



Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Internacional de Negocios

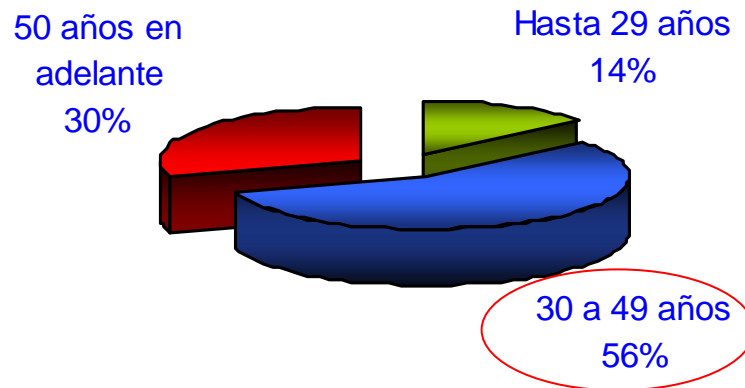
Muestra

La muestra total utilizada en este análisis es de 2,048 casos, y se compone de todos aquellos turistas que manifestaron que el motivo principal de su viajes es la asistencia a algún congreso o convención, de la base de datos histórica del Estudio Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas, segmento Internacional Aéreo. La distribución geográfica de los puntos de levantamiento, así como el número levantado en cada uno se presenta en la siguiente tabla:

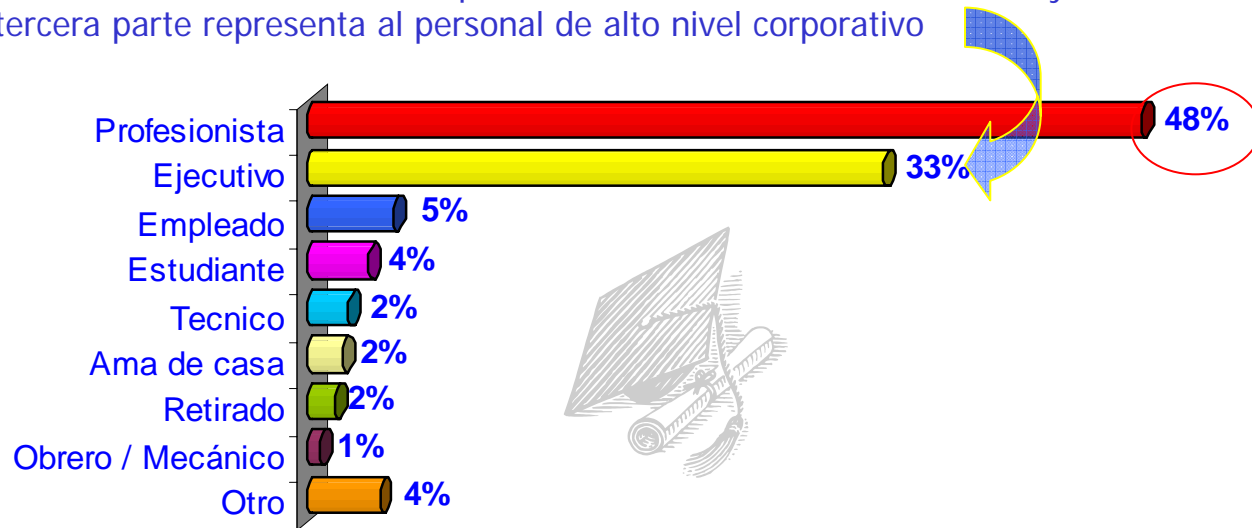
Destino	Número de casos
Ciudad De México	751
Cancún	368
Los Cabos	225
Guadalajara	197
Monterrey	165
Puerto Vallarta	107
Acapulco	88
Mérida	63
Cozumel	33
Ixtapa	19
Manzanillo	17
Mazatlán	15

El perfil de los turistas de negocios: ¿Quién nos visita?

