



SISTEMA DE INTELIGENCIA COMPETITIVA DE YUCATÁN

Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos





Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

Metodología



Los datos presentados en este documento son el resultado del levantamiento de entrevistas realizadas a una muestra representativa de empresarios turísticos del estado de Yucatán, con el objetivo de conocer las características de sus empresas, la relación entre éstas y otras empresas del sector y la opinión de las mismas sobre las acciones que la Secretaría de Turismo de Yucatán, como gestora y promotora del turismo en la entidad, lleva a cabo.

Este documento se encuentra dividido en 4 apartados, que se detallan a continuación:

- I. El primero, muestra los datos generales y un panorama general de las características de operación de las empresas turísticas de Yucatán.
- II. El segundo, presenta la relación que existe entre las empresas turísticas de Yucatán (hoteles, restaurantes, agencia de viajes, bares y centros nocturnos, líneas aéreas y arrendadoras) así como la forma de agrupación de las mismas.
- III. En el tercer apartado se muestra la opinión de los empresarios acerca de las acciones que realiza la Secretaría de Turismo de Yucatán, así como la información que los empresarios están dispuestos a compartir con la Secretaría de Turismo, los medios de comunicación más efectiva entre empresarios y Secretaría y las propuestas para, en su caso, mejorar la relación entre la iniciativa privada y la propia Secretaría.



IV. Por último, el apartado cuatro se realizó mediante entrevista solamente a Hoteles, con el objetivo de conocer datos específicos de operación de cuatro variables: tamaño, categoría, tarifas y porcentaje de ocupación.

Las características del levantamiento de entrevistas a empresarios turísticos son:

- Periodo de levantamiento durante el primer trimestre de 2006
- Tamaño de muestra 102 casos
- Las entrevistas fueron realizadas por medio de cuestionario estructurado, cara a cara, en una muestra representativa de empresas turísticas de Yucatán, con la siguiente distribución:

Tipo de empresa	Proporción
Hoteles	40.2%
Restaurantes	21.6%
Agencias de viajes	19.6%
Bares y centros nocturnos	9.8%
Líneas aéreas	4.9%
Arrendadoras	3.9%

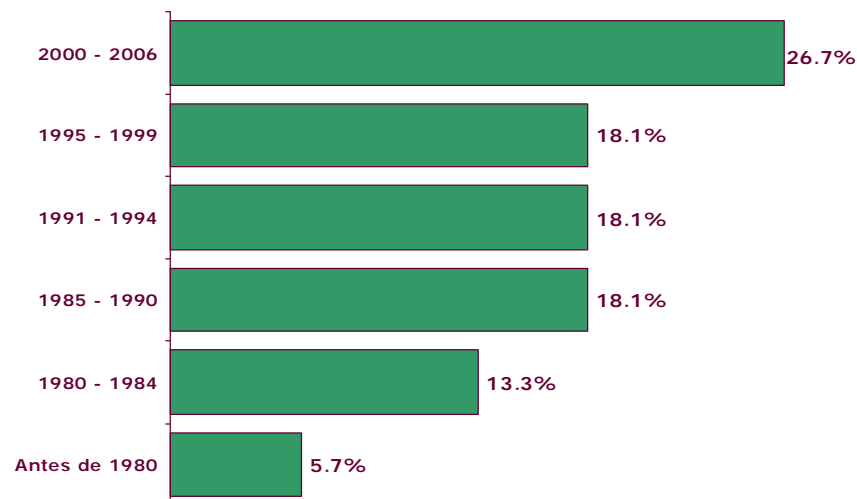
El universo se constituyó por todos aquellos Directivos/Gerentes de las empresas turísticas seleccionadas.



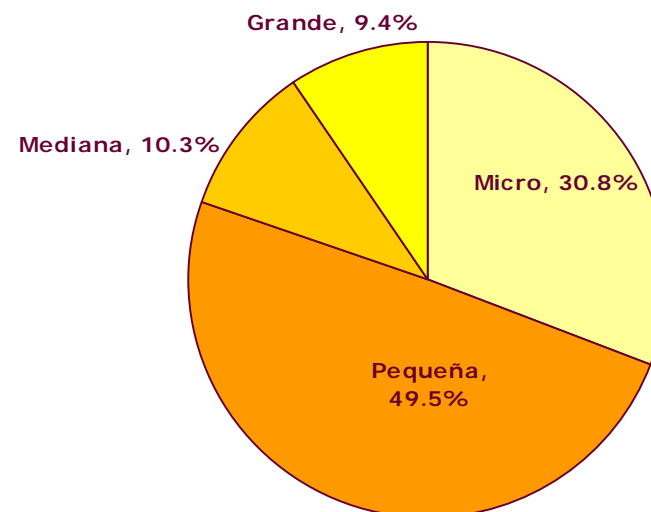
Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

I. Datos Generales y de Operación de la Empresa

Antigüedad y tamaño de las empresas



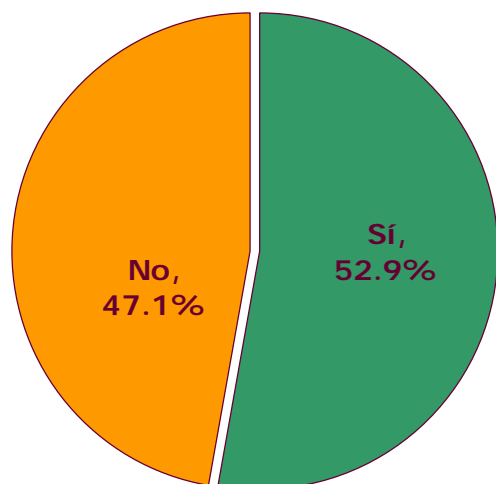
El año de inicio de operaciones de las empresas turísticas nos permite determinar el dinamismo de la actividad; como se puede observar en la gráfica, una de cada cuatro empresas turísticas inició operaciones en los últimos 7 años.




En cuanto al tamaño de las empresas turísticas, predominan las micro (de 1 a 10 empleados) y pequeñas (de 11 a 50 empleados) empresas, que en conjunto suman el 80% del total.

Registros de información utilizados

¿Cuenta con algún registro de información para conocer las características de sus clientes? ¿Cuál?



