

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Experiencia de viaje y nivel de satisfacción de los visitantes nacionales a Baja California (septiembre 2013)

Dra. Nora L. Bringas Rábago
Coordinadora general
nbringas@colef.mx



Tijuana, B. C., 2013

Introducción



Con el objetivo de dar continuidad al análisis de los gustos y preferencias de los visitantes nacionales que visitan la entidad, el *Observatorio Turístico de Baja California* se da a la tarea de generar y actualizar constantemente dicha información.

En este trabajo se presentan los resultados sobre la **experiencia de viaje y el nivel de satisfacción** de los visitantes nacionales que llegaron al estado durante el mes de **septiembre de 2013**.

Acotación metodológica

Puntos de muestreo:
Central de autobuses
Aeropuertos

Conteo de flujos
Cédula filtro y
aplicación de
cuestionario

Cuestionarios
efectivos: 781
Nivel de confianza: 95 %
Margen de error: 5 %

Total de
visitantes
estimados:
95,544



Objetivo general

Conocer el tamaño y las características del mercado real de turistas nacionales en B.C. que regresan a su lugar de residencia habitual por vía aérea o terrestre, a través de las ciudades de Mexicali, Tecate y Tijuana.



Diseño y marco muestral

- Esquema de muestreo probabilístico, bietápico y por estratos.
- A partir de itinerarios de salida de los vuelos nacionales de Mexicali y Tijuana, así como corridas de autobuses en las terminales de Mexicali, Tecate y Tijuana.
- Selección aleatoria de entrevistados para la aplicación de la cédula filtro y cuestionario.

Población objetivo

- Persona de 15 años o más, con residencia habitual en una ciudad de México diferente a la de la aplicación del cuestionario.
- No trabajó o realizó actividades remuneradas en la ciudad de referencia.
- Utilizó servicios y/o realizó actividades consideradas turísticas.

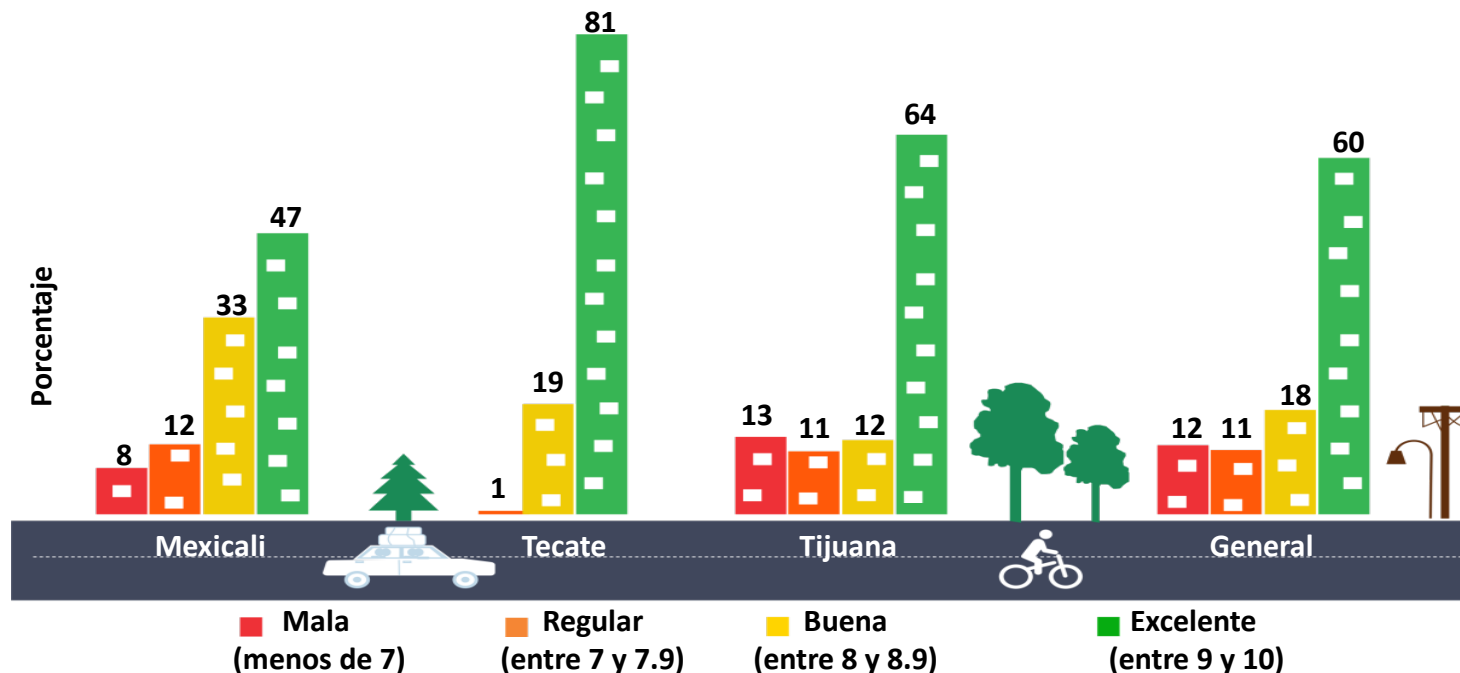
Fecha del levantamiento: del 01 al 30 de septiembre del 2013



