

La Firma de Confianza



Licitación Pública Nacional  
No. 00021001-005-07



## Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares



### REPORTE DE RESULTADOS

Medición 2

Periodo Septiembre - Diciembre 2007

ELABORADA PARA:



Abril, 2008

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

2

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
3. Vitrina Metodológica	6
4. Distribución de la Muestra	8
5. Composición de la Muestra	11
6. Resultados - ¿Cómo viajan los mexicanos?	18
6.1 Viajes Domésticos Reportados	19
6.2 Motivos del Viaje	39
6.3 Gasto en Turismo Doméstico	44
6.4 Perfil de los Viajes CON Pernocta	52
6.5 Perfil de los Viajes SIN Pernocta	83
6.6 ¿A dónde viajan los mexicanos?	102
6.7 ¿Cuánto gastan los mexicanos en turismo doméstico?	120

La Firma de Confianza

## 1. INTRODUCCIÓN

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# 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 al 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 2

4

A continuación Sigmados S.A. de C.V. pone a consideración de SECTUR los resultados de la **segunda** de tres mediciones cuatrimestrales (correspondiente al periodo de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre 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*

## 2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# 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 2



# 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 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

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 1 al 24 de febrero del 2008

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 2



# 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 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

10

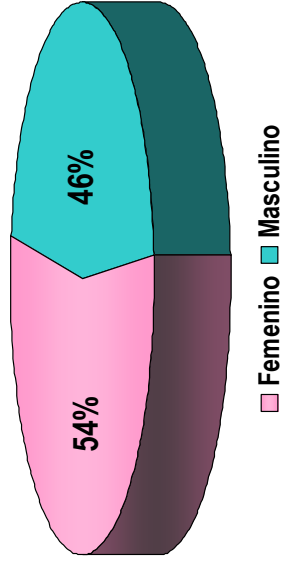
Proporciones Utilizadas para Niveles Socioeconómicos				
SUBMUESTRAS	Bajo	Medio	Alto	Total
ZM del Distrito Federal	43%	51%	6%	100%
ZM de Monterrey	56%	34%	10%	100%
ZM de Guadalajara	48%	42%	10%	100%
Resto del País	39%	50%	11%	100%

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

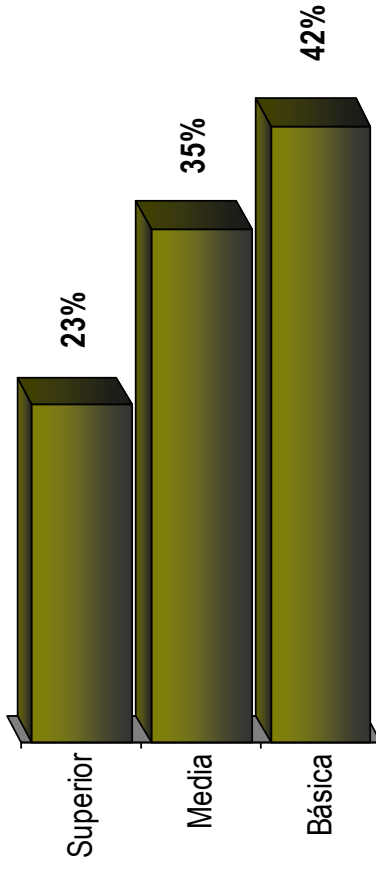
Distribución de la Muestra según ESTRATO				
SUBMUESTRAS	Bajo	Medio	Alto	Total
ZM del Distrito Federal	424	515	61	1000
ZM de Monterrey	490	320	90	900
ZM de Guadalajara	434	377	89	900
Resto del País	1106	1375	319	2800
Total	2454	2587	559	5600

## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TOTAL

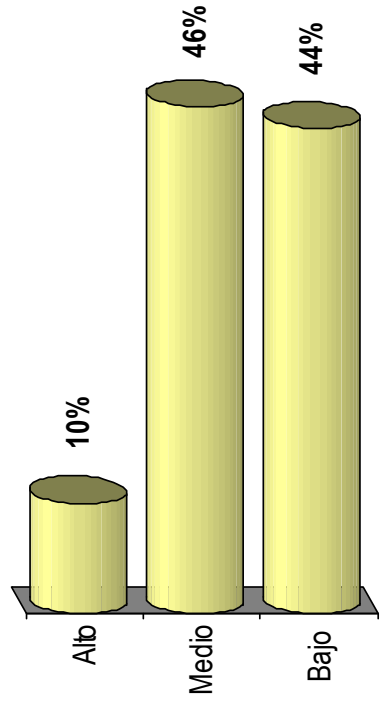
### Género



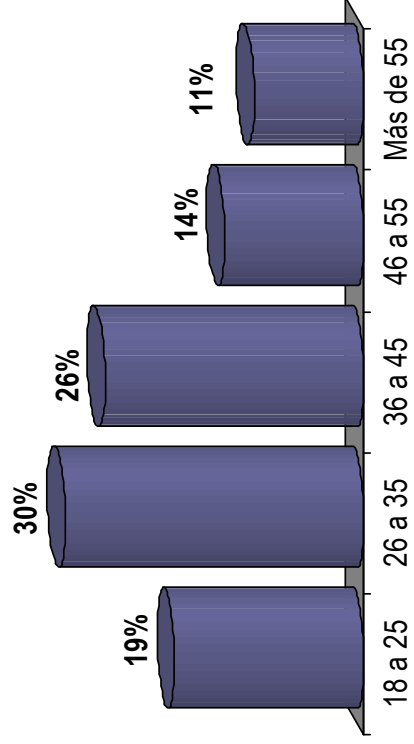
### Escolaridad



### Nivel Socioeconómico



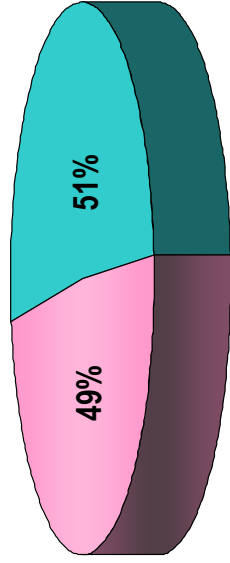
### Grupos de Edad (años)



## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TOTAL

### COMPARATIVO

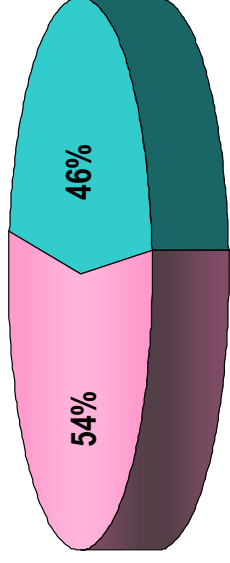
#### Género



Femenino Masculino

MAYO - AGOSTO

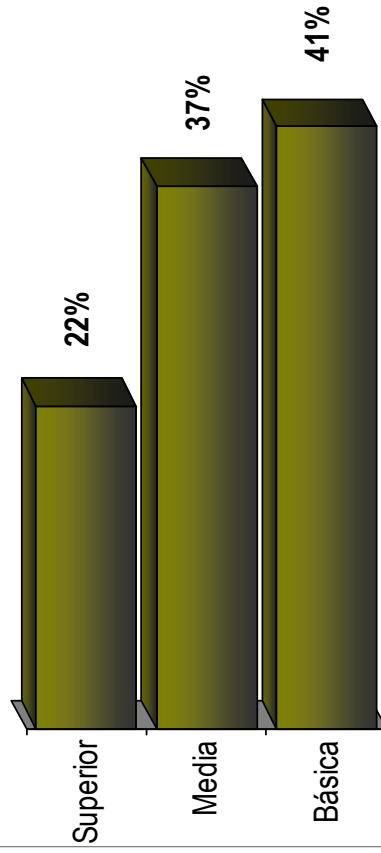
#### Género



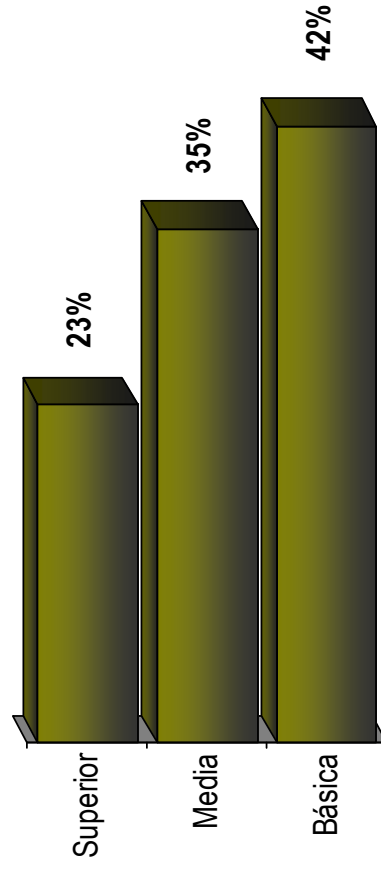
Femenino Masculino

SEPTIEMBRE - DICIEMBRE

#### Escolaridad



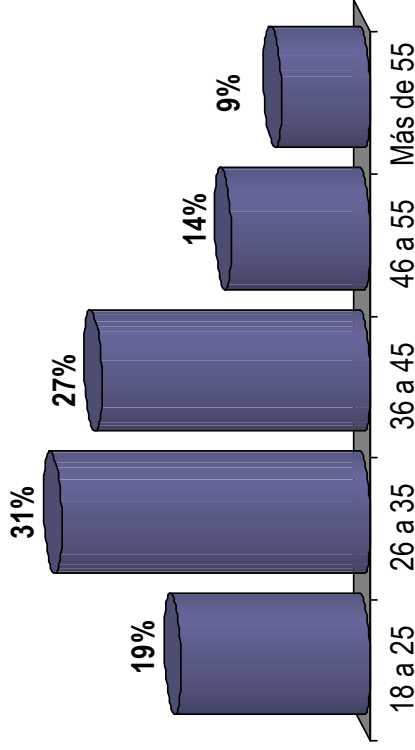
#### Escolaridad



## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TOTAL

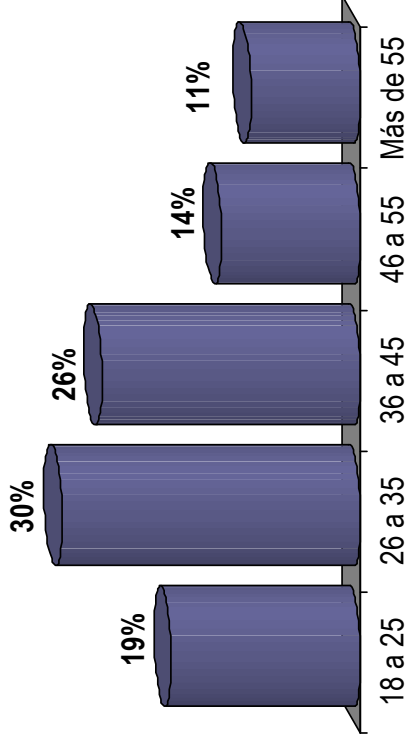
### COMPARATIVO

#### Grupos de Edad (años)



MAYO - AGOSTO

#### Grupos de Edad (años)

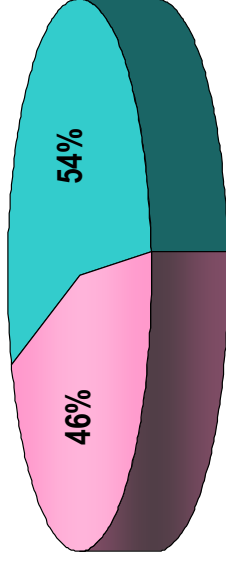


SEPTIEMBRE - DICIEMBRE

## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

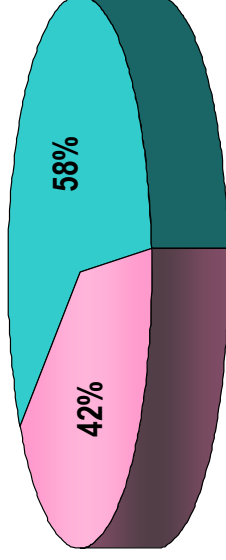
### GÉNERO

#### ZMDF



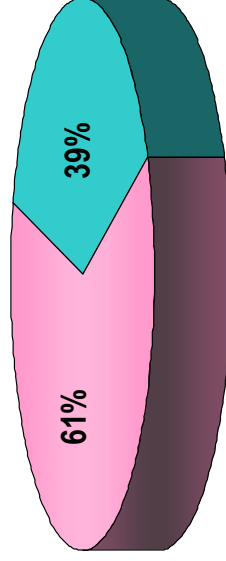
Femenino Masculino

#### ZM - Monterrey



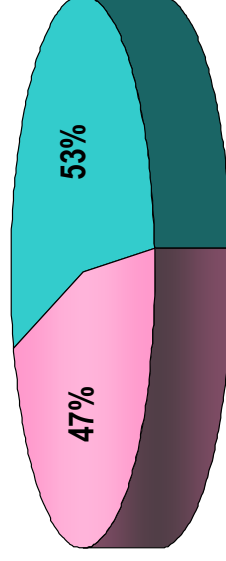
Femenino Masculino

#### ZM - Guadalajara



Femenino Masculino

#### Resto del País



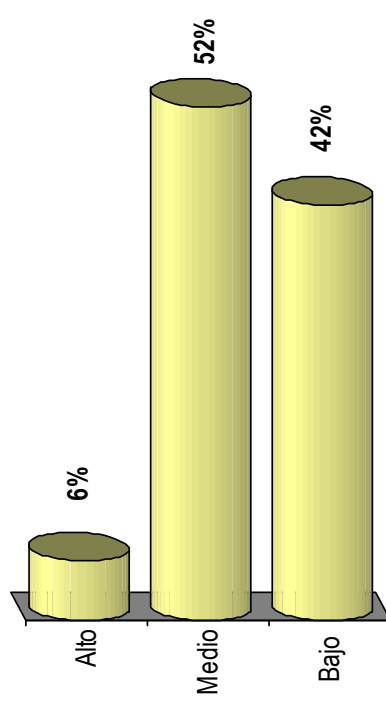
Femenino Masculino

## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

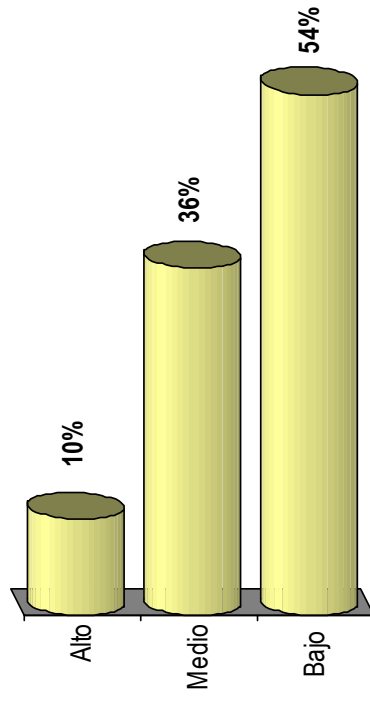
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### NIVEL SOCIOECONÓMICO

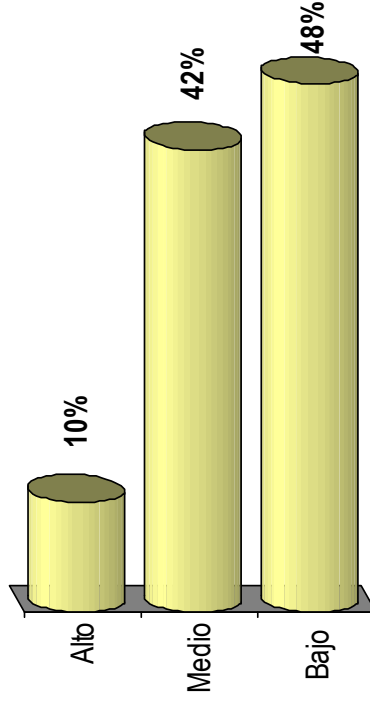
#### ZMDF



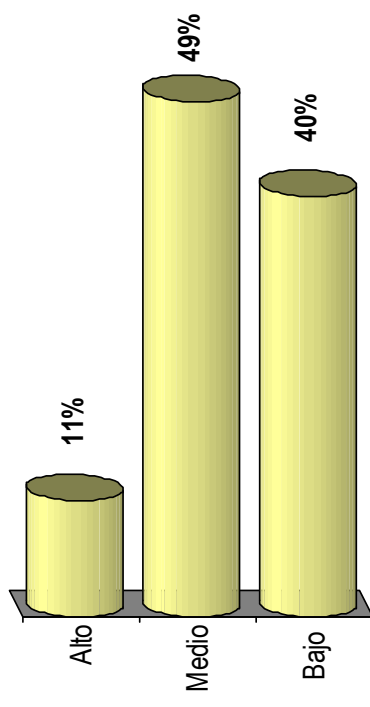
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



#### Resto del País



## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA



# SIGMADOS

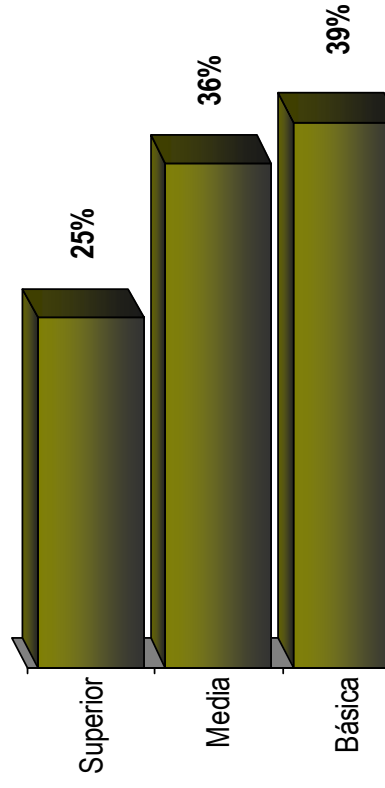
16

mexico@sigmados.com.mx

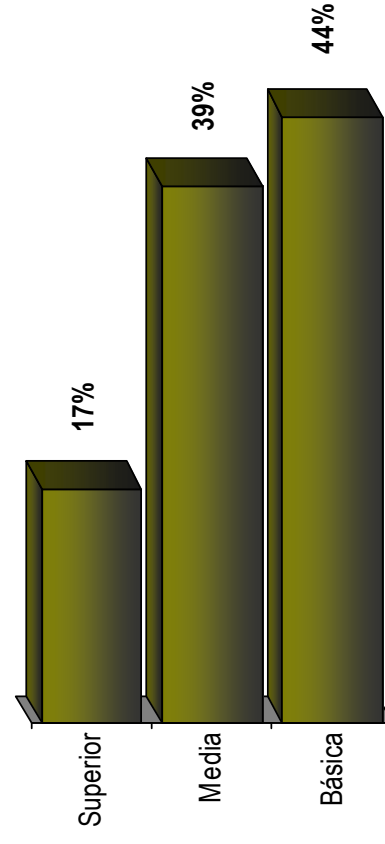
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESCOLARIDAD

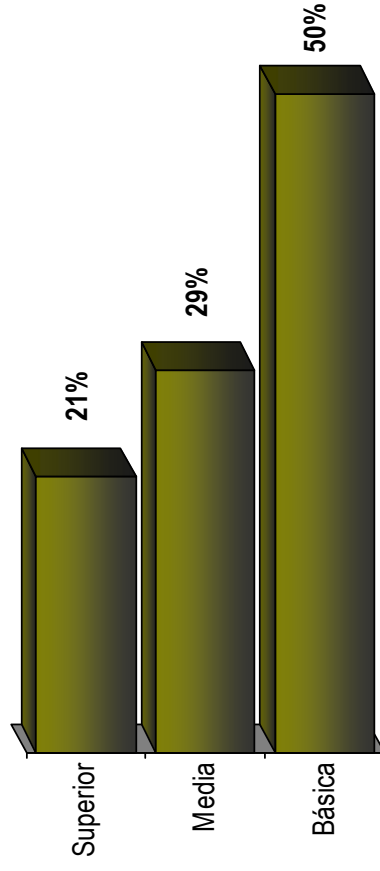
#### ZMDF



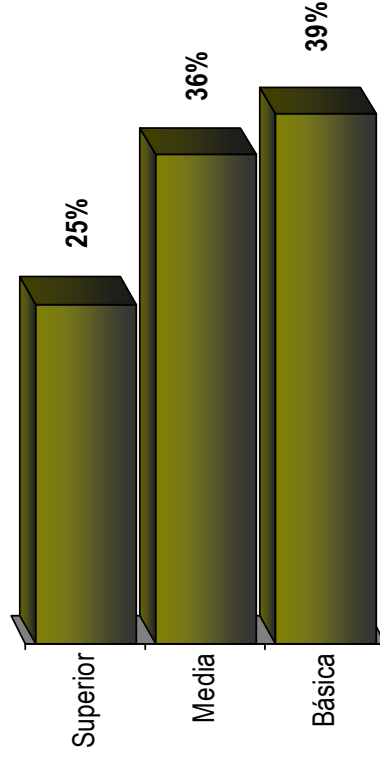
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



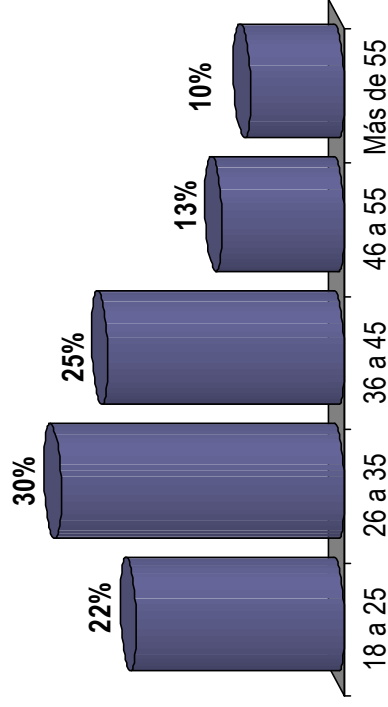
#### Resto del País



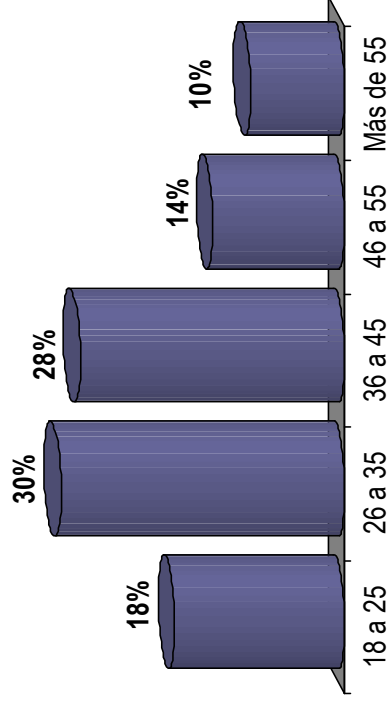
## 5. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

### GRUPOS DE EDAD

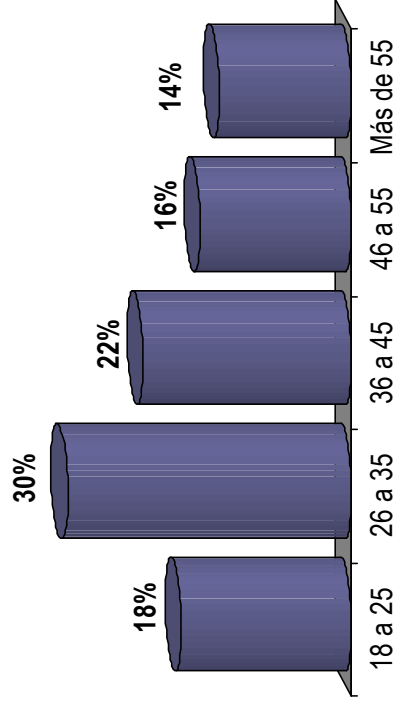
#### ZMDF



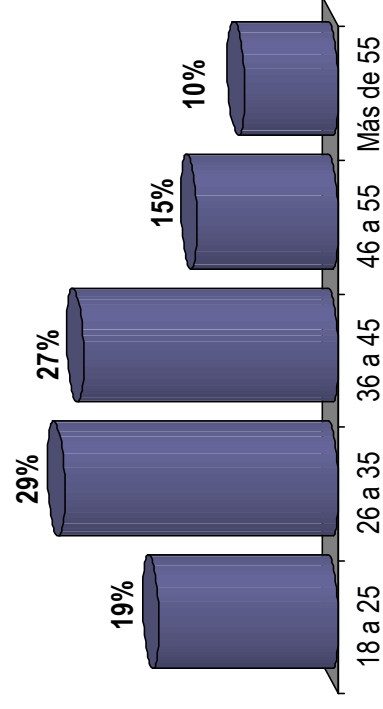
#### ZM - Monterrey



#### ZM - Guadalajara



#### Resto del País



# 6. Resultados

## ¿Cómo viajan los mexicanos?

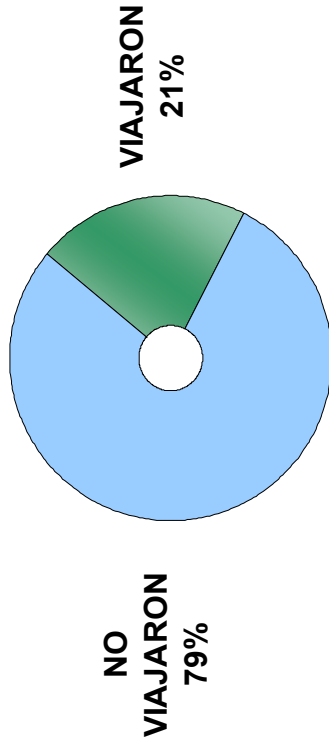
## 6.1 Viajes Domésticos Reportados

- 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 2

### HOGARES QUE VIAJARON EN EL PERIODO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Base: 26,215 contactos

La Firma de Confianza

Durante esta temporada, uno de cada cinco hogares mexicanos realizaron viaje domésticos.

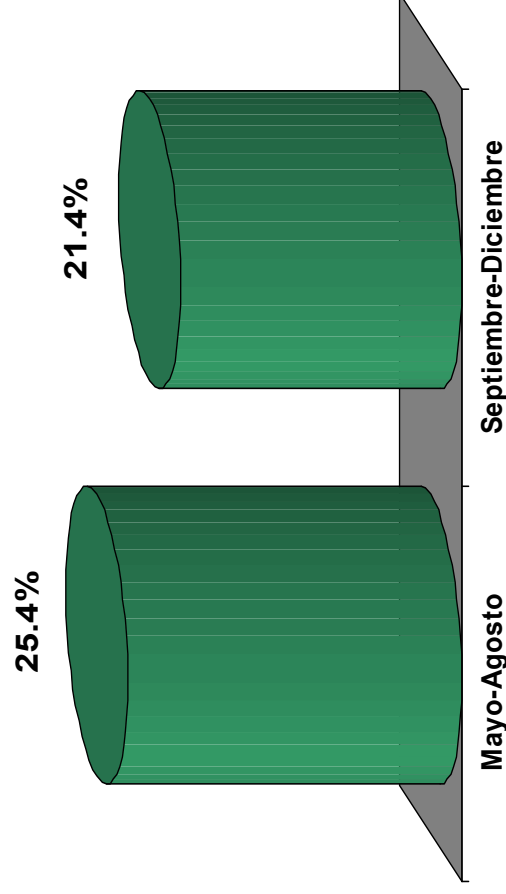
A diferencia de la medición anterior, donde el nivel socioeconómico no registró diferencias; en esta medición, la tendencia de hogares viajeros aumenta conforme se incrementa el NSE del hogar consultado.

Hogares que ..	NIVEL SOCIOECONÓMICO			Total
	BAJO	MEDIO	ALTO	
Viajaron	20.6%	21.7%	23.8%	21.4%
No Viajaron	79.4%	78.3%	76.2%	78.6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### HOGARES QUE VIAJARON *Comparativo*



Respecto a la temporada anterior, se observa un decremento en la cantidad de hogares que realizaron algún tipo de viaje doméstico en el último cuatrimestre de 2007.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### HOGARES QUE VIAJARON EN EL PERIODO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Hogares que ..	PLAZA			Total
	ZMDF	MONTEREY	GUADALAJARA	
Viajaron	25.3%	13.4%	35.3%	21.4%
No Viajaron	74.7%	86.6%	64.7%	78.6%
Total	100%	100%	100%	100%

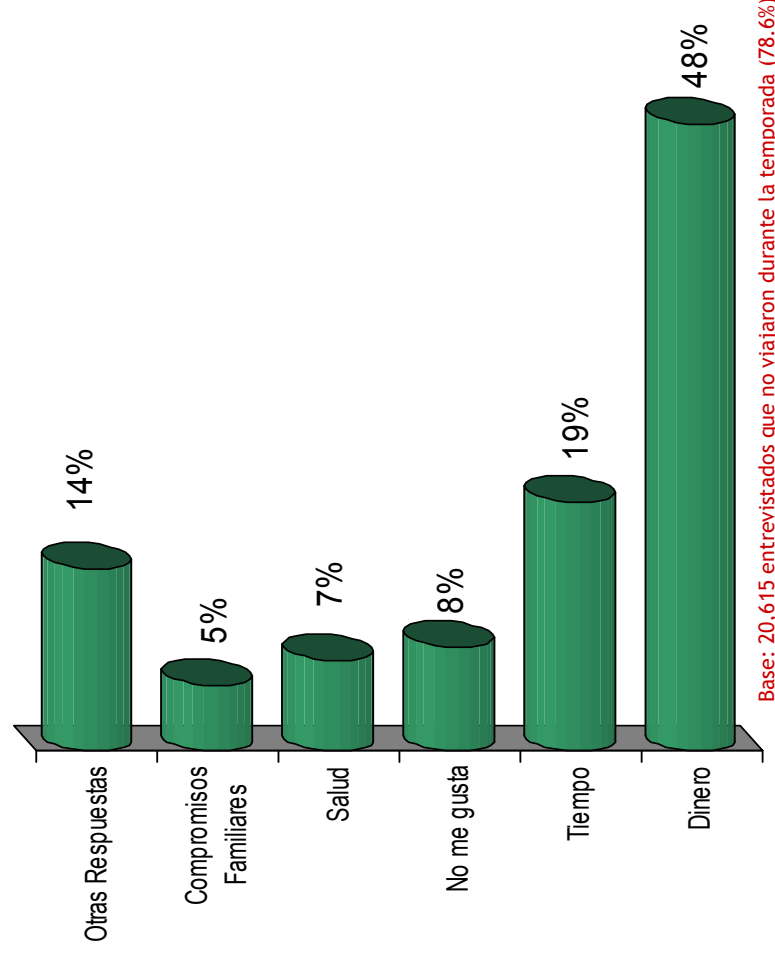
En cuanto a la plaza, resulta significativamente mayor la cantidad de hogares que no viajaron durante la temporada en la zona metropolitana de Monterrey, contrastando con un alto registro de parte de la zona metropolitana de Guadalajara.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### RAZONES DE NO VIAJAR (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

La Firma de Confianza

El dinero y el tiempo, resultan ser los principales inhibidores para no haber realizado algún tipo de viaje. Y mientras que el dinero es un argumento más recurrente conforme decrece el NSE del hogar, el tiempo es una explicación más común entre mayor sea el NSE. En términos generales, la tendencia en las respuestas de no haber viajado en la temporada es prácticamente la misma del cuatrimestre anterior.

