

Resultados del estudio de mercado para conocer las

Expectativas de viaje para el periodo del 21 de marzo al 7 de abril del 2002

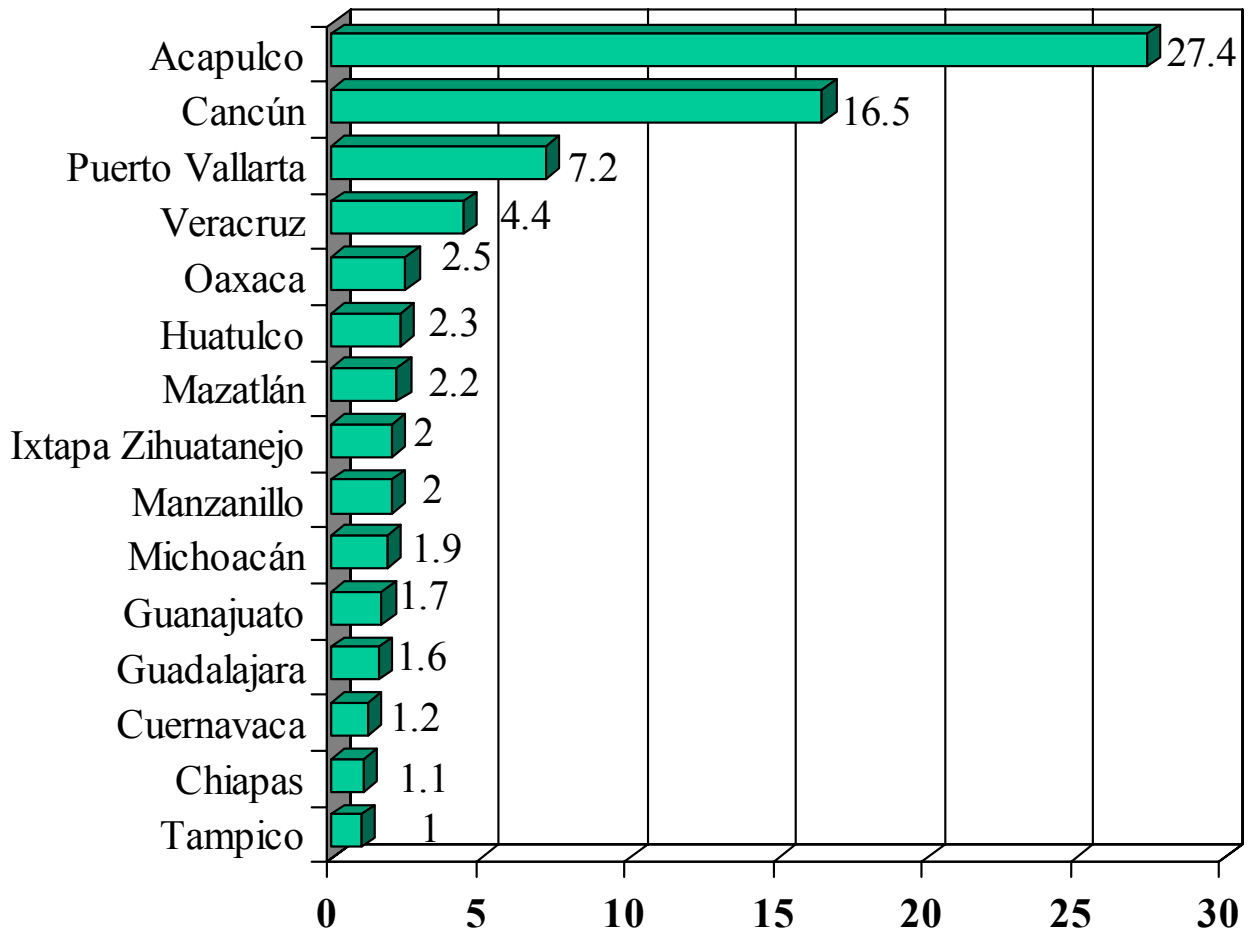
de los principales mercados emisores
de turismo nacional:

Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey

Marzo 2002



Vacaciones **top of mind**



- Uno de cada cuatro entrevistados tiene como Top of mind a Acapulco. Sumando a Cancún, el 43.9% menciona a estos dos destinos.
- De las quince primeras menciones, solo dos corresponden a ciudades de estados que no cuentan con playa: Cuernavaca y Guanajuato.

Vacaciones **top of mind**

Cd. de México	Guadalajara	Monterrey
Acapulco 31.9	Puerto Vallarta 34.1	Acapulco/Cancún 22.9 (Cada destino)
Cancún 16.4	Cancún 11.5	Tampico 6
Veracruz 5.5	Acapulco 8.4	Mazatlán 4.6
Oaxaca 3.3	Manzanillo 7.5	Puerto Vallarta 3.7
Huatulco 3.1	Mazatlán 3.5	Guanajuato 2.3

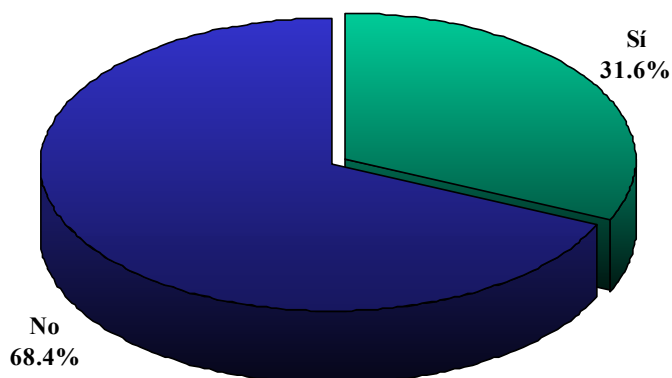
- En Monterrey, el top of mind se refiere a destinos de larga distancia, comparado con la primer mención hecha en Cd. de México y Guadalajara.
- Sólo se mencionan dos destinos que no representan *sol* y *playa*: Oaxaca y Guanajuato.

Vacaciones **top of mind**

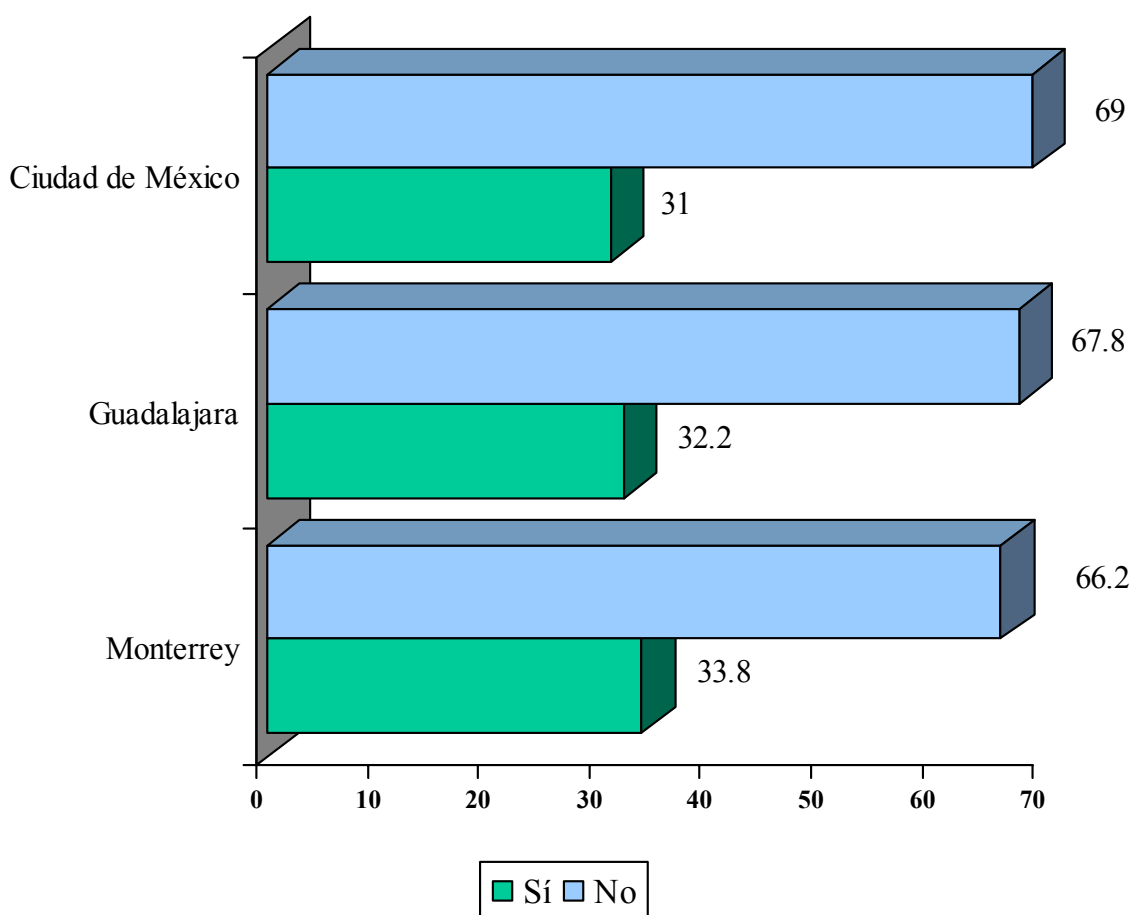
A/B/C+	C	D+	D/E
Acapulco 22.8	Acapulco/Cancún n 21.7 (Cada destino)	Acapulco 32	Acapulco 34.8
Cancún 22.2	Veracruz 7.8	Cancún 11.7	Cancún 9.6
Puerto Vallarta 9.5	Puerto Vallarta 6.5	Puerto Vallarta 6.4	Puerto Vallarta/ Veracruz 5.1 (Cada destino)
Huatulco 2.4	Huatulco 5.3	Veracruz 4.5	Oaxaca 2.7
Cuernavaca/ Ixtapa-Zih/ Veracruz. 2 (Cada destino)	Oaxaca 4	Manzanillo 3.8	Ixtapa- Zihuatanejo 2.4

- Son consistentes Acapulco y Cancún como las primeras dos menciones en todos los niveles socioeconómicos.
- Solo se mencionan Oaxaca y Cuernavaca como destinos que no representan *sol y playa* (Con la reserva de que, probablemente, al mencionar Oaxaca, tengan en mente su costa).

