



PERFIL Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EN CIUDADES DEL INTERIOR DEL PAÍS 2009

Resultados Total Anual Mérida

09-973/AS-JCZ/08/Anual
Febrero 2010



General

- Evaluar de manera consistente la competitividad turística de las ciudades del interior del país en niveles de satisfacción de los turistas y caracterizar al turista de acuerdo a sus variables sociodemográficas y de hábitos de viajes como herramientas para la planeación, fomento y desarrollo de productos

Particulares

- Conocer el perfil del turista, a través de sus variables sociodemográficas y de hábitos de viaje.
- Contar con indicadores de competitividad sobre el grado de satisfacción de los turistas en diferentes ciudades del interior del país.
- Generar un indicador de satisfacción global del turista en diferentes ciudades del interior del país.
- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad de México, en general, y de sus ciudades del interior, en particular, a través de las variables que determinan su grado de satisfacción.
- Evaluar la intención de volver a viajar a ciudades del interior del país.
- Evaluar el nivel de recomendación de la ciudad del interior visitada.

Ficha técnica

- **Público objetivo:** Visitantes (Turistas y Excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino (al menos deben haber estado 3 horas en el lugar).
- **Técnica:** Puntos de Afluencia.
- **Método de evaluación:** Personal (cara a cara).
- **Muestreo:** Muestreo probabilístico sistemático en Punto de Afluencia.
- **Distribución de la muestra:** Cuotas de levantamiento por semana (25) y por día (entre 8 y 9 evaluaciones por día de campo).
- **Tamaño de la muestra:** En total se realizaron 1,200 evaluaciones en el año.
- **Error muestral:** +/- 2.83% (con un nivel de confianza del 95%).
- **Período de campo:** El trabajo de campo se realizó del 2 de enero al 30 de diciembre de 2009.

Puntos de levantamiento

Mérida

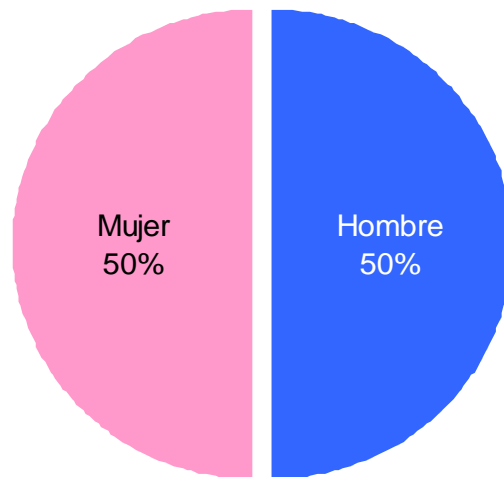


Bazar García Rejón
Casa de la Cultura
Casa de las Artesanías
Casa Montejo-Ayuntamiento
Catedral
Catedral/Palacio de Gobierno/Plaza Grande
Centro de Convenciones XXI
Ex-convento Mejorada
Mercado Grande
Mercado Lucas de Galvez
Museo de la Ciudad (Antiguo Edificio Correos)
Parque de la Madre/Congreso
Parque de Sta. Lucia
Parque Ex-convento Mejorada
Parque Hidalgo-Teatro Peón
Parque Zoológico Centenario
Parque-Mercado Sta. Ana
Paseo de Montejo
Plaza Principal-Catedral
UADY (Edificio Central Universitario)
Zona Hotelera

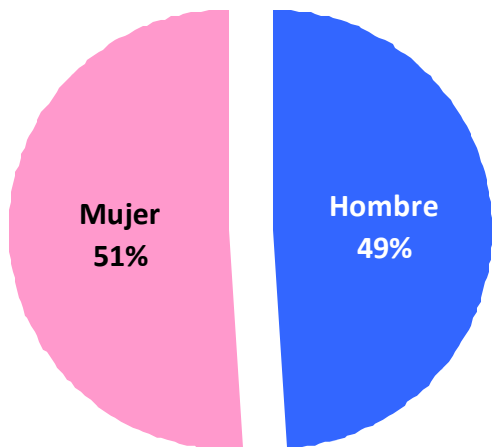
Perfil de la muestra de entrevistados

Perfil de la muestra

Sexo del entrevistado

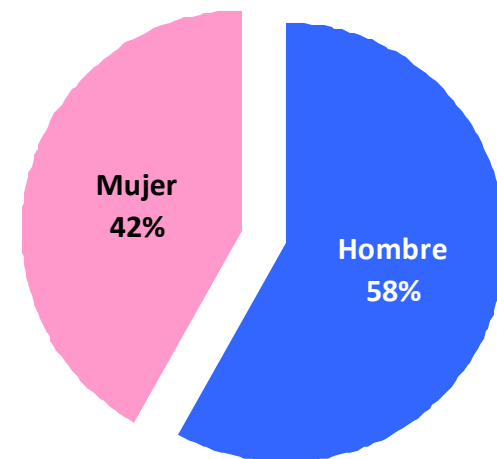


Nacionales



Base: Nacionales (1,078)

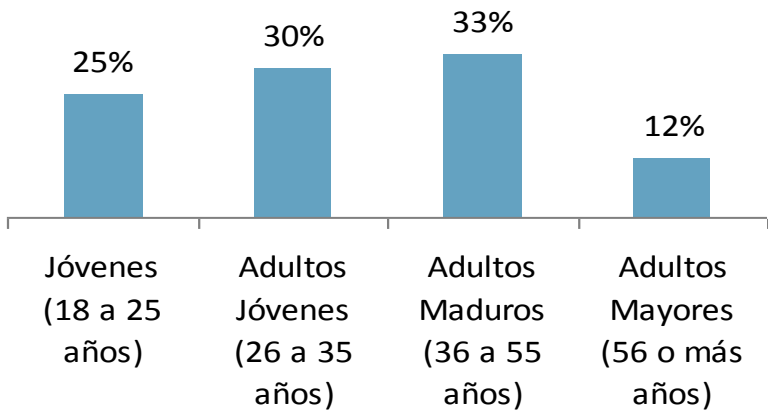
Extranjeros



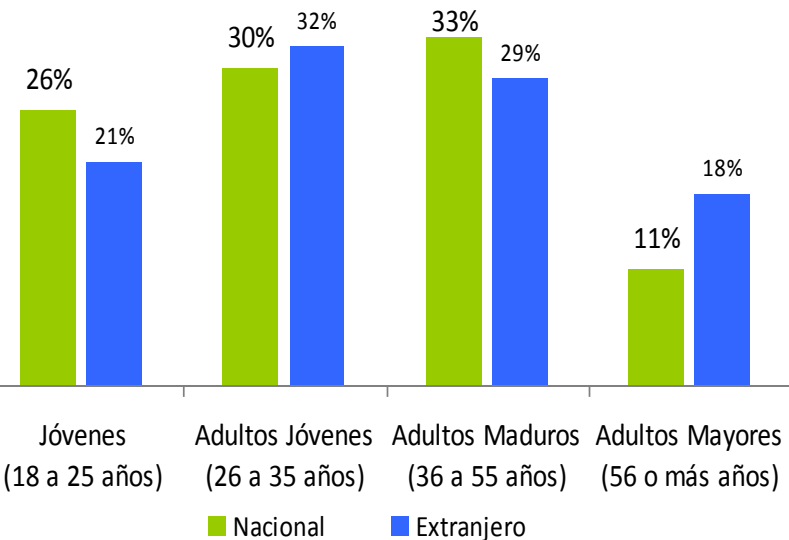
Base: Extranjeros (122)

Perfil de la muestra

Edad del entrevistado

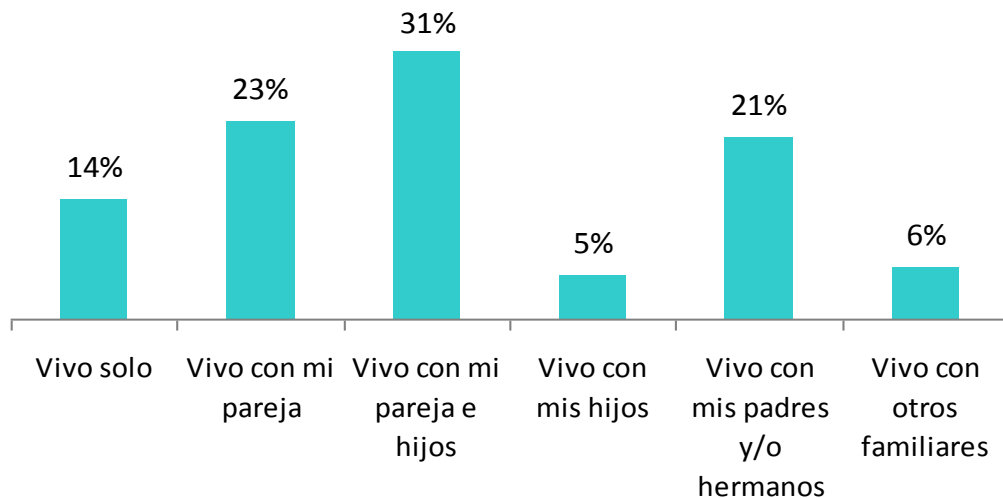


Base: Total de entrevistados (1,200)

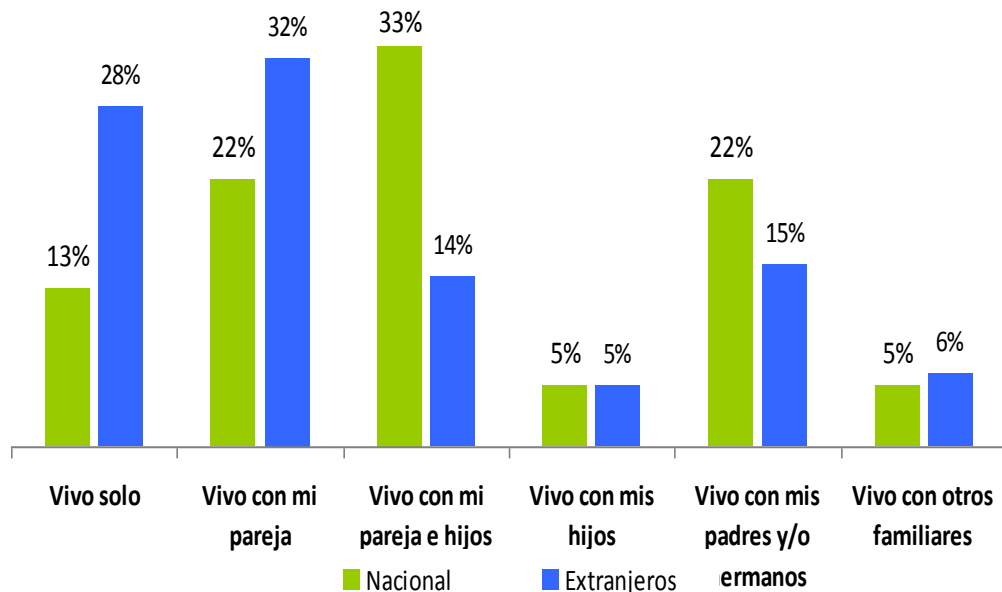


Base: Total de entrevistados (1,200)

Composición familiar



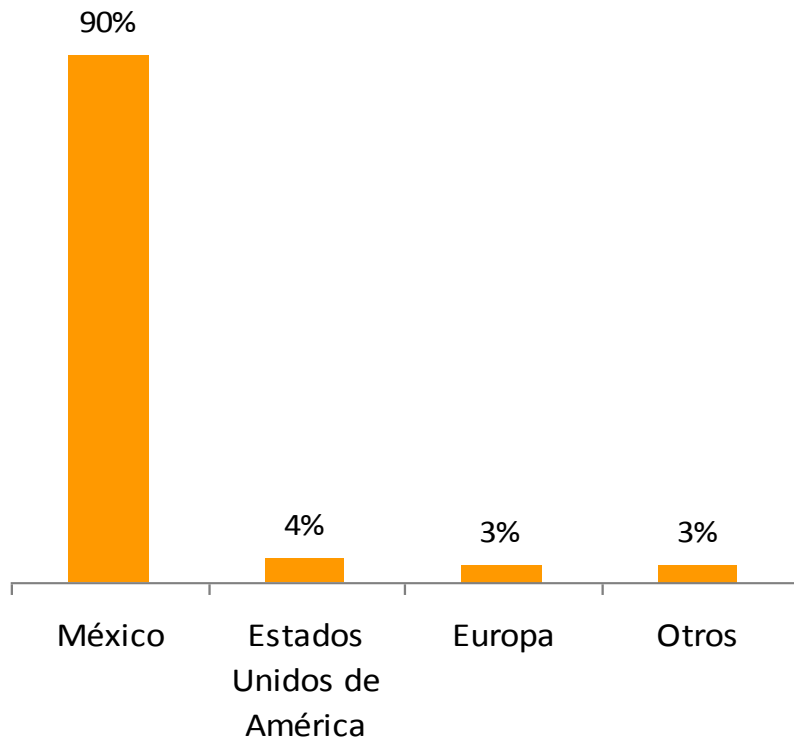
Base: Total de entrevistados (1,200)



Base: Total de entrevistados (1,200)

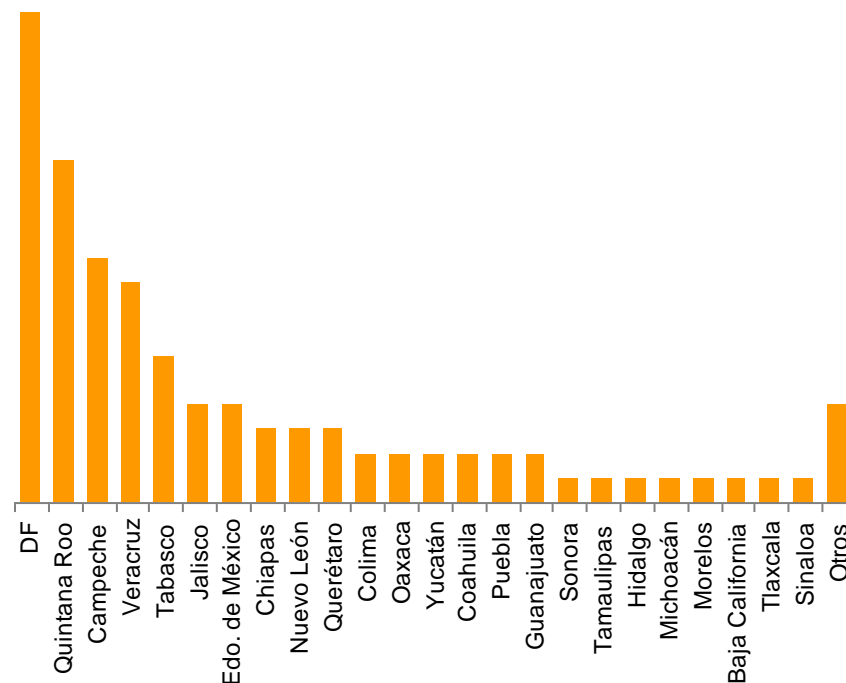
Perfil de la muestra (continuación)

Origen del visitante



Base: Total de entrevistados
(1,200)

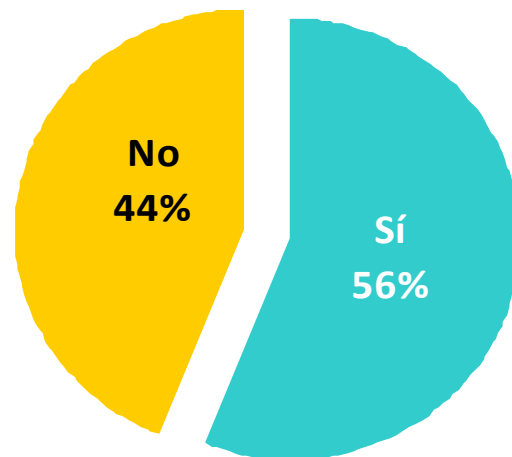
Origen del visitante mexicano



Base: Nacional
(1,078)

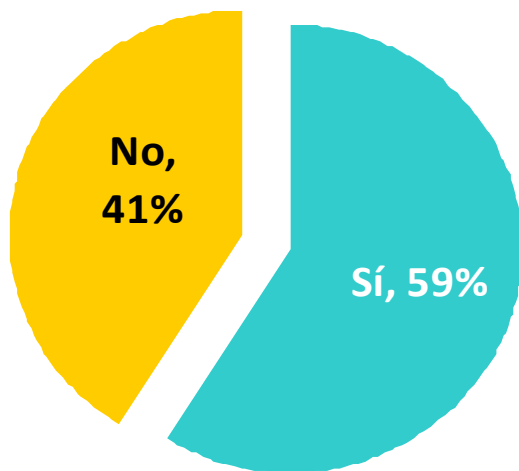
Perfil de la muestra (continuación)

Visitas anteriores al destino



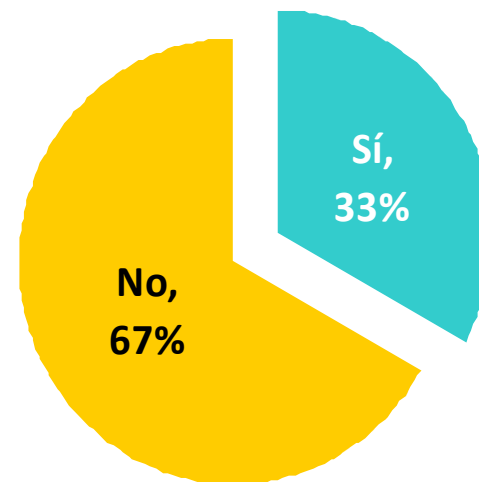
Base: Total de entrevistados (1,200)

Nacionales



Base: Nacionales (1,078)

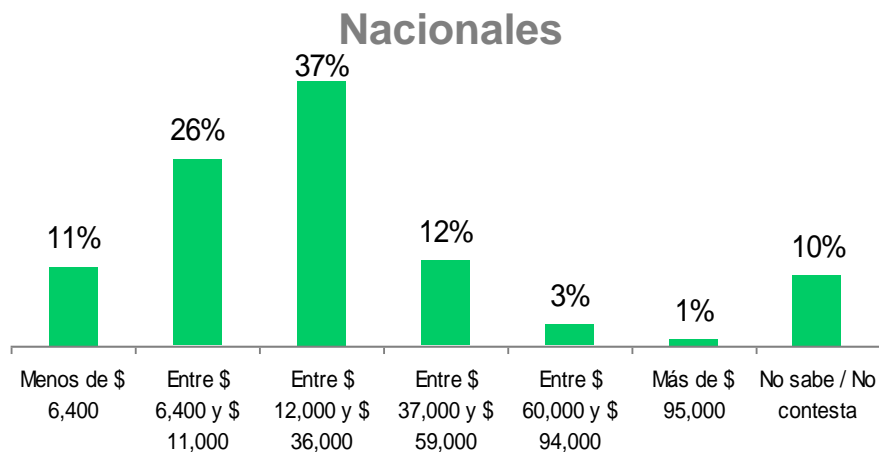
Extranjeros



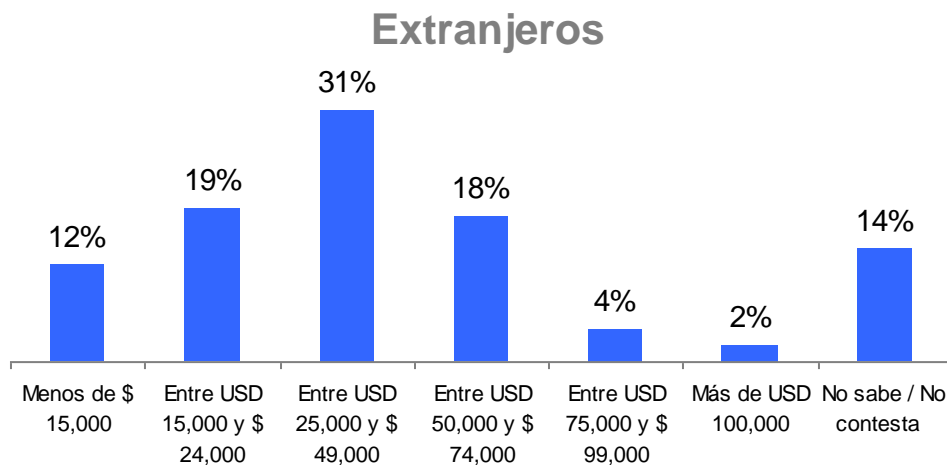
Base: Extranjeros (122)

Perfil de la muestra (continuación)

Ingresos por origen del visitante



Base: Nacionales (1,078)



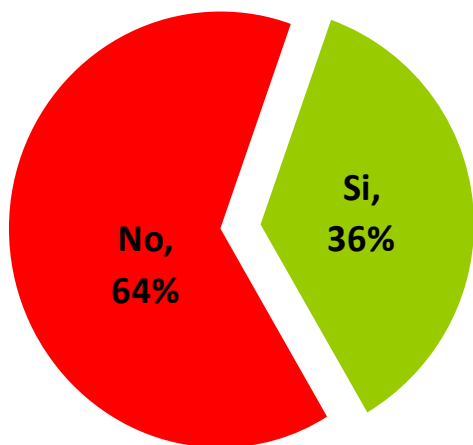
Base: Extranjeros (583)

**Los rangos de ingresos se basan en las nuevas clasificaciones de la AMAI.
Cantidades superiores a 500 se van al límite superior y las menores se van al límite inferior.

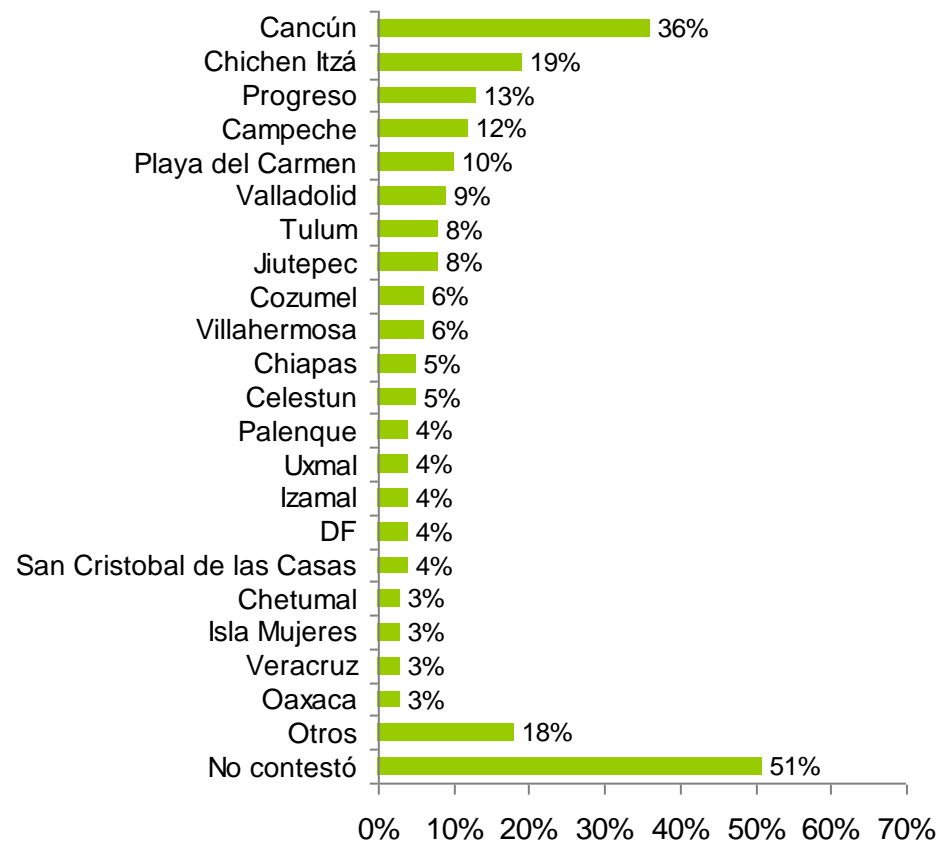
Perfil de la muestra (continuación)

Visitaron otro destino

Otras ciudades visitadas



Base total de entrevistas total anual: 1.200



Base: Quienes visitaron otros destinos 431

* Se agruparon los valores menores al 2% en la leyenda "Otros" (18%)

** Mención múltiple, puede sumar más de 100%

Perfil del comportamiento de los entrevistados

Explicación de Gráficas y Tablas

-Forma de lectura-

En los cuadros divididos por segmento se muestran las leyendas que indican diferencia significativa entre columnas (a, b, c, etc. según corresponda) y marcándolas con color para distinguirlas.

	Total	Segmentación X	
		Segmento 1	Segmento 2
		a ←	b
Respuesta 1	81.0%	78.0%	84.0% a
Respuesta 2	9.0%	10.0%	7.0%

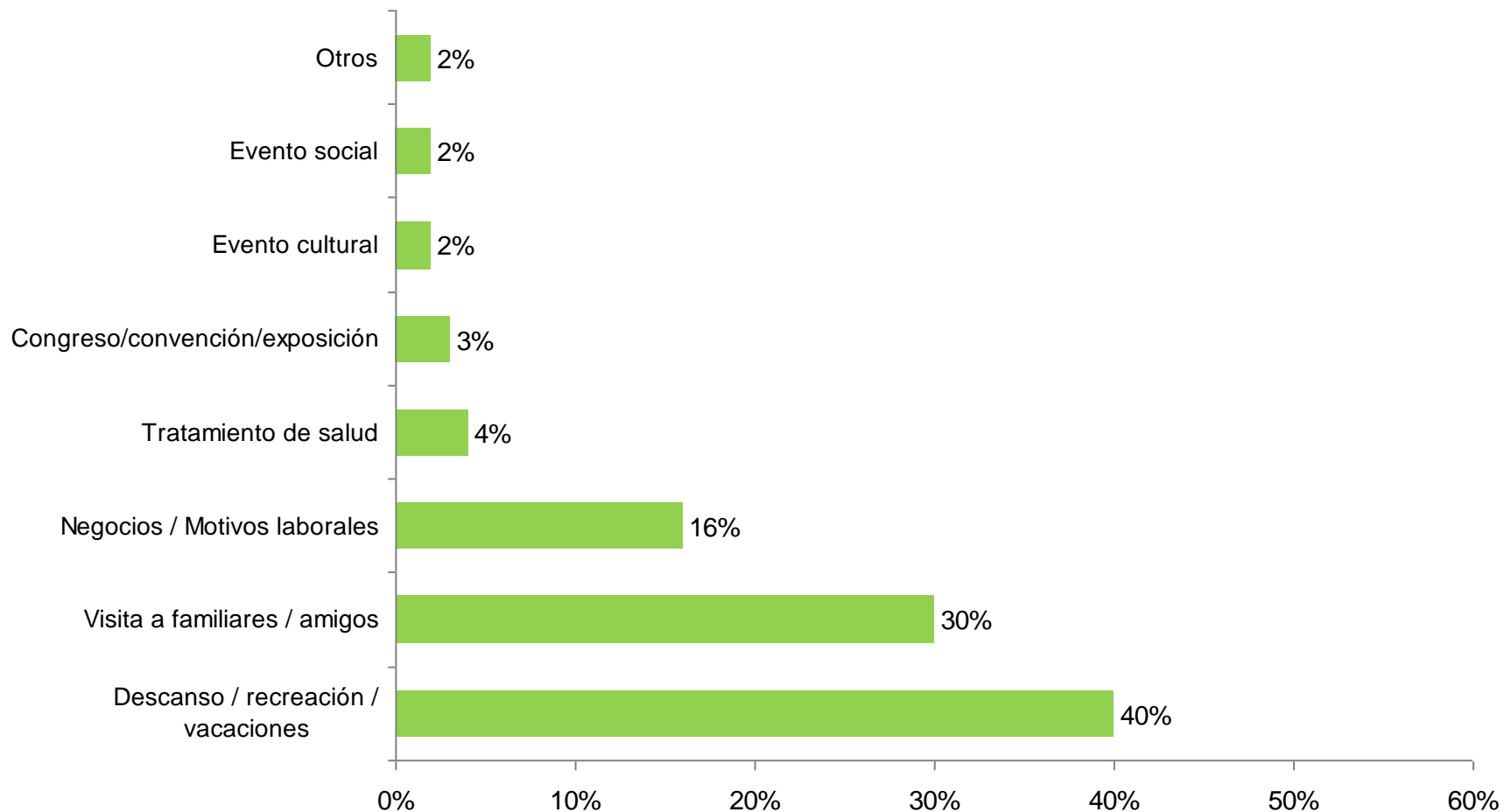
Columna "a" de la Segmentación X

Diferencia significativa del segmento 2 respecto al segmento 1 (columna "a" de la Segmentación X)

% con diferencias significativas entre segmentos

DIF. SIG: Las proporciones entre destinos tienen distintas bases, por ello posiblemente en algunos casos no existan diferencias significativas, aun cuando se tenga la misma proporción. Por regla, se considera a una base como pequeña cuando tiene entre 31 y 99 casos. Se considera a una base muy pequeña cuando tiene 30 o menos casos y no es susceptible de pruebas de significancia estadística.

