



XICOTEPEC DE  
JUÁREZ

---

PUEBLO MÁGICO

*Resultados del perfil del turista y visitante en  
Municipio, Xicotepéc de Juárez, Pueblo Mágico  
Enero a diciembre 2018*



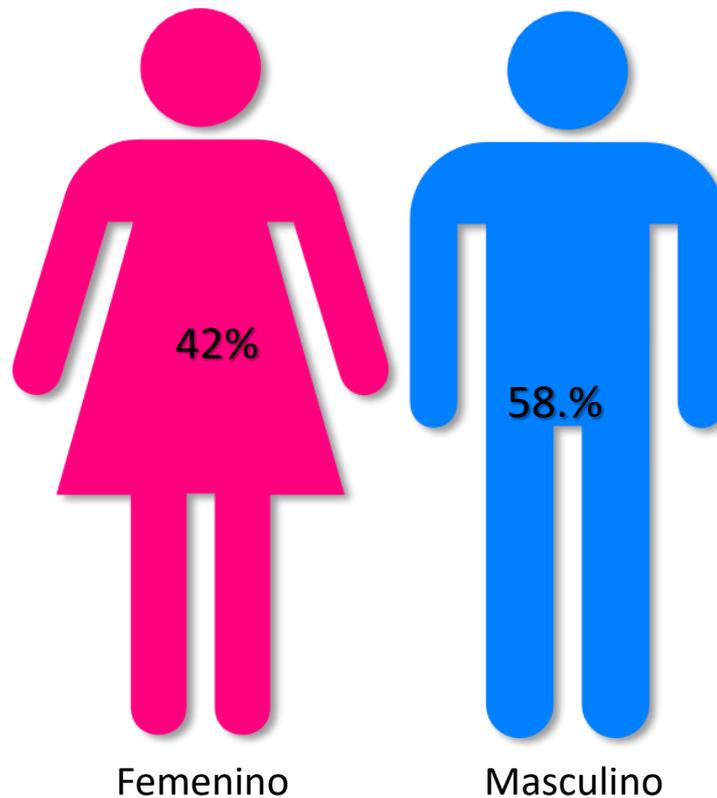
XICOTEPEC DE  
JUÁREZ  
PUEBLO MÁGICO