**Experiencia de viaje y
nivel de satisfacción
de los visitantes
nacionales en
Baja California**

Evaluación del destino

Imagen urbana por municipio*

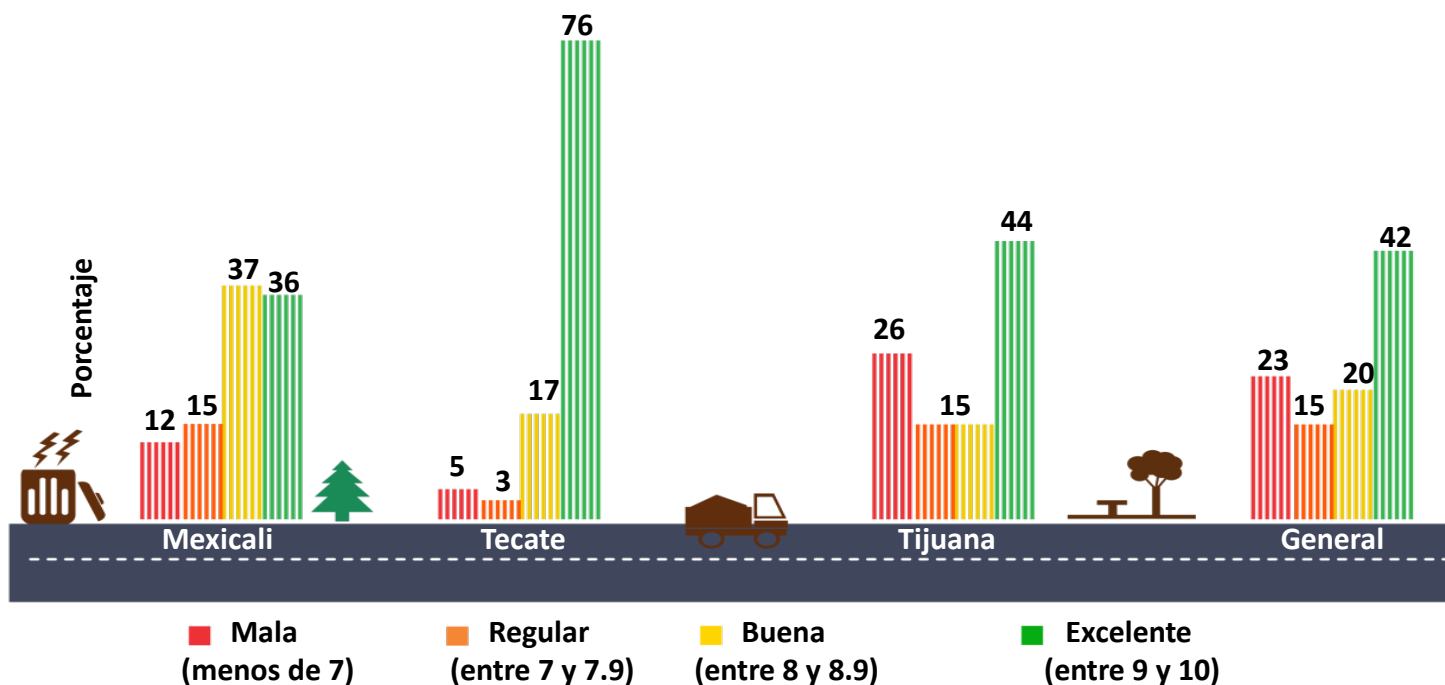


La **imagen urbana** fue evaluada **mayoritariamente** como **excelente**, el **60 %** de los visitantes nacionales otorgaron calificaciones entre **9 y 10** a este atributo. En **Mexicali**, aunque un porcentaje menor otorgó dicha valoración (**47 %**), el **33 %** consideró que la imagen urbana de la ciudad fue **buena**. En **Tijuana** se registró el mayor porcentaje de visitantes que consideró que la **imagen** fue **mala**, aunque éstas solo alcanzaron el **13 %** de las respuestas.

*Debido al redondeo, algunos valores de las gráficas no suman 100 %.

Evaluación del destino

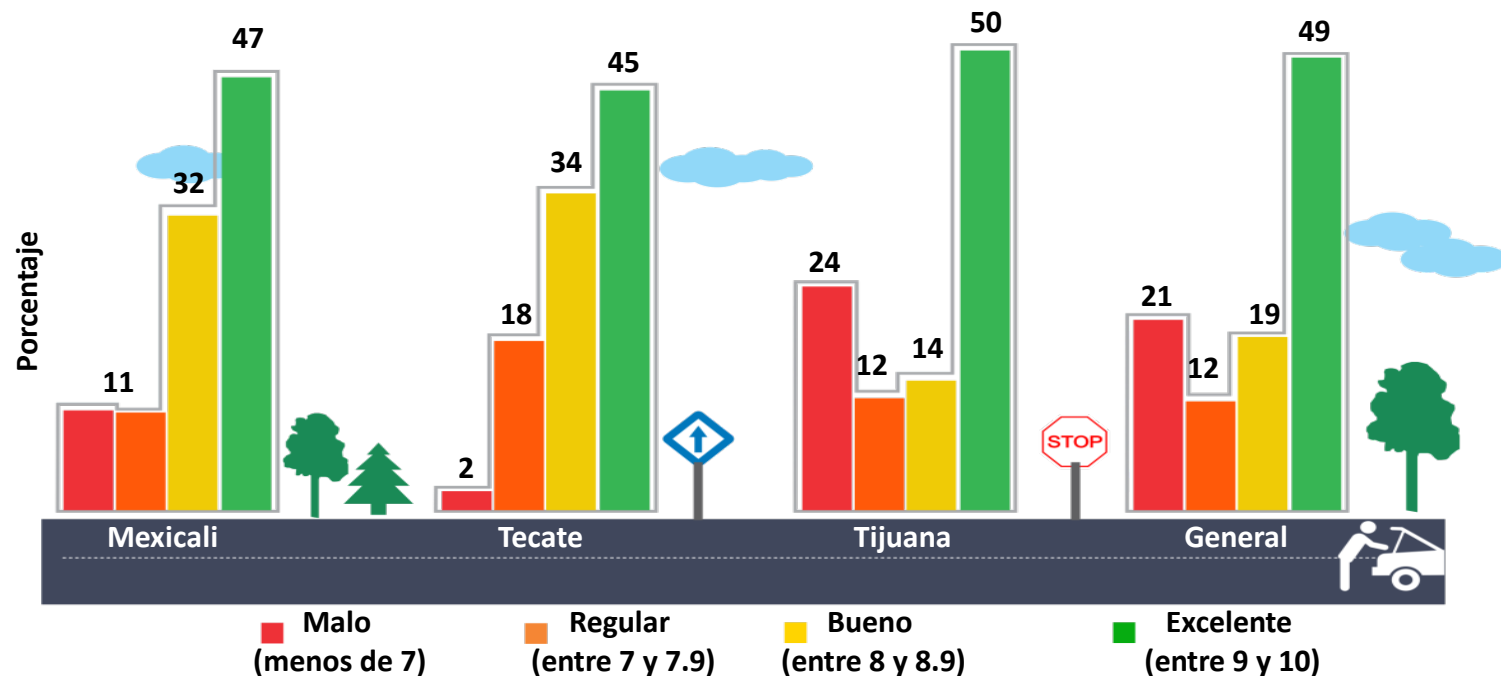
Limpieza de las calles y áreas públicas por municipio



La **limpieza de las calles y áreas públicas** de las distintas ciudades en Baja California fue evaluada de manera diversa. Si bien la mayor proporción consideró que fue **excelente (42 %)**, el **23 %** consideró que la ciudad visitada estaba sucia. **Tecate** fue mencionada como la ciudad **más limpia (76 % excelente)** y **Tijuana** como la **más sucia (26 % mala)**.

Evaluación del destino

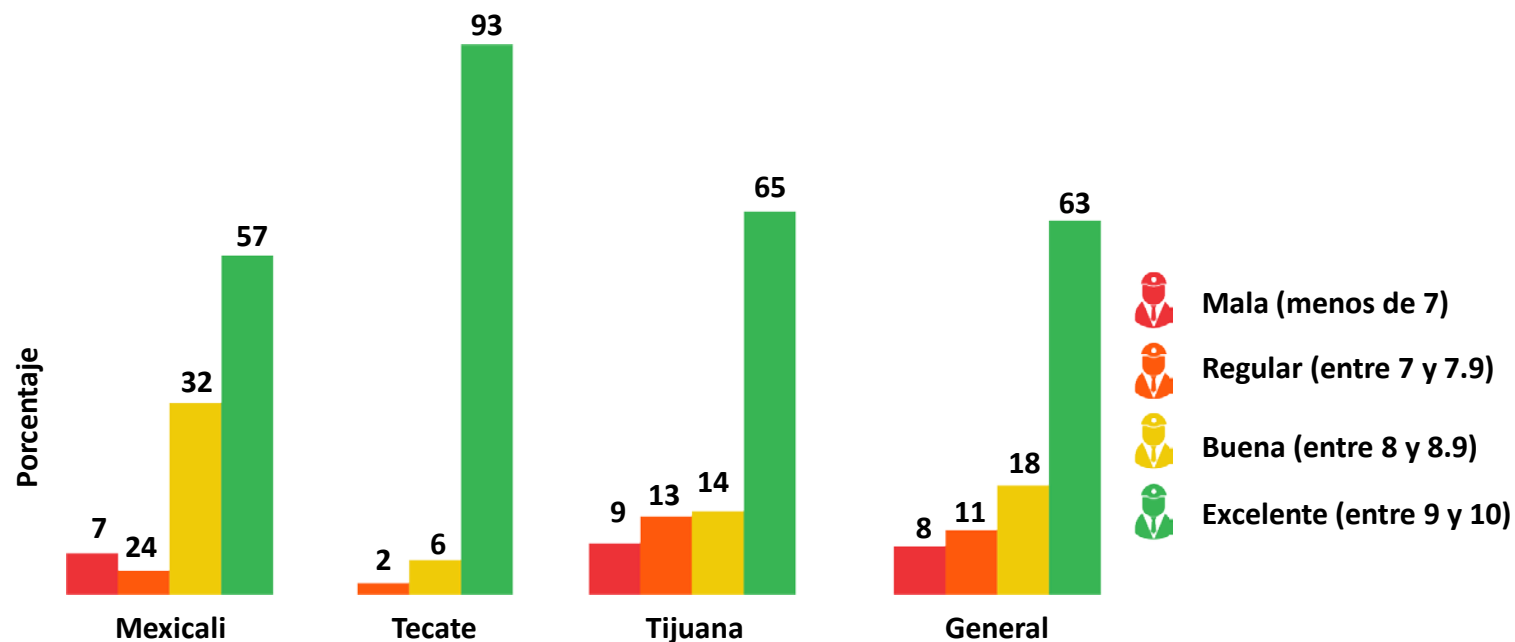
Estado de los caminos y carreteras por municipio



