

# Perfil del Turista que visita Ciudad de México, 2016

Reporte de Resultados  
Agosto - 2016





Introducción	3
Presentación	4
Ficha Metodológica	6
Resultados	9
1. Perfil del turista	9
2. Perfil del viaje	23
3. Evaluación de servicio de hospedaje	44
4. Percepción sobre la CDMX	52
5. Evaluación de Programas y SECTUR DF	66
6. Sistema Turístico de la Ciudad de México (Índice de Evaluación)	83
<b>Anexo 1 - Explicación del modelo de evaluación del Sistema Turístico de la Ciudad de México</b>	<b>91</b>



- Por quinto año consecutivo, la **Secretaría de Turismo de la CDMX** ha contado con la **Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional** para implementar un estudio cuantitativo sobre el “Perfil del turista que visita la Ciudad de México”.
- De esta manera, **SECTUR-CDMX** continúa la tarea de explorar y profundizar más en el conocimiento del fenómeno turístico en la Ciudad de México con fundamento científico a través de un estudio longitudinal (mediciones mensuales), cuyo análisis enriquece la toma de decisiones en materia de **promoción turística y políticas públicas** que realiza esta dependencia.
- A continuación, la **Escuela Superior de Turismo** presenta los resultados descriptivos de la **cuarta medición** de este proyecto durante 2016, misma que fue realizada durante el mes de **Agosto (M4-2016)**, con base en los siguientes objetivos y especificaciones metodológicas.

## Objetivos del proyecto:

- Configurar un modelo de investigación que permita registrar de forma sistemática y confiable opiniones, percepciones, valoraciones y expectativas, de manera que puedan establecer perfiles de turistas que visitan la Ciudad de México.
- Identificar oportunidades estratégicas y generar insumos para el diseño de políticas y programas en materia turística, más robustos, mejor orientados y que aporten en favor de una imagen positiva de la Ciudad de México.

## Objetivos específicos:

1. Identificar los **perfiles** más relevantes de los visitantes a la Ciudad de México en términos de :
  - Indicadores sociodemográficos (género, grupo de edad, nivel educativo, ocupación, ciudad de origen, frecuencia de visita, entre otros);
  - Motivos de visita a la ciudad, duración de la estancia;
  - Planeación del viaje y tipo de alojamiento, entre otros.
2. Conocer la **percepción** del visitante sobre la Ciudad de México, en lo general y hacia su oferta turística en lo particular.
3. Contar con insumos para el diseño y ejecución de **programas de promoción** turística.
4. Construir **indicadores** que aporten a los prestadores de servicios turísticos para mejorar la experiencia turística, incrementar niveles de satisfacción y estimular la revisita y referenciación positiva hacia la Ciudad de México (recompra y recomendación).



Ámbito	Local; Ciudad de México
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta por muestreo en puntos de afluencia
Tipo de estudio	Longitudinal (mediciones mensuales de mayo a diciembre de 2016)
Tipo de muestreo	Polietápico aleatorio, sistemático por conglomerados
Universo de Estudio	Visitantes (no residentes) nacionales o internacionales en estancia de la Ciudad de México, mayores de 18 años.
Unidad de Muestreo	Centros de afluencia de turistas en la Ciudad de México: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Sitios turísticos</li> <li>ii. Centros de alojamiento y alimentación.</li> <li>iii. Puntos de salida (AICM y Centrales Camioneras)</li> </ol>
Instrumentos de medición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario estructurado; diseñado por EST-IPN con base en los objetivos del proyecto, hipótesis y variables definidas durante trabajos colegiados con SECTUR-CDMX.</li> <li>• Duración promedio: 16 minutos.</li> <li>• Se contó con versiones en español e inglés de dicho instrumento, mismas que fueron aplicadas en el idioma correspondiente.</li> </ul>

Tamaño de muestra

- 500 encuestas efectivas

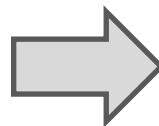
Fecha de realización

- Del 15 de al 31 de Agosto 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 **±4.72%** 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.





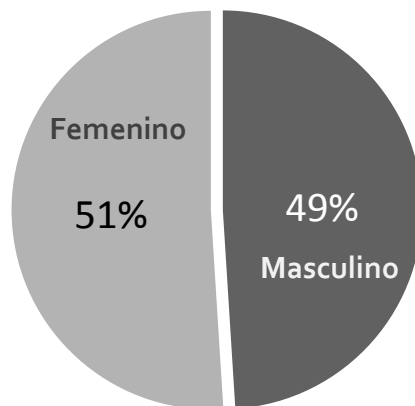
# Resultados

## 1. Perfil del turista

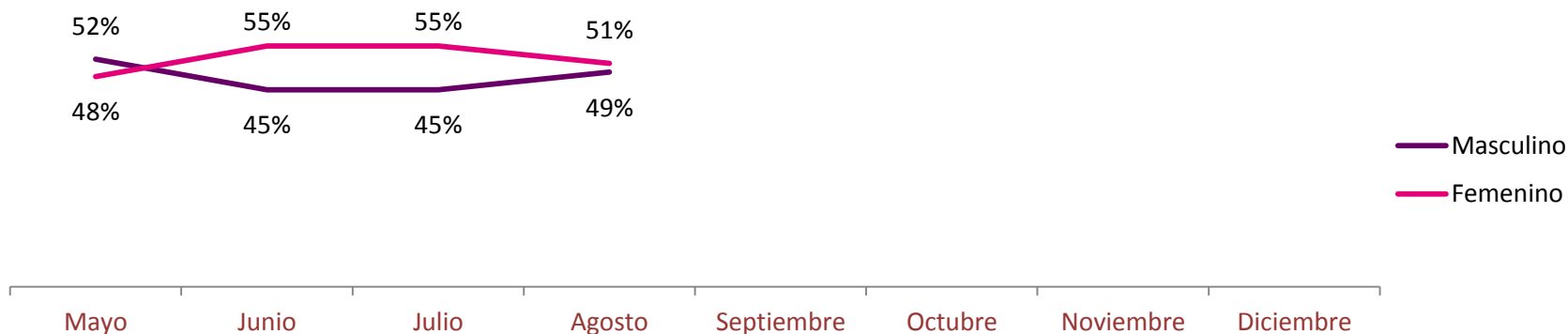


## Género del entrevistado

Base: 500 casos



## Comparativo Mensual





### Grupos de Edad estadísticos

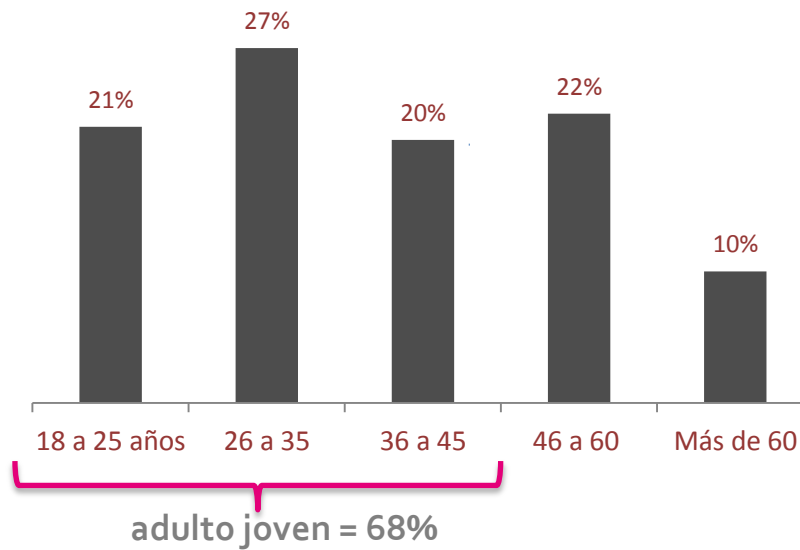
Base: 500 casos

#### Estadísticos

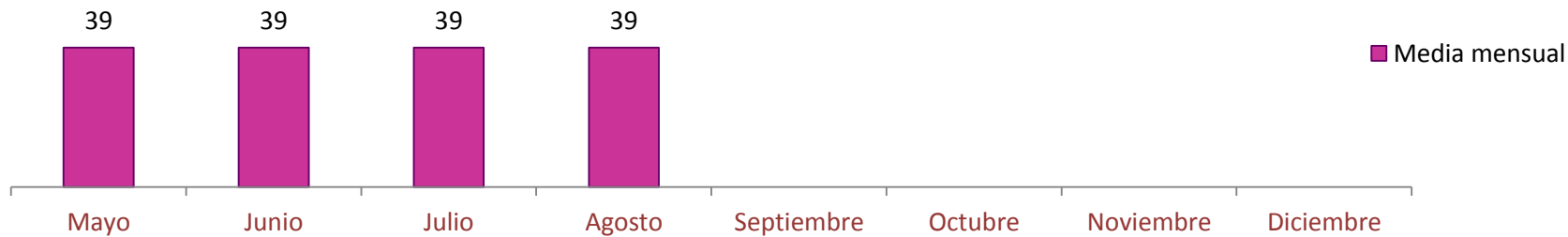
Media	39 años
Mediana	37 años
Moda	25 años

### Grupos de Edad

Base: 500 casos



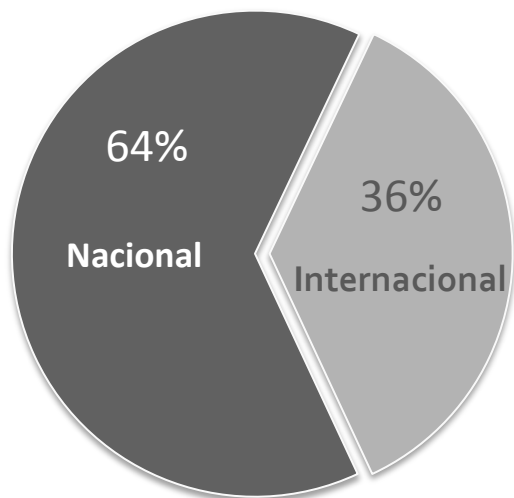
### Comparativo Mensual





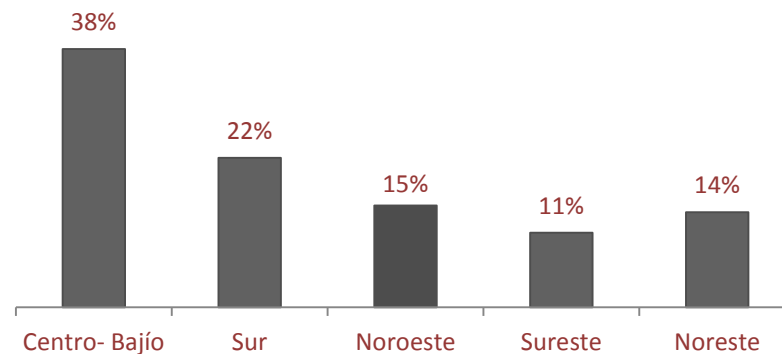
## Origen del Turista

Base: 500 casos



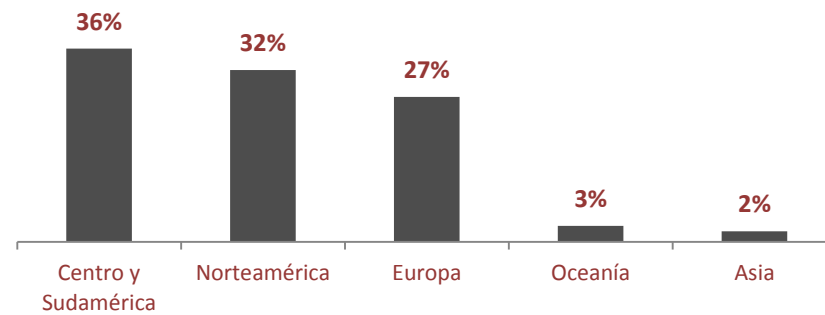
## Nacional = 64%

Base: 322 casos



## Internacional = 36%

Base: 178 casos





## Turistas Nacionales - entidad de origen

Base: 322 casos (64%)

65%

Entidad Federativa	%
Estado de México	8.4%
Guerrero	8.4%
Jalisco	7.1%
Veracruz	7.1%
Puebla	6.5%
Nuevo León	6.2%
Sinaloa	5.9%
Oaxaca	5.6%
Morelos	5.3%
Tamaulipas	4.7%

Entidad Federativa	%
Guanajuato	4.3%
Coahuila	3.4%
Querétaro	3.1%
Chiapas	2.8%
Baja California	2.5%
Hidalgo	2.5%
Michoacán	2.5%
Baja California sur	1.9%
Chihuahua	1.9%
Durango	1.6%

Entidad Federativa	%
Sonora	1.6%
Tlaxcala	1.2%
Yucatán	1.2%
Quintana Roo	0.9%
San Luis Potosí	0.9%
Tabasco	0.9%
Zacatecas	0.9%
Campeche	0.3%
Nayarit	0.3%

# 1. Perfil del Turista



## País de origen

Base: 178 casos (36%)

País	%	País	%
Estados Unidos	30.3%	Inglaterra	3.9%
Colombia	11.8%	Argentina	3.4%
España	9.0%	Brasil	3.4%
Francia	4.5%	Guatemala	3.4%
Alemania	3.9%	Perú	3.4%
		Otros países (+23)	22%

60% (bracketed on the left side of the first table)

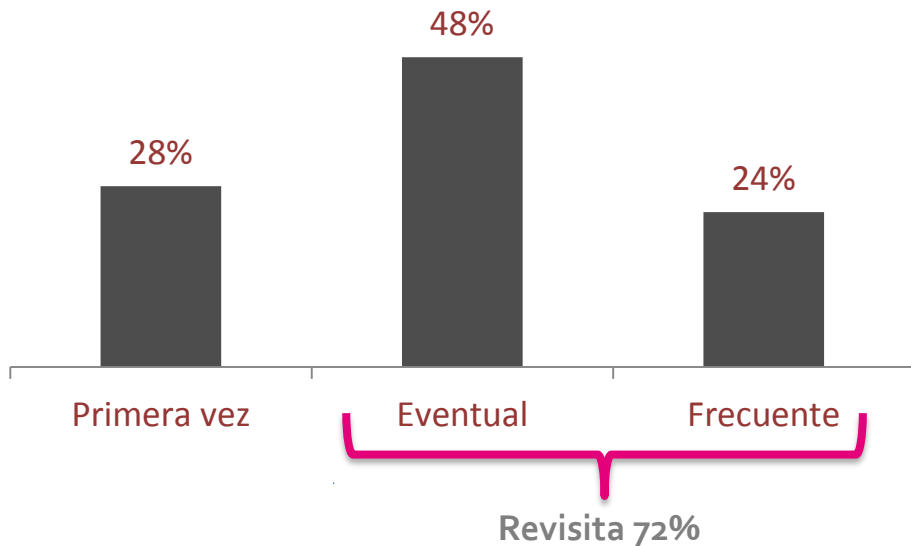
18% (bracketed on the right side of the second table)

# 1. Perfil del Turista

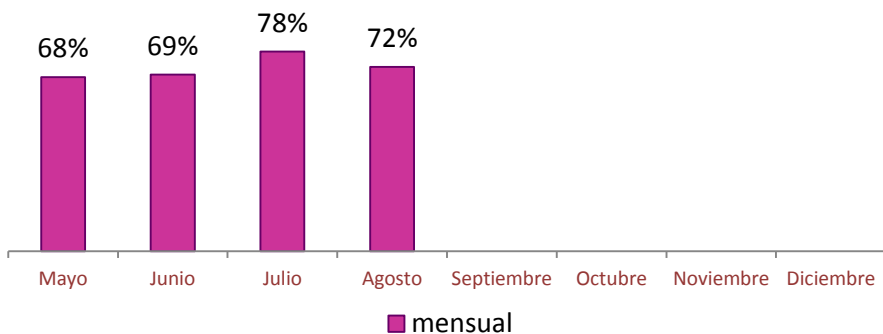


## Frecuencia de visita

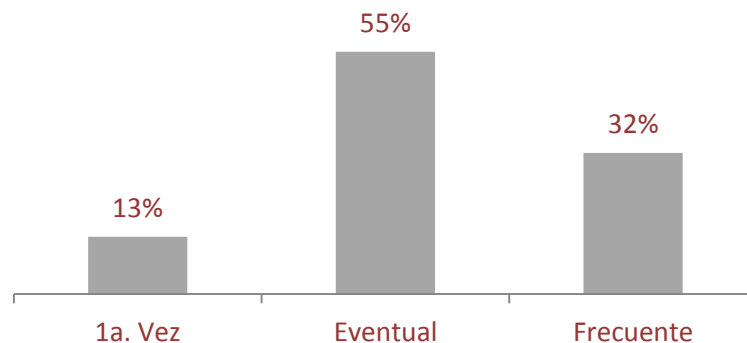
Base: 500 casos



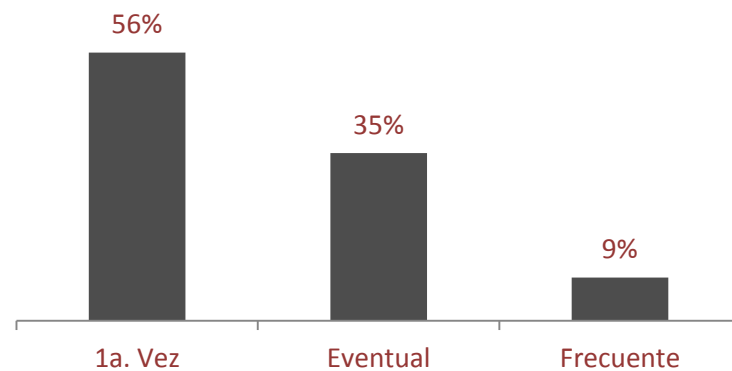
## Comparativo Mensual



## Turista Nacional = 64% (Base 322)



## Turista Internacional = 36% (Base 178)

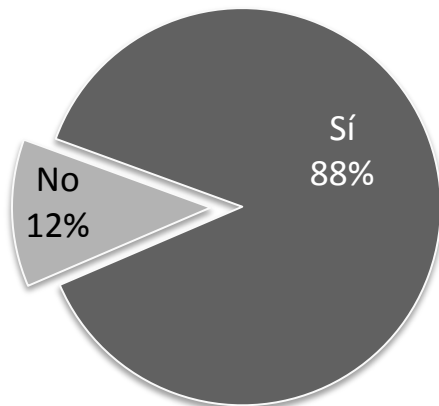


- Visitante Eventual: Turista con dos o tres visitas previas a la ciudad en los últimos dos años.
- Visitante Frecuente: Turista que visita al menos dos veces la Ciudad de México al año.



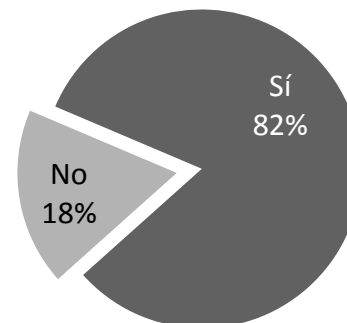
### Uso de Internet

Base: 500 encuestados

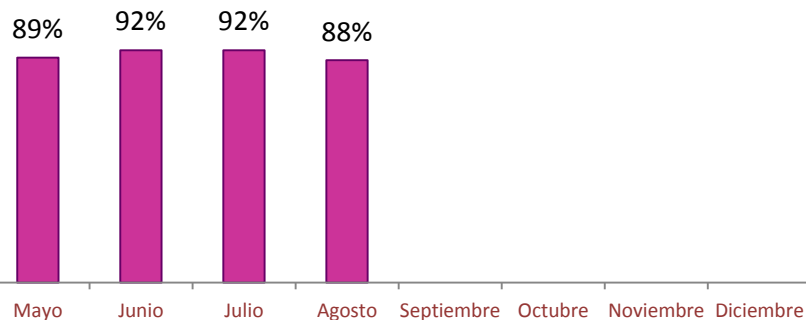


### Turista Nacional

Base: 322 casos



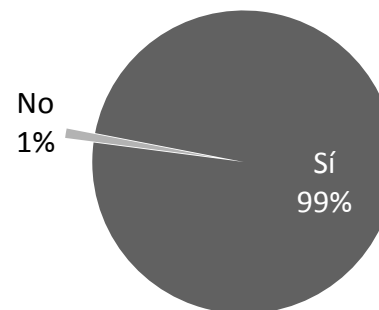
### Comparativo Mensual



■ Uso Internet Sí

### Turista Internacional

Base: 178 casos

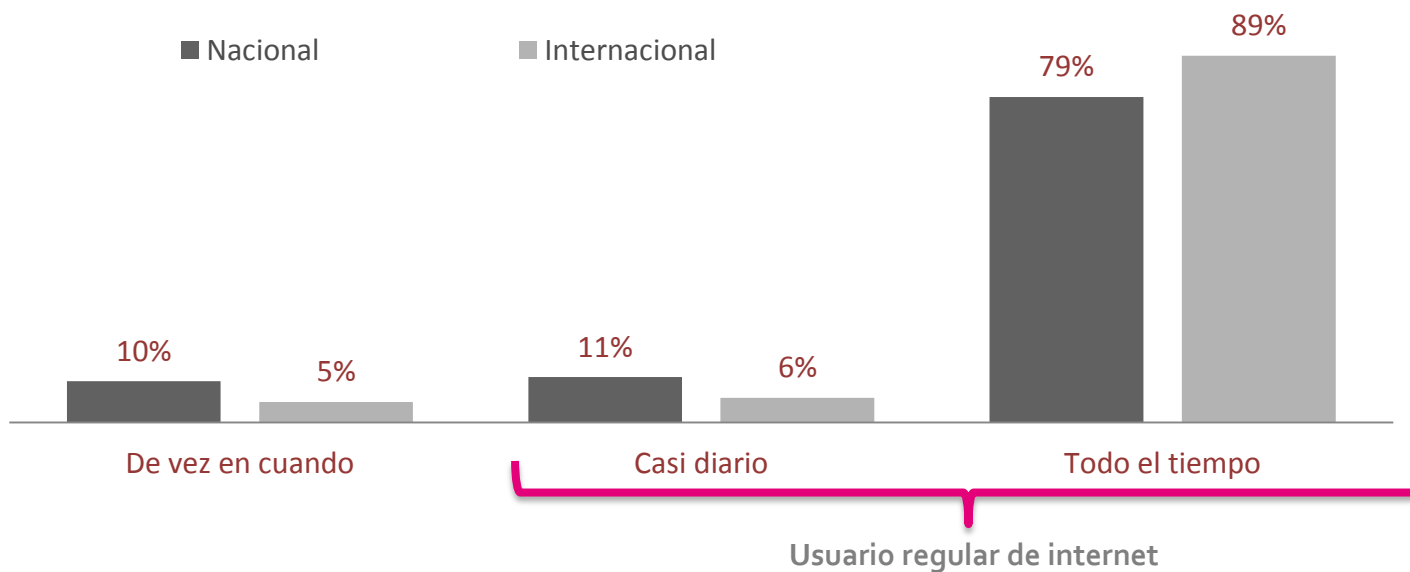






## Frecuencia de uso de Internet

Base: 442 usuarios de internet (88%)



