

La Firma de Confianza



Licitación Pública Nacional  
No. 00021001-005-07



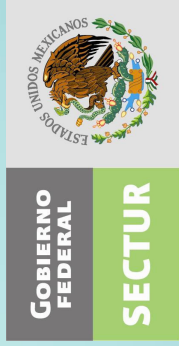
## Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares



## REPORTE DE RESULTADOS

Medición 1  
Periodo Mayo- Agosto 2007

ELABORADA PARA:



Noviembre , 2007

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

2

mexico@sigmados.com.mx

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
3. Vitrina Metodológica	6
4. Distribución de la Muestra	8
5. Composición de la Muestra	11
6. Resultados	16
6.1 Viajes Domésticos Reportados	17
6.2 Motivos del Viaje	29
6.3 Gasto en Turismo Doméstico	33
6.4 Perfil de los Viajes CON Pernocta	38
6.5 Perfil de los Viajes SIN Pernocta	57
6.6 ¿A dónde viajan los mexicanos?	72
6.7 Estimaciones del Volumen del Mercado Turístico Doméstico	90

La Firma de Confianza

## 1. INTRODUCCIÓN

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

3

El turismo doméstico es aquel realizado por residentes nacionales dentro de las fronteras de México. A decir de las autoridades, representa casi el 80% del consumo total del turístico anual, generando un alto impacto económico en los diversos destinos turísticos, con gran relevancia en la economía nacional.

Sin embargo, actualmente no se cuenta con indicadores que permitan dimensionar el tamaño real del turismo doméstico durante 2007, ni que permita definir a los estratos poblacionales que dinamizan su demanda.

Bajo estas premisas, la **Secretaría de Turismo** contrató los servicios de **Sigmados S.A. de C.V.** para realizar una investigación por muestreo para disponer de información confiable sobre el impacto de la demanda turística en el mercado doméstico, así como del comportamiento y preferencias de este tipo de viajeros, con la finalidad de generar recomendaciones en el desarrollo operativo y económico del sector.

## 2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN



**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

4

A continuación Sigmados S.A. de C.V. pone a consideración de SECTUR los resultados de la primera de tres mediciones cuatrimestrales (correspondiente al periodo de los meses mayo, junio, julio y agosto de 2007), y que componen a la Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares, cuyos objetivos son:

### **OBJETIVO CENTRAL**

*Dimensionar el tamaño del mercado de viajes doméstico y determinar sus características sociodemográficas y de hábitos de viaje, a partir de un monitoreo de la demanda en poblaciones urbanas del país*

La Firma de Confianza

## 2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

5

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Dimensionar el tamaño del mercado de viajes doméstico, tanto de pernoctas como de no pernocta (turistas/excursionistas), y por motivo de viaje (placer, negocios, visitas a familiares y amigos, otros)
2. Analizar las características de la demanda turística nacional en diferentes segmentos socioeconómicos de la población (grupos de edad, niveles de ingresos, lugares de residencia, etc.).
3. Analizar las características de la demanda turística nacional en diferentes segmentos de hábitos e viaje (destinos de viajes, motivos de viaje, hospedaje, etc.).
4. Definir las razones que limitan la realización de viajes domésticos.
5. Analizar la demanda doméstica de viajes y sus variaciones por periodos de medición.
6. Generar conclusiones y un análisis prospectivo en función a los resultados de las mediciones.

La Firma de Confianza

### 3. VITRINA METODOLÓGICA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Ámbito Nacional, en poblaciones urbanas de 15 mil habitantes o más.

Tipo de Estudio Longitudinal - tres mediciones cuatrimestrales

	Medición 1	Medición 2	Medición 3
Mediciones	Se evalúa Mayo a Agosto 2007	Se evalúa Septiembre - Diciembre 2007	Se evalúa Enero - Abril 2008

Metodología Cuantitativa - a través de encuesta por muestreo

Técnica de Recolección Entrevista personal cara a cara en visita domiciliaria.

Universo de Estudio Hogares

Perfil del Informante Ciudadanos, residentes jefes de familia o tomadores de decisión en los hogares; que hayan aceptado participar de la entrevista, y que algún miembro del hogar haya realizado al menos un viaje fuera de su ciudad de origen en territorio nacional durante el periodo sujeto de estudio.

Tamaño de la Muestra 5,600 entrevistas efectivas, distribuidas proporcionalmente en las zonas metropolitanas de México, Guadalajara y Monterrey, y en el resto del territorio nacional.

### 3. VITRINA METODOLÓGICA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

7

Tipo de Muestreo	<b>Probabilístico Estratificado Aleatorio Polietápico</b>
Marco Muestral	Áreas geoestadísticas básicas del territorio nacional, excluyendo aquellas poblaciones con menos de 15 mil habitantes.
Unidad de Muestreo	Hogares
Instrumento de medición	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñado por SigmaDos con base en los objetivos establecidos y lineamientos de parte de la Secretaría de Turismo.</li><li>• Se generó un cuestionario estructurado con preguntas abiertas.</li><li>• Duración promedio de 12 minutos.</li></ul>
Confiability	Este tamaño de muestra permite generar inferencias estadísticas consistentes con una confianza del 95% en la tendencia de resultados y un margen de error agregado a total del $\pm 1.34\%$ , (cálculo hecho con un $p$ de 0.5).
Fecha de Levantamiento	Del 10 de Octubre al 8 de Noviembre del 2007

La Firma de Confianza

## 4. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Con base en lo establecido por la Secretaría de Turismo, este estudio pretende tener una representatividad a nivel nacional, y de cada una de las principales zonas metropolitanas (ZMDF, ZMGuadalajara y ZMMonterrey). Por ello, se conformaron cuatro submuestras representativas de la población sujeta de análisis.

La Firma de Confianza

REGIÓN	MUESTRA	%	Margen de Error
ZM del Distrito Federal	1,000	18%	± 3.16%
ZM de Guadalajara	900	16%	± 3.33%
ZM de Monterrey	900	16%	± 3.33%
Resto del País	2,800	50%	± 1.89%
<b>Nacional</b>	<b>5,600</b>	<b>100%</b>	<b>± 1.34%</b>

Fórmula de Muestreo para  
calcular los márgenes de error



$$e = \sqrt{\frac{(N - n) \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{n \cdot (N - 1)}}$$

## 4. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

9

Para la **estatificación**, en cada submuestra se establecieron tres estratos, según el **nivel socioeconómico** preponderante en cada área geostatística básica del país, agrupadas a su vez en localidades, municipios y entidades del territorio nacional.

Con base en información proporcionada por INEGI y estimaciones realizadas por la empresa, utilizando criterios AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación), se establecieron las proporciones de cada estrato de la siguiente manera:

**Estrato 1** → Nivel Socioeconómico **Bajo** = E y D (AMAI)

**Estrato 2** → Nivel Socioeconómico **Medio** = D+ y C (AMAI)

**Estrato 3** → Nivel Socioeconómico **Alto** = C+ y A/B (AMAI)

A partir del análisis de la información disponible, se establecieron los pesos relativos de cada estrato en cada submuestra, de manera que se contara con una participación proporcional de la población sujeta de estudio en territorio nacional.

## 4. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

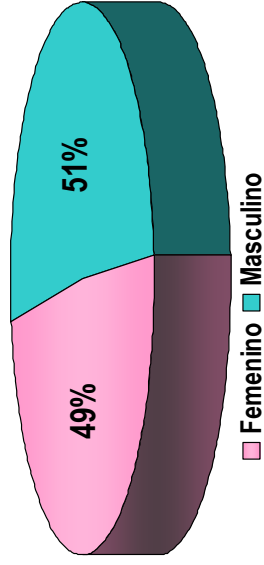
Proporciones Utilizadas para Niveles Socioeconómicos				
SUMUESTRAS	Bajo	Medio	Alto	Total
ZM del Distrito Federal	43%	51%	6%	100%
ZM de Monterrey	56%	34%	10%	100%
ZM de Guadalajara	48%	42%	10%	100%
Resto del País	39%	50%	11%	100%

Con base en estos criterios se distribuyó la muestra, según el peso relativo de cada estrato en cada submuestra. Luego del trabajo de campo, la muestra quedó distribuida de la siguiente manera.

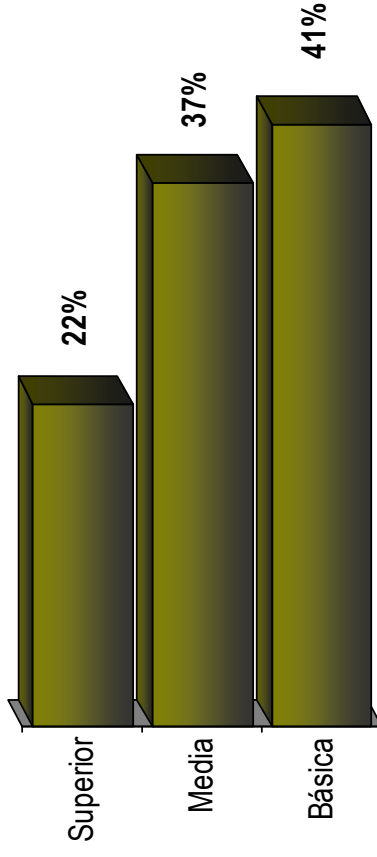
Distribución de la Muestra según ESTRATO				
SUMUESTRAS	Bajo	Medio	Alto	Total
ZM del Distrito Federal	424	515	61	1000
ZM de Monterrey	490	320	90	900
ZM de Guadalajara	434	377	89	900
Resto del País	1106	1375	319	2800
Total	2454	2587	559	5600

## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TOTAL

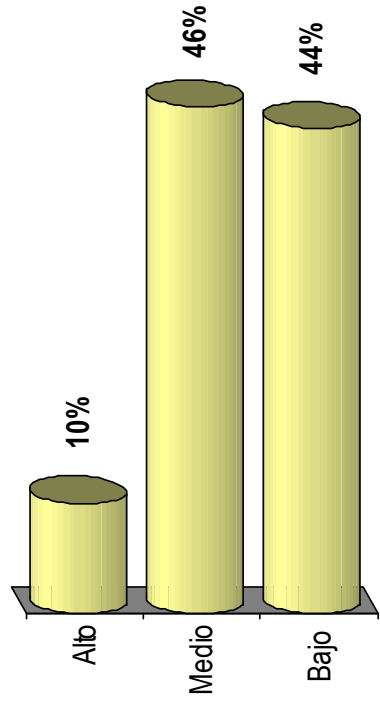
### Género



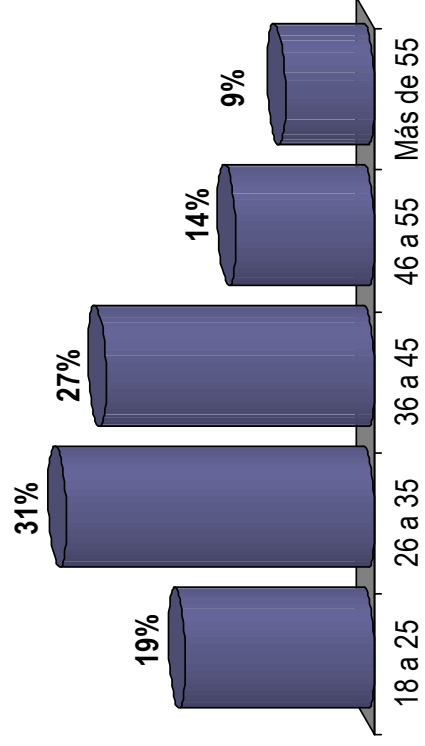
### Escolaridad



### Nivel Socioeconómico



### Grupos de Edad (años)



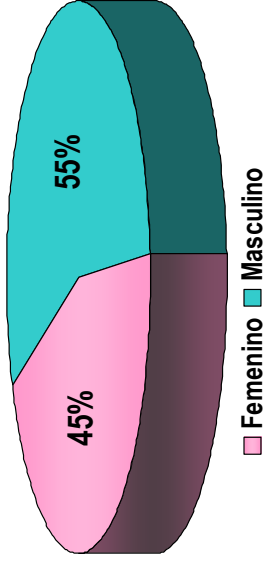
## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

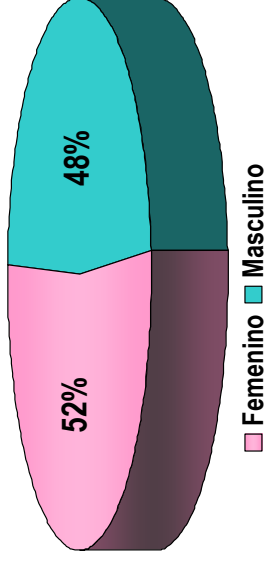
### GÉNERO

La Firma de Confianza

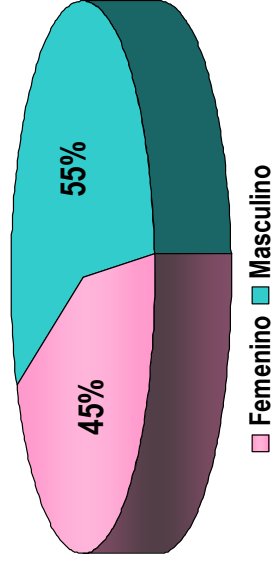
ZMDF



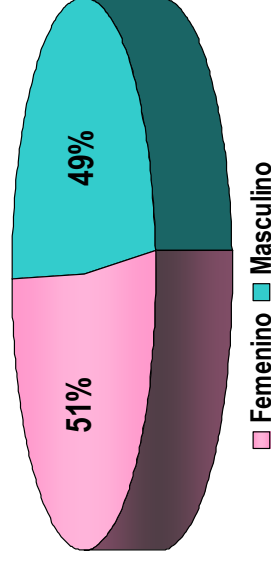
ZM - Monterrey



ZM - Guadalajara



Resto del País



## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



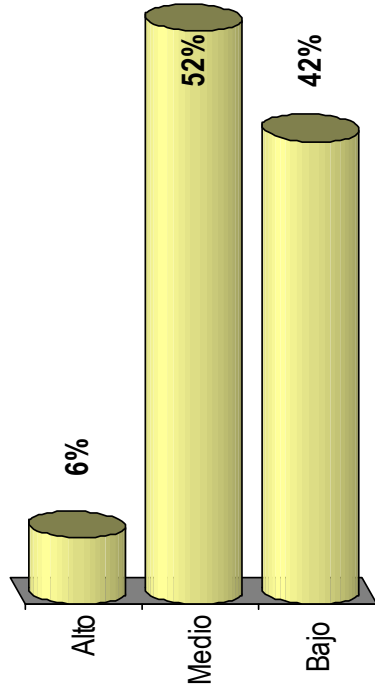
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

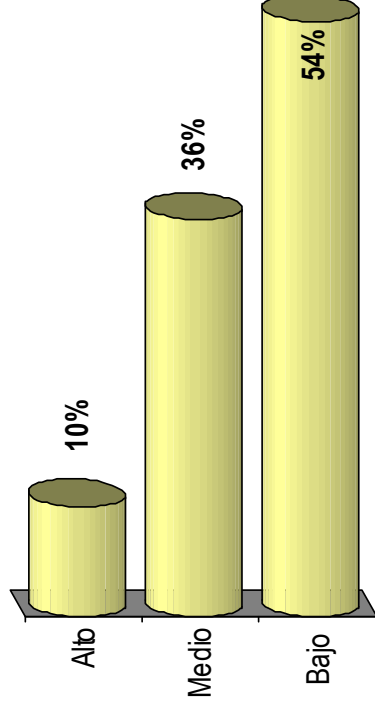
13

### NIVEL SOCIOECONÓMICO

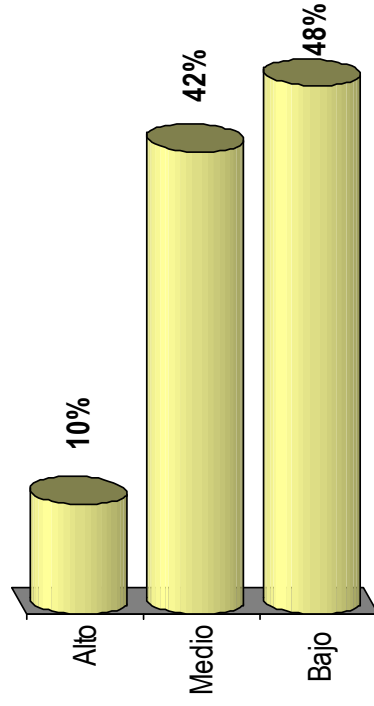
#### ZMDF



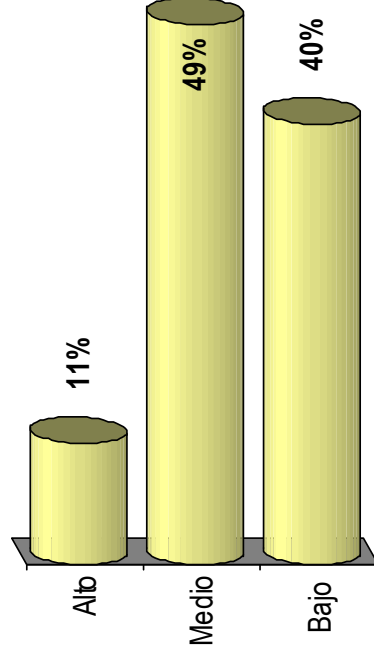
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



#### Resto del País



## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



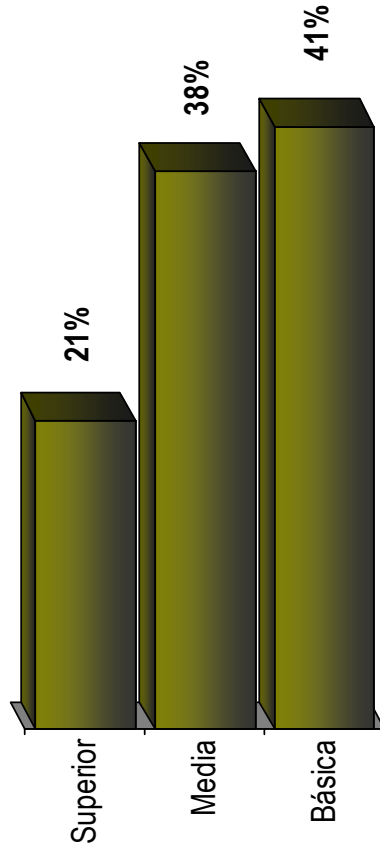
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

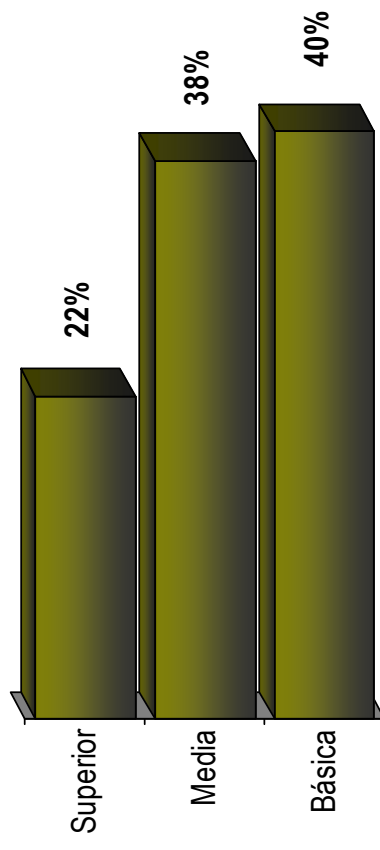
14

### ESCOLARIDAD

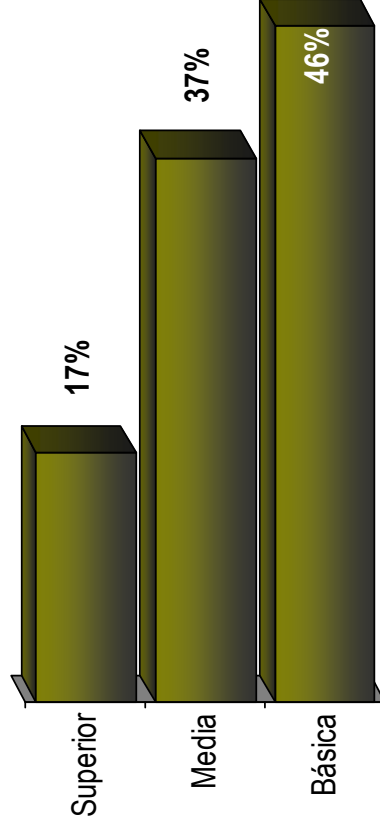
#### ZMDF



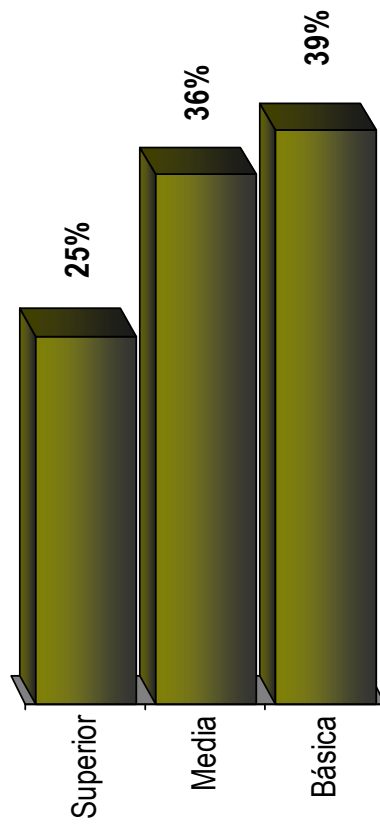
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



#### Resto del País

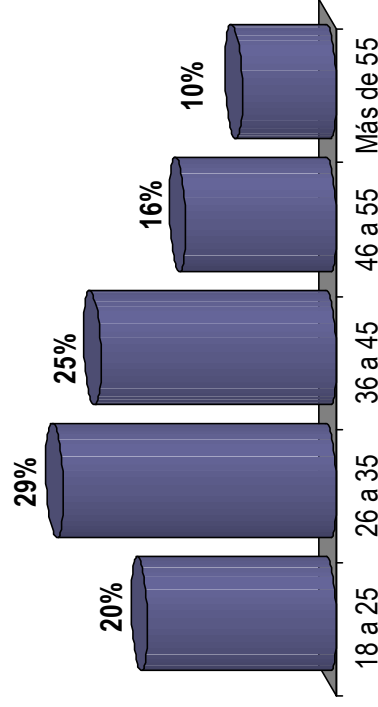


## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

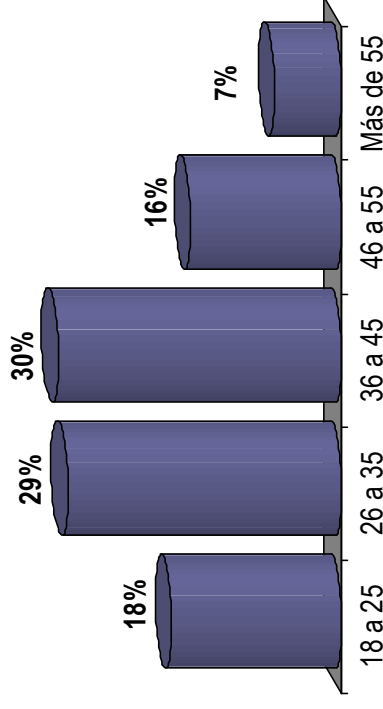
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### GRUPOS DE EDAD

