

# INFORME MONITOREO **SEMANA SANTA**

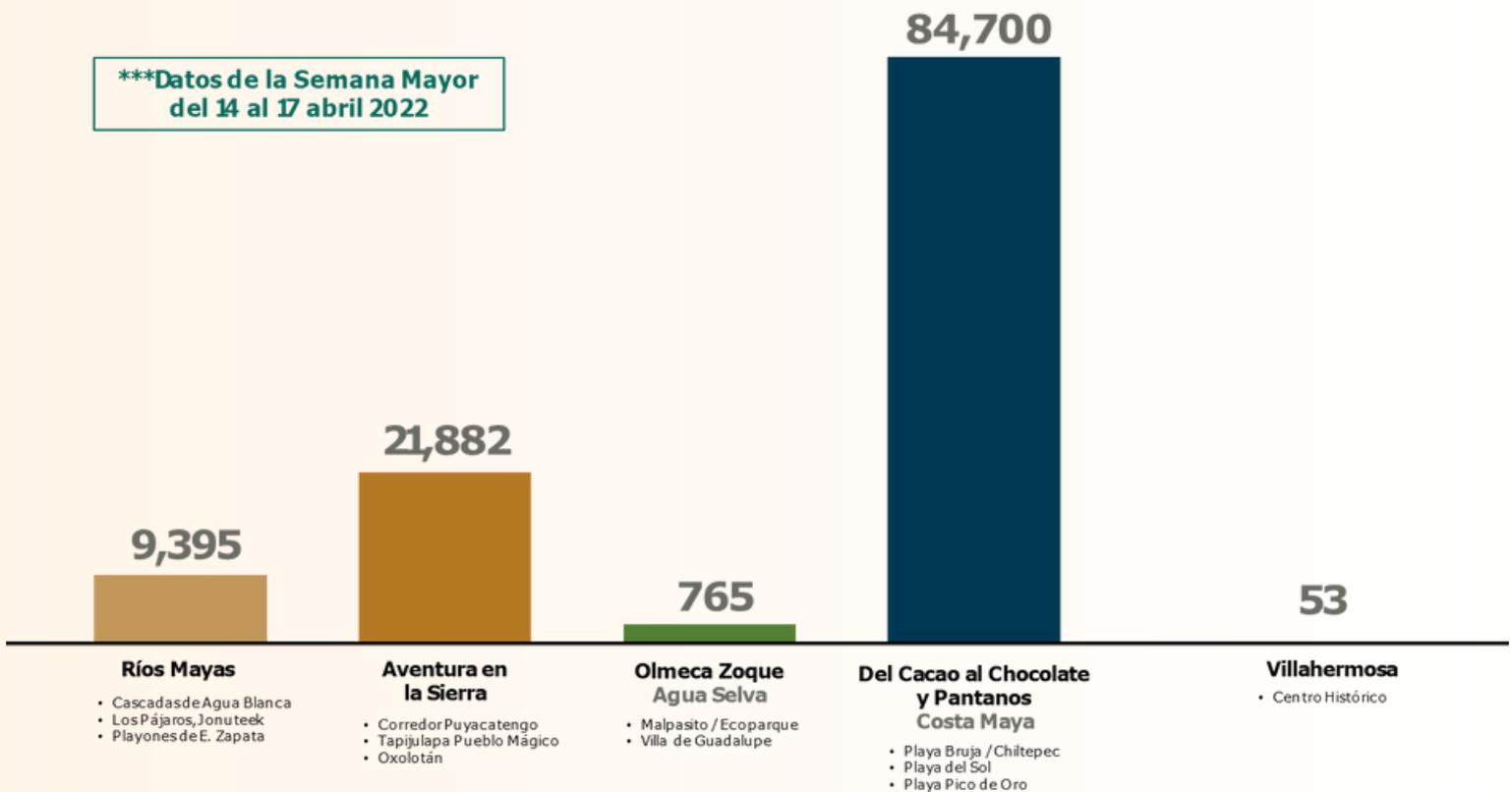
2022

**Presentado por:**

Unidad de Apoyo Técnico e Informático de la SETUR.