- 
1. Bases de datos
 2. Registro de entrada
 3. Estadísticas Internas
 4. Encuestas
 5. Cuestionario en habitaciones
 6. Pases y cortesías
 7. Registros Nacionales
 8. Libro de Sugerencias
 9. Talones

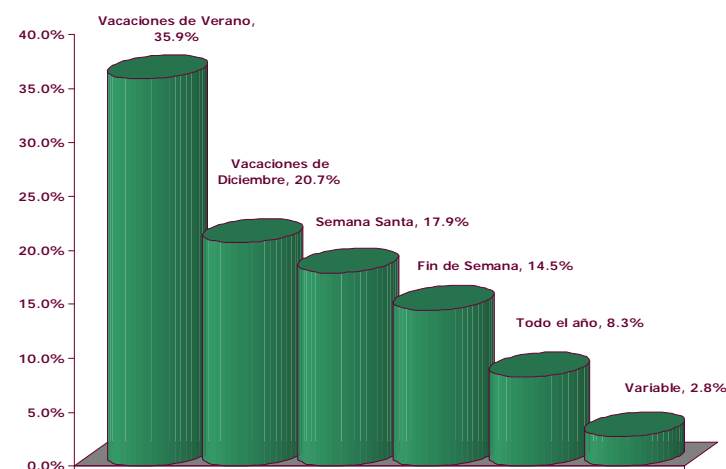
Casi la mitad de las empresas turísticas de Yucatán no cuentan con ningún sistema o metodología para el registro de información de sus clientes, lo que refleja falta de cultura sobre investigación de mercados en las empresas. Aquellos que más

recurren a registros de información de sus clientes son los hoteles, aunque en muchas ocasiones la información no es recopilada de forma continua o es insuficiente.

Medios de promoción más utilizados y temporalidad



Los medios de promoción más utilizados por los empresarios turísticos de Yucatán son los impresos, que en suma corresponden a 58% del total. El desarrollo de páginas web, banners, mailing y otras estrategias de e-commerce, a pesar de no tener una proporción elevada, es un tema en el que las empresas turísticas de Yucatán se encuentran interesadas por la competitividad que estas estrategias generan en sus negocios.



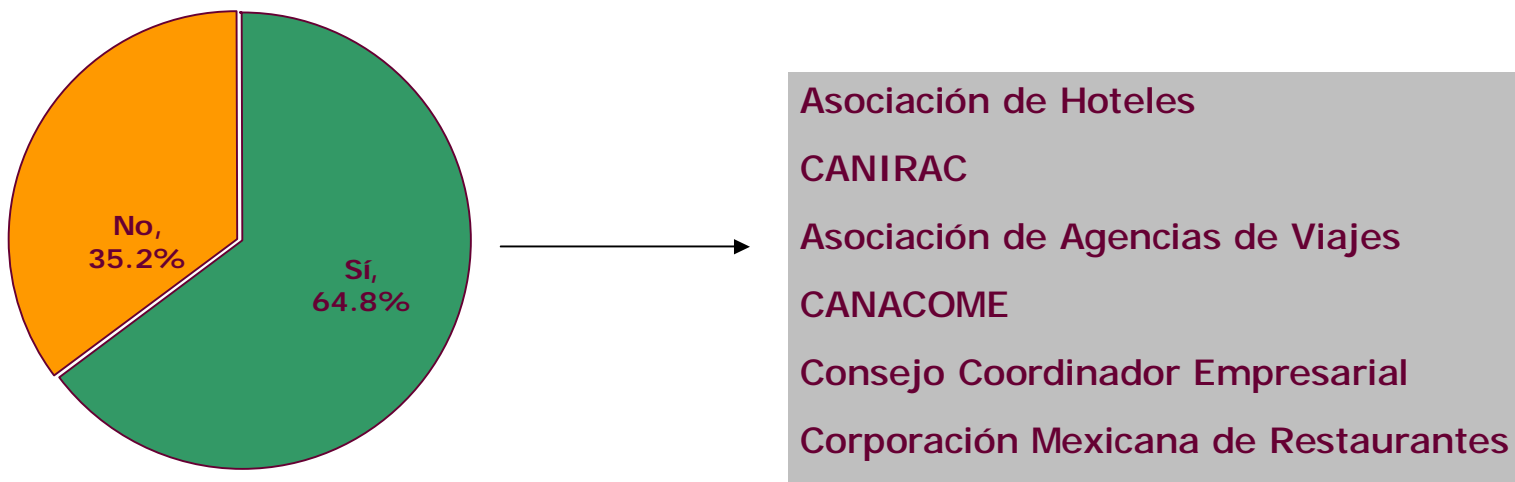
La temporalidad en Yucatán es muy marcada: las mejores temporadas para la mayoría de los empresarios son los periodos vacacionales; sin embargo, menos de la mitad (45.3%) de los entrevistados manifestaron contar con tarifas especiales o descuentos por temporada. Los que si manejan este tipo de diferenciación de precios lo realizan principalmente por medio de paquetes promocionales, descuentos a grupos y empresas y descuentos en temporada baja.



Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

II. Relación entre Empresarios del Sector

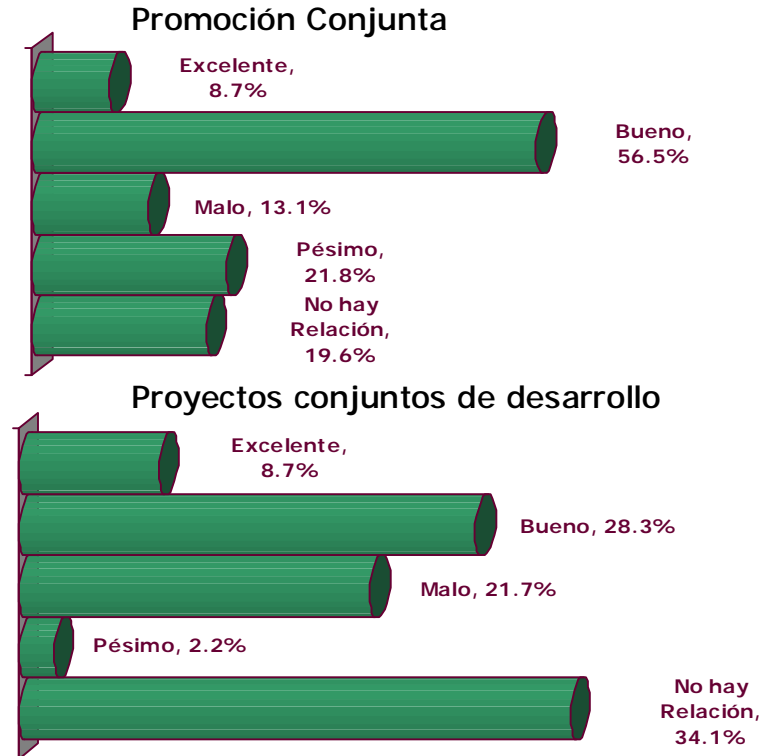
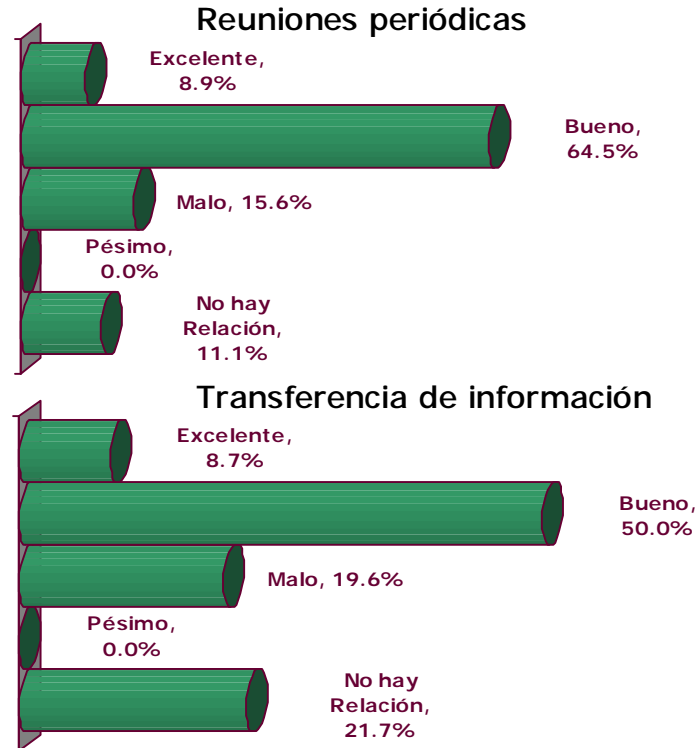
Afiliaciones de las Empresas con Asociaciones