Motivo principal de la visita



Base total de entrevistas total anual: 1,200

P5.- ¿Cuál de las siguientes opciones definen mejor el motivo principal de su viaje a este destino?. MOTIVO PRINCIPAL

Motivo principal de la visita

Por Demográficos

Motivo principal de Viaje	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
Descanso / recreación / vacaciones	40%	39%	40%	31%	36%	42%	61%	36%	69%
						a	abc		a
Visita a familiares / amigos	30%	26%	35%	38%	31%	27%	23%	32%	14%
			a	cd				b	
Negocios / Motivos laborales	16%	23%	10%	13%	20%	17%	10%	17%	7%
		b			ac	d		b	
Tratamiento de salud	4%	3%	4%	2%	4%	5%	4%	4%	3%
Congreso/convención/exposición	3%	3%	4%	6%	2%	4%	-	4%	-
				bc		d		b	
Evento cultural	2%	2%	3%	3%	2%	3%	-	2%	2%
				d		d			
Evento social	2%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	2%	-
				cd	c				
Luna de miel / romance	1%	1%	1%	1%	1%	1%	-	1%	2%
Otros	2%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	2%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1200 603 597 301 362 392 145 1078 122

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

Motivo principal de la visita

Por Ingresos - Nacionales

Motivo principal de Viaje	Nacionales	Ingresos					
		Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
Descanso / recreación / vacaciones	36%	30%	33%	39%	38%	43%	27%
Visita a familiares / amigos	32%	33%	35%	31%	37%	24%	20%
Negocios / Motivos laborales	17%	22% d	18% d	19% d	10%	24% d	33%
Tratamiento de salud	4%	7% c	4%	3%	3%	-	13%
Congreso/convención/exposición	4%	2%	3%	3%	6%	3%	-
Evento cultural	2%	3%	1%	2%	4%	-	-
Evento social	2%	1%	3%	2%	2%	3%	-
Luna de miel / romance	1%	1%	1%	1%	-	-	-
Otros	2%	1%	2%	0%	0%	3%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base:

1078

120

282

394

128

37*

15**

% con diferencias significativas entre ingresos

Motivo principal de la visita

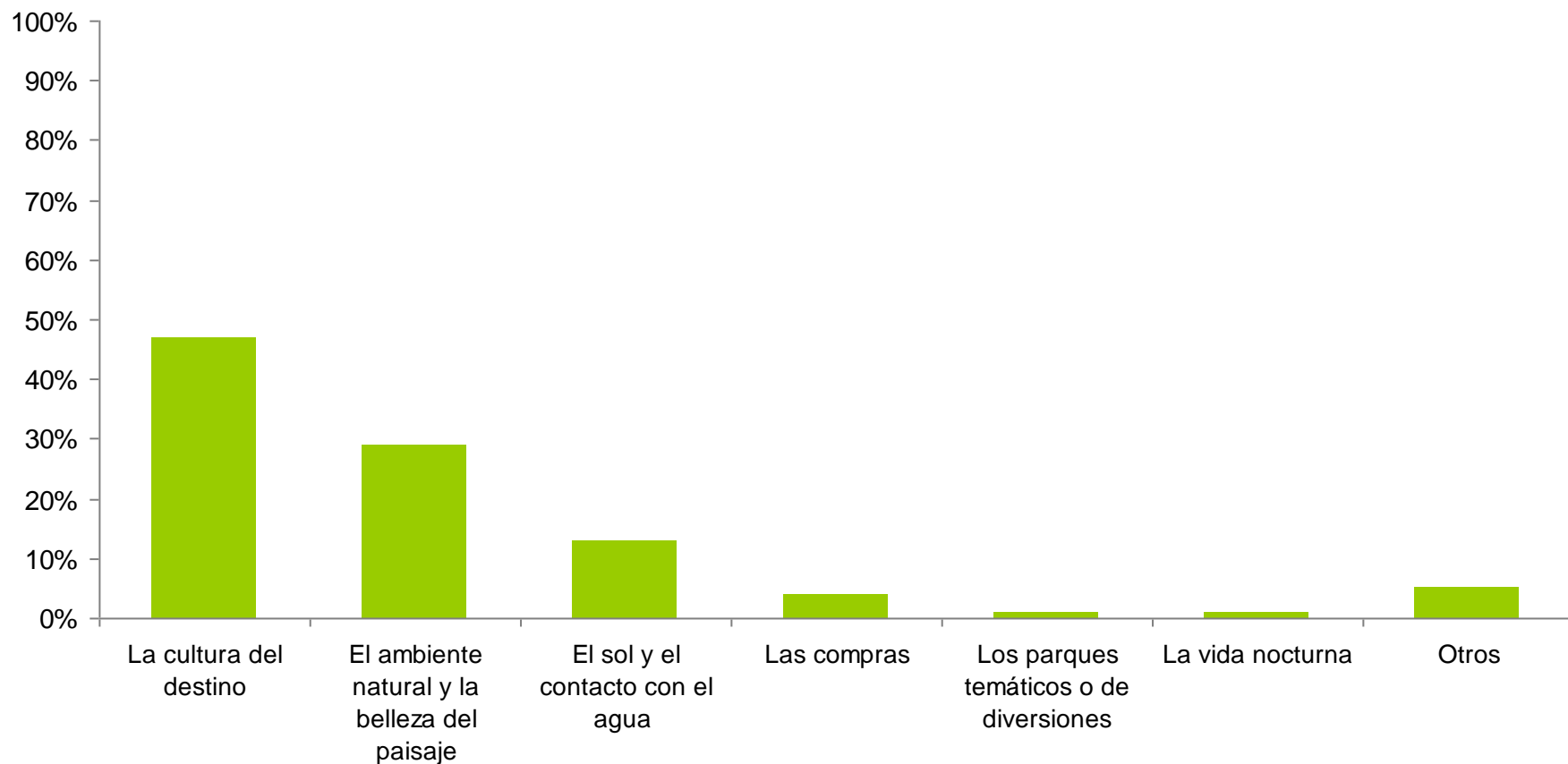
Por Ingresos - Extranjeros

Motivo principal de Viaje	Extranjeros	Ingresos					
		Menos de \$ 15,000	Entre USD 15,000 y \$ 24,000	Entre USD 25,000 y \$ 49,000	Entre USD 50,000 y \$ 74,000	Entre USD 75,000 y \$ 99,000	Más de USD 100,000
		a	b	c	d	e	f
Descanso / recreación / vacaciones	69%	67%	86%	63%	80%	75%	100%
Visita a familiares / amigos	14%	13%	5%	18%	5%	25%	-
Negocios / Motivos laborales	7%	13%	5%	5%	10%	-	-
Tratamiento de salud	3%	-	-	8%	5%	-	-
Evento cultural	2%	-	-	-	-	-	-
Luna de miel / romance	2%	7%	-	-	-	-	-
Otros	3%	0%	4%	6%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 122 15** 21** 38* 20** 4** 2**

% con diferencias significativas entre ingresos

Razón principal que motivó la visita de descanso o placer (1^a. mención)



Base total de quienes viajan por descanso: 473

P6.- ¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de descanso o placer a este destino?. RAZÓN PRINCIPAL

Razón principal que motivó la visita de descanso o placer (1^a. mención) Por Demográficos

Razón principal de la visita	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
La cultura del destino	47%	49%	45%	45%	48%	45%	52%	45%	56%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	29%	26%	31%	26%	27%	32%	27%	30%	21%
El sol y el contacto con el agua	13%	12%	13%	13%	11%	13%	13%	13%	13%
Las compras	4%	3%	5%	9% cd	5%	2%	1%	5%	1%
Los parques temáticos o de diversiones	1%	2%	1%	2%	2%	1%	-	1%	1%
La vida nocturna	1%	1%	1%	3%	1%	1%	-	1%	-
La práctica de actividades deportivas	0%	1%	-	-	-	1%	-	1%	-
Otros	5%	6%	4%	2%	6%	5%	7%	4%	8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 473 234 239 93* 128 163 89* 389 84*

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

Razón principal que motivó la visita de descanso o placer (1^a. mención)

Por Ingresos – Extranjeros

Razón principal de la visita	Extranjero	Ingresos					
		Menos de USD \$15,000	Entre USD \$15,000 y \$24,000	Entre USD \$25,000 y \$49,000	Entre USD \$50,000 y \$74,000	Entre USD \$75,000 y \$99,000	Más de USD \$100,000
		a	b	c	d	e	f
La cultura del destino	56%	60%	61%	50%	63%	-	50%
El ambiente natural y la belleza del destino	21%	20%	22%	25%	6%	33%	50%
El sol y el contacto con el agua	13%	20%	11%	17%	13%	-	-
Las compras	1%	-	-	4%	-	-	-
Los parques temáticos o de diversión	1%	-	-	-	6%	-	-
La vida nocturna	-	-	-	-	-	-	-
La práctica de actividades deportivas	-	-	-	-	-	-	-
Otro	8%	0%	6%	4%	12%	67%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base:

84*

10**

18**

24**

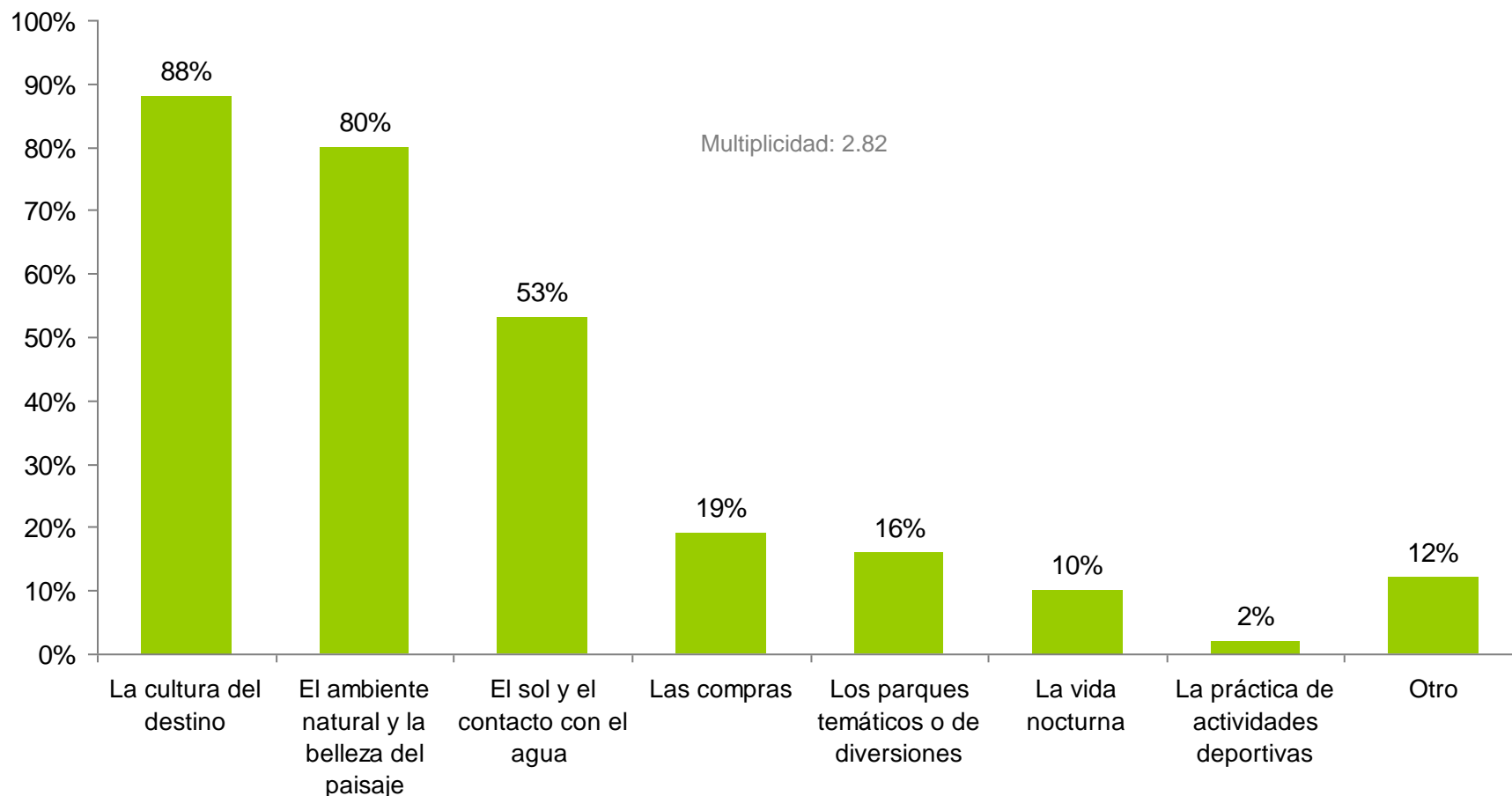
16**

3**

2**

% con diferencias significativas entre ingresos

Razones que motivaron la visita de descanso o placer (Total menciones)



Base total de quienes viajan por descanso: 473

* Respuesta múltiple, suman más de 100%

P6.- ¿Cuál de las siguientes razones motivó más su visita de descanso o placer a este destino?. 3 menciones

Razones que motivaron la visita de descanso o placer (Total menciones) Por Demográficos

Razones de la visita	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
La cultura del destino	88%	88%	88%	85%	91%	91%	84%	88%	90%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	80%	81%	79%	73%	74%	85%	88%	81%	76%
El sol y el contacto con el agua	53%	52%	54%	54%	49%	55%	54%	52%	60%
Las compras	19%	18%	20%	25%	19%	18%	17%	22%	8%
Los parques temáticos o de diversiones	16%	20%	13%	13%	14%	17%	22%	18%	7%
La vida nocturna	10%	10%	10%	19%	11%	7%	4%	10%	10%
La práctica de actividades deportivas	2%	3%	2%	3%	2%	3%	-	2%	2%
Otro	12%	12%	13%	14%	13%	11%	13%	11%	19%

Base: 473 234 239 93* 128 163 89* 389 84*

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

* Respuesta múltiple, suman más de 100%

Razones que motivaron la visita de descanso o placer (Total menciones)

Por Ingresos – Nacionales

Razones de la visita	Nacionales	Ingresos					
		Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
La cultura del destino	88%	89%	91%	87%	88%	88%	100%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	81%	75%	84%	79%	88%	69%	100%
El sol y el contacto con el agua	52%	42%	54%	48%	67% ac	75%	50%
Las compras	22%	28%	22%	23%	15%	31%	-
Los parques temáticos o de diversiones	18%	22%	13%	19%	19%	19%	25%
La vida nocturna	10%	8%	12%	10%	6%	13%	-
La práctica de actividades deportivas	2%	3%	2%	3%	-	-	-
Otro	11%	17%	6%	15%	6%	-	25%

Base:

389

36

94

151

48

16

4

% con diferencias significativas entre ingresos

* Respuesta múltiple, suman más de 100%

Razones que motivaron la visita de descanso o placer (Total menciones)

Por Ingresos – Extranjeros

Razones de la visita	Extranjeros	Ingresos					
		Menos de \$ 15,000	Entre USD 15,000 y \$ 24,000	Entre USD 25,000 y \$ 49,000	Entre USD 50,000 y \$ 74,000	Entre USD 75,000 y \$ 99,000	Más de USD 100,000
		a	b	c	d	e	f
La cultura del destino	90%	90%	100%	75%	100%	67%	100%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	76%	80%	83%	71%	75%	67%	100%
El sol y el contacto con el agua	60%	70%	67%	54%	44%	100%	100%
Las compras	8%	-	6%	17%	13%	-	-
Los parques temáticos o de diversiones	7%	20%	11%	-	6%	-	-
La vida nocturna	10%	10%	11%	8%	13%	-	-
La práctica de actividades deportivas	2%	-	-	4%	6%	-	-
Otro	19%	10%	11%	21%	19%	67%	-

Base:

84

10

18

24

16

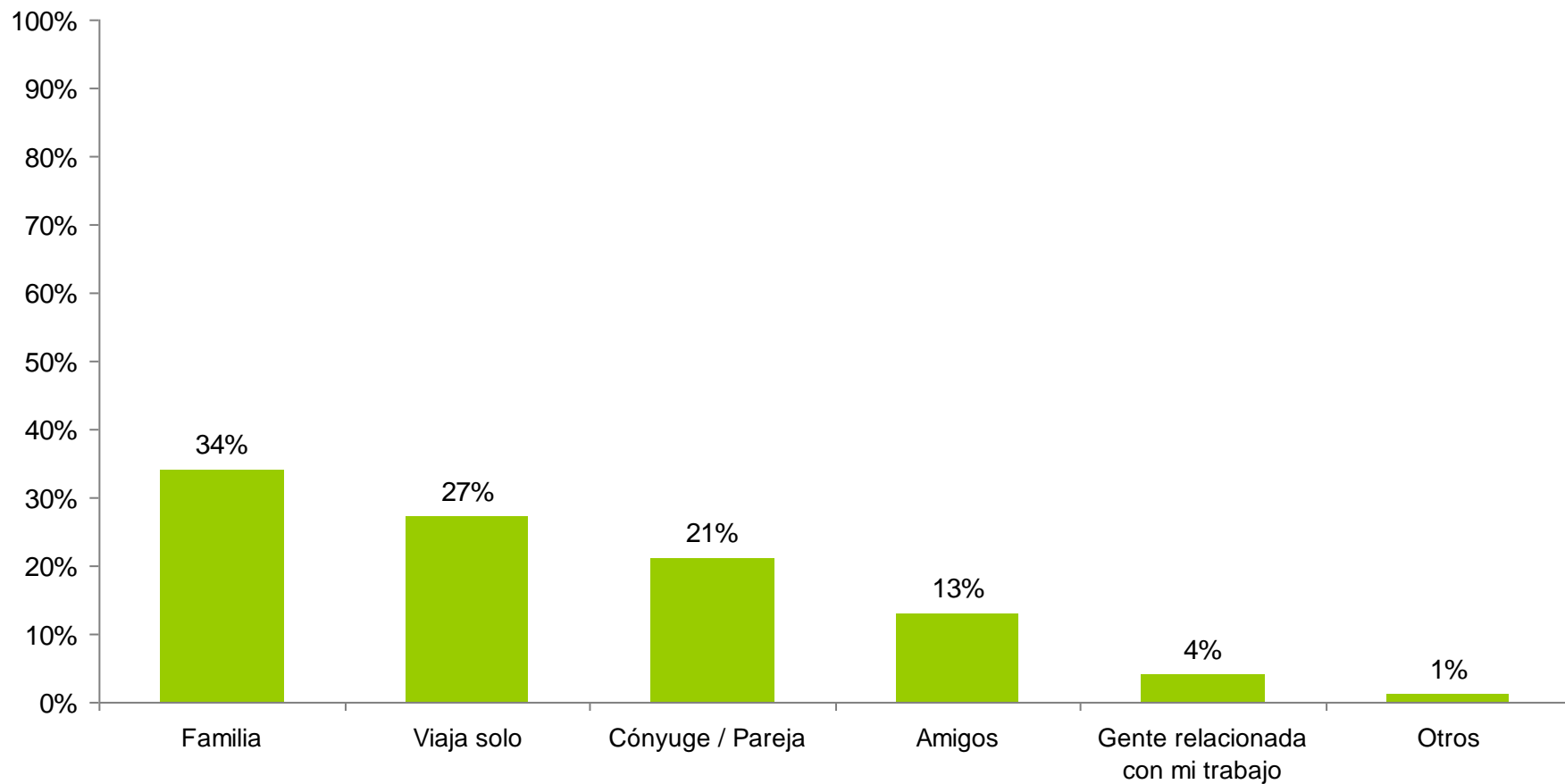
3

2

% con diferencias significativas entre ingresos

* Respuesta múltiple, suman más de 100%

Acompañantes de viaje



Base total de entrevistas total anual: 1,200

P10.-¿Con quién viaja en estos momentos? Excluya a los miembros de un tour o grupo masivo de viaje.

Acompañantes de viaje

Por Demográficos

Acompañantes de viaje	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
Cónyuge / Pareja	21%	20%	23%	9%	22%	26%	36%	21%	29%
					acd	a	abc		a
Familia	34%	28%	40%	31%	31%	40%	34%	36%	18%
			a			ab		b	
Amigos	13%	13%	13%	27%	8%	7%	7%	12%	17%
				bcd					
Gente relacionada con mi trabajo	5%	5%	4%	2%	8%	4%	1%	5%	1%
					acd			b	
Viaja solo	27%	34%	20%	31%	31%	23%	22%	26%	35%
		b		c	cd				a
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1200 603 597 301 362 392 145 1078 122

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

P10.-¿Con quién viaja en estos momentos? Excluya a los miembros de un tour o grupo masivo de viaje.

Acompañantes de viaje

Por Ingresos – Nacionales

Acompañantes de viaje	Nacionales	Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
Cónyuge / Pareja	21%	20%	23%	21%	20%	16%	7%
Familia	36%	31%	30%	39% b	46% abe	24%	13%
Amigos	12%	9%	13%	11%	15%	22% a	20%
Gente relacionada con mi trabajo	5%	2%	5%	7% ad	2%	14% abd	-
Viaja solo	26%	38% d	29% cd	22%	17%	24%	60%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1078 120 282 394 128 37* 15**

% con diferencias significativas entre ingresos

Acompañantes de viaje

Por Ingresos – Extranjeros

Acompañantes de viaje	Extranjero	Menos de USD \$15,000	Entre USD \$15,000 y \$24,000	Entre USD \$25,000 y \$49,000	Entre USD \$50,000 y \$74,000	Entre USD \$75,000 y \$99,000	Más de USD \$100,000
		a	b	c	d	e	f
Cónyuge / Pareja	29%	47%	48%	21%	15%	25%	50%
Familia	18%	20%	-	24%	15%	25%	-
Amigos	17%	13%	24%	10%	30%	-	-
Gente relacionada con mi trabajo	1%	-	4%	-	-	-	-
Viaja solo	35%	20%	24%	45%	40%	50%	50%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 122 15** 21** 38* 20** 4** 2**

% con diferencias significativas entre ingresos

Acompañantes de viaje

Por Motivo del viaje

Motivo principal de Viaje	TOTAL	Cónyuge / Pareja	Familia	Amigos	Gente relacionada con mi trabajo	Viaja Solo
		a	b	c	d	e
Descanso / recreación / vacaciones	40%	52%	45%	50%	2%	23%
Visita a familiares / amigos	30%	25%	41%	17%	2%	31%
Negocios / Motivos laborales	16%	6%	3%	13%	81%	33%
Tratamiento de salud	4%	5%	4%	-	-	5%
Congreso/convencción/exposición	3%	2%	0%	10%	8%	4%
Evento cultural	2%	3%	2%	5%	2%	1%
Evento social	2%	3%	2%	3%	4%	1%
Luna de miel / romance	1%	4%	-	-	-	-
Otro	2%	0%	3%	2%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1200 257 411 155 52 325

% con diferencias significativas entre acompañantes

P10.-¿Con quién viaja en estos momentos? Excluya a los miembros de un tour o grupo masivo de viaje.

Acompañantes de viaje

Por Motivo del viaje

Motivo principal de Viaje	TOTAL	Cónyuge / Pareja	Familia	Amigos	Gente relacionada con mi trabajo	Viaja Solo
Descanso / recreación / vacaciones	40%	52%	45%	50%	2%	23%
La cultura del destino	13%	17%	14%	16%	1%	7%
El ambiente natural y la belleza del paisaje	11%	15%	13%	14%	1%	6%
El sol y el contacto con el agua	8%	12%	8%	6%	-	4%
Las compras	3%	3%	3%	5%	-	1%
Los parques temáticos o de diversiones	2%	2%	4%	2%	-	1%
La vida nocturna	1%	1%	1%	4%	1%	1%
La práctica de actividades deportivas	0%	0%	0%	1%	-	0%
Otro	2%	1%	2%	2%	-	1%
Visita a familiares / amigos	30%	25%	41%	17%	2%	31%
Negocios / Motivos laborales	16%	6%	3%	13%	81%	33%
Tratamiento de salud	4%	5%	4%	-	-	5%
Congreso/convención/exposición	3%	2%	0%	10%	8%	4%
Evento cultural	2%	3%	2%	5%	2%	1%
Evento social	2%	3%	2%	3%	4%	1%
Luna de miel / romance	1%	4%	-	-	-	-
Otro	2%	0%	3%	2%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base:

1200

257

411

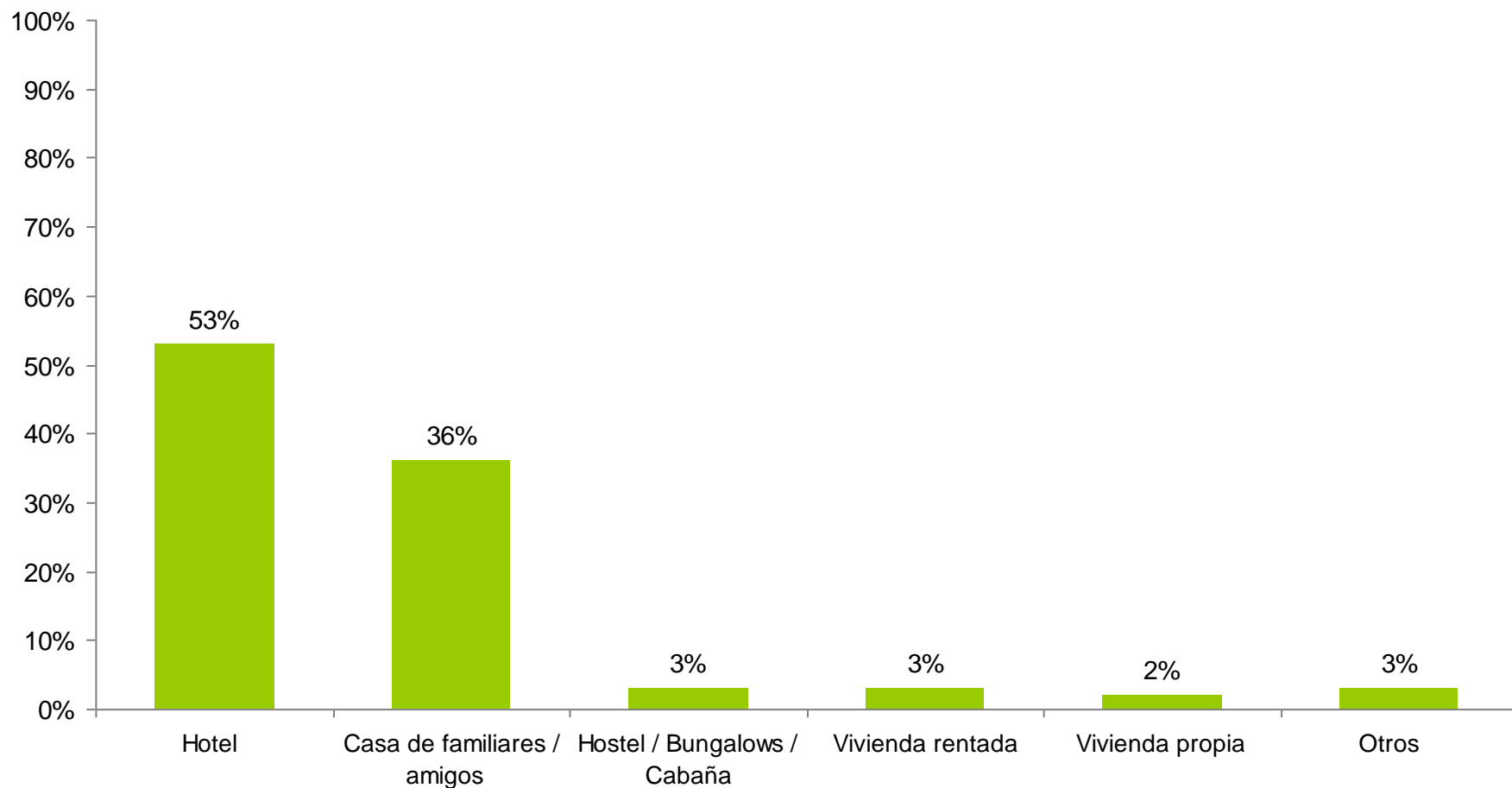
155

52

325

P10.-¿Con quién viaja en estos momentos? Excluya a los miembros de un tour o grupo masivo de viaje.

Tipo de hospedaje



Base de quienes se quedaron una noche o más: 1,145

P12.- ¿En qué tipo de establecimiento se está hospedando?

Tipo de hospedaje

Por Demográficos

Tipo de hospedaje	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
Hotel	53%	54%	52%	40%	57%	57%	61%	53%	60%
					a	a	a		
Casa de familiares / amigos	36%	33%	39%	45%	32%	36%	25%	38%	16%
			a	bcd		d		b	
Hostel / Bungalows / Cabaña	3%	3%	2%	6%	3%	1%	2%	1%	15%
				c	c				a
Vivienda rentada	3%	4%	1%	3%	3%	1%	4%	3%	3%
		b					c		
Vivienda propia	2%	2%	2%	1%	2%	1%	5%	2%	2%
							ac		
Casa de huéspedes	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%
Motel	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	-
						b	b		
Tiempo compartido	1%	1%	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%
Otros	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1145 575 570 290 347 367 141 1024 121

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

P12.- ¿En qué tipo de establecimiento se está hospedando?