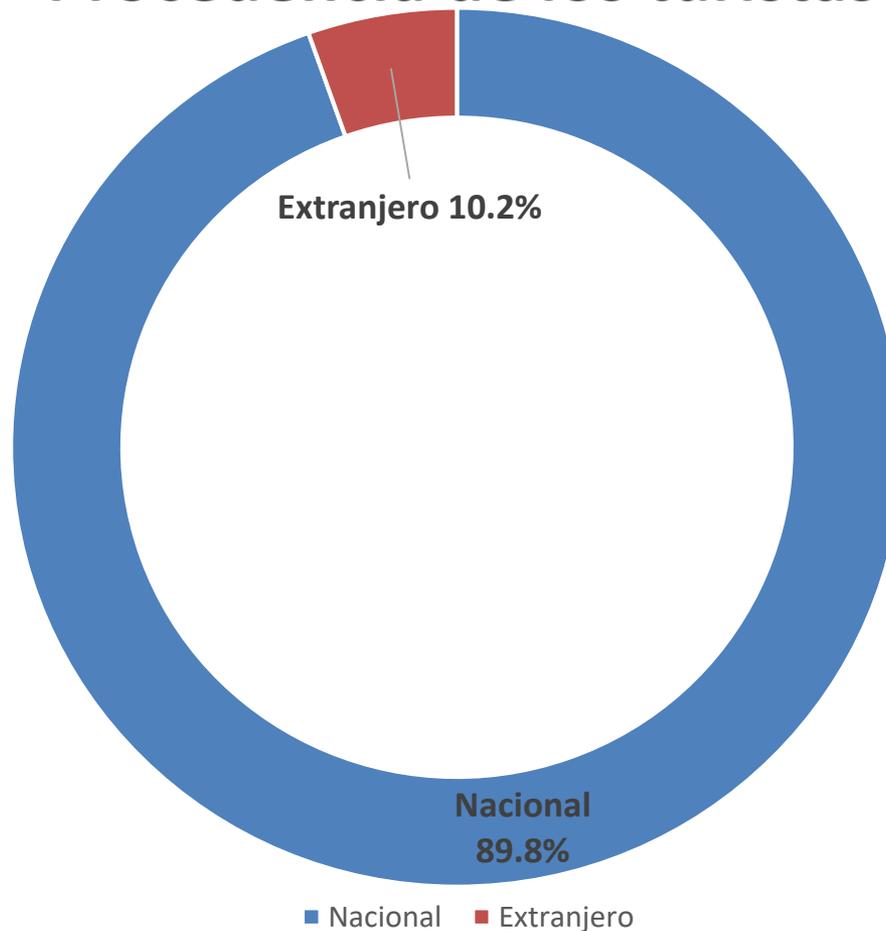
**PUEBLA**



### Sexo

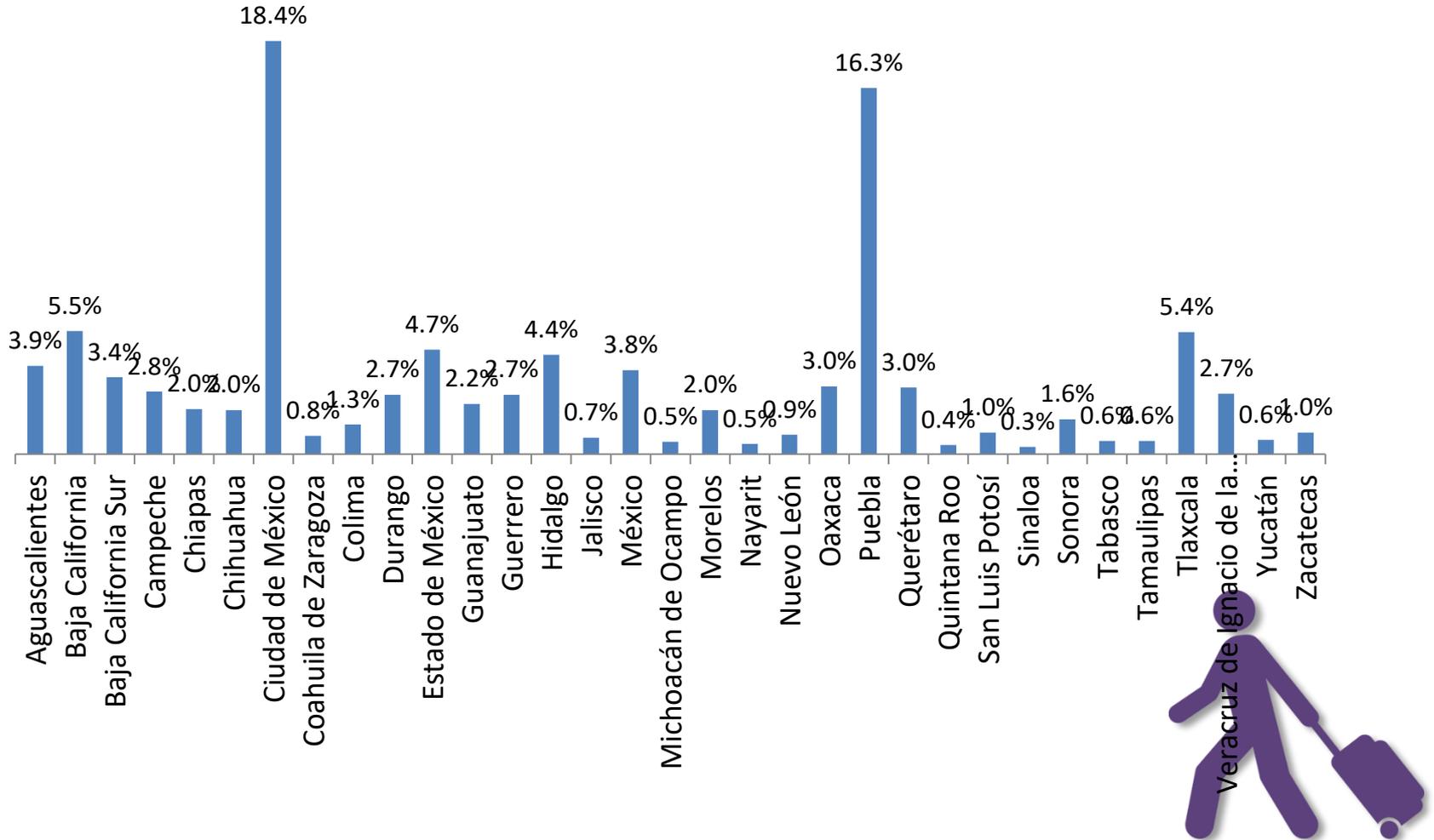


## Procedencia de los turistas



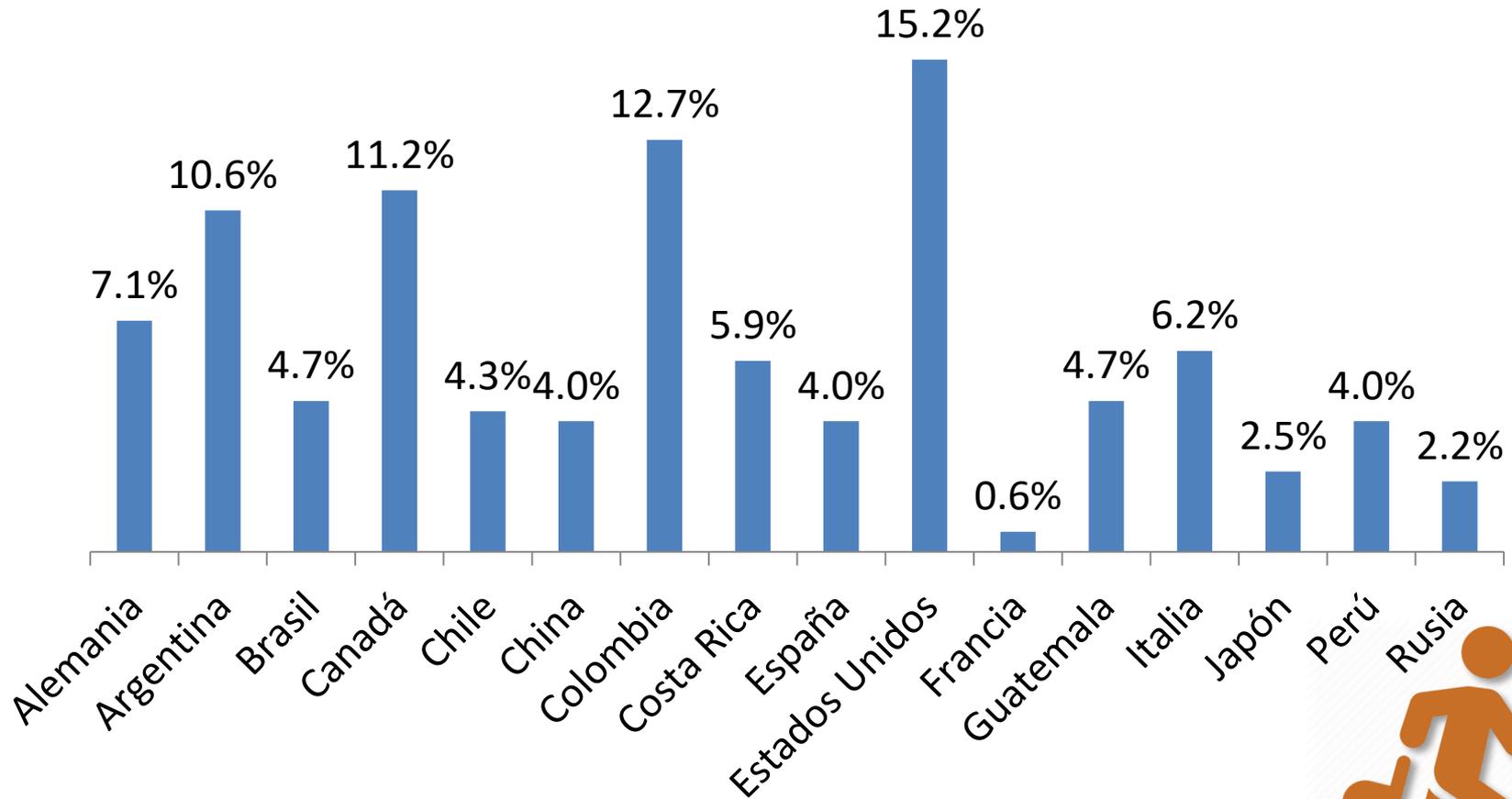


### Procedencia Nacional

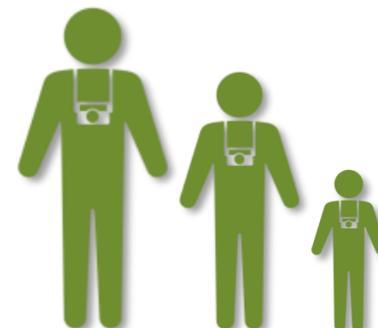
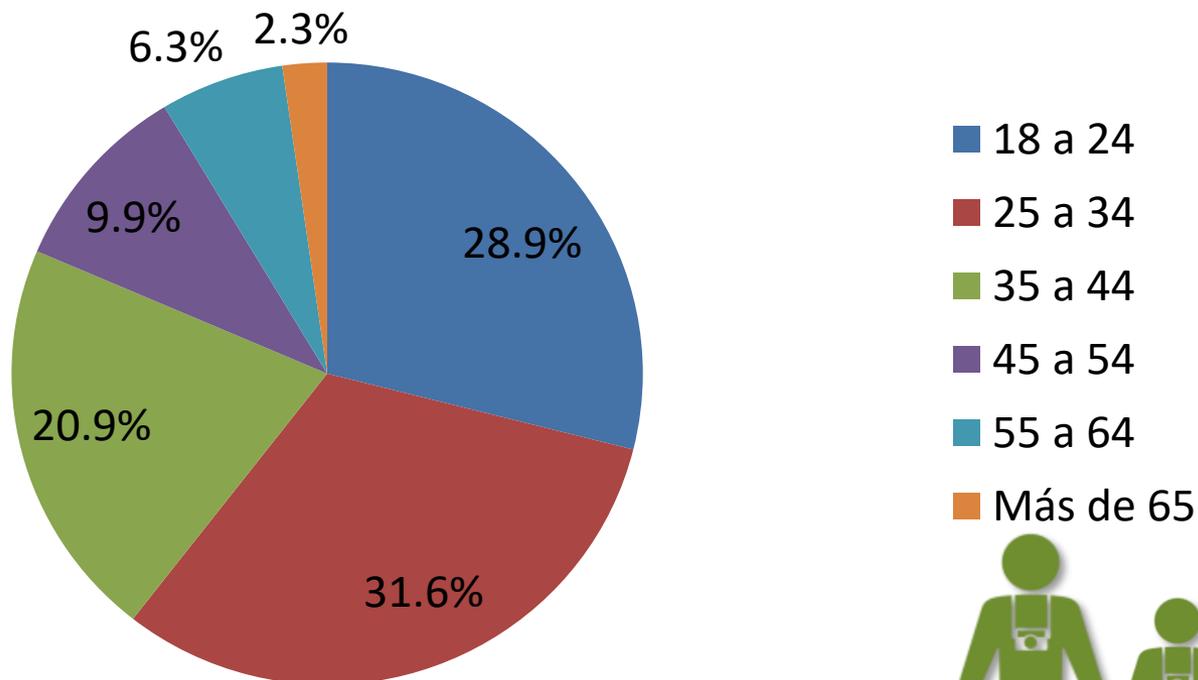




