

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Experiencia de viaje y nivel de satisfacción de los visitantes nacionales en Mexicali, B.C. (verano 2013)

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



Tijuana, B. C., 2013

Introducción



La encuesta “**Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)**” es un estudio que forma parte del **Observatorio Turístico de Baja California**, y que tiene como objetivo identificar el flujo y las características de los visitantes nacionales que llegaron al estado durante la temporada de **verano de 2013**.

Este estudio da seguimiento y actualiza los resultados obtenidos durante el periodo de invierno 2012-2013. De esta forma, se continúa la tarea de disminuir el vacío de información existente en la entidad en materia turística.

A continuación se presentan los resultados de la experiencia de viaje, el nivel de satisfacción, la lealtad de los visitantes, así como las fortalezas y debilidades del destino visitado identificadas por los turistas nacionales captados en las centrales de autobuses y el aeropuerto de **Mexicali**.

Acotación metodológica

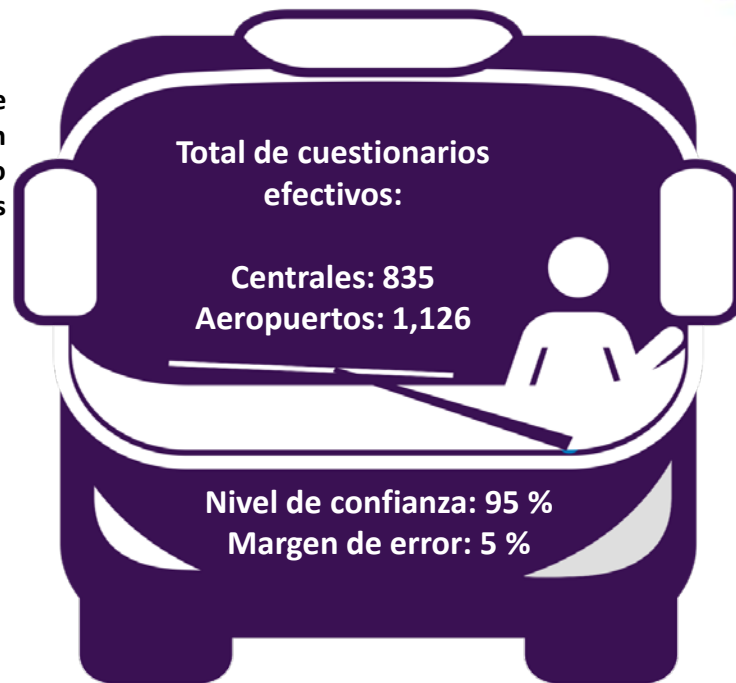


OBJETIVO

Conocer el tamaño y características del mercado real de turistas nacionales que visitan Mexicali y que regresan a su lugar de residencia habitual por vía aérea o terrestre, utilizando las terminales de autobuses y los aeropuertos de la ciudad.

Muestreo:
Aeropuertos
Centrales de autobuses

Conteo de
flujos/cédula filtro y
cuestionario



POBLACIÓN OBJETIVO

- Visitantes nacionales mayor de 15 años con residencia habitual dentro de los límites de la República Mexicana .
- No trabajó o desempeñó actividades remuneradas en la ciudad de aplicación.
- Utilizó servicios y/o realizó actividades consideradas turísticas.

DISEÑO Y MARCO MUESTRAL

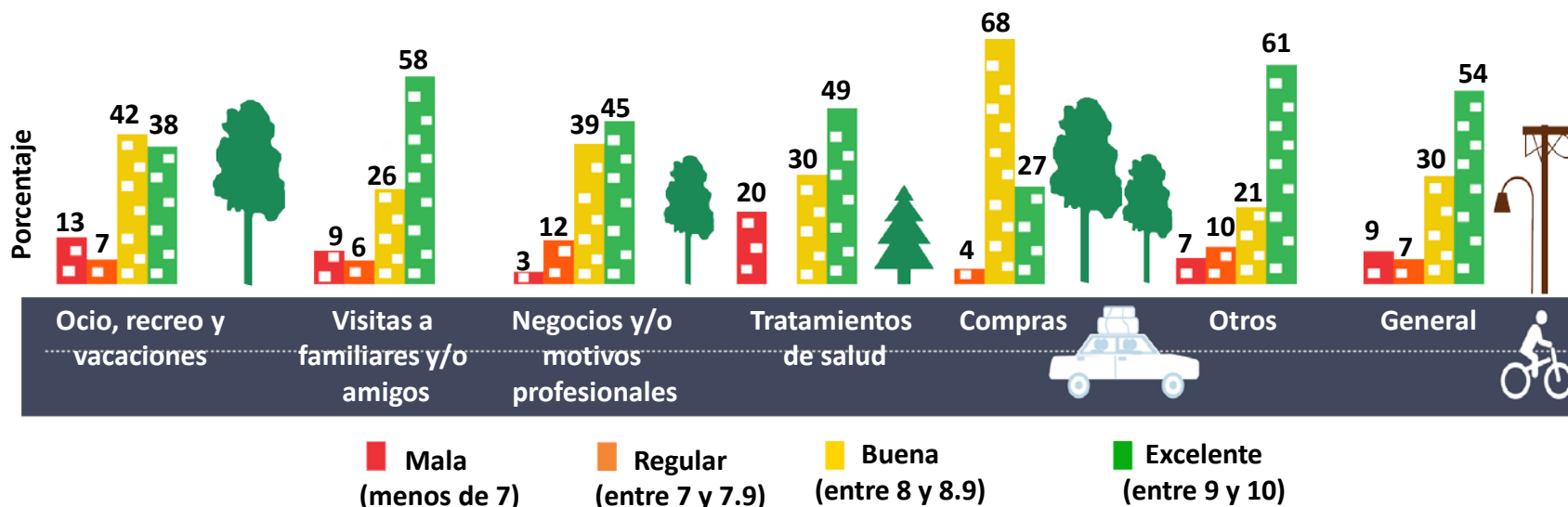
- Esquema de diseño probabilístico, por estratos y polietápico.
- A partir del itinerario de salidas de vuelos nacionales y corridas de autobuses, en las terminales de Mexicali.
- Selección aleatoria del entrevistado para aplicación de la cédula filtro y cuestionario.



**Experiencia de viaje y
nivel de satisfacción
de los visitantes
nacionales en
Mexicali, B.C.**

Evaluación del destino

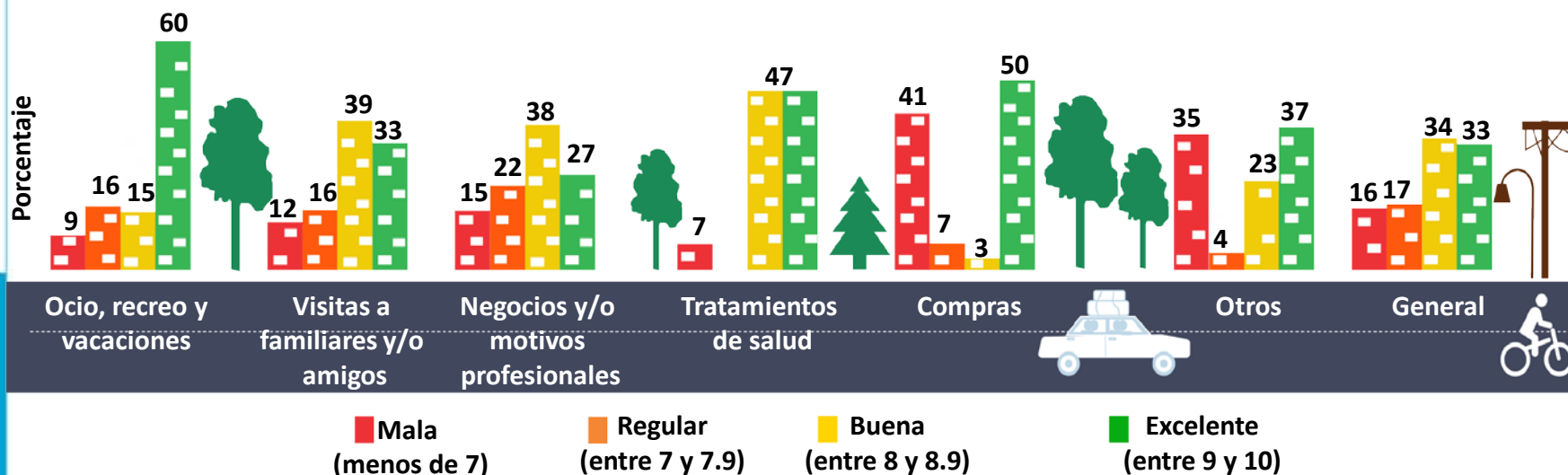
Imagen urbana por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



En general, **más de la mitad** de los visitantes nacionales encuestados en las centrales de **autobuses** de Mexicali, evaluaron la **imagen urbana** del destino como **excelente (54 %)**, seguido por **casi la tercera** parte que la evaluó como **buena (30 %)**. Solo una pequeña parte consideró este aspecto como **malo (9 %)**, en especial los que viajaron por **tratamientos de salud (20 %)**.

Evaluación del destino

Imagen urbana por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

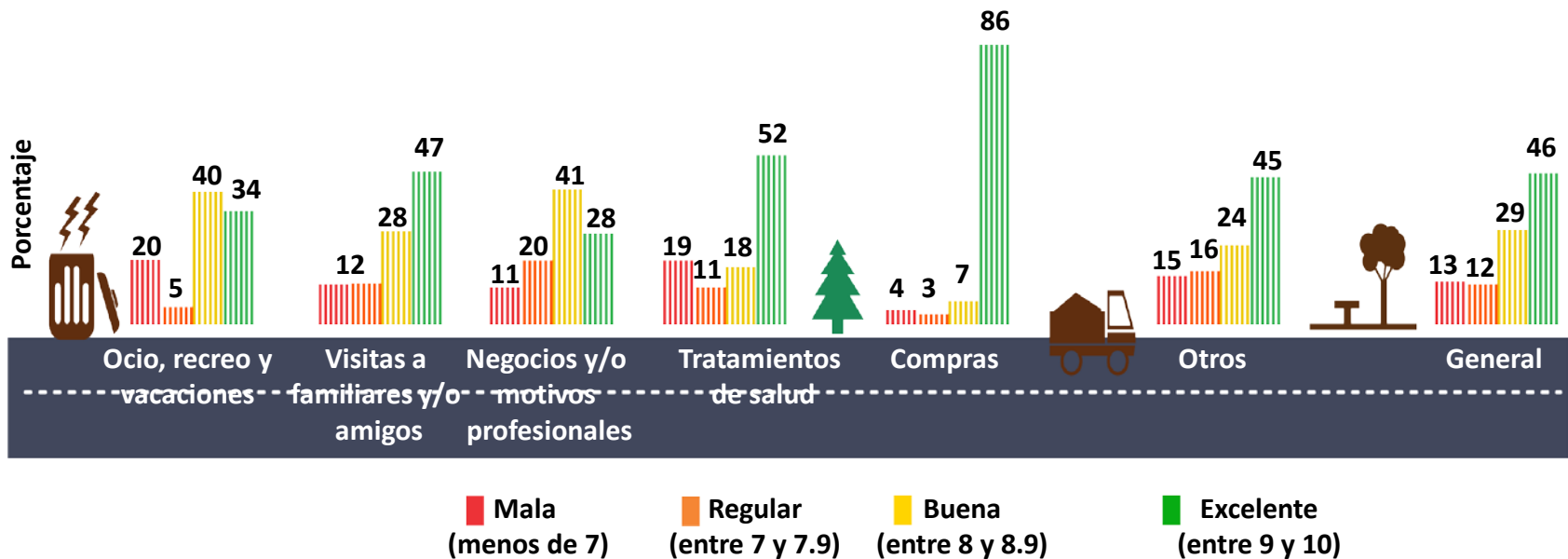


La **mayoría** de los visitantes nacionales captados en el **aeropuerto** de Mexicali, evaluó la **imagen urbana** de forma favorable (**34 % buena** y **34 % excelente**), en especial los que llegaron por **ocio, recreo y vacaciones** (**60 % excelente**); no obstante, **una tercera parte** de los visitantes percibió esta cualidad del destino de forma negativa (**17 % regular** y **16 % mala**), más notablemente los que viajaron por **compras** y por **otros motivos** (**41 %** y **35 % mala**).