# ESTIMADOS DE AFLUENCIA DE VISITANTES con base al monitoreo

\*\*\*Datos de la Semana Mayor  
del 14 al 17 abril 2022



**TOTAL DE AFLUENCIA:** 116,795 personas

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## HALLAZGOS PRINCIPALES

con base a la encuesta de satisfacción del visitante

- La zona más visitada de acuerdo al monitoreo fue la **Costa Maya (72.55%)** que incluye las **playas de Centla y Paraíso**, y en segundo lugar los balnearios de **Teapa y Tacotalpa (18.74%)**.
- El rango de edad predominante de los visitantes fue de **18 a 35 años (48.9%)**, viajaban en grupos de **más de 10 personas (33.8%)**, el **53.9% fueron mujeres** y **1 de cada 10 visitantes** era de un **país extranjero**.
- **6 de cada 10 visitantes** prefirió las **actividades acuáticas** y en segundo lugar, casi **2 de cada 10, el senderismo**.
- El **60%** de los encuestados tuvo un gasto promedio de entre **\$500 a \$3,000**
- **9 de cada 10 turistas** recomendarían y **volverían a visitar** el lugar dónde fueron encuestados.
- En **promedio la calidad de los servicios** turísticos fue calificado como **Buena**.

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

### Género



46.1%  
MUJER



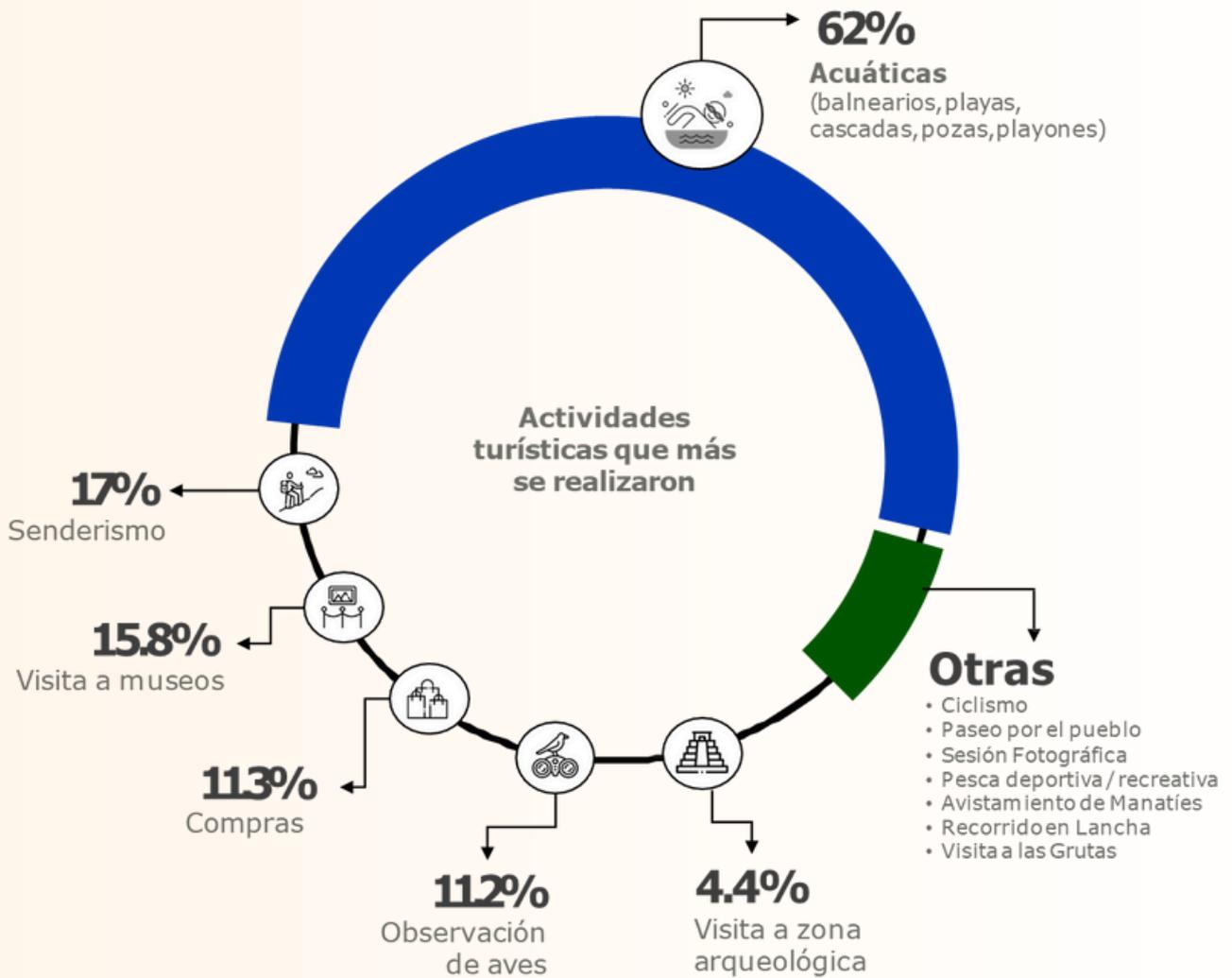
53.9%  
HOMBRE



**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

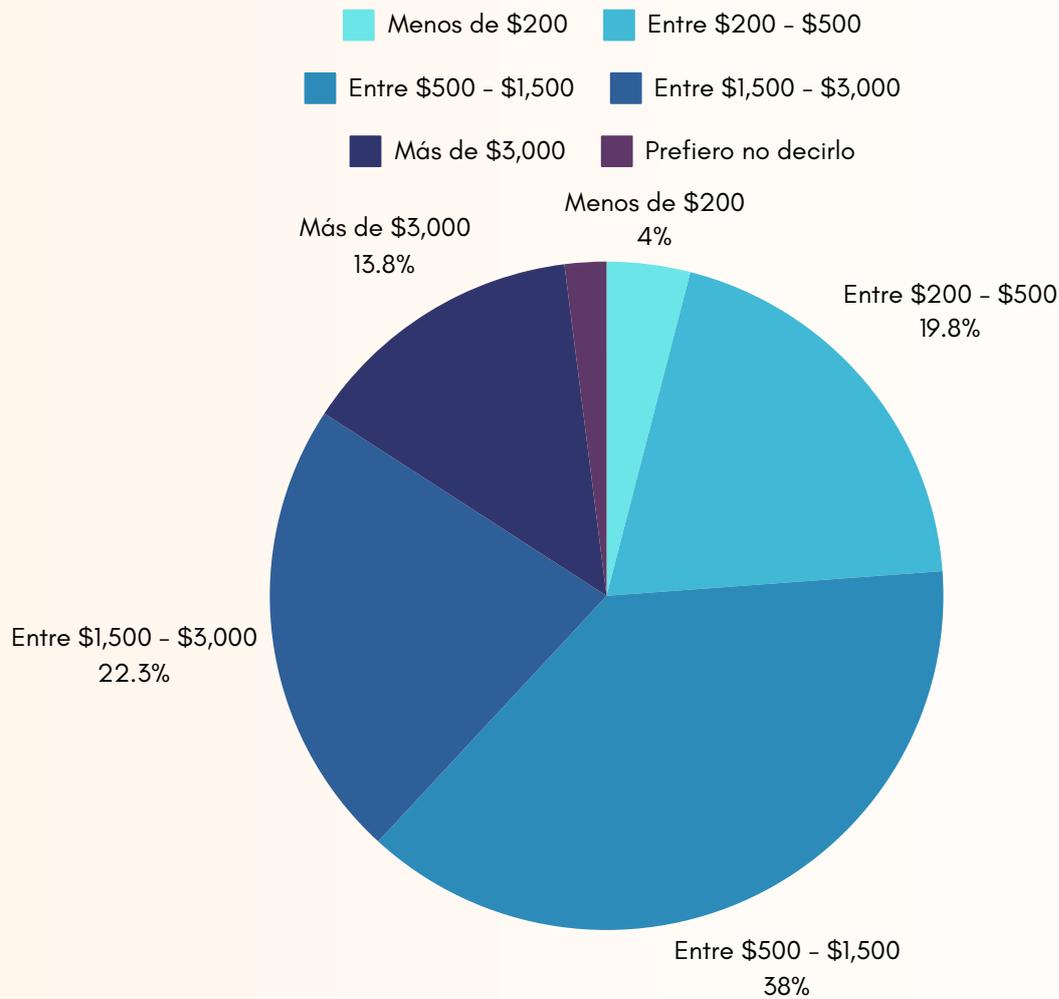
# INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS REALIZADAS