### Procedencia extranjera

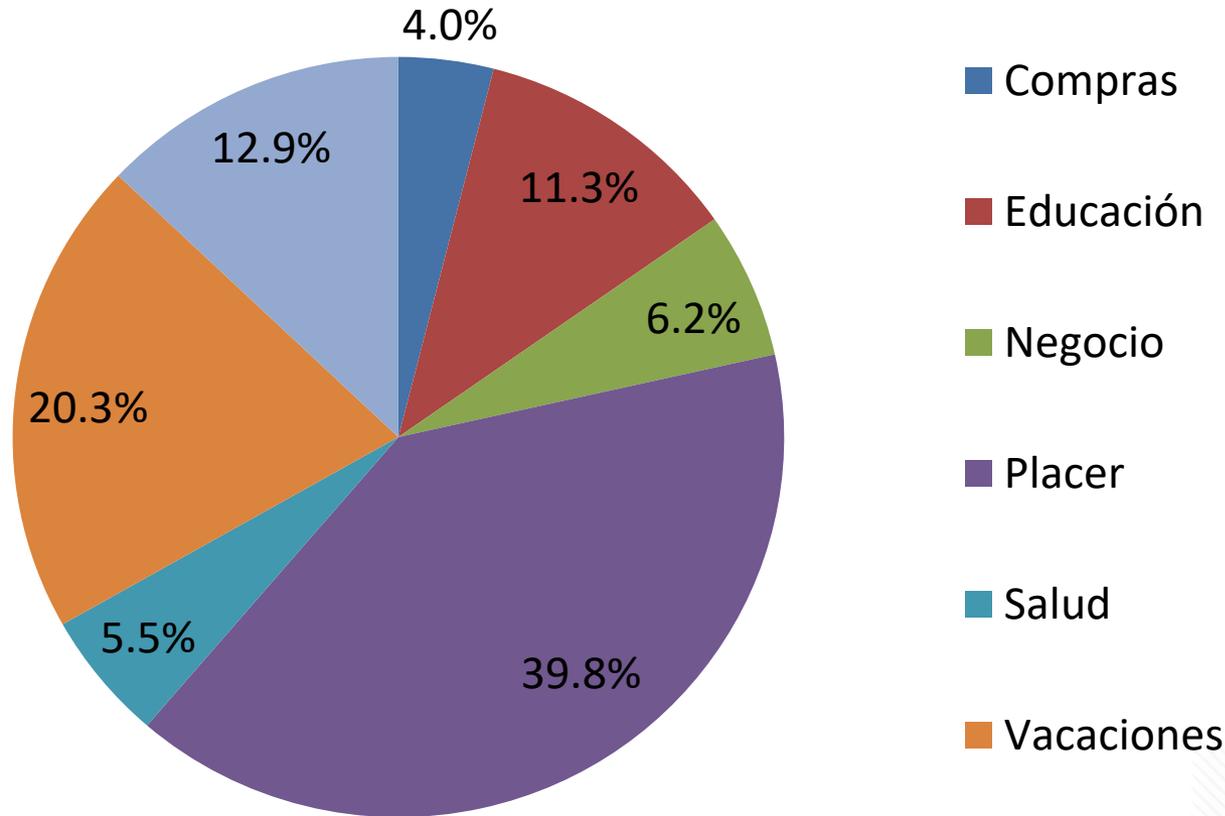


## Rangos de edad del visitante (años)



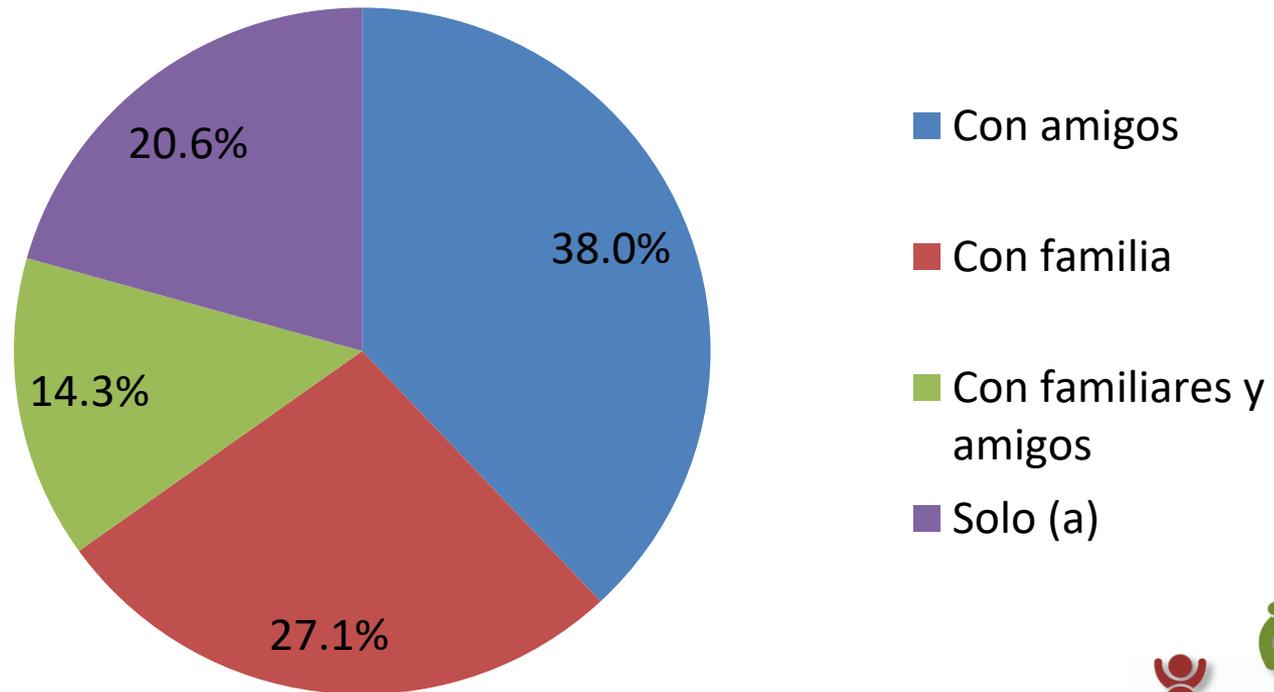


### ¿Cuál fue el motivo de su visita?





## ¿Con quién realizó este viaje?

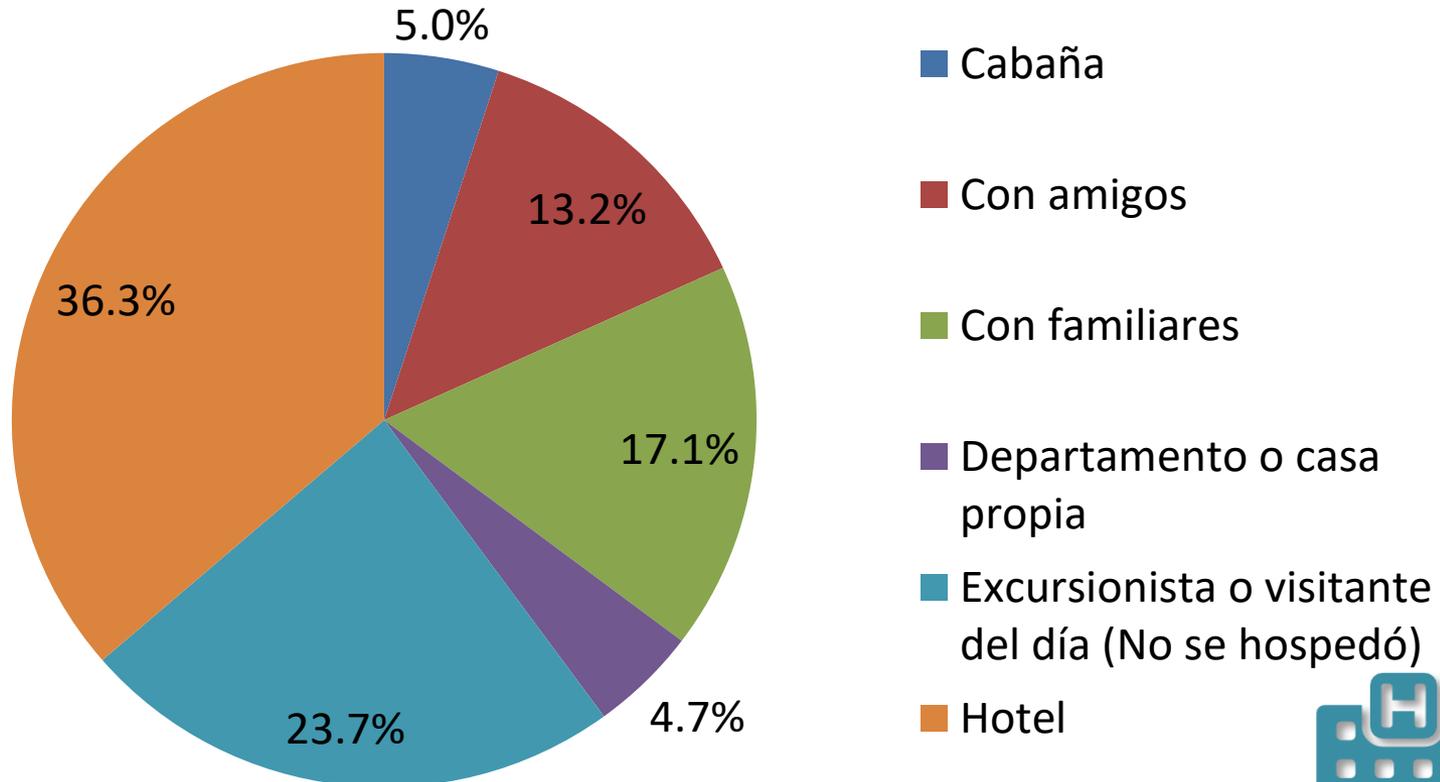


- Con amigos
- Con familia
- Con familiares y amigos
- Solo (a)