Evaluación del destino



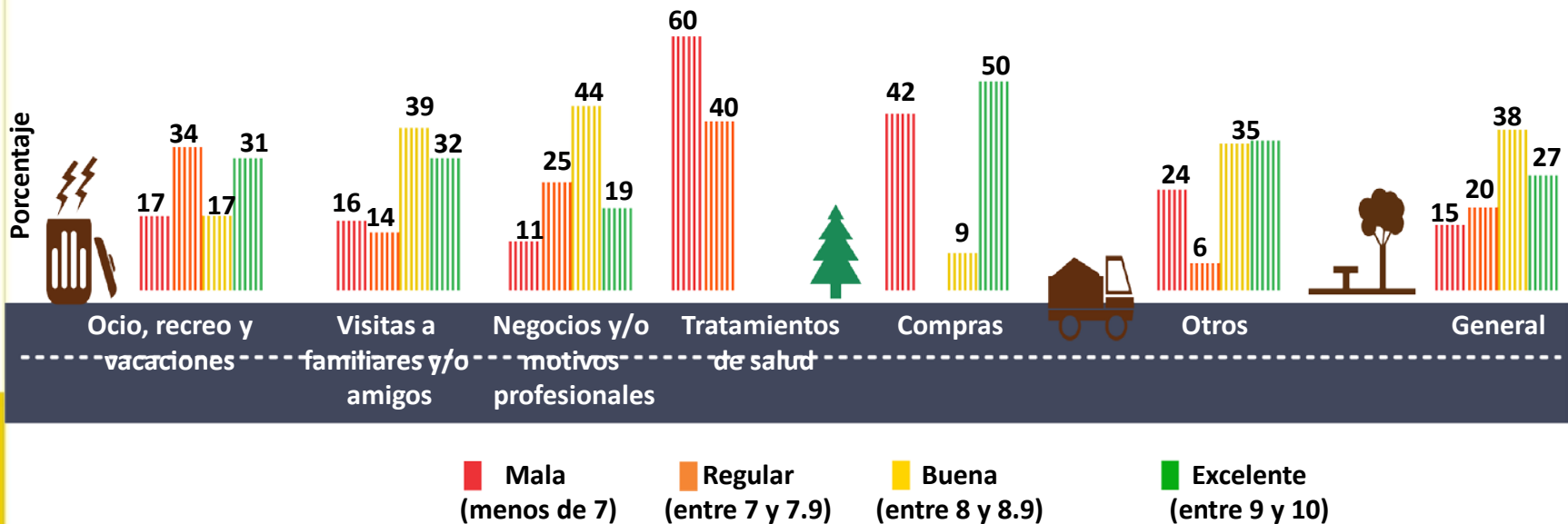
Limpeza de las calles y áreas públicas por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Gran parte de los visitantes nacionales por **vía terrestre** evaluó la **limpieza de la ciudad** como **excelente (46 %)**, en especial los que viajaron al destino por **compras (86 %)**. Los que reflejaron mayor inconformidad en su evaluación estuvieron entre los turistas por **ocio, recreo y vacaciones** y entre los visitantes por **tratamientos de salud (20 % y 19 %** respectivamente evaluaron como **malo** este atributo).

Evaluación del destino

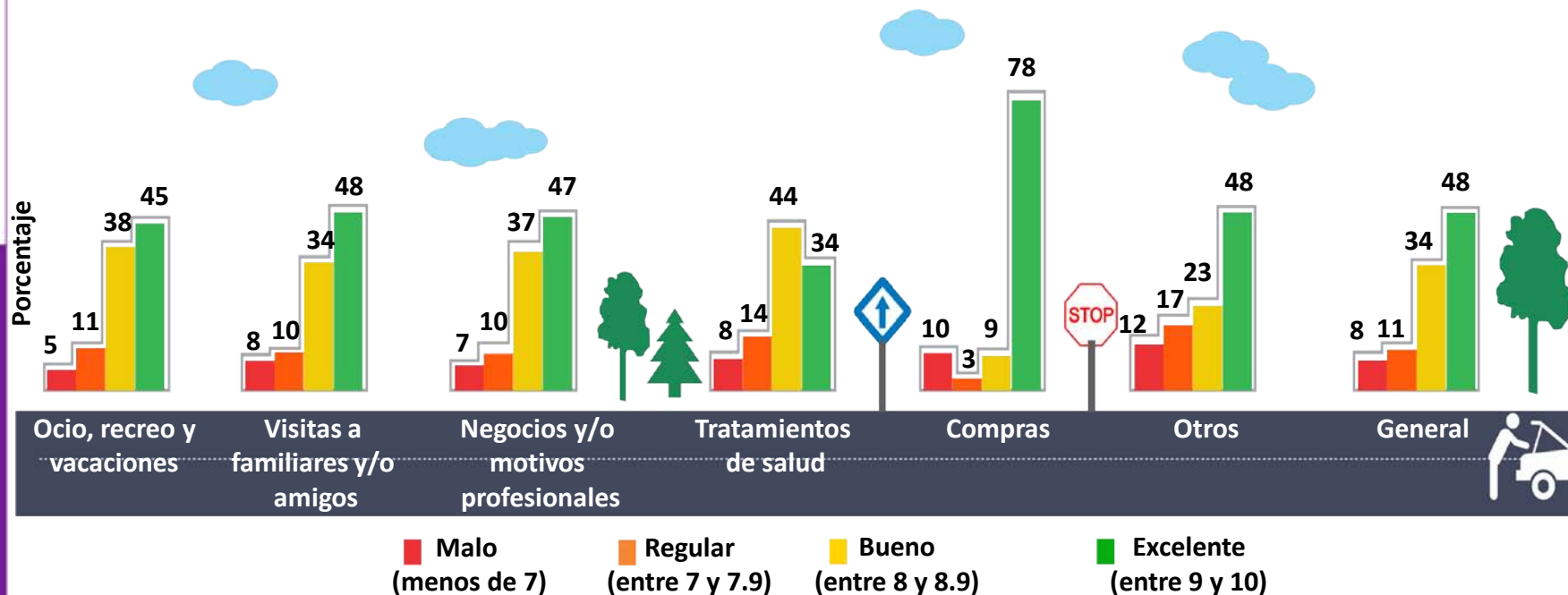
Limpieza de las calles y áreas públicas por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Los turistas domésticos encuestados en el **aeropuerto** de Mexicali evaluaron la **limpieza de las calles y áreas públicas** como **buena (38 %)** y **excelente (27 %)**, aunque hubo evaluaciones desfavorables, principalmente entre los visitantes por **tratamientos de salud (60 %)** evaluó como **malo** este atributo).

Evaluación del destino

Estado de los caminos y de las carreteras por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

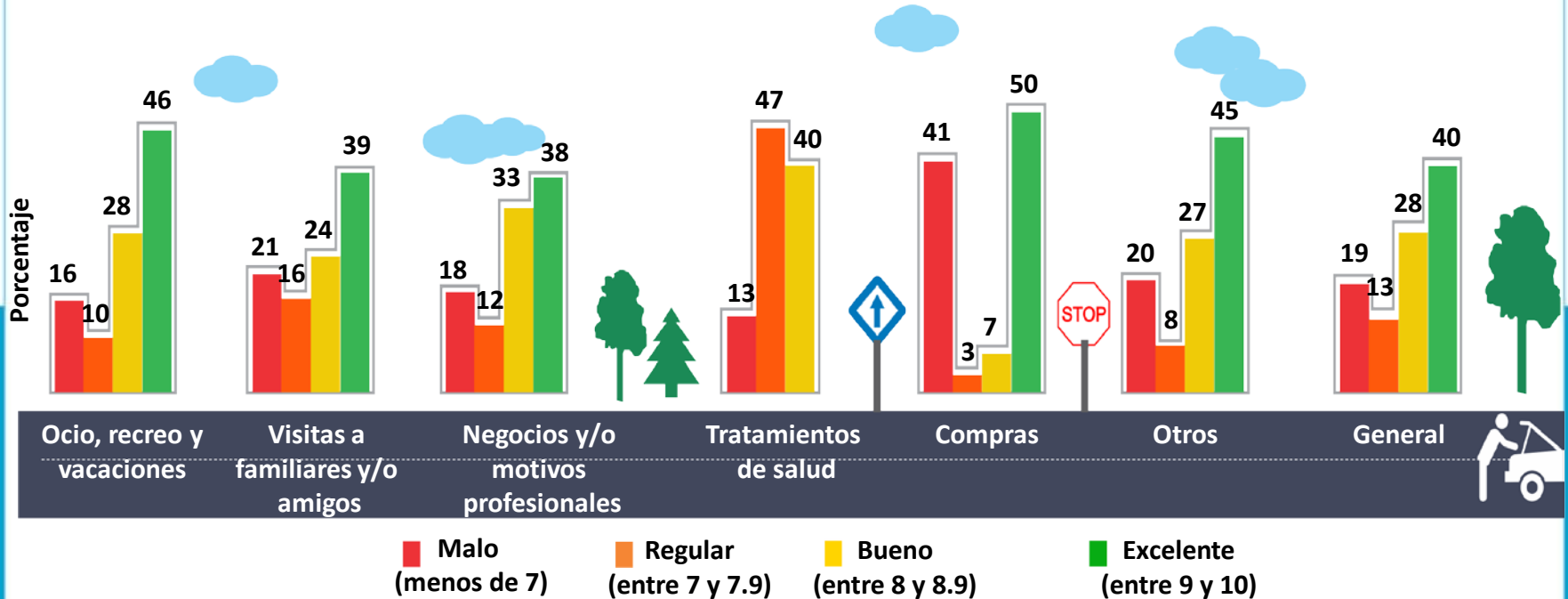


El estado de la carreteras fue evaluado por la mayor parte de los turistas por vía terrestre como excelente (48 %), seguido por una tercera parte que lo observó en buen estado (34 %); evaluaciones regulares (11 %) y malas (8 %) a este atributo fueron mínimas.

Estas proporciones se mantienen entre los distintos motivos de viaje, aunque destaca que la mayoría de los visitantes por compras evaluaron este aspecto como excelente (78 %).