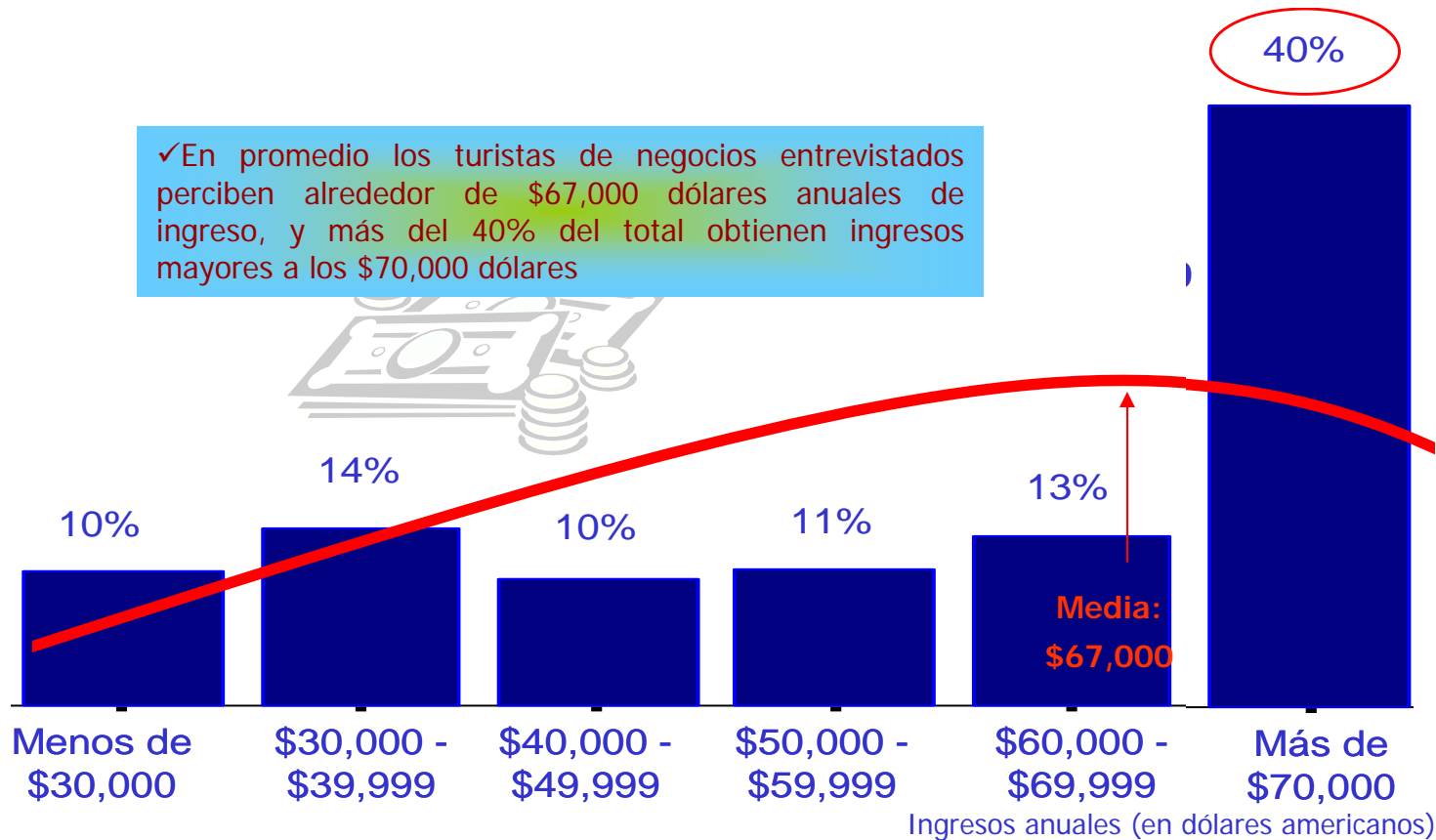
El 60% de los turistas internacionales de negocios son hombres de entre 30 y 49 años de edad



9 de cada 10 entrevistados tiene por lo menos educación universitaria y una tercera parte representa al personal de alto nivel corporativo