El 64.8%, de las empresas turísticas de Yucatán pertenecen a alguna asociación de empresarios; cada segmento empresarial procura estar

relacionado con su Asociación, siendo las más representativas la Asociación de Hoteles, CANIRAC y la AMAV.

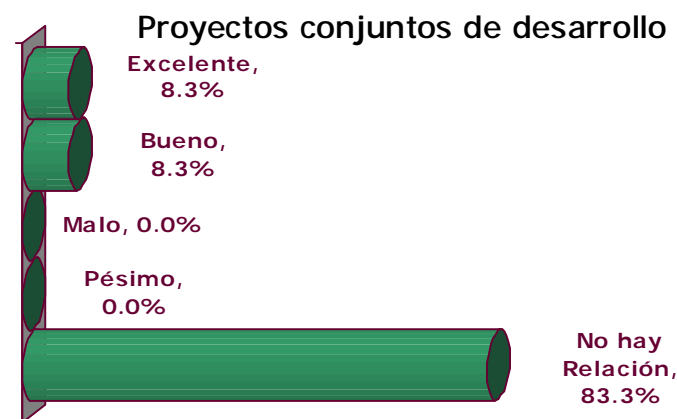
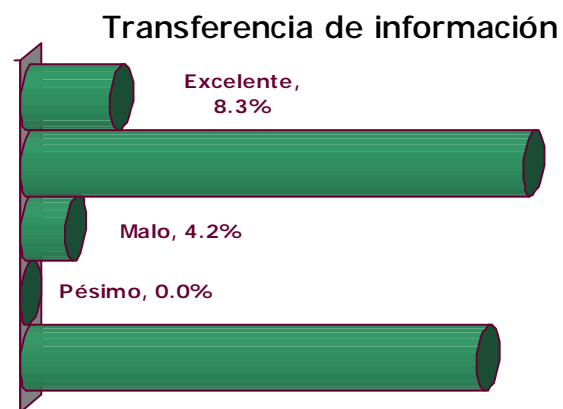
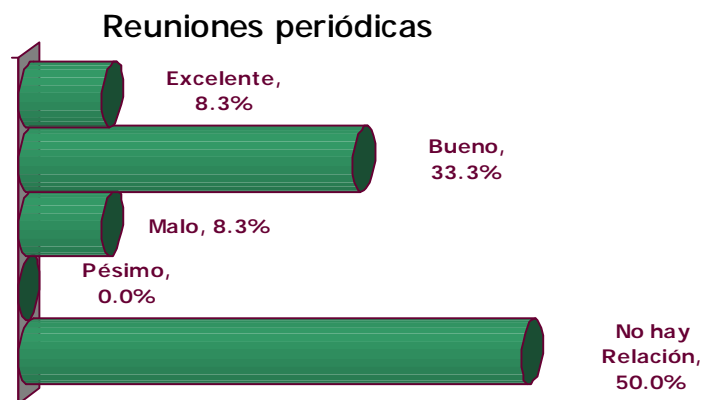
Evaluación de la relación: Hoteles con otras empresas del sector turístico



Con el objetivo de conocer como se relacionan las empresas en su contexto con otras empresas turísticas, se realizó un corte por los principales giros en cuatro temas principales mostrados en las gráficas. Destaca en el caso de hoteles que

uno de cada cuatro menciona que no hay relación en cuanto a transferencia de información y uno de cada tres no realiza proyectos Conjuntos con las demás empresas.

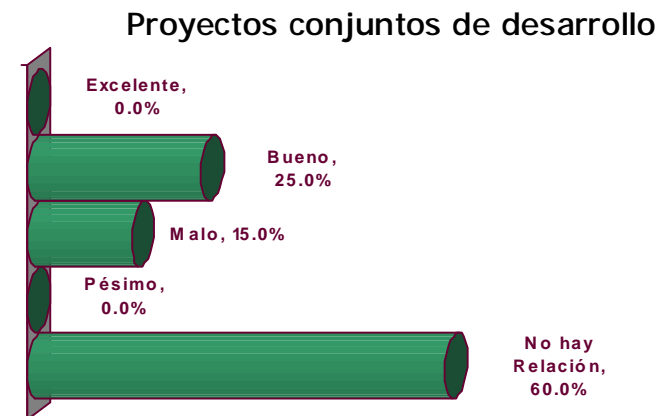
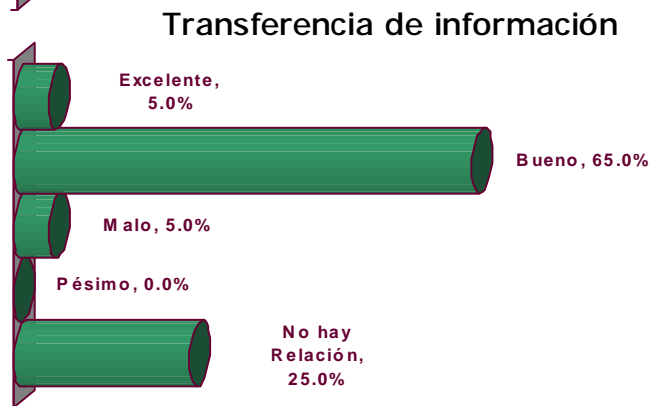
Evaluación de la relación: Restaurantes con otras empresas del sector turístico



Es importante considerar los porcentajes altos de la nula relación de las empresas del sector

Restaurantero, destacando la promoción conjunta y los proyectos de desarrollo.