Tiene pensado realizar algún **viaje con pernocta**

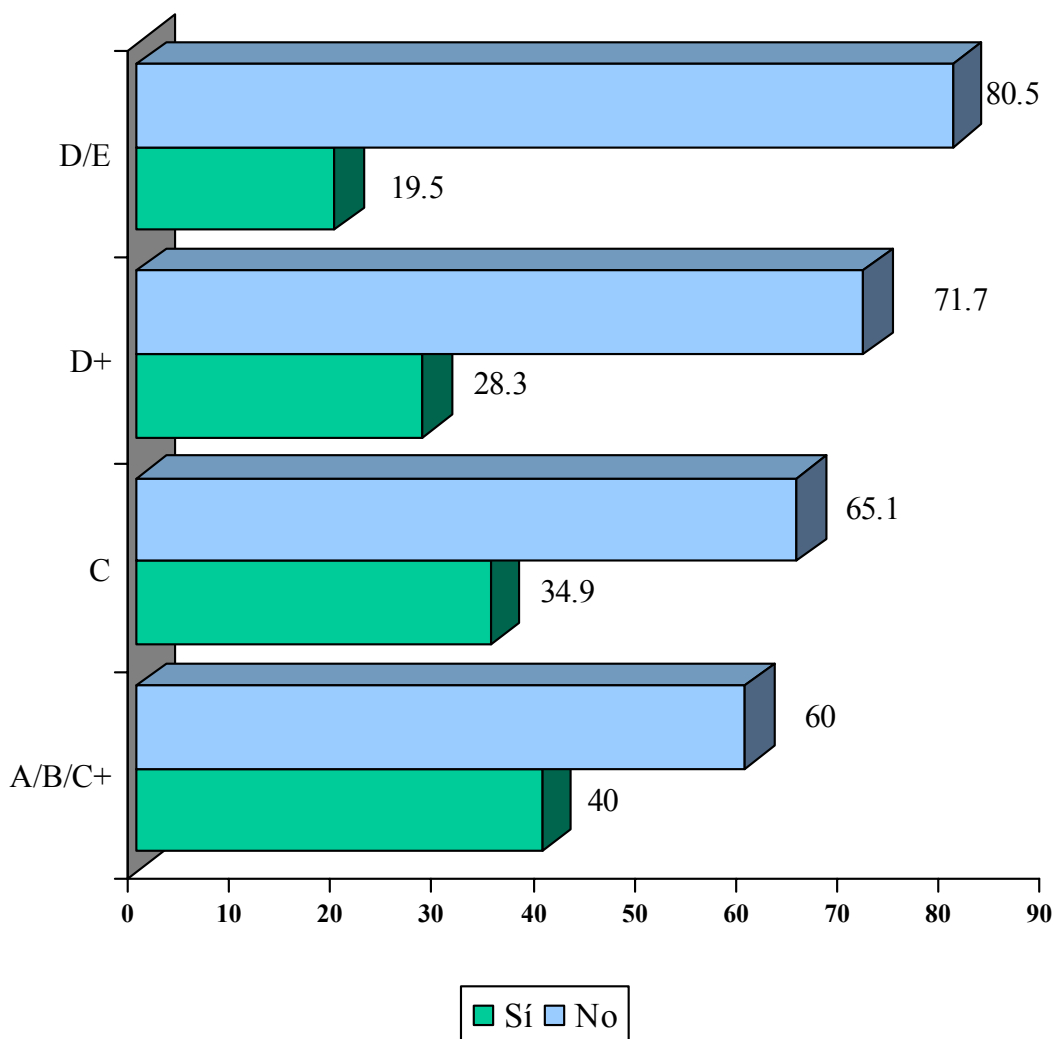


Tiene pensado realizar algún **viaje con pernocta**



- No hay diferencias significativas al interior de cada área metropolitana: Alrededor de la tercera parte realizará viaje con pernocta.

Tiene pensado realizar algún **viaje con pernocta**



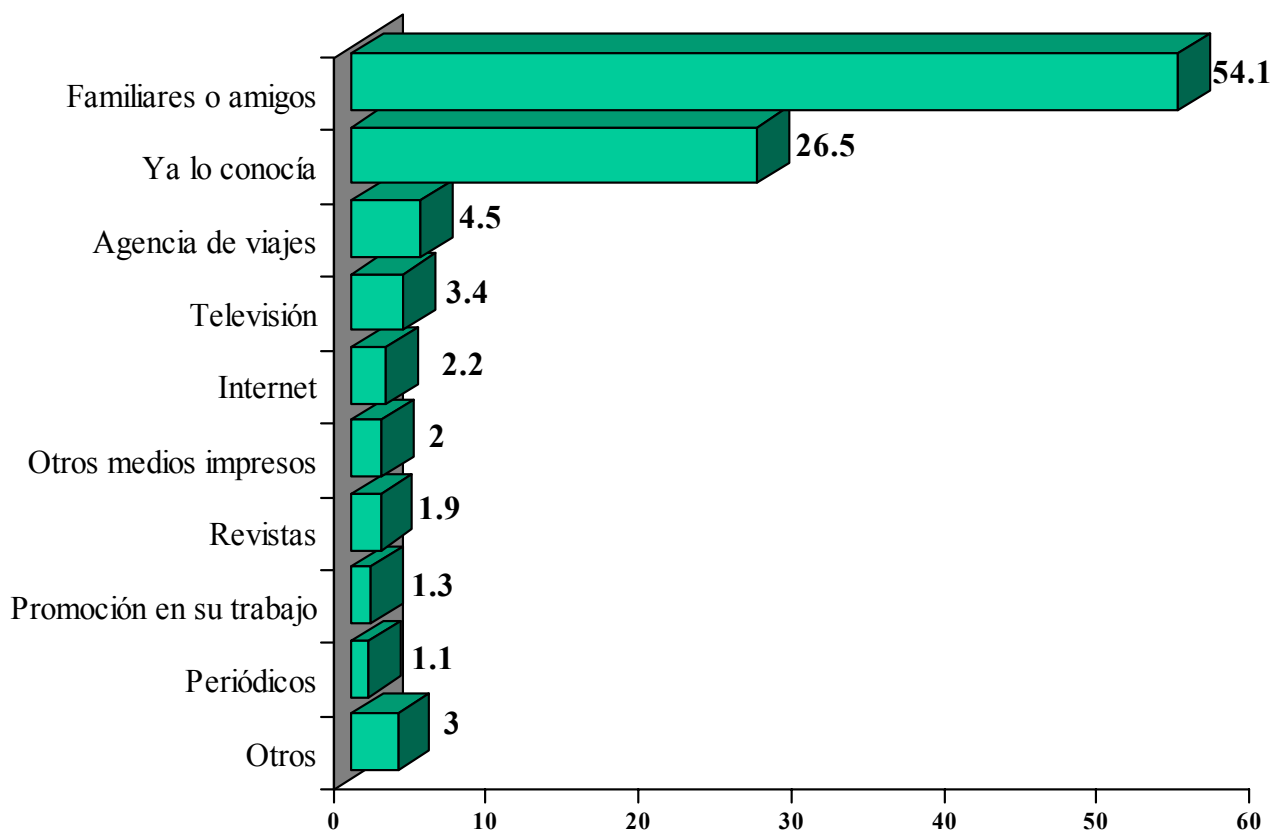
- A mayor ingreso, mayor intención declarada de realizar un viaje con pernocta. El nivel socioeconómico más alto dobla en porcentaje al nivel D/E respecto a la intención declarada de viajar.