El **estado de los caminos y carreteras** fue percibido por una gran proporción de los visitantes nacionales como **excelente (49 %)**, esto se reflejó de la misma manera en las demás ciudades, especialmente en **Tijuana (50 %)**, aunque en esta misma ciudad se encontró el mayor porcentaje de visitantes que valoró este atributo como **malo (24 %)**.

Evaluación del destino

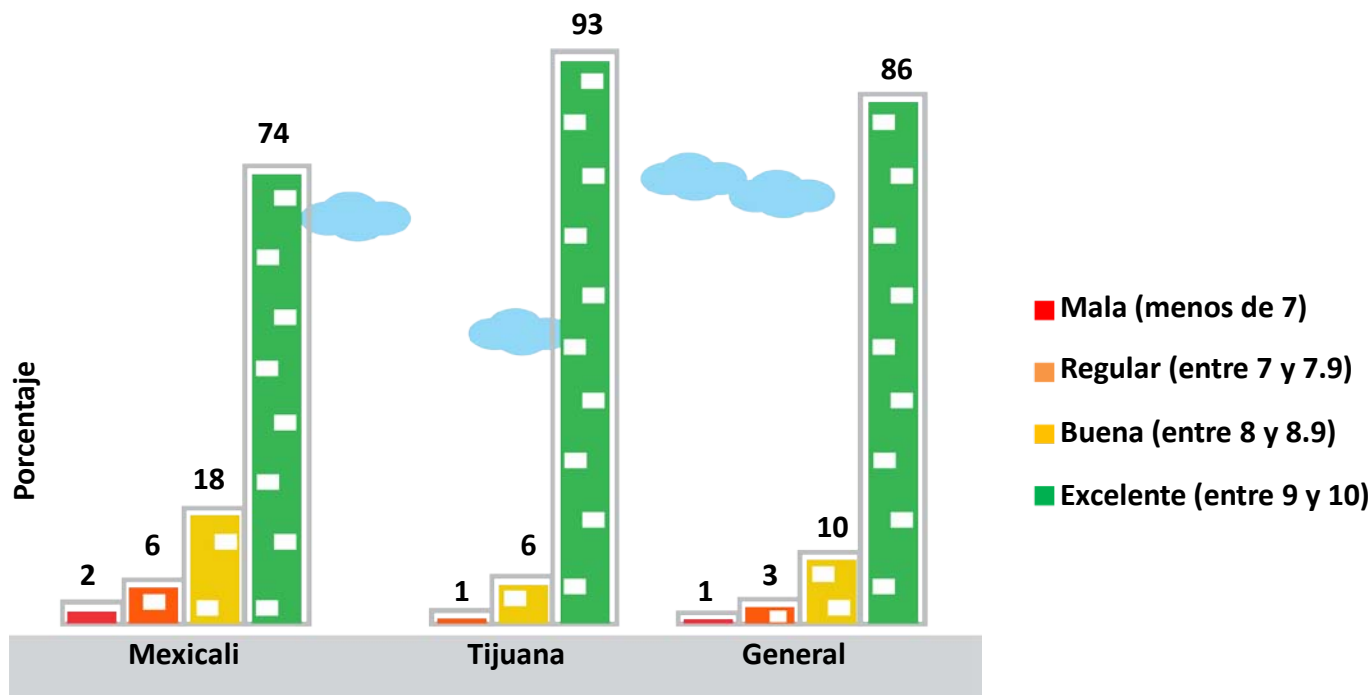
Percepción de la seguridad por municipio



El **63 %** de los visitantes nacionales **percibió de manera excelente la seguridad en Baja California**. **Tecate** fue donde se percibió más seguridad (**93 %**) y **Tijuana** resultó la ciudad con **más menciones de inseguridad (9 %)**.

Evaluación del destino

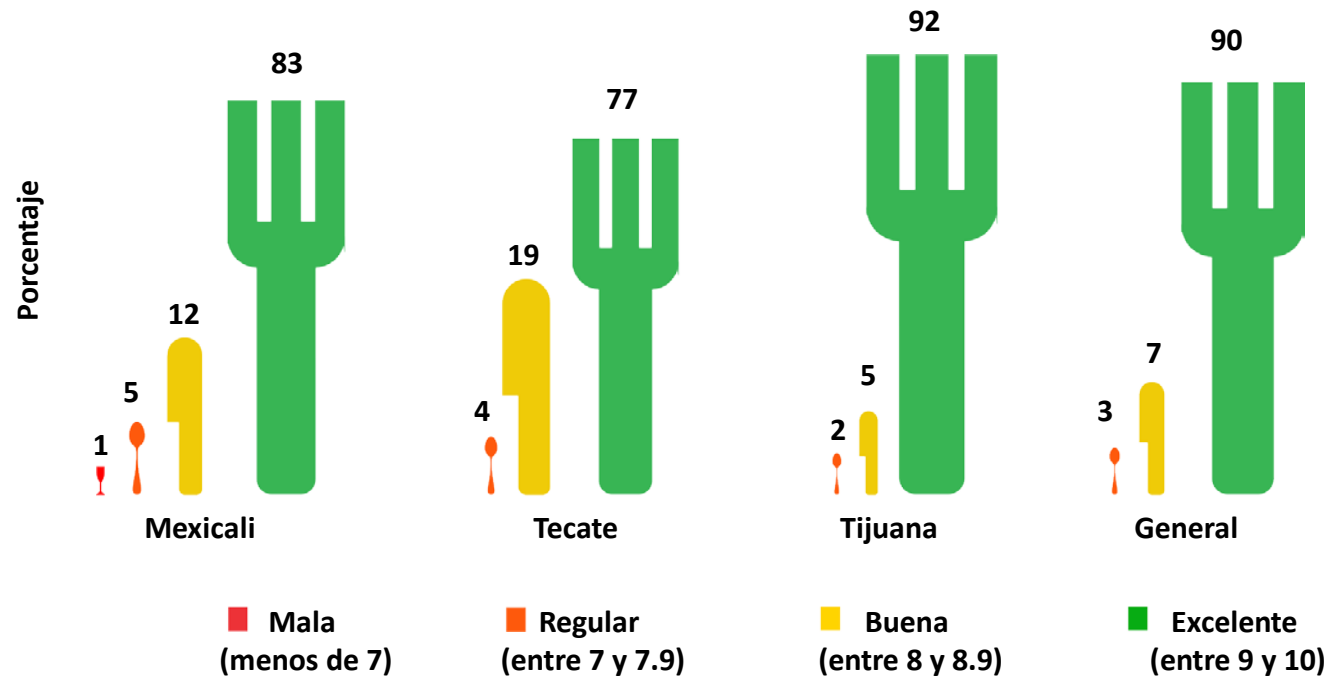
Calidad de los servicios de alojamiento por municipio



Los visitantes nacionales que utilizaron **hotel o motel** evaluaron la **calidad** de este servicio como **excelente (86 %)**, mientras que para el **10 %** fue **buena**. Esto infiere que **la mayoría de los visitantes se fueron satisfechos con el servicio recibido**. Resalta que las visitas a **Tecate** en septiembre **no realizaron pernocta en hotel o motel**.