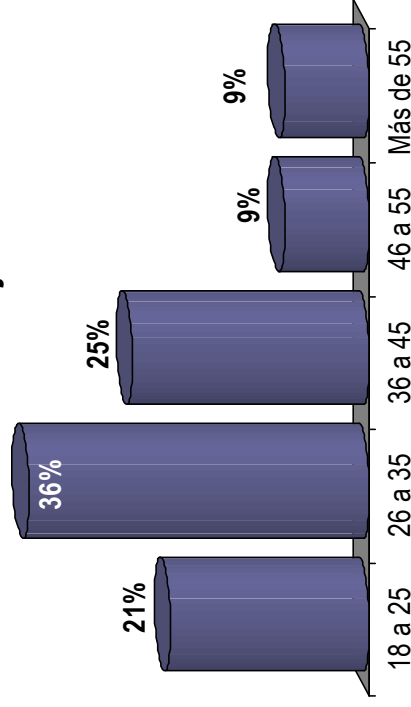
#### ZMDF



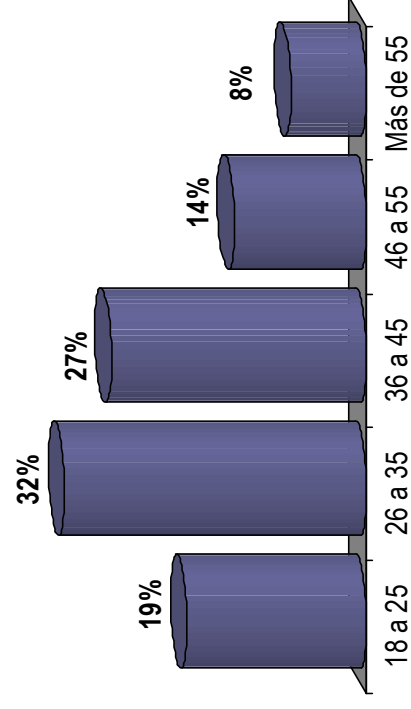
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



#### Resto del País



# 6. Resultados

*¿Cómo viajan los mexicanos?*

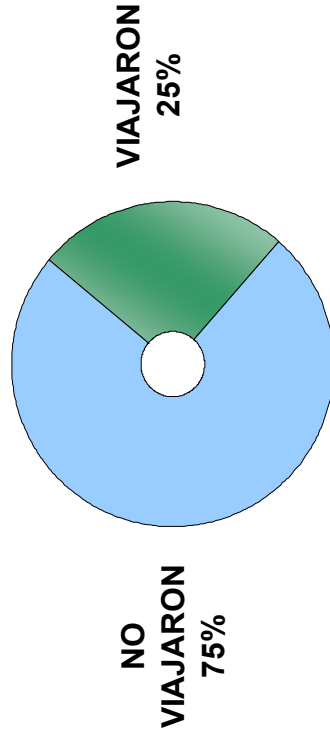
## 6.1 Viajes Domésticos Reportados

- Hogares que viajaron en la temporada.
- Hogares que NO viajaron en la temporada (PRINCIPAL INHIBIDOR DE VIAJE).
- Tipos de viaje por Hogar (con pernocta, sin pernocta y ambos tipos).
- Viajes realizados en la temporada (por hogar)
- Viajes según tipo de alojamiento (comercial vs. No comercial)
- Viajeros por viaje.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### HOGARES QUE VIAJARON EN EL PERIODO (MAYO - AGOSTO 2007)



Base: 22,063, contactos

La Firma de Confianza

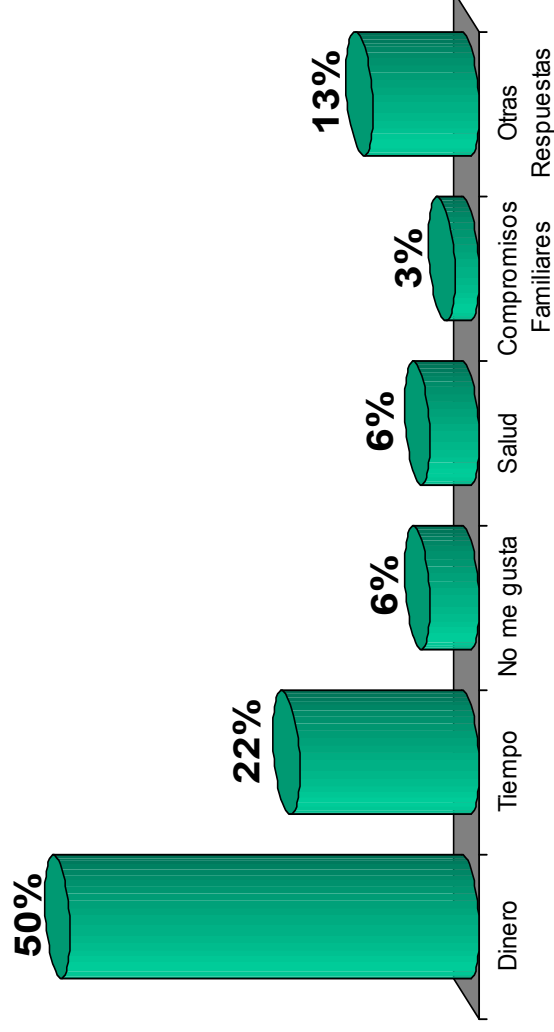
Durante esta temporada, tres de cada cuatro hogares mexicanos no realizaron viaje doméstico alguno.

Esta tendencia es prácticamente igual en los diferentes estratos socioeconómicos.

Hogares que ..	NIVEL SOCIOECONÓMICO			Total
	BAJO	MEDIO	ALTO	
Viajaron	25.6%	25.3%	25.1%	25.4%
No Viajaron	74.4%	74.7%	74.9%	74.6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### RAZONES DE NO VIAJAR (MAYO - AGOSTO 2007)



Base: 16,463 entrevistados que no viajaron durante la temporada (74.6%)

El dinero y el tiempo, resultan ser los principales inhibidores para no haber realizado algún tipo de viaje en tres de cada cuatro hogares mexicanos.

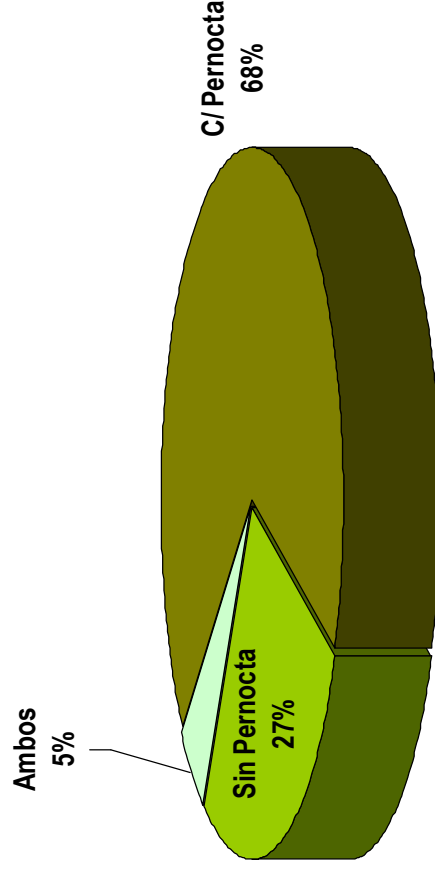
## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

Dos de cada tres hogares que realizaron viaje durante la temporada lo hicieron CON PERNOCTA (68%), siendo más recurrente esta tendencia entre los hogares de las ZM del DF y GDL, y sobre todo los que pertenecen al NSE alto.

Por otra parte, en uno de cada cuatro hogares que realizaron viajes, sólo lo hicieron de ida y vuelta el mismo día (27%). Esta conducta es más constante y de manera generalizada en la ZM de MTY.

### TIPO DE VIAJES (MAYO - AGOSTO 2007)



Base: 5,600 hogares consultados

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### TIPO DE VIAJES (MAYO - AGOSTO 2007)

Nivel Socioeconómico	Hogares que realizaron viaje ...	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	Con Pernocta	76%	55%	71%	65%	76%
	Sin Pernocta	16%	41%	25%	29%	16%
	Ambos	8%	4%	4%	6%	8%
Medio	Con Pernocta	77%	57%	69%	66%	77%
	Sin Pernocta	16%	40%	25%	29%	16%
	Ambos	6%	3%	6%	5%	6%
Alto	Con Pernocta	88%	52%	88%	77%	88%
	Sin Pernocta	5%	44%	11%	17%	5%
	Ambos	7%	3%	1%	7%	7%
<b>Total Con pernocta</b>		<b>78%</b>	<b>56%</b>	<b>72%</b>	<b>67%</b>	<b>68%</b>

Base: 5,600 hogares consultados

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

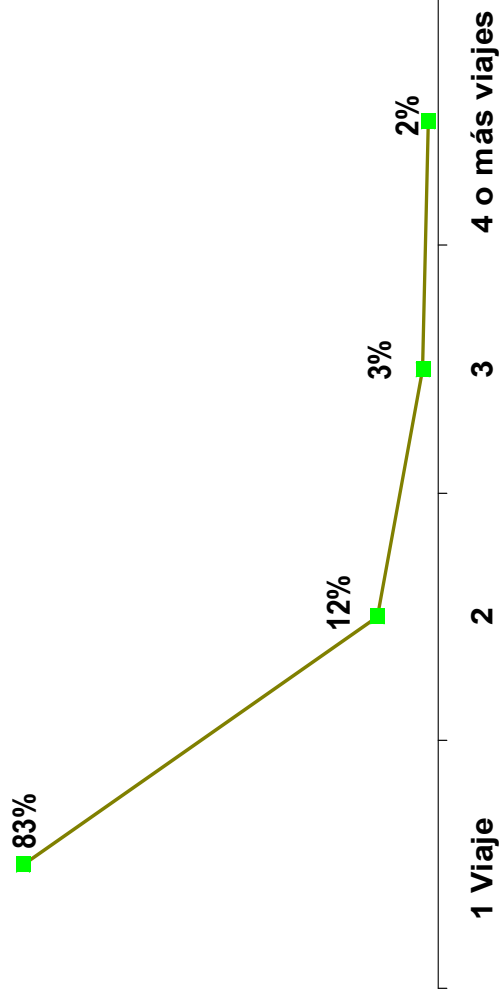


# SIGMADOS

22

mexico@sigmados.com.mx

### VIAJES POR HOGAR EN EL PERIODO (MAYO - AGOSTO 2007)



### Promedio de Viajes por Hogar

Total	1.27
ZM - DF	1.38
ZM - MTY	1.21
ZM - GDL	1.19
Resto del País	1.28

- De acuerdo con la declaratoria de los entrevistados, durante esta temporada se realizaron menos de uno y medio viajes por hogar. En donde se registra mayor cantidad de viajes en la ZM del DF.
- Se observa que a mayor nivel socioeconómico, se incrementa el número de viajes.

La Firma de Confianza

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### PROMEDIO DE VIAJES POR HOGAR - SEGÚN TIPO Y NSE (MAYO - AGOSTO 2007)

Nivel Socioeconómico	Perfil del Hogar según tipo de viaje	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	Con Pernocta	1.28	1.11	1.08	1.14	1.15
	Sin Pernocta	1.27	1.17	1.22	1.17	1.20
	Ambos	1.43	1.02	1.32	1.15	1.20
Medio	Con Pernocta	1.22	1.19	1.03	1.22	1.18
	Sin Pernocta	1.37	1.20	1.04	1.24	1.22
	Ambos	1.00	1.38	1.00	1.32	1.30
Alto	Con Pernocta	2.50	2.63	2.41	2.84	2.67
	Sin Pernocta	2.84	2.67	2.29	2.97	2.80
	Ambos	2.25	2.00	2.00	2.81	2.62
<b>Total</b>		<b>1.38</b>	<b>1.21</b>	<b>1.19</b>	<b>1.28</b>	<b>1.27</b>

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

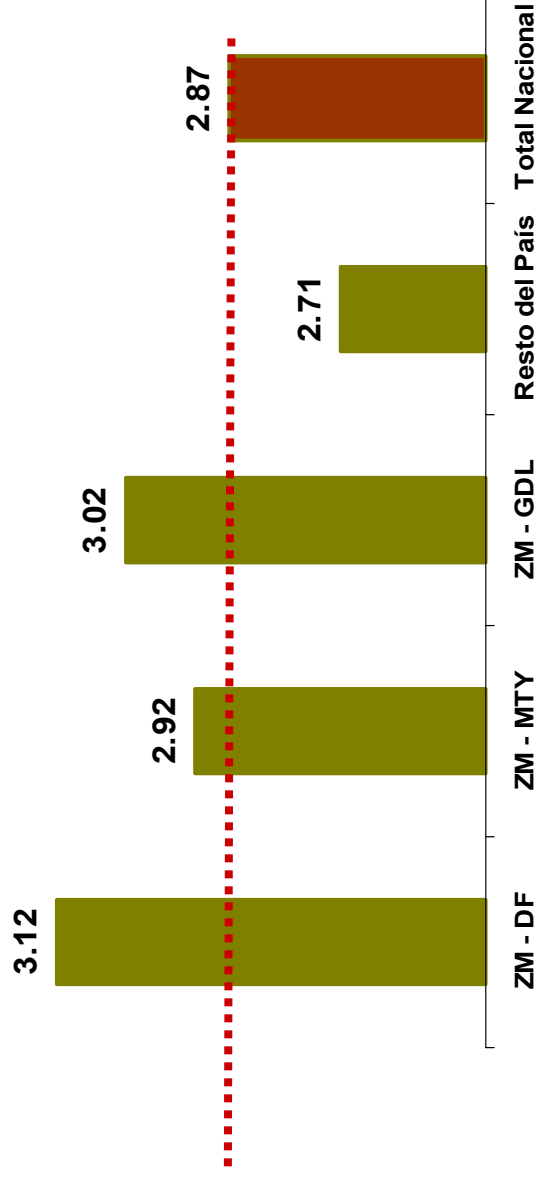


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

24

### PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE EN EL PERIODO (MAYO - AGOSTO 2007)



- En términos generales, se registran casi tres viajeros por evento realizado, indistinto a sí fue con o sin pernocta.
- En las ZM's es mayor esta tendencia al resto del país.
- A menor NSE, la promedio de viajeros por evento se incrementa.

La Firma de Confianza

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

25

### PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE SEGÚN PERFIL DEL HOGAR (MAYO - AGOSTO 2007)

Nivel Socioeconómico	Hogares con viajes ..	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	Con Pernocta	3.07	2.90	2.97	2.92	2.96
	Sin Pernocta	3.18	2.82	3.24	2.87	2.99
	Ambos	2.89	2.15	2.93	2.69	2.70
Medio	Con Pernocta	3.49	3.28	2.84	2.36	2.81
	Sin Pernocta	3.12	2.93	3.13	2.33	2.64
	Ambos	1.00	2.48	2.90	2.36	2.42
Alto	Con Pernocta	2.69	3.51	2.46	2.55	2.71
	Sin Pernocta	3.14	2.31	2.57	2.68	2.74
	Ambos	2.13	3.33	3.00	2.29	2.40
<b>Total</b>		<b>3.12</b>	<b>2.92</b>	<b>3.02</b>	<b>2.71</b>	<b>2.87</b>
						<b>2.88</b>
						<b>2.63</b>

La Firma de Confianza

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

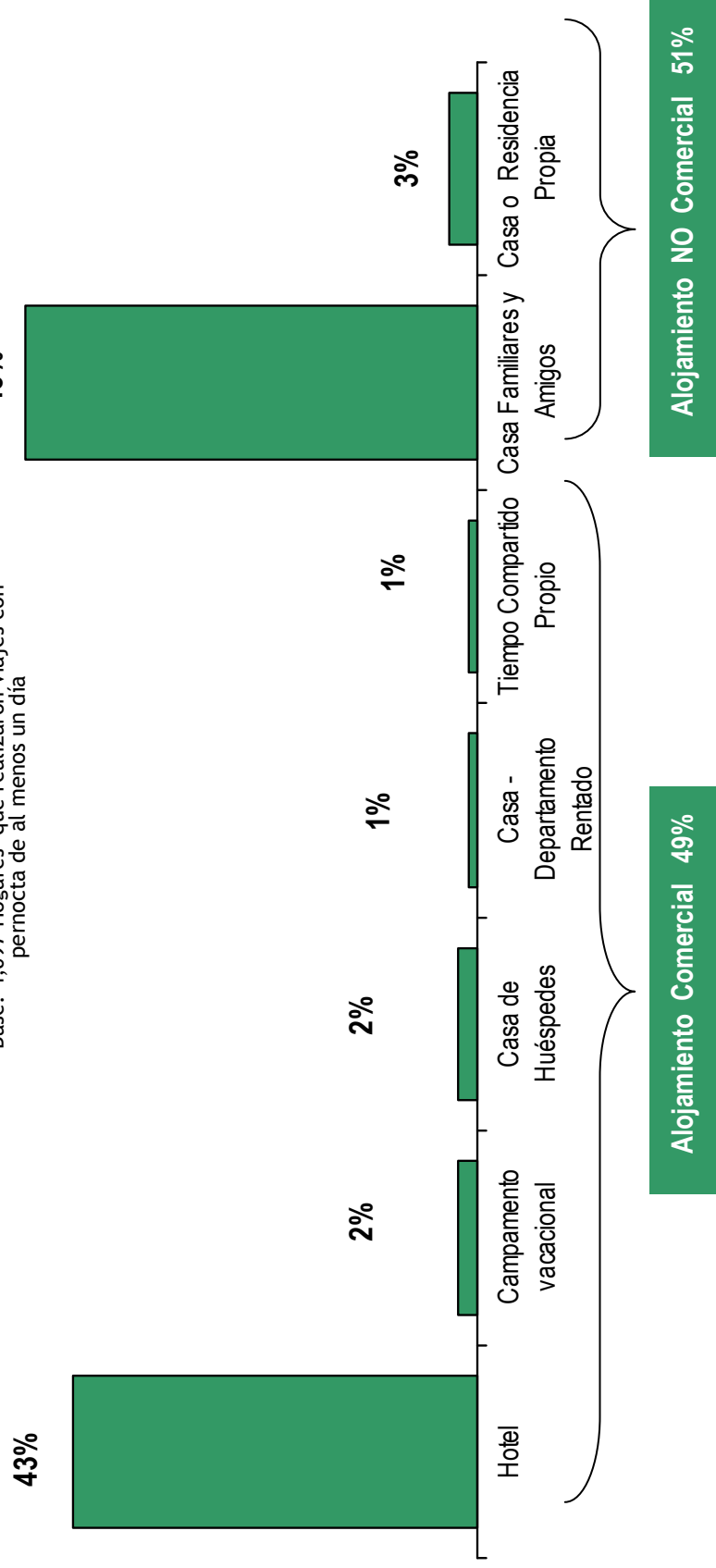


**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (MAYO - AGOSTO 2007)

Base: 4,097 Hogares que realizaron viajes con pernocta de al menos un día



Cálculo con base en viajes realizados con pernocta de al menos un día. La declaración del entrevistado corresponde al viaje más relevante (más reciente) durante el periodo.

Por alojamiento comercial se entiende aquellos por los cuáles hay una operación mercantil de por medio (Hotel, Motel, Casa de Huéspedes, etc.)

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



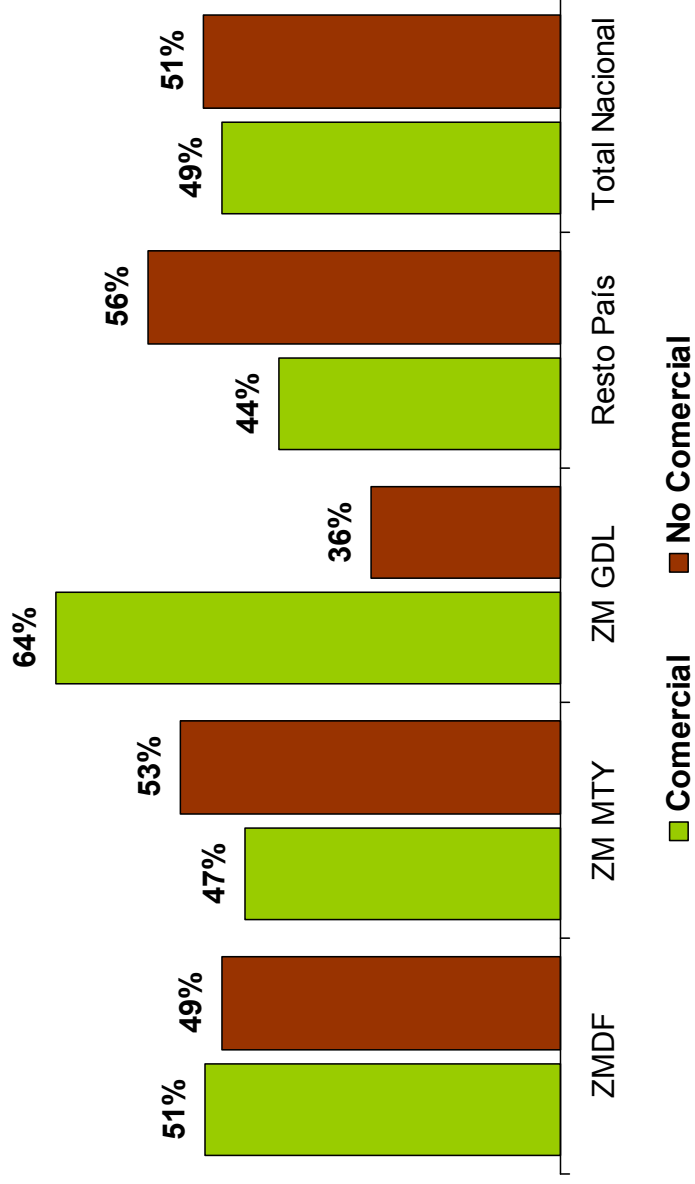
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

27

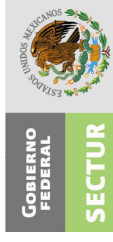
### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (MAYO - AGOSTO 2007)

Base: 4,097 Hogares que realizaron viajes con pernocta de al menos un día



Destaca la preferencia por el alojamiento comercial entre los viajeros de la ZM de GDL, sobre todo en el NSE bajo.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS



**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

28

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (MAYO - AGOSTO 2007)

Nivel Socioeconómico	Viajes con Alojamiento	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
<b>Bajo</b>	Comercial	49%	45%	<b>68%</b>	40%	48%
	No Comercial	51%	55%	32%	60%	52%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Medio</b>	Comercial	52%	49%	<b>60%</b>	46%	50%
	No Comercial	48%	51%	40%	54%	50%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Alto</b>	Comercial	53%	48%	<b>59%</b>	51%	52%
	No Comercial	47%	52%	41%	49%	48%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%