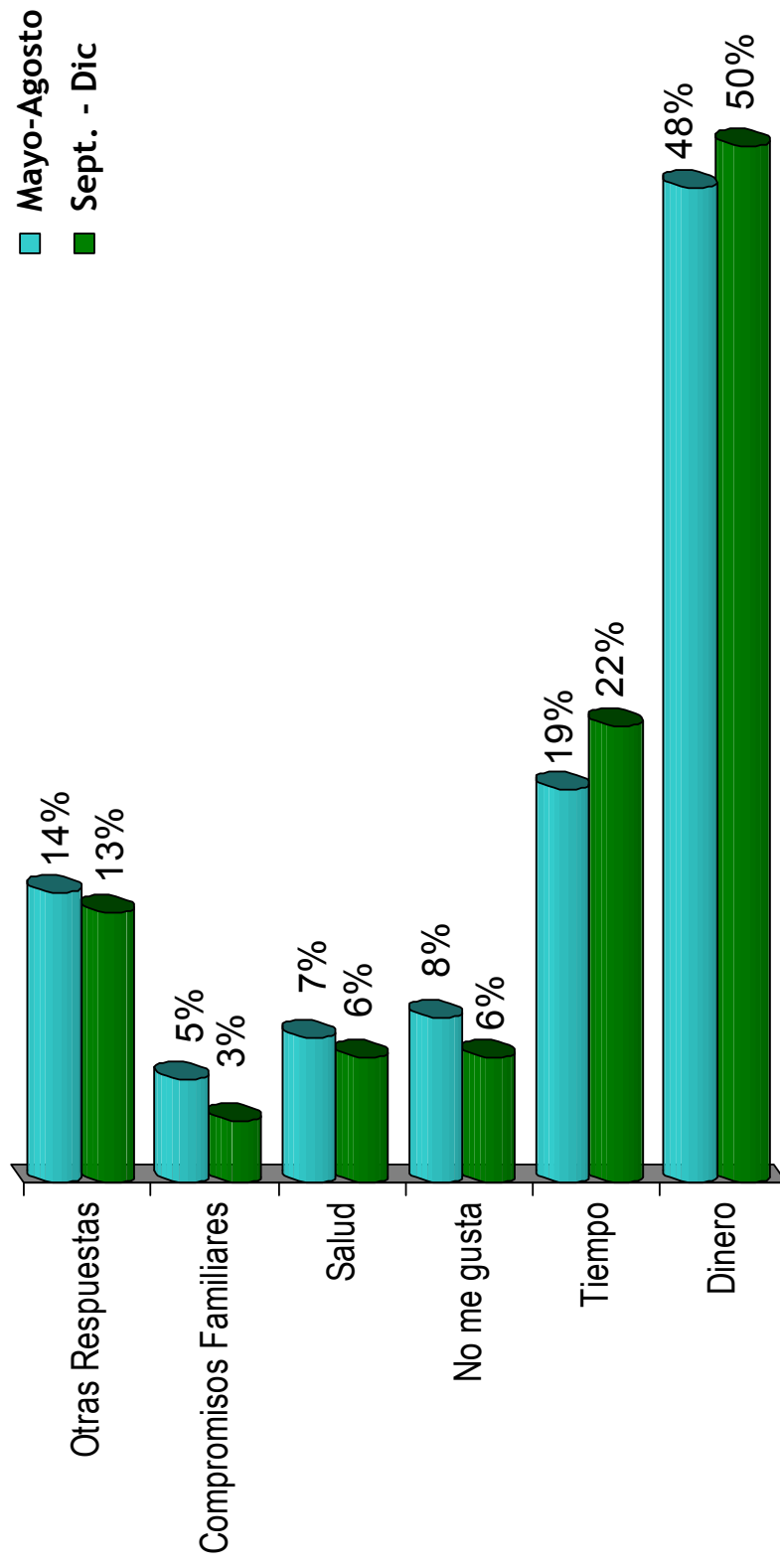


Nota: Se incrementó en un 25% el número de hogares no viajeros para obtener la muestra total programada.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### RAZONES DE NO VIAJAR

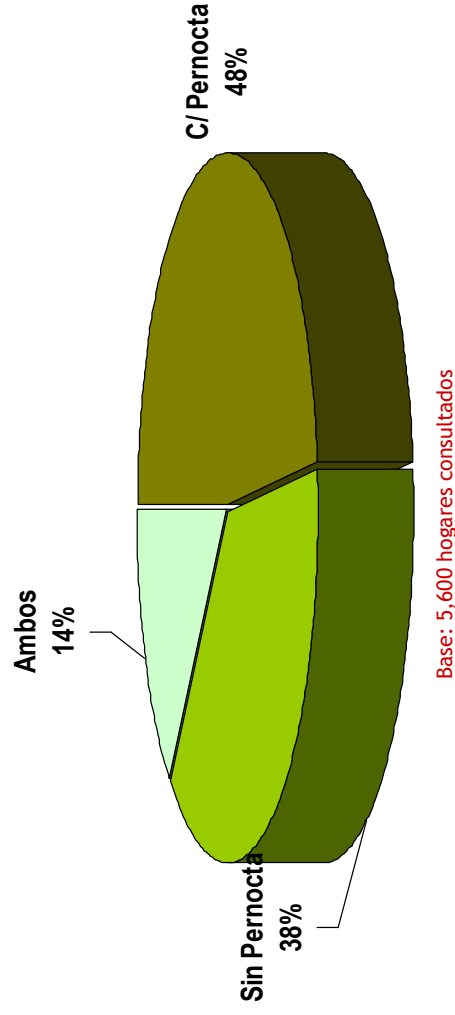
- Comparativo -



## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

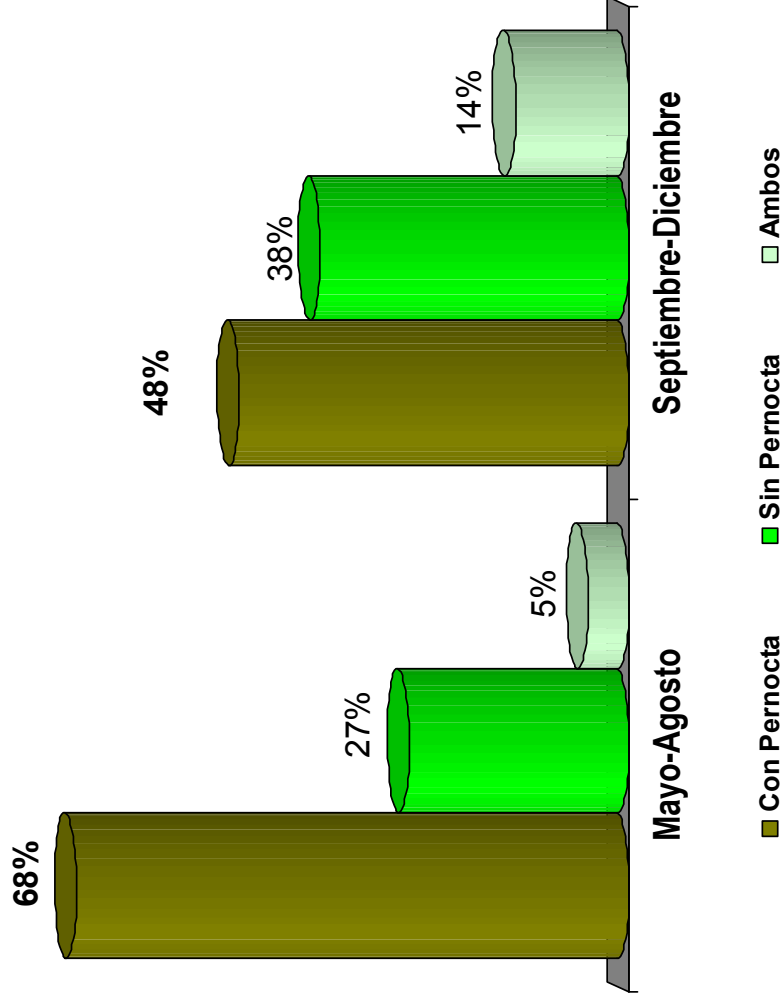
### TIPO DE VIAJES (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Poco menos de la mitad de los hogares que viajaron durante la temporada realizaron solamente viajes con pernocta (48%), siendo mayor esta tendencia entre los hogares de la zona metropolitana del DF.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### TIPO DE VIAJES Comparativo



La Firma de Confianza

En la temporada septiembre - diciembre se observa un decremento importante en los hogares que realizaron sólo viajes con pernocta, aumentando, en una proporción inversa similar los hogares que realizaron ambos tipos de viaje.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### TIPO DE VIAJES (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Base: 5,600 hogares consultados

Nivel Socioeconómico	Hogares que realizaron viaje ...	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	Con Pernocta	66%	37%	47%	49%	49%
	Sin Pernocta	27%	52%	41%	40%	41%
	Ambos	6%	11%	12%	11%	10%
Medio	Con Pernocta	65%	35%	46%	44%	47%
	Sin Pernocta	29%	55%	41%	36%	38%
	Ambos	6%	11%	13%	20%	15%
Alto	Con Pernocta	51%	37%	64%	45%	47%
	Sin Pernocta	36%	59%	23%	25%	31%
	Ambos	13%	4%	12%	31%	22%
Total Con pernocta		65%	36%	49%	46%	48%
Total Sin pernocta		29%	54%	39%	37%	38%
Total Ambos		6%	10%	12%	17%	14%

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

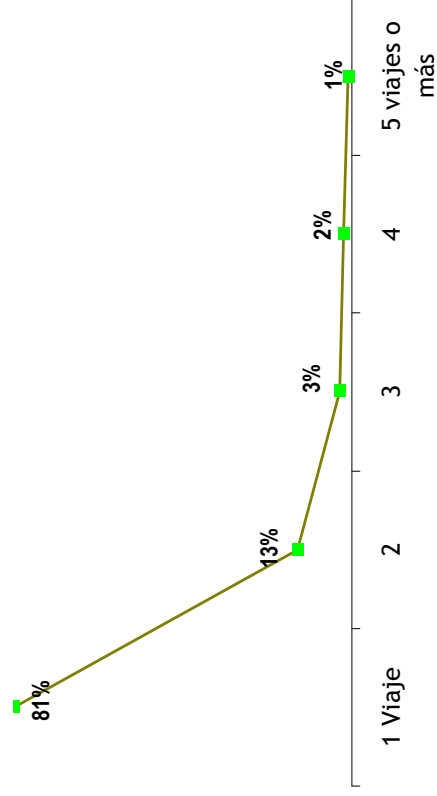
28

### PROMEDIO DE VIAJES POR HOGAR (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

La Firma de Confianza

#### CON PERNOCTA

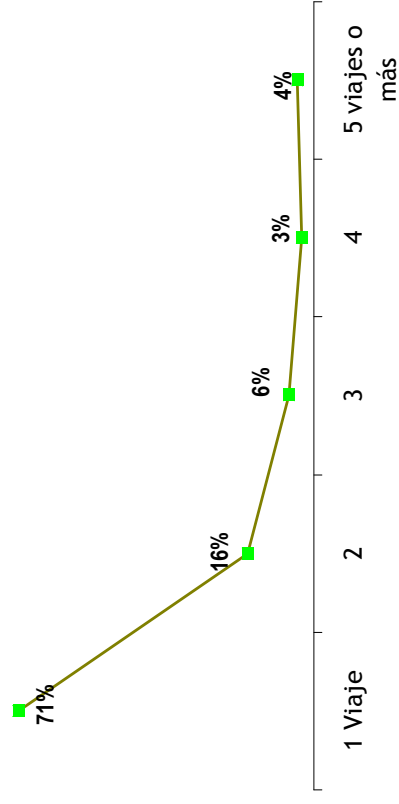
Base: 3,454 viajes



Promedio de 1.32  
Viajes por Hogar

#### SIN PERNOCTA

Base: 2,900 viajes



Promedio de 1.69  
Viajes por Hogar

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### PROMEDIO DE VIAJES POR HOGAR - SEGÚN TIPO DE VIAJE (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Tipo de Viaje	Nivel Socioeconómico	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
<b>Con Pernocta</b>	Bajo	1.33	1.19	1.47	1.24	1.29
	Medio	1.24	1.23	1.44	1.36	1.33
	Alto	1.40	1.13	1.71	1.41	1.44
	<b>Total</b>	<b>1.29</b>	<b>1.20</b>	<b>1.49</b>	<b>1.32</b>	<b>1.32</b>
Tipo de Viaje	Nivel Socioeconómico	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
<b>Sin Pernocta</b>	Bajo	1.32	2.32	1.62	1.57	1.74
	Medio	1.25	1.60	1.63	1.77	1.65
	Alto	1.24	1.32	1.81	1.79	1.64
	<b>Total</b>	<b>1.28</b>	<b>1.96</b>	<b>1.64</b>	<b>1.70</b>	<b>1.69</b>

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

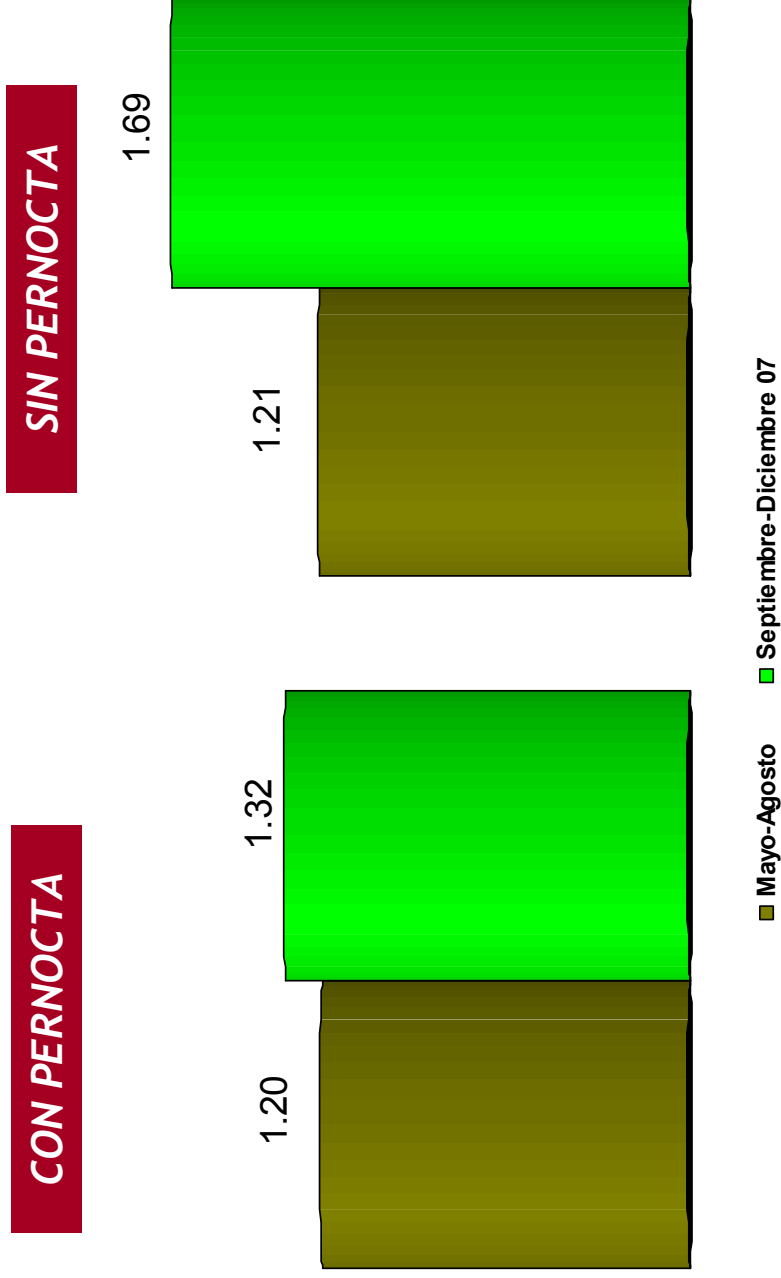


# SIGMADOS

30

mexico@sigmados.com.mx

### PROMEDIO DE VIAJES POR HOGAR - SEGÚN TIPO DE VIAJE - COMPARADO -



La Firma de Confianza

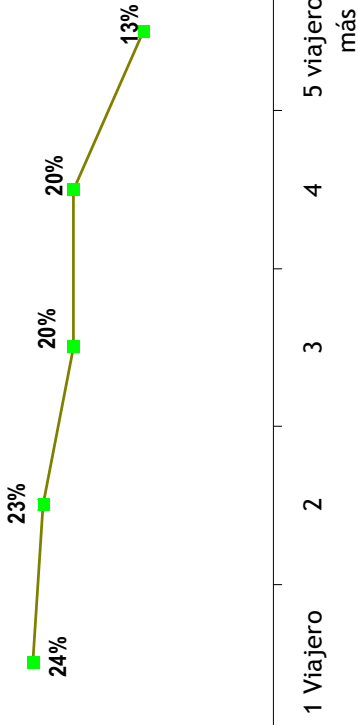
## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

### PROMEDIO DE VIAJEROS POR EVENTO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

La Firma de Confianza

#### CON PERNOCTA

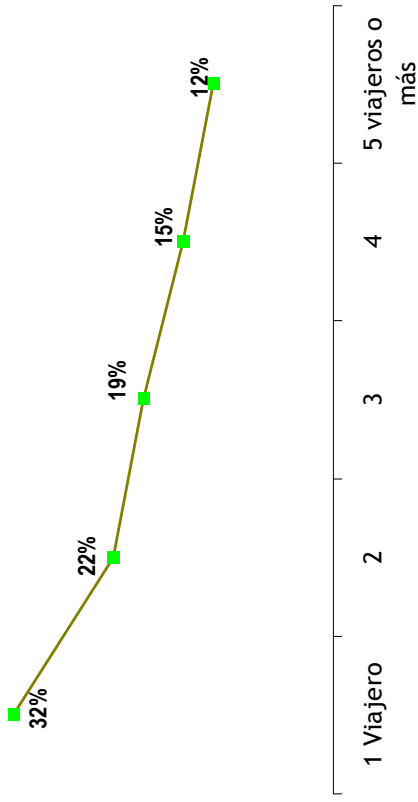
Base: 3,454 viajes



Promedio de 2.82  
Viajeros por Viaje

#### SIN PERNOCTA

Base: 2,900 viajes



Promedio de 2.62  
Viajeros por Viaje

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### PROMEDIO DE VIAJEROS POR EVENTO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Tipo de Viaje	Nivel Socioeconómico	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
<b>Con Pernocta</b>	Bajo	3.00	2.84	3.35	2.63	2.87
	Medio	2.85	2.63	2.96	2.77	2.8
	Alto	2.93	2.76	2.84	2.60	2.69
	<b>Total</b>	<b>2.92</b>	<b>2.76</b>	<b>3.13</b>	<b>2.69</b>	<b>2.82</b>

2.82  
Viajeros por Viaje

Tipo de Viaje	Nivel Socioeconómico	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
<b>Sin Pernocta</b>	Bajo	2.78	2.83	3.16	2.20	2.60
	Medio	2.52	2.93	3.01	2.37	2.57
	Alto	2.12	2.55	3.18	2.11	2.31
	<b>Total</b>	<b>2.59</b>	<b>2.84</b>	<b>3.09</b>	<b>2.27</b>	<b>2.62</b>

2.62  
Viajeros por Viaje

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

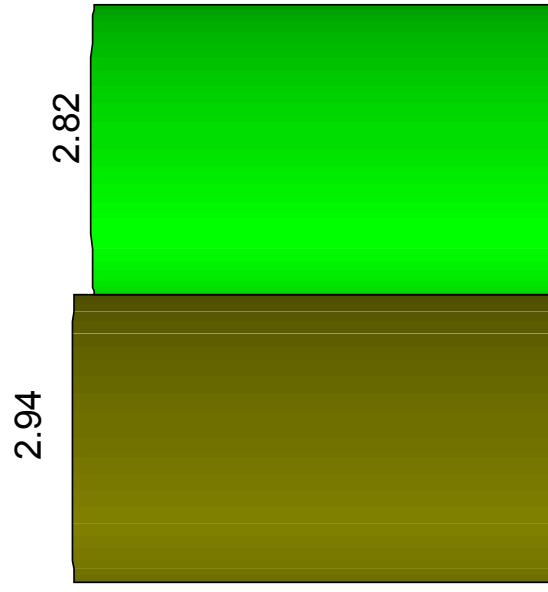
mexico@sigmados.com.mx

33

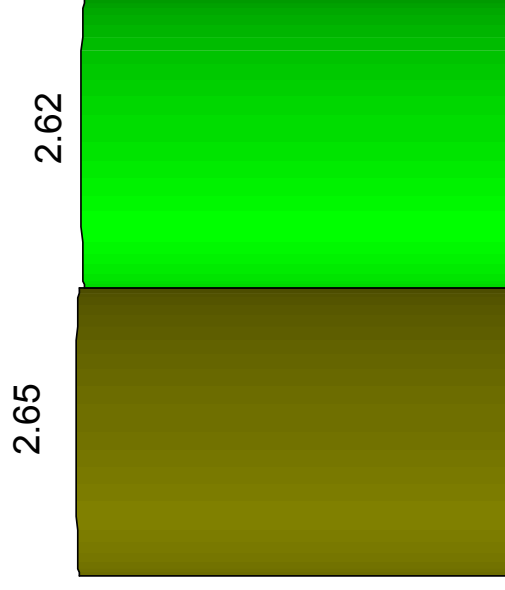
### PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE EN EL PERIODO - COMPARADO -

La Firma de Confianza

CON PERNOCTA



SIN PERNOCTA



■ Mayo - Agosto   ■ Septiembre-Diciembre 07

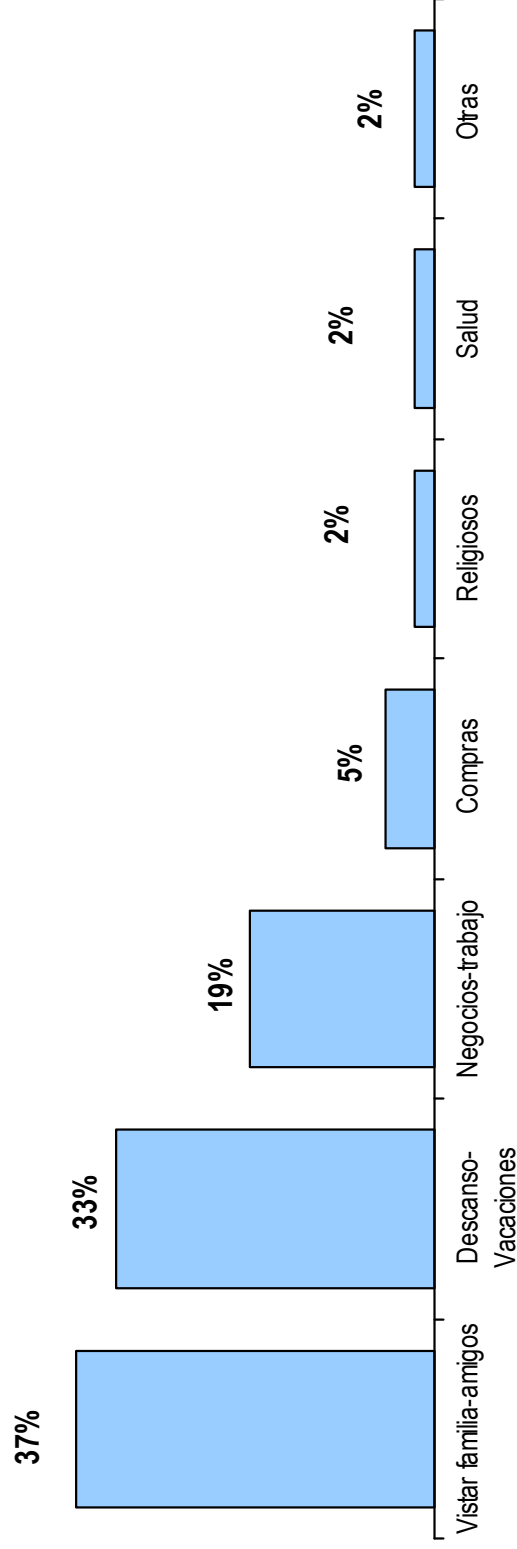
## 6.2 Motivos de Viaje

- Según tipo de Viaje
- Según región

## 6.2 MOTIVOS DE VIAJE

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### MOTIVOS DE VIAJE EN EL PERIODO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



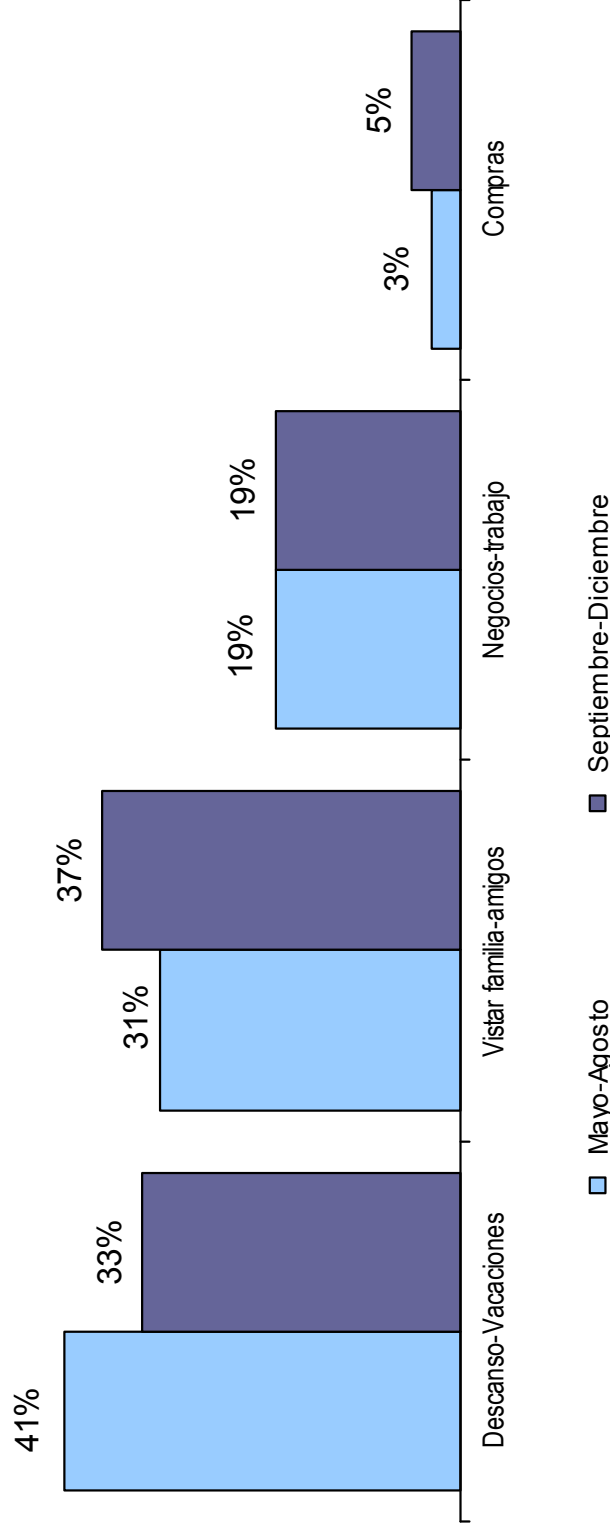
- En esta temporada los dos principales motivos para realizar viajes dentro de territorio nacional son la visita a familia y amistades (37%) y el descanso y las vacaciones. En menor medida, uno de cada cuatro viajes tuvieron de motivo actividades de trabajo o negocios.

Cálculo con base en viajes realizados con o sin pernocta = 9,107 viajes

## 6.2 MOTIVOS DE VIAJE

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### PRINCIPALES MOTIVOS DE VIAJE Comparativo



- Respecto al cuatrimestre anterior, el principal motivo del viaje cambia. Mientras que en verano el más relevante fue el descanso y las vacaciones, en esta temporada es visitar a familiares y amigos.
- La tendencia de viajes por motivo de trabajo o negocio se mantiene.