Evaluación del destino

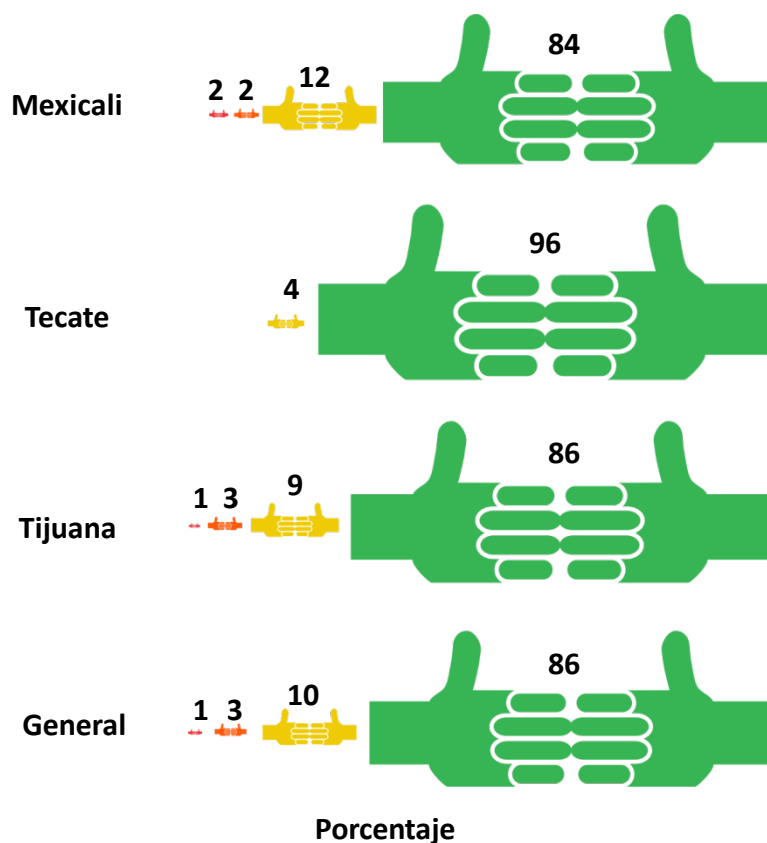
Calidad de los restaurantes por municipio



En general, los visitantes nacionales evaluaron como **excelente** la **calidad de los restaurantes** visitados (**90 %**), sobre todo en **Tijuana** (**92 %**). Resalta que el **19 %** de los visitantes en **Tecate** consideraron este atributo como **bueno**.

Evaluación del destino

Hospitalidad por municipio

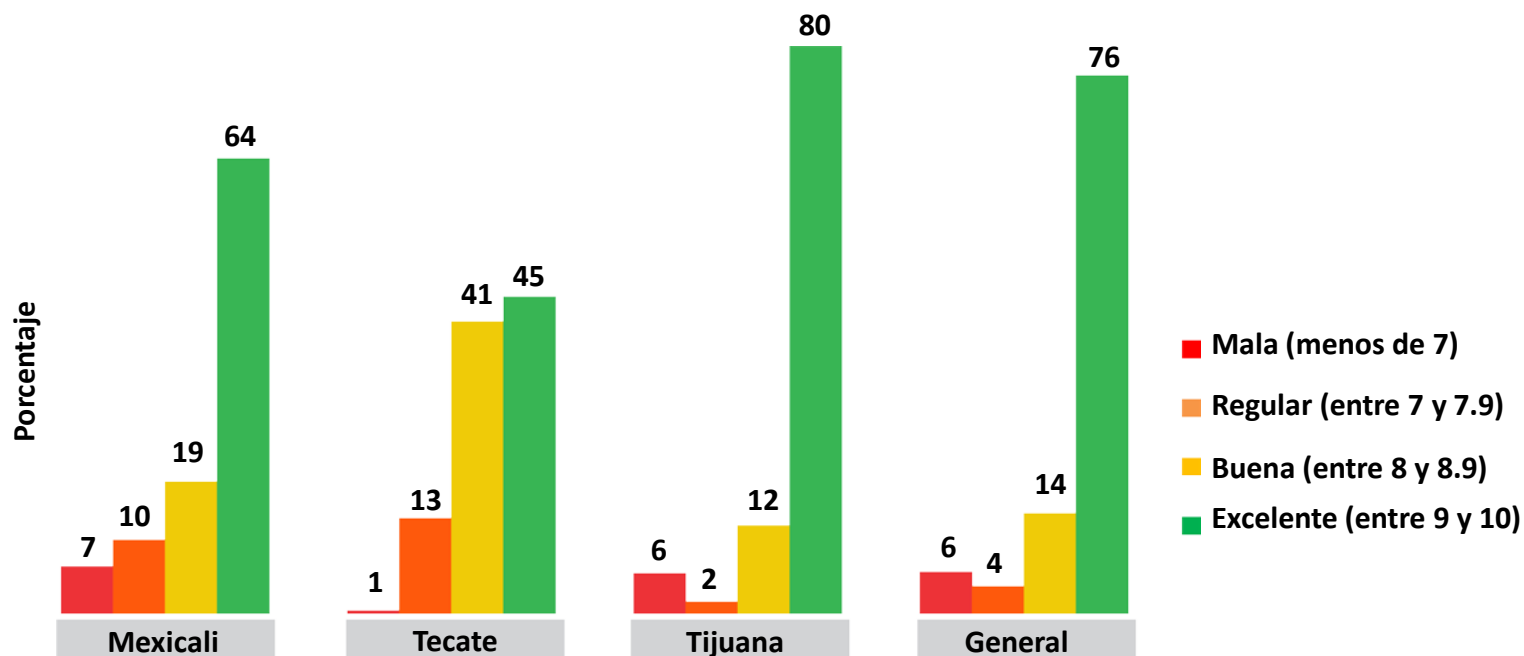


La **hospitalidad** de la población local siempre es digna de mencionar, pues en el **86 %** de los casos ésta se consideró **excelente**; sobre todo en **Tecate (96 %)**.

