

# Observatorio Turístico de la Ciudad de Puebla

Semana Santa, 2016

Instituto Municipal de Turismo



*Ciudad  
de Progreso*

## Contenido

Nota metodológica.....	1
A. Datos de la Demanda.....	2
B. Características de los visitantes .....	7

Tabla 1 Toma de observaciones .....	1
Tabla 2 Principales indicadores semanas 12 y 13 para destinos Ciudades Patrimonio analizados .....	2
Tabla 3 Procedencia .....	8
Tabla 4 Género .....	8
Tabla 5 Residencia.....	9
Tabla 6 Forma de viaje y conformación de grupo .....	14
Tabla 7 Intención de regresar a Puebla .....	21
Tabla 8 Amabilidad de residentes .....	22
Tabla 9 Limpieza en la Ciudad .....	22
Tabla 10 Percepción de Seguridad .....	23
Tabla 11 Diversidad de atractivos en la Ciudad .....	23
Tabla 12 Servicio de Información Turística .....	24
Tabla 13 Servicio de Guías Turísticos.....	24
Tabla 14 Mantenimiento a los atractivos turísticos.....	25
Tabla 15 Percepción relación calidad/precio en Puebla .....	25
Tabla 16 Opiniones de visitantes .....	27

Gráfica 1 Estadía promedio y porcentaje de ocupación por categoría de hotel (semanas 12 y 13 del año 2016) .....	3
Gráfica 2 Cuartos ocupados en Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial .....	4
Gráfica 3 Llegada de turistas a Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial .....	5
Gráfica 4 Llegada de turistas nacionales .....	5
Gráfica 5 Llegada turistas extranjeros.....	6
Gráfica 6 Turistas noche .....	6
Gráfica 7 Porcentaje de ocupación en Ciudades Patrimonio .....	7
Gráfica 8 Estadía promedio en Ciudades Patrimonio.....	7
Gráfica 9 Edad .....	8
Gráfica 10 Nivel de formación .....	9
Gráfica 11 Ocupación.....	10
Gráfica 12 Viajes de placer al año.....	10
Gráfica 13 Tiempo para tomar la decisión.....	11
Gráfica 14 Gasto promedio diario por persona.....	12
Gráfica 15 Concentración del gasto .....	13
Gráfica 16 Tiempo disponible para vacacionar .....	13
Gráfica 17 Razones para visitar la Ciudad .....	14
Gráfica 18 Medio de transporte para llegar a la Ciudad .....	15

Gráfica 19 Fuentes de información en la Ciudad .....	15
Gráfica 20 Visitas anteriores a Puebla.....	16
Gráfica 21 Modalidades de Alojamiento.....	17
Gráfica 22 Categoría de hotel.....	17
Gráfica 23 Noches a pernoctar.....	18
Gráfica 24 Razones para permanecer en Puebla .....	18
Gráfica 25 Excursionistas (número de horas) .....	19
Gráfica 26 Lugares a visitar.....	20
Gráfica 27 Satisfacción de la visita .....	21
Gráfica 28 Resumen de percepción de la Ciudad.....	26
Gráfica 29 Ciudades competidoras de Puebla.....	27

## Nota metodológica

Para esta temporada de vacaciones Semana Santa 2016 se analizaron 162 observaciones con 38 variables. A partir de una proporción de 52 % obtenidos en una muestra de 162 observaciones, la proporción estimada para la población está comprendida en la banda (o intervalo de confianza):  $44.31\% < p < 59.69\%$ . El error potencial es entonces de 7.69%. De manera más general, el error máximo (para una frecuencia de 50%) sobre esta muestra es de 7.70%, lo que caracteriza su precisión. Este resultado, establecido al riesgo de 5%, se basa en la teoría de los sondeos aleatorios. Las observaciones fueron levantadas en el CAV. Los días y porcentajes de observaciones se muestran en la siguiente tabla.

**Tabla 1 Toma de observaciones**

Día	Observaciones	%
18/03/2016	14	8.60%
19/03/2016	11	6.80%
20/03/2016	14	8.60%
21/03/2016	29	17.90%
22/03/2016	21	13.00%
23/03/2016	9	5.60%
24/03/2016	1	0.60%
25/03/2016	1	0.60%
26/03/2016	1	0.60%
27/03/2016	1	0.60%
28/03/2016	9	5.60%
29/03/2016	18	11.10%
30/03/2016	8	4.90%
31/03/2016	21	13.00%
01/04/2016	2	1.20%
02/04/2016	1	0.60%
04/04/2016	1	0.60%
<b>TOTAL</b>	162	100.00%

A. Datos de la Demanda

En este apartado se profundiza el análisis de la evolución de la demanda turística en los alojamientos de la ciudad de Puebla. Se presentan los principales parámetros que componen la demanda: el número de viajeros y pernoctaciones, la estancia media y el grado de ocupación. Estos datos permitirán predecir su comportamiento futuro y elaborar medidas de promoción conforme a las necesidades y requerimientos del mercado. Para la elaboración de este análisis, se recurrió a la Encuesta de Ocupación Hotelera reportada en el Sistema DATATUR de la Secretaría de Turismo Federal, cuyos reportes suministran el volumen de Turistas, así como el tipo y la categoría de establecimientos hoteleros. Las semanas considerada para este análisis son las semanas 12 (21 a 27 de marzo de 2016) y 13 del año 2016 (28 de marzo al 3 de abril de 2016). La estadía promedio fue de 1.72 noches y el porcentaje de ocupación del 60.12%. La Tabla 1 indica los resultados para las principales variables de la temporada vacacional.

Nota: No se incluye Campeche ni la Ciudad de México debido a falta de datos en DATATUR.

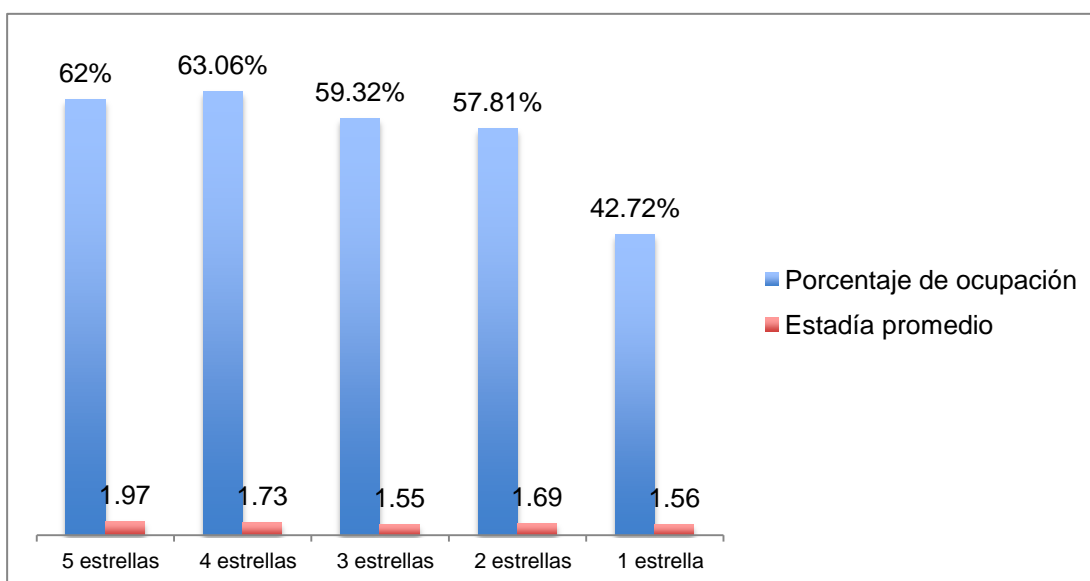
Tabla 2 Principales indicadores semanas 12 y 13 para destinos Ciudades Patrimonio analizados

Categoría	Cuartos registrados fin de periodo	Cuartos ocupados	Llegada de turistas	Llegada de turistas residentes	Llegada de turistas no residentes	Turistas de noche	Porcentaje de ocupación	Estadía promedio
Todas las categorías	24,811	241,346	318,916	296,961	21,955	549,164	60.12	1.72
5 estrellas	6,647	65,252	67,690	58,018	9,672	133,515	62	1.97
4 estrellas	8,882	92,535	111,062	103,161	7,901	192,282	63.06	1.73

<b>3 estrellas</b>	4,958	48,708	80,952	78,569	2,383	125,855	59.32	1.55
<b>2 estrellas</b>	2,642	23,348	40,220	39,648	572	67,819	57.81	1.69
<b>1 estrella</b>	1,682	11,503	18,992	17,565	1,427	29,693	42.72	1.56

En las siguientes gráficas se presenta, por categoría de hotel, los porcentajes de ocupación para esta temporada vacacional de Semana Santa 2016, donde se observa que los hoteles de 4 y 5 estrellas tuvieron el mayor porcentaje de ocupación.