## 6.2 MOTIVOS DE VIAJE

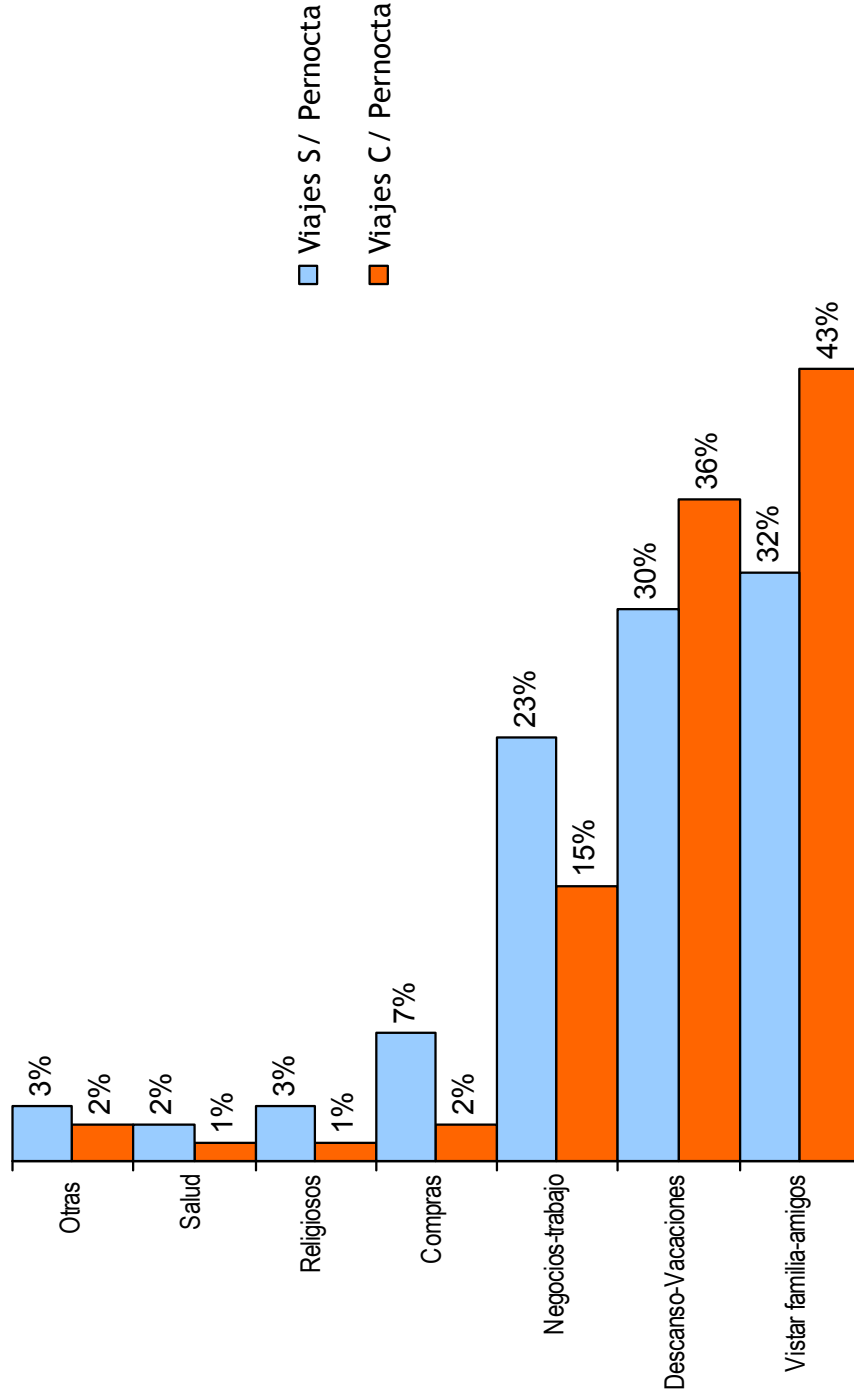
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### MOTIVOS DE VIAJE EN EL PERIODO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Base: 9,107 viajes  
4,522 viajes con pernocta  
4,585 viajes sin pernocta

## 6.2 MOTIVOS DE VIAJE

### PRINCIPALES MOTIVOS DE VIAJE SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Tipo de Viaje	Tipo de Viaje	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Con Pernocta	Visita a familiares / amigos	40%	52%	27%	47%	43%
	Descanso / Vacaciones	39%	28%	53%	31%	36%
	Negocio / Trabajo	16%	13%	16%	15%	15%
	Otras Respuestas	4%	7%	4%	8%	6%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
Sin Pernocta	Descanso / Vacaciones	28%	34%	25%	34%	32%
	Negocio / Trabajo	35%	35%	54%	20%	30%
	Visita a familiares / amigos	27%	18%	12%	28%	23%
	Otras Respuestas	10%	13%	8%	18%	15%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%

## 6.3 Gasto en Turismo Doméstico

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

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

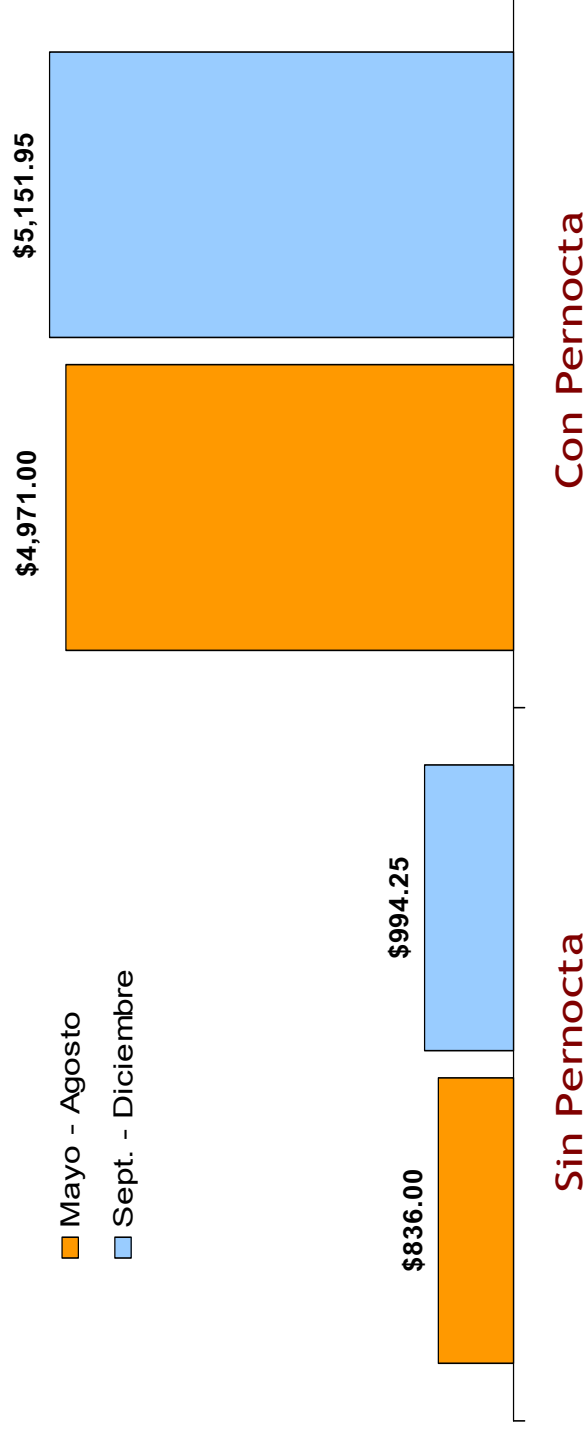


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

40

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → SEGÚN TIPO DE VIAJE - Comparativo -

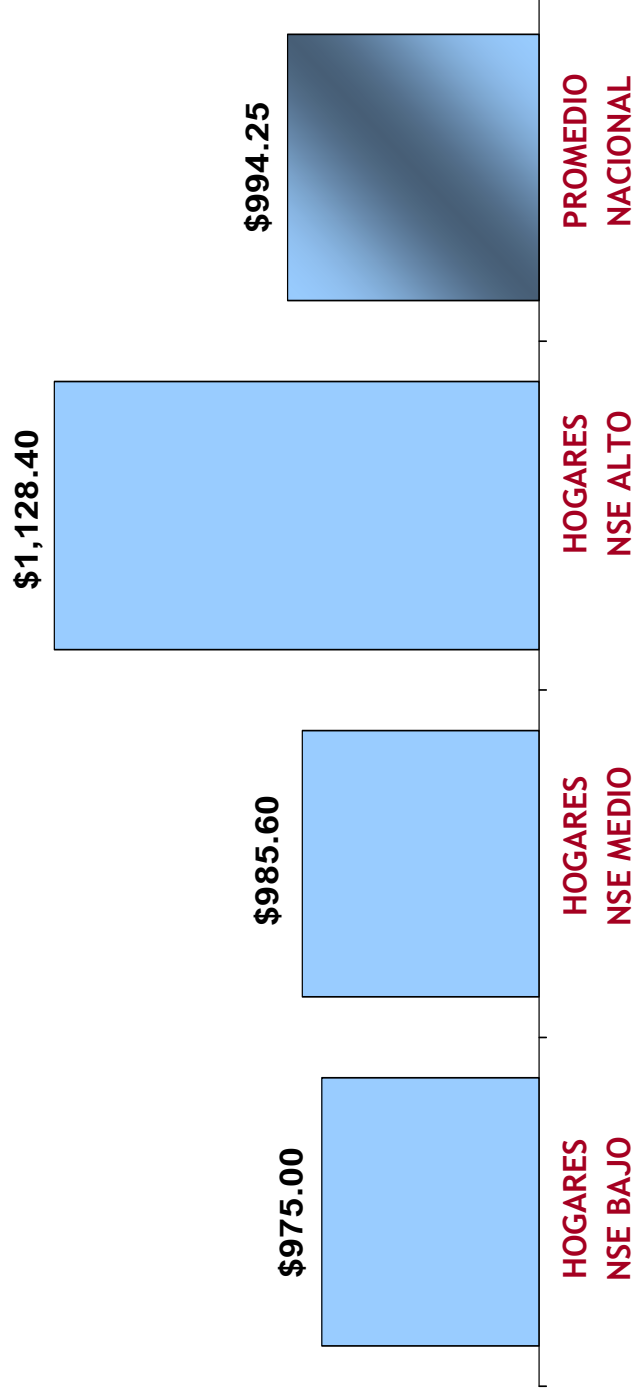


La Firma de Confianza

**PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS SIN PERNOCTA**  
**(SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)**

**NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL HOGAR**

La Firma de Confianza



Base: 2,369 Hogares que realizaron al menos un viaje sin pernocta durante el periodo y declararon el gasto ejercido

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



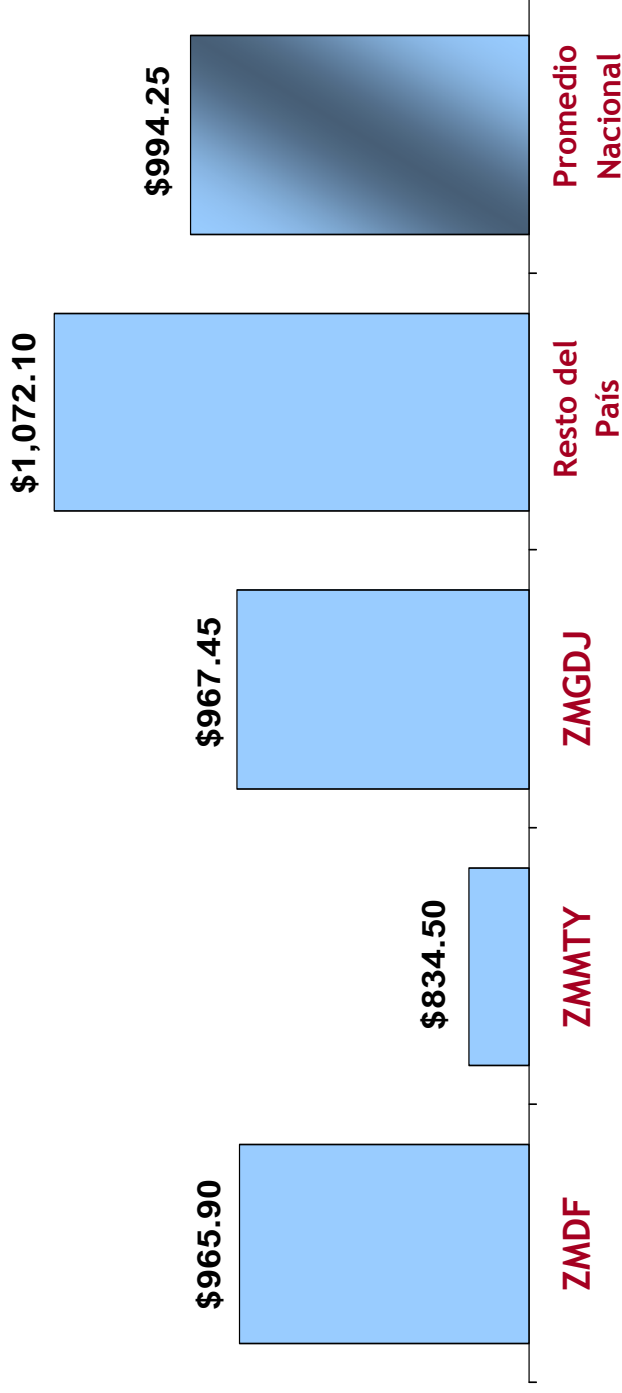
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

42

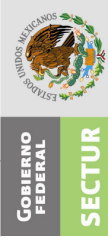
### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS SIN PERNOCTA (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

REGIÓN DEL PAÍS



Base: 2,369 Hogares que realizaron al menos un viaje sin pernocta durante el periodo y declararon el gasto ejercido

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

La Firma de Confianza

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS SIN PERNOCTA - Comparativo -

**Medición 1**  
PROMEDIO DE  
GASTO POR VIAJE  
**\$836.00**



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>

**Medición 2**  
PROMEDIO DE  
GASTO POR VIAJE  
**\$994.25**

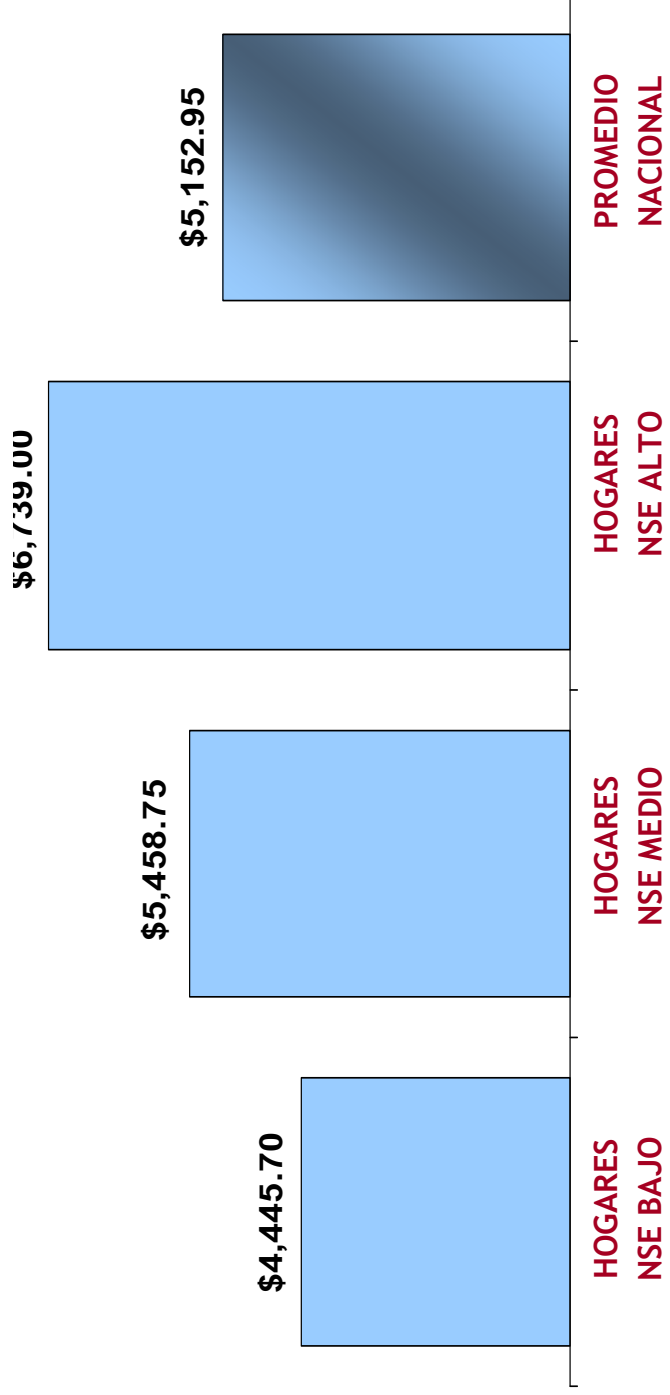


NSE	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	\$914.20	\$834.80	\$1,038.50	\$1,049.80	\$ 975.00
Medio	\$1,006.55	\$821.60	\$917.50	\$1,044.50	\$ 985.60
Alto	\$987.95	\$885.14	\$826.60	\$1,284.45	\$1,128.40
<b>Total</b>	<b>\$965.90</b>	<b>\$834.50</b>	<b>\$967.45</b>	<b>\$1,072.10</b>	<b>\$994.25</b>

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS CON PERNOCTA (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL HOGAR



Base: 2,569 Hogares que realizaron al menos un viaje CON pernocta durante el periodo y declararon el gasto ejercido, Incluye tanto a quienes compraron paquete para su viaje como a quienes no lo adquirieron.

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

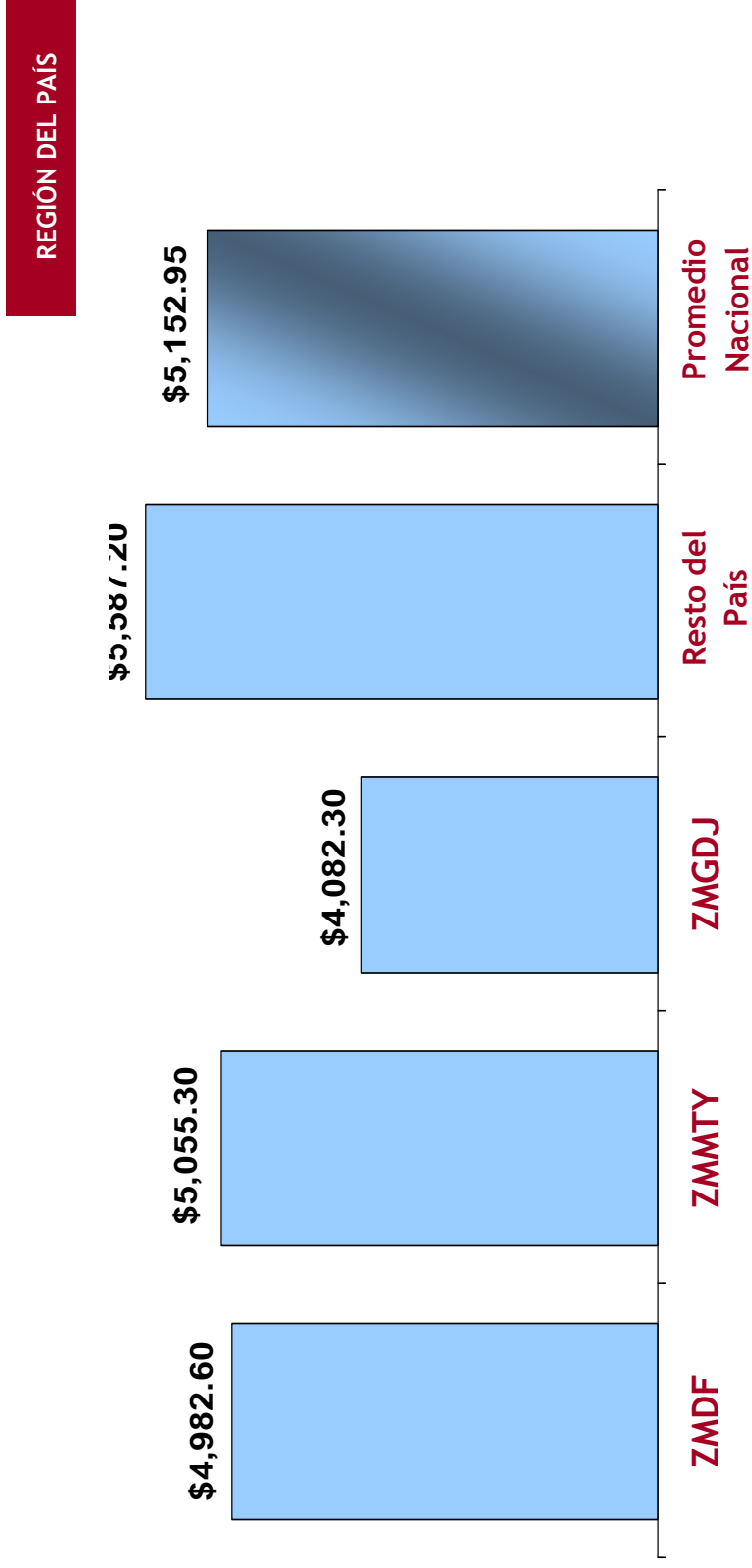


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS CON PERNOCTA (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Base: 2,569 Hogares que realizaron al menos un viaje CON pernocta durante el periodo y declararon el gasto ejercido, Incluye tanto a quienes compraron paquete para su viaje como a quienes no lo adquirieron.

## 6.3 GASTO EN TURISMO DOMÉSTICO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

La Firma de Confianza

**Medición 1**

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



**PROMEDIO DE GASTO POR HOGAR → VIAJEROS CON PERNOCTA**

**- Comparativo -**

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
Total	\$5,030.12	\$4,520.25	\$5,019.56	\$5,051.21	\$4,971.00

**Medición 2**

**PROMEDIO DE  
GASTO POR VIAJE  
\$5,152.95**



NSE	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	\$4,342.55	\$5,120.40	\$3,973.30	\$4,433.90	\$4,445.70
Medio	\$5,236.40	\$4,982.40	\$4,100.60	\$6,009.20	\$5,458.75
Alto	\$7,527.80	\$4,865.90	\$4,477.30	\$7,489.70	\$6,739.00
Total	\$4,982.60	\$5,055.30	\$4,082.30	\$5,587.20	\$5,152.95

## 6.4 Perfiles de los Viajes Con Pernocta

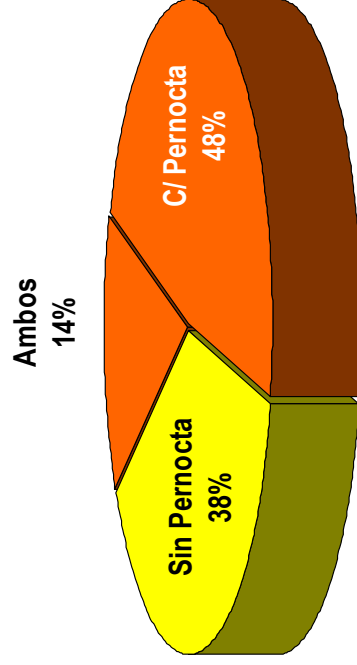
- Para efecto de conocer con mayor claridad los viajes domésticos con pernocta, se aplicó una batería con preguntas más específicas de carácter descriptivo.
- A continuación se presentan los resultados del viaje con pernocta más reciente dentro de la temporada, para aquellos consultados que realizaron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

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### VIAJES CON PERNOCTA

(SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Base: 5,600 consultados

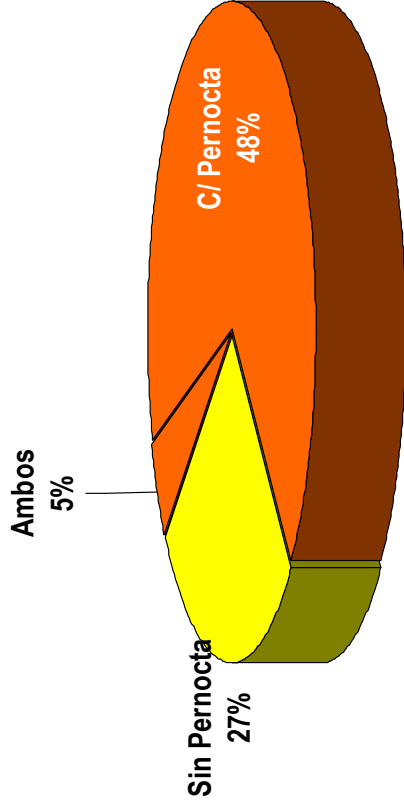
La Firma de Confianza

Del total de consultados el 62% realizó al menos un viaje con pernoctación. Esta tendencia registra 11 puntos menos que los observados en el periodo inmediato anterior.

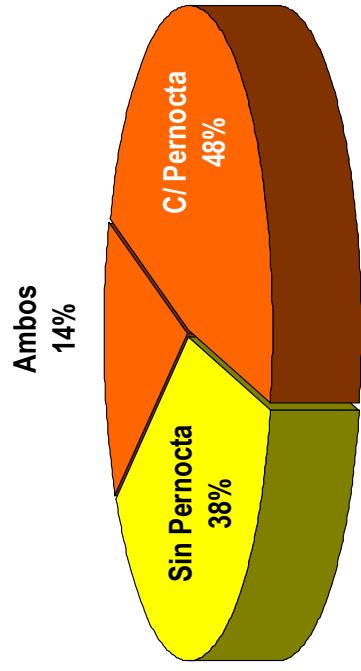
## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### VIAJES CON PERNOCTA

- Comparativo -



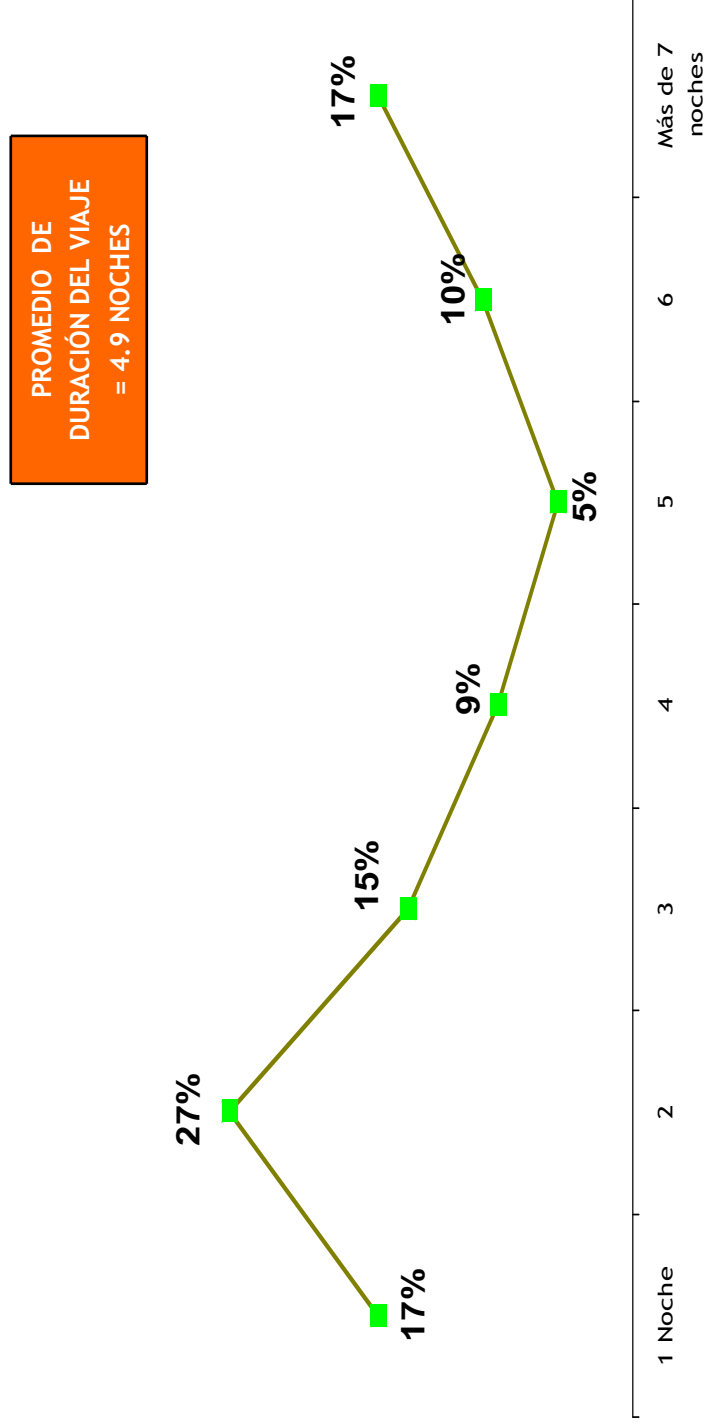
MAYO - AGOSTO  
= 53%



SEPTIEMBRE - DICIEMBRE  
= 62%

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DURACIÓN DE LOS VIAJES DURANTE LA TEMPORADA (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DURACIÓN DE LOS VIAJES DURANTE LA TEMPORADA

#### Comparativo

- Si bien se registran menos viajes con pernocta que en la medición anterior, se incrementa la duración de los eventos, de 4.2 a 4.9 noches (+17%).
- En la clase media es donde se observa con mayor claridad este incremento en la duración de los viajes con pernocta, particularmente en la muestra resto del país.

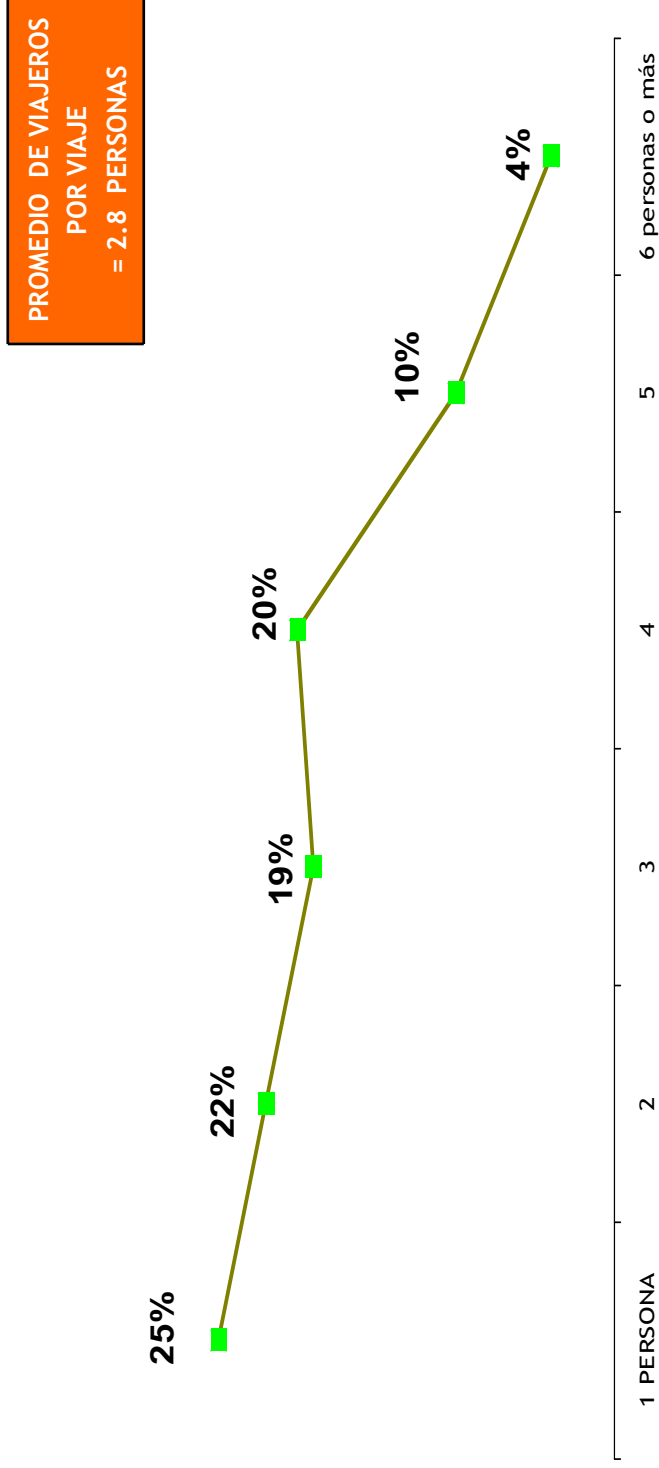
	PROMEDIO DE DURACIÓN DEL VIAJE (NOCHES)			
	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	Total
Mayo-Agosto	4.2	4.2	4.4	4.2
Sept. - Diciembre	4.4	5.5	4.5	4.9

	PROMEDIO DE DURACIÓN DEL VIAJE (NOCHES)				Total
	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País	
Mayo-Agosto	5.1	4.1	4.1	3.9	4.2
Sept. - Diciembre	5.2	4.0	4.2	5.2	4.9

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

La Firma de Confianza



Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE

*Comparativo*

	PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE			Total
	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	
Mayo-Agosto	2.95	2.99	2.68	2.9
Sept. - Diciembre	2.87	2.81	2.70	2.8

	PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE				Total
	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País	
Mayo-Agosto	3.10	2.83	3.04	2.87	2.9
Sept. - Diciembre	2.93	2.76	3.16	2.70	2.8

- Se advierte un ligero decremento en el número de viajeros, respecto al cuatrimestre anterior.

