

# ENCUESTA ANUAL AL TURISTA 2005

## Resultados finales sobre visitantes a Yucatán

Departamento de Estudios y Estrategias  
Dirección de Planeación Turística

*Mérida, Yucatán a diciembre de 2005.*



## **Presentación.**

En noviembre del 2003, en cumplimiento con la Ley Estatal de Planeación, se presentó el primer Programa Estatal de Turismo en la historia de Yucatán.

Dicho programa define un modelo de política turística que, en conjunto con el sector privado y sociedad civil, funciona como herramienta de planeación, administración, desarrollo y promoción de la Secretaría de Turismo del Estado.

En este marco, la dependencia realiza diversas labores que requieren de la generación de información estratégica sobre los visitantes que recibe Yucatán, para fines de desarrollo de productos y destinos, marketing y promoción turística.

Para cubrir este requerimiento, en 2004 se suscribieron convenios con la Universidad del Mayab y el Centro de Estudios Universitarios del Mayab, A.C. para la realización de actividades académicas, de planeación e investigación turística.

De esta manera, se estableció el proyecto de la **Encuesta Anual al Turista**, con el objetivo de generar la información requerida al tiempo de aprovechar los recursos humanos existentes, contribuyendo a su formación académica en el conocimiento de la realidad turística del estado.

A continuación, se presentan los resultados concretos de este primer esfuerzo conjunto entre el sector público y el académico, con la información obtenida de los visitantes observados en hoteles y cruceros durante 2005.

# METODOLOGÍA Y DISEÑO DEL TRABAJO DE LA ENCUESTA

## **1. Objetivo de la Encuesta.**

***Generar información estratégica sobre perfil socioeconómico y tendencia de gasto de los visitantes que recibe Yucatán, para fines de definición y evaluación de la política turística.***

## **2. Población objetivo.**

***La encuesta está dirigida a dos segmentos de mercado:***

- a). El turista de cruceros (excursionista).***
- b). El turista que pernocta en la entidad (visitante).***

## **3. Cobertura.**

***La encuesta está diseñada para dar resultados a nivel localidad: el puerto de Progreso (en el caso de turistas de cruceros) y la ciudad de Mérida (en el caso de turistas que pernoctan).***

#### **4. Diseño de la muestra.**

***Al considerar como unidad de observación al visitante, el diseño de la muestra para la Encuesta Anual al Turista 2005 (EAT 2005) es semi – probabilística para el segmento de hoteles y de cuota en el caso de cruceros.***

***En el caso de la encuesta en hoteles, se consideró a los visitantes hospedados en establecimientos con categoría de 3 a 5 estrellas.***

***En el caso de la encuesta en cruceros, se consideró a los visitantes que arribaron al puerto de Progreso en dos puntos de encuesta: la zona turística del puerto y las instalaciones de la terminal de pasajeros del puerto de altura.***

## **5. Marco de la encuesta.**

### **A). Encuesta a visitantes en hoteles.**

***Debido a la dificultad de contar con un listado que permitiera establecer la misma probabilidad de selección para cada visitante, se utilizó en una primera etapa el marco de establecimientos de hospedaje que reporta el programa federal DATATUR para la ciudad de Mérida, en la categoría de tres a cinco estrellas.***

***De esta manera, se definieron los hoteles considerados como unidades primarias de muestreo, dentro de los cuales fueron encuestados los visitantes.***

***La condición de aleatoriedad fue limitada por el otorgamiento de permiso de acceso a los encuestadores por parte de los establecimientos seleccionados.***

## **B). Encuesta a visitantes de cruceros.**

***Debido a la imposibilidad de contar con un listado que permitiera establecer la misma probabilidad de selección para cada visitante, se aplicó una encuesta tipo cuota sobre un tamaño de muestra obtenido al suponer un muestreo irrestricto aleatorio.***

***De esta manera, se aplicó la encuesta a los visitantes que desembarcaron en el puerto de Progreso, considerando como puntos de aplicación de la encuesta la terminal de cruceros del puerto de altura y la zona turística del puerto (Casa de la Cultura y Malecón, principalmente).***

## 6. Esquema de muestreo.

*El esquema de la encuesta es semi – probabilístico. Se estableció un muestreo irrestricto aleatorio en dos etapas, la primera consistió en el piloteo y estimación de parámetros para determinar el tamaño de muestra y en la segunda etapa se aplicaron cuestionarios para completar el número de encuestas establecido.*

## 7. Tamaño de muestra.

*La EAT 2005 no es una encuesta compleja. El tamaño de muestra para estimación de proporción poblacional se realizó suponiendo muestreo irrestricto aleatorio, bajo la fórmula:*

$$n = \frac{Npq}{(N - 1)D + pq}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra.

N = Tamaño de la población total.

p = Proporción poblacional.

q = (1 - p)

D = B<sup>2</sup> / 4

B = Límite para el error de estimación.



***Para el segmento de visitantes a hoteles de categoría turística, el universo poblacional fue obtenido a partir de los registros de llegada de turistas a la ciudad de Mérida generados por el programa federal DATATUR para el año 2004.***

***Considerando una confianza del 95%, un error estándar de +/- 2.0% y una proporción poblacional de 0.5 (a fin de obtener un tamaño de muestra conservador), se obtuvo el siguiente tamaño de muestra inicial para las principales variables de la encuesta en hoteles:***

<b>Variable</b>	<b>Tamaño total de muestra</b>
Procedencia	<b>2,816</b>
Ocupación	
Principales actividades realizadas	
Ingreso mensual	
Gasto total	

**Por su parte, para obtener el universo poblacional en el segmento de cruceros se utilizaron las estadísticas generadas por la API respecto al arribo de barcos y pasajeros en 2004.**

**Considerando una confianza del 95%, un error estándar de +/- 3.7% y una proporción poblacional de 0.5 (a fin de obtener un tamaño de muestra conservador), se obtuvo el siguiente tamaño de muestra inicial para las principales variables de la encuesta en cruceros:**

<b>Variable</b>	<b>Tamaño total de muestra</b>
Procedencia	<b>722</b>
Ocupación	
Edad	
Ingreso mensual	
Gasto total	

## **8. Etapas de trabajo de la EAT 2005 .**

- Etapa 1.** *Planeación del proyecto, diseño del cronograma y logística de trabajo. Rediseño de la encuesta y muestra.*
- Etapa 2.** *Publicación de Convocatoria de Servicio Social, reclutamiento de encuestadores y capacitación de los mismos.*
- Etapa 3.** *Levantamiento de la Encuesta y procesamiento de los resultados con apoyo del programa de software.*
- Etapa 4.** *Interpretación de resultados de la Encuesta, diseño de presentaciones ejecutivas y publicación final de resultados.*

## 9. Cronograma de trabajo.

ETAPA	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		
	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	1a. Q	2a. Q	
1. Planeación, selección de la muestra y organización.	■	■																			
2. Reclutamiento y capacitación de encuestadores.		■																			
3. Aplicación en campo de los cuestionarios.			■	■	■	■	■	■	■	■	■										
4. Revisión y procesamiento de los cuestionarios.											■	■	■	■	■						
5. Análisis y presentación de los resultados de la Encuesta.																	■	■	■	■	

# RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA EAT 2005

ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005

## **1. Resultados generales del trabajo de campo .**

***La EAT 2005 se llevó a cabo durante un periodo de levantamiento de 17 semanas (4 meses) y un total de 22 visitas al puerto de Progreso, durante el arribo de cruceros.***

***Se contó con la participación de 23 estudiantes de licenciatura de cuatro instituciones de educación superior, organizados en 7 equipos de trabajo.***

***Como resultado de dicho levantamiento, se aplicaron un total de 2,935 encuestas en 23 hoteles de la ciudad de Mérida, así como 852 encuestas en el puerto de Progreso a pasajeros de cruceros.***

## **2. Limitaciones a la condición de aleatoriedad.**

- a) Solo se abarcan cuatro meses del año en la muestra (de marzo a junio).**
- b) Las encuestas se aplican en horarios diurnos, (por lo general entre las 08:00 y las 16:00 hrs.), debido a restricciones de horario de los encuestadores.**
- c) La respuesta al cuestionario fue voluntaria, además los idiomas utilizados fueron español, inglés y francés (este último muy limitado).**

### 3. Porcentaje de no respuesta de las principales variables.

#### Encuesta a visitantes en hoteles

Variable	N <sub>o</sub>	N <sub>re</sub>	N <sub>o</sub> - N <sub>re</sub>	P <sub>NR</sub> (%)
Género	2,935	2,935	0	0.0
Edad	2,935	2,919	16	0.5
Origen	2,935	2,935	0	0.0
Procedencia	2,935	2,930	5	0.2
Nivel de Estudios	2,935	2,914	21	0.7
Ocupación	2,935	2,929	6	0.2
Razón de visita	2,935	2,917	18	0.6
Número de visitantes	2,935	2,592	343	11.7
Estancia promedio	2,935	2,211	724	24.7
Calificación del destino	2,935	2,868	67	2.3
Retorno al destino	2,935	2,907	28	1.0
Actividades realizadas	2,935	2,894	41	1.4
Relación valor - precio	2,935	2,833	102	3.5
Ingreso mensual en pesos	1,577	1,411	166	10.5
Ingreso anual en dólares	1,358	982	376	27.7
Gasto total en pesos	1,577	1,577	0	0.0
Gasto total en dólares	1,358	1,091	267	19.7



## Encuesta a visitantes en cruceros

Variable	N <sub>o</sub>	N <sub>re</sub>	N <sub>o</sub> - N <sub>re</sub>	P <sub>NR</sub>
Género	852	852	0	0.00
Procedencia	852	852	0	0.00
Edad	852	843	9	1.06
Ocupación	852	852	0	0.00
Número de visitantes	852	812	40	4.69
Ingreso anual en dólares	852	604	248	29.11
Lugar visitado en tour	852	817	35	4.11
Retorno al destino	852	846	6	0.70
Servicios utilizados	852	830	22	2.58
Hospitalidad	852	811	41	4.81
Seguridad	852	807	45	5.28
Limpieza	852	797	55	6.46
Transporte público	852	789	63	7.39
Información Turística	852	762	90	10.56
Tour	852	722	130	15.26
Restaurant - Bar	852	759	93	10.92
Higiene en A & B	852	750	102	11.97
Compras	852	779	73	8.57
Variedad de actividades	852	745	107	12.56
Calidad de las actividades	852	740	112	13.15
Gasto Dólares	852	820	32	3.76



# **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS FINALES DE LA EAT 2005**

**(Encuesta a visitantes en hoteles)**



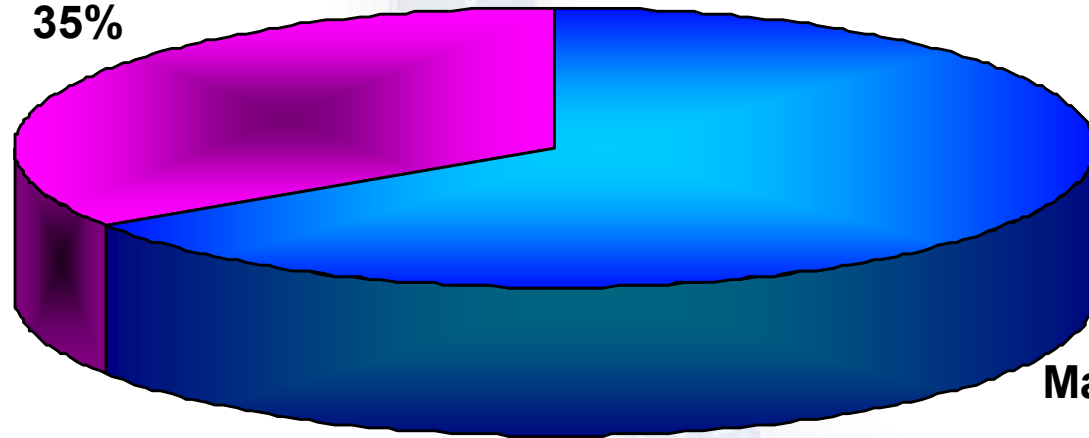
**ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005**

## Género de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Durante 2005, los visitantes encuestados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida fueron en su mayoría de sexo masculino, lo que muestra la mayor proporción de visitantes de dicho género.