Evaluación del destino

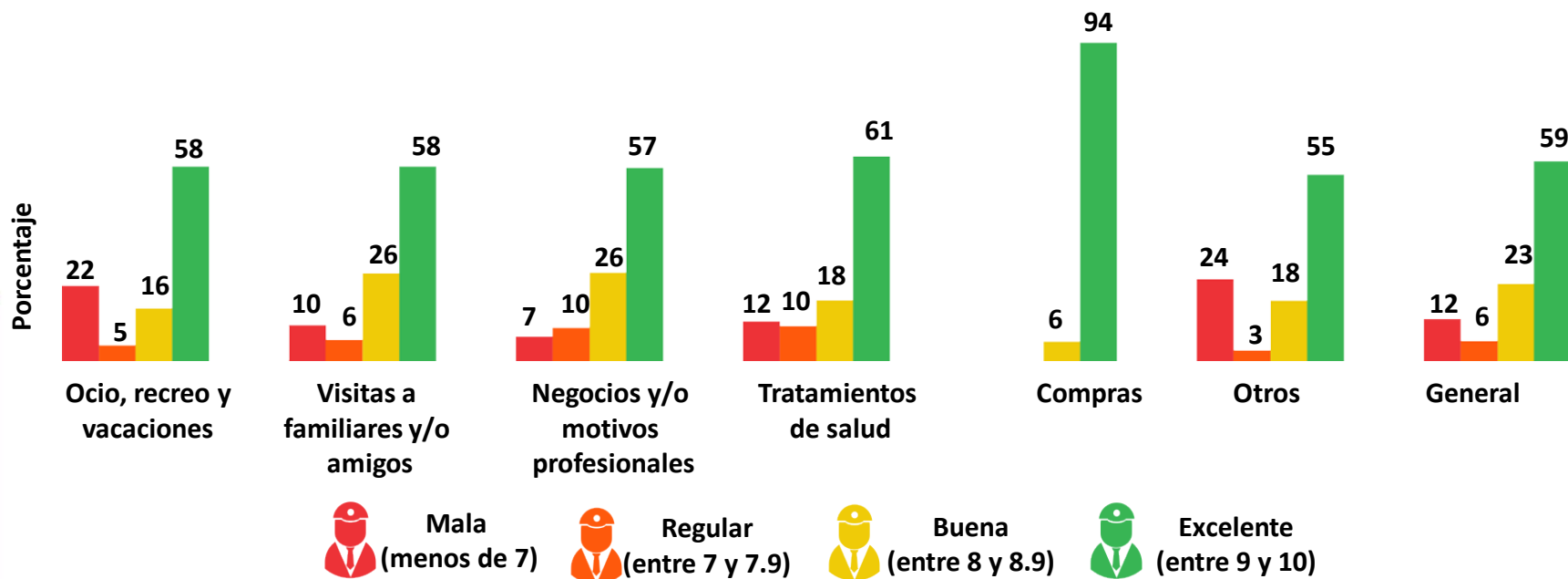
Estado de los caminos y de las carreteras por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La **mayor parte** de los visitantes por **vía aérea** en Mexicali evaluó como **excelente** el **estado de los caminos y carreteras** del destino visitado (**40 %**); **un cuarto** de los visitantes lo consideró **bueno** (**28 %**) y **un tercio** lo valoró entre **malo** (**19 %**) y **regular** (**13 %**). Aunque la mayoría de las observaciones fueron positivas, gran parte de los que visitaron la región por **compras** evaluaron este aspecto como **malo** (**47 %**).

Evaluación del destino

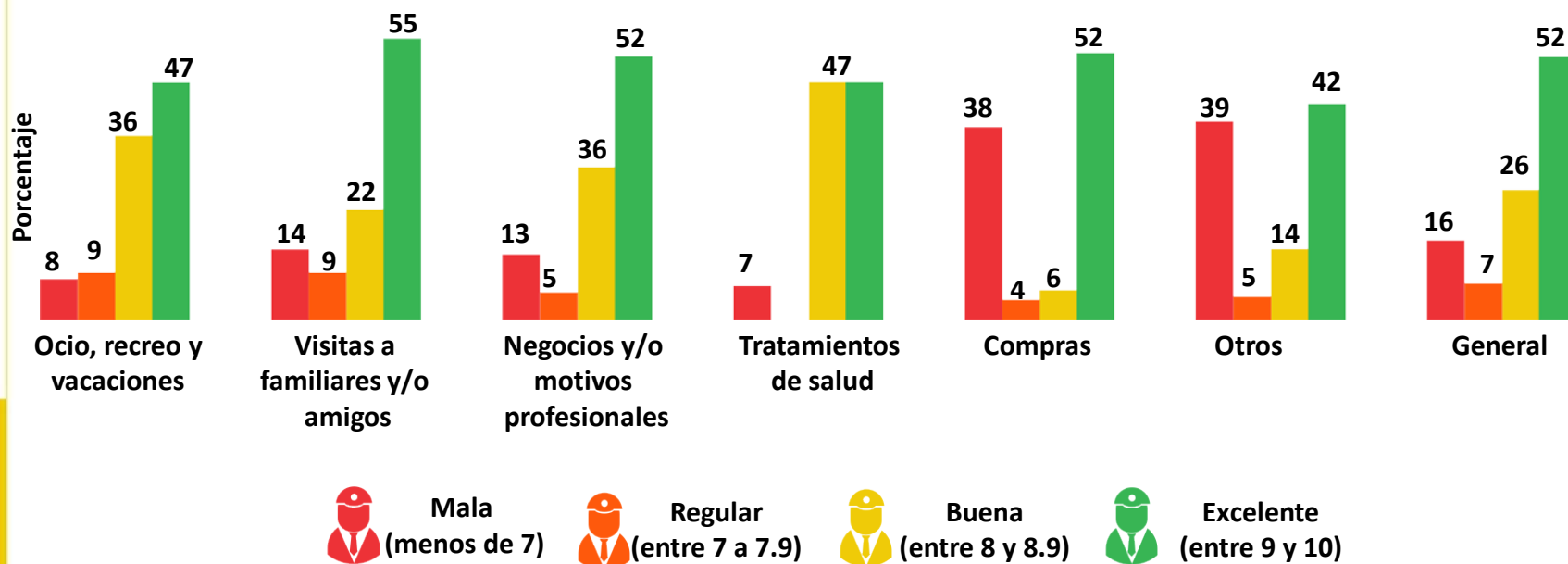
Percepción de la seguridad por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **percepción de seguridad** en el destino fue evaluada como **excelente** por más de la **mitad** de los turistas nacionales por **vía terrestre** (59 %). Está mayoría de evaluaciones positivas fue constante entre los distintos motivos de viaje de los turistas; sin embargo, entre los que llegaron por **ocio, recreo y vacaciones** y por **otros motivos**, alrededor de **una cuarta** parte evaluó como **malo** este aspecto (22 % y 24 % respectivamente).

Evaluación del destino

Percepción de la seguridad por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

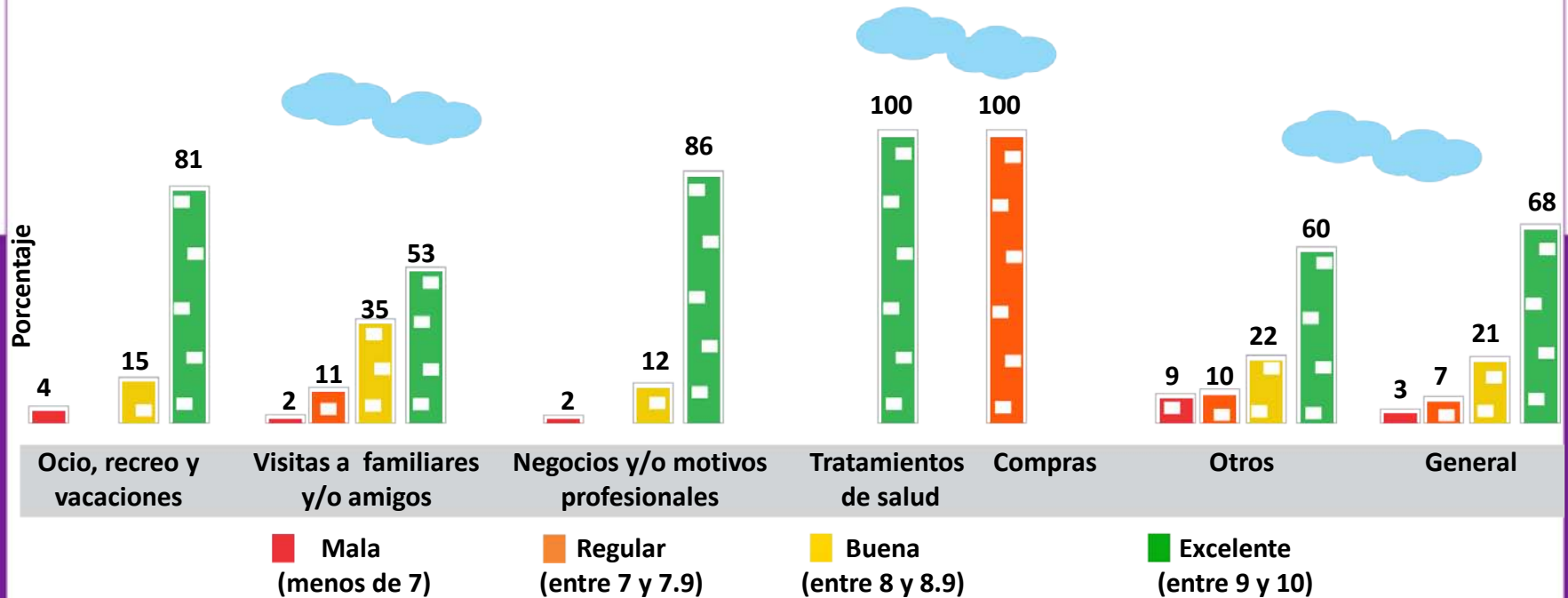


La **mayoría** de los visitantes nacionales captados en el **aeropuerto** de Mexicali también evaluó como **excelente** la **seguridad** en el destino (**52 %**), y en menor medida como **buena** (**26 %**). A pesar de lo anterior, hubo turistas que evaluaron de forma negativa este factor, como los visitantes por **compras** y por **otros motivos**, **38 %** y **39 %** respectivamente lo consideraron como **malo**.

