

**E3.1.4.1.**

Fondo Mixto CONACYT – Gobierno del Estado de Yucatán  
CONVOCATORIA YUC-2016-04.

DEMANDA ESPECÍFICA YUC-2016-04-01 (274947)

***Fortalecimiento de la Investigación,  
El Desarrollo Tecnológico y  
la Innovación de la Actividad Turística de Yucatán***

**DISEÑO  
DEL  
OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN  
E  
IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA  
DE  
INFORMACIÓN TURÍSTICA DE YUCATÁN**

---

**Resultados del Estudio del Segmento de Turismo  
de Reuniones**

---

Mérida, Yucatán, 30 de agosto de 2018



# Índice

1. Introducción	1
2. Resultados del Estudio del segmento de turismo de reuniones	1
2.1 Tamaño de muestra	1
2.2 Perfil del visitante	2
2.3 Origen	4
2.4 Datos demográficos	8
2.5 Hábitos de viaje	11
2.6 Recurrencia en la visita	11
2.7 Vía de acceso	12
2.8 Lugar de hospedaje	13
2.9 Tipos de eventos	14
2.10 Gasto promedio	15
2.11 Proyección de derrama económica	16
2.12 Calificación de sitios	20
2.13 Comentarios y/o sugerencias sobre su estancia	22
3. Conclusiones	23
Referencias	25
Anexos	
Anexo 1. Comentarios positivos	
Anexo 2. Comentarios negativos	

## **Lista de Tablas e Imágenes**

### **Tablas**

Tabla 1. Eventos de turismo de reuniones en Yucatán.	2
Tabla 2. Número y porcentaje de visitantes nacionales según entidad federativa de origen.	5
Tabla 3. Número y porcentaje de visitantes extranjeros según país de origen.	7
Tabla 4. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional.	15
Tabla 5. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional y derrama económica por segmentos específicos.	17
Tabla 6. Visitantes de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipología del visitante.	19
Tabla 7. Visitantes de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipo de evento.	20
Tabla 8. Número y porcentaje de visitantes que acudieron a los principales sitios y promedio de calificación según lugar visitado.	21
Tabla 9. Evaluación de los sitios visitados	21
Tabla 10. Resumen de comentarios positivos y negativos a respuesta abierta.	22
Tabla 11. Menciones con comentarios positivos.	23
Tabla 12. Menciones con comentarios negativos.	23

## **Imágenes**

Imagen 1. Tipología del visitante.	3
Imagen 2. Porcentajes de acuerdo a la tipología del visitante.	4
Imagen 3. Procedencia del visitante.	5
Imagen 4. Datos demográficos. Sexo del visitante.	8
Imagen 5. Datos demográficos. Edad del visitante.	9
Imagen 6. Gráfica de ingresos mensuales.	10
Imagen 7. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por condición de acompañamiento.	11
Imagen 8. Gráfica de recurrencia en la visita.	12
Imagen 9. Gráfica de distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por vía de llegada.	13
Imagen 10. Gráfica de distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por lugar de hospedaje.	14
Imagen 11. Gráfica tipología de eventos.	15



# **ESTUDIO DEL SEGMENTO DE TURISMO DE REUNIONES**

## **1. Introducción**

Dada la importancia que el turismo reviste para la actividad económica en general y, en el marco del Observatorio Turístico de Yucatán, se presentan los resultados del estudio del segmento de turismo de reuniones derivados de los datos recabados entre los meses de mayo de 2017 y abril de 2018.

La comprensión del perfil del visitante, los hábitos de compra, la valoración en cuanto a sus niveles de satisfacción con el destino y con los sitios visitados, así como su perfil de gasto durante la estancia y su opinión acerca de la calidad de los servicios utilizados, son algunos de los tópicos que se abordan en los resultados del estudio del segmento de turismo de reuniones de la ciudad de Mérida, con el fin de generar información valiosa para la toma de decisiones de los diferentes actores del sector.

## **2. Resultados del Estudio del segmento de turismo de reuniones**

### **2.1 Tamaño de muestra.**

En el periodo comprendido entre mayo del 2017 y abril de 2018, se obtuvo registro de un total de 57 eventos (tabla 1) del segmento de turismo de reuniones en Yucatán. Este registro, se consolidó con datos de la oficina de Convenciones de la Secretaria de Fomento Turístico (SEFOTUR), así como de un esfuerzo propio por captar los eventos organizados de manera privada por los hoteles y prestadores de servicios especializados. Del total de eventos, se tuvo acceso para realizar encuestas a 29 de ellos, lo que representa una cobertura del 51%. De los 57 eventos totales, 13 fueron eventos internacionales, pudiendo encuestarse en 9 de ellos, lo que representa una cobertura del 69%. De igual manera, los 44 eventos restantes fueron nacionales, logrando encuestar en 20 de ellos, lo que representa una cobertura del 69%.

Es importante señalar que se intentó aplicar encuestas en el 100% de los eventos realizados en el estado de Yucatán, sin embargo, no fue posible alcanzar la máxima cobertura por tratarse de organizaciones de carácter privado, por lo cual se negó el acceso a los eventos. No obstante, con la asistencia a los 29 eventos se logró consolidar una muestra de tamaño un mil 086 asistentes, que para un universo de 31 mil 538 asistentes se alcanza un margen de error del 3% con un nivel de confianza de 95%.

Una vez que se validó y calibró el instrumento de captación de la información a través de una prueba piloto, se procedió a iniciar el trabajo de campo. Para el periodo comprendido entre los meses de mayo de 2017 a abril de 2018 se aplicaron un total de un mil 086 entrevistas efectivas.

Tabla 1. Eventos de turismo de reuniones en Yucatán.

mayo de 2017 - abril de 2018		
Meses	Eventos realizados	Eventos asistidos
Mayo	4	1
Junio	5	1
Julio	3	2
Agosto	1	
Septiembre	8	5
Octubre	7	5
Noviembre	12	9
Diciembre	1	
Enero	3	
Febrero	6	3
Marzo	3	1
Abril	4	2
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>29</b>