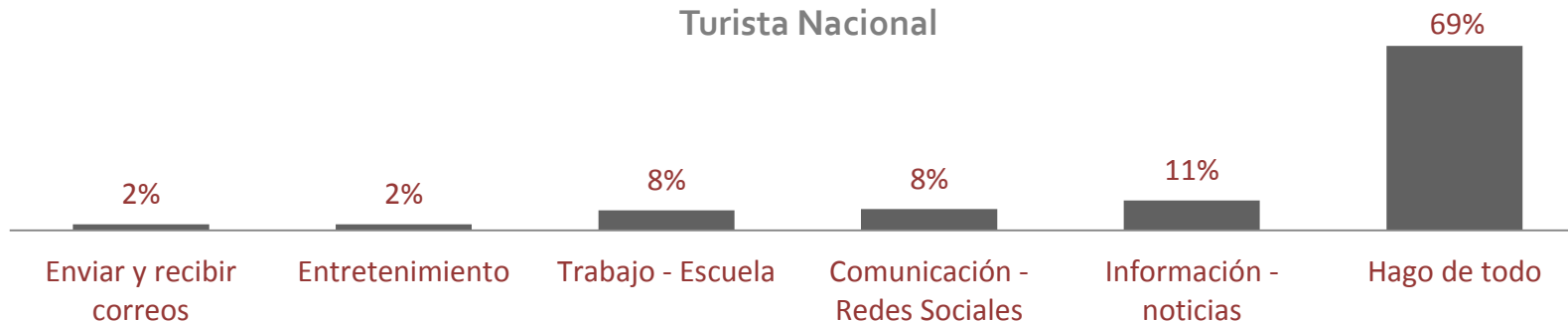


## Uso de Internet

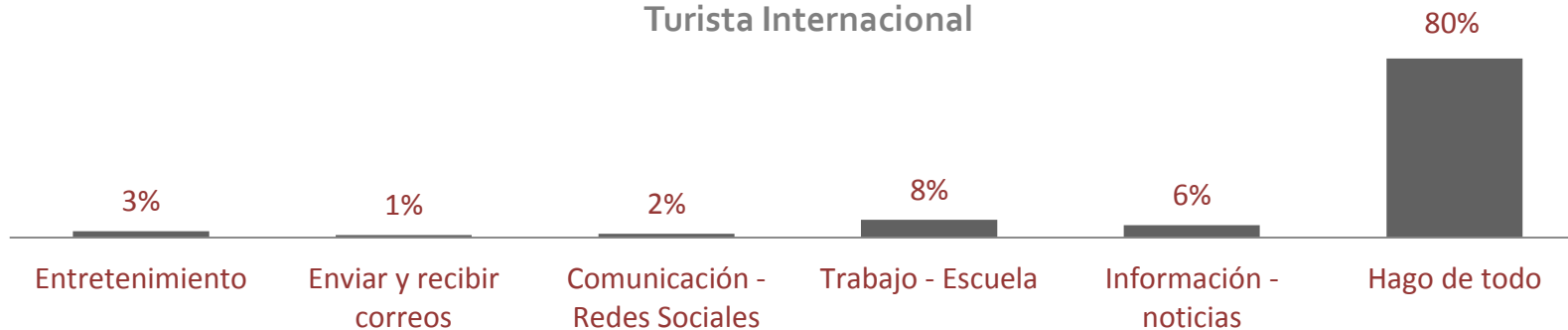
Base: 442 usuarios de internet (88%)

### ¿Qué actividades realiza en Internet?

#### Turista Nacional



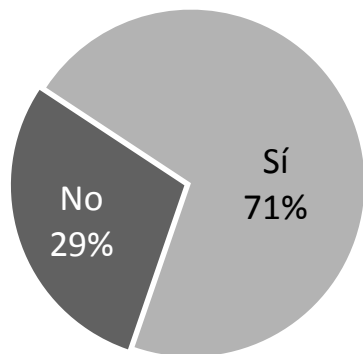
#### Turista Internacional



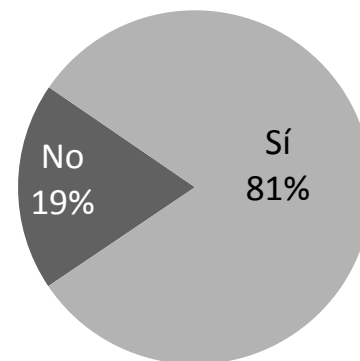


Uso de Internet

Para planeación de viajes



Consulta de información sobre viajes y destinos



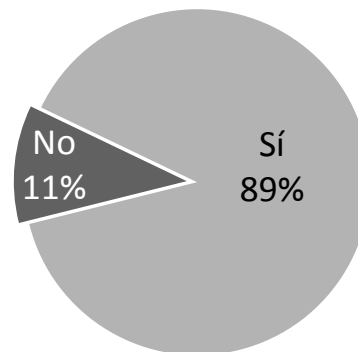
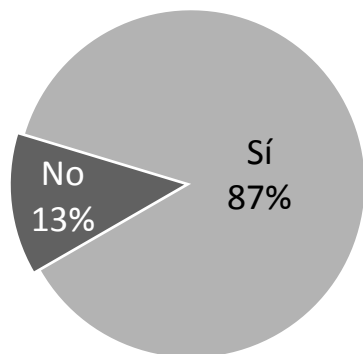
**Turista Nacional**

Base: 265 usuarios de internet

**Turista**

**Internacional**

Base: 177 usuarios de internet



# 1. Perfil del Turista



## Ingreso Mensual Familiar

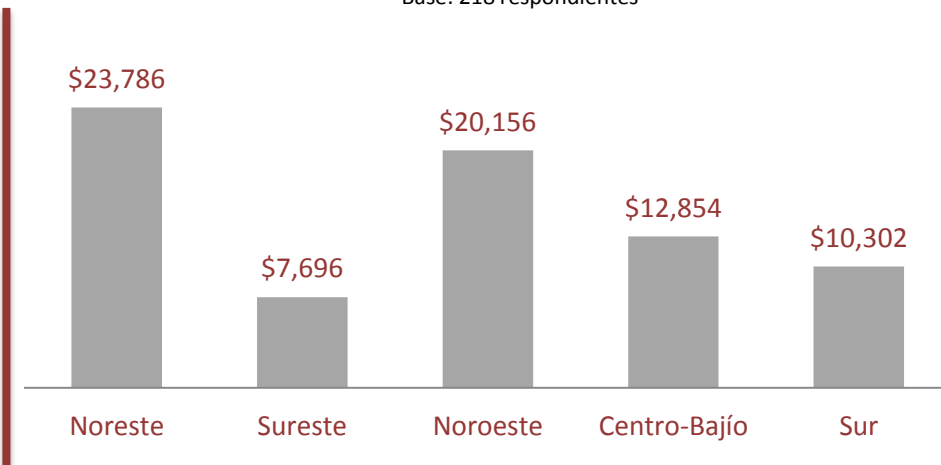
Base: 309 respondientes

**PESOS MEXICANOS**



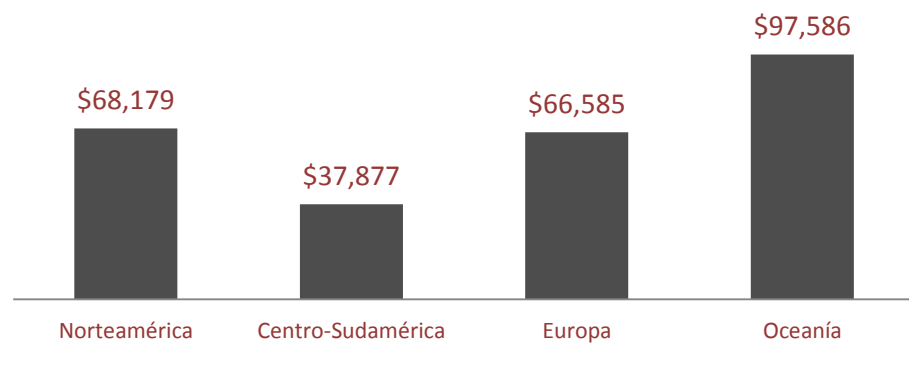
## TURISTA NACIONAL

Base: 218 respondientes



## TURISTA INTERNACIONAL

Base: 91 respondientes





## Otras variables sociodemográficas

Base: 500 casos

Escolaridad	Nacional	Internacional	Totales
Básica	20%	8%	16%
Media	20%	17%	19%
Superior	60%	75%	65%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Escolaridad

## Ocupación

Ocupación	Nacional	Internacional	Totales	
Empleado de empresa privada	27%	43%	33%	
Trabaja (72%)	Empleado de gobierno	12%	13%	13%
	Profesionista independiente	17%	21%	18%
	Comerciante	10%	3%	8%
Hogar	15%	1%	10%	
Estudia	11%	13%	11%	
Pensionado-Jubilado	5%	5%	5%	
Desempleado	3%	1%	2%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



## Otras variables sociodemográficas

Base: 500 casos

Jefatura hogar	Nacional	Internacional	Totales
Sí	66%	77%	70%
No	34%	23%	30%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Jefatura de hogar

Estado civil	Nacional	Internacional	Totales
Soltero	38%	46%	41%
Casado - Unión libre	55%	48%	52%
Separado- divorciado-viudo	7%	6%	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Estado Civil

## Tipo de hogar

Tipo hogar		Nacional	Internacional	Totales
Nuclear (72%)	Ambos padres	57%	45%	53%
	Un solo padre	4%	1%	3%
	Sin hijos	13%	21%	16%
Compuesto		2%	2%	2%
Ampliado		12%	7%	10%
Vive Solo		12%	24%	16%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



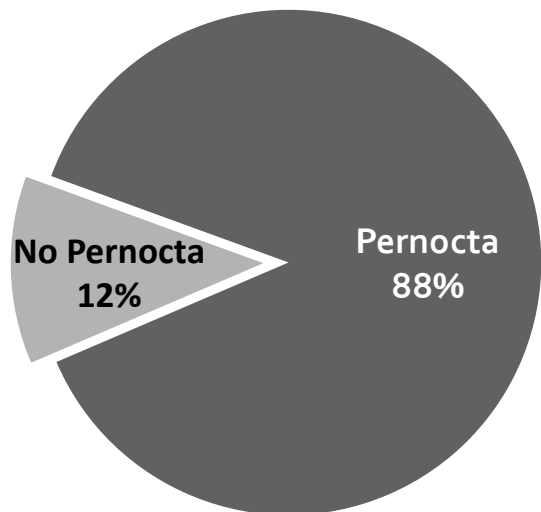
# Resultados

## 2. Perfil del viaje

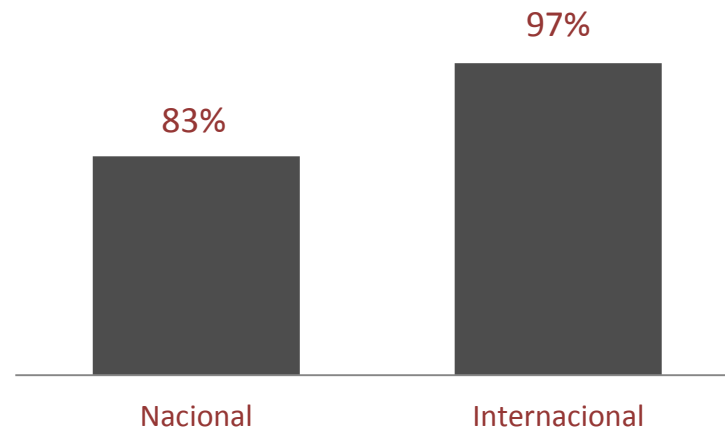


## Estancia en la Ciudad de México

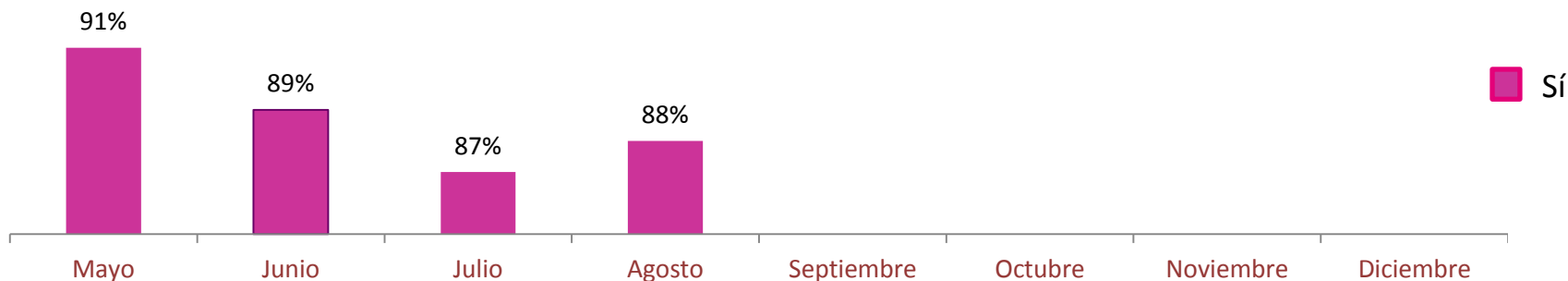
Base: 500 casos



## Origen del Turista



## Comparativo Mensual



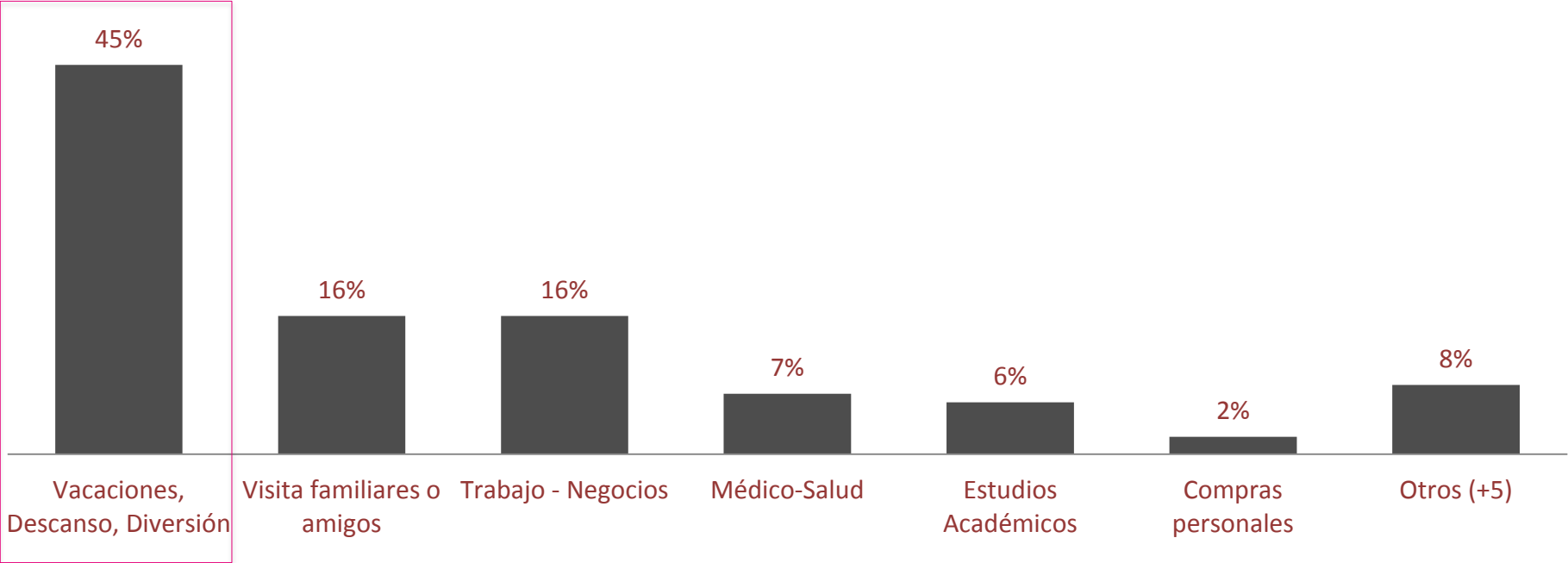


## 2. Perfil del Viaje



### Principal Motivo del Viaje

Base: 500 casos



## 2. Perfil del Viaje



### Principal Motivo del Viaje

Base: 500 casos

Motivo del viaje	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Vacaciones, Placer, Diversión	45%	45%	50%	42%	44%	35%	39%	50%	37%	58%
Visita familiares y amigos	16%	17%	12%	15%	15%	26%	15%	16%	16%	16%
Trabajo – Negocios	16%	10%	24%	20%	13%	12%	24%	9%	18%	14%
Médico-Salud	7%	3%	2%	9%	9%	18%	5%	9%	10%	1%
Otros (+7)	16%	25%	12%	14%	19%	9%	17%	16%	19%	11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

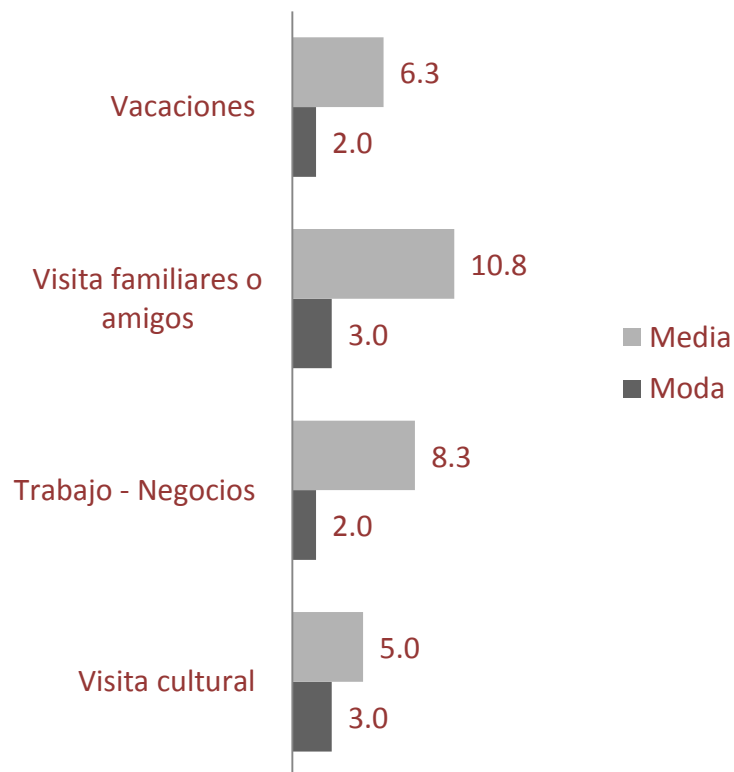


## Noches alojamiento

Base: 441 viajeros que pernoctaron

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	<b>8.7</b>	<b>5.7</b>	<b>13.3</b>
Mediana	4.0	3.0	6.0
Moda	2	1	4

## Motivo de la visita

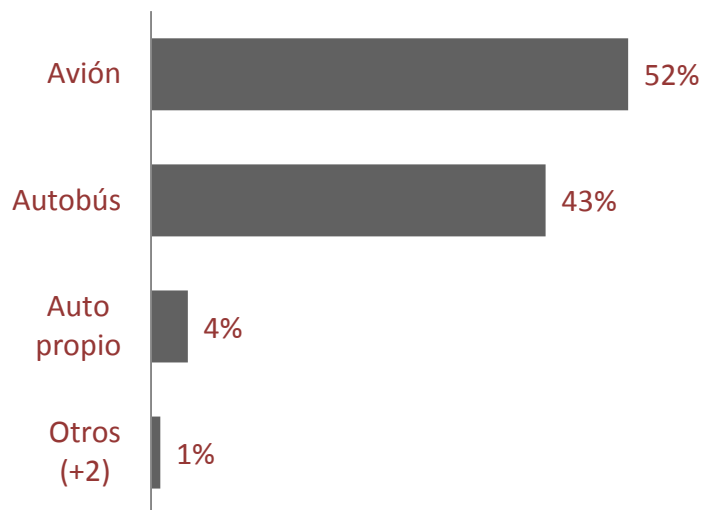


## 2. Perfil del Viaje

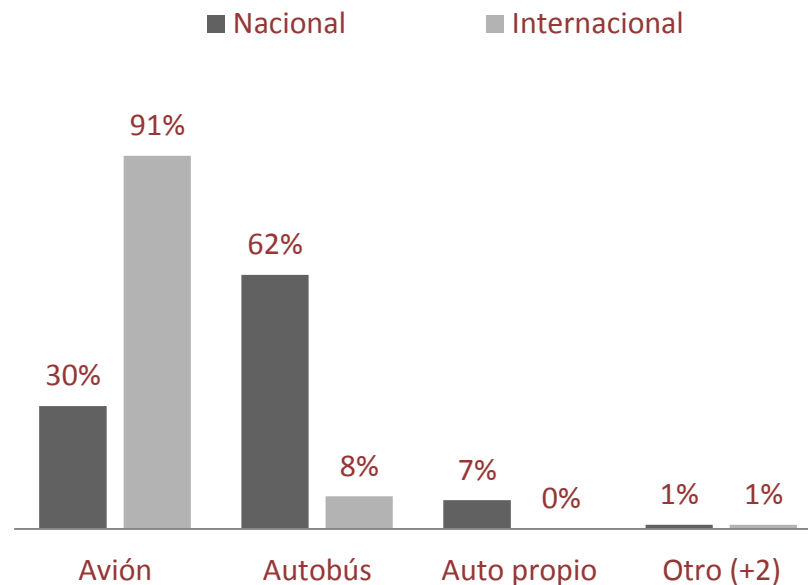


*¿Cuál es el medio de transporte que utilizó para llegar a la Ciudad de México?*

Base: 500 casos



### Arribo

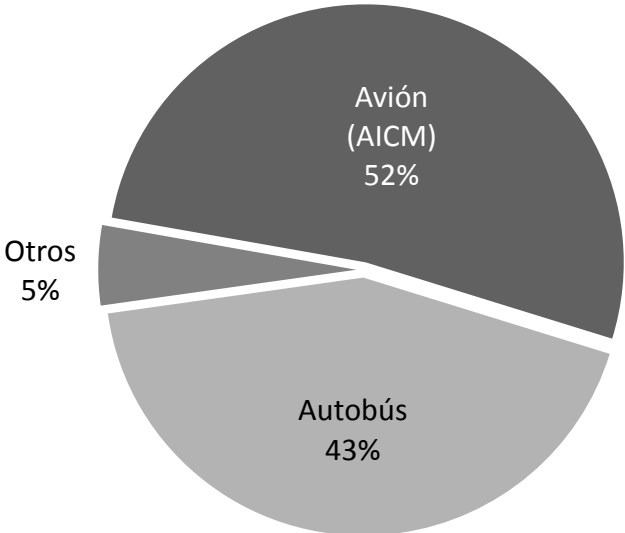




**Transporte interno**

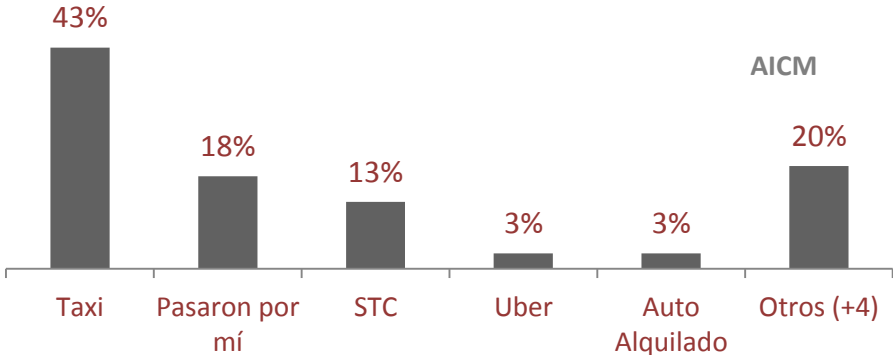
**TRANSPORTE PARA INGRESAR A LA CIUDAD**