Motivos por los que **no realizará** un viaje



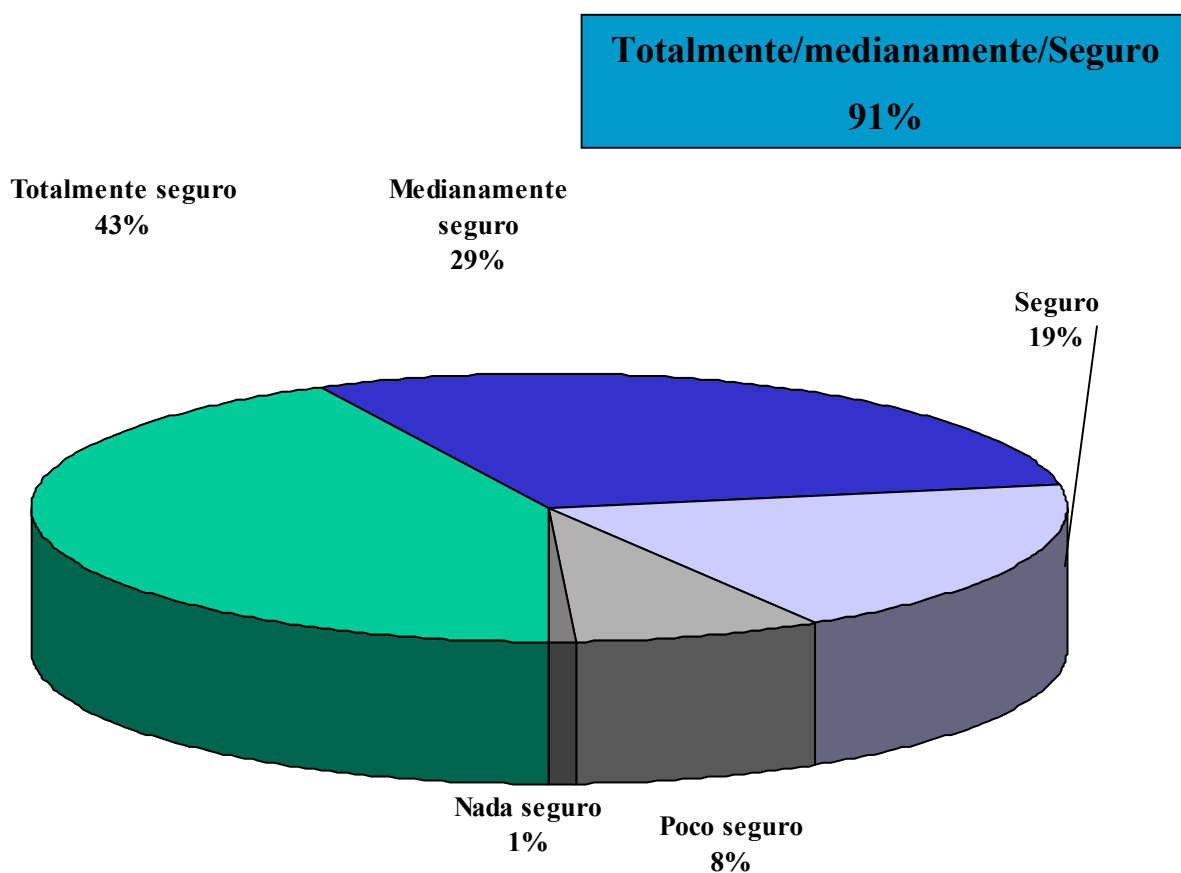
- Ausencia de vacaciones es el principal motivo directamente señalado. Sin embargo, considerados en conjunto, los factores económicos son los que más influyen en la decisión de no viajar. (Falta de recursos económicos y altos precios suman un 29.8%).

Fuente de información del destino



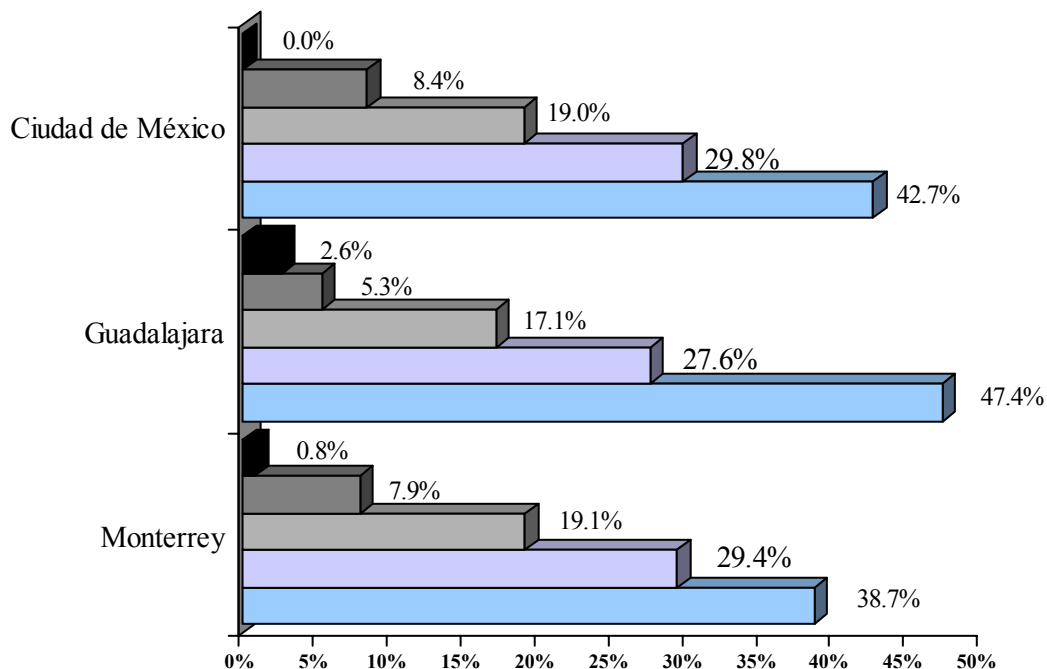
- Más de la mitad de los entrevistados atiende principalmente las sugerencias de amigos o familiares para informarse sobre el destino, cifra dos veces mayor a la que le sigue en importancia.
- El resto de las fuentes de información cobra muy poca relevancia en comparación con las mencionadas.
- Destaca que los periódicos son la fuente de información menos consultada

Seguridad de que realice el viaje



- Nueve de cada diez entrevistados están seguros o casi seguros de realizar su viaje.

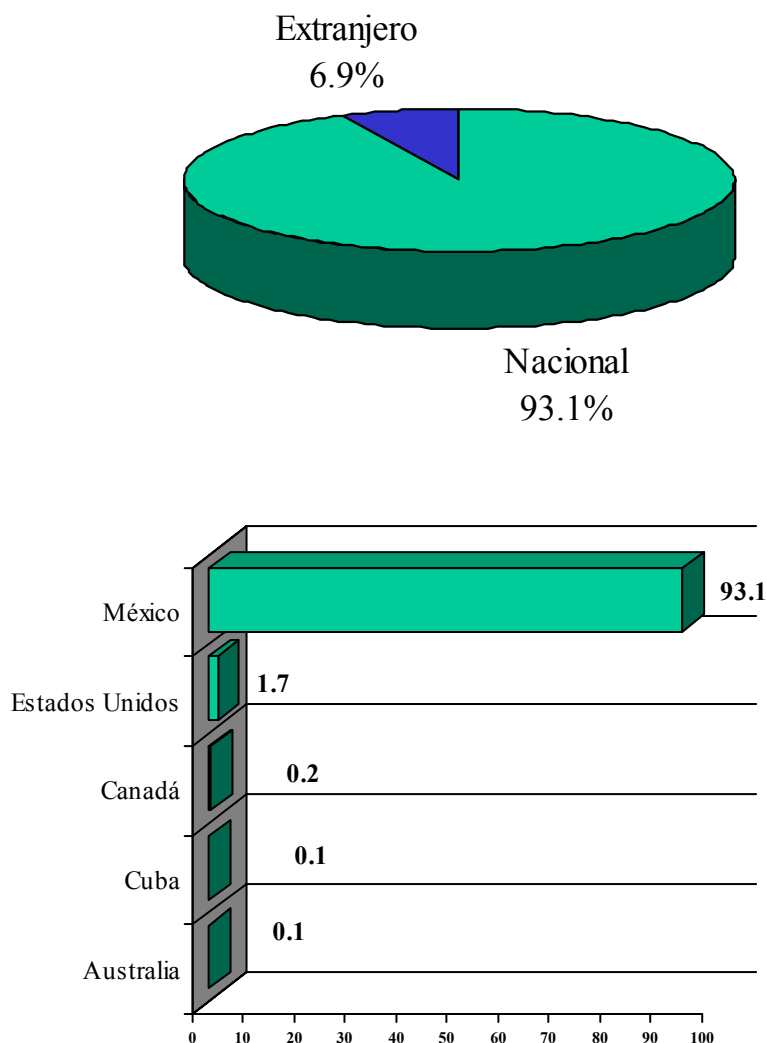
Seguridad de que realice el viaje



■ Totalmente seguro ■ Medianamente seguro ■ Seguro ■ Poco seguro ■ Nada seguro

- No se observan diferencias significativas al interior de las áreas metropolitanas analizadas.

Destino del viaje planeado



- Es evidente la predominancia del turismo interno. Entre los destinos internacionales, la primera opción es, por amplio margen, los Estados Unidos.

Top of mind versus Destino del viaje planeado: Distrito Federal

Top of mind	Destino Planeado
Acapulco	Acapulco
Cancún	Cuernavaca
Veracruz	Veracruz
Oaxaca	Huatulco
Huatulco	Oaxaca

- Cancún es una aspiración de viaje, ya que no figura en la lista de los 5 destinos planeados

Top of mind versus Destino del viaje planeado: Guadalajara

Top of mind	Destino Planeado
Puerto Vallarta	Puerto Vallarta
Cancún	Manzanillo
Acapulco	Cd. de México
Manzanillo	Mazatlán, Guayabitos, Acapulco (Los tres con iguales porcentajes)
Mazatlán	----- -