Tipo de hospedaje

Por Ingresos – Nacionales

Tipo de hospedaje	Nacionales	Ingresos					
		Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
Hotel	53%	30%	49%	59%	60%	62%	47%
			a	ab	ab	a	
Casa de familiares / amigos	38%	53%	42%	34%	31%	30%	33%
		cde	cd				
Hostel / Bungalows / Cabaña	1%	2%	1%	2%	2%	-	-
Vivienda rentada	3%	3%	3%	3%	-	3%	7%
Vivienda propia	2%	3%	2%	1%	3%	3%	-
Casa de huéspedes	1%	2%	-	-	1%	3%	-
		c				c	
Motel	1%	2%	0%	1%	1%	-	13%
Tiempo compartido	1%	-	0%	1%	1%	-	-
Otros	0%	5%	3%	-1%	1%	-1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base:

1024

102

269

380

121

37

15

% con diferencias significativas entre ingresos

Tipo de hospedaje

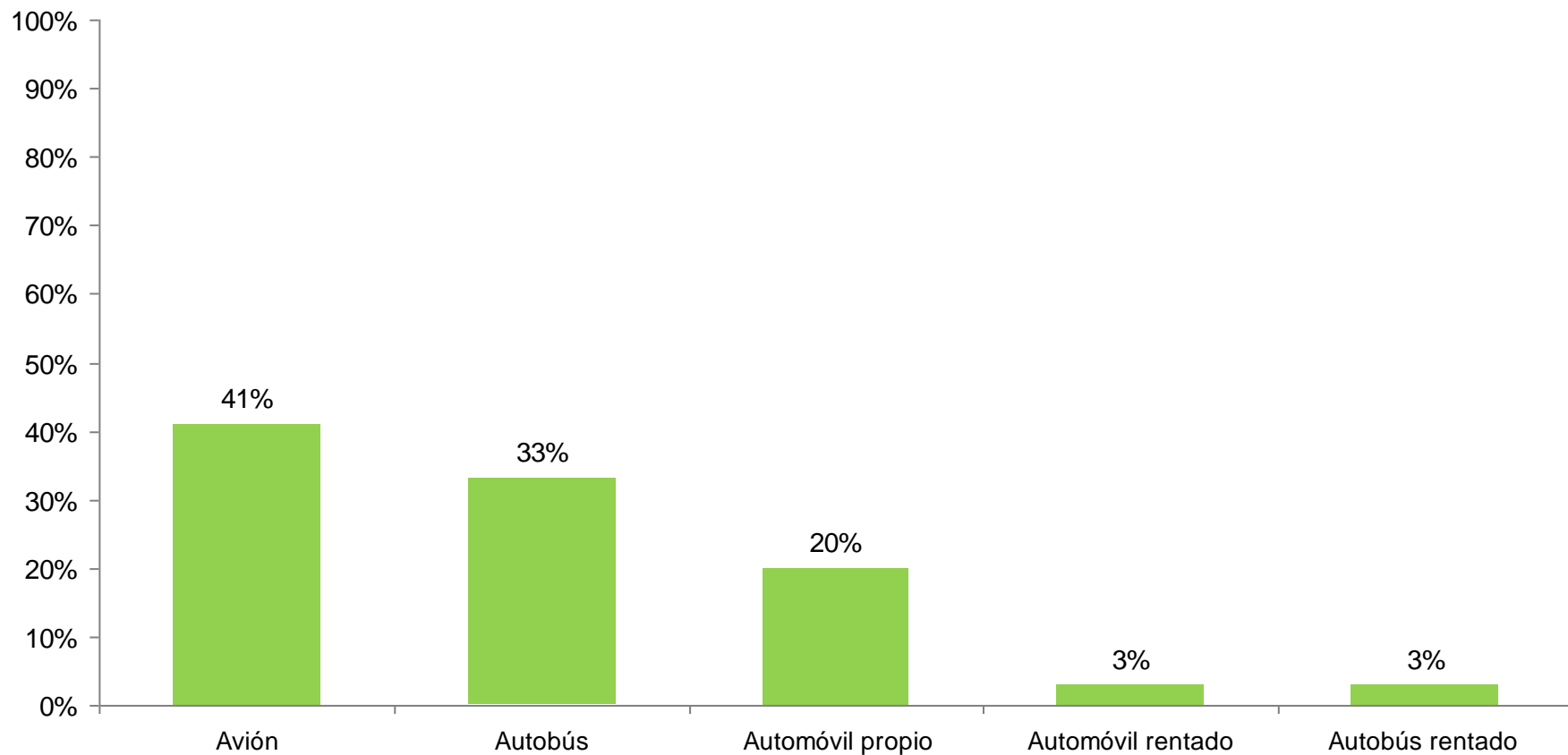
Por Ingresos – Extranjeros

Tipo de hospedaje	Extranjeros	Ingresos					
		Menos de \$ 15,000	Entre USD 15,000 y \$ 24,000	Entre USD 25,000 y \$ 49,000	Entre USD 50,000 y \$ 74,000	Entre USD 75,000 y \$ 99,000	Más de USD 100,000
		a	b	c	d	e	f
Hotel	60%	67%	57%	61%	70%	75%	50%
Casa de familiares / amigos	16%	13%	10%	18%	10%	-	-
Hostel / Bungalows / Cabaña	15%	7%	19%	16%	10%	25%	-
Vivienda rentada	3%	-	4%	2%	-	-	-
Vivienda propia	2%	7%	-	3%	-	-	-
Casa de huéspedes	2%	-	10%	-	-	-	50%
Tiempo compartido	1%	-	-	-	5%	-	-
Otros	1%	6%	0%	0%	5%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 121 15 21 38 20 4 2

**% con diferencias significativas
entre ingresos**

Principal medio de transporte



Base total de entrevistas total anual: 1,200

P13.- ¿Cuál fue el principal medio de transporte que utilizó para llegar a este destino?

Principal medio de transporte

Por Demográficos

Principal medio de transporte	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
Avión	41%	42%	41%	30%	44%	43%	52%	39%	62%
					a	a	ac		a
Autobús	33%	31%	34%	41%	32%	30%	26%	34%	25%
				bcd				b	
Automóvil propio	20%	21%	19%	24%	18%	20%	17%	21%	7%
								b	
Automóvil rentado	3%	2%	4%	2%	3%	4%	1%	2%	5%
			a						
Autobús rentado	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	1%
Otro	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%
		b							
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1200 603 597 301 362 392 145 1078 122

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

Principal medio de transporte

Por Ingresos - Nacionales

Principal medio de transporte	Nacionales	Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
Avión	39%	15%	30%	50%	41%	70%	40%
			a	ab	abc	abcd	
Autobús	34%	58%	43%	24%	23%	16%	33%
		bcde	cde				
Automóvil propio	21%	23%	22%	20%	25%	14%	27%
Automóvil rentado	2%	-	1%	3%	8%	-	-
					abc		
Autobús rentado	3%	-	3%	3%	3%	-	-
			a	a			
Otro	1%	4%	1%	0%	-	-	-
		bcd					
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1078 120 282 394 128 37* 15**

% con diferencias significativas entre ingresos

Principal medio de transporte

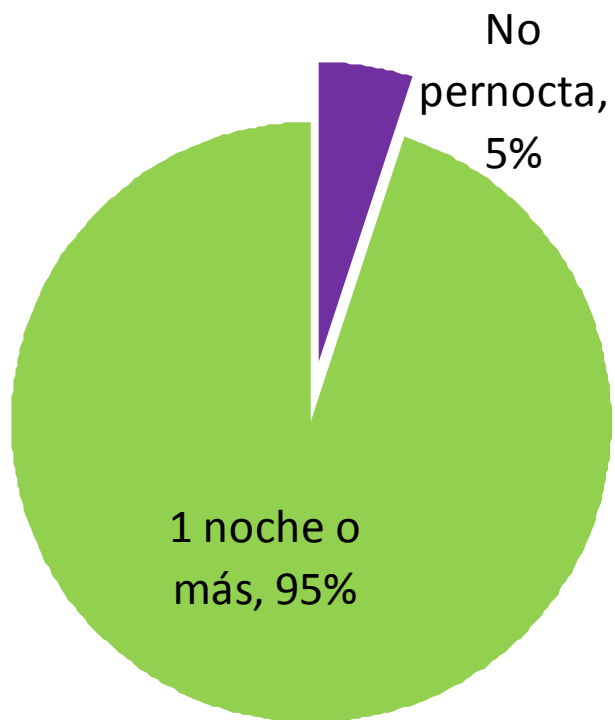
Por Ingresos - Extranjeros

Principal medio de transporte	Extranjero	Ingresos					
		Menos de USD \$15,000	Entre USD \$15,000 y \$24,000	Entre USD \$25,000 y \$49,000	Entre USD \$50,000 y \$74,000	Entre USD \$75,000 y \$99,000	Más de USD \$100,000
		a	b	c	d	e	f
Avión	62%	67%	62%	63%	70%	25%	100%
Autobús	25%	27%	19%	26%	20%	75%	-
Automóvil propio	7%	-	5%	11%	5%	-	-
Automóvil rentado	5%	6%	10%	-	5%	-	-
Autobús rentado	1%	-	4%	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 122 15 21 38 20 4 2

% con diferencias significativas entre ingresos

Noches de permanencia



Base total de entrevistados: 1,200

P7.- ¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?

Noches de permanencia

Por Demográficos

Noches de permanencia	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
		a	b	a	b	c	d	a	b
0 noches	5%	5%	5%	4%	4%	6%	3%	5%	1%
1 noche o más	95%	95%	95%	96%	96%	94%	97%	95%	99%
Base Total de entrevistados	1,200	603	597	301	362	392	145	1,078	122
Promedio de noches (sin extremos)	2.98	3.0	3.0	2.9	3.1	2.9	3.0	3.0	3.0
Base entrevistados manifestaron quedarse 1 noche o más	1,145	575	570	290	347	367	141	1,024	121

% con diferencias significativas entre géneros

% con diferencias significativas entre rangos de edad

% con diferencias significativas entre nacionalidad

P7.- ¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?

Noches de permanencia Por Ingresos – Nacionales

Noches de permanencia	Nacionales	Ingresos					
		Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
0 noches	5%	15% bcde	5%	4%	5%	-	-
1 noche o más	95%	85%	95% a	96% a	95% a	100% a	100%
Base Total de entrevistados	1,078	120	282	394	128	37*	15**
Promedio de noches (sin extremos)	3.0	2.7	3.0	3.0	3.2	3.6	3.0
Base entrevistados manifestaron quedarse 1 noche o más	1,024	102	269	380	121	37*	15**

% con diferencias significativas entre ingresos

P7.- ¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?

Noches de permanencia

Por Ingresos – Extranjeros

Noches de permanencia	Extranjero	Ingresos					
		Menos de USD \$15,000	Entre USD \$15,000 y \$24,000	Entre USD \$25,000 y \$49,000	Entre USD \$50,000 y \$74,000	Entre USD \$75,000 y \$99,000	Más de USD \$100,000
		a	b	c	d	e	f
0 noches	1%	-	-	-	-	-	-
1 noche o más	99%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base Total de entrevistados	122	15**	21**	38*	20**	4**	2**
Promedio de noches (sin extremos)	3.0	3.5	2.6	3.0	3.2	3.3	5.0
Base entrevistados manifestaron quedarse 1 noche o más	121	15**	21**	38*	20**	4**	2**

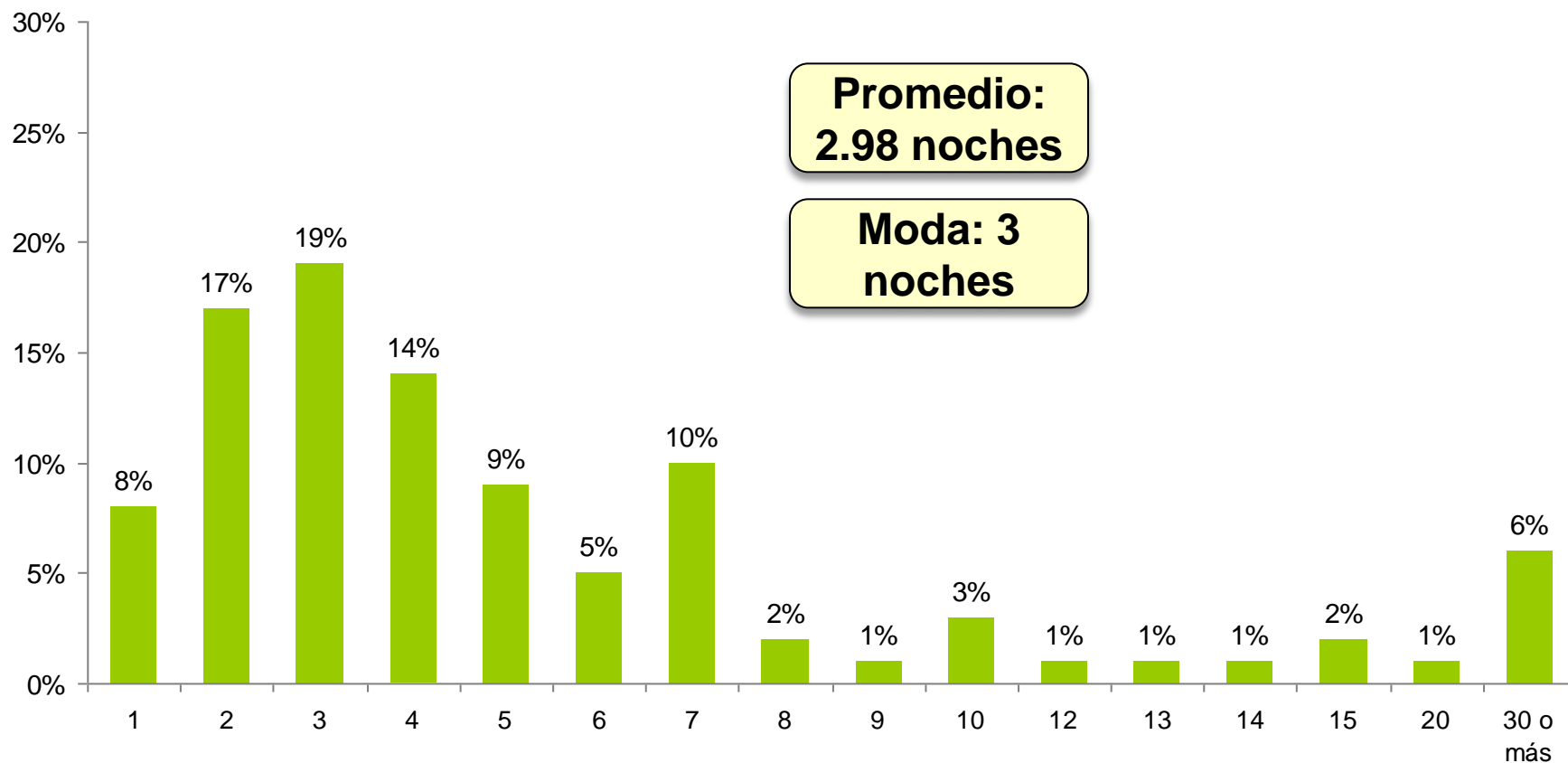
% con diferencias significativas entre ingresos

P7.- ¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?

Análisis de la Estadía

Noches promedio en el Destino

-Visitantes que permanecieron al menos una noche-



Base total de entrevistados: 1,145

El promedio es la media ajustada

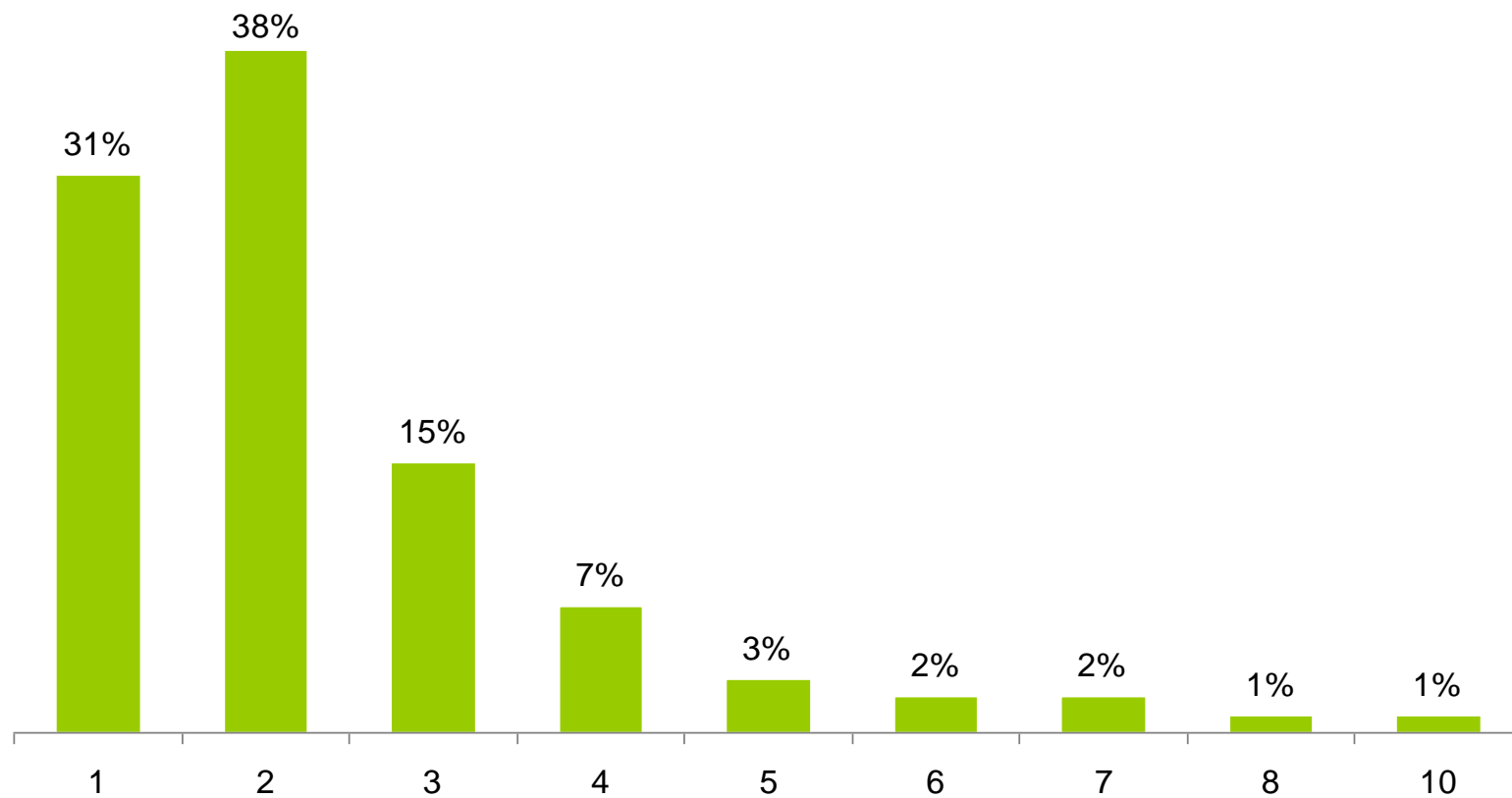
P7.- ¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?

Noches en el Destino – Por Demográficos

-Visitantes que permanecieron al menos una noche-

Noches de permanencia	TOTAL	Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
1	8%	8%	9%	10%	6%	9%	9%	8%	7%
2	17%	16%	18%	21%	16%	17%	13%	18%	15%
3	19%	19%	19%	14%	22%	22%	14%	20%	12%
4	14%	13%	15%	15%	13%	14%	16%	14%	15%
5	9%	9%	10%	10%	10%	8%	7%	9%	8%
6	5%	6%	4%	5%	5%	5%	2%	5%	7%
7	10%	9%	11%	11%	8%	10%	13%	10%	10%
8	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	3%
9	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
10	3%	2%	3%	2%	3%	2%	5%	3%	2%
12	1%	0%	1%	-	1%	0%	1%	1%	1%
13	1%	1%	0%	1%	1%	1%	-	1%	1%
14	1%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
15	2%	3%	1%	3%	1%	2%	4%	2%	2%
20	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
21	0%	-	1%	-	1%	0%	-	0%	1%
25	0%	1%	-	-	1%	0%	1%	0%	-
30 o más	6%	6%	3%	5%	6%	6%	5%	3%	9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Cantidad de veces que viaja



Base: Total de entrevistados (1,200)

P32. ¿Cuántas veces al año acostumbra viajar por placer, diversión, descanso o vacaciones?

Cantidad de veces que viaja

Por Ingresos – Nacionales

Cantidad de veces que viaja	Nacionales	Ingresos					
		Menos de \$6,400	Entre \$6,400 y \$11,000	Entre \$12,000 y \$36,000	Entre \$37,000 y \$59,000	Entre \$60,000 y \$94,000	Más de \$95,000
		a	b	c	d	e	f
1	32%	46% cde	37% cd	28%	23%	27%	13%
2	38%	29%	37%	44% ad	30%	43%	27%
3	14%	7%	13%	15% a	22% ab	11%	13%
4	7%	5%	6%	6%	10%	5%	20%
5	3%	5% c	2%	2%	5% bc	5%	-
6 o más	6%	8%	5%	5%	10%	9% bc	27%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 1078 120 282 394 128 37* 15**

% con diferencias significativas entre ingresos

Cantidad de veces que viaja

Por Ingresos – Extranjeros

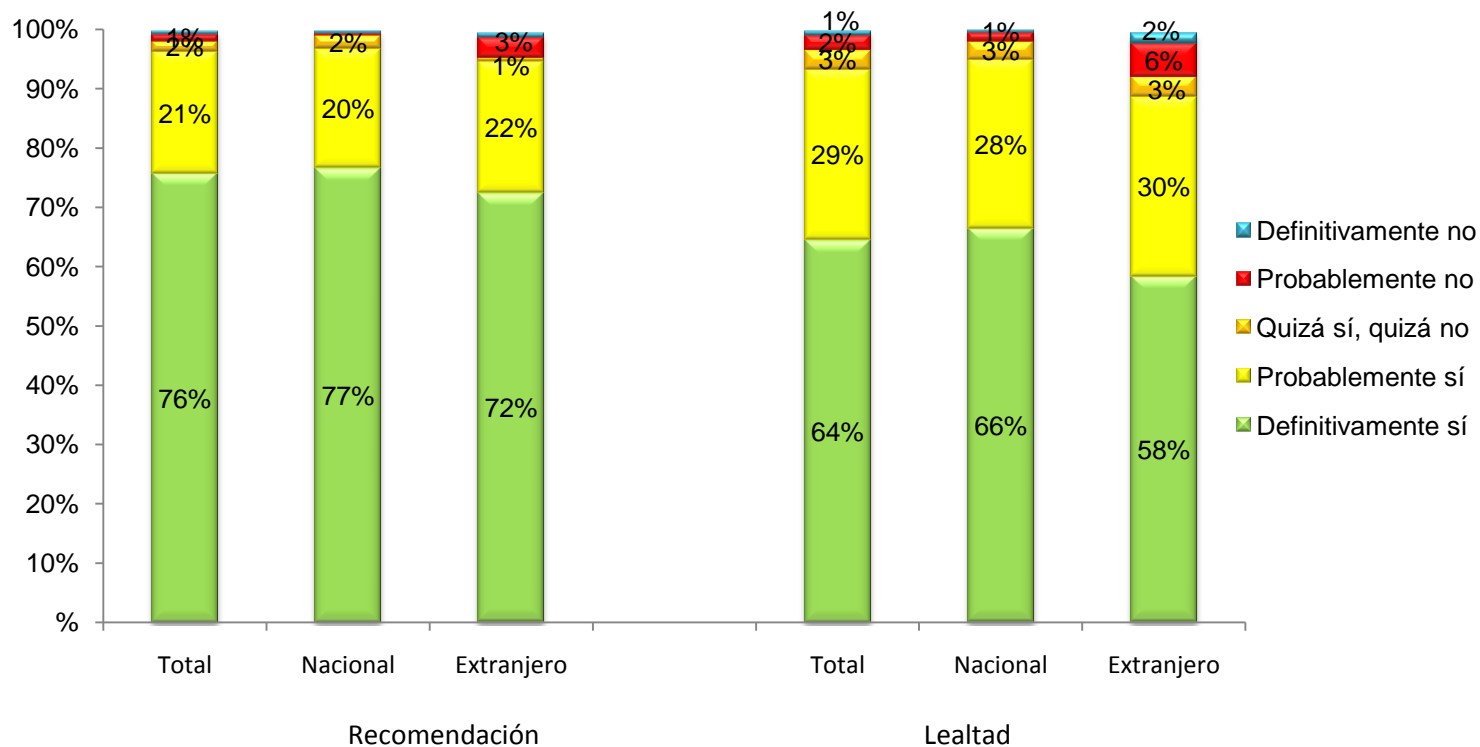
Cantidad de veces que viaja	Extranjero	Ingresos					
		Menos de USD \$15,000	Entre USD \$15,000 y \$24,000	Entre USD \$25,000 y \$49,000	Entre USD \$50,000 y \$74,000	Entre USD \$75,000 y \$99,000	Más de USD \$100,000
		a	b	c	d	e	f
1	29%	53%	33%	32%	15%	25%	50%
2	41%	40%	48%	47%	25%	25%	-
3	16%	-	19%	13%	25%	50%	-
4	4%	-	-	-	20%	-	-
5	2%	-	-	3%	5%	-	-
6 o más	8%	7%	0%	5%	10%	0%	50%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 122 15** 21** 38* 20** 4** 2**

% con diferencias significativas entre ingresos

Análisis de Satisfacción del Visitante

Indicadores clave



Base: Nacionales (1200)

P23.- ¿Qué tan probable es que Ud. recomiende a un amigo o colega visitar este destino?

P24.- ¿Qué tan probable es que Ud. vuelva a visitar este destino en el futuro?

Índice de Satisfacción (IS) - Explicación

Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y muy malo) se tomó la siguiente fórmula:

$$IS = 5 + \{0.05*(\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025*(\%Bueno - \%Malo)\}$$

Donde se comparan los extremos entre sí y los medios entre sí, lo que permite construir una escala de 0 a 10, dando más peso a los extremos (.05) que a los medios (.025).

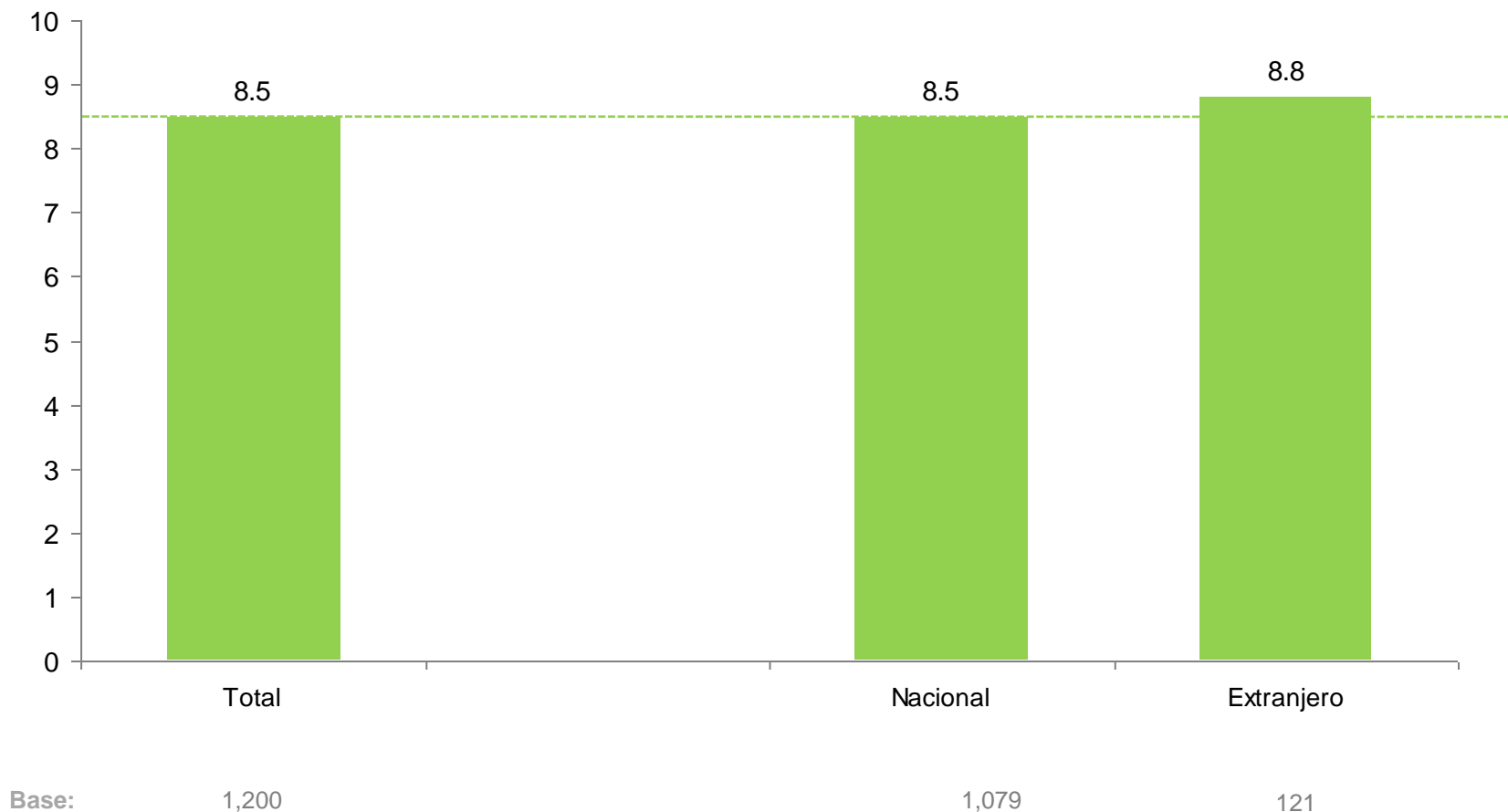
Esta fórmula permite que si un entrevistado califica todo como Muy Malo, el valor del índice será 0 (cero), por el contrario si un turista califica Excelente todas las variables, el índice es 10.

El resultado de la fórmula es:

- Las calificaciones entre 0 – 6.9 fueron obtenidas de los turistas que dicen estar Nada Satisfechos (pésimo).
- Las calificaciones entre 7.0 – 7.9 fueron de los turistas que respondieron estar Poco Satisfechos (malo).
- Las calificaciones entre 8.0 – 8.9 fueron de los turistas Satisfechos (bueno).
- Las calificaciones de 9.0 a 10 fueron de los turistas Totalmente Satisfechos (excelente).