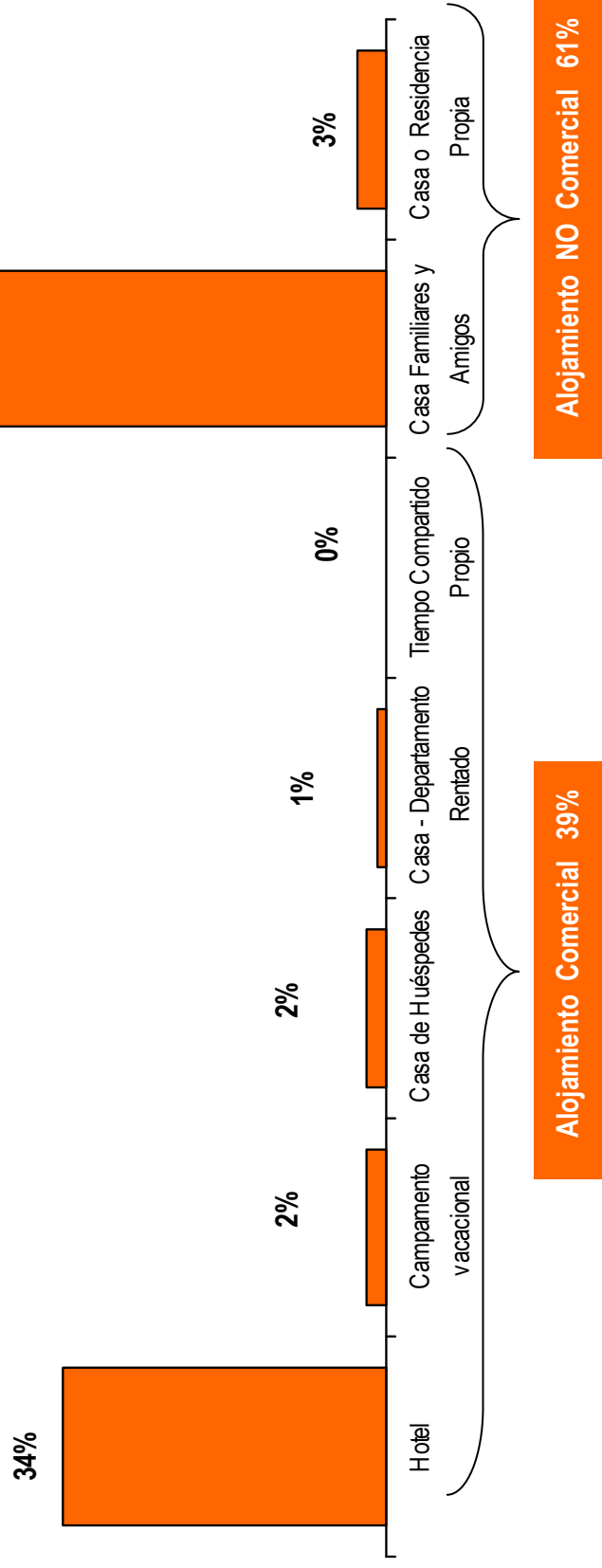
## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Base: 3,451 Hogares que realizaron viajes con pernocta de al menos un día

58%



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

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Nivel Socioeconómico	Viajes con Alojamiento	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Bajo	Comercial	39%	30%	55%	32%	37%
	No Comercial	61%	70%	45%	68%	63%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
Medio	Comercial	45%	37%	46%	35%	39%
	No Comercial	55%	63%	54%	65%	61%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%
Alto	Comercial	44%	31%	55%	48%	47%
	No Comercial	56%	69%	45%	52%	53%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%

Los viajes con ocupación comercial se incrementa conforme aumenta el NSE del hogar viajero.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

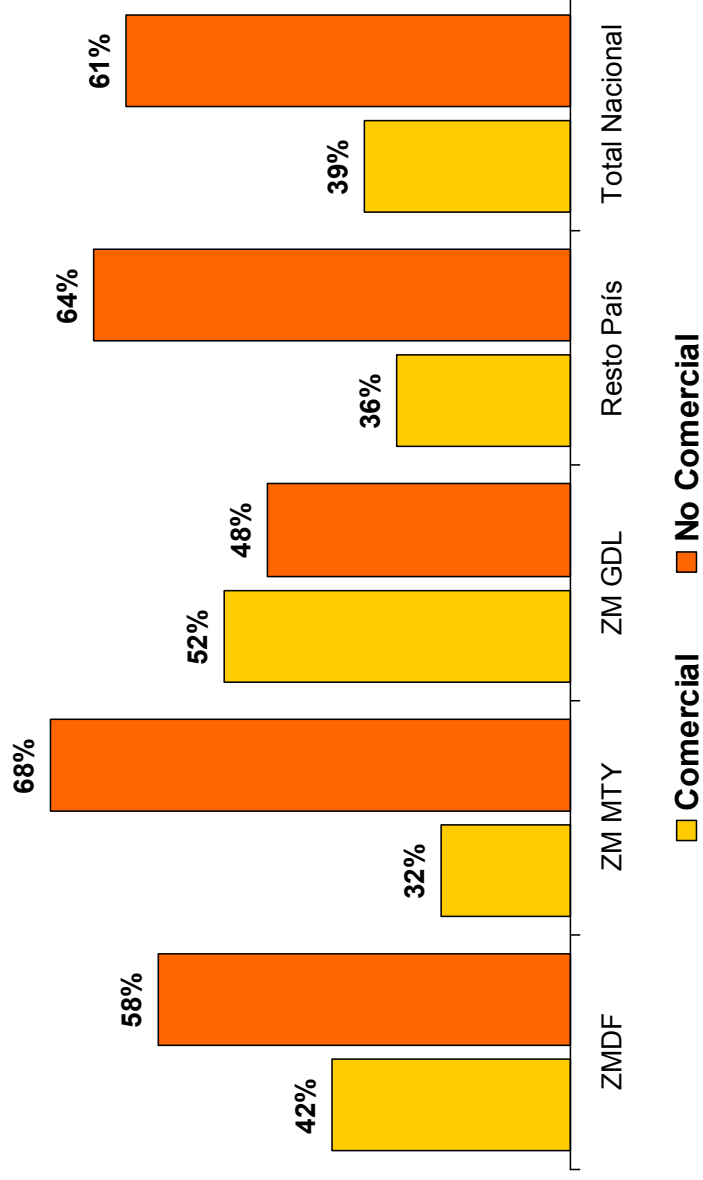


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

Base: 3,451 Hogares que realizaron viajes con pernocta de al menos un día

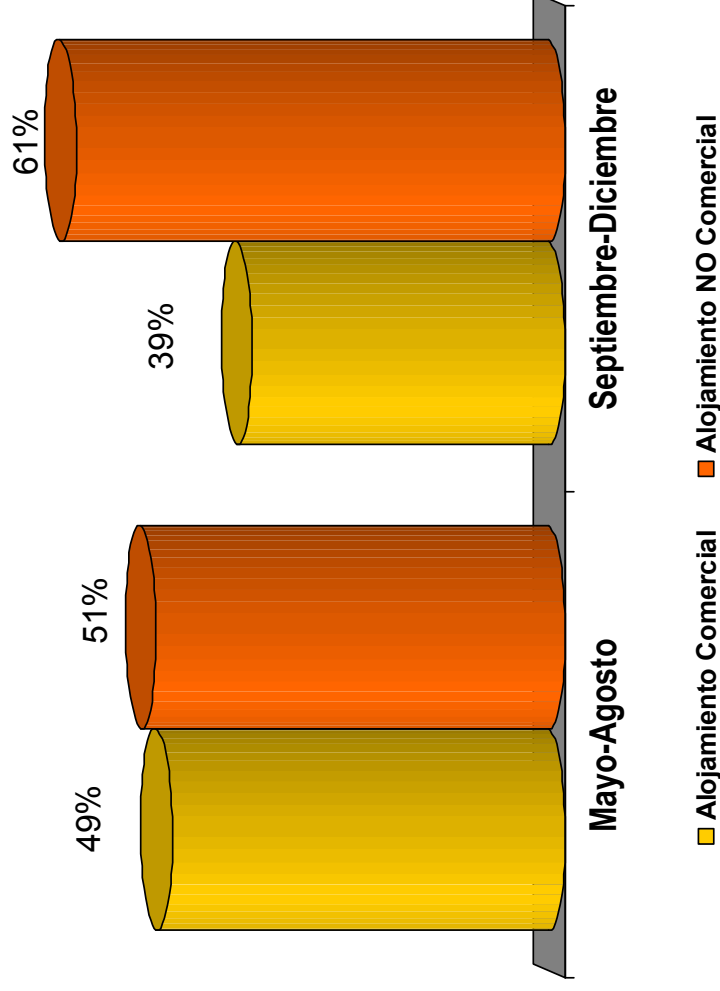


Destaca, al igual que en la medición anterior, la preferencia por el alojamiento comercial entre los viajeros de la ZM de GDL, siendo Monterrey donde se observa menos viajes con alojamiento comercial.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS

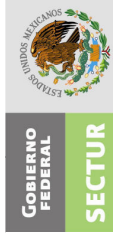
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO *Comparativo*



En el último cuatrimestre del año se advierte un cambio relevante en la preferencia por el tipo de alojamiento. Respecto al periodo de verano se incrementa en 10 puntos el registro de alojamiento NO comercial.

## 6.1 VIAJES DOMÉSTICOS REPORTADOS



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

58

### VIAJES SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO Comparativo

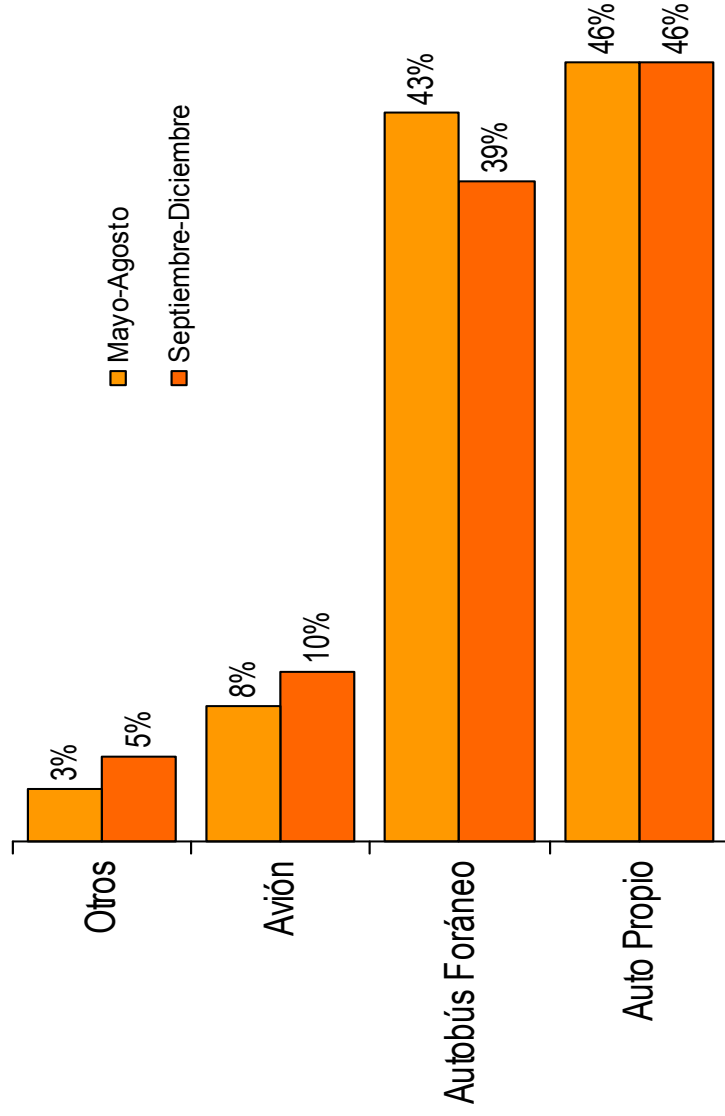
Tipo de Alojamiento	Viajes con Alojamiento	ZM - DF	ZM - MTY	ZM - GDL	Resto del País	Total
Comercial	Mayo - Agosto	51%	47%	64%	44%	49%
	Septiembre - Diciembre	42%	32%	52%	36%	39%
No Comercial	Mayo - Agosto	49%	53%	36%	56%	51%
	Septiembre - Diciembre	58%	68%	48%	64%	61%

La Firma de Confianza

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

- Comparativo -



- Al igual que lo observado en la medición pasada, el uso del transporte terrestre es determinante para viajes de la naturaleza estudiada.
- Asimismo, conforme se incrementa el NSE, aumenta el uso del auto propio.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

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

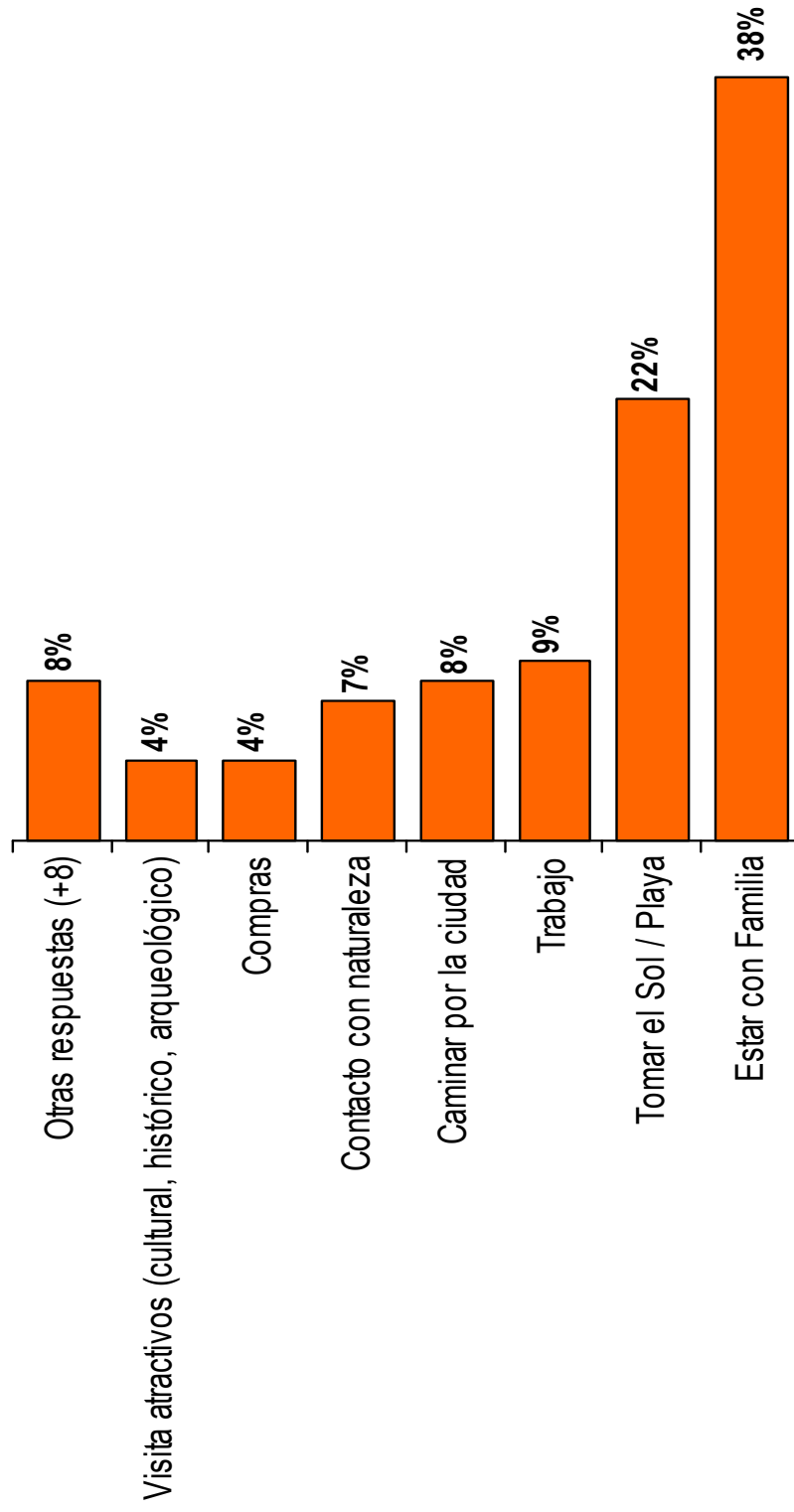
MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NIVEL SOCIOECONÓMICO			REGIÓN			
		Bajo	Medio	Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Auto Propio	46%	43%	47%	53%	51%	42%	52%	44%
Autobús Foráneo	39%	46%	36%	30%	38%	46%	33%	40%
Avión	10%	7%	12%	16%	9%	12%	7%	11%
Otras respuestas	5%	4%	5%	1%	2%	-	8%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA MENCIÓN



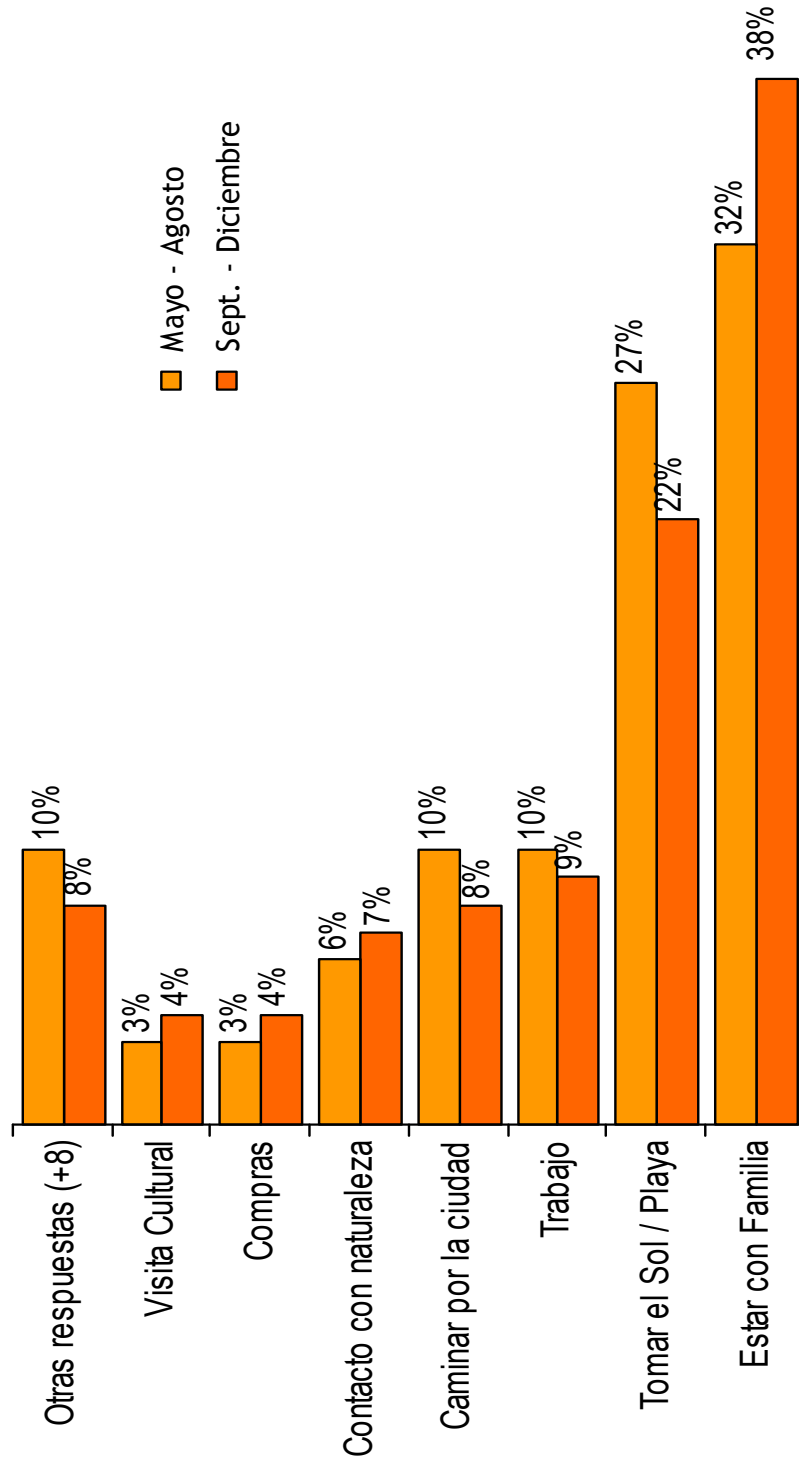
Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

PRIMERA MENCIÓN

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

\_ Comparativo -



Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA MENCIÓN

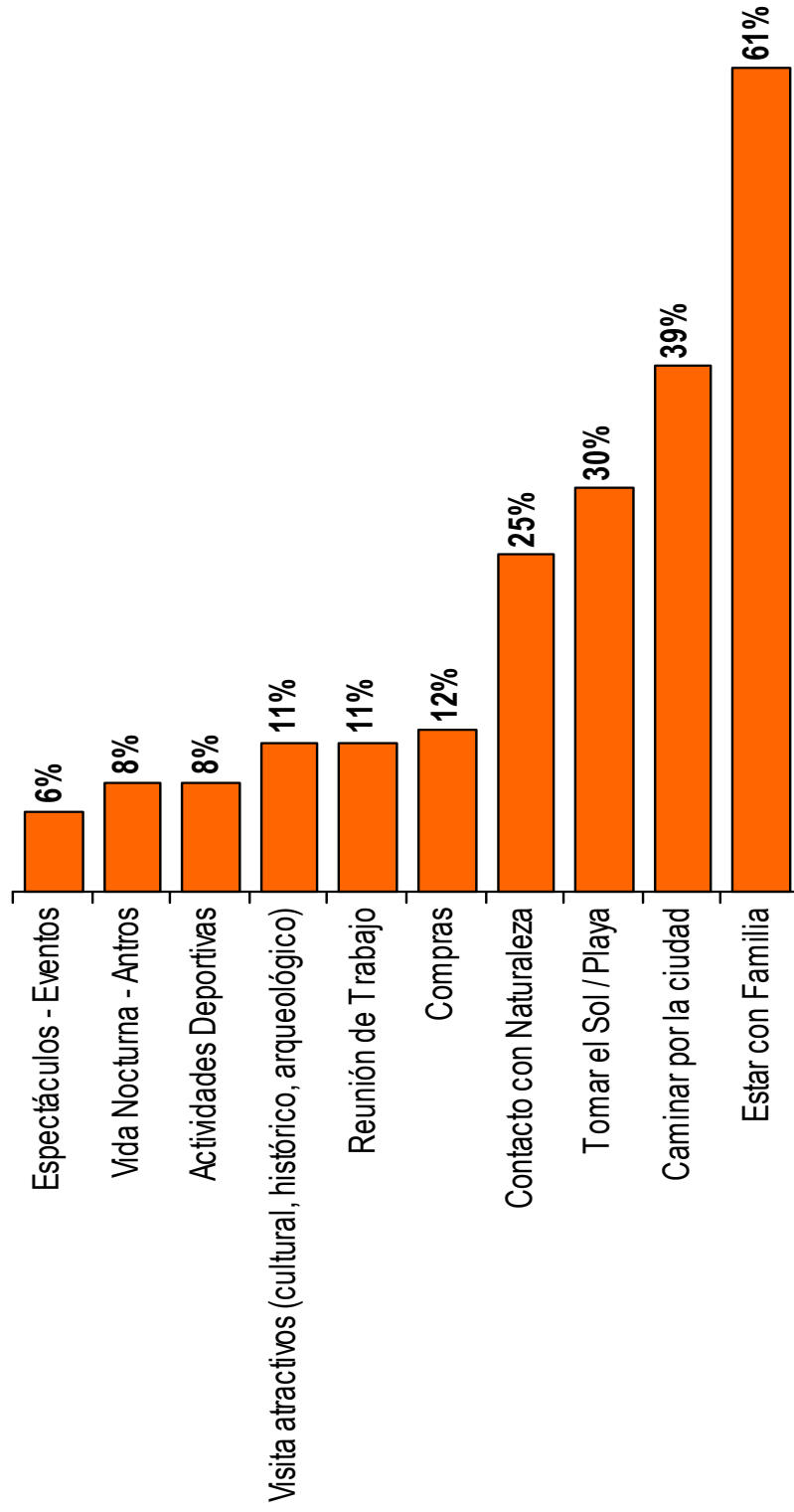
ACTIVIDADES	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Estar con Familia	38%	37%	39%	35%	31%	49%	27%	41%
Tomar el Sol / Playa	22%	23%	21%	25%	29%	10%	34%	18%
Trabajo	9%	9%	10%	8%	12%	8%	8%	9%
Caminar por la ciudad	8%	9%	8%	9%	9%	11%	9%	7%
Contacto con naturaleza	7%	8%	6%	5%	10%	6%	8%	5%
Compras	4%	4%	4%	4%	1%	4%	2%	5%
Visita Cultural	4%	3%	4%	5%	3%	2%	4%	4%
Otras Respuestas	8%	7%	8%	9%	5%	10%	8%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPALES ACTIVIDADES EN EL DESTINO

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



Base: 3,450 casos

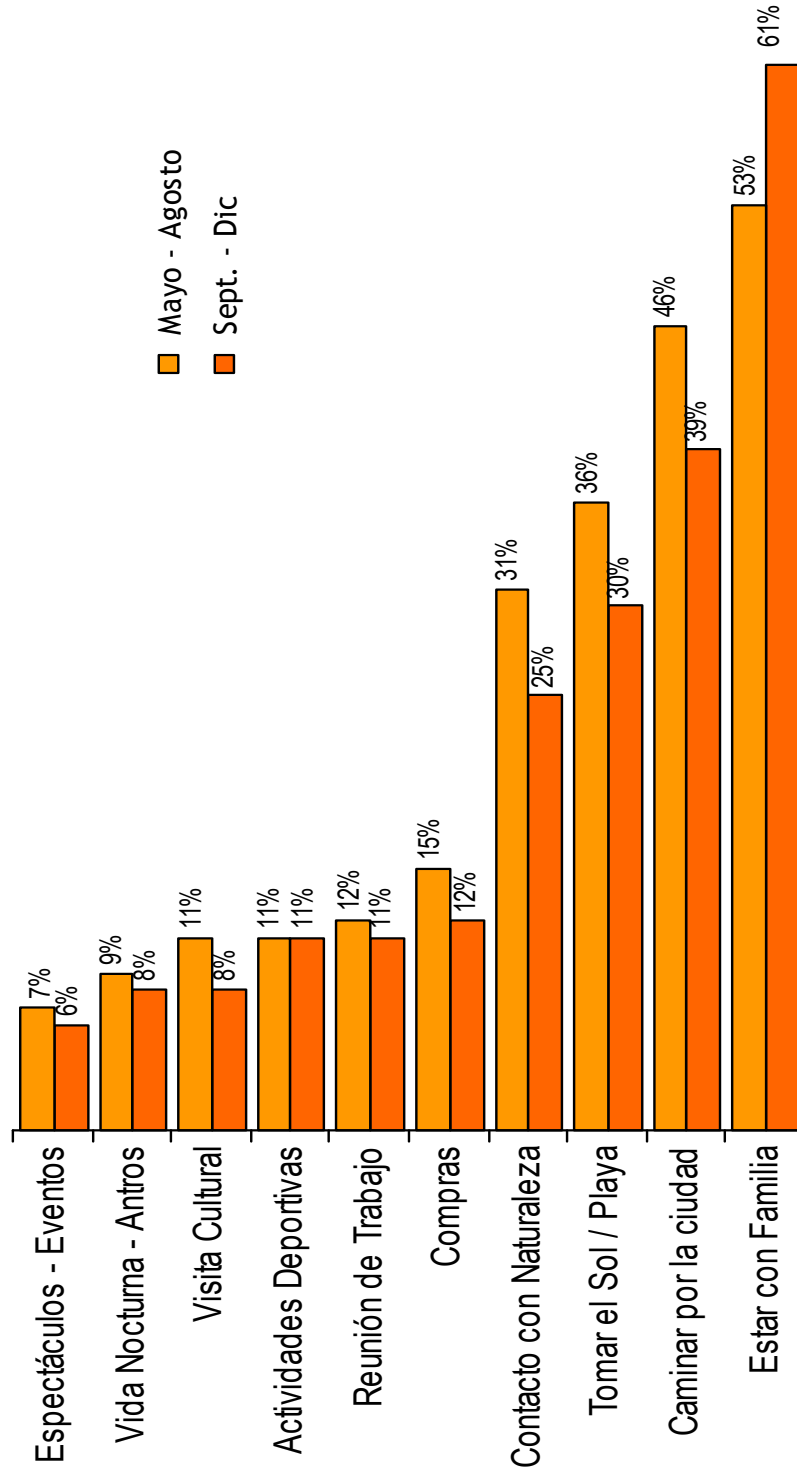
## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

RESPUESTA  
MÚLTIPLE

### ACTIVIDADES EN EL DESTINO

- Comparativo -



La Firma de Confianza

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### PRINCIPALES ACTIVIDADES EN EL DESTINO

**RESPUESTA MÚLTIPLE**

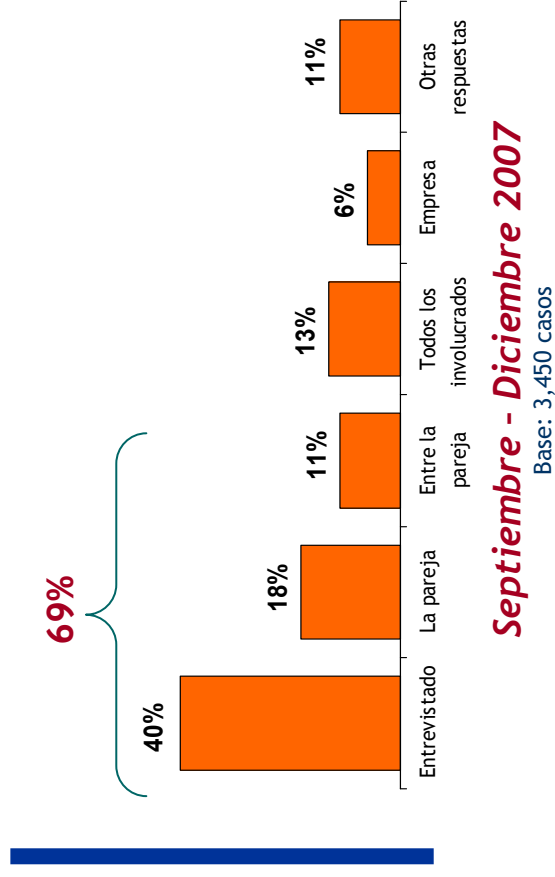
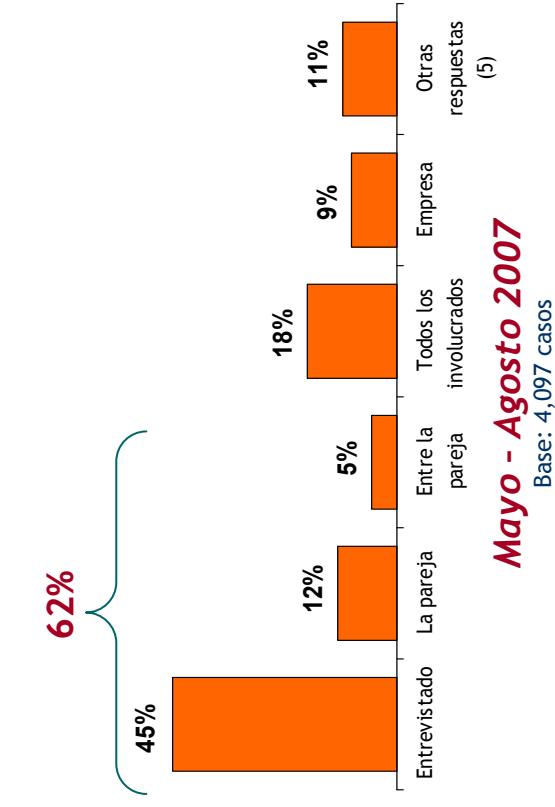
ACTIVIDADES	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - .DF	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Estar con Familia	61%	62%	60%	60%	50%	64%	61%	64%
Caminar por la ciudad	39%	41%	38%	40%	41%	35%	46%	38%
Tomar el Sol / Playa	30%	31%	29%	34%	41%	21%	44%	24%
Contacto con Naturaleza	25%	25%	26%	24%	38%	24%	38%	16%
Compras	12%	12%	11%	13%	3%	16%	12%	14%
Reunión de Trabajo	11%	10%	12%	10%	13%	10%	11%	11%
Visita Cultural	11%	10%	12%	13%	14%	8%	12%	10%
Actividades Deportivas	8%	7%	8%	8%	10%	6%	12%	6%
Vida Nocturna - Antros	8%	7%	7%	10%	7%	5%	10%	8%
Espectáculos - Eventos	6%	6%	6%	9%	3%	5%	6%	8%

Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ¿Quién Elige / Planea el Viaje? - Comparativo -



Si bien aumenta la participación de los jefes de familia respecto a la programación del viaje (69%), en esta temporada vacacional, se observa que en esta decisión participa más la pareja del entrevistado.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ¿Quién Elige / Planea el Viaje?