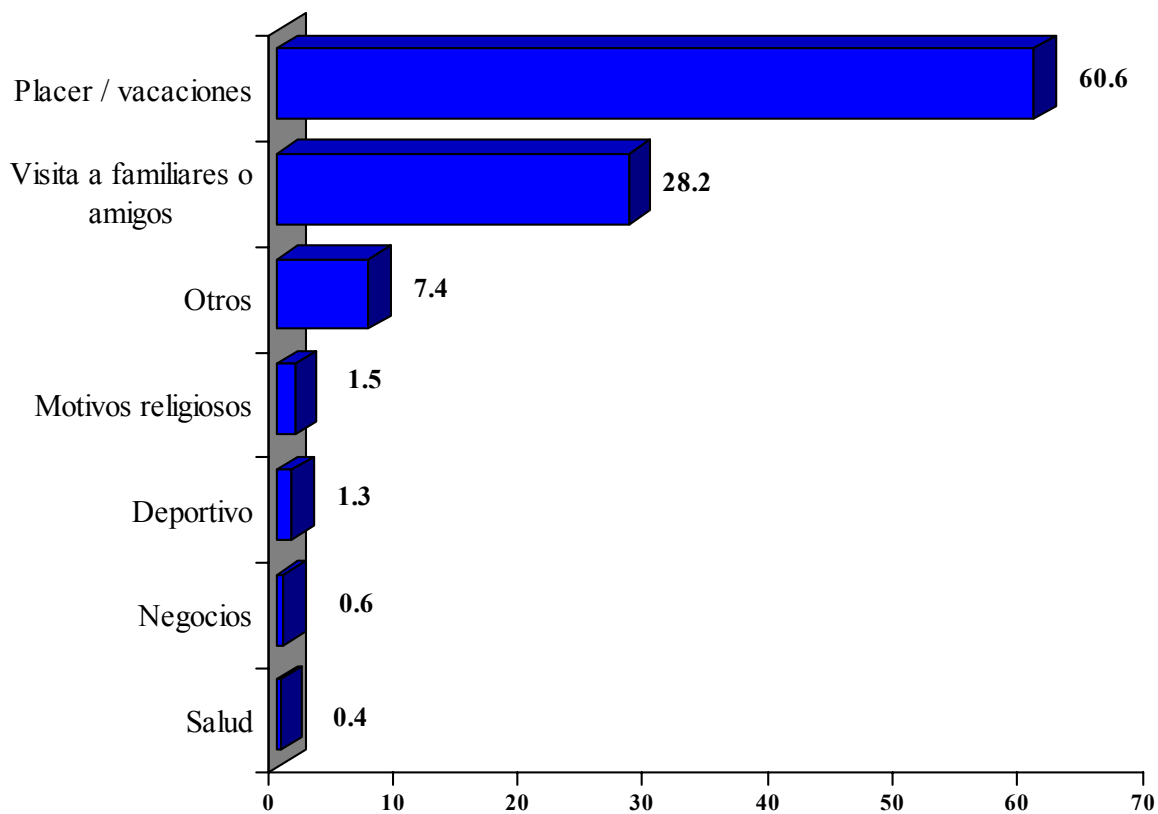
- Cancún es una aspiración de viaje, ya que no figura en la lista de los 5 destinos planeados

Top of mind versus Destino del viaje planeado: Monterrey

Top of mind	Destino Planeado
Acapulco/Cancún (Con iguales porcentajes)	Tampico
Tampico	Cancún
Mazatlán	Acapulco
Puerto Vallarta	Manzanillo, Mazatlán, Veracruz, Guadalajara (Con iguales porcentajes)
Guanajuato	-----

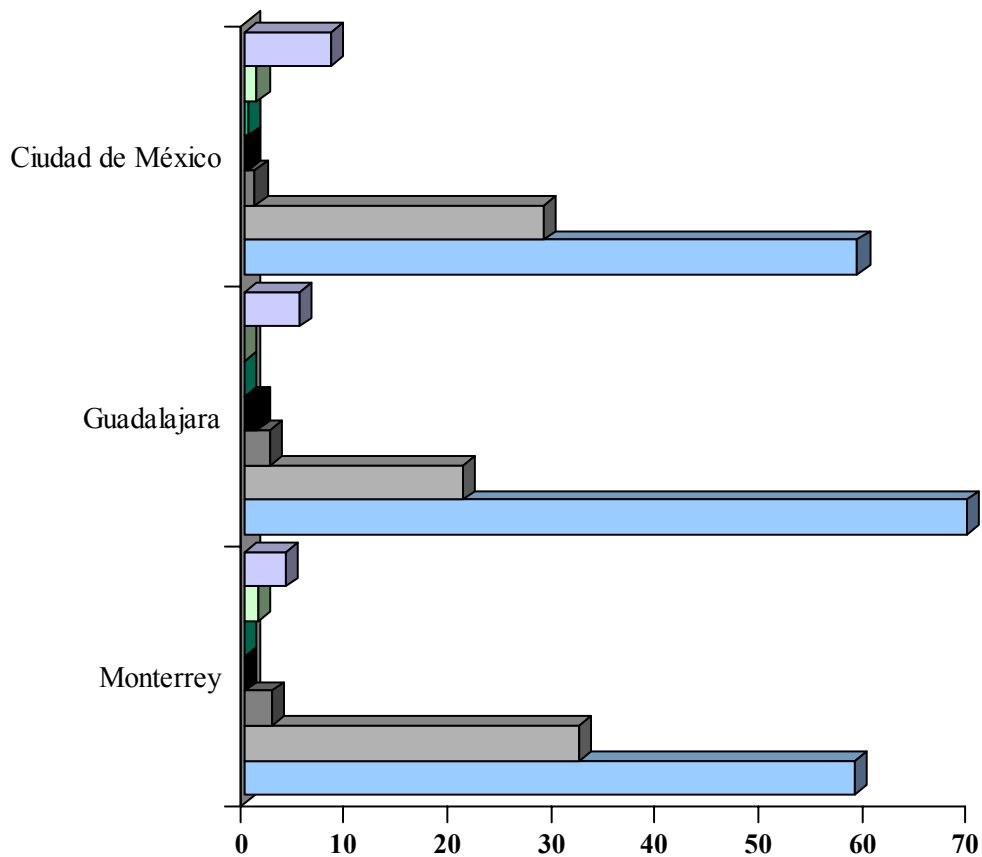
- Puerto Vallarta no figura entre los 5 destinos planeados.

Motivo principal del viaje



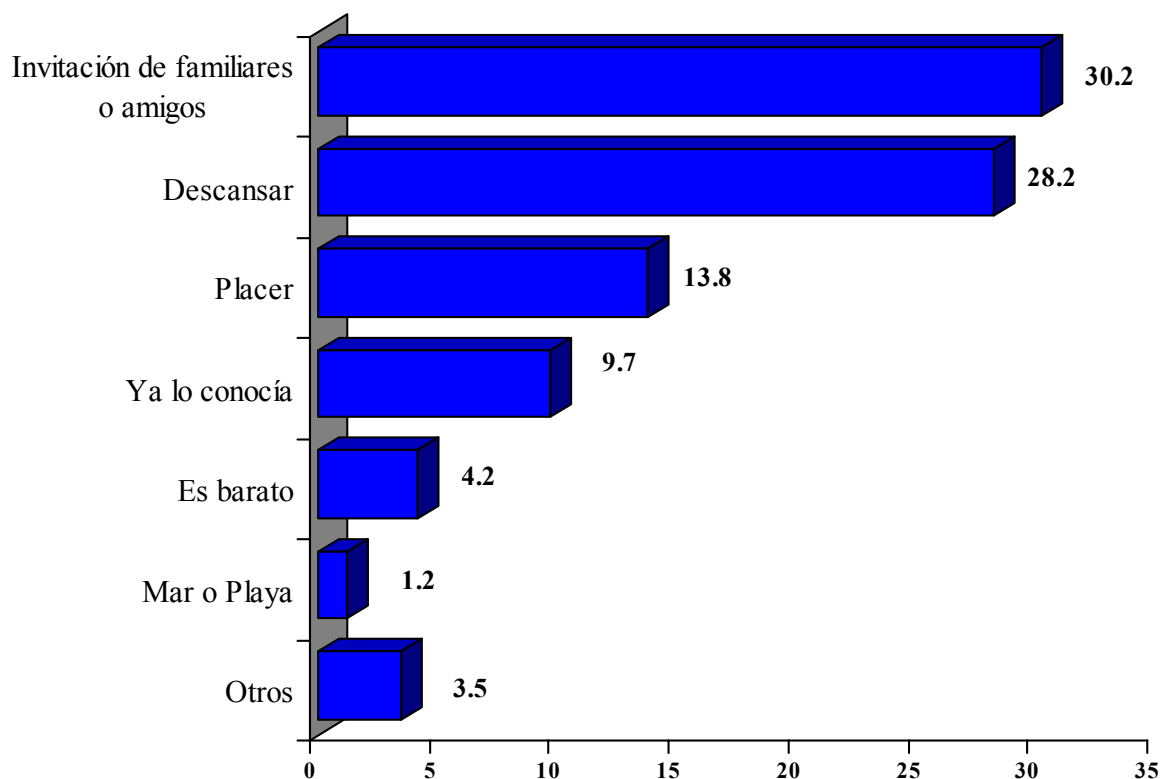
- La mayoría – seis de cada diez – viajará por placer. Casi el 30% lo hará para visitar amigos o familiares.

