.96         | 6.92       | 6.64       | 6.34       | 6.94       | 7.2        | 6.99       | 7.25       | 6.79       | 7.6        |
| Servicios Turísticos     | Oferta turística          | 8.86         | 8.93       | 8.81       | 8.84       | 8.9        | 8.83       | 8.89       | 8.82       | 8.84       | 8.95       |
|                          | Autoridad                 | 8.01         | 8.32       | 8.07       | 8.02       | 8.11       | 8.01       | 7.92       | 7.8        | 7.92       | 7.97       |
|                          | Atención a segmentos      | 8.9          | 8.93       | 8.87       | 8.83       | 9.02       | 8.9        | 8.87       | 8.83       | 8.87       | 9.02       |
|                          | Impacto publicitario      | 4.98         | 4.41       | 4.31       | 5.09       | 4.89       | 4.88       | 5          | 5.16       | 5.78       | 5.33       |
|                          | SECTUR D.F.               | 4.64         | 4.55       | 4.94       | 4.92       | 4.99       | 4.53       | 4.62       | 4.75       | 4.72       | 3.76       |
|                          | Experiencia del visitante | 9.02         | 8.8        | 8.98       | 9.13       | 8.97       | 9.18       | 9.06       | 8.99       | 8.98       | 9.11       |
|                          | Total                     | 7.36         | 7.31       | 7.27       | 7.34       | 7.42       | 7.37       | 7.36       | 7.38       | 7.44       | 7.41       |
|                          | <b>n=</b>                 | <b>3,636</b> | <b>234</b> | <b>413</b> | <b>437</b> | <b>450</b> | <b>452</b> | <b>412</b> | <b>451</b> | <b>421</b> | <b>366</b> |

## 7. Sistema Turístico de la Ciudad de México

Escala del 1 al 10

### COMPARATIVO



|             | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|-------------|-------|------|-------|-------|--------|------|---------|-----------|-----------|
| Índice 2014 | 7.39  | 7.36 | 7.38  | 7.26  | 7.10   | 6.94 | 7.06    | 7.23      | 7.23      |
| Índice 2013 |       |      | 7.57  | 7.55  | 7.18   | 6.93 | 7.07    | 7.31      | 7.09      |
| Índice 2015 | 7.13  | 7.27 | 7.34  | 7.42  | 7.37   | 7.34 | 7.38    | 7.44      | 7.41      |



# Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, 2015

## REPORTE EJECUTIVO

Abril a Diciembre de 2015