Evaluación del destino



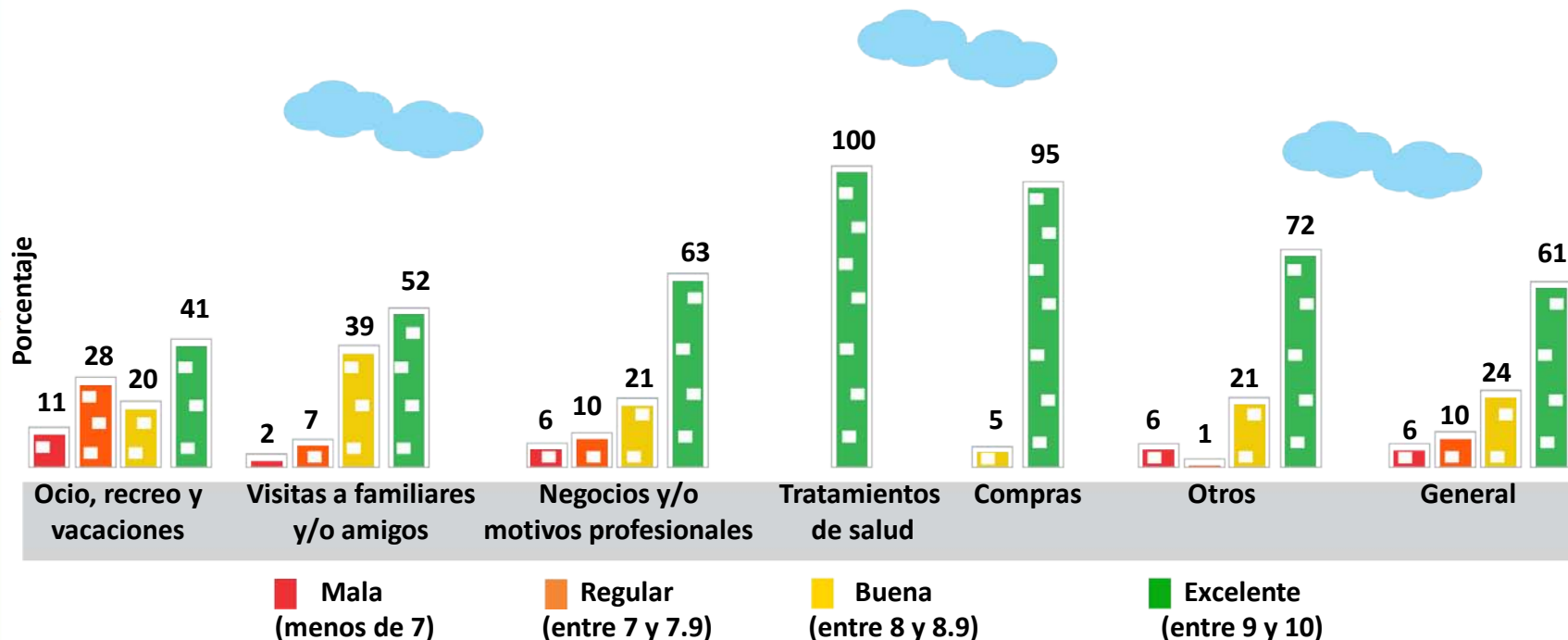
Calidad del alojamiento por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



En general, los visitantes nacionales por **vía terrestre** estuvieron satisfechos con la **calidad del alojamiento** en el destino visitado, lo que se vio reflejado en una mayoría de evaluaciones positivas a este aspecto (**68 % excelente** y **21 % buena**). Y en la mayoría de los casos, las evaluaciones negativas fueron mínimas, salvo los turistas que llegaron al destino por **compras**, quienes estimaron que la calidad del alojamiento era **regular (100 %)**.

Evaluación del destino

Calidad del alojamiento por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

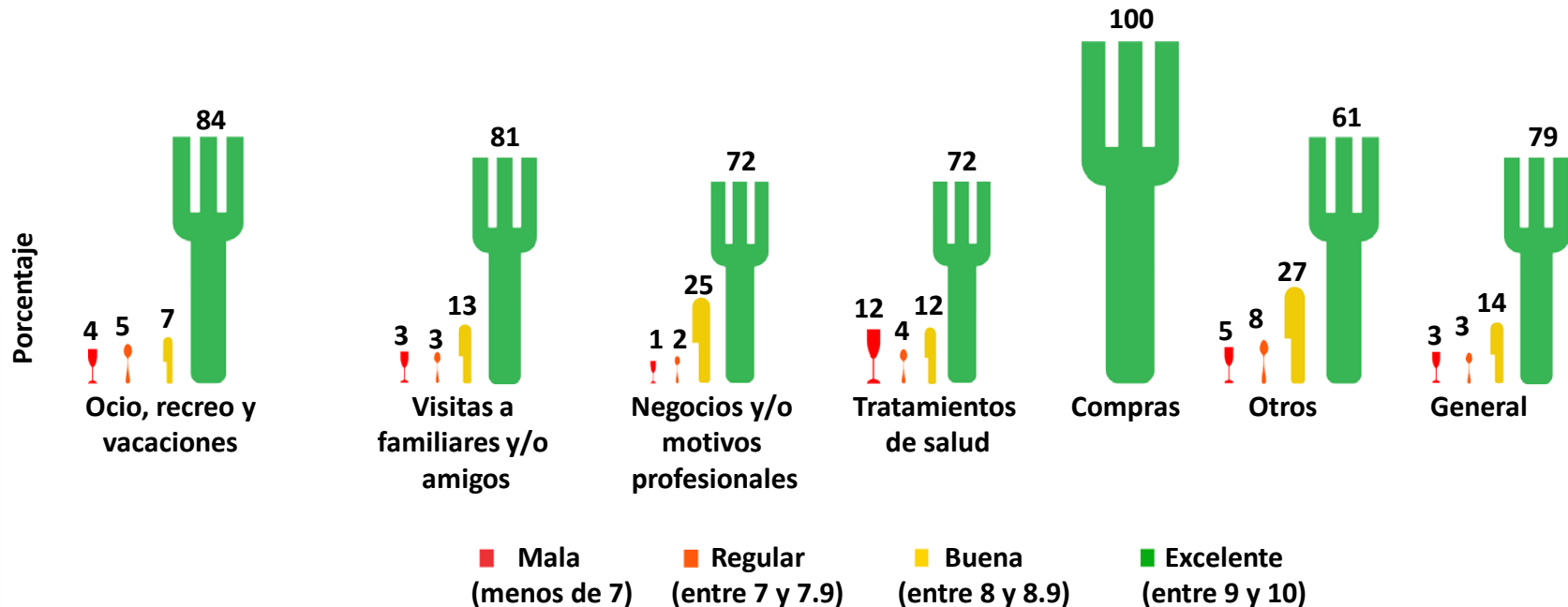


La **mayoría** de los visitantes por **vía aérea** evaluó como **excelente** la **calidad del alojamiento** en el destino visitado (**61 %**), de forma más notable entre los visitantes por **tratamientos de salud** (**100 %**) y por **compras** (**95 %**). Las evaluaciones desfavorables fueron pocas, y se recibieron especialmente de los turistas que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones** (**28 % regular** y **11 % malo**).

Evaluación del destino



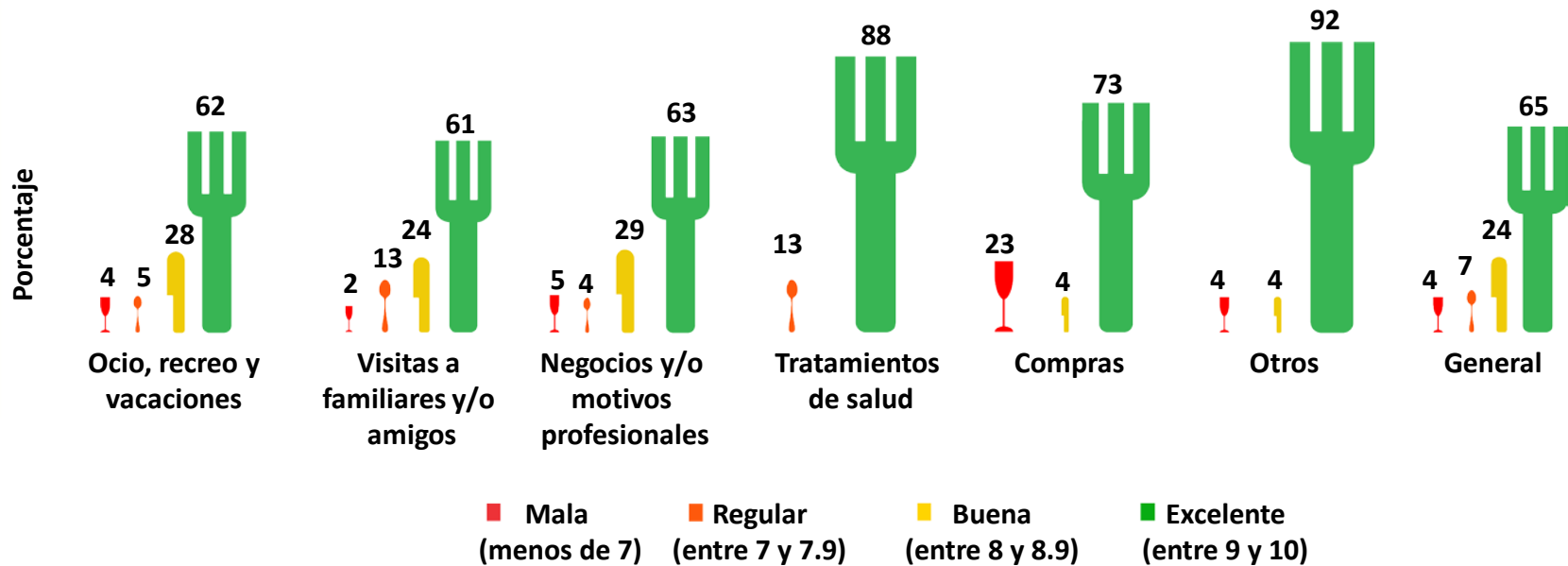
Calidad de los restaurantes por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Al evaluar la calidad de los **servicios de restauración**, los visitantes por **vía terrestre** se mostraron satisfechos con este aspecto. En general, el **79 %** consideró que recibió un **excelente** servicio, sobre todo aquellos que visitaron la región por **compras (100 %)**.

Evaluación del destino

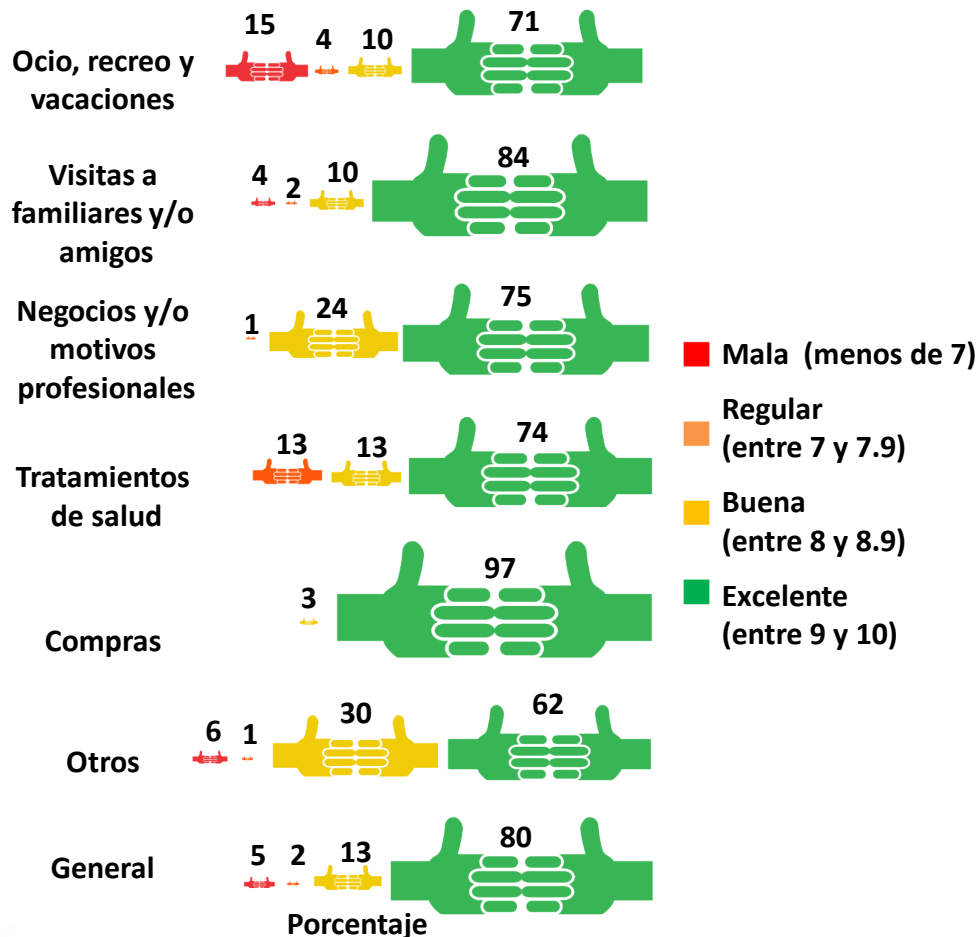
Calidad de los restaurantes por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Al igual que los visitantes terrestres, los que viajaron por **vía aérea** evaluaron la **calidad de los restaurantes** como **excelente (65 %)**, aunque en esta ocasión, entre los que viajaron por **compras** se encontró a los turistas menos satisfechos con este factor, pues casi **una cuarta parte** de ellos lo evaluó como **malo (23 %)**.