Índice de Satisfacción

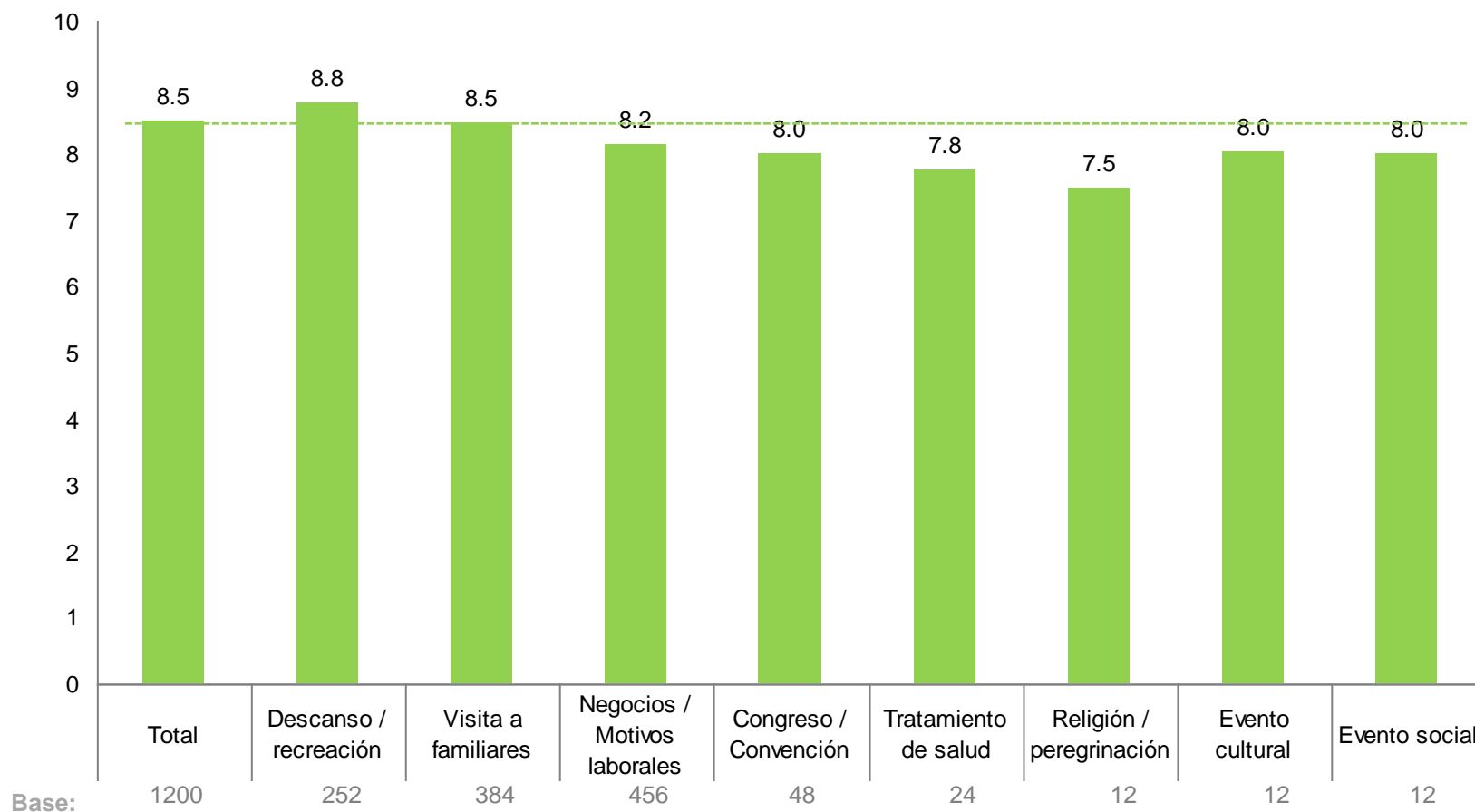
Por Origen



Índice de Satisfacción (IS): Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) se tomó la siguiente fórmula: $IS = [5 + \{0.05 * (\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025 * (\%Bueno - \%Malo)\}] * 10$.

Índice de Satisfacción

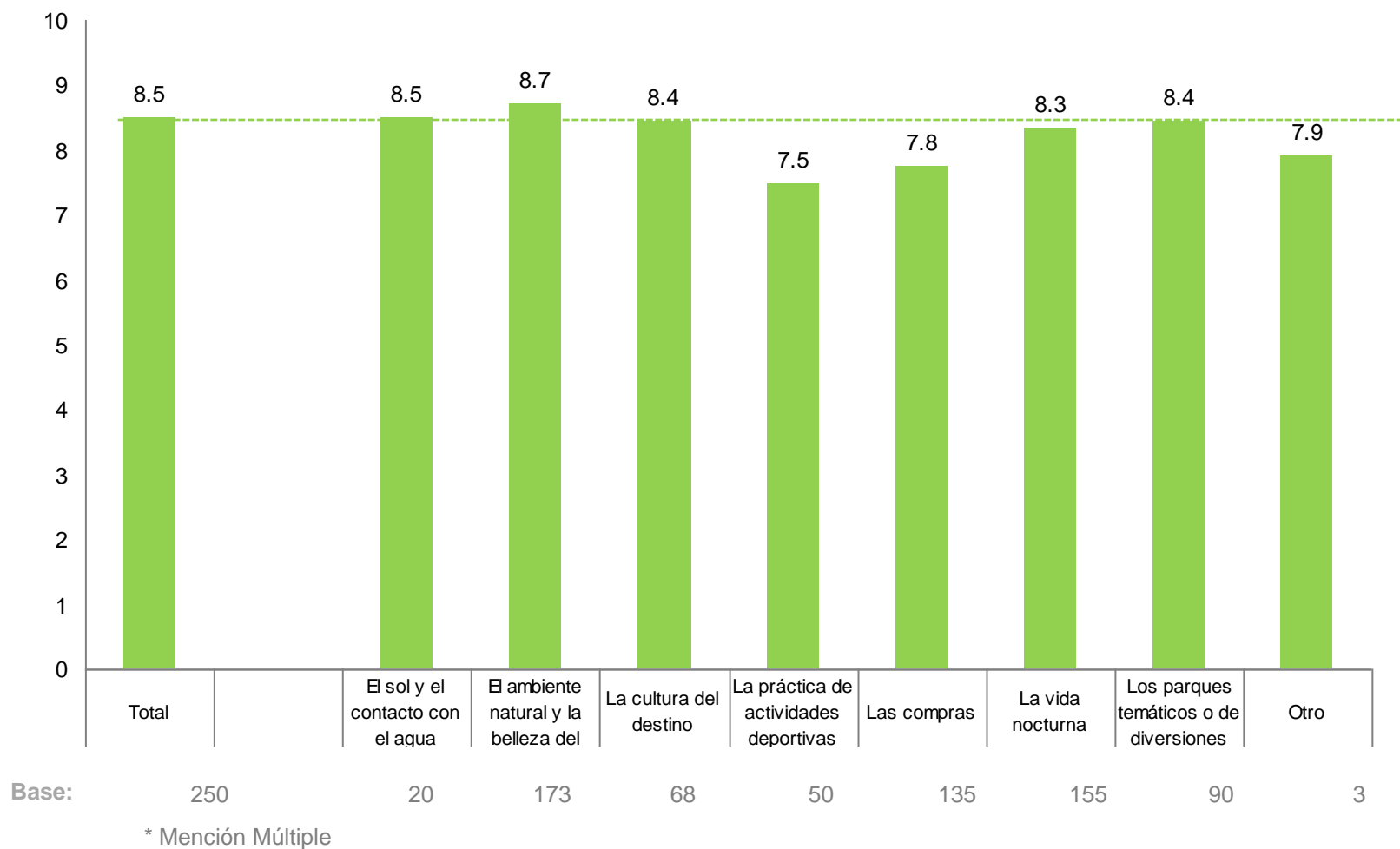
Por Motivo de la visita



Índice de Satisfacción (IS): Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) se tomó la siguiente fórmula: $IS = [5 + \{0.05 * (\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025 * (\%Bueno - \%Malo)\}] * 10$.

Índice de Satisfacción

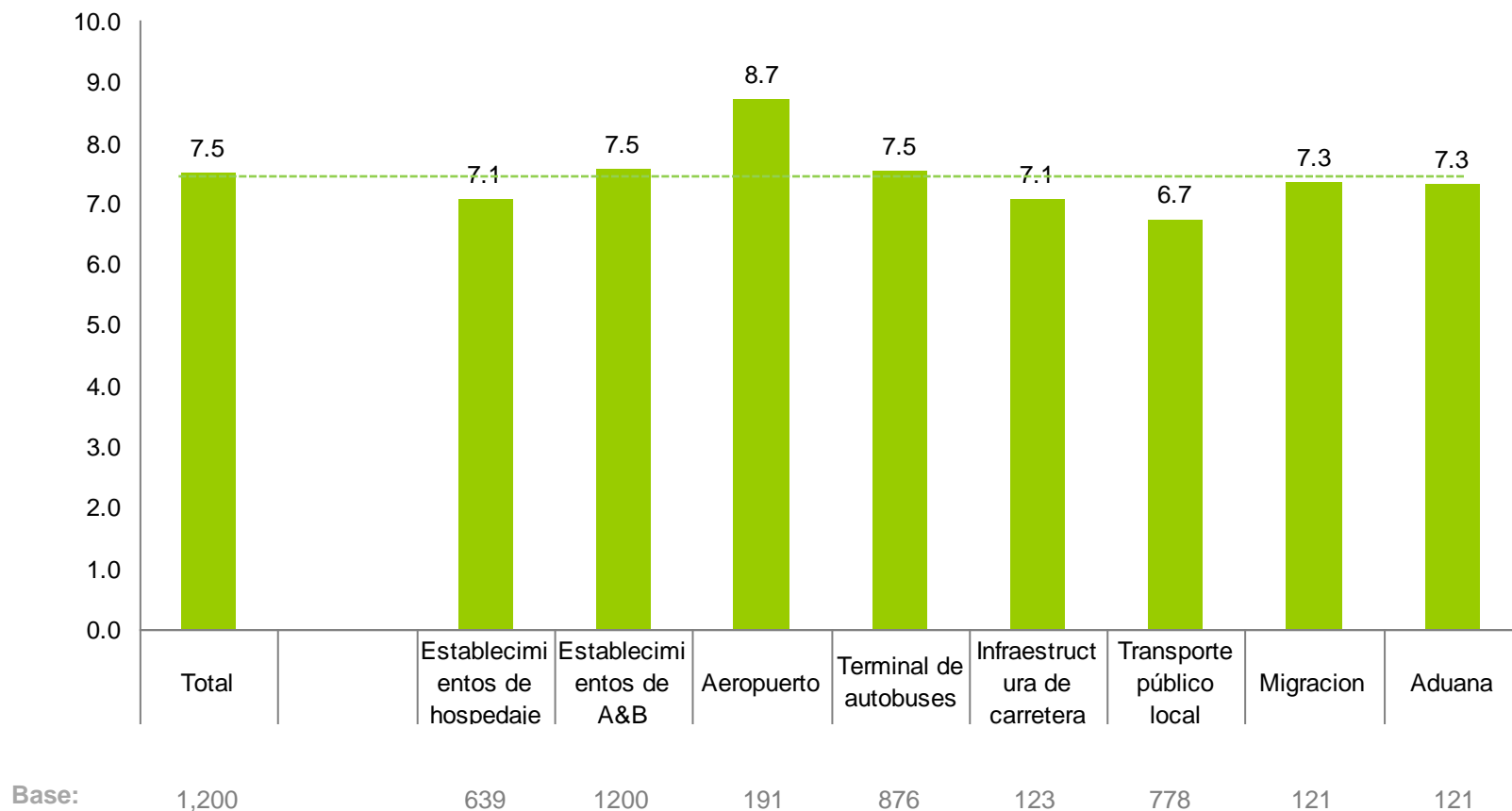
Por Razón de descanso



Índice de Satisfacción (IS): Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) se tomó la siguiente formula: $IS = [5 + \{0.05 * (\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025 * (\%Bueno - \%Malo)\}] * 10$.

Índice de Satisfacción

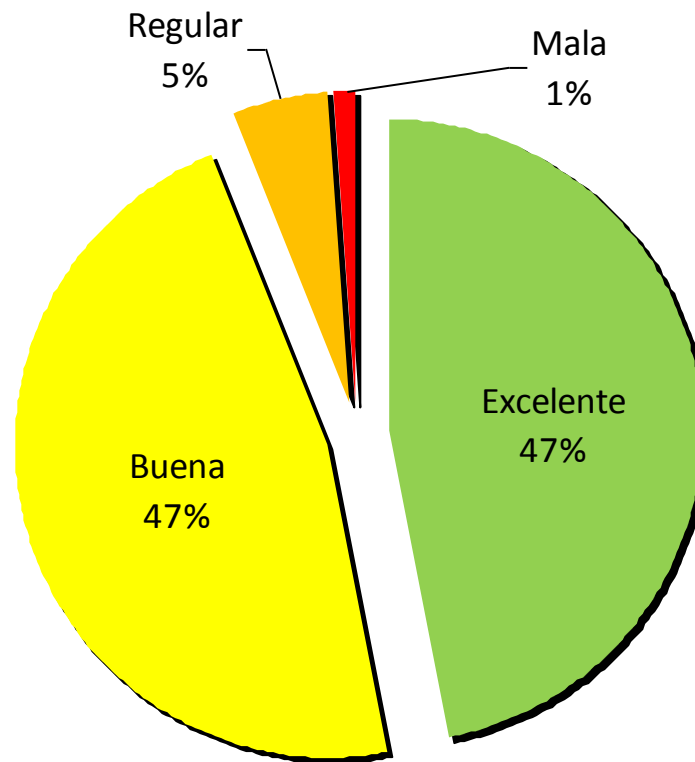
Por Área



Índice de Satisfacción (IS): Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) se tomó la siguiente fórmula: $IS = [5 + \{0.05 * (\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025 * (\%Bueno - \%Malo)\}] * 10$.

Satisfacción con el Destino

Nivel de Satisfacción



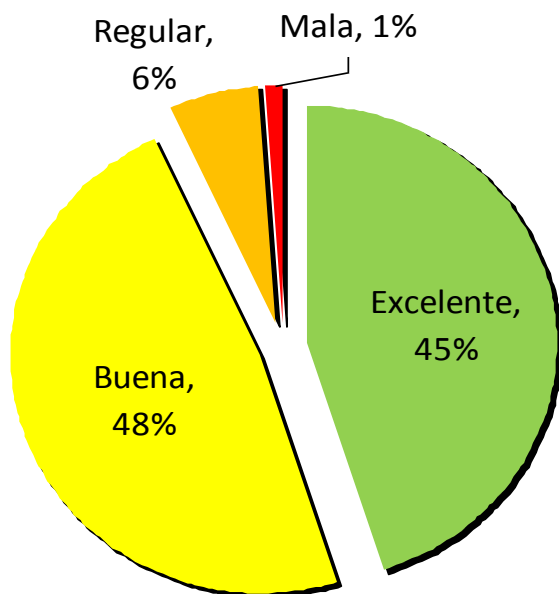
Base total de entrevistas: 1,200

P21.- ¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia que tuvo en este destino?

Satisfacción con el Destino

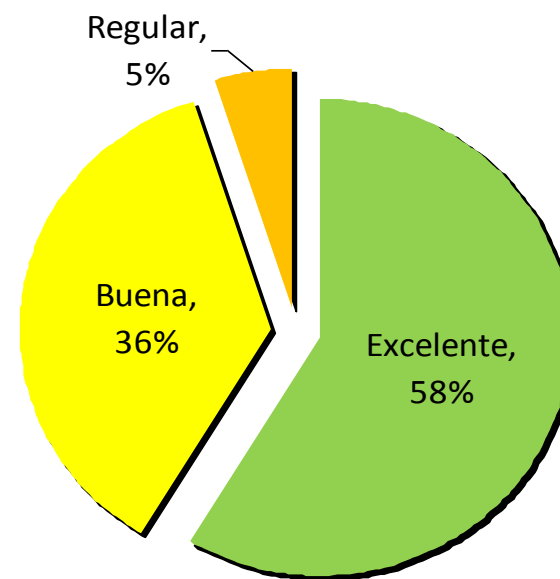
Nivel de Satisfacción

Nacionales



Base: Nacionales (1,078)

Extranjeros



Base: Extranjeros(122)

P21.¿Qué tan satisfecho está usted con la experiencia que tuvo en este destino?

Razón de la Calificación de la Satisfacción con el Destino Por Nivel de Satisfacción

**Excelente
(47%)**

**Buena
(47%)**

	Nacional	Extranjero	Total
La gente	40%	55%	42%
Las atracciones / actividades turísticas en el lugar	24%	26%	24%
La gastronomía, artesanías y folklore del lugar	20%	24%	20%
La seguridad en el destino	16%	4%	14%
El ambiente que se vive en el destino	12%	12%	12%
La limpieza del destino	12%	3%	12%
La calidad del servicio recibido	10%	10%	10%
La arquitectura contemporánea del destino	6%	9%	6%
El clima	5%	7%	5%
La arquitectura histórica del lugar /arqueología	4%	3%	4%
Lugares comerciales para hacer compras	4%	2%	3%
Los recursos naturales del lugar (playas, paisajes,etc)	3%	4%	3%
Todo está bien / se han cubierto mis expectativas	3%	1%	3%
Precios (buenos)	3%	1%	3%
Las instalaciones turísticas (hoteles, restaurantes,etc)	2%	2%	2%
No contestó	2%	2%	2%

Base de entrevistas:
1,119

P22.- ¿Por qué calificó su Satisfacción con la experiencia que tuvo en este destino como “.....”?

Razón de la Calificación de la Satisfacción con el Destino (continuación)

Por Nivel de Satisfacción

Base de entrevistas:
66

Regular
(5%)

	Nacional	Extranjero	Total
Falta lugares de diversión	18%	17%	18%
Mala calidad (comida, servicio)	13%	-	12%
Falta información / señalamientos	13%	-	12%
Falta limpieza	7%	33%	9%
Las atracciones / actividades turísticas en el lugar	8%	-	8%
La gente	7%	-	6%
Falta seguridad	-	33%	3%
La arquitectura histórica del lugar /arqueología	3%	-	3%
No se cubrieron mis expectativas	3%	-	3%
No hay lugares donde hacer compras	3%	-	3%
Clima	3%	-	3%
Otros	18%	-	18%
No contestó	25%	17%	24%

Base de entrevistas:
9

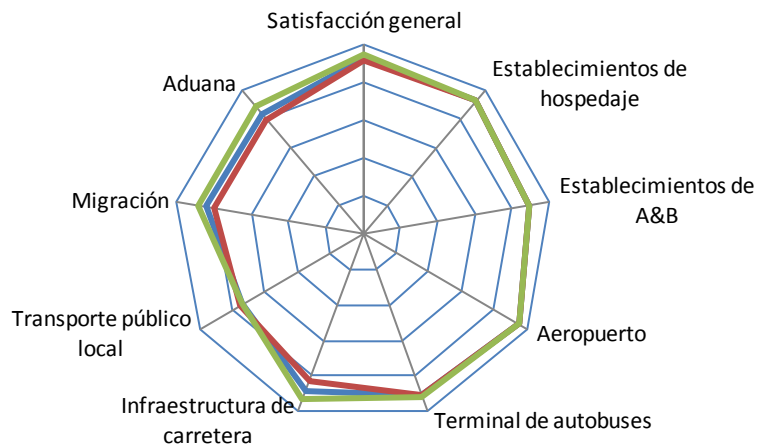
Mala
(1%)

	Nacional	Extranjero	Total
Falta limpieza	25%	40%	33%
Mala calidad (comida, servicio)	50%	20%	33%
Precios en dólares / Precios altos	-	20%	11%
No se cubrieron mis expectativas	-	20%	11%
Tiene un enfermo	-	20%	11%
Falta información / señalamientos	25%	-	11%
Falta seguridad	-	20%	11%
Hay mucha gente	-	20%	11%
Tráfico / contaminación	-	20%	11%
No hay donde estacionarse	-	20%	11%
Policías corrupta / corrupción	25%	-	11%

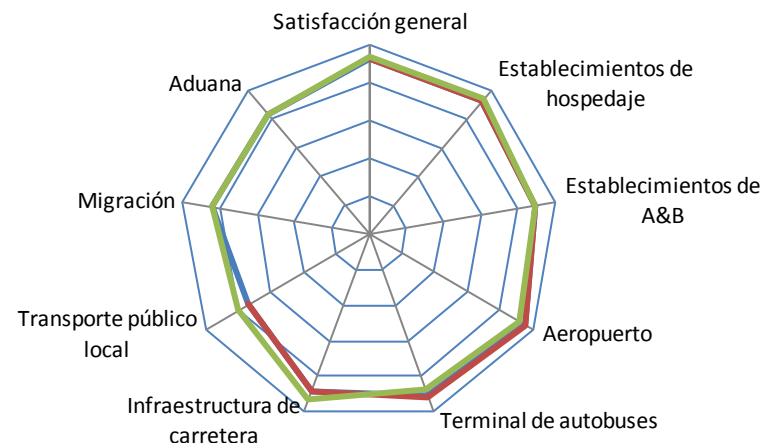
P22.- ¿Por qué calificó su Satisfacción con la experiencia que tuvo en este destino como “.....”?

Satisfacción del visitante – Top two box

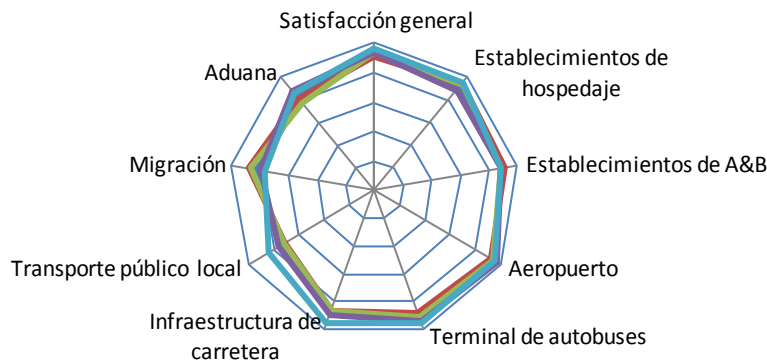
Por Demográficos



— Total — Nacional



— Total — Nacional — Extranjero



— Total — Jóvenes (18 a 25 años)
 — Adultos jóvenes (26 a 35 años) — Adultos (36 a 55 años)
 — Adultos mayores (56 o más)

Base de entrevistas:
13,214

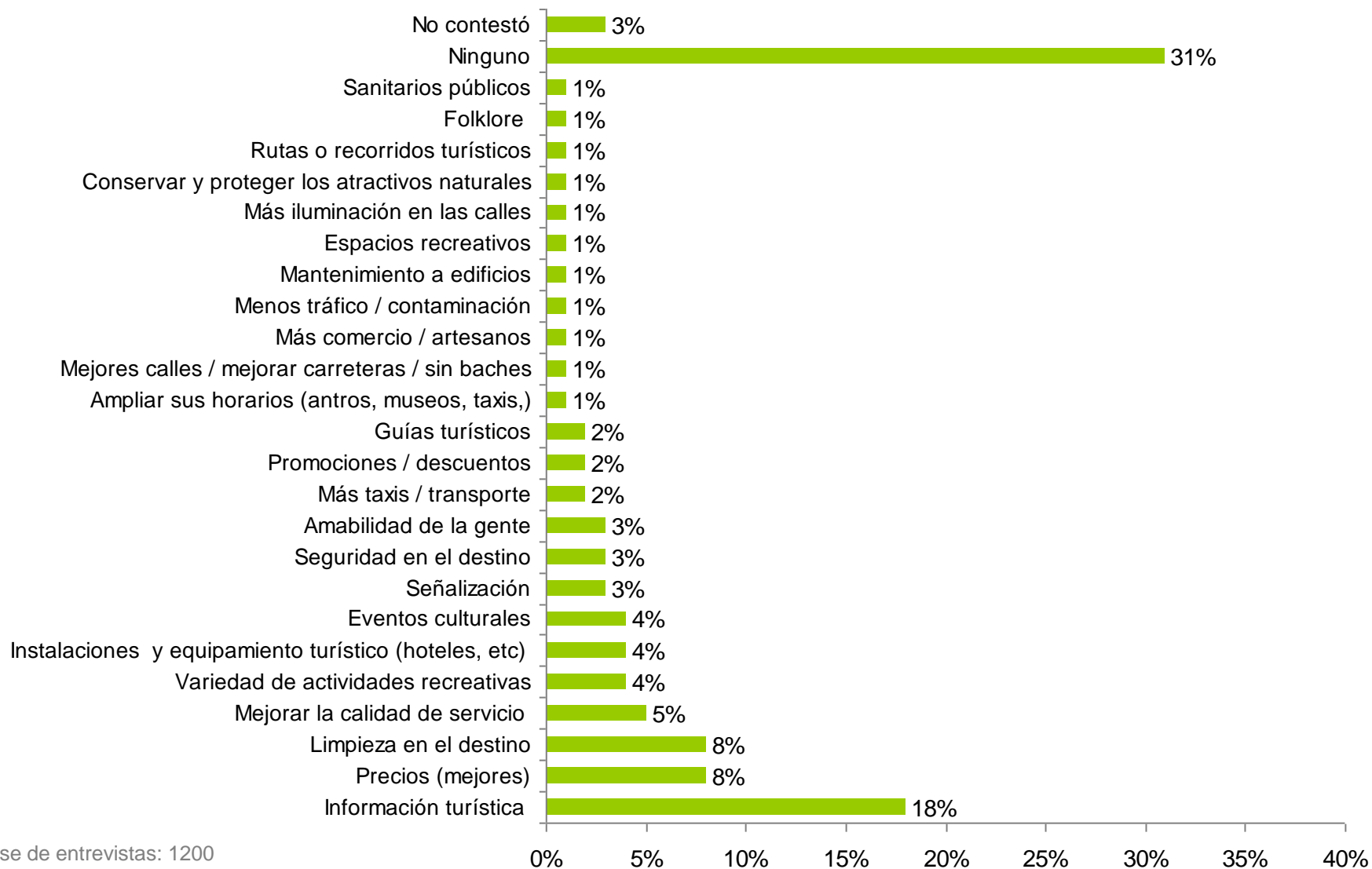
Satisfacción del visitante – Top two box

Por Demográficos

Satisfacción por áreas	TOTAL	Género		Edad				Nacionalidad	
		Hombre	Mujer	18 a 25 años Jóvenes	26 a 35 años Adultos Jóvenes	36 a 55 años Adultos maduros	56 o más años Adultos Mayores	Nacional	Extranjero
Satisfacción general	93%	92%	95%	91%	93%	94%	96%	93%	94%
Establecimientos de hospedaje	92%	92%	93%	94%	94%	89%	95%	92%	94%
Establecimientos de A&B	89%	89%	89%	91%	89%	88%	88%	89%	89%
Aeropuerto	95%	95%	95%	93%	94%	98%	95%	96%	92%
Terminal de autobuses	91%	91%	92%	88%	91%	94%	95%	92%	87%
Infraestructura de carretera	88%	83%	93%	86%	87%	89%	96%	88%	93%
Transporte público local	74%	75%	74%	71%	72%	76%	84%	74%	80%
Migración	84%	80%	88%	88%	87%	80%	77%		84%
Aduana	83%	79%	88%	81%	77%	89%	86%		83%

Base de entrevistas:
1,200

Recomendación para mejora



Base de entrevistas: 1200

* Mención Múltiple

Recomendación para mejora

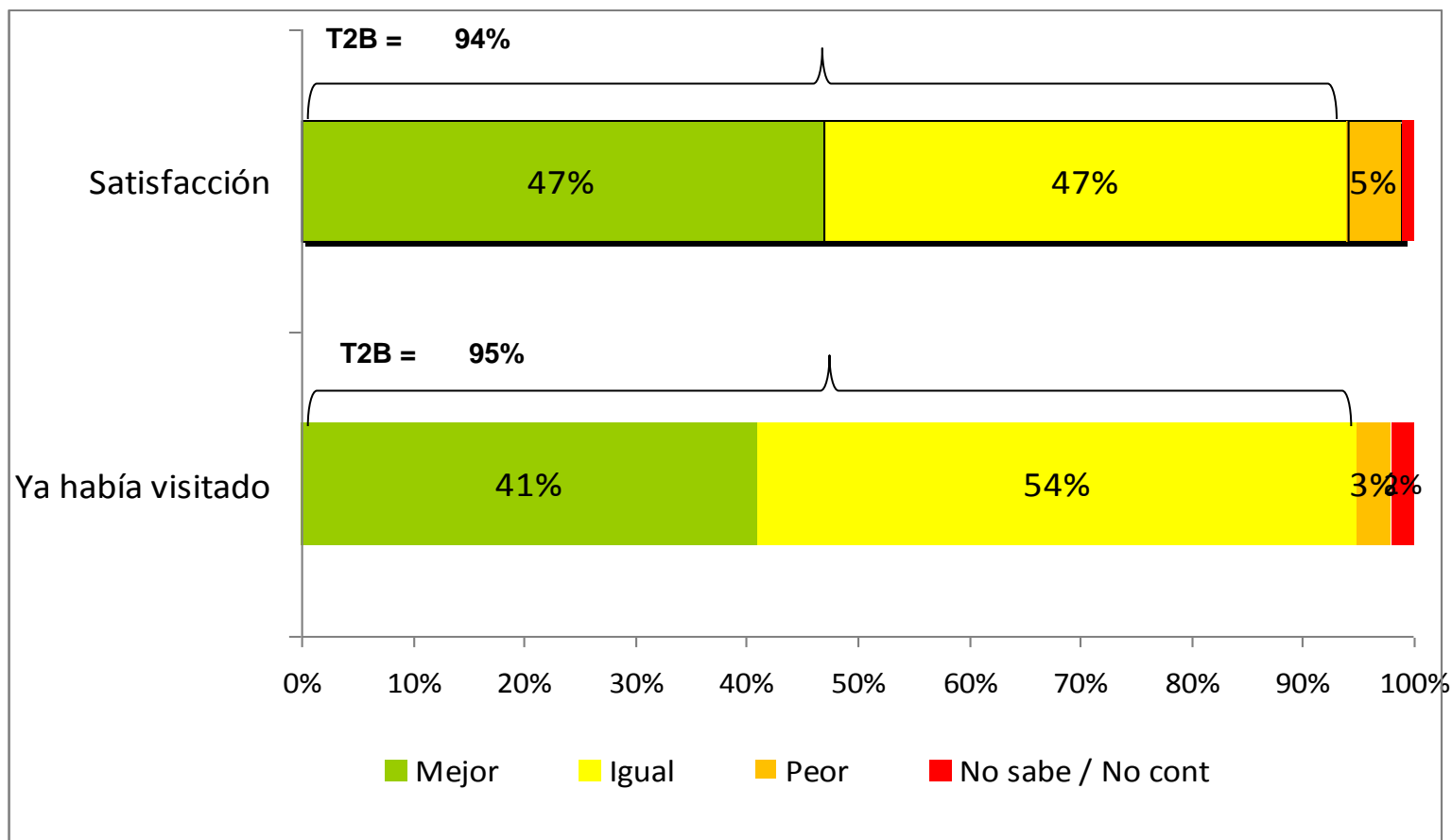
Por Origen

Recomendaciones de mejora	TOTAL	Nacionalidad	
		Nacional	Extranjero
Información turística	18%	18%	13%
Precios (mejores)	8%	9%	3%
Limpieza en el destino	8%	9%	4%
Mejorar la calidad de servicio	5%	5%	5%
Variedad de actividades recreativas	4%	4%	2%
Instalaciones y equipamiento turístico (hoteles, etc)	4%	3%	7%
Eventos culturales	4%	4%	6%
Señalización	3%	3%	2%
Seguridad en el destino	3%	3%	2%
Amabilidad de la gente	3%	3%	1%
Más taxis / transporte	2%	2%	2%
Promociones / descuentos	2%	2%	-
Guías turísticos	2%	2%	1%
Ampliar sus horarios (antros, museos, taxis,)	1%	1%	1%
Mejores calles / mejorar carreteras / sin baches	1%	1%	2%
Más comercio / artesanos	1%	1%	1%
Menos trafico / contaminación	1%	1%	3%
Mantenimiento a edificios	1%	1%	-
Espacios recreativos	1%	1%	1%
Mas iluminación en las calles	1%	1%	-
Conservar y proteger los atractivos naturales	1%	1%	2%
Rutas o recorridos turísticos	1%	1%	-
Folklore	1%	0%	2%
Sanitarios públicos	1%	0%	1%