Niveles de ingreso de los turistas de negocios

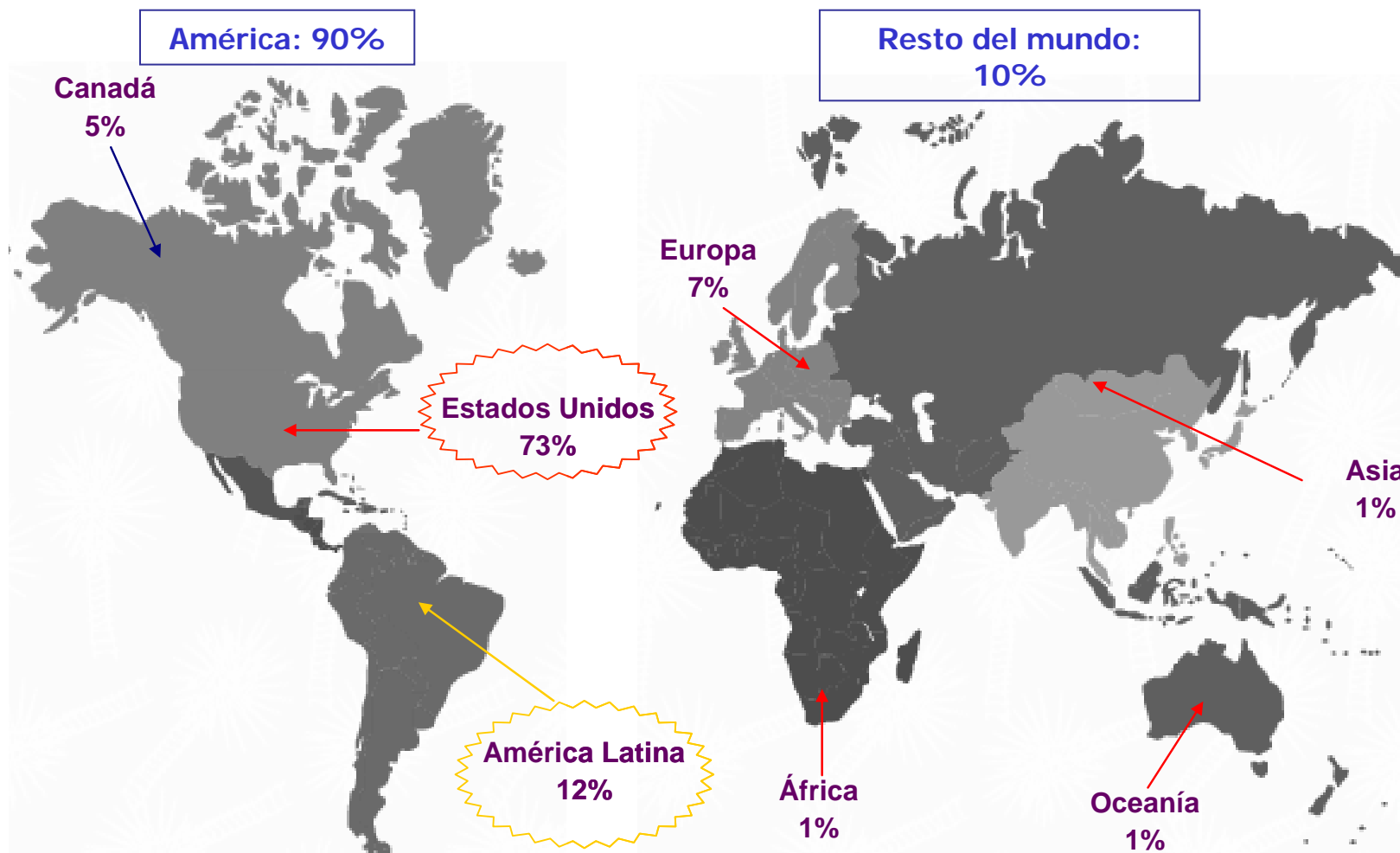


Si comparamos el ingreso de los entrevistados con el promedio de las familias estadounidenses en 2003, el cual fue de \$59,000 dólares*, observamos que se está captando a un sector de la población de alto poder adquisitivo

Se encontró que los turistas que visitaron a México con motivos de negocios con mayores niveles de ingreso son los ejecutivos. Caso a resaltar son los retirados, los cuales ocupan el segundo lugar en cuanto a ingreso, por arriba de profesionistas o empleados. Los estudiantes representan el segmento de menor nivel de ingreso.

