

ENCUESTA DEL FLUJO DEL TURISMO EN TRANSPORTACIÓN TERRESTRE FORÁNEA Y LÍNEAS AÉREAS, 2011



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
INTRODUCCIÓN	4
PRINCIPALES RESULTADOS	
Sociodemográficos	5
Flujo de turistas por periodo vacacional o puente largo	11
Medio de transporte	12
Principal motivo de viaje	13
Principales destinos visitados	17
Noches promedio de estancia	20
Alojamiento	21
Tamaño de grupo	23
Principales líneas utilizadas para viajar	24
Costo del boleto	27
Calificación de los servicios en la terminal de autobuses	29
Calificación de los servicios en la terminal aérea	30
Promoción del destino	31
Calificación de los servicios turísticos	31
Proyección de un viaje	34
CONCLUSIONES	36
VENTANA METODOLÓGICA	39

PRESENTACIÓN

La Administración Pública Federal a través de la Secretaría de Turismo continúa realizando acciones para potencializar la actividad turística en México, es por ello que tiene el agrado de presentar los resultados de la primera investigación que describe el perfil del visitante nacional que se traslada por autobús o avión, denominada Encuesta de Flujo de Turismo en Transportación terrestre foránea y líneas aéreas.

Esta investigación fue realizada por la Secretaría de Turismo durante el último trimestre de 2010 y en periodos vacacionales y puentes largos de 2011:

Periodos vacacionales:

- Temporada de fin de año, invierno 2010.
- Semana santa y semana de pascua 2011.
- Temporada vacacional de verano 2011.

Puentes largos en 2011:

- 5 de Febrero.
- 21 de Marzo.
- 20 de Noviembre.

Se llevó a cabo en las principales terminales áreas y terrestres de autobuses foráneos en México, con el objetivo de obtener información sobre el turismo interno, el cual representa el 79% del turismo en México, sobre aspectos relacionados al medio de transporte utilizado, gasto realizado en transporte, hospedaje, destinos elegidos, noches promedio de estancia, tamaño de grupo, principal motivo de viaje, entre otras características.

Cabe señalar que contar con información sobre el principal medio de transporte utilizado, así como la caracterización de los viajes es de gran importancia ya que contribuye a formular acciones que permiten potencializar el mercado y diseñar e implementar políticas de incentivo del turismo.



INTRODUCCIÓN

La Cuenta Satélite del Turismo de México 2006-2010 (CSTM), establece que el Valor Agregado Bruto (VAB) Turístico a precios básicos representó en 2010 el 7.8% del VAB Total del país, en valores corrientes y de 8.6% en valores constantes. La composición de las actividades turísticas a través del VAB Turístico muestra una estructura donde el transporte es la actividad que mayor aporte realiza con 26.5%; le sigue los servicios inmobiliarios y de alquiler con 19.7%, los servicios de alojamiento con 11.6%, las actividades de producción de bienes y artesanías con 11.2%, los restaurantes, bares y centros nocturnos con 9.6%, el comercio con el 6.0%; agencias de viajes y tour operadores, y servicios médicos con un 0.9% respectivamente, el resto incluidas segundas viviendas, tiempos compartidos, servicios de esparcimiento y servicios profesionales corresponden el 13.6%.

Además, es importante mencionar que en el mercado nacional, aproximadamente existe un flujo de 2 mil 600 millones de pasajeros transportados por autobuses foráneos anualmente y un poco más de 25 millones de pasajeros aéreos al año.

Derivado de su importancia, la infraestructura de transportación en nuestro país requiere de un nivel y calidad que se constituya en una de sus principales fortalezas, a fin de configurar una parte del atractivo nacional y de competitividad turísticas. Por ello resulta necesario contar con información sobre el comportamiento y características del flujo de visitantes que utilizan la transportación terrestre foránea y líneas aéreas para arribar al destino de su elección.

Por lo anterior, las principales variables sobre viajes consideradas son:

- Tipo de transportación.
- Gasto de transporte.
- Destino.
- Tamaño de grupo.
- Principal motivo de viaje.
- Modalidad de viaje (uso de paquetes turísticos).
- Alojamiento.
- Gasto de alojamiento.
- Calificación de los servicios turísticos.
- Proyección de viaje.



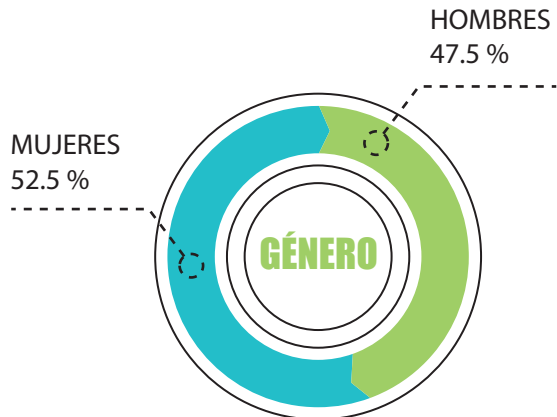
PRINCIPALES RESULTADOS

SOCIDEMOGRÁFICOS

GRÁFICA 1 GÉNERO

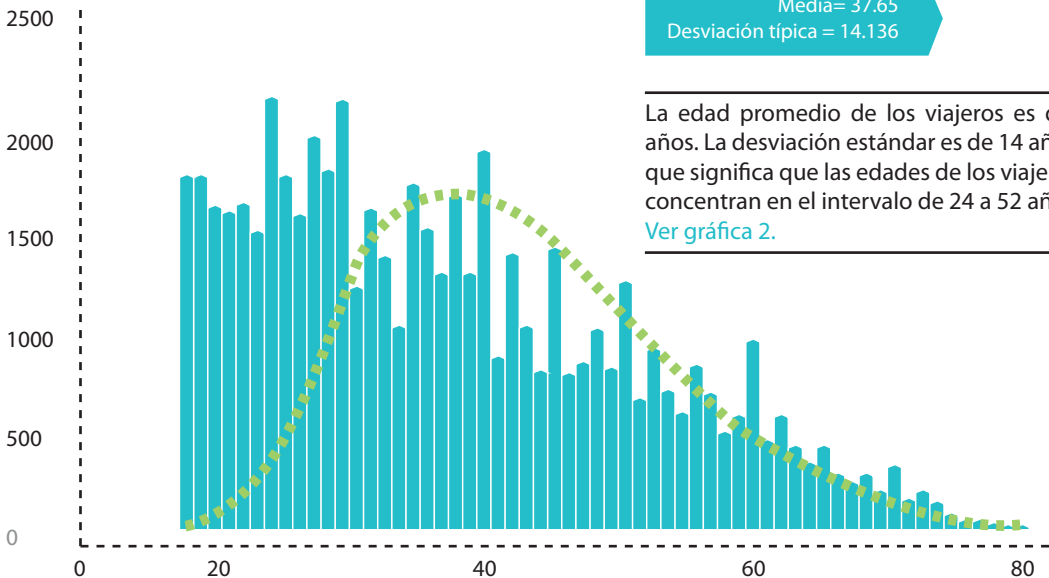
Media= 2.16
Desviación típica = 1.387

Se registró un porcentaje mayor de mujeres que realizaron un viaje en el periodo del invierno de 2010 al verano de 2011, con respecto a los hombres. En este sentido, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reporta en el Censo de Población y vivienda 2010 que en México hay un porcentaje ligeramente mayor de mujeres (51.2%) que de hombres (48.8%).



GRÁFICA 2 EDAD

Media= 37.65
Desviación típica = 14.136



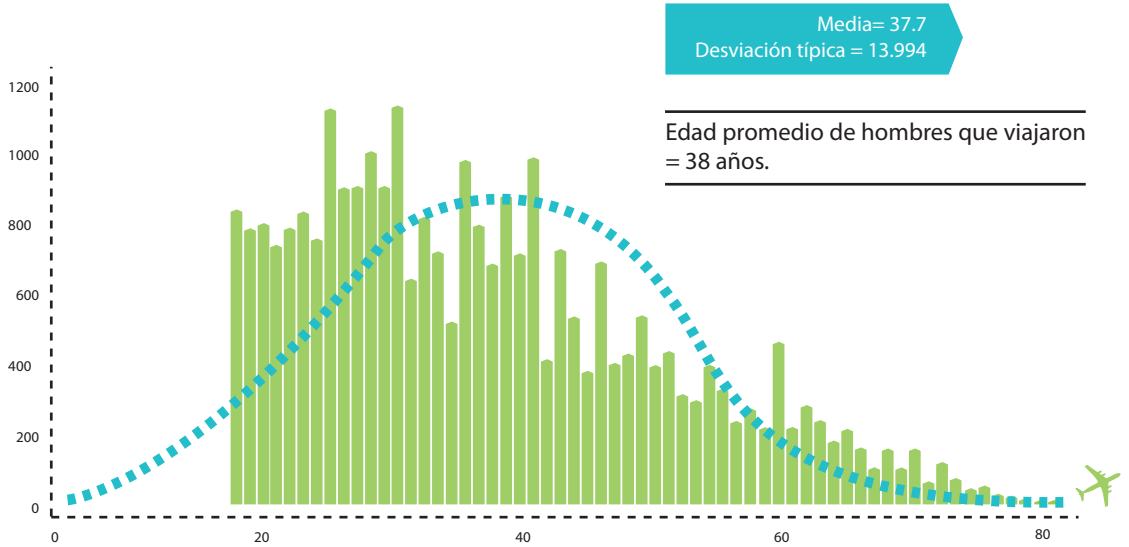
La edad promedio de los viajeros es de 38 años. La desviación estándar es de 14 años, lo que significa que las edades de los viajeros se concentran en el intervalo de 24 a 52 años.

[Ver gráfica 2.](#)



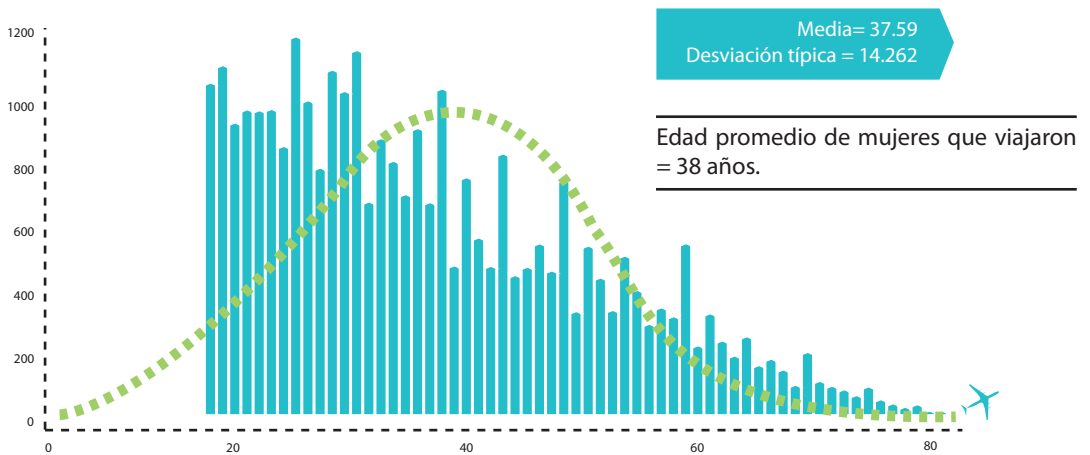
GRÁFICA 3

EDAD PROMEDIO DE HOMBRES



GRÁFICA 4

EDAD PROMEDIO DE MUJERES



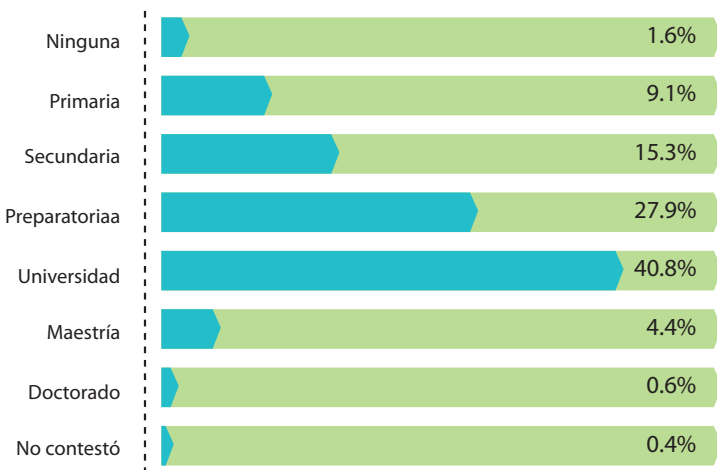
Se observa que no existe diferencia entre la edad promedio de los hombres y las mujeres que viajaron en el periodo de referencia. Ver gráfica 3 y 4.