**Femenino**

**35%**

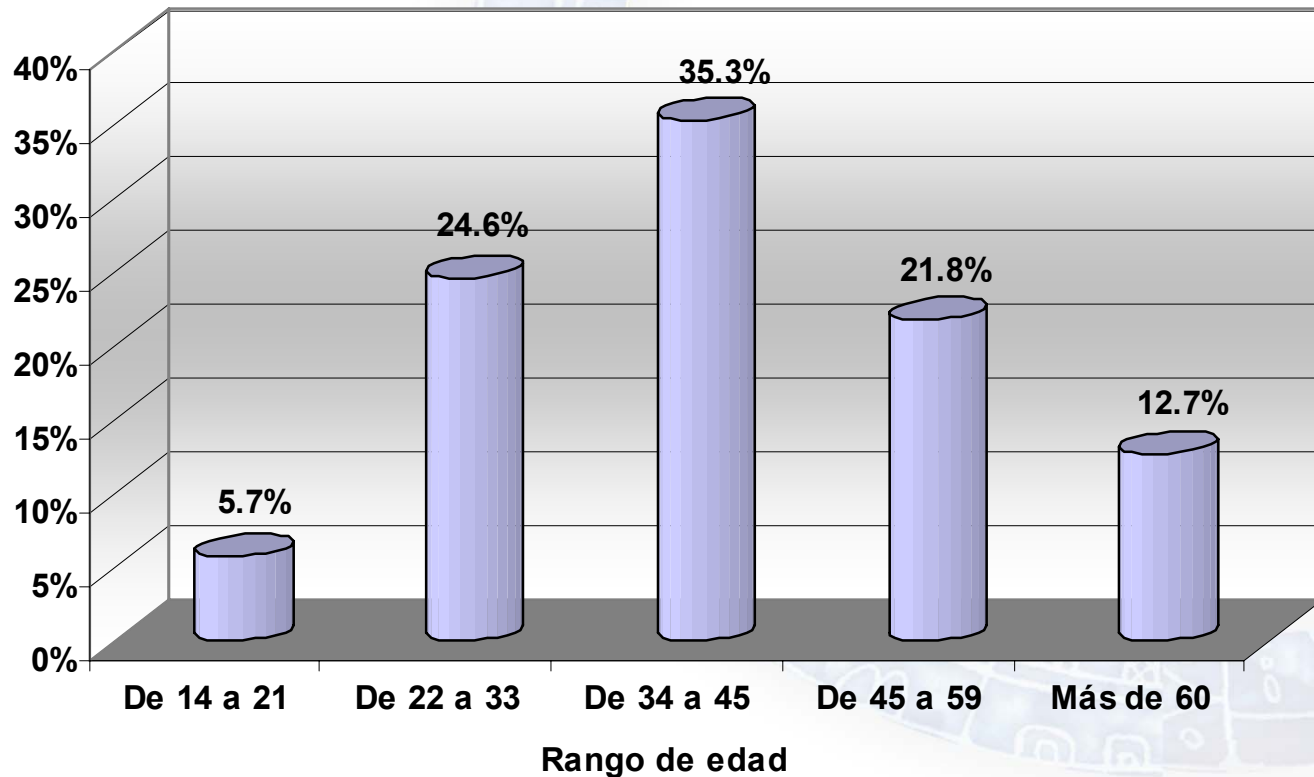


**Masculino**

**65%**

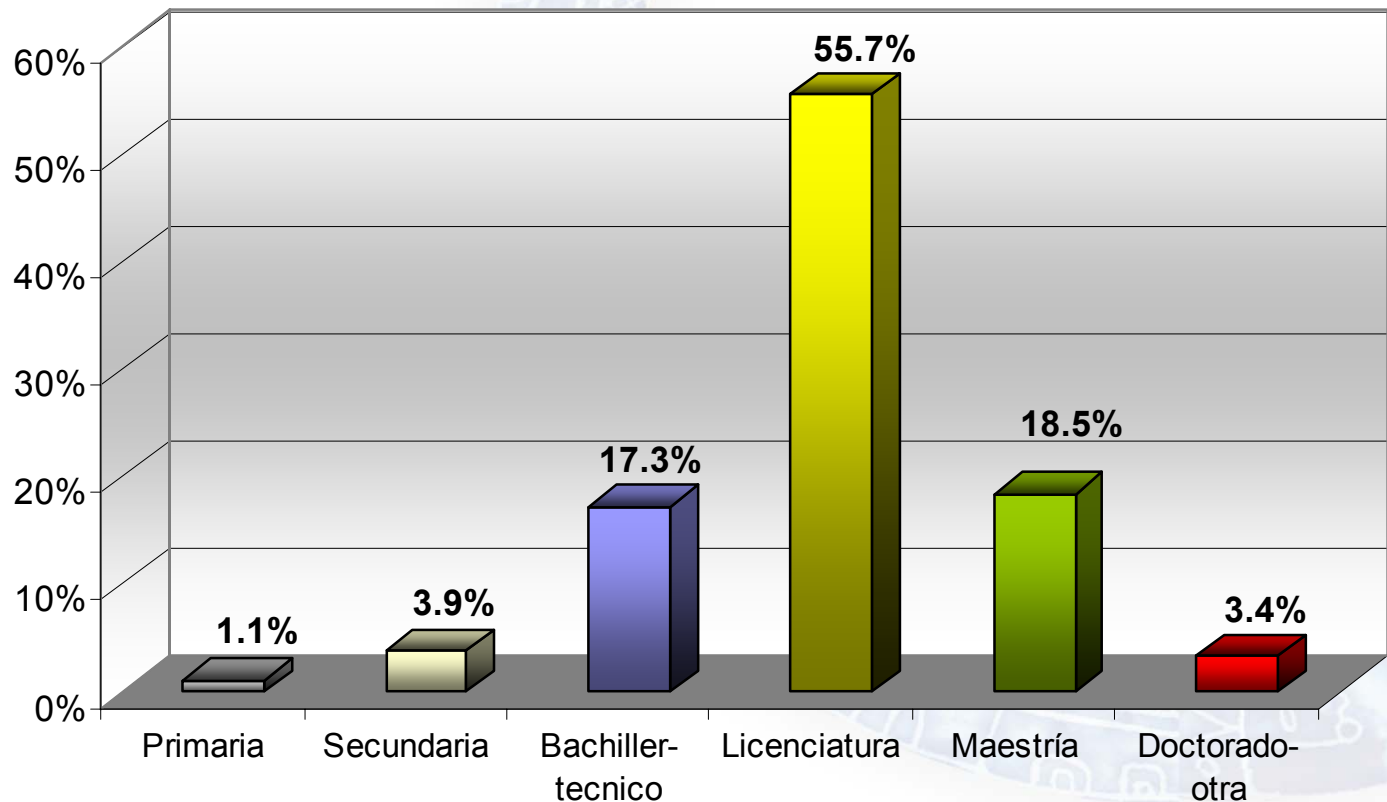
## Rango de edad de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

El perfil de edad de los visitantes a hoteles de categoría turística de Mérida se ubica, en su mayoría, en el rango de 22 a 45 años de edad (60% del total), donde el segmento de 34 a 45 años es el que más visitantes significa.



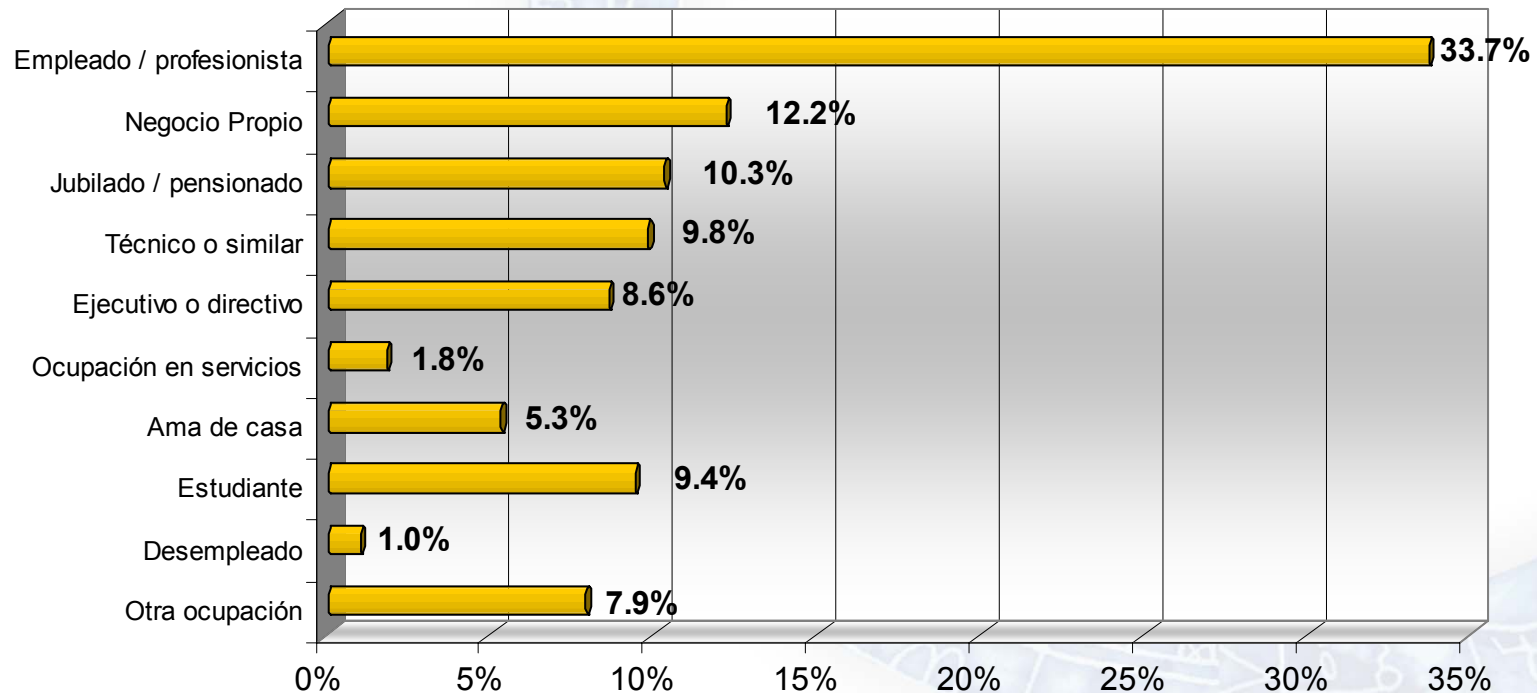
## Nivel de educación de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Cerca del 78% de los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística tienen estudios de nivel universitario o posgrado, lo que muestra un alto porcentaje educativo en el perfil general del visitante a la ciudad de Mérida.



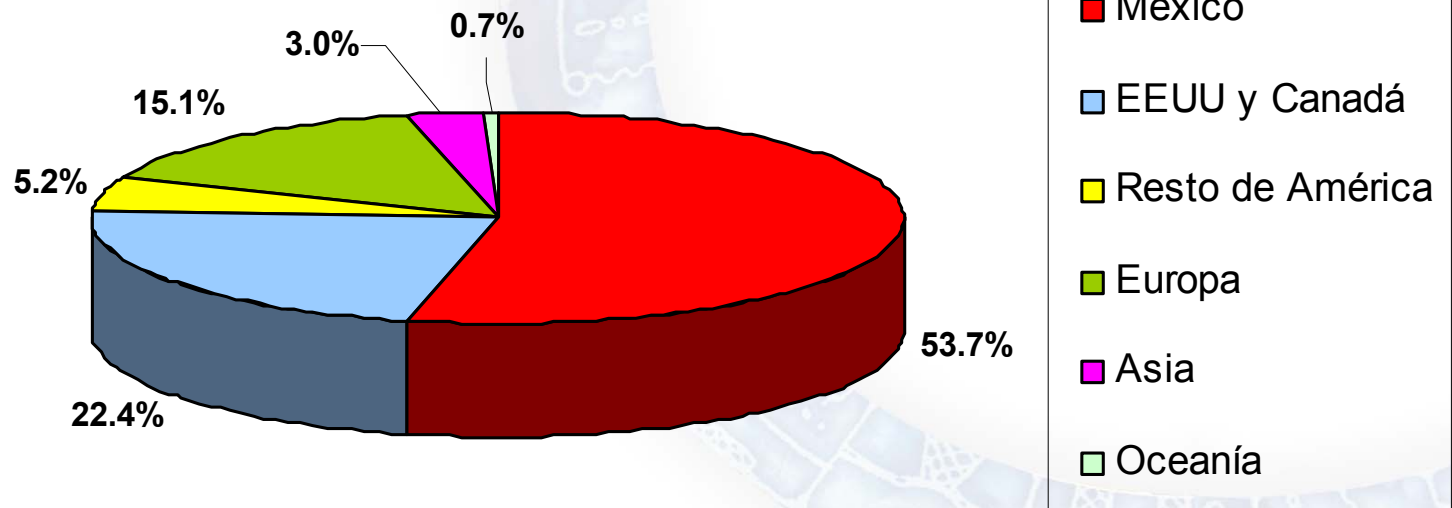
## Ocupación de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Los empleados o profesionistas (33.7%) son la ocupación más recurrente entre los visitantes a hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida, seguido de las personas que cuentan con negocio propio (12.2%), así como los jubilados y pensionados (10.3%).



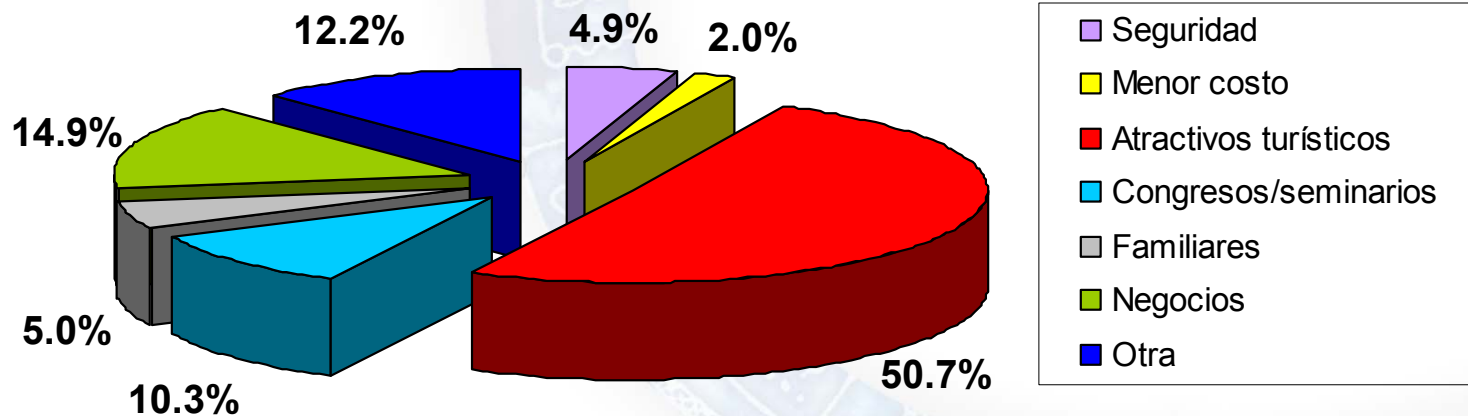
## Procedencia de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Durante 2005, los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística en la ciudad de Mérida son en su mayoría de procedencia nacional. Entre los turistas internacionales destacan los visitantes provenientes de Estados Unidos y Canadá, así como de Europa (principalmente Francia, Italia, España y Gran Bretaña).