**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## GASTO PROMEDIO



El **38%** de los encuestados presentaron un gasto promedio en el rango de los **\$500 y \$1,500 pesos**

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



50.5%

Recomendación de amigos o familiares



23%

Redes Sociales



10%

Ya lo conocía



5%

Quedaba de Paso

- Las personas encuestadas se enteraron del lugar que visitaban mayormente a través de **recomendación de amigos o familiares y redes sociales**. Un **2.5%** los conocía por la **App Tapijulapa Pueblo Mágico** y un **2.1%** llegó a ellos por los **Módulos de Información Turística**.

¿Volvería a visitar este lugar?



91.8%



2.6%

¿Recomendaría este lugar?



97.5%



2.5%

- Más del **90%** de los encuestados **volverían a visitar y recomendarían** los lugares que visitaban

FUENTE:

Información de campo recolectada por SETUR

## HALLAZGOS PRINCIPALES

con base a la encuesta de satisfacción del visitante

- El giro de **alimentos y bebidas (29%)** mantuvo una **ocupación promedio** por día entre **30% y 50%**
- El **33%** de los encuestados utilizan **productos tabasqueños** en sus negocios que representan hasta un 90% de sus insumos totales, el 58% cuenta con sanitario incluyente como característica de accesibilidad e inclusión.
- Se detecto que más del **30%** no cuenta con **manejo de residuos ni estrategias de eficiencia del agua**.
- En cuanto al uso de las tecnologías de la información el **94%** cuenta con un teléfono inteligente, **tienen redes sociales** siendo la más popular **Facebook con un 80%**. Las **redes sociales** son el **principal medio de Promoción de sus servicios (82%)** y el segundo los medios impresos con un 25%.
- El **64%** ha tenido clientes que hablan **otro idioma o dialecto**.

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

# GIRO EMPRESARIAL



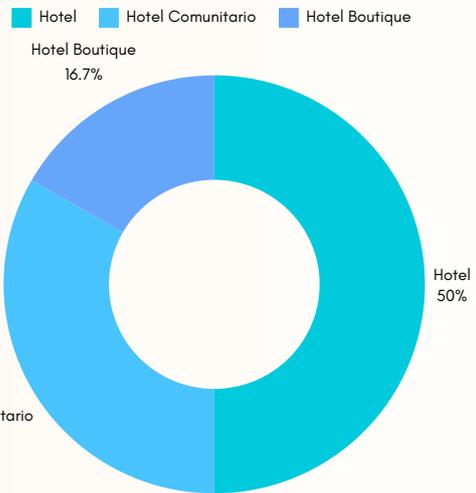
**13%**  
Hospedaje

El **13%** de los encuestados fueron **Hoteles**, el **40%** de **3 estrellas**. El **67%** contaba con servicio de alimentos y bebidas.