Evaluación de la relación: Agencia de viajes con otras empresas del sector turístico



Destaca en las agencias de viajes la buena relación en reuniones, promoción conjunta y transferencia de información. El rubro mas bajo,

al igual que en los demás sectores, es el de proyectos conjuntos de desarrollo.

Evaluación de la relación: Hoteles con otras empresas del sector por giro

Empresa	Evaluación de la relación %				
	Excelente	Buena	Mala	Pésima	No hay relación
Agencia de viajes	26.1	52.2	8.7	0	15.22
Hotel	21.7	43.5	0	0	34.79
Restaurante	6.5	52.2	10.9	2.2	28.6
Bar	2.2	30.4	10.9	2.2	54.4
Centro nocturno/discoteca	0	15.2	10.9	6.5	67.4
Museo/galería	0	30.4	10.9	2.2	56.5
Tienda de artesanía	2.4	26.1	13.1	0	56.53
Guía/operador turístico	13.1	37.0	17.4	2.2	30.4
Arrendadora de autos	17.4	28.3	10.9	6.5	36.9
Empresa de transporte aéreo	17.4	26.1	10.9	4.4	41.3
Empresa de transporte terrestre	13.1	37.0	15.2	4.4	30.4

En estas tablas se evalúa la relación de los tres giros principales (hoteles, restaurantes y agencia de viajes) con otras empresas del sector, especificando aquellas en las que, de acuerdo a lo reportado por los entrevistados, no existe ningún

tipo de relación. En el caso de hoteles destaca la buena relación con agencias de viajes, hoteles, arrendadoras y empresas de transporte aéreo, y la poca relación con bares, discotecas, museos y tiendas de artesanías.

Evaluación de la relación: Restaurantes con otras empresas del sector por giro

Empresa	Evaluación de la relación %				
	Excelente	Buena	Mala	Pésima	No hay relación
Agencia de viajes	4.2	54.2	0	0	41.6
Hotel	4.2	62.5	0	0	33.3
Restaurante	0	37.1	0	0	62.5
Bar	0	16.7	0	0	83.3
Centro nocturno/discoteca	0	8.3	0	0	91.7
Museo/galería	0	12.5	0	0	87.5
Tienda de artesanía	0	12.5	0	0	87.5
Guía/operador turístico	4.2	58.3	0	0	37.5
Arrendadora de autos	4.2	20.8	0	0	75.0
Empresa de transporte aéreo	0	25.0	0	0	75.0
Empresa de transporte terrestre	0	16.7	0	0	83.34

En el caso de los restaurantes la relación con agencias, hoteles y guías es reportada como buena, y prácticamente estos tres giros son con

los que más relación tienen. Destaca, en caso contrario a los hoteles, que los restauranteros reportan poca relación entre el mismo gremio.

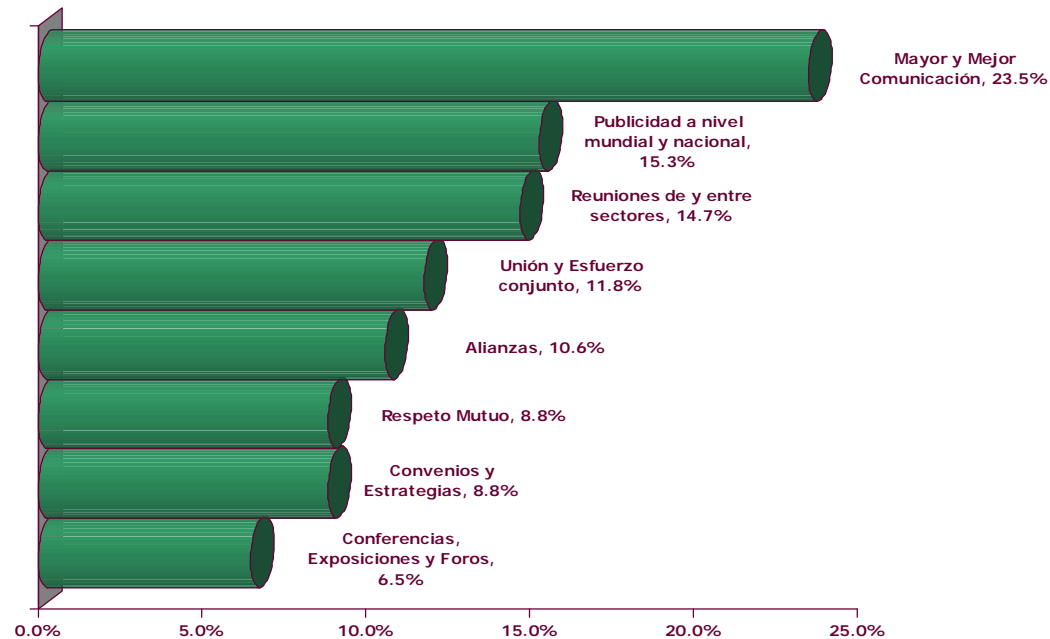
Evaluación de la relación: Agencia de viajes con otras empresas del sector por giro

Empresa	Evaluación de la relación %				
	Excelente	Buena	Mala	Pésima	No hay relación
Agencia de viajes	5.0	5.0	0	0	90.0
Hotel	10.0	85.0	0	0	5.0
Restaurante	5.0	10.0	0	0	85.0
Bar	10.0	85.0	0	0	5.0
Centro nocturno/discoteca	5.0	45.0	5.0	0	45.0
Museo/galería	0	20.0	5.0	0	75.0
Tienda de artesanía	0	25.0	0	0	75.0
Guía/operador turístico	5.0	5.0	0	0	90.0
Arrendadora de autos	5.0	45.0	25.0	0	25.0
Empresa de transporte aéreo	10.0	70.0	10.0	0	10.0
Empresa de transporte terrestre	10.0	55.0	15.0	5.0	15.0

Para el caso de agencias de viajes las mejores relaciones las tiene, en orden de importancia con hoteles, bares, empresas de transporte aéreo y terrestre y centros nocturnos. En este caso, la

relación gremial es solamente de un 10%, es decir, que entre las agencias de viajes hay poca comunicación y trabajo conjunto.

Acciones necesarias para mejorar la relación entre empresas del sector turístico de Yucatán



Vistas las anteriores gráficas y tablas de relación entre empresas, y conscientes de que no existe una muy buena relación entre los empresarios del sector turístico en su conjunto, las principales

acciones que los empresarios proponen para mejorar estas relaciones son la comunicación, la publicidad, las reuniones sectoriales y el trabajo conjunto.