TABLA 5 GRUPOS DE EDAD POR GÉNERO

Grupos de edad	Masculino	Femenino	Total
18 a 20 años	3.8%	4.9%	8.7%
21 a 30 años	14.3%	15.8%	30.2%
31 a 40 años	12.2%	12.4%	24.7%
41 a 50 años	8.1%	9.0%	17.1%
51 a 60 años	5.2%	6.3%	11.5%
61 y más	3.8%	4.1%	7.8%
Total	47.5%	52.5%	100.0%

De la [tabla 5](#) se observa que siete de cada diez viajeros tiene entre 21 y 50 años.

GRÁFICA 6 ESCOLARIDAD



De la [gráfica 6](#) se observa que va creciendo el porcentaje de escolaridad conforme esta avanza hacia la universidad y baja en estudios de posgrado: maestría y doctorado.



TABLA 7

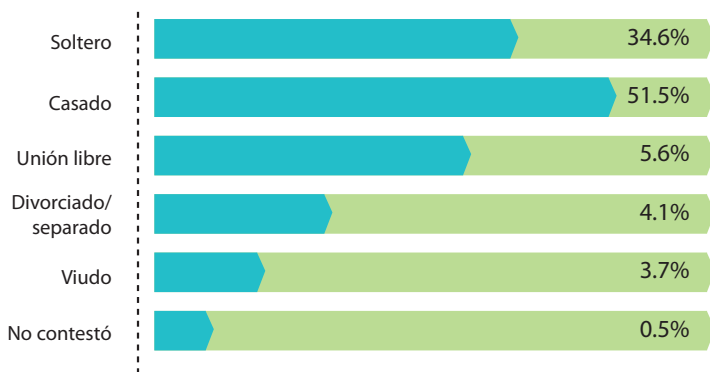
ESCOLARIDAD POR GÉNERO

Escolaridad	Hombre	Mujer
Ninguna	1.3%	1.8%
Primaria	7.6%	10.4%
Secundaria	14.2%	16.2%
Preparatoria	28.7%	27.1%
Universidad	42.0%	39.8%
Maestría	4.8%	3.9%
Doctorado	1.0%	0.4%
No contestó	0.4%	0.4%
Total	100.0%	100.0%

Por grupos de edad, tres de cada diez hombres que viajó, tiene estudios universitarios y su edad oscila entre los 21 a 40 años. Lo mismo ocurre con las mujeres en la misma condición.

GRÁFICA 8

ESTADO CIVIL



El porcentaje de hombres que tienen estudios universitarios, de maestría o doctorado y que realizó un viaje es mayor al de las mujeres en el mismo nivel de estudios. [Ver tabla 7.](#)

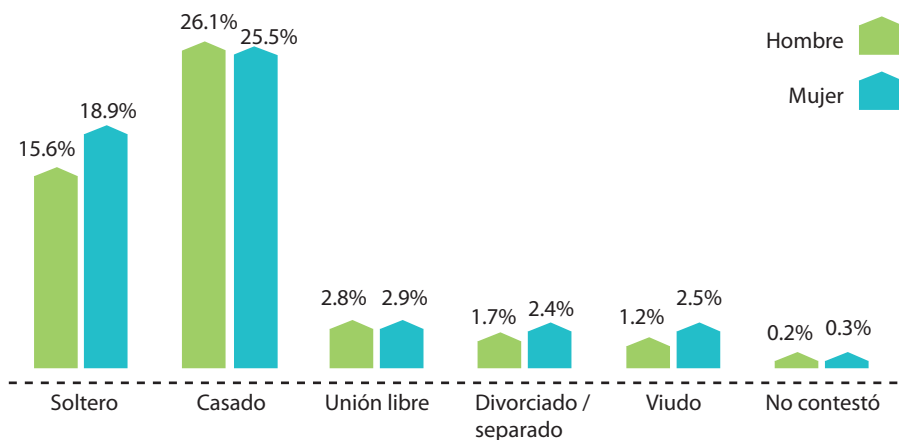
Una de cada dos personas que realiza un viaje esta casada, al verlo desagregado por género los hombres casados son los que representan la mayor proporción.

El porcentaje de mujeres solteras que realiza un viaje es mayor al de los hombres en la misma condición.

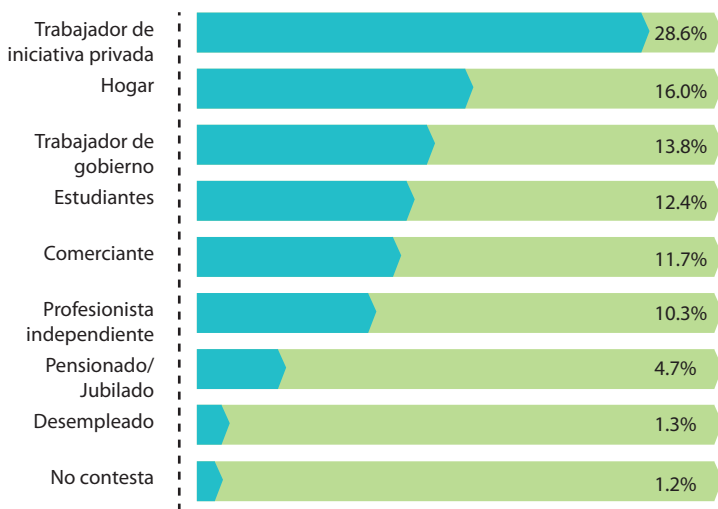
En cuanto a grupos de edad, la edad de los solteros, que gustan viajar, esta en el intervalo de los 21 a 30 años y de las personas casadas de 31 a 40.

[Ver gráficas 8 y 9.](#)

GRÁFICA 9 ESTADO CIVIL POR GÉNERO



GRÁFICA 10 PRINCIPAL OCUPACIÓN



Tres de cada diez hombres que realizaron un viaje trabaja en la iniciativa privada y se encuentra en el rango de edad de 21 a 50 años. La ocupación primordial de las mujeres que realizaron un viaje es el hogar, seguido de aquellas que trabajan en la iniciativa privada. [Ver gráficas 10 y 11.](#)

El grupo de edad de las mujeres que se dedica al hogar va de 31 a 60 años, mientras de las que trabajan en la iniciativa privada va de 21 a 50 años.

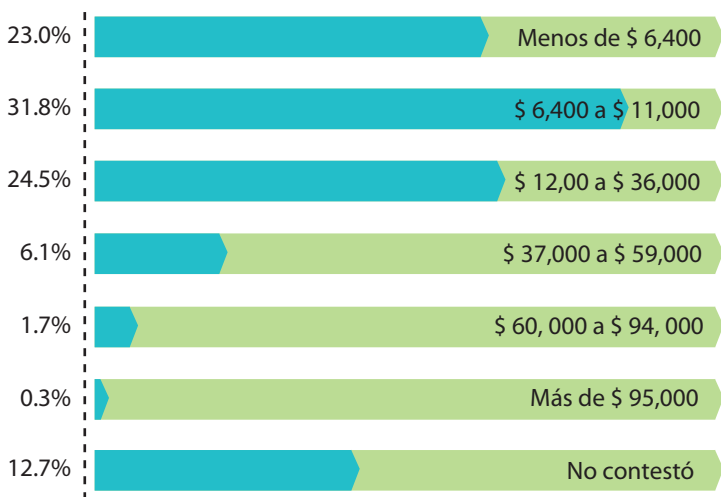


TABLA 11
OCUPACIÓN POR GÉNERO

Ocupación	Hombre	Mujer
Trabajador de iniciativa privada	35.3%	22.6%
Hogar	1.5%	29.1%
Trabajador de gobierno	14.7%	12.9%
Estudiantes	11.7%	13.1%
Comerciante	15.2%	8.5%
Profesionista independiente	12.5%	8.3%
Pensionado/ Jubilado	6.0%	3.6%
Desempleado	1.7%	1.0%
No contesta	1.5%	0.9%
Total	100.0%	100.0%

En cuanto a los estudiantes, el porcentaje de mujeres que viajó es ligeramente mayor que el de hombres y su rango de edad en ambos es de 18 a 30 años.

GRÁFICA 12
INGRESO FAMILIAR MENSUAL



Más del 50% de las familias donde al menos un integrante de la familia viajó, ganan entre \$6,400 y \$36,000 pesos al mes y lo hizo principalmente en semana santa y de pascua 2011. Ver gráficas 12 y 13.