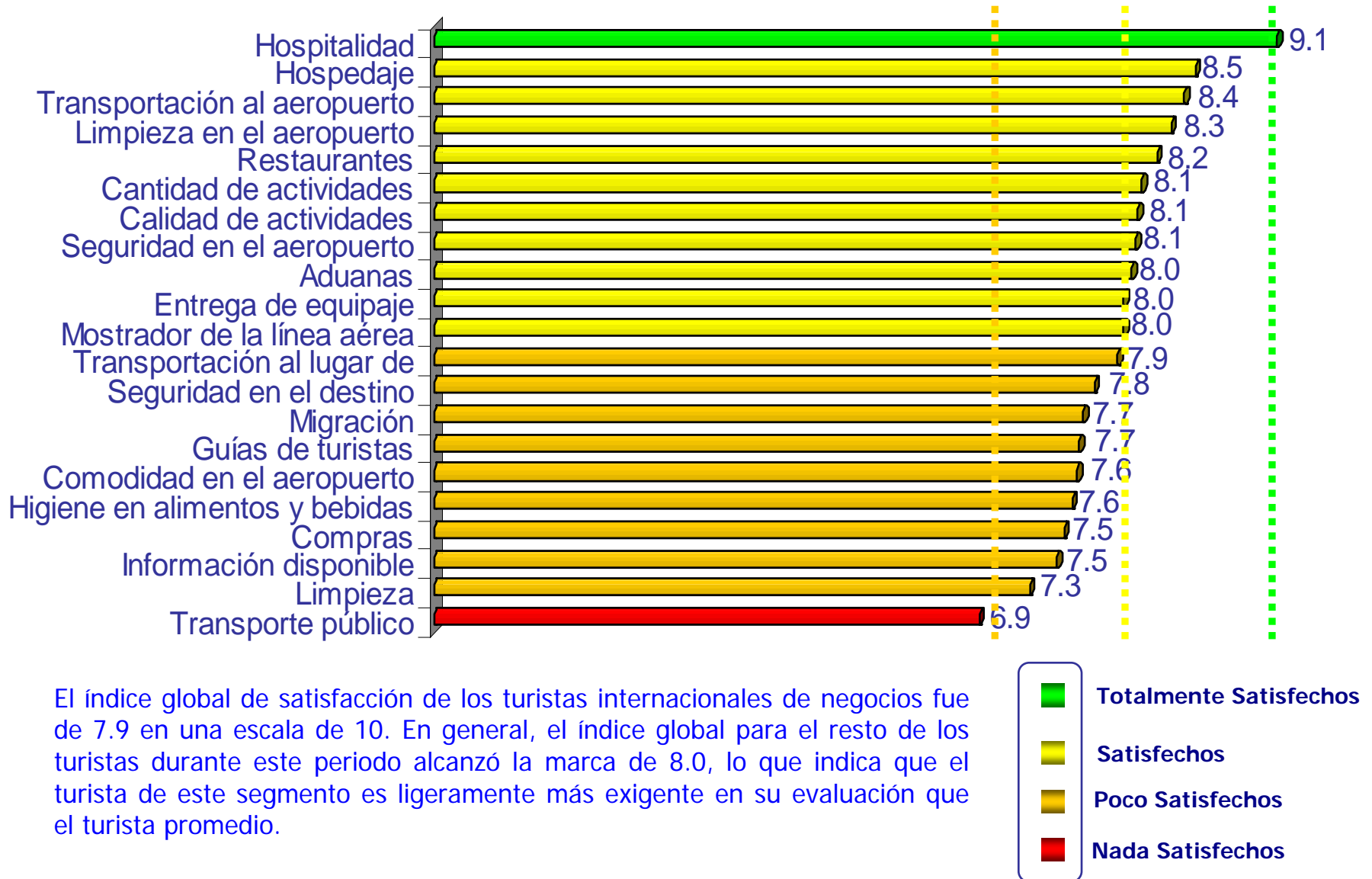
*Fuente: U.S. Census Bureau

El origen de los turistas de negocios que visitan México está concentrado en América