Base: 500 casos



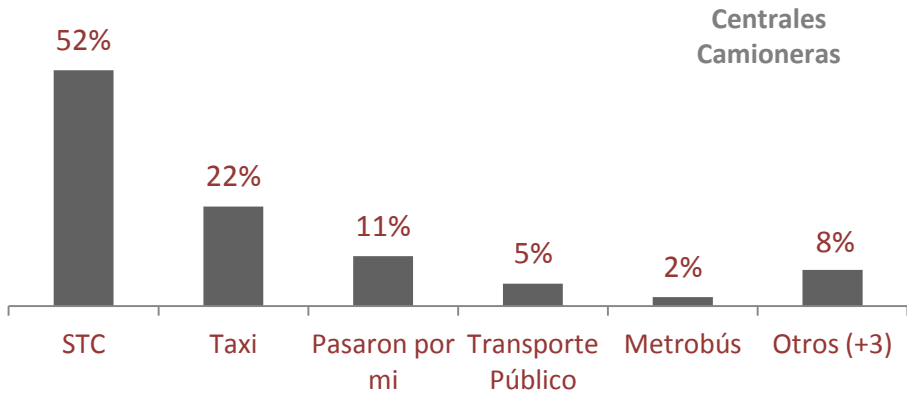
**Quienes llegaron en avión**

Base: 258



**Quienes llegaron en autobús**

Base: 212

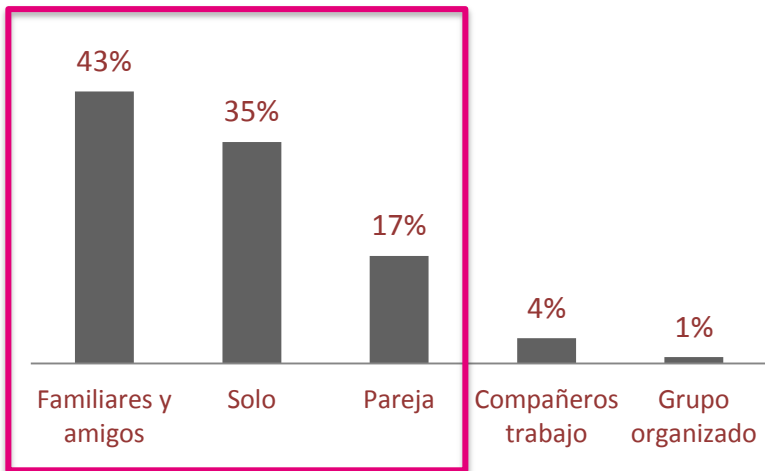




## Compañeros de viaje

Base: 475 casos

*¿Con quién realiza este viaje?*



*Tamaño de los grupos*

Tamaño del Grupo (media)	Totales	Nacional	Internacional
Familiares y amigos	3.33	3.22	3.47
Compañeros de trabajo	3.68	3.68	2.91



### Lugar de Alojamiento

Base: 441 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	34%	33%	26%	37%	37%	47%	33%	36%	42%	22%
Hotel	37%	24%	40%	36%	45%	38%	36%	38%	33%	43%
Alojamiento de bajo costo	21%	31%	24%	20%	11%	13%	21%	21%	18%	25%
Otras respuestas (+2)	8%	12%	10%	7%	7%	2%	10%	5%	7%	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



**Lugar de Alojamiento**

Base: 441 turistas que pernoctaron

*¿En dónde se hospeda durante este viaje?*

Lugar de Alojamiento	Totales	Motivo de la Visita			
		Vacaciones	Trabajo	Familiares y amigos	Cultural
Familiares y amigos	34%	24%	22%	74%	22%
Hotel	37%	47%	49%	6%	56%
Alojamiento de bajo costo	21%	23%	16%	17%	22%
Otras respuestas (+2)	8%	6%	3%	3%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



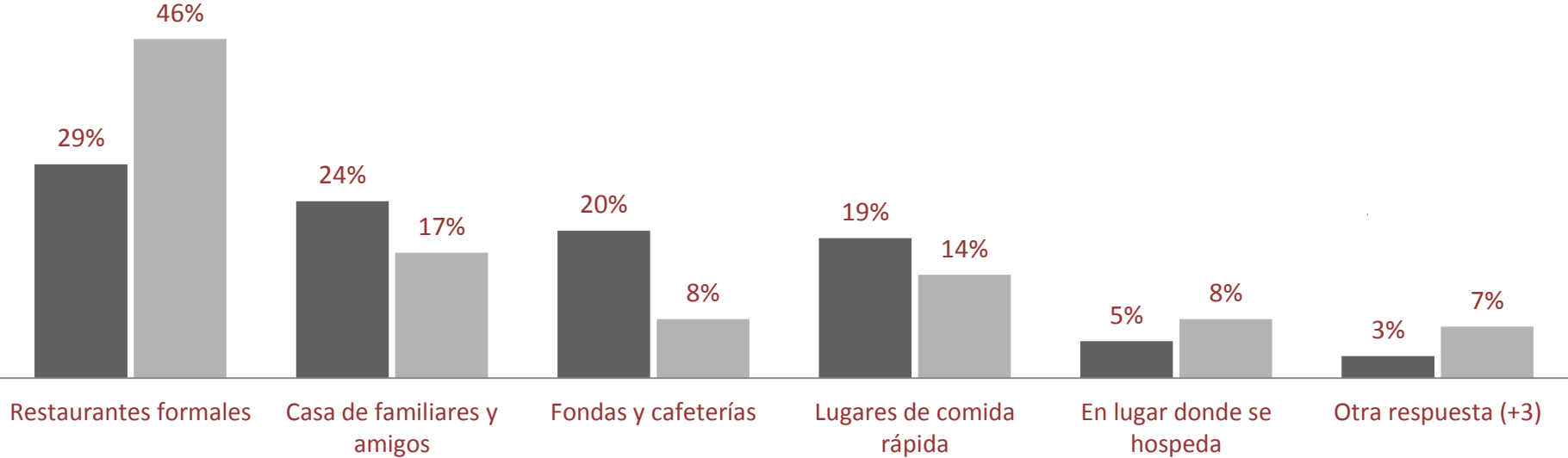


## Principales lugares para comer

Base: 488 casos

*¿Dónde acostumbra realizar sus alimentos?*

■ Nacional    ■ Internacional

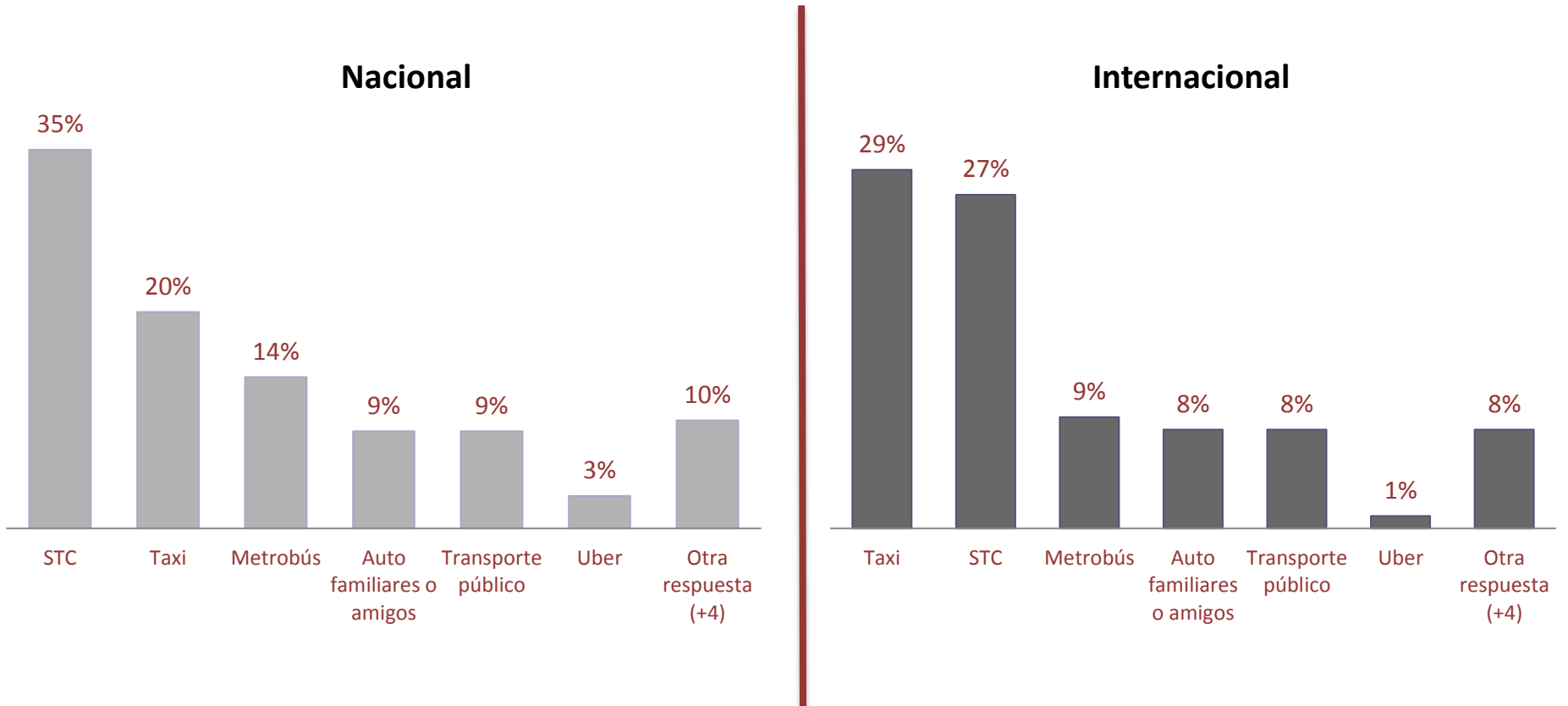




**Movilidad interna**

Base: 498 casos

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

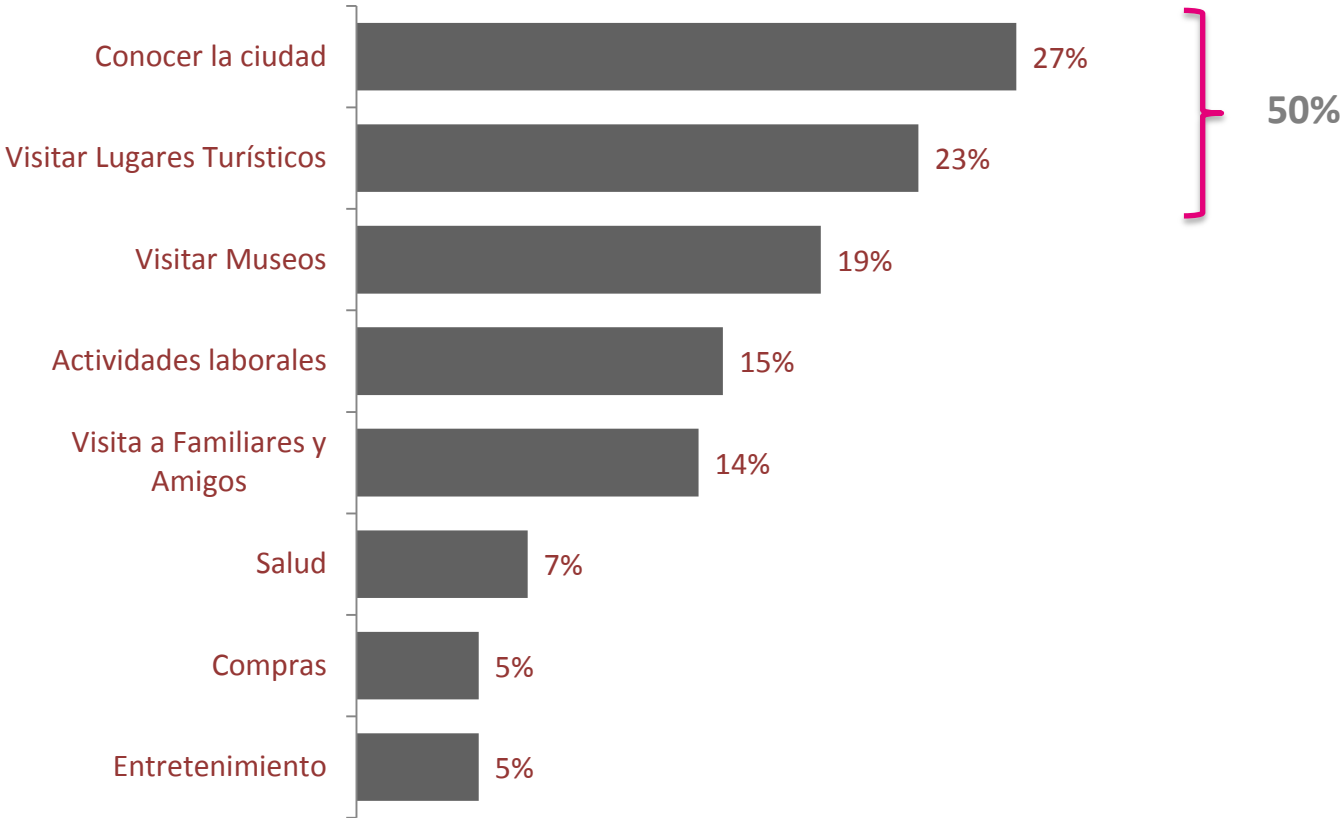




# Principales Actividades en la Ciudad de México

Base: 387 casos  
(Respuesta Múltiple)

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



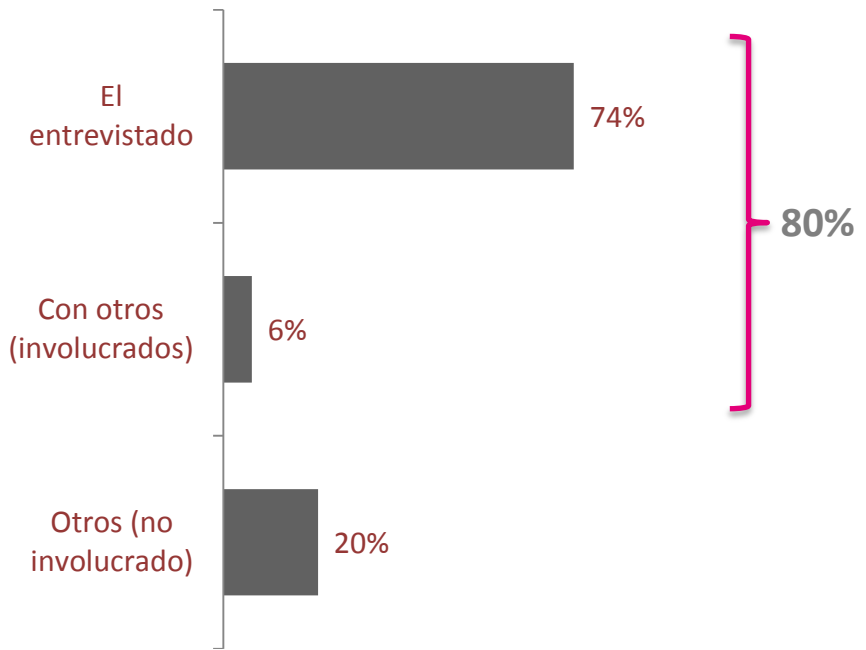
## 2. Perfil del Viaje



### Planeación

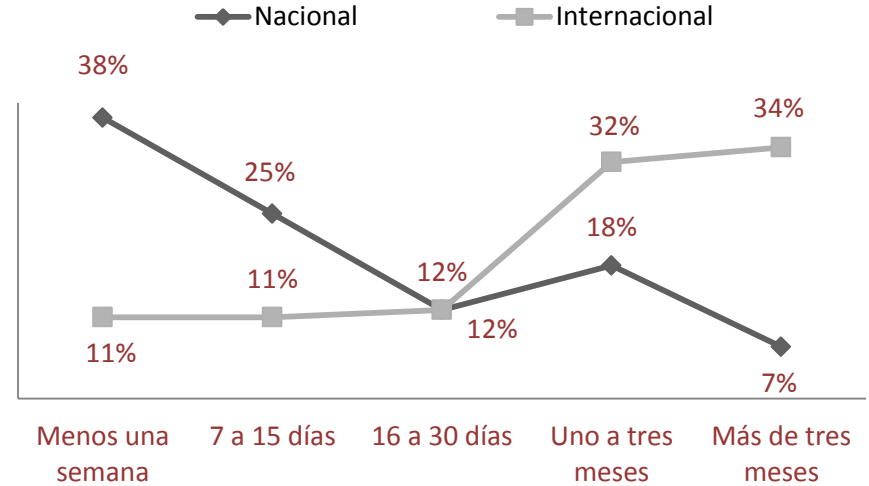
#### ¿Quién planeó este viaje?

Base: 500 casos



#### Tiempo de anticipación

Base: 401 casos (80%)  
Quienes declararon planear su viaje personalmente

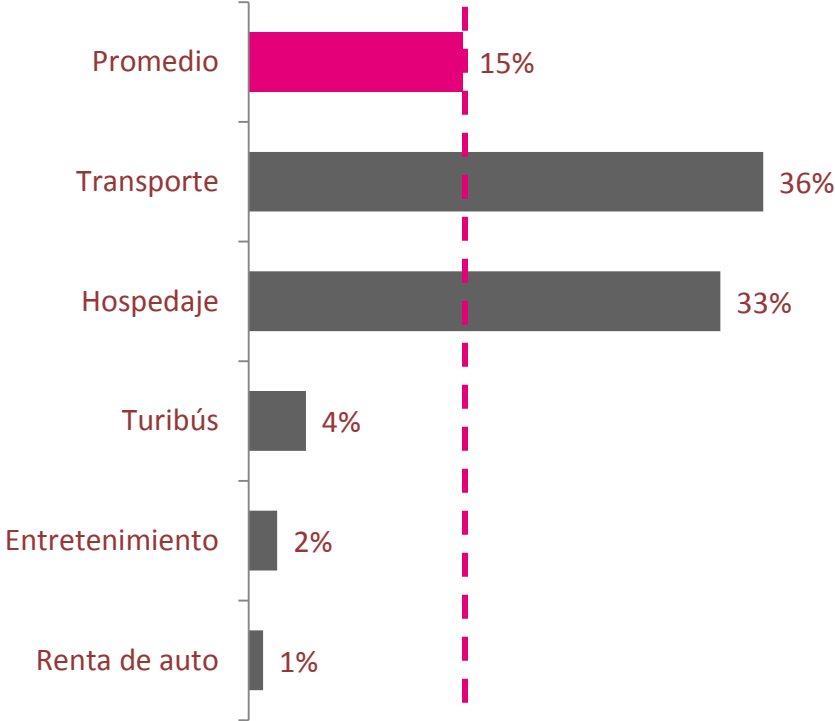




### Reservaciones de Servicios

Base: 500 casos

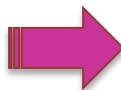
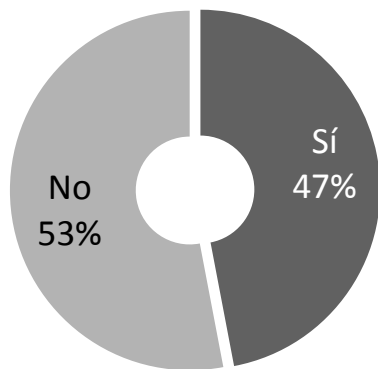
#### HÁBITO DE RESERVA



## Presupuesto de gasto

### ¿Estableció algún presupuesto ...?

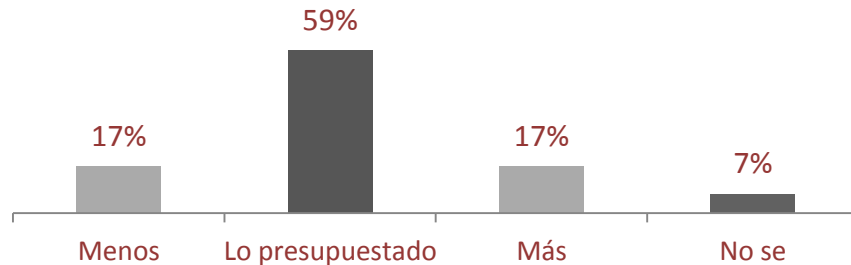
Base: 484 casos



### ¿Considera que ha gastado ... ?

Base: 228 casos

Establecieron presupuesto de viaje a la Ciudad de México



## 2. Perfil del Viaje



### Gasto total declarado

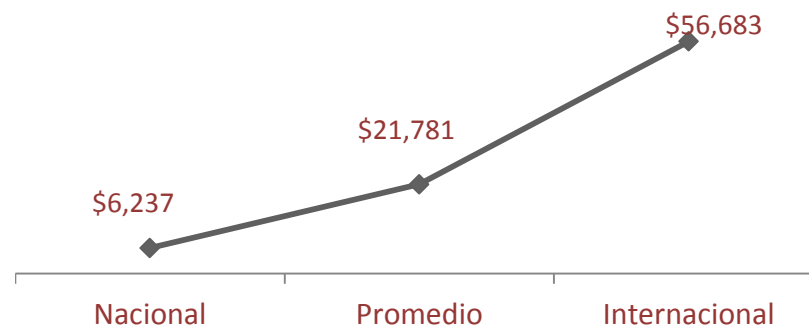
Base: 357 casos

#### Pesos mexicanos

<b>Media</b>	<b>\$21,781</b>
<b>Moda</b>	<b>\$ 5,000</b>

- Al considerar la declaratoria respecto al gasto total del viaje, se registran cifras agregadas poco consistentes entre el *promedio* de gasto, su *media* y la *moda*. De igual forma, se observa una muy alta dispersión.
- Lo anterior se explica por la diversidad de tamaños de los grupos de viajeros, los días de estancia en la ciudad, e incluso origen del visitante y grupo de edad.