**Gráfica 1** Estadía promedio y porcentaje de ocupación por categoría de hotel (semanas 12 y 13 del año 2016)

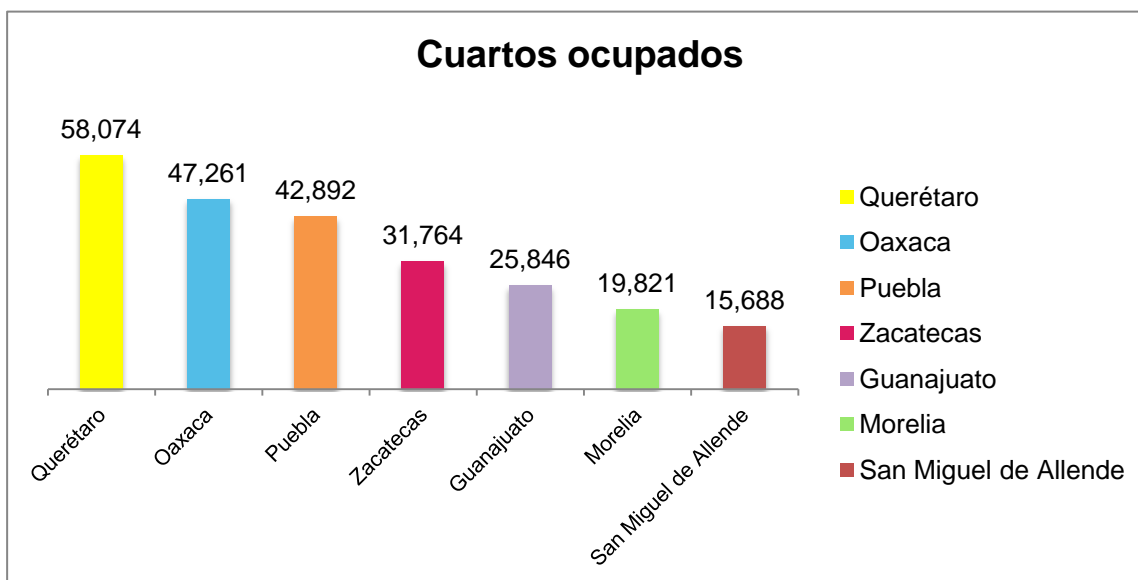


A continuación se muestran las gráficas de los diferentes estados analizados. La información que se recuperó de cada municipio es la siguiente:

- Cuartos ocupados
- Llegada de turistas
- Llegada de turistas residentes
- Llegada de turistas no residentes
- Turistas de noche
- Porcentaje de ocupación
- Estadía promedio

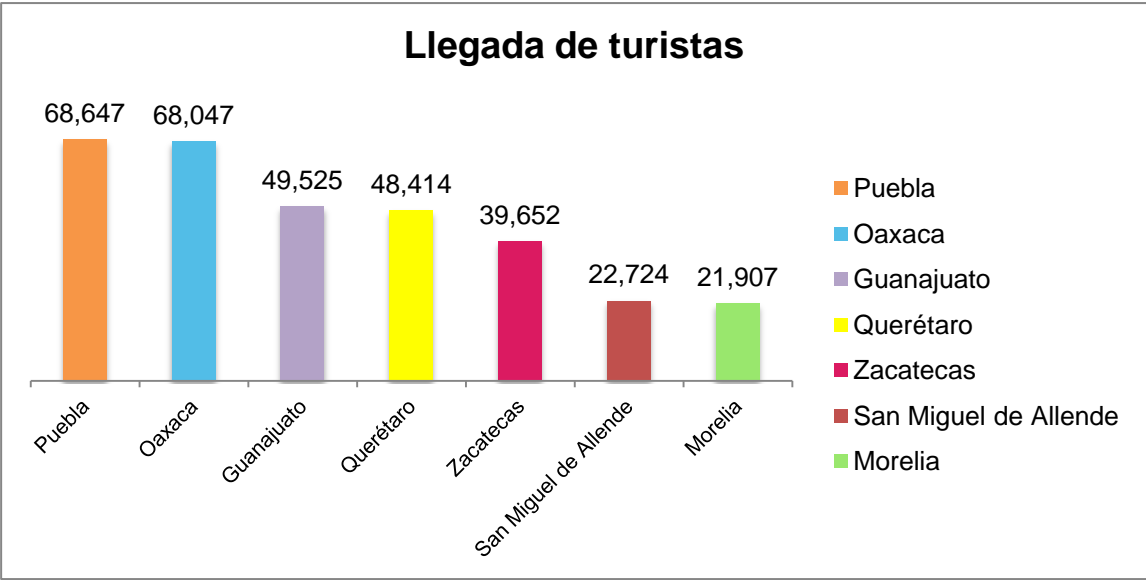
En cuanto a los cuartos ocupados, en la siguiente gráfica se muestra que Querétaro fue la ciudad con mayor número de cuartos ocupados, seguido de Oaxaca y Puebla.

Gráfica 2 Cuartos ocupados en Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial

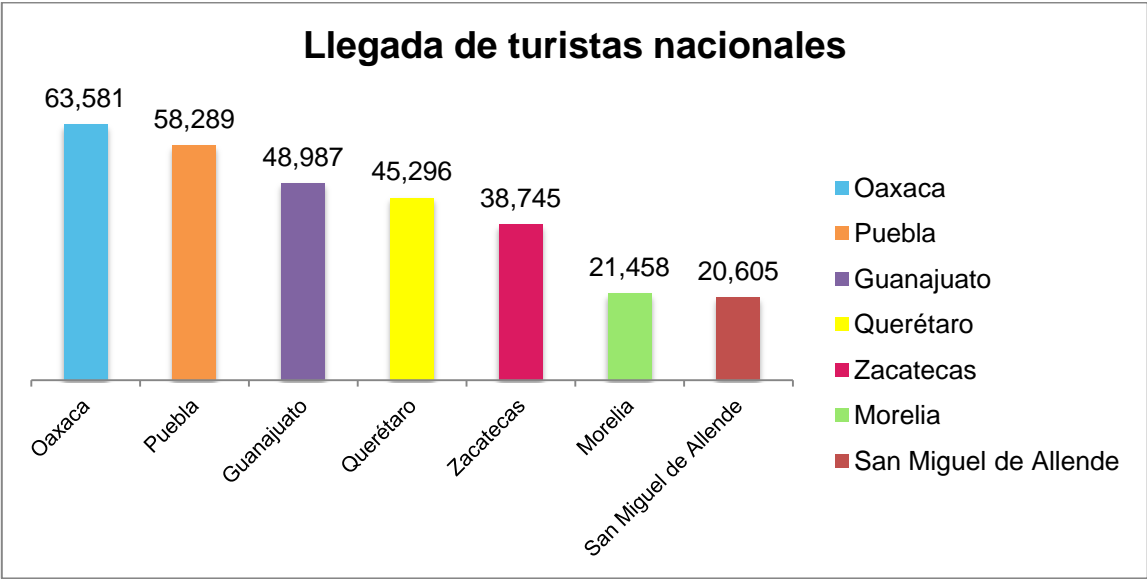


En relación a las llegadas de turistas, Puebla ocupó la primera posición, seguida de Oaxaca y Guanajuato. La gráfica 3 muestra la suma de llegadas de turistas residentes y no residentes en esta temporada vacacional. Las gráficas 4 y 5 muestran las divisiones de llegadas, es decir, a los turistas residentes y los no residentes respectivamente.

Gráfica 3 Llegada de turistas a Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial

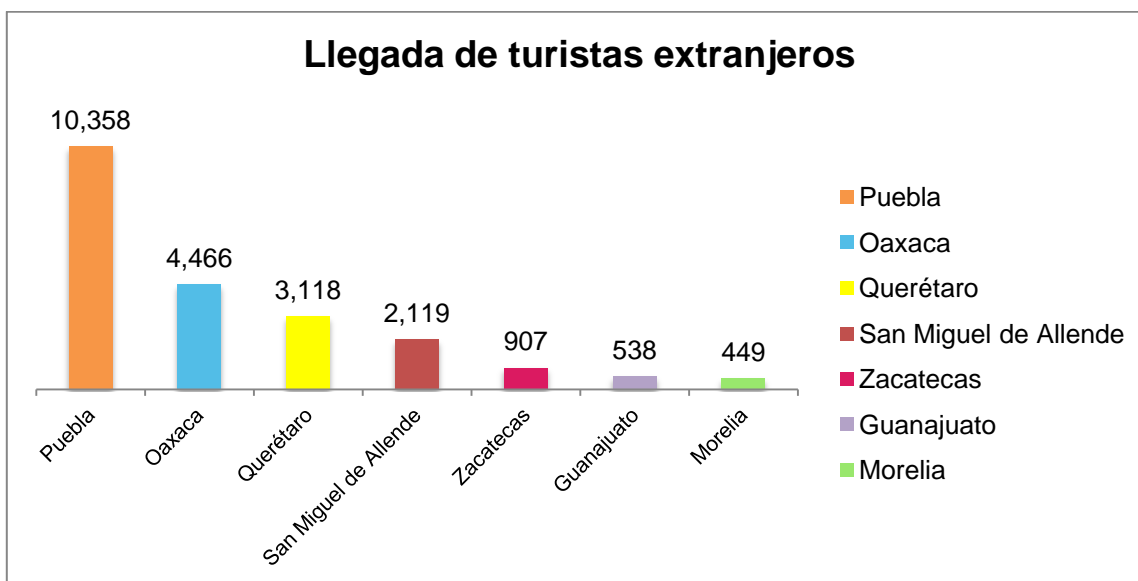


Gráfica 4 Llegada de turistas nacionales



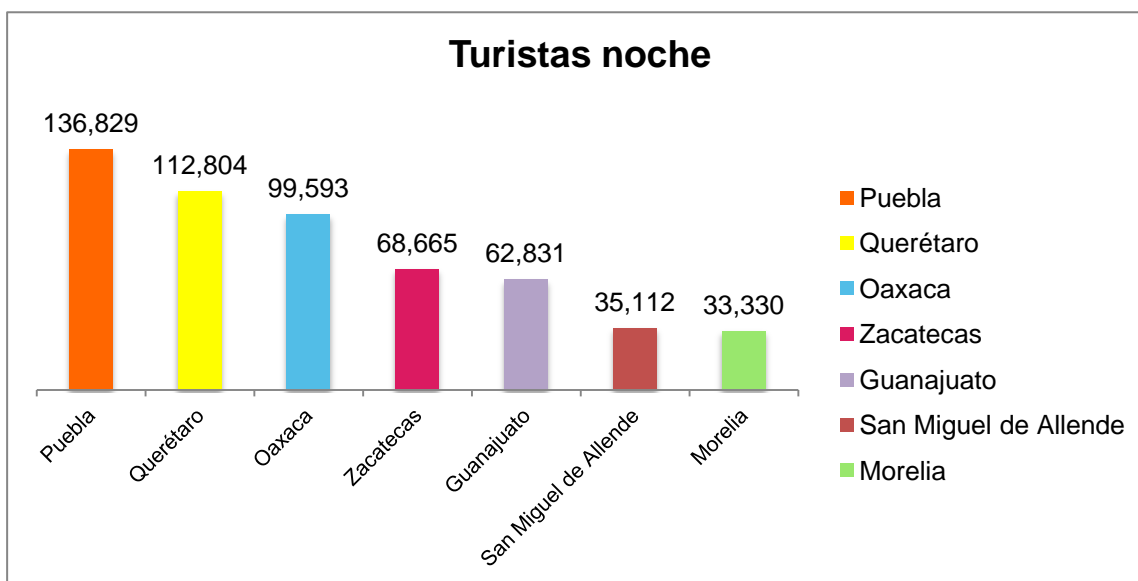


Gráfica 5 Llegada turistas extranjeros



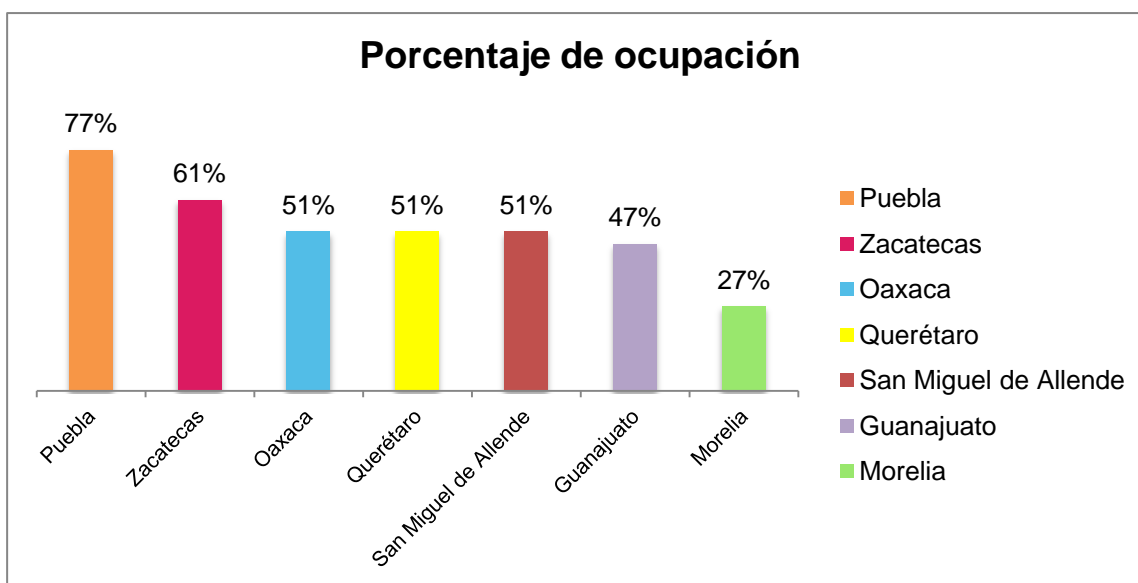
En la gráfica 6, se muestran los turistas noche y Puebla ocupa el primer lugar, seguido de Querétaro.

Gráfica 6 Turistas noche



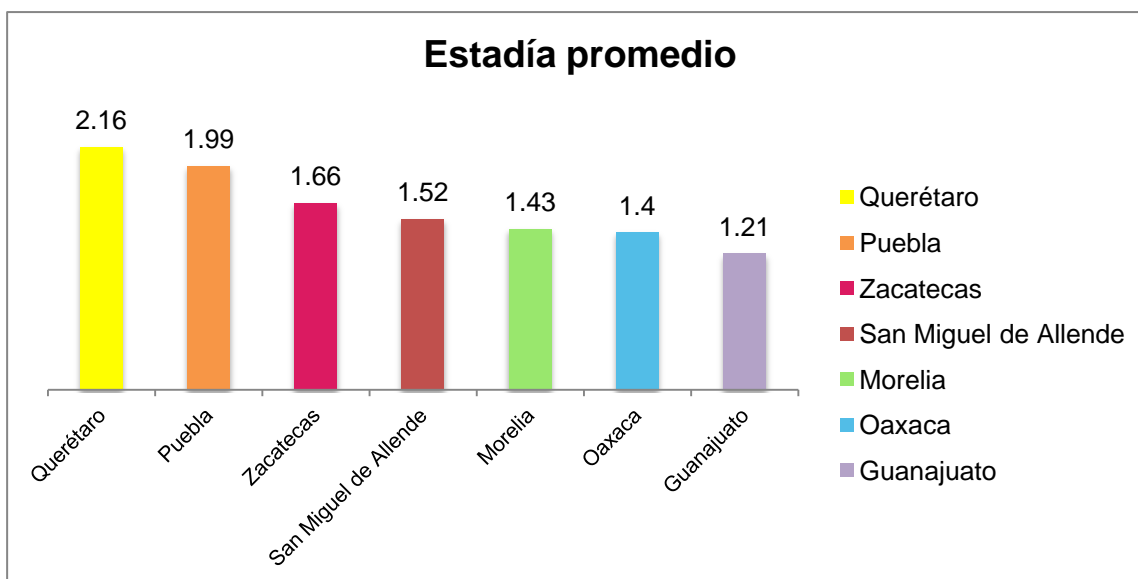
En los datos obtenidos sobre porcentaje de ocupación, se puede observar que Puebla aparece en primera posición. (Gráfica 7)

Gráfica 7 Porcentaje de ocupación en Ciudades Patrimonio



En la estadía promedio, la gráfica 8 señala que Querétaro ocupa el primer lugar (2.16 noches) seguido de Puebla (1.99 noches).

Gráfica 8 Estadía promedio en Ciudades Patrimonio



## B. Características de los visitantes

Durante la temporada de Semana Santa 2016 se realizaron 162 encuestas. Respecto a la procedencia de los encuestados, el 74.1% es turista y el 25.9% vive en Puebla.

**Tabla 3 Procedencia**

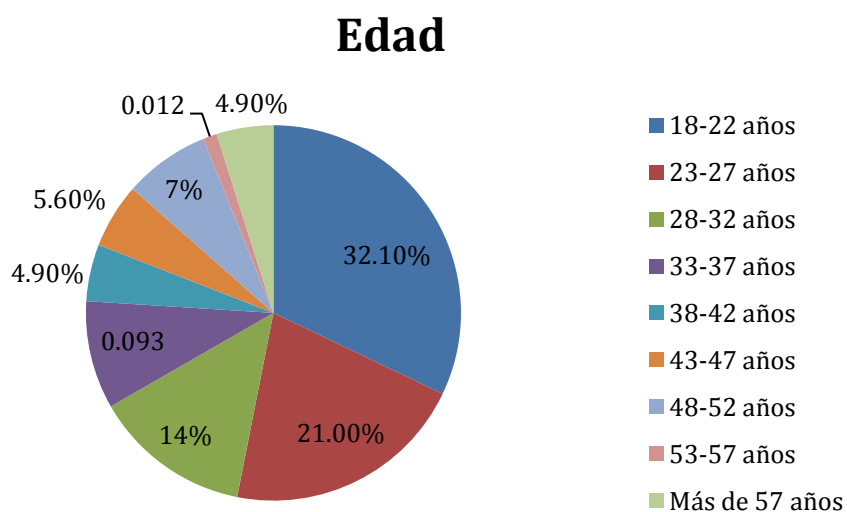
Visitante o habitante	Ct. cit.	Frec.
Turista	120	74.10%
Vivo en Puebla	42	25.90%
TOTAL CIT.	162	100%

En relación al género y edad, los datos de la muestra total indican que el 53.7% de los visitantes corresponde al género femenino y el 46.3% masculino; en cuanto a la edad, el 32.1% se sitúan en el rango de 18 a 22 años seguido de 23 a 27 años (21%) (Ver tabla 4 y gráfica 9)

**Tabla 4 Género**

Género	Ct. cit.	Frec.
Femenino	87	53.70%
Masculino	75	46.30%
TOTAL CIT.	162	100%

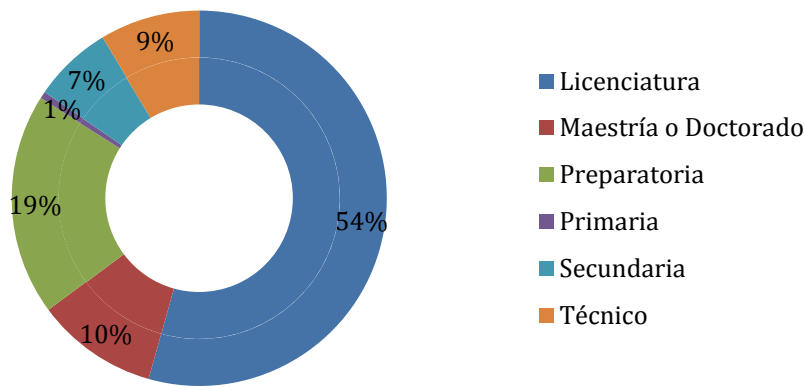
**Gráfica 9 Edad**



Se incluyó el conocer el nivel de formación de los encuestados, mostrando los resultados en la figura 4. En esta pregunta el mayor porcentaje lo ocupó la opción de Licenciatura con el 54.3 %.