## Principal razón de viaje de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

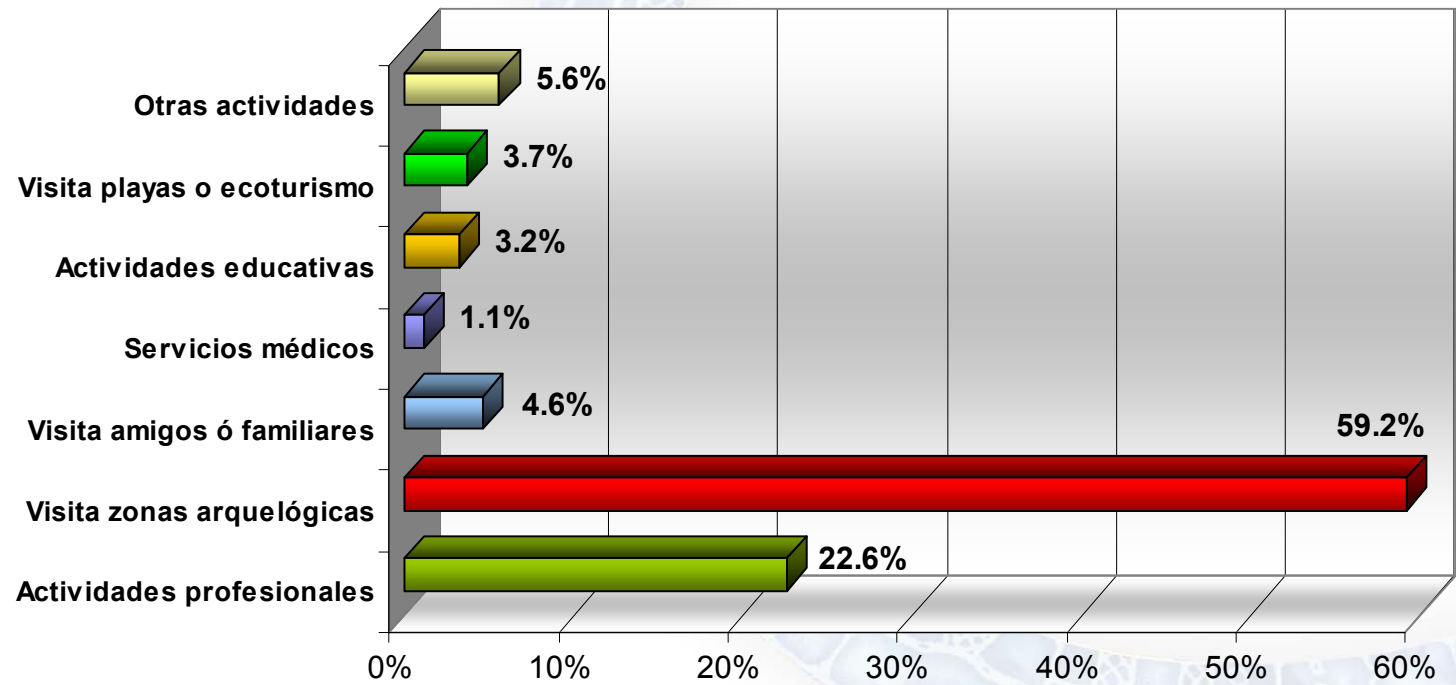
Para los visitantes a hoteles de categoría turística, los atractivos turísticos de la entidad (zonas arqueológicas) continúan siendo la mayor razón del viaje a Yucatán, seguido de los viajes por negocios y la asistencia a congresos, convenciones y/o seminarios. Los viajes por motivos familiares y los alentados por la seguridad del destino, comienzan también a tomar relevancia entre las razones de viaje al destino.





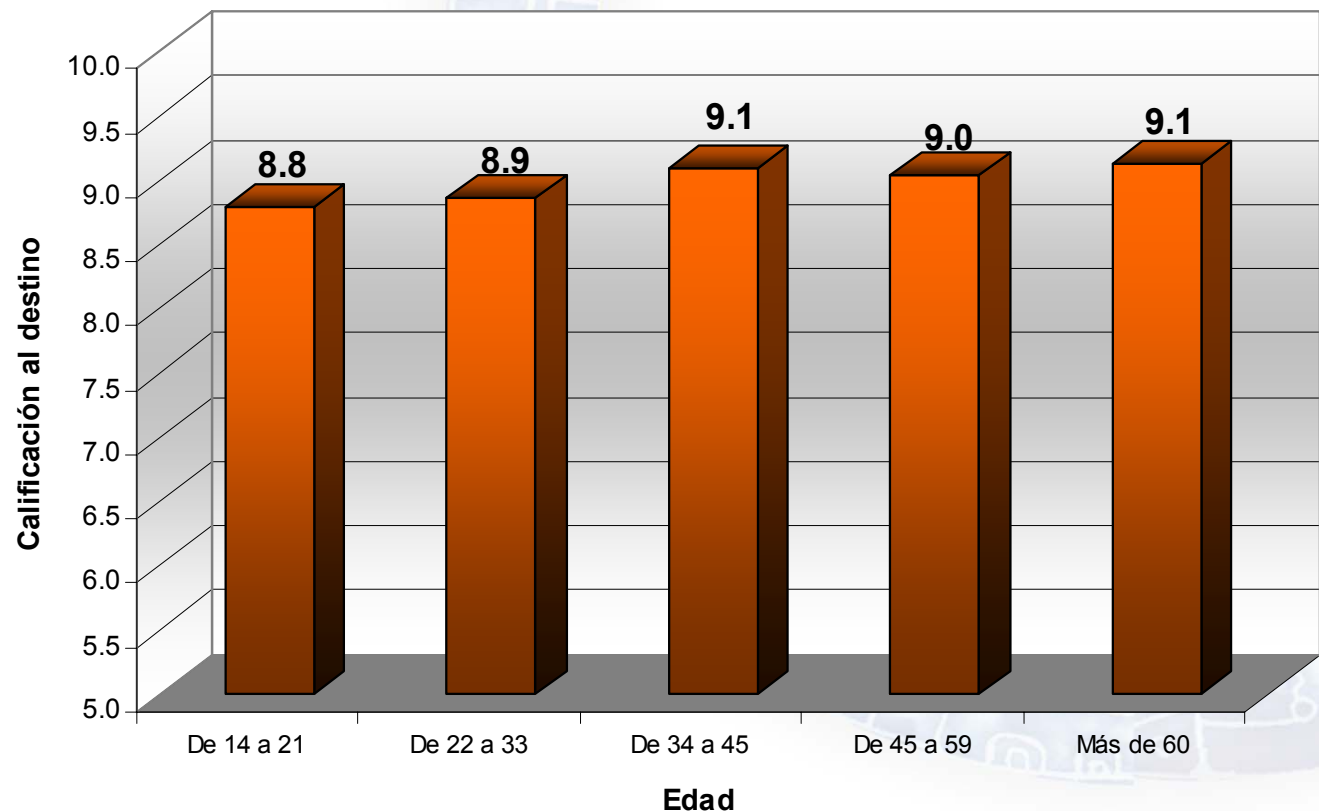
## Principales actividades efectuadas por los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

La mayor parte de las actividades realizadas por los huéspedes de hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida consistió en la visita a las zonas arqueológicas, seguido por el desarrollo de actividades profesionales.



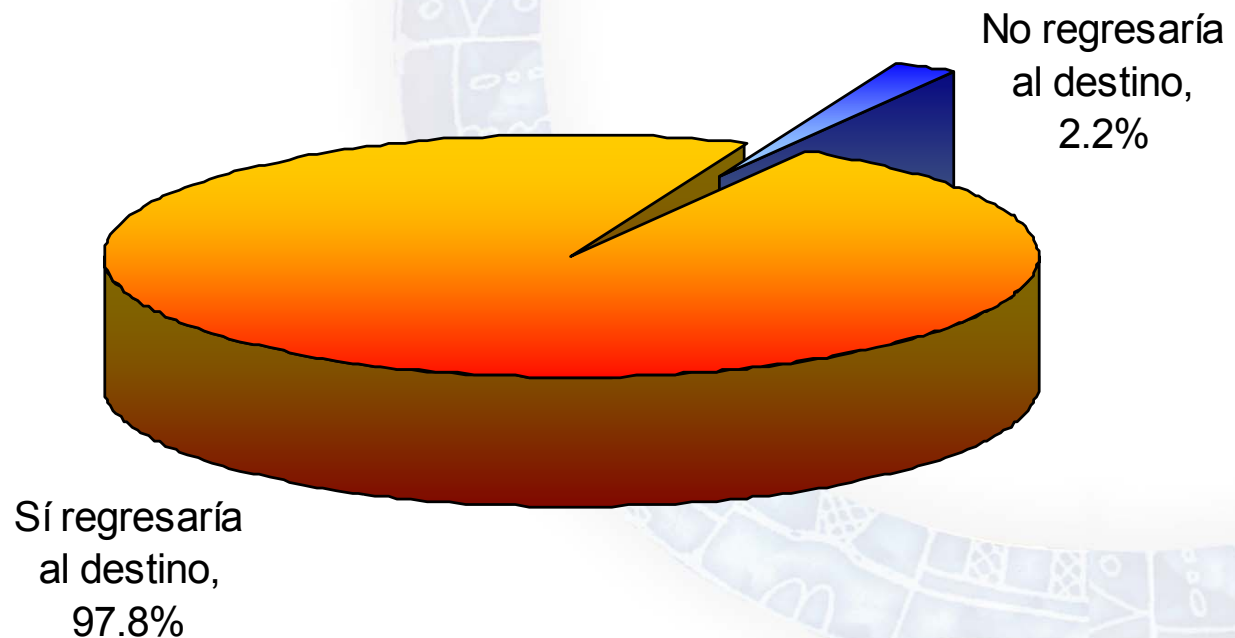
## Calificación al destino de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005, según edad

En una escala de 1 a 10 puntos, donde 10 es el máximo posible, los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida calificaron en promedio con 9 al destino. Dicha apreciación no varía demasiado, según el rango de edad del visitante.



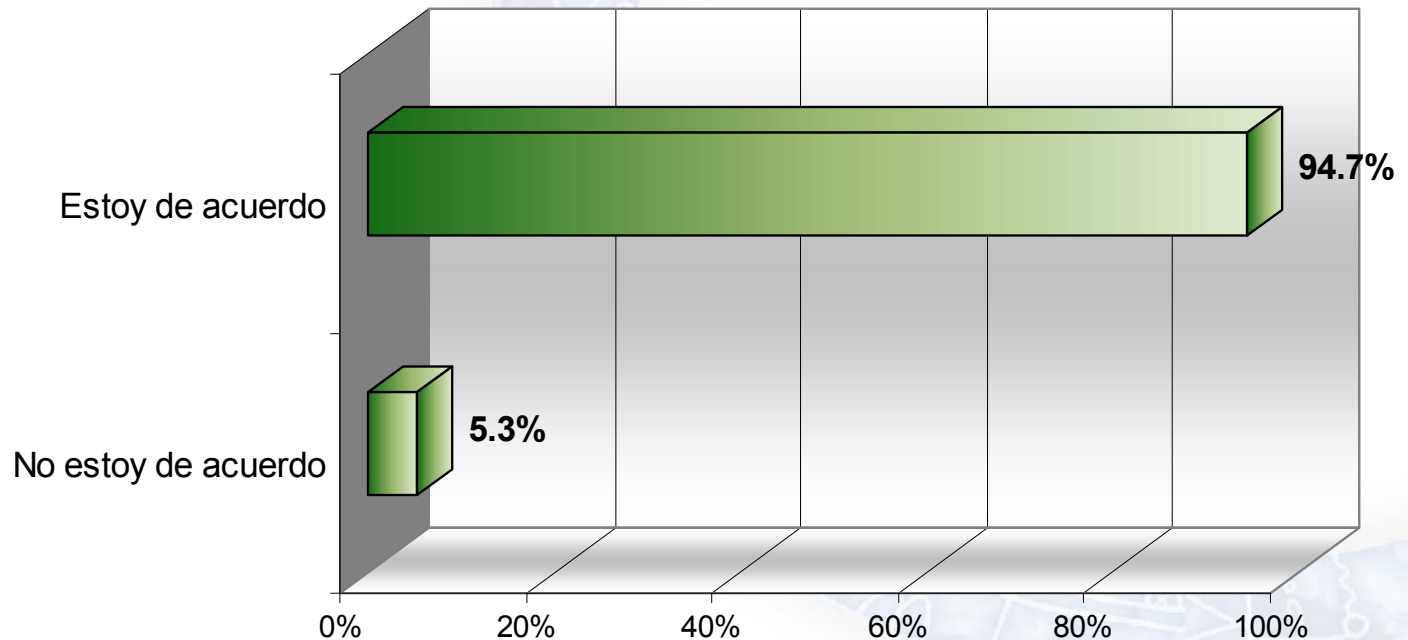
## Posibilidad de regreso al destino de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Como consecuencia de la alta calificación otorgada al destino, la gran mayoría de los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida manifestaron la posibilidad de regresar a la entidad, en un viaje futuro.