Base de entrevistas: 1,200

* Mención Múltiple

Satisfacción del visitante vs. Estadía



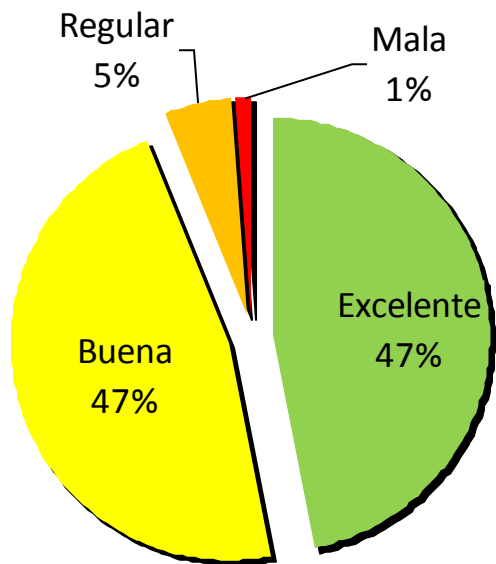
Base Total de entrevistas: 1,200

Base ya habían visitado el destino: 671

Percepción de la experiencia

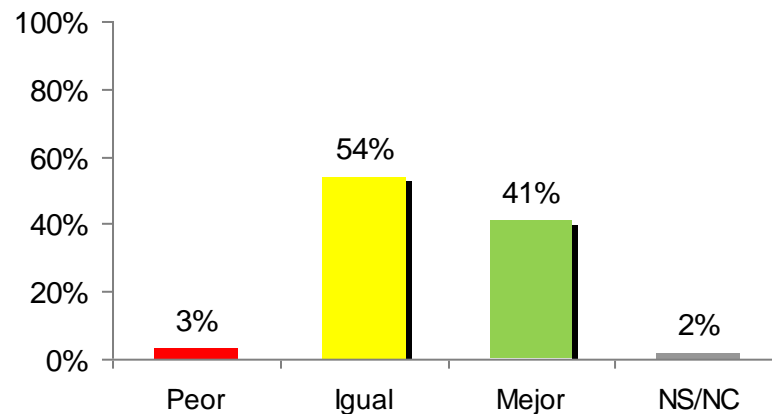
Calificación de la Experiencia actual

Calificación de la Experiencia actual



Base: Total entrevistados 1200

% de visitantes que recomendarían al Destino según la percepción de la Experiencia actual con el mismo



Base: Los que visitaron el destino anteriormente 671

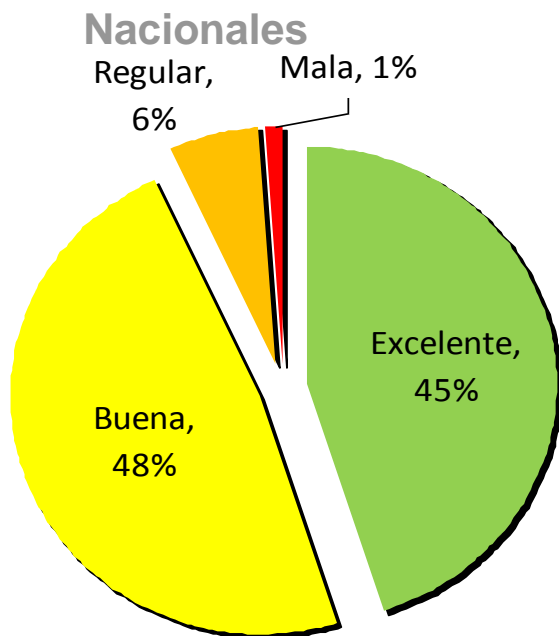


P27.- ¿Cómo evalúa su experiencia actual con respecto a las visitas anteriores?

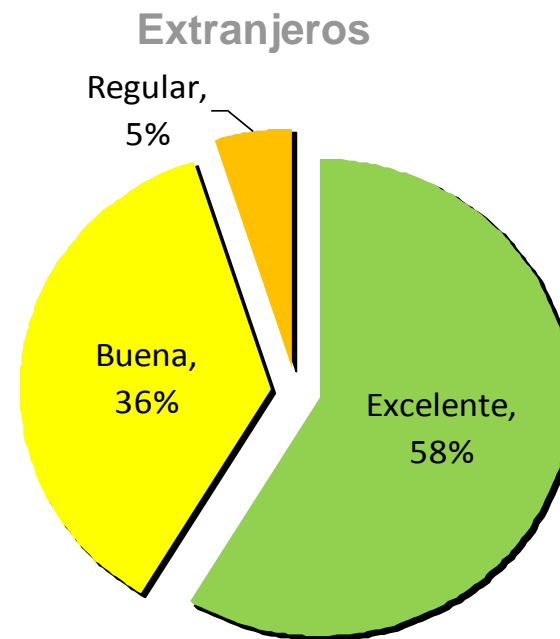
Percepción de la experiencia

Calificación de la Experiencia actual

- Por origen del visitante -



Base: Nacionales 1,078



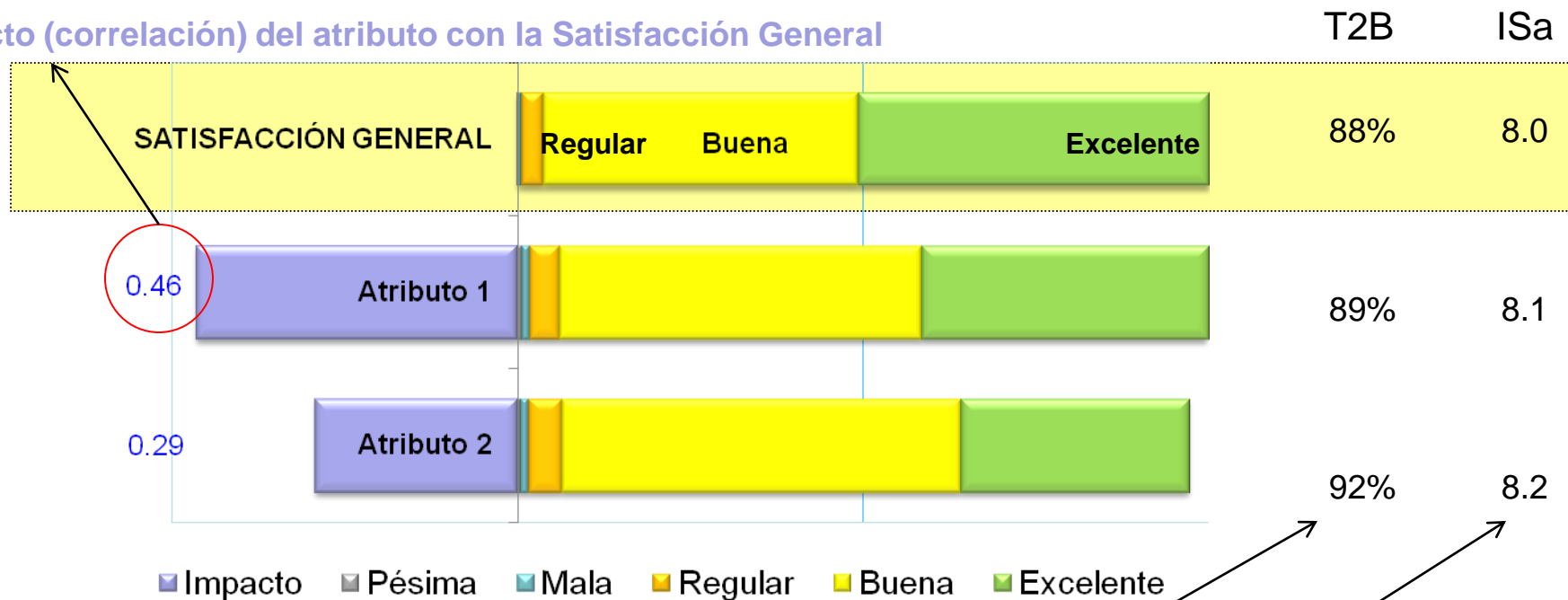
Base: Extranjeros 122

Evaluación de los atributos de satisfacción

Impacto a la Satisfacción general por atributo - Forma de leer la gráfica

El propósito de esta gráfica es mostrar la importancia o el impacto que tiene cada atributo en la Satisfacción General, y el desempeño de dichos atributos. Mediante la correlación entre el atributo y la Satisfacción General tenemos una medida confiable para conocer el impacto; con el T2B (Top two box – suma de “Excelente” y “Buena”) mostramos el desempeño (calificación de los entrevistados) y con el cálculo del ISa (Índice de Satisfacción del atributo evaluado) valoramos en forma individual la satisfacción de cada atributo y su fórmula es: $ISa = 5 + \{0.05*(\%Excelente - \%Muy\ Malo)\} + \{0.025*(\%Bueno - \%Malo)\}$

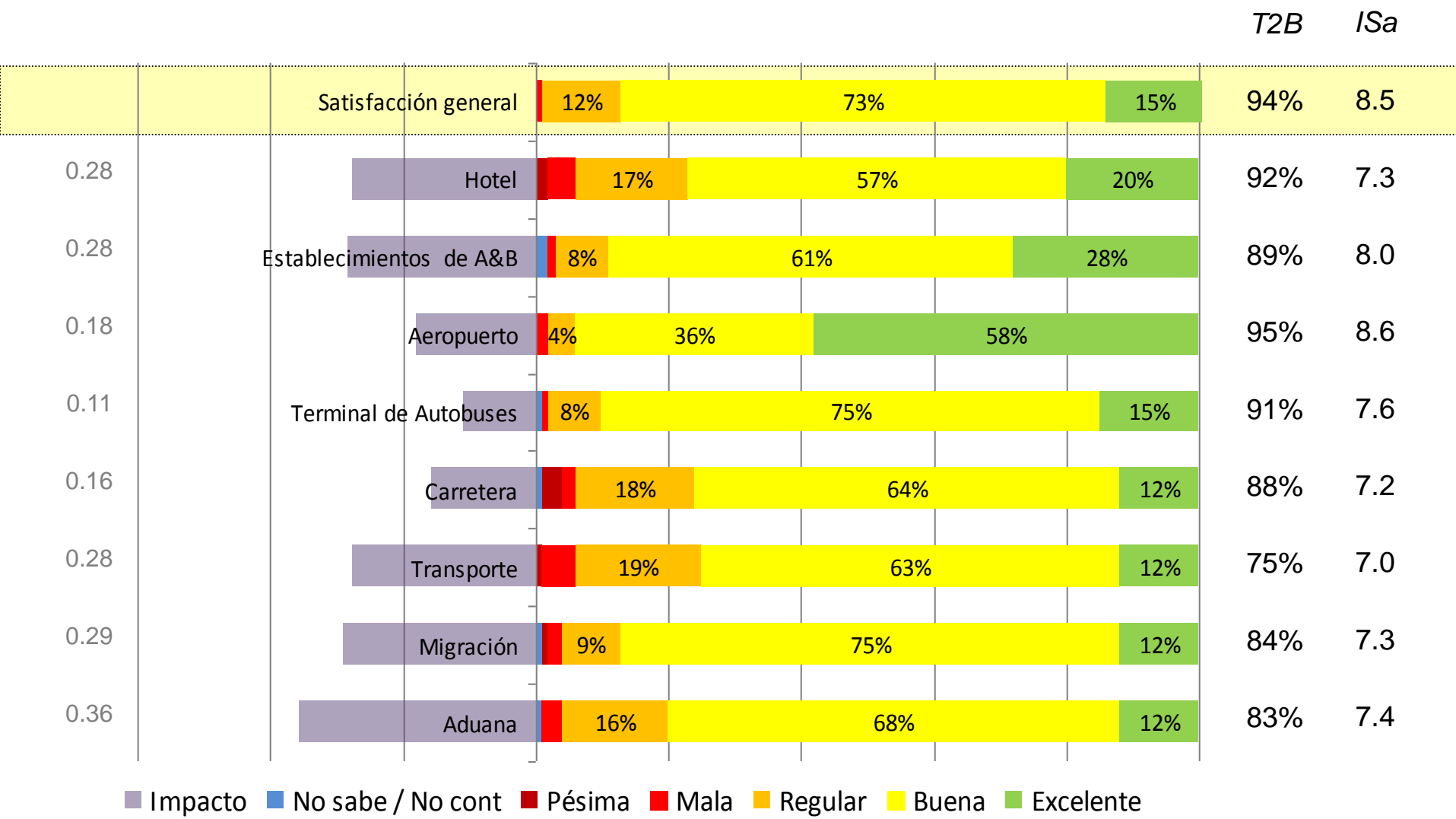
Impacto (correlación) del atributo con la Satisfacción General



T2B (Top two box - suma de “Excelente” y “Buena”)

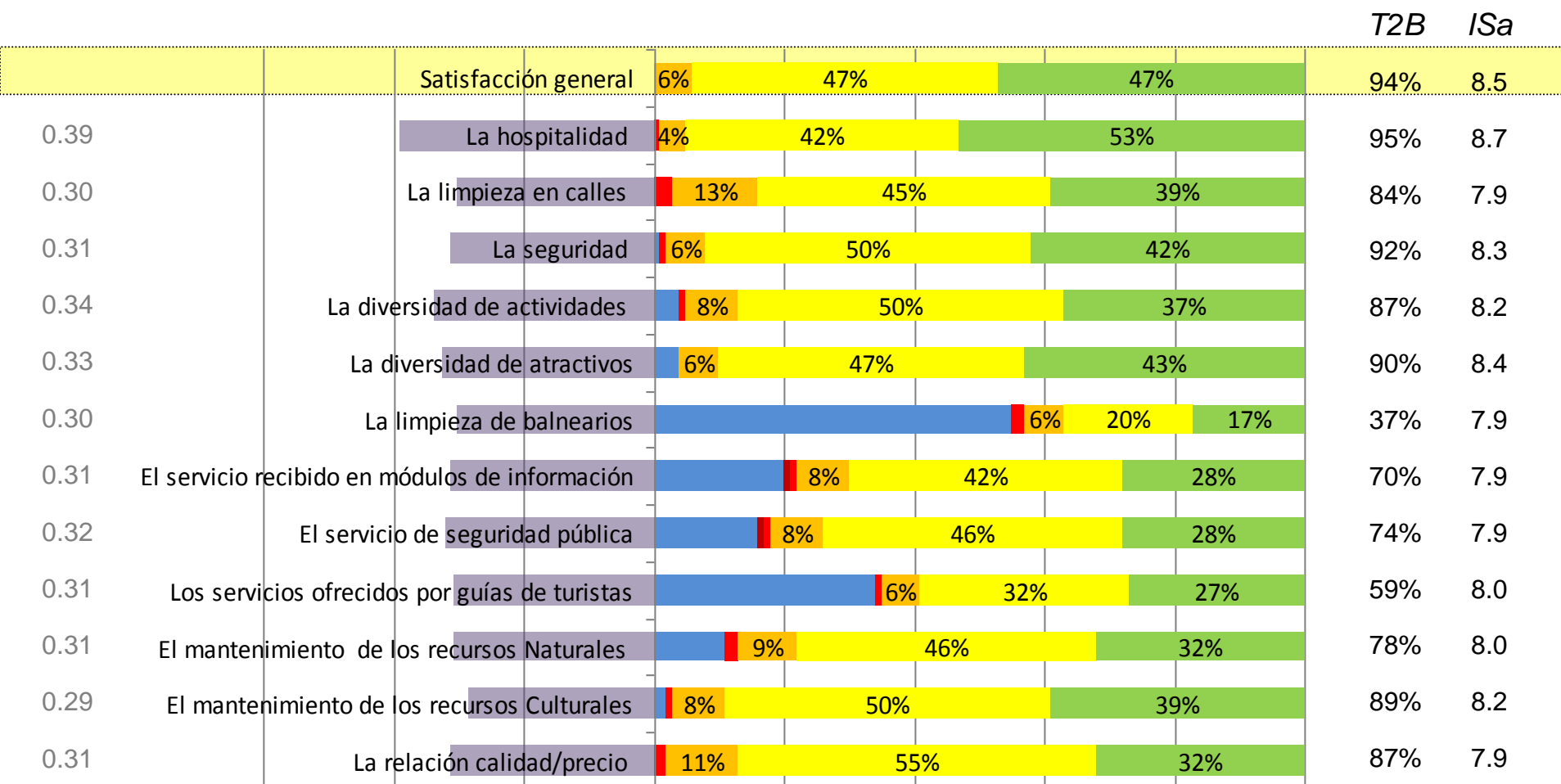
ISa (Índice de satisfacción del atributo evaluado)