- Mala (menos de 7)
- Regular (entre 7 y 7.9)
- Buena (entre 8 y 8.9)
- Excelente (entre 9 y 10)

Experiencia de viaje

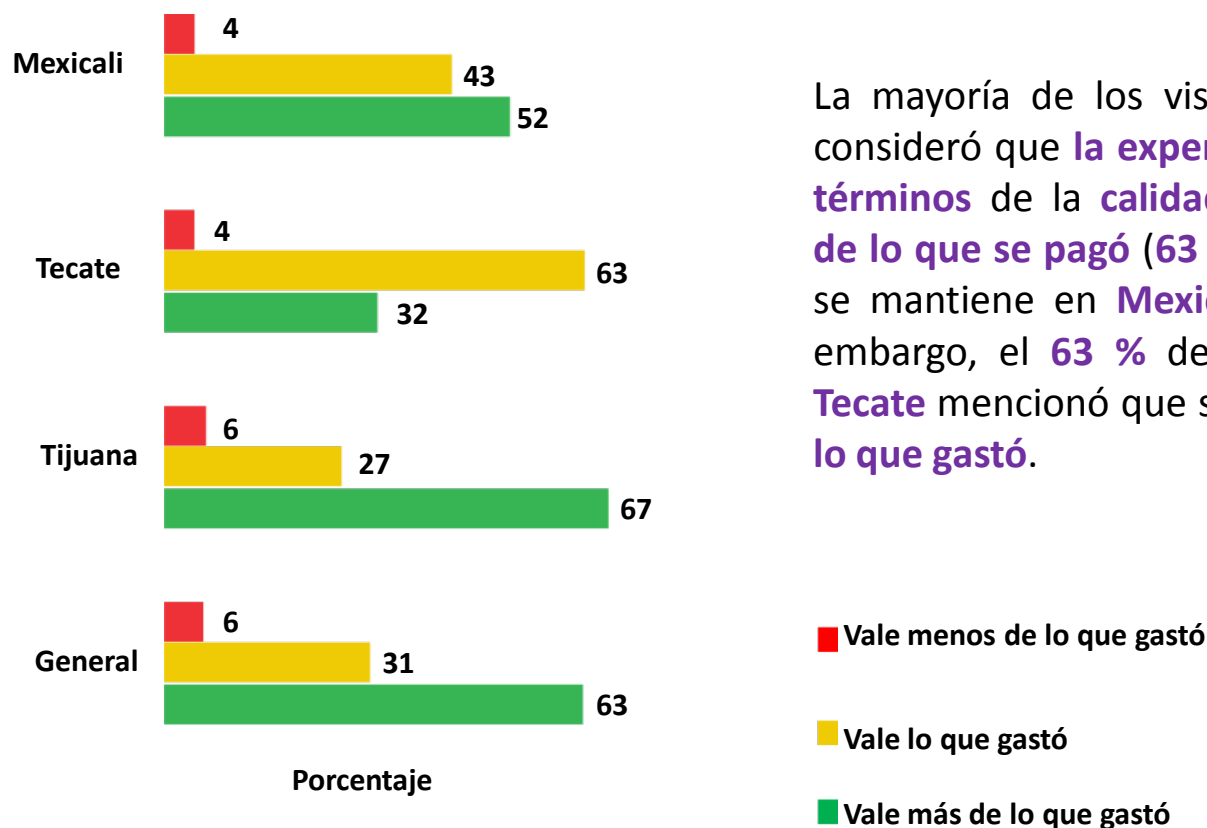
Experiencia de viaje por municipio



La **experiencia de viaje** fue evaluada de manera **positiva** por la mayoría de los visitantes nacionales, otorgando el **76 %** de los casos **valoraciones excelentes** y el **14 %** la catalogó como **buena**. Las valoraciones **malas** y **regulares** apenas alcanzaron el **10 %** de las respuestas.

Experiencia de viaje

Relación calidad-precio por municipio



La mayoría de los visitantes nacionales consideró que **la experiencia de viaje en términos de la calidad-precio vale más de lo que se pagó (63 %)**. Esta tendencia se mantiene en **Mexicali y Tijuana**, sin embargo, el **63 %** de los visitantes en **Tecate** mencionó que su experiencia **vale lo que gastó**.

Nivel de satisfacción



El **índice de satisfacción global** proporciona una aproximación sobre la apreciación que los visitantes se llevan sobre algunos bienes y servicios recibidos en el destino.

En cuanto a los **visitantes nacionales** durante el mes de **septiembre de 2013**, éstos identificaron **16 atributos** del destino **que los dejaron totalmente satisfecho**.

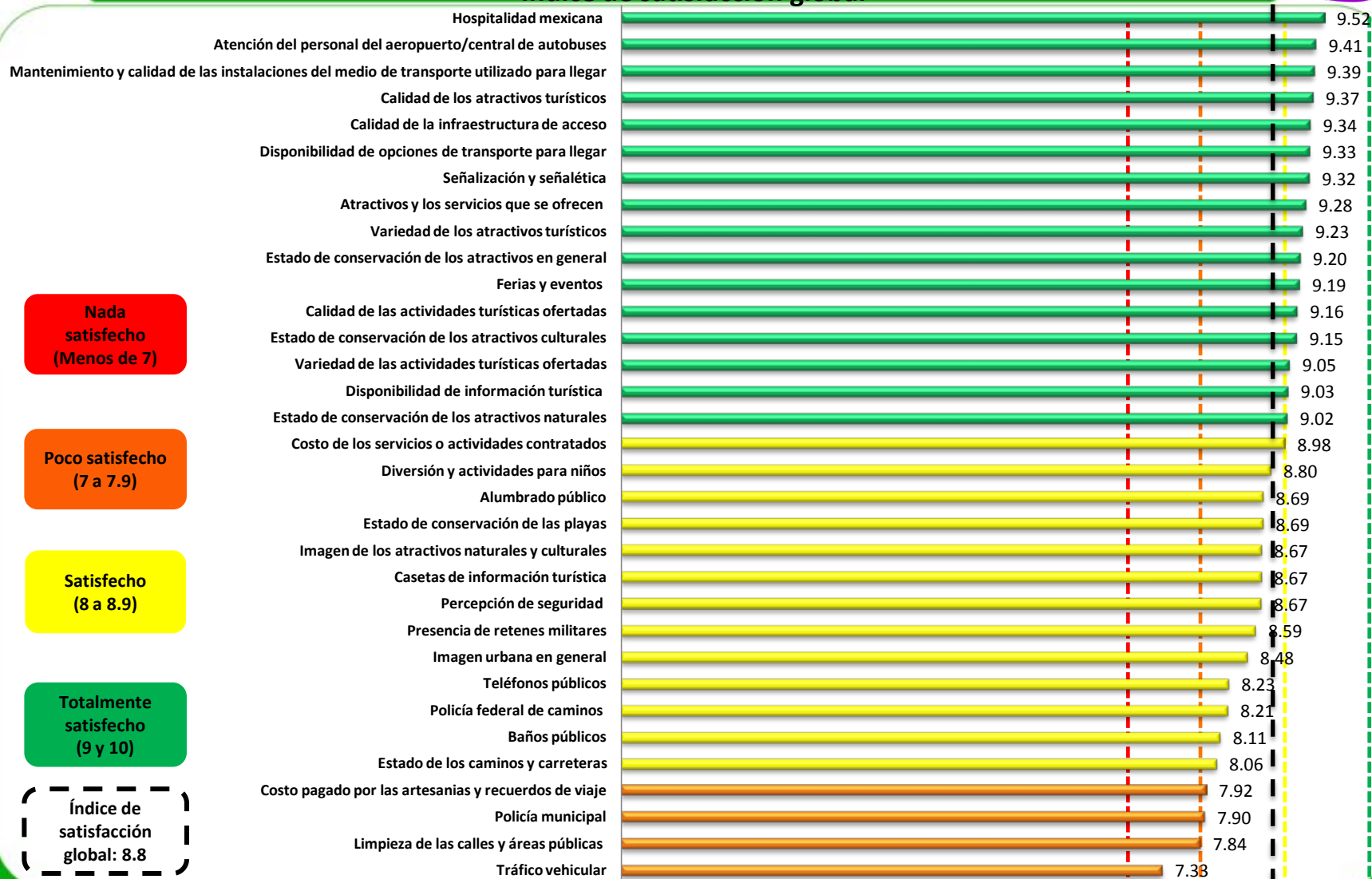
Además, **13 variables** se ubicaron en la escala de **satisfechos**, y sólo **cuatro** se catalogaron como **poco satisfecho**. Ninguna variable cayó en el rango de nada satisfecho.