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

## 2.2 Perfil del visitante

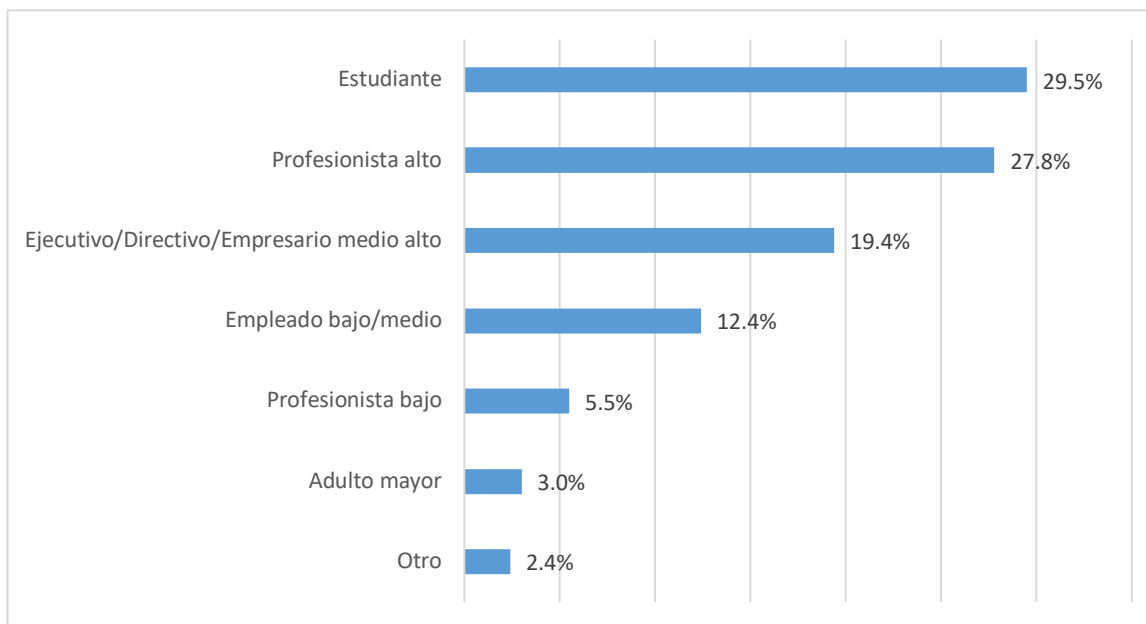
A partir de los resultados obtenidos se establece, para efectos de este estudio la definición del tipo de visitantes del segmento de turismo de reuniones, para esto le llamamos tipología del visitante, tomando como criterios su ocupación, escolaridad y nivel de ingreso, misma que a continuación se describe en la Imagen 1.

Imagen 1. Tipología del visitante.

Estudiante
<ul style="list-style-type: none"><li>• Univeritarios que asisten a un evento del segmento de turismo de reuniones.</li></ul>
Profesionista alto
<ul style="list-style-type: none"><li>• Declara una alta escolaridad, con actividad en un área científica o proveedora de servicios especializados, con ingresos mayores a los 20 mil pesos mensuales, su actividad preponderante es la de un profesionista independiente.</li></ul>
Ejecutivo/directivo/empresario medio alto.
<ul style="list-style-type: none"><li>• Empleados en puestos ejecutivos/directivos o empresarios con ingresos superiores a los 40 mil pesos mensuales.</li></ul>
Empleado bajo medio
<ul style="list-style-type: none"><li>• Son personas que trabajan en empresas como empleados con niveles de ingresos medios o bajos, generalmente puestos de coordinación y operativos.</li></ul>
Profesionista con ingresos medios
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprende a los profesonistas que trabajan por cuenta propia, microempresarios donde su nivel de ingresos esta por debajo de los 20 mil mensuales.</li></ul>
Adulto mayor
<ul style="list-style-type: none"><li>• Adulto con ingresos altos y tiempo libre.</li></ul>



Imagen 2. Porcentajes de acuerdo a la tipología del visitante.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

El 29.5% de los visitantes se cataloga en la tipología de estudiante; el 27.8% es profesionista alto y el 19.4 % es ejecutivo/directivo/empresario, empleado bajo/medio representa el 12.4% del total; los profesionistas y microempresarios de nivel bajo representa un 5.5%, adulto mayor 3% y otros un 2.4%

### 2.3 Origen

La encuesta abordó el lugar de procedencia del visitante. En el caso de los nacionales, se indagó sobre la entidad federativa de residencia actual y para los extranjeros se preguntó sobre su país de origen.

Imagen 3. Procedencia del visitante.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Tabla 2. Número y porcentaje de visitantes nacionales según entidad federativa de origen.

	Visitantes	% del total
Total	27013	100.0%
Aguascalientes	176	0.6%
Baja California	936	3.0%
Baja California Sur	96	0.3%
Campeche	1053	3.3%
Ciudad de México	9414	29.9%
Chiapas	787	2.5%
Chihuahua	556	1.8%
Coahuila	382	1.2%
Colima	156	0.5%

Durango	48	0.2%
Estado de México	1152	3.7%
Guanajuato	830	2.6%
Guerrero	111	0.4%
Hidalgo	212	0.7%
Jalisco	1069	3.4%
Michoacán	625	2.0%
Morelos	396	1.3%
Nayarit	123	0.4%
Nuevo León	1233	3.9%
Oaxaca	146	0.5%
Puebla	1259	4.0%
Querétaro	590	1.9%
Quintana Roo	1285	4.1%
San Luis Potosí	524	1.7%
Sinaloa	643	2.0%
Sonora	535	1.7%
Tabasco	1058	3.4%
Tamaulipas	169	0.5%
Tlaxcala	73	0.2%
Veracruz	1234	3.9%
Zacatecas	142	0.5%

Fuente: Cálculos propios con base en encuesta a turistas del segmento de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Tabla 3. Número y porcentaje de visitantes extranjeros según país de origen.

	Visitantes	% del total
Total	4327	100.0%
Alemania	183	0.6%
Argentina	351	1.1%
Belice	156	0.5%
Brasil	443	1.4%
Canadá	53	0.2%
Chile	50	0.2%
Colombia	812	2.6%
Costa Rica	252	0.8%
Ecuador	136	0.4%
Estados Unidos	710	2.3%
España	50	0.2%
Guatemala	176	0.6%
Haití	115	0.4%
Honduras	98	0.3%
Italia	69	0.2%
Jamaica	48	0.2%
Japón	23	0.1%
Nicaragua	48	0.2%
Otro	71	0.2%
Perú	48	0.2%
Puerto Rico	50	0.2%
Salvador	138	0.4%
Turquía	115	0.4%
Uganda	23	0.1%
Uruguay	111	0.4%