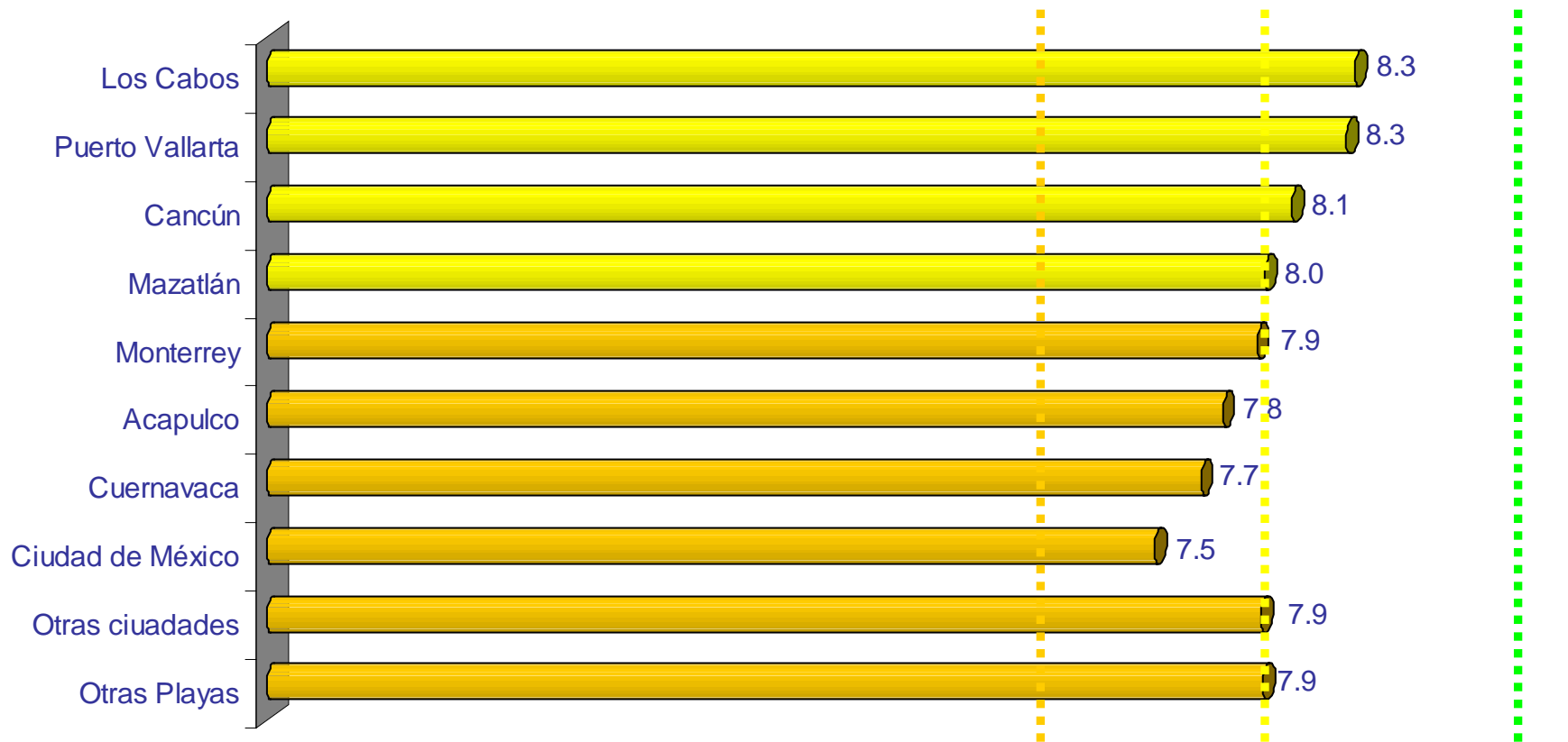


Aunque no se observan diferencias significativas en los patrones de **gasto** de los turistas, por **región de procedencia**, se encontró que los turistas de mayor nivel de ingreso son los de Estados Unidos, ya que el 55% de los turistas de negocios de este país obtienen ingresos por más de \$70,000 dólares anuales, mientras que los de nivel más bajo fueron los provenientes de países de América Latina, de los cuales únicamente el 13% obtuvo ingresos mayores a \$70,000 dólares .