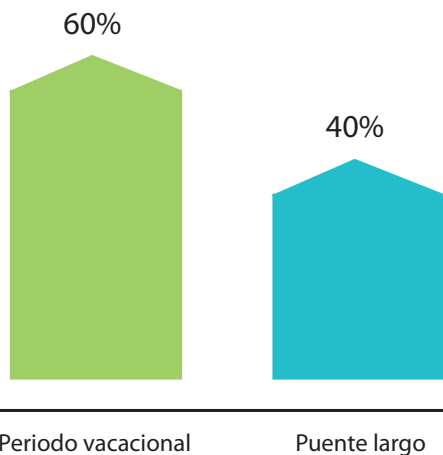
TABLA 13

INGRESO FAMILIAR MENSUAL POR PERIODOS VACACIONALES Y PUENTES LARGOS

Ingreso familiar mensual	Invierno 2010	Semana santa y de Pascua 2011	Verano 2011	Puente 5 de febrero	Puente 31 de marzo	Puente 20 de noviembre	Total
Menos de \$ 6,400	21.0%	23.8%	14.1%	18.6%	2.9%	19.6%	100%
\$ 6,400 a \$ 11,000	18.2%	23.1%	18.1%	20.6%	2.1%	17.8%	100%
\$ 12,00 a \$ 36,000	17.7%	25.1%	17.3%	16.6%	2.2%	21.1%	100%
\$ 37,000 a \$ 59,000	16.5%	27.3%	16.0%	13.2%	2.0%	25.0%	100%
\$ 60,000 a \$ 94,000	15.5%	28.9%	7.7%	14.5%	1.7%	31.7%	100%
Más de \$ 95,000	20.7%	38.0%	5.0%	20.1%	1.7%	14.5%	100%

FLUJO DE TURISTAS POR PERIODO VACACIONAL O PUENTE LARGO

GRÁFICA 14

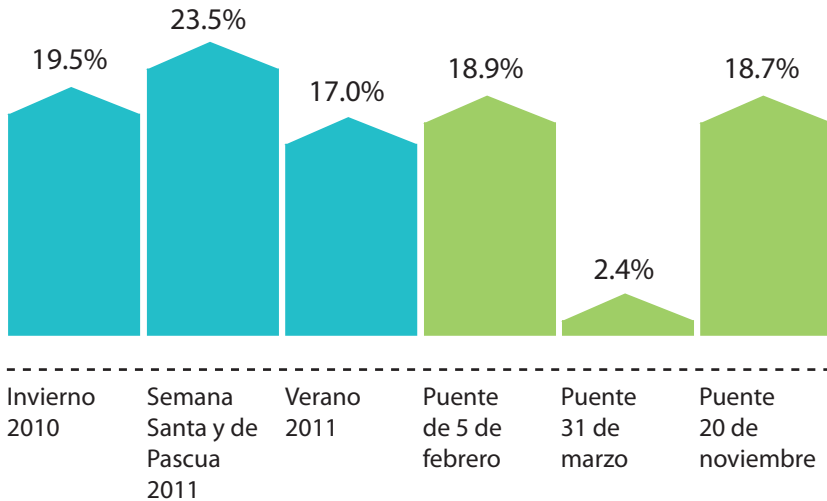


Seis de cada diez personas entrevistadas realizaron un viaje en periodos vacacionales (invierno 2010, semana santa y de pascua 2011 o verano 2011) y cuatro de cada diez lo hicieron en puentes largos (5 de febrero, 31 de marzo o 20 de noviembre). [Ver gráfica 14.](#)



GRÁFICA 15

FLUJO DEL TURISMO POR PERIODO VACACIONAL O PUENTE LARGO DESAGREGADO



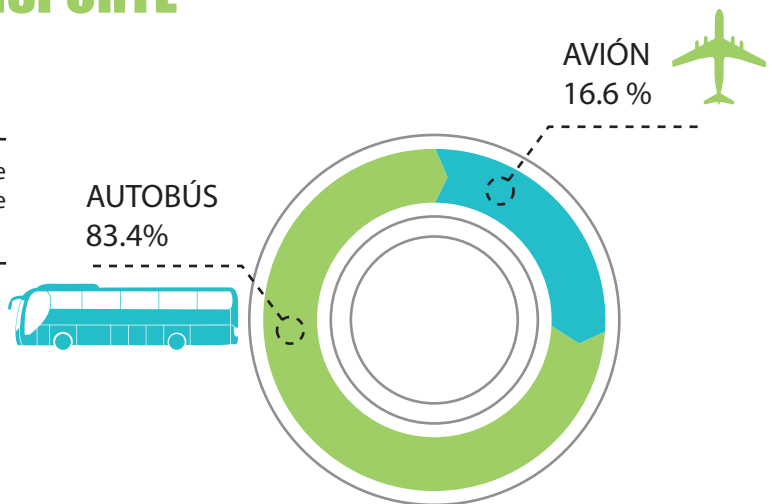
Específicamente el periodo que registra un mayor flujo de turistas es la semana santa y de pascua 2011. [Ver gráfica 15.](#)

MEDIO DE TRANSPORTE

GRÁFICA 16

MEDIO DE TRANSPORTE

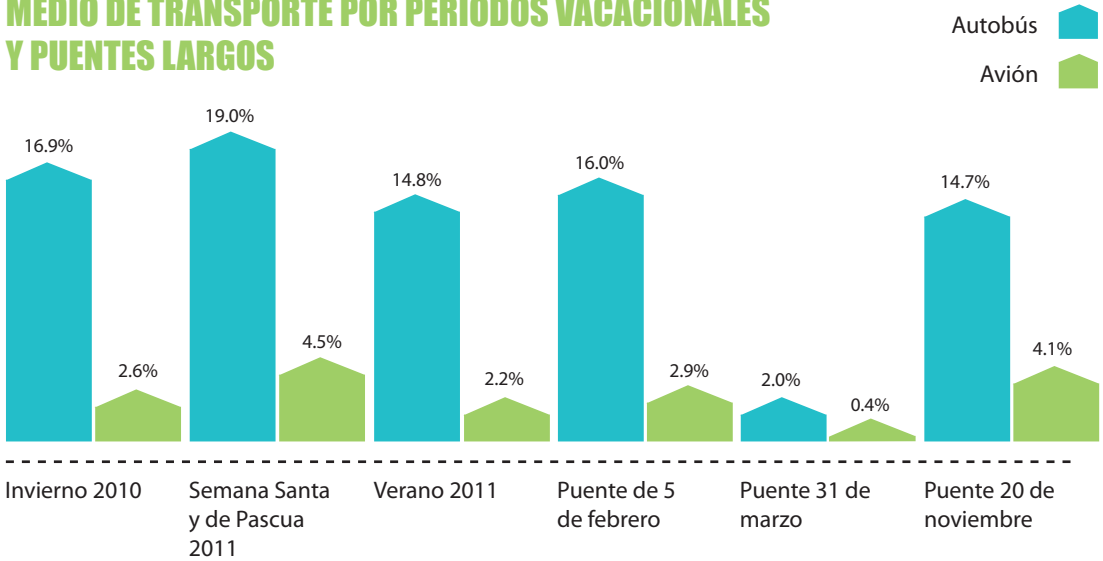
En lo que respecta al medio de transporte, fue el autobús el que concentró 8 de cada 10 viajeros.



PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE

GRÁFICA 17

MEDIO DE TRANSPORTE POR PERIODOS VACACIONALES Y PUENTES LARGOS



En promedio, las personas que viajan por autobús cuadruplican a las que lo hacen por avión.

GRÁFICA 18

PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE



Cinco de cada diez personas hace un viaje para visitar a familiares o amigos. Cuatro de cada diez lo realiza específicamente para descansar, pasar un momento de recreación o vacacionar.

[Ver gráfica 18.](#)

La proporción de los que hacen las actividades antes mencionadas es más alta en los que viajan por avión que por autobús. [Ver tabla 19.](#)



TABLAS 19

PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE DESAGREGADO POR MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Principal motivo de su viaje	Avión	Autobús	Total
Visita a familiares o amigos	41.9%	51.0%	49.5%
Descanso, recreación, vacaciones	43.6%	35.6%	36.9%
Negocios, motivos laborales	4.1%	3.2%	3.4%
Evento deportivo, cultural o social	3.8%	3.0%	3.1%
Tratamiento de salud	1.7%	3.1%	2.9%
Congreso, convención, exposición	2.1%	1.0%	1.2%
Religión, peregrinación	0.6%	1.1%	1.0%
Luna de miel, romance	1.2%	0.6%	0.7%
Otro (estudios, trámites)	0.9%	1.5%	1.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

TABLAS 20

PRINCIPAL MOTIVO DESAGREGADO POR PERIODO VACACIONAL

Principal motivo de su viaje	Invierno 2010	Semana Santa y Pascua 2011	Verano 2011	Total
Visita a familiares o amigos	51.7%	49.1%	48.3%	49.7%
Descanso, recreación, vacaciones	35.9%	40.3%	34.0%	37.1%
Negocios, motivos laborales	4.2%	1.8%	5.7%	3.7%
Tratamiento de salud	2.4%	2.4%	3.6%	2.8%
Evento deportivo, cultural o social	2.2%	2.4%	3.6%	2.7%
Religión, peregrinación	0.7%	1.5%	0.9%	1.1%
Congreso, convención, exposición	0.4%	1.1%	1.3%	0.9%
Luna de miel, romance	0.9%	0.9%	0.4%	0.7%
Otro (estudios, trámites)	1.6%	0.5%	2.1%	1.3%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

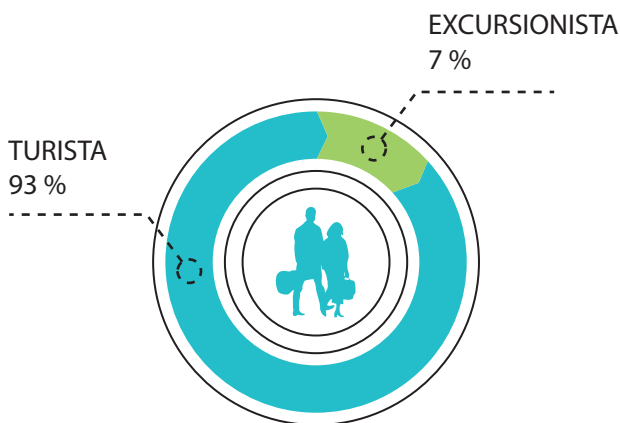
TABLAS 21

PRINCIPAL MOTIVO DESAGREGADO POR PUENTE LARGO

Principal motivo de su viaje	Puente 5 de febrero 2011	Puente 31 de Marzo 2011	Puente 20 de Noviembre 2011	Total
Descanso, recreación, vacaciones	47.7%	55.8%	49.6%	49.1%
Visita a familiares o amigos	37.3%	27.2%	37.4%	36.7%
Negocios, motivos laborales	2.2%	1.8%	4.1%	3.1%
Congreso, convención, exposición	3.4%	3.2%	2.2%	2.8%
Tratamiento de salud	2.7%	3.6%	1.7%	2.3%
Religión, peregrinación	1.3%	1.2%	1.8%	1.5%
Luna de miel, romance	0.8%	1.3%	0.8%	0.8%
Evento deportivo, cultural o social	2.5%	3.6%	1.6%	2.2%
Otro (estudios, trámites)	2.2%	2.2%	0.8%	1.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

GRÁFICA 22

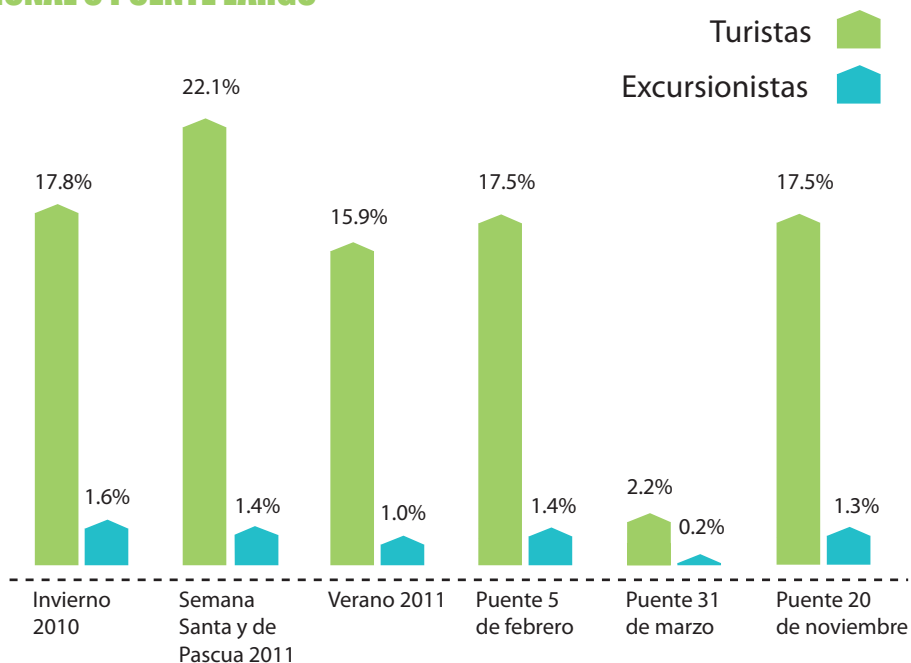
TIPO DE VISITANTE



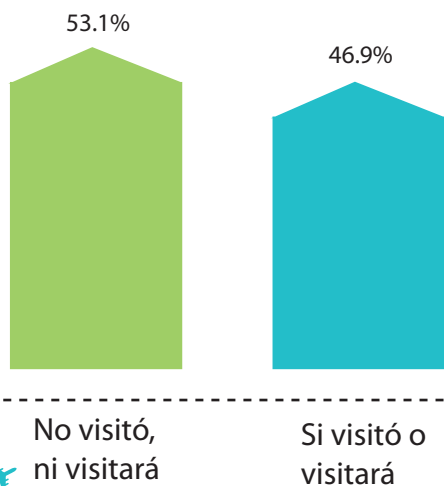
Nueve de cada diez personas se desplazaron a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia y permaneció al menos una noche en ese destino. [Ver gráfica 22.](#)