Gráfica 10 Nivel de formación

Grado de estudios



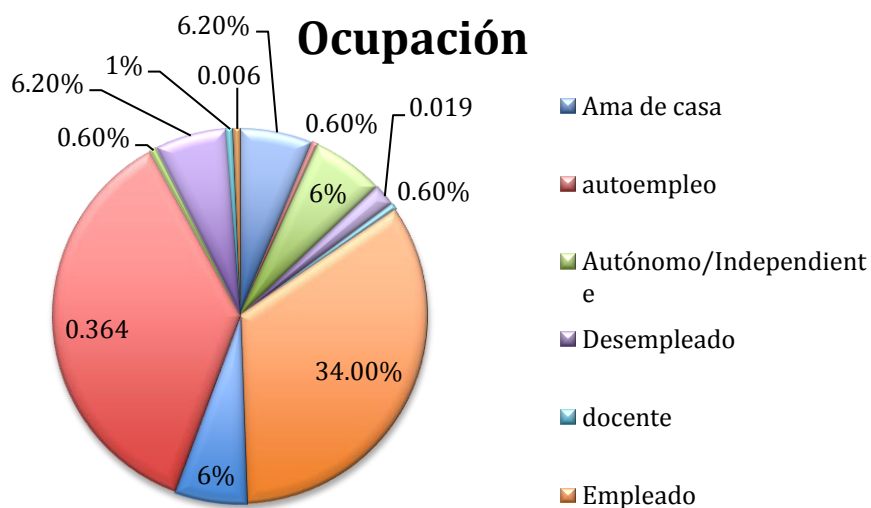
En relación al lugar de residencia, el 95.1% representa a los visitantes nacionales y el 4.9% a los visitantes extranjeros.

Tabla 5 Residencia

Lugar de residencia	Ct. cit.	Frec.
Extranjero	8	4.90%
Nacional	154	95.10%
TOTAL CIT.	162	100%

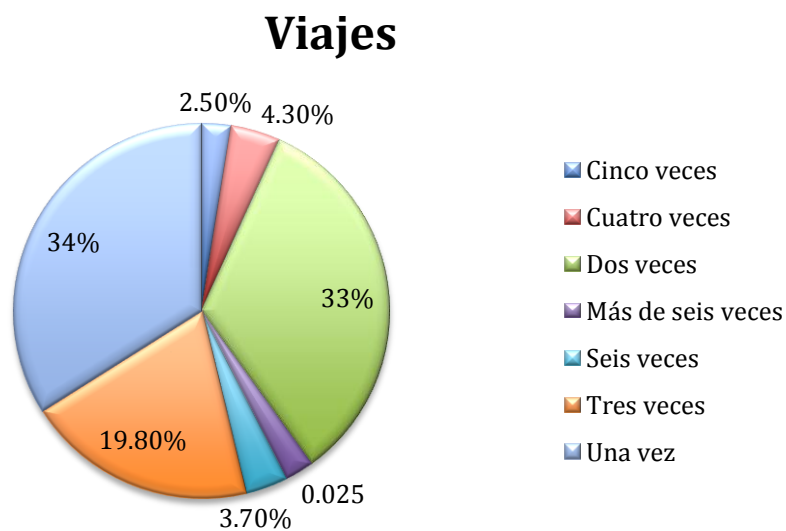
En relación con la ocupación, el 36.4% de visitantes encuestados corresponde a estudiante, seguido de empleado con un 34%.

Gráfica 11 Ocupación



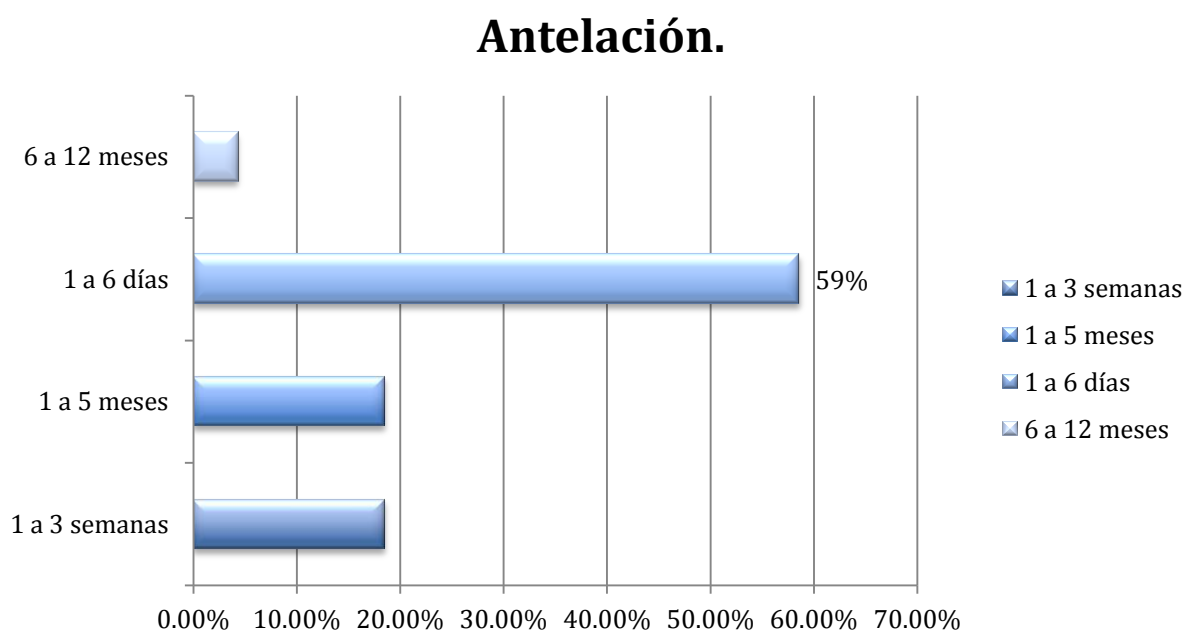
El 34% de los encuestados mencionó que acostumbra realizar un viaje al año, el 33.3% dos viajes y el 19.8% tres viajes.

Gráfica 12 Viajes de placer al año



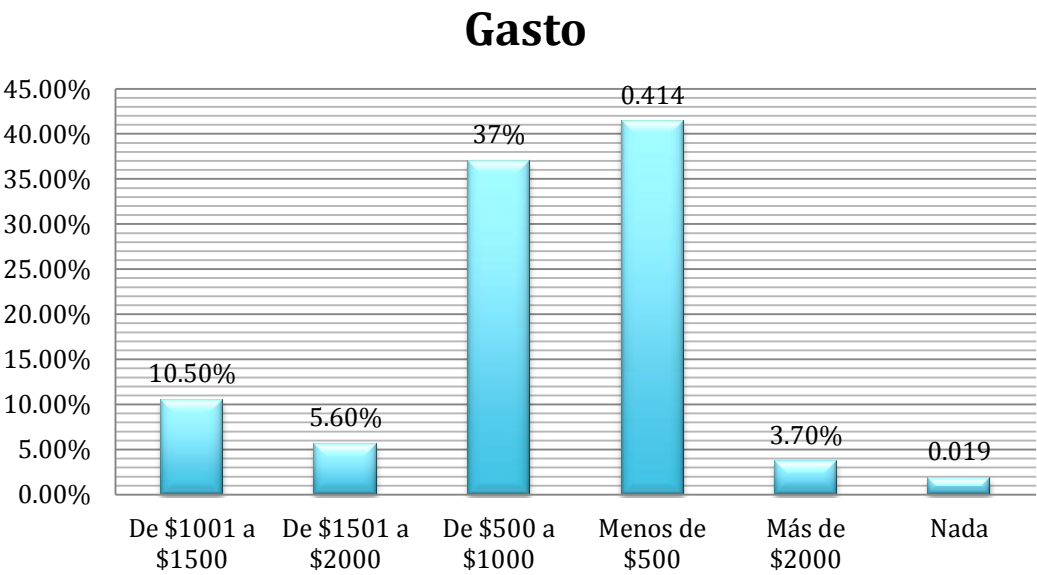
Para el análisis se agruparon las respuestas en 4 categorías (de 1 a 6 días, de 1 a 3 semanas, de 1 a 5 meses y de 6 a 12 meses). Así, en la gráfica 13 se muestran los resultados de acuerdo a las 4 categorías. En cuanto al tiempo que les lleva el tomar la decisión de viajar, el 58.6% de los encuestados respondió que toma su decisión de 1 a 6 días previos a su viaje, seguido de 1 a 3 semanas y 1 a 5 meses, cada uno con el 18.5%. Solo el 4.3% de los encuestados decidió realizar su viaje con 6 a 12 meses de anticipación.

Gráfica 13 Tiempo para tomar la decisión



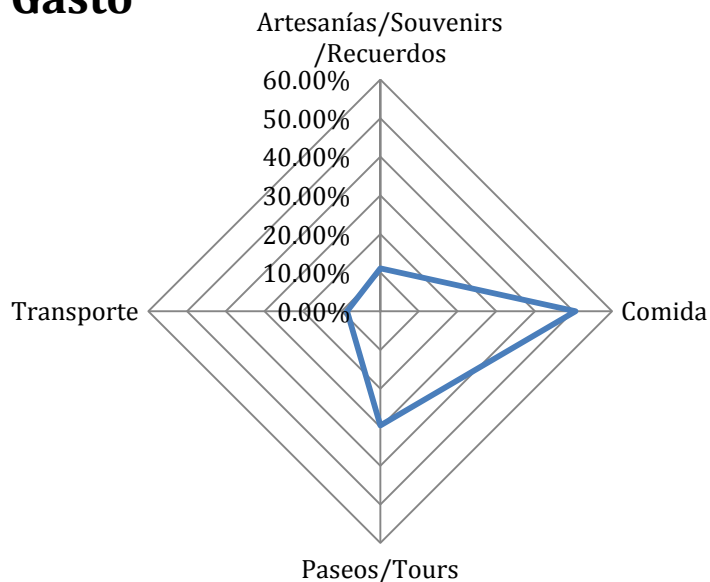
Para el 41.4% el gasto promedio diario de la temporada de Semana Santa 2016 fue de menos de \$500, mientras que el 37% mencionó que fue de \$500 a \$1000.