La Firma de Confianza

## 6.2 Motivos de Viaje

- Según tipo de Viaje
- Según región

## 6.4 MOTIVOS DE VIAJE

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

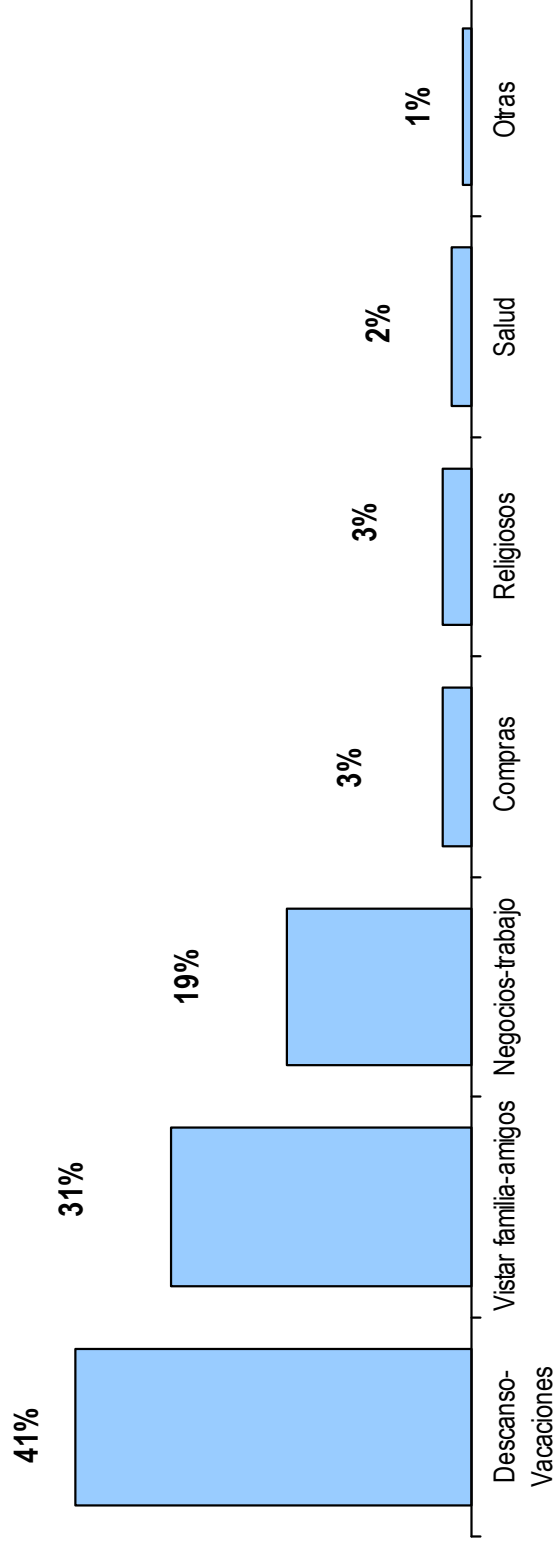


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

30

### MOTIVOS DE VIAJE EN EL PERIODO (MAYO - AGOSTO 2007)



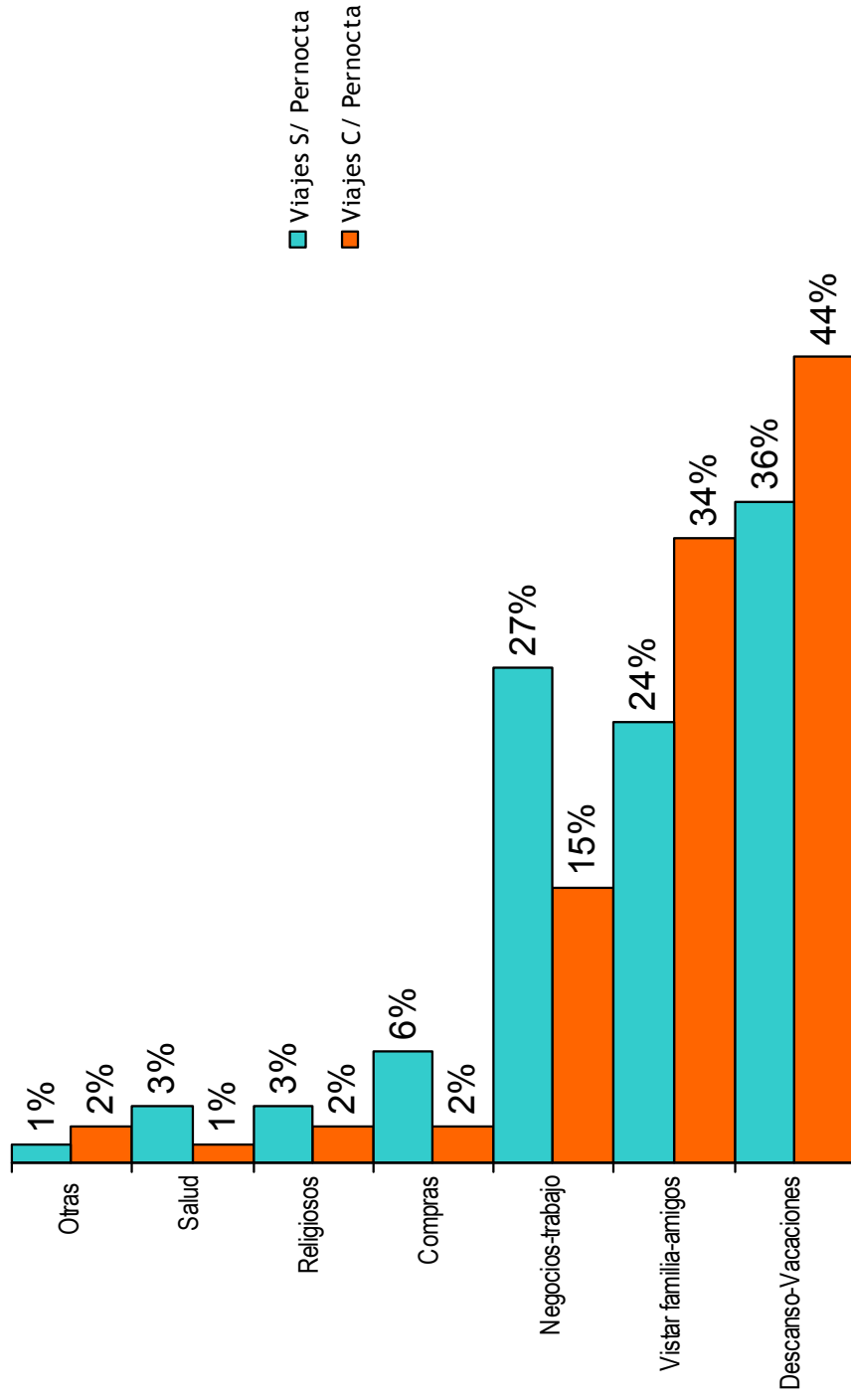
- El principal impulso por viajar es el descanso, las vacaciones (41%), seguido por la motivación de socializar con familia y amistades en los destinos a donde se viaja (31%). En ambos casos, son más recurrente entre quienes realizan viajes con pernocta.
- En contra parte, es más recurrente el argumento de trabajo cuando se viaja sin pernocta.

Cálculo con base en Viajes Realizados con o sin pernocta = 7,100 viajes

## 6.4 MOTIVOS DE VIAJE

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### MOTIVOS DE VIAJE EN EL PERIODO (MAYO - AGOSTO 2007)



Base: 7,100 viajes  
4,920 viajes con pernocta  
2,180 viajes sin pernocta

## 6.4 MOTIVOS DE VIAJE

### PRINCIPALES MOTIVOS DE VIAJE SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO (MAYO - AGOSTO 2007)

Tipo de Viaje	Tipo de Viaje	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Con Pernocta	Descanso / Vacaciones	45%	40%	62%	38%	44%
	Visita a familiares / amigos	33%	39%	22%	38%	34%
	Negocio / Trabajo	18%	16%	11%	15%	15%
	Otras Respuestas	4%	5%	5%	9%	7%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
Sin Pernocta	Descanso / Vacaciones	36%	45%	57%	26%	36%
	Negocio / Trabajo	28%	22%	10%	32%	27%
	Visita a familiares / amigos	28%	23%	18%	25%	24%
	Otras Respuestas	8%	10%	15%	17%	13%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%

## 6.3 Gasto en Turismo Doméstico

- Promedio de gasto por hogar
- Promedio de gasto por tipo de viaje (con y sin pernocta)

## 6.2 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

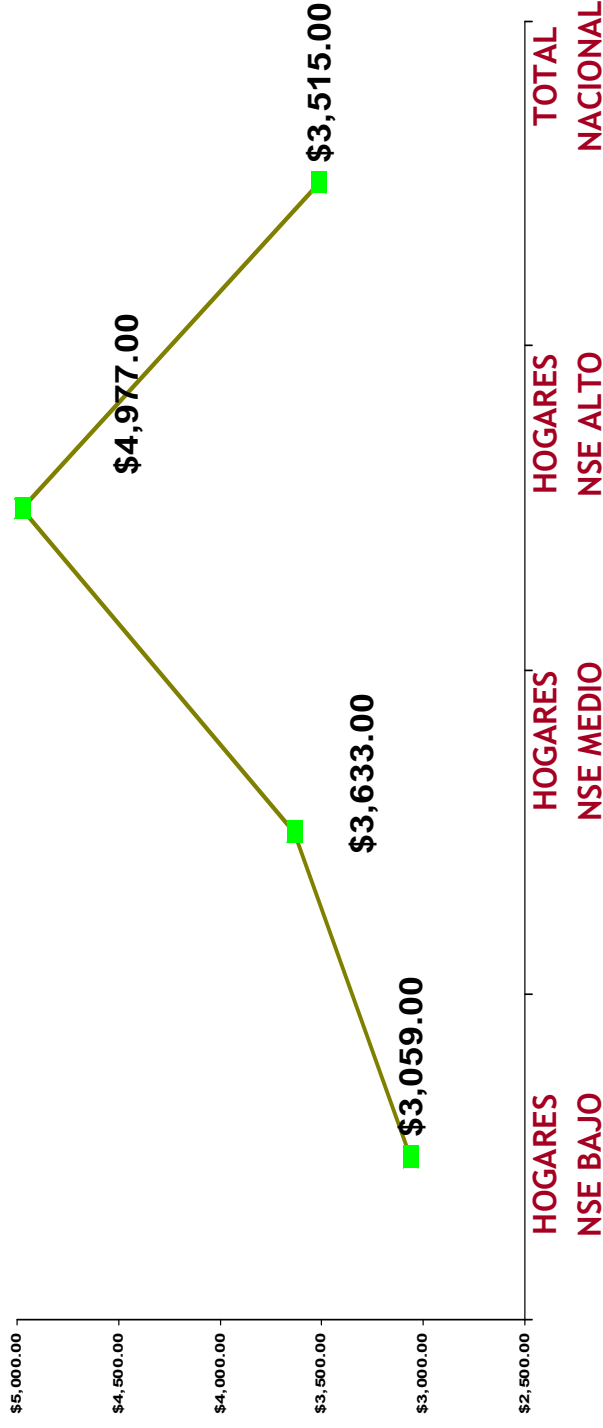
mexico@sigmados.com.mx

34

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO (MAYO - AGOSTO 2007)

Promedio por Hogar  
**\$3,515.00**

Base: 5,600 Hogares que realizaron al menos un viaje durante el periodo.



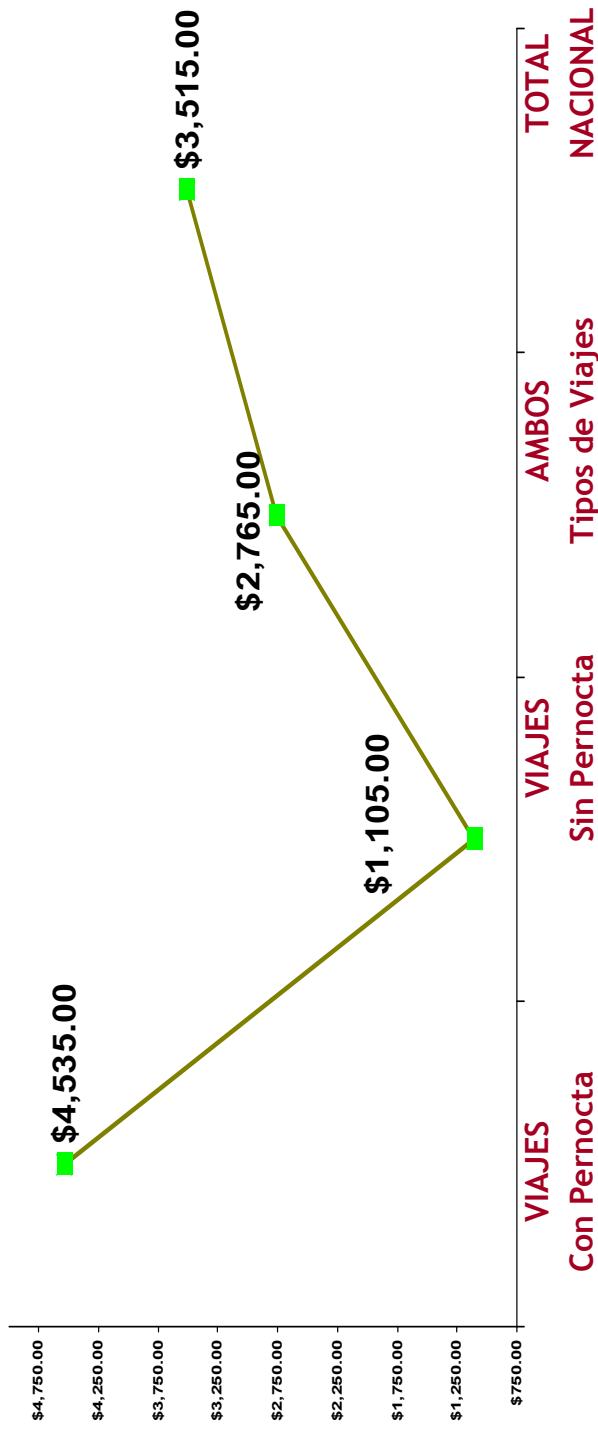
La Firma de Confianza

## 6.2 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → SEGÚN TIPO DE VIAJE (MAYO - AGOSTO 2007)

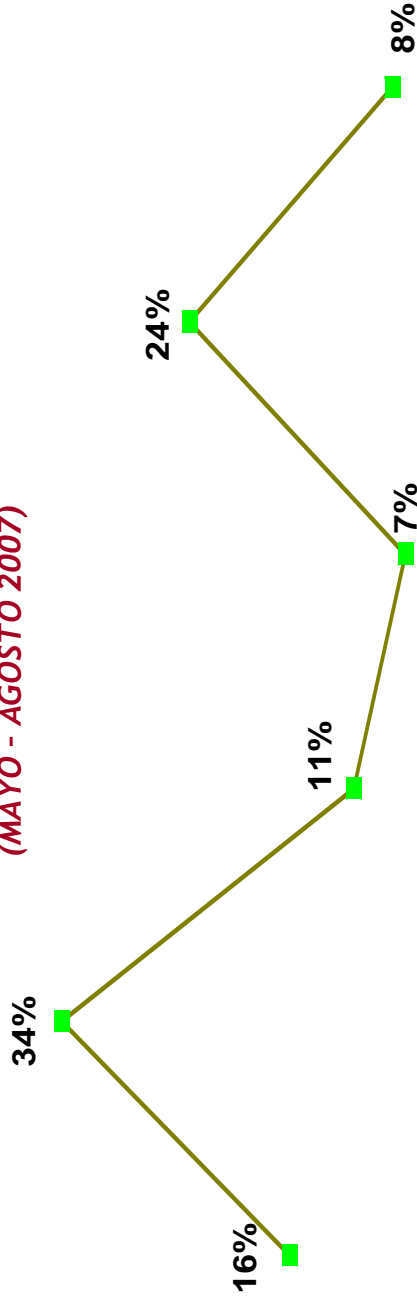
Promedio por Hogar  
**\$3,515.00**

Base: 5,600 Hogares que realizaron al menos un viaje durante el periodo.



## 6.2 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

### PROMEDIO DE GASTO POR VIAJE SIN PERNOCTA \* (MAYO - AGOSTO 2007)



**PROMEDIO DE  
GASTO POR VIAJE  
\$836.00**



Menos de \$250.00    De \$251.00 a \$500.00    De \$501.00 a \$750.00    De \$751.00 a \$1,000.00    De 1,001.00 a \$1,500.00    Más de \$1,500.00

NSE	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	\$623.84	\$696.30	\$606.83	\$519.92	\$592.00
Medio	\$756.76	\$1,276.30	\$942.30	\$988.63	\$998.00
Alto	\$583.33	\$1,500.00	\$1,322.73	\$1,283.11	\$1,325.00
<b>Total</b>	<b>\$691.02</b>	<b>\$983.47</b>	<b>\$794.47</b>	<b>\$819.37</b>	<b>\$836.00</b>

\* Considera a quienes realizaron viaje sin pernocta únicamente así como los correspondientes que hicieron ambos tipos de viaje durante el periodo

## 6.2 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

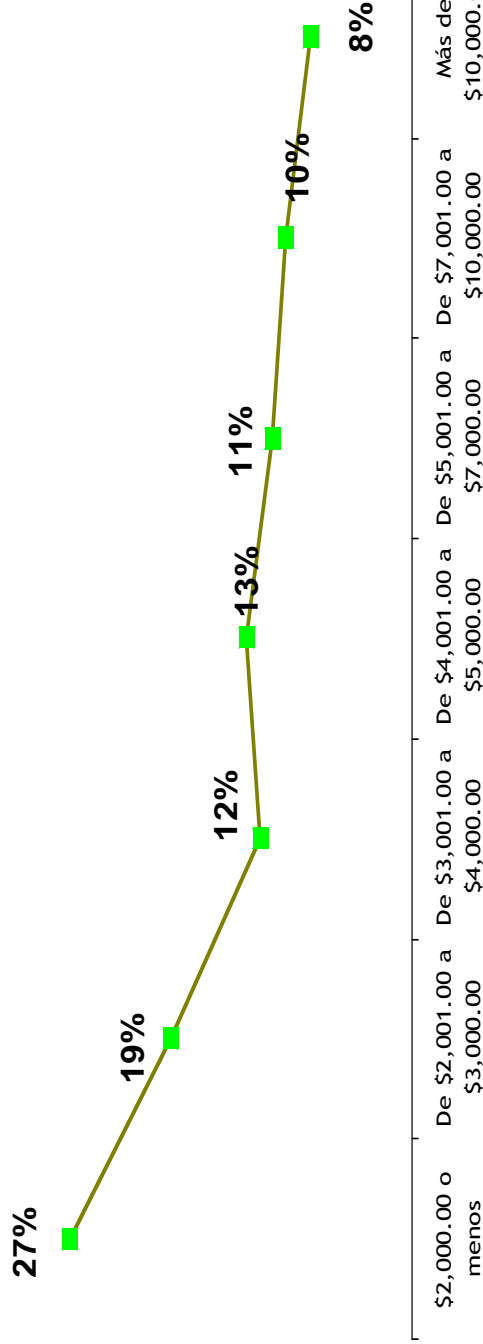


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

37

### PROMEDIO DE GASTO POR VIAJE CON PERNOCTA (MAYO - AGOSTO 2007)



**PROMEDIO DE GASTO POR VIAJE**  
**\$4,971.00**

NSE	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	\$4,457.16	\$4,348.80	\$4,557.98	\$4,503.37	\$4,478.00
Medio	\$5,345.02	\$4,767.91	\$4,884.59	\$5,186.85	\$5,133.00
Alto	\$6,212.50	\$4,565.31	\$7,438.46	\$6,214.80	\$6,246.00
<b>Total</b>	<b>\$5,030.12</b>	<b>\$4,520.25</b>	<b>\$5,019.56</b>	<b>\$5,051.21</b>	<b>\$4,971.00</b>

## 6.4 Perfiles de los Viajes Con pernocta

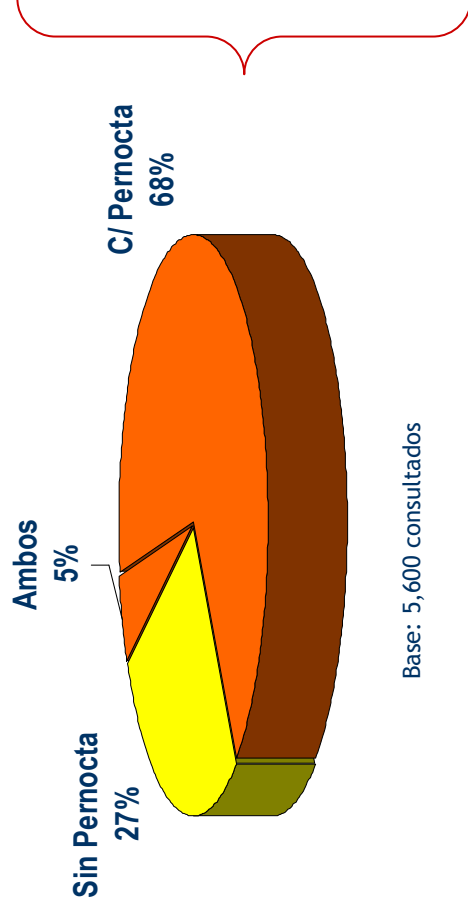
- Para efecto de conocer con mayor claridad los viajes domésticos con pernocta, se aplicó una batería con preguntas más específicas de carácter descriptivo.
- A continuación se presentan los resultados del viaje con pernocta más reciente dentro de la temporada, para aquellos consultados que realizaron este tipo de viajes.

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### VIAJES CON PERNOCTA

(MAYO - AGOSTO 2007)

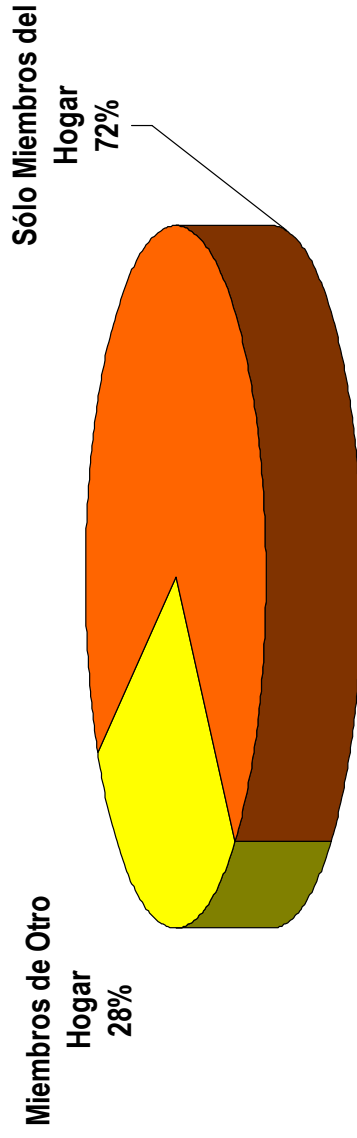


Del total de consultados el 73% realizó al menos un viaje con pernocta (4,097 casos). Una pequeña porción de ellos, también tuvo viajes sin pernocta.