GRÁFICA 23

TIPO DE VISITANTE POR PERIODO VACACIONAL O PUENTE LARGO



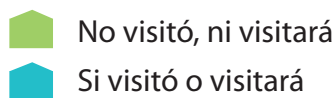
De manera general el periodo vacacional que registró el mayor número de turistas en el estudio es la semana santa y de pascua 2011. [Ver gráfica 23.](#)



GRÁFICA 24

TURISTAS QUE VISITARON O NO OTROS DESTINOS

Uno de cada dos turistas al momento de viajar sólo escoge un principal destino para viajar. [Ver gráfica 24.](#)



PRINCIPALES DESTINOS VISITADOS

GRÁFICA 25 PRINCIPALES DESTINOS VISITADOS

El Distrito Federal fue el lugar preferido para viajar, seguido de Quintana de Roo y de Veracruz.

[Ver gráfica 25.](#)

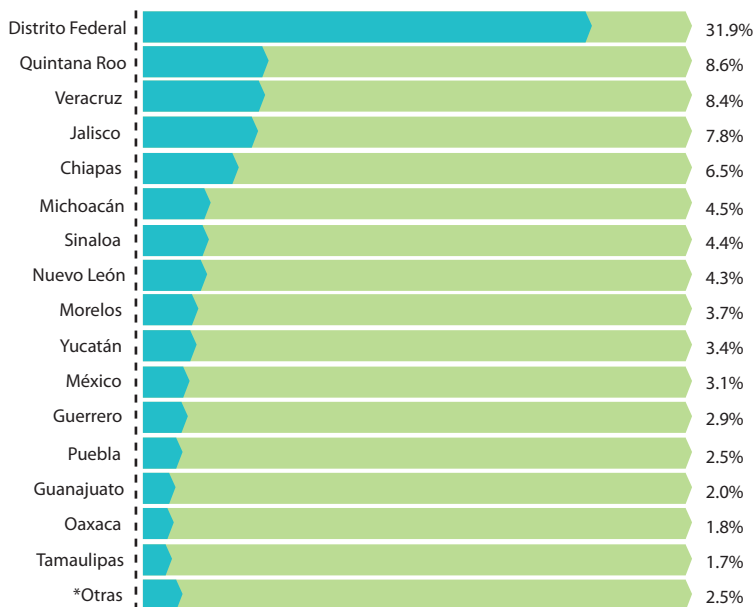


TABLA 26 PRINCIPALES DELEGACIONES O MUNICIPIOS VISITADOS

Las diez principales delegaciones o municipios de la República Mexicana que fueron visitados del invierno de 2010 al verano de 2011 en periodos vacacionales y puentes largos. [Ver tabla 26.](#)

No	Delegación / Municipio
1	Cauhtémoc
2	Municipio de Veracruz
3	Iztapalapa
4	Gustavo A. Madero
5	Benito Juárez
6	Tlalpan
7	Miguel Hidalgo
8	Coyoacán
9	Venustiano Carranza
10	Álvaro Obregón

*Se agruparon los estados con un porcentaje menor al 2%: Nayarit, Tlaxcala, Hidalgo, Tabasco, Querétaro, Campeche, Coahuila, Chihuahua, San Luis Potosí, Colima, Durango, Zacatecas, Baja California, Aguascalientes, Sonora y Baja California Sur.

TABLA 27**PRINCIPALES ENTIDADES QUE VISITAN EL DISTRITO FEDERAL**

Posición	Estado
1	Veracruz
2	México
3	Guerrero
4	Michoacán
5	Puebla

**TABLA 28****PRINCIPALES ENTIDADES QUE VISITAN QUINTANA ROO**

Posición	Estado
1	Veracruz
2	Distrito Federal
3	Michoacán de Ocampo
4	México
5	Guerrero



TABLA 29

PRINCIPALES ENTIDADES QUE VISITAN VERACRUZ

Posición	Estado
1	Distrito Federal
2	México
3	Michoacán de Ocampo
4	Guerrero
5	Jalisco




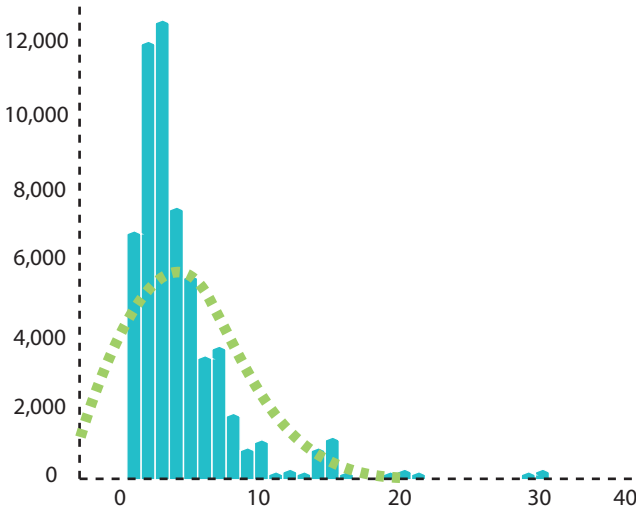
TABLA 30

PRINCIPALES DESTINOS VISITADOS POR PERIODO VACACIONAL O PUENTE LARGO

Periodo	1	2	3	4	5
Invierno 2010	Distrito Federal	Quintana Roo	Veracruz	Chiapas	México
Semana Santa y de Pascua 2011	Distrito Federal	Chiapas	Quintana Roo	Veracruz	Jalisco
Verano 2011	Distrito Federal	Veracruz	Quintana Roo	Michoacán de Ocampo	Jalisco
Puente 5 de Febrero	Distrito Federal	Jalisco	Veracruz	Quintana Roo	Chiapas
Puente 31 de Marzo	Distrito Federal	Jalisco	Veracruz	Morelos	Quintana Roo
Puente 20 de Noviembre	Distrito Federal	Quintana Roo	Jalisco	Veracruz	Nuevo León

En el Distrito Federal las delegaciones más visitadas son la Cuauhtémoc, Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Benito Juárez; en el Estado de Quintana Roo, Playa del Carmen, el municipio de Benito Juárez, Isla Mujeres, Cancún, Xcaret y Tulum; en Veracruz, Veracruz Puerto y Xalapa; en Chiapas, Chiapa de Corzo; en el Estado de México, Ecatepec, Naucalpan y Ciudad Nezahualcóyotl; en Jalisco, Guadalajara y Puerto Vallarta; en Morelos, Cuernavaca; y en Michoacán, Morelia.

NOCHES PROMEDIO DE ESTANCIA



¿Cuántas noches permaneció en este destino?

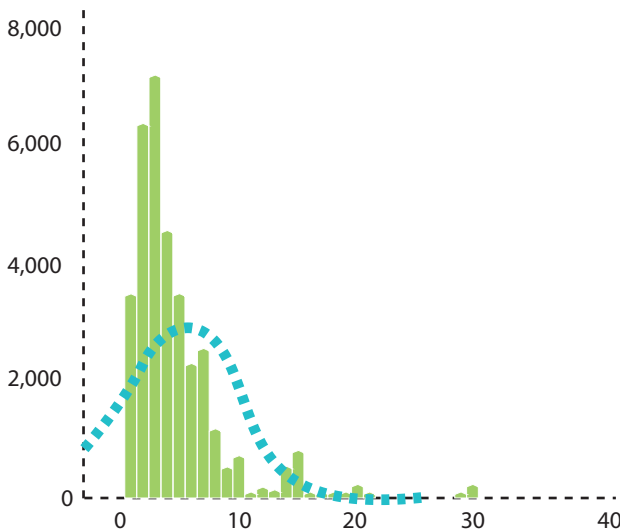
GRÁFICA 31

NOCHES PROMEDIO DE ESTANCIA

Media= 4.54
Desviación típica = 4.04

Considerando los periodos vacacionales y los puentes largos, las noches promedio de estancia de los turistas en general en el periodo de referencia es de 4.5 noches.

[Ver gráfica 31.](#)



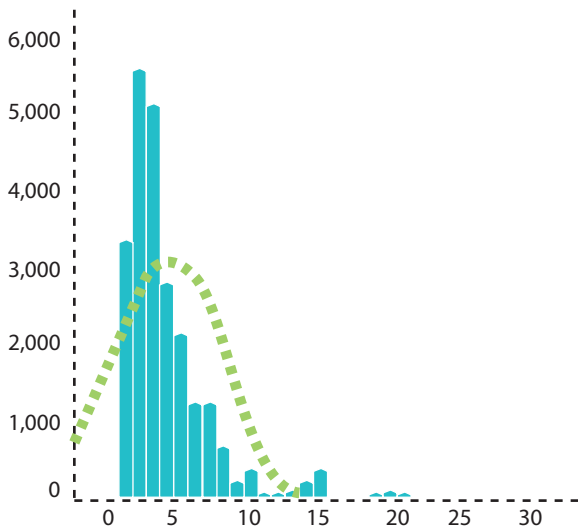
¿Cuántas noches permaneció en este destino?

GRÁFICA 32

NOCHES PROMEDIO DE ESTANCIA, POR PERIODO VACACIONAL

Media= 4.95
Desviación típica = 4.499

Las noches promedio de estancia de los turistas en periodos vacacionales es de 4.9 noches. [Ver gráfica 32.](#)



GRÁFICA 33 NOCHES PROMEDIO DE ESTANCIA POR PUENTE LARGO

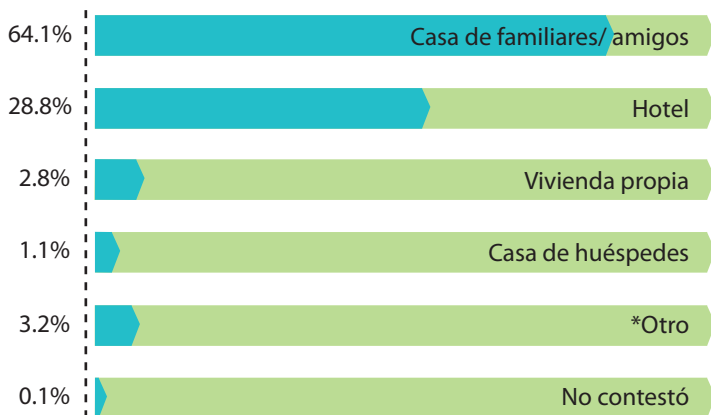
Media= 3.93
Desviación típica = 3.131

En puentes largos el promedio de noches se reduce a 3.9. [Ver gráfica 33.](#)

¿Cuántas noches permaneció en este destino?