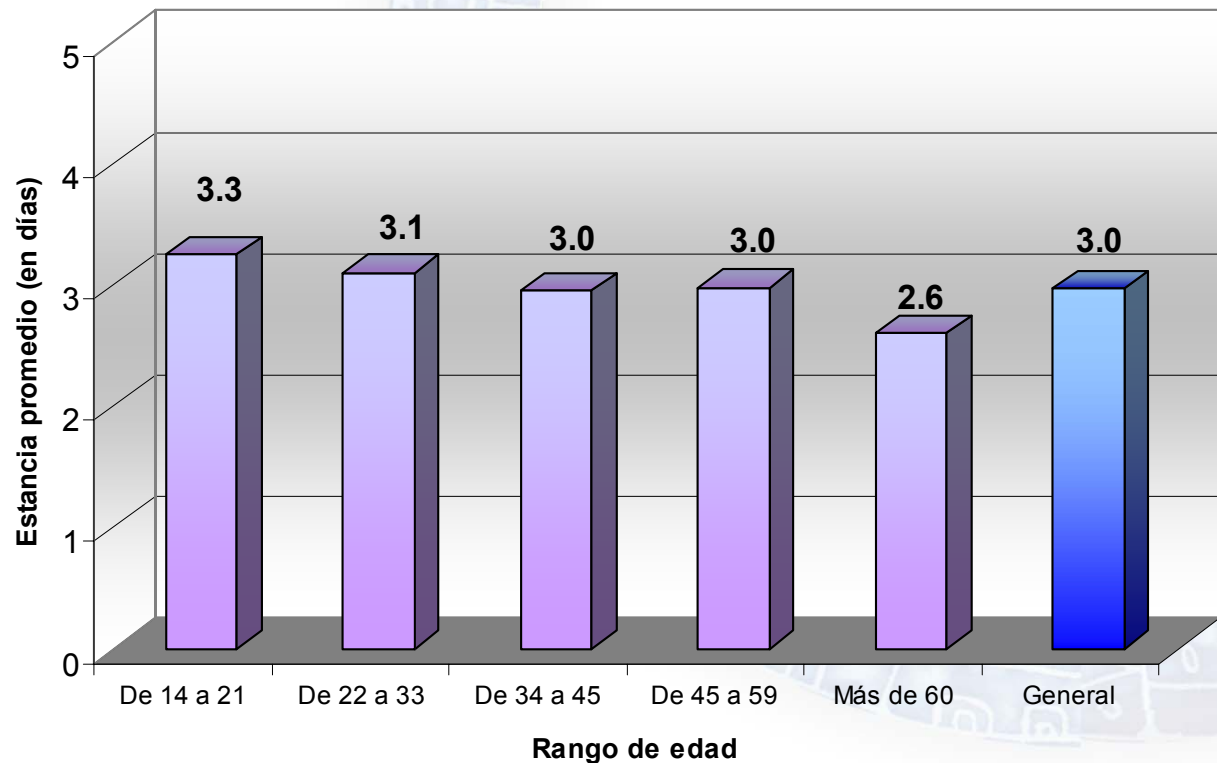
## Opinión sobre la relación valor - precio del destino de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

La percepción de los visitantes hospedados en hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida se ubica prácticamente de acuerdo con la relación entre el precio pagado y el servicio recibido durante su estancia en la ciudad de Mérida.



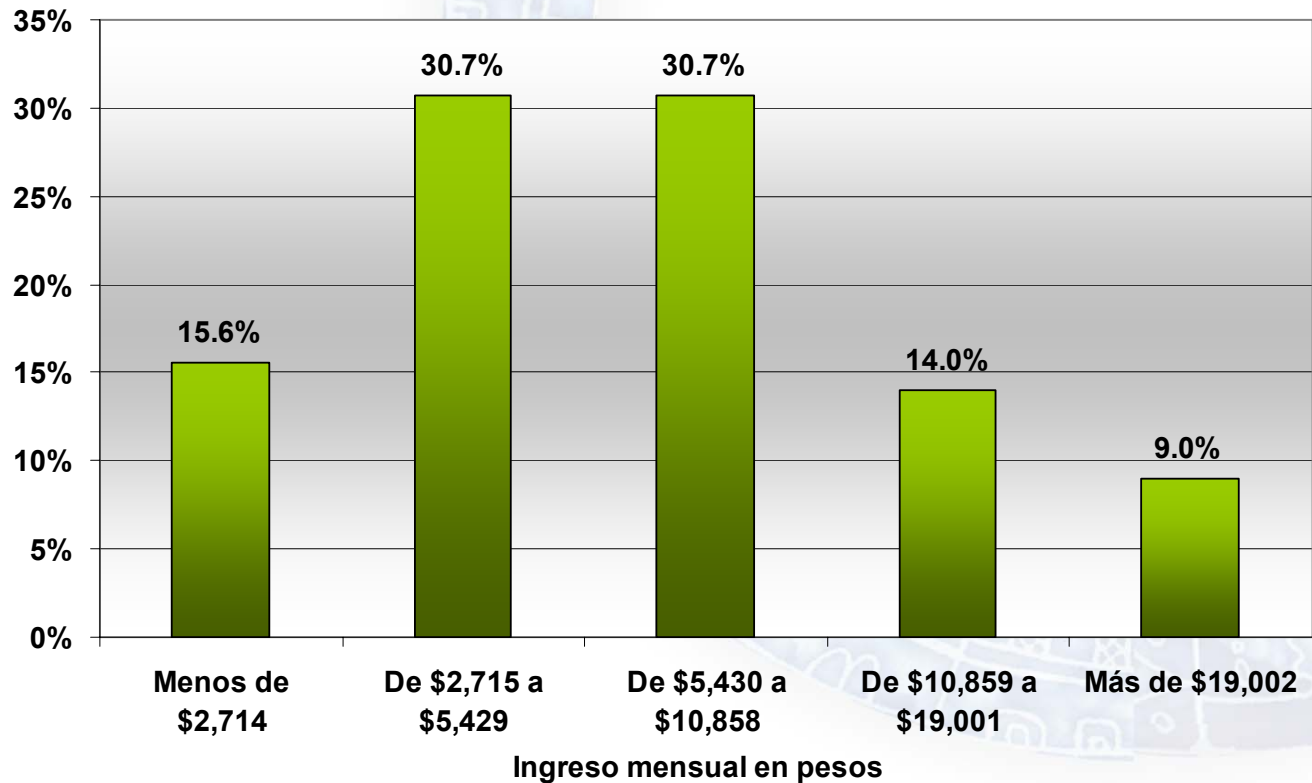
## Estancia promedio en el destino de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la ciudad de Mérida durante 2005, según edad

Según los visitantes a hoteles de categoría turística de la ciudad de Mérida, el promedio de permanencia en el destino Mérida asciende a tres días (dos noches) de estancia promedio. Dicho promedio tiende a disminuir a mayor rango de edad del encuestado.



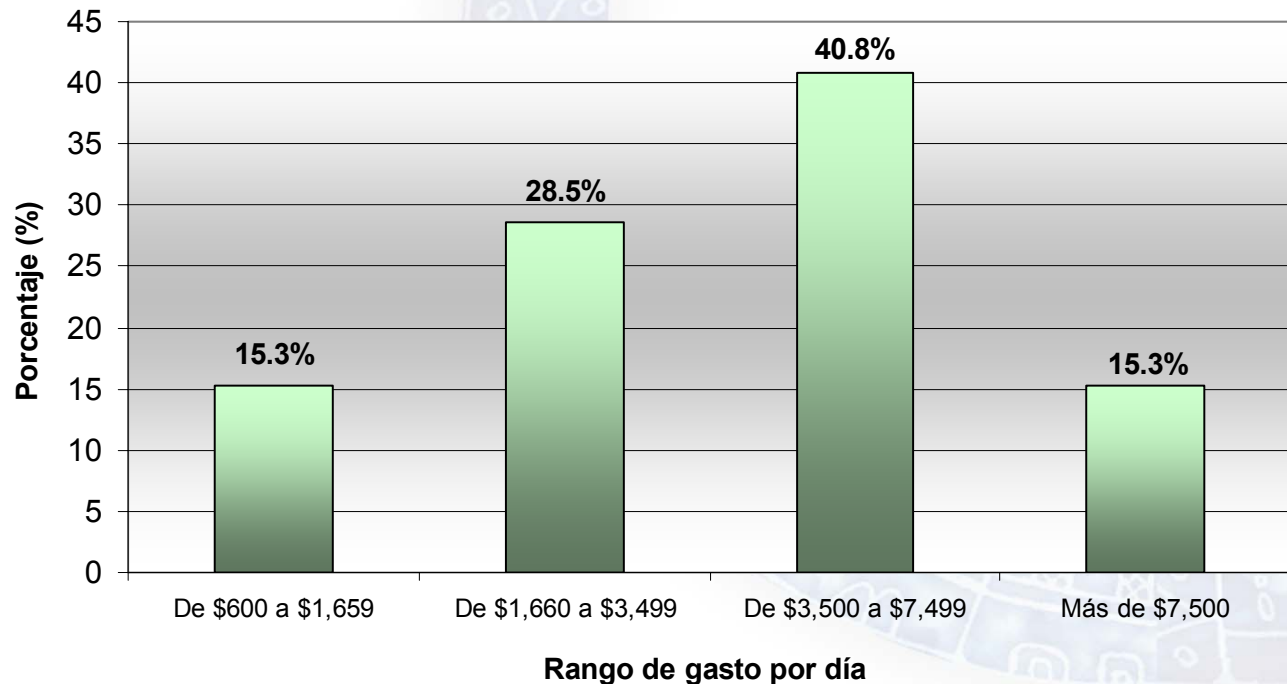
## Ingreso promedio mensual de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Poco más del 61% de los visitantes a hoteles de categoría turística perciben un ingreso promedio de entre \$2,715 y \$10,858 pesos mensuales, en tanto que el 23% de los mismos perciben ingresos, iguales o superiores, al rango de entre \$10,859 y \$19,002 pesos mensuales.



## Rango de gasto total promedio diario (en pesos) de los visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

Al analizar el rango de gasto diario total de los visitantes a hoteles de categoría turística la mayor parte de los mismos erogó entre un mínimo de \$3,500 y un máximo de \$7,499 pesos diarios. Este es un monto total que incluye costo de transportación al destino desde su lugar de origen (avión, autobús, etc.), costos de hospedaje, alimentos y bebidas, paseos, tours, compra de souvenirs, artesanías y transportación diaria (taxi, autobús, etc.), así como el pago de impuestos y gastos diversos.





# **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS FINALES DE LA EAT 2005**

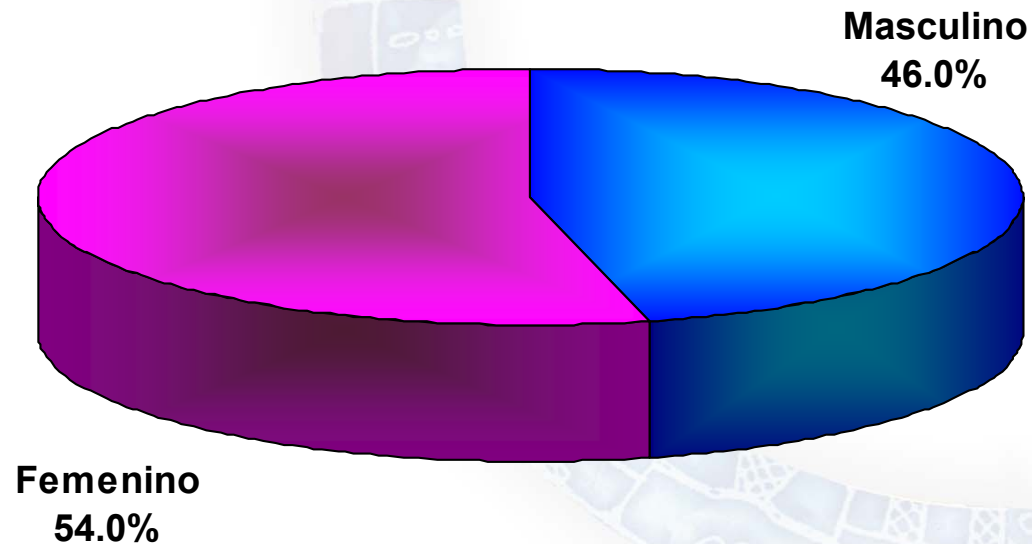
**(Encuesta a excursionistas de cruceros)**

ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005



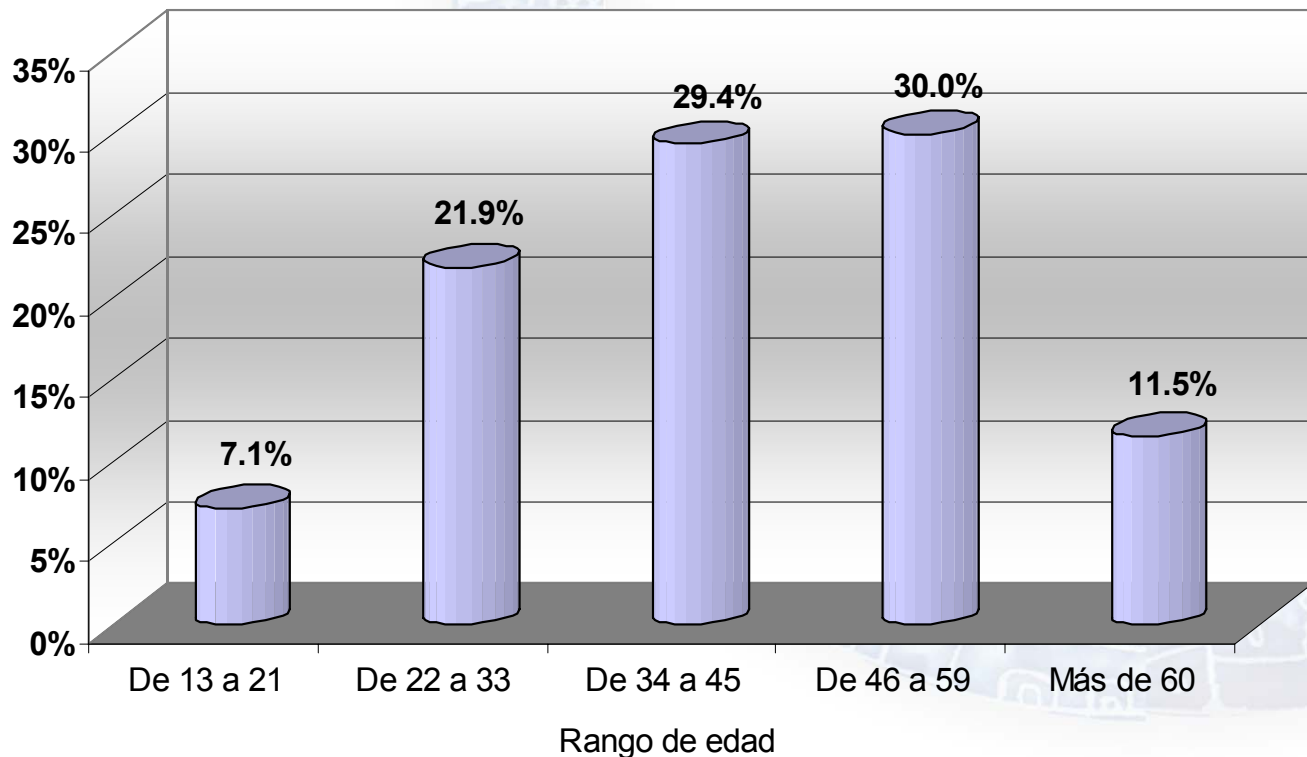
## Género de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Poco más de la mitad de los excursionistas encuestados en el Puerto de Progreso son del sexo femenino, situación que contrasta con las encuestas aplicadas en hoteles, donde la mayor proporción es del sexo masculino.