Satisfacción por áreas



Base de entrevistas:
1,200

Satisfacción con el Destino

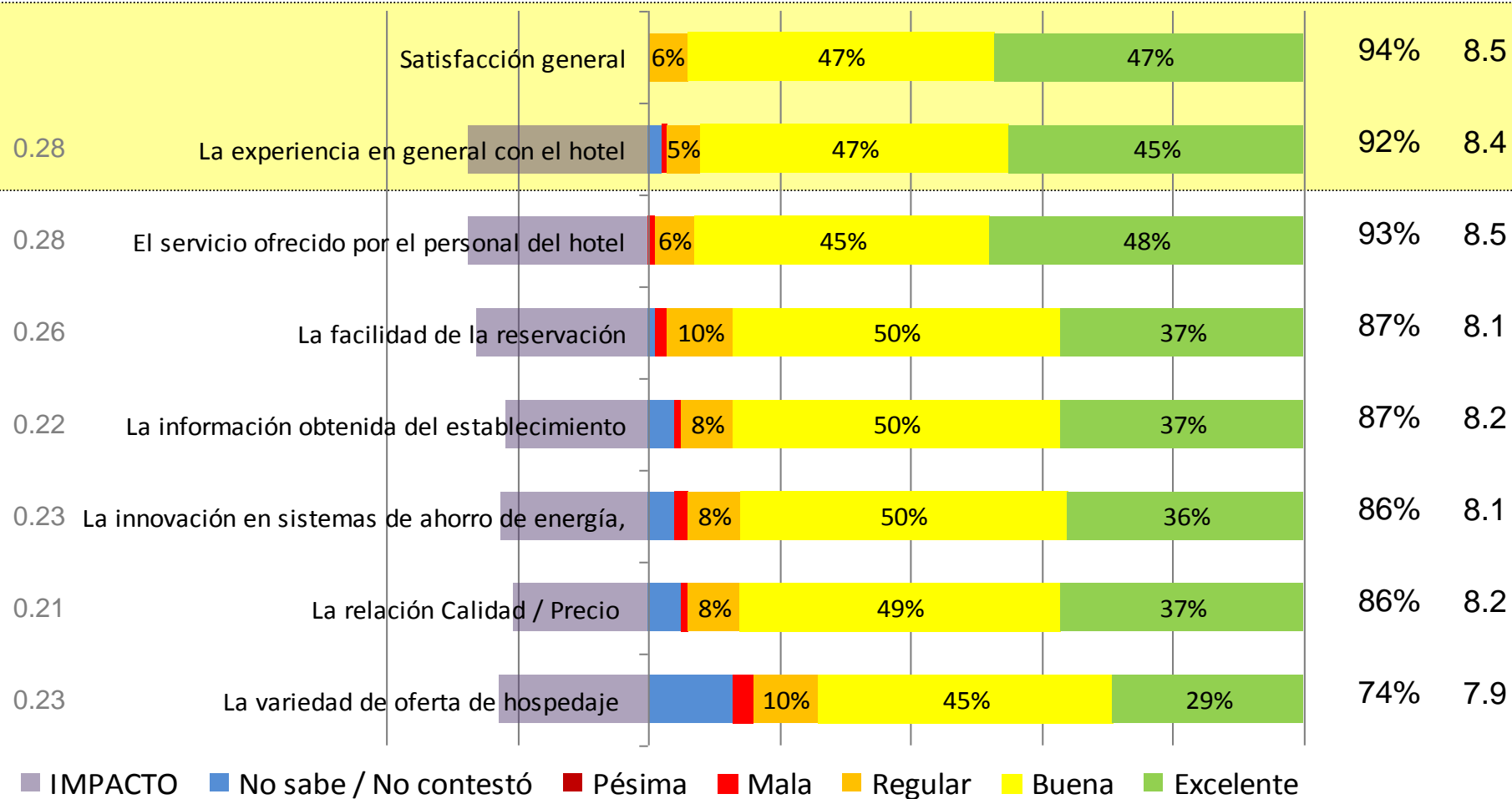


■ IMPACTO ■ No sabe / No contestó ■ Pésima ■ Mala ■ Regular ■ Buena ■ Excelente

Base de entrevistas:
1,200

Satisfacción con los Establecimientos de hospedaje

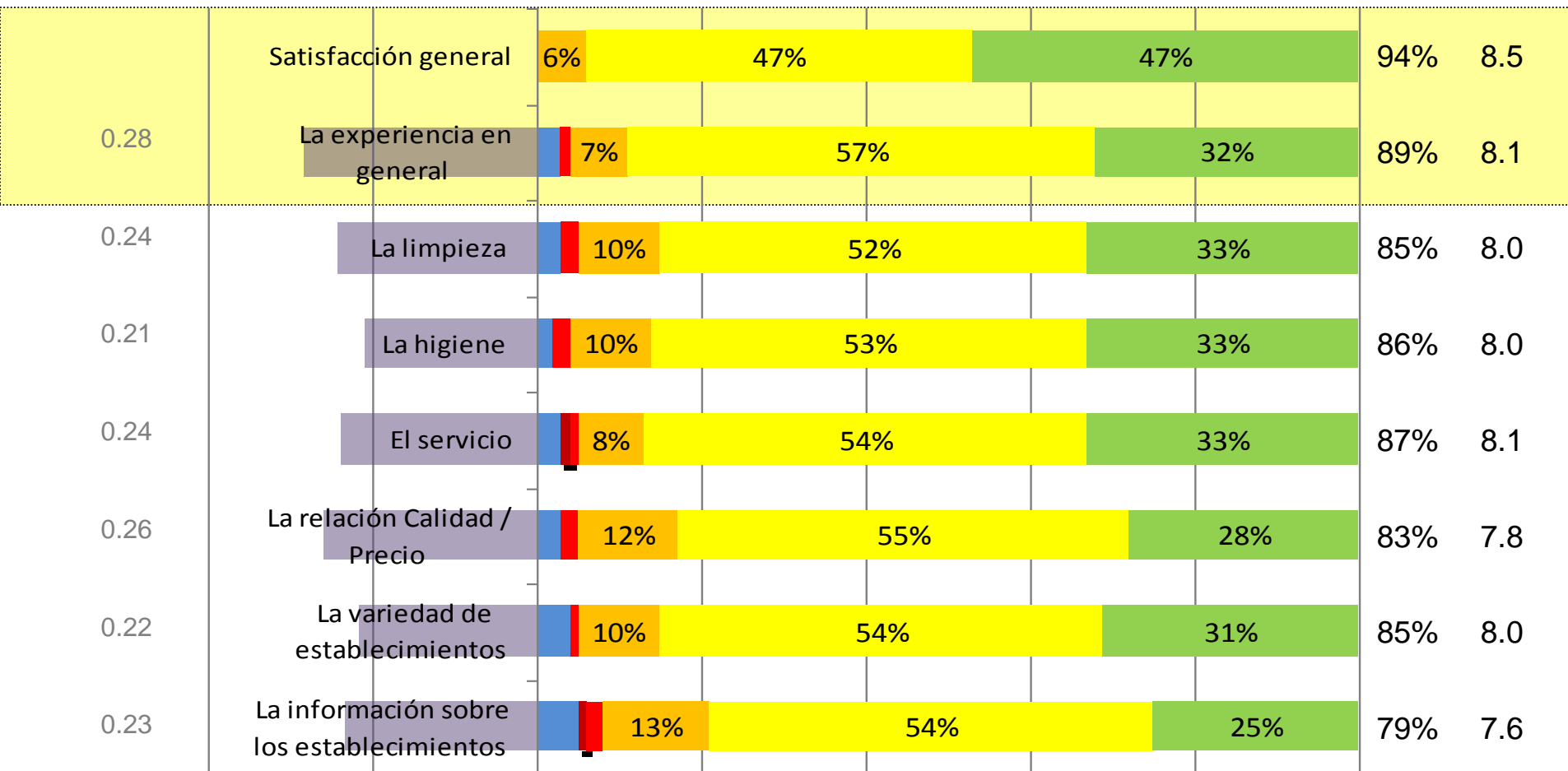
T2B ISa



Base de entrevistas:
677

Satisfacción con los Establecimientos de alimentos y bebidas

T2B ISa

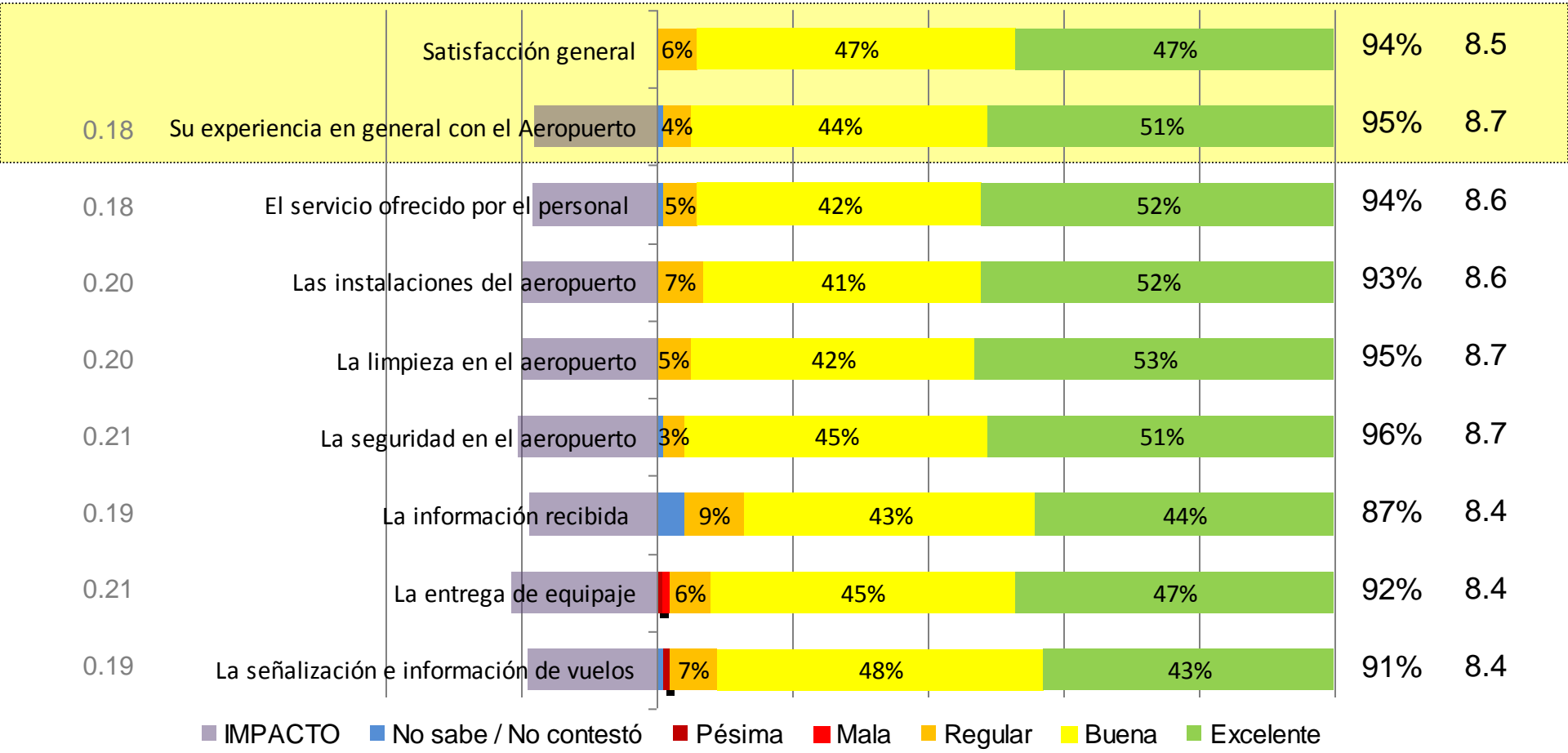


IMPACTO No sabe / No contestó Pésima Mala Regular Buena Excelente

Base de entrevistas:
1,200

Satisfacción con el Aeropuerto

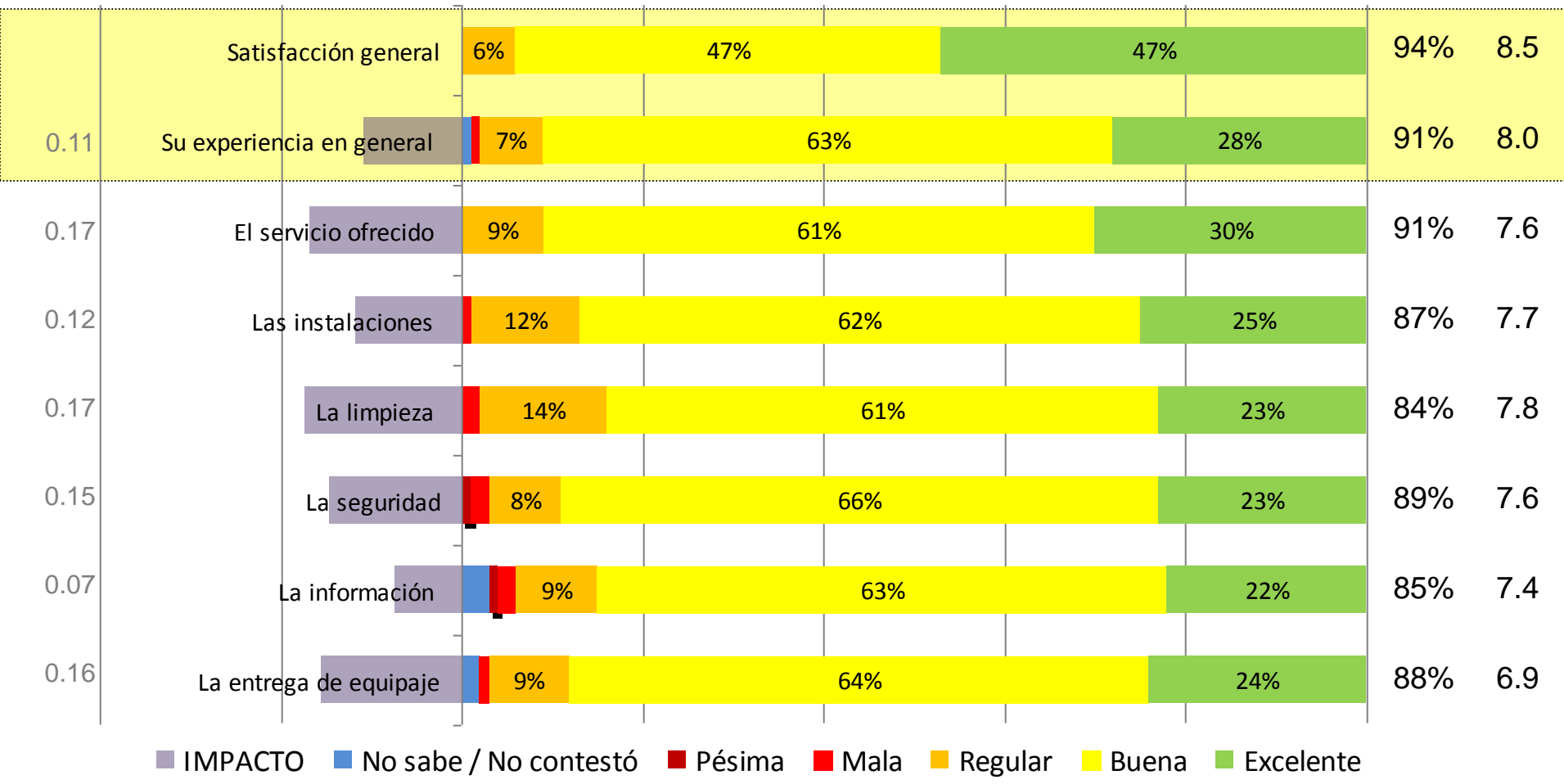
T2B ISa



Base entrevistados que llegaron en avión: 495

Satisfacción con la Terminal de autobuses

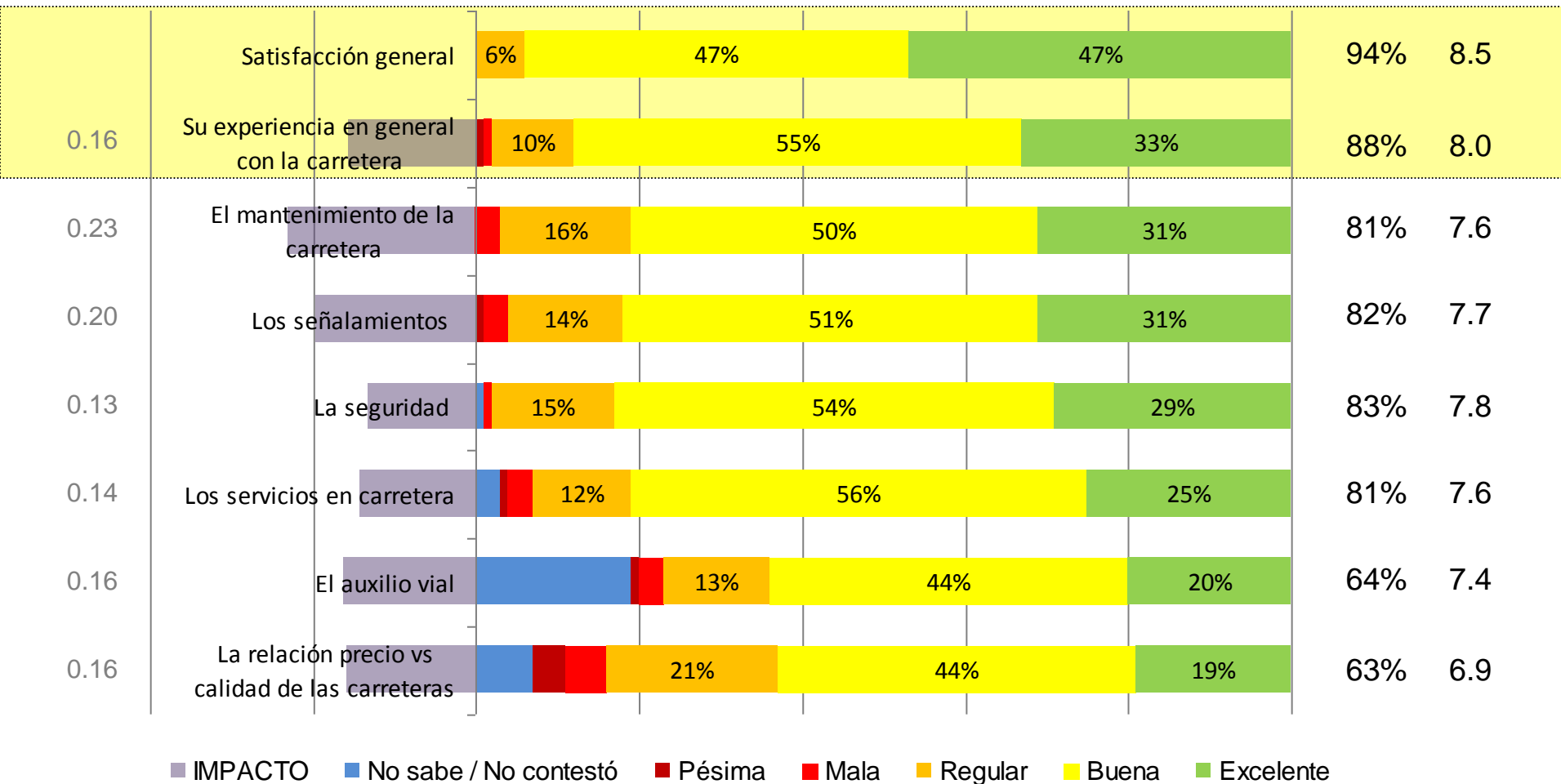
T2B ISa



Base entrevistados que llegaron en autobús: 393

Satisfacción con la Infraestructura de la carretera hacia el destino

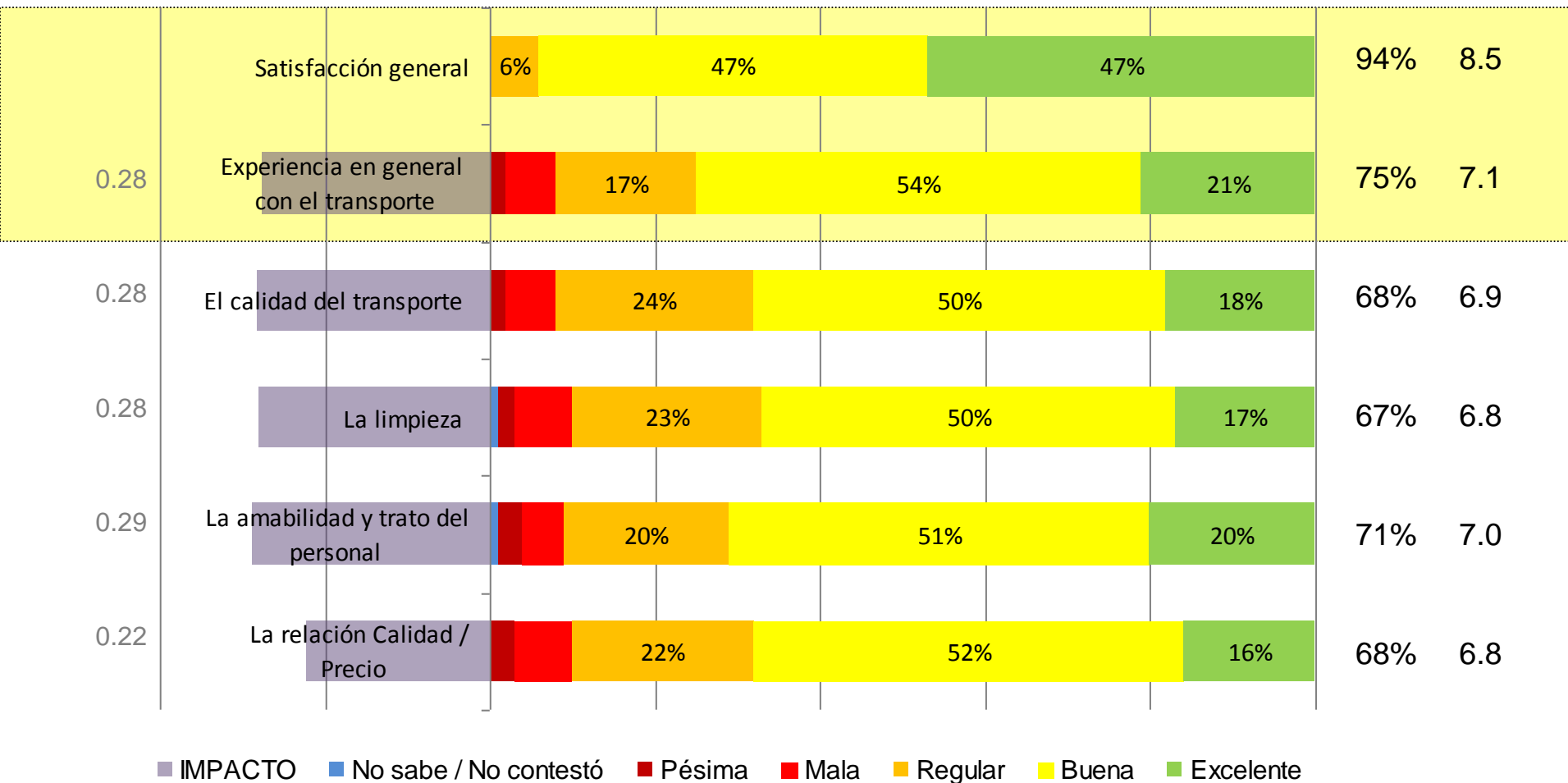
T2B ISa



Base quienes llegaron por carretera: 272

Satisfacción con el Transporte público local

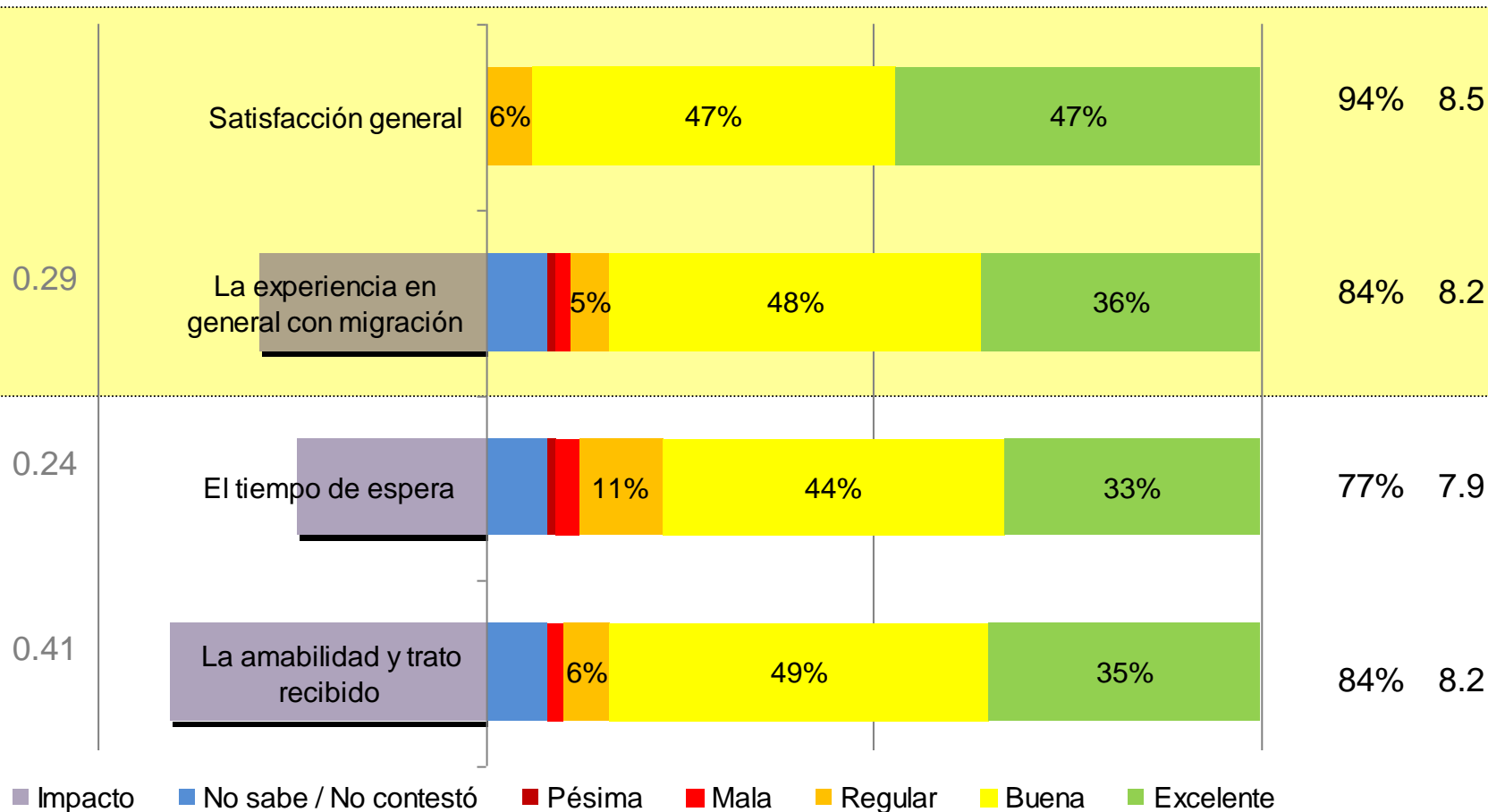
T2B ISa



Base quienes utilizaron transporte público: 674

Satisfacción con Migración - extranjeros

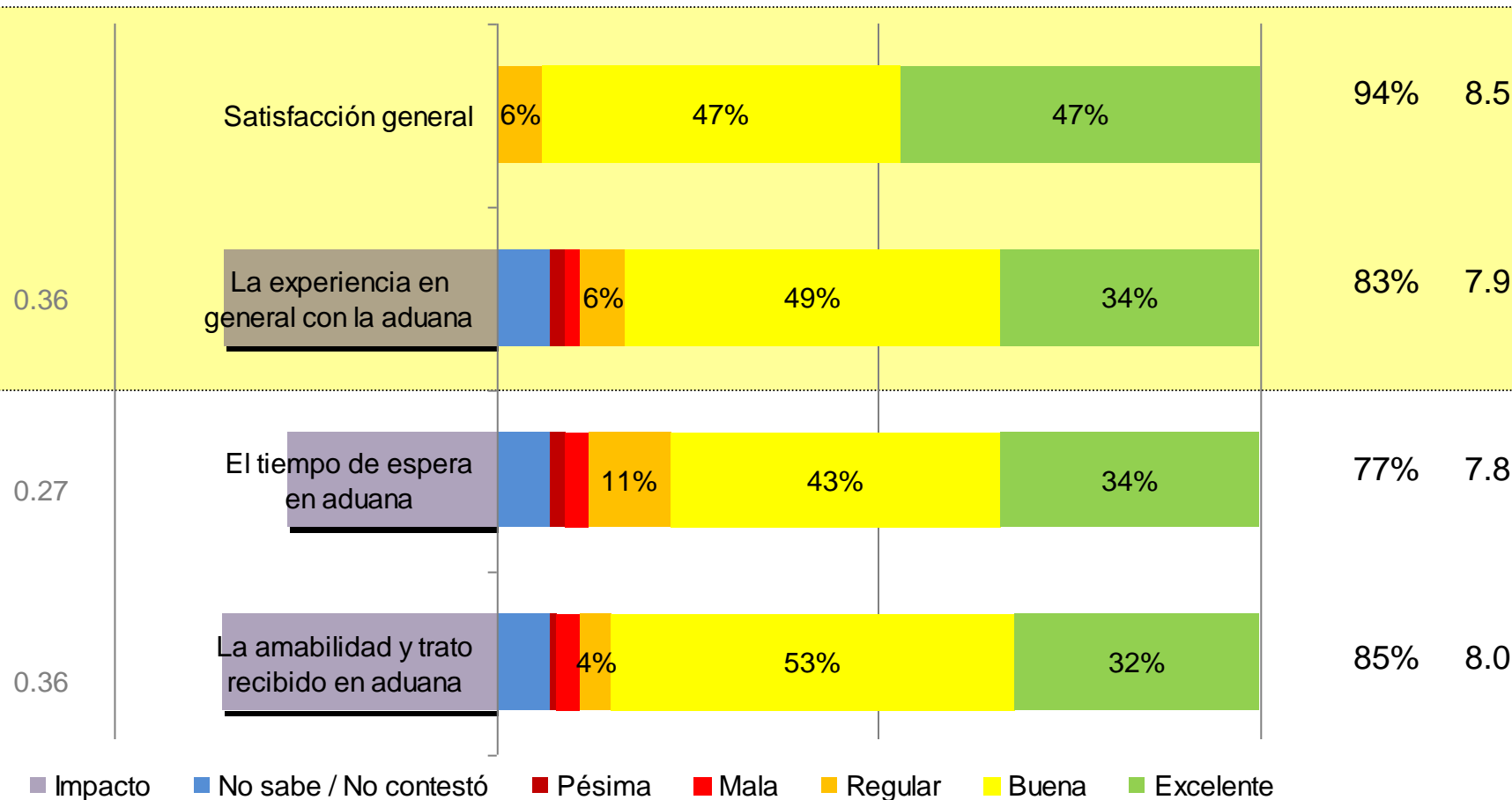
T2B ISa



Base Extranjeros: 122

Satisfacción con Aduana - extranjeros

T2B ISa



Base Extranjeros: 122

Satisfacción

Por Nacionalidad

Destino	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
SATISFACCIÓN GENERAL						
Hospitalidad de los residentes	0.39	95%	8.6	0.38	96%	8.9
Limpieza en calles y áreas públicas	0.30	83%	7.9	0.31	82%	8.0
Seguridad	0.32	92%	8.3	0.26	92%	8.4
Diversidad de actividades	0.34	88%	8.2	0.26	85%	8.3
Diversidad de atractivos	0.32	90%	8.4	0.30	88%	8.7
Limpieza de playas	0.29	37%	7.9	0.42	34%	8.0
Servicio en módulos de información	0.30	69%	7.9	0.36	80%	8.0
Servicio de la seguridad pública	0.31	74%	7.9	0.41	76%	8.1
Servicios de guías turísticos	0.29	58%	8.0	0.44	70%	8.4
Mantenimiento de los recursos naturales	0.29	79%	8.0	0.41	73%	8.1
Mantenimiento de los recursos culturales	0.28	89%	8.2	0.30	89%	8.3
Relación calidad/precio	0.31	87%	7.9	0.30	89%	8.2

Base:

(1,078)

(122)

Satisfacción Por Nacionalidad

Establecimientos de Hospedaje	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Establecimientos de hospedaje	0.29	92%	8.5	0.26	94%	8.1
Servicio del personal	0.31	92%	8.5	0.10	91%	8.5
Relación calidad/precio	0.28	87%	8.1	0.17	89%	8.2
Variedad de oferta	0.21	87%	8.1	0.23	89%	8.4
Información del establecimiento	0.22	87%	8.1	0.25	84%	7.9
Facilidad de reservación	0.20	87%	8.2	0.29	81%	8.0
Sistemas de ahorro energético	0.22	74%	7.9	0.29	70%	7.8

Base:

(583)

(94)

Establecimientos de Alim. y bebidas	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Establecimientos de Alim. y Bebidas	0.28	89%	8.1	0.33	89%	8.1
Limpieza	0.24	86%	8.0	0.25	84%	8.0
Higiene	0.21	86%	8.0	0.24	83%	7.7
Servicio del personal	0.25	87%	8.1	0.18	90%	8.0
Relación calidad/precio	0.26	82%	7.7	0.26	83%	7.9
Variedad	0.22	85%	8.0	0.16	84%	8.1
Información sobre establecimientos	0.24	78%	7.6	0.20	82%	7.7

Base:

(1,078)

(122)

Satisfacción Por Nacionalidad

Aeropuerto	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Aeropuerto	0.16	96%	8.7	0.31	92%	8.5
Servicio del personal de la línea	0.20	94%	8.6	0.10	92%	8.7
Instalaciones	0.20	94%	8.6	0.19	87%	8.5
Limpieza	0.18	95%	8.7	0.32	93%	8.7
Seguridad	0.19	97%	8.7	0.26	91%	8.7
Información recibida	0.17	88%	8.4	0.25	86%	8.3
Entrega de equipaje	0.21	92%	8.4	0.26	89%	8.3
Señalización e información de vuelos	0.21	92%	8.4	0.12	89%	8.3

Base:

(419)

(76)

Terminal de Autobuses	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Terminal de autobuses	0.12	92%	7.9	0.01	87%	8.2
Servicio del personal	0.17	90%	8.0	0.10	90%	8.2
Instalaciones	0.14	86%	7.7	-0.14	90%	7.8
Limpieza	0.19	83%	7.5	0.03	93%	8.1
Seguridad	0.15	88%	7.7	0.06	93%	8.3
Información recibida	0.06	85%	7.7	0.25	87%	7.7
Entrega de equipaje	0.16	88%	7.8	0.17	80%	7.9

Base:

(363)

(30)

Satisfacción

Por Nacionalidad

Infraestructura de la Carretera	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Infraestructura de carretera	0.13	88%	8.0	0.46	93%	8.2
Estado de la carretera	0.22	80%	7.6	0.34	87%	7.8
Señalamientos	0.20	83%	7.8	0.29	73%	6.8
Seguridad	0.13	84%	7.8	0.29	80%	7.5
Servicios en la carretera	0.15	81%	7.6	0.13	80%	7.1
Auxilio vial	0.16	64%	7.4	0.26	60%	7.8
Relación precio/calidad de la carretera	0.15	63%	6.9	0.26	73%	7.2

Base:

(257)

(15)

Transporte Público Local	Nacionales			Extranjeros		
	Impacto	T2B	IS a	Impacto	T2B	IS a
Transporte público local	0.27	74%	7.1	0.24	80%	7.7
Calidad	0.28	66%	6.8	0.27	81%	7.6
Limpieza	0.26	66%	6.7	0.37	78%	7.5
Amabilidad y trato del personal	0.30	70%	6.9	0.15	81%	7.9
Relación calidad/precio	0.22	65%	6.6	0.16	88%	8.0

Base:

(610)

(64)

Satisfacción

Por Nacionalidad

Migración	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Migración	0.29	84%	7.3
Tiempo en espera	0.24	77%	6.6
Amabilidad y trato del personal	0.41	84%	7.5

Base:

(122)

Aduana	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Aduana	0.36	83%	7.4
Tiempo en espera	0.27	77%	6.9
Amabilidad y trato del personal	0.36	85%	7.4

Base:

(122)

Análisis de Satisfacción e Impacto por Área

Satisfacción e Impacto por área

Destino	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
SATISFACCIÓN GENERAL		94%	8.5
El mantenimiento de los recursos Culturales	0.39	95%	7.8
El mantenimiento de los recursos Naturales	0.30	84%	7.5
El servicio recibido en módulos de información	0.31	92%	7.5
El servicio recibido por seguridad pública	0.34	87%	7.7
La diversidad de actividades	0.33	90%	7.8
La diversidad de atractivos turísticos	0.30	37%	7.3
La hospitalidad de los residentes	0.31	70%	7.1
La limpieza de los balnearios	0.32	74%	7.0
La limpieza en calles y áreas públicas	0.31	59%	6.8
La relación calidad/precio	0.31	78%	6.9
La seguridad	0.29	89%	7.2
Los servicios ofrecidos por guías de turistas	0.31	87%	7.1

Base:

(1,200)

Satisfacción e Impacto por área

Establecimientos de Hospedaje	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Establecimientos de hospedaje	0.28	92%	7.3
Servicio del personal	0.28	93%	7.0
Facilidad de reservación	0.26	87%	6.9
Información del establecimiento	0.22	87%	6.9
Sistemas de ahorro energético	0.23	86%	7.1
Relación calidad/precio	0.21	86%	7.2
Variedad	0.23	74%	7.1

Base:

(677)

Establecimientos de Alim. y bebidas	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Establecimientos de Alim. y Bebidas	0.28	89%	8.0
Limpieza	0.24	85%	7.5
Higiene	0.21	86%	7.7
Servicio del personal	0.24	87%	7.5
Relación calidad/precio	0.26	83%	7.4
Variedad	0.22	85%	7.4
Información sobre establecimientos	0.23	79%	7.4

Base:

(1,200)

Satisfacción e Impacto por área

Aeropuerto	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Aeropuerto	0.18	95%	8.6
Servicio del personal de la línea	0.18	94%	8.6
Instalaciones	0.20	93%	8.7
Limpieza	0.20	95%	8.7
Seguridad	0.21	96%	8.9
Información recibida	0.19	87%	8.6
Entrega de equipaje	0.21	92%	8.7
Señalización e información de vuelos	0.19	91%	8.8

Base:

(495)

Terminal de Autobuses	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Terminal de autobuses	0.11	91%	7.6
Servicio del personal	0.17	91%	7.6
Instalaciones	0.12	87%	7.3
Limpieza	0.17	84%	7.4
Seguridad	0.15	89%	7.5
Información recibida	0.07	85%	7.6
Entrega de equipaje	0.16	88%	7.7

Base:

(393)

Satisfacción e Impacto por área

Infraestructura de la Carretera	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Infraestructura de carretera	0.16	88%	7.2
Estado de la carretera	0.23	81%	7.2
Señalamientos	0.20	82%	7.2
Seguridad	0.13	83%	7.1
Servicios en la carretera	0.14	81%	7.1
Auxilio vial	0.16	64%	6.9
Relación precio/calidad de la carretera	0.16	63%	6.8

Base:

(272)

Transporte Público Local	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Transporte público local	0.28	75%	7.0
Calidad	0.28	68%	6.9
Limpieza	0.28	67%	6.7
Amabilidad y trato del personal	0.29	71%	6.7
Relación calidad/precio	0.22	68%	6.3

Base:

(674)

Satisfacción e Impacto por área

Migración	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Migración	0.29	84%	7.3
Tiempo en espera	0.24	77%	6.6
Amabilidad y trato del personal	0.41	84%	7.5

Base:

(122)

Aduana	Impacto por área		
	Impacto	T2B	IS a
Aduana	0.36	83%	7.4
Tiempo en espera	0.27	77%	6.9
Amabilidad y trato del personal	0.36	85%	7.4

Base:

(122)