Gráfica 14 Gasto promedio diario por persona



Gráfica 15 Concentración del gasto

## Gasto

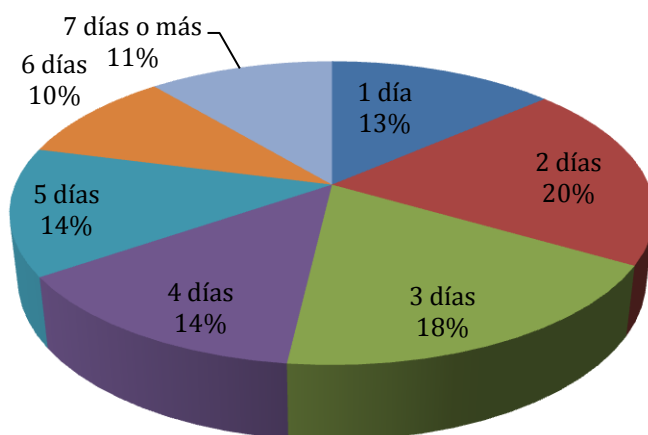


De acuerdo a los datos obtenidos de los encuestados, el 50.6% gasta más en comida, seguido de paseos o tours (29.6%).

De acuerdo a las respuestas, el 20% de los encuestados dispone de 2 días para sus vacaciones, seguido de tres días con el 18%.

Gráfica 16 Tiempo disponible para vacacionar

## Días para vacacionar





De los encuestados, el 57.4% viaja en familia, seguido del 20.4% que viaja en pareja y el 14.2% con amigos.

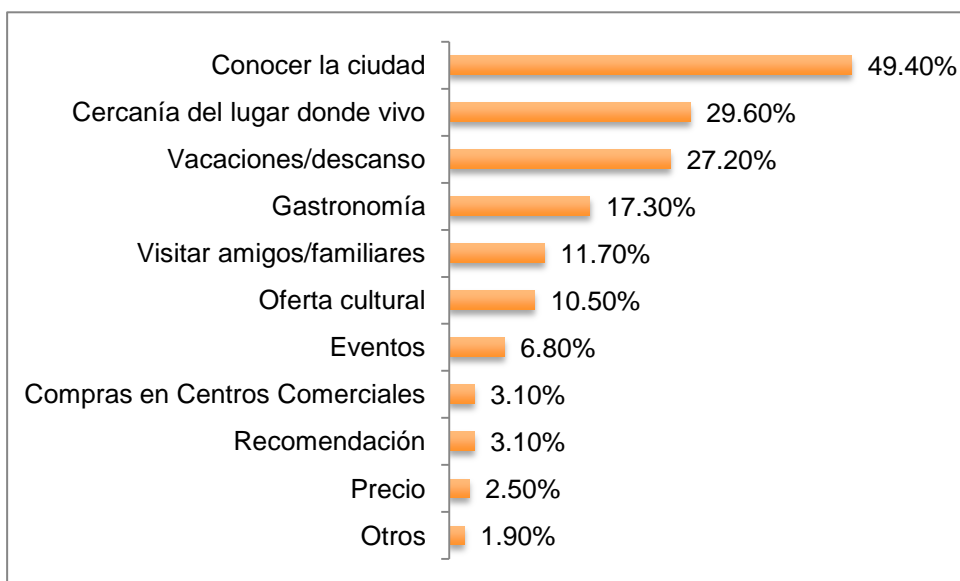
En la Tabla 4 se puede observar que el 48.20% de los visitantes viaja en grupos de 3 a 5 personas.

**Tabla 6 Forma de viaje y conformación de grupo**

Forma de viaje	Ct. cit.	Frec.
Amigos	23	14.2%
Familia	93	57.4%
Pareja	33	20.4%
<b>Solo</b>	<b>13</b>	<b>0.08</b>
TOTAL CIT.	162	100.00%
Conformación del grupo	Ct. cit.	Frec.
De 3 a 5 personas	78	48.20%
Dos personas	57	35.20%
En un grupo (más de 5 personas)	12	7%
<b>Solo</b>	<b>15</b>	<b>0.093</b>
TOTAL CIT.	162	100.00%

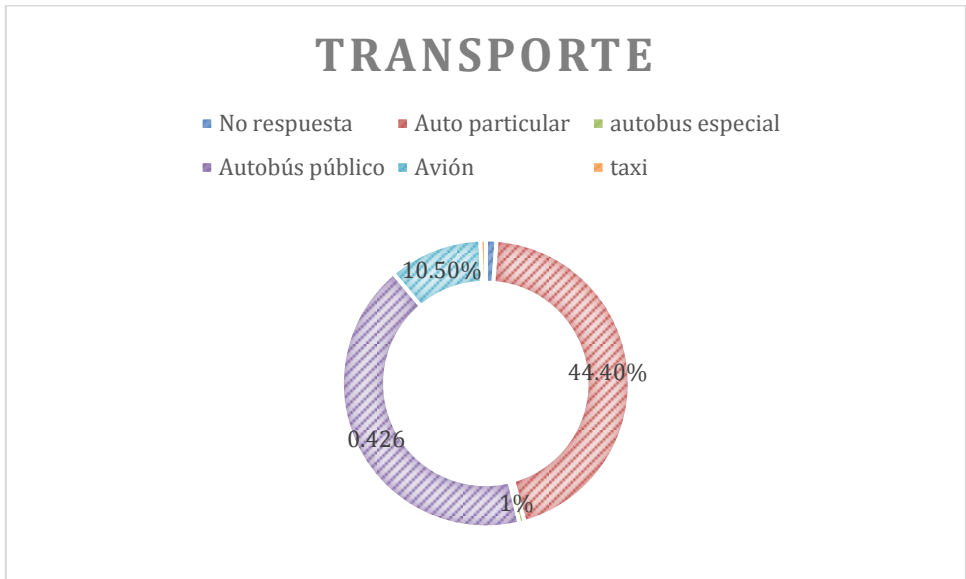
Entre los motivos para elegir la Ciudad de Puebla como destino, el 49.4% contestó conocer la ciudad, mientras que el 29.6% lo seleccionó por la cercanía del lugar donde viven y el 27.2% por vacaciones/descanso.

**Gráfica 17 Razones para visitar la Ciudad**



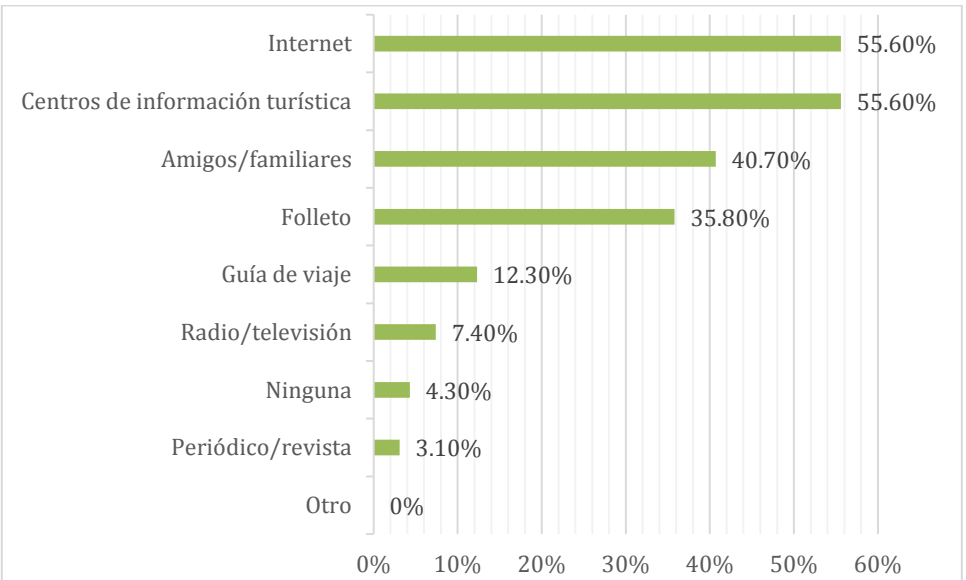
En relación al medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Puebla, los datos indican que el auto particular es el principal medio de transporte con el 44.4% de las menciones, seguido por autobús público con el 42.6%.

Gráfica 18 Medio de transporte para llegar a la Ciudad



En la siguiente figura se puede ver que las principales fuentes de información consultadas son el Internet y centros de información turística, ambos con el 55.6%; seguidos de amigos y familiares con el 40.7%.

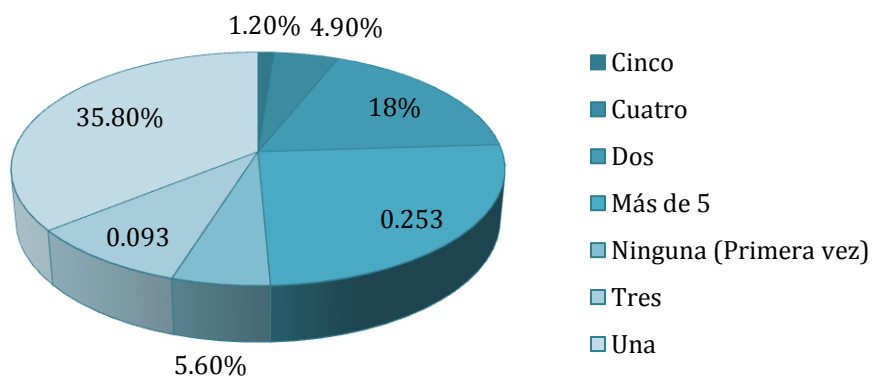
Gráfica 19 Fuentes de información en la Ciudad



El 35.8% de los encuestados ya había visitado la ciudad de Puebla una vez, el 25.3% ya había visitado la ciudad más de 5 veces, mientras que el 17.9% había estado dos veces. Por otro lado, para el 5.6% de los encuestados, en la temporada de Semana Santa 2016 realizaron su primera visita.