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### ACOMPañAMIENTO A LOS VIAJES

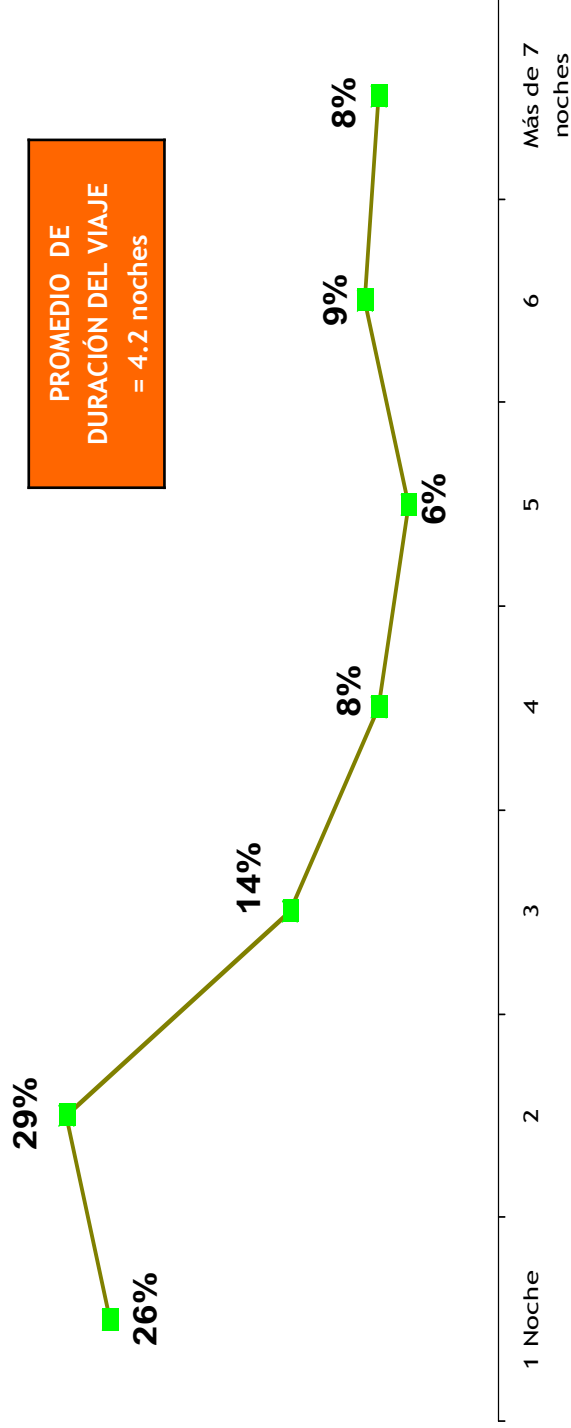


	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	Total
Sólo miembros del hogar	70%	73%	76%	72%
Miembros de otro hogar	30%	27%	24%	28%

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DURACIÓN DE LOS VIAJES DURANTE LA TEMPORADA

(MAYO - AGOSTO 2007)



PROMEDIO DE DURACIÓN DEL VIAJE (NOCHES)		
NSE	Bajo	Alto
4.2	4.2	4.4

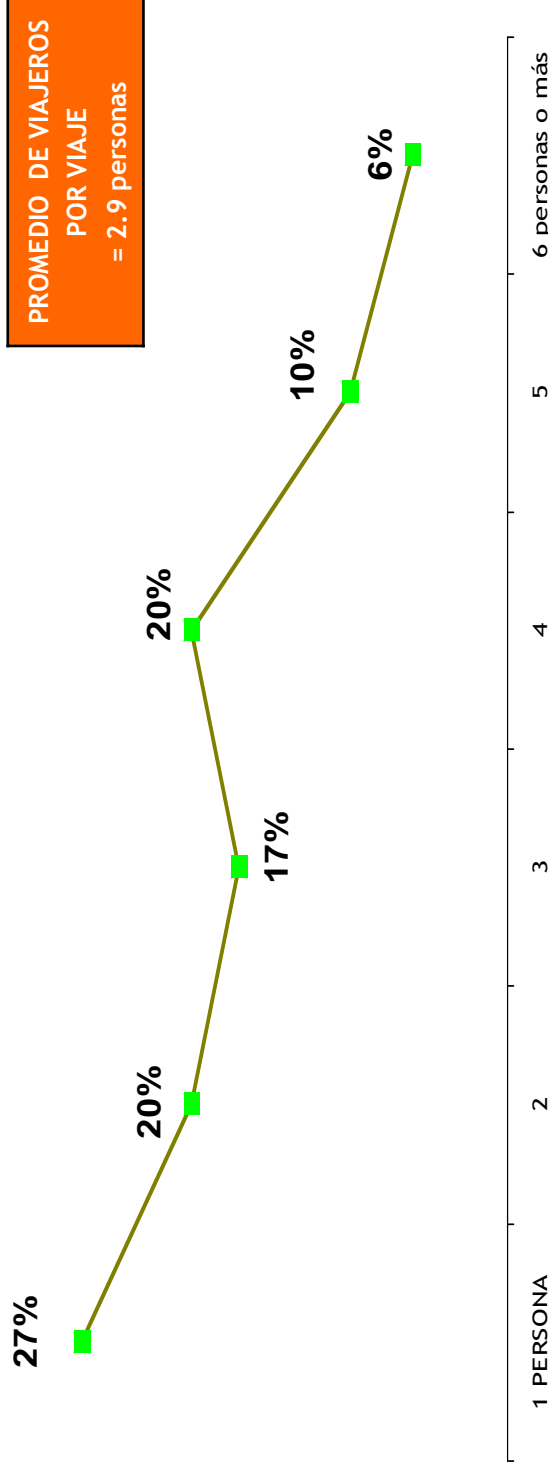
PROMEDIO DE DURACIÓN DEL VIAJE (NOCHES)		
ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ
5.1	4.1	4.1
		Resto del País
		3.9

Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE

(MAYO - AGOSTO 2007)



PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE			
NSE	Bajo	NSE Medio	NSE Alto
	2.95	2.99	2.68

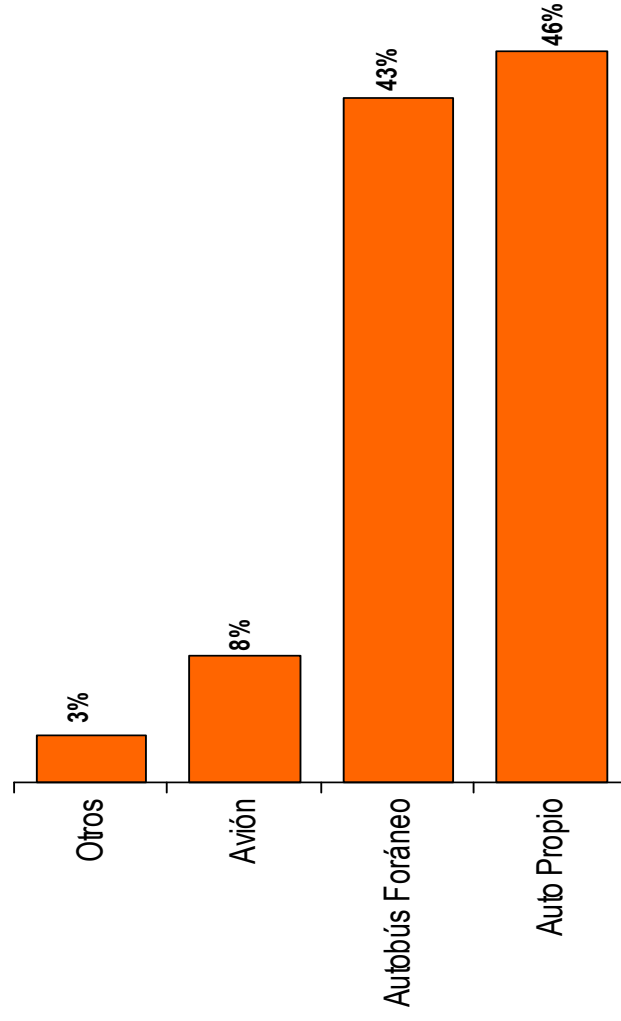
PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE			
ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
3.10	2.83	3.04	2.87

Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

(Para llegar al destino)



- El uso del transporte terrestre es determinante para viajes de la naturaleza estudiada.
- Conforme se incrementa el NSE, aumenta el uso del auto propio.
- A nivel regional, en MTY y GDL hay mayor preferencia por el Autobús Foráneo.

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

44

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE (Para llegar al destino)

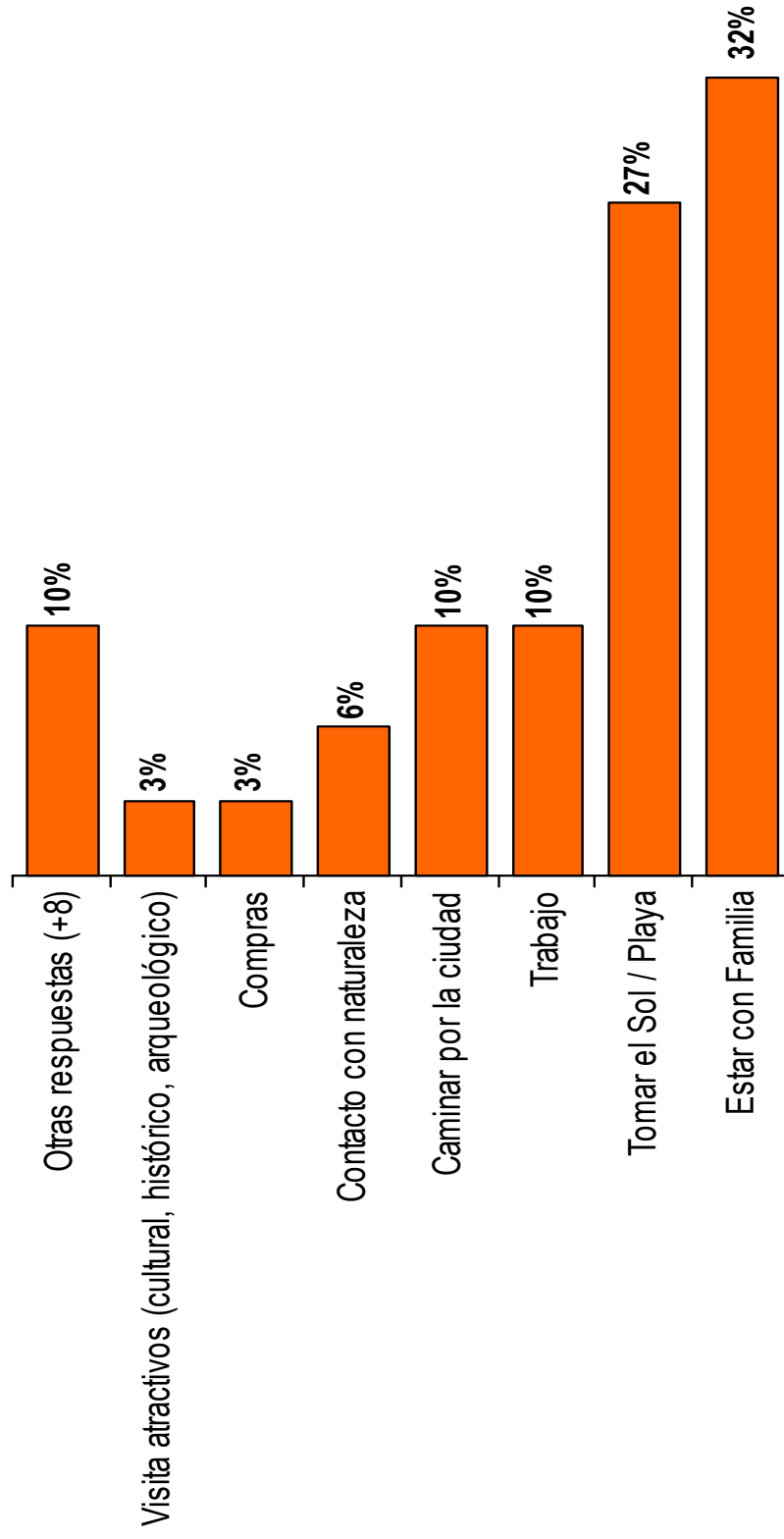
MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIÓN				
		Bajo	Medio	Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País	
Auto Propio	46%	41%	49%	50%	49%	40%	45%	46%	
Autobús Foráneo	43%	48%	40%	35%	39%	49%	46%	42%	
Avión	8%	7%	8%	11%	9%	10%	5%	7%	
Otras respuestas	3%	4%	3%	4%	3%	1%	4%	5%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA  
MENCION



Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA  
MENCION

MEDIO DE TRASNPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
Estar con Familia	32%	36%	30%	22%	24%	38%	24%	35%
Tomar el Sol / Playa	27%	25%	29%	31%	33%	18%	42%	22%
Trabajo	10%	10%	10%	13%	11%	12%	8%	10%
Caminar por la ciudad	10%	9%	10%	12%	9%	11%	9%	10%
Contacto con naturaleza	6%	6%	6%	5%	10%	7%	5%	5%
Compras	3%	3%	4%	4%	2%	4%	1%	5%
Visita atractivos (cultural, histórico, arqueológico)	3%	2%	3%	2%	3%	2%	1%	3%
Otras Respuestas	10%	9%	9%	12%	8%	8%	9%	10%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

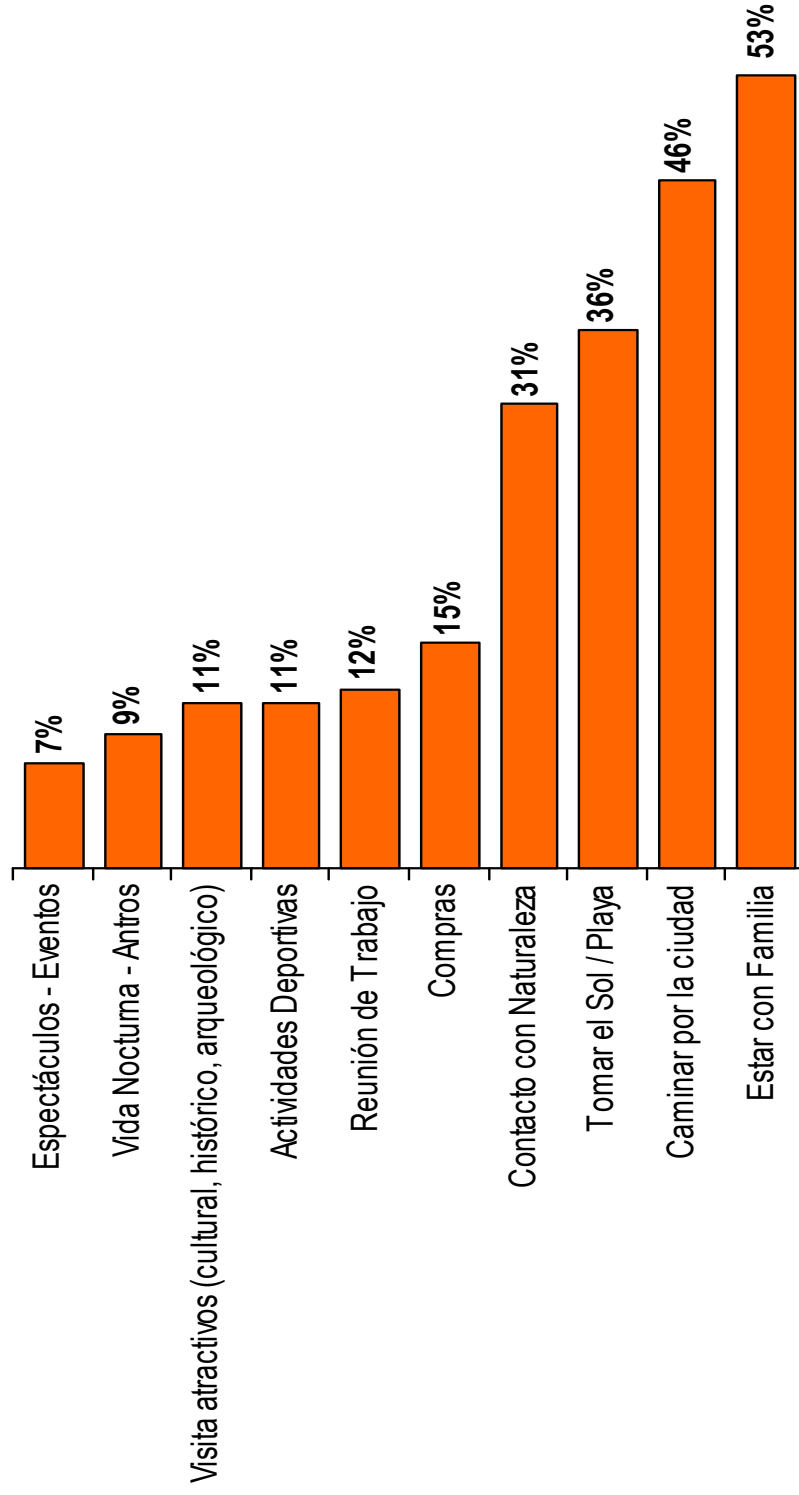
Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

RESPUESTA  
MÚLTIPLE

### ACTIVIDADES EN EL DESTINO



Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### ACTIVIDADES EN EL DESTINO

RESPUESTA  
MÚLTIPLE

MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
Estar con Familia	53%	57%	50%	44%	48%	55%	48%	55%
Caminar por la ciudad	46%	48%	44%	43%	44%	44%	55%	44%
Tomar el Sol / Playa	36%	34%	37%	41%	42%	27%	54%	30%
Contacto con Naturaleza	31%	31%	32%	30%	41%	34%	38%	24%
Compras	15%	15%	15%	15%	11%	26%	10%	16%
Reunión de Trabajo	12%	12%	11%	16%	13%	15%	10%	12%
Actividades Deportivas	11%	10%	12%	13%	13%	17%	15%	8%
Visita atractivos (cultural, histórico, arqueológico)	11%	10%	12%	12%	14%	5%	9%	12%
Vida Nocturna - Antros	9%	9%	9%	10%	8%	7%	15%	8%
Espectáculos - Eventos	7%	6%	7%	10%	5%	4%	9%	7%

Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



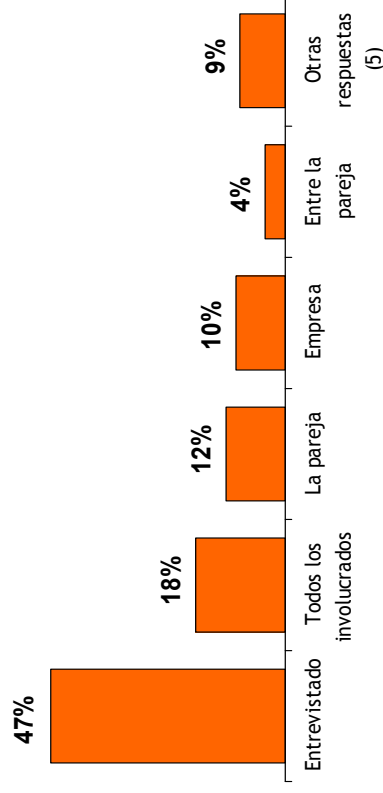
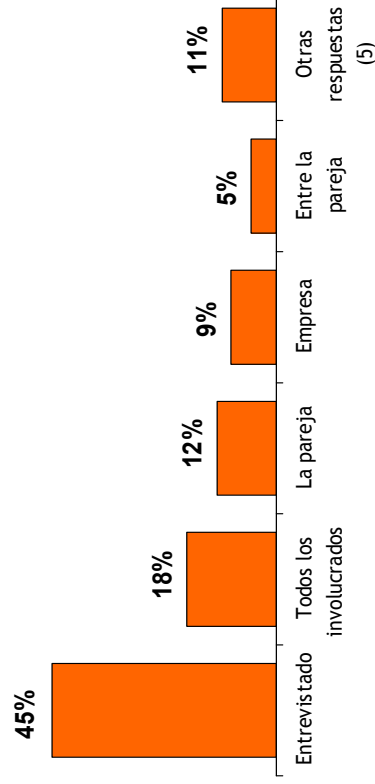
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

49

### ¿Quién Elige el Destino?

### ¿Quién Planea los Viajes?



La Firma de Confianza

- Se realizó una prueba de correlaciones (*Rho de Spearman*) entre ambas variables. El coeficiente obtenido es de 0.836, lo que indica una muy alta asociación entre ellas. Esto significa que, “*quienes eligen el destino, son los mismos que lo planean*”.

Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### ¿Quién Elige el Destino?

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	35%	52%	53%	46%
involucrados	22%	9%	15%	20%
La pareja	11%	16%	12%	11%
Empresa	11%	12%	7%	9%
Entre la pareja	7%	4%	5%	5%

NSE	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	46%	45%	47%
Los involucrados	17%	19%	19%
La pareja	12%	12%	9%
Empresa	9%	9%	12%
Entre la pareja	5%	5%	4%

### ¿Quién Planea los Viajes?

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	40%	57%	52%	46%
involucrados	21%	5%	15%	21%
La pareja	11%	17%	12%	11%
Empresa	11%	12%	7%	9%
Entre la pareja	4%	3%	4%	5%

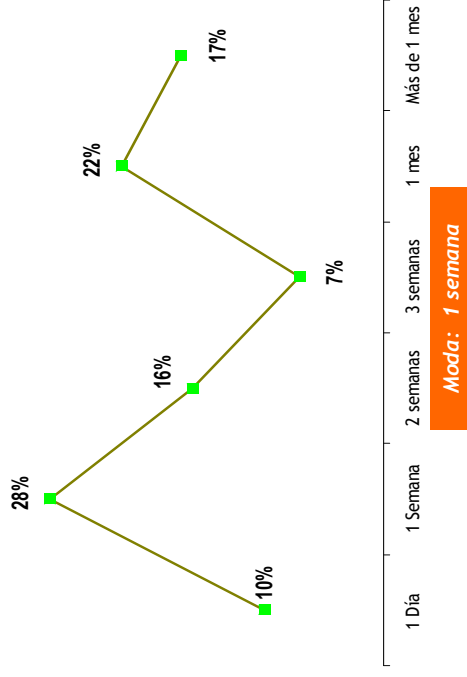
NSE	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	48%	47%	47%
Los involucrados	17%	18%	19%
La pareja	13%	12%	10%
Empresa	10%	9%	13%
Entre la pareja	5%	5%	3%

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

- En términos generales, lo más común es contar con una semana en la planeación de viajes con pernocta.
- Llama la atención que en la ZM del D.F., es más recurrente que este tiempo sea hasta de un mes.