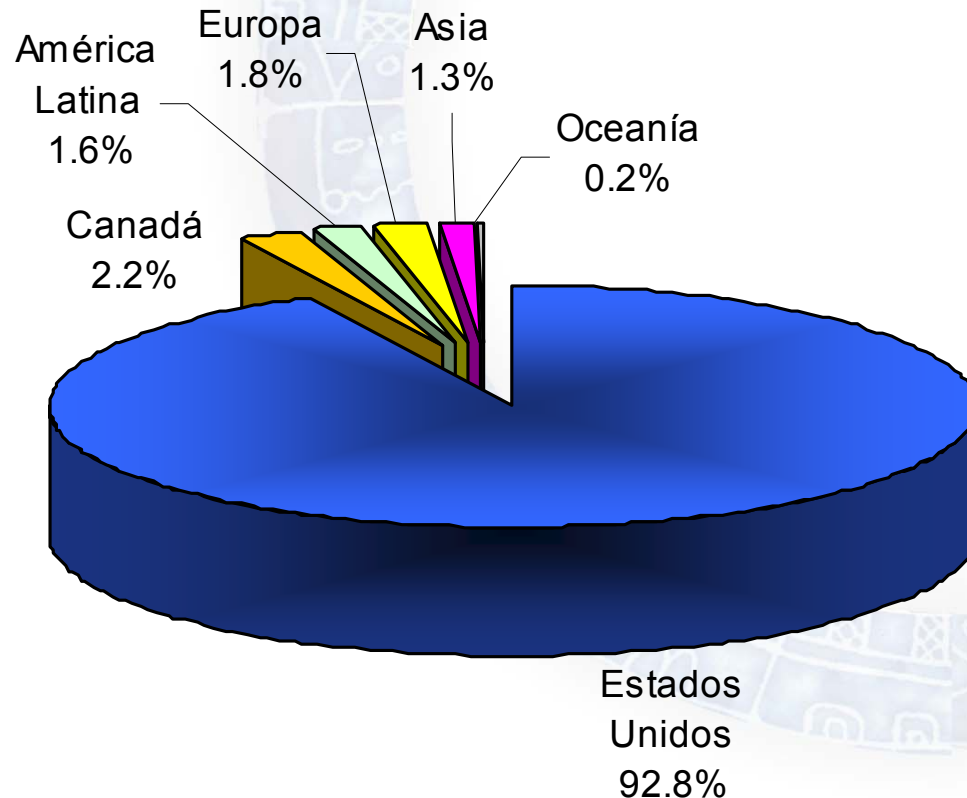
## Rango de edad de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

El perfil de edad de los excursionistas de cruceros al puerto de Progreso se ubica, en su mayoría, en el rango de 22 a 45 años de edad (51% del total), donde el segmento de 34 a 45 años es el que más visitantes significa. Asimismo, el segmento de 46 a 59 años de edad incluye un número representativo de visitantes.



## Procedencia de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Al analizar el origen de los excursionistas de cruceros, se observa que los turistas procedentes de los Estados Unidos constituyen la mayor proporción de visitantes, seguidos de los excursionistas procedentes de Canadá y Europa.



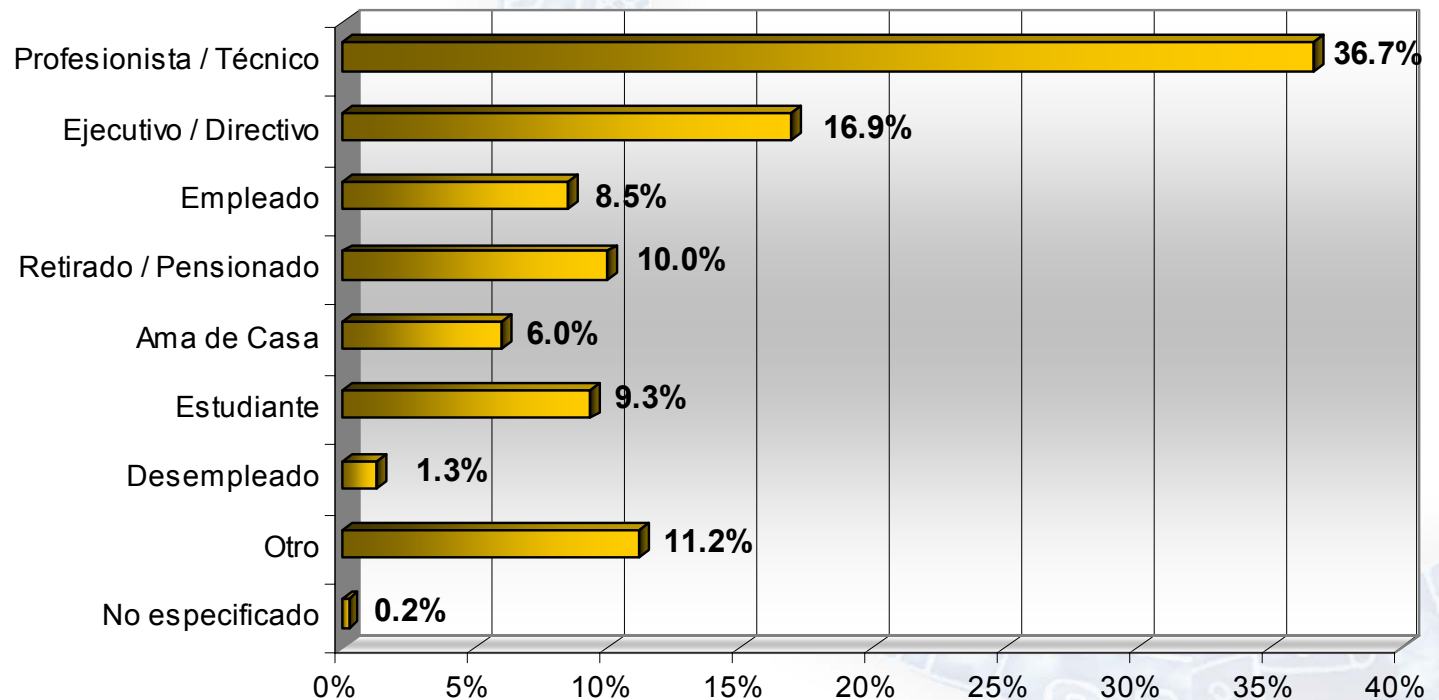
## Entidad de procedencia de los excursionistas de origen estadounidense que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Estado de Procedencia	Porcentaje (%)
Arizona	1.0%
California	3.7%
Colorado	1.1%
Distrito de Columbia	0.1%
Florida	9.4%
Illinois	0.8%
Lousiana	1.7%
Massachusetts	0.4%
Nueva Jersey	0.6%
Nueva York	1.3%
Nuevo México	1.1%
Pennsylvania	0.7%
Texas	45.0%
Otros	33.1%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>

Entre los excursionistas de cruceros de origen estadounidense que arribaron al puerto de Progreso, destacan los procedentes de los estados de Texas (45%), Florida (9.4%) y California (3.7%), así como de otros estados de la Unión Americana (33.1%).

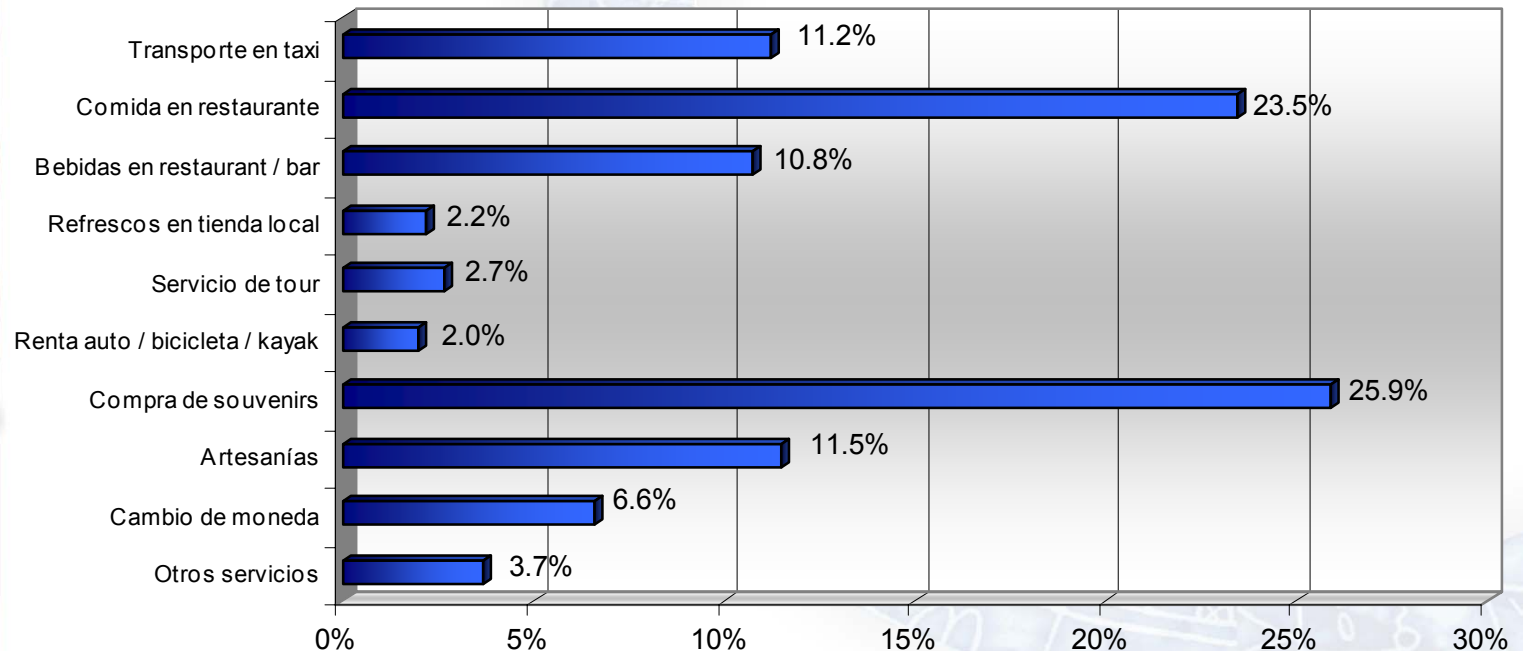
## Ocupación de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Los profesionistas o técnicos (36.7%) son la ocupación más recurrente entre los excursionistas de cruceros que visitaron el puerto de Progreso, seguido de las personas que son ejecutivos o directivos (16.9%), así como los jubilados y pensionados (10.0%).



## Principales servicios utilizados por los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

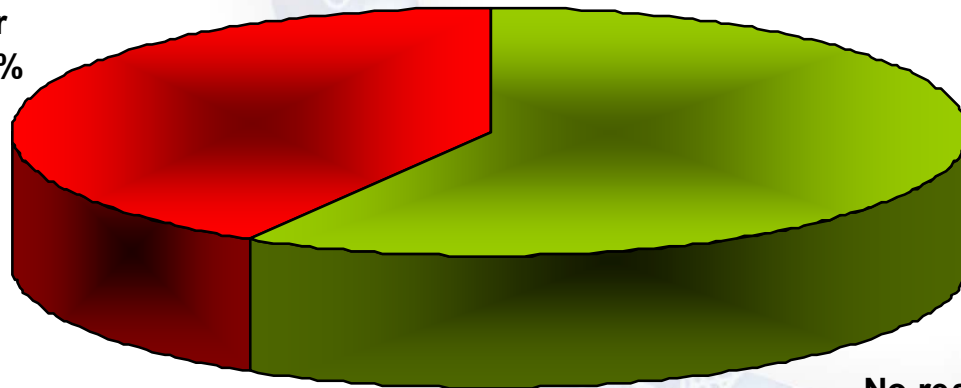
El servicio más utilizado por los excursionistas de cruceros que desembarcaron en el puerto de Progreso fue el autobús. Exceptuando este último, los servicios más empleados por los excursionistas fueron la compra de souvenirs y el consumo en restaurantes o bares.