#### Origen del turista (Pesos mexicanos)

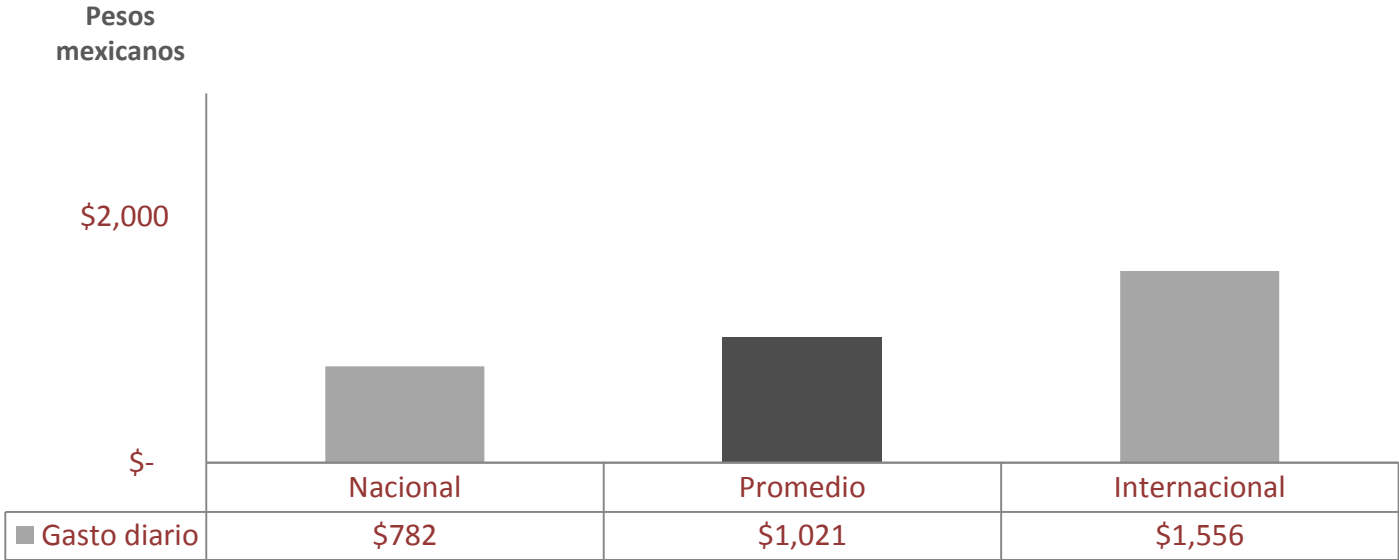


## 2. Perfil del Viaje



### Cálculo del Gasto diario del Turista

Base: 357 casos





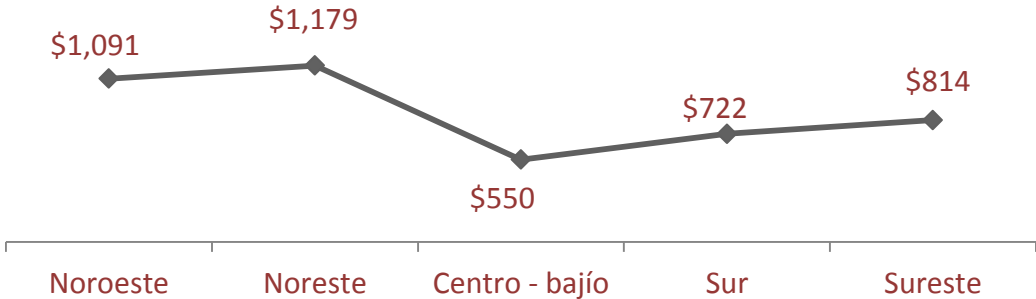
## 2. Perfil del Viaje



### Cálculo del Gasto diario

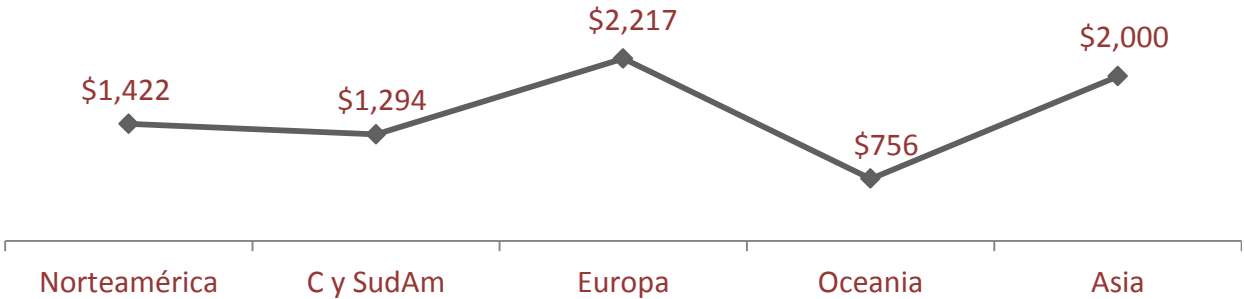
#### Turista Nacional

**Promedio \$782**



#### Turista Internacional

**Promedio \$1,556**



\* Muestras muy pequeñas para obtener calculo confiable.

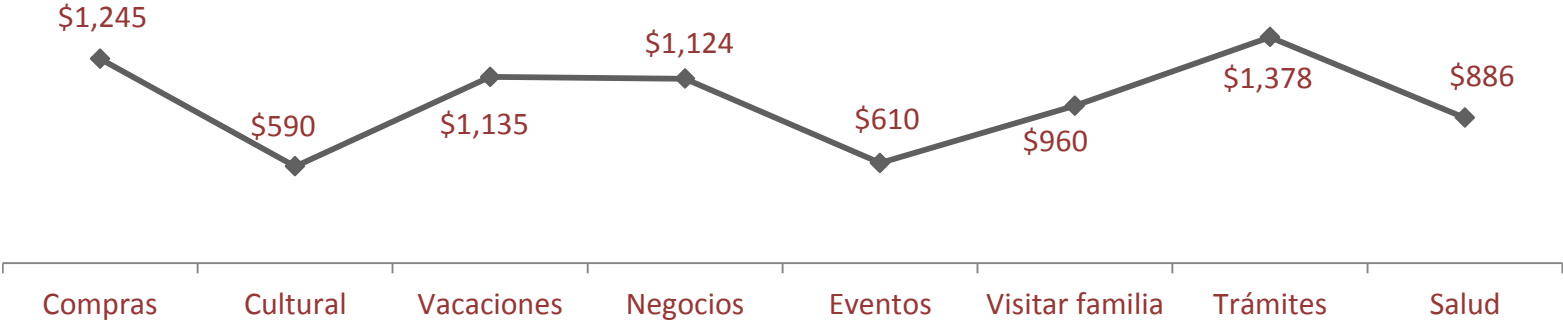
## 2. Perfil del Viaje



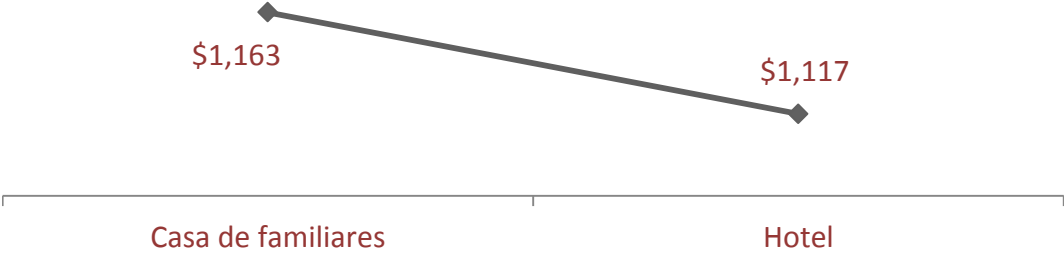
### Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,021

#### MOTIVO DE VIAJE



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



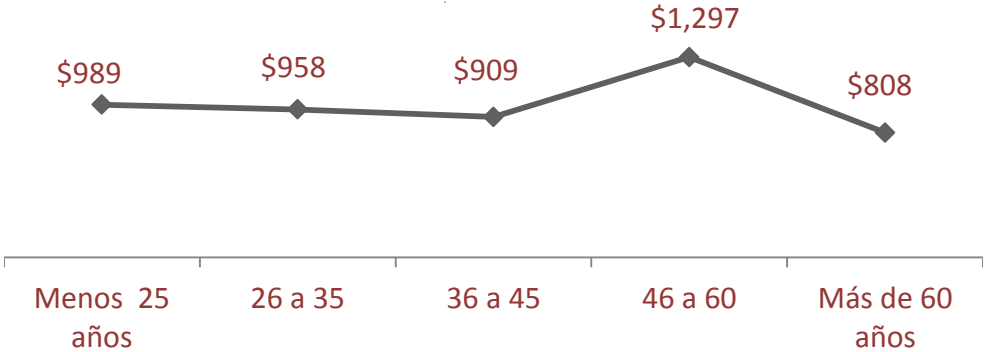
## 2. Perfil del Viaje



### Cálculo del Gasto diario

Promedio \$1,021

#### GRUPO DE EDAD



#### FRECUENCIA DE VIAJE





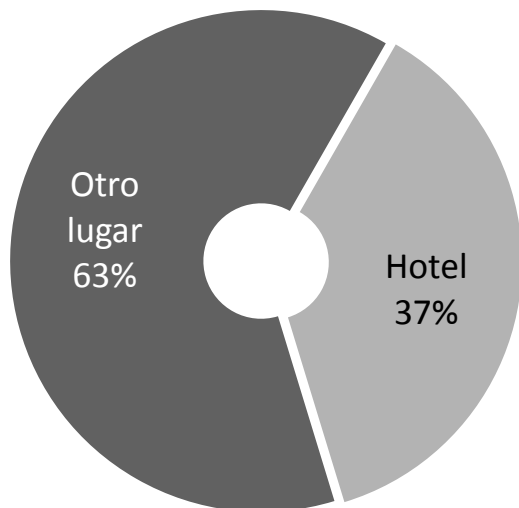
## Resultados

### 3. Evaluación del servicio de hospedaje



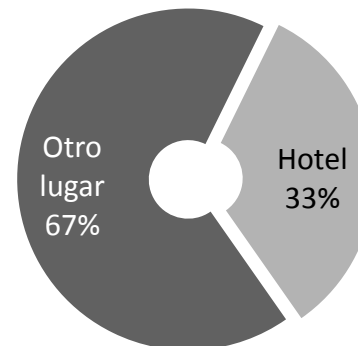
## Alojamiento en Hotel

Base: 441 turistas que pernoctaron



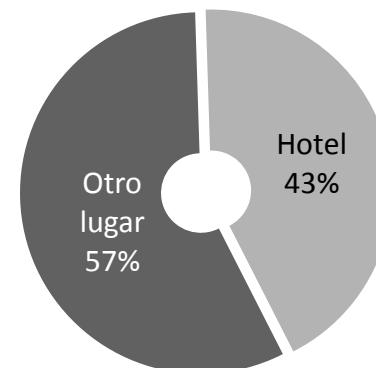
## Turistas Nacionales

Base: 268



## Turistas Internacionales

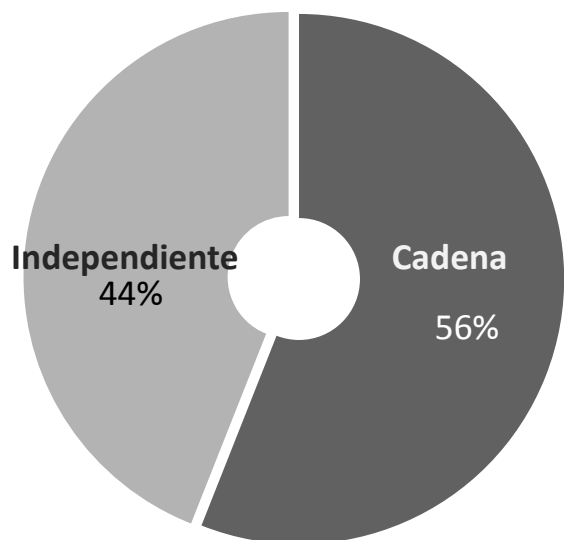
Base: 173





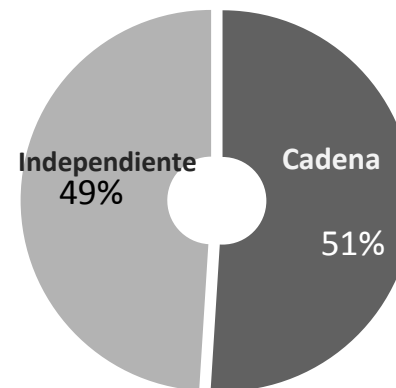
#### Tipo de Hotel

Base: 144 turistas que se hospedan en hotel



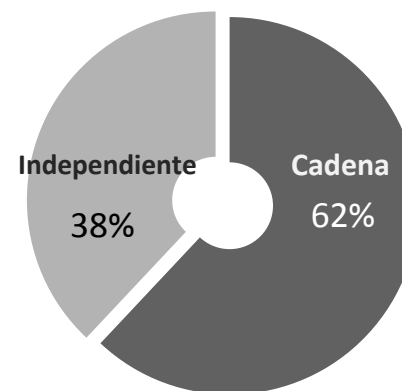
#### Turistas Nacionales

Base: 75 casos



#### Turistas Internacionales

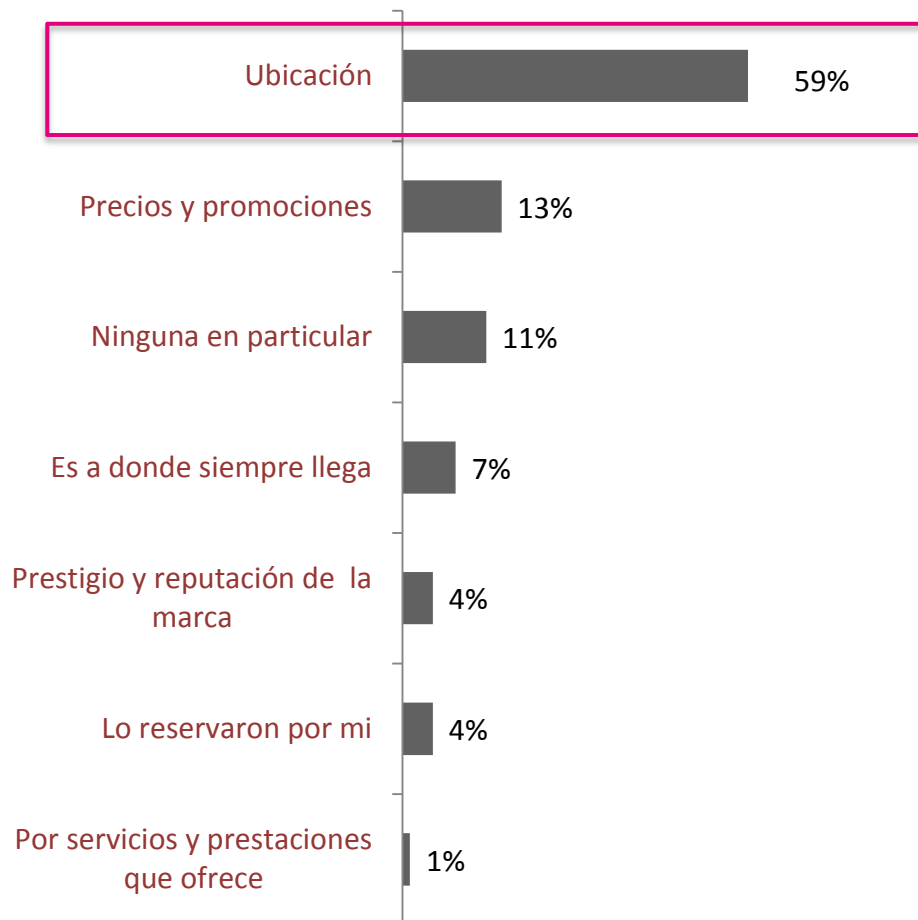
Base: 69 casos





## Razones para elegir Hotel

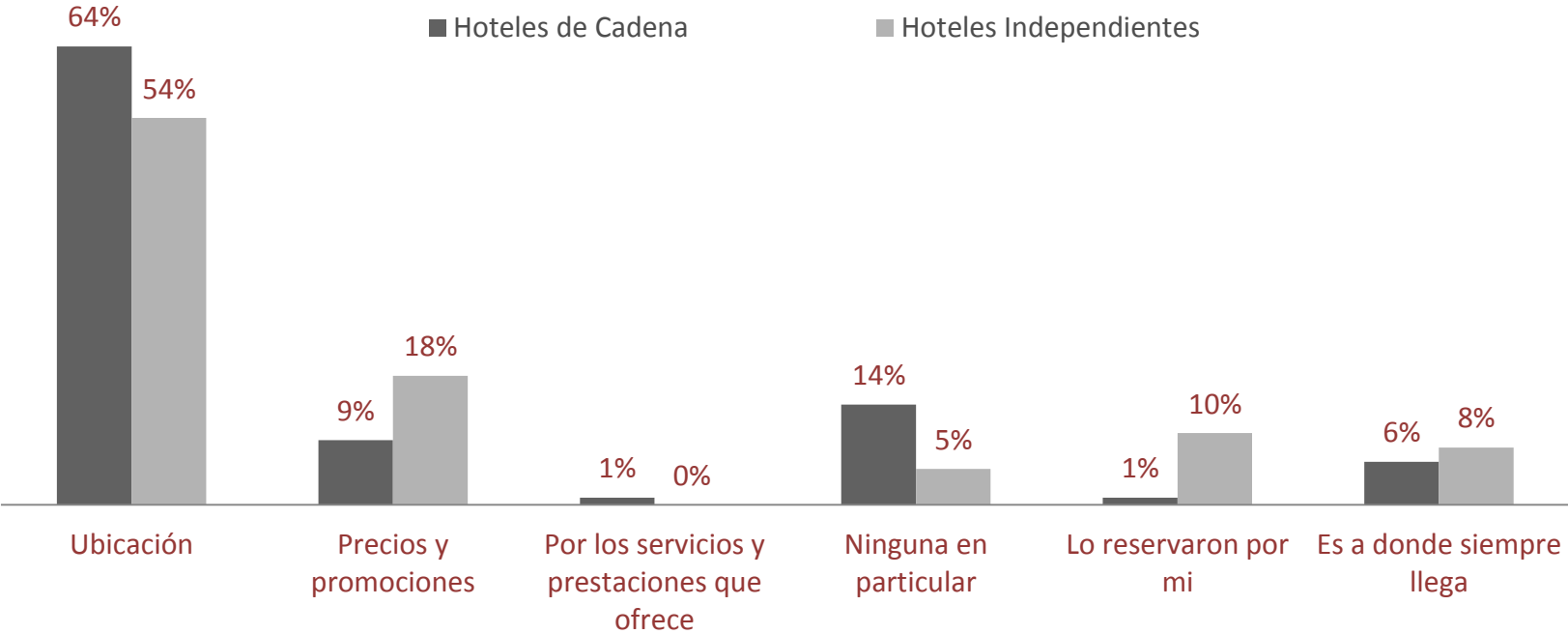
Base: 156 turistas que se hospedan en hotel





## Razones para elegir Hotel

Base: 139 turistas que se alojaron en hotel





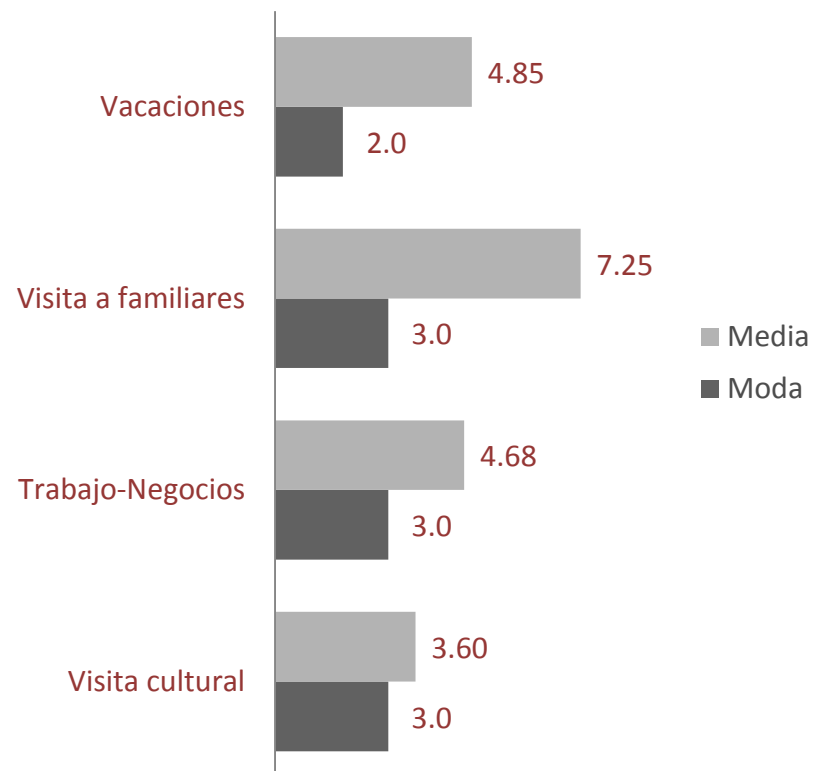


## Noches alojamiento

Base: 163 turistas que se alojaron en hotel

Noches	Totales	Nacional	Internacional
Media	4.5	3.3	5.9
Mediana	3.0	2.5	5.0
Moda	2	1	3