ALOJAMIENTO

GRÁFICA 34 TIPO DE ALOJAMIENTO



*Se agruparon las menciones con un porcentaje menor al 1%: vivienda rentada, hostel, bungalows, cabaña, tiempo compartido, motel, posada, campamento, tienda de campaña, hospedaje en el balneario, intercambios, trailer park, motorhome, albergue. [Ver gráfica 34.](#)

TABLA 35

ALOJAMIENTO POR LLEGADA A TERMINAL AÉREA

Tipo de alojamiento	Porcentaje
Casa de familiares / amigos	49.7%
Hotel	43.5%
Vivienda propia	2.7%
Hostel, bungalows, cabaña	1.1%
Tiempo compartido	1.0%
Otro	1.9%
No contestó	0.1%
Total	100%

El porcentaje de personas que se hospeda en casa de familiares y amigos es significativamente mayor en aquellos turistas que viajan por autobús (67.1%) que los que viajan por avión (49.7%).

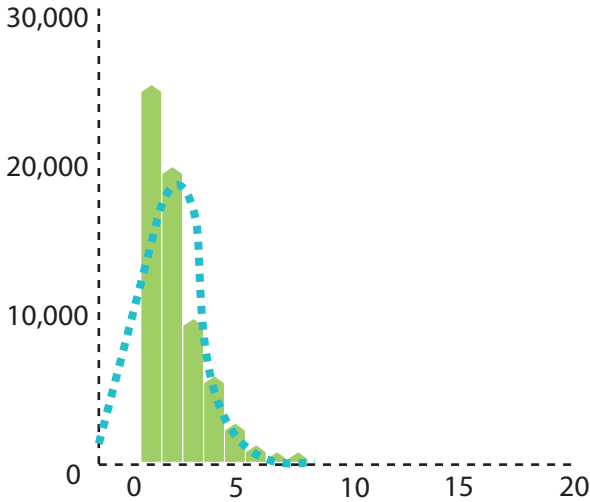
TABLA 36

ALOJAMIENTO POR LLEGADA A TERMINAL DE AUTOBUSES

Tipo de alojamiento	Porcentaje
Casa de familiares / amigos	67.1%
Hotel	25.7%
Vivienda propia	2.9%
Casa de huéspedes	1.2%
Otro	3.1%
No contestó	0.1%
Total	100%

También se observa que en lo que respecta al hospedaje en hotel los porcentajes varían considerablemente en cuanto a si se viaja por avión (43.5%) o por autobús (25.7%).

TAMAÑO DE GRUPO



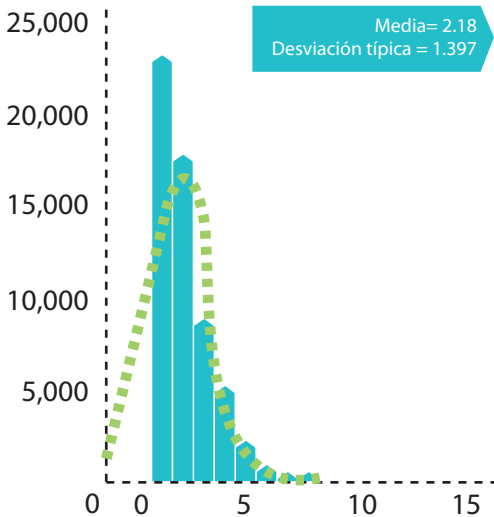
Incluido usted mismo,
¿Cuántos adultos, jóvenes o niños viajan con usted?

GRÁFICA 37 TAMAÑO DE GRUPO

Media= 2.16
Desviación típica = 1.387

En promedio el tamaño del grupo de viaje es de dos personas con una desviación estándar de 1.4, lo que significa que el tamaño del grupo va de una a cuatro personas por viaje.
[Ver gráfica 37](#)

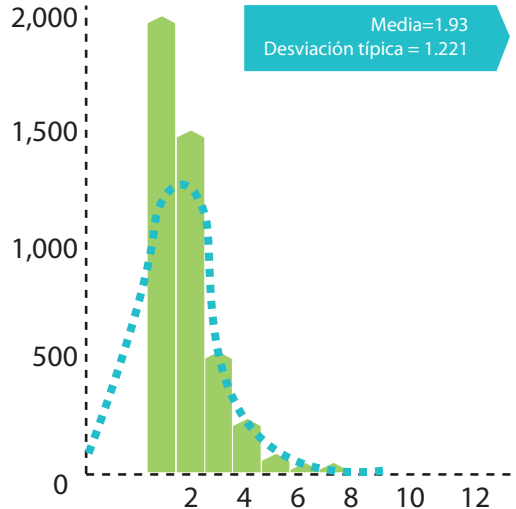
GRÁFICA 38 TAMAÑO DE GRUPO, TURISTAS



Incluido usted mismo,
¿Cuántos adultos, jóvenes o niños viajan con usted?

Media= 2.18
Desviación típica = 1.397

GRÁFICA 39 TAMAÑO DE GRUPO, EXCURSIONISTAS



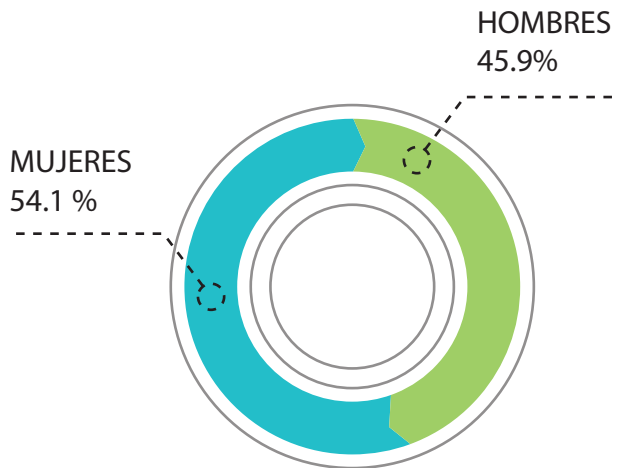
Incluido usted mismo,
¿Cuántos adultos, jóvenes o niños viajan con usted?

Media=1.93
Desviación típica = 1.221

GRÁFICA 40 TAMAÑO DE GRUPO, MUJERES Y HOMBRES

El 54.1% de las personas del grupo son mujeres, mientras que el 45.9% son hombres, casi se tiene la misma proporción del total de encuestados en el estudio.

Ver gráfica 1 y gráfica 40.



PRINCIPALES LÍNEAS UTILIZADAS PARA VIAJAR

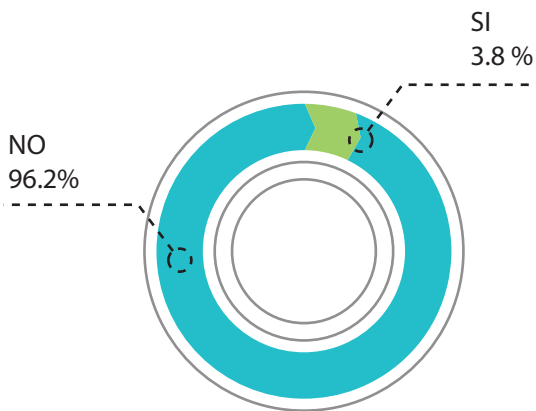
No	Línea aérea
1	Interjet
2	Volaris
3	Vivaaerobus
4	Aeroméxico
5	Magnicharter

TABLA 41
**PRINCIPALES LÍNEAS ARÉREAS
POR LAS QUE LOS VIAJEROS
SE TRANSPORTAN**

TABLA 42
**PRINCIPALES LÍNEAS DE
AUTOBUSES POR LAS
QUE LOS VIAJEROS
SE TRANSPORTAN**

No	Línea de autobús
1	ADO
2	Pull de Morelos
3	Primera Plus
4	OCC
5	ETN
6	Autovías

VIAJE POR CUENTA PROPIA O EN PAQUETE



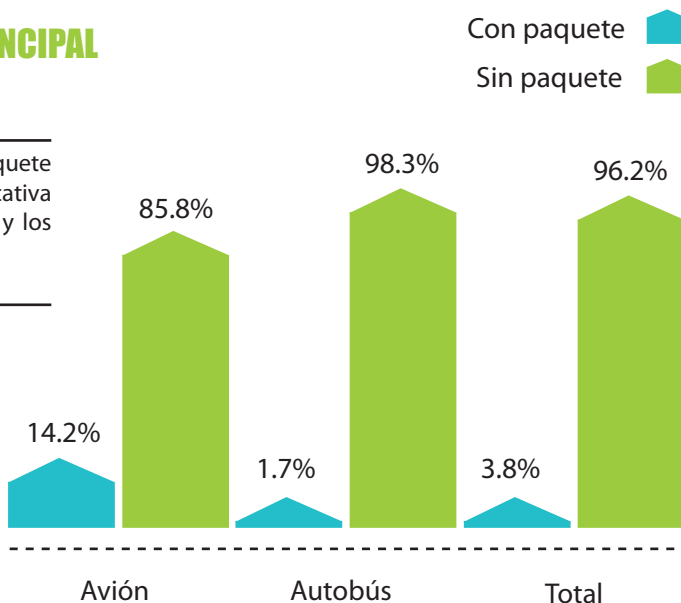
GRÁFICA 43
¿SU VIAJE FORMA PARTE DE UN PAQUETE?

El 96.2% de las personas que realizaron viaje lo hicieron por cuenta propia sin adquirir un paquete turístico

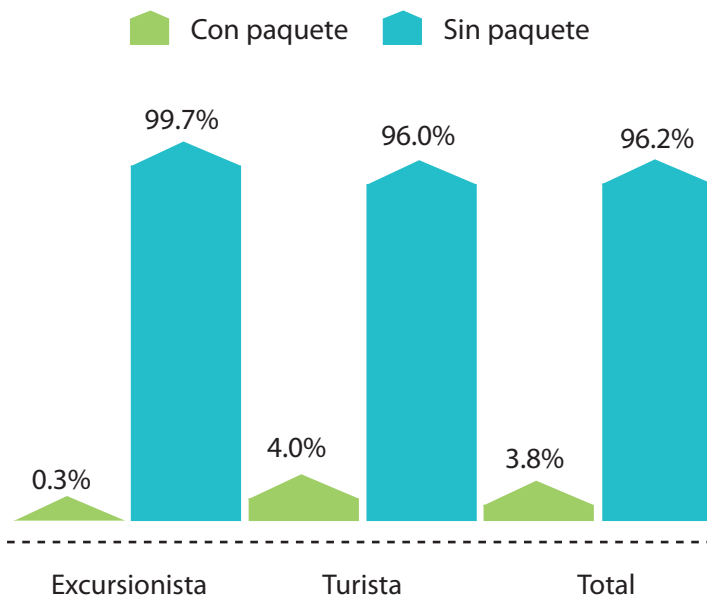
GRÁFICA 44
PAQUETE TURÍSTICO POR PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

Al momento de decidir adquirir un paquete turístico existe una diferencia significativa entre los que viajan por avión (14.2%) y los que lo hacen por autobús (1.7%).