**430**  
habitaciones

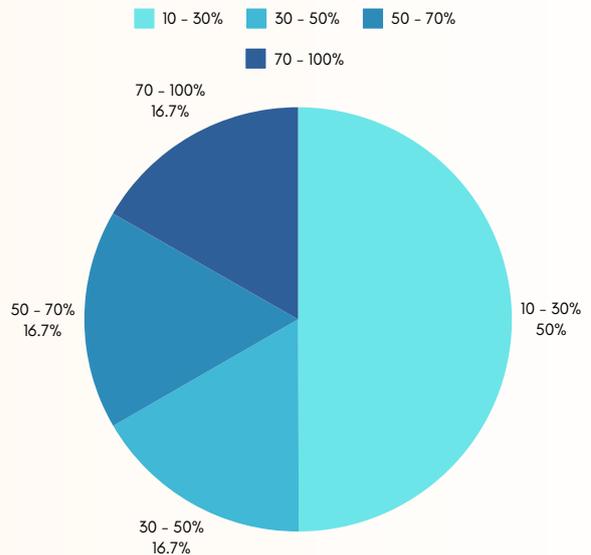
¿Brinda servicios de alimentos y bebidas?

**67%** SÍ      **33%** NO



## Categoría

33% **Económica**



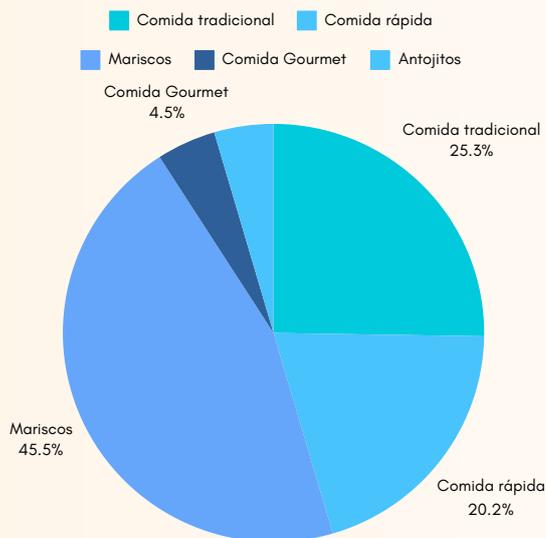
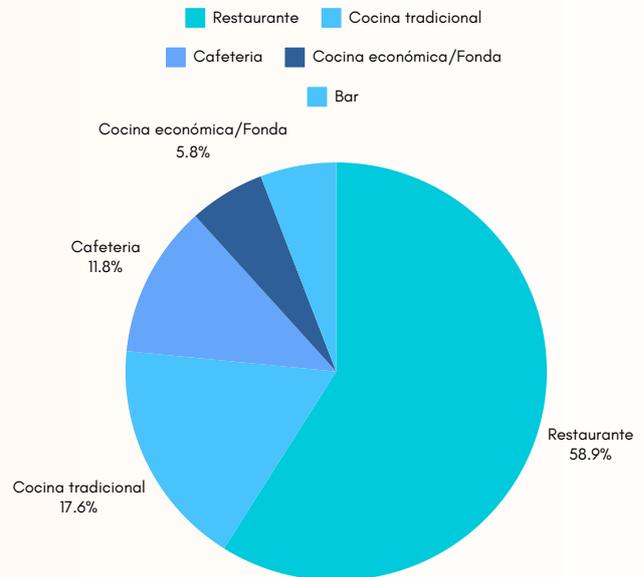
## FUENTE:

Información de campo recolectada por SETUR

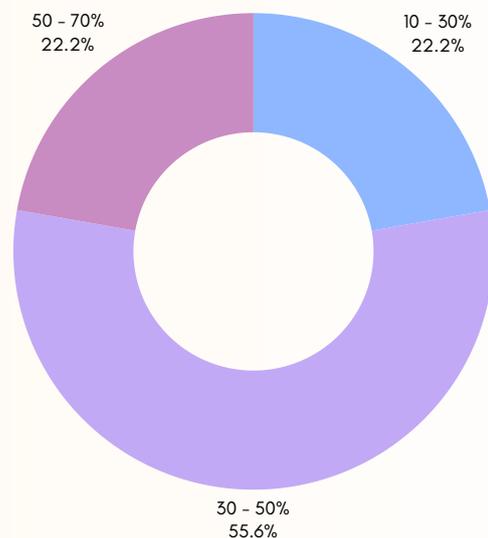
# GIRO EMPRESARIAL



**29%**  
Alimentos y bebidas



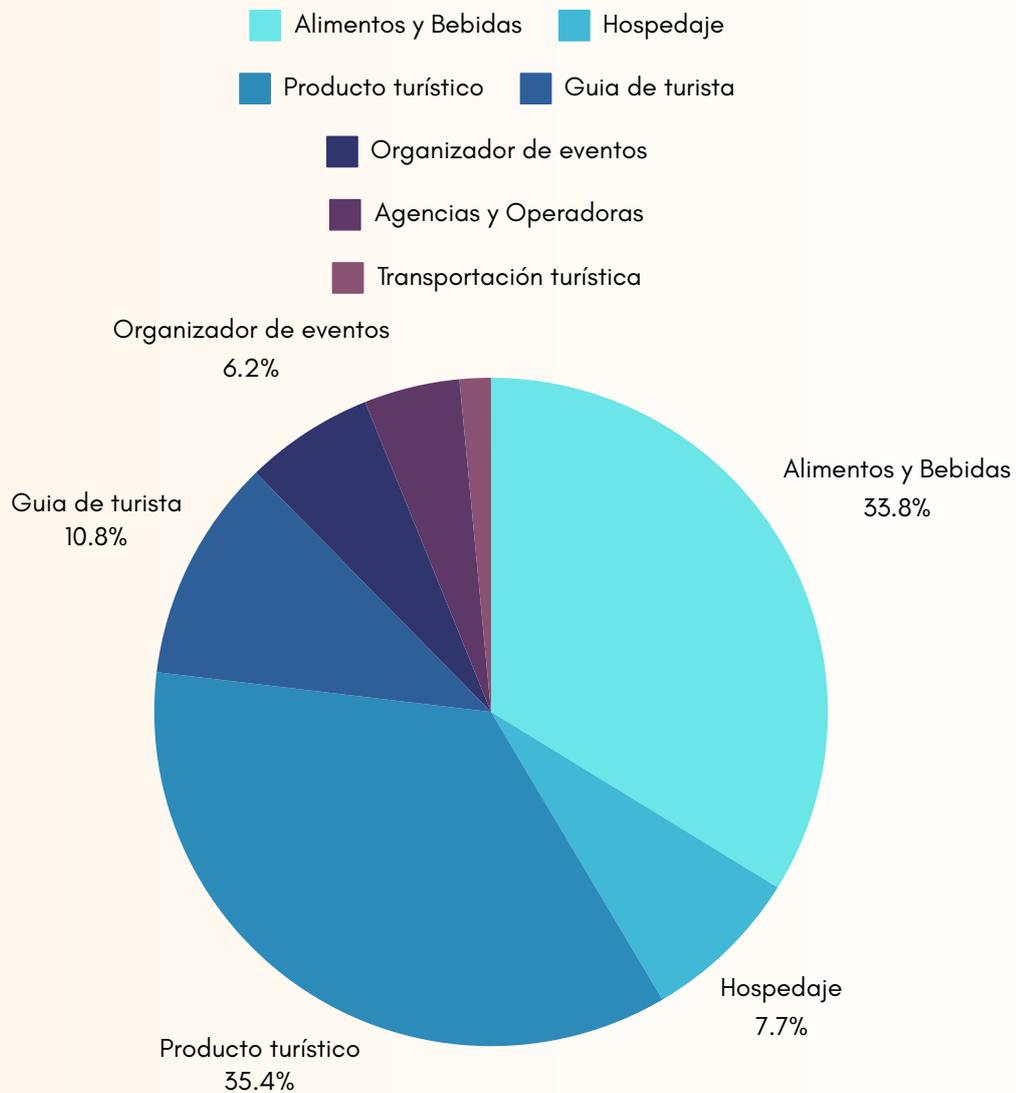
El **29%** de los encuestados fueron **Restaurantes**, el **4%** ofrecía **Mariscos** y contaban con una ocupación promedio de entre **30-50%**