En las siguientes diapositivas se presentan las gráficas con los principales resultados.

Nivel de satisfacción



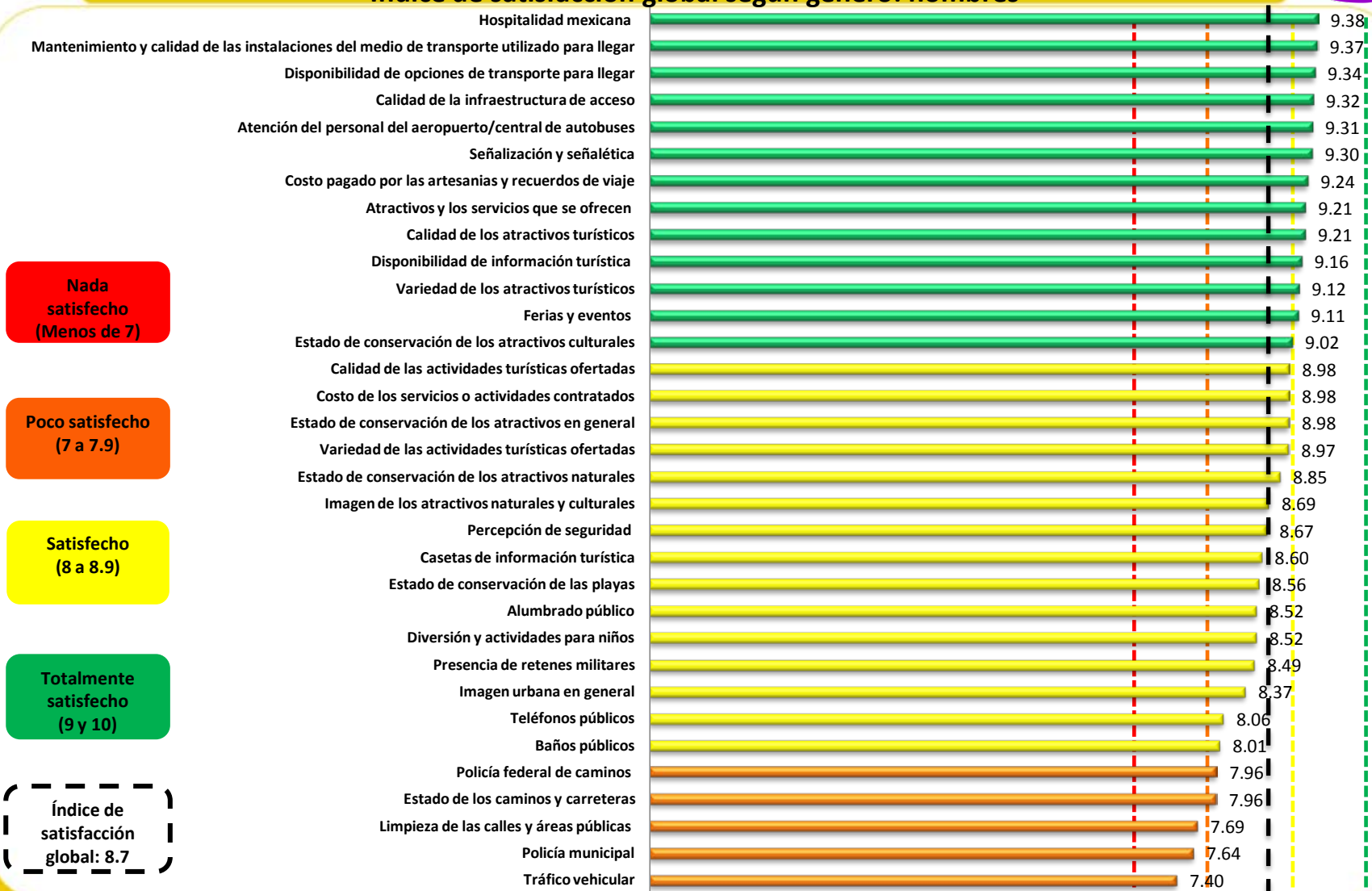
Índice de satisfacción global



Nivel de satisfacción



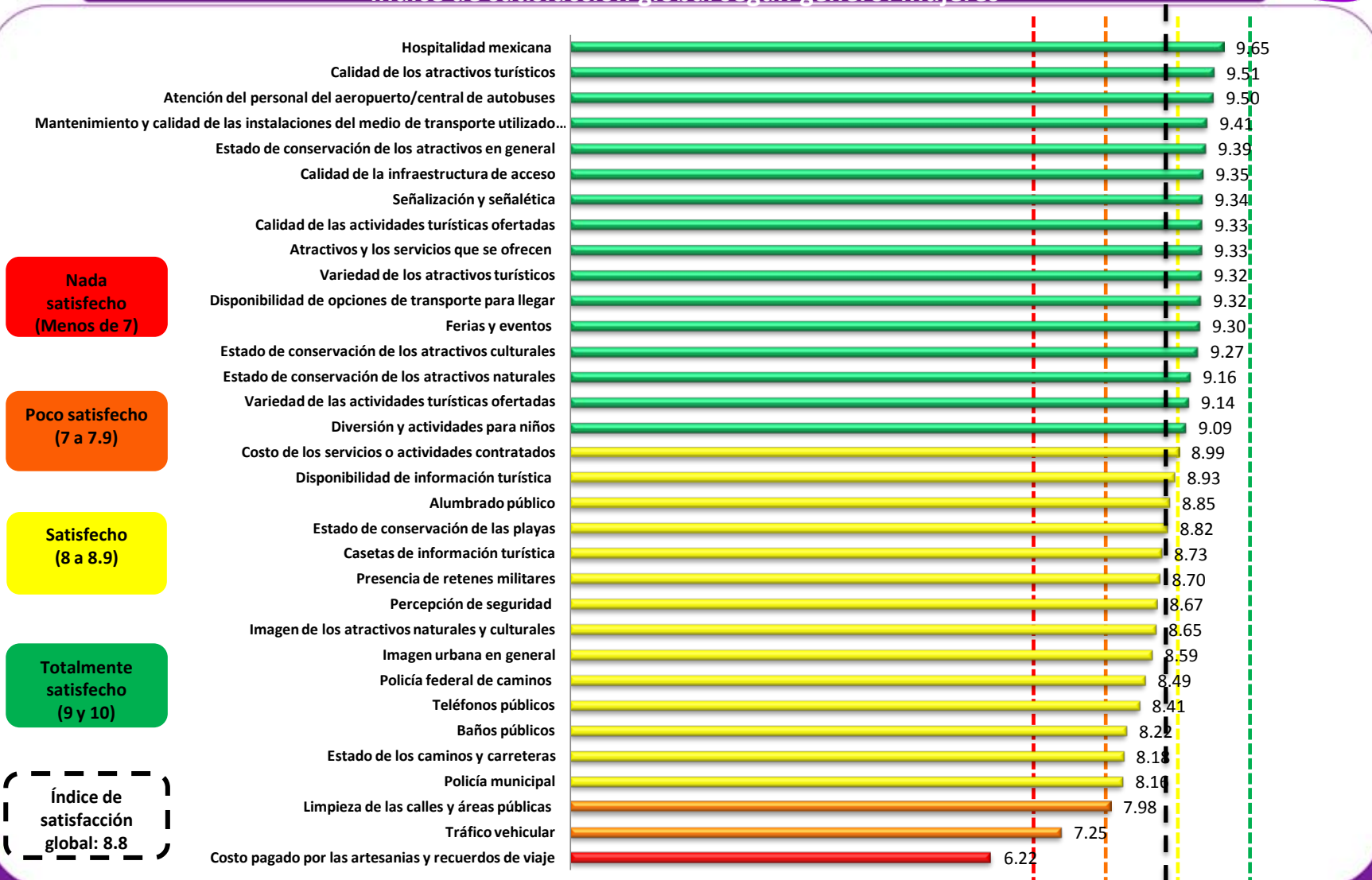
Índice de satisfacción global según género: hombres