Motivo principal del viaje



	Monterrey	Guadalajara	Ciudad de México
Placer o vacaciones	59	69.7	59.2
Visita a familiares o amigos	32.4	21.1	28.9
Motivos religiosos	2.7	2.6	1.1
Negocios	0	1.3	0.5
Salud	0	0	0.5
Deportivo	1.4	0	1.3
Otros	4.1	5.3	8.4

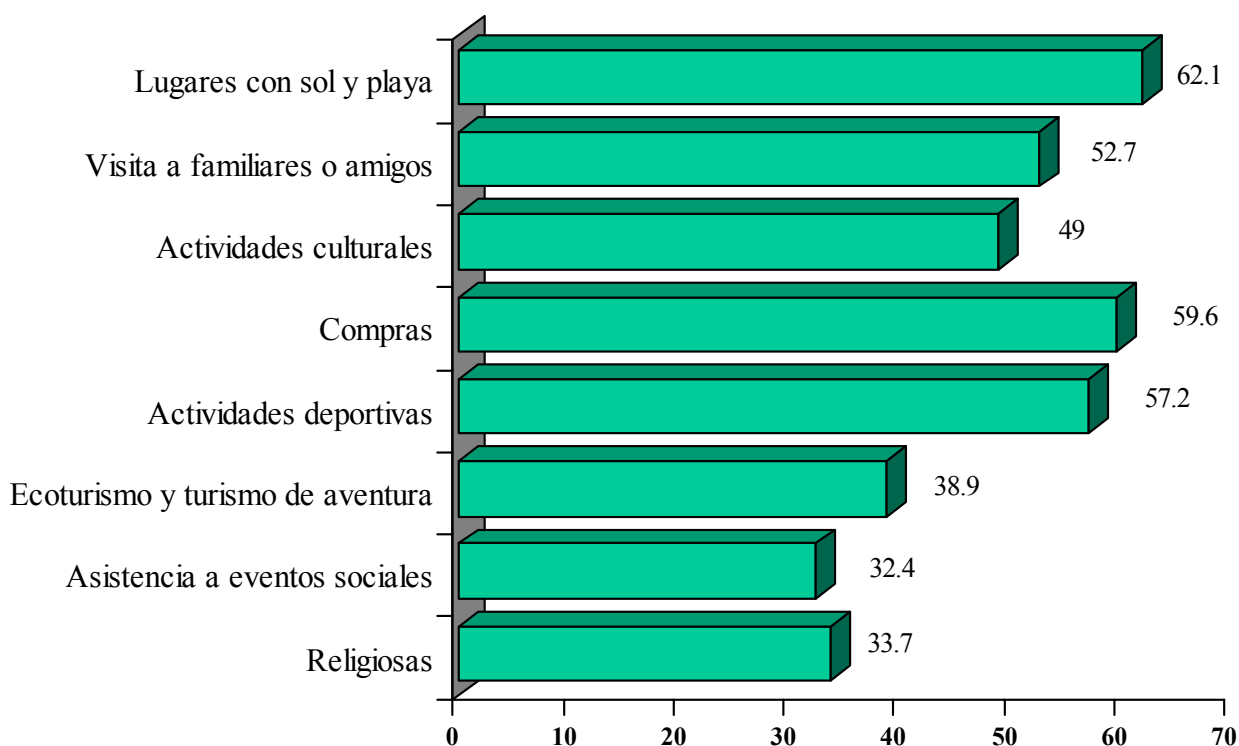
Principal razón para escoger el destino



- La mención directa de los entrevistados es que se escoge el destino principalmente por recibir una invitación de amigos o familiares, probablemente subyacen razones económicas, ya que no se paga hospedaje.
- Sin embargo, si se suman las razones de viajar por descanso y placer el porcentaje es superior, 42%.

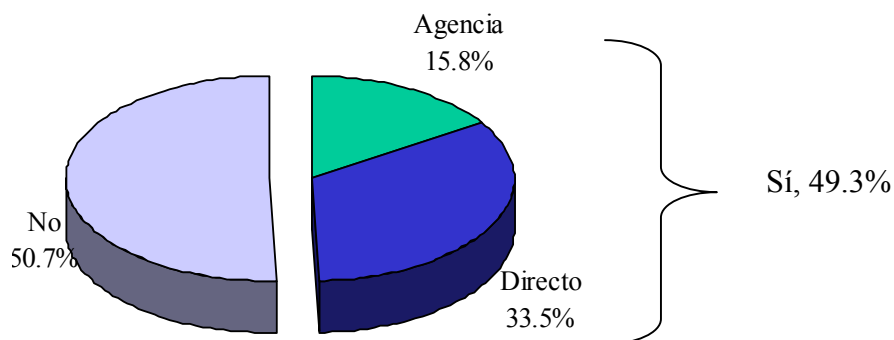
Actividades a realizar en el viaje

Respuesta múltiple



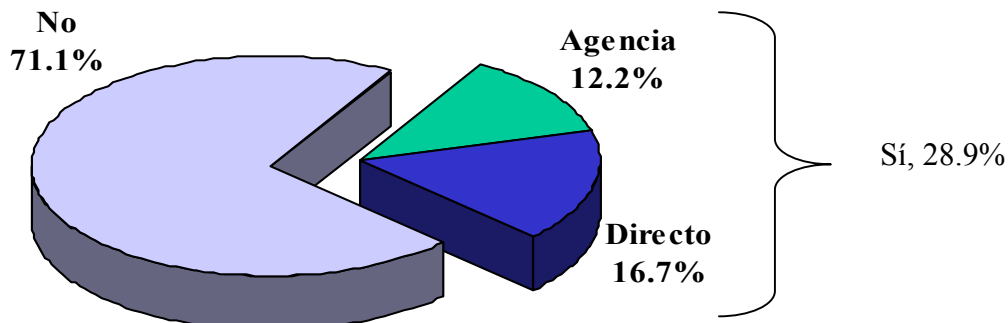
- Se planea realizar actividades variadas, con muy ligero predominio de las visitas a lugares con sol y playa.

Reservación de **hotel**



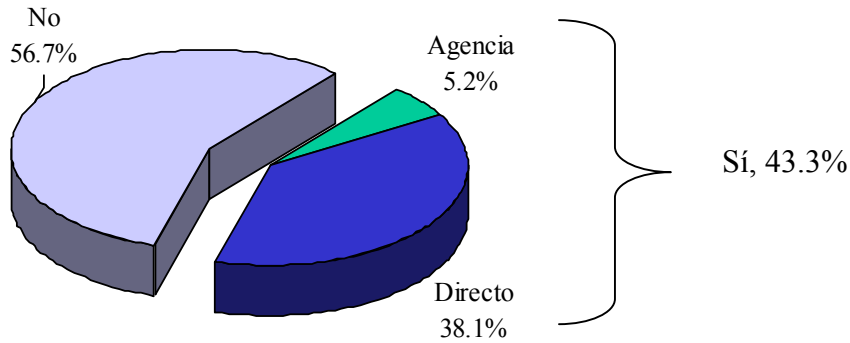
- La mitad de los viajeros reservarán hotel. Prácticamente de cada dos que lo harán directamente, uno lo hará a través de agencia

Compra de **boletos de avión**

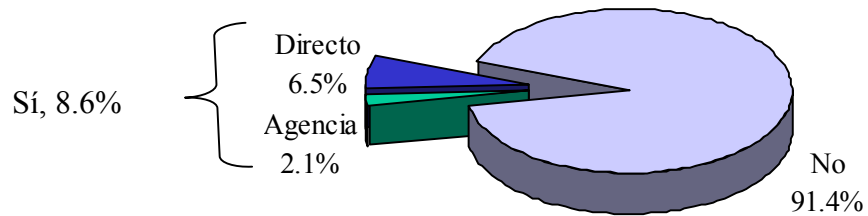


- Menos gente comprará boletos de avión. Sin embargo, son casi las mismas personas que lo harán directamente frente a quienes lo harán a través de agencia.

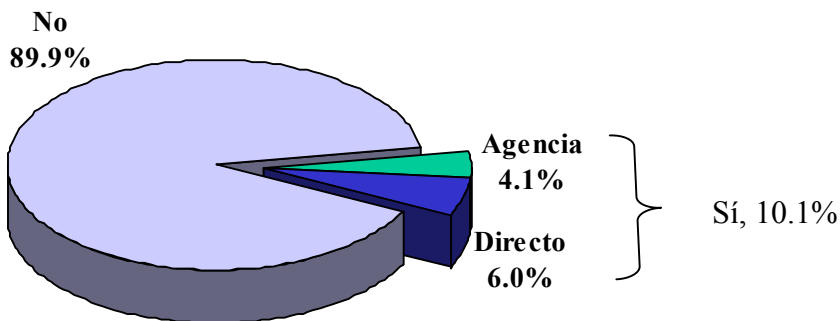
Compra de boletos de camión



Compra de boletos de tren

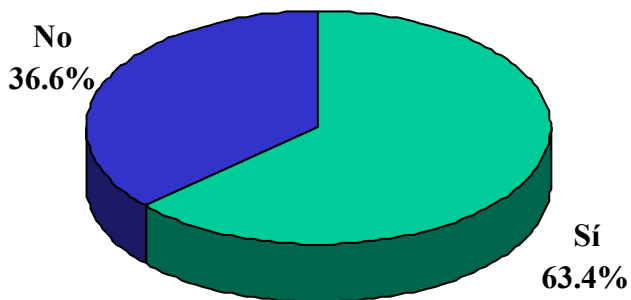


Compra de boletos de barco

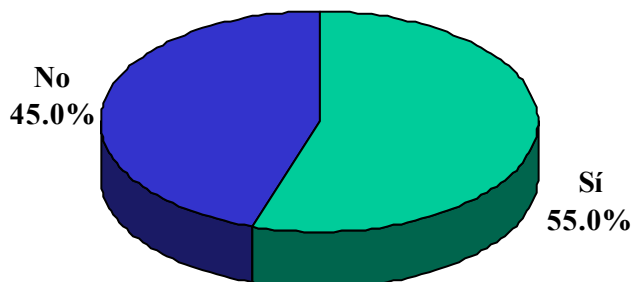


- Un alto porcentaje comprará boletos de camión. De ellos prácticamente uno de cada ocho lo hará a través de agencia.