Evaluación del destino

Hospitalidad mexicana por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



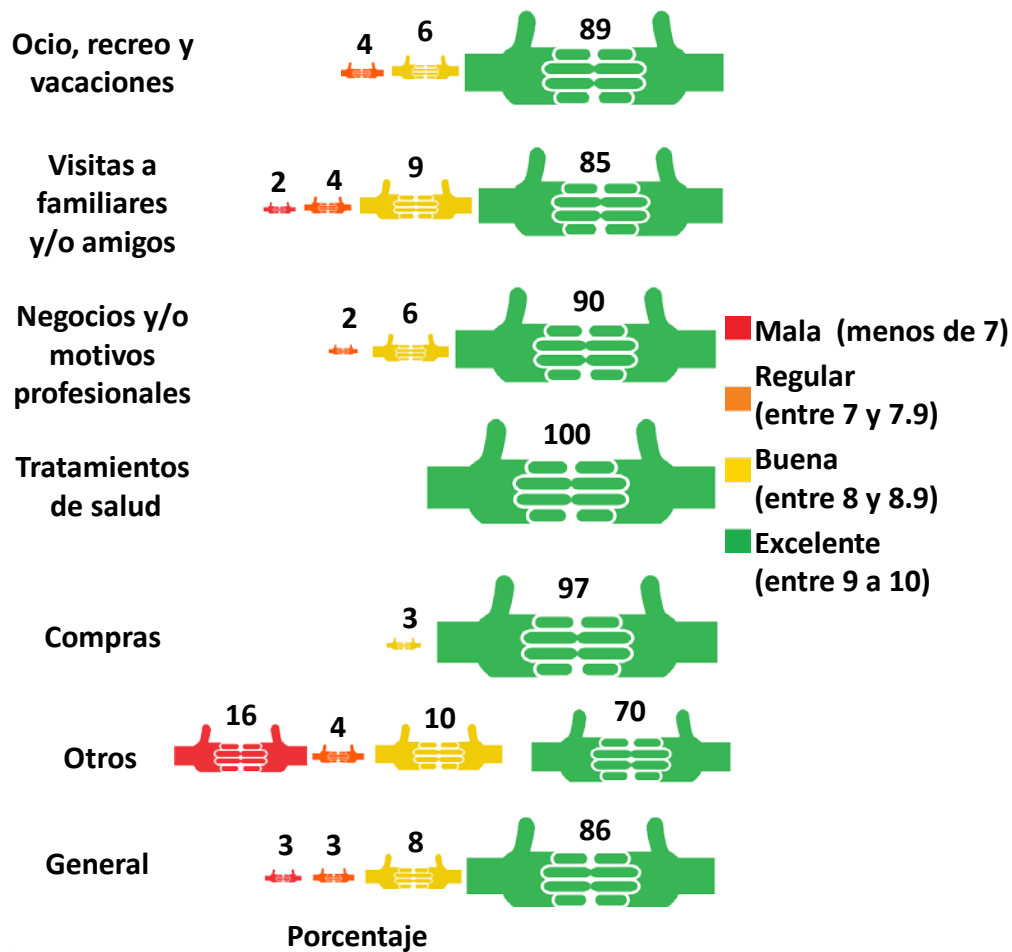
Una **notable mayoría** de los **visitantes terrestres**, captados en el valle de Mexicali, calificó como **excelente** la **hospitalidad mexicana** (**80 %**), en particular los que viajaron por **compras** (**97 %**).

Fueron pocos los que percibieron este aspecto de forma negativa, como algunos que visitaron por **ocio, recreo y vacaciones** (**15 % malo**) y por **tratamientos de salud** (**13 % regular**).

Evaluación del destino



Hospitalidad mexicana por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



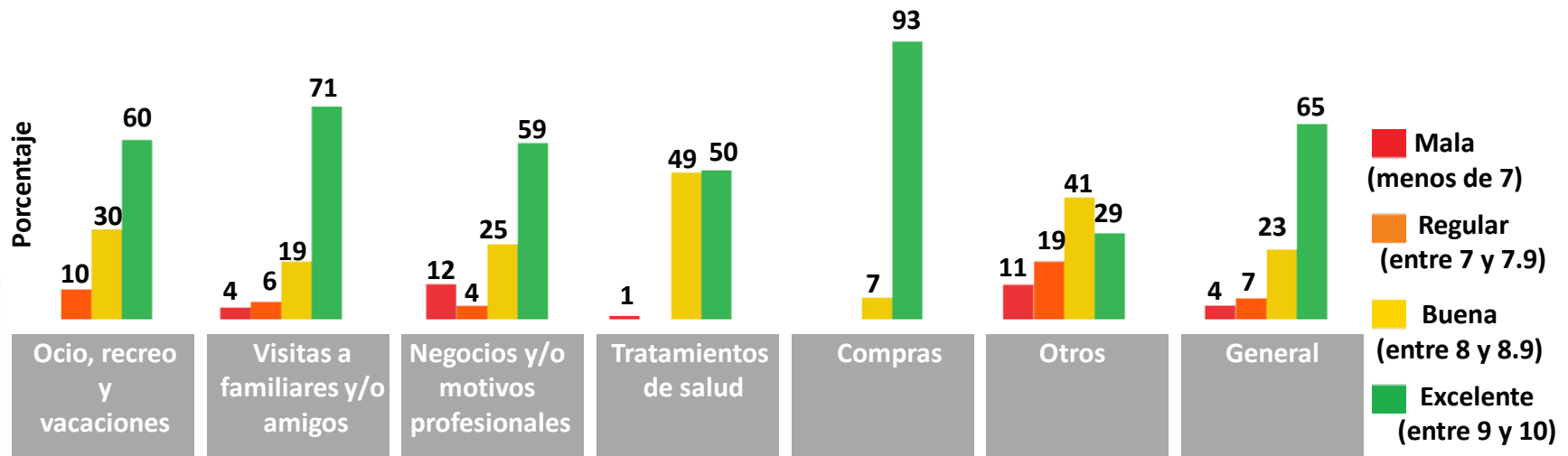
Para los visitantes por **vía aérea** en Mexicali, la **hospitalidad mexicana** fue considerada **excelente (86 %)**, sobre todo para las personas que viajaron por **tratamientos de salud (100 %)** y por **compras (97 %)**.

Aunque hubo evaluaciones desfavorables éstas fueron mínimas, algunos de los que viajaron por **otros motivos** evaluaron este aspecto como **malo** en el **16 %** de los casos.

Experiencia de viaje



Experiencia de viaje por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

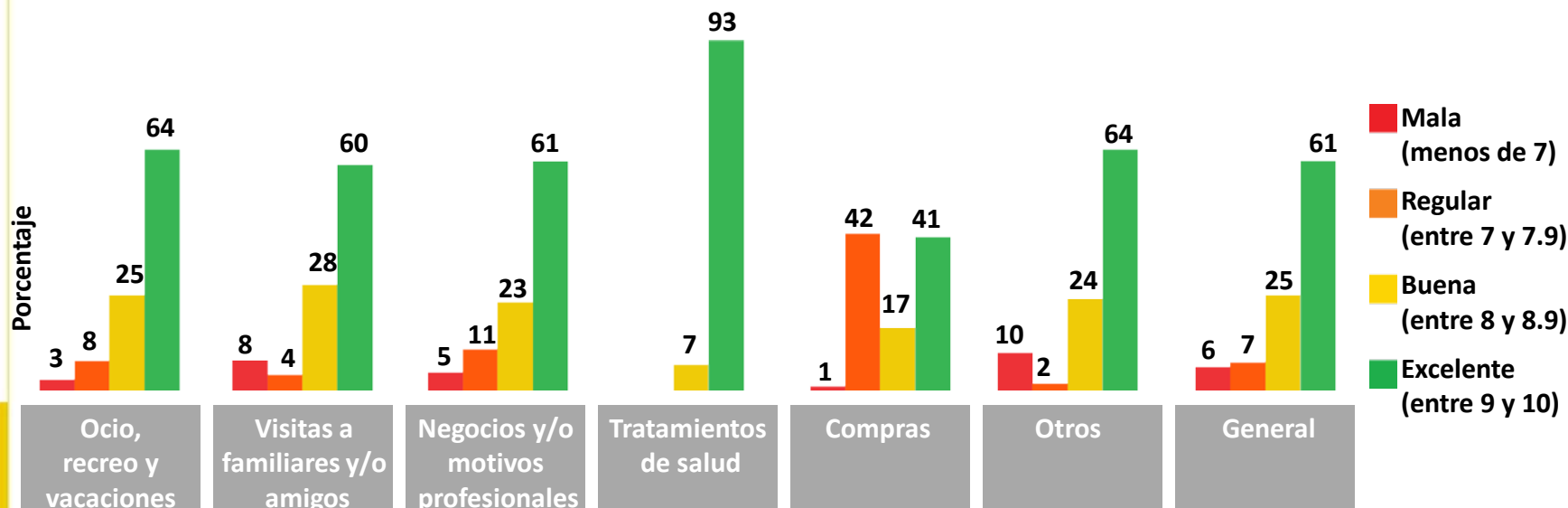


La **experiencia de viaje** para las **dos terceras partes** de los visitantes nacionales **por vía terrestre** fue considerada **excelente** (65 %), casi **una cuarta parte** la percibió como **buena** (23 %), y una mínima proporción la evaluó negativamente (**7 % regular** y **8 % malo**).

Destacan las personas que viajaron por **compras**, ya que evaluaron su experiencia de viaje como **excelente** casi en la totalidad de los casos (**93 %**).