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	33%	50%	34%	42%
La pareja	17%	19%	14%	18%
Entre la pareja	8%	12%	5%	13%
Involucrados	16%	6%	22%	12%
Empresa	9%	6%	7%	5%
Hijos	3%	2%	5%	3%
Hermanos	1%	1%	2%	1%
Parientes en el hogar	9%	3%	6%	3%
Parientes NO del hogar	3%	1%	5%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

La Firma de Confianza

### NSE

	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	41%	39%	42%
La pareja	16%	18%	20%
Entre la pareja	10%	12%	11%
Involucrados	16%	12%	12%
Empresa	6%	7%	5%
Hijos	3%	3%	3%
Hermanos	1%	1%	1%
Parientes en el hogar	4%	5%	3%
Parientes NO del hogar	3%	3%	3%
Total	100%	100%	100%

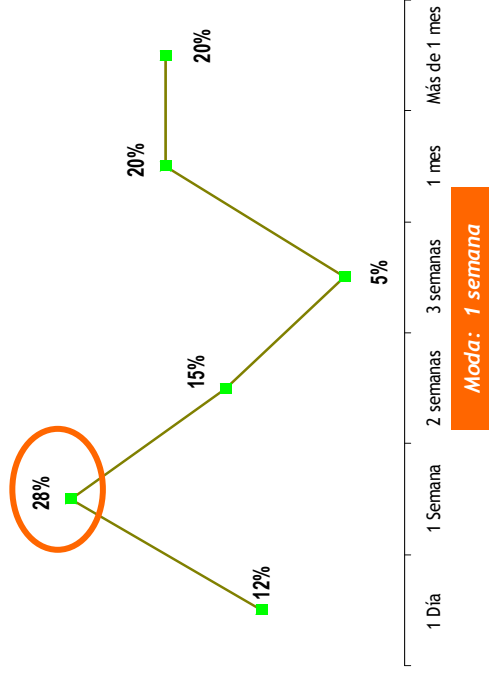
## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ¿Con qué anticipación se planeó el Viaje?

- En términos generales, la tendencia en el tiempo de planeación del viaje previo a su realización se comporta de manera similar que en el cuatrimestre anterior.
- Una semana termina siendo el lapso de tiempo más común para la planeación del viaje.
- La excepción, en esta ocasión son los viajeros de la ZM de Monterrey, quienes a diferencia de la temporada anterior, en esta toman hasta un mes de anticipación su planeación.

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

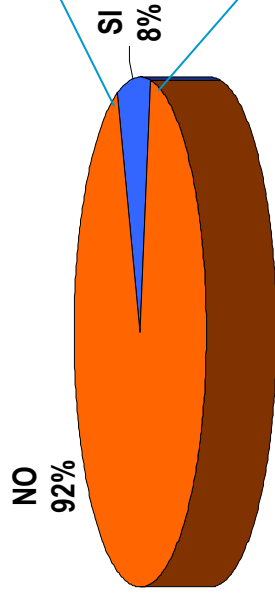


MODA POR REGIÓN			
ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
1 SEMANA	1 MES	1 SEMANA	1 SEMANA

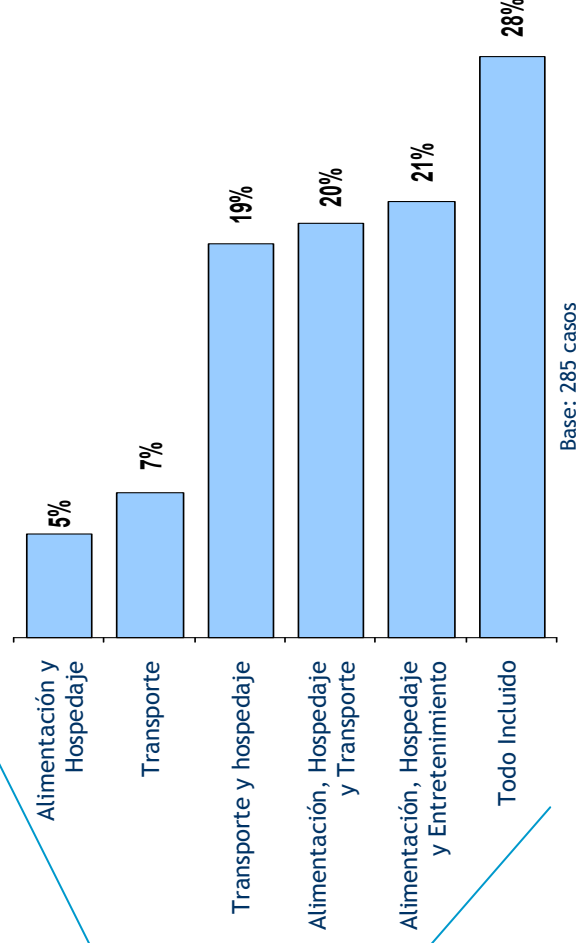
Base: 3,450 casos

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### COMPRA DE PAQUETE



### CONTENIDO DEL PAQUETE

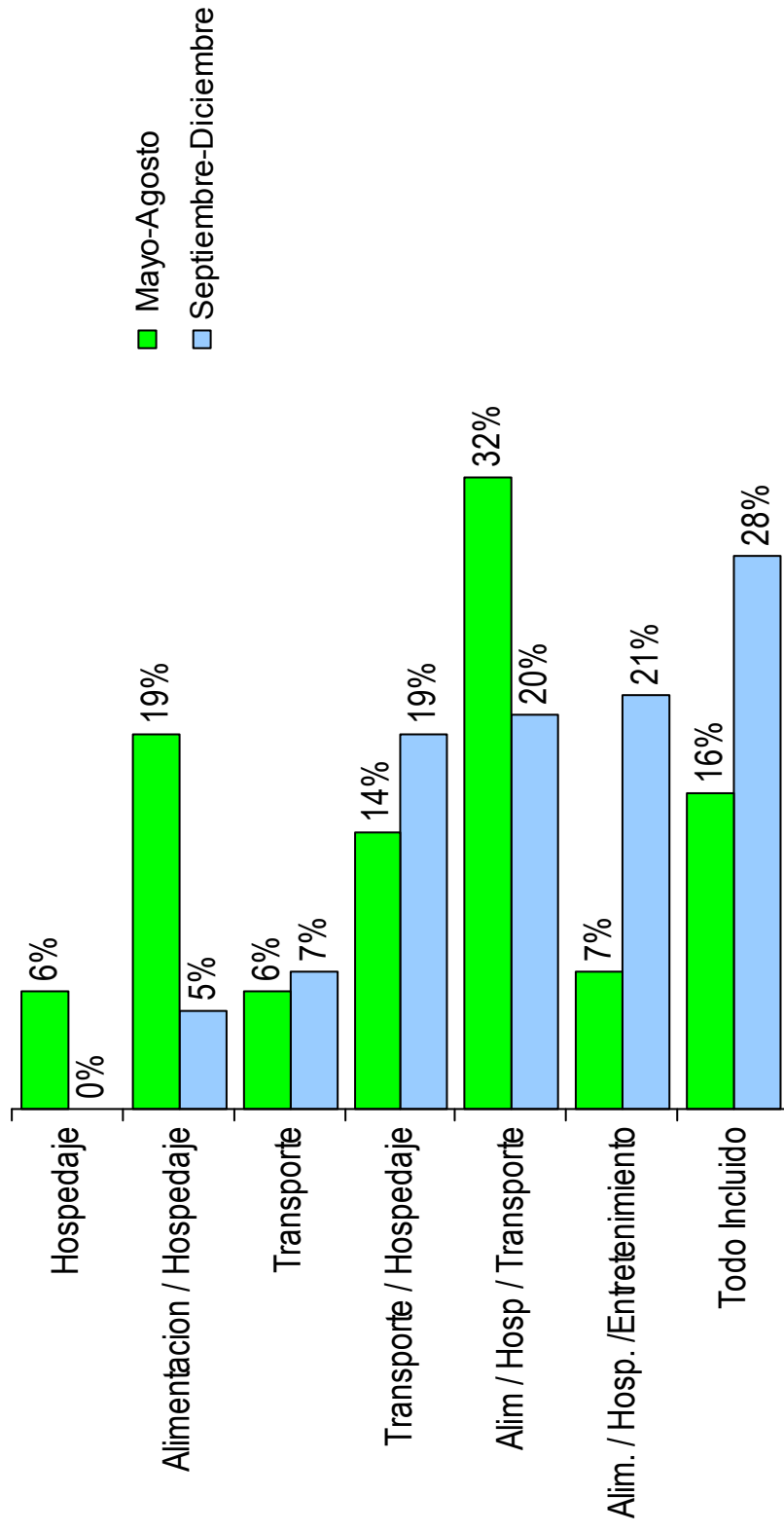


▪ Si bien se mantiene la porción de entrevistados que señalan haber comprado algún tipo de paquete (en la medición anterior fue de 7%), se observan diferencias importantes en los tipos de paquetes adquiridos para esta temporada vacacional.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### CONTENIDO DEL PAQUETE

-Comparativo-



## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### COMPRA DE PAQUETE

SÍ COMPRA PAQUETE			
ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
7%	5%	16%	7%

Base: 285 casos



SÍ COMPRA PAQUETE		
NSE BAJO	NSE MEDIO	NSE ALTO
8%	9%	8%

Base: 285 casos

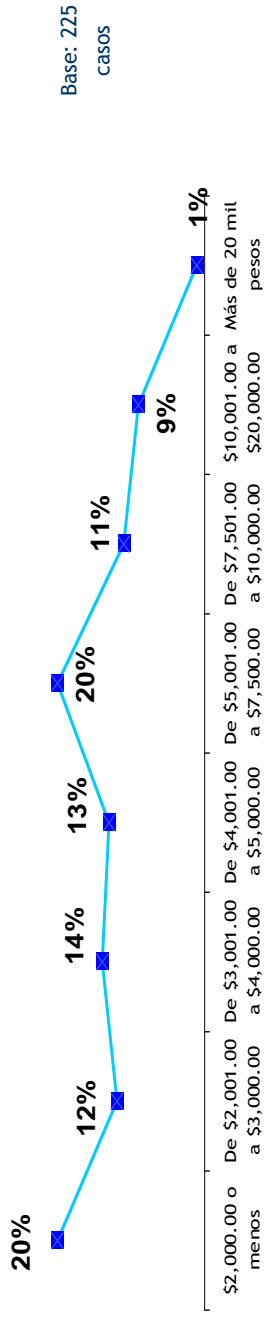
- A decir de los entrevistados, es muy poco usual la compra de paquetes. La excepción, son los viajeros de la ZM del GDL, al igual que en la medición anterior.
- No se observan diferencias en cuanto al nivel socioeconómico para la compra de paquetes vacacionales.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON CON PAQUETE

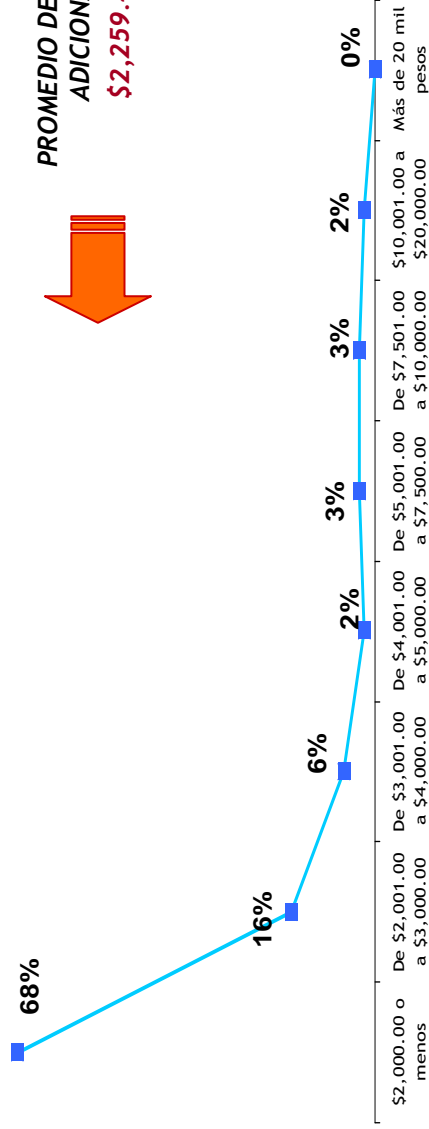
Costo del Paquete

PROMEDIO DE COSTO DEL PAQUETE  
**\$5,751.30**



Gasto Adicional

PROMEDIO DE GASTO ADICIONAL  
**\$2,259.40**



Gasto promedio en viaje con pernocta - entre quienes compraron paquete = \$8,010.70

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

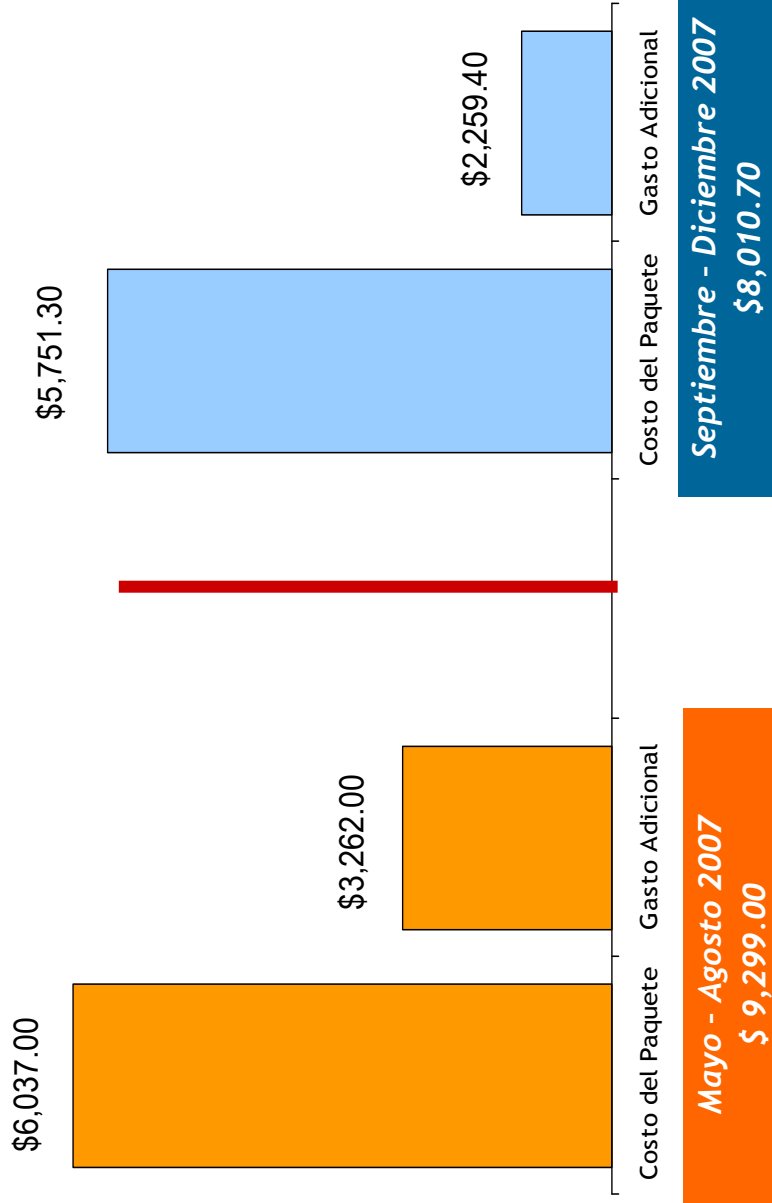


# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON CON PAQUETE

-Comparativo-



La Firma de Confianza

Entre quienes realizaron viajes con pernocta y adquirieron algún tipo de paquete, si bien la proporción es similar a la de la medición anterior, decrece en un 14% el gasto declarado, siendo significativamente mayor este decremento en el consumo adicional, es decir, fuera del paquete.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON CON PAQUETE

NSE	Costo del Paquete	Gasto Adicional	Gasto Total aproximado
Bajo	\$4,560.10	\$1,905.40	\$6,465.50
Medio	\$6,051.50	\$2,583.85	\$8,635.35
Alto	\$8,825.20	\$2,049.90	\$10,875.10
<b>Total</b>	<b>\$5,751.30</b>	<b>\$2,259.40</b>	<b>\$8,010.70</b>

▪ Mientras que en los niveles bajo el gasto adicional al paquete es de alrededor del 30%, en el caso de los niveles representa menos del 20%.



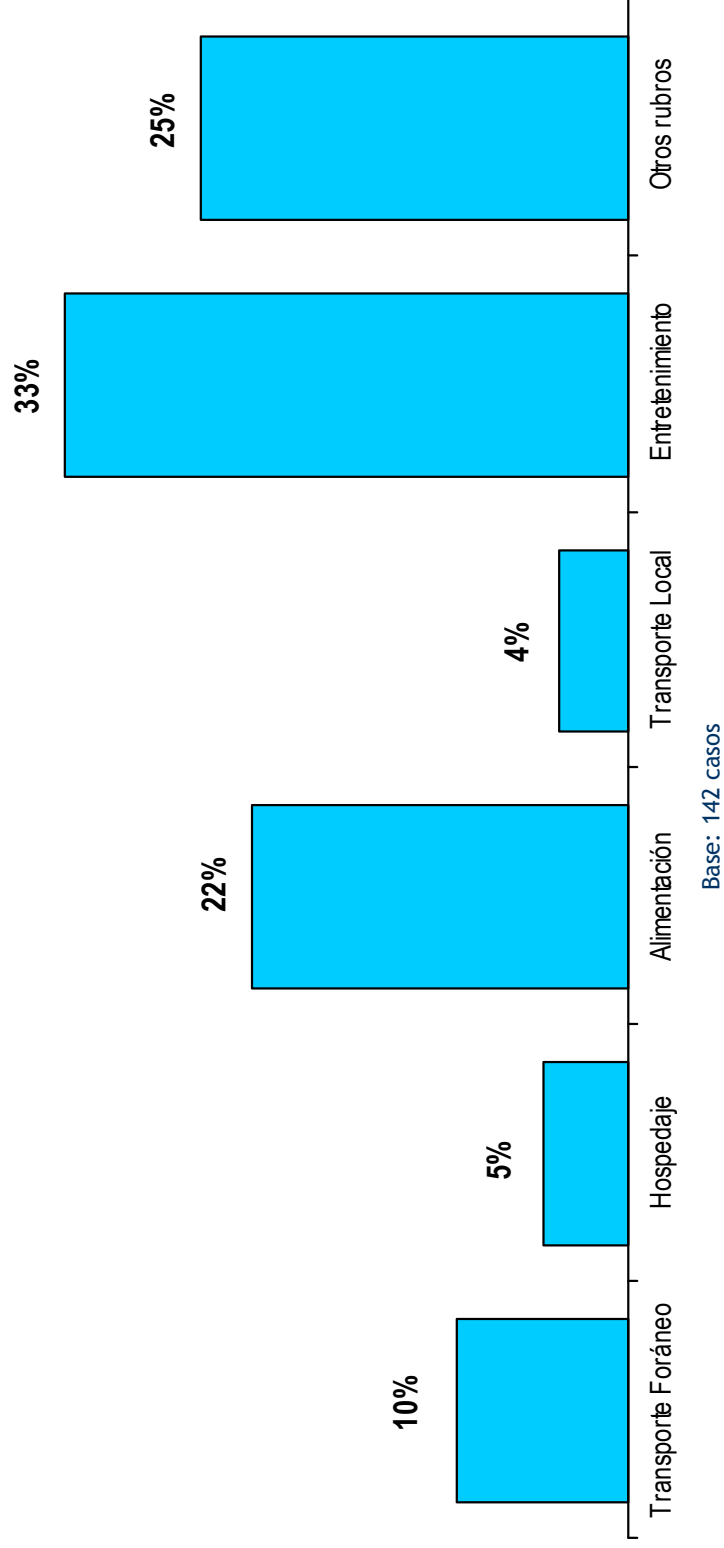
▪ En los hogares de este tipo en ZMDF y Guadalajara se destina la mayor parte al gasto del paquete (79% y 77%, respectivamente), mientras que en Monterrey y Resto del país se gasta más en conceptos adicionales.

REGIÓN	Costo del Paquete	Gasto Adicional	Gasto Total aproximado
ZMDF	\$6,492.90	\$1,769.90	\$8,262.80
ZM Monterrey	\$4,513.50	\$2,140.70	\$6,654.20
ZM Guadalajara	\$4,727.40	\$1,436.40	\$6,163.80
Resto del País	\$6,430.10	\$2,959.80	\$9,389.90
<b>Total</b>	<b>\$5,751.30</b>	<b>\$2,259.40</b>	<b>\$8,010.70</b>



## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DECLARADO FUERA DEL PAQUETE

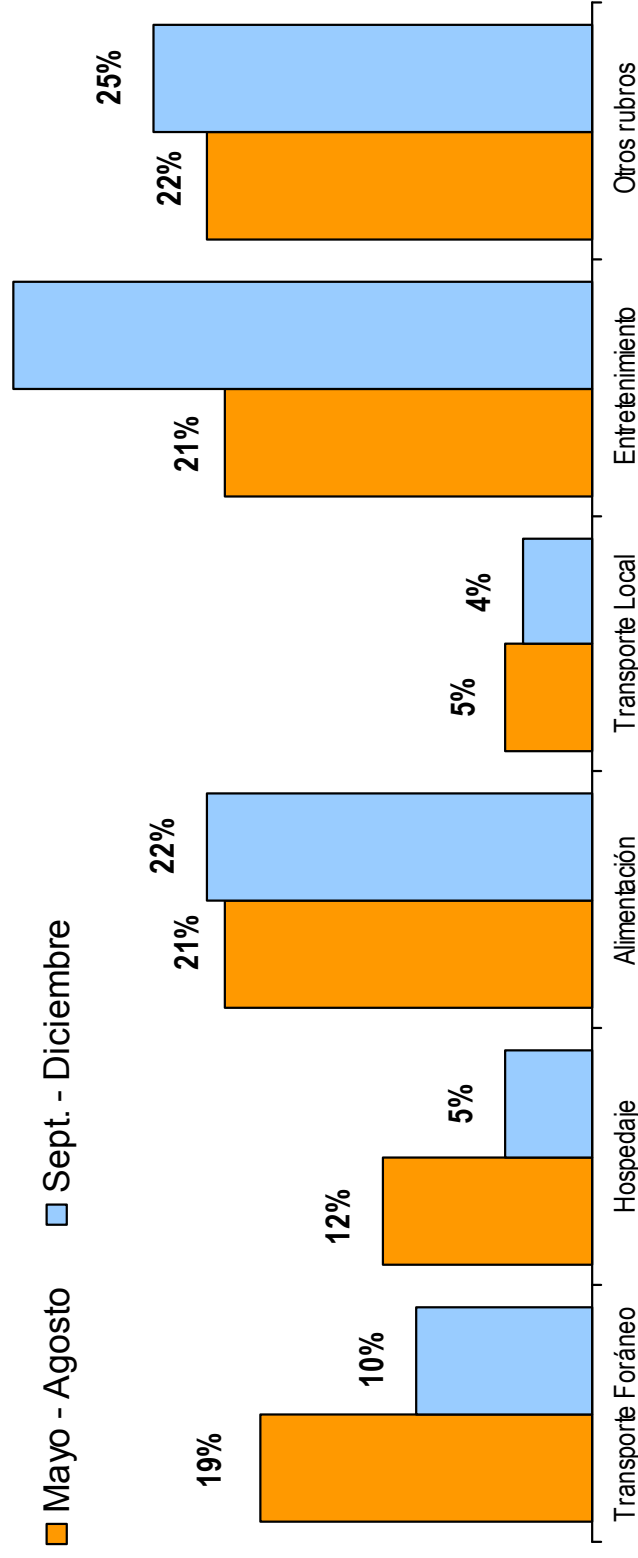


- Lo más recurrente en un paquete es el servicio de hospedaje. Por ello, el gasto adicional se distribuye de manera similar en el resto de los conceptos, excepto en transporte local.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO FUERA DEL PAQUETE

**-Comparativo-**

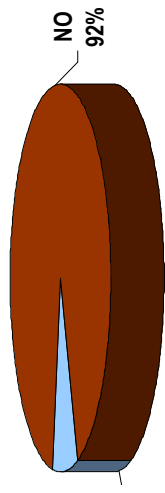


- Llama la atención la disminución del gasto en transporte foráneo, mismo que se explica por el ligero incremento de uso de auto propio por parte de los hogares con NSE Bajo (el más numeroso).
- En cuanto al hospedaje, también se observa un decremento, derivado éste del aumento de pernoctas de hospedaje no comercial, particularmente por alojamiento en casa de familiares y amigos.
- En contra parte, la declaratoria de gasto en entretenimiento se incrementa significativamente respecto a la temporada anterior.

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### COMPRA DE PAQUETE

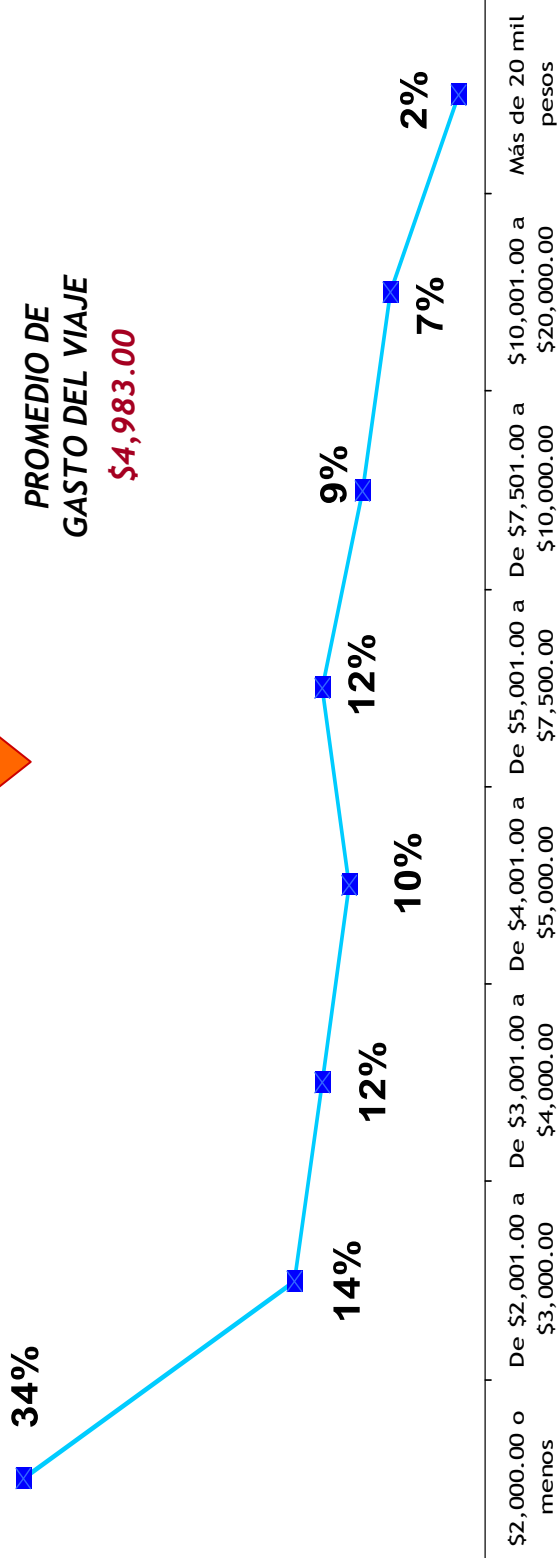


Base: 4,077 casos

La Firma de Confianza

### GASTO DEL VIAJE

PROMEDIO DE  
GASTO DEL VIAJE  
**\$4,983.00**



Base: 2,324 consultados que VIAJARON con pernocta, declarando su gasto y no COMPRARON paquete

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



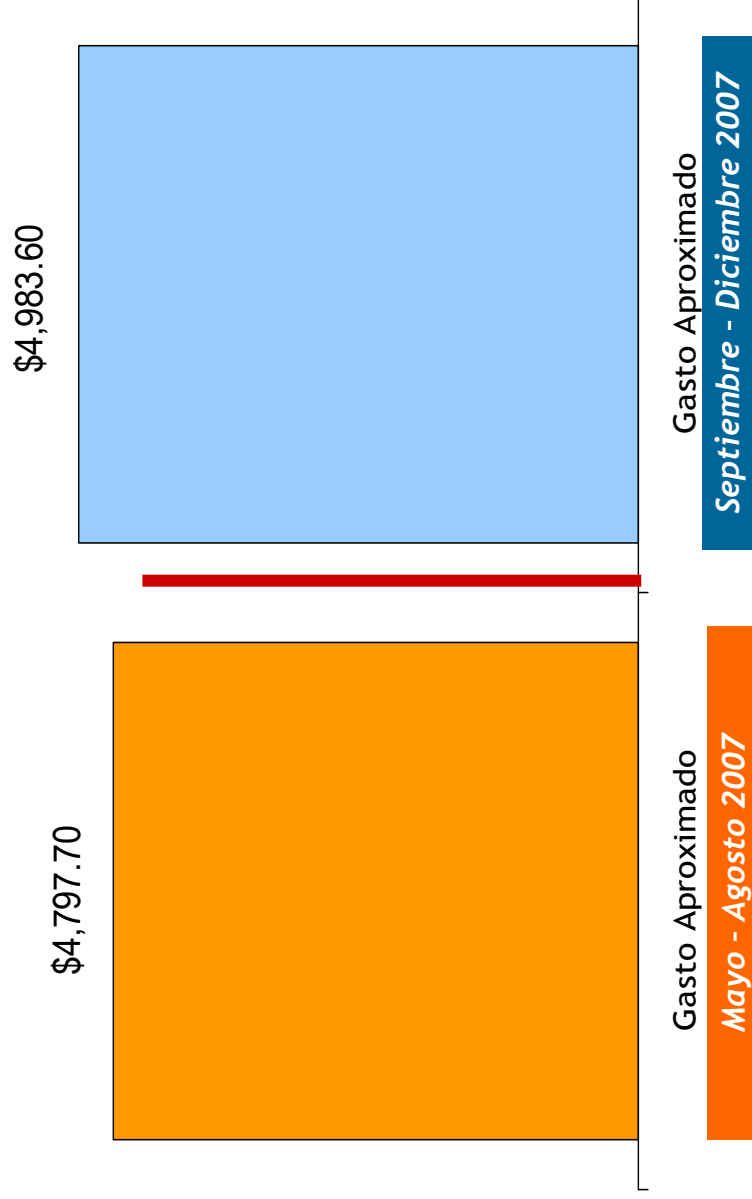
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

79

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON SIN PAQUETE

*-Comparativo-*



La Firma de Confianza

Entre quienes realizaron viajes con pernocta sin adquirir paquete, gastaron una cantidad muy similar a la de la medición anterior (+4%).