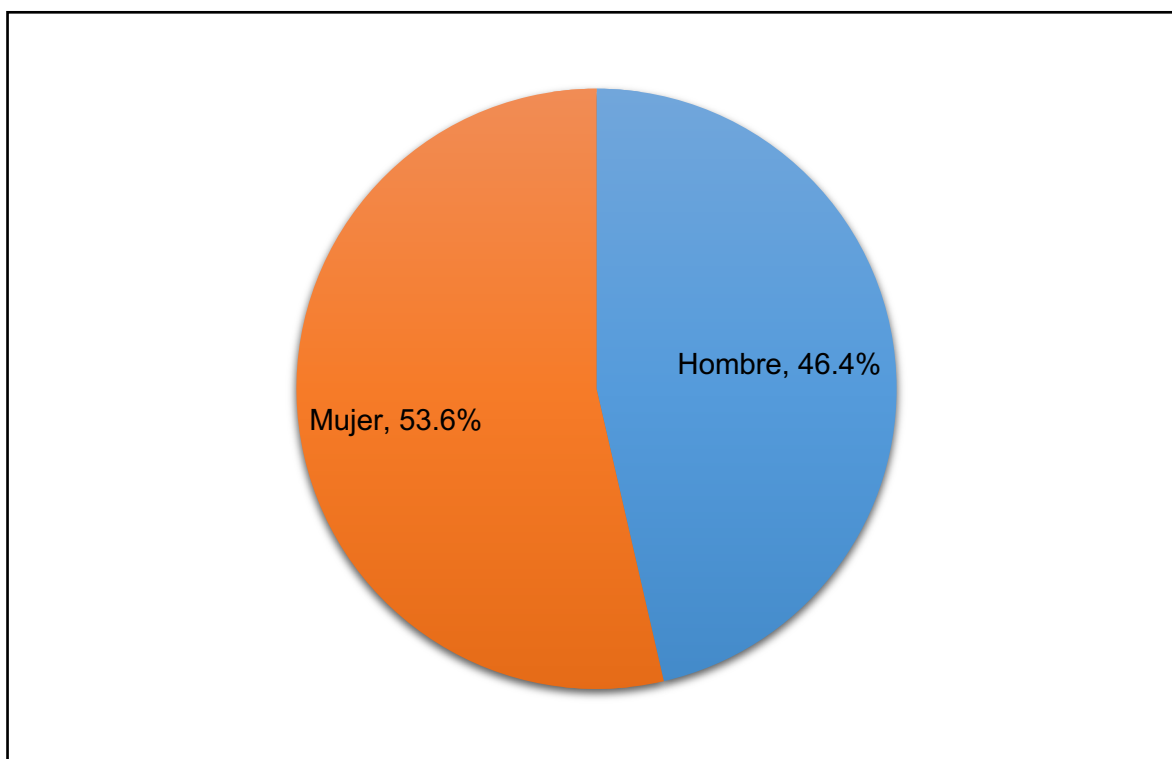
Fuente: Cálculos propios con base en encuestas a turistas del segmento de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

El 85.7% de los visitantes son de origen nacional y el 14.3% restante es extranjero, los principales lugares de donde provienen en el caso de los nacionales son de la Ciudad de México, Baja California, Estado de México y Puebla. En el caso de los extranjeros Colombia, Estados Unidos y Argentina son los países con mayor incidencia de llegada de visitantes.

## 2.4 Datos demográficos

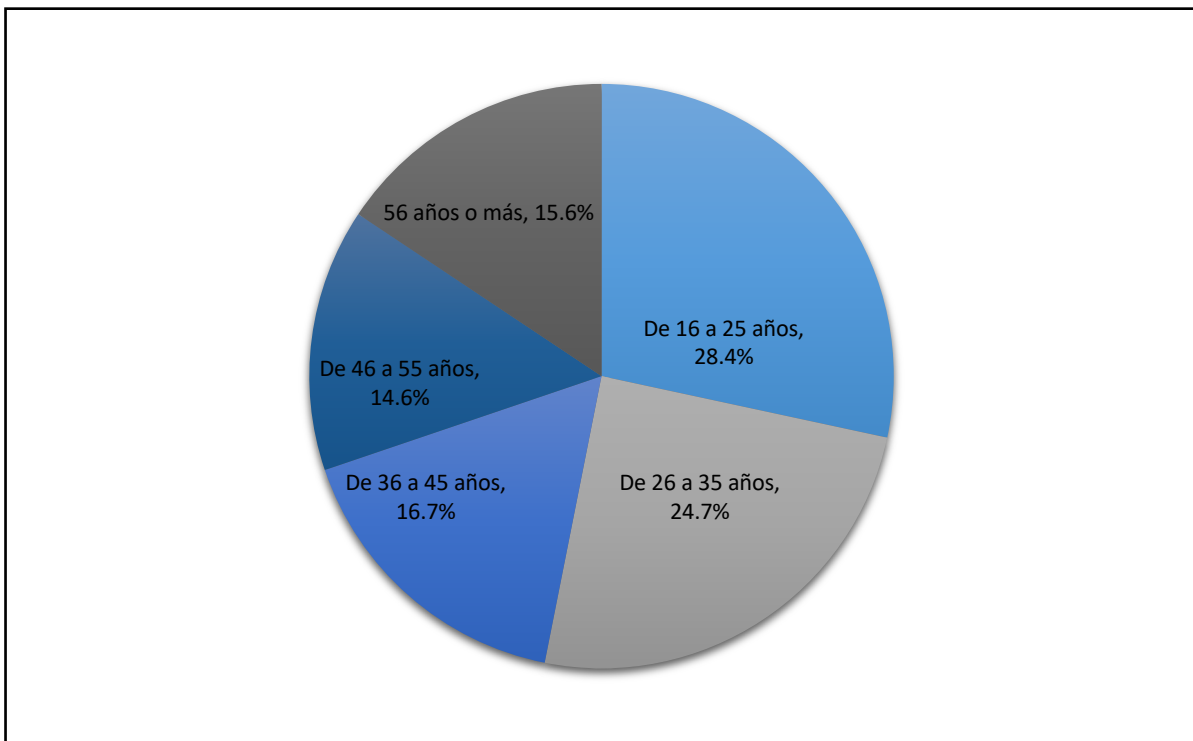
Los datos demográficos ayudan a entender y a construir el perfil del visitante; las variables sexo, edad y nivel de ingreso, fueron las captadas para identificar la conformación de la estructura demográfica de los encuestados.

Imagen 4. Datos demográficos. Sexo del visitante.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