Satisfacción de los turistas de negocios por concepto



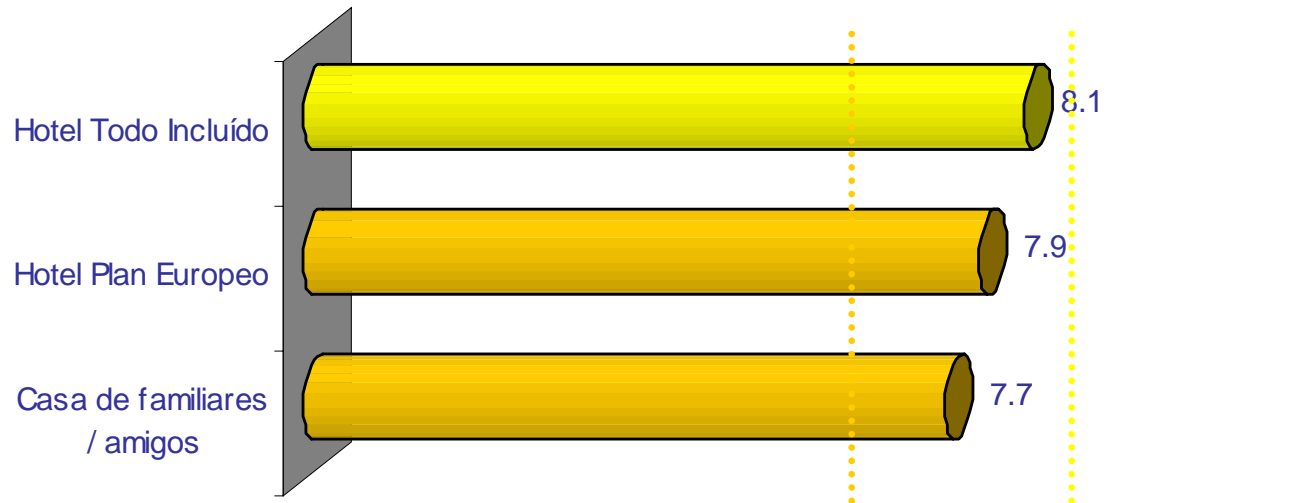
Satisfacción de los turistas de negocios por destino



Como se puede observar en la gráfica, los destinos mejor evaluados por los turistas de negocios son playas: Los Cabos y Puerto Vallarta. La ciudad mejor calificada por los turistas de negocios es Monterrey, aunque no alcanzó el rango de turistas totalmente satisfechos.