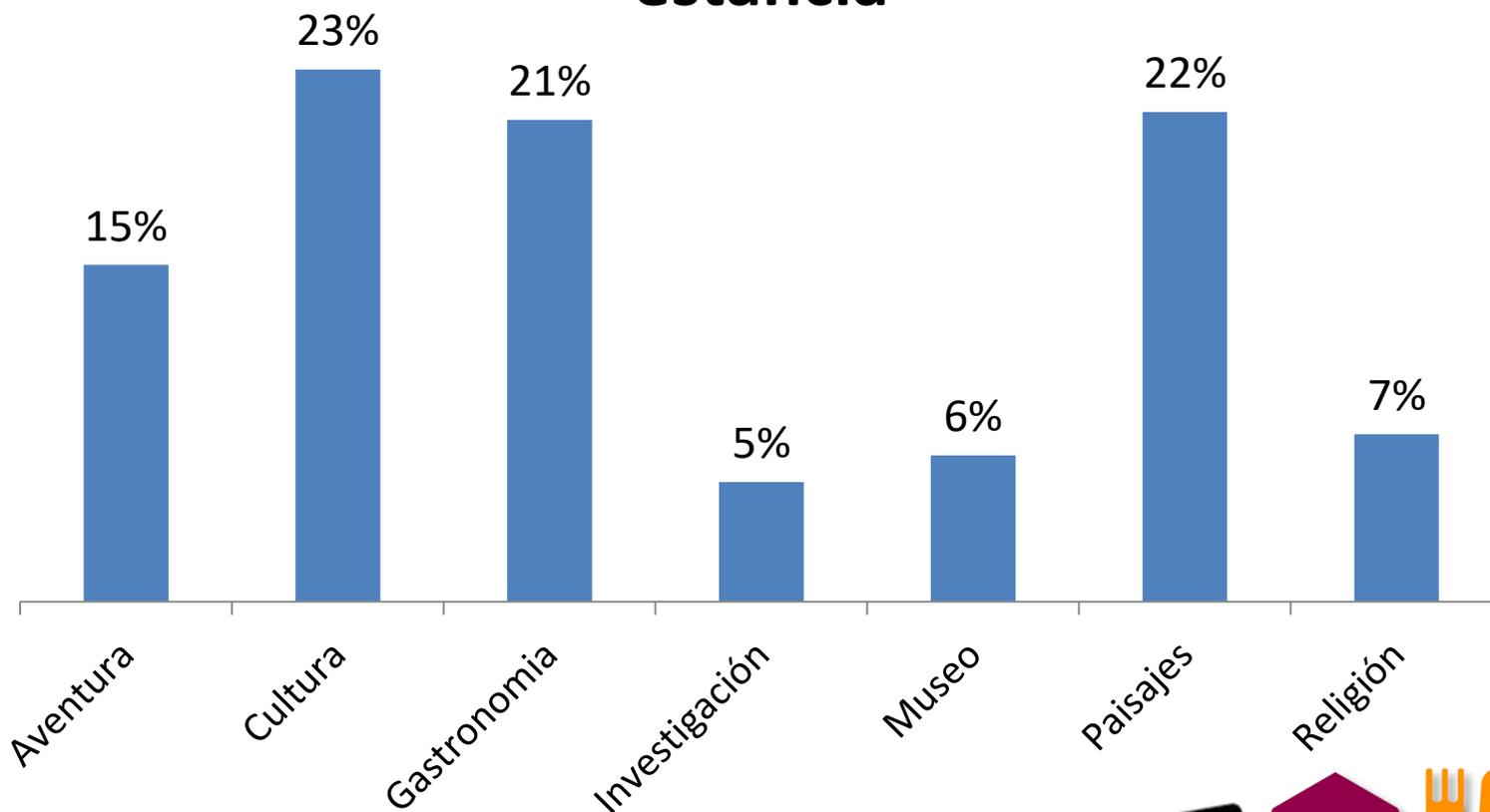


### ¿En dónde se hospedó?



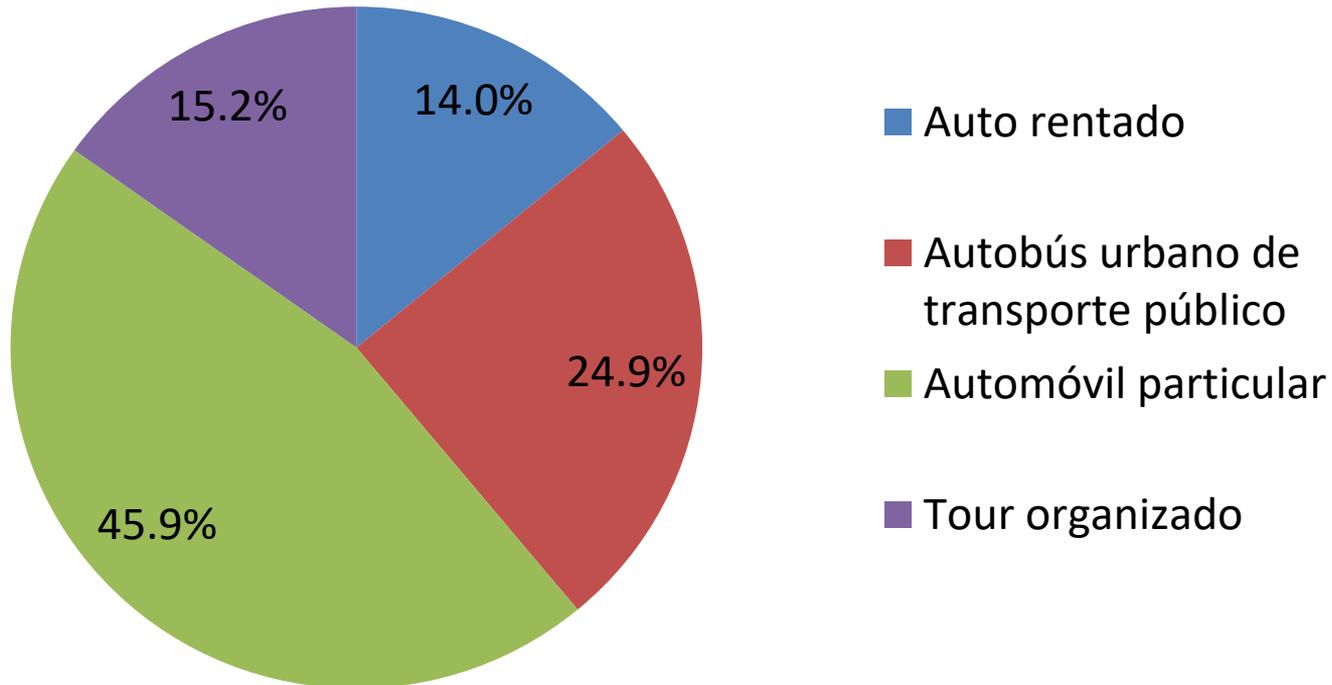


### Actividades que realizó durante su estancia



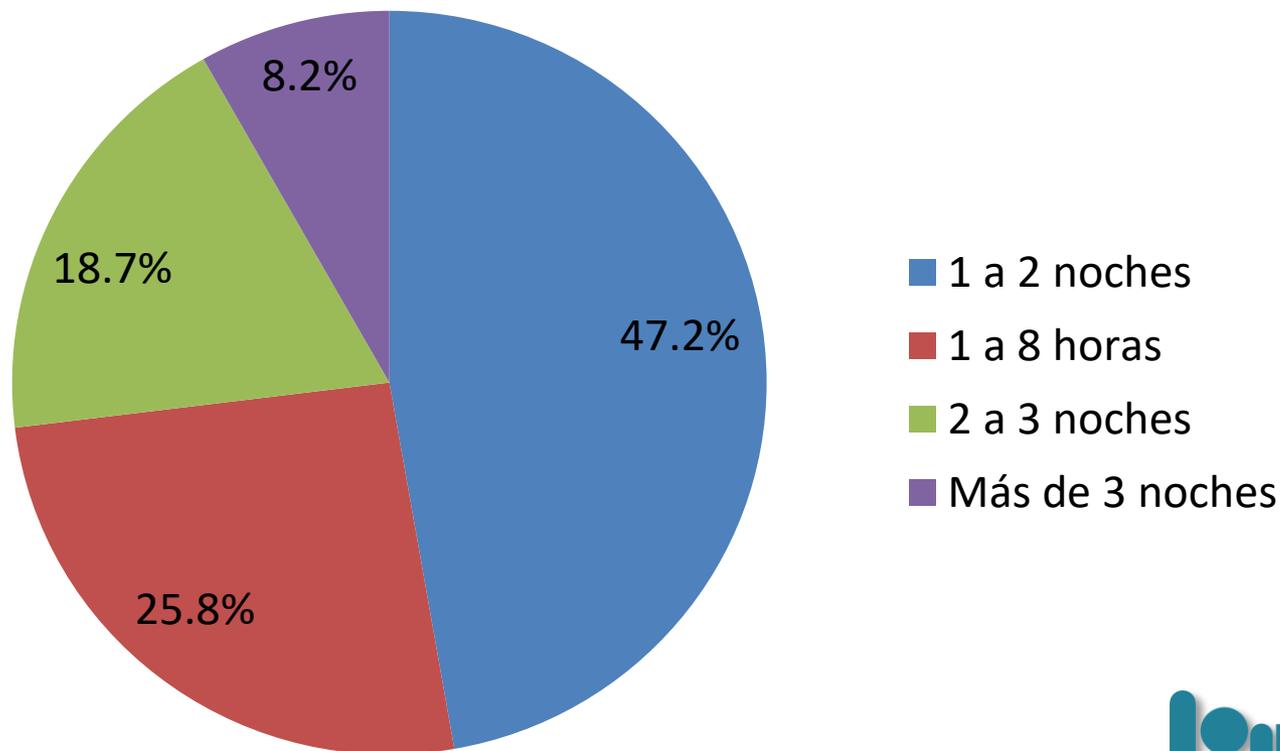


### ¿Cuál fue el medio que utilizó para llegar?

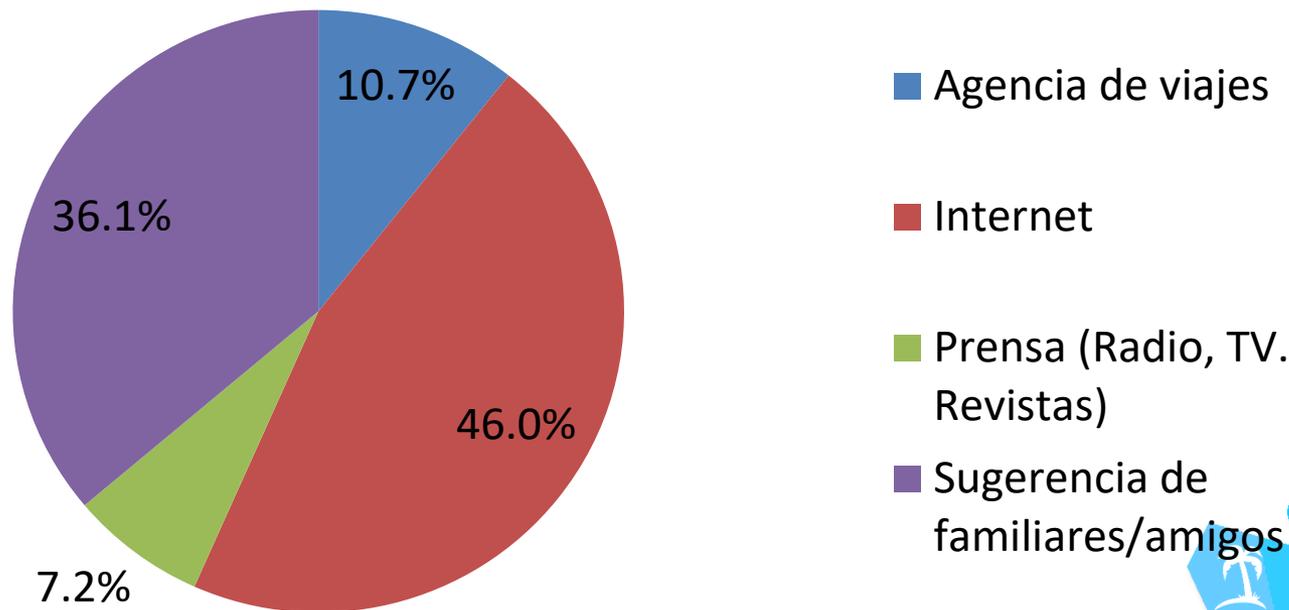




## ¿Cuánto tiempo permanecerá o permaneció en este destino?

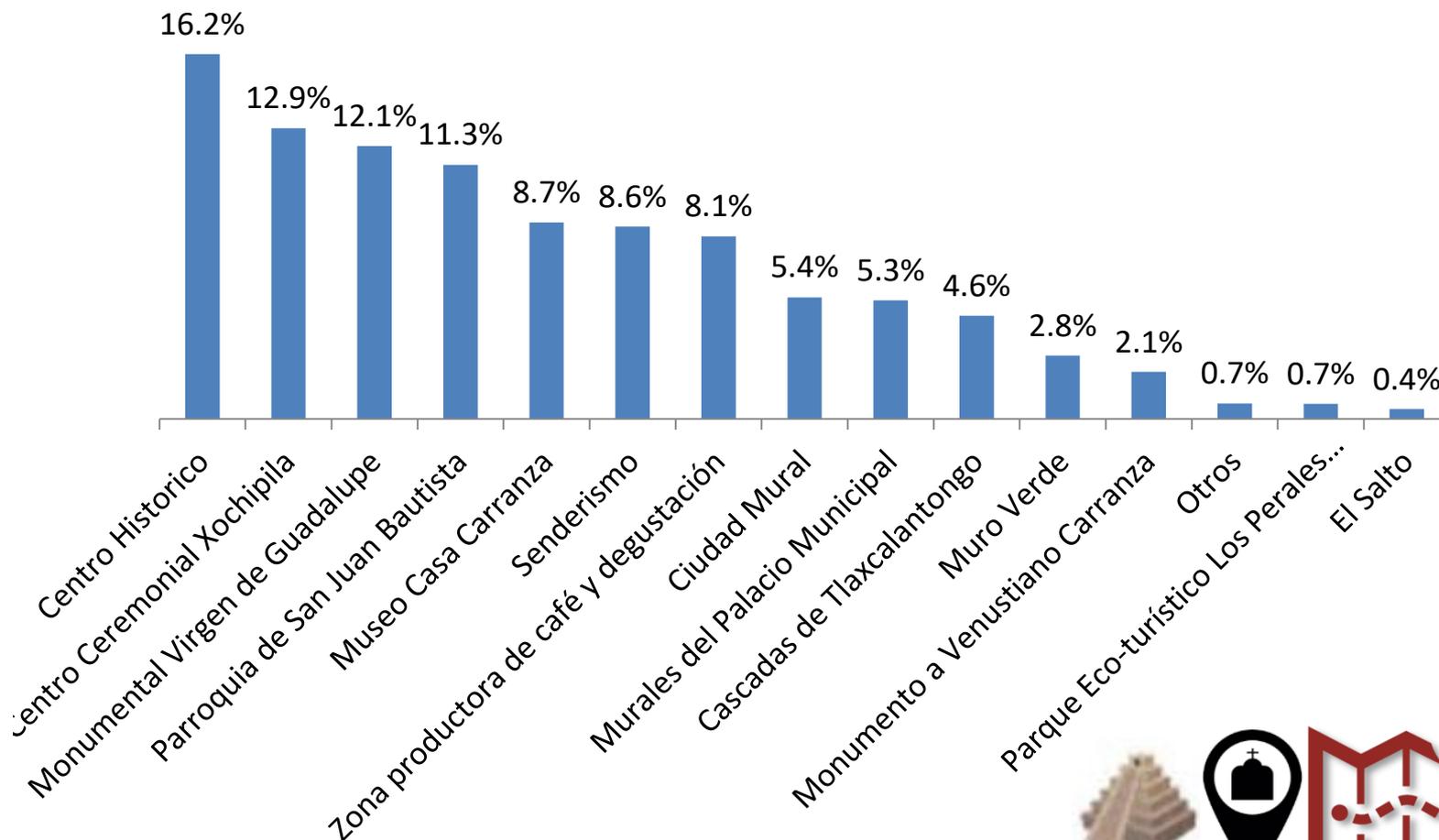


## ¿Qué medio utilizó para organizar su viaje?

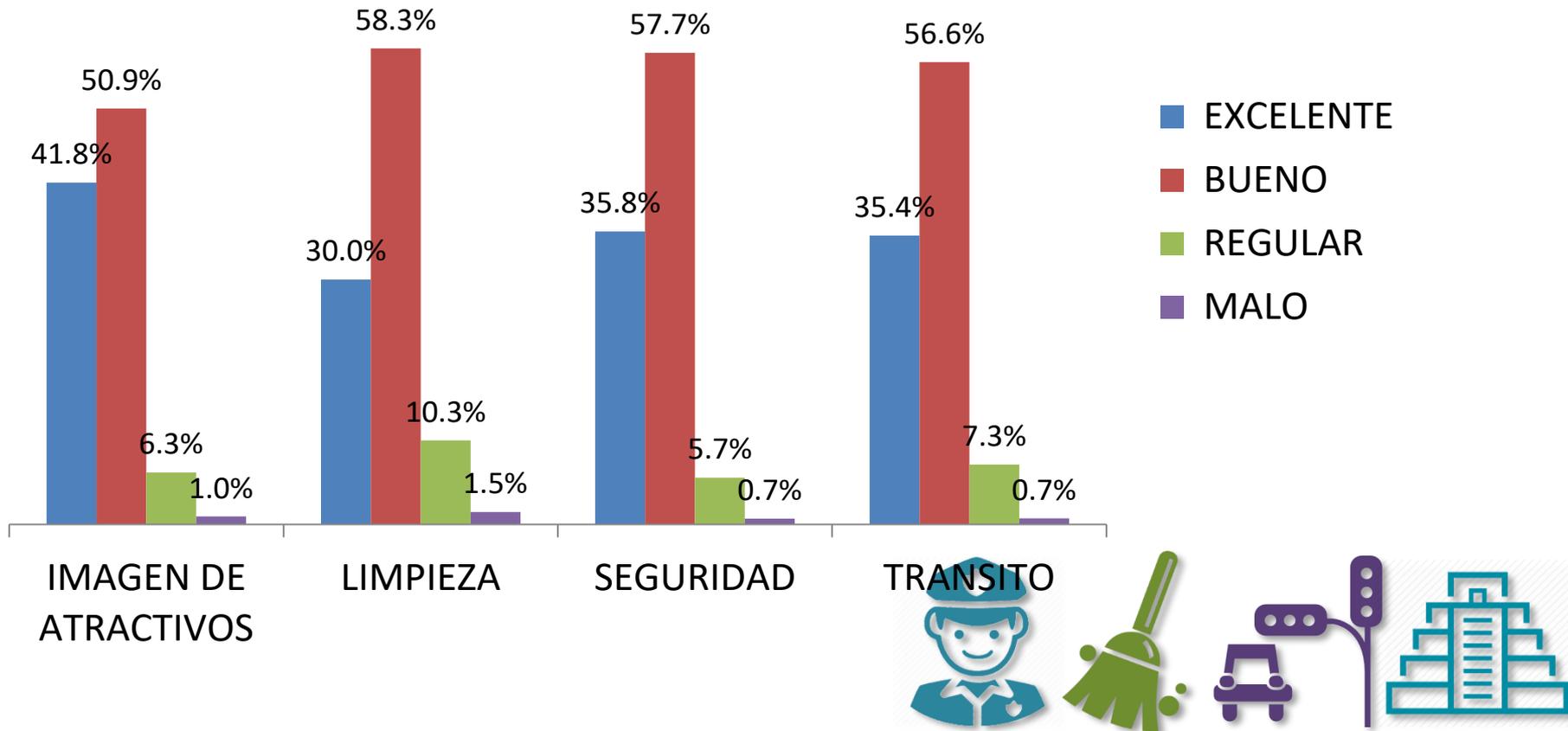




### ¿Cuáles fueron los atractivos visitados?

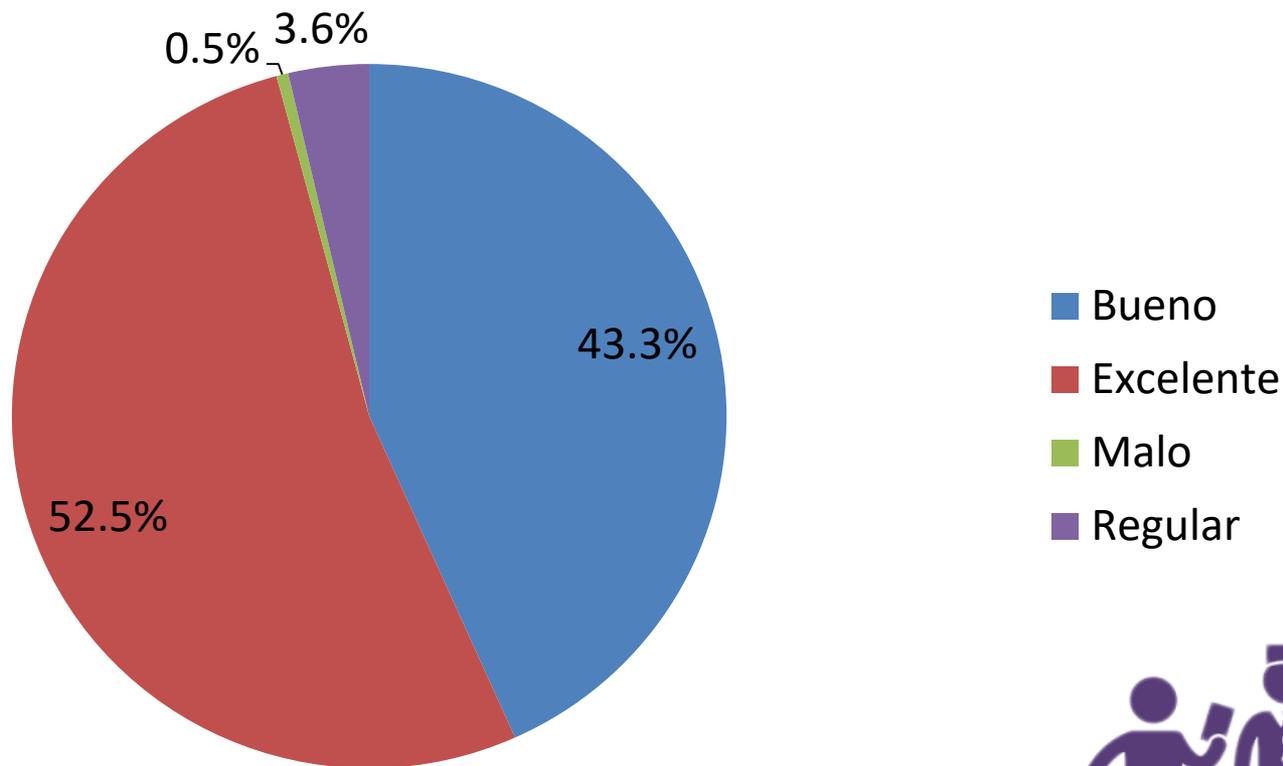


## ¿Cuál es la percepción de los siguientes conceptos?



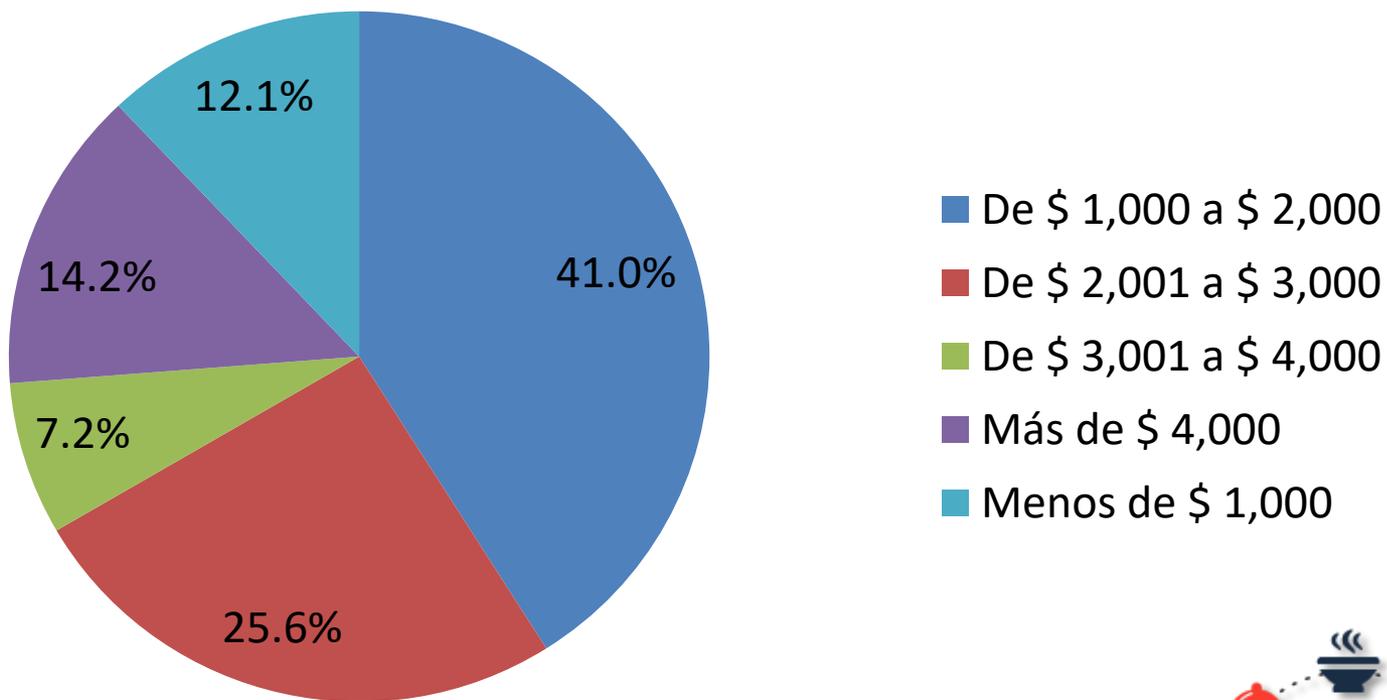


### ¿Cómo fue la atención recibida por los prestadores de servicio?



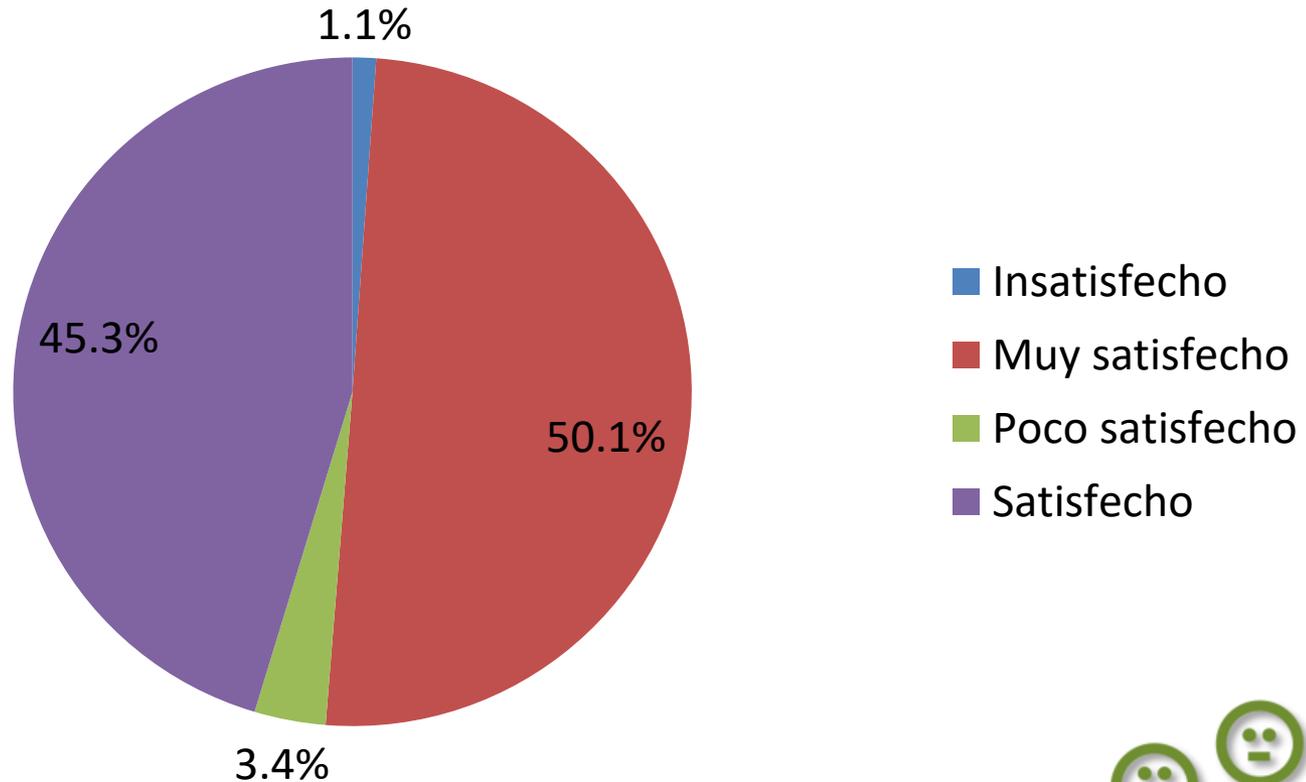


### ¿En cuánto calcula su gasto en este viaje?





## ¿De acuerdo a sus expectativas que tan satisfecho quedó con su visita?





**PUEBLA**

Perfil del Turista y Visitante  
Xicotepec de Juárez, Pueblo Mágico



## Sugerencias y comentarios comunes



## **METODOLOGÍA DEL PERFIL DEL VISITANTE**

### **I.- PLANTEAMIENTO**

La Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Puebla en coordinación con instituciones educativas relacionadas con la actividad Turística, realizan la encuesta denominada "Perfil del Visitante" en la ciudad de Puebla.

### **II.- OBJETIVO**

Mediante esta encuesta se pretende satisfacer la demanda de información para fines de planeación y promoción, de utilidad a organismos gubernamentales, instituciones educativas, consultores privados, inversionistas y demás personas interesadas en el Sector Turismo, respecto de la llegada y origen de visitantes a los diferentes destinos de la entidad en un periodo determinado.