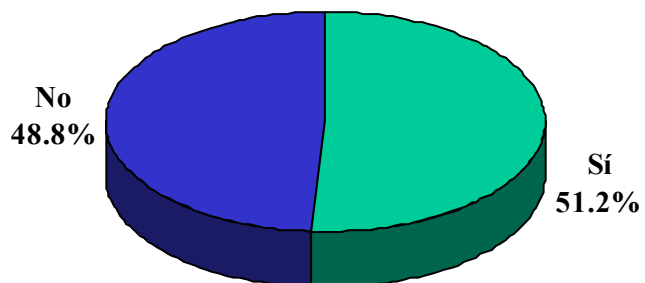
Revisión de automóvil



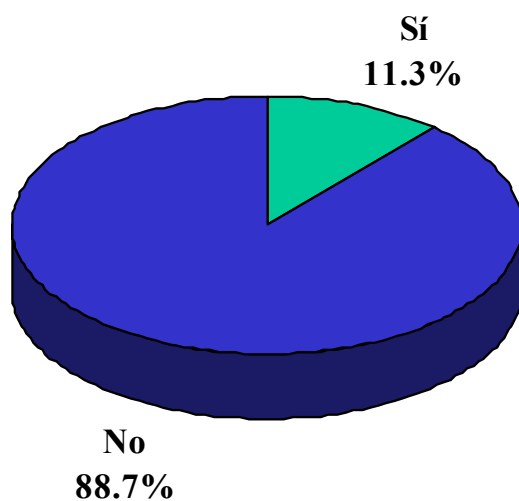
Compra de ropa para viaje



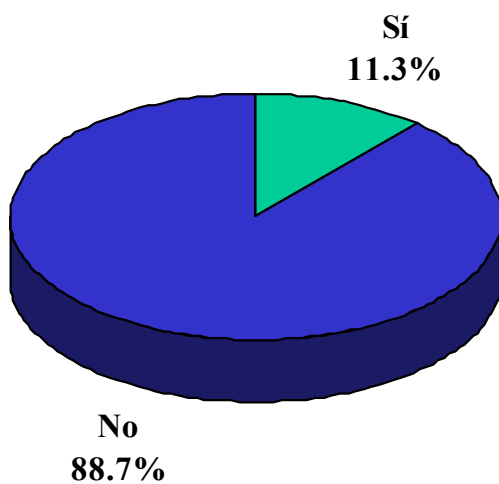
Compra de alimentos para viaje



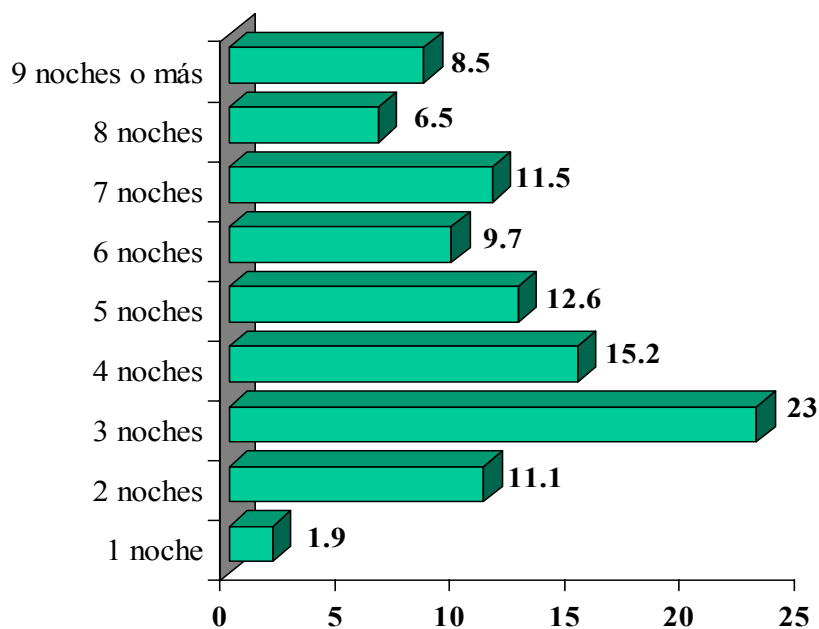
Compra de **equipo de campamento**



Renta de **departamentos o casas**



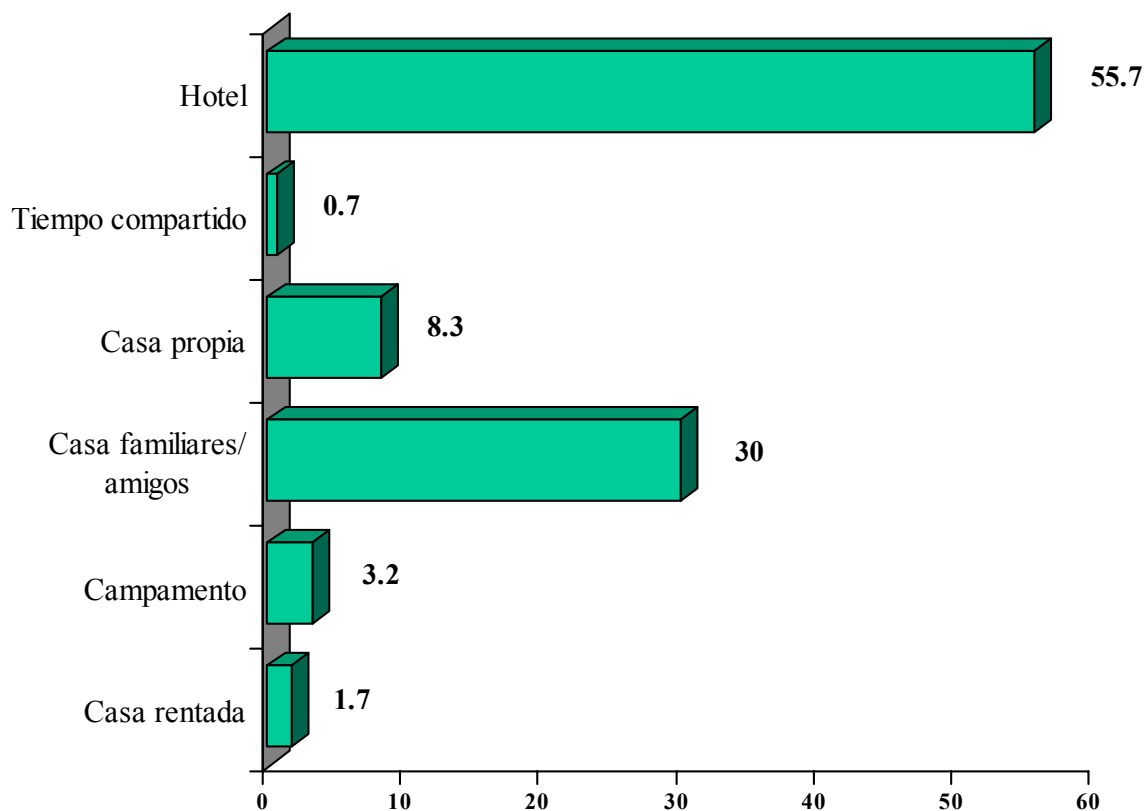
Noches que durará su viaje



Promedio de noches: 5.2

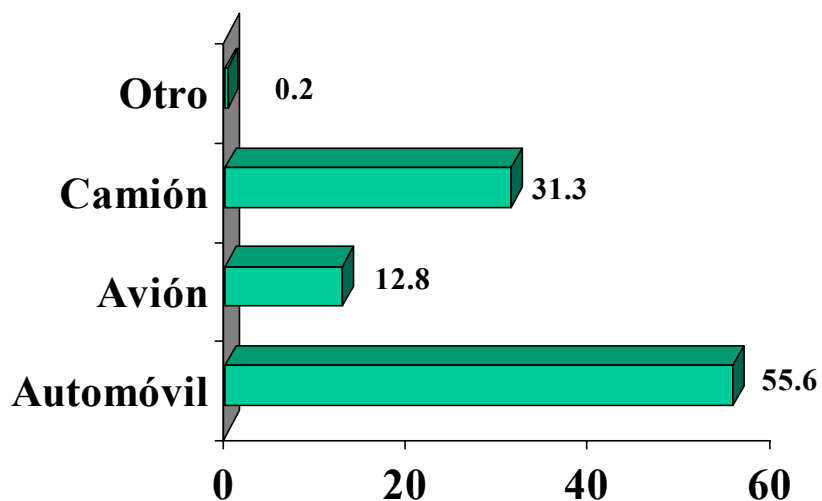
- La mayoría de los turistas viajarán por tres noches, cifra menor al promedio obtenido.