[Ver gráfica 44.](#)

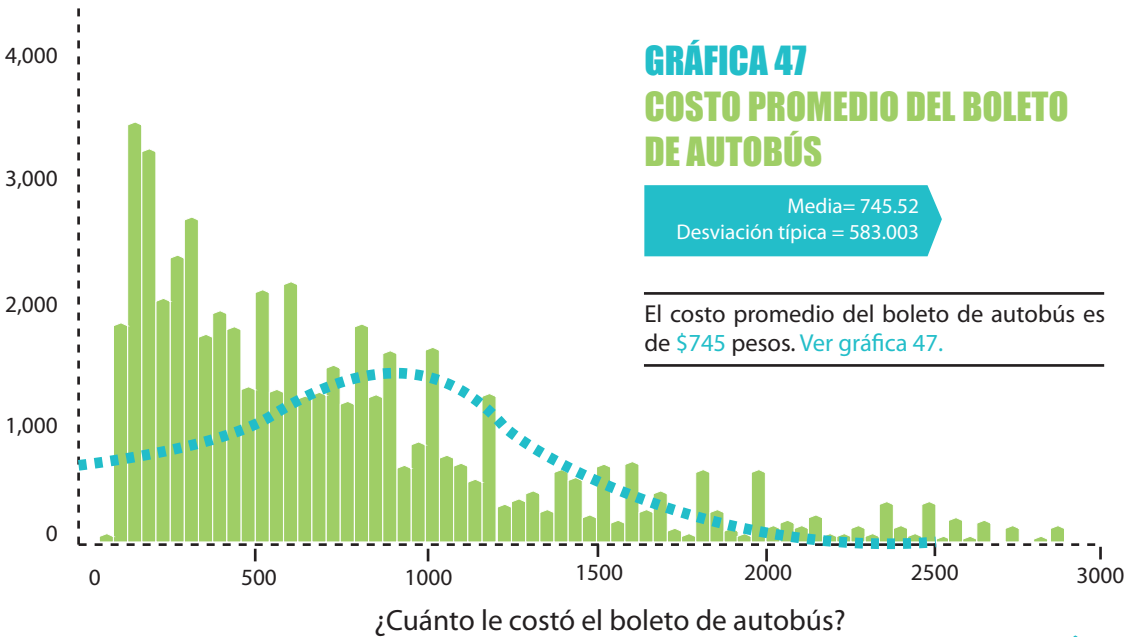
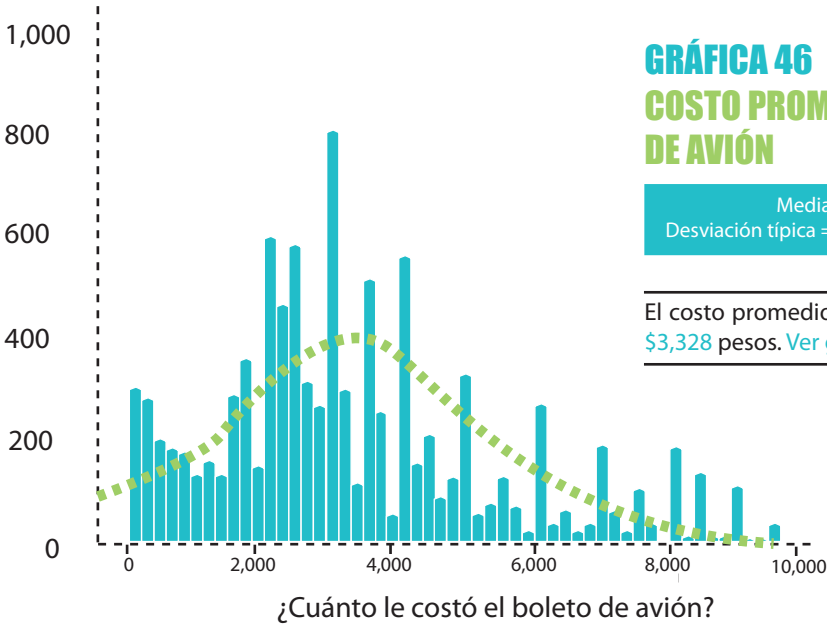


GRÁFICA 45 PAQUETE TURÍSTICO POR TIPO DE VIAJERO



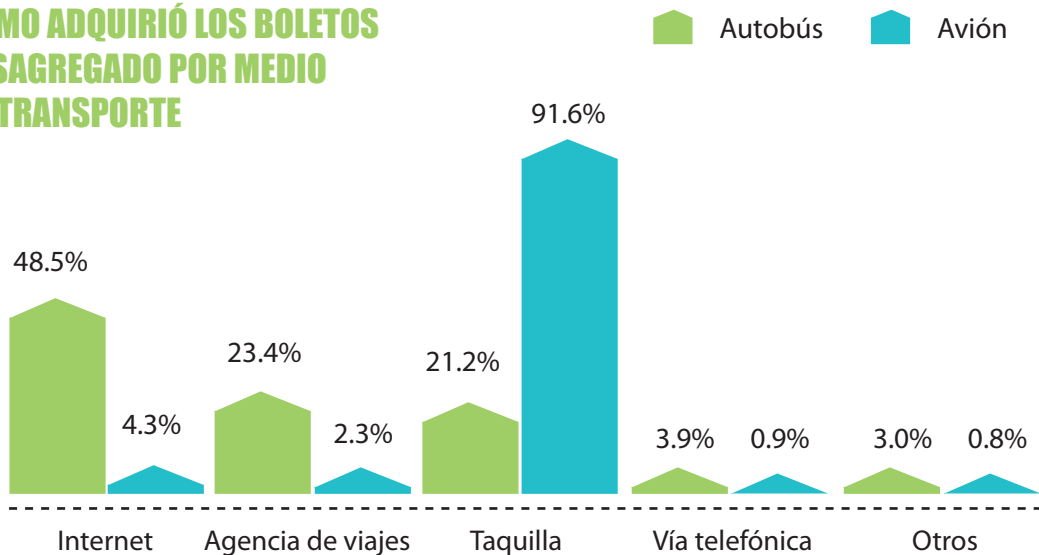
Esta diferencia no es tan amplia en cuanto al tipo de viajero, aunque si se observa mayor preferencia entre los turistas (4.0%) que entre los excursionistas (0.3%) por este tipo de paquetes. [Ver gráfica 45.](#)

COSTO DEL BOLETO



GRÁFICA 48

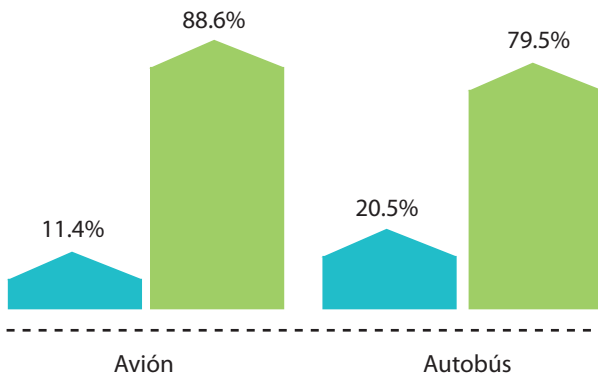
CÓMO ADQUIRIÓ LOS BOLETOS DESAGREGADO POR MEDIO DE TRANSPORTE



Una de cada dos personas que viajan por avión adquieren sus boletos por Internet, caso contrario, nueve de cada diez que lo hacen por autobús los adquieren directamente en las taquillas de las terminales y dos de cada diez utiliza algún tipo de descuento en la compra de su boleto de autobús. [Ver gráfica 48](#)

GRÁFICA 49

TUVO ALGÚN TIPO DE DESCUENTO EN SU BOLETO DESAGREGADO POR MEDIO DE TRANSPORTE



CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA TERMINAL DE AUTOBUSES

TABLA 50

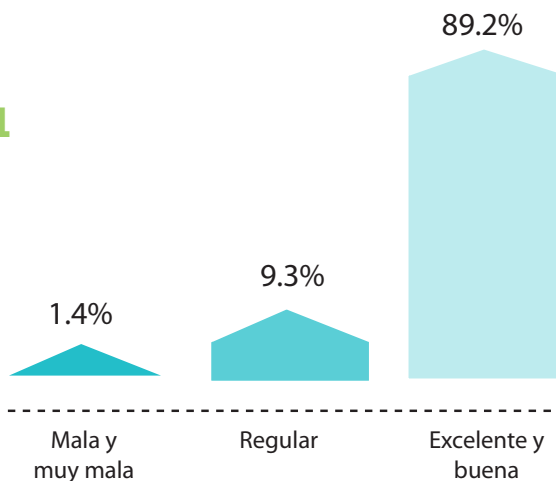
CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA TERMINAL DE AUTOBUSES

	Mala y muy mala	Regular	Excelente y buena
El servicio ofrecido por el personal	1.8%	9.8%	88.4%
Las instalaciones	2.3%	13.7%	84.0%
La entrega de equipaje	1.8%	14.3%	83.8%
La información proporcionada	2.5%	14.2%	83.3%
La seguridad	2.9%	15.0%	82.1%
Limpieza	4.0%	15.2%	80.8%

GRÁFICA 51 EN GENERAL, CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN LA TERMINAL

Le hace falta:

1. Más limpieza
2. Mayor seguridad
3. Mejores instalaciones



El aspecto mejor evaluado es el servicio proporcionado por el personal, seguido de las instalaciones. Ver [gráfica 50](#). De manera general al momento de preguntar cómo califica su experiencia en la terminal de autobuses el 89.2% contestó que fue excelente o buena. Sin embargo, los que no dieron tan alta calificación aprecian que principalmente hace falta más limpieza, seguridad y mejores instalaciones en las terminales. Ver [gráfica 51](#).



CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA TERMINAL AÉREA

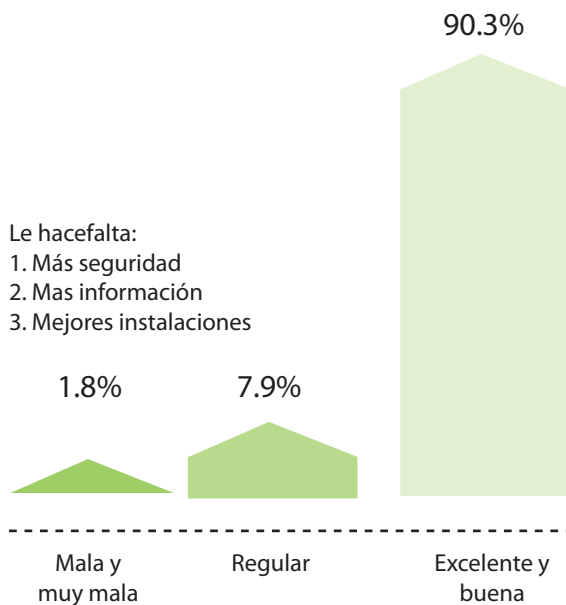
TABLA 52
CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA TERMINAL AÉREA

	Mala y muy mala	Regular	Excelente y buena
El servicio ofrecido por el personal	3.7%	9.5%	86.8%
Las instalaciones	3.7%	15.1%	81.2%
La seguridad	3.8%	15.3%	80.9%
La entrega de equipaje	1.4%	19.0%	79.5%
Limpeza	3.2%	17.6%	79.2%
La información proporcionada	3.0%	18.5%	78.5%

GRÁFICA 53 EN GENERAL, CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN LA TERMINAL

El 90.3% contestó que de manera general su experiencia en la terminal aérea fue excelente o buena. Los que no dieron tan alta calificación coinciden con los que se transportan por autobús que hace falta más seguridad y terminales con mejores instalaciones.