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON SIN PAQUETE

NSE	Gasto Total aproximado
Bajo	\$ 4,340.40
Medio	\$ 5,262.70
Alto	\$ 6,456.00
Total	\$ 4,983.60



- A mayor nivel socioeconómico del hogar viajero, mayor el gasto declarado en su viaje.

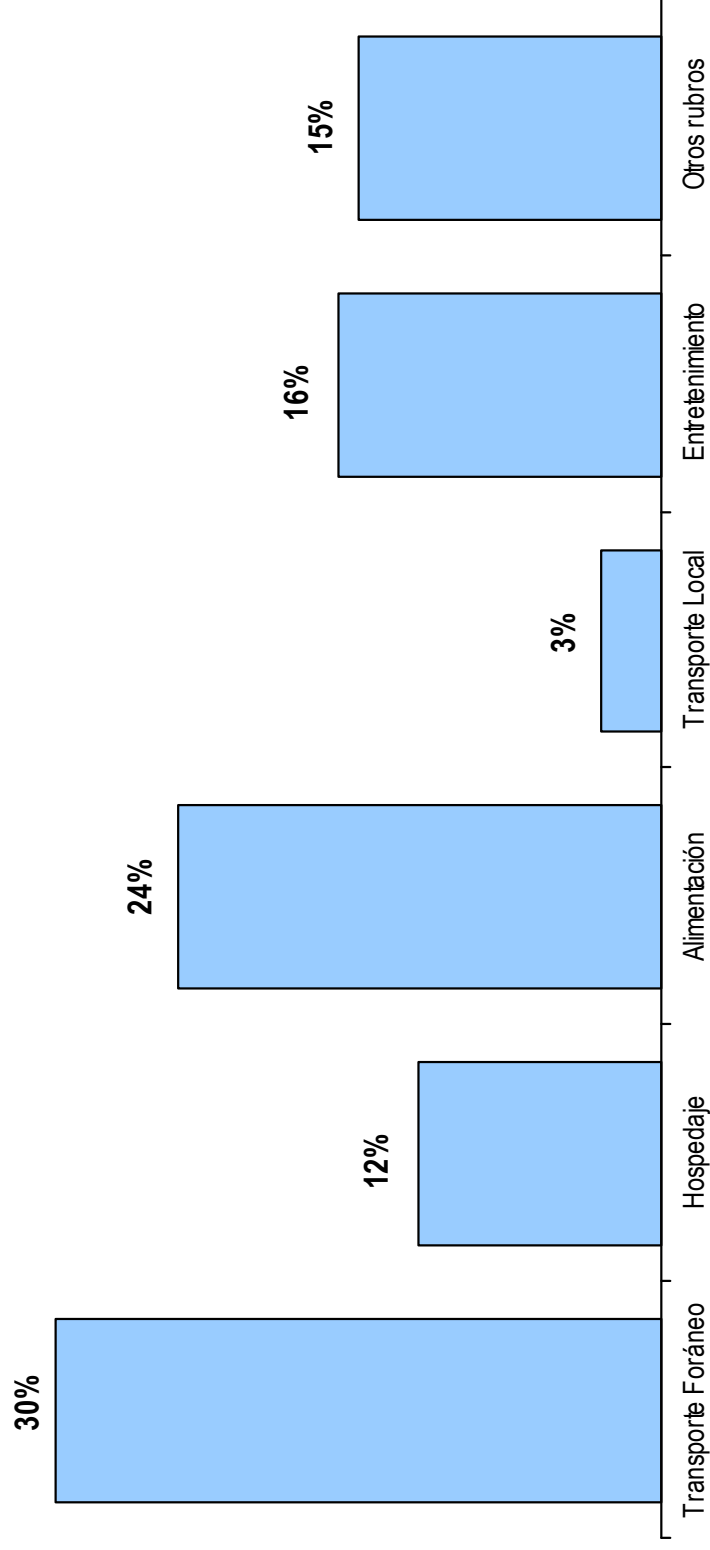
- Los hogares de Guadalajara son quienes menos recursos dedicaron en su principal viaje durante la temporada.

REGIÓN	Gasto Total aproximado
ZMDF	\$ 4,745.40
ZM Monterrey	\$ 5,039.20
ZM Guadalajara	\$ 3,804.60
Resto del País	\$ 5,398.80
Total	\$ 4,983.60



## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE

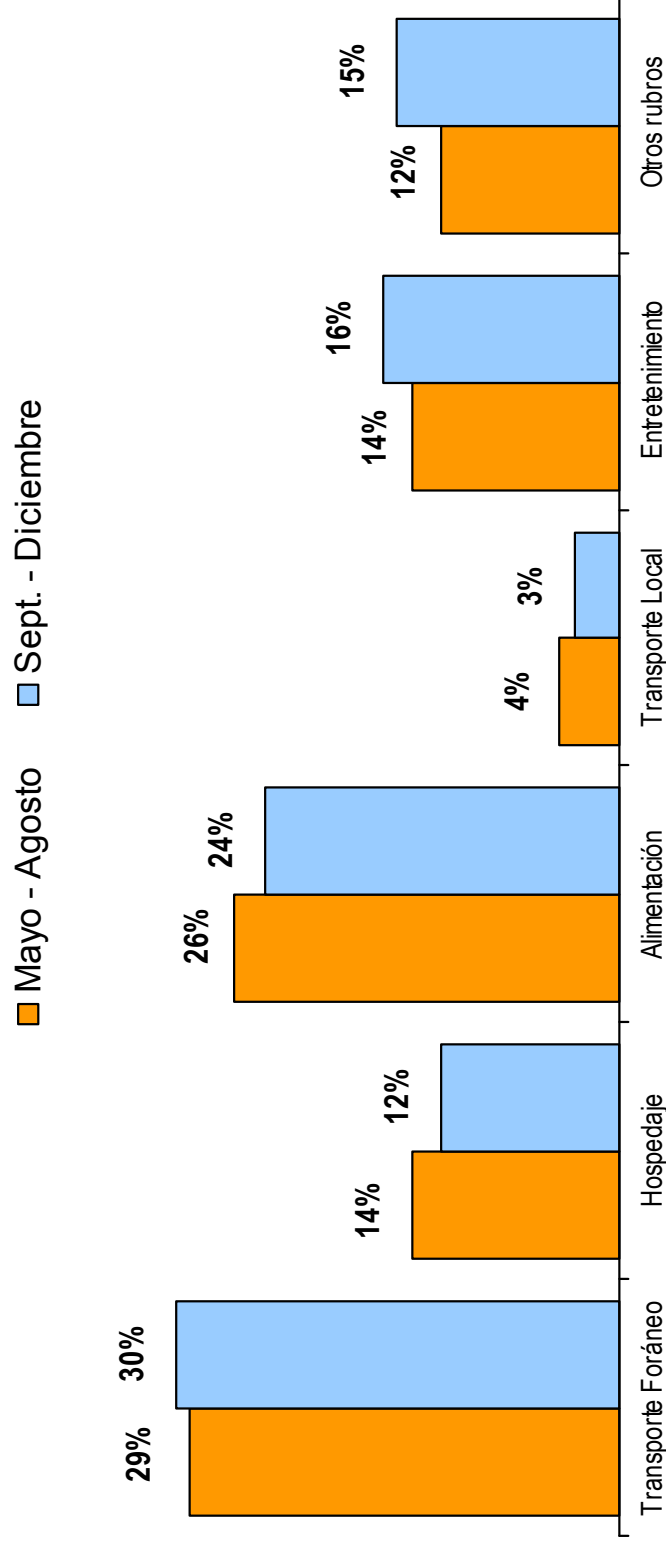


- Con una tendencia muy similar a la medición anterior, quienes no adquirieron un paquete de viaje, el mayor recurso financiero lo destinaron a la transportación y alimentación. Sólo uno de cada diez pesos se ejerció para hospedaje, lo que se explica si se considera que dos de cada tres de estos hogares viajeros se alojaron en hospedaje no comerciales (66%).

## 6.4 PERFIL DE VIAJES CON PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE

*-Comparativo-*



■ No se observan diferencias en la tendencia de distribución del gasto. La coincidencia es mayor aún, si considera que en la medición anterior, se solicitó porcentajes por cada rubro, mientras que en la segunda medición, se requirió el monto ejercido por cada concepto.

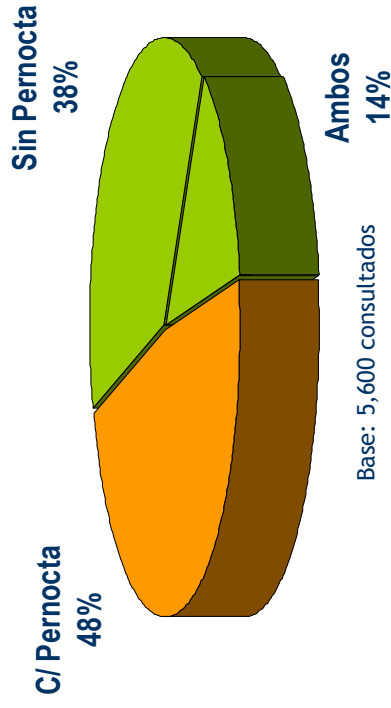
## 6.5 Perfiles de los Viajes Sin Pernocta

- 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.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### HOGARES QUE REALIZARON VIAJES SIN PERNOCTA (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)

La Firma de Confianza



Del total de consultados, poco más de la mitad de los consultados realizó al menos un viaje sin pernocta - 52% - (2,899 casos).

Casi dos de cada tres de estos hogares viajeros realizaron sólo viajes sin pernocta durante la temporada.

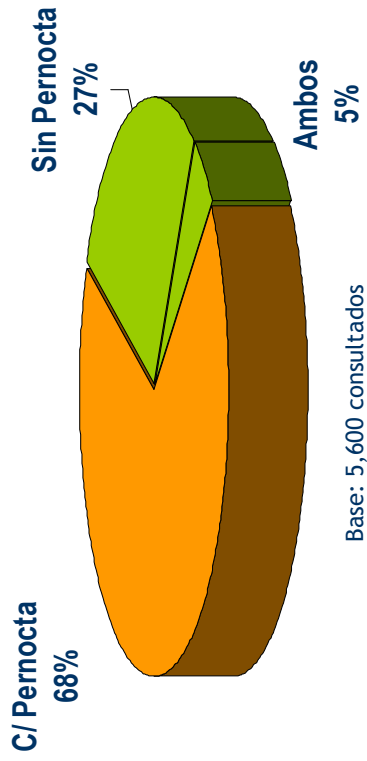
Respecto a la medición anterior, esta proporción cambia significativamente, toda vez que en la temporada mayo - agosto, sólo viajes sin pernocta una tercera parte (32%).

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

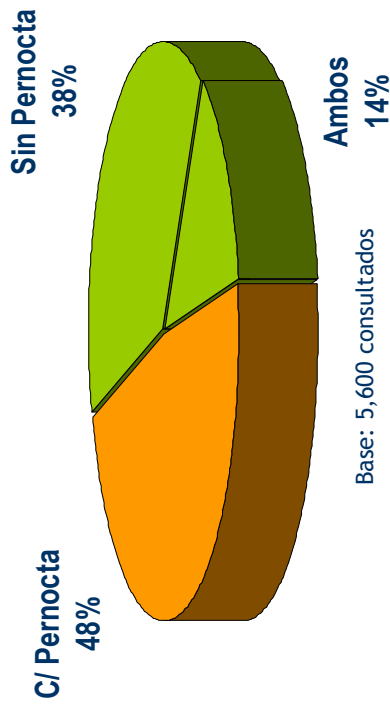
### HOGARES QUE REALIZARON VIAJES SIN PERNOCTA

- Comparativo -

La Firma de Confianza



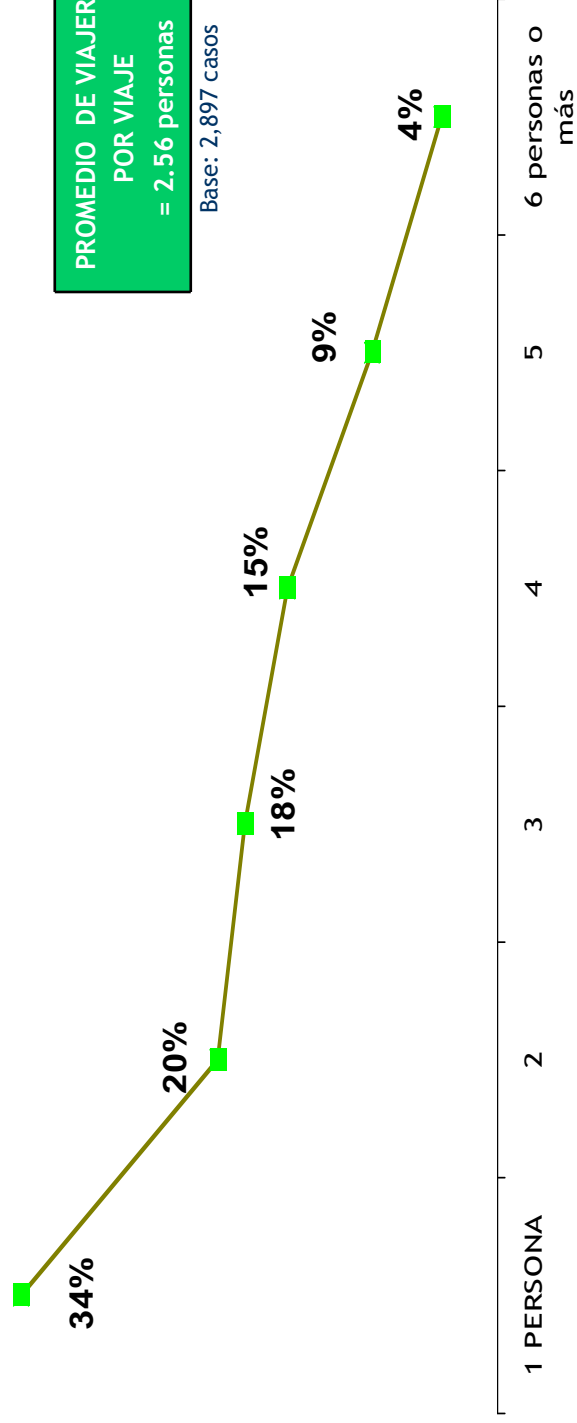
MAYO - AGOSTO  
= 32%



SEPTIEMBRE - DICIEMBRE  
= 52%

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE (SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2007)



La Firma de Confianza

- Respecto a la medición anterior, se mantiene el promedio de viajeros por cada viaje realizado sin pernocta. En cuanto a las variables de control, las diferencias son poco significativas.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

87

### NÚMERO DE VIAJEROS POR VIAJE

- Comparativo -

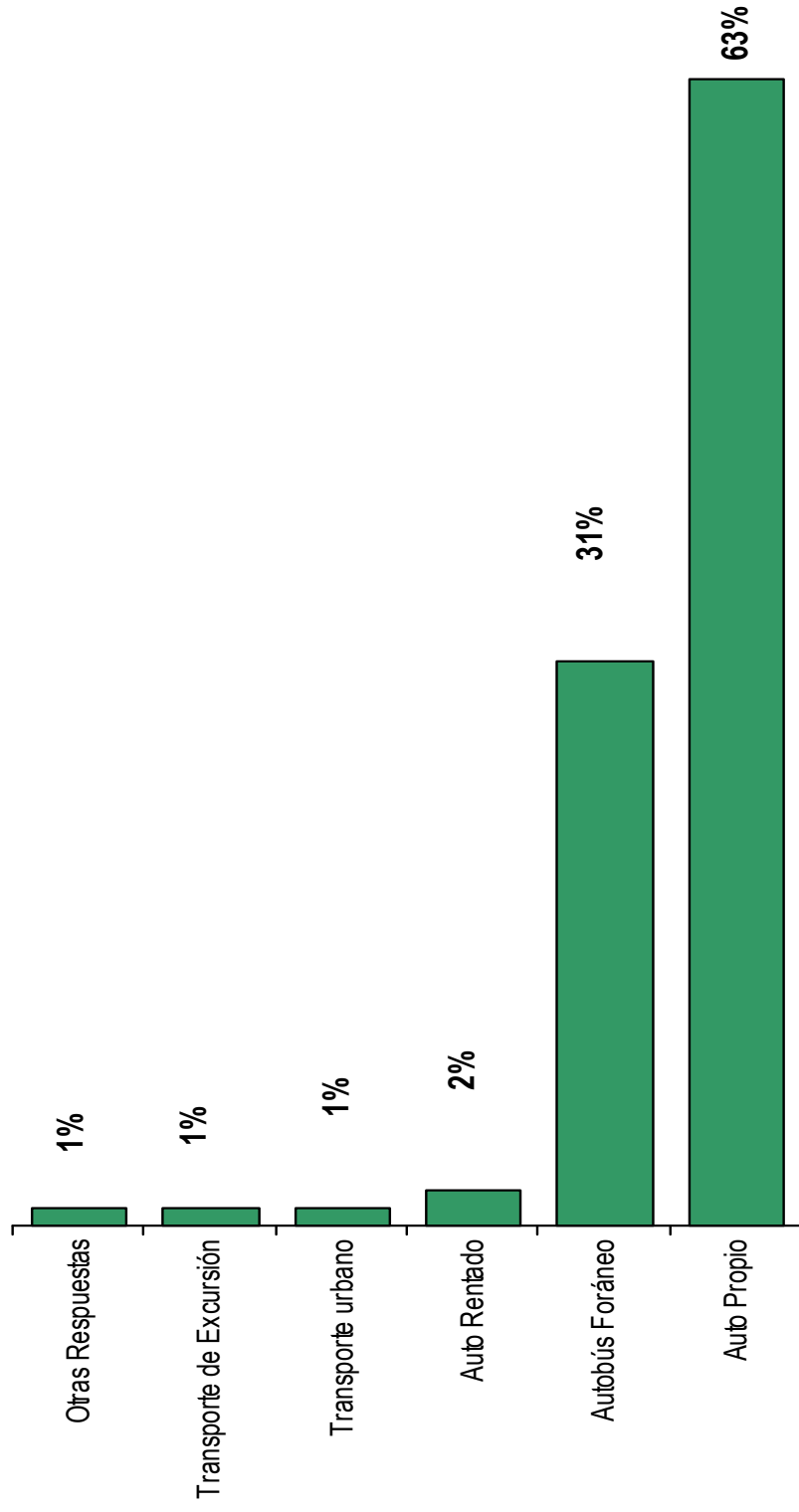
La Firma de Confianza

	PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE		
	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto
Mayo-Agosto	2.76	2.59	2.34
Sept.-Diciembre	2.61	2.57	2.32
			Total
			2.65
			2.56

	PROMEDIO DE VIAJEROS POR VIAJE			
	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Mayo-Agosto	3.05	3.05	2.89	2.32
Sept.-Diciembre	2.63	2.86	3.10	2.26
				Total
				2.65
				2.56

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

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

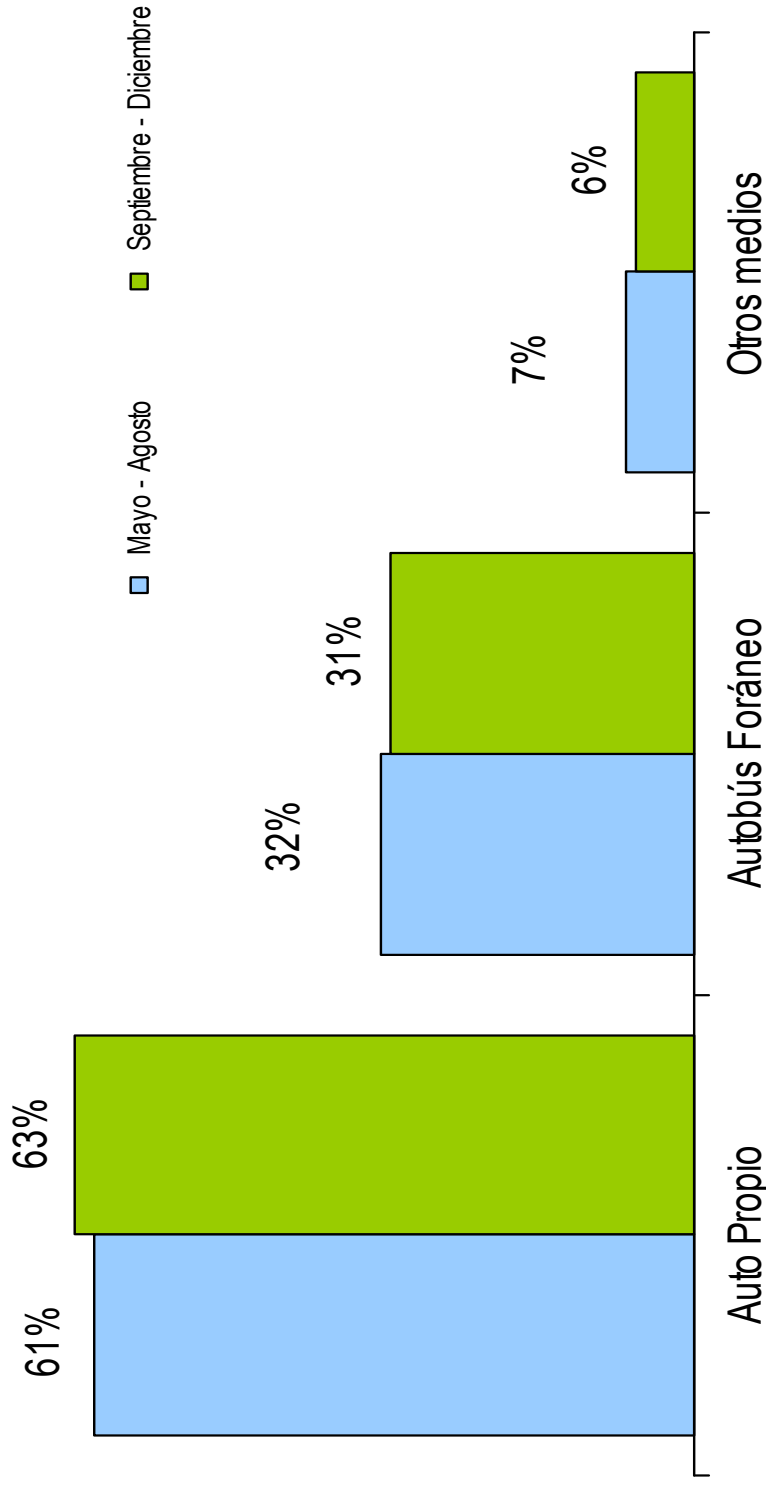


- Para los viajes sin pernocta, el auto propio es el principal transporte para realizar viajes sin pernocta, y en menor medida el autobús foráneo.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

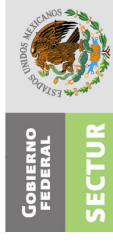
### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

- Comparativo -



- Se mantiene la misma tendencia que en la medición anterior respecto al uso de transporte para llegar al destino principal.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

90

### PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE

(Para llegar al destino)

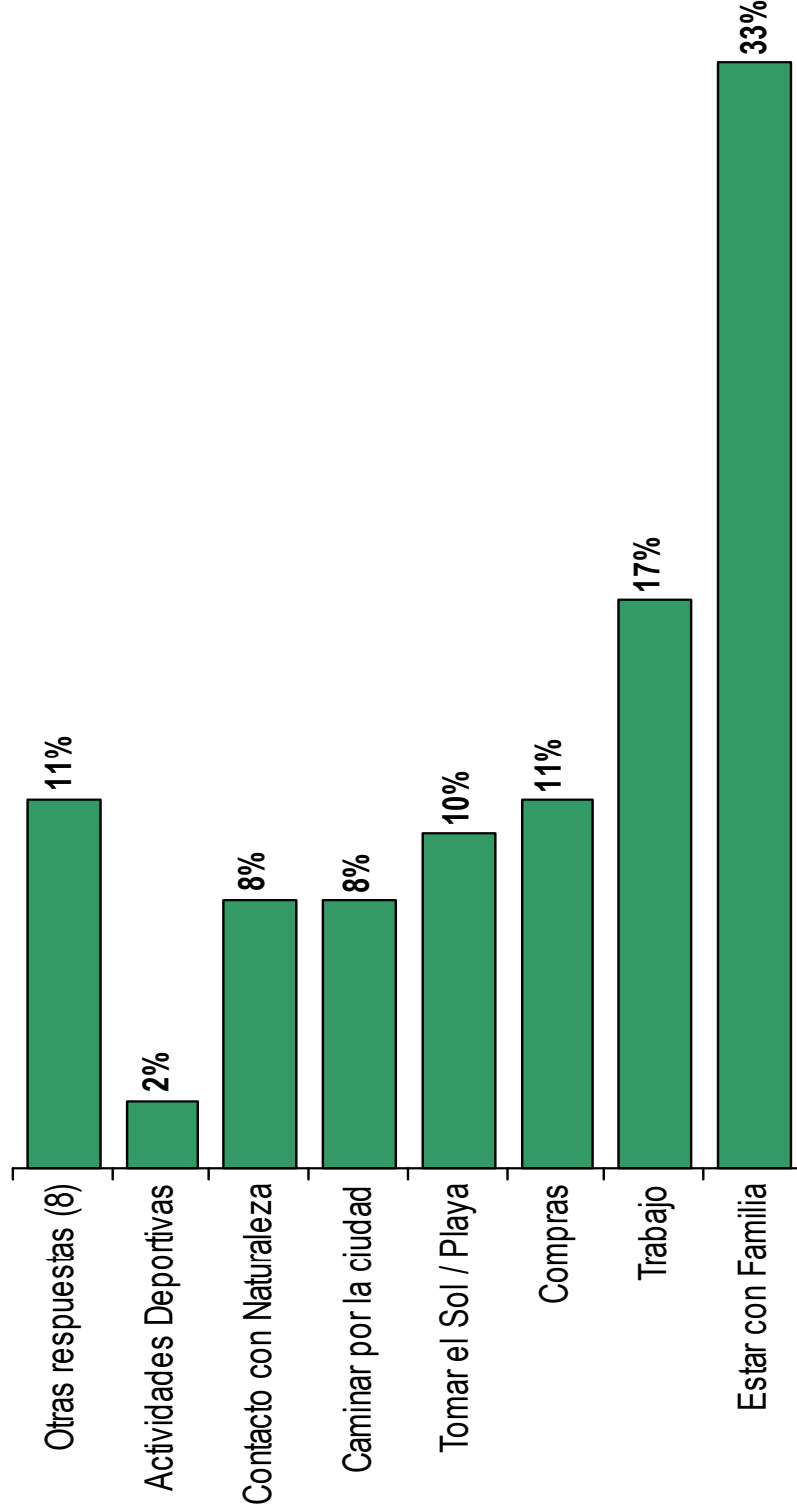
MEDIO DE TRANSPORTE	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Auto Propio	63%	60%	64%	73%	57%	80%	70%	56%
Autobús Foráneo	31%	34%	30%	21%	36%	15%	25%	37%
Auto Rentado	2%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%
Transporte urbano	2%	2%	1%	1%	0%	2%	0%	2%
Transporte de Excursión	1%	1%	2%	1%	4%	1%	2%	1%
Otras respuestas	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: 2,899 casos

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

PRIMERA  
MENCION

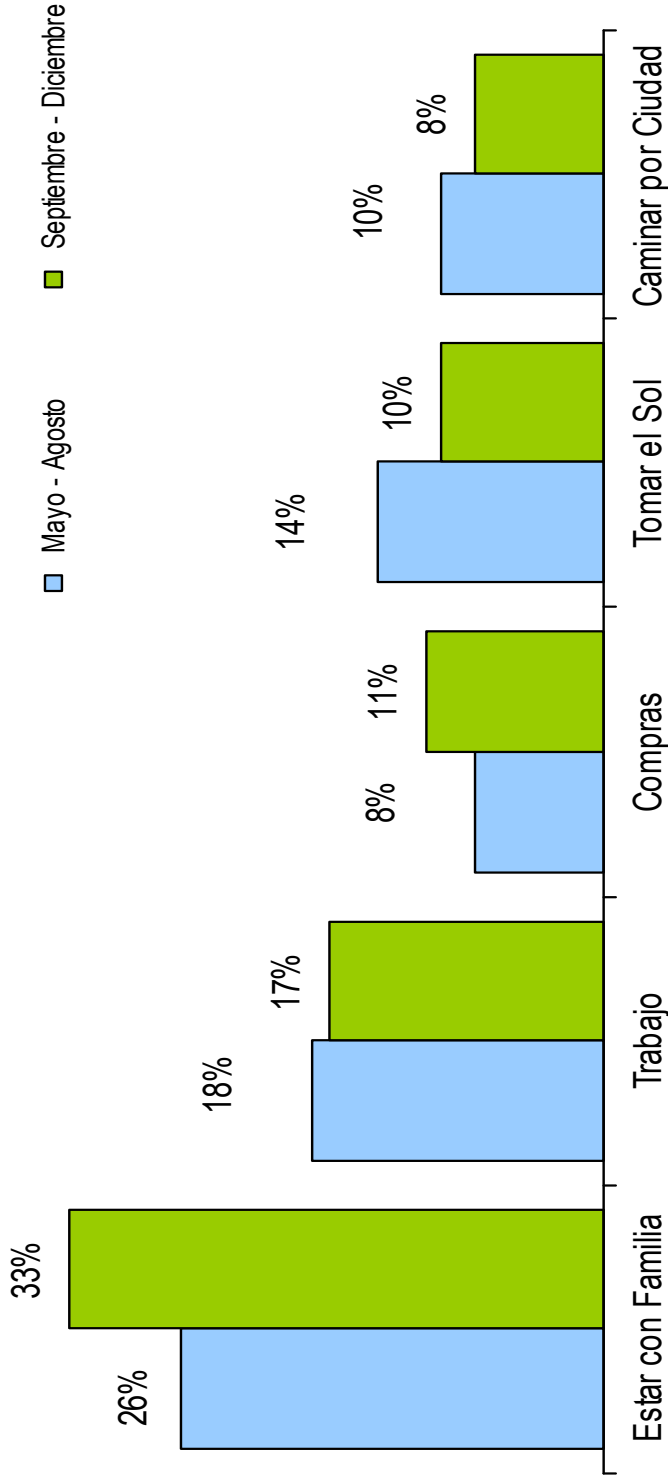


Base: 2,899 casos

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

**PRIMERA MENCION**

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO -Comparativo-

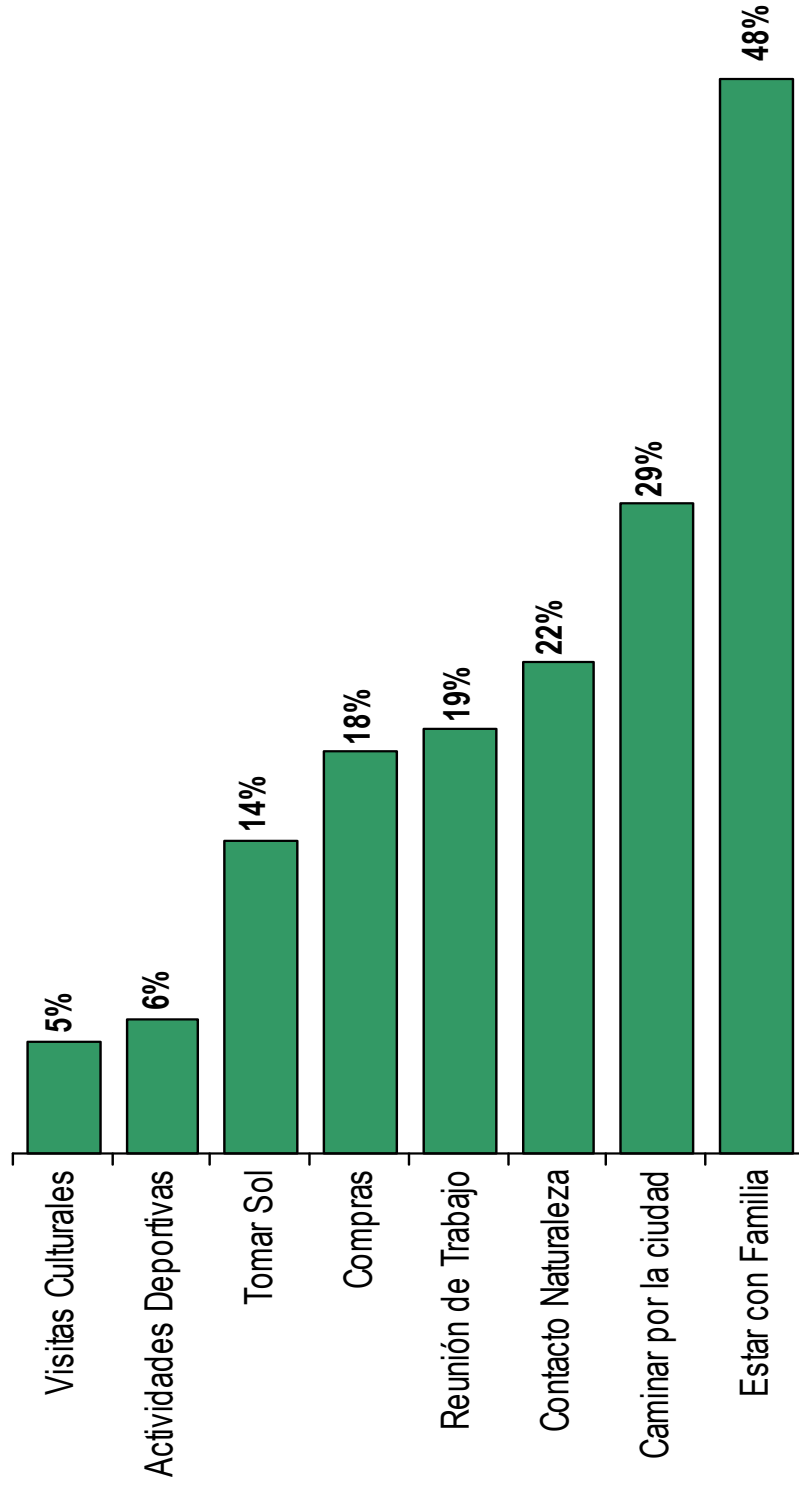


▪ Durante el último cuatrimestre del año anterior, se incrementa las actividades familiares durante los viajes sin pernocta; en segunda instancia, se observa un ligero incremento en compras como actividad principal de este tipo de viajes.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