*¿Con qué anticipación se planeó el Viaje?*



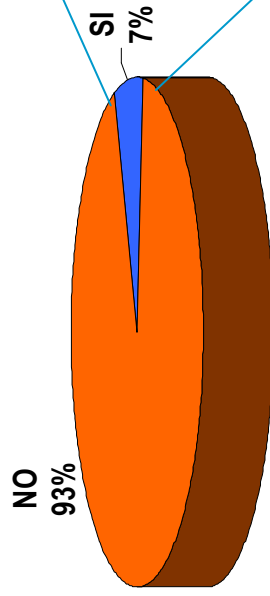
MODA POR NSE		
NSE	Bajo	Medio
NSE	Medio	Alto
1 SEMANA	1 SEMANA	1 SEMANA

MODA POR REGIÓN		
ZMDF	ZMMTY	ZMGDL
1 MES	1 SEMANA	Resto del País
1 SEMANA	1 SEMANA	1 SEMANA

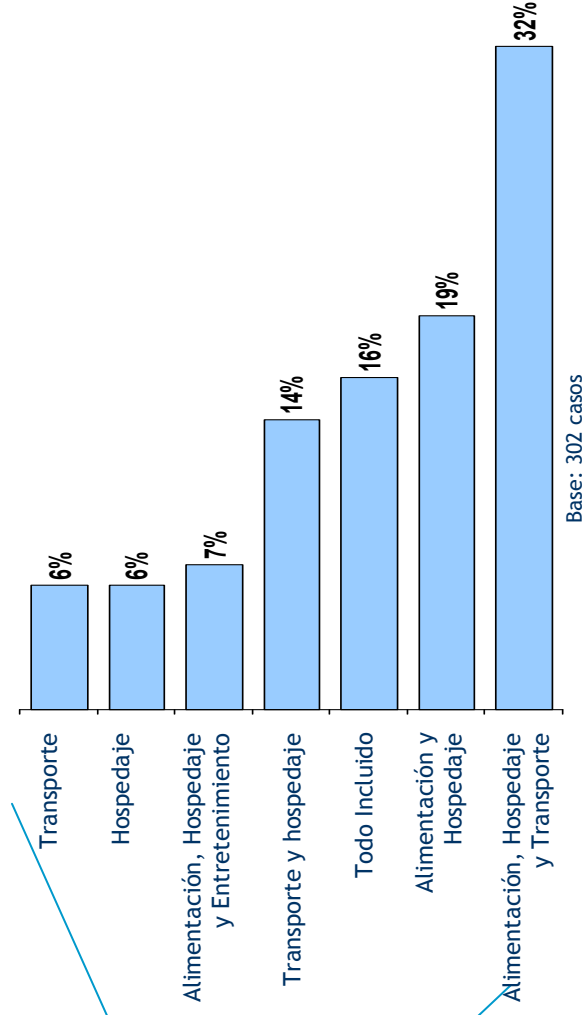
Base: 4,097 casos

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### COMPRA DE PAQUETE



### CONTENIDO DEL PAQUETE



SÍ COMPRA PAQUETE		
ZMDF	ZMMTY	ZMGDL
8%	5%	12%
		Resto del País
		6%

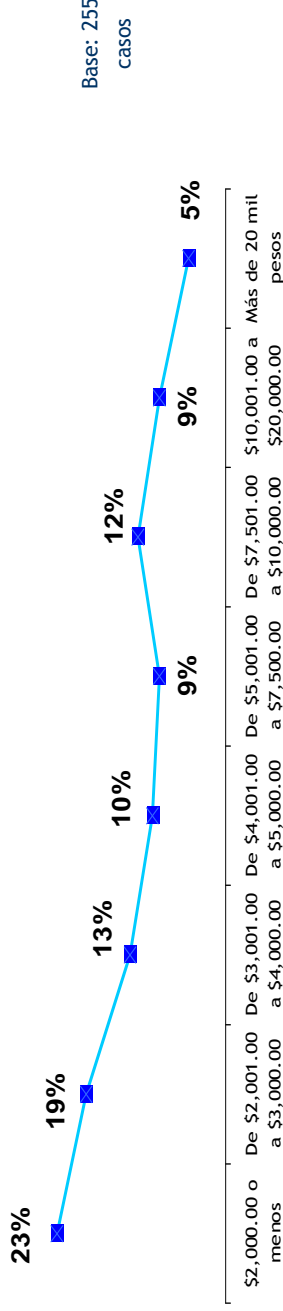
- A decir de los entrevistados, es muy poco usual la compra de paquetes. La excepción, son los viajeros de la ZM del GDL.
- El Nivel Socioeconómico del entrevistado es una variable que representa alguna diferencia al respecto.

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### GASTO DE QUIENES VIAJARON CON PAQUETE

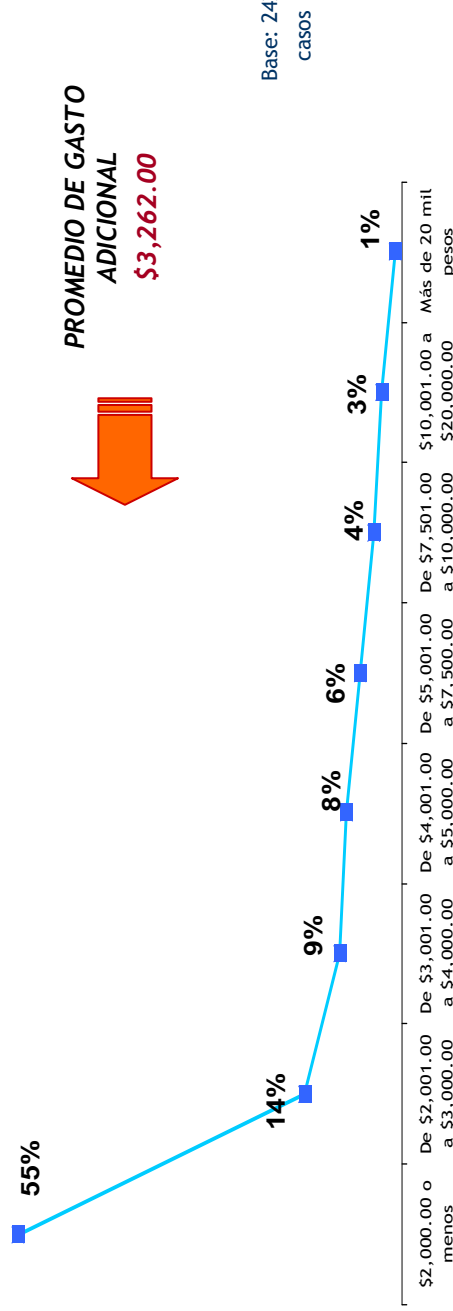
Costo del Paquete


**PROMEDIO DE COSTO DEL PAQUETE**  
**\$6,037.00**



Gasto Adicional

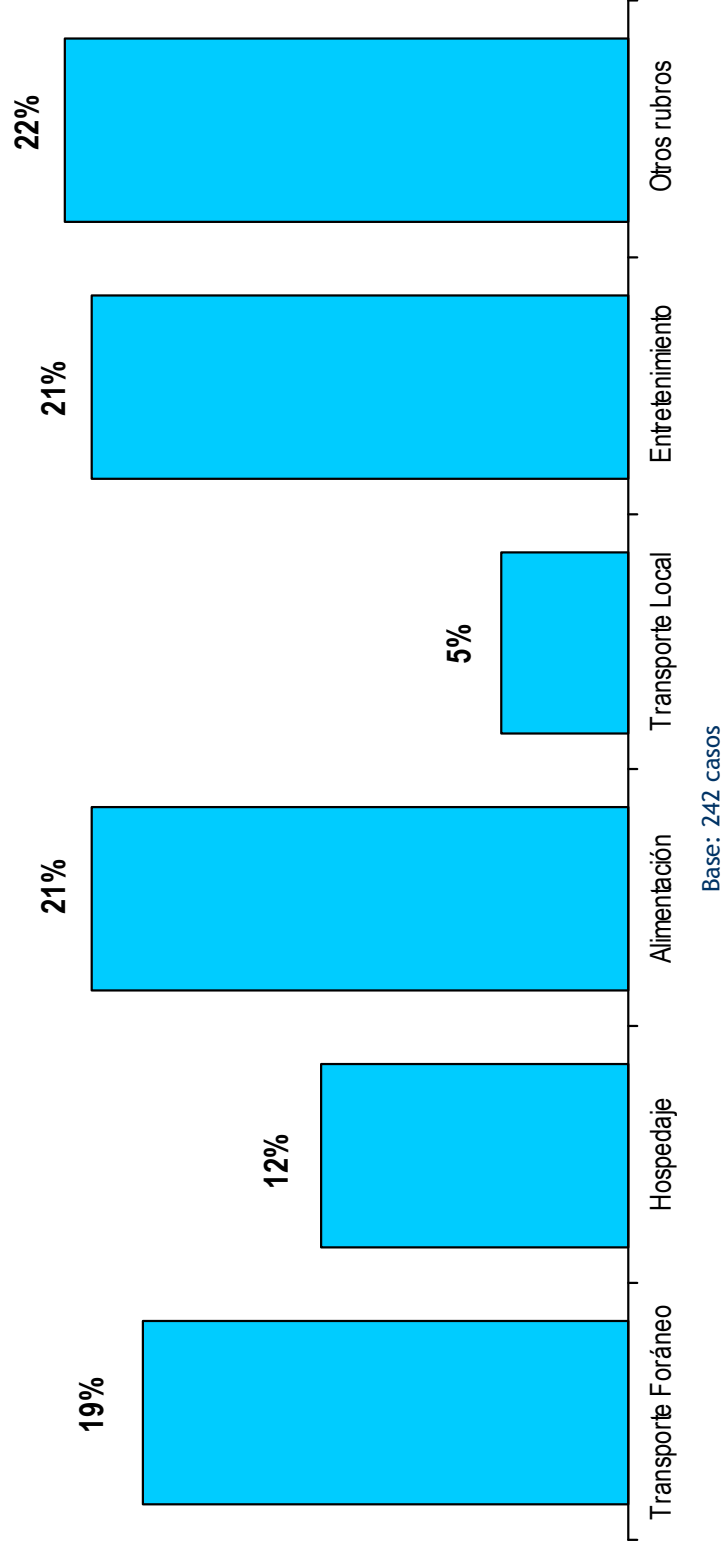

**PROMEDIO DE GASTO ADICIONAL**  
**\$3,262.00**



Gasto promedio en viaje con pernocta - entre quienes compraron paquete = \$9,299.00

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO FUERA DEL PAQUETE

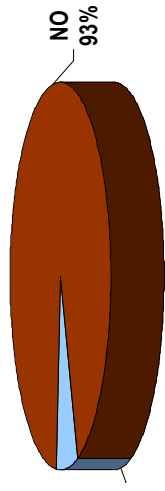


Lo más recurrente en un paquete es el servicio de hospedaje. Por ello, el gasto adicional se distribuye de manera similar en el resto de los conceptos, excepto en transporte local.

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### COMPRA DE PAQUETE



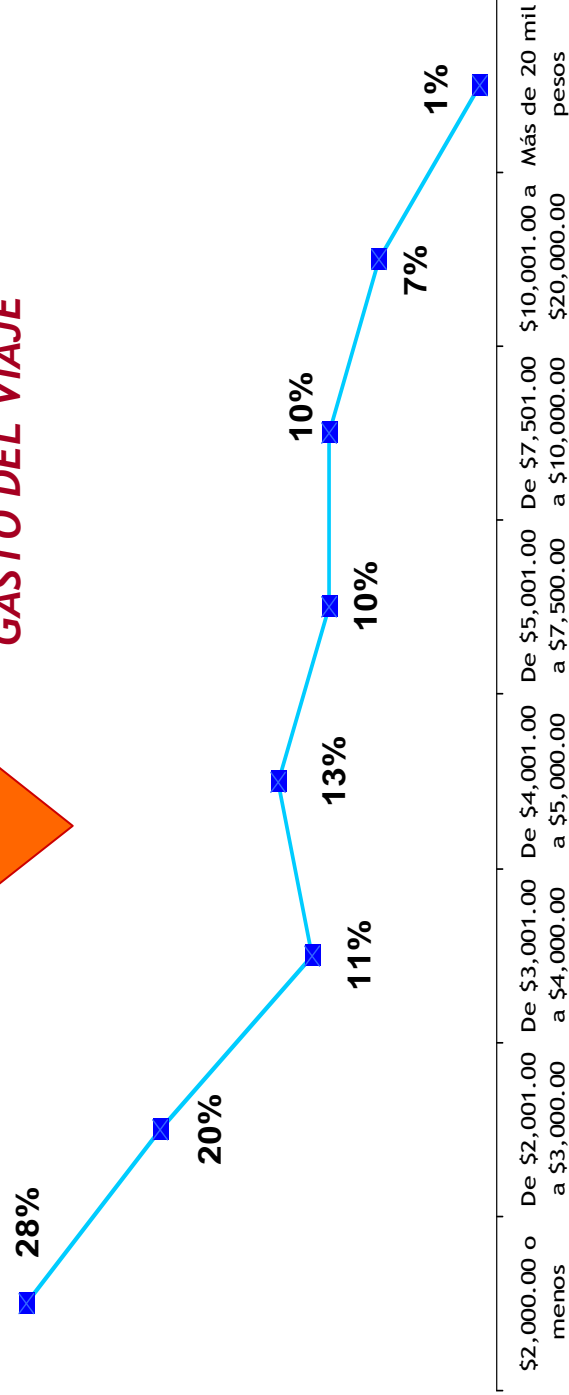
Base: 4,077 casos

La Firma de Confianza

### GASTO DEL VIAJE

PROMEDIO DE GASTO DEL VIAJE

\$4,797.70

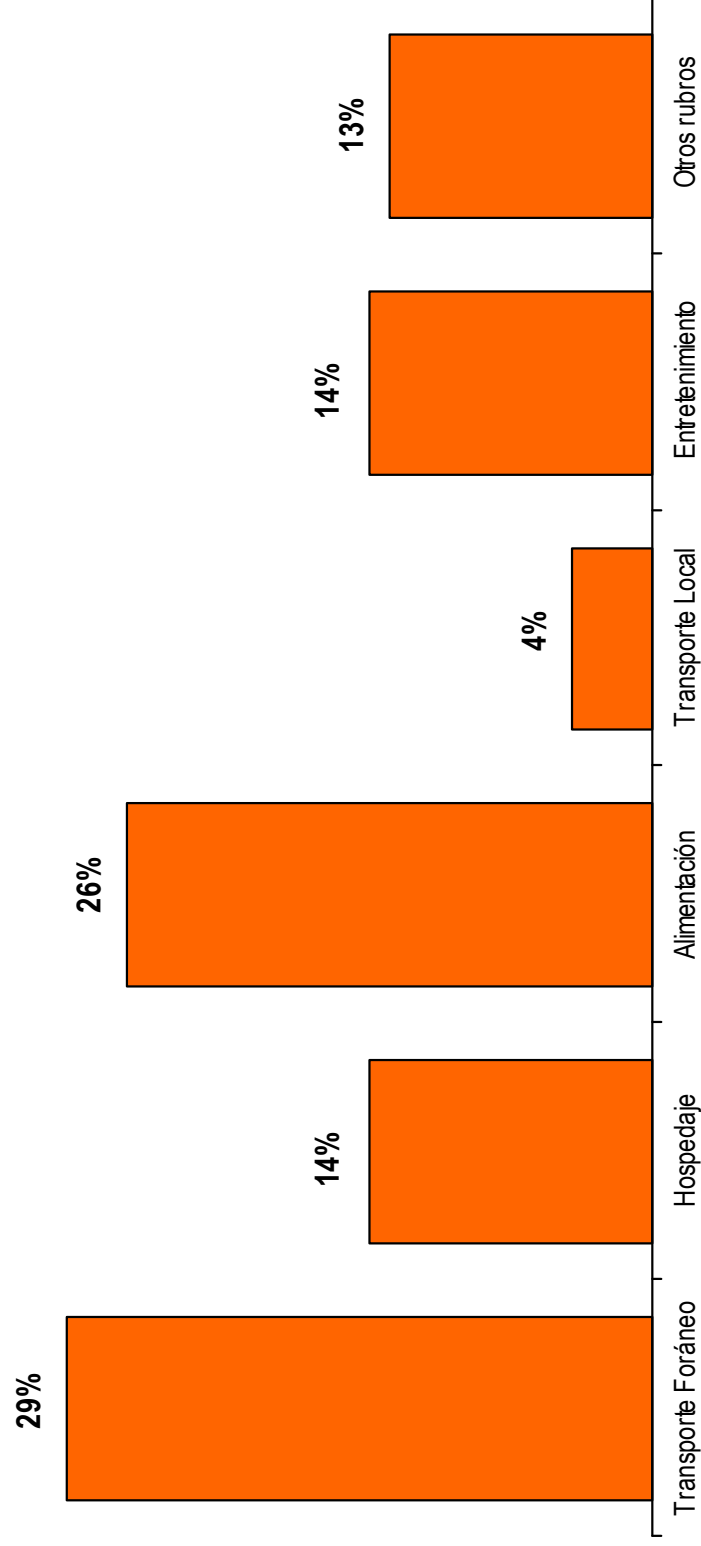


Base: 3,775 consultados que VIAJARON con pernocta y no COMPRARON paquete

## 6.5.1 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE



Base: 3,617 consultados con declaratoria en la variable

- Entre quienes no adquirieron un paquete de viaje, el mayor recurso se destina a la transportación y alimentación.

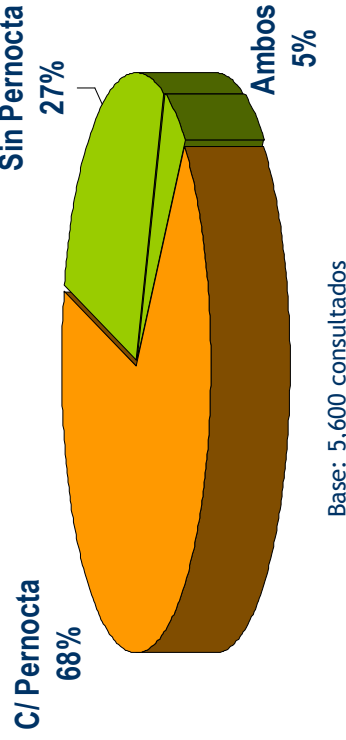
## 6.5 Perfiles de los Viajes Sin Pernocta

- Para quienes declararon realizar **viajes domésticos SIN pernocta**, se les aplicó una batería de preguntas específicas sobre algunas características de este tipo de viajes.
- A continuación se presentan los resultados del viaje sin pernocta más reciente, dentro de la temporada.

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### HOGARES QUE REALIZARON VIAJES SIN PERNOCTA

(MAYO - AGOSTO 2007)



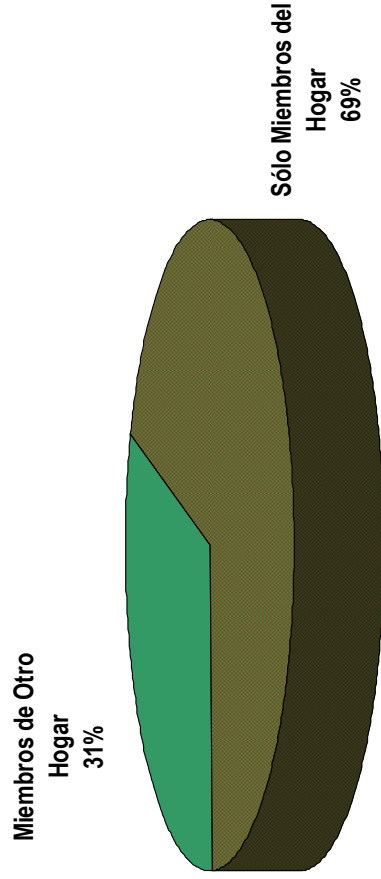
Del total de consultados, el 32% realizó al menos un viaje con pernocta (1,802 casos).

La mayor parte de estos hogares realizaron sólo viajes sin pernocta durante la temporada.

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### ACOMPañAMIENTO A LOS VIAJES

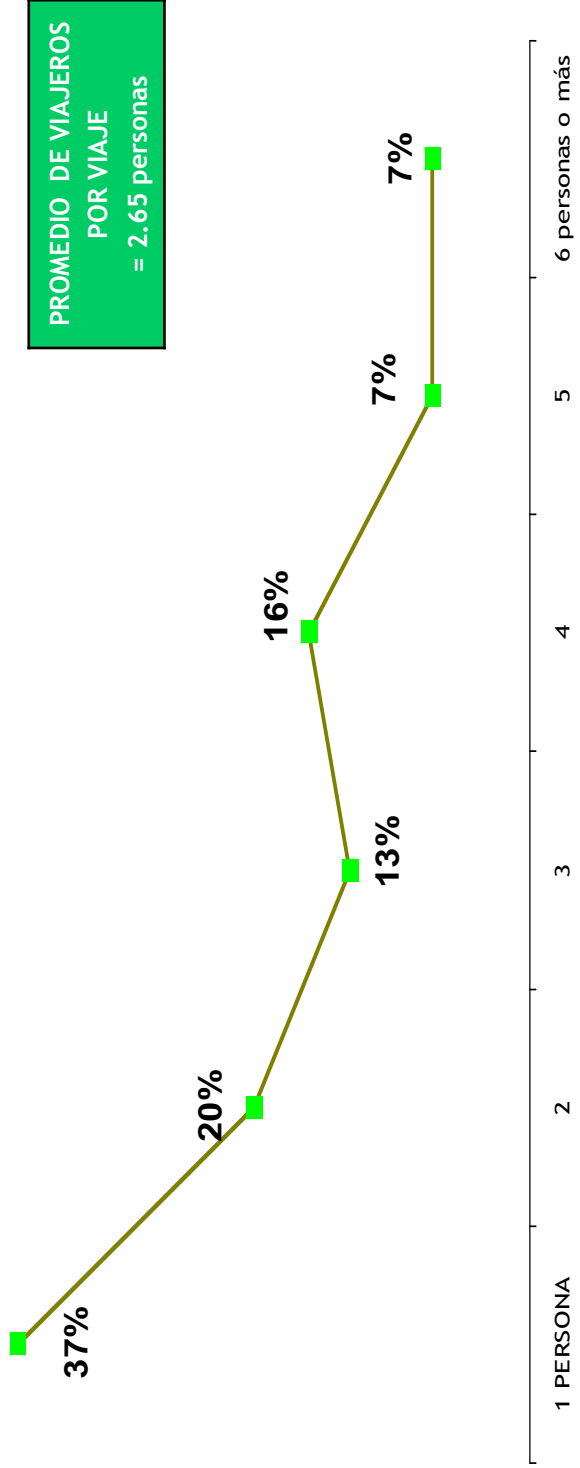


Base: 1,802 consultados

	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	Total
Sólo miembros del hogar	69%	69%	69%	69%
Miembros de otro hogar	31%	31%	31%	31%

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE (MAYO - AGOSTO 2007)



PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE		
NSE	Bajo	Alto
	2.59	2.34

PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE		
ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ
3.05	3.05	2.89
		Resto del País
		2.32