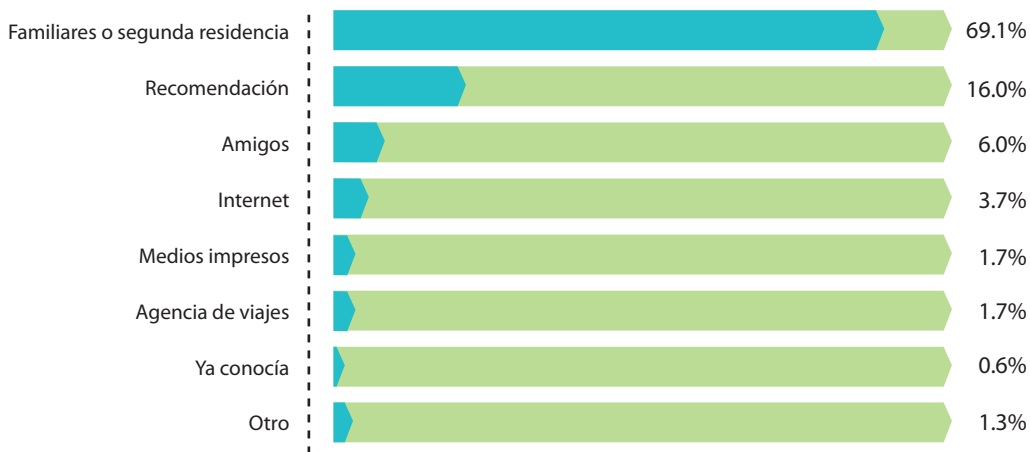
[Ver gráfica 53.](#)



PROMOCIÓN DEL DESTINO

GRÁFICA 54

¿CÓMO SE ENTERÓ DEL DESTINO?



El 69.1% tuvo conocimiento del destino por familiares o es su segunda residencia. El 16% por recomendación de algún conocido. El 6% por recomendación de un amigo. El 3.7% se enteró a través de Internet. Ver gráfica 54.

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

TABLA 55

CALIFICACIÓN DEL DESTINO

Aspectos	Mala y muy mala	Regular	Excelente y buena
Facilidad para llegar al destino	2.1%	9.7%	88.2%
Limpieza en las calles y áreas públicas	13.8%	26.1%	60.1%
Seguridad	12.1%	24.3%	63.6%
Diversidad de atractivos turísticos	0.6%	5.8%	93.6%



TABLA 56
CALIFICACIÓN DEL HOSPEDAJE

Aspectos	Mala y muy mala	Regular	Excelente y buena
La experiencia en general con el hospedaje	1.2%	9.3%	89.5%
Calidad - Precio del hospedaje	1.9%	14.2%	83.9%

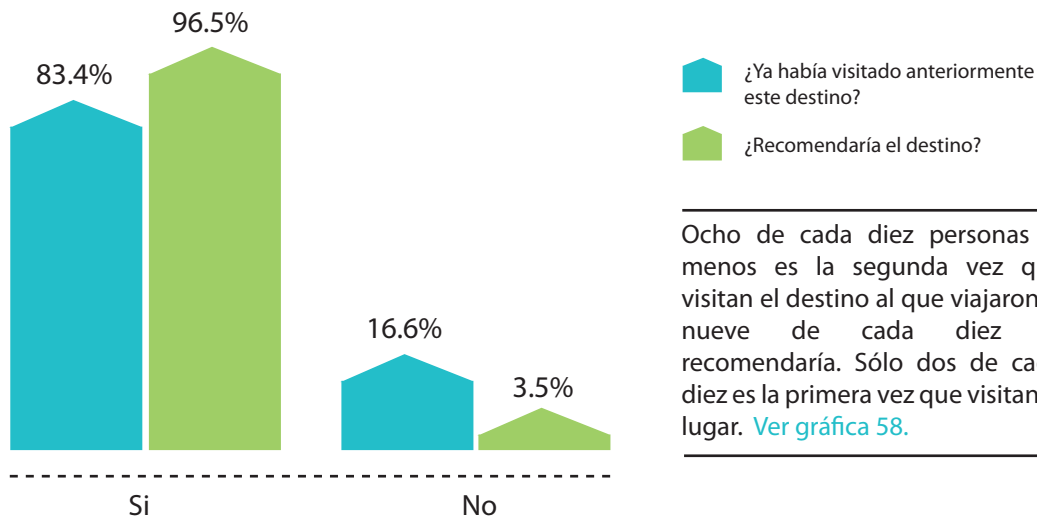
TABLA 57
CALIFICACIÓN DEL TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL

Aspectos	Mala y muy mala	Regular	Excelente y buena
La experiencia con el transporte público local	5.1%	21.9%	72.9%
Calidad-precio del transporte público local	6.6%	21.5%	72.0%
La amabilidad y el trato personal del transporte público local	8.6%	23.2%	68.2%
Limpieza del transporte público local	7.7%	26.1%	66.2%

En cuanto a la calificación de los servicios turísticos que el lugar les ofreció, en el tema del destino, lo que mejor fue evaluado fue la facilidad para llegar al destino (88.2%), en cuanto a su experiencia en general con el hospedaje el 89.5% coincidió en que fue excelente o bueno. Y por último, con respecto al transporte público local, en general al 72.9% le pareció que su experiencia fue excelente o buena. De los tres temas el de hospedaje fue el mejor evaluado. Ver tablas 55, 56 y 57.

GRÁFICA 58

EXPERIENCIA PREVIA EN EL DESTINO Y PROMOCIÓN



Ocho de cada diez personas al menos es la segunda vez que visitan el destino al que viajaron, y nueve de cada diez lo recomendaría. Sólo dos de cada diez es la primera vez que visitan el lugar. [Ver gráfica 58.](#)

TABLA 59

¿Ya había visitado anteriormente este destino?	¿Recomendaría el destino?		Total
	Si	No	
Si	80.5%	2.9%	83.4%
No	15.9%	0.6%	16.6%
Total	96.5%	3.5%	100%

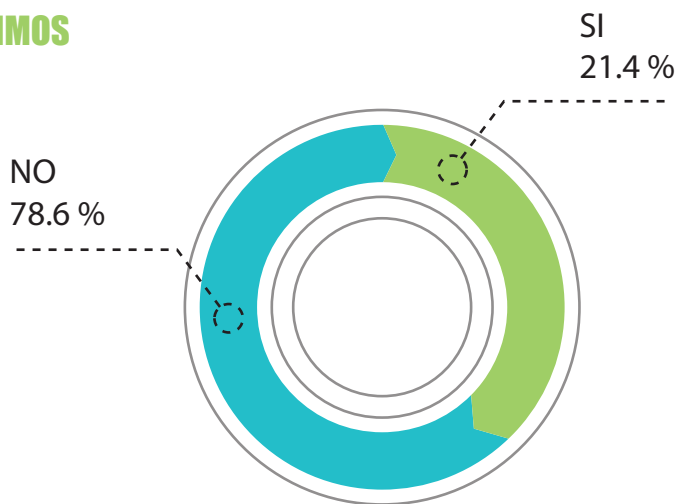
De la tabla anterior se observa que ocho de cada diez personas han visitado con anterioridad el destino, regresó y lo recomendaría. [Ver tabla 59.](#)



PROYECCIÓN DE UN VIAJE

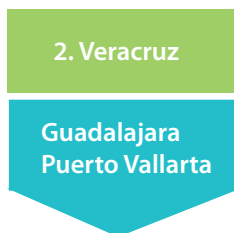
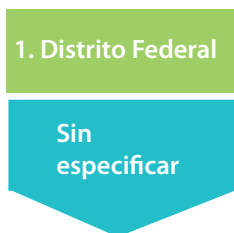
GRÁFICA 60

¿PLANEA VIAJAR EN LOS PRÓXIMOS DOS MESES?



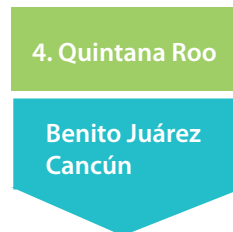
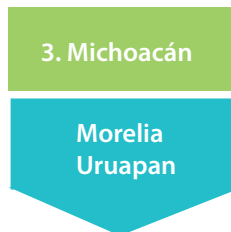
GRÁFICA 61

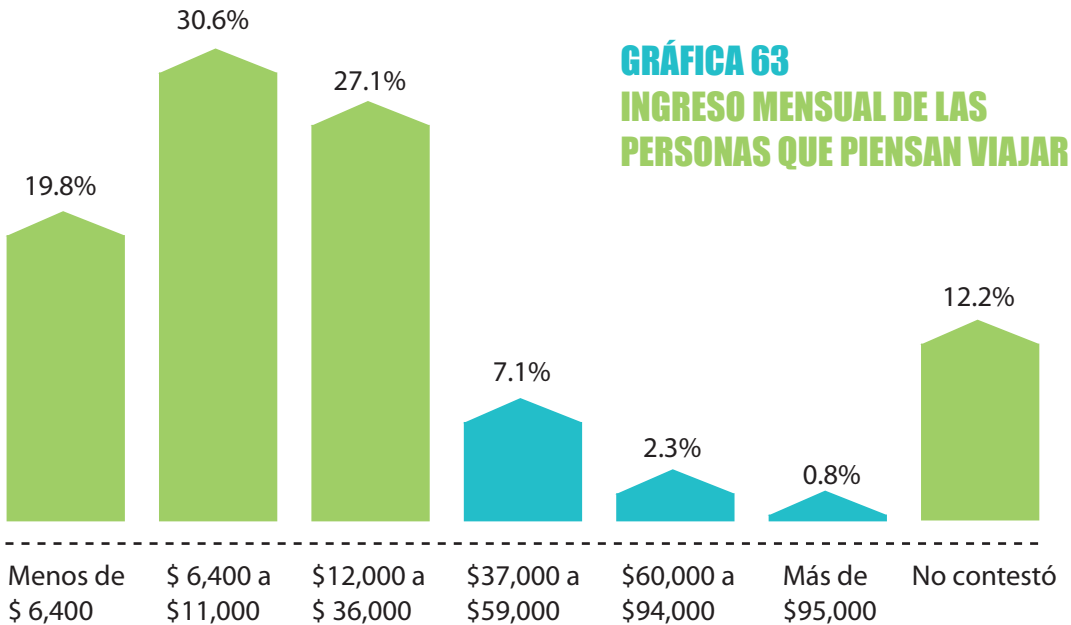
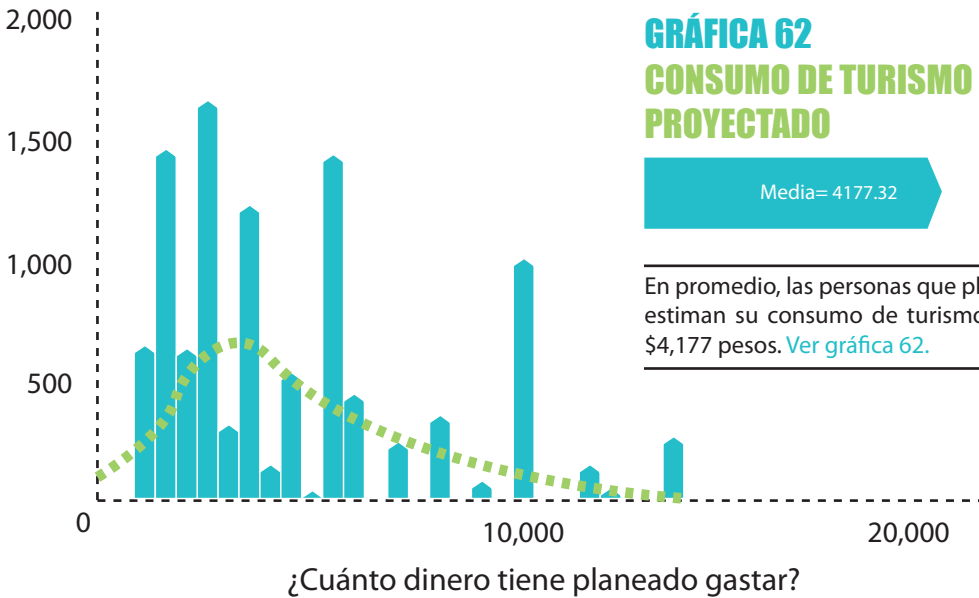
PRINCIPALES DESTINOS QUE PIENSA VISITAR



Dos de cada diez personas planea viajar dos meses después de haberse aplicado el estudio, los principales estados que piensa visitar son, en orden de importancia: Distrito Federal, Veracruz, Michoacán, Quintana Roo.