Base: 2,899 casos

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

# SIGMADOS

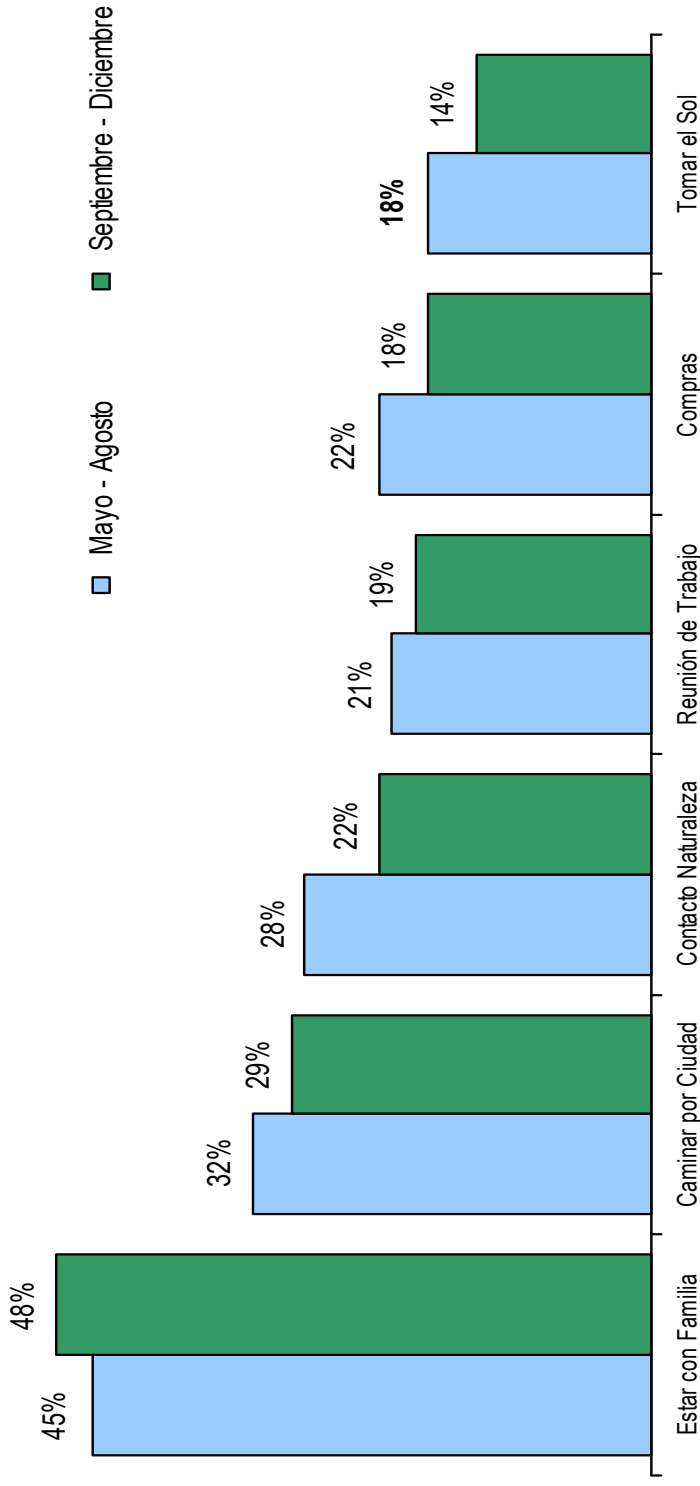
mexico@sigmados.com.mx

94

### PRINCIPAL ACTIVIDAD EN EL DESTINO

RESPUESTA MÚLTIPLE

-Comparativo-



La Firma de Confianza

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### ACTIVIDADES EN EL DESTINO

RESPUESTA MÚLTIPLE

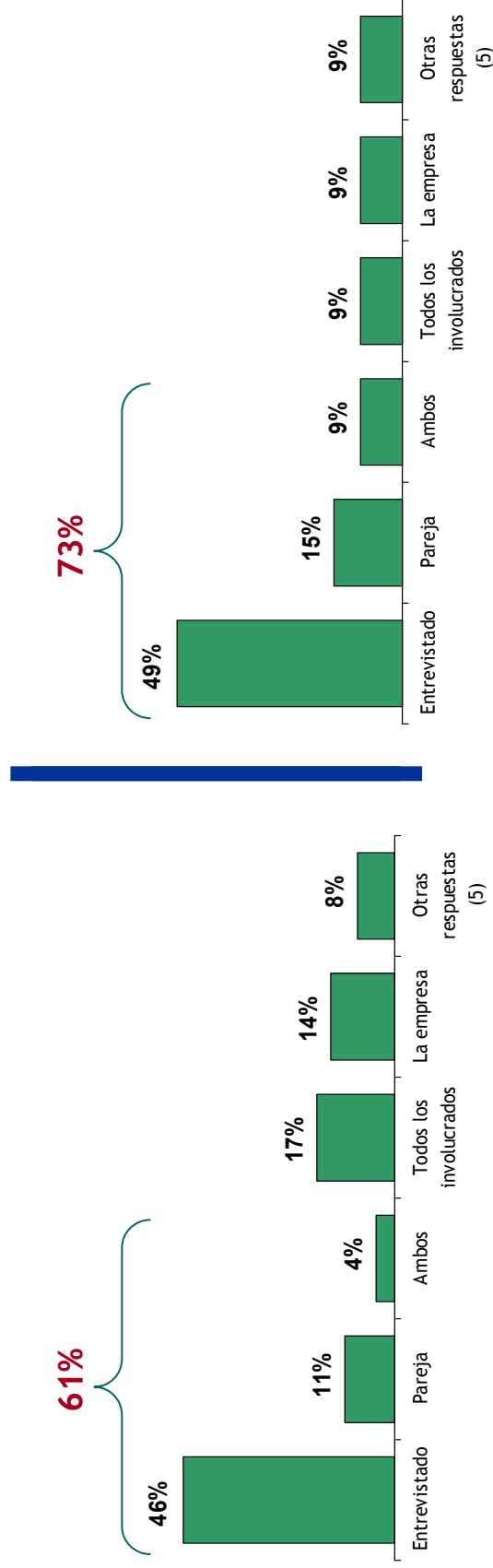
ACTIVIDADES	Total	NSE Bajo	NSE Medio	NSE Alto	ZM - D.F.	ZM - MTY	ZM - GDJ	Resto del País
Estar con la familia	48%	50%	47%	45%	38%	52%	62%	45%
Caminar por la ciudad	29%	29%	29%	28%	19%	22%	56%	26%
Contacto con Naturaleza	22%	22%	22%	23%	26%	26%	50%	11%
Reunión de Trabajo	19%	18%	20%	22%	24%	13%	10%	23%
Compras	18%	19%	18%	18%	6%	23%	21%	19%
Tomar el Sol (Playa - Alberca)	14%	15%	12%	13%	22%	13%	19%	11%
Actividades Deportivas	6%	6%	6%	6%	10%	6%	13%	3%
Visitas Culturales	5%	5%	5%	5%	7%	3%	7%	4%

- Al considerar de manera agregada las diferentes actividades realizadas durante el viaje, si bien no se observan diferencias respecto al nivel socioeconómico del entrevistado, destaca una mayor diversidad de actividades en sus viajes de parte de los hogares de Guadalajara.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ¿Quién Elige / Planea el Viaje? -Comparativo-



**Mayo - Agosto 2007**

Base: 1,802 casos

**Septiembre - Diciembre 2007**

Base: 2,899 casos

- En esta temporada se incrementa la participación de los jefes de familia respecto a la elección y planificación del viaje.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

97

### ¿Quién Elige / Planea el Viaje?

Región	ZMDF	ZMMTY	ZMGDL	Resto del País
Entrevistado	36%	55%	44%	50%
Pareja	17%	16%	12%	15%
Ambos	7%	10%	5%	10%
Todos los involucrados	14%	5%	24%	5%
La Empresa	15%	6%	5%	9%
Otras Respuestas	11%	7%	10%	11%
Total	100%	100%	100%	100%

### NSE

	Bajo	Medio	Alto
Entrevistado	50%	48%	50%
Pareja	15%	15%	13%
Ambos	9%	9%	6%
Todos los involucrados	10%	8%	10%
La Empresa	8%	9%	11%
Otras Respuestas	9%	11%	10%
Total	100%	100%	100%

La Firma de Confianza

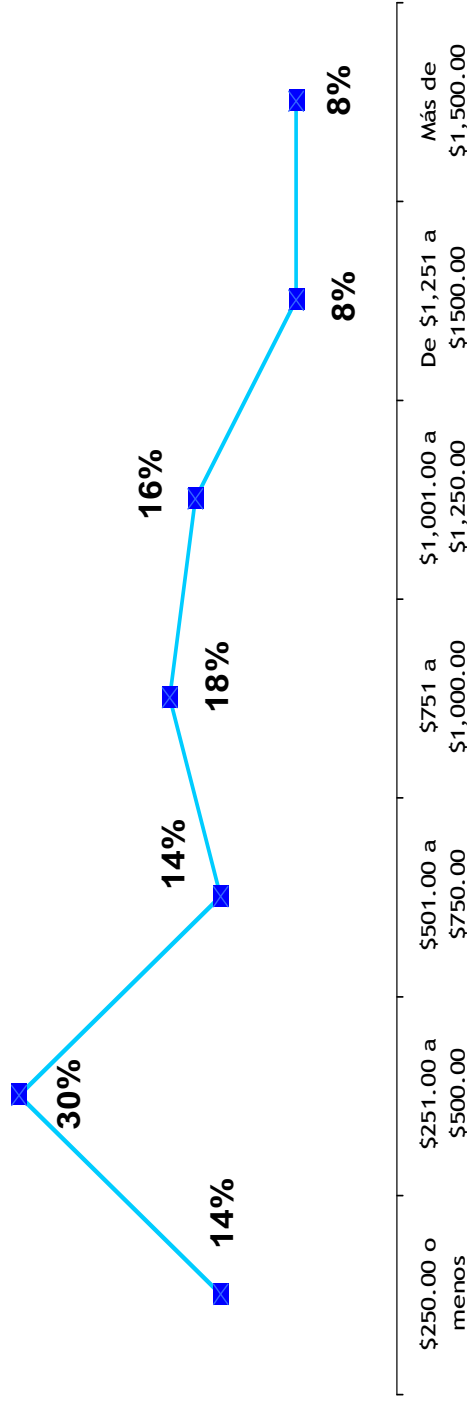
## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

La Firma de Confianza

### GASTO DEL VIAJE SIN PERNOCTA

PROMEDIO DE GASTO DEL VIAJE

\$994.25



Base: 2,369 hogares consultados que viajaron SIN pernocta y declararon el monto del gasto del mismo.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

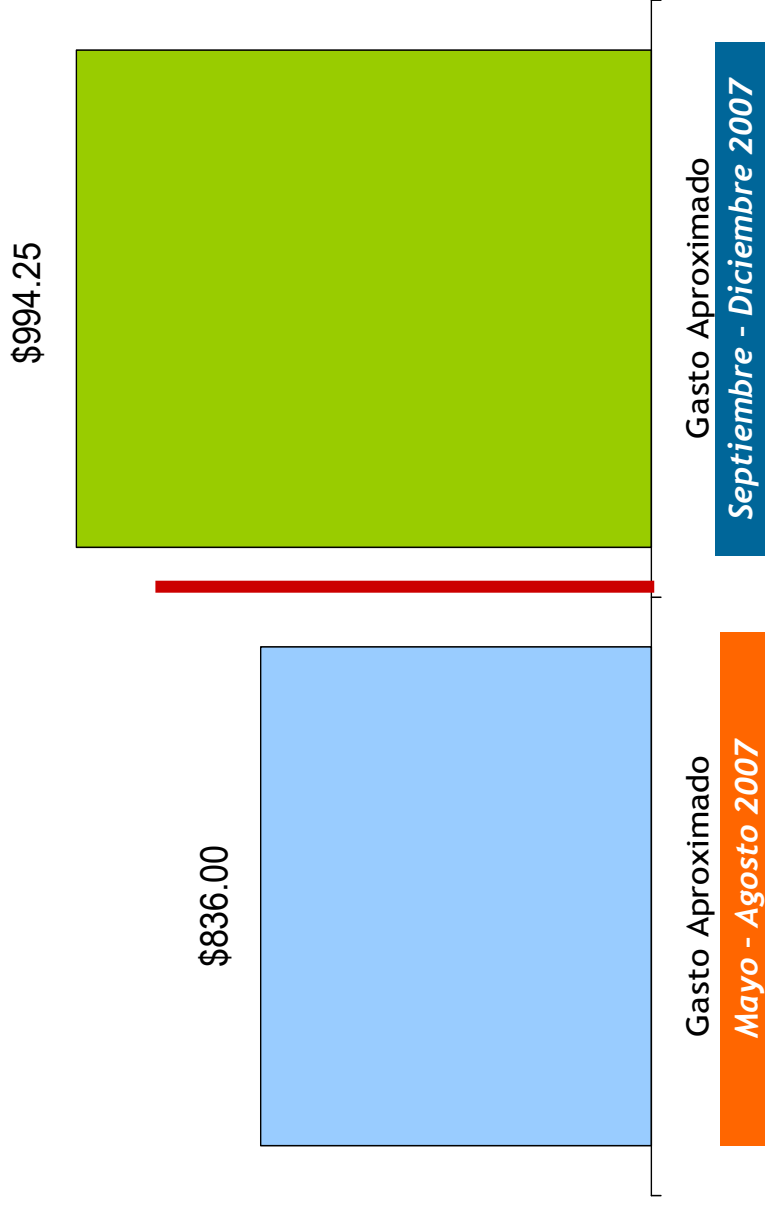
Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

### GASTO DECLARADO DE QUIENES VIAJARON SIN PAQUETE -Comparativo-

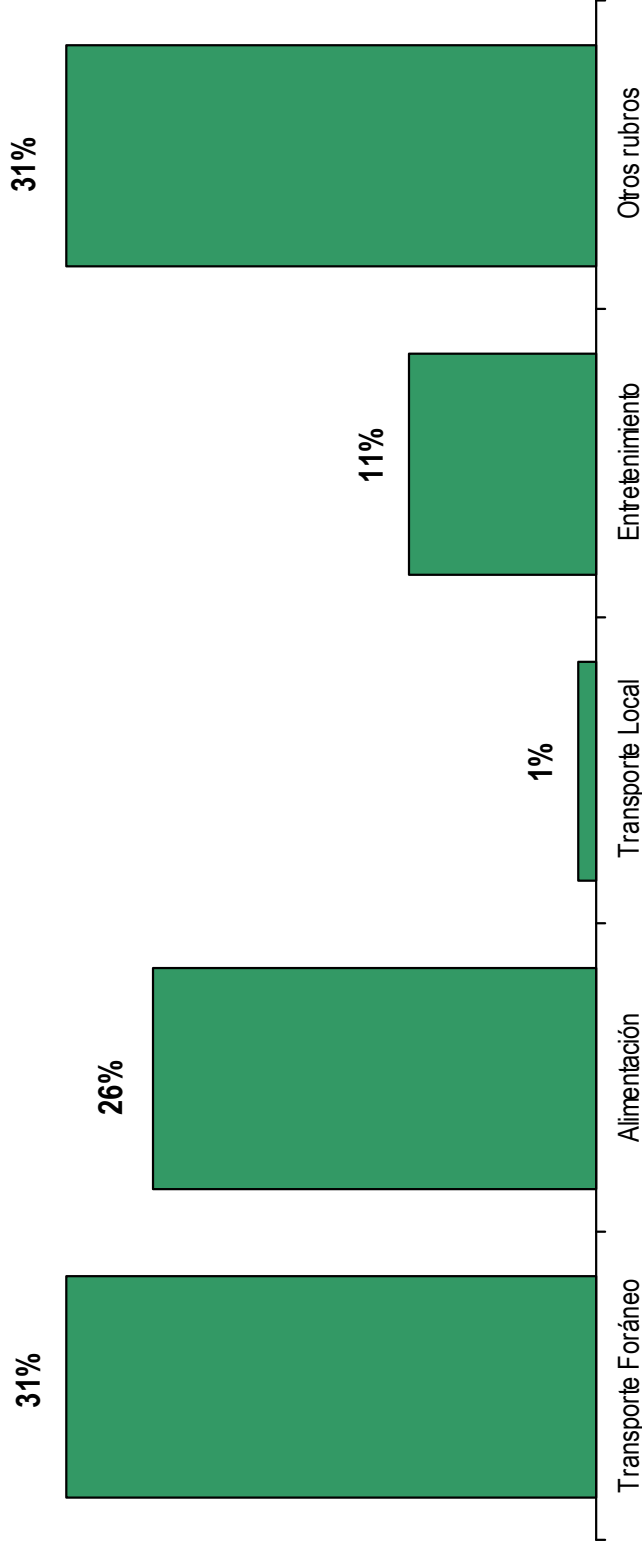


La Firma de Confianza

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE



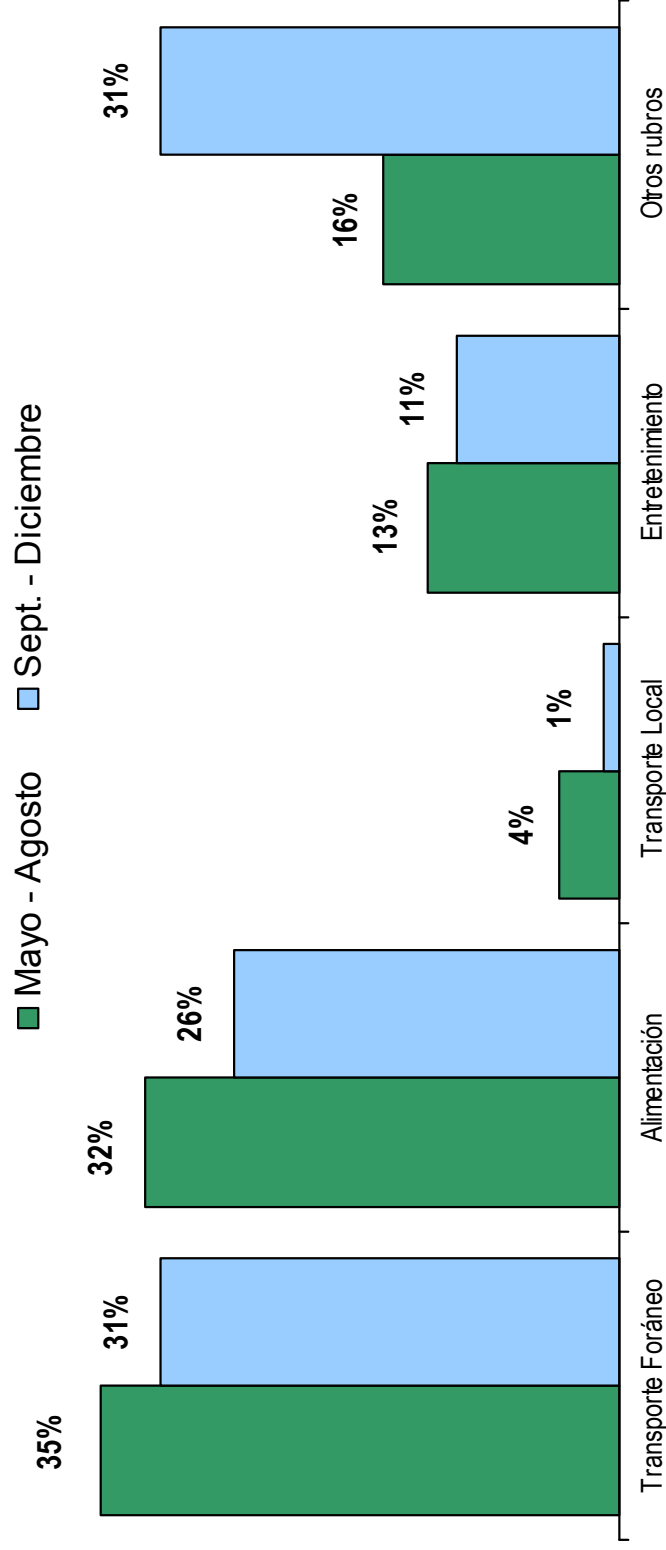
Base: 2,369 consultados con declaratoria en las variables

- Mientras que decrecen ligeramente las proporciones de gasto en transporte y alimentación durante esta temporada, la de entretenimiento se mantiene. Destaca el incremento de la proporción de gasto en “otros rubros”, derivado en gran medida de una mayor cantidad de consumo en “compras”.

## 6.5 PERFIL DE LOS VIAJES SIN PERNOCTA

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DURANTE EL VIAJE

-Comparativo-



La principal diferencia se observa en el concepto “otros rubros, donde prácticamente se duplica la proporción del gasto durante esta temporada.

## 6.6 ¿A dónde viajan los Mexicanos?

**Principales estados - destinos de los viajeros de las Zonas  
Metropolitanas de D.F. Monterrey y Guadalajara.**

## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



# SIGMADOS

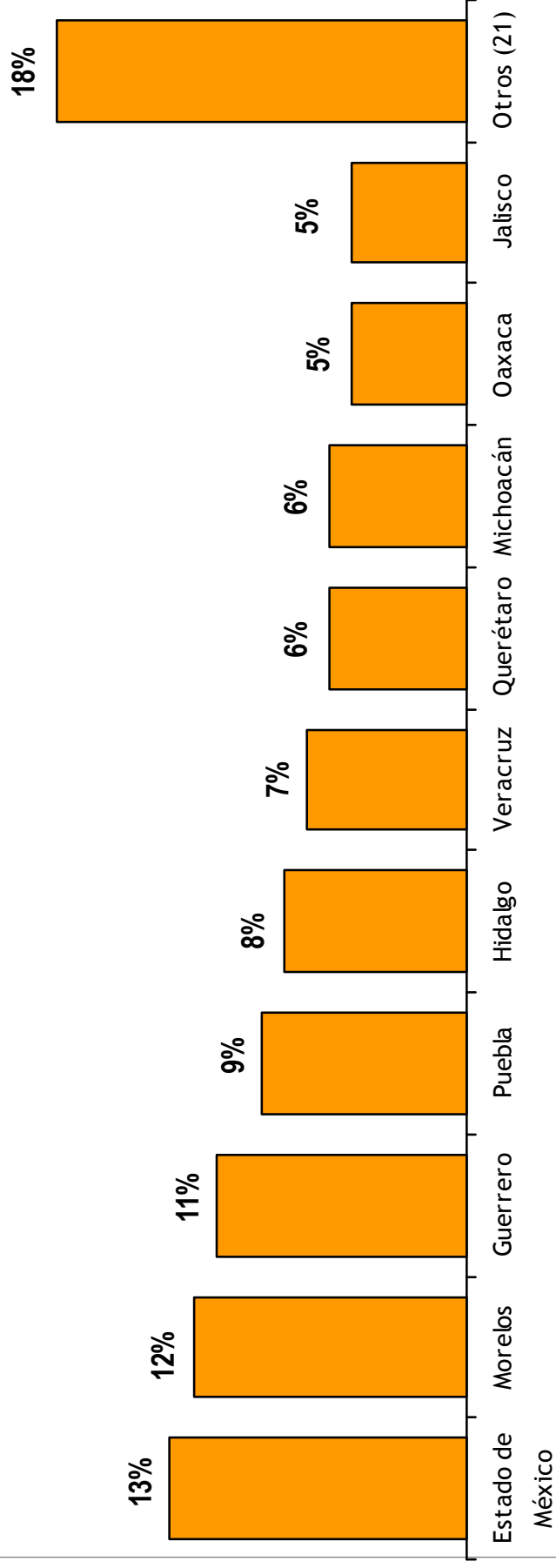
103

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DEL D.F.

La Firma de Confianza



## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



**SIGMADOS**

104

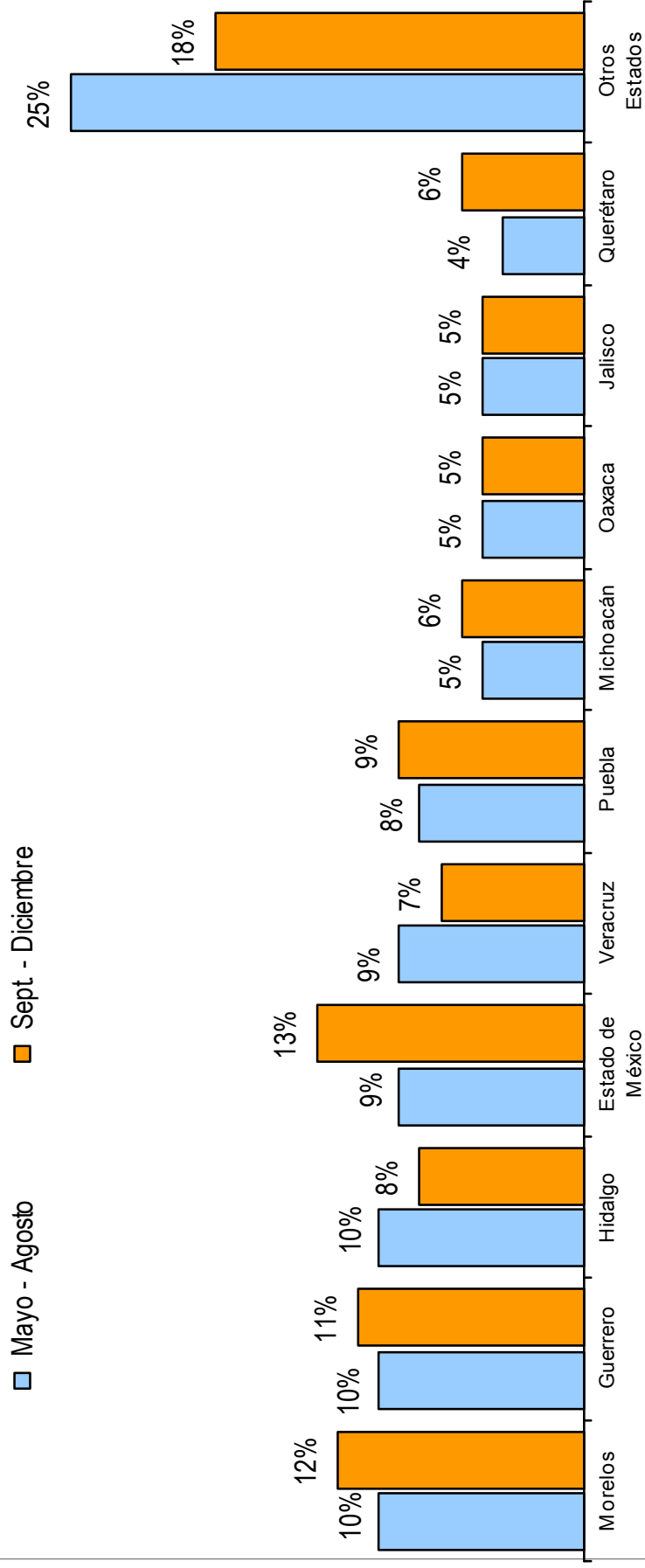
mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DEL D.F.