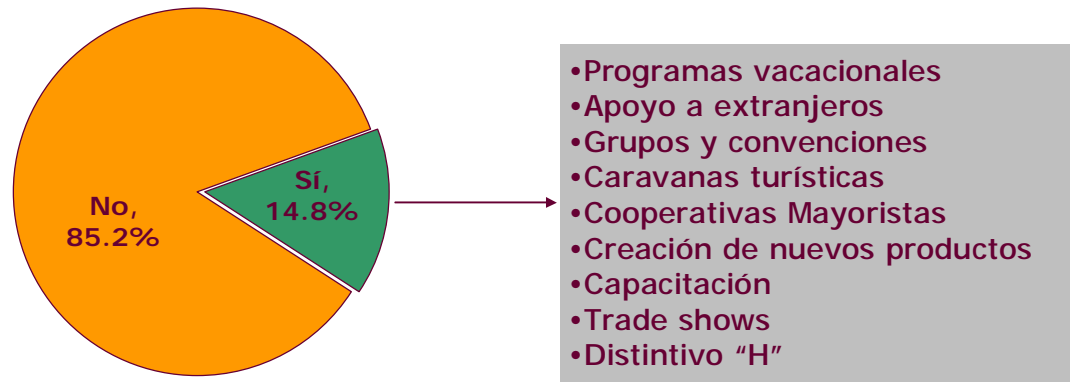


Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

III. Opinión de las acciones de la Secretaría de Turismo de Yucatán

Conocimiento de los programas de apoyo a empresarios promovidos por la Secretaría de Turismo

¿Conoce los programas de la Secretaría para el apoyo a empresarios? ¿Cuáles conoce?

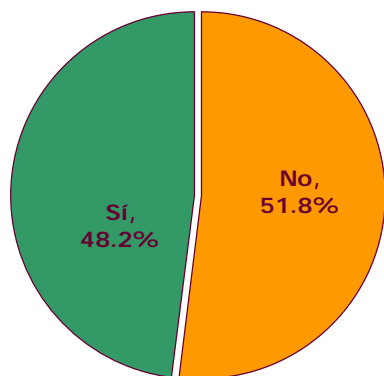


Solamente el 15% de los entrevistados mencionó conocer los programas de apoyo a empresarios promovidos por la Secretaría de Turismo. Con el objetivo de no incidir en las respuestas, el nombre del programa se dejó como pregunta abierta para

que la Secretaría haga una evaluación de recordación de los programas promovidos; las principales menciones se pueden observar en el cuadro de texto junto al gráfico

Conocimiento de los cursos de capacitación impartidos por la Secretaría de Turismo

¿Conoce los cursos de capacitación impartidos por la Secretaría? ¿Por qué medio se enteró de ellos?
¿Por qué no los conoce?

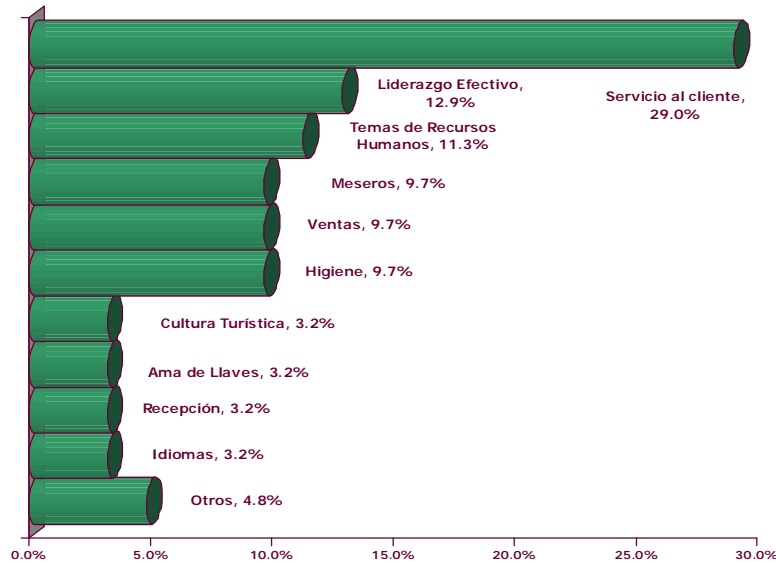


Falta de información
No ha escuchado de ellos
No les toman en cuenta
Falta de tiempo
No proporcionan información
No les interesan

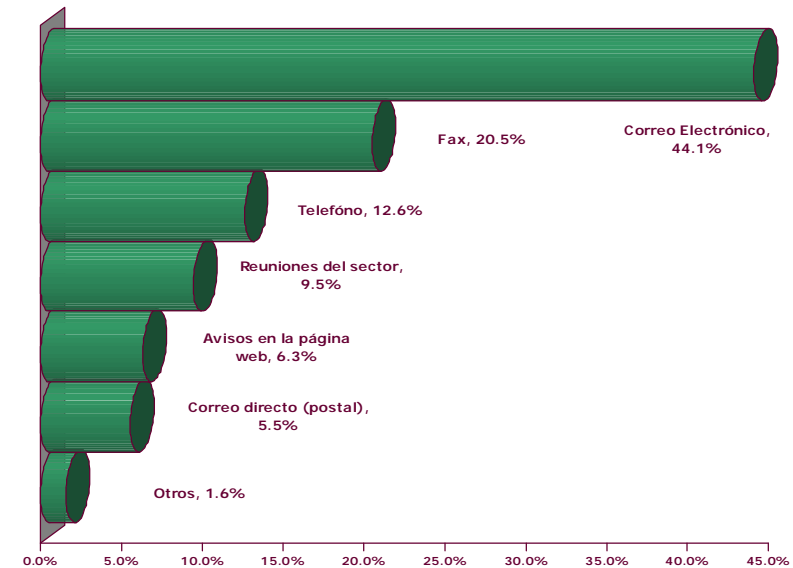
Medios por los que se enteraron

- Por la propia empresa
- A través de medios electrónicos
- Medios impresos
- CANIRAC
- Asociación de Hoteles

Cursos en los que han participado los empresarios turísticos de Yucatán y medio considerado más adecuado para enterarse de los cursos promovidos

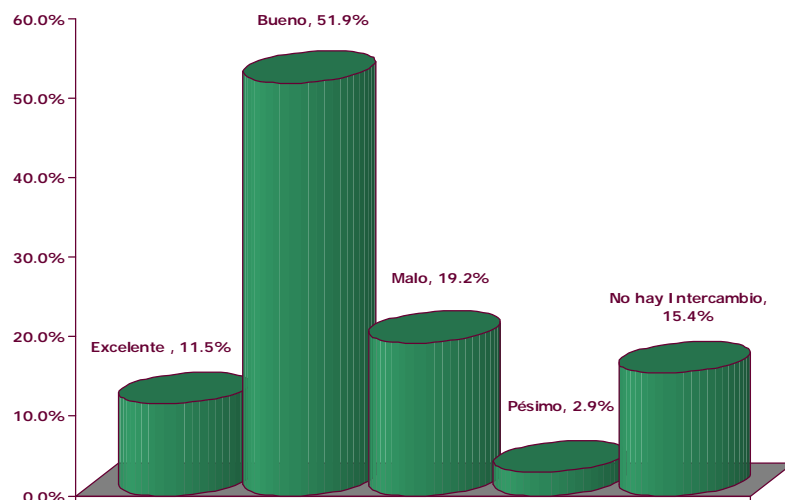


Los cursos de capacitación que promueve la Secretaría de Turismo son más conocidos que los programas de apoyo a empresarios, sin embargo, más de la mitad de los entrevistados no los conocen, siendo la principal razón la falta de información. Los cursos que más recuerdan los empresarios turísticos de Yucatán son los de