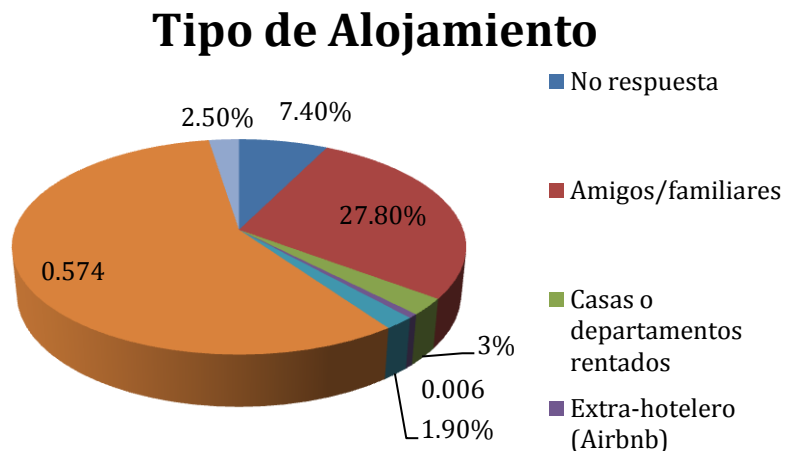
Gráfica 20 Visitas anteriores a Puebla

## Visitas anteriores



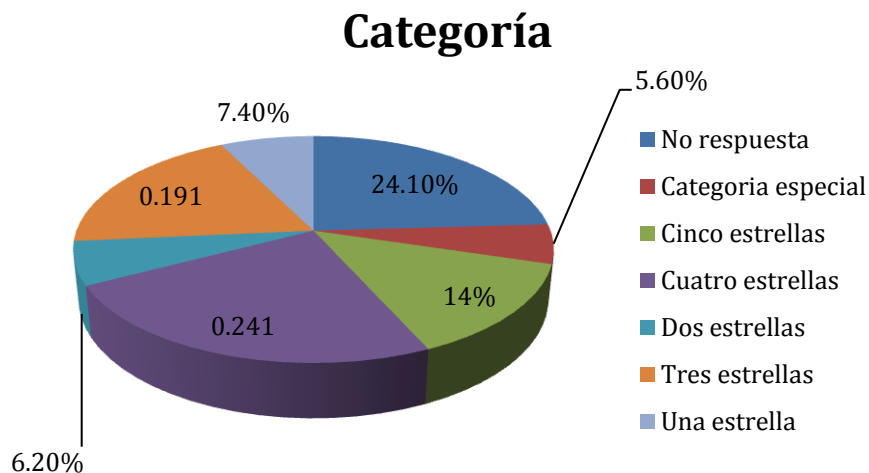
Para facilitar el estudio de las diferentes modalidades de alojamiento (figura 18), se integraron cinco grupos (hoteles, casas de familiares o amigos, casas o departamentos rentados, opción extra-hotelería Airbnb, hostel) y se incluyó la opción de no saberlo. La primera opción de alojamiento es hotel con el 57.4% y el 27.8% de los encuestados se hospeda en casas de amigos/familiares.

Gráfica 21 Modalidades de Alojamiento



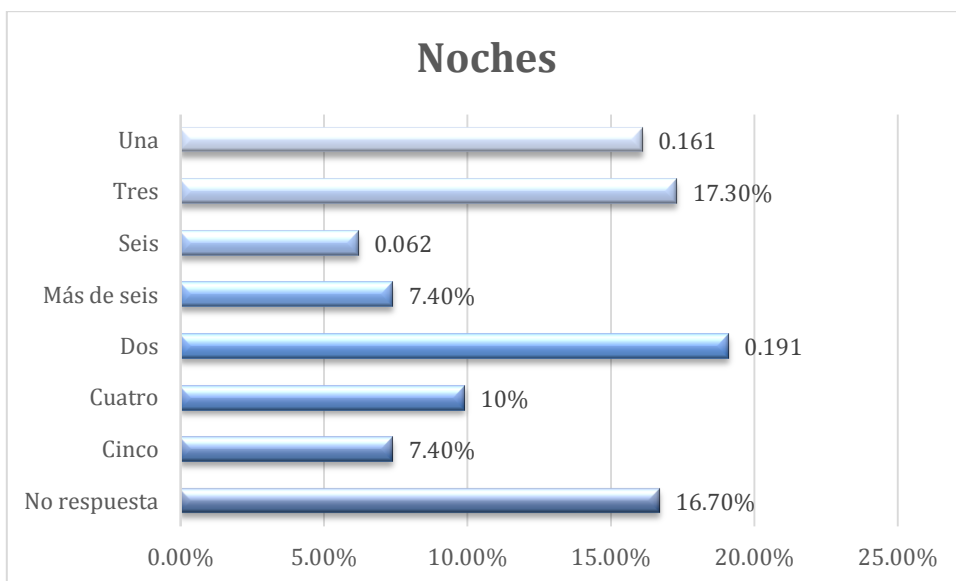
En relación a la categoría de hotel, los resultados mostrados en la figura siguiente indican concentración de pernocta en hoteles de cuatro estrellas (24.1%), seguido por hoteles de tres estrellas (19.1%)

Gráfica 22 Categoría de hotel



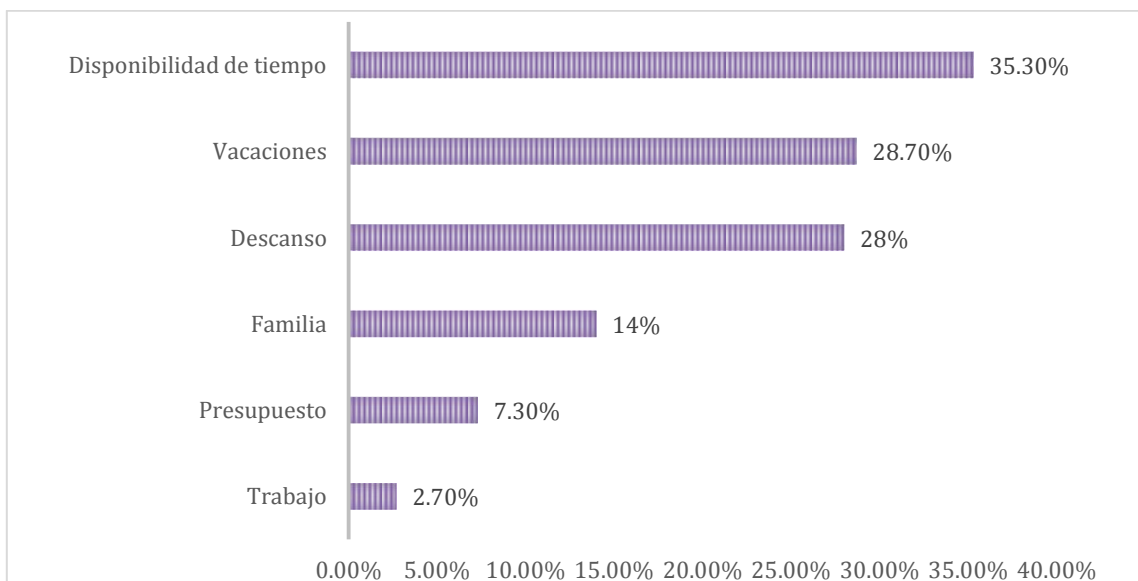
En el análisis de la duración de la estancia, los resultados de las encuestas indican concentración en dos noches (19.1%) y 3 noches (17.3%).

Gráfica 23 Noches a pernoctar



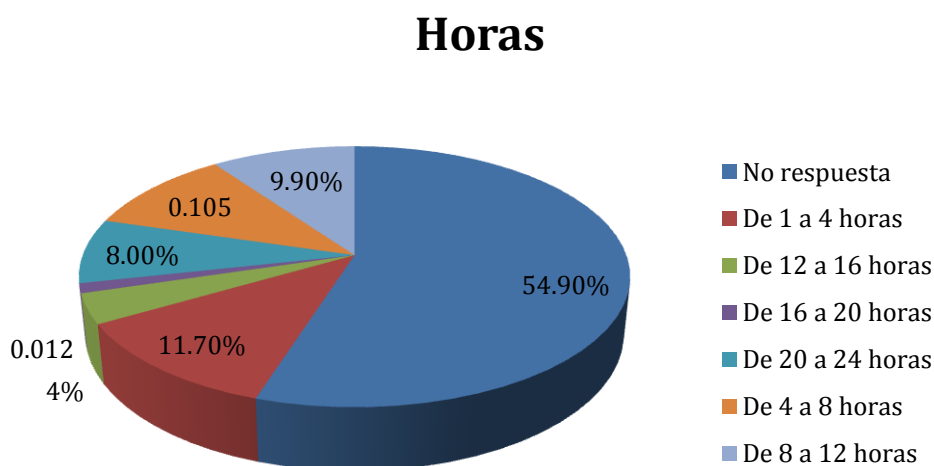
Entre las razones para permanecer cierto número de días se encuentra con el 35.3% la disponibilidad de tiempo, seguido de vacaciones con el 28.7%.