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global según género: mujeres

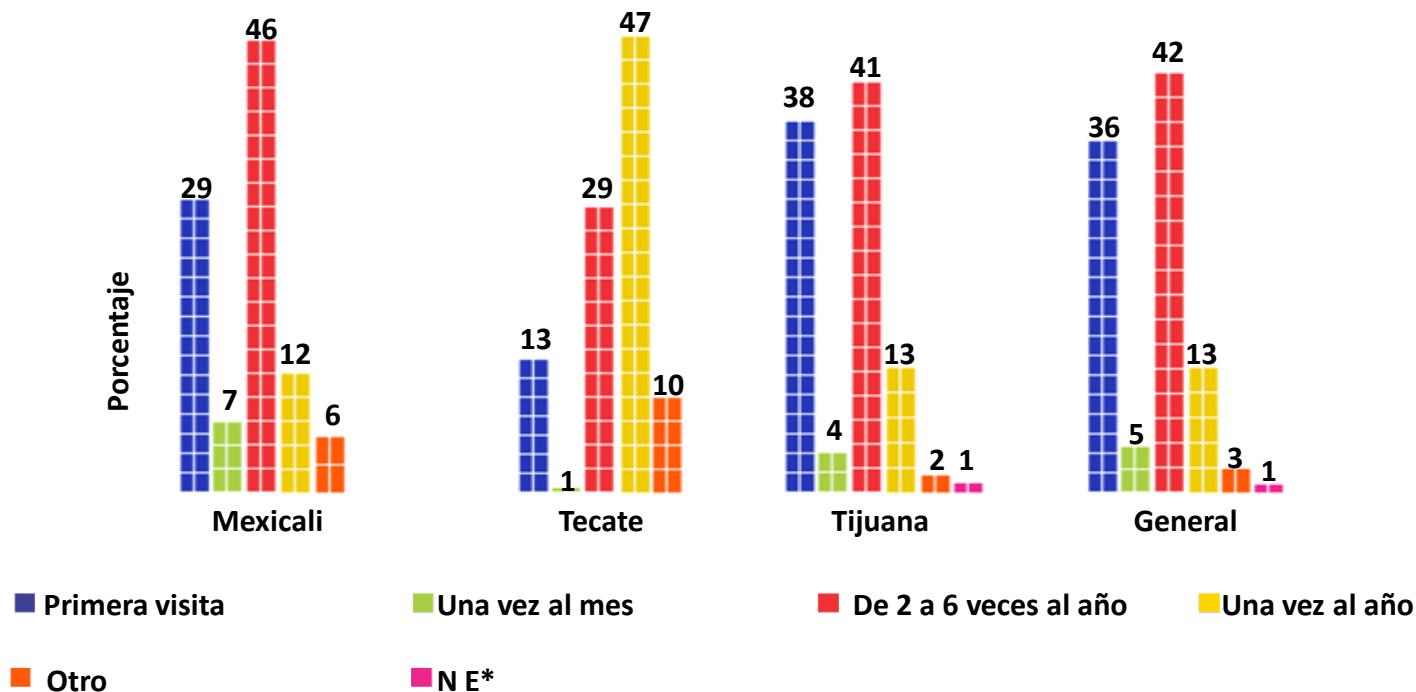




**Lealtad o fidelidad de
los visitantes
nacionales a
Baja California**

Lealtad o fidelidad

Frecuencia de las visitas por municipio

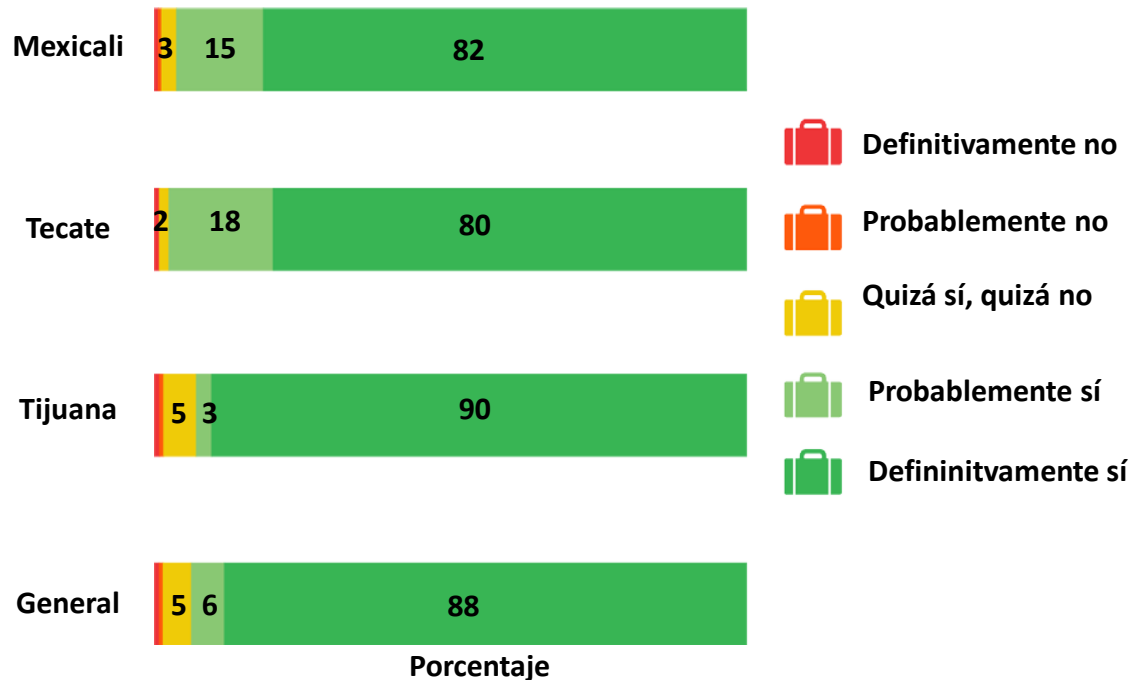


La **fidelidad** de los **visitantes nacionales** hacia Baja California se refleja en la **frecuencia de los viajes** al destino. En este sentido, los visitantes mencionaron viajar a la ciudad de referencia entre **una vez al año (13 %)**, **de 2 a 6 veces al año (42 %)** e incluso **una vez al mes (5 %)**. Cabe resaltar que **36 %** de los visitantes se encontraban en Baja California **por primera vez**.