Análisis de mejoramiento estratégico

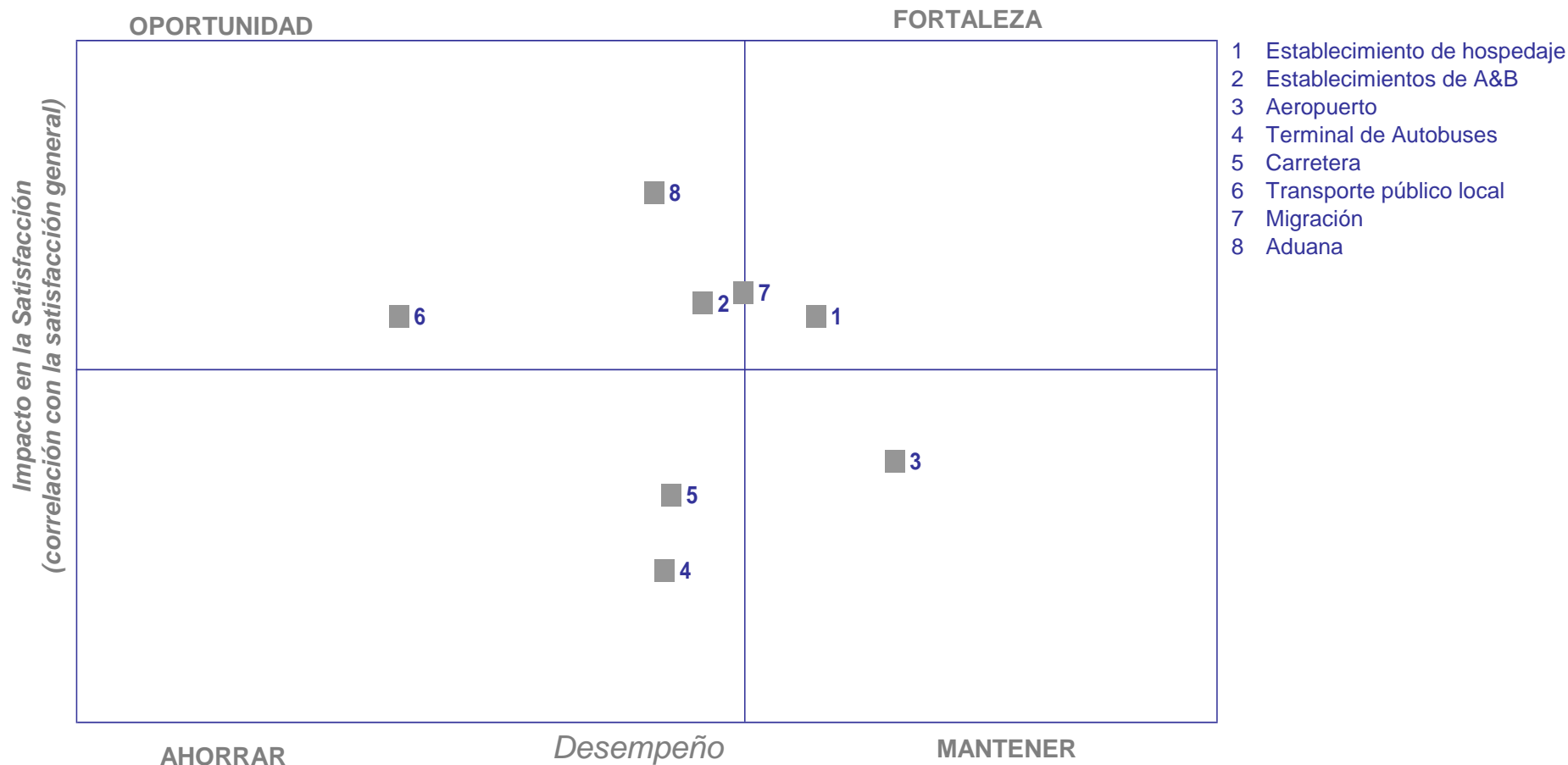
Matriz de mejoramiento estratégico

Explicación - Forma de leer la Matriz



Matriz de mejoramiento estratégico

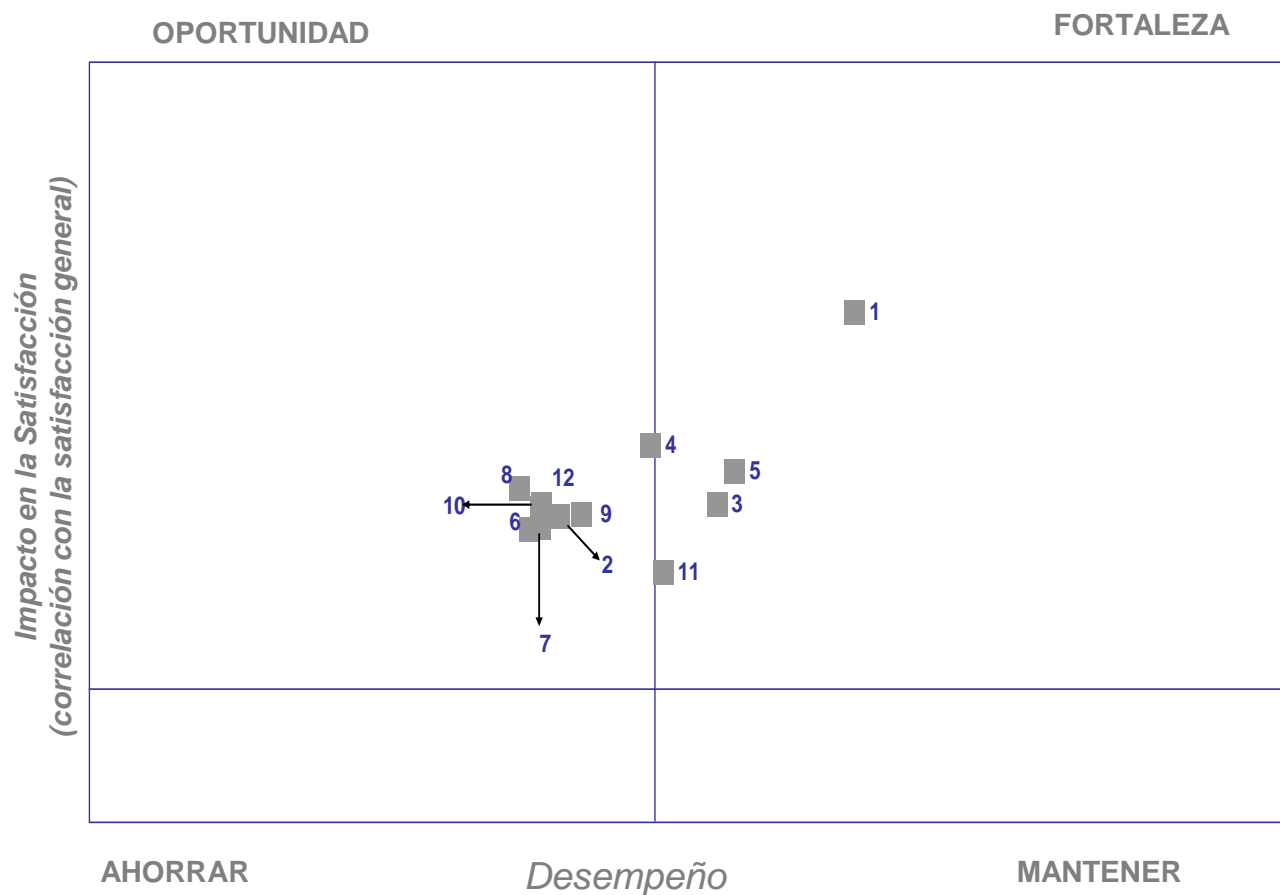
Atributos generales de Satisfacción por Área



Base total de entrevistados: 1,200

Matriz de mejoramiento estratégico

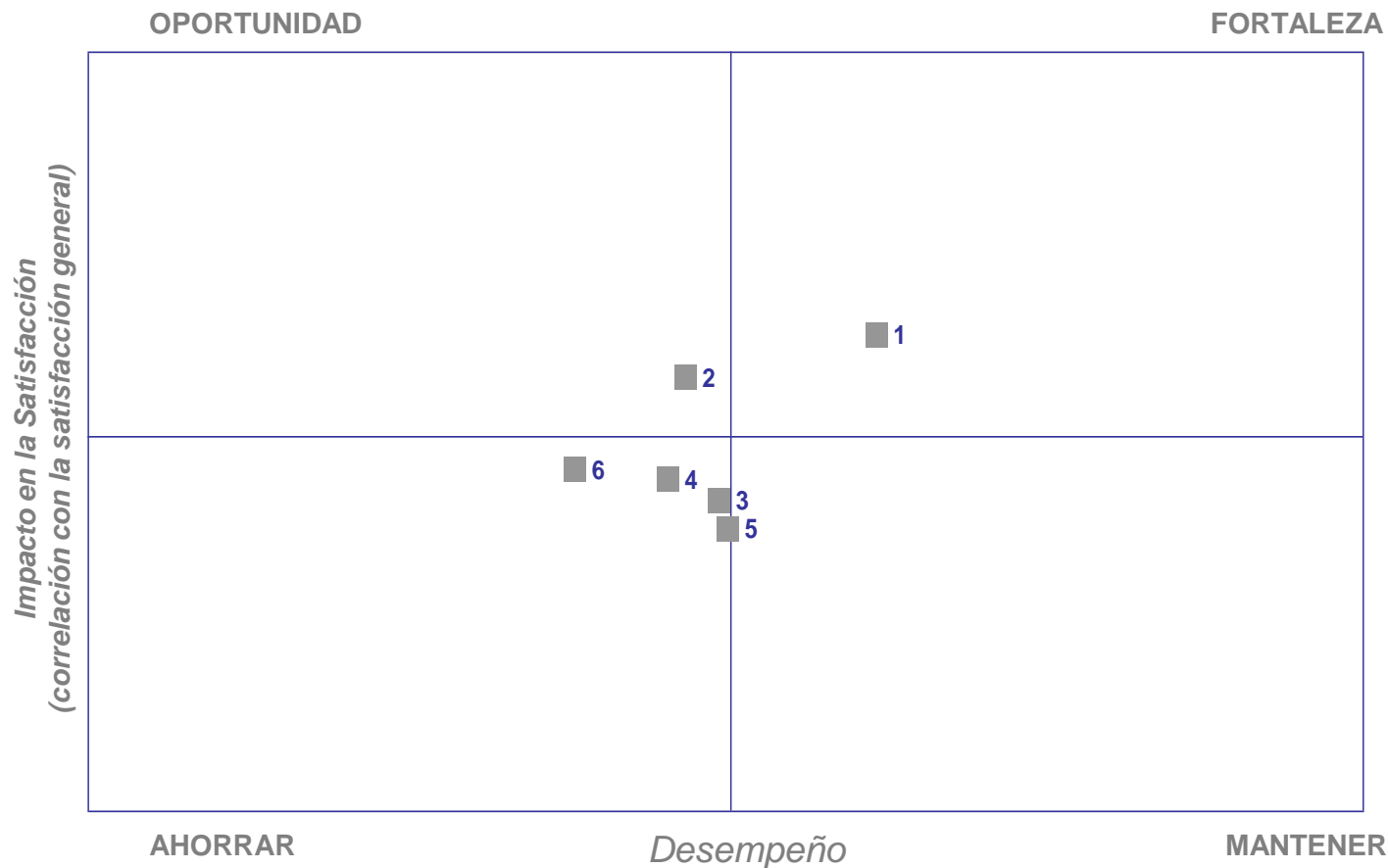
Destino



- 1 Hospitalidad de los residentes
- 2 Limpieza en calles y áreas públicas
- 3 Seguridad en el destino
- 4 Diversidad de actividades
- 5 Diversidad de atractivos
- 6 Limpieza de balnearios
- 7 Servicio en módulos de información
- 8 Servicio de la seguridad pública
- 9 Servicios de guías turísticos
- 10 Mantenimiento de los recursos Naturales
- 11 Mantenimiento de los recursos Culturales
- 12 Relación calidad/precio

Matriz de mejoramiento estratégico

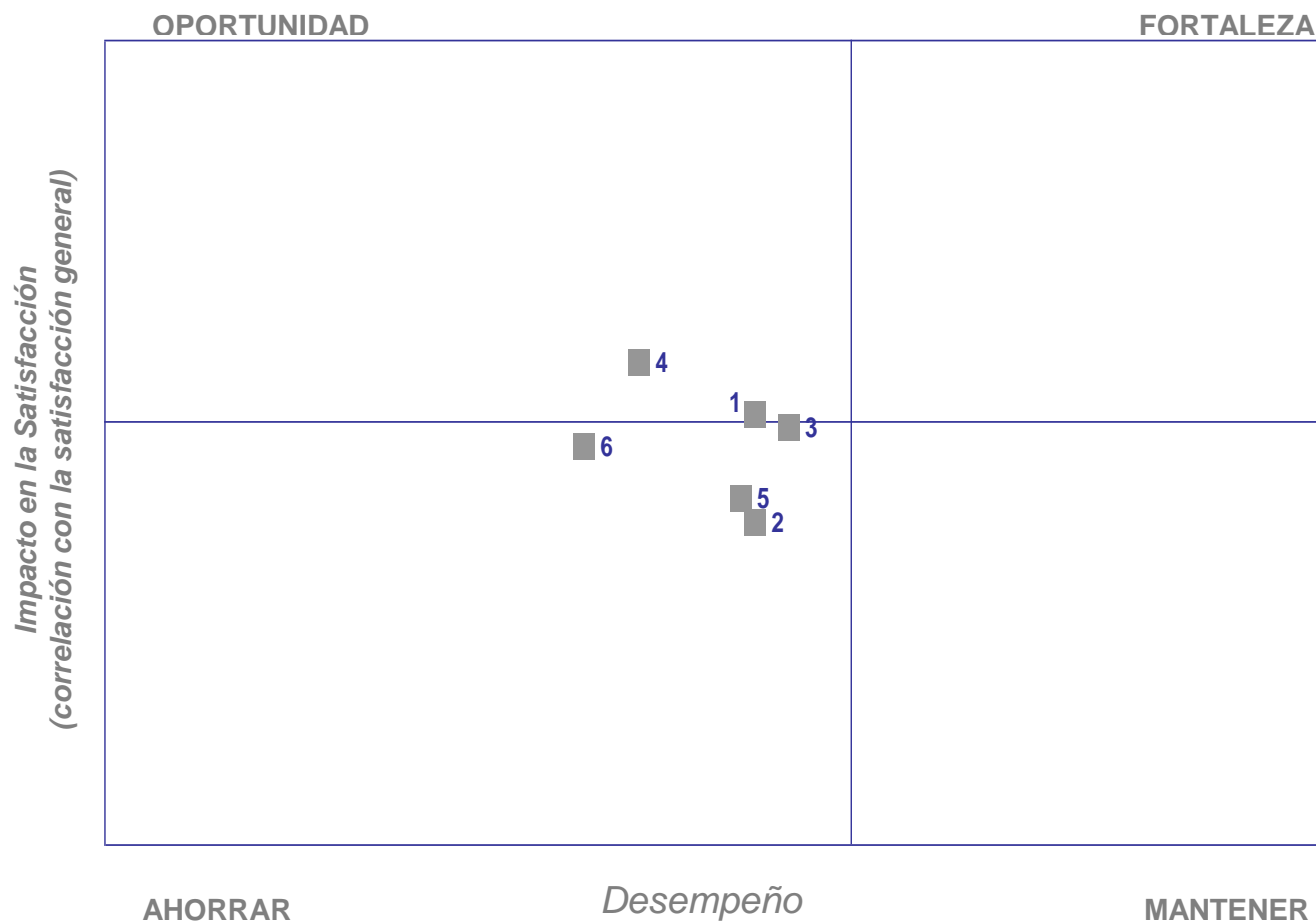
Establecimientos de hospedaje



- 1 Servicio del personal
- 2 Relación calidad/precio
- 3 Variedad de oferta
- 4 Información del establecimiento
- 5 Facilidad de reservación
- 6 Sistemas de ahorro energético

Matriz de mejoramiento estratégico

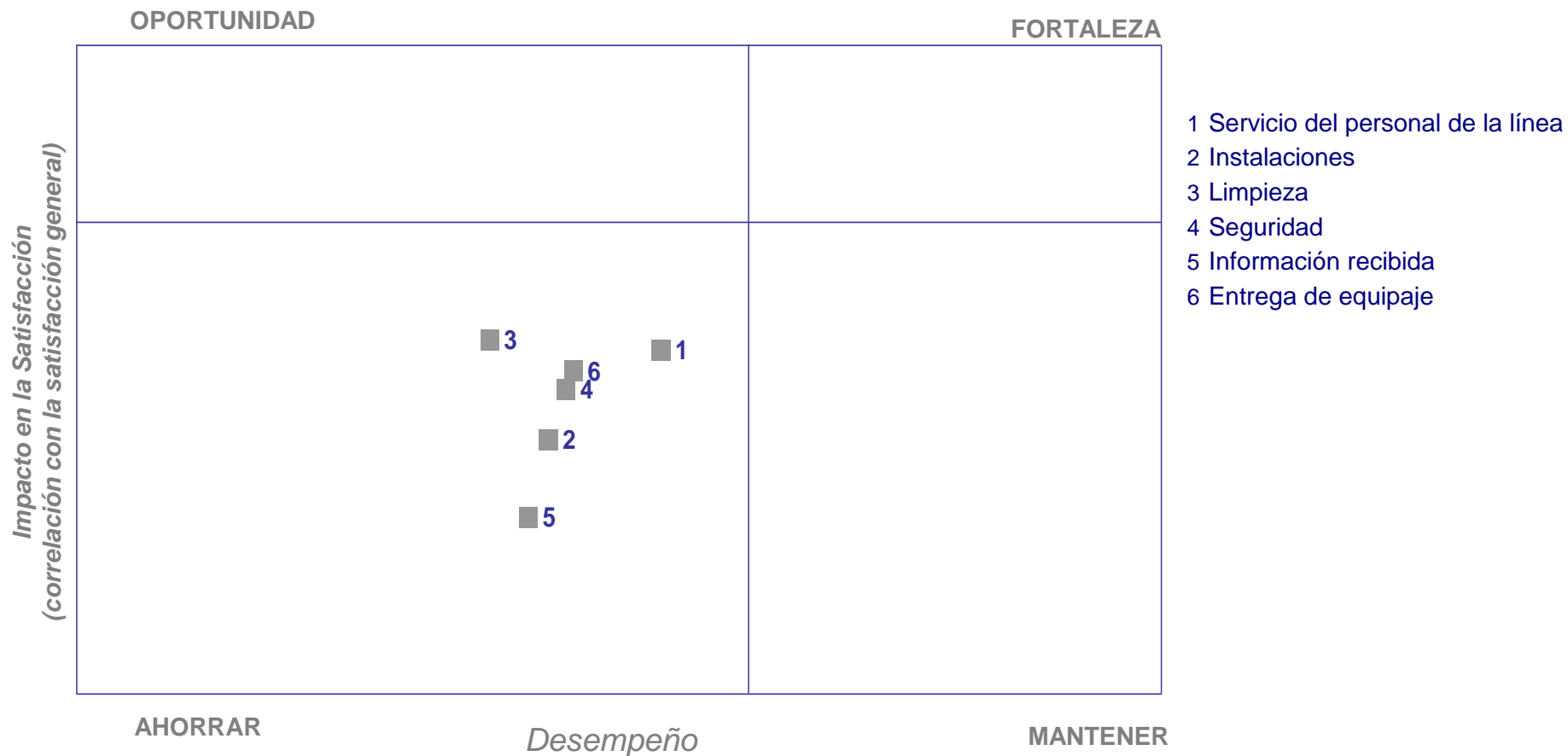
Establecimientos de alimentos y bebidas



- 1 Limpieza
- 2 Higiene
- 3 Servicio del personal
- 4 Relación calidad/precio
- 5 Variedad
- 6 Información sobre establecimientos

Matriz de mejoramiento estratégico

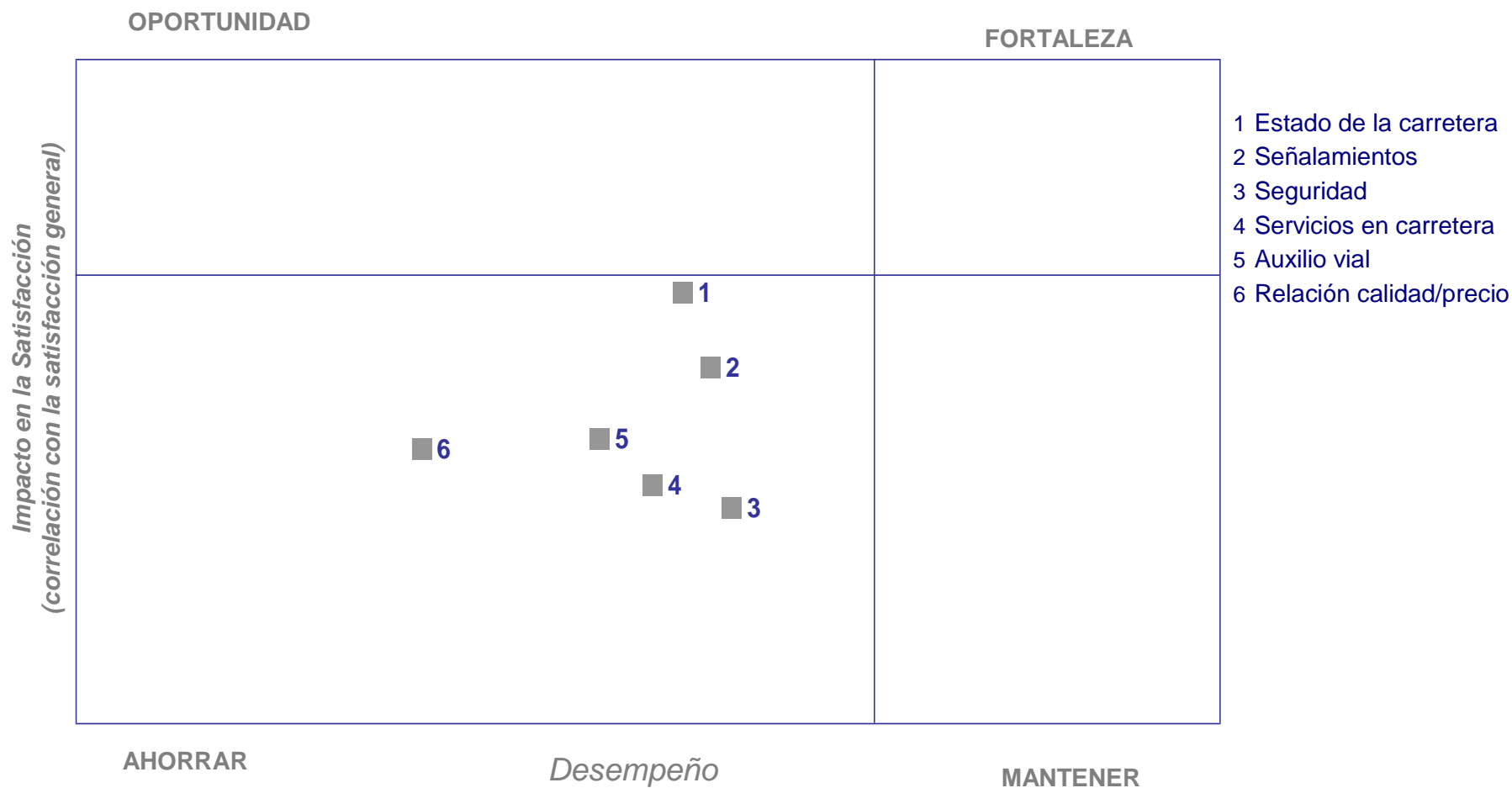
Terminal de autobuses



Base entrevistados que llegaron en autobús: 393

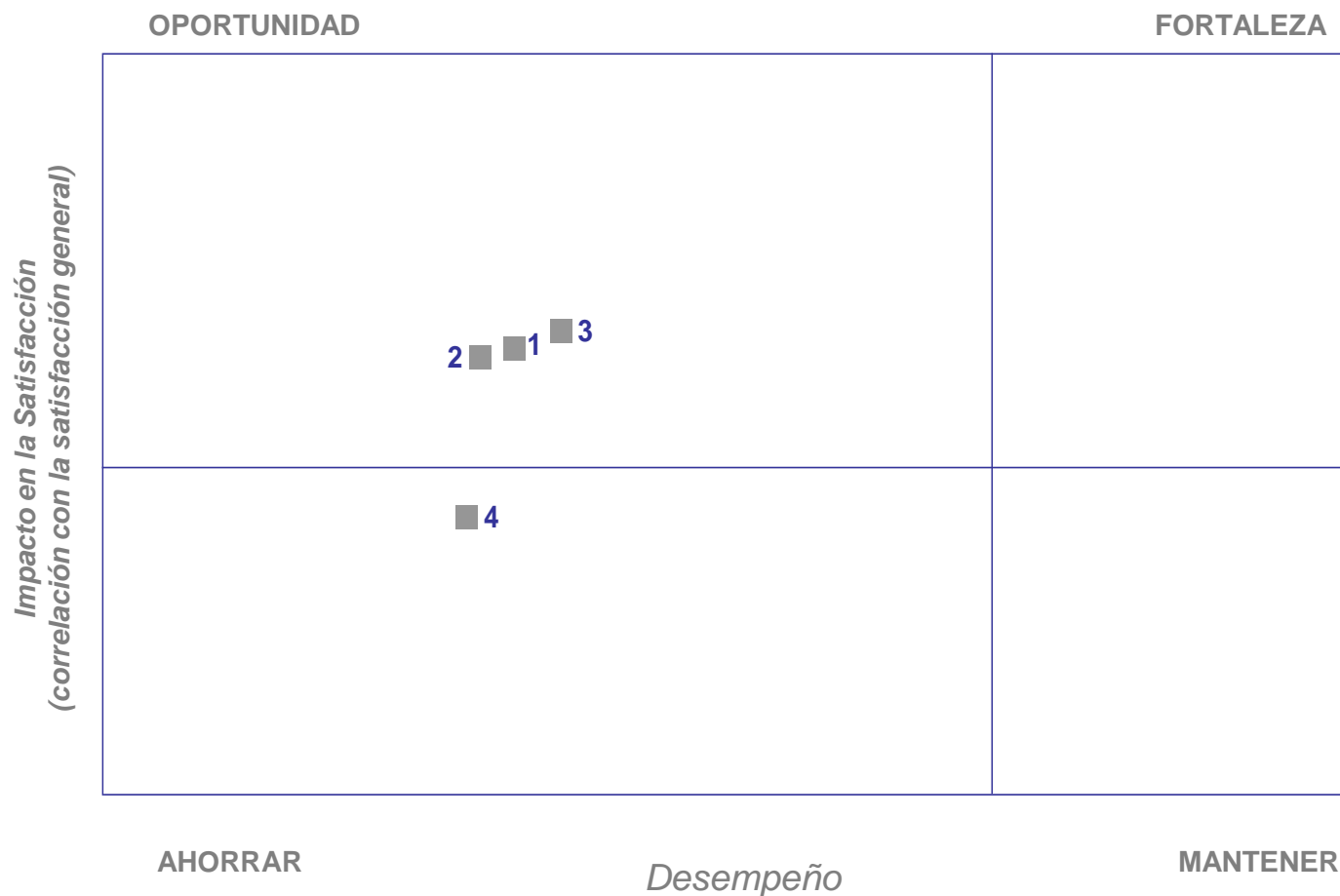
Matriz de mejoramiento estratégico

Infraestructura de la carretera hacia el destino



Matriz de mejoramiento estratégico

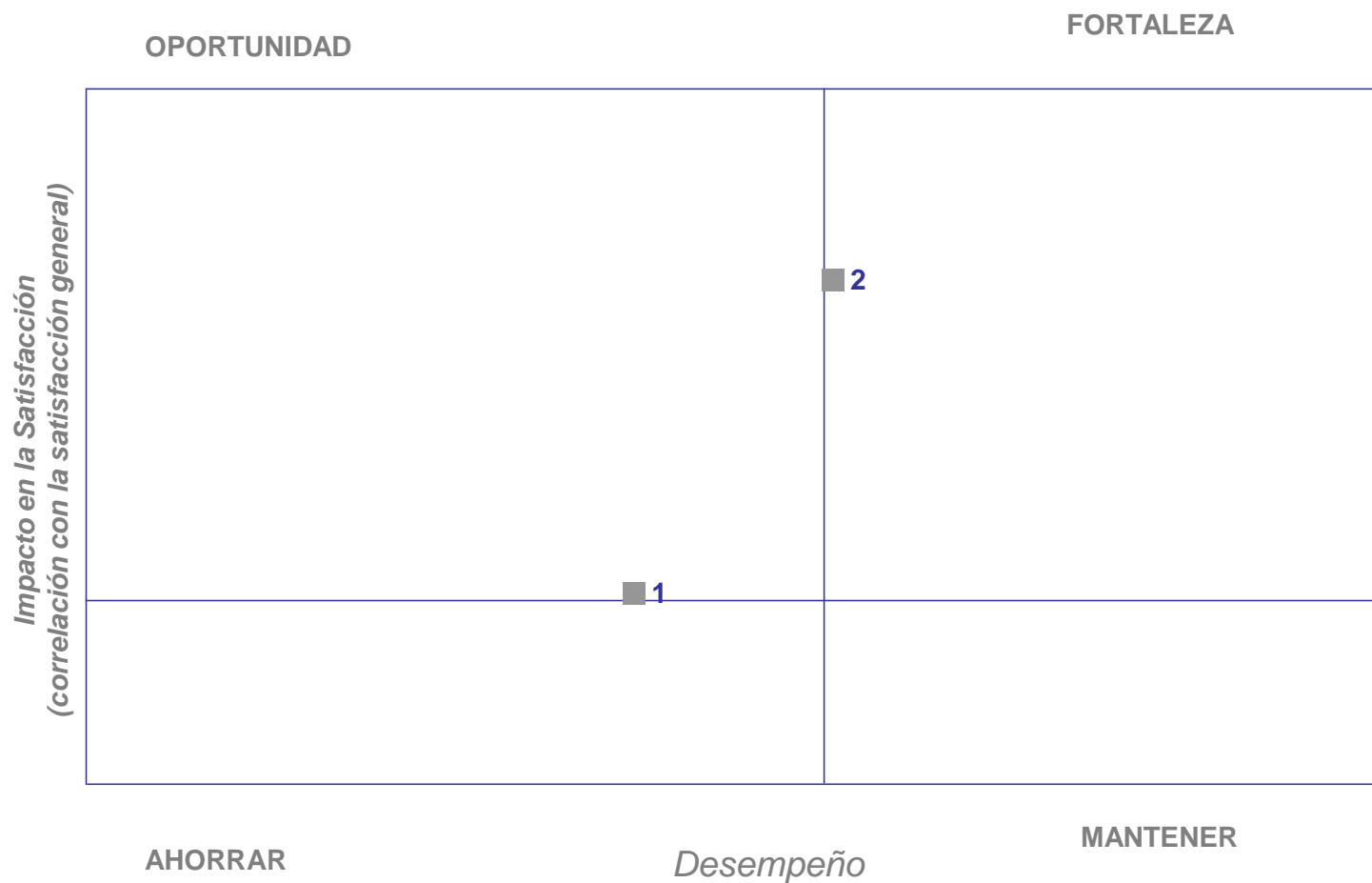
Transporte público local



- 1 Calidad del transporte público
- 2 Limpieza
- 3 Amabilidad y trato del personal
- 4 Relación calidad/precio