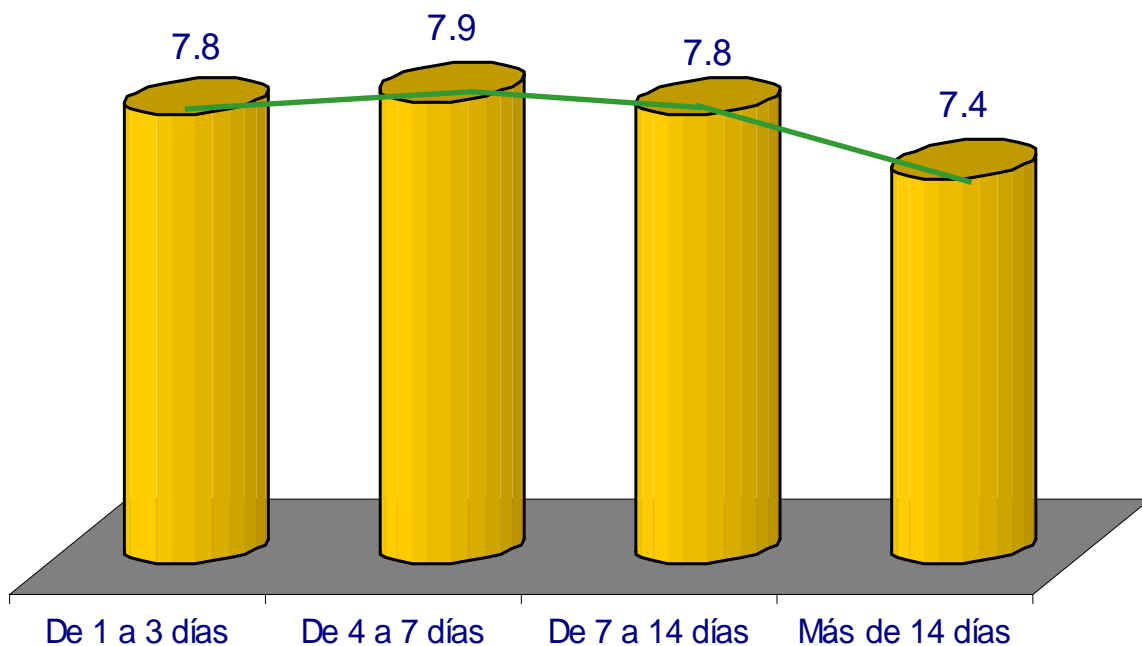
Satisfacción de los turistas por tipo de hospedaje



Si se analiza la satisfacción por tipo de hospedaje utilizado en su viaje, se destacan importantes diferencias en el nivel de satisfacción. Los turistas que mejor evaluaron su experiencia de viaje son que se hospedaron en hoteles todo incluido, mientras que los que evalúan menos favorablemente son los que llegan a casa de familiares o amigos. Es importante mencionar que esta diferencia en evaluación no se debe a su experiencia en hospedaje, sino de aquella en materia de limpieza del destino, seguridad, higiene en alimentos y bebidas, información disponible y transporte público. Esto indicaría que al estar hospedado en un hotel incluido se tiene una visión limitada del destino al visitar menos lugares, y se evaluaría principalmente con base en su impresión dentro del hotel.

Concepto	Global	Hotel todo incluido	Hotel plan europeo	Casa de familiares / amigos
Limpieza del destino	7.3	7.9	7.2	6.1
Seguridad de los turistas	7.8	8.3	7.6	6.9
Higiene en alimentos y bebidas	7.6	7.9	7.6	6.7
Información disponible	7.5	7.9	7.4	6.6
Transporte público	6.9	7.4	6.8	6.2

Satisfacción de los turistas por tiempo de estancia



Por tiempo de estancia, no se encuentra diferencia significativa entre las tres primeras categorías, que engloban estancias de 1 hasta 14 días. Más allá de catorce días, la evaluación si sufre una caída importante, al llegar a 7.4 puntos. Los aspectos que más influyen en la caída son transporte público y limpieza del destino, que caen 7 décimas de punto.



Concepto	Global	De 1 a 3 noches	De 4 a 7 noches	De 7 a 14 noches	Más de 14 noches	Diferencia con global
Transporte público	6.9	6.9	7.0	7.0	6.1	-0.7
Limpieza del destino	7.3	7.4	7.4	7.2	6.6	-0.7
Compras	7.5	7.5	7.6	7.7	6.9	-0.6
Calidad de actividades	8.1	8.0	8.2	8.2	7.5	-0.6
Higiene en alimentos y bebidas	7.6	7.8	7.6	7.6	7.0	-0.6
Seguridad del destino	7.8	7.6	7.9	7.9	7.2	-0.6