Base: 1,802 casos

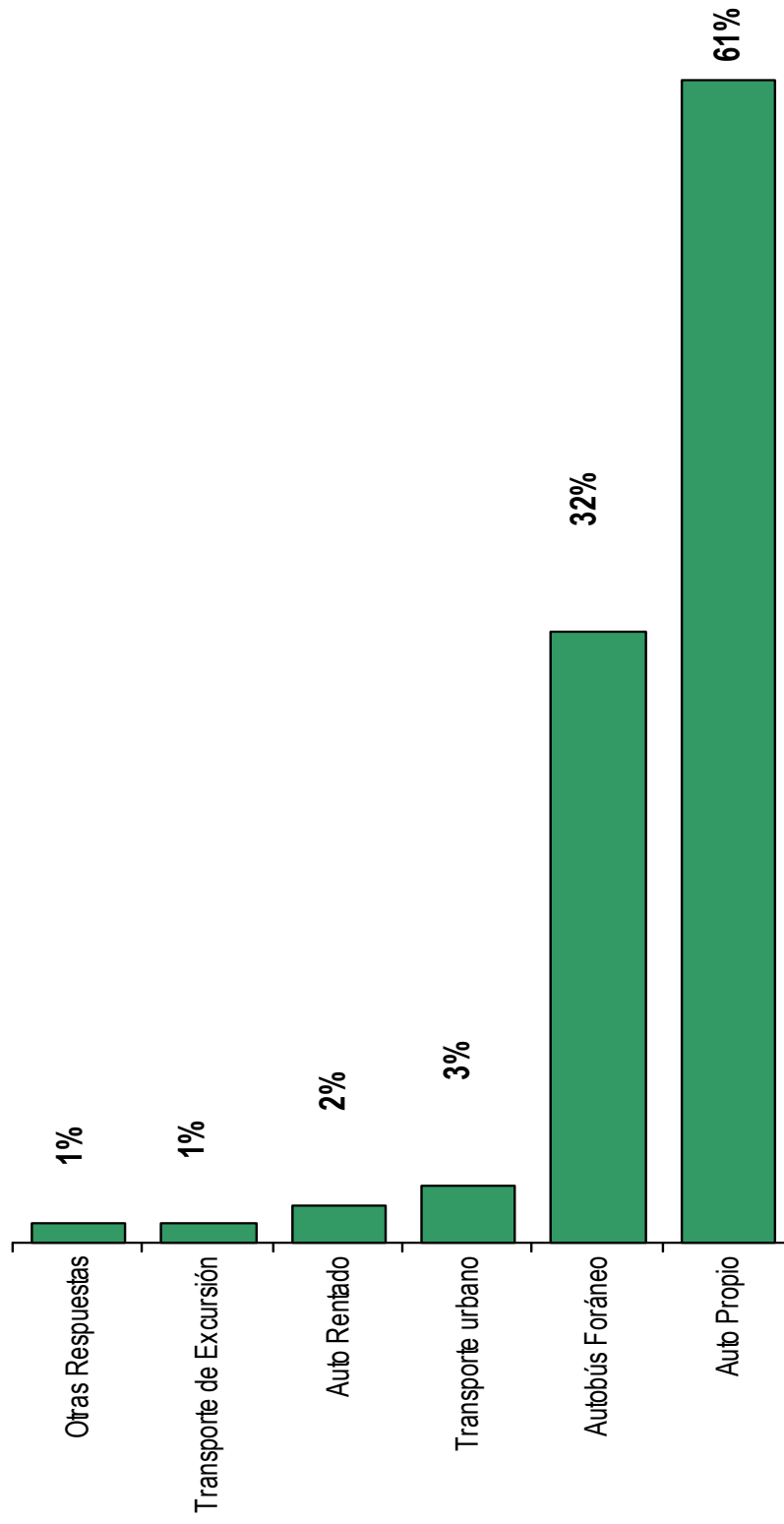
La Firma de Confianza

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

(Para llegar al destino)



Base: 1,802 casos

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

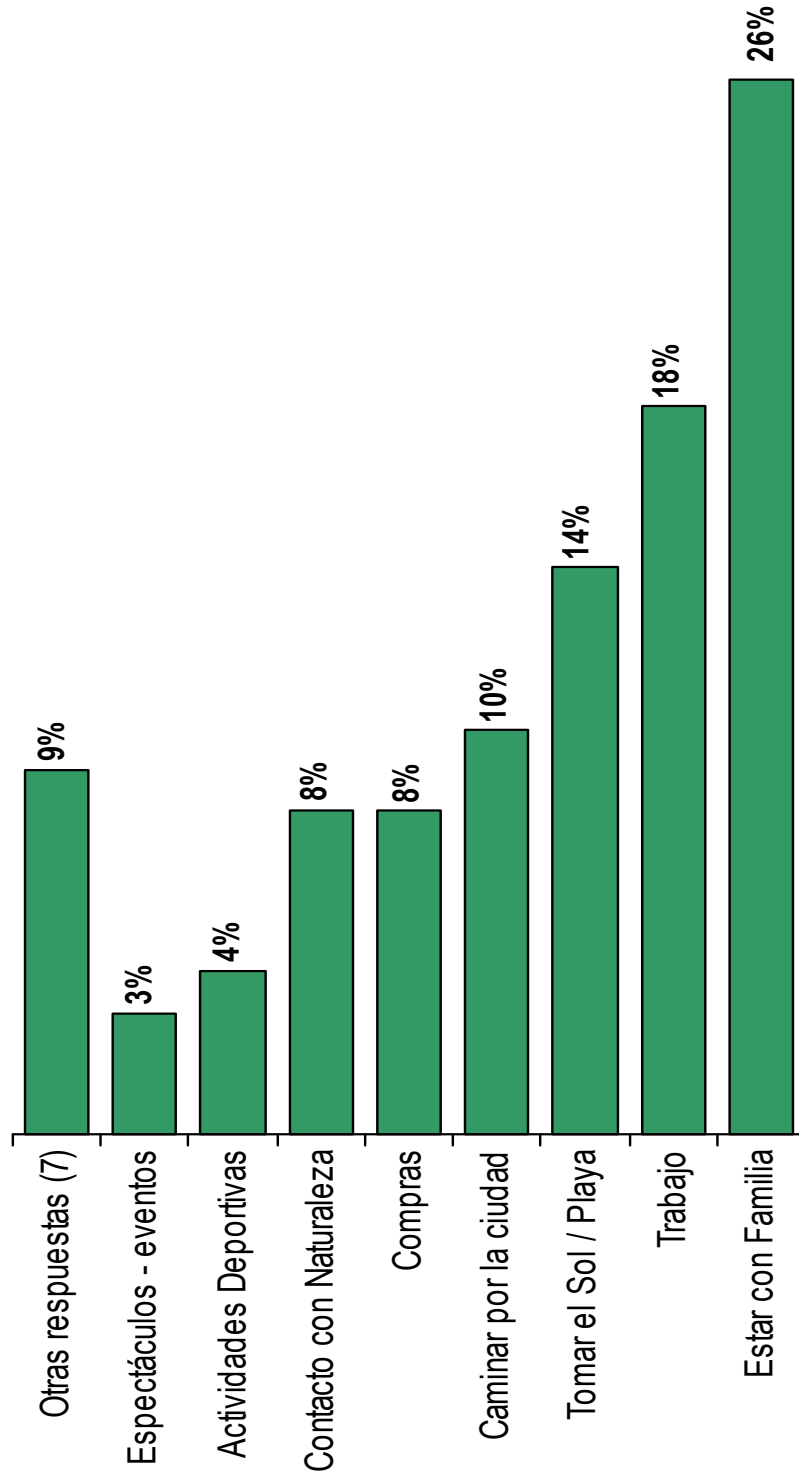
(Para llegar al destino)

MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
Auto Propio	61%	60%	61%	75%	52%	75%	77%	53%
Autobús Foráneo	32%	32%	33%	20%	39%	20%	18%	39%
Transporte urbano	3%	4%	2%	1%	-	1%	2%	5%
Auto Rentado	2%	2%	2%	3%	4%	2%	1%	2%
Transporte de Excursión	1%	1%	1%	1%	4%	-	-	2%
Otras respuestas	1%	1%	1%	0%	1%	2%	2%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA  
MENCION



Base: 1,802 casos

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

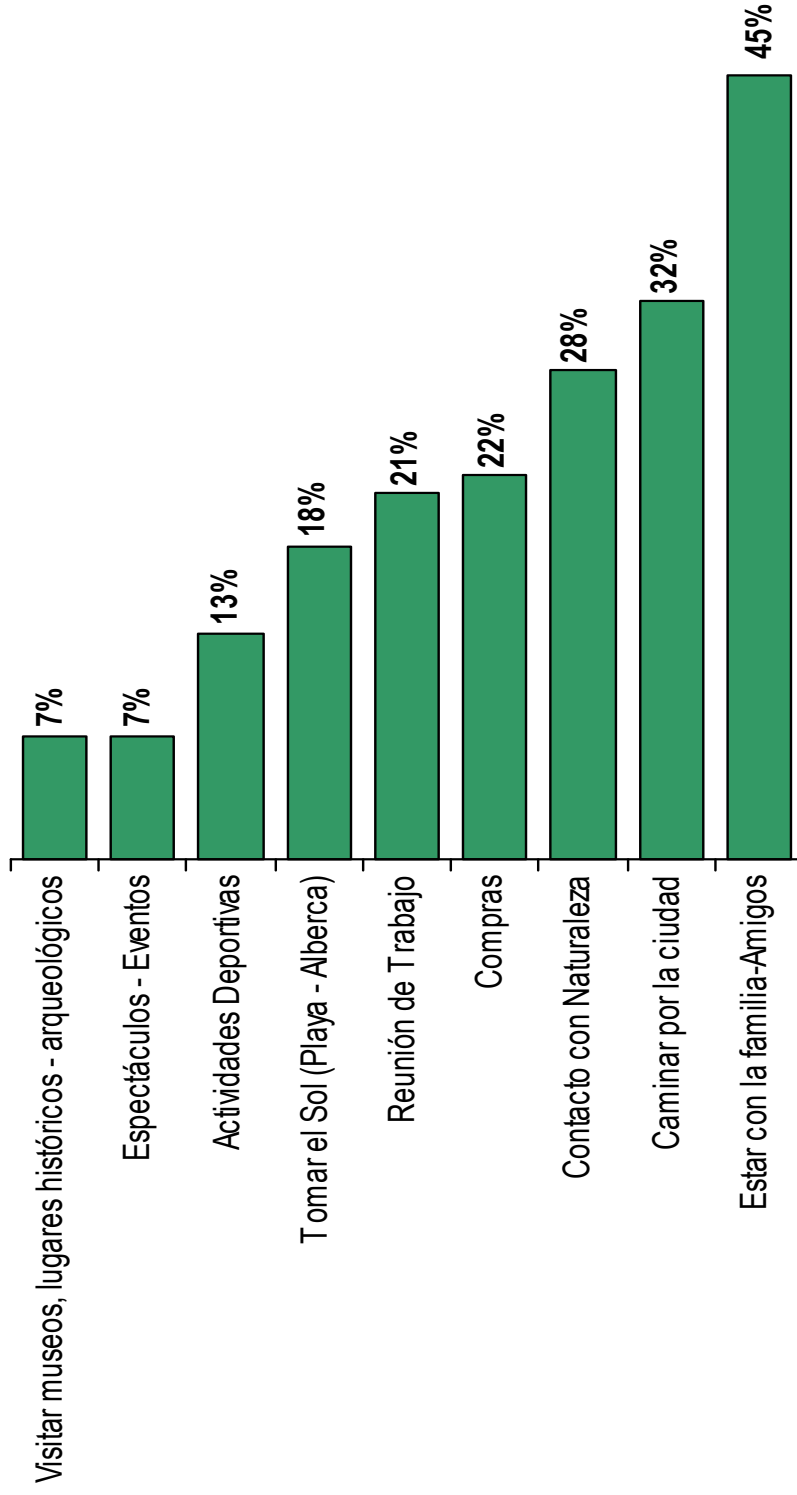
PRIMERA MENCIÓN

MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
Estar con la familia - Amigos	26%	26%	27%	27%	20%	31%	28%	26%
Reunión de Trabajo	18%	16%	20%	19%	16%	13%	9%	23%
Tomar el Sol (Playa - Alberca)	14%	16%	12%	19%	28%	13%	15%	11%
Caminar por la ciudad	10%	10%	10%	8%	7%	9%	15%	9%
Compras	8%	9%	8%	4%	5%	9%	8%	9%
Contacto con Naturaleza	8%	7%	8%	8%	9%	11%	11%	5%
Actividades Deportivas	4%	5%	3%	6%	4%	9%	2%	2%
Espectáculos - Eventos	3%	3%	4%	1%	2%	0%	5%	4%
Otras respuestas (7)	9%	9%	10%	8%	9%	6%	8%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

**RESPUESTA  
MÚLTIPLE**

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO



Base: 1,802 casos

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### ACTIVIDADES EN EL DESTINO

RESPUESTA MÚLTIPLE

MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZMT - GDJ	Resto del País
Estar con la familia - Amigos	45%	45%	44%	47%	42%	55%	49%	40%
Caminar por la ciudad	32%	32%	31%	30%	21%	33%	58%	27%
Contacto con Naturaleza	28%	30%	26%	27%	29%	40%	43%	18%
Compras	22%	24%	20%	21%	12%	35%	22%	19%
Reunión de Trabajo	21%	19%	22%	20%	19%	16%	11%	25%
Tomar el Sol (Playa - Alberca)	18%	19%	16%	23%	30%	19%	22%	13%
Actividades Deportivas	13%	15%	11%	16%	17%	21%	12%	9%
Espectáculos - Eventos	7%	7%	6%	6%	4%	3%	13%	8%
Visitar museos, lugares históricos - arqueológicos	7%	5%	7%	11%	8%	5%	6%	8%

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

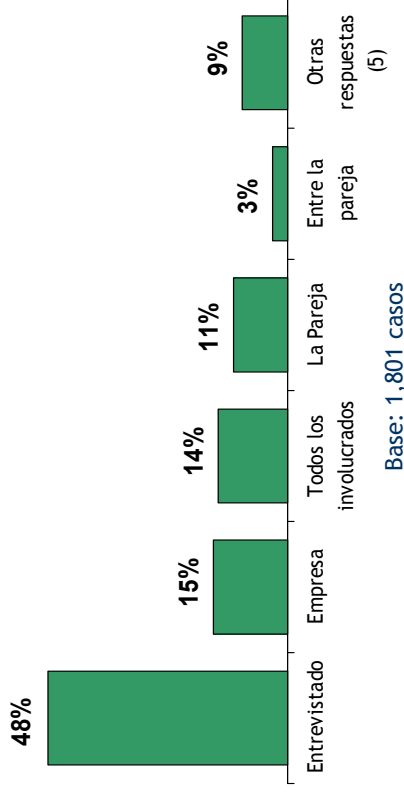
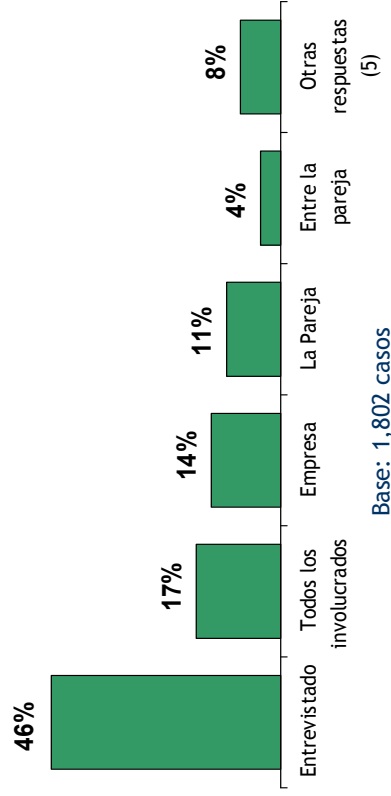


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### ¿Quién Elige el Destino?

### ¿Quién Planea los Viajes?



La prueba de correlaciones (*Rho de Spearman*) entre ambas variables arroja un coeficiente del 0.753, lo que indica una alta asociación. De tal manera, “quienes eligen los destinos son los mismos que lo planean”. Esta dinámica se observa también en el caso de los viajes con pernocta, aunque con una mayor consistencia.

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### ¿Quién Elige el Destino?

### ¿Quién Planea los Viajes?

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	33%	49%	47%	48%
involucrados	23%	9%	24%	17%
Empresa	17%	12%	6%	16%
Pareja	8%	19%	11%	8%
Entre la pareja	5%	6%	4%	3%

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	36%	53%	52%	49%
Empresa	17%	13%	5%	17%
involucrados	24%	4%	19%	15%
Pareja	8%	19%	13%	8%
Entre la pareja	4%	3%	4%	3%

NSE	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	45%	46%	55%
involucrados	18%	16%	18%
Empresa	14%	15%	10%
Pareja	12%	9%	8%
Entre la pareja	4%	5%	4%

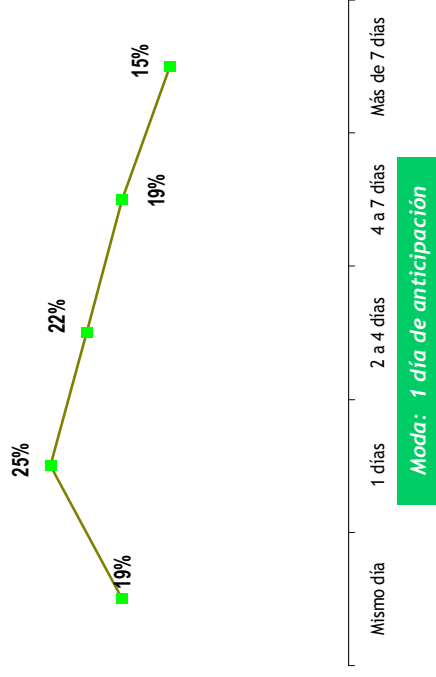
NSE	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	48%	48%	51%
Empresa	14%	15%	13%
involucrados	15%	14%	13%
Pareja	13%	9%	13%
Entre la pareja	3%	4%	2%

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

- El principal intervalo de planeación de viajes sin pernocta es de hasta una semana.
- De uno a cuatro días es la previsión más común para realizar viajes sin pernocta, siendo ligeramente mayor esta conducta entre los viajeros de las ZM's de D.F. y MTY.

*¿Con qué anticipación se planeó el Viaje?*



MODA POR NSE	
NSE Bajo	NSE Alto
1 Día	1 Día

MODA POR REGIÓN		
ZMDF	ZMMTY	ZMGDL
4 a 7 Días	4 a 7 Días	Resto del País
1 Día	1 Día	1 Día

Base: 1,784

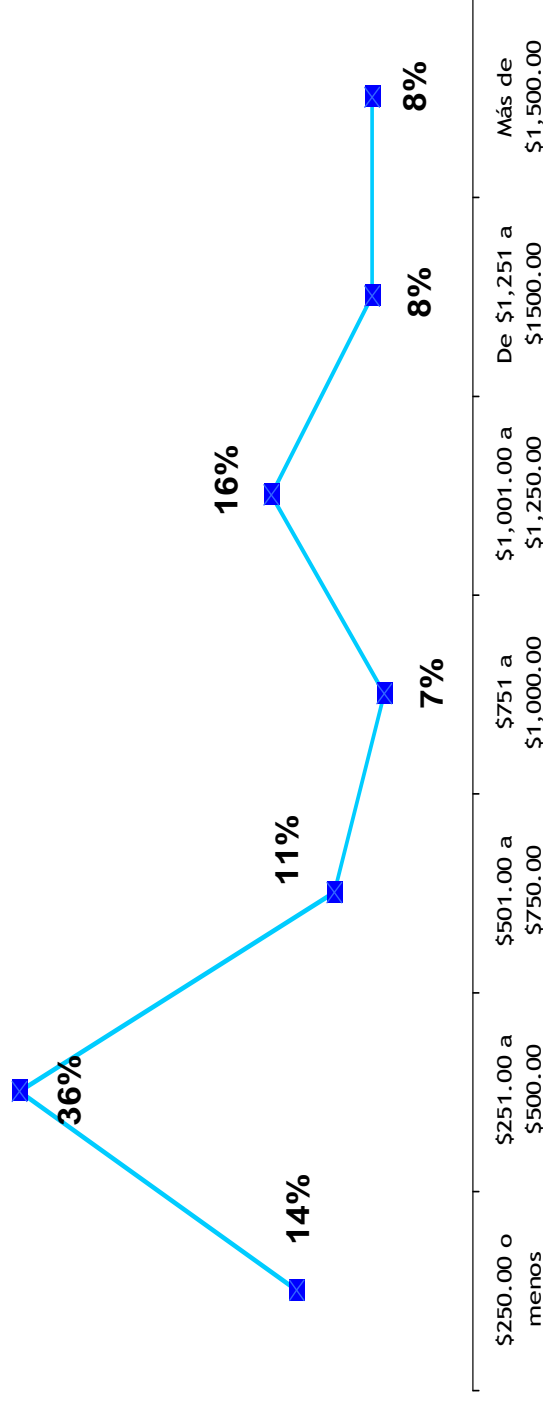
CASOS

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### GASTO DEL VIAJE SIN PERNOCTA

PROMEDIO DE  
GASTO DEL VIAJE

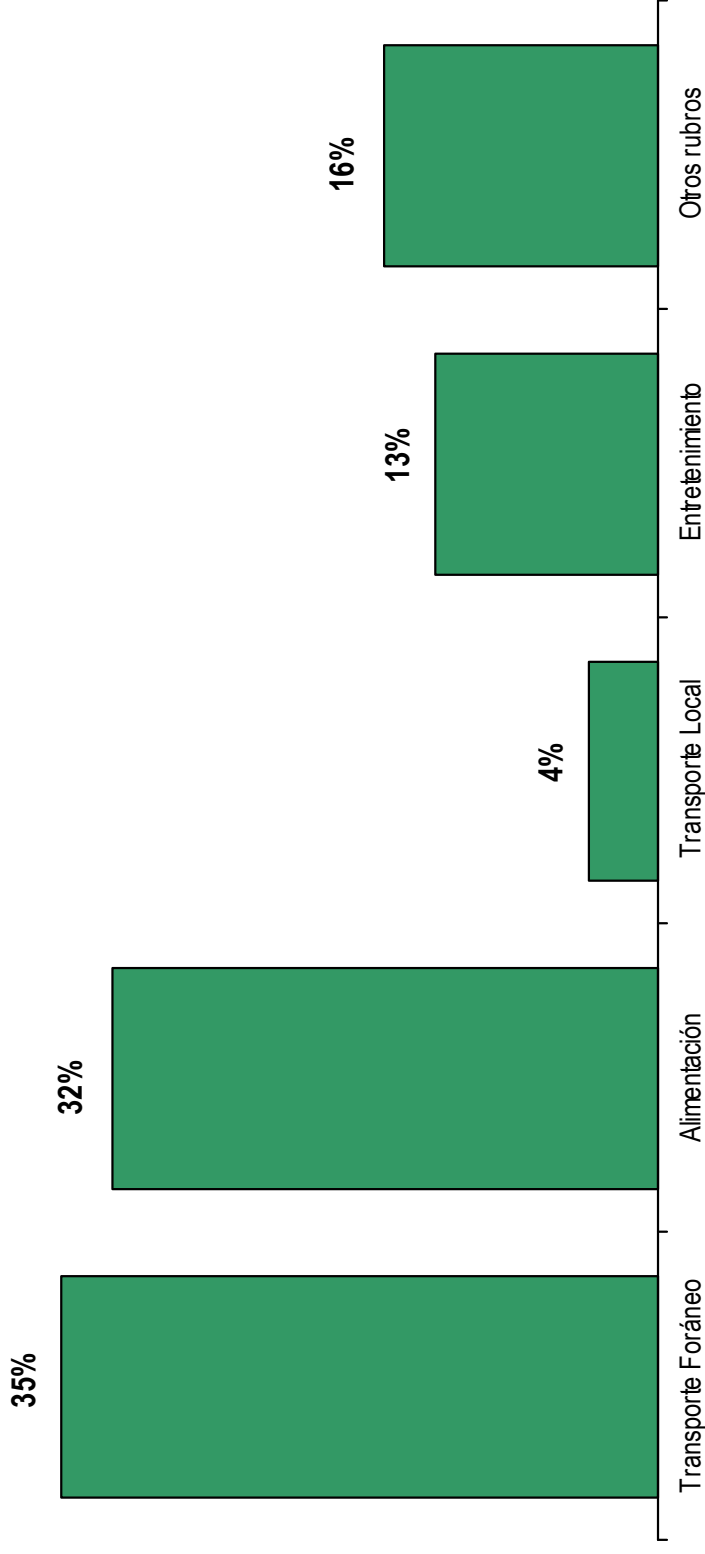
\$836.00



Base: 1,768 hogares consultados que viajaron SIN pernocta y declararon el monto del gasto del mismo