Gráfica 24 Razones para permanecer en Puebla



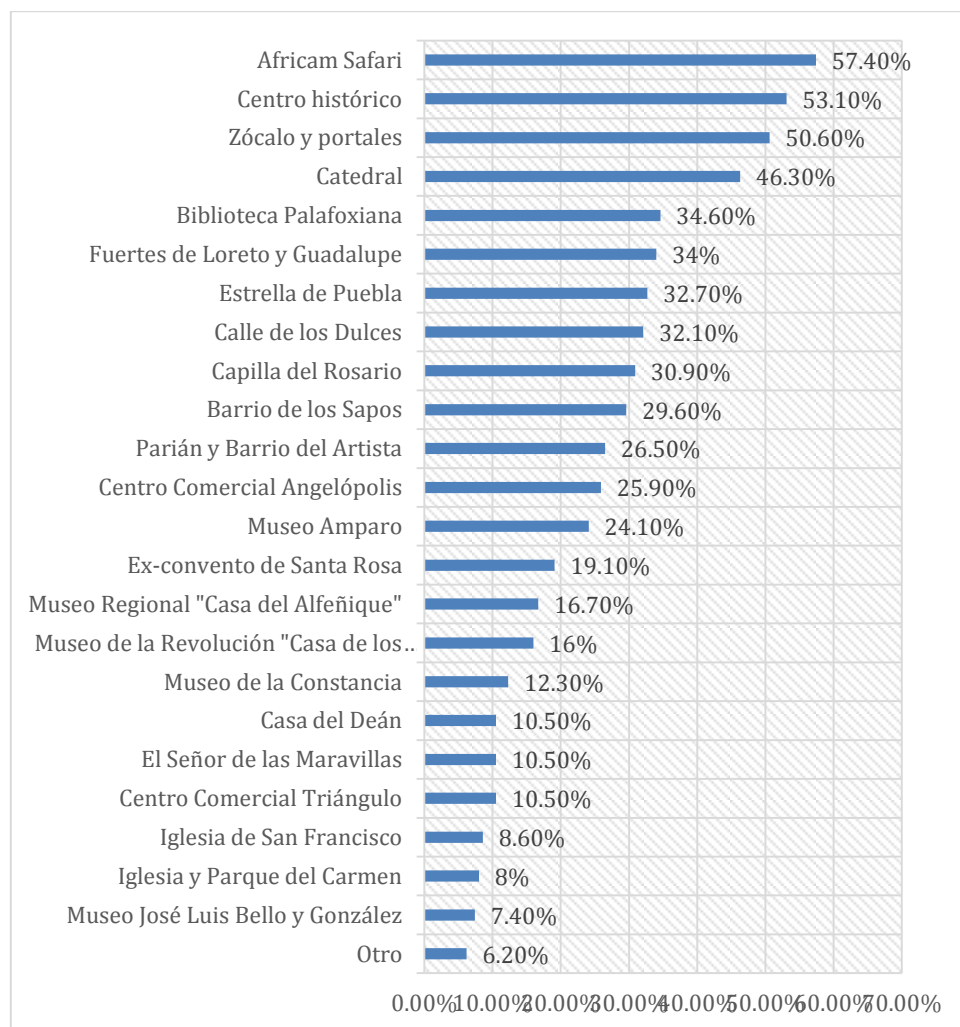
En este apartado se hace mención de las horas que los excursionistas pasan en la ciudad de Puebla. En términos generales, el 11.7% de los visitantes permanece entre 1 y 4 horas en la ciudad, seguido de 4 a 8 horas (10.5%) y de 8 a 12 horas con el 9.9%.

Gráfica 25 Excursionistas (número de horas)



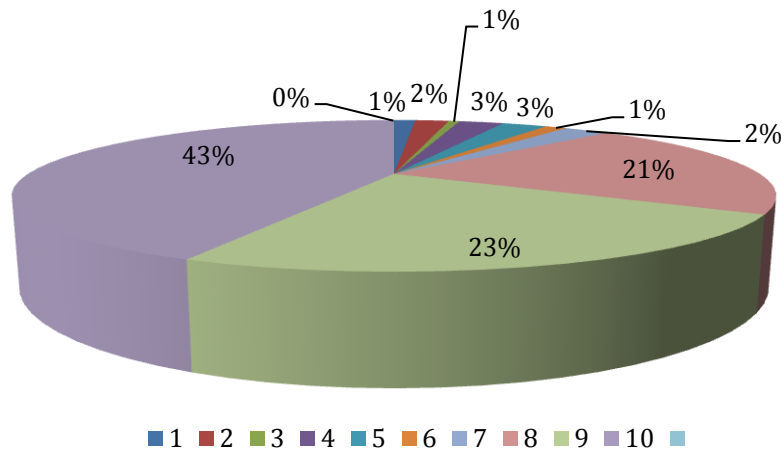
En cuanto a los lugares a visitar, el 57.4% menciona Africam Safari, seguido del Centro Histórico (53.1%) y el Zócalo y los portales (50.6%).

Gráfica 26 Lugares a visitar



De acuerdo a la opinión de los encuestados, el 43.2% calificó su satisfacción con 10, el 23.5% con 9 y el 21% con 8.

### Satisfacción en el destino



En cuanto a la intención de regresar, el 89% de los encuestados respondió positivamente, el 9.3% posiblemente y el 1.9% respondió de forma negativa.

Tabla 7 Intención de regresar a Puebla

Probabilidad de Regresar	Ct. cit.	Frec.
No	3	1.90%
Posiblemente	15	9.30%
Sí	144	89%
TOTAL CIT.	162	100

En el análisis de evaluación de la ciudad como destino turístico, se indaga sobre la percepción que los visitantes tienen sobre los siguientes apartados:

1. Amabilidad de los residentes
2. Limpieza en las calles y áreas públicas
3. Seguridad en la ciudad
4. Diversidad de atractivos turísticos
5. Servicios en módulos de información turística
6. Servicios ofrecidos por los guías de turistas
7. Mantenimiento a los atractivos
8. Relación Calidad-Precio en la ciudad



La escala es de 1 a 5, siendo:

1. Pésima
2. Mala
3. Regular
4. Buena
5. Excelente.

En cuanto a la amabilidad de los residentes, el 35.8% calificó como excelente este rubro

**Tabla 8 Amabilidad de residentes**

Amabilidad de los residentes	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	30	18.50%
1	2	1.20%
2	3	2%
<b>3</b>	<b>20</b>	<b>0.124</b>
<b>4</b>	<b>49</b>	<b>0.303</b>
5	58	35.80%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 4.20 Desviación-estándar = 0.89

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

Respecto a la limpieza en la ciudad, el 32.1% la calificó como buena.

**Tabla 9 Limpieza en la Ciudad**

Limpieza en las calles y áreas pública	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	16	9.90%
1	5	3.10%
2	13	8%
<b>3</b>	<b>32</b>	<b>0.198</b>
<b>4</b>	<b>52</b>	<b>0.321</b>
5	44	27.20%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 3.80 Desviación-estándar = 1.07

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

Según la percepción de los encuestados, el 28.4% calificó la seguridad como buena

**Tabla 10 Percepción de Seguridad**

Seguridad en las calles	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	35	21.60%
1	6	3.70%
2	9	6%
<b>3</b>	<b>32</b>	<b>0.198</b>
<b>4</b>	<b>46</b>	<b>0.284</b>
5	34	21.00%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 3.73 Desviación-estándar = 1.08

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

En cuanto a la diversidad de los atractivos turísticos, el 37.7% la calificó como excelente.

**Tabla 11 Diversidad de atractivos en la Ciudad**

Diversidad de atractivos turísticos	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	30	18.50%
1	1	0.60%
2	3	2%
<b>3</b>	<b>17</b>	<b>0.105</b>
<b>4</b>	<b>50</b>	<b>0.309</b>
5	61	37.70%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 4.27 Desviación-estándar = 0.83

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

La percepción por parte del 45.1% los encuestados sobre los servicios de los módulos de información turística fue excelente.

**Tabla 12 Servicio de Información Turística**

Servicios de los módulos	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	22	13.60%
1	2	1.20%
2	3	2%
<b>3</b>	<b>17</b>	<b>0.105</b>
<b>4</b>	<b>45</b>	<b>0.278</b>
5	73	45.10%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 4.31 Desviación-estándar = 0.87

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

En cuanto a los servicios ofrecidos por los guías de turistas, el 29.6% lo calificó como bueno.

**Tabla 13 Servicio de Guías Turísticos**

Guías	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	48	29.60%
1	2	1.20%
2	2	1%
<b>3</b>	<b>15</b>	<b>0.093</b>
<b>4</b>	<b>48</b>	<b>0.296</b>
5	47	29.00%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 4.19 Desviación-estándar = 0.86

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

En la valoración del mantenimiento de los atractivos turísticos, el 34% lo calificó como bueno.

**Tabla 14 Mantenimiento a los atractivos turísticos**

Mantenimiento de los atractivos	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	36	22.20%
1	2	1.20%
2	3	2%
3	18	0.111
4	55	0.34
5	48	29.60%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 4.14 Desviación-estándar = 0.87

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

El 32.7 % calificó como buena la relación percibida entre calidad y precio.

**Tabla 15 Percepción relación calidad/precio en Puebla**

Relación calidad/precio	Ct. cit.	Frec.
No respuesta	33	20.40%
1	4	2.50%
2	5	3%
3	28	0.173
4	53	0.327
5	39	24.10%
TOTAL CIT.	162	100.00%

Promedio = 3.92 Desviación-estándar = 0.98

La pregunta es de respuesta única sobre una escala.