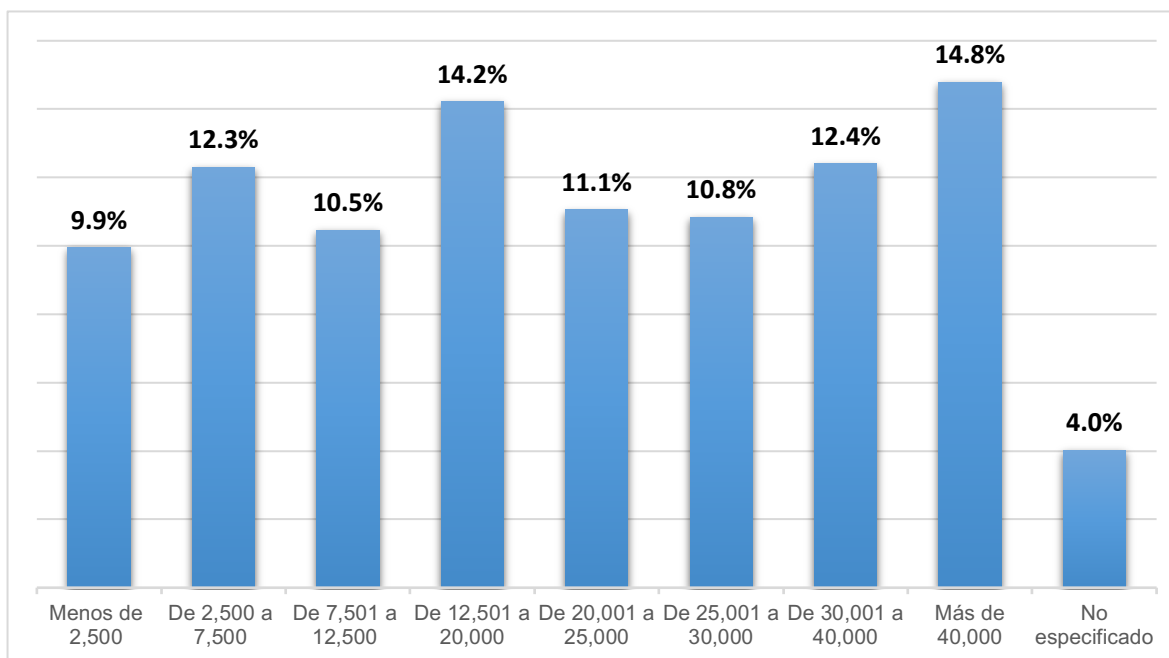
Imagen 5. Datos demográficos. Edad del visitante.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

El 53.6% son mujeres y el 46.4% hombres; por grupos de edad, el segmento de 16 a 25 años es el más numeroso con un 28.4% del total, le sigue el rango de 26 a 35 años con el 24.7% visitantes que sumados ambos rangos representan el 53.1% del total; lo que significa que el grueso de la población visitante es una población joven.

Imagen 6. Gráfica de ingresos mensuales en moneda nacional.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

En la Imagen 6 se observa que, en los rangos que corresponden a los ingresos más altos, superiores a 30,000.00 pesos al mes, se ubica el 27.2% de los visitantes.

En el rango medio alto, comprendido entre 20,001.00 y 30,000.00 pesos al mes, se ubica el 21.9% de los visitantes.

En el rango medio bajo, comprendido entre 7,501.00 y 20,000.00 pesos al mes, se ubica el 24.7% de los visitantes.

Los visitantes comprendidos en el nivel más bajo de ingresos, menor a 7,500.00, representan el 22.2%.

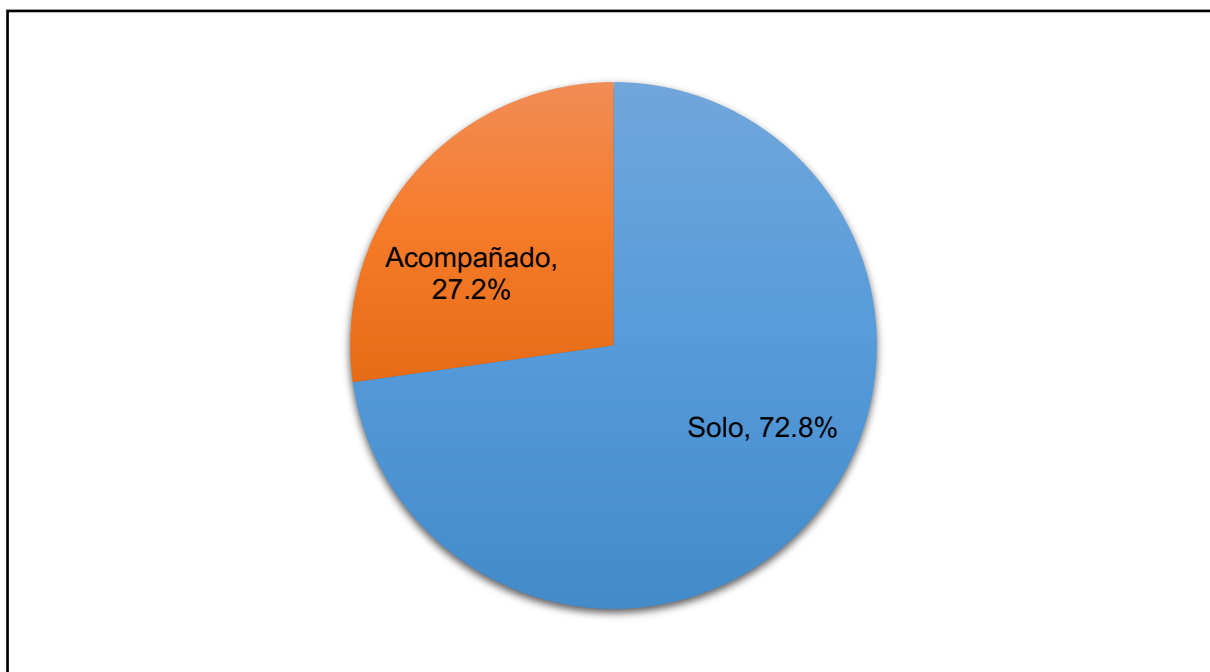
Este dato tiene relación con el 26% de visitantes que asisten a congresos estudiantiles, cuyo nivel de ingresos es bajo, pero que la gran mayoría viaja con el apoyo familiar, que se puede ver relegado en la derrama económica.

El 4% de los visitantes no respondió este cuestionamiento.

## 2.5 Hábitos de viaje

Resulta relevante disgregar si la visita al destino se realiza solo o con acompañantes; ya que tendrá repercusiones no solo en el gasto promedio que se realiza y la derrama económica; sino que también el tipo y la diversidad del consumo.

Imagen 7. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por condición de acompañamiento.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