- Comparativo -

La Firma de Confianza



## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



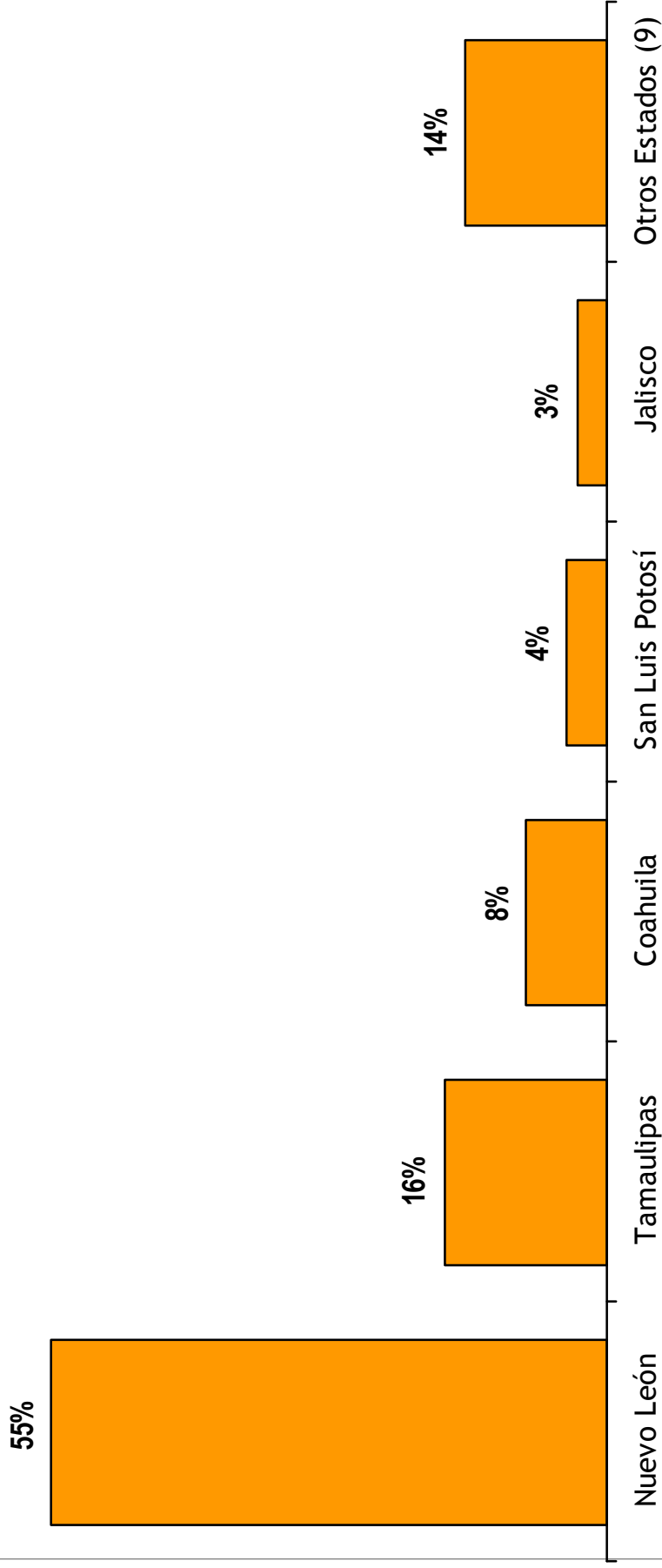
# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

105

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DE MONTERREY



La Firma de Confianza

## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



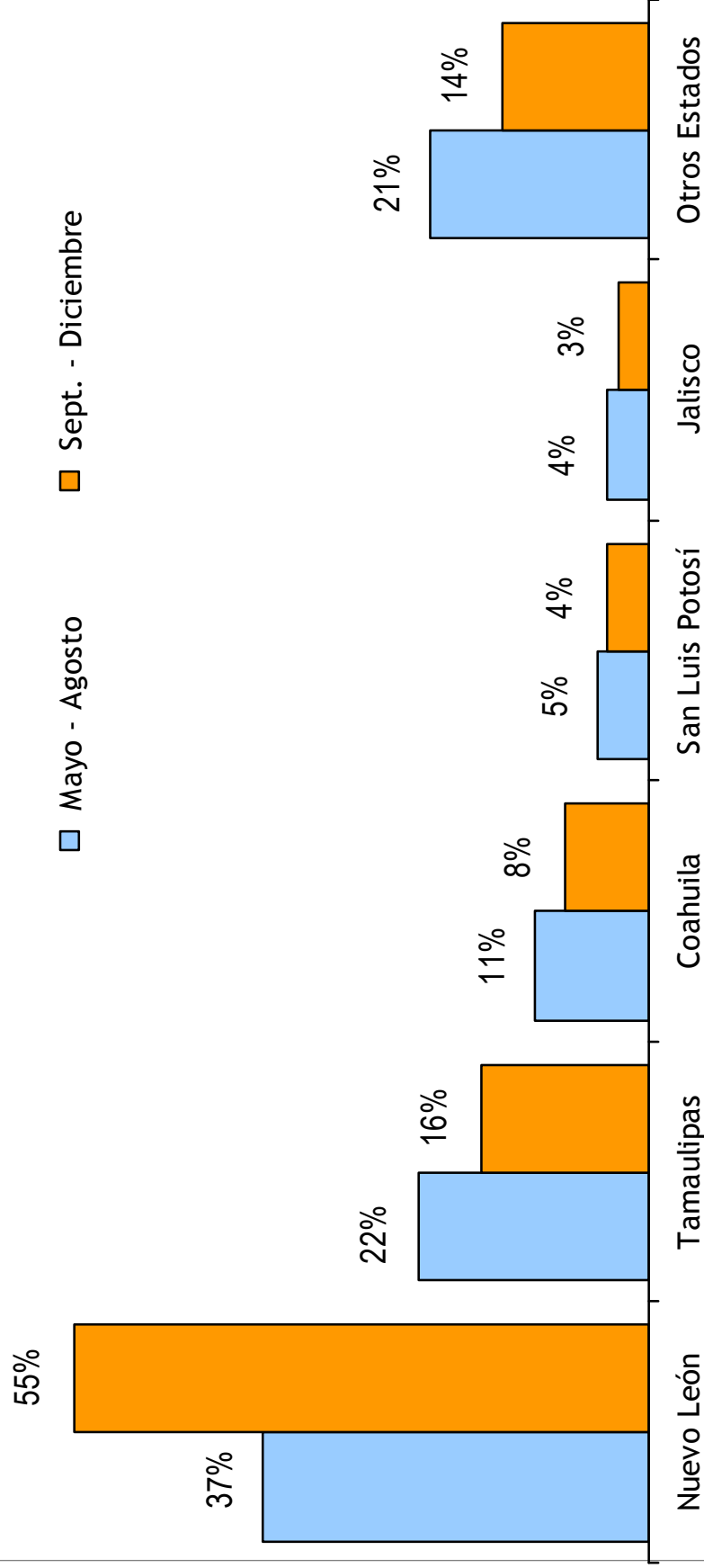
**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DE MONTERREY

- Comparativo -



La Firma de Confianza

## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



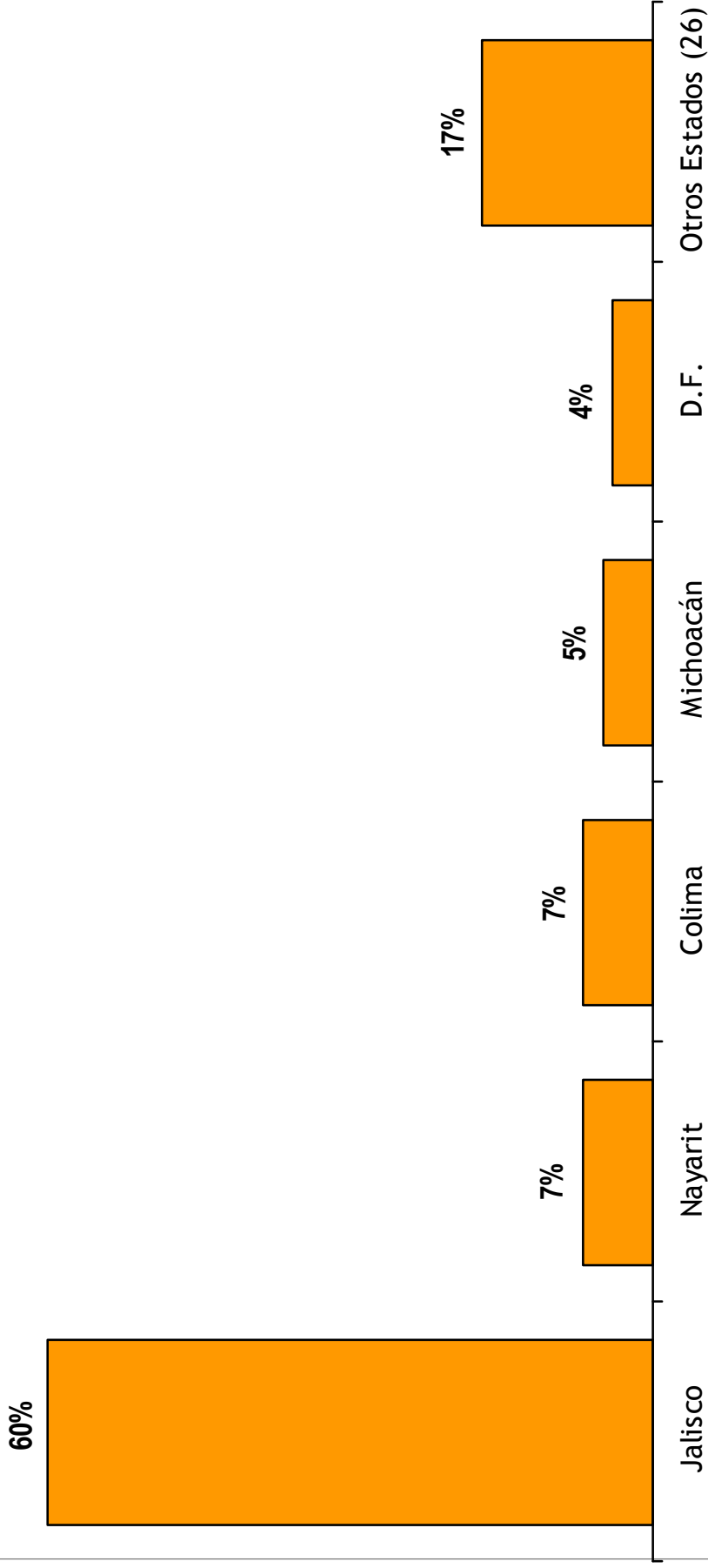
# SIGMADOS

107

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DE GUADALAJARA



La Firma de Confianza

## 6.6 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DOMÉSTICO



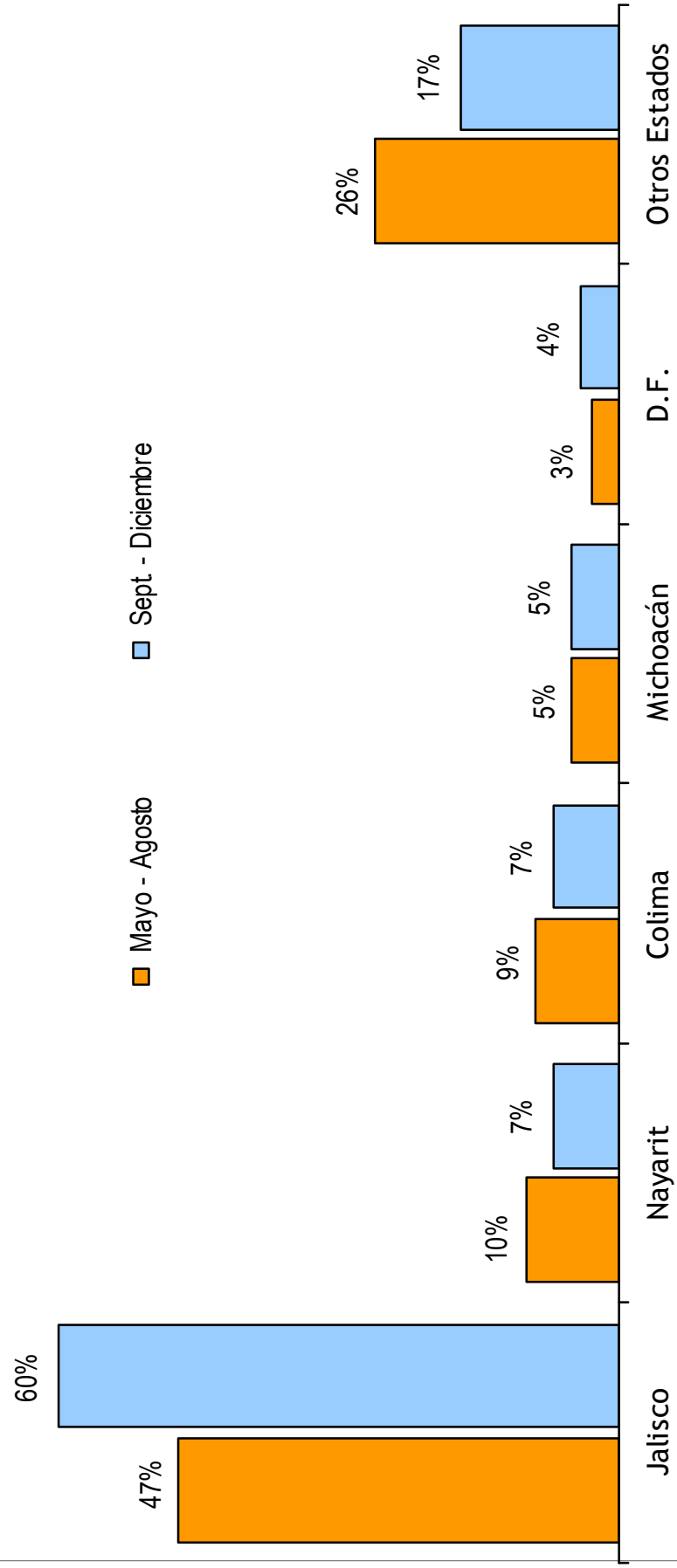
**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### ESTADO - DESTINO DE LOS VIAJEROS DE LA ZM DE GUADALAJARA

- Comparativo -



La Firma de Confianza

## 6.7 Estimaciones del Volumen del Mercado Turístico Doméstico

(En Hogares Urbanos)

### NOTAS:

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.

Para tal fin, de la información generada por esta encuesta, se tomó el límite superior de los estimados por intervalos de cada variable sujeta de análisis.

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

110

### A. HOGARES QUE VIAJARON DURANTE LA TEMPORADA

<b>HOGARES</b>	<b>Participación</b>	<b>Participación Límite Superior</b>	<b>Proyección</b>
Viajaron	21.4%	22.5%*	4,082,035
No Viajaron	78.6%	-	14,063,478
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>18,145,513</b>

\* Con cola decimal completa

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



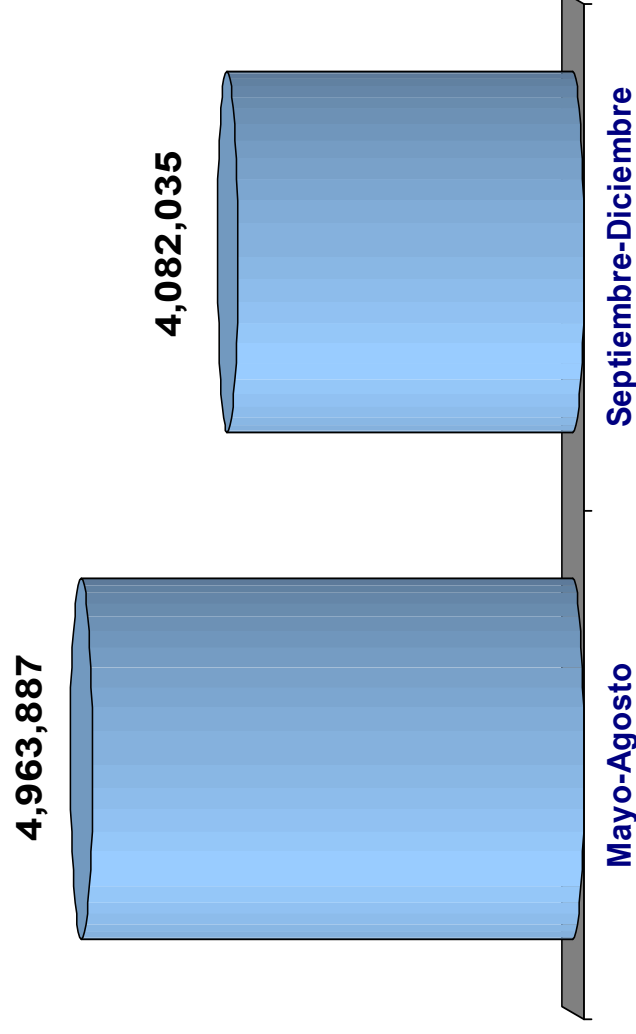
# SIGMADOS

111

mexico@sigmados.com.mx

### A. HOGARES QUE VIAJARON DURANTE LA TEMPORADA

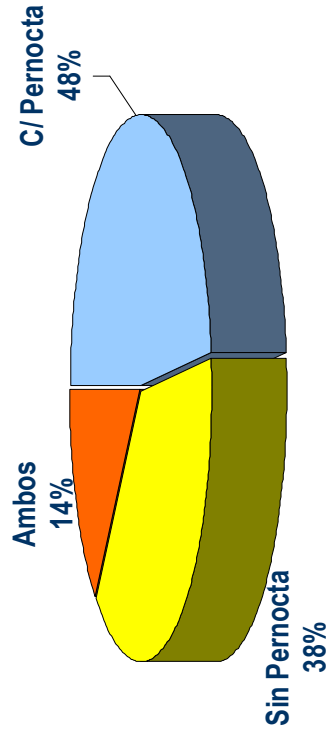
#### COMPARATIVO DE HOGARES VIAJEROS



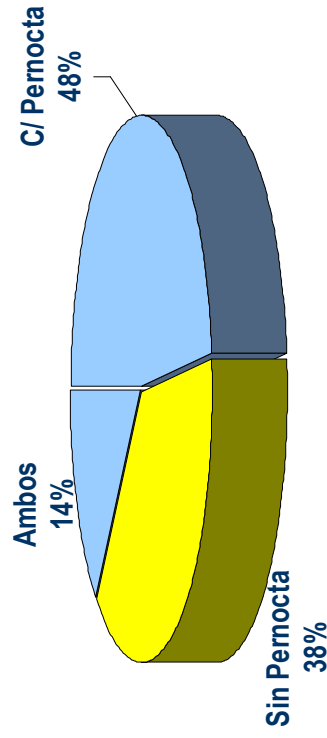
La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

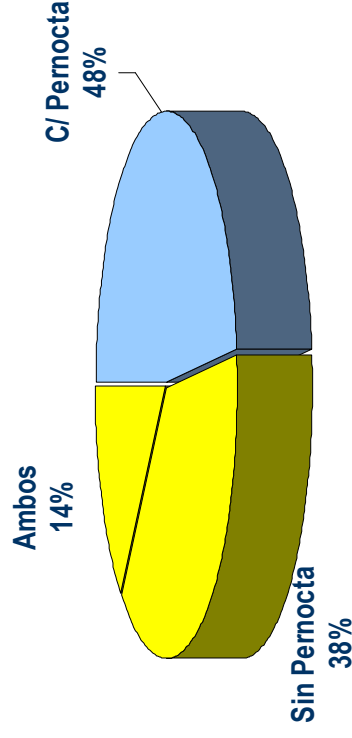
### DISTRIBUCIÓN DE HOGARES, SEGÚN TIPO DE VIAJE



Total de hogares viajeros



VIAJES CON PERNOCTA = 62%



VIAJES SIN PERNOCTA = 52%

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

### B. TOTAL DE VIAJES REALIZADOS EN LA TEMPORADA

<b>VIAJES</b>	Total de Hogares (LS)	Promedio de Viajes por Hogar	Promedio de Viajes por Hogar (LS) **	Viajes Realizados (LS´ s)
Con Pernocta (62%)	2,530,862 *	1.324	1.347	3,409,071
Sin Pernocta (52%)	2,122,658 *	1.691	1.717	3,644,604
Total	4,653,520 *	-	-	7,053,675 ***

• Para este cálculo se utilizó una  $n$  de 4,082,035 hogares viajeros en la temporada (que es el estimado máximo al emplear una estimación por intervalos de confianza), multiplicado por la participación de hogares con viajes con pernocta (62%) y viajes sin pernocta 52%).

\*\* LS = Límites superiores del intervalo de confianza del promedio de viajes realizados por hogar durante la temporada, generados a partir de la declaratoria de los entrevistados.

\*\*\* Suma del producto de los límites superiores del total hogares viajeros en la temporada y LS del promedio de viajes por hogar tanto con pernocta como sin pernocta.

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

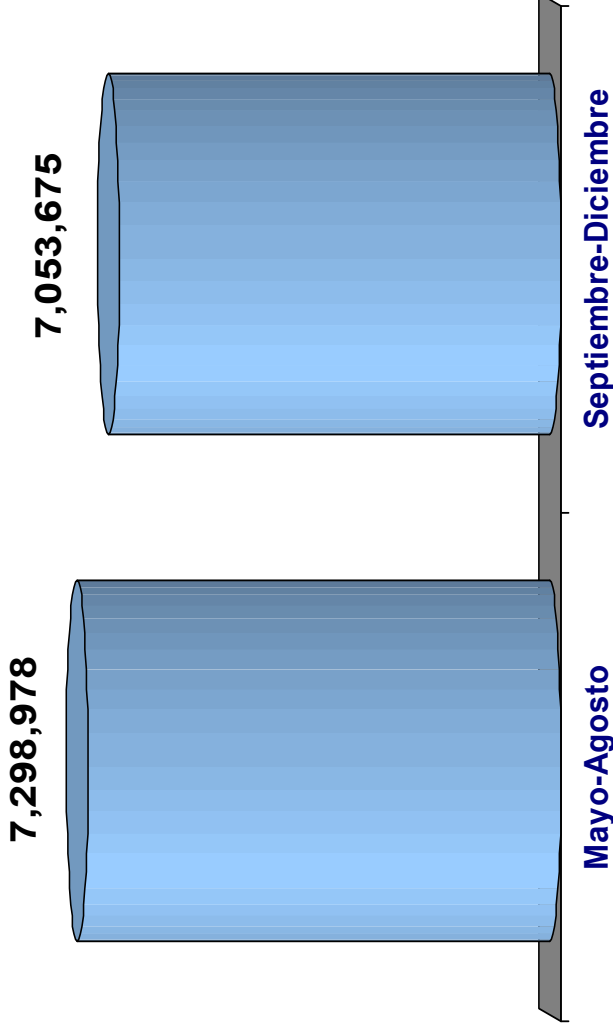
# SIGMADOS

114

mexico@sigmados.com.mx

### B. TOTAL DE VIAJES REALIZADOS EN LA TEMPORADA

#### COMPARATIVO DE VIAJES



La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

# SIGMADOS

115

mexico@sigmados.com.mx

### C. 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.

La Firma de Confianza

VIAJES	Participación (Tipo de Hospedaje)	Viajes Realizados (LS 's) **	Participación LS (Tipo de Hospedaje)	Proyección
Comercial	39%	1,329,538	40.36%	1,375,901
No Comercial	61%	2,079,533	-	-
Total	100%	3,409,071	-	-

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

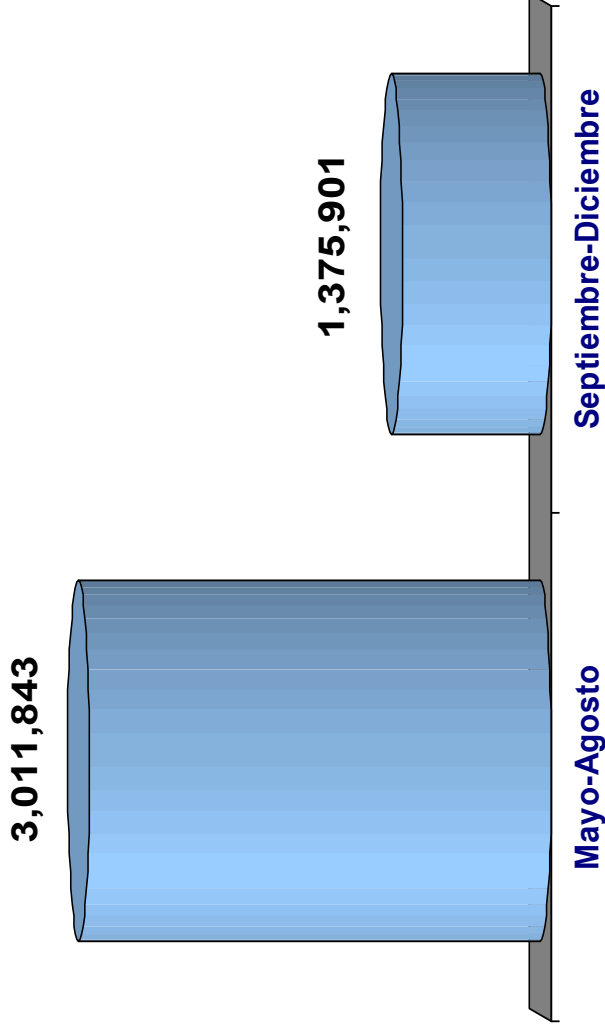
# SIGMADOS

116

mexico@sigmados.com.mx

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

#### COMPARATIVO DE VIAJES CON HOSPEDAJE COMERCIAL



La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

117

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

### D. 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.

La Firma de Confianza

VIAJES		Viajes Realizados (LS 's) **	Promedio de Viajeros por evento (LS)	Proyección
Con Pernocta		3,409,071	3.67	12,511,291
Sin Pernocta		3,644,604	4.08	14,869,984
Total		7,053,675	-	27,381,274

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

118

### D. TOTAL DE VIAJEROS EN LA TEMPORADA

#### COMPARATIVO DE VIAJEROS

##### SIN PERNOCTA

14,869,984



4,172,787



Mayo-Agosto

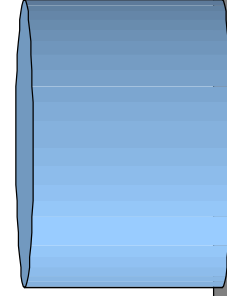
Septiembre-Diciembre

##### CON PERNOCTA

16,661,621



12,511,291



Mayo-Agosto

Septiembre-Diciembre

La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



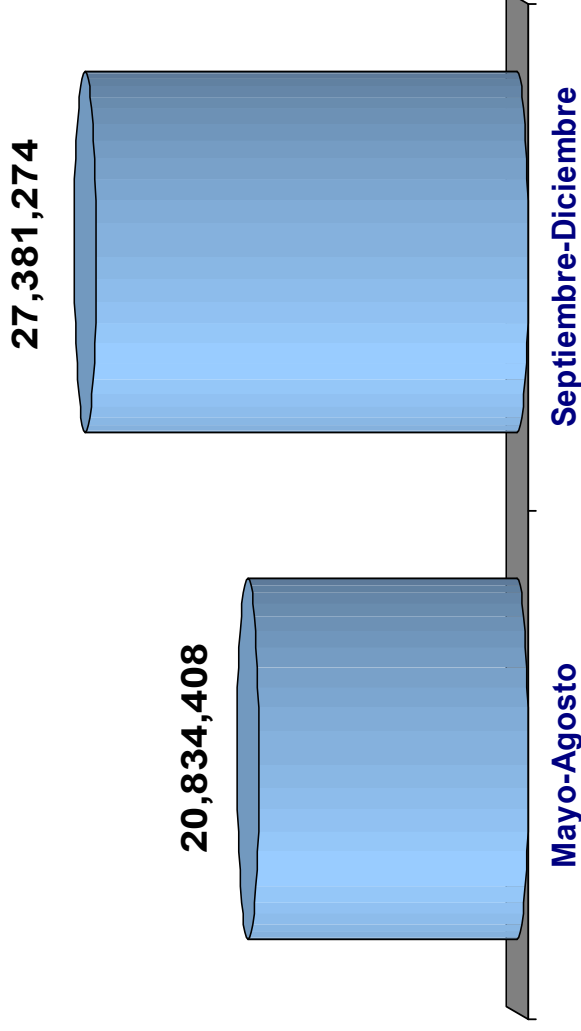
# SIGMADOS

119

mexico@sigmados.com.mx

### D. TOTAL DE VIAJEROS EN LA TEMPORADA

#### COMPARATIVO DE VIAJEROS A TOTALES



La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

**SIGMADOS**

mexico@sigmados.com.mx

120

### E. DERRAMA ECONÓMICA EN LA TEMPORADA

<b>VIAJES</b>	Viajes Realizados (LS' s)	Gasto Promedio por Viaje (LS)	Total de Gasto
Con Pernocta	3,409,071	\$ 5,273.30	<b>\$17,977,054,104.30</b>
Sin Pernocta	3,644,604	\$ 1,007.20	<b>\$3,670,845,148.80</b>
Total	7,053,675	\$4,510.73	<b>\$ 21,647,899,253.10</b>

La Firma de Confianza

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2



# SIGMADOS

121

mexico@sigmados.com.mx

### E. DERRAMA ECONÓMICA EN LA TEMPORADA

#### COMPARATIVO A TOTALES

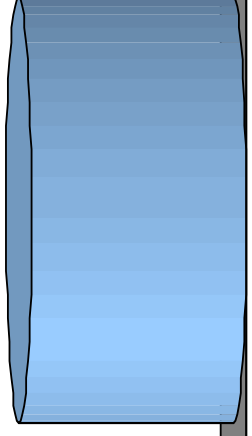
La Firma de Confianza

\$ 32,923,724,845.11



**Mayo-Agosto**

\$ 21,647,899,253.10



**Septiembre-Diciembre**

## 6.7 ESTIMACIONES DEL VOLUMEN DEL MERCADO



# SIGMADOS

mexico@sigmados.com.mx

Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares - Resultados Medición 2

122

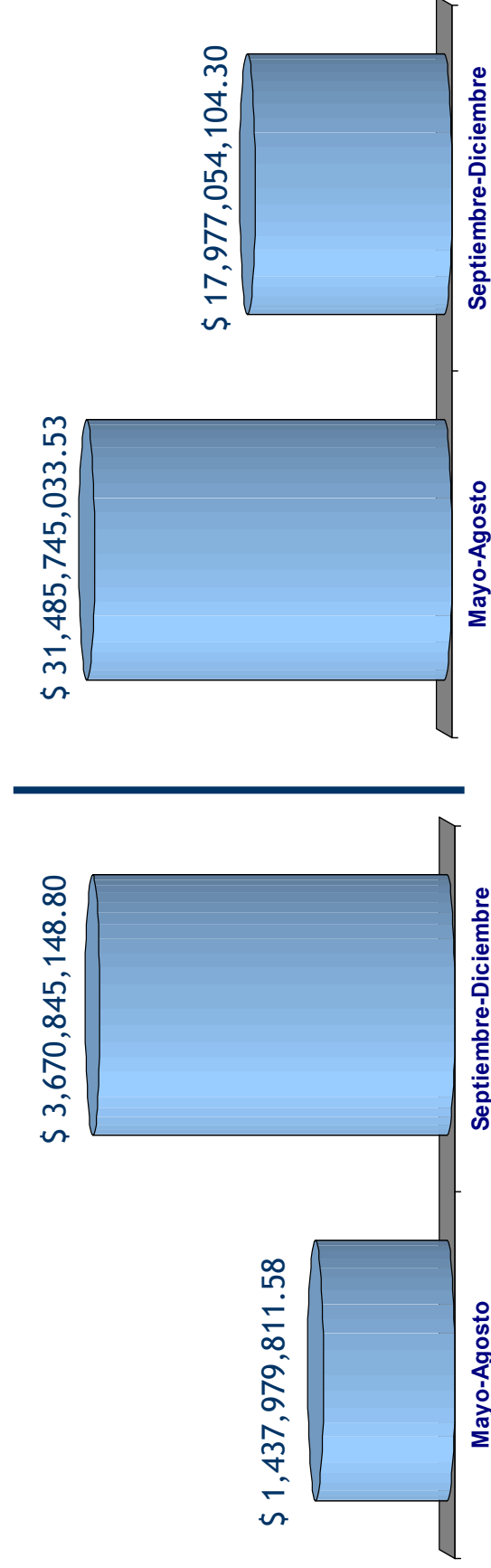
### E. DERRAMA ECONÓMICA EN LA TEMPORADA

#### COMPARATIVO POR TIPO DE VIAJE

La Firma de Confianza

#### SIN PERNOCTA

#### CON PERNOCTA



La Firma de Confianza



Licitación Pública Nacional

No. 00021001-005-07



## Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares



## REPORTE DE RESULTADOS

Medición 2

Periodo Septiembre - Diciembre 2007

ELABORADA PARA:



Abril, 2008