Experiencia de viaje

Experiencia de viaje por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

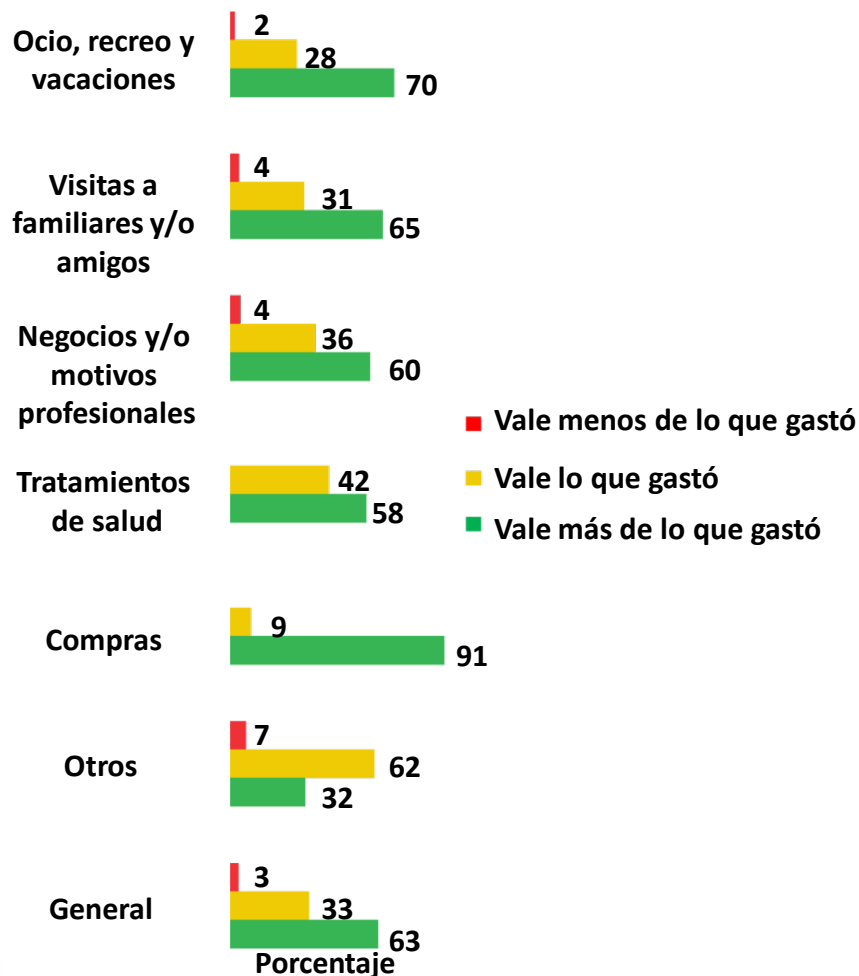


La **mayoría** de los visitantes captados en el **aeropuerto** de Mexicali tuvo una **experiencia de viaje** favorable durante su estancia (**61 % excelente** y **25 % buena**), sobre todo los viajantes por tratamientos de salud (**93 % excelente**); aunque una pequeña fracción no fue tan optimista al evaluar este aspecto (**7 % regular** y **6 % malo**), principalmente una gran parte de los que viajaron por compras (**42 % regular**).

Experiencia de viaje



Relación calidad-precio por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



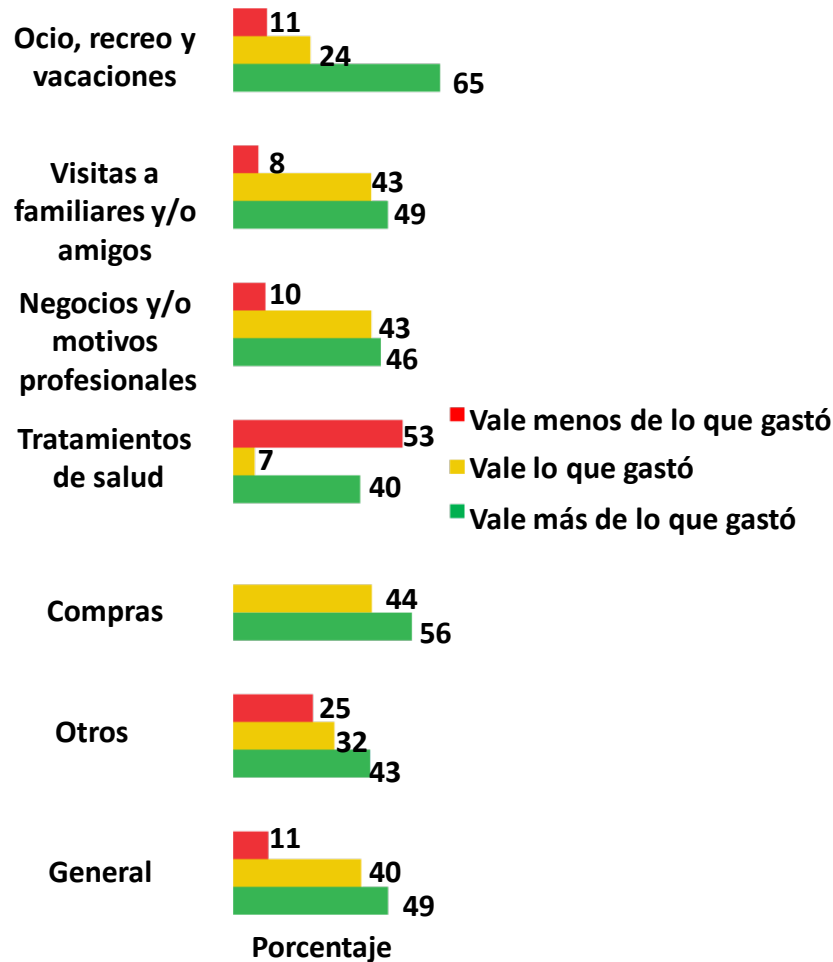
Los visitantes nacionales encuestados en las centrales de **autobuses** de Mexicali, obtuvieron una experiencia favorable en cuanto a la **relación calidad-precio** del destino visitado.

La **mayoría** estimó que su experiencia de viaje fue **más valiosa que el gasto realizado (63 %)**, principalmente entre los que viajaron por concepto de **compras (91 %)**.

Experiencia de viaje



Relación calidad-precio por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **mayor parte** de los visitantes captados en el **aeropuerto** de Mexicali consideró que la **calidad en su experiencia de viaje fue más valiosa que el gasto realizado (49 %)**, aunque una parte importante de los turistas estimó que el costo de su experiencia refleja la calidad de la misma (**40 %**).

En contraste, los visitantes que viajaron por **tratamientos de salud** mostraron estar inconformes con este aspecto, pues estimaron que **vale menos de lo que gastaron (53 %)**

Nivel de satisfacción



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

Para los **visitantes nacionales** captados en las centrales de autobuses y en el aeropuerto de **Mexicali** durante el **verano de 2013**, la **hospitalidad mexicana** fue el principal aspecto del destino que logró dejar **totalmente satisfechos** a estos visitantes.

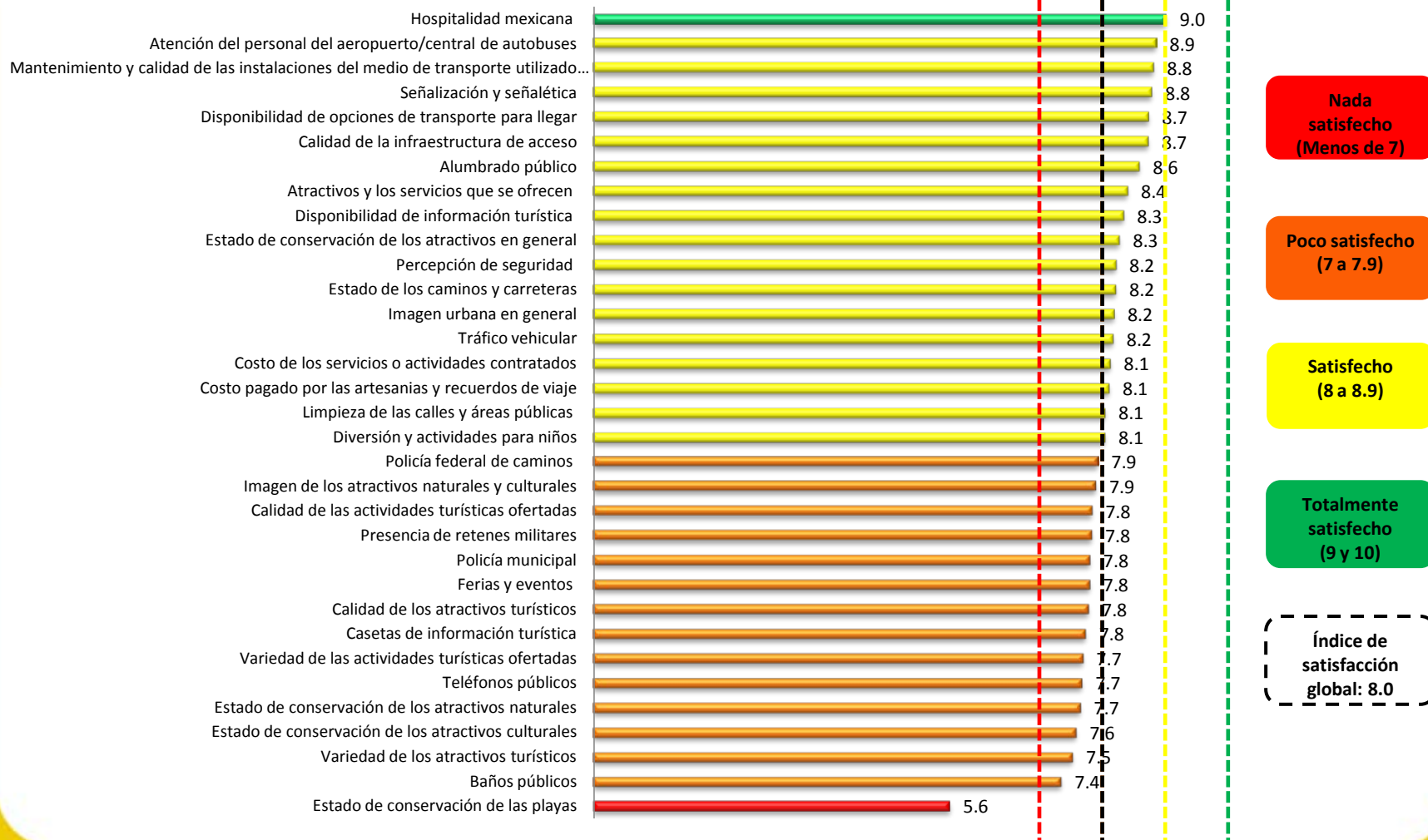
Además, **17 elementos** se ubicaron en la categoría de **satisfecho** y **seis** en la escala de **poco satisfecho**. Vale la pena destacar que sólo **un elemento** se ubicó en la escala de nada satisfecho, siendo este el **estado de conservación de las playas**.

Enseguida se muestran los resultados del índice de satisfacción global, así como su desglose por género de los visitantes.