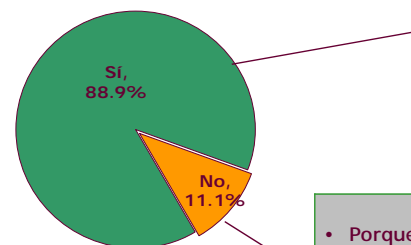


servicio al cliente, los de liderazgo efectivo y aquellos relacionados con el tema de recursos humanos. La web (ya sea por medio de correo o la página de la Secretaría) es mencionada por la mitad de los entrevistados como el medio ideal para recibir información de los cursos de capacitación.

Evaluación del intercambio de información y disponibilidad para proporcionar información a la Secretaría de Turismo



¿Estarían dispuestos a proporcionar la información sobre su empresa/negocio a SECTUR Yucatán?



¿Qué tipo de Información?

PRINCIPALES MENCIONES

- La necesaria
- Estadística
- Servicios
- Tarifas
- Promociones
- La que permita mi empresa

¿Por qué no la proporcionaría?

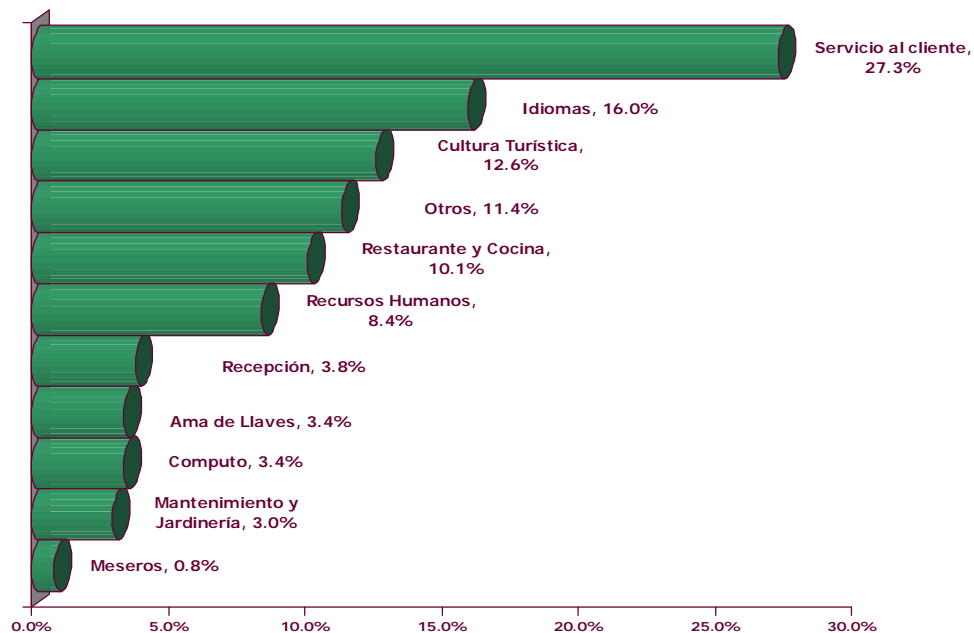
PRINCIPALES MENCIONES

- Porque no tiene la información
- Porque al dueño no le interesa promocionar el hotel
- Depende de la información requerida
- No considera que haya motivo

Más de la mitad considera positivo el intercambio de información entre los empresarios y la Secretaría de Turismo, aunque hay un 15% de empresarios que consideran que no existe dicho intercambio. Casi el 90% de los entrevistados consideran viable proporcionar información a la

Secretaría de Turismo de Yucatán; aquellos que no están dispuestos argumentan que no la generan, que no hay interés o que no hay motivo para proporcionarla.

Principales temas en los que las empresas turísticas de Yucatán requieren capacitación

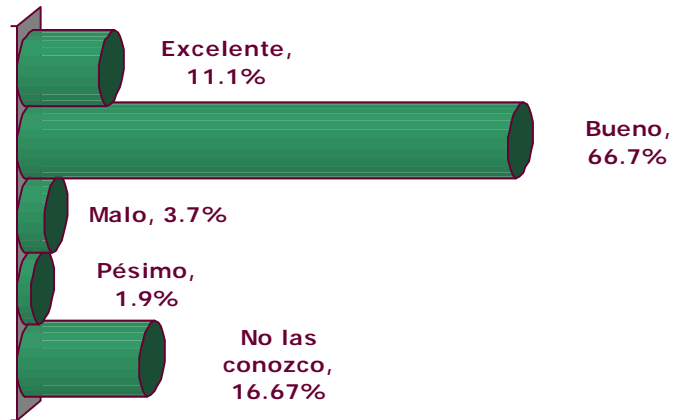


Uno de cada cuatro empresarios considera que el tema en el que requieren más capacitación es el servicio al cliente; resulta interesante hacer notar que también es la mención más importante cuando se le pregunta al empresariado por los cursos a los cuáles ha asistido. A pesar de

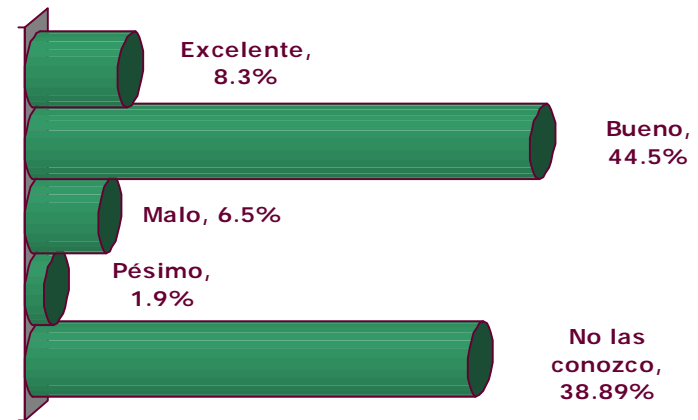
representar solamente el 4.3% de las menciones, el tema de informática es un curso requerido por lo empresarios y al cuál (con base en la información de la página 21 de este documento) nunca se ha asistido.