## Motivo de la visita



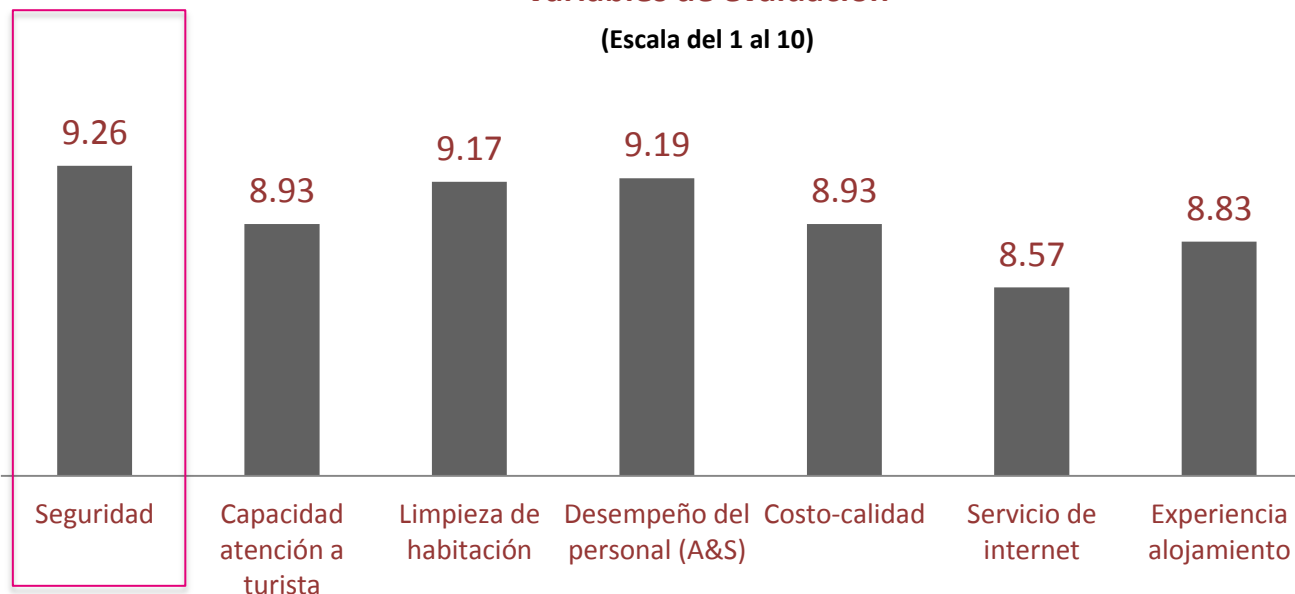


## Índice de Evaluación a Hoteles

Base: 163 turistas que se alojaron en hotel

### Variables de evaluación

(Escala del 1 al 10)



ÍNDICE	
Media	8.99
Mediana	9.1
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: 163 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	81%	9.27	9,33	9,10	8,81	9,47	9,12	9,07	<b>9,17</b>
No	14%	8.68	8,52	7,91	7,67	8,00	7,81	7,50	<b>8,02</b>
No Sabe	5%	8.89	8,67	9,00	7,43	9,14	8,83	8,56	<b>8,74</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>9.17</b>	<b>9,19</b>	<b>8,93</b>	<b>8,57</b>	<b>9,26</b>	<b>8,93</b>	<b>8,83</b>	<b>8,99</b>



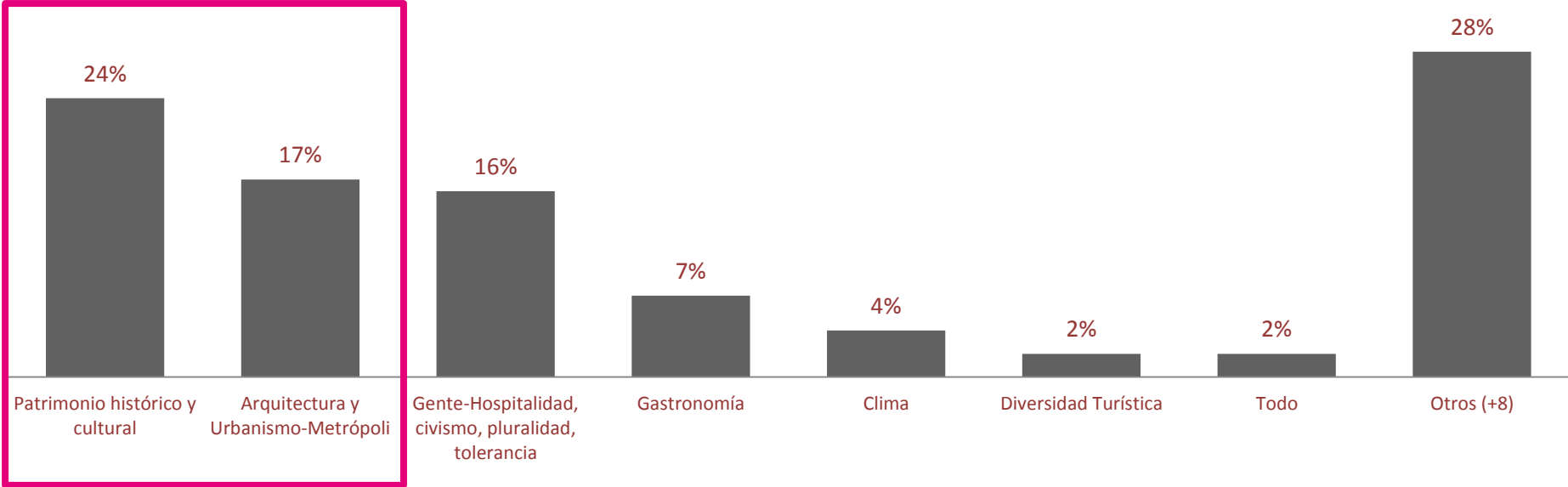
## Resultados

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



**Lo MEJOR de la Ciudad de México**

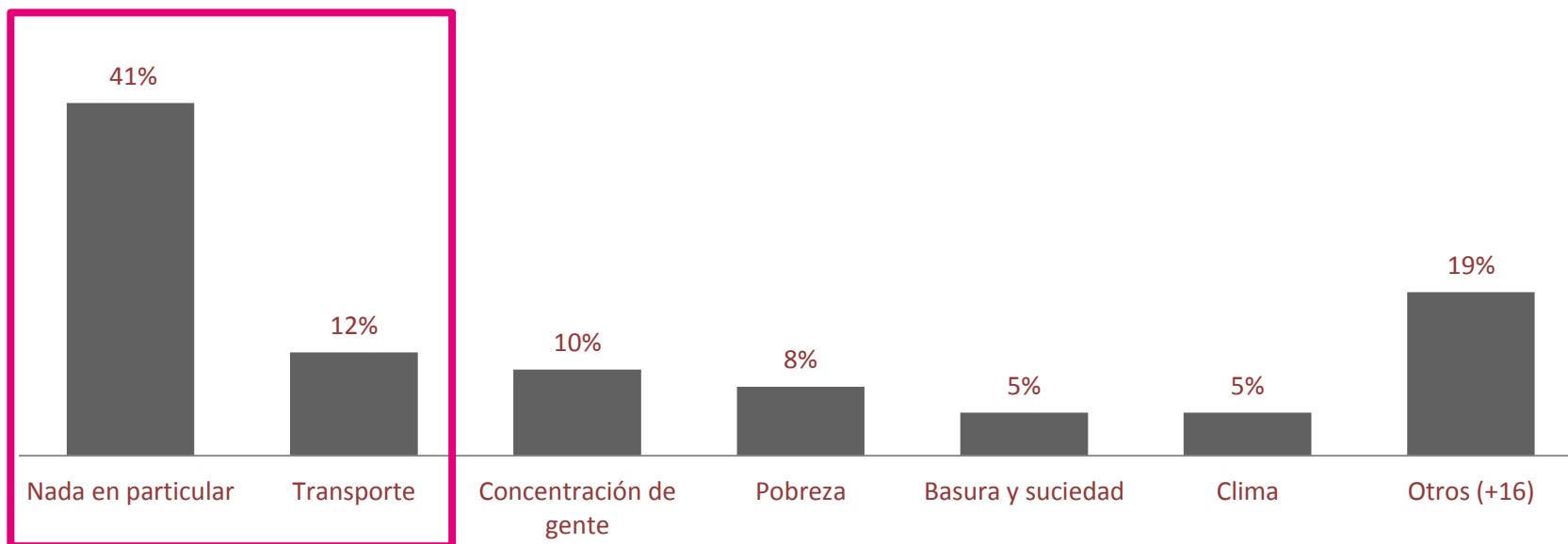
Base: 480 casos





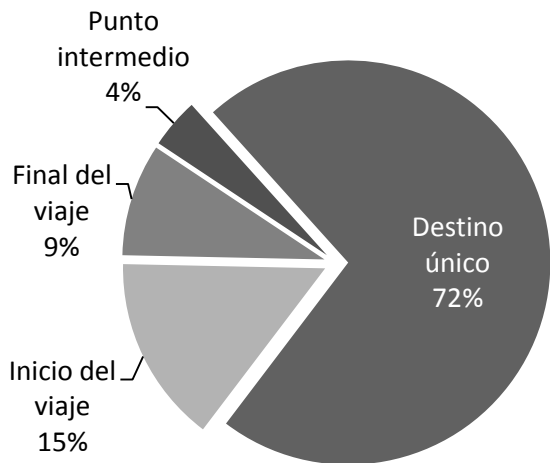
### Lo que NO GUSTA de la Ciudad de México

Base: 498 casos

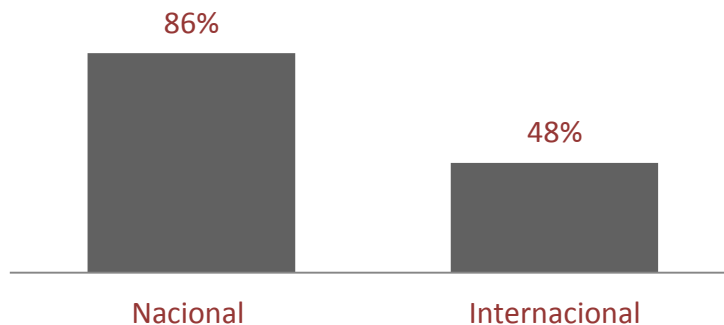


### Ciudad de México, destino único del viaje

Base: 500 casos



### Ciudad de México como destino único

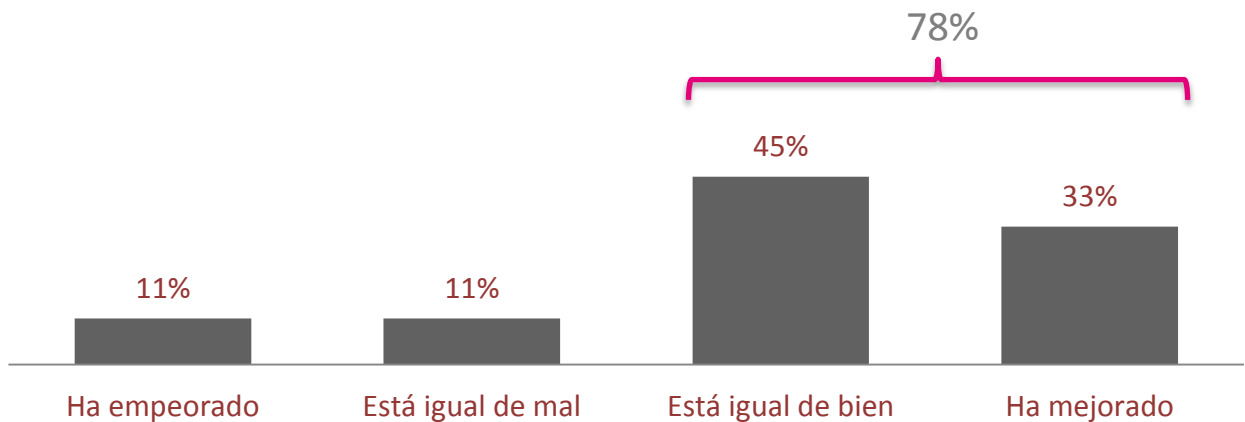




## Percepción comparativa

Base: 357 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

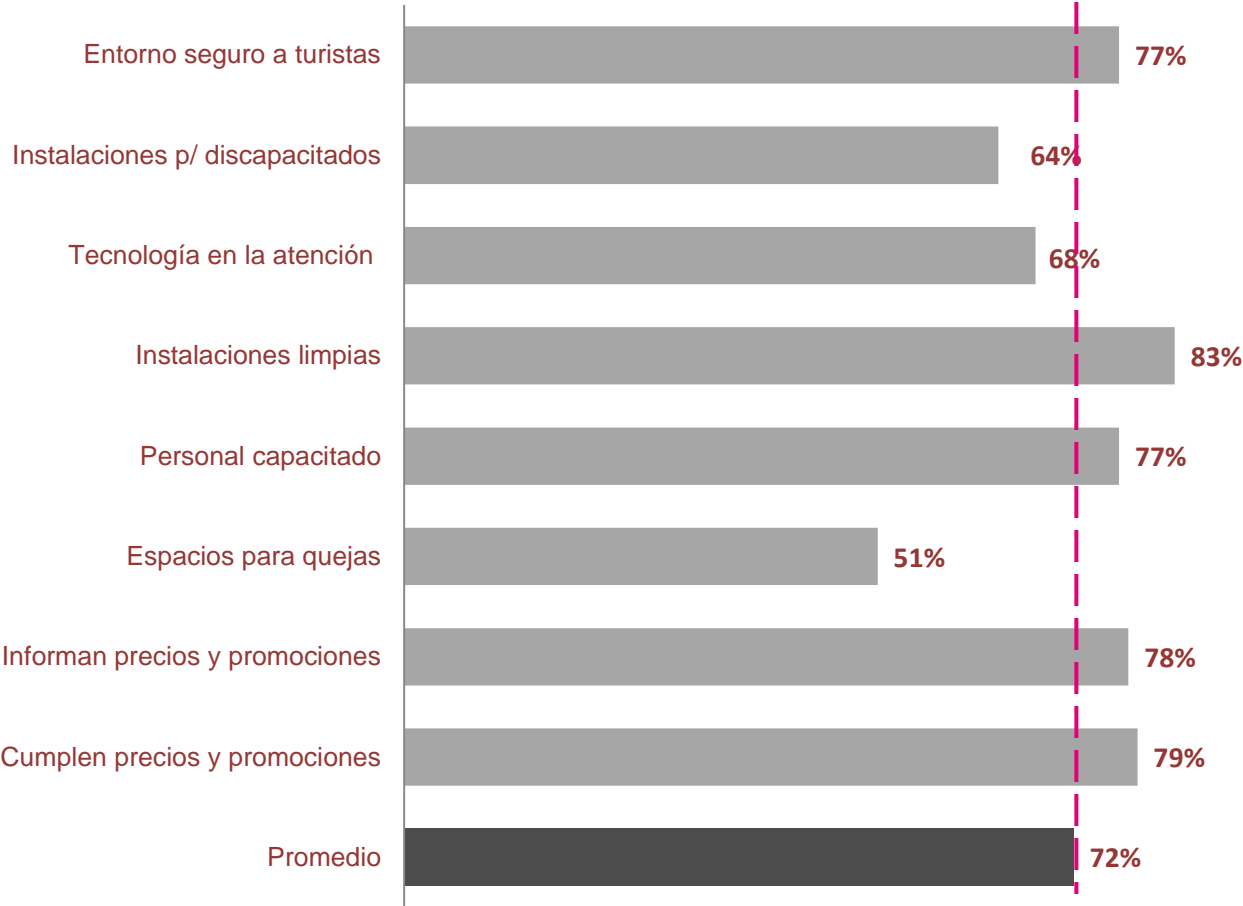
Base: 357 turistas

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	78%	73%	85%	76%	80%	69%	74%	82%	75%	87%
Negativa	22%	27%	15%	24%	20%	31%	26%	18%	25%	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Prestadores de Servicios turísticos**

Base: 500 casos

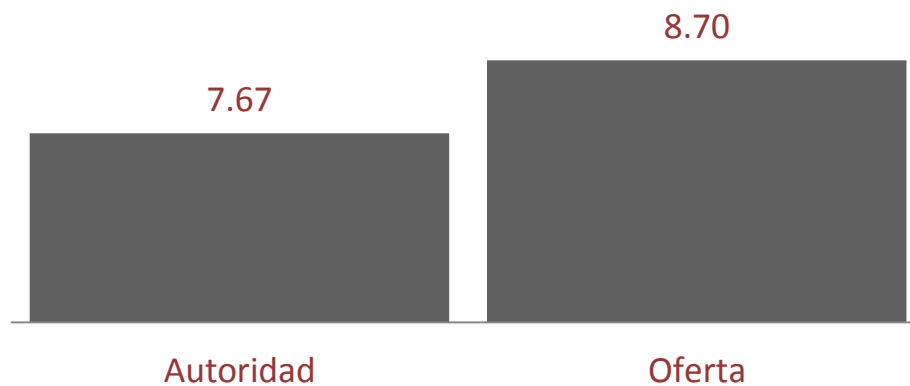
**Cumplimiento de obligaciones normativas**



## 4. Percepción sobre la CDMX



**Evaluación**  
(Escala del 1 al 10)



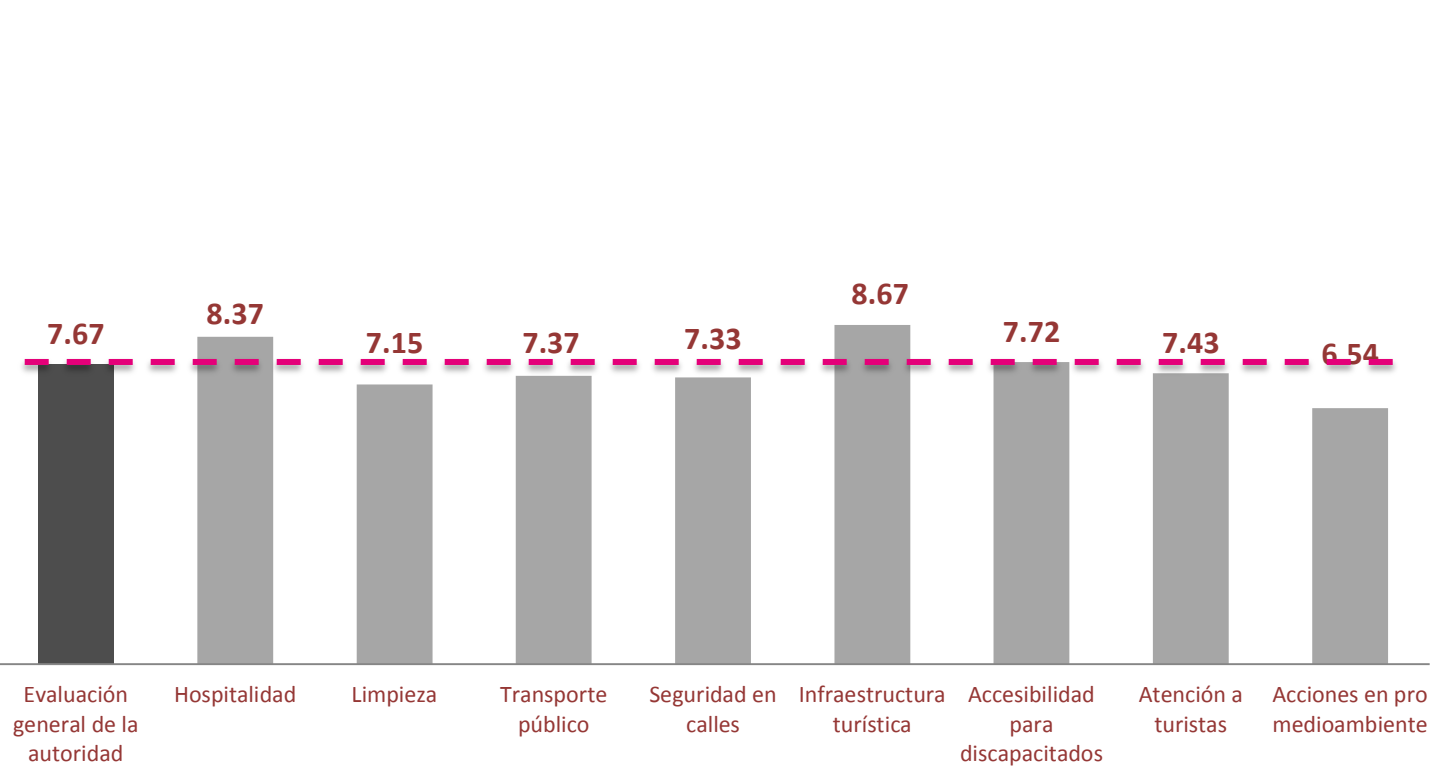
# 4. Percepción sobre la CDMX



## Temas relacionados con la Autoridad

(Escala del 1 al 10)

Base: 499 casos



ÍNDICE	
Media	7.67
Mediana	7.83
Moda	8

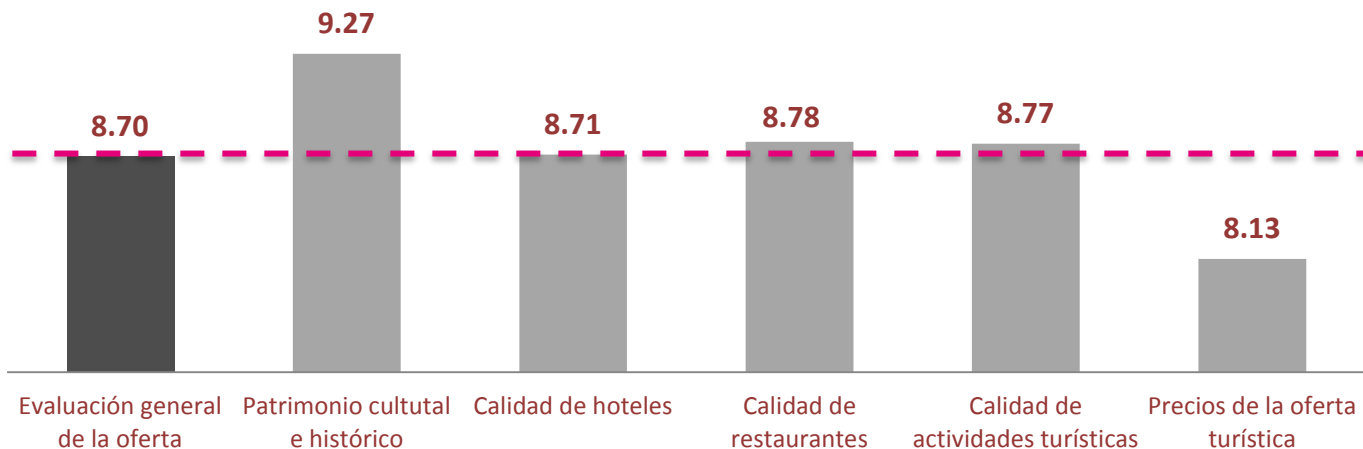
## 4. Percepción sobre la CDMX



### Temas relacionados con la Oferta Turística

(Escala del 1 al 10)

Base: 497 casos



ÍNDICE	
Media	8.70
Mediana	8.80
Moda	10

4. Percepción sobre la CDMX



**Valoración comparativa**

(Escala del 1 al 10)