## Proporción de excursionistas de cruceros que arribaron al Puerto de Progreso y realizaron algún tour durante 2005

El servicio de tour es utilizado por cerca del 42% de los pasajeros de cruceros que desembarcan en el puerto de Progreso, en tanto que el 58% restante opta por permanecer en el puerto o en sus alrededores inmediatos, o realizar algún recorrido por su cuenta, sin recurrir a la contratación de algún tour.

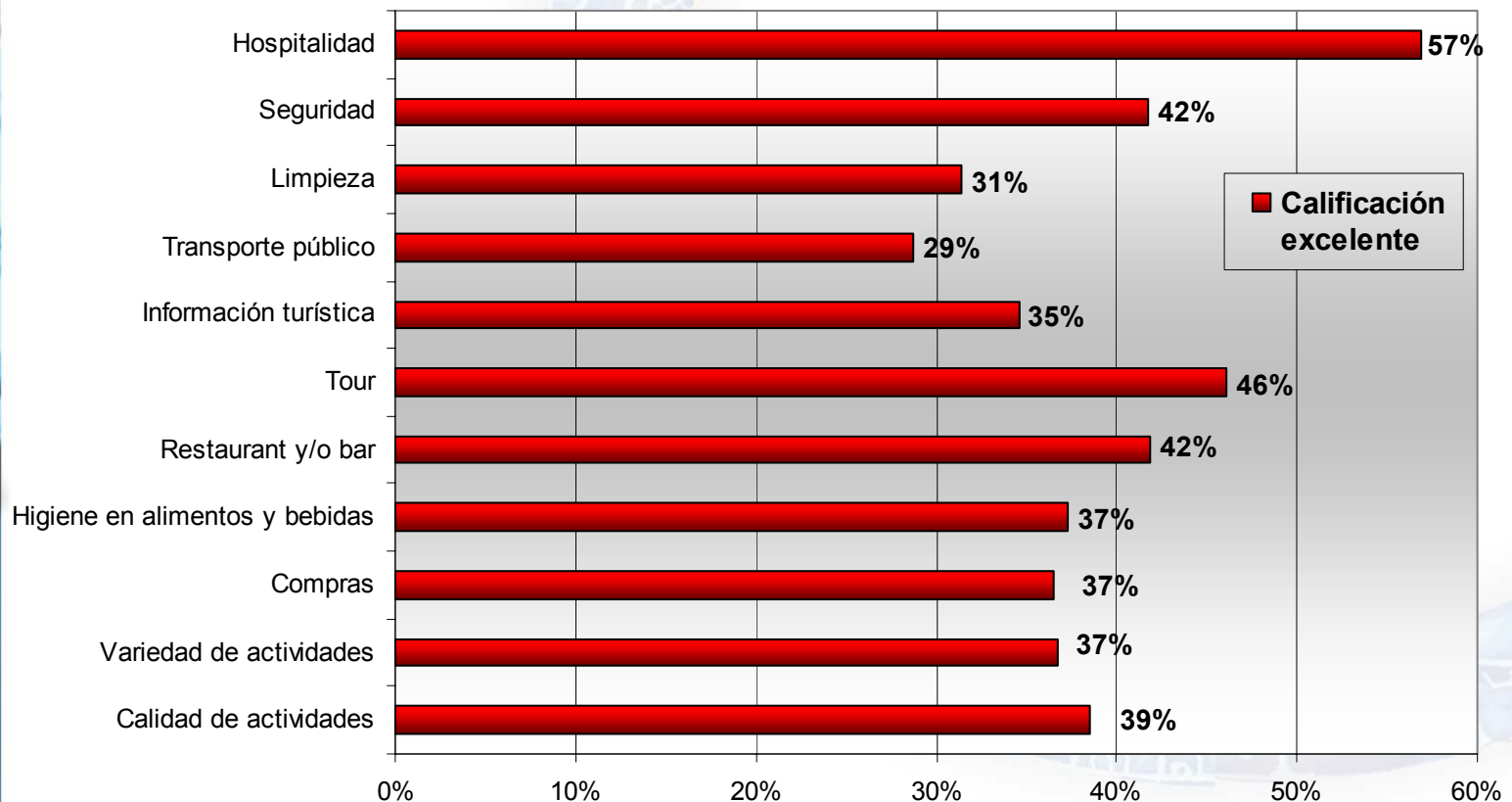
**Realizó algún  
tour  
41.6%**



**No realizó tour  
58.4%**

## Valoración de aspectos relevantes del destino, según los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

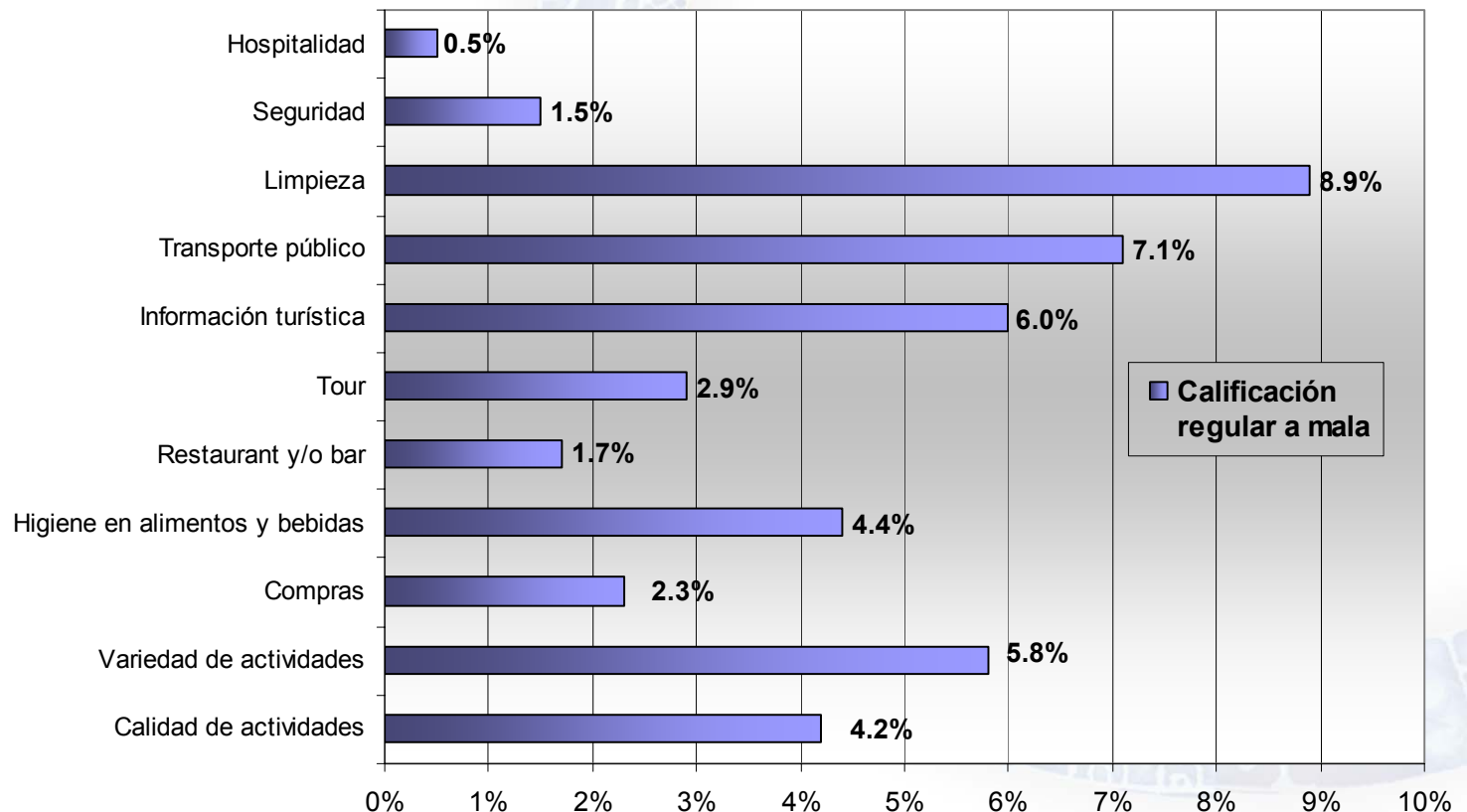
En opinión de los excursionistas de cruceros, la valoración de excelente es otorgada en mayor proporción hacia aspectos como la hospitalidad (57%), el tour (46%) y la seguridad (42%), en tanto que dicha apreciación disminuye para el servicio de transporte público (29%).





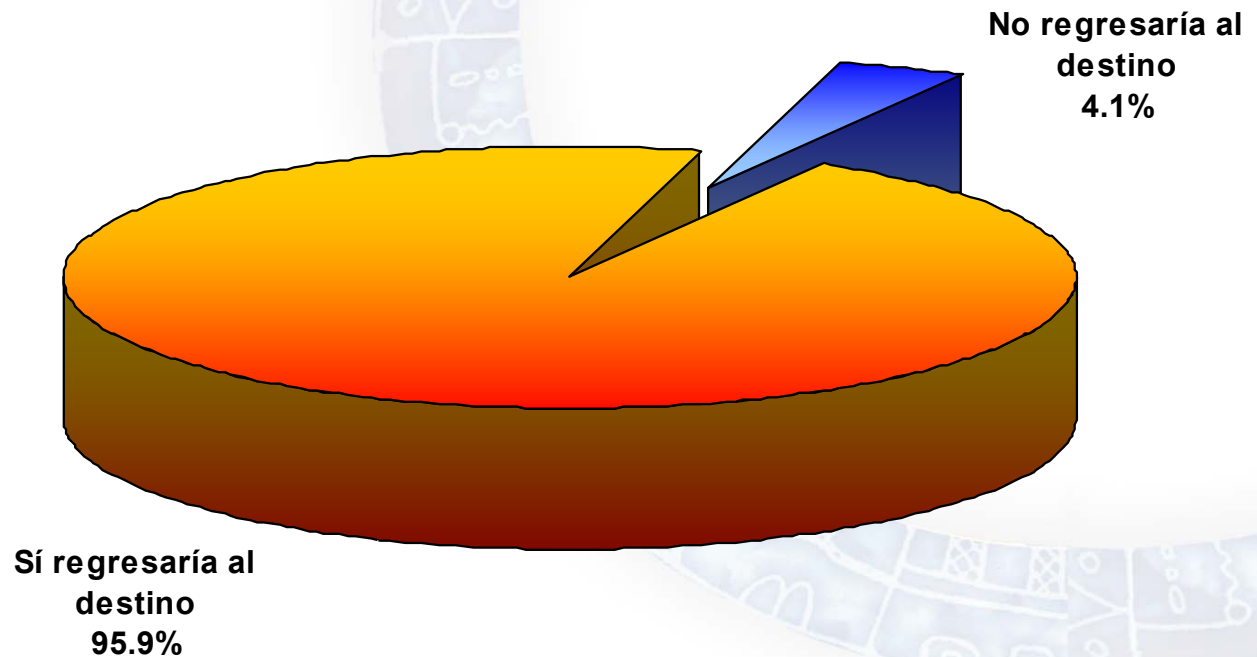
## Valoración de aspectos relevantes del destino, según los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

En opinión de los excursionistas de cruceros, la valoración de regular a mala es otorgada en mayor proporción en aspectos como la limpieza (9%), el transporte público (7%) y la información al turista (6%), en tanto que dicha apreciación es mínima en el caso de la hospitalidad y la seguridad.



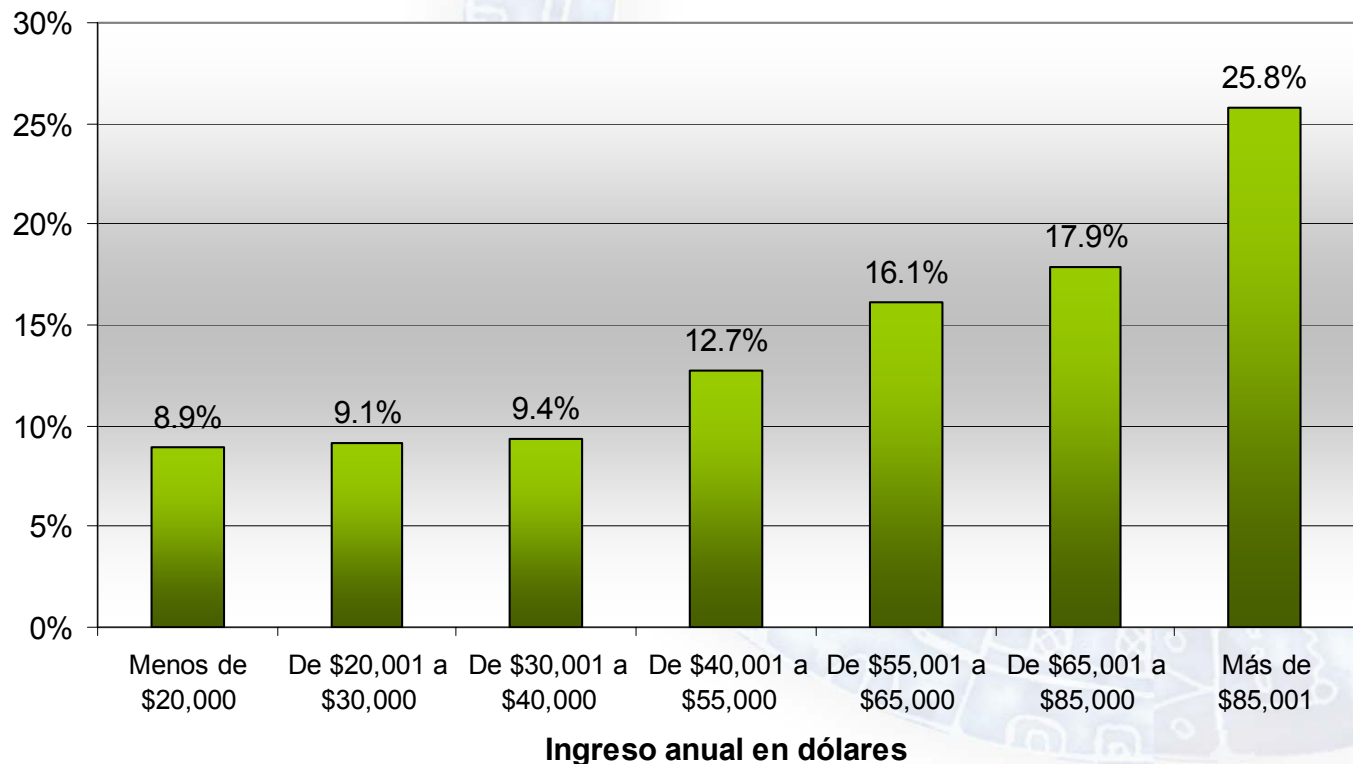
## Posibilidad de retorno al destino de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Sobre la posibilidad de regresar a la entidad por parte los excursionistas de cruceros, cerca del 96% de los pasajeros encuestados manifestó su intención de retorno. Lo anterior muestra una elevada aceptación del destino entre los excursionistas que desembarcaron durante 2005.