Lugar donde se **hospedará**



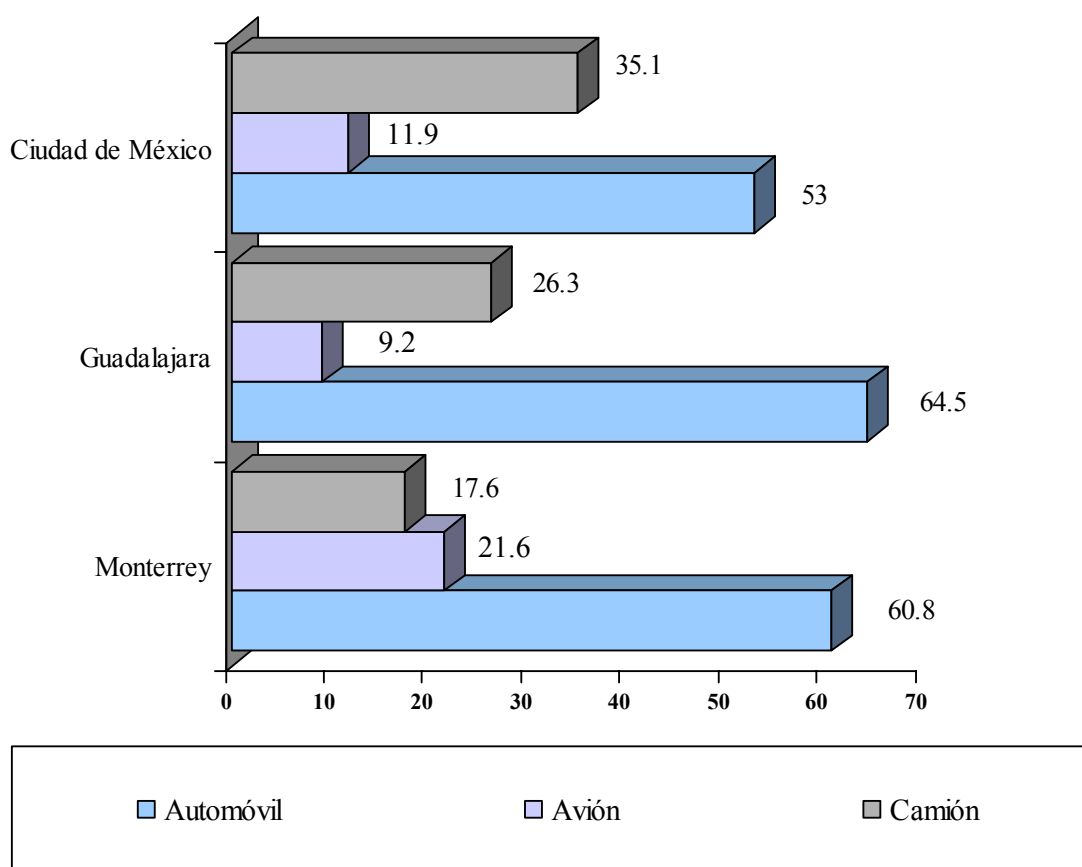
- Resalta el hotel como el hospedaje que más se utilizará.

Medio de **transporte** que utilizará



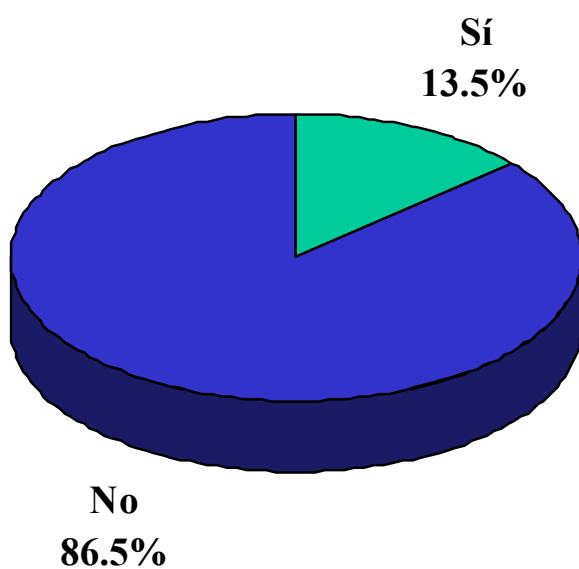
- Destaca para estas vacaciones de semana santa la mayor utilización del automóvil con respecto al camión.

Medio de **transporte** que utilizará

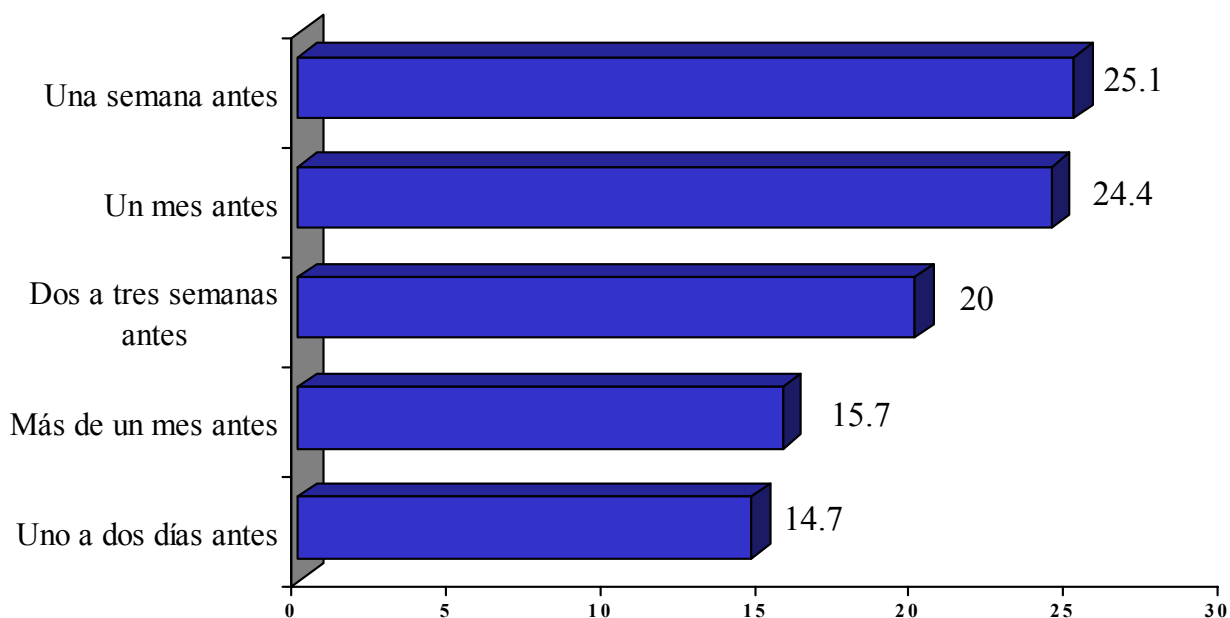


- Aunque es clara la tendencia a usar el automóvil como medio de transporte en las tres ciudades, los habitantes del D.F. castigan un poco este medio en beneficio del camión.
- Resalta el alto uso que los regiomontanos harán del avión en comparación con las otras dos ciudades estudiadas.

Recurrió a alguna **agencia de viajes**

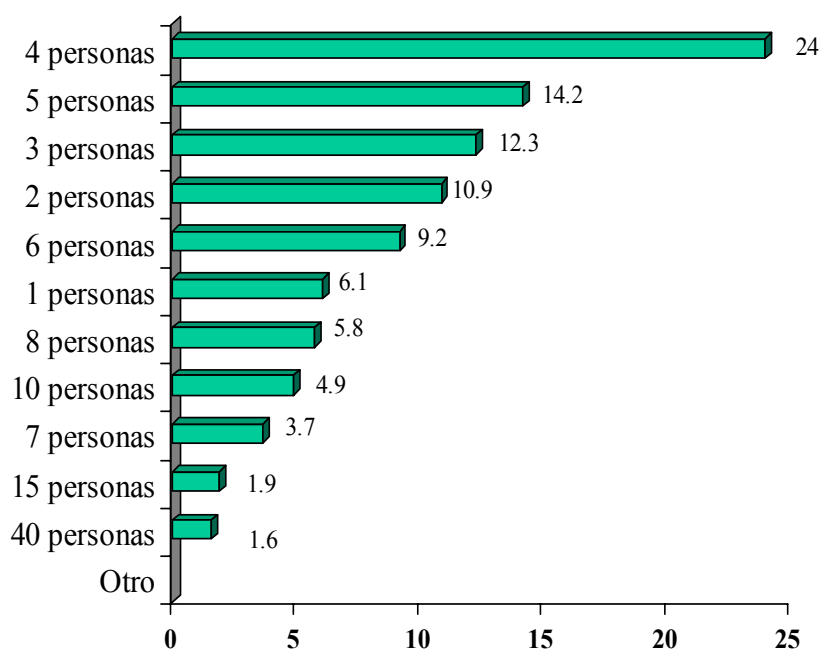


Tiempo de anticipación de preparativos



- Destaca que el 39.8% de las personas harán sus preparativos de viaje con una semana o menos de anticipación.

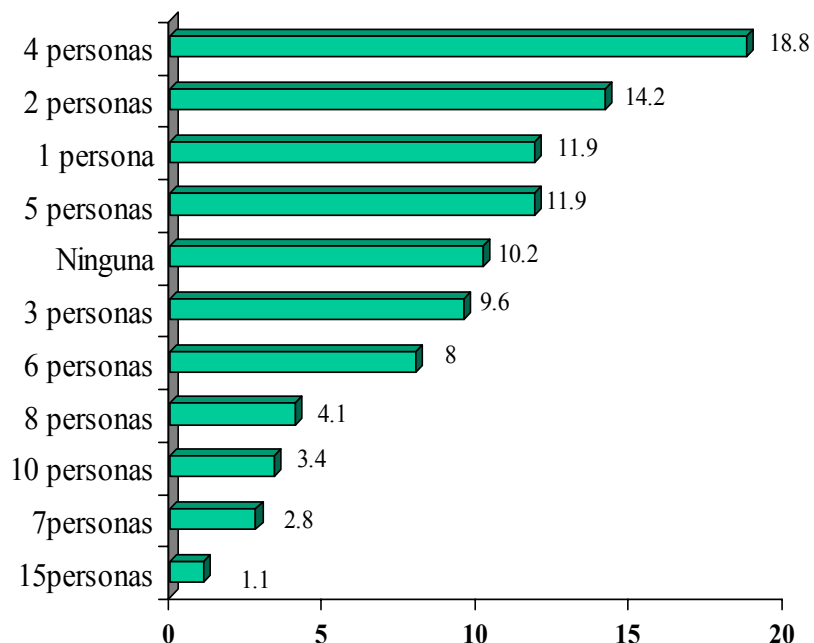
Número de personas con las que realizará su viaje