Matriz de mejoramiento estratégico

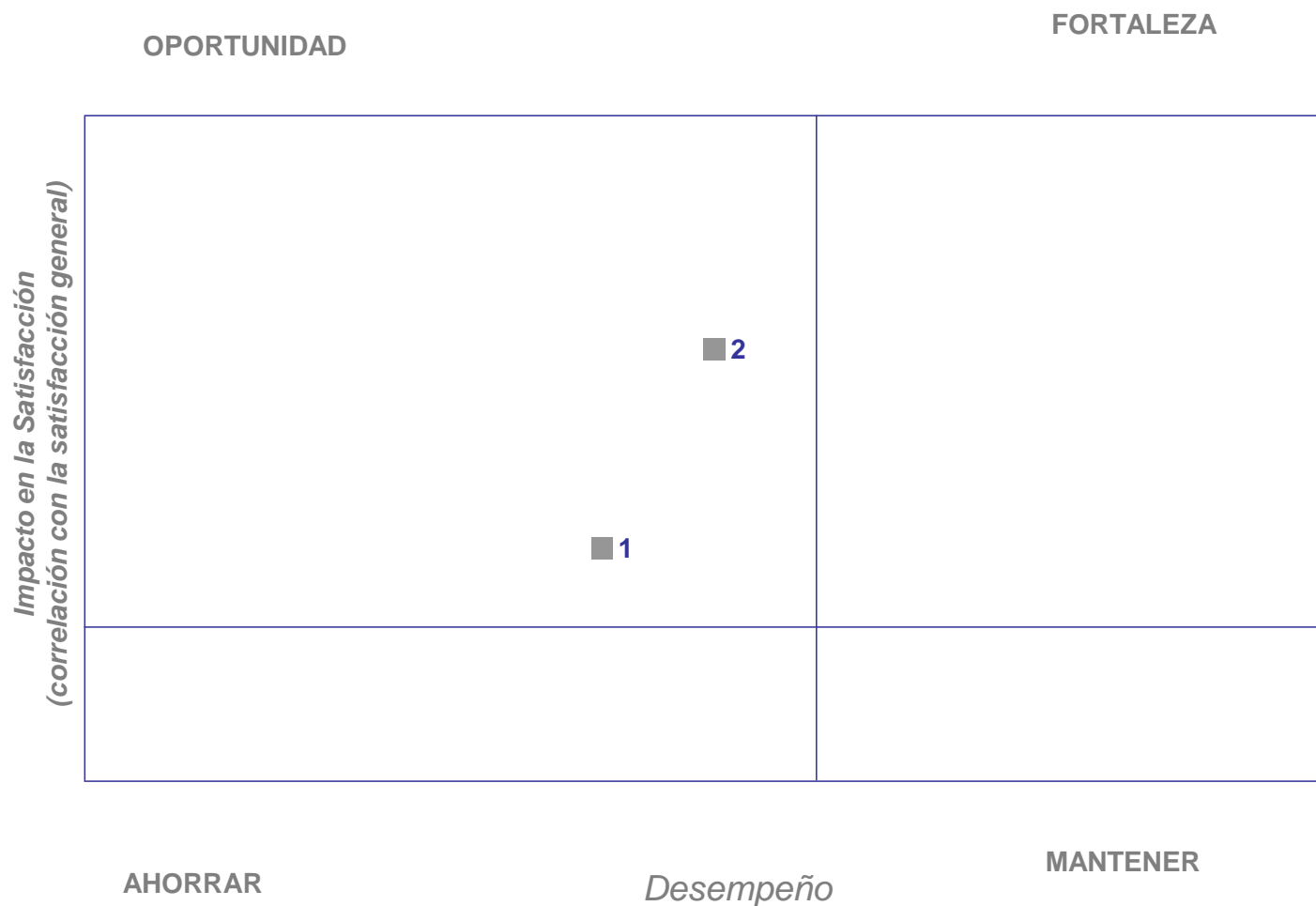
Migración



- 1 El tiempo de espera
- 2 La amabilidad y trato recibido

Matriz de mejoramiento estratégico

Aduana

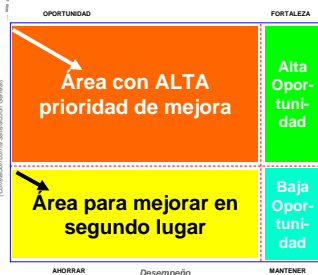
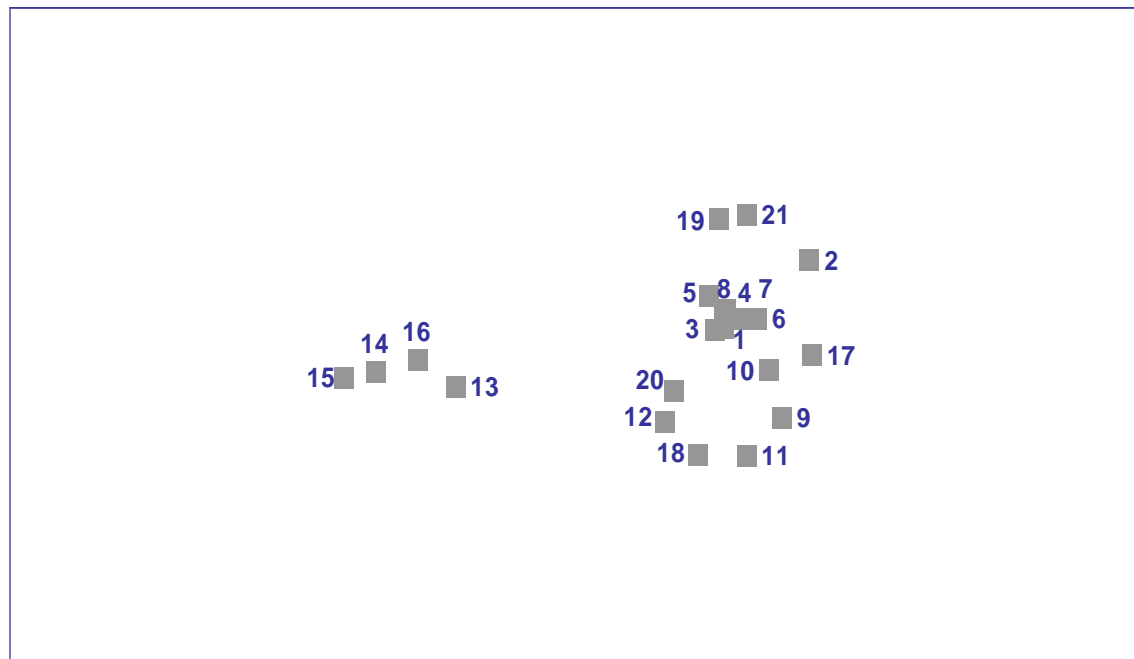


- 1 El tiempo de espera
- 2 La amabilidad y trato recibido

Matriz de mejoramiento estratégico

Atributos de Satisfacción con ALTA prioridad de mejora

- 15 La limpieza del transporte público local
- 14 La calidad del transporte público local
- 16 Trato del personal de transporte público
- 21 La amabilidad y trato recibido en aduana
- 5 El servicio recibido por seguridad pública
- 8 La relación calidad / precio de esta ciudad
- 3 La limpieza de los balnearios
- 20 El tiempo de espera en aduana
- 4 El servicio recibido en módulos de información
- 12 La calidad / precio de los establecimientos de A&B
- 7 El mantenimiento de los recursos Naturales
- 1 La limpieza en calles y áreas públicas
- 6 Los servicios ofrecidos por guías de turistas
- 2 La diversidad de actividades recreativas
- 18 El tiempo de espera en migración
- 11 La limpieza de los establecimientos de A&B
- 9 La relación calidad / precio del hotel

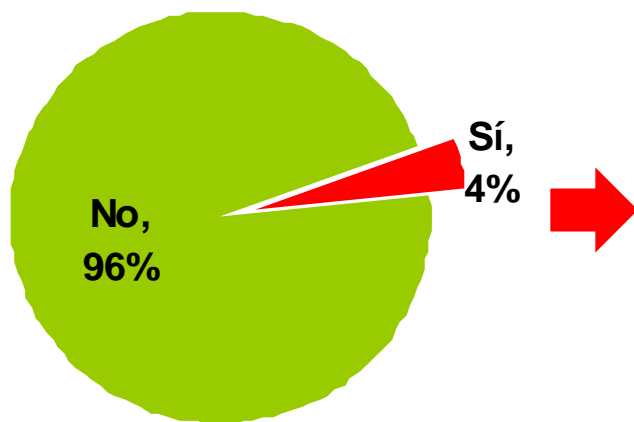


Percepción de la seguridad

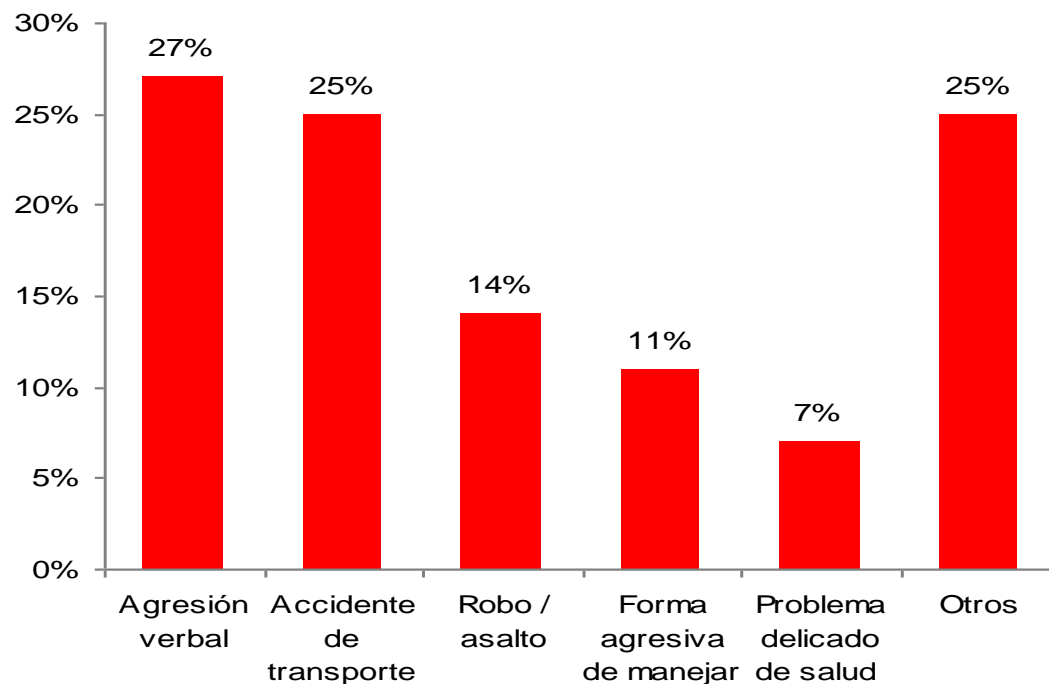
Percepción de la seguridad

Visitantes que tuvieron algún tipo de problema

Principales Problemas Experimentados en el Destino



P29.- ¿Experimentó algún problema durante su estadía en este destino que pusiera en peligro su seguridad o bienestar?



Opción múltiple, los porcentajes no suman 100%

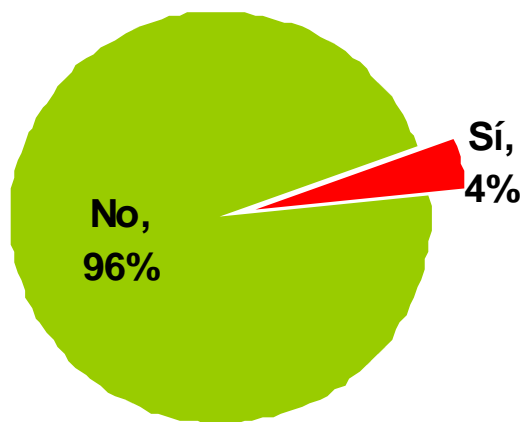
Base quienes tuvieron algún problema: 44

P30.- Por favor dígame ¿cuál fue el problema que experimentó en su estadía en este destino?

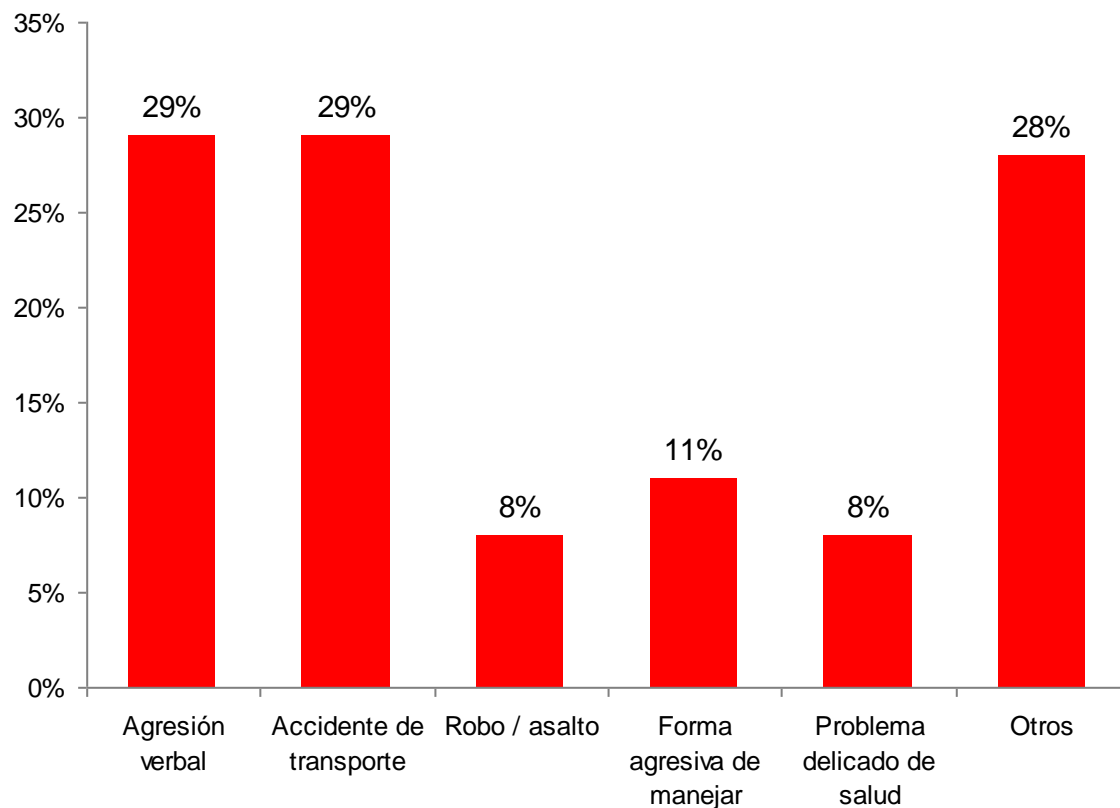
Percepción de la seguridad

Visitantes que tuvieron algún tipo de problema

- Nacionales -



Principales Problemas Experimentados en el Destino



Opción múltiple, los porcentajes no suman 100%

Base quienes tuvieron algún problema: 38

P30.- Por favor dígame ¿cuál fue el problema que experimentó en su estadía en este destino?

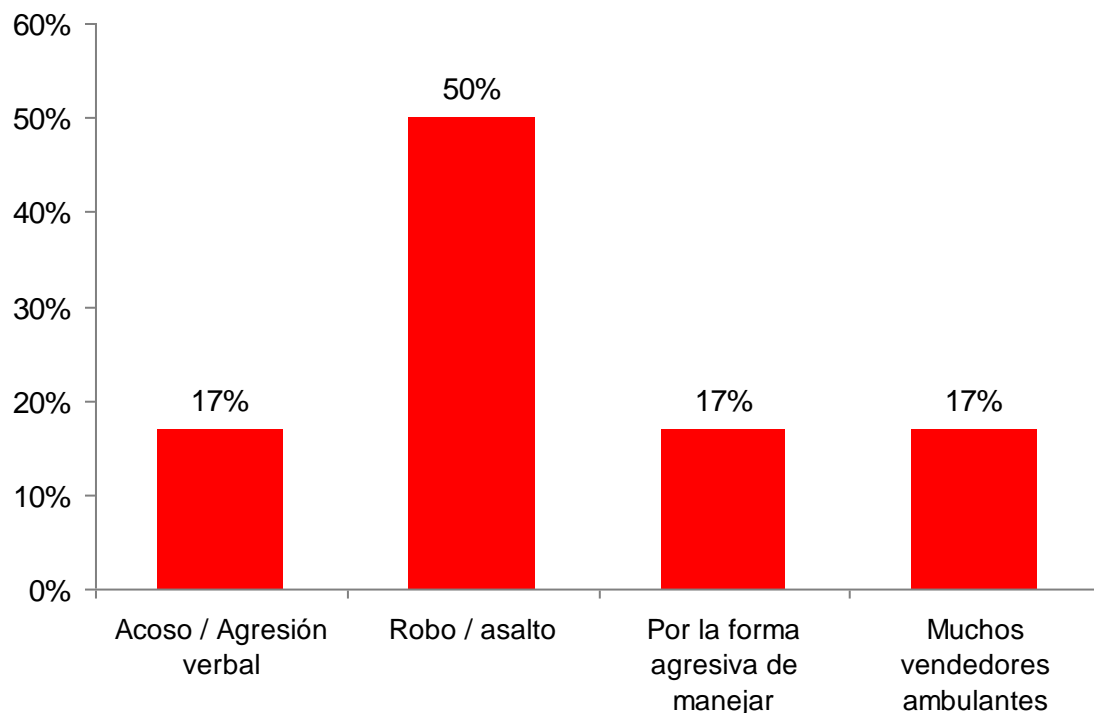
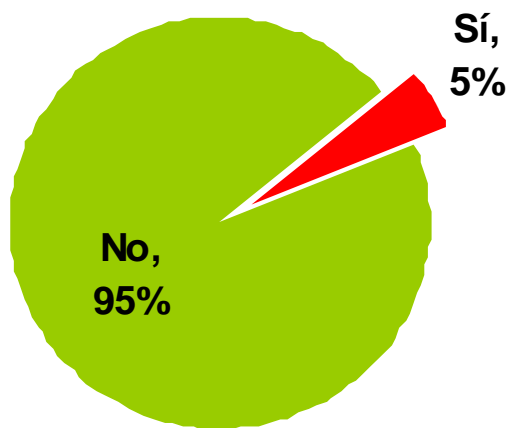
P29.- ¿Experimentó algún problema durante su estadía en este destino que pusiera en peligro su seguridad o bienestar?

Percepción de la seguridad

Visitantes que tuvieron algún tipo de problema

- Extranjeros -

Principales Problemas Experimentados en el Destino



P29.- ¿Experimentó algún problema durante su estadía en este destino que pusiera en peligro su seguridad o bienestar?

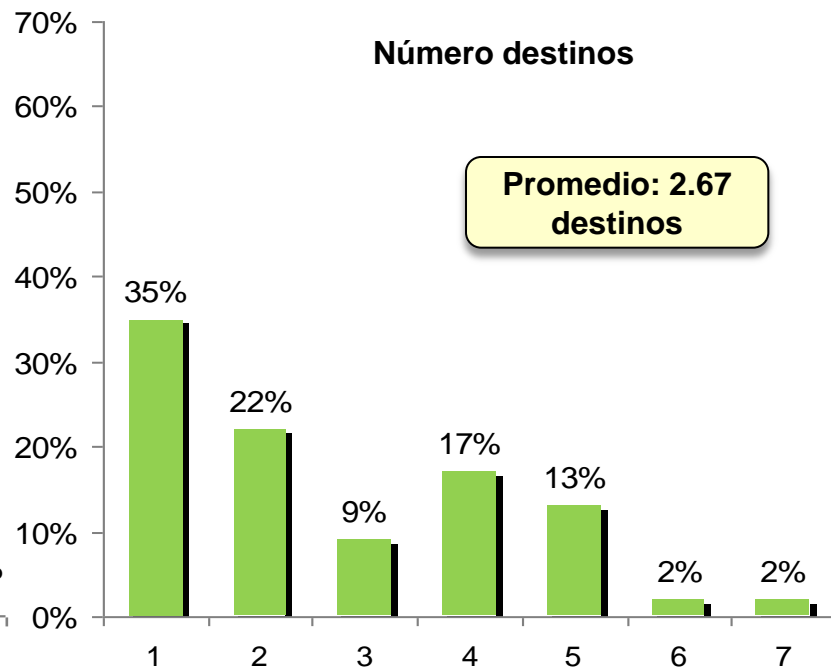
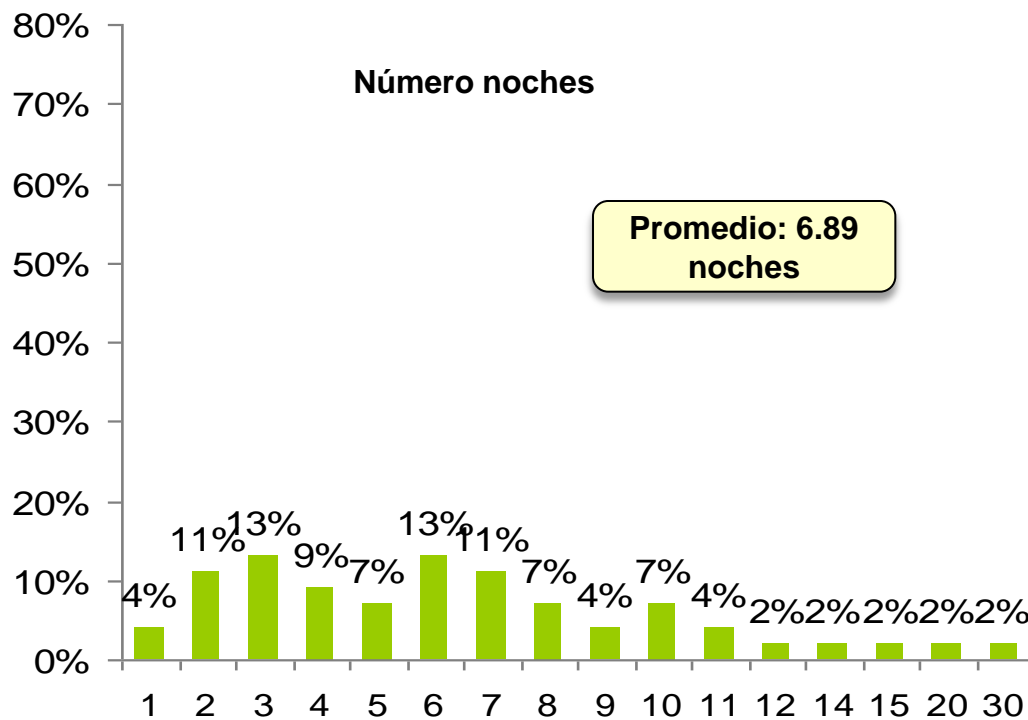
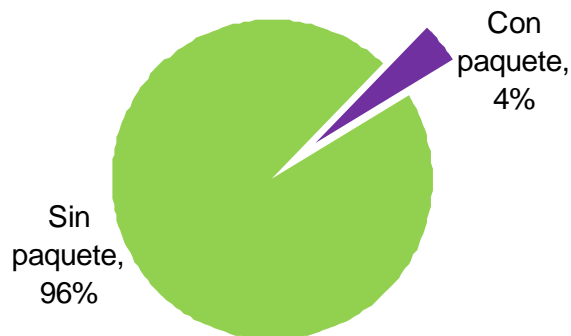
Opción múltiple, los porcentajes no suman 100%

Base quienes tuvieron algún problema: 6

P30.- Por favor dígame ¿cuál fue el problema que experimentó en su estadía en este destino?

Análisis de paquetes

Análisis de paquetes por destino



Base: Quienes viajaron por paquete 46

P16.- ¿Cuántos destinos turísticos y cuántas noches incluye su paquete?

Conclusiones

- Mérida tienen un Índice de Satisfacción Bueno (8.5 puntos)
- El 93% de los visitantes de Mérida es probable que vuelvan al destino y que tienen un alto índice de lealtad.
- Los visitantes que evalúan como excelente y buena la experiencia en el destino comentan que los atributos por lo que dan esta evaluación son: la hospitalidad de los residentes, el servicio ofrecido por el personal del hotel o establecimiento de hospedaje, la seguridad en el destino, la diversidad de atractivos turísticos, el mantenimiento y conservación de los recursos Culturales y la seguridad y limpieza en el aeropuerto
- Las recomendaciones de mejora para el destino de los visitantes son: información turística, mejores precios y limpieza en el destino y mejorar la calidad del servicio con.
- Las áreas con mayor oportunidad de mejora son:
 - **Destino:** La limpieza en calles y áreas públicas. La diversidad de actividades recreativas. La limpieza de las playas/Balneario. El servicio recibido en módulos de información. El servicio recibido por seguridad pública. Los servicios ofrecidos por guías de turistas. El mantenimiento de los recursos Naturales. La relación calidad/precio de esta ciudad.
 - **Establecimientos de Hospedaje:** La relación Calidad / Precio del Hotel

- **Establecimientos de Alimentos y Bebidas:** Limpieza, y Relación calidad/precio.
 - **Transporte público local:** Calidad, limpieza y trato del personal del transporte público
 - **Migración:** Tiempo de espera
 - **Aduana:** Tiempo de espera y la amabilidad y trato recibido.
-
- **El perfil de los visitantes de Mérida es:**
 - Los visitantes principalmente son nacionales provenientes en su mayoría de Distrito federal, Quintana Roo y Campeche (90%). Los visitantes extranjeros en su mayoría son de Estados Unidos .
 - Los adultos maduros (36 a 55 años de edad) representan el 33% de los visitantes, seguidos de los adultos jóvenes (26 a 35 años de edad) con un 30%.
 - 4 de cada 10 es la primera vez que acuden al destino.
 - El 34% de los entrevistados declara que viaja con su familia, el 27% viaja solo, el 21% con su cónyuge o pareja.

▪ Motivo y razón de la visita:

- El principal motivo por el cual los mexicanos viajan a Mérida es descanso o recreación con 40%, la segunda razón con 30% es visita a familiares / amigos, le sigue con 16% motivos laborales.
- Entre los que deciden visitar el destino por descanso, la principal razón que motiva la visita es la “cultura del destino”.

▪ Hospedaje y medio de arribo:

- El principal medio de transporte utilizado por los viajeros para llegar a Mérida es el avión con 41% seguido del autobús con 33% y en tercer lugar en auto propio con 20%.
- El 95% de los encuestados permaneció más de 1 noche en Distrito Federal por lo que se considera como turistas y no excursionistas. El 5% de los visitantes estuvieron unas cuantas horas.
- EL 53% de los entrevistados se hospedaron en hotel, el 36% casa de un familiar o un amigo y el 3% en hostel, Bungalows, Cabañas.
- El 36% visitó otros destinos en el mismo viaje. Entre los que visitaron otros destinos destacan otras entidades, como Cancún, Chichen Itza y Progreso

- **Seguridad:**
 - El 4% de los visitantes experimentó problemas de seguridad, el principal incidente fue agresión verbal.

Recomendaciones

Aspectos con mayor prioridad de mejora

Áreas de mejoras prioritaria

- La limpieza en calles y áreas públicas
- La diversidad de actividades recreativas
- La limpieza de las playas/Balneario
- El servicio recibido en módulos de información
- El servicio recibido por seguridad pública
- Los servicios ofrecidos por guías de turistas
- El mantenimiento de los recursos Naturales
- La relación calidad/precio de esta ciudad
- La relación Calidad / Precio del Hotel
- La limpieza de los establecimientos de A&B
- Calidad / Precio de los establecimientos
- El calidad del transporte público local
- La limpieza del transporte público local
- Trato del personal del transporte público
- El tiempo de espera en migración
- El tiempo de espera en aduana
- La amabilidad y trato recibido en aduana

Áreas de mejoras Secundaria

- La variedad de oferta de hospedaje que existe en esta ciudad
- La información obtenida del establecimiento
- La facilidad de la reservación
- La innovación en sistemas de ahorro de energía, agua y reciclado de basura
- La higiene en A&B
- La variedad de establecimientos de A&B en este destino
- La información sobre los establecimientos de A&B en el destino
- El servicio ofrecido por el personal de la línea de autobús
- Las instalaciones de la terminal de autobuses
- La limpieza en la terminal de autobuses
- La seguridad en la terminal de autobuses
- La información recibida en la terminal de autobuses
- La entrega de equipaje
- El estado de mantenimiento de la carretera
- Los señalamientos en carretera
- La seguridad en carretera
- Los servicios en carretera
- El auxilio vial
- La relación precio de las casetas vs calidad de las carreteras
- La relación Calidad / Precio del transporte público

*Centro de conocimientos
e información estratégica
para el sector Turístico
de México.*



Schiller 138 Piso 7
Col. Chapultepec Morales
México, D.F. 11580
t. +52 (55) 3002 6340 | cestur@sectur.gob.mx