Evaluación de las acciones de la Secretaría de Turismo de Yucatán por temas (1 de 2)

Cultura Turística



Capacitación

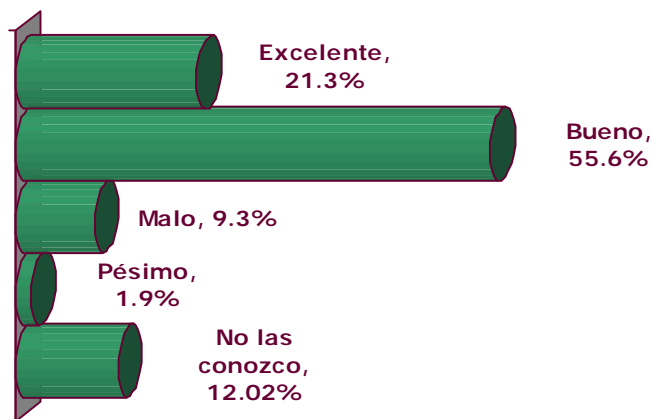


Campañas de Publicidad

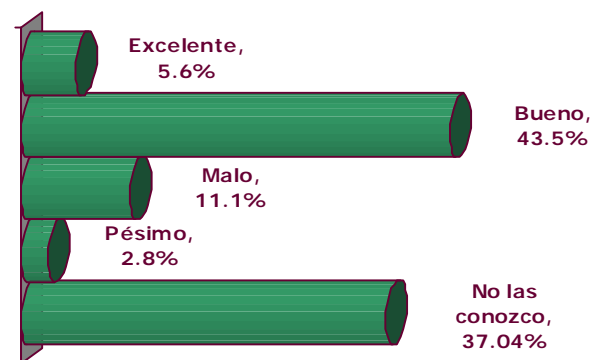


Evaluación de las acciones de la Secretaría de Turismo de Yucatán por temas (2 de 2)

Promoción operativa en ferias y eventos



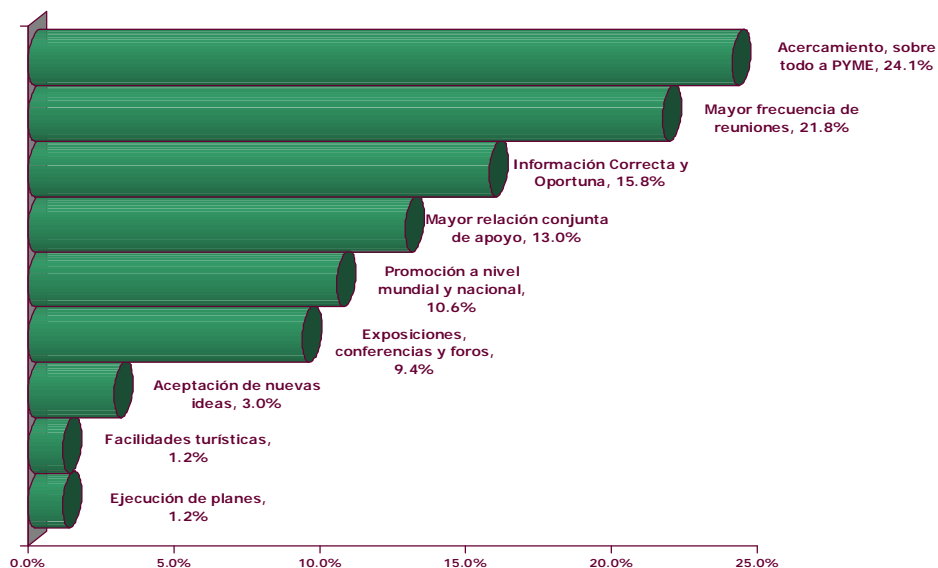
Sistemas de Información/Directorio Empresarial



En general, las evaluaciones que hacen los empresarios de estas cinco actividades que lleva a cabo la Secretaría de Turismo de Morelos son positivas; la actividad peor evaluada (sumando

13.9% en los rangos de malo y pésimo) es la relativa a la información empresarial, que por cierto, es también la actividad menos conocida o de menor relevancia desde el punto de vista de los empresarios turísticos.

Propuestas de los empresarios para mejorar la relación con la Secretaría de Turismo



Uno de cada cuatro empresarios consideran necesario que la Secretaría de Turismo tenga más acercamiento con las empresas, sobre todo con las pequeñas y medianas; este dato es interesante si recordamos que, con base en este mismo reporte, las PYMES turísticas suman el

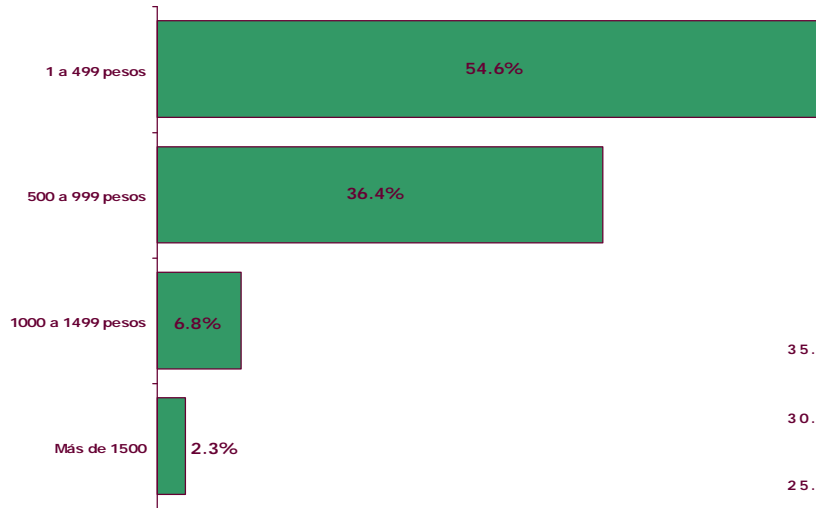
59.8% del total de empresas entrevistadas. Otros temas que se proponen a la Secretaría de Turismo de Yucatán son más reuniones, oportunidad en la información y mayor relación y promoción, por mencionar las principales.