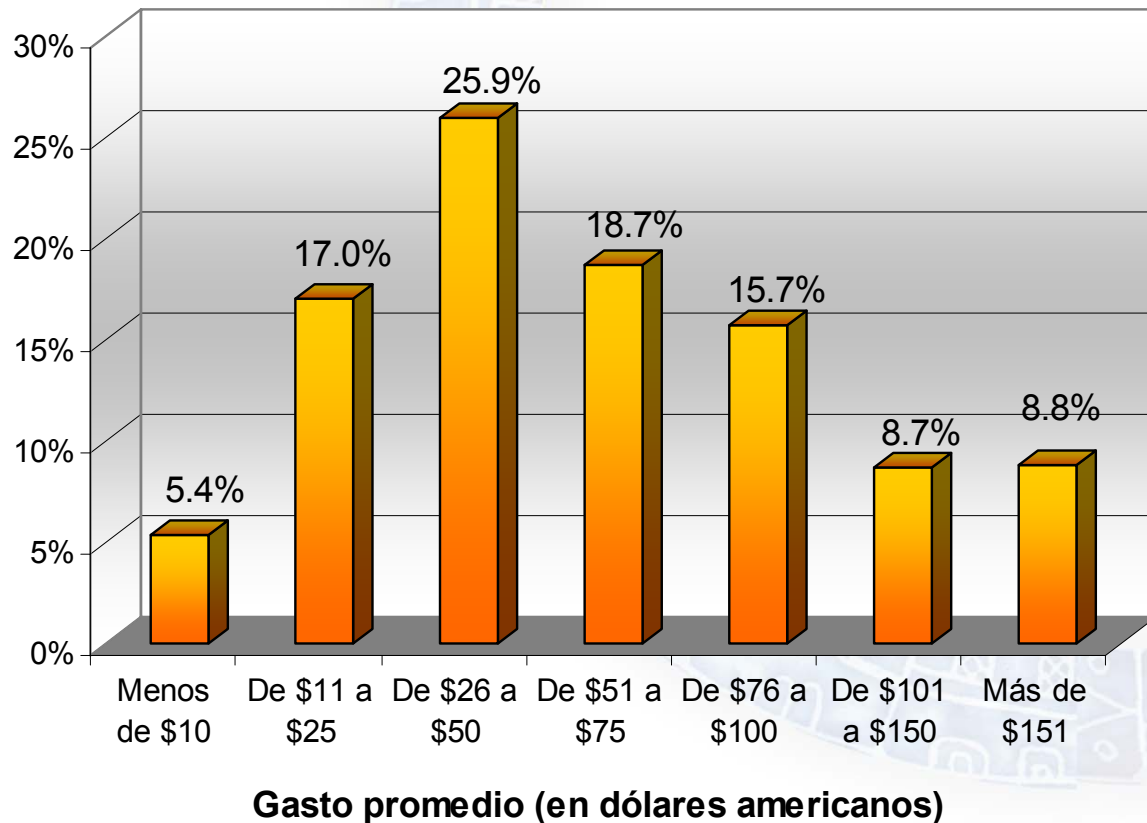
## Ingreso promedio anual de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Cerca del 26% de los excursionistas de cruceros perciben un ingreso promedio anual igual o superior a los \$85,000 dólares americanos, en tanto que poco más del 27% de los mismos perciben ingresos iguales o inferiores a los \$40,000 dólares anuales.



## Gasto promedio total de los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Durante su estancia en el puerto de Progreso, cerca del 26% de los excursionistas de cruceros encuestados erogaron entre \$26 y \$50 dólares americanos, en tanto que poco más del 43% de los mismos gastó entre \$51 y \$151 dólares americanos.



# **ANÁLISIS DE OPINIONES Y COMENTARIOS DE LOS VISITANTES EN HOTELES Y CRUCEROS**

ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005

## **Análisis de opiniones y comentarios de los visitantes.**

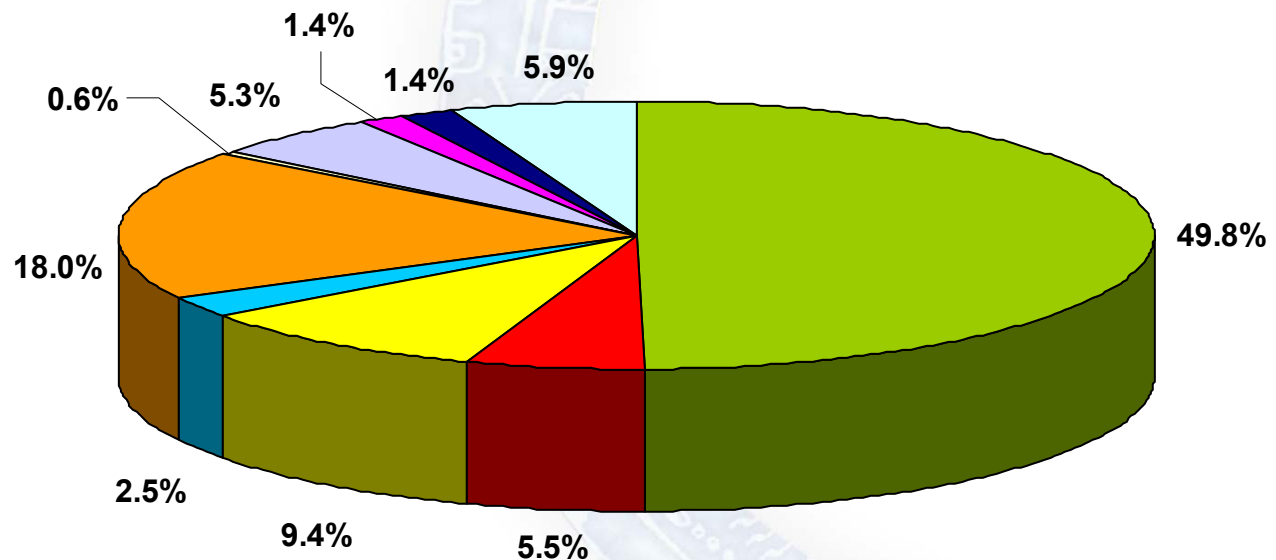
***Durante el levantamiento de la EAT 2005 se obtuvieron un total de 1,124 opiniones, observaciones y/o comentarios de los visitantes a hoteles y cruceros.***

***En proporción, el 86% de las opiniones correspondieron a visitantes hospedados en establecimientos de hospedaje de la ciudad de Mérida y el 14% restante fue emitido por excursionistas que desembarcaron en el puerto de Progreso.***

***El análisis realizado consistió en separar los comentarios positivos y negativos del destino de ambos segmentos de mercado para observar su tópico y proporción para, posteriormente, resumir los comentarios considerados más relevantes.***

## Opiniones positivas sobre el destino, manifestadas por visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

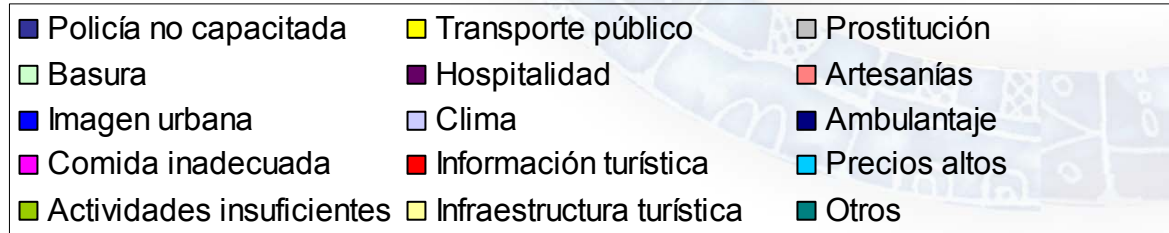
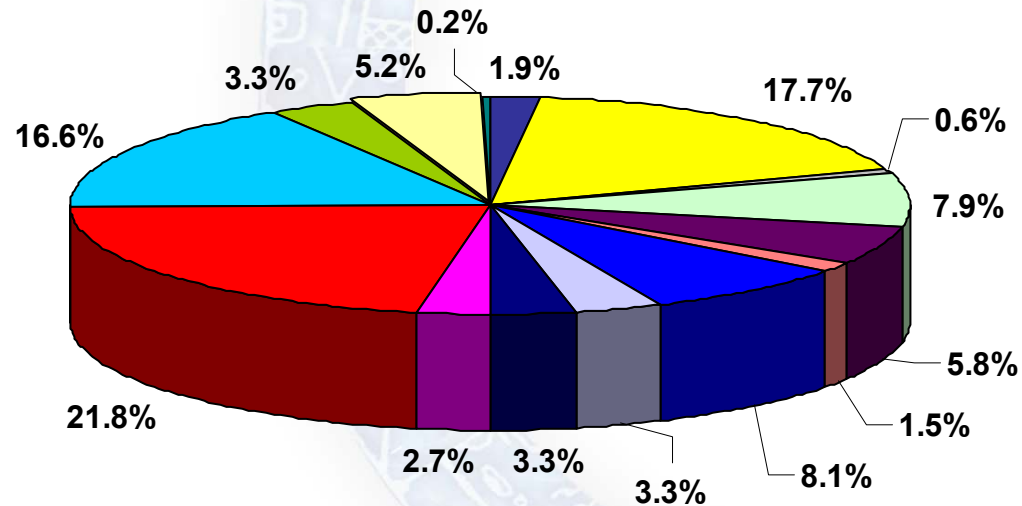
Se emitieron un total de 488 opiniones sobre aspectos positivos del destino entre los visitantes encuestados en hoteles de categoría turística, entre las cuales la más sobresaliente fue el reconocimiento como buen destino de viaje para el estado de Yucatán.



- |   |  |   |
|---|--|---|
| <span style="color: green;">■</span> Buen destino             | <span style="color: red;">■</span> Arquitectura destacable | <span style="color: yellow;">■</span> Limpieza urbana       |
| <span style="color: cyan;">■</span> Calidad de eventos        | <span style="color: orange;">■</span> Hospitalidad         | <span style="color: lightgrey;">■</span> Transporte público |
| <span style="color: purple;">■</span> Seguridad               | <span style="color: magenta;">■</span> Precios adecuados   | <span style="color: darkblue;">■</span> Comida excelente    |
| <span style="color: lightblue;">■</span> Servicios de calidad |  |   |

## Opiniones negativas sobre el destino, manifestadas por visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

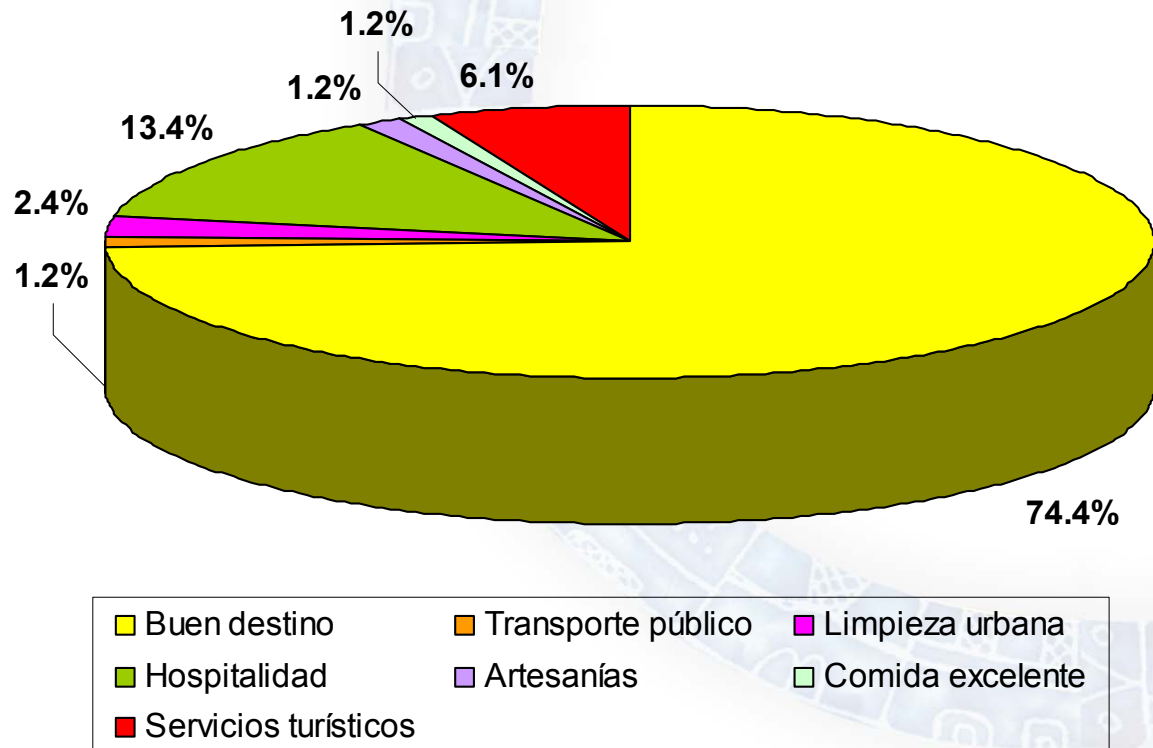
Se emitieron un total de 481 opiniones sobre aspectos negativos del destino por parte de los visitantes encuestados en hoteles de categoría turística, entre las que sobresalen las quejas por la inadecuada información turística, el mal estado del transporte público, precios altos e imagen urbana negativa.