### **III .- METODOLOGÍA**

#### **III .1                    Objetivo de la encuesta**

El objetivo de la encuesta es definir el origen, características y comportamiento de la demanda tanto nacional como extranjera a los principales destinos turísticos del Estado, identificando el tipo y características de los viajes realizados, así como la imagen y opinión de los visitantes acerca de los servicios públicos y turísticos de la ciudad.

Los resultados derivados de la encuesta permitirán evaluar el desarrollo de la actividad turística del destino y mediante el análisis implementar propuestas de estrategias que permitan mejorar la infraestructura y servicios públicos y turísticos en el estado, así como programas de promoción y comercialización dirigidos a los mercados nacional y extranjero.

#### **III.2                    Población bajo estudio**

La encuesta se aplicará a visitantes nacionales y extranjeros mayores de 18 años que por horas o por noches visiten el destino, y a sólo una persona del grupo de viaje, al momento de retornar a su lugar de residencia habitual o bien cuando hayan tenido el tiempo suficiente en el destino (mínimo 2 horas) que les permita contestar objetivamente el cuestionario (es decir, una vez que se tenga la experiencia del viaje).

Excluirá de la investigación a:

- \*                    Los residentes de los destinos donde se lleve a cabo la investigación.
- \*                    Las personas de otra localidad para las que el destino sea su centro de trabajo o de estudio habitual.

### **III.3 Método de medición**

La técnica para el desarrollo de la investigación será la entrevista directa, utilizando el cuestionario como la herramienta para la obtención de la información.

Los lugares en donde se propone aplicar la investigación son aquellos de interés turístico, comercial y artesanal (se recomienda llevar a cabo la mayor parte de las encuestas en estos lugares); los hoteles y áreas de traslado como aeropuerto, central de autobuses, estación de ferrocarril o gasolineras, son lugares en donde el encuestador puede tener acceso a mayor número de turistas, pero, no deberá de llevar a cabo más del 20% de las encuestas en cada uno de estos sitios, pues de hacerlo, influiría en los resultados del análisis.

Centro Histórico – Módulo de Información turística  
Museo Casa Carranza  
Monumental Virgen de Guadalupe  
Prestadores de Servicios Turísticos

Se dispondrá del cuestionario impreso en español cuando se aplique a visitantes nacionales y del exterior (En inglés cuando se trate de visitantes extranjeros). La duración del periodo es fijado por la Secretaría de Turismo Estatal que levanta la encuesta y podrá abarcar desde una semana hasta un mes.

Comentario: La investigación se deberá realizar al menos en dos periodos de temporada alta (Semana Santa, o locales como en el mes de mayo, en época de verano), y en un periodo de temporada baja.