**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## GIRO EMPRESARIAL



**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

## **HALLAZGOS PRINCIPALES**

con base a la encuesta de satisfacción del  
visitante en Tapijulapa

- De los visitantes encuestados se encontró un rango de edad predominante de entre **18 a 35 años (53%)**, viajaban en parejas (25%) y el **57% fueron hombres**.
- Las **actividades** que predominaron fueron las **acuáticas** con un **43%**, en segundo lugar la visita a museos con un 40% y en tercer lugar las compras (29%).
- El **68%** de los encuestados tuvo un **gasto promedio** de entre **\$500.00 a \$3,000.00**
- 9 de cada 10 encuestados volverían a visitar el lugar y el **100% lo recomendaría**.
- En **promedio la calidad de los servicios turísticos** fue calificado como **Buena** (38.62%).
- El **15%** de las personas llegaron a este lugar a través de la **App Tapijulapa** y el **26%** por medio de **Redes Sociales**.

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

# INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

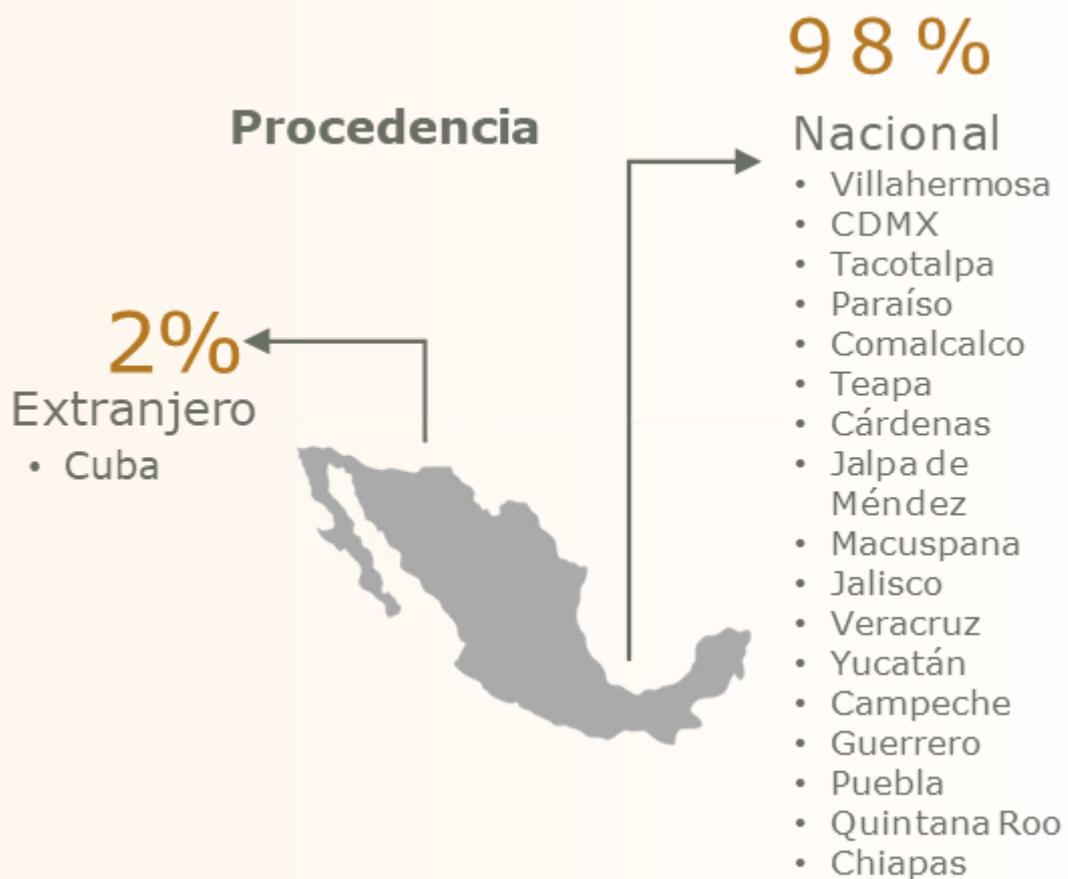
## Género



**43%**  
MUJER



**57%**  
HOMBRE



**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR

# INFORMACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



44%

Recomendación de amigos o familiares



26%

Redes Sociales



15%

App Tapijulapa

- Las personas encuestadas se enteraron del lugar que visitaban mayormente a través de **recomendación de amigos o familiares y redes sociales**. Un **26%** lo conocieron por **Redes Sociales** y un **15%** llegó por la **App Tapijulapa Pueblo Mágico**.