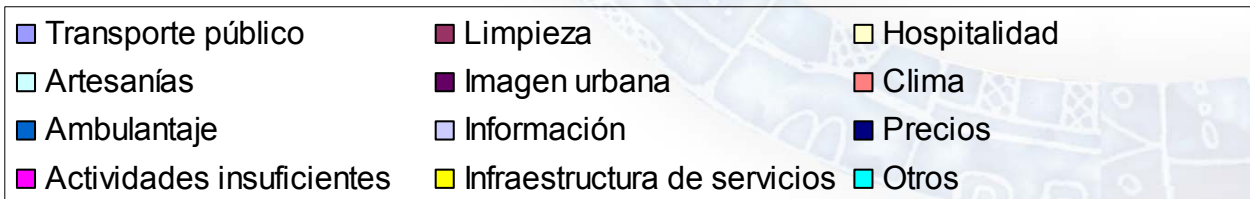
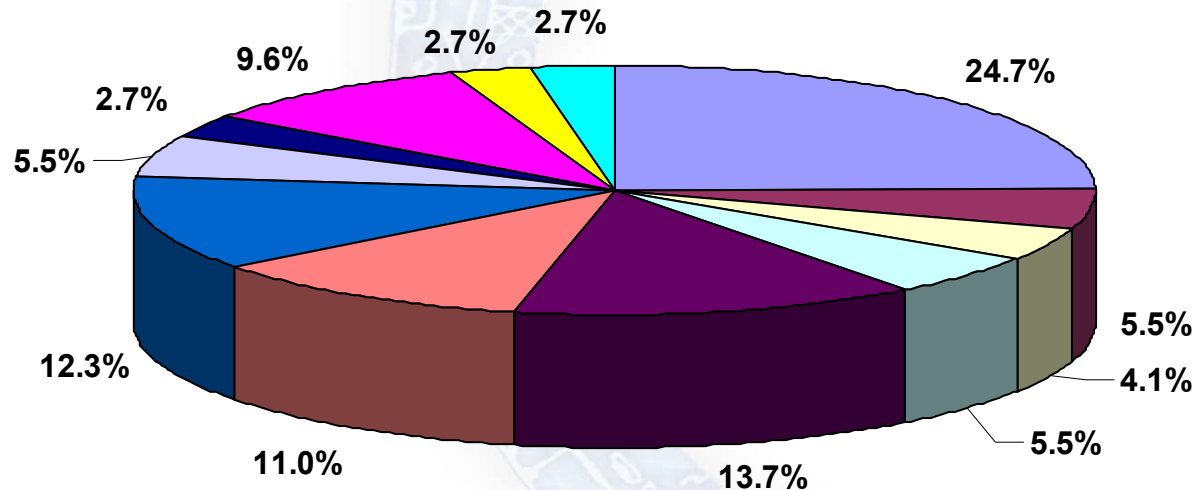
## Opiniones positivas sobre el destino, manifestadas por excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Los excursionistas de cruceros emitieron un total de 82 opiniones sobre aspectos positivos del destino, entre las cuales lo más sobresaliente fue la apreciación como buen destino de viaje para la entidad, seguido de comentarios positivos sobre la hospitalidad mostrada hacia el visitante.



## Opiniones negativas sobre el destino, manifestadas por excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

Los excursionistas de cruceros emitieron un total de 73 opiniones sobre aspectos negativos del destino, entre las cuales sobresalen las quejas sobre aspectos como el transporte público, la limpieza, el ambulante y las actividades insuficientes.



## Resumen de opiniones positivas sobre el destino, según visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

ASPECTOS	OPINIONES POSITIVAS
Buen destino	Ciudad hermosa, buen destino para visitar.
Arquitectura destacable	Edificios y zonas arqueológicas grandiosas.
Limpieza urbana	Calles limpias, no hay grafiti.
Calidad de eventos	Las actividades y eventos son excelentes.
Hospitalidad	La gente es servicial, amable, agradable.
Transporte público	El transporte es bueno, distancias cortas.
Seguridad	La ciudad es segura, tranquila.
Precios adecuados	Precios justos, baratos.
Comida excelente	La comida es deliciosa.
Servicios de calidad	Servicio excelente, buena atención y organización.

## Resumen de opiniones negativas sobre el destino, según visitantes hospedados en hoteles de 3 a 5 estrellas de la Ciudad de Mérida durante 2005

ASPECTOS	OPINIONES NEGATIVAS
Policía no capacitada	Policías agresivos o propotentes, el tránsito no respeta al peatón.
Transporte público	Mal estado de autobuses, el costo de los taxis es alto, choferes groseros.
Prostitución	Existencia de prostitución en el centro de Mérida y en otras zonas turísticas.
Basura	Ciudad sucia, con calles en mal estado. El mercado municipal tiene aspecto sucio.
Artesanías	Artesanias caras, precios diferentes para el turista extranjero.
Imagen urbana	Edificios dañados. Mejorar drenaje, iluminación, banquetas en mal estado o estrechas.
Clima	Mucho calor.
Ambulantaje	Demasiados vendedores, agresivos, acosan al turista y precios muy altos.
Información turística	Faltan módulos de información, folletos, señalamientos, promoción.
Precios altos	Precios altos, se cobra de más al turista, servicios más caros que en otros lugares.
Actividades insuficientes	Faltan actividades, más vida nocturna, más lugares donde divertirse.
Infraestructura turística	Faltan más museos, estacionamientos y baños. Mejorar señalamientos en carreteras.

## Resumen de opiniones positivas sobre el destino, según los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

ASPECTOS	OPINIONES POSITIVAS
Buen destino	Un lugar diferente, bonitas playas, un lugar agradable.
Transporte público	Autobuses cómodos en los tours.
Limpieza urbana	Playas limpias, aspecto del puerto muy limpio.
Hospitalidad	Gente muy amable, amigable, los guías hablan bien inglés.
Artesanías	Buenas compras, buenas artesanías.
Comida excelente	Excelente comida.
Servicios turísticos	Todo organizado, buen servicio de teléfono público, bonito puerto.

## Resumen de opiniones negativas sobre el destino, según los excursionistas que arribaron en cruceros al Puerto de Progreso durante 2005

ASPECTOS	OPINIONES NEGATIVAS
Transporte público	Falta más autobuses, más rápidos, con mayor frecuencia. Faltan más taxis.
Limpieza	Se requieren baños limpios y limpieza en restaurantes.
Hospitalidad	Mejorar actitud servicial, ofrecer o vender agua.
Artesanías	Más variedad de productos.
Imagen urbana	Mejorar aspecto de la ciudad, mal olor, limpiar playas, limpiar la ciudad.
Clima	Mucho calor y lluvia.
Ambulantaje	Muchos vendedores, insisten mucho, agresivos, venden caro.
Información	Información turística pobre y escasa.
Precios	Artículos y souvenirs son caros.
Actividades insuficientes	Faltan más actividades de playa, grupos más pequeños en tours, más música mexicana.
Infraestructura de servicios	Incrementar el número de baños y regaderas.
Otros	Dar mejor trato a animales.

ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005

# CONCLUSIONES DE LA EAT 2005



## **RESUMEN DEL PERFIL DEL VISITANTE A HOTELES DE CATEGORÍA TURÍSTICA**

- Visitante mayoritariamente masculino.
- Con una edad promedio de entre 22 y 45 años.
- De procedencia mayoritariamente nacional (54%) y con un significativo número de extranjeros (46%), principalmente de EEUU, Canadá y Europa (Francia, Italia, España y Gran Bretaña).
- Nivel de educación universitario o superior.
- Con ocupación como profesional o empleado, con negocio propio y, en menor medida, como jubilado o pensionado.
- Visita las zonas arqueológicas o realiza actividades profesionales.
- La razón de su viaje se origina en los atractivos turísticos de la entidad, por razones de negocios o para asistir a congresos y/o convenciones.
- Mantuvo una estancia promedio de 3 días (2 noches).
- En promedio, dio calificación de 9 al destino (en escala máxima de 10).
- Estuvo de acuerdo en la relación valor-precio y manifestó intenciones de retornar al destino.
- Mantuvo una derrama económica promedio diaria de entre \$600 y \$3,500 pesos.



## **RESUMEN DEL PERFIL DEL EXCURSIONISTA DE CRUCEROS**

- Visitante mayoritariamente femenino.
- Con edad promedio de entre 22 y 45 años y un significativo segmento de 46 a 59 años.
- De procedencia extranjera, principalmente de los Estados Unidos y Canadá (95% del total). En el primer caso, destacan los visitantes procedentes de Texas, Florida y California.
- Con ocupación mayoritaria como profesionista o técnico, ejecutivo, directivo, así como jubilado o pensionado.
- Durante su estancia principalmente utiliza el transporte público (autobús), realiza la compra de souvenirs y tiene consumo de alimentos y/o bebidas en establecimientos locales.
- En una elevada proporción, no realiza algún tour fuera del puerto de Progreso (58%).
- Otorga una mejor calificación a aspectos como la hospitalidad, el tour y la seguridad del destino.
- En contraste, otorga una peor calificación a aspectos como la limpieza urbana, el transporte público y la información al turista.
- Manifestó la posibilidad de retornar al destino.
- Mantuvo mayoritariamente una derrama económica diaria de entre \$51 y \$151 dólares americanos durante su estancia.

## Agradecimientos:

@ **H. Ayuntamiento de Progreso, Yucatán**



H. Ayuntamiento de Progreso

@ **Administración Portuaria Integral (API)**



@ **SSA México**



SSAMéxico.  
Grupo Carrix



@ **Autoprogreso**



@ **Universidad del Mayab**

@ **Centro de Estudios Universitarios del Mayab**



@ **Escuela de Estudios Superiores Tecnología Turística Total, A.C.**

ESCUELA DE TURISMO

@ **Escuela Peninsular de Lenguas Modernas**



## Agradecimientos a hoteles:

- ☉ **Casa Lucía**
- ☉ **El Castellano**
- ☉ **El Conquistador del Paseo de Montejo**
- ☉ **Fiesta Americana Mérida**
- ☉ **Holiday Inn Mérida**
- ☉ **Hyatt Regency Mérida**
- ☉ **La Misión de Fray Diego**
- ☉ **Misión Mérida Classic**
- ☉ **Presidente Intercontinental Villa Mercedes**
- ☉ **Aldea del Bazar Panamericana**
- ☉ **Ambassador Mérida**
- ☉ **Bestwestern María del Carmen**
- ☉ **Colonial**
- ☉ **Del Gobernador**
- ☉ **Maison Lafitte**
- ☉ **Maya Yucatán**
- ☉ **Montejo Palace**
- ☉ **Residencial**
- ☉ **Caribe**
- ☉ **Colón**
- ☉ **Del Parque**
- ☉ **Montejo**
- ☉ **Reforma**



## **Encuestadores:**

Amalia Carolina Salazar Méndez	CEUM
Arturo Pinto Moreno	CEUM
Cecilia Leticia Aguilar Cupul	TTT
Christopher Joseph McGovern López	Unimayab
Diana Yolanda Sosa Sánchez	Unimayab
Federico Pérez Gamboa	CEUM
Flori Herrera Fritz	CEUM
Héctor Iván Suaste Ceballos	TTT
Isaely de Lourdes Caballero Moreno	TTT
Jorge Lozano González	Unimayab
José María Pino Casanova	Unimayab
Luisa María Gil González	CEUM
María Jazmín del Socorro Concha Chí	TTT
María Luisa Alejandra Orozco Bautista	TTT
Mariela Villegas Rivera	TTT
Milhú Isabel Torres Villamil	TTT
Paola Sepúlveda García	Unimayab
Santos Salvador Euán Ayil	CEUM
Víctor Gerardo Guzmán Covarrubias	Unimayab
Yeni Yajaira Manzano Zapata	CEUM

**Supervisores de campo:**

Gilmer Augusto Chan Gutiérrez

Leonor de los Ángeles González Ramírez

Yudith Guadalupe Parada Matuz

UADY

UNIMAYAB

UNIMAYAB

**Colaborador:**

Profr. Pablo A. Velázquez Madrazo

UNIMAYAB

**Portada e imagen:**

LAET. Rossana Domínguez Bacelis

SECTUR

**Coordinador y editor:**

L.E. Raúl Alejandro Paz Noriega

SECTUR





ENCUESTA  
ANUAL  
AL  
TURISTA  
2005



**SECRETARÍA  
DE TURISMO**