## 6.6 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE



La Firma de Confianza

Base: 1,755 consultados con declaratoria en las variables

## 6.6 ¿A dónde viajan los Mexicanos?

### Principales Destinos del Turismo Doméstico

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



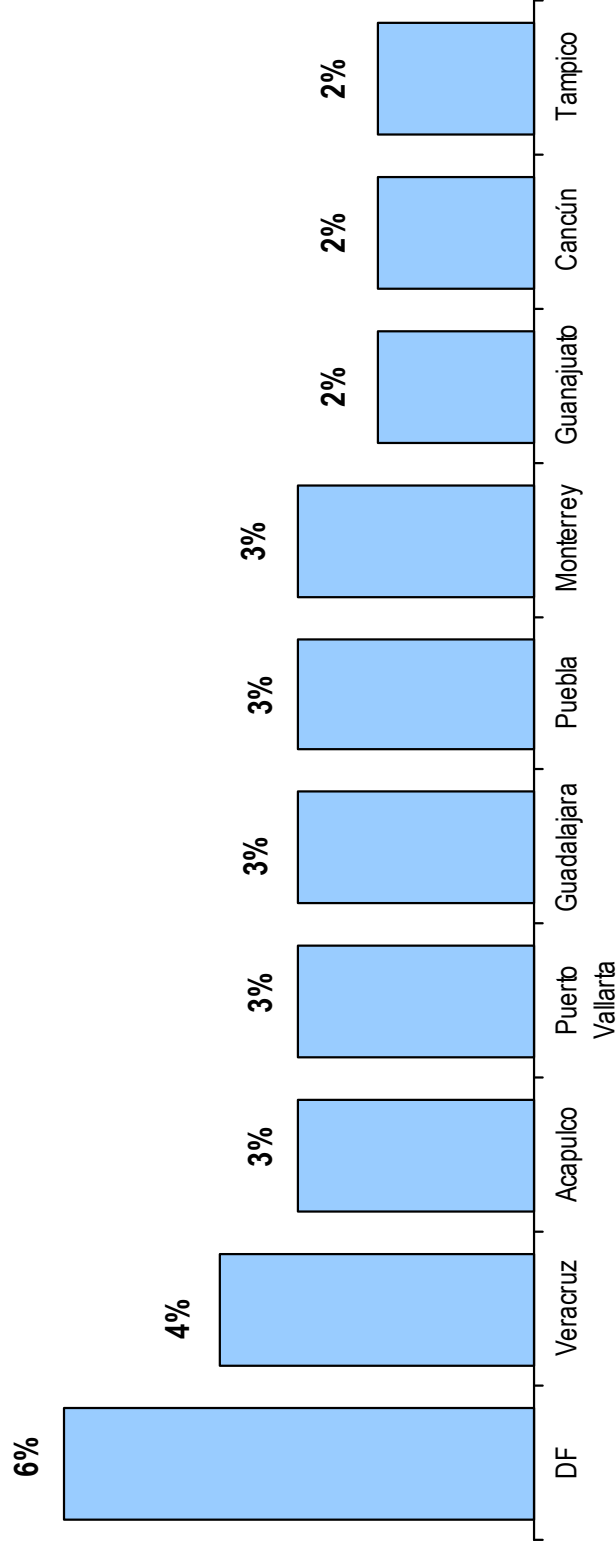
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

73

### DESTINOS ESPECÍFICOS LOS 10 DESTINOS MÁS VISITADOS

La Firma de Confianza



Base: 7,100 viajes realizados en la temporada

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



# SIGMADOS

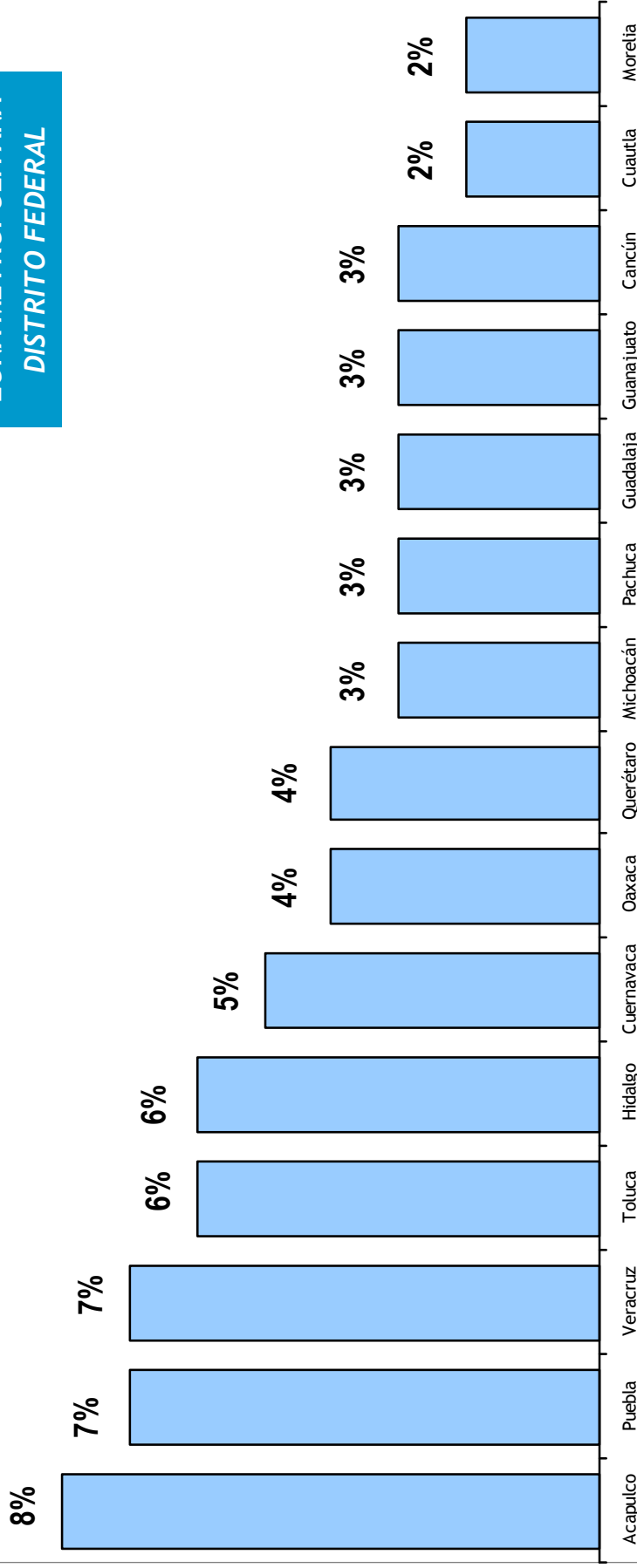
74

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### DESTINOS ESPECÍFICOS

### LOS 10 DESTINOS MÁS VISITADOS POR LAS PRINCIPALES CIUDADES



Base: 1,378 viajes realizados en la temporada

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



**SIGMADOS**

75

mexico@sigmados.com.mx

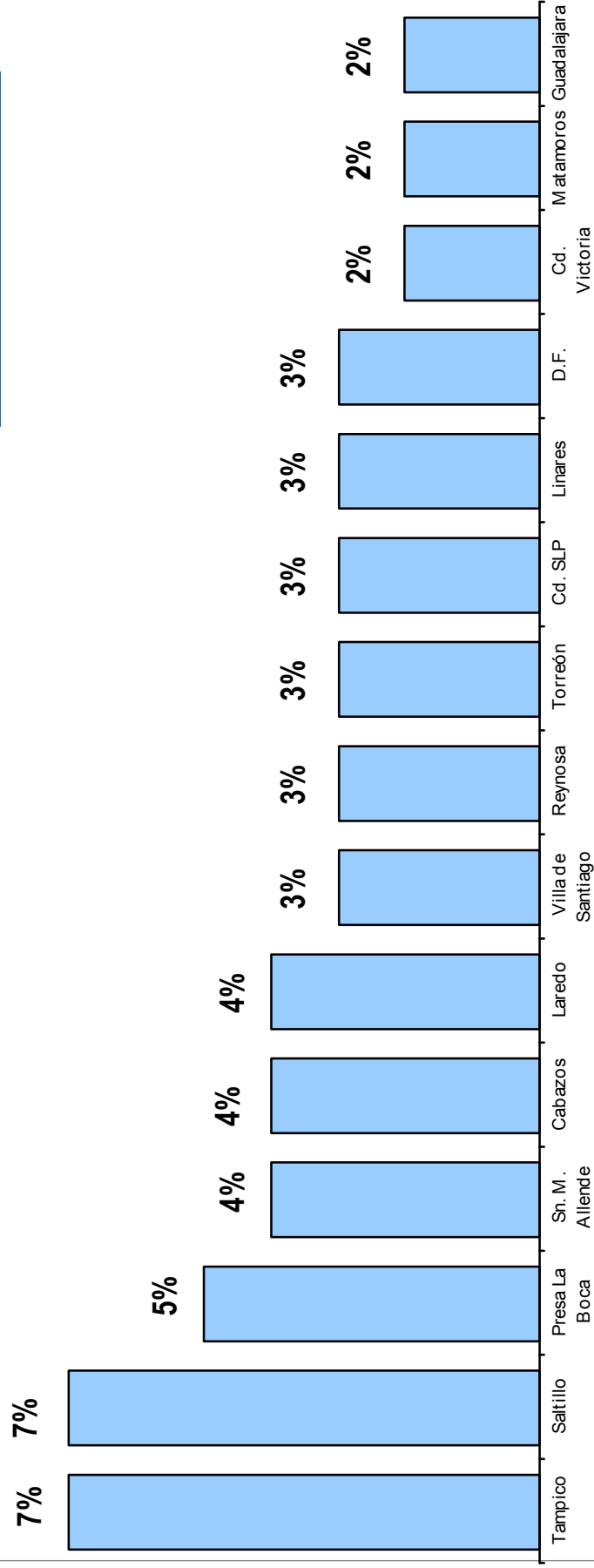
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### DESTINOS ESPECÍFICOS

### LOS 10 DESTINOS MÁS VISITADOS POR LAS PRINCIPALES CIUDADES

ZONA METROPOLITANA  
MONTERREY

La Firma de Confianza



Base: 1,088 viajes realizados en la temporada

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

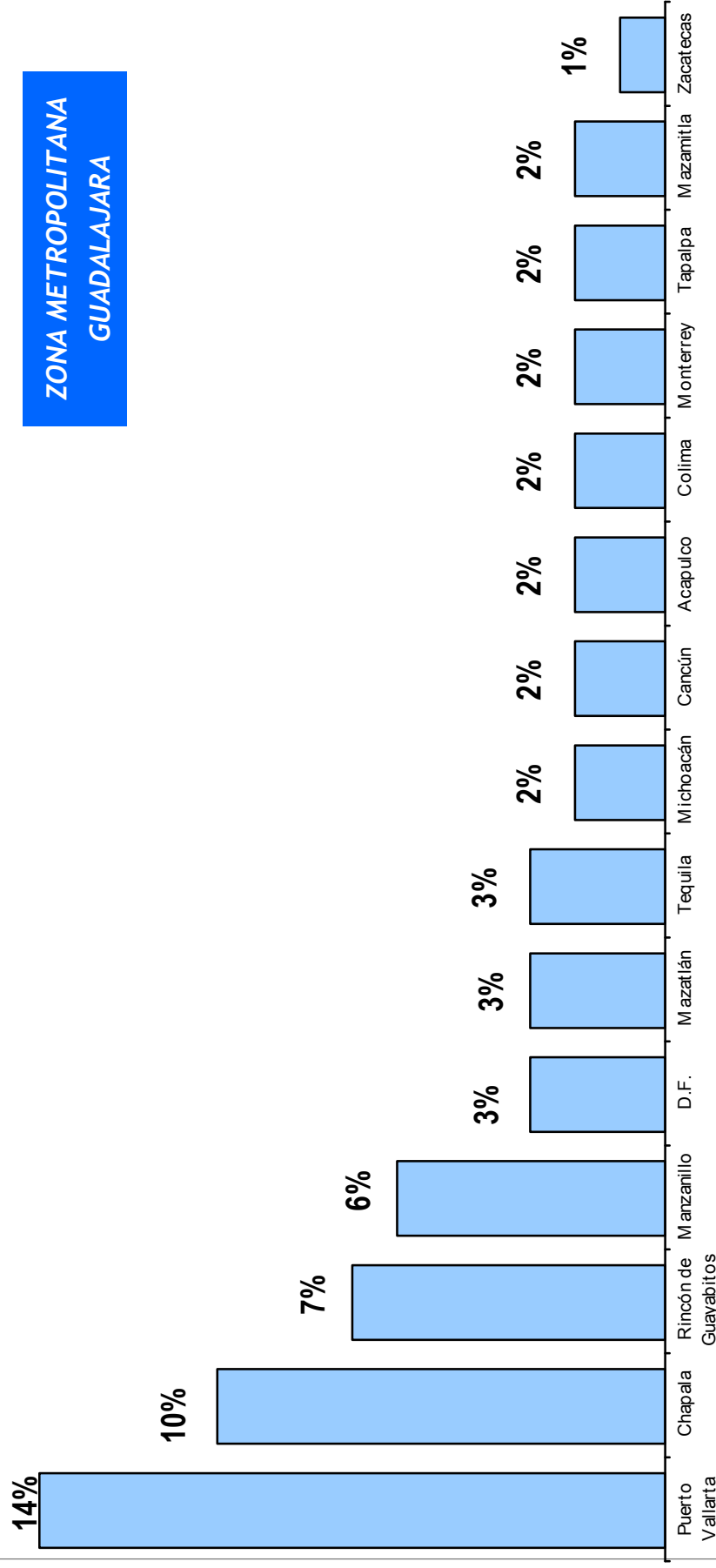
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

76

### DESTINOS ESPECÍFICOS

### LOS 10 DESTINOS MÁS VISITADOS POR LAS PRINCIPALES CIUDADES



Base: 1,088 viajes realizados en la temporada

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



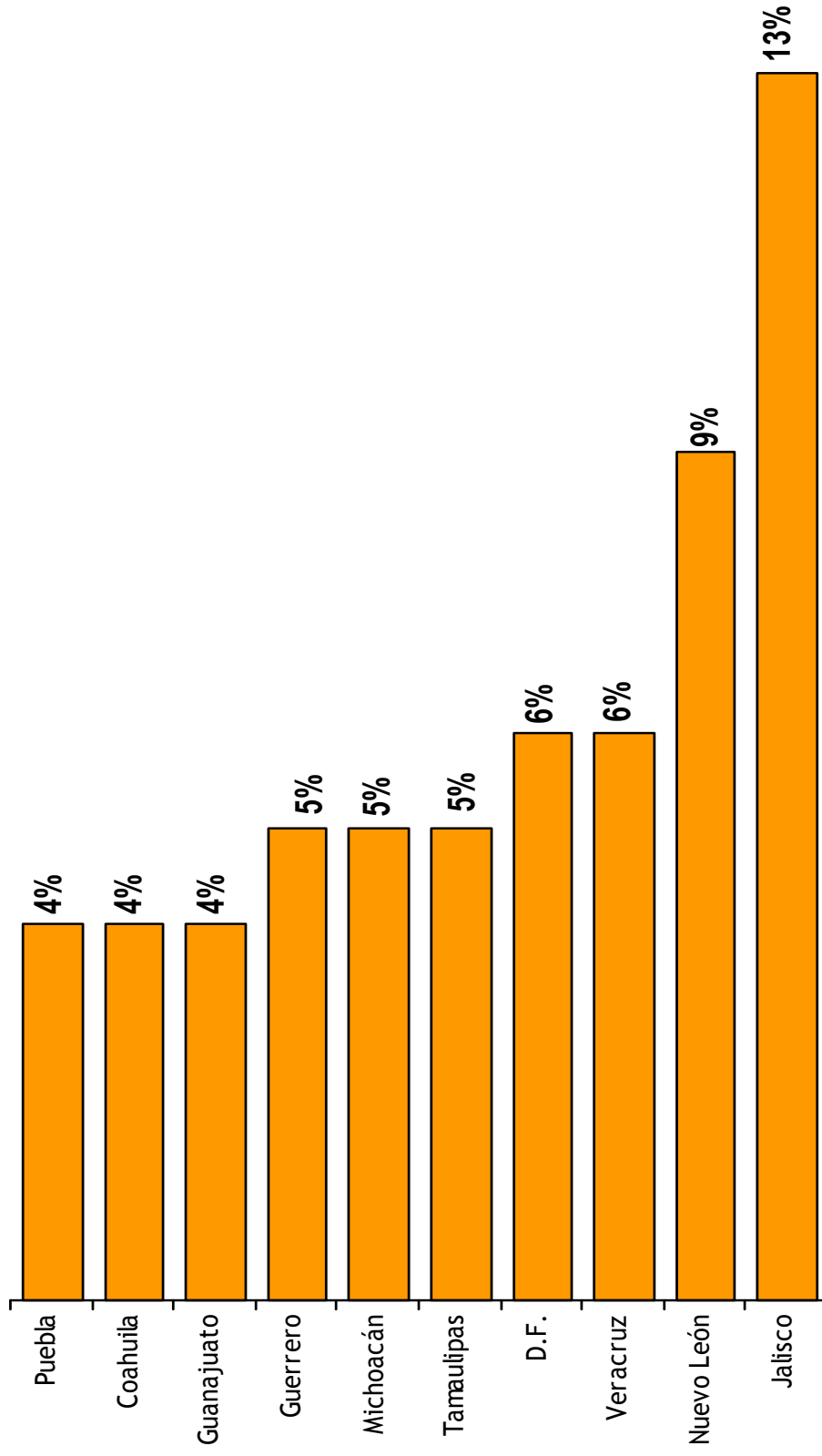
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

77

### PRINCIPALES ENTIDADES FEDERATIVAS RECEPTORAS DE TURISMO



Base: 7,100 viajes realizados en la temporada

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

78

### RANKING DE ENTIDADES FEDERATIVAS SEGÚN RECEPCIÓN DE TURISMO

Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
1	JALISCO	13%
2	NUEVO LEÓN	9%
3	VERACRUZ	6%
4	D.F.	6%
5	TAMAULIPAS	5%
6	MICHOACÁN	5%
7	GUERRERO	5%
8	GUANAJUATO	4%
9	COAHUILA	4%
10	PUEBLA	4%

Base: 7,100 viajes realizados en la temporada

La Firma de Confianza

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



# SIGMADOS

79

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### RANKING DE ENTIDADES FEDERATIVAS SEGÚN RECEPCIÓN DE TURISMO

Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
11	SINALOA	3%
12	MEXICO	3%
13	BCN	3%
14	CHIHUAHUA	3%
15	MORELOS	3%
16	HIDALGO	3%
17	SAN LUIS POTOSI	2%
18	QUINTANA ROO	2%
19	OAXACA	2%
20	NAYARIT	2%
21	COLIMA	2%

Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
22	SONORA	2%
23	QUERETARO	2%
24	YUCATAN	1%
25	DURANGO	1%
26	ZACATECAS	1%
27	CHIAPAS	1%
28	AGUASCALIENTES	1%
29	TABASCO	1%
30	CAMPECHE	1%
31	BAJA CALIFORNIA SUR	0.5%
32	TLAXCALA	0.5%

La Firma de Confianza

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LAS PRINCIPALES ZONAS METROPOLITANAS

#### ZONA METROPOLITANA DISTRITO FEDERAL

- Los residentes del Valle de México declaran la mayor variedad de estados-destinos para la realización de sus viajes.
- En términos generales, destacan las entidades más próximas geográficas como son Morelos, Guerrero, Hidalgo, Puebla y Veracruz.
- Destaca la baja participación de Querétaro.
- Por otra parte, otras estados-destinos son Michoacán, Oaxaca y Jalisco.

#### ZONA METROPOLITANA MONTERREY

- Uno de cada tres residentes de la ZM de Monterrey realiza viajes dentro de su estado (37%). Los destinos más relevantes para la sociedad regia son los estados vecinos de Tamaulipas y Coahuila.

#### ZONA METROPOLITANA GUADALAJARA

- Prácticamente la mitad de estos consultados consume turismo dentro de su estado (47%). Con una amplia distancia, se mencionan los colindantes estados-destinos de Nayarit, Colima y menor medida Michoacán.

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

# SIGMADOS

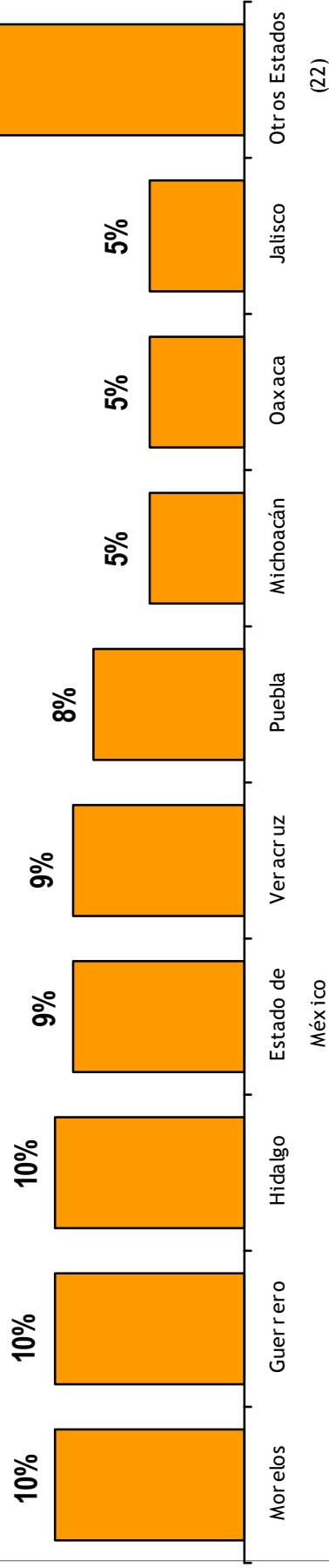
81

mexico@sigmados.com.mx

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE ...

ZONA METROPOLITANA  
DISTRITO FEDERAL

29%



La Firma de Confianza

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



# SIGMADOS

82

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE ...