### **III.4 Determinación del marco muestral**

En esta encuesta las unidades de muestreo son los visitantes nacionales y extranjeros *mayores de 18 años* que por horas o por noches visiten el destino turístico en donde se aplica la encuesta.

Sin embargo, la marcada especialización y movilidad de la población hace difícil la construcción de una lista completa de las unidades de muestreo que nos permita determinar la dimensión del universo a estudiar. Es decir, no se dispone de información sobre el número de visitantes mayores de 18 años a los destinos turísticos bajo estudio, ni se sabe con exactitud cuándo regresarán a sus lugares de origen.

La mayor aproximación para determinar el tamaño de la población bajo estudio, se puede obtener del número de visitantes a hoteles, nacionales y extranjeros, medidos a través del Programa Cuestionario Hotelero (Reporte Semanal de Ocupación) para los hoteles en donde se aplique este programa, además de otras consideraciones que resulten necesarias para cada caso específico.

Cabe señalar que en muchos casos no es la óptima, sobre todo en aquellas localidades donde existen varias modalidades de alojamiento (tiempos compartidos, cabañas, trailer parks, bungalows etc), en localidades donde se identifica un número considerable de visitantes alojados en casas propias o prestadas, o bien, en localidades que reciban un gran número de excursionistas (visitantes del día que no pernoctan en ese destino). Por lo anterior, en caso de contar con mayor información que ayude a aproximar el número de visitantes totales, no se debe dudar en aprovecharla y deberá aportarse el dato para determinar una muestra representativa.