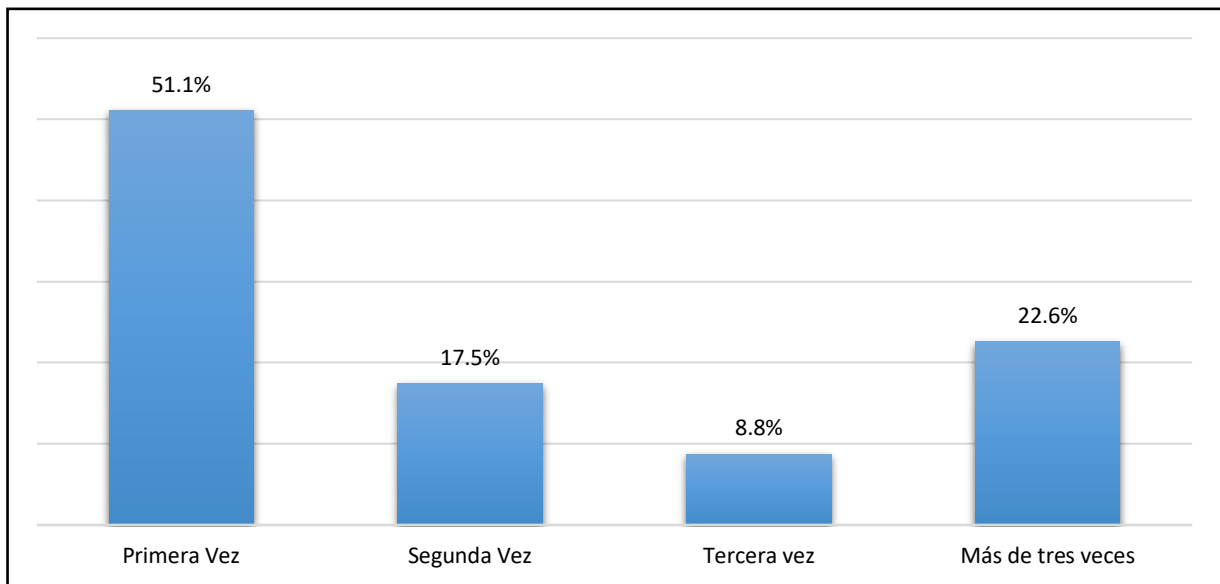
De los visitantes registrados, se estima que 72.8% manifiestan hacer el viaje solos, frente al 27.2% que dice realizar el viaje con al menos un acompañante.

## 2.6 Recurrencia en la visita

Variable por demás importante es la recurrencia de visita; ya que se puede considerar como una variable de satisfacción el que el visitante repita su estancia en el destino; a mayor satisfacción mayor recurrencia.



Imagen 8. Gráfica de recurrencia en la visita.



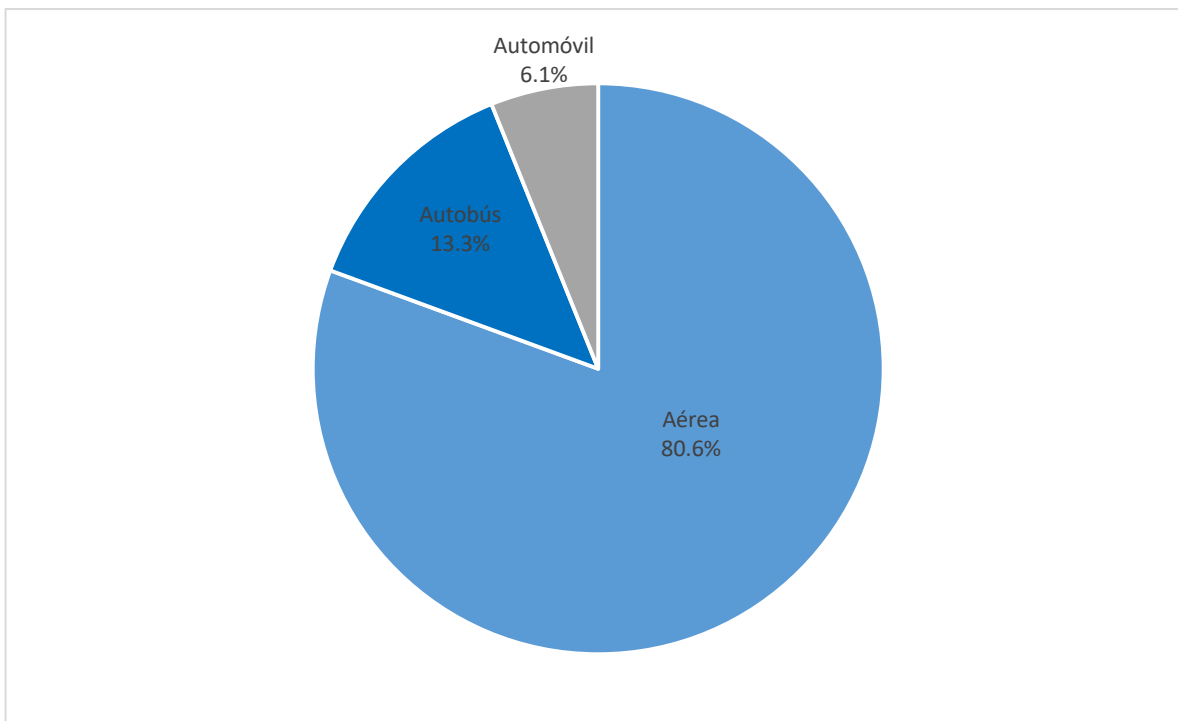
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Poco más de la mitad (51.1%) manifiesta ser la primera vez que visita el estado; no obstante, el 22.6% manifiesta que más de tres veces ha visitado el estado.

## 2.7 Vía de acceso

Detectar cuales son las principales formas de llegar al destino resulta crucial para orientar los esfuerzos de difusión y promoción, ya que permite conocer dónde se cruzarán la mayoría de los visitantes, facilitando proporcionarles información relevante y de interés.

Imagen 9. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por vía de llegada.



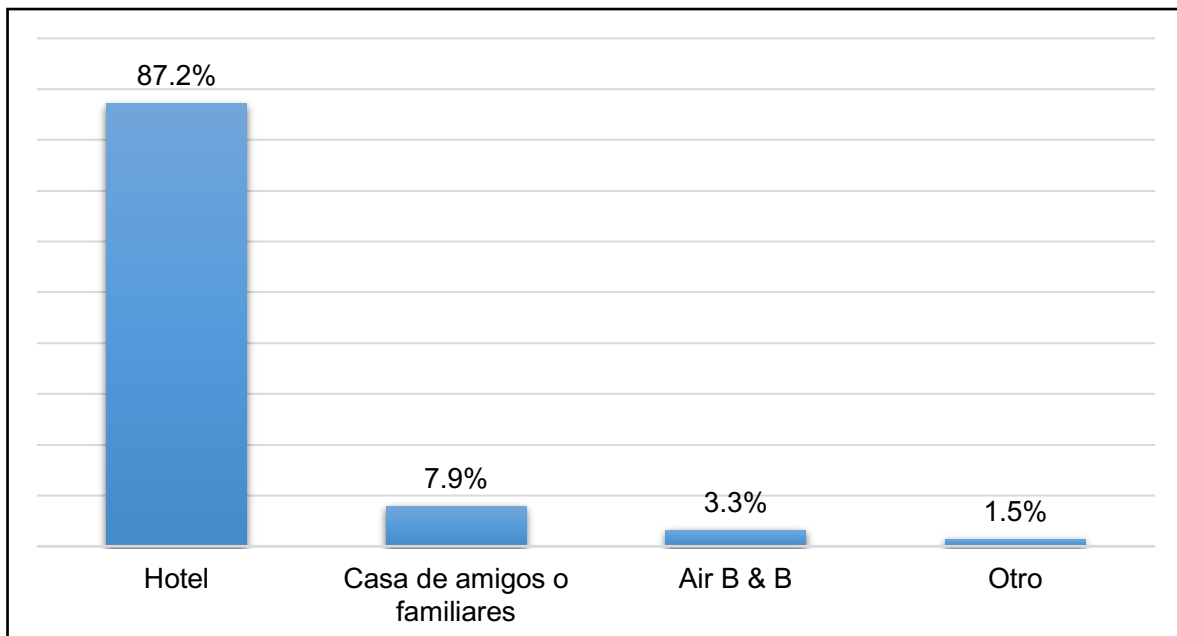
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

La vía aérea es la principal fuente de arribo al estado con el 80.6% de incidencia, le sigue el autobús con un 13.3% y en automóvil un 7%.