ZONA METROPOLITANA  
MONTERREY

37%

22%

11%

5%

4%

21%

Nuevo León

Tamaulipas

Coahuila

San Luis Potosí

Jalisco

Otros Estados (27)

La Firma de Confianza

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

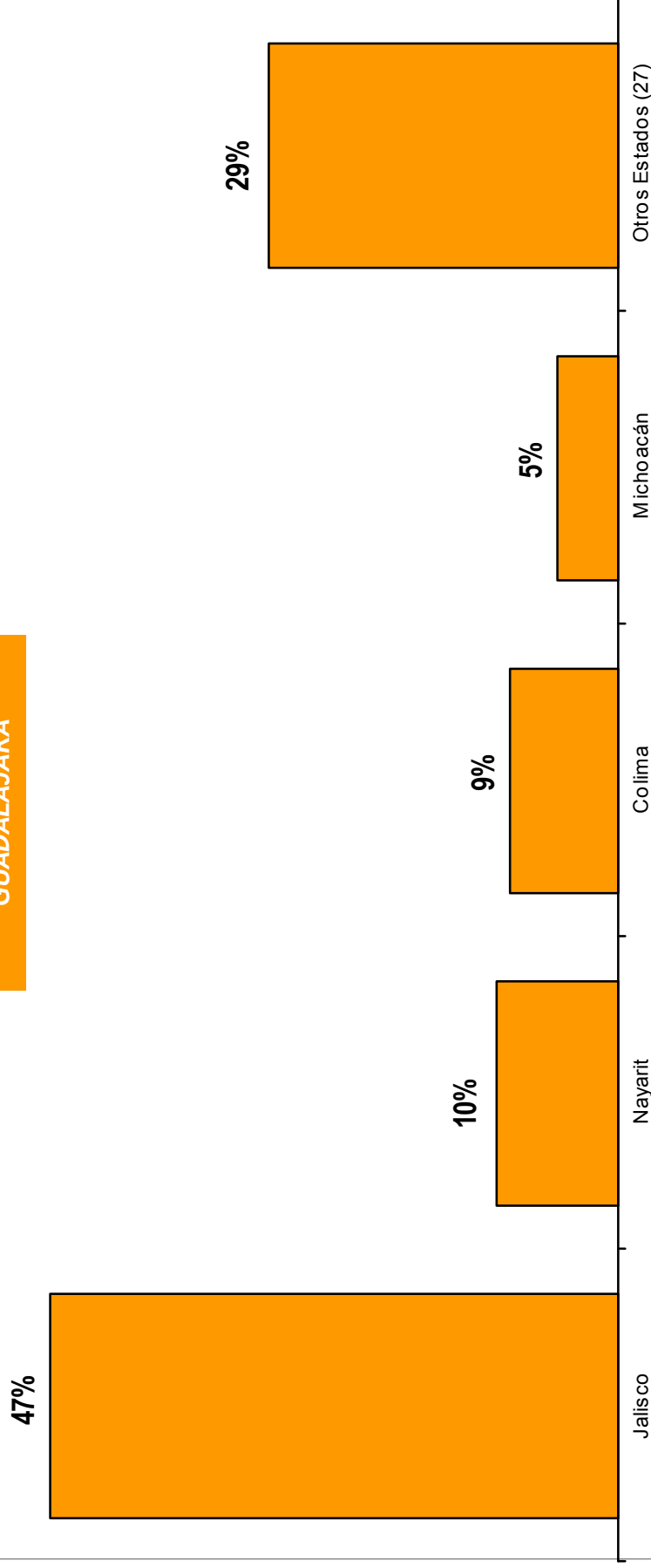
mexico@sigmados.com.mx

83

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE ...

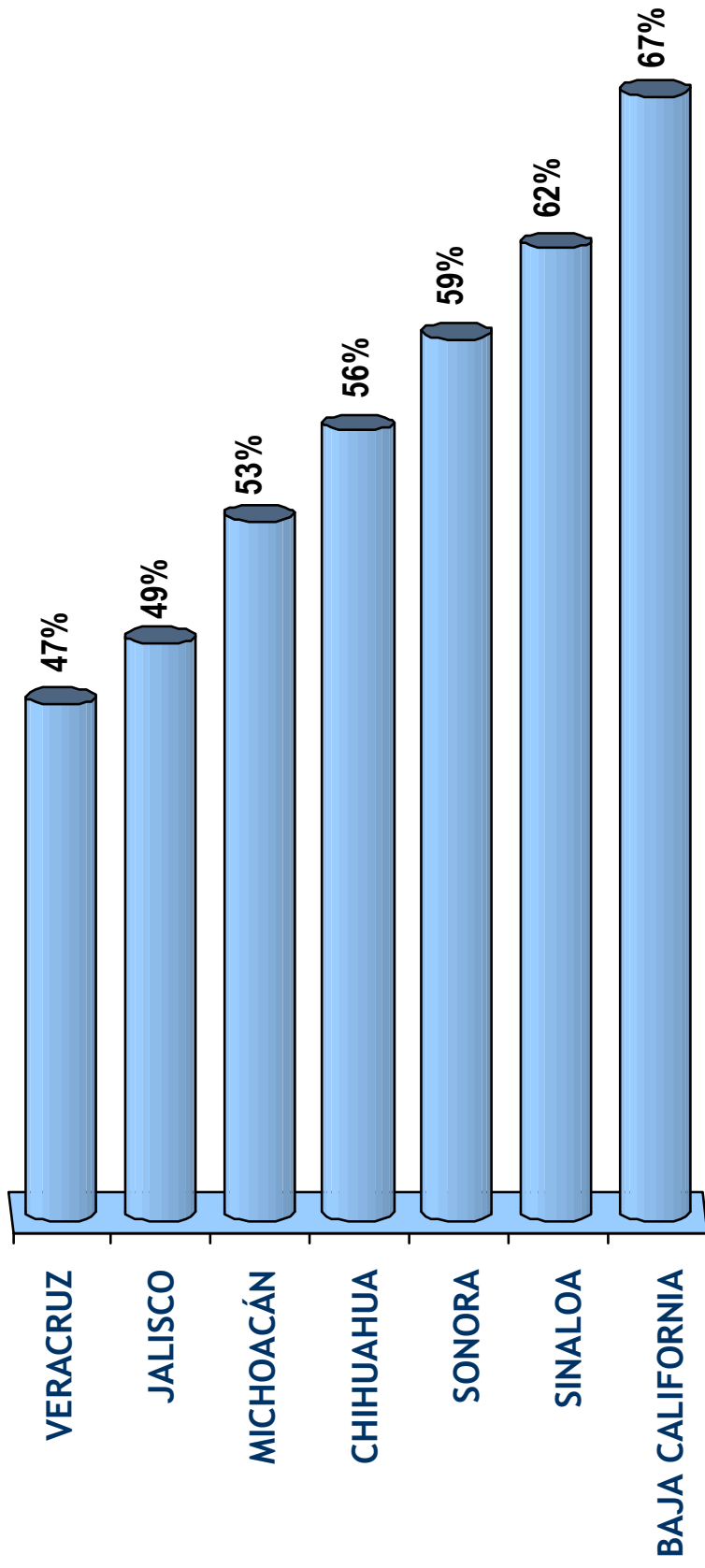
ZONA METROPOLITANA  
GUADALAJARA

La Firma de Confianza



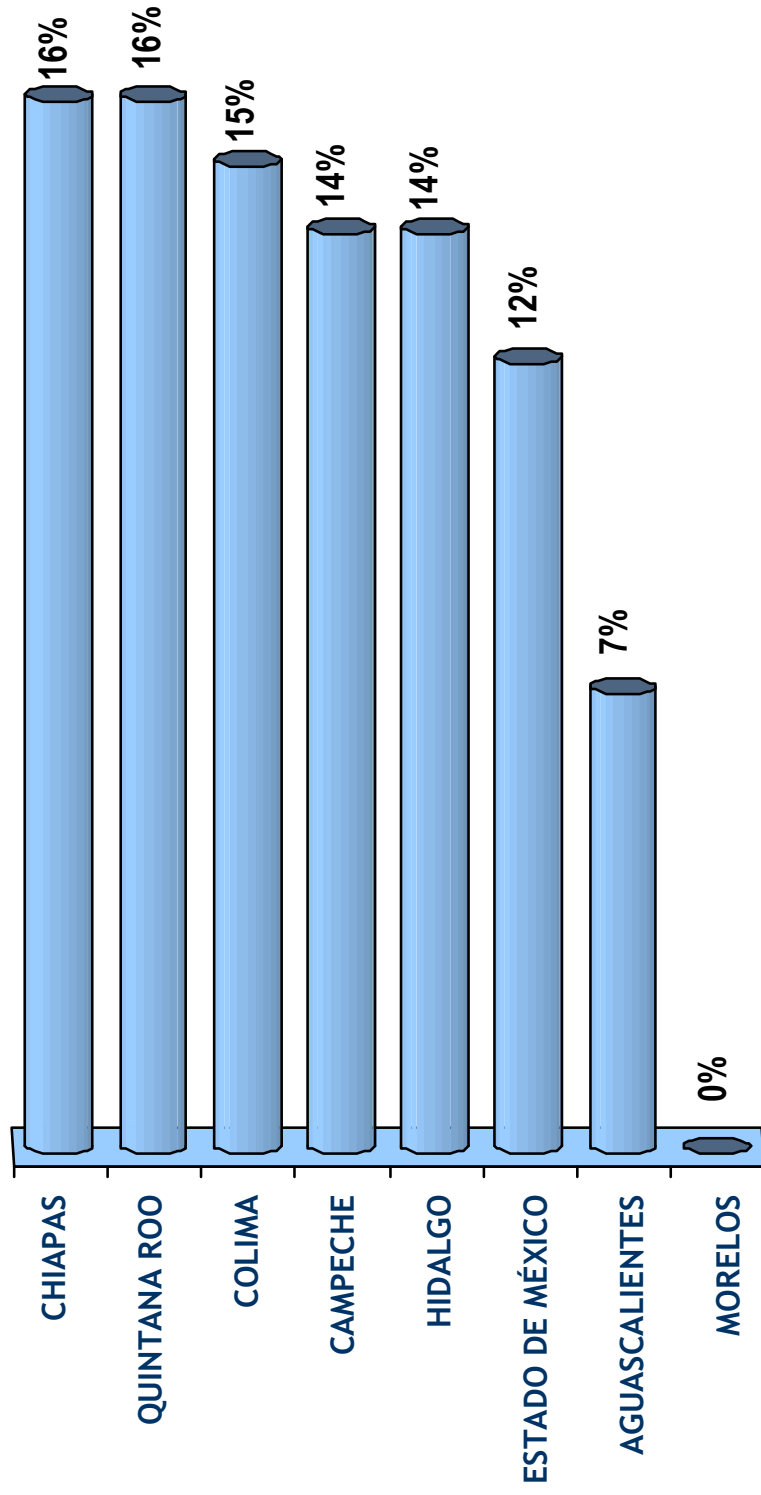
## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

### ESTADOS CON **MAYOR** CONSUMO DE DESTINOS LOCALES (DENTRO DE SUS FRONTERAS)



## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

### ESTADOS CON **MENOR** CONSUMO DE DESTINOS LOCALES (DENTRO DE SUS FRONTERAS)



## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

86

### **RANKING DE ENTIDADES FEDERATIVAS SEGÚN PRÁCTICA DE TURISMO LOCAL (DENTRO DE SUS FRONTERAS)**

Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
1	<b>BAJA CALIFORNIA</b>	<b>67%</b>
2	SINALOA	62%
3	SONORA	59%
4	CHIHUAHUA	56%
5	MICHOACÁN	53%
6	JALISCO	49%
7	VERACRUZ	47%
8	DURANGO	44%
9	NAYARIT	44%
10	COAHUILA	43%



La Firma de Confianza

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

87

### RANKING DE ENTIDADES FEDERATIVAS SEGÚN PRÁCTICA DE TURISMO LOCAL (DENTRO DE SUS FRONTERAS)

Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
11	GUANAJUATO	41%
12	NUEVO LEON	37%
13	YUCATÁN	37%
14	SAN LUIS POTOSI	34%
15	TLAXCALA	31%
16	ZACATECAS	30%
17	QUERÉTARO	28%
18	GUERRERO	27%
19	TAMAULIPAS	26%
20	PUEBLA	24%



Lugar	ENTIDAD FEDERATIVA	%
21	BAJA CALIFORNIA SUR	23%
22	OAXACA	21%
23	CHIAPAS	16%
24	QUINTANA ROO	16%
25	COLIMA	15%
26	CAMPECHE	14%
27	HIDALGO	14%
28	ESTADO DE MÉXICO	12%
29	AGUASCALIENTES	7%
30	MORELOS	0%

\* En esta relación no aparece el estado Tabasco, toda vez que no pudo llevarse a cabo la indagatoria por las condiciones climatológicas presentadas durante el trabajo de campo.  
 \*\* Es importante tomar en cuenta, que en algunas entidades, el tamaño de muestra resulta muy bajo, por lo que conviene identificar estos datos, en algunas de ellas, sólo como tendencia.

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

88

### **NOTAS SOBRE PRINCIPALES DESTINOS EN ENTIDADES CON BAJO CONSUMO DE TURISMO LOCAL**

#### **MORELOS**

Ningún morelense declara haber realizado viajes dentro de su entidad. Las preferencias se oriente hacia los estados de Puebla, Guerrero y en menor medida al estado de México y al Distrito Federal.

#### **AGUASCALIENTES**

Sólo un 7% de los hidrocálidos se queda en la entidad para realizar sus viajes, Cerca de la mitad prefiere como destino de sus paseos a Jalisco (41%).

#### **ESTADO DE MÉXICO**

Resulta ser una de las entidades con mayor dispersión en la preferencia de estados-destino. Las entidades que registran mayor visita por parte de los mexicanos son Hidalgo, Guerrero, Veracruz y Puebla.

#### **HIDALGO**

Uno de cada tres hidalguenses expresa su hábito de viajar al DF. Con una amplia distancia se registran también al Estado de México, Guerrero y Veracruz.

#### **CAMPECHE**

El estado-destino más importante para los campechanos es Yucatán, y en menor medida, Tabasco y Quintana Roo..

## 6.7 Principales Destinos del Turismo Doméstico



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

89

### **NOTAS SOBRE PRINCIPALES DESTINOS EN ENTIDADES CON BAJO CONSUMO DE TURISMO LOCAL**

#### **COLIMA**

Para cerca de la mitad de estos consultados la primera opción para viajar es Jalisco, seguido por un amplia distancia del DF.

#### **QUINTANA ROO**

La primera opción de destino para uno de cada cinco quintanarroenses es el estado de Yucatán seguido por Veracruz y Tabasco.

#### **CHIAPAS**

Los chiapanecos registran una gran cantidad de estados destinos para viajar; entre los más representativos destacan D. F., Veracruz, Puebla, Jalisco, Oaxaca y Quintana Roo.

#### **OAXACA**

Las dos alternativas de estado-destinos para los oaxaqueños son D.F. y Veracruz, y en menor medida Puebla.

#### **BAJA CALIFORNIA SUR**

Cerca de la mitad de los sudcalifornianos tienen como destinos preferidos al D.F. y a Jalisco. En menor medida al estado de Sinaloa

## 6.7 Estimaciones del Volumen del Mercado Turístico Doméstico

### (En Hogares Urbanos)

- Hogares que viajaron y no viajaron en la temporada
- Viajes Realizados en la temporada
- Viajeros durante la Temporada
- Gasto por Turismo Doméstico

**NOTA:** Para la proyecciones, se dispuso de información del Censo Nacional de Población y Vivienda 2005 (INEGI, 2005), con base en los criterios de exclusión de población urbana (menores de 15 mil habitantes) y la estimación derivada del promedio de viviendas por ageb en cada localidad, municipio y entidad federativa.

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



# SIGMADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

91

mexico@sigmados.com.mx

### 1. HOGARES QUE VIAJARON DURANTE LA TEMPORADA

HOGARES	Participación *	Proyección 1	Participación c/ LS	Proyección 2
Viajaron	25.4%	4,608,960	27.35%	4,963,887
No Viajaron	74.6%	13,536,553	-	13,181,626
Total	100%	18,145,513	100.0%	18,145,513

\* Con cola decimal completa

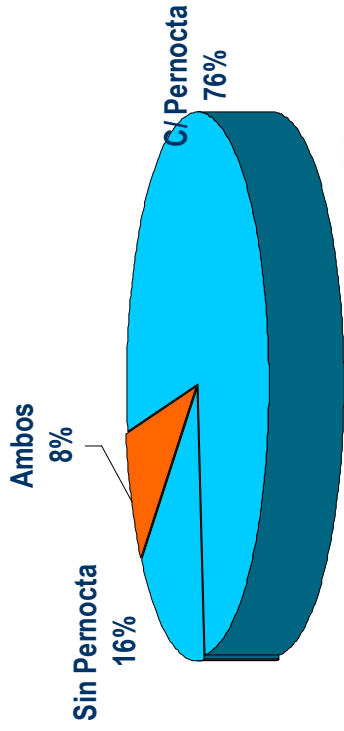
## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

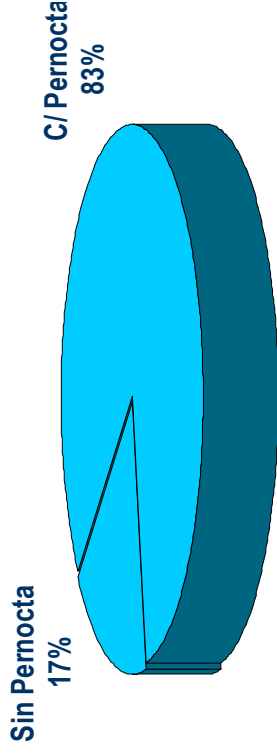
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

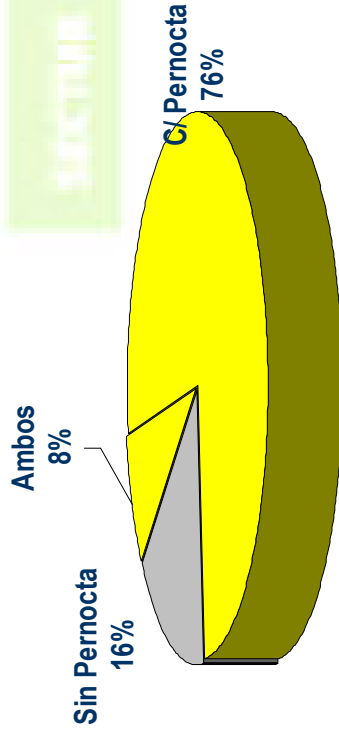
92



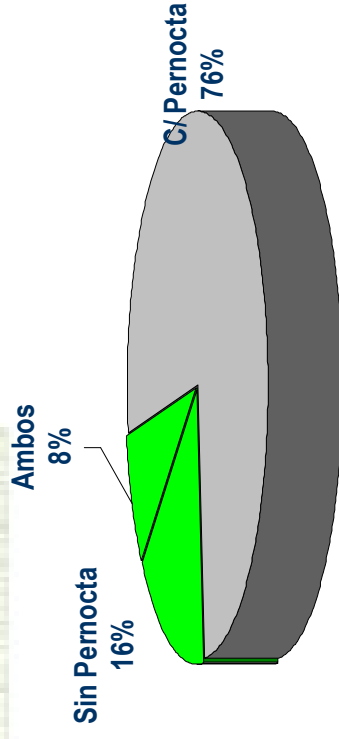
Total de hogares viajeros



Recálculo con base en hogares viajeros, excepto quienes hicieron ambos tipos de viaje



VIAJES CON PERNOCTA = 84%



VIAJES SIN PERNOCTA = 24%

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

93

## 2. TOTAL DE VIAJES REALIZADOS EN LA TEMPORADA

<b>VIAJES</b>		Total de Hogares (LS)	Promedio de Viajes por Hogar	Viajes Realizados	Promedio de Viajes por Hogar (LS)	Viajes Realizados (LS´ s) **
Con Pernocta (84%)		4,157,751	1.34	5,666,684	1.40	5,824,426
Sin Pernocta (24%)		1,086,098	1.37	1,413,695	1.36	1,474,552
Total		5,243,850*	1.35	7,080,379	1.39	7,298,978***

• Para este cálculo se utilizó una  $n$  de 4,963,887 hogares que viajaron (que es el superior del intervalo de confianza) multiplicado por la participación de hogares con viajes con pernocta (84%) y viajes sin pernocta 22%.

\*\* LS´ s, = Límites superiores, tanto de hogares que viajaron (con y sin pernocta) y el límite superior del promedio de viajes por hogar, generado a partir de la declaratoria de los entrevistados.

\*\*\* Cálculo realizado una con base en una  $n$  de 5,234,850 hogares viajeros y el LS de promedio de viajes por hogar.

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

94

### 3. TOTAL DE VIAJES CON PERNOCTA SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

Cálculo con base en el total de viajes con pernocta utilizando los límites superiores de los respectivos intervalos de confianza de hogares viajeros, número de viajes por hogar y del tipo de hospedaje utilizado en cada viaje realizado de este tipo.

<b>VIAJES</b>	<b>Participación (Tipo de Hospedaje)</b>	<b>Viajes Realizados (LS' s) **</b>	<b>Participación LS (Tipo de Hospedaje)</b>	<b>Proyección</b>
<b>Comercial</b>	<b>49%</b>	<b>2,895,355</b>	<b>52%</b>	<b>3,011,843</b>
<b>No Comercial</b>	<b>51%</b>	<b>2,929,071</b>	<b>-</b>	<b>2,812,583</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>5,824,426</b>	<b>5,824,426</b>	<b>5,824,426</b>

La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

95

### 4. TOTAL DE VIAJEROS EN LA TEMPORADA

Cálculo con base en el total de viajes generados a partir de la aplicación del ajuste de hogares viajeros por tipo de evento (pernocta y no pernocta), así como de los límites superiores del promedio de viajes por hogar y del promedio de viajeros por evento.

VIAJES		Viajes Realizados (LS´ s) **	Promedio de Viajeros por evento (LS)	Proyección
Con Pernocta		<b>5,824,426</b>	2.94	<b>16,661,621</b>
Sin Pernocta		<b>1,474,552</b>	2.95	<b>4,172,787</b>
Total		<b>7,298,978</b>	2.94	<b>20,834,408</b>

La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 1

## 5. DERRAMA ECONÓMICA EN LA TEMPORADA

<b>VIAJES</b>		Viajes Realizados (LS´ s)	Gasto Promedio por Viaje (LS)	Total de Gasto
Con Pernocta	5,824,426	\$5,405.81	<b>\$ 31,485,745,033.53</b>	
Sin Pernocta	1,474,552	\$975.20	<b>\$ 1,437,979,811.58</b>	
<b>Total</b>	<b>7,298,978</b>	<b>\$4,510.73</b>	<b>\$ 32,923,724,845.11</b>	

# 3,048.5

MILLONES DE DÓLARES

La Firma de Confianza



Licitación Pública Nacional

No. 00021001-005-07



## Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares



# REPORTE DE RESULTADOS

Medición 1

Periodo Mayo- Agosto 2007

ELABORADA PARA:



Noviembre , 2007