Ver gráficas 60 y 61.





En la [gráfica 63](#) se presenta el ingreso de las personas que tienen proyectado realizar un viaje, lo cual es consistente con el gasto proyectado para el viaje.



CONCLUSIONES

Género: Se registró un porcentaje mayor de mujeres (52.5%) que realizaron un viaje en el periodo de referencia, con respecto a los hombres (47.5%).

Edad: La edad promedio de los viajeros es de 38 años, al respecto no hay diferencia entre mujeres y hombres. La desviación estándar es de 14 años, lo que significa que las edades de los viajeros se concentran en el intervalo de 24 a 52 años.

Escolaridad: El porcentaje de escolaridad se incrementa conforme avanza hacia la universidad y baja en estudios de posgrado: maestría y doctorado. El porcentaje de hombres que tienen estudios universitarios, de maestría o doctorado y que realizó un viaje es mayor al de las mujeres en el mismo nivel de estudios.

Estado civil: Una de cada dos personas que realiza un viaje esta casada, desagregado por género los hombres casados son los que representan la mayor proporción. El porcentaje de mujeres solteras, esta en el intervalo de los 21 a 30 años y de las personas casadas de 31 a 40.

Ocupación: Tres de cada diez hombres entre 21 a 50 años que trabaja en la iniciativa privada realizó un viaje en el periodo de referencia. La principal ocupación de las mujeres que realizaron un viaje es el hogar, seguido de aquellas que trabajan en la iniciativa privada.

El grupo de edad de las mujeres que se dedica al hogar va de 31 a 60 años, mientras de las que trabajan en la iniciativa privada va de 21 a 50 años.

En cuanto a los estudiantes, el porcentaje de mujeres que viajó es ligeramente mayor que el de hombres y su rango de edad en ambos es de 18 a 30 años.

Ingreso familiar mensual: Más del 50% de las familias donde al menos un integrante de la familia viajó, ganan entre \$6,400 y \$36,000 pesos al mes y lo hizo principalmente en semana santa y de pascua 2011.

Flujo del turismo: Seis de cada diez personas entrevistadas realizaron un viaje en periodos vacacionales y cuatro de cada diez lo hicieron en puentes largos. Específicamente el periodo que registra un mayor flujo de turistas es la semana santa y de pascua 2011.

Medio de transporte: En lo que respecta al medio de transporte, fue el autobús el que concentró ocho de cada diez viajeros. En promedio, las personas que viajan por autobús cuadruplican a las que lo hacen por avión.

Principal motivo de viaje: Cinco de cada diez personas hace un viaje para visitar a familiares o amigos. Cuatro de cada diez lo realiza específicamente para descansar, pasar un momento de recreación o vacacionar.

Tipo de visitante: Nueve de cada diez personas se desplazaron a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia y permaneció al menos una noche en ese destino. De manera general el periodo vacacional que registró el mayor número de turistas en el estudio es la semana santa y de pascua 2011. Además, es importante mencionar que uno de cada dos turistas al momento de viajar sólo escoge un principal destino para viajar.

Principales destinos visitados: El Distrito Federal fue el lugar preferido para visitar, seguido de Quintana de Roo y de Veracruz. En el Distrito Federal las delegaciones más visitadas son la Cuauhtémoc, Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Benito Juárez; en el Estado de Quintana Roo, Playa del Carmen, el municipio de Benito Juárez, Isla Mujeres, Cancún, Xcaret y Tulum; en Veracruz, Veracruz Puerto y Xalapa.

Noches promedio de estancia del turismo doméstico: En general, las noches promedio de estancia de los turistas es de 5 noches. En puentes largos el promedio de noches se reduce a 4.

Alojamiento: La proporción de personas que se hospeda en casa de familiares y amigos es significativamente mayor en aquellos turistas que viajan por autobús (67.1%) que los que viajan por avión (49.7%). También se observa que en lo que respecta al hospedaje en hotel los porcentajes varían considerablemente en cuanto a si se viaja por avión (43.5%) o por autobús (25.7%).

Tamaño de grupo: En promedio el tamaño del grupo de viaje es de dos personas con una desviación estándar de 1.4, lo que significa que el tamaño del grupo va de una a cuatro personas por viaje. El 54.1% de las personas del grupo son mujeres, mientras que el 45.9% son hombres.

Principales líneas aéreas y de autobuses: Las principales líneas aéreas por las que los viajeros se transportaron son: Interjet, seguido de Volaris, Vivaaerobus, Aeroméxico y Magnicharter. En lo que respecta a las líneas de autobuses son: ADO, Pullman de Morelos, Primera Plus, OCC, ETN y Autovías.

Viaje por cuenta propia o en paquete: El 96.2% de las personas que realizaron viaje lo hicieron por cuenta propia sin adquirir un paquete turístico.

En el momento de decidir adquirir un paquete turístico existe una diferencia significativa entre los que viajan por avión (14.2%) y los que lo hacen por autobús (1.7%). Esta diferencia no es tan amplia en cuanto al tipo de viajero, aunque si se observa mayor preferencia entre los turistas (4.0%) que entre los excursionistas (0.3%) por este tipo de paquetes.

Costo del boleto de avión y de autobús y forma de adquirirlo: El costo promedio del boleto de avión es de \$3,328 pesos. En cuanto al costo promedio del boleto de autobús es de \$745 pesos. Una de cada dos personas que viajan por avión adquieren sus boletos por Internet, caso contrario, nueve de cada diez que lo hacen por autobús los adquieren directamente en las taquillas de las terminales.

Calificación de los servicios de la terminal de autobús: El 88.4% de las personas que viajaron por autobús coinciden que el servicio proporcionado por el personal es el mejor aspecto de la terminal. Y de manera general el 89.2% contestó que su experiencia en la terminal de autobuses fue excelente o buena. Los que no dieron tan alta calificación aprecian que principalmente hace falta más limpieza, mayor seguridad y mejores instalaciones en las terminales.



Calificación de los servicios de la terminal aérea:

El 90.3% contestó que de manera general su experiencia en la terminal aérea fue excelente o buena. Los que no dieron tan alta calificación coinciden con los que se transportan por autobús que hace falta más seguridad y terminales con mejores instalaciones.

Promoción del destino: El 69.1% tuvo conocimiento del destino por familiares o es su segunda residencia. El 16% por recomendación de algún conocido. El 6% por recomendación de un amigo. El 3.7% se enteró a través de Internet.

Calificación de los servicios turísticos: En cuanto a la calificación de los servicios turísticos que el lugar les ofreció, en el tema del destino, lo que mejor fue evaluado fue la facilidad para llegar al destino (88.2%), en cuanto a su experiencia fue excelente o buena. Y por último, con respecto al transporte público local, en general al 72.9% le pareció que su experiencia en él fue excelente o buena. De los tres temas el de hospedaje fue el mejor evaluado.

Experiencia previa en el destino y su promoción: Ocho de cada diez personas han visitado con anterioridad el destino, regresó y lo recomendaría.

Proyección de un viaje: Dos de cada diez personas planea viajar dos meses después de haberse aplicado el estudio, los principales estados que piensa visitar son, en orden de importancia: Distrito Federal, Veracruz, Michoacán, Quintana Roo. En promedio, las personas que planean viajar estiman su consumo de turismo interno en \$4,177 pesos. Así mismo, el ingreso familiar de las personas que tienen proyectado realizar un viaje se concentra entre \$6,400 a 36,000 pesos mensuales.



VENTANA METODOLÓGICA

Población objetivo: Personas que realizaron un viaje en transportación terrestre foránea o línea aérea.

Cobertura geográfica: Los resultados tienen representatividad estadística a nivel estatal, regional y nacional.

- La encuesta se aplicó en 27 terminales de autobuses foráneas y en 6 aeropuertos de las principales ciudades del territorio nacional.

Diseño de la muestra:

- Levantamiento en terminales terrestres bajo un esquema de selección de Muestreo Aleatorio Simple (MAS)
- Levantamiento en terminales aéreas bajo un esquema de selección de Muestreo con Probabilidad Proporcional al Tamaño de la Población (ppt)

Marco de la encuesta:

- Usuarios de terminales terrestres, que se encuentren viajando por placer o vacaciones.
- Usuarios de terminales aéreas, que se encuentren viajando por placer o vacaciones. Con representatividad por aeropuerto.

Tamaño de Muestra:

El tamaño de la muestra será determinado por la siguiente expresión:

$$n = \frac{z q DEFF}{r^2 p (1-TNR) PHV}$$

n: Tamaño de la muestra

p: Proporción que se desea estimar

q: 1-p

r: Error relativo esperado

z: Valor en tablas de una normal estándar que acumula una probabilidad 1- α

DEFF: El efecto de diseño que es la relación de la varianza de diseño de la muestra entre la varianza del diseño de un muestreo aleatorio simple

TNR: Tasa de no respuesta esperada

Selección del informante: Selección aleatoria con probabilidad igual de selección.





SECTUR

DIRECTORIO

Gloria Guevara Manzo

Secretaria de Turismo

Jorge Mezher Rage

Subsecretario de Planeación Turística

Luis Alfonso Lugo Platt

Subsecretario de Operación Turística

Luis Juan Vives López

Subsecretario de Innovación y Calidad

CONSEJO EDITORIAL

Rosa Virginia Icedo Ojeda

Directora General de Información y Análisis

ricedo@sectur.gob.mx

Gerardo Vázquez Madrigal

Director de Estadística

gvazquez@sectur.gob.mx

Juan Alberto García López

Director de Información

aglopez@sectur.gob.mx

Ariel Juárez Morales

Director de Análisis Prospectivo

ajuarez@sectur.gob.mx

Yuri Hernández Flores

Subdirectora de Operaciones Estadísticas

yhernandez@sectur.gob.mx



**GOBIERNO
FEDERAL**

SECTUR