Nivel de satisfacción



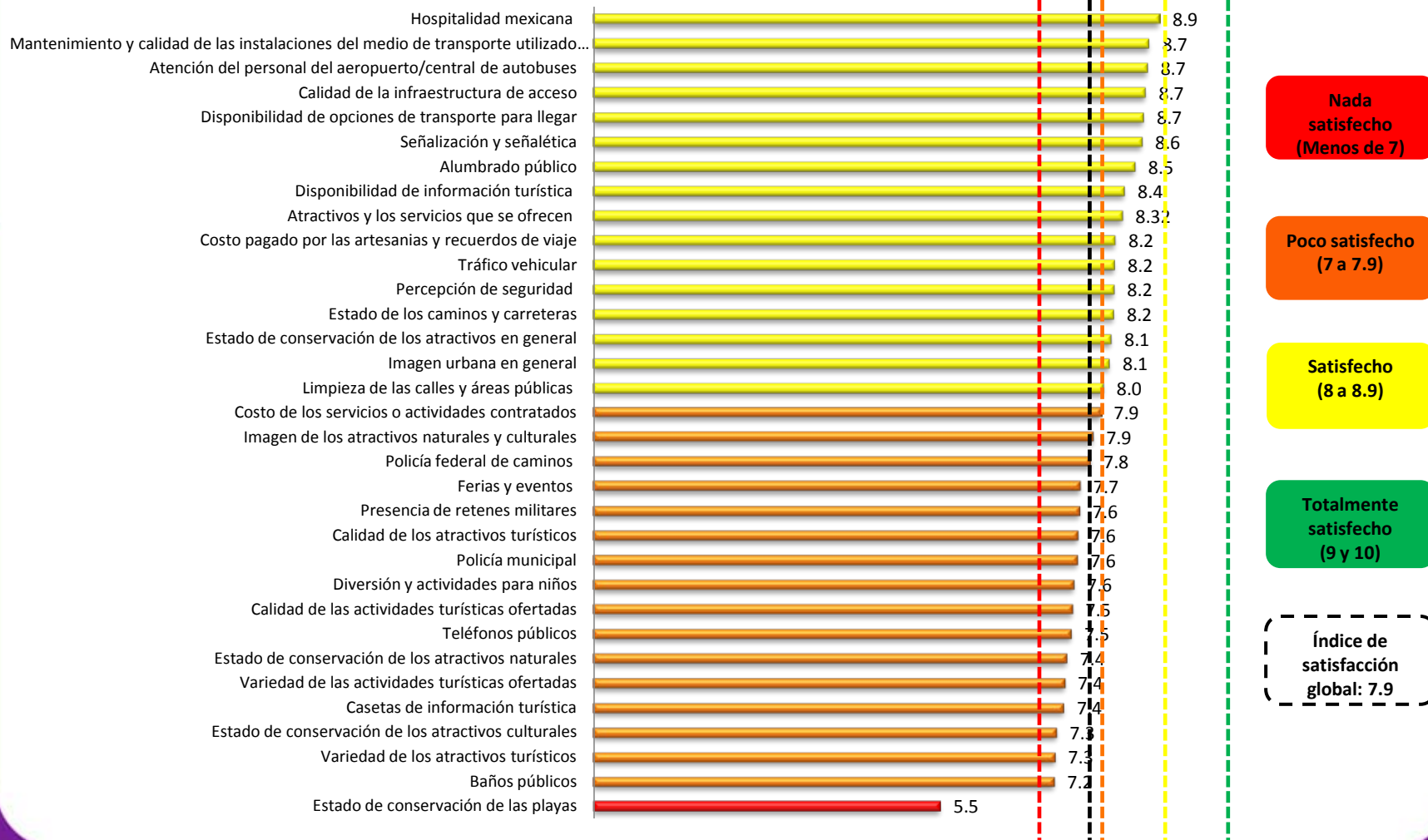
Índice de satisfacción global general



Nivel de satisfacción



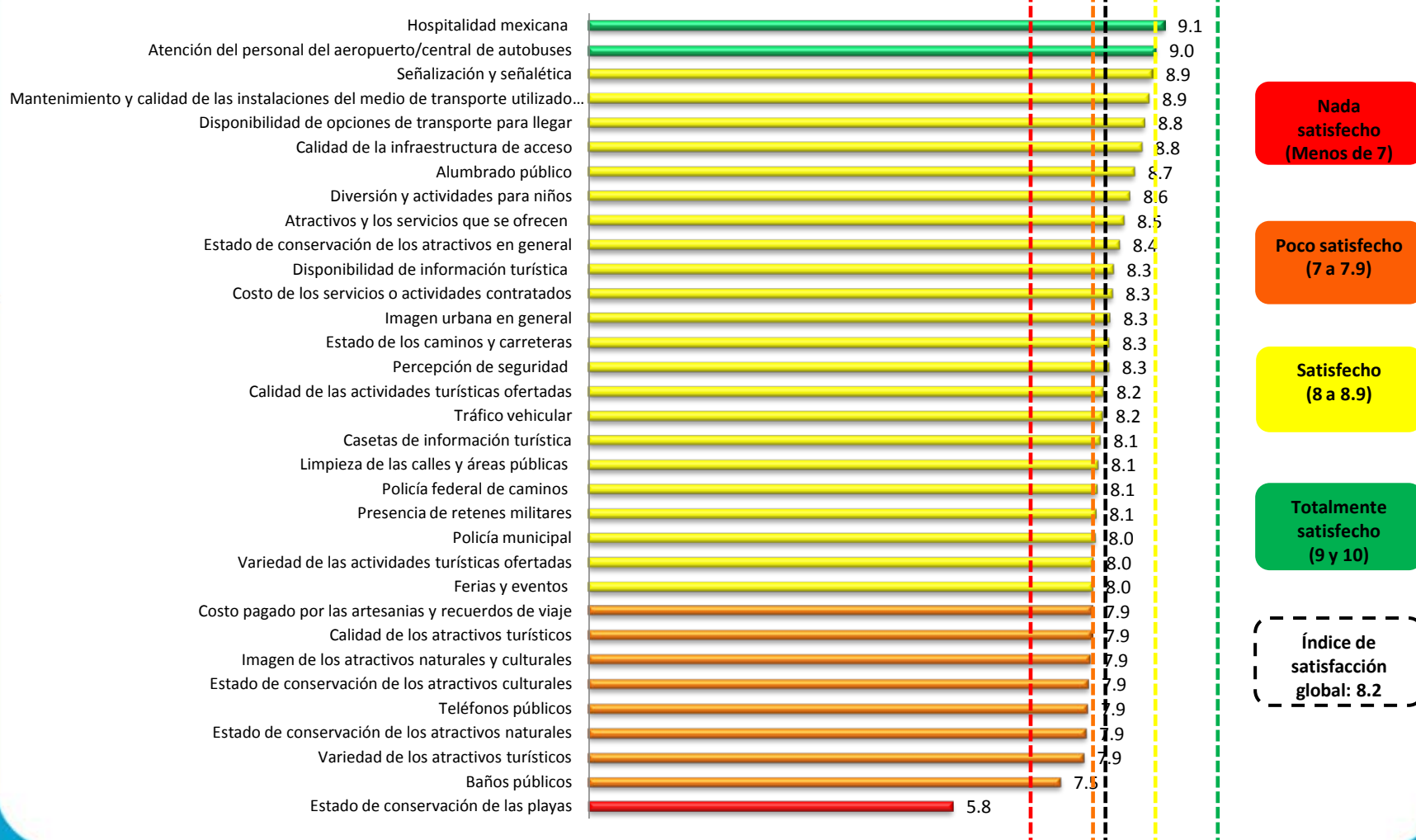
Índice de satisfacción global según género masculino



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global según género femenino



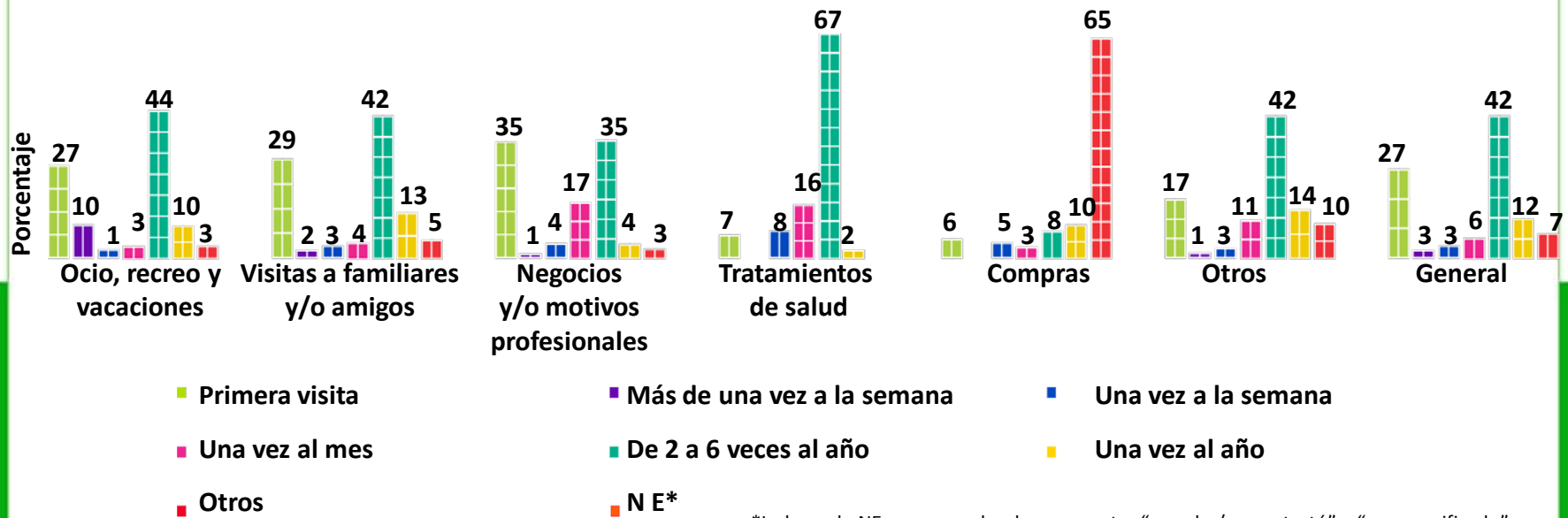


**Lealtad de los
visitantes nacionales a
Mexicali. B.C.**

Lealtad



Frecuencia de las visitas de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



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

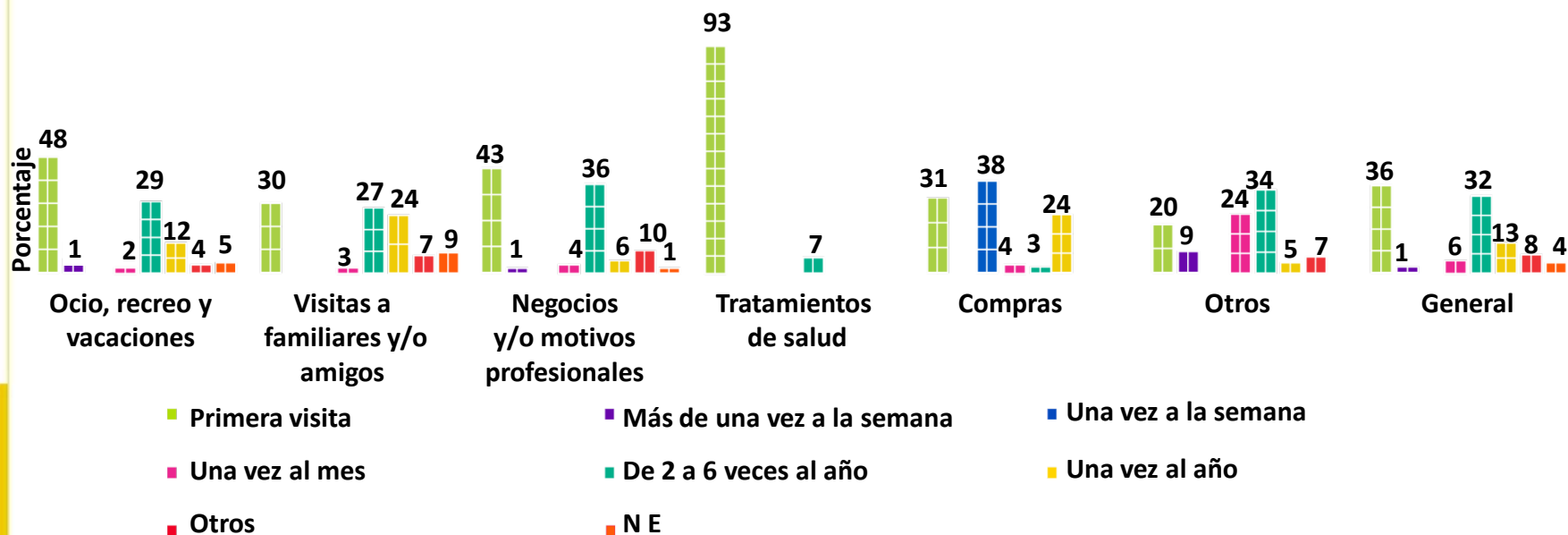
La **mayor parte** de los viajeros por **vía terrestre** visitan el destino de **dos a seis veces al año (42 %)**; aunque, para más de un cuarto de ellos, ésta era su **primera visita (27 %)**.