Origen del turista		Media
Autoridad 7.67	Nacional	7.51
	Internacional	7.94
Oferta turística 8.70	Nacional	8.57
	Internacional	8.95

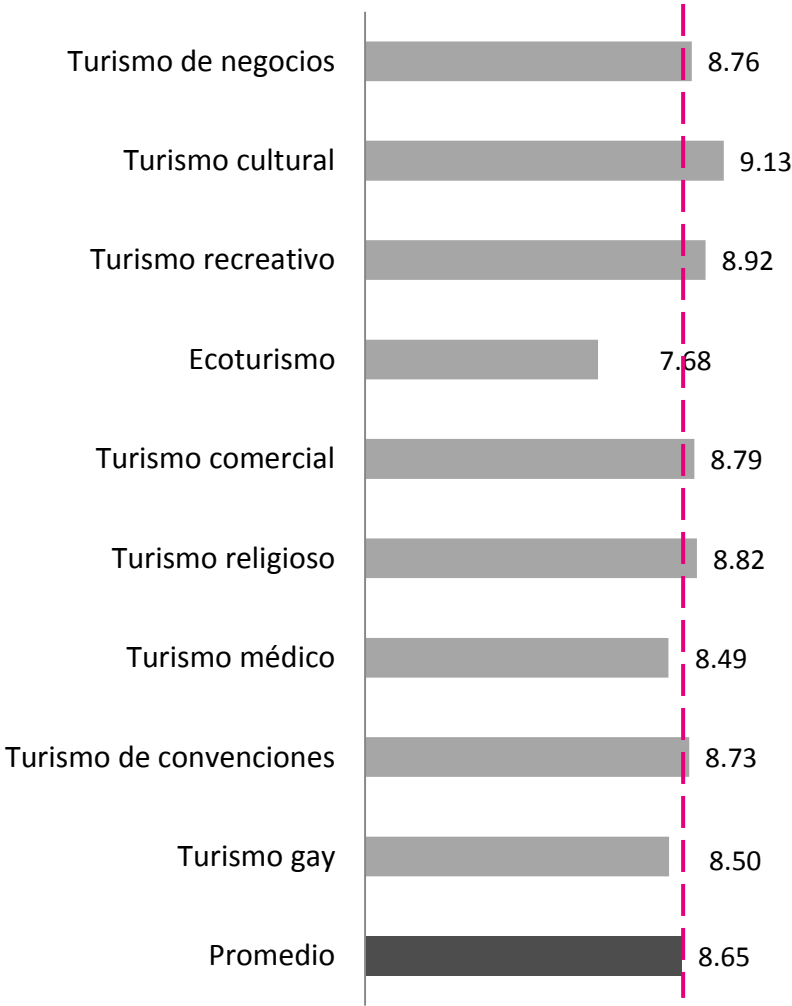
Frecuencia de visita		Media
Autoridad 7.67	Primera vez	7.98
	Eventual	7.61
	Frecuente	7.39
Oferta turística 8.70	Primera vez	8.85
	Eventual	8.67
	Frecuente	8.60



**Evaluación de segmentos turísticos**

(Escala del 1 al 10)

Base: 459 casos



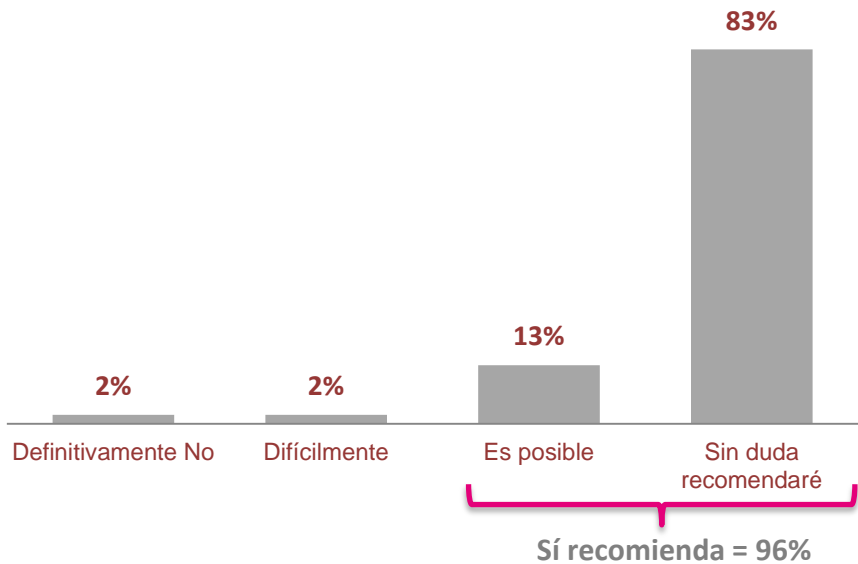
# 4. Percepción sobre la CDMX



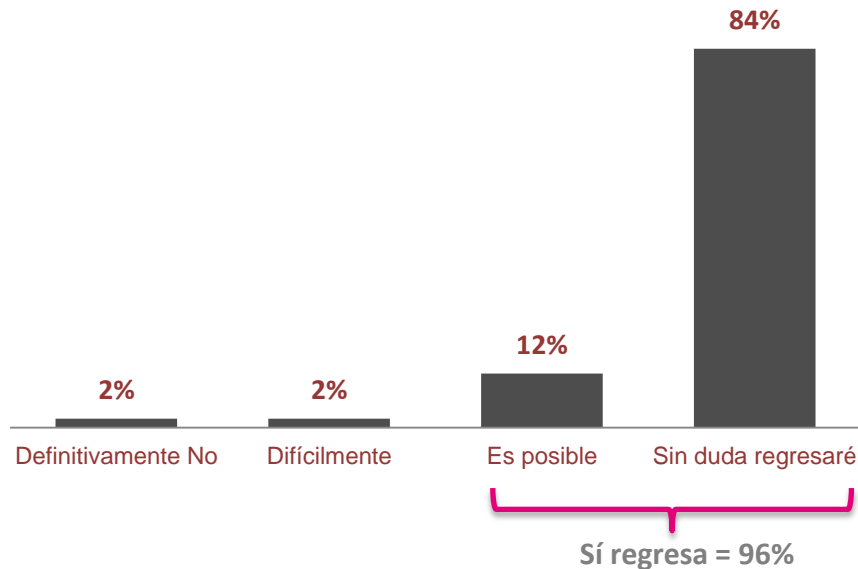
## Experiencia de la visita

Base: 495 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: 490 casos

Origen del turista		
Sí Recomienda	Nacional	95%
	Internacional	98%
	<b>A totales</b>	96%
Sí Regresaría	Nacional	96%
	Internacional	97%
	<b>A totales</b>	96%

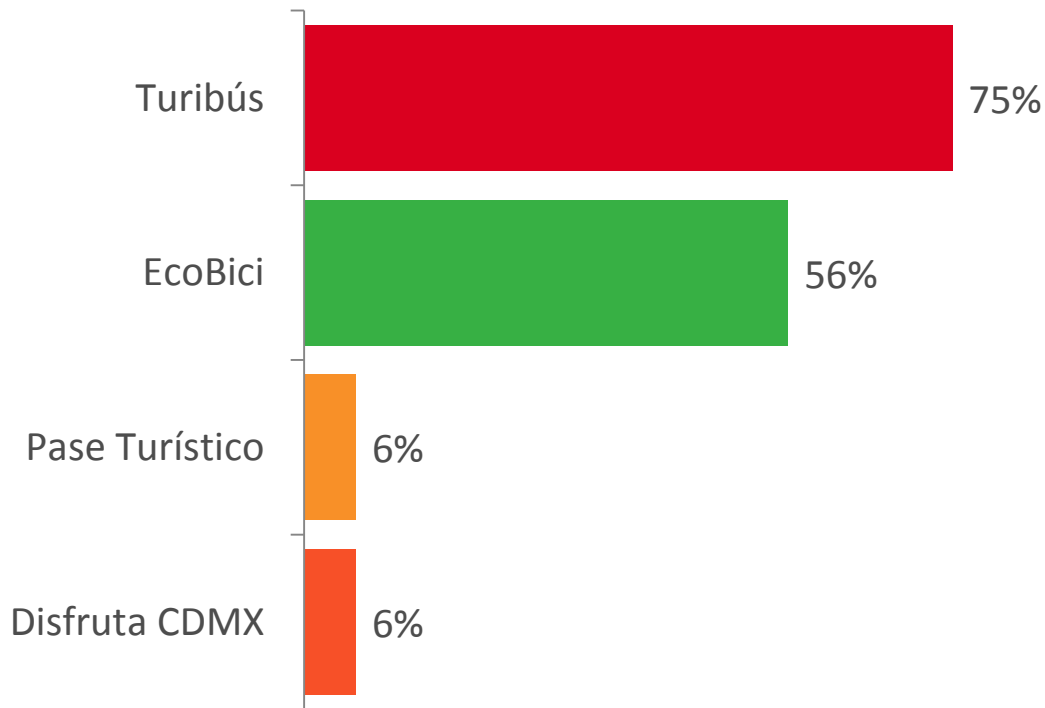


## Resultados

### 5. Evaluación de programas y SECTOR CDMX

## Conocimiento de Programas

Base: 500 casos



## Conocimiento de Programas

Base: 500 casos

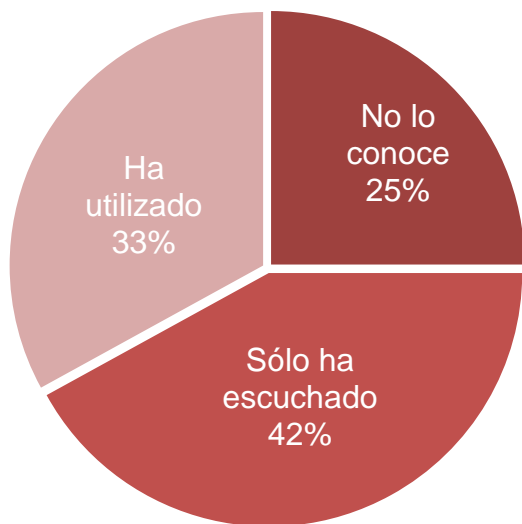
Programa	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Turibús	75%	72%	75%	75%	79%	75%	74%	76%	78%	71%
EcoBici	56%	57%	63%	61%	52%	37%	55%	58%	62%	46%
Pase Turístico	6%	10%	7%	9%	5%	2%	7%	7%	8%	4%
Disfruta CDMX	6%	7%	3%	7%	10%	10%	6%	8%	9%	3%
<b>Promedio de conocimiento</b>	<b>36%</b>									

## Conocimiento de Programas

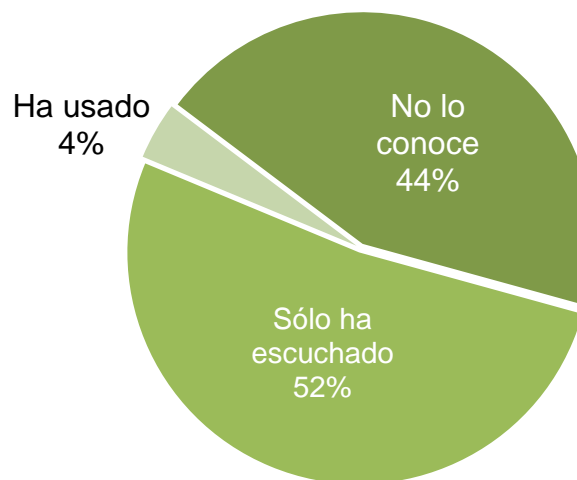
Base: 500 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de TURIBÚS?



¿Conoce o ha escuchado hablar de ECOBICI?

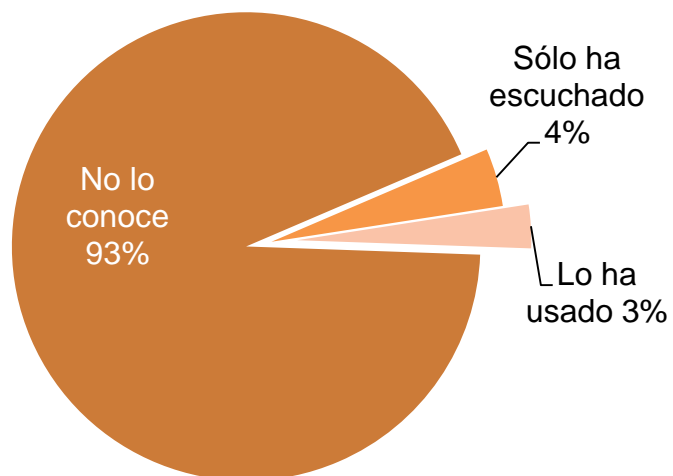


## Conocimiento de Programas

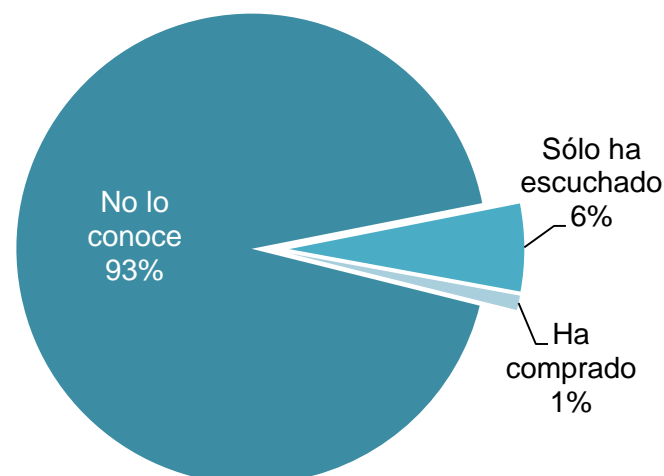
Base: 500 casos



¿Conoce o ha escuchado hablar de PASE TURÍSTICO?



¿Conoce o ha escuchado hablar de Disfruta CDMX?

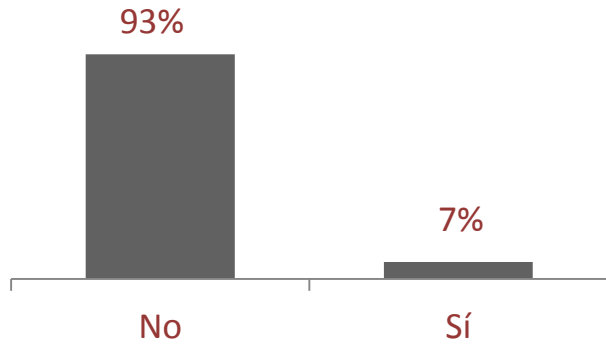




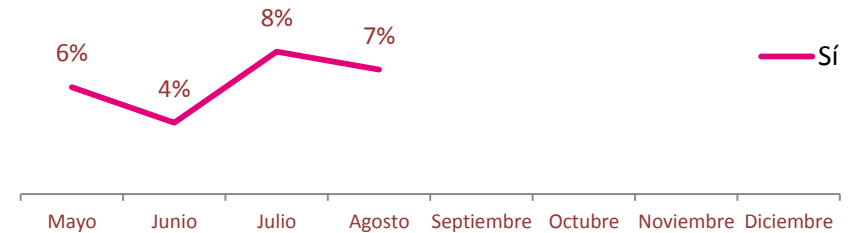
## Página web SECTUR CDMX

Base: 500 casos

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



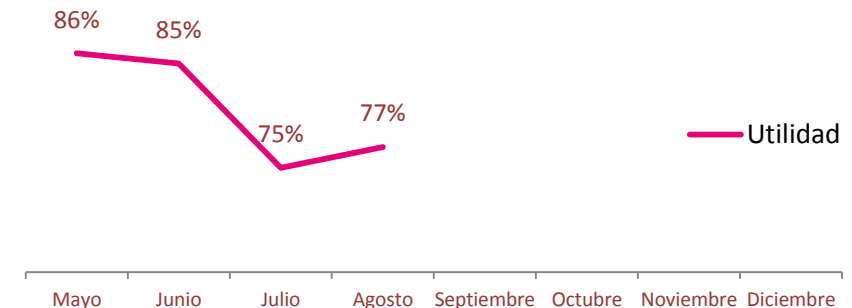
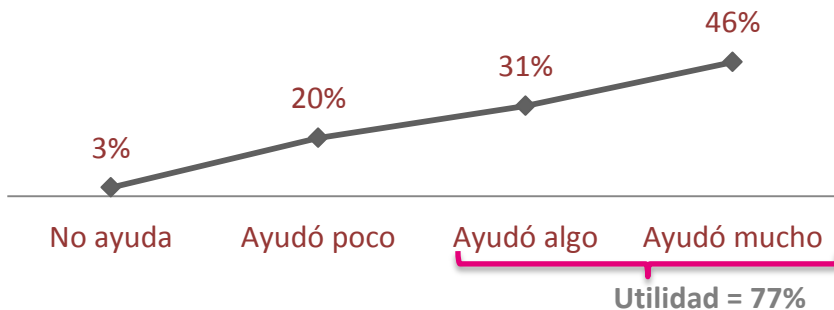
## Resumen Mensual



*¿Qué tanto le ayudó ... para decidir qué lugares visitar y qué actividades realizar durante su estancia en la Ciudad de México?*

## Utilidad de la información

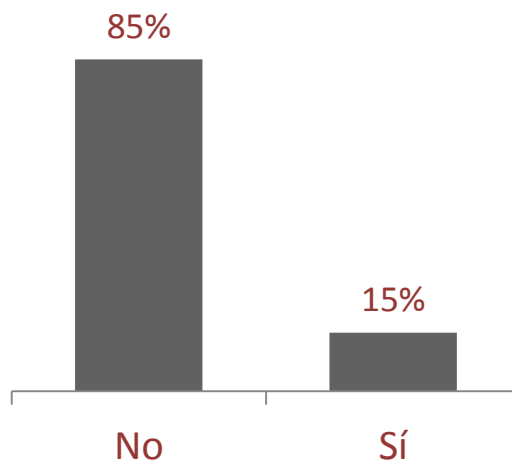
Base: 35 casos



## Consulta de Páginas web

Base: 500 casos

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



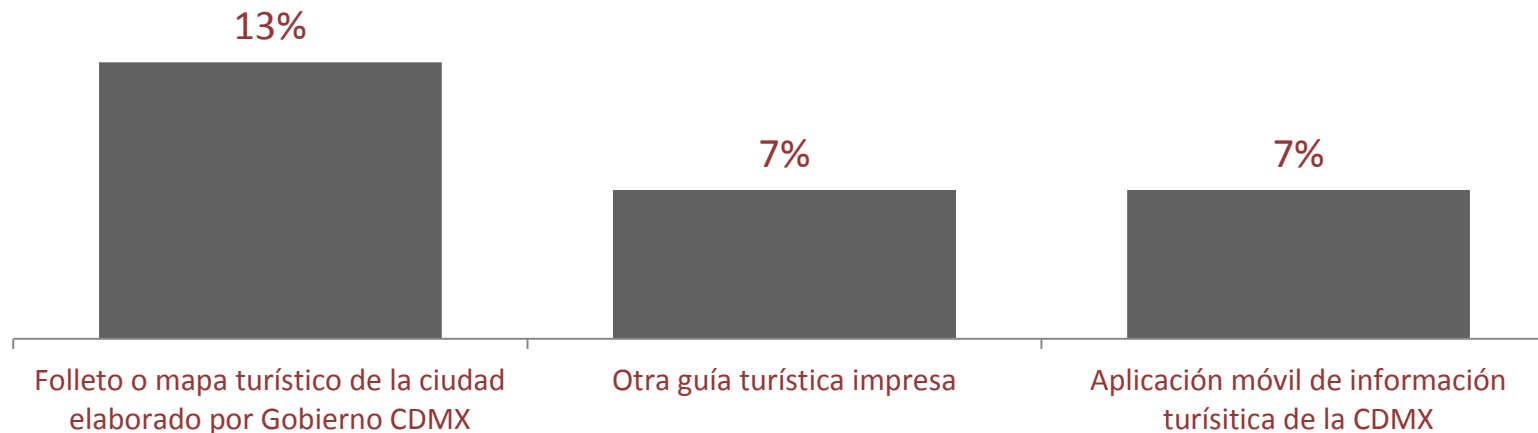


## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

Base: 500 casos

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



## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

Base: 500 casos

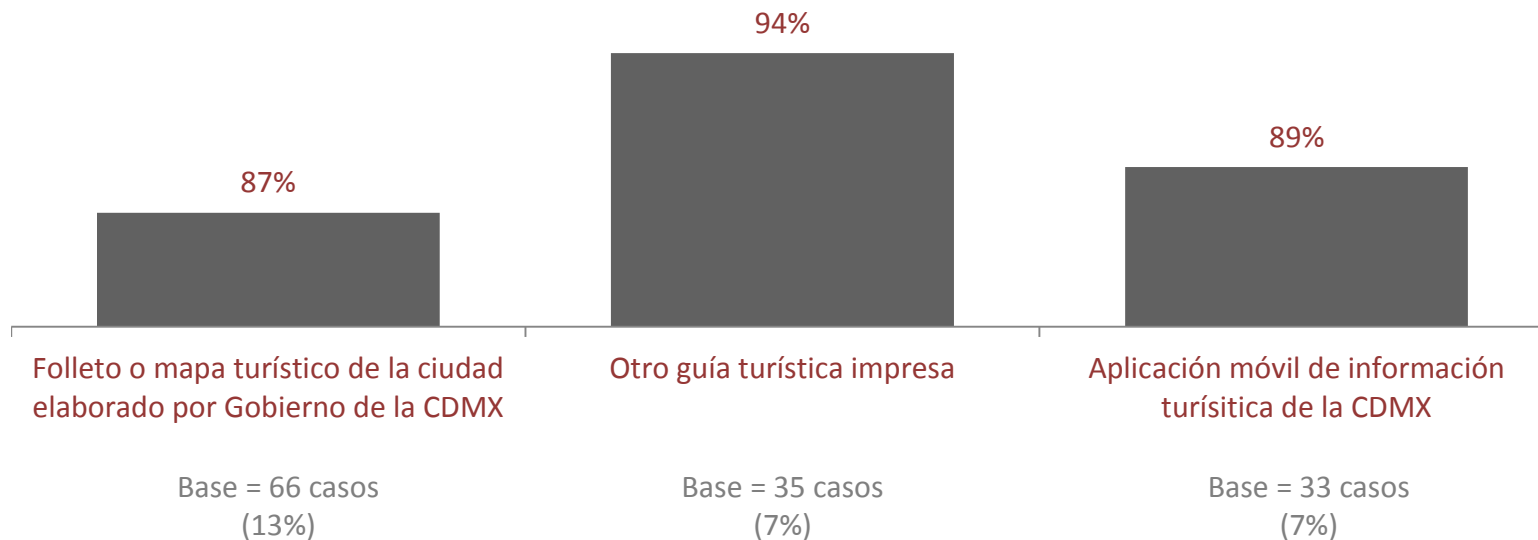
*¿Durante su estancia en la Ciudad de México utilizó ...*

Servicio Turístico	Totales	Grupo de edad					Género		Origen	
		Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
Folleto o mapa turístico elaborado por gobierno CDMX	13%	11%	15%	19%	12%	6%	10%	17%	12%	16%
Otro guía turística impresa	7%	7%	7%	10%	4%	8%	7%	7%	4%	13%
Aplicación móvil de información turística de la CDMX	7%	6%	13%	7%	2%	2%	7%	6%	6%	8%
<b>Promedio de conocimiento</b>	<b>9%</b>									

## Servicios Turísticos

### Información y mapas turísticos

¿Qué tan útil le resultó ...