## 2.8 Lugar de hospedaje

El dato de la distribución de los visitantes por tipo de lugar para hospedarse es relevante para toda la industria turística, especialmente la hotelera, porque permite a partir de esta información, la planificación de eventos, promociones y posibles expansiones de la oferta a futuro.

Imagen 10. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por lugar de hospedaje.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

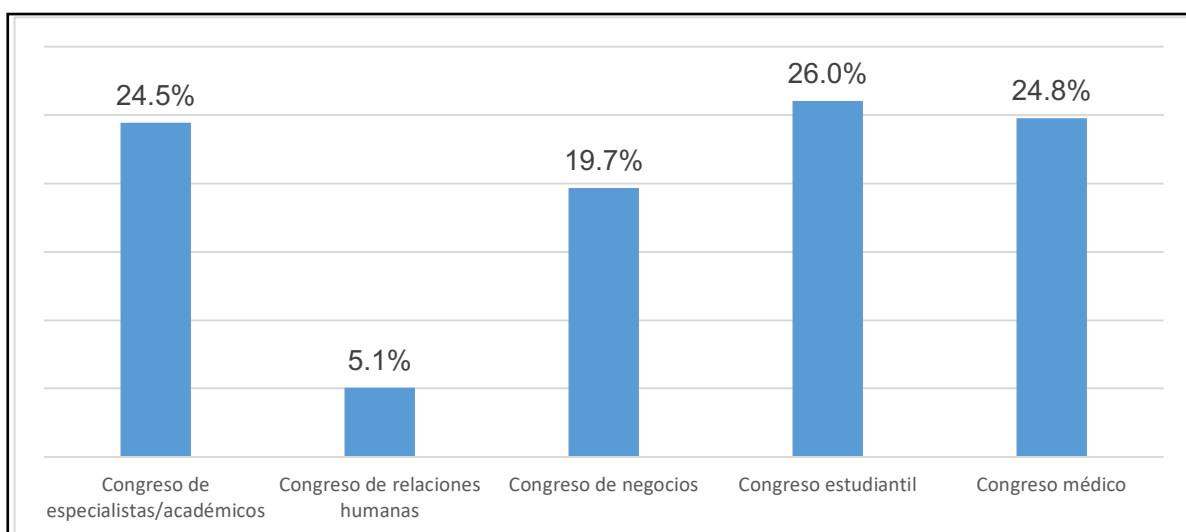
En cuanto al lugar de hospedaje los hoteles son la principal opción de alojamiento con un 87.2%; aunque todavía con incidencia baja, se ubican los hospedajes reservados a través de las plataformas digitales (Air B&B) con un 3.3% del total, por debajo del 7.9% registrado por la categoría estancia en casa de amigos y familiares.

## 2.9 Tipo de eventos

Durante el análisis, se consideró muy importante establecer una tipología de los eventos que fueron objeto del estudio; para poder hacer más significativa la información obtenida y, más adelante, contemplar esta variable para el diseño de una estrategia adecuada a cada segmento.

Se establecieron cinco tipos de eventos (Imagen 11) para interpretar los resultados del estudio: i) congresos estudiantiles, en el que participaron el 26% de los visitantes entrevistados; ii) congresos de especialistas o académicos, con el 24.5% de los visitantes; iii) congresos de negocios, con el 19.7%; iv) congresos médicos, con el 24.8% y; v) Congresos de relaciones humanas, con el 5.1% de los visitantes encuestados.

Imagen 11. Gráfica tipología de eventos.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

## 2.10 Gasto promedio

El gasto promedio de los visitantes del turismo de reuniones se detalla a continuación de acuerdo a los factores: procedencia, condición de acompañamiento, vía de llegada, veces que visitó, lugar de hospedaje, sexo y edad.

Tabla 4. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional.

		Gasto promedio
	TOTAL	\$ 15,247
Procedencia	Nacional	\$ 14,792
	Extranjero	\$ 18,027
Condición de acompañamiento	Solo	\$ 12,062
	Acompañado	\$ 23,787
Vía de llegada	Autobús	\$ 7,409
	Automóvil	\$ 9,078

	Aérea.	\$ 17,103
Veces que visitó	Primera Vez	\$ 15,531
	Segunda Vez	\$ 13,827
	Tercera vez	\$ 16,975
	Más de tres veces	\$ 15,078
Lugar de hospedaje	Hotel	\$ 16,141
	Casa de amigos o familiares	\$ 7,212
	Airbnb	\$ 10,619
	Otro	\$ 14,716
Sexo	Hombre	\$ 15,920
	Mujer	\$ 14,659
Edad	De 16 a 25 años	\$ 7,968
	De 26 a 35 años	\$ 14,670
	De 36 a 45 años	\$ 19,148
	De 46 a 55 años	\$ 19,225
	56 años o más	\$ 21,517

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

## 2.11 Proyección de derrama económica

El impacto que tiene en la economía del estado de Yucatán el segmento de turismo de reuniones es innegable. Este apartado nos permite valorar la magnitud de la participación de este tipo de turismo en el contexto estatal, considerando los 57 eventos realizados.

Durante el estudio se dio seguimiento a dos indicadores clave: el gasto promedio y la derrama económica. El gasto promedio se refiere a la media de erogaciones en el destino durante su estancia en el lugar de visita. Por su parte, la derrama económica se estima como consecuencia de multiplicar el gasto promedio ponderado por el número de visitantes. Es decir, el total de gasto realizado en el destino por el total de visitantes.

Es importante señalar que, el cálculo del promedio de gasto y la derrama económica, se estima tomando en consideración un factor de expansión; que se interpreta como la cantidad de personas en la población que representa una persona en la muestra.

La estimación de un total dado para una variable se obtiene, primero, ponderando el valor de la variable en cada persona por su factor de expansión y luego, sumando todas las personas de la muestra.