¿Volvería a visitar este lugar?



97%



0%

3%  
Tal vez

¿Recomendaría este lugar?



100%



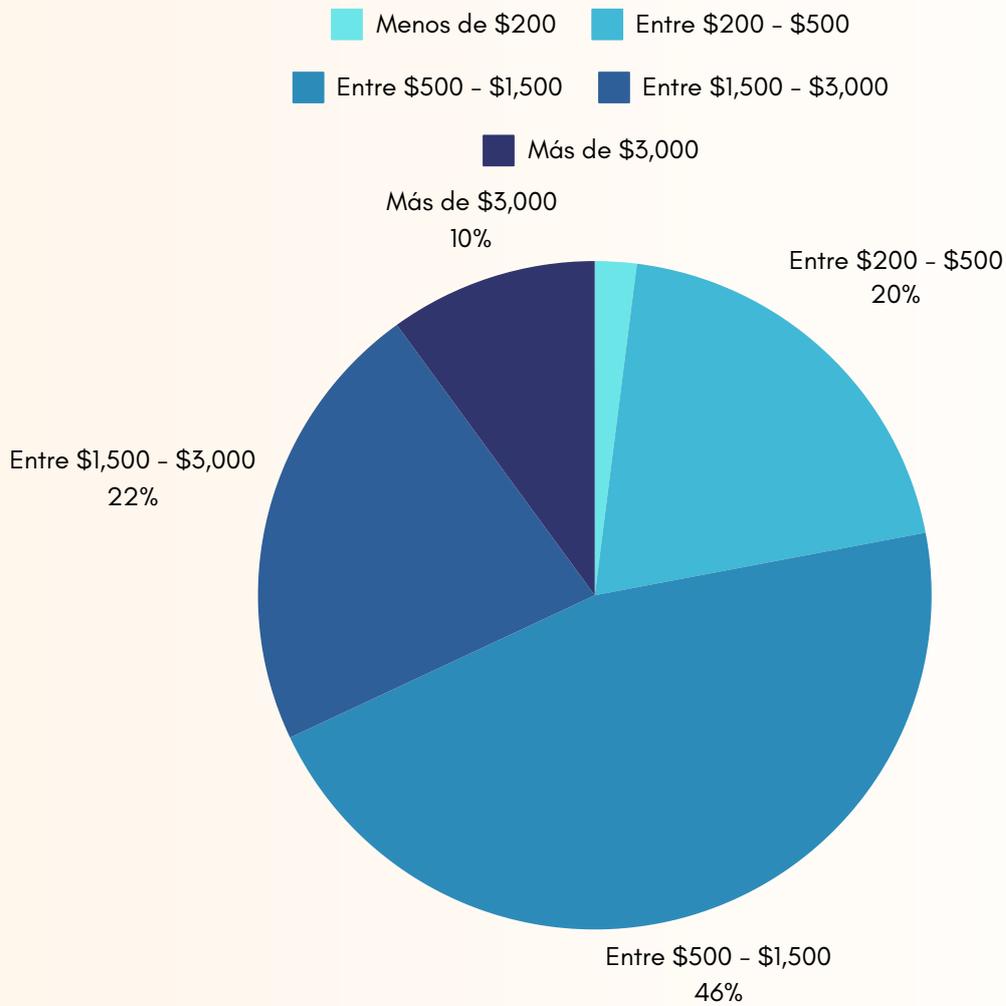
0%

- Más del **90%** de los encuestados **volverían a visitar y el 100% recomendarían** este lugar

FUENTE:

Información de campo recolectada por SETUR

## GASTO PROMEDIO



El **46%** de los encuestados presentaron un gasto promedio en el rango de los **\$500 y \$1,500 pesos**

**FUENTE:**

Información de campo recolectada por SETUR