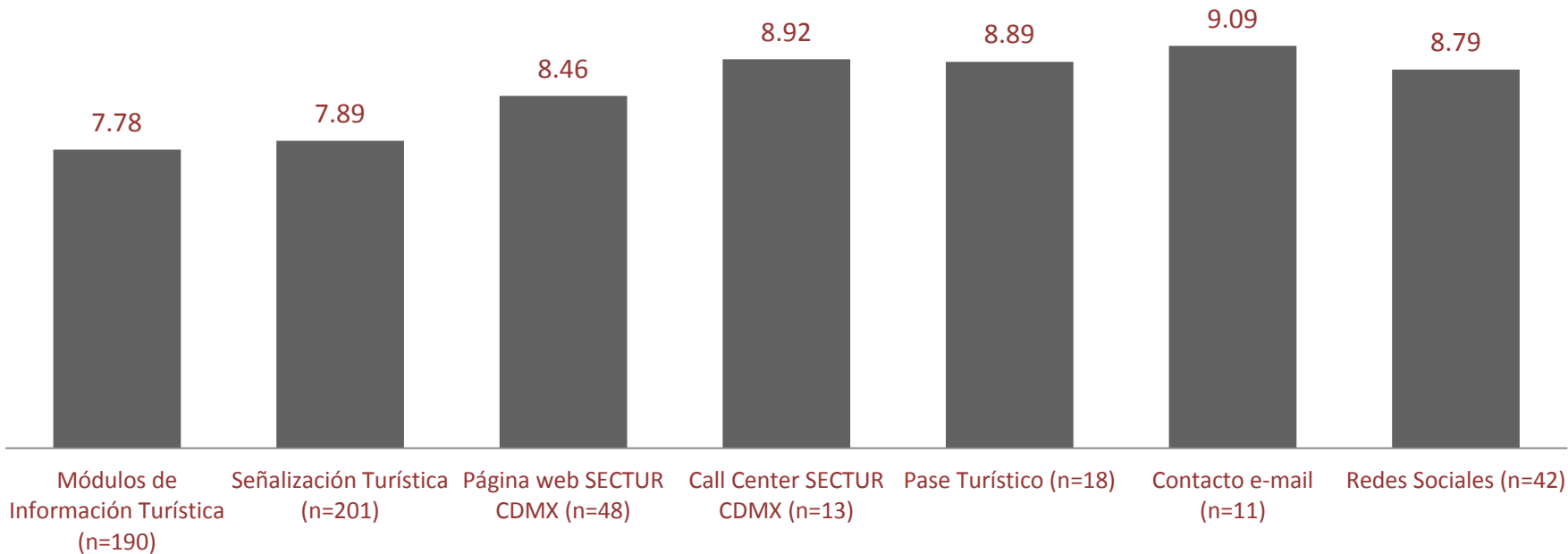


\* Corresponde a la suma de las respuestas *algo útil* y *muy útil*.



## Evaluación de Servicios Turísticos

Escala del 1 al 10



38%	40%	10%	3%	4%	2%	8%
-----	-----	-----	----	----	----	----

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

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

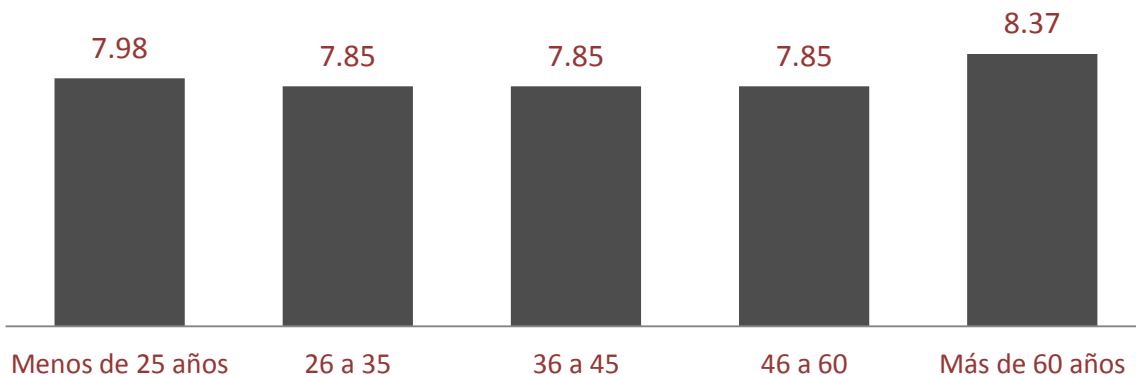
<b>Media</b>	<b>7.92</b>
Mediana	8.00
Moda	8

Escala del 1 al 10



## Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10



<b>Media</b>	<b>7.92</b>
Mediana	8.00
Moda	8

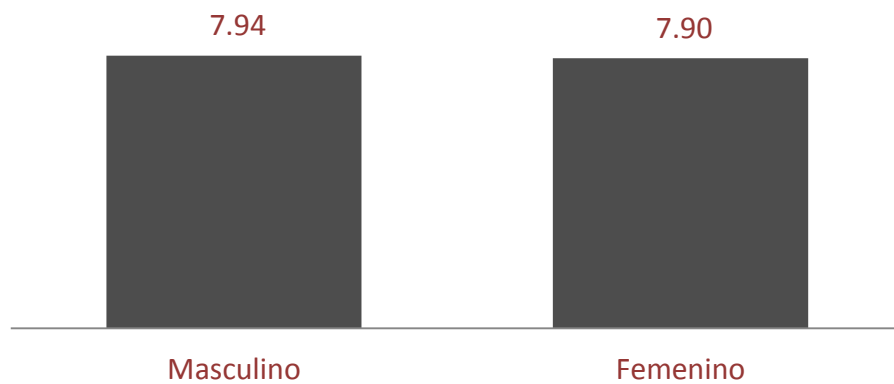
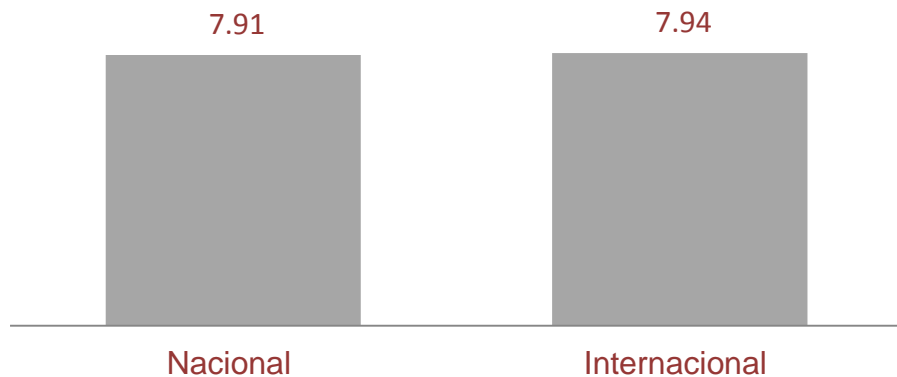
Escala del 1 al 10





## Desempeño SECTUR CDMX

Escala del 1 al 10

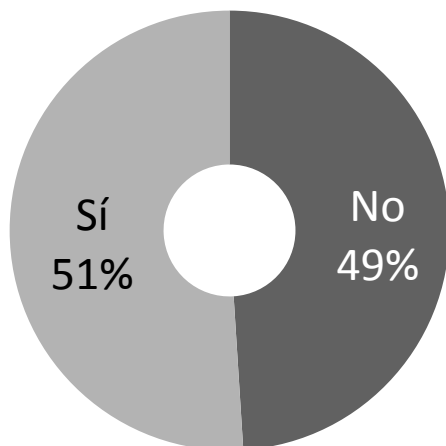


<b>Media</b>	<b>7.92</b>
Mediana	8.00
Moda	8
<b>Escala del 1 al 10</b>	

## Recordación Publicitaria

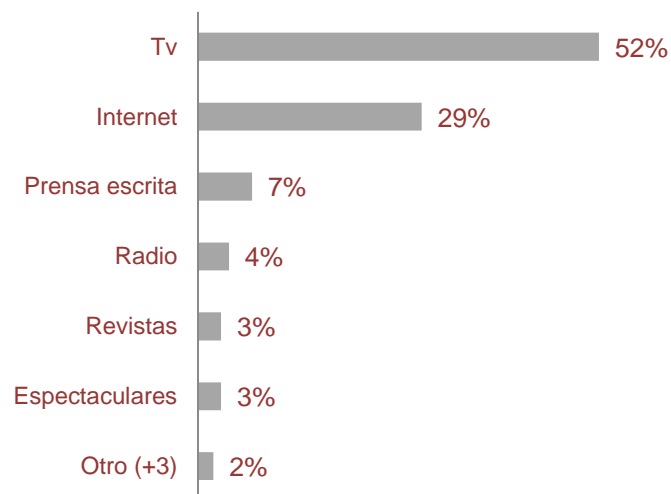
En los últimos 12 meses, ¿recuerda haber visto anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México?

Base: 500



## Medio de comunicación

Base: 253 casos

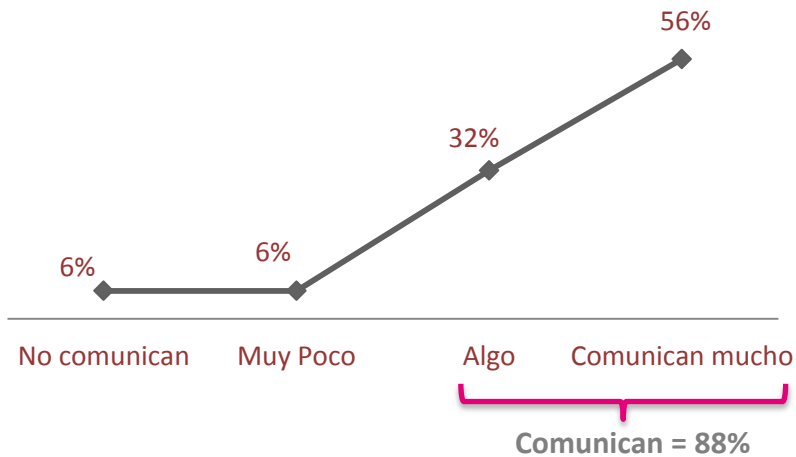




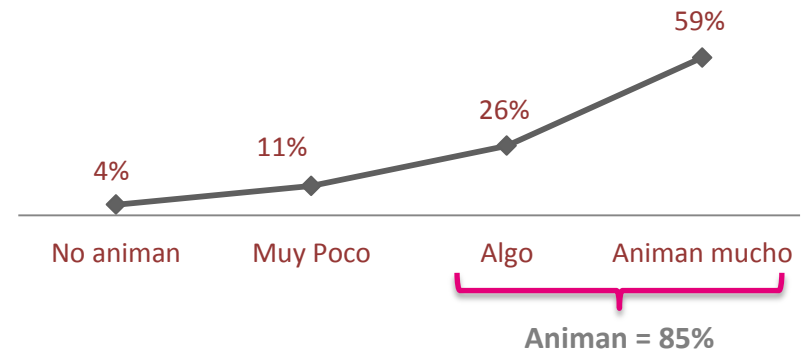
## Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 252 casos

*¿Qué tanto comunican esos mensajes?*



*¿Qué tanto animan visitar a la Ciudad ?*



## Valoración de eficiencia publicitaria

Base: 318 casos

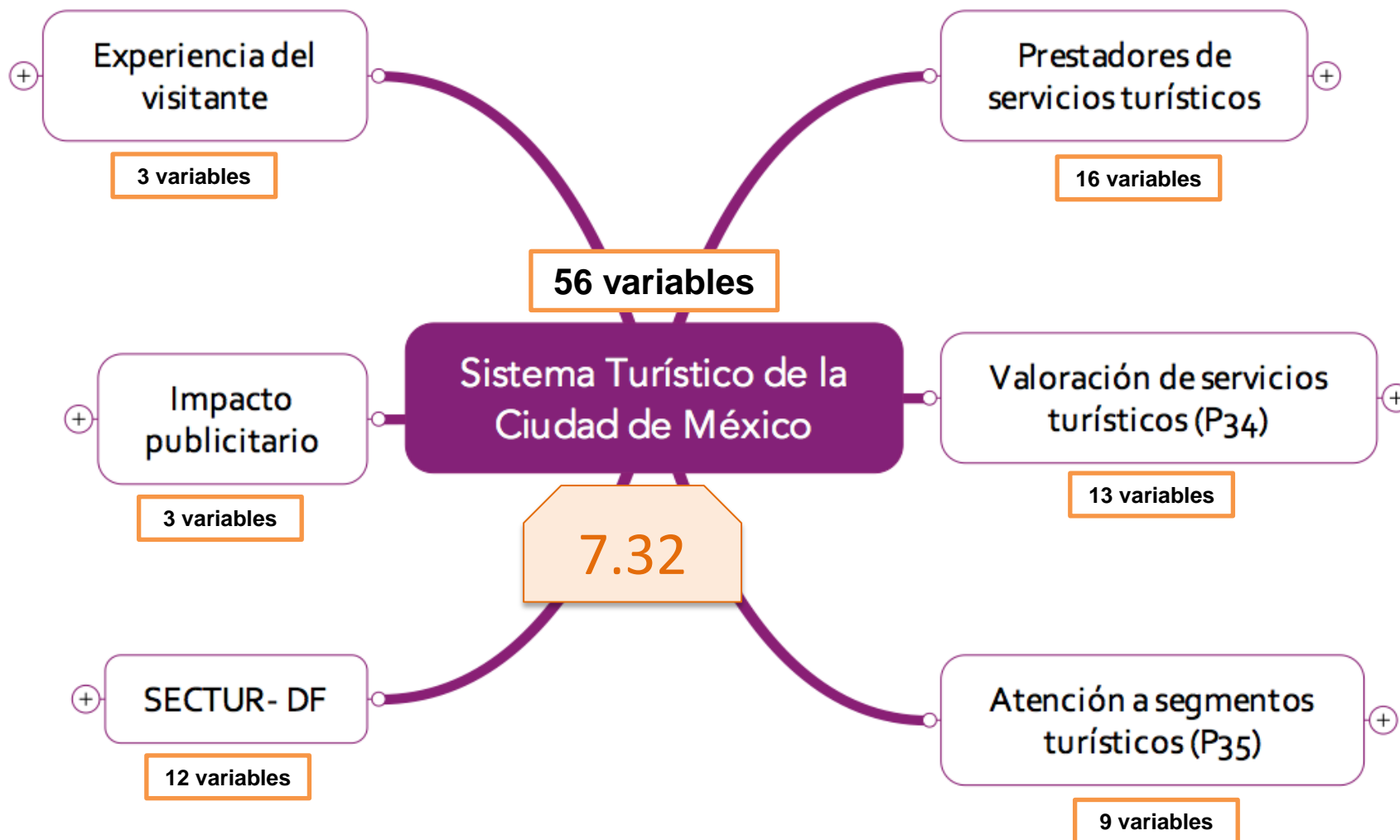
- Al cruzar la **recordación** de anuncios publicitarios sobre la Ciudad de México con la calificación al **desempeño** de SECTUR CDMX, se observa la influencia de la variable recordación sobre la valoración hacia la institución.

Calificación	Recordación publicitaria	
	SÍ	NO
Desempeño de SECTUR CDMX (7.92)	8.05	7.73



## Resultados

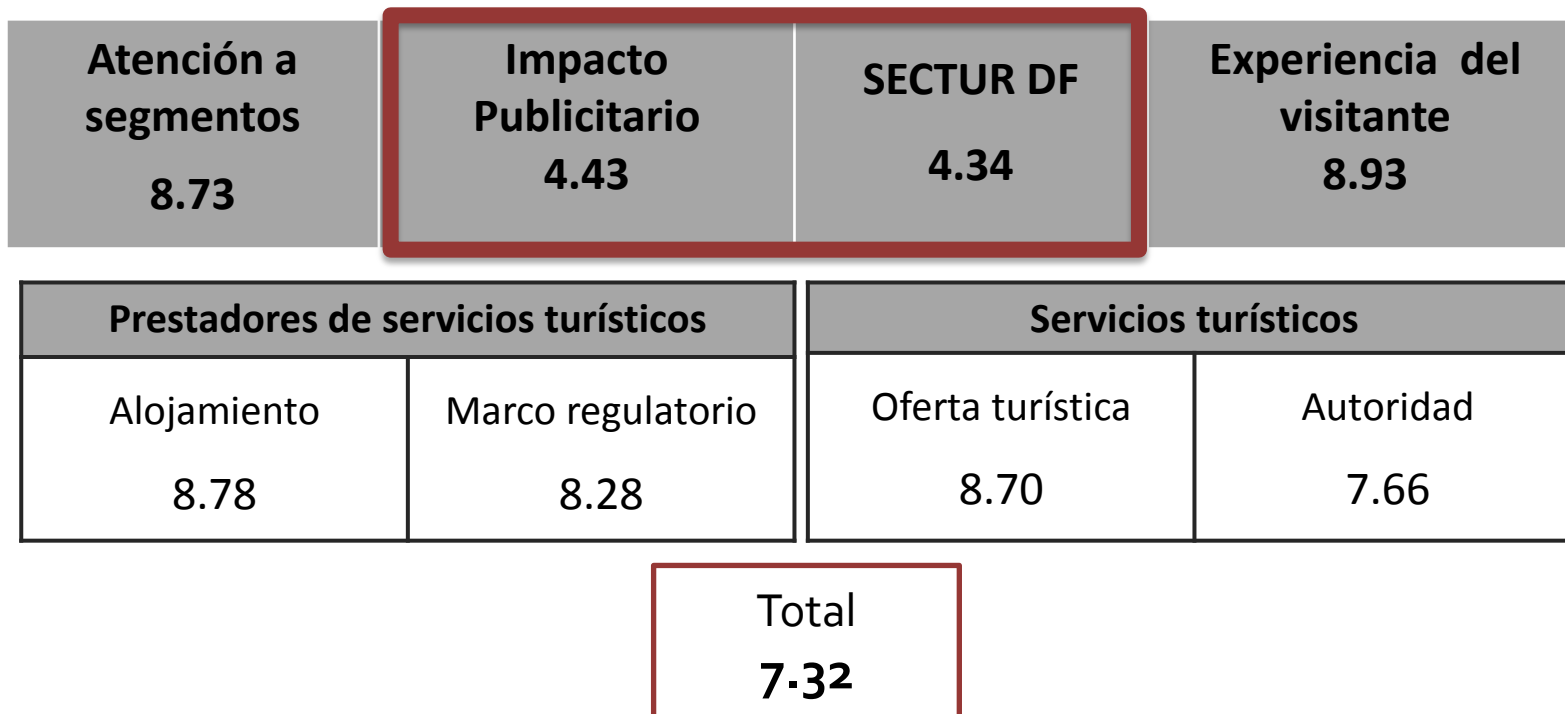
### 6. Sistema Turístico de la Ciudad de México (CDMX)





Escala del 1 al 10

**Sistema Turístico de la Ciudad de México**



Escala del 1 al 10

**agosto 2016**

**7.32**

Totales	Género		Origen	
	Masculino	Femenino	Nacional	Internacional
7.32	7.25	7.38	7.34	7.28

Totales	Grupo de edad				
	Menos 25	26 a 35	36 a 45	46 a 60	Más 60
7.32	7.20	7.40	7.51	7.25	7.10



Escala del 1 al 10

**agosto 2016**

**7.32**

**Turistas Nacionales**

Totales	Turistas Nacionales				
	Noroeste	Noreste	Centro-Bajío	Sur	Sureste
7.32	7.78	7.67	7.15	6.96	7.70

**Turistas Internacionales**

Totales	Turistas Internacionales				
	Norteamérica	Centro y Sudamérica	Europa	Asia	Oceanía
7.32	7.48	7.58	6.71	7.05	6.68



Escala del 1 al 10

**agosto 2016**

**7.32**

<b>Motivo del Viaje</b>				
<b>Totales</b>	Vacaciones	Visita Familiares	Trabajo	Visita Cultural
7.32	7.52	7.10	7.23	7.65

<b>Pernocta en la Ciudad</b>		
<b>Totales</b>	SÍ	NO
7.32	7.37	6.92

<b>Frecuencia de visita a la Ciudad de México</b>			
<b>Totales</b>	Primera Vez	Eventual	Frecuente
7.32	7.33	7.34	7.24





Escala del 1 al 10

**agosto 2016**

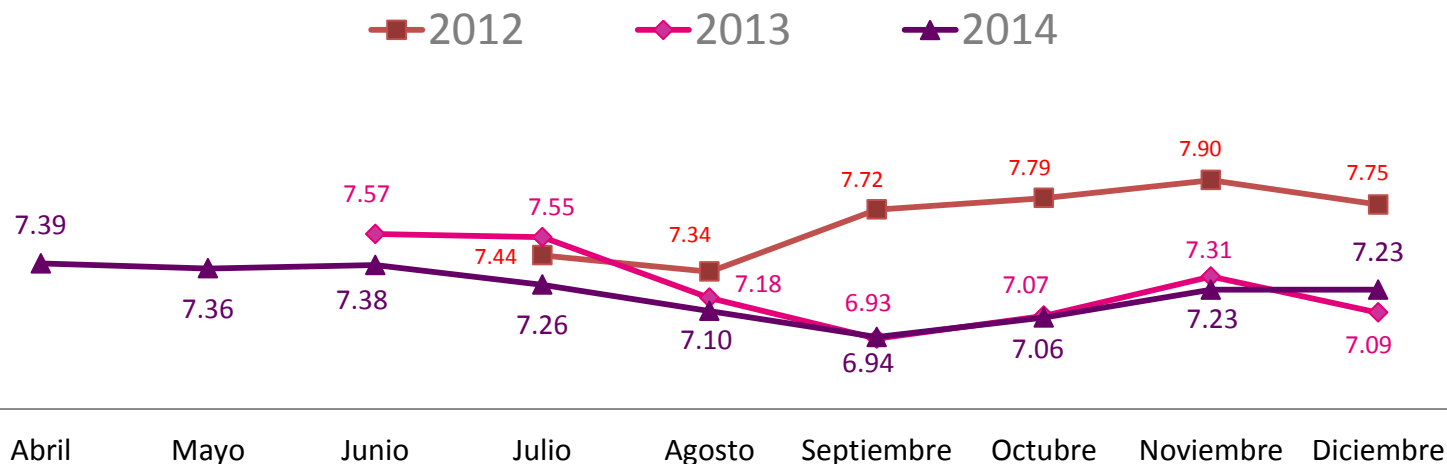
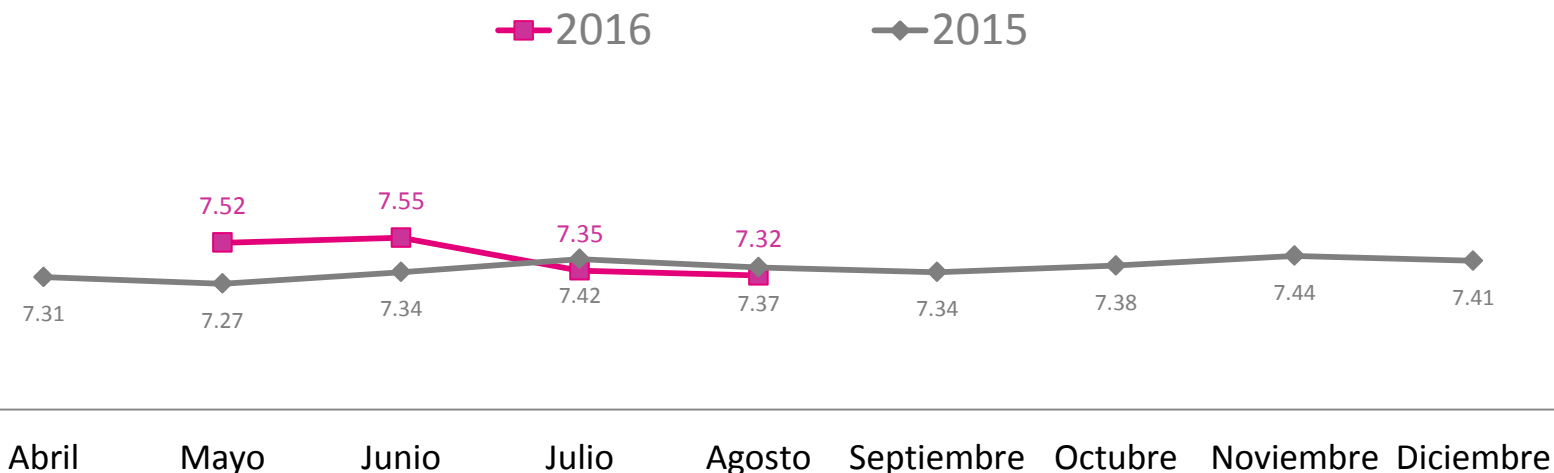
**7.32**

Totales	Tipo de Alojamiento			
	Familiares o amigos	Hotel	Alojamiento de bajo costo	Otro
7.37	7.10	7.70	7.30	7.20

Totales	Tipo de Hotel	
	Cadena	Independiente
7.68	7.68	7.67



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.