Factores que más gustan / disgustan de la experiencia

Lo que más gustó



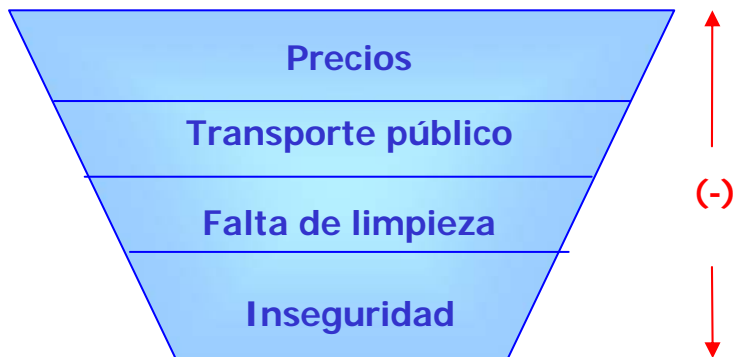
Playas

- ✓ Clima
- ✓ Playa / Mar
- ✓ Gente
- ✓ Instalaciones

Ciudades

- ✓ Gente
- ✓ Hospitalidad
- ✓ Cultura
- ✓ Comida

Lo que más disgustó



Playas

- ✗ Precios
- ✗ Transporte público
- ✗ Comida
- ✗ Ambulantaje

Ciudades

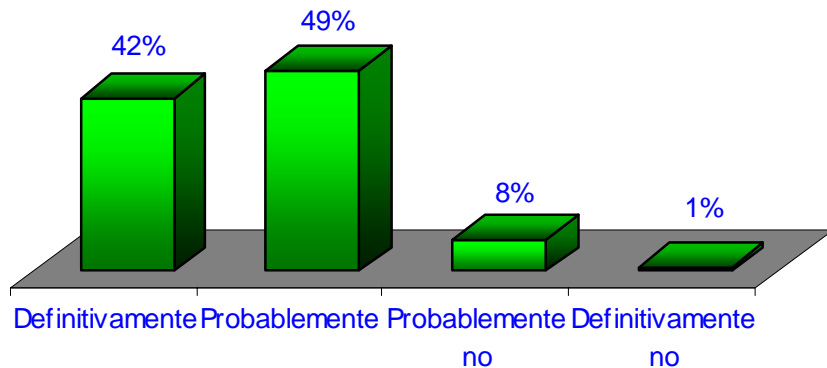
- ✗ Inseguridad
- ✗ Contaminación
- ✗ Tráfico
- ✗ Falta de limpieza

Intención de regreso y de recomendación

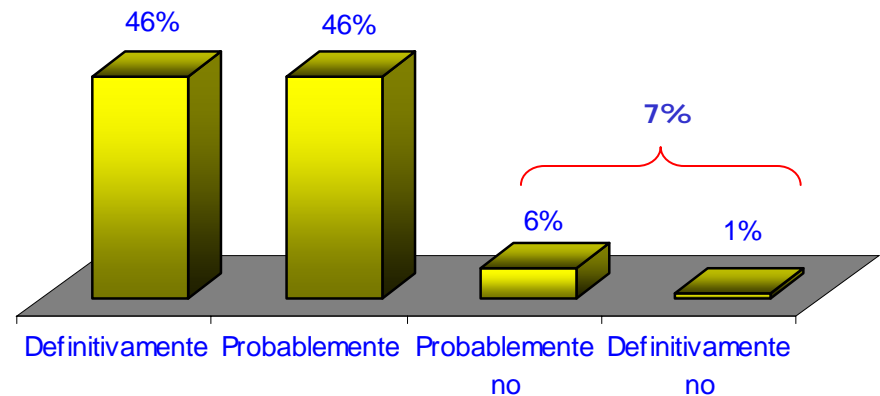
Con el objetivo de profundizar en los motivos que impulsan y frenan la intención de regreso al destino, se cuantificaron los aspectos que más gustaron a los turistas que manifestaron que les interesa regresar y los aspectos que más disgustaron a aquellos que no manifestaron ese mismo interés.

Impulsores a la intención de regreso	Frenos a la intención de regreso
Gente	Precios
Clima	Transporte público
Hospitalidad	Comida

Intención de regreso



Intención de recomendación



Al hacer un análisis similar para la intención de recomendación, se mantienen los mismos impulsores, pero los frenos a la recomendación son distintos, apareciendo ahora la falta de limpieza y la inseguridad.

Impulsores a la intención de recomendación	Frenos a la intención de recomendación
Gente	Precios
Clima	Falta de limpieza
Hospitalidad	Inseguridad