Promedio: 5.9 personas

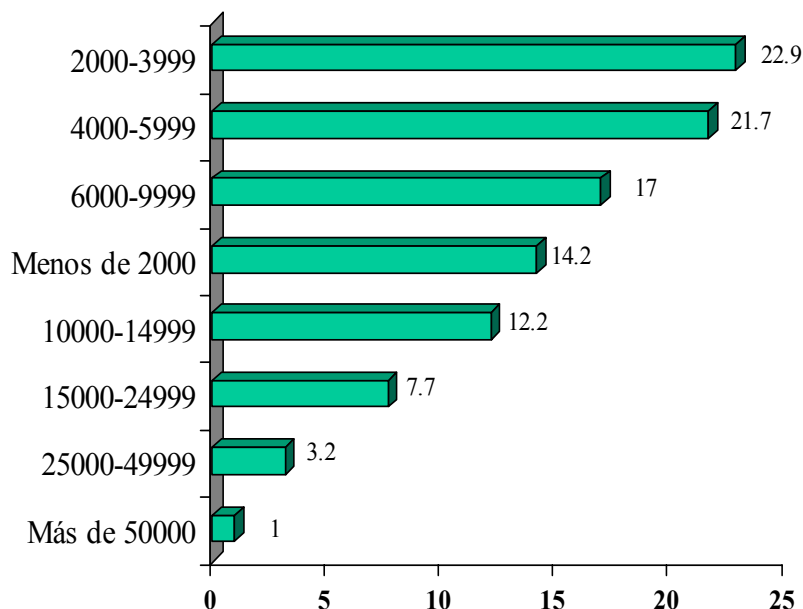
Moda: 4 personas

Cuántos son familiares



- La mayoría de los entrevistados viajarán básicamente en familia.

Presupuesto por grupo para viaje



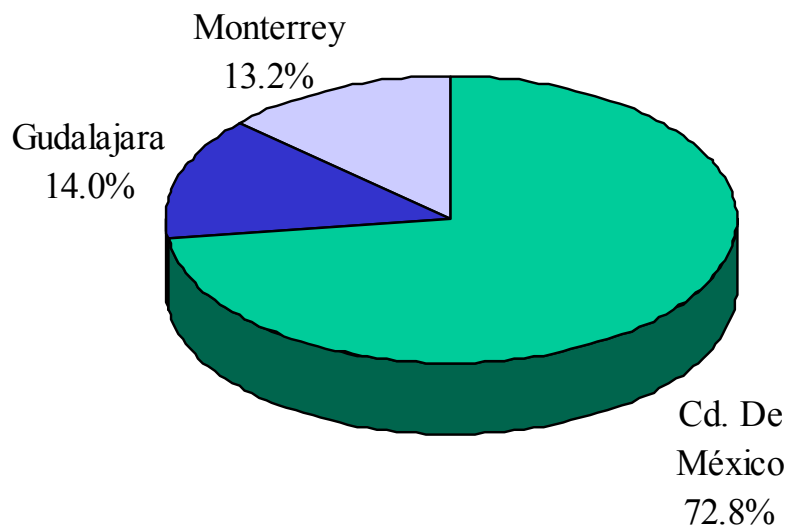
Gasto promedio: \$7,268.43

- Aproximadamente la mitad de los entrevistados que viajarán en semana santa, gastarán abajo del promedio del presupuesto por grupo de viaje.

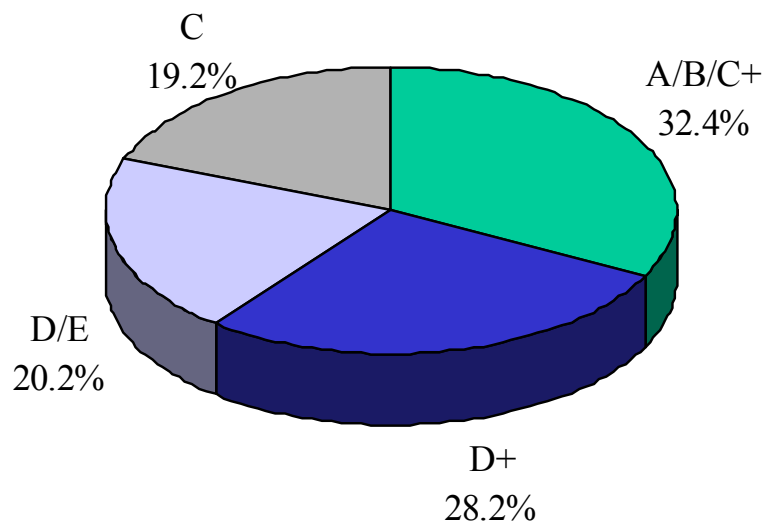
La forma de pago que más utilizará



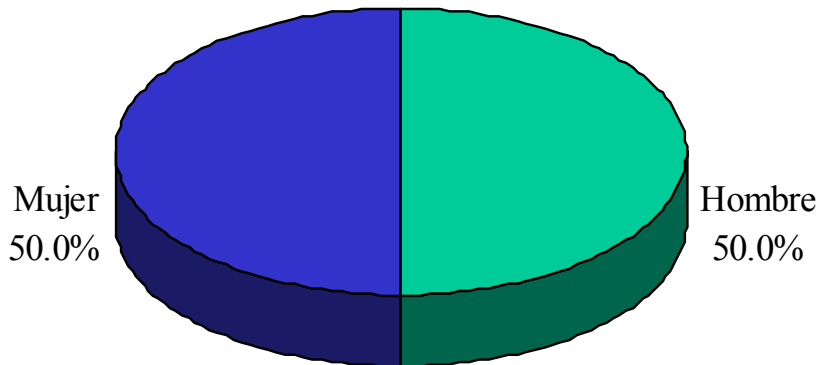
Distribución muestral por Plaza



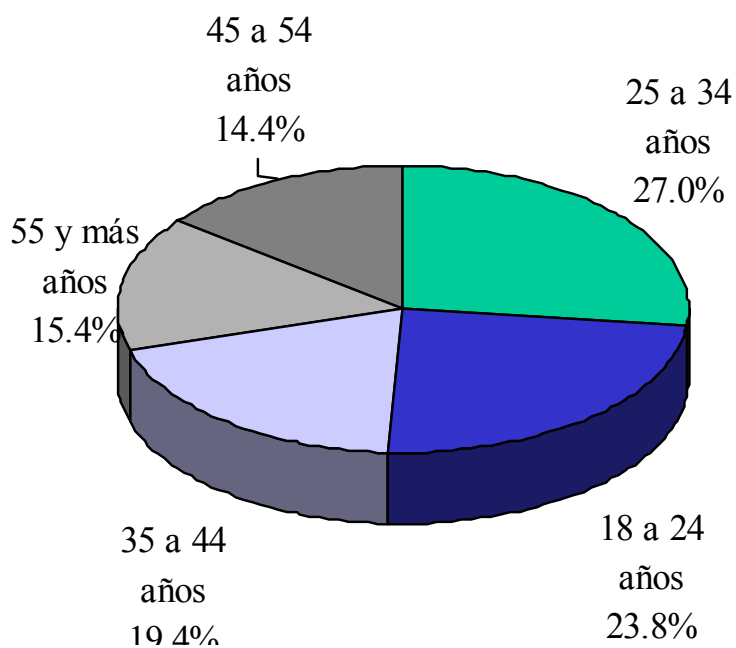
Distribución muestral por nivel socioeconómico



Distribución muestral **por sexo**



Distribución muestral por grupo de edad



Nota Metodológica

La encuesta se realizó los días 28 de febrero y primero de marzo de 2002, utilizando un método de aproximación por vía telefónica.

Su cobertura fueron las tres principales zonas metropolitanas del país: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.

La población sujeta a estudio fueron las personas que teniendo 18 años y más, que contaban con servicio telefónico en su domicilio y su número estaba comprendido dentro de las claves ladas binuméricas del sistema telefónico nacional de las zonas metropolitanas en cuestión.

La selección de la muestra se efectuó en forma independiente para cada zona metropolitana.

A partir de un listado de series telefónicas y su volumen de números asignados, se determinó un número progresivo para cada número telefónico asignado en la zona y se efectuó una selección sistemática, con arranque aleatorio e intervalo fijo, de los números en muestra, eligiéndose en total cinco números por cada entrevista efectiva requerida.

Se procedió luego a contactar una persona de 18 y más años de edad en cada uno de los teléfonos en muestra, siguiendo el orden original del sorteo realizado, contando con 20 operadores simultáneos.

Para el control del volumen de entrevistas por sexo, se procedió a asignar a la mitad de los operadores la tarea de contactar varones y a la otra mitad mujeres.

En total, se aplicaron 1,680 entrevistas efectivas, en 530 de las cuales el entrevistado respondió que sí tenía planeado realizar algún viaje con pernocta o estar fuera de su casa por lo menos una noche, durante la temporada vacacional de Semana Santa (entre el 21 de marzo y el 7 de abril de este año).

Para disponer de indicadores para el conjunto de ciudades, se procedió a ponderar los casos por ciudad en razón a dos factores: el volumen de teléfonos domiciliarios correspondientes a cada ciudad y la proporción de personas contactadas que cumplían la condición de haber realizado un viaje en los últimos tres años.

El margen de error para los casos de mayor desviación es de +/- 3.5 por ciento con un 95 por ciento de nivel de confianza.

El cuestionario utilizado respondió a los requerimientos establecidos por los usuarios primarios y fue sometido a una prueba piloto efectuada el día 27 de febrero, que comprendió 60 casos efectivos.