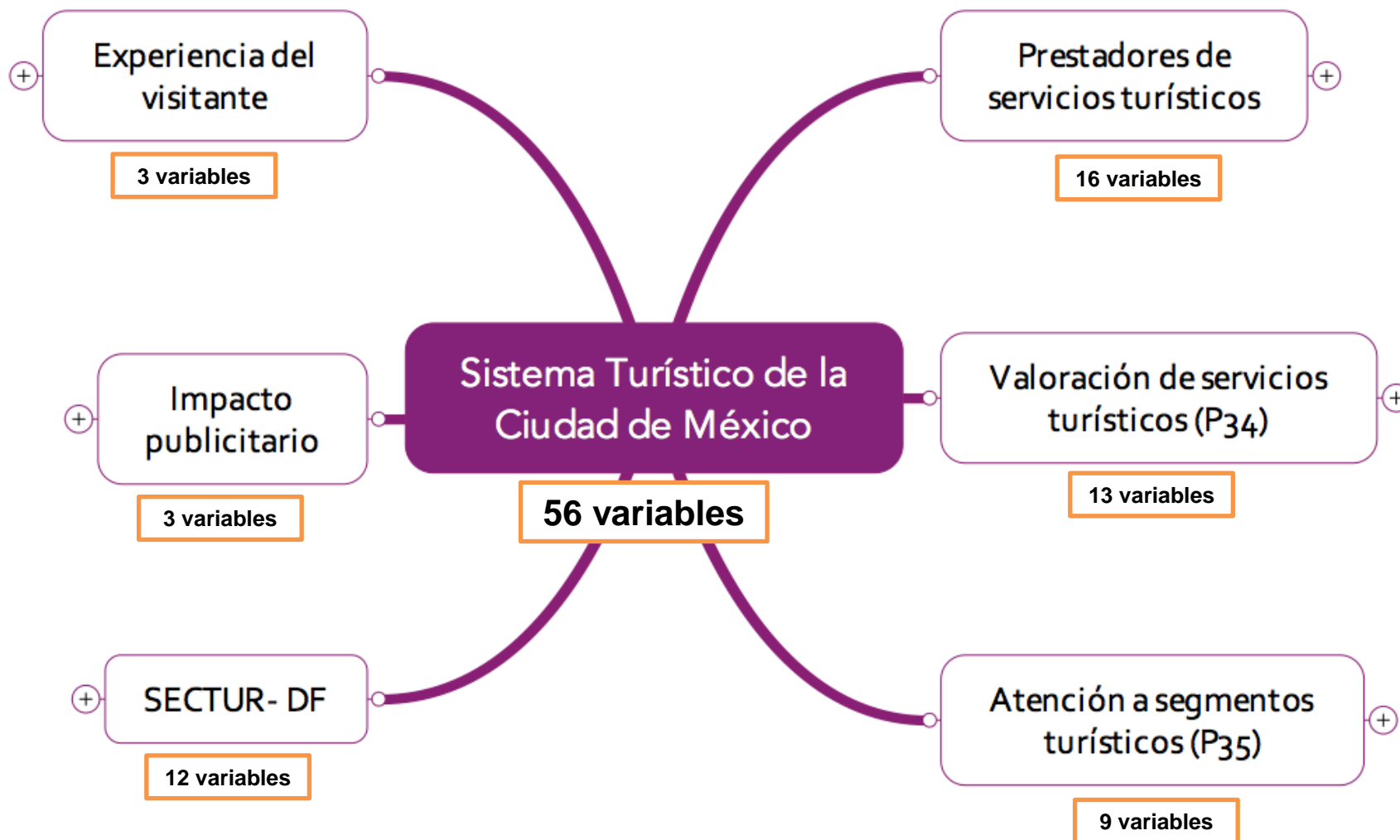
El modelo es el resultado de la media aritmética obtenida sobre las diversas respuestas proporcionadas por los turistas entrevistados respecto al conjunto de variables sujetas de análisis.

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

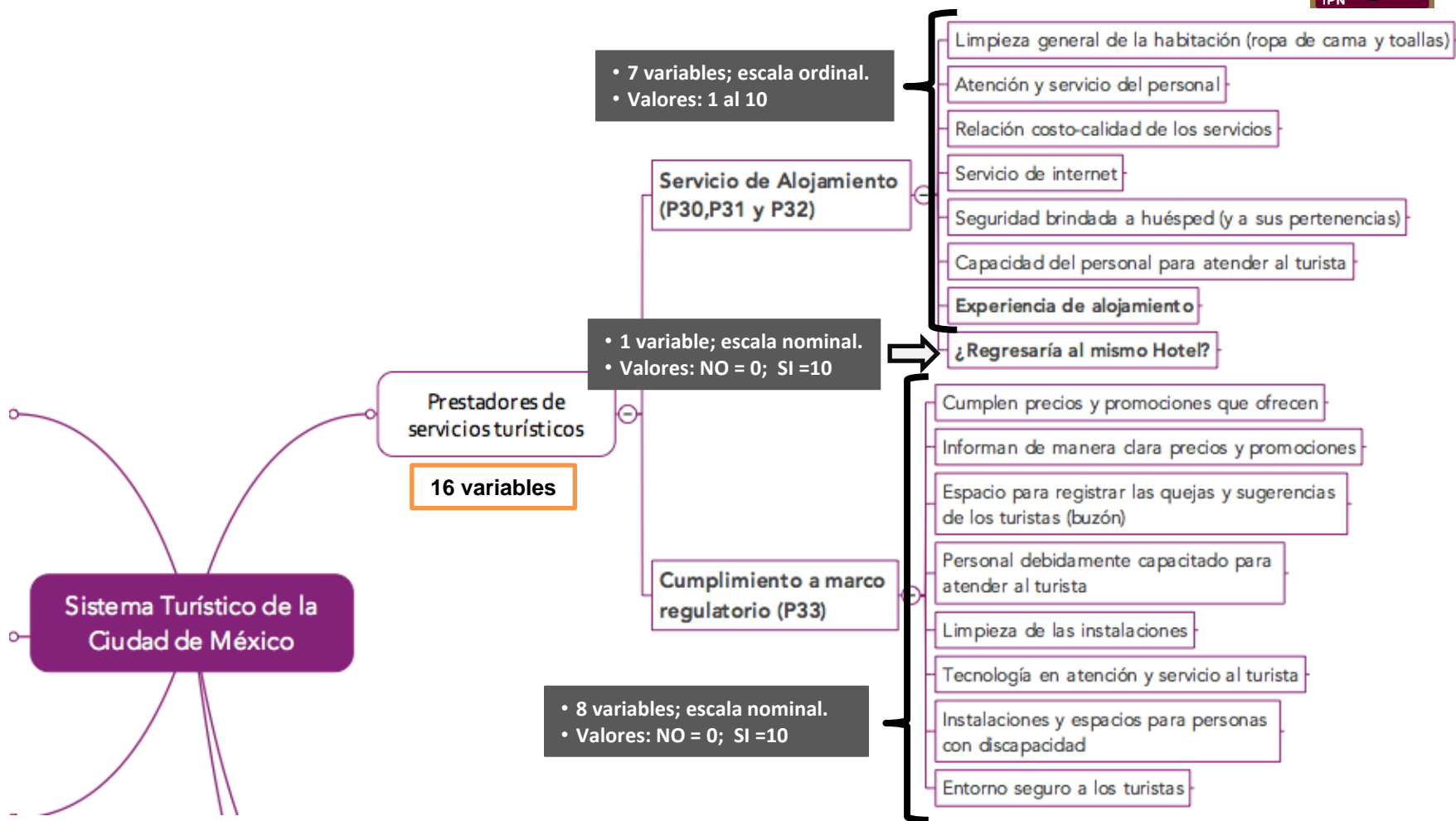
**Una ventaja del modelo**, es que el coeficiente obtenido, podrá ser objeto de analizarlo de manera global; es decir, sobre la base total de entrevistados, así como por segmento de análisis: género, grupo de edad, motivo de viaje, origen, entre otros.

**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.





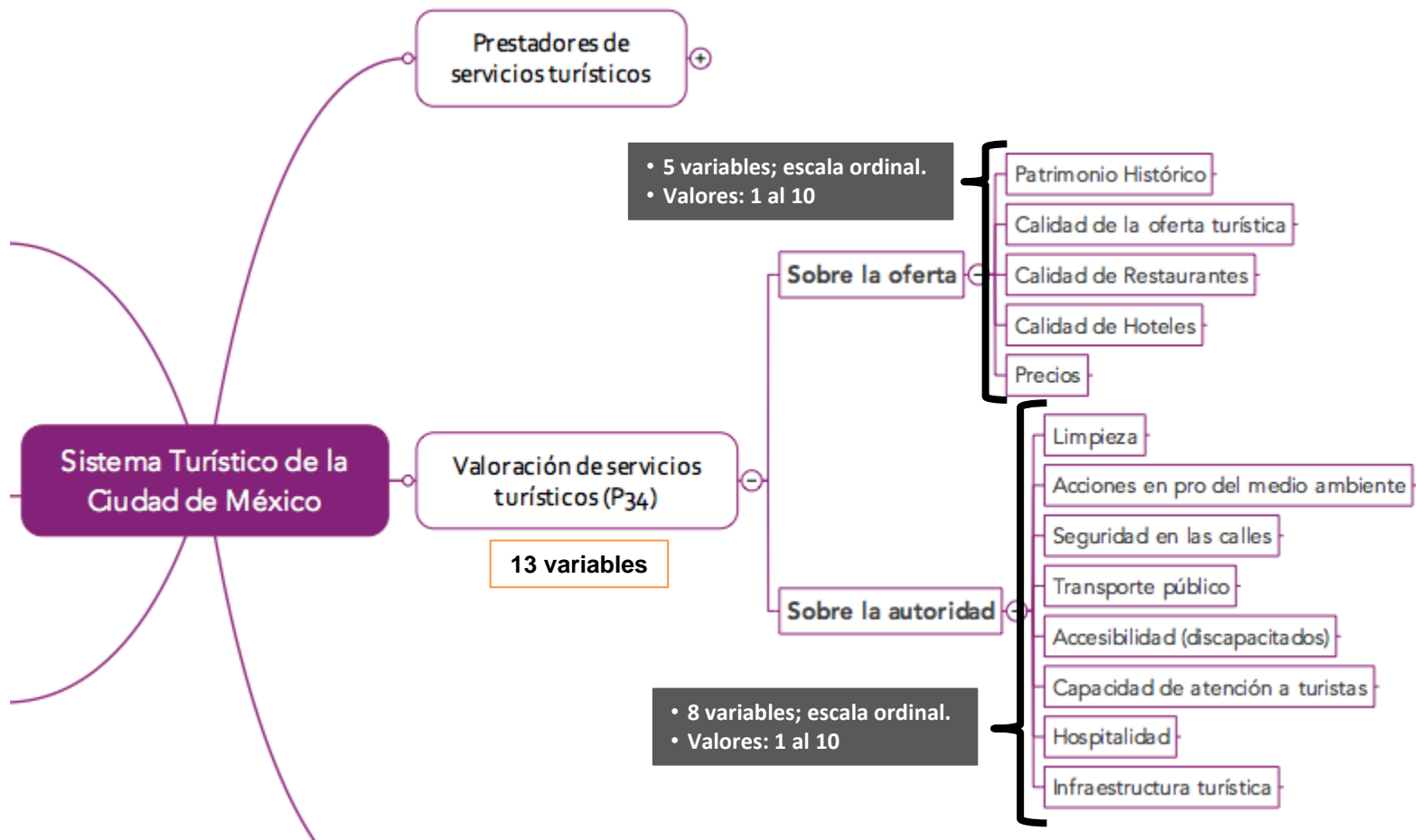


**P30.** Con base en su experiencia en esta visita a la Ciudad de México, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con su Hotel?

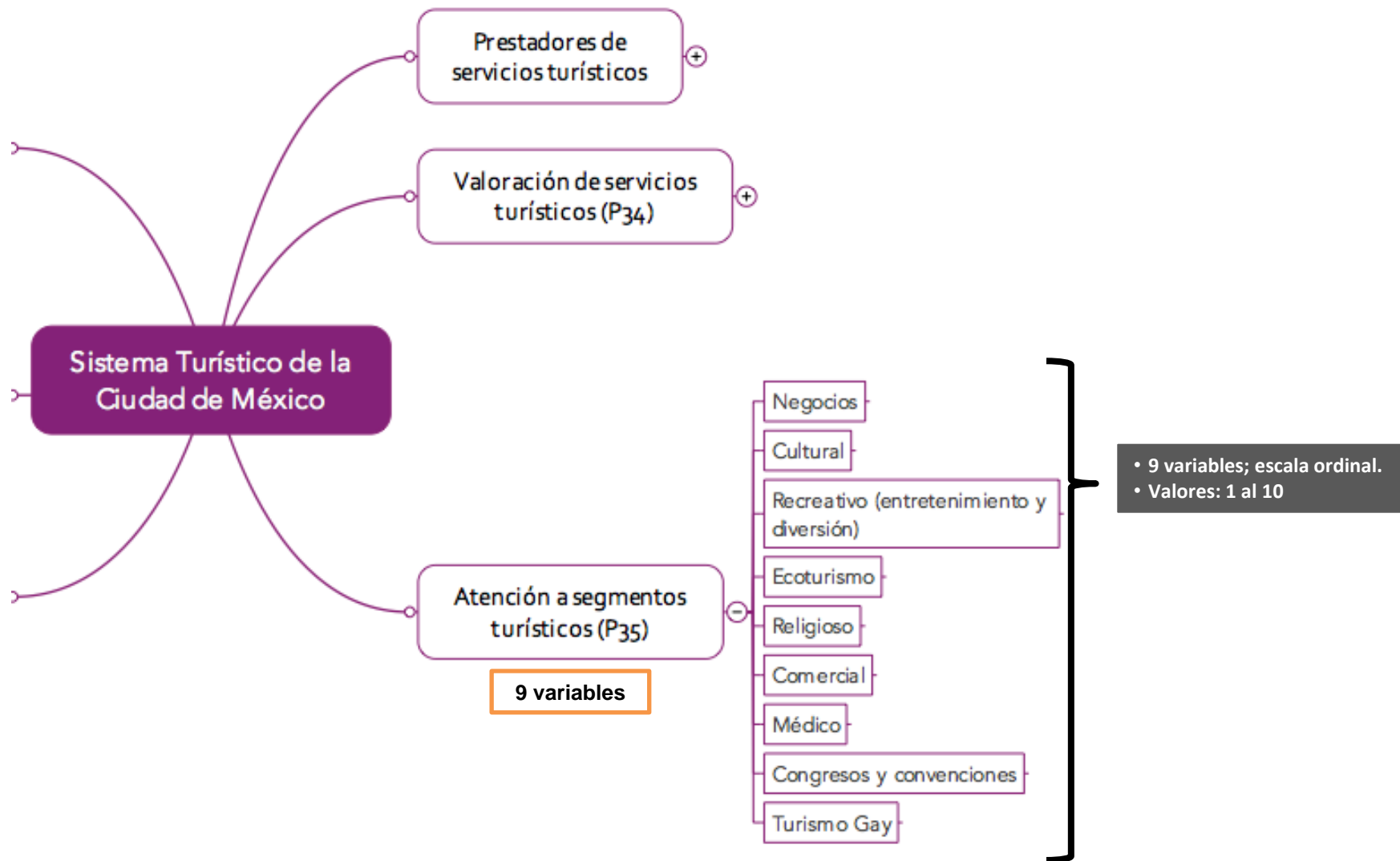
**P31.** ¿Qué calificación le pone a su experiencia de alojamiento en lo general?

**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.

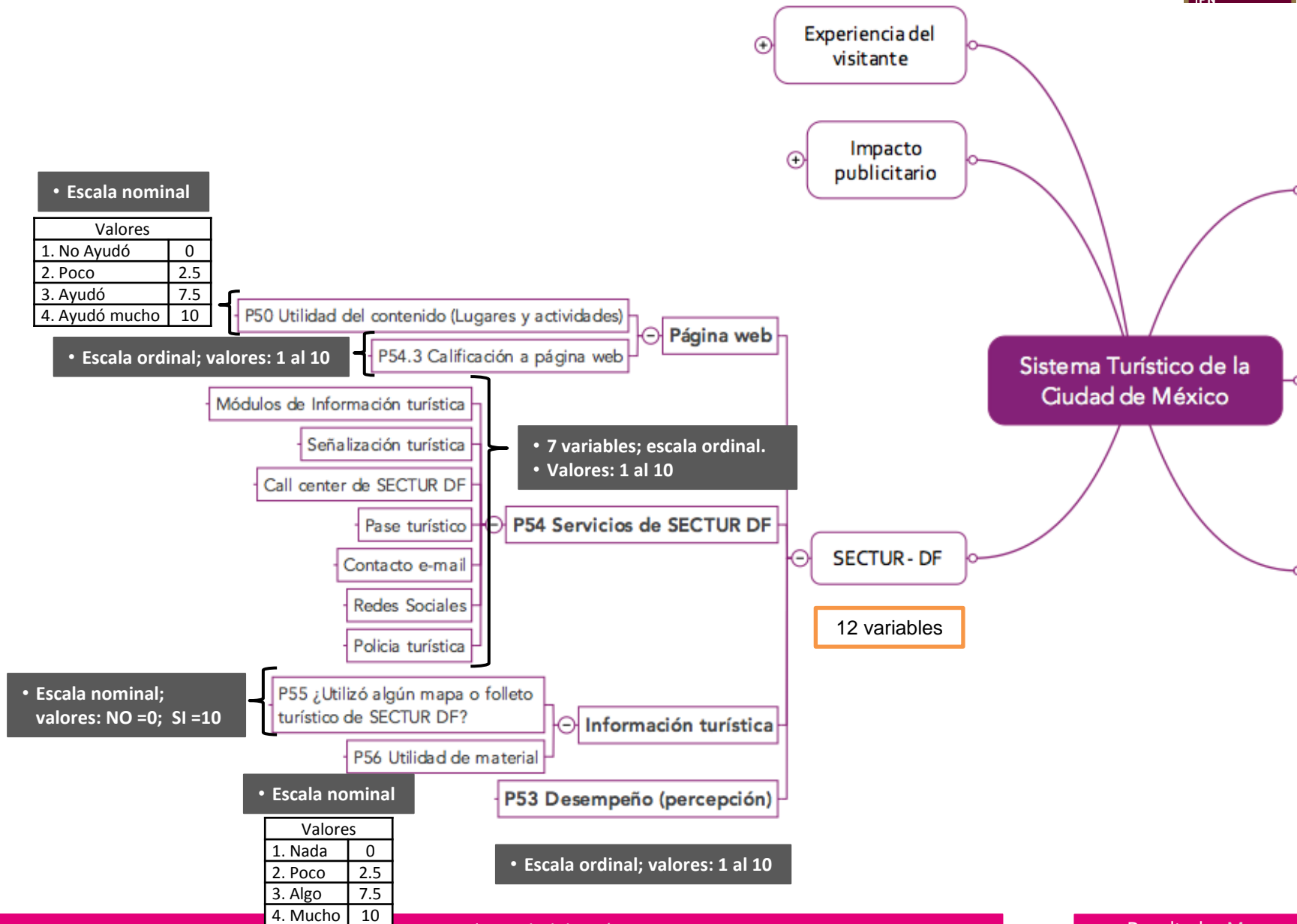


**P34.** Con base en su experiencia, por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué calificación le pone usted a los siguientes aspectos relacionados con la Ciudad de México?



**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  
agosto - 2016



SECRETARÍA DE  
TURISMO



CIUDAD DE MÉXICO