### **III.5 Selección del método de muestreo**

Por las características del levantamiento de la encuesta lo óptimo es la aplicación de un Muestreo por Cuota. A continuación se detalla brevemente en que consiste:

Es un muestreo estratificado con una selección de las unidades más o menos al azar dentro de los estratos. Por esta razón no se pueden aplicar con confianza fórmulas para determinar el error de muestreo a los resultados de las muestras por cuota. Cabe recordar que en esta encuesta la selección de las unidades de muestreo no es estrictamente al azar, ya que se está dejando en gran medida a juicio del encuestador. Los estratos identificables son dos:

- Visitantes que llegan a Puebla procedentes de nuestro país y visitantes procedentes del exterior (nacional y extranjero).
- En este tipo de muestreo se calcula por anticipado el tamaño de muestra y se instruye al encuestador para que continúe el muestreo hasta que haya cubierto la cuota necesaria (tamaño de muestra).
- Este método es probable que produzca muestras que contienen sesgo en características tales como: ingresos, educación y ocupación, aunque a menudo concuerda bien con las muestras por probabilidad en cuestiones de opinión y actitud.

### **III.6 Ventajas del método de muestreo**

Costo Reducido  
Mayor Rapidez en cuanto a otros mecanismos  
Existen más posibilidades de obtener y analizar datos  
Mayor exactitud si hay una aplicación profesional de la encuesta

### **III.7 Determinación del tamaño de muestra**

- Debido a que se desea realizar un análisis separado de los resultados arrojados por la encuesta para visitantes a Puebla y datos complementarios que se incluyen en la encuesta, se determina la muestra para el tipo de visitantes.

La fórmula a utilizar es

$$n = \frac{no}{1 + (no-1)/N}$$

$$no = \frac{z^2 (p q)}{e^2}$$

en donde:

- p** proporción de turistas que cumplen con la característica deseada.
- q** Es igual a 1 - p.
- z** Valor sigma = 1.96 correspondiente al 95% de probabilidad de confianza.
- e** Error muestral que se está dispuesto a permitir.
- N** Tamaño total de la población bajo estudio.
- no** Tamaño de muestra sin corrección por población finita.
- n** Tamaño de muestra con corrección por población finita..

- En este caso la proporción **p** es desconocida, por lo que se recomienda adoptar una posición conservadora y asignar a **p** el valor de 0.5.

En cuanto a niveles de precisión se recomienda tolerar un error del 5% con una probabilidad de confianza al 95%. Si el tamaño de muestra resulta muy grande, se aconseja aumentar el porcentaje de error y mantener la probabilidad de confianza, sin rebasar los límites del 15% de error y el 90% de confianza.

**SUSTITUCIÓN:**

$$no = \frac{(1.96)^2 (.5) (.5)}{0.0025} = 384.16$$

### **Desglose y obtención de encuestas por aplicar:**

Como no se sabe con exactitud cuántos visitantes habrá en el periodo mencionado, se tomará como base el número de visitantes a la localidad, registrados mediante Cuestionario Hotelero (Reporte de Ocupación).

Si por algún comportamiento especial identificado en el destino turístico, la distribución de la llegada de visitantes a lo largo del mes está más cargada hacia un periodo específico, convendría darle un mayor peso a ese periodo, al momento de estimar el número de visitantes.

De lo anterior se concluye que el tamaño de muestra es de **385** cuestionarios para visitantes que llegan a Puebla en el periodo señalado, lo que significa aplicar **13** cuestionarios diarios.

### **III.8 Resumen y análisis de los datos**

En la medida en que se realicen más ejercicios de este tipo, más herramientas se tendrán para orientar la toma de decisiones, también nos permite delinear estrategias y percibir áreas de oportunidad como pudiera ser promoción personalizada o correo directo a las personas que tengan la intención de regresar, otro aspecto relevante es la calidad de los servicios ya que a nivel percepción es buena, pero es necesario su fortalecimiento vía capacitación y modernización de la oferta de hospedaje en un mundo cada vez más competitivo y diversificado en costos y exigencias de turistas.

Ahora que el turismo tiende a consolidarse como una actividad económica importante y dado que las jornadas laborales van en reducción estamos en un momento crítico y trascendente para unir esfuerzos y dirigirlos hacia mercados potenciales crecientes, el desempeño del Estado de Puebla con base en los índices de ocupación ha sido sobresaliente a escala nacional por ello queda como asignación pendiente el continuar con este tipo de encuestas para conocer a quien nos visita y a quien nos puede visitar, instrumentando paralelamente programas de desarrollo, promoción y publicidad a corto, mediano y largo plazo para conseguirlo.

### **IV.- INFORMACIÓN CONSEGUIDA PARA ENCUESTAS FUTURAS**

Dependiente del resultado de la aplicación de la encuesta. (ANÁLISIS)

## V. INSTRUCCIONES GENERALES PARA EL LLENADO DEL CUESTIONARIO

### III.1 Sugerencias para el encuestador

Para dar inicio a la investigación se debe tener pleno control del manejo del cuestionario así como seguridad de llevar a cabo la entrevista.

No debe olvidar portar el gafete que lo acredite como miembro de la Dirección de Cultura y Turismo.

Cuando identifique a un grupo de visitantes que viajen juntos, efectúe las preguntas sólo a una persona del grupo.

Deberá presentarse como encuestador de la Dirección de Cultura y Turismo y pedir al entrevistado unos minutos de su tiempo para la aplicación del cuestionario.

Proceda a realizar las preguntas filtro que hacen pertinente el llenado del cuestionario:

¿Es usted residente de esta localidad?

¿Trabaja o estudia habitualmente en esta localidad?

¿Tiene menos de 2 horas en este destino?

**En caso afirmativo de cualquiera de las preguntas anteriores se da por terminada la entrevista agradeciendo al entrevistado su atención.**

**Si contestó en forma negativa TODAS las preguntas filtro proceda a explicar en forma clara y breve el objetivo del estudio, destacando la importancia que las opiniones de los entrevistados tienen para el desarrollo de esta investigación.**

Recuerde que la correcta selección de los entrevistados, repercutirá de manera significativa para obtener una mayor precisión en los resultados de la encuesta.

Deberá hacer mención de que el cuestionario es de carácter confidencial, anónimo y para fines exclusivamente estadísticos en Puebla.

Es importante hacer notar que al encuestado se le deben hacer todas las preguntas, con excepción de las que por respuestas anteriores tengan la indicación de no realizarse.

### **III.2 Contenido del cuestionario**

El cuestionario consta de 2 partes, la parte superior o de presentación preguntas y sugerencias y, finalmente, la de ubicación.

1. En la parte superior del cuestionario aparece:

- + El título del estudio y el logotipo de la Secretaría de Turismo del Estado.
- + El Estado y folio, estos espacios deberán ser llenados como se indica en el manual de codificación y siempre por la Secretaría de Turismo para mayor control en el número consecutivo de folio.

2. Preguntas y sugerencias:

- + El cuestionario consta de 39 preguntas, algunas de las cuales están condicionadas al cumplimiento de ciertas características del encuestado.
- + Al final de las preguntas aparece un espacio para comentarios y sugerencias, el cual deberá utilizarse para complementar lo expuesto por los visitantes en las preguntas anteriores, sobre todo las referentes a servicios.
- + La parte final del cuestionario se utilizará para anotar el correo electrónico del entrevistado.

### **III.3 Observaciones al llenado del cuestionario**

1. El cuestionario debe ser llenado exclusivamente por el encuestador.
2. Utilice pluma azul o negro (nunca use lápiz).
3. En las preguntas con incisos se tachará el seleccionado por el encuestado, cuidando no abarcar más de un renglón.

La letra debe ser de molde, clara y sin abreviaturas, no importando que la respuesta salga del renglón.

## **RECURSOS NECESARIOS**

Una vez aprobada la aplicación de la Encuesta para conocer el perfil del Visitante en el periodo señalado, se deberá considerar los siguientes elementos:

**Coordinación:** Se sugiere que la coordinación sea en la Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Capacitación, para el reclutamiento, selección y capacitación del personal encargado del levantamiento de la encuesta, se debe considerar la participación de estudiantes que presten el apoyo como servicio social profesional en función de la logística que esta unidad administrativa mejor determine, para la distribución de los apoyos que requieran como Gafetes Distintivos, Playeras y Asignación de zona de levantamiento (considerar propuesta), Horario, Mecanismo de entrega diaria de encuestas etc.

**Reproducción de las encuestas según determinación de las muestras para cada semana:** El número de encuestas se ha determinado para cada semana; por tal motivo se deberá considerar oportunamente la reproducción necesaria de los ejemplares de las encuestas.

**Captura y procesamiento de la Información:** La Dirección de Cultura y Turismo será la encargada de la captura y procesamiento oportuno de las encuestas, debiendo precisar la captura de las mismas en tiempos razonables para la generación de los datos de salida; para efectuar con oportunidad estas actividades; a la fecha se tiene un 50% de avance en el diseño del programa de cómputo que permitirá capturar, procesar y dar los datos de salida.