De acuerdo con el diseño de la muestra, corresponde aplicar este factor de expansión a cada persona seleccionada, lo que depende del número de asistentes al evento que asistieron y el número de personas muestreadas en el mismo. Los factores de expansión también incluyen un ajuste de población total, en este caso, la de visitantes totales a los eventos, para de esta manera aumentar la precisión de las estimaciones.

Por lo tanto, se concluye que los indicadores estimados de gasto promedio y derrama económica, no son promedios simples, ni simples sumas aritméticas; si no que primero se considera la participación (ponderación) de cada elemento integrante de la muestra y, posteriormente se calcula el promedio o se suma (expande) al total de la población. Es por eso que si multiplicamos el número de visitantes por gasto promedio, la cifra de derrama económica sufrirá una leve modificación.

Tabla 5. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional y derrama económica por segmentos específicos.

		Visitante	Gasto promedio ponderado	Derrama económica
	TOTAL	31,538	\$ 15,247	\$ 465,075,209
Procedencia	Nacional	27,013	\$ 14,792	\$ 387,650,140
	Extranjero	4,525	\$ 18,027	\$ 77,425,069
Condición de acompañamiento	Solo	22,949	\$ 12,062	\$ 267,999,705
	Acompañado	8,589	\$ 23,787	\$ 197,075,504

Vía de llegada	Autobús	4,236	\$ 7,409	\$ 31,046,905
	Automóvil	2,058	\$ 9,078	\$ 18,205,161
	Aérea.	25,194	\$ 17,103	\$ 414,861,800
Veces que visitó	Primera Vez	16,109	\$ 15,531	\$ 239,924,286
	Segunda Vez	5,512	\$ 13,827	\$ 73,404,874
	Tercera vez	2,773	\$ 16,975	\$ 45,793,727
	Más de tres veces	7,116	\$ 15,078	\$ 105,847,343
Lugar de hospedaje	Hotel	27,445	\$ 16,141	\$ 426,626,854
	Casa de amigos o familiares	2,491	\$ 7,212	\$ 17,965,600
	Airbnb	1,048	\$ 10,619	\$ 11,124,836
	Otro	486	\$ 14,716	\$ 6,816,260
Sexo	Hombre	14,634	\$ 15,920	\$ 226,488,750
	Mujer	16,904	\$ 14,659	\$ 238,586,460
Edad	De 16 a 25 años	8,950	\$ 7,968	\$ 69,468,550
	De 26 a 35 años	7,803	\$ 14,670	\$ 108,797,591
	De 36 a 45 años	5,259	\$ 19,148	\$ 98,302,154
	De 46 a 55 años	4,592	\$ 19,225	\$ 85,472,255
	56 años o más	4,935	\$ 21,517	\$ 103,034,659

\*En las categorías no se consideran las respuestas omitidas.

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

El gasto promedio ponderado por persona es de 15 mil 257 pesos, con una derrama económica de 465 millones 075 mil 209 pesos en el periodo analizado.

Si consideramos la derrama económica de 465 millones 075 mil 209 pesos y la dividimos entre los 31 mil 538 visitantes considerados, obtenemos un valor promedio de gasto por visitantes de 14 mil 746 pesos.

El 83% de la derrama económica proviene del visitante nacional y el 17% restante del visitante extranjero. Es importante señalar que el gasto promedio crece en 97% cuando el visitante viene con acompañantes, es decir, casi se duplica el gasto promedio, pasando de 12 mil 062 pesos si el visitante viene solo a 23 mil 787 pesos en caso de venir con acompañante.

Tabla 6. Visitantes de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipología del visitante.

	Visitante	Gasto promedio ponderado	Derrama económica	% gasto	% visitante
Ejecutivo/Directivo/Empresario. Medio Alto	6,103	\$ 19,576	\$ 116,561,773	25%	19%
Empleado/Bajo Medio	3,908	\$ 11,681	\$ 42,626,251	9%	12%
Estudiante	9,304	\$ 8,588	\$ 77,496,869	17%	29%
Adulto Mayor	940	\$ 31,847	\$ 28,268,248	6%	3%
Otro	771	\$ 27,903	\$ 21,521,076	5%	2%
Profesionista bajo y medio/Profesionistas con ingresos medios	1,729	\$ 14,591	\$ 24,530,380	5%	5%
Profesionistas Alto	8,783	\$ 18,053	\$ 154,070,614	33%	28%
TOTAL	31,538	\$ 15,247	\$ 465,075,209	100%	100%

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Por tipología del visitante, el adulto mayor es quien registra un mayor gasto promedio con cerca de 31 mil 847 pesos, lo que representa 2 veces más que el promedio general, esto hace que, a pesar de representar apenas el 2.9% de los visitantes, tenga una aportación a la derrama económica del 6%. En contraparte se encuentra el segmento de estudiantes, el cual registra el gasto promedio más bajo con 8 mil 588 pesos.



Tabla 7. Visitante de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipo de evento.

	Visitante	Gasto promedio	Derrama económica
Eventos de Especialistas/académicos	7,712	\$15,090.89	\$112,402,064.06
Eventos de relaciones humanas	1,599	\$29,756.16	\$ 46,746,794.82
Eventos de negocios	6,204	\$20,167.92	\$120,785,766.95
Eventos estudiantiles	8,207	\$ 8,251.69	\$ 66,015,431.73
Eventos médicos	7,818	\$15,896.28	\$119,125,151.70
TOTAL	31,538	\$15,247.13	\$465,075,209.27

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Los congresos de relaciones humanas y de negocios son los eventos que aportan una mayor derrama económica, ya que en promedio los visitantes a este tipo de eventos registran gastos del orden de los 29 mil 756 y 20 mil ciento sesenta y siete pesos respectivamente.

## 2.12 Calificación de sitios

Los sitios turísticos por excelencia del visitante del turismo de reuniones son: Paseo de Montejo y el centro histórico de la ciudad de Mérida, con un 64.6% y 57.1% de incidencia respectivamente. A su vez la zona arqueológica de Chichen Itzá reporta el 28% y el puerto de Progreso 26.3%.

En cuanto a la satisfacción con los sitios visitados, las zonas arqueológicas Chichen Itzá y Uxmal son las que obtienen la calificación más alta con 4.7 puntos para ambas (de una escala del 1 al 5), le sigue la zona arqueológica de Dzibilchaltún, con 4.6 puntos. Esta información se detalla en la tabla 10.

Tabla 8. Número y porcentaje de visitantes que acudieron a los principales sitios y promedio de calificación según lugar visitado.