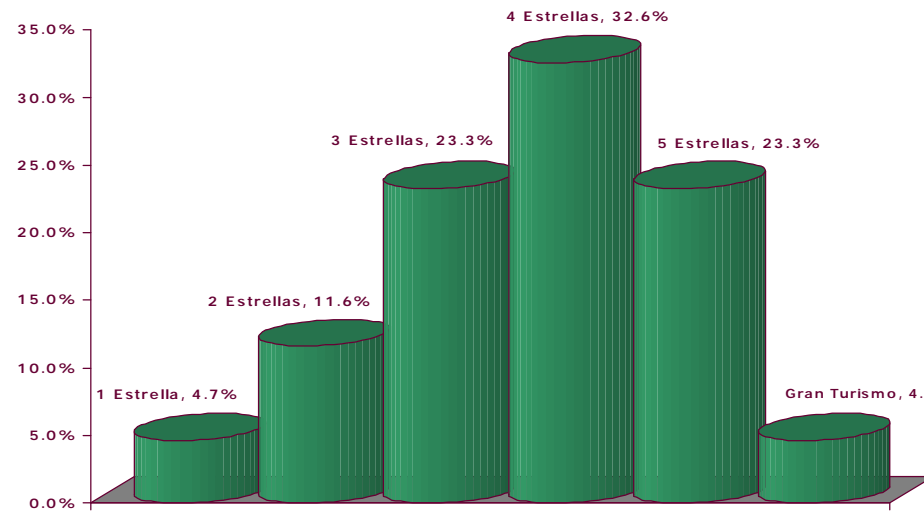
Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

IV. Módulo Hoteles

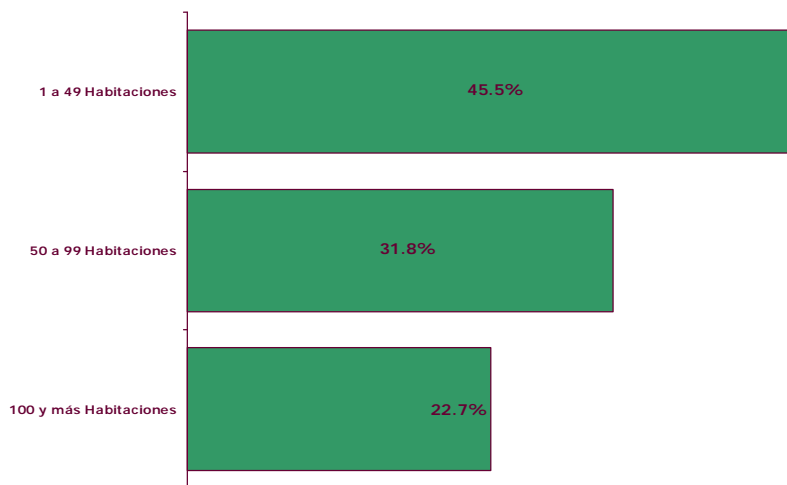
Categoría y rangos de tarifa por noche



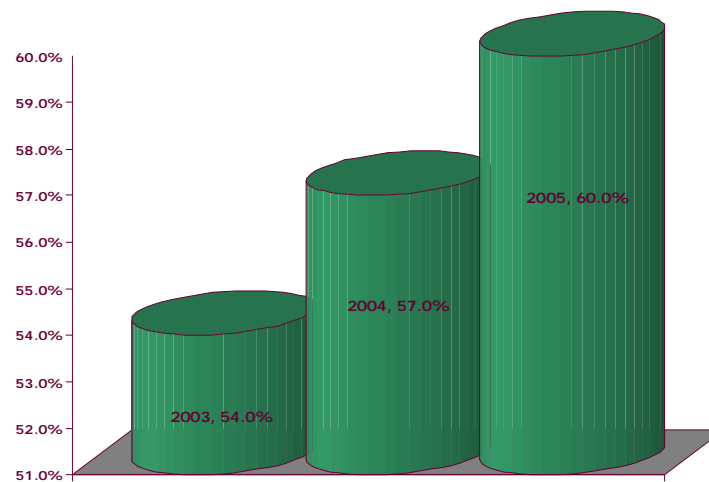
La tarifa promedio reportada por los hoteleros entrevistados es de \$602 pesos, destacando que más de la mitad cobra menos de \$500 pesos por noche



Tamaño del hotel y porcentaje de ocupación promedio anual 2003, 2004 y 2005



Casi la mitad de los hoteles cuenta con menos de 50 habitaciones, mientras que uno de cada cuatro tiene más de 100.



El porcentaje de ocupación en los últimos tres años reportado por los hoteles ha presentado un incremento de 3 puntos porcentuales tanto de 2003 a 2004 como de 2004 a 2005.



Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción de Empresarios Turísticos

Anexo

Directorio de empresas entrevistadas



Hoteles

1	Casa Lucia	22	Hotel los Aluxes
2	Gran Hotel	23	Hotel Maria del Carmen
3	Holiday Inn Merida	24	Hotel Maria Teresa
4	Hotel Ambassador	25	Hotel Maria Trinidad
5	Hotel Caribe	26	Hotel Márquez
6	Hotel Casa del Balam	27	Hotel Maya Yucatán
7	Hotel Casa Mexilio	28	Hotel Misión Mérida
8	Hotel Colon	29	Hotel Montejo Palace
9	Hotel Colonial	30	Hotel Nómadas
10	Hotel D'Champs	31	Hotel Oviedo
11	Hotel del Gobernador	32	Hotel Panamerican
12	Hotel del Mayab	33	Hotel Paris
13	Hotel del Parque	34	Hotel Posada San Cristóbal
14	Hotel el Castellano	35	Hotel presidente Intl Villa Mercedes
15	Hotel el Cid	36	Hotel Reforma
16	Hotel el Conquistador	37	Hotel Residencial
17	Hotel Español	38	Hotel the Villa Mérida
18	Hotel Fiesta Americana	39	Hotel Tierra del Sol
19	Hotel Hyatt Regency	40	Maison Lafitte
20	Hotel Itzaes	41	Misión de Fray diego
21	Hotel Jared		



Restaurantes

42	Alberto's Continental
43	Bisquet's de Obregón
44	Café Colonial
45	Café La Habana
46	Café Peón Contreras
47	Centro Cultural Dante
48	Chilli's
49	El Argentino
50	El Nuevo Tucho
51	Italianni's
52	La Habichuela

Bares y centros nocturnos

64	Amarantus
65	Ay Caray
66	Bar El Adiós
67	Canta México
68	El Cielo

Arrendadoras de autos

74	Agrisa
75	Budget

53	La Palapa
54	La Parrilla
55	La Pigua
56	La Tratto
57	La Vía Olimpo
58	Los Almendros
59	Mi Lindo Yucatán
60	Pan y Vino
61	Pancho's
62	The Italian Coffee
63	Vito Corleone

69	La Hach
70	La Trova
71	Mambo Café
72	Slavia
73	Tequila

76	Hertz
77	Kimbila Car Rental



Líneas aéreas

78 Aeromexico
79 Aviacsa
80 Delta Airlines

81 Magnitur
82 Mexicana

Agencias de viaje

83 Achach Ortiz
84 Adventure
85 Agencia Carmen
86 American express.co
87 Control tur
88 Divermex
89 Ecoturismo Yucatán
90 Felgueres
91 Mayan travel
92 Orbitur

93 Pacubo
94 Paty Jacdoo
95 Quality travel
96 Sistemas de Agencias Turísticas (TURISSSTE)
97 Travel Service
98 Turinaya
99 Turistransmerida
100 Vía México
101 Viajes meca
102 Viajes profesionales