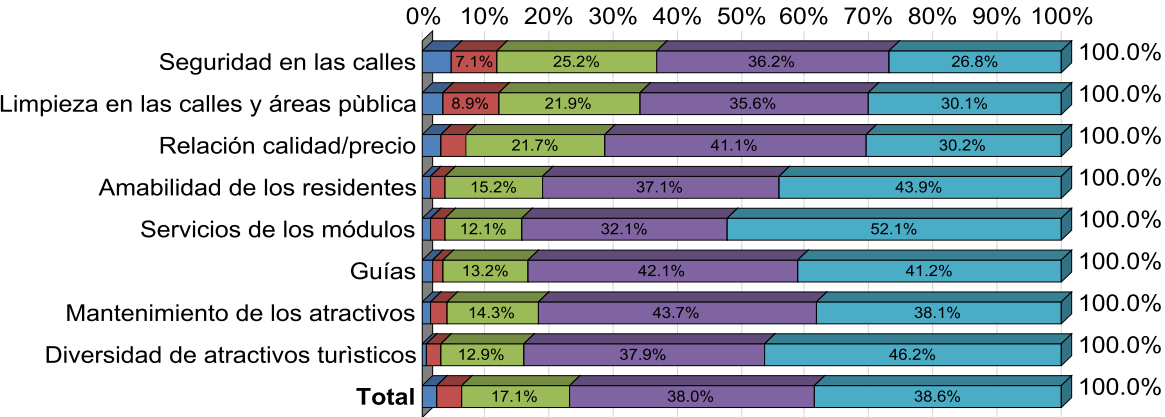
Los parámetros son establecidos bajo una notación de 1 (1) a 5 (5).

Los cálculos son realizados sin considerarse las no-respuestas.

Gráfica 28 Resumen de percepción de la Ciudad

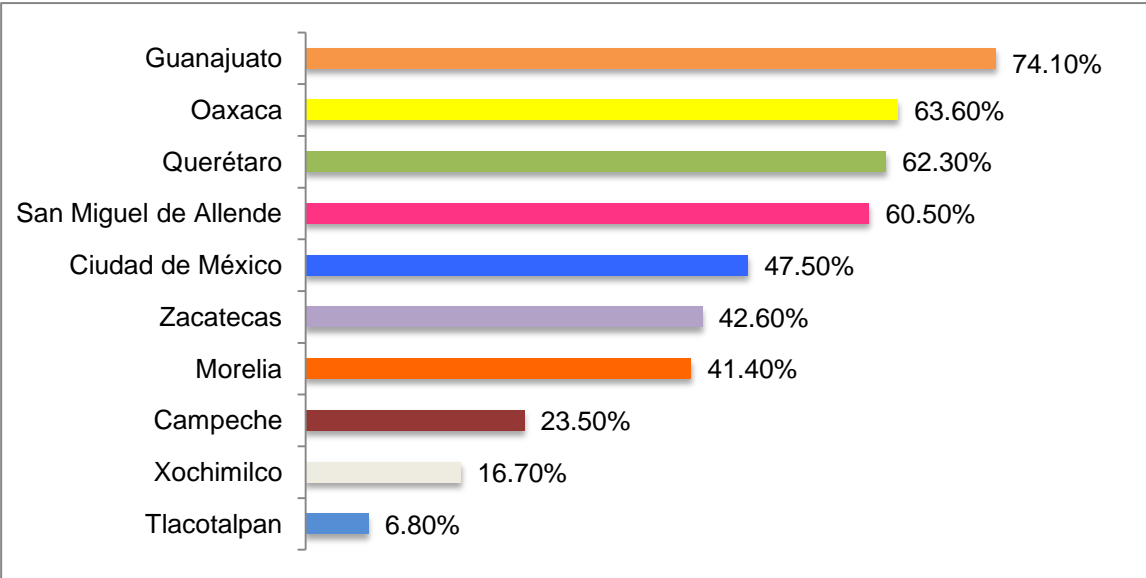
Percecion de la ciudad

	1	2	3	4	5	Total
Seguridad en las calles	4.7%	7.1%	25.2%	36.2%	26.8%	100.0%
Limpieza en las calles y áreas pública	3.4%	8.9%	21.9%	35.6%	30.1%	100.0%
Relación calidad/precio	3.1%	3.9%	21.7%	41.1%	30.2%	100.0%
Amabilidad de los residentes	1.5%	2.3%	15.2%	37.1%	43.9%	100.0%
Servicios de los módulos	1.4%	2.1%	12.1%	32.1%	52.1%	100.0%
Guías	1.8%	1.8%	13.2%	42.1%	41.2%	100.0%
Mantenimiento de los atractivos	1.6%	2.4%	14.3%	43.7%	38.1%	100.0%
Diversidad de atractivos turisticos	0.8%	2.3%	12.9%	37.9%	46.2%	100.0%
<b>Total</b>	<b>2.3%</b>	<b>3.9%</b>	<b>17.1%</b>	<b>38.0%</b>	<b>38.6%</b>	



Entre las ciudades competidoras, la ciudad que ocupa el primer lugar como adecuada para vacaciones culturales fue Guanajuato con el 74.1%, seguido de Oaxaca con 63.6% y Querétaro con 62.3%

Gráfica 29 Ciudades competidoras de Puebla



Finalmente se preguntó la opinión sobre los aspectos que consideran se pueden mejorar en la ciudad. Así, el 25.6% menciona que se debe mejorar la seguridad, el 23.08% pide mayor información turística, el 17.95% hace referencia a mejorar las calles, un 12.82% solicita mayor difusión de atractivos y lugares a visitar en la ciudad y un 5.13% opina que se deberían ampliar los horarios, por ejemplo de museos. En la siguiente tabla se encuentran las opiniones escritas por los visitantes.

Tabla 16 Opiniones de visitantes

Opiniones de visitantes
1. Mas seguridad
2. Mas seguridad
3. Nada
4. Nada
5. Más información turística
6. Más información turística
7. Ninguna así está en perfectas condiciones

8. Mayor centros de información turística por la ciudad
9. Nada
10. Que el centro de información turística sea mas fácil de encontrar
11. Calidad del servicio y seguridad pública
12. Crear más fuentes de información para dar a conocer al resto del país lo bonito y cultural que tiene la ciudad
13. Difundir más los servicios turísticos a nivel nacional e internacional. La ciudad tiene demasiado potencial para ser un atractivo lugar de visita, al igual que los lugares aledaños.
14. Mejorar transito y vialidades y vigilancia, discreción de autoridades gubernamentales
15. Mas transporte
16. Todo me parece bien
17. Nada todo está muy bien
18. Mayor difusión al interior de la república
19. Bajar precios
20. Más promoción de lugares turísticos
21. Mejoras las vías de peatones
22. Mayor promoción y mejor marketing
23. Quitar a los ambulantes y personas pidiendo limosna, mejor que el gobierno les de trabajo dándole limpieza y mantenimiento a los lugares turísticos
24. Mas orden en la ciudad
25. Cuidar mejorar los lugares por parte del municipio y también de las personas
26. Abrir más temprano las oficinas y lugares de interés
27. La seguridad en calles fuera de la redonda, abrir días festivos por lo menos díasén las instalaciones tengan los horarios y días de apertura de los museos
28. Campañas publicitarias
29. Poner más plazas en la ciudad, mejorando la calidad de las visitas extranjeras y nacionales, para mayor diversidad.
30. Paquetes vacacionales accesibles y con mayor propaganda.
31. Promover una verdadera oferta cultural
32. Creación de eventos sociales y culturales
33. Mas hospitalidad
34. Tener mayor oferta de lugares accesibles y de calidad para hospedarse
35. Tener una mayor publicidad y un mejor trato hacia los turistas
36. Tener limpias las calles
37. Pues... Solo que haya menos trafico todo es excelente en la ciudad
38. Me gustaría que existiera más atención en cuanto a cuidar la calidad de las cosas y su debido mantenimiento.
39. Q le pongan más empeño que haya mas vigilancia y sobretodo más seguridad y más puntos con conexión a wifi para comunicarse con nuestros familiares

40. Capacitar a los policías que deambulan por el centro histórico para dar información asertiva acerca de los sitios de mayor interés turístico. Tal vez algunos deberían ser bilingües para atender a los turistas extranjeros, tengo la impresión de que vienen turistas europeos a esta ciudad.
41. Seguridad
42. Que no cobren tan caro
43. Nada ya que su amabilidad es grande
44. Más publicidad sobre los eventos y lugares turísticos
45. Ofrecer precios accesibles
46. Mejorar las calles de la ciudad (limpieza, repavimentación)
47. Mayor vigilancia protegiendo a los turistas para que ellos puedan regresar, mejorar la limpieza de la ciudad.
48. Mas barato y mas comida barata ☺
49. Mejorar la seguridad pública
50. Que las personas que se encuentran en módulos informativos, conozcan y sepan explicar lo que se solicita, porque a veces no saben de lo que se les preguntan.
51. Seguridad
52. Agregar más puntos de información en la ciudad
53. Mas publicidad, me hubiese gustado saber más acerca de las atracciones de puebla antes de llegar, que descubrirlas en el momento.
54. Mas espacios para niños
55. Costos más accesibles en los tours
56. Promoción
57. Mejorar las calles
58. Sexo
59. Mayor difusión de centros turístico en tv
60. Los precios sean más accesibles en zonas de recreo
61. Nada está muy bien
62. Una mejor logística
63. Tener más lugares como este establecimiento repartidos por hoteles, catedrales etc.
64. Mejorar la seguridad
65. Mejorar las calles hay muchos baches
66. Considerar al automovilista en las fotomultas.
67. Mejorar la limpieza en general
68. Internet, tv.
69. Mas baños
70. Ninguno
71. Bajar precios
72. Tener limpieza en las calles
73. Mas módulos de información



74. Mayor difusión y considerar al turismo nacional en los descuentos de las entradas a los museos
75. Luminaria
76. Darle mas difusión a los lugares turísticos con los que cuenta
77. Nada todo me parece bueno
78. Ampliar horarios de atractivos turísticos
79. Ampliar los espacios recreativos
80. Me parece un lugar muy bonito e histórico, hay buena afluencia turística.
81. La seguridad en el estado
82. Más lugares que visitar y más policías en las calles del centro histórico y alrededores
83. Nada
84. Más publicidad