*La leyenda NE corresponde a las respuestas “no sabe/no contestó” o “no especificado”

Lealtad o fidelidad

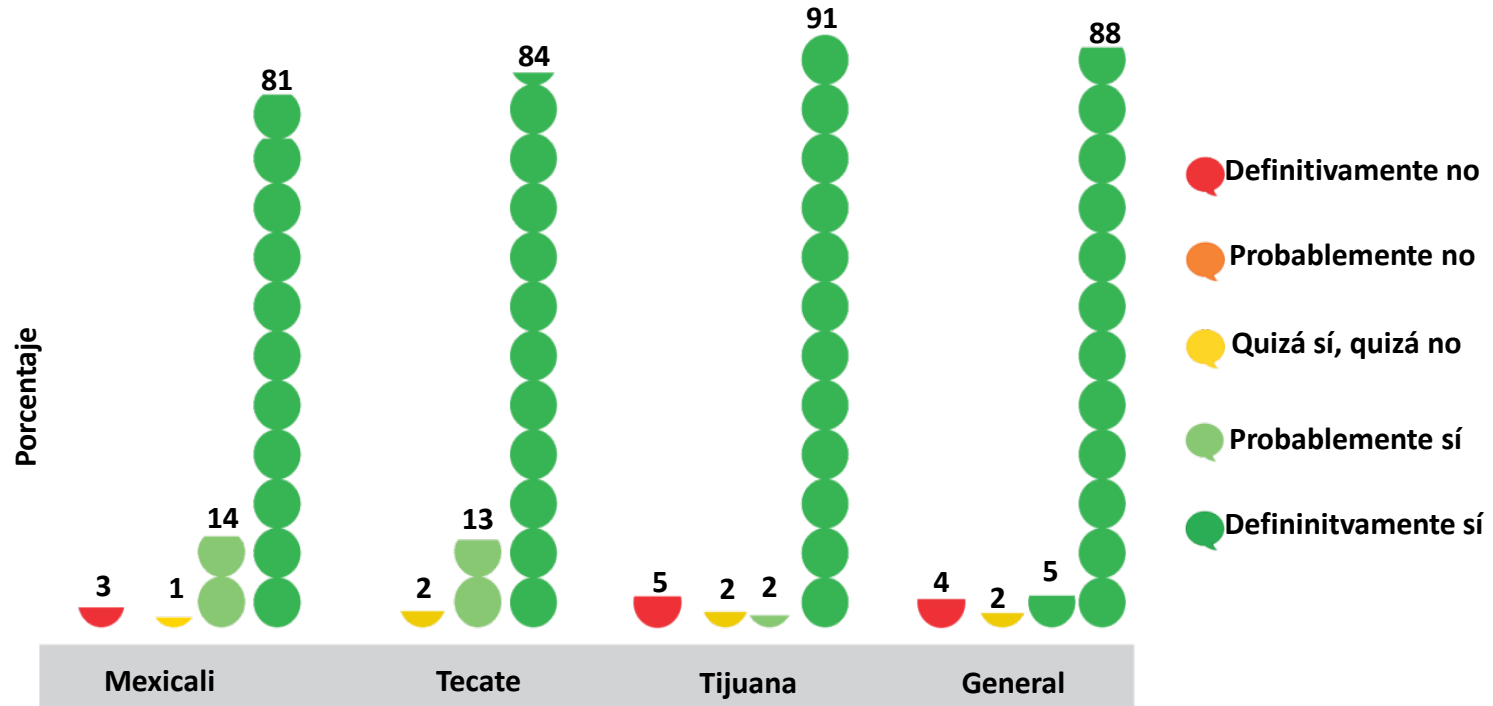
Intención de regresar al destino por municipio



En todo el estado, la **intención de regresar al destino** por parte de los visitantes nacionales es **muy alta**. El **88 %** afirmó que definitivamente piensa regresar. Esta misma tendencia se refleja en las diferentes ciudades.

Lealtad o fidelidad

Intención de recomendar el destino por municipio

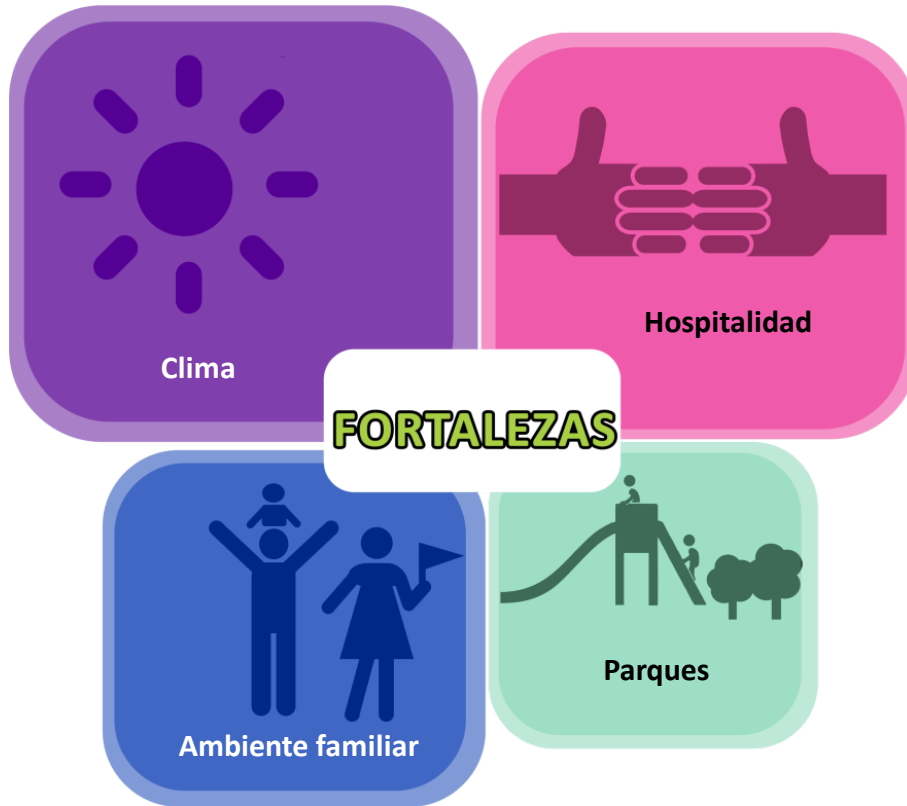


De la misma manera, los visitantes nacionales piensan **compartir su experiencia** con los demás, ya que el **88 %** de éstos **definitivamente sí recomendaría** visitar Baja California a sus conocidos.



Fortalezas y debilidades del destino

Principales fortalezas



En septiembre, los visitantes nacionales que viajaron a Baja California mencionaron como al **clima** como el **principal factor positivo** del destino, seguido por la **hospitalidad** de la gente local, el **ambiente familiar** que se siente en la entidad y los **parques**.

Principales debilidades



Los visitantes nacionales identificaron como las **principales debilidades** del destino visitado al **clima**, así como al **tráfico vehicular**, la **inseguridad** y al servicio de **transporte público**.

Es de notar que **el clima se mencionó como un aspecto positivo y negativo**, lo que se explica por la diversidad de las condiciones climatológicas que existen en las ciudades del estado, como el clima cálido en Tijuana y el extremoso calor en Mexicali.



<http://www.observaturbc.org>



Coordinadora general:
Dra. Nora L. Bringas Rábago

Coordinador adjunto:
Dr. Djamel Toudert

Participantes:
Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtra. María Teresa López Avedoy
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Mtro. Christian Angeles Salinas
Lic. Mariana Argüello Escobedo
Lic. Alan Ingram Campillo

Apoyo técnico especializado:
Lic. Carlos Vladimir Ruelas González
Lic. Alberto Joaquín Acosta Rosales

Coordinación de revisión y captura:
Lic. Luis Francisco Lares Serrano

Marco muestral:
Mtro. Gilberto Hernández Olvera

Coordinación de trabajo de campo:
Mtra. Aurora Guadalupe Villa Aparicio
Mtro. Heber Huizar Contreras

Diseño gráfico:
Lic. Claudia Ramos Castillo

Proyecto financiado por la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

Secretario de Turismo:
C.P. Oscar Escobedo Carignan

Subsecretario de Turismo:
Lic. Ives Lelevier Ramos