	Visitantes	% del total	Calificación
Gran Museo del Mundo Maya	6,553	20.8%	4.3
Paseo de Montejo	20,372	64.6%	4.6
Museo de la Ciudad de Mérida	2,100	6.7%	4.3
Museo Regional de Antropología Palacio Cantón	1,396	4.4%	4.4
Museo Fernando García Ponce (MACAY)	967	3.1%	4.2
Zona Arqueológica de Chichen Itzá	9,106	28.9%	4.7
Pueblo mágico de Izamal	4,052	12.8%	4.7
Celestún	2,852	9.0%	4.4
Progreso	8,287	26.3%	4.3
Zona Arqueológica de Uxmal	4,095	13.0%	4.6
Pueblo mágico de Valladolid	4,304	13.6%	4.4
Centro histórico de la Ciudad de Mérida	17,996	57.1%	4.6
Algún cenote de Yucatán	7,661	24.3%	4.6
Zona Arqueológica de Dzibilchaltún	2,296	7.3%	4.6
Ruta Puuc	995	3.2%	4.0

Fuente: Cálculos propios con base en la Encuesta a Turistas de Reuniones y Convenciones. Yucatán Mayo 2017-abril 2018.

Tabla 9. Evaluación de los sitios visitados

Distribución porcentual de calificación visitantes de reuniones en Yucatán según lugar visitado						
	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Exce-lente	Total
Zona Arqueológica de Chiche Itza	.1%	0.0%	.5%	26.4%	72.9%	100%
Pueblo Mágico de Izamal	0.0%	0.0%	1.3%	30.1%	68.6%	100%
Zona Arqueológica de Uxmal	0.0%	0.0%	.7%	33.6%	65.7%	100%
Zona Arqueológica de Dzibichaltun	0.0%	.7%	.5%	39.5%	59.2%	100%
Centro Histórico de la ciudad de Mérida	.1%	.5%	3.1%	38.0%	58.3%	100%
Paseo de Montejo	0.0%	0.0%	.6%	41.7%	57.7%	100%
Algún Cenote de Yucatán	0.0%	.9%	.8%	41.3%	57.0%	100%
Museo Regional de Antropología Palacio Cantón	0.0%	0.0%	3.8%	51.8%	44.4%	100%

Pueblo Mágico Valladolid	.4%	0.0%	8.0%	47.3%	44.3%	100%
Celestún	0.0%	.6%	4.9%	52.0%	42.5%	100%
Gran Museo de Mundo Maya	.4%	.2%	6.2%	52.2%	41.0%	100%
Progreso	1.6%	.5%	6.5%	54.7%	36.6%	100%
Centro de Convenciones siglo XXI	.2%	.8%	3.7%	65.1%	30.1%	100%
Museo de la Ciudad de Mérida	0.0%	4.9%	0.0%	65.6%	29.5%	100%
Ruta Puuc	0.0%	6.6%	0.0%	67.3%	26.1%	100%
Museo Fernando Garcia Ponce (MACAY)	0.0%	2.0%	2.0%	73.8%	22.1%	100%

Fuente: Cálculos propios con base en la Encuesta a Turistas de Reuniones y Convenciones. Yucatán Mayo 2017-abril 2018.

## 2.13 Comentarios y/o sugerencias sobre su estancia

El último apartado del instrumento contempla un espacio libre para incluir comentarios y sugerencias, de los cuales se obtuvieron 729 menciones positivas y 360 menciones negativas, mismas que se resumen en la tabla 10.

Tabla 10. Resumen de comentarios positivos y negativos a respuesta abierta

Comentarios positivos y negativos				
	Total de encuestas	Encuestas con comentarios	Encuestas sin comentarios	Porcentaje de encuestas con menciones positivas
Encuestas con comentarios positivos	1,086	727	359	66.9%
Encuestas con comentarios negativos	1,086	360	726	33.1%

En la tabla 11 y 12 se agrupan las principales menciones de aspectos positivos y negativos. Entre las menciones positivas se encuentran: la ciudad de Mérida como limpia y segura y la hospitalidad de la gente. Entre las principales menciones negativas están: el clima, edificios abandonados, WIFI, cambios de clima y el servicio de taxis.

Cabe mencionar que, a la pregunta de si existe algún comentario positivo, 727 encuestas tuvieron uno o más comentarios y 359 no tuvieron ninguna mención. Esto representa que, el 66.9% del total de encuestados tuvo algún comentario positivo.

Con respecto a la pregunta de si existe algún comentario negativo, 360 encuestas tuvieron una o más respuestas y 726 resultaron sin comentarios. Esto representa que, el 33.1% del total de encuestados tuvo algún comentario negativo.

Tabla 11. Menciones con comentarios positivos.

<b>Menciones:</b>	
Comentarios generales positivos	262
La ciudad (limpieza, edificios, áreas verdes, etc. )	266
La seguridad	161
La gente y la hospitalidad	157
La gastronomía	31

Tabla 12. Menciones con comentarios negativos.

<b>Menciones:</b>	
Clima	68
Transporte público	60
Servicios públicos	60
Instalaciones	47
Amenidades	26
Hoteles	22
Comida	15
Conectividad	8
Comentarios y sugerencias varias	54

Los comentarios específicos se pueden revisar en los Anexos 1 y 2.

### 3. Conclusiones

El presente documento sustenta un análisis profundo de los resultados obtenidos en el estudio del segmento de turismo de reuniones.

A través de estos resultados se estableció una tipología del visitante, tomando criterios específicos, dando como resultado 5 tipos de visitantes: estudiante, profesionista alto, ejecutivo, empleado bajo medio, profesionista con ingresos medios y adulto mayor. Se considera que esta tipología permitirá establecer estrategias según el tipo de participantes.

Se recomienda dar continuidad al estudio del segmento de turismo de reuniones para identificar nuevas oportunidades en este segmento en el estado de Yucatán, ya que se considera factible la posibilidad de diseñar estrategias de acuerdo a los perfiles identificados.

Se propone establecer mecanismos en los cuales los organizadores tengan un compromiso claro para permitir los accesos y, estimular a los asistentes a responder el instrumento evaluador con un claro beneficio para ambos.

Se propone también considerar espacios planeados durante el evento para la aplicación del instrumento con el uso de la tecnología, ofreciendo estímulos concretos para los asistentes.

El segmento de turismo de reuniones es sin duda, pieza clave en el desarrollo económico del país, pues no se limita únicamente a reuniones de expertos en distintas áreas, sino que trae consigo el impulso de empleos para los prestadores de servicios turísticos y la derrama económica para el Estado de Yucatán.

## **Referencias Bibliográficas**

Secretaría de Fomento Turístico (2017-2018). Listado de Eventos de la Oficina de Congresos y Convenciones del Estado de Yucatán.

**CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(CONACYT)  
GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN**



**SECRETARÍA DE FOMENTO TURÍSTICO (SEFOTUR)  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN (UADY)  
FACULTAD DE CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS  
LICENCIATURA EN TURISMO  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA (UTM)  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PONIENTE (UTP)  
UNIVERSIDAD MARISTA DE MÉRIDA (UMM)**

---