Destaca que la **mayoría** de las personas que viajaron por **compras, no especificaron** la frecuencia con la que visitan el destino (**65 %**).

Lealtad



Frecuencia de las visitas de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

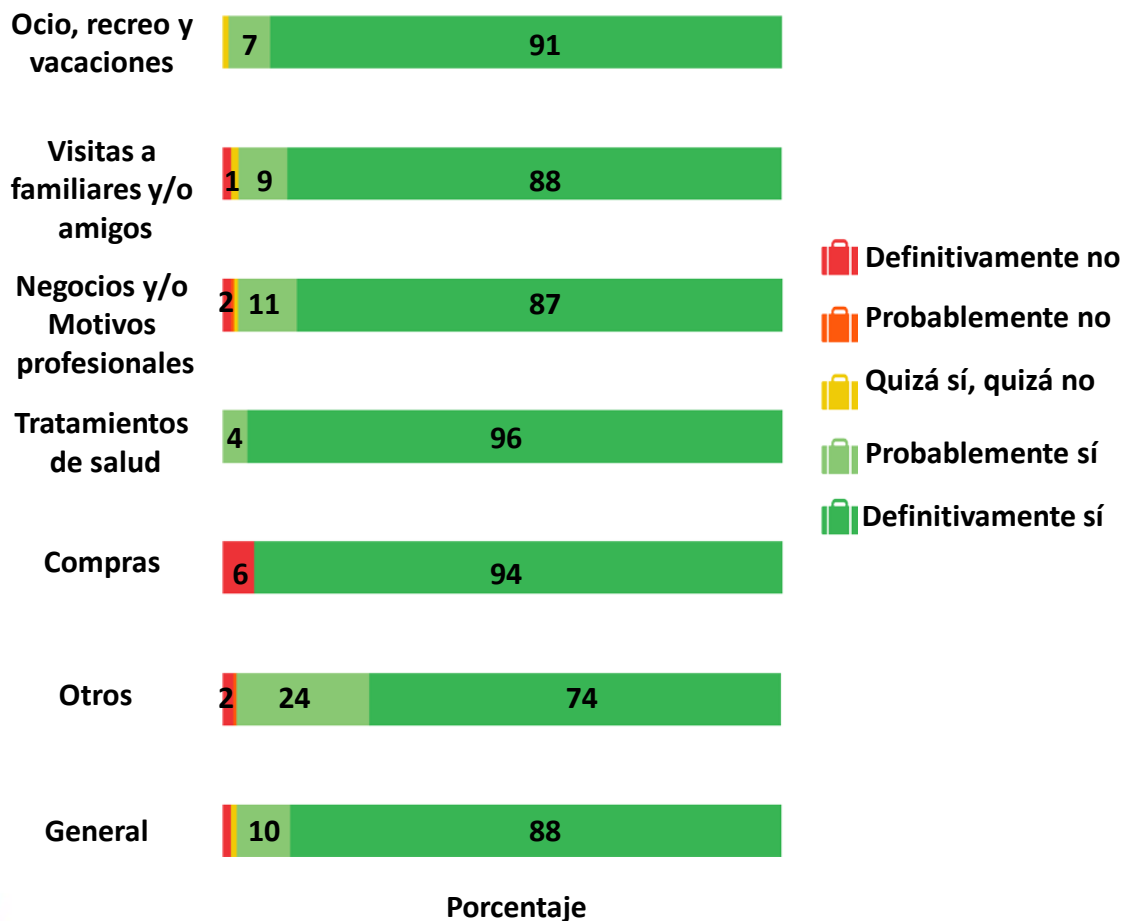


Los visitantes por **vía aérea** se dividieron entre los que visitaron el destino por **primera vez (36 %)** y los que lo hacían **de dos a seis veces al año (32 %)**. Destaca que **casi todos** los que viajaron por **tratamientos de salud** lo hicieron **por primera ocasión (93 %)**.

Lealtad



Intención de regresar por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



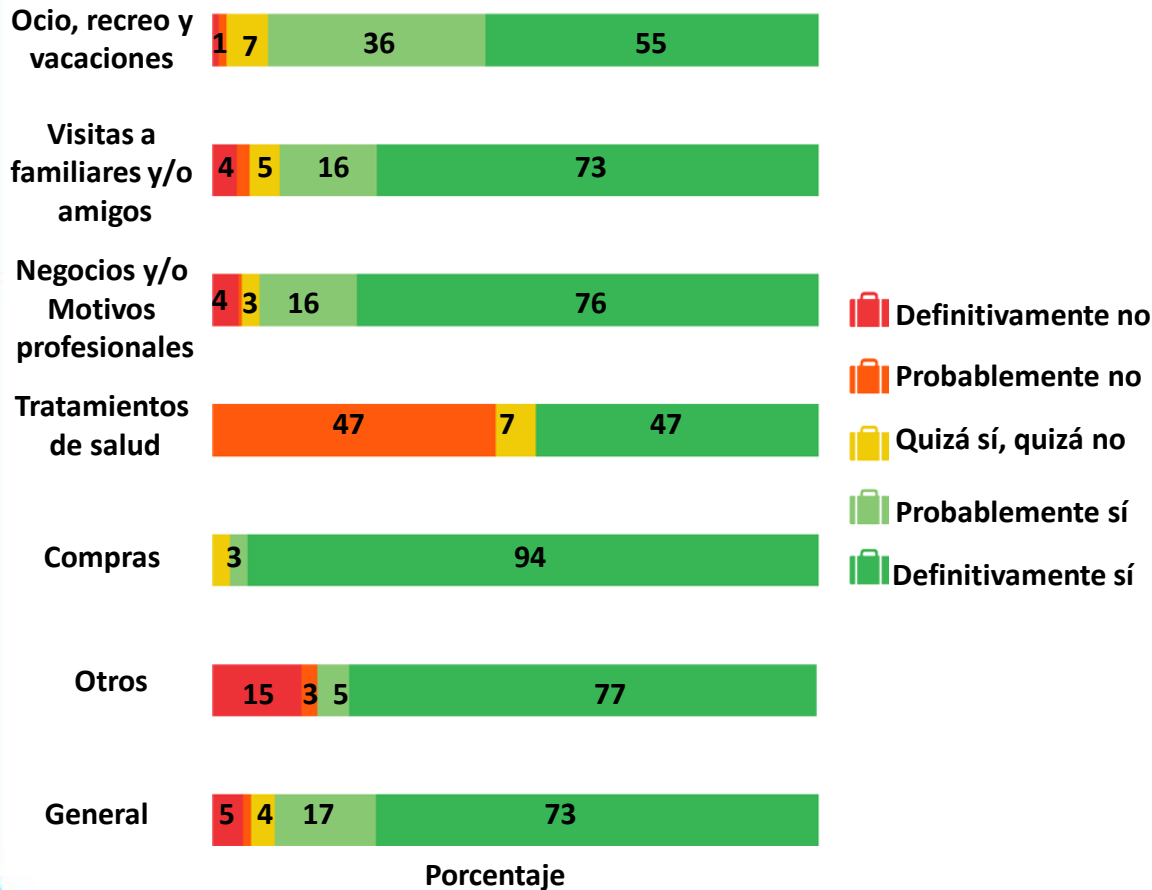
En general, los visitantes por **vía terrestre definitivamente sí regresarían** al destino (88 %), sin importar el motivo por el cual viajan.

La proporción de los visitantes que **definitivamente no regresarían** es mínima, principalmente entre los que llegaron al destino por compras (6 %).

Lealtad



Intención de regresar por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

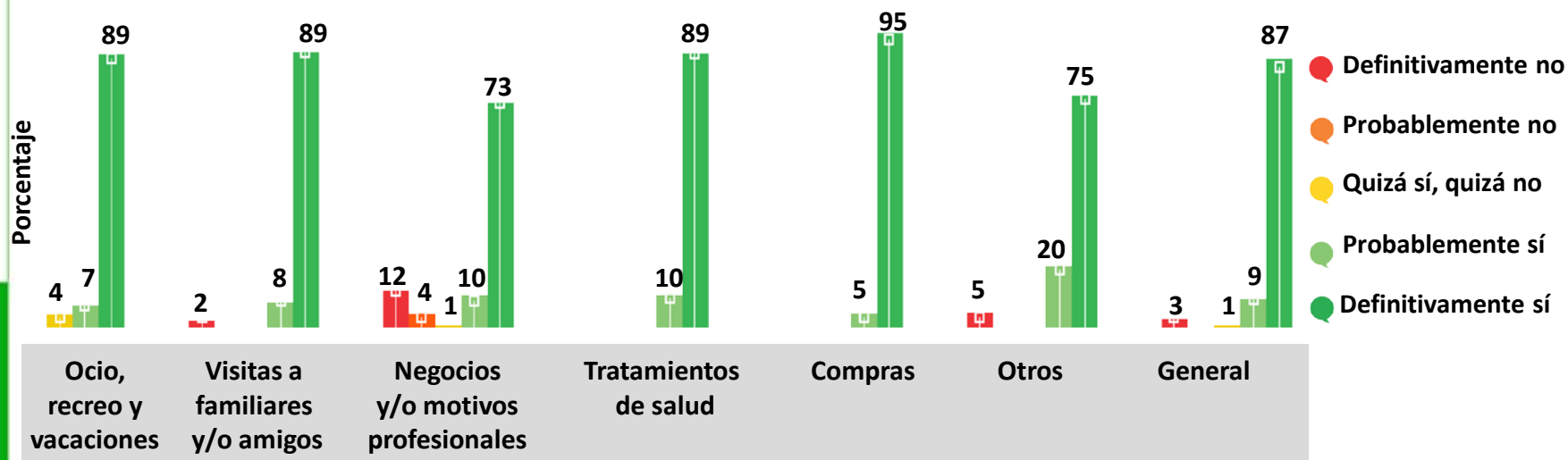


La **mayoría** de los visitantes **aéreos definitivamente sí regresarían** al destino (**73 %**), aunque hubo quienes no se mostraron tan seguros en su intención, en especial los que viajaron por **tratamientos de salud**, los que **probablemente no regresen** al destino (**47 %**).

Lealtad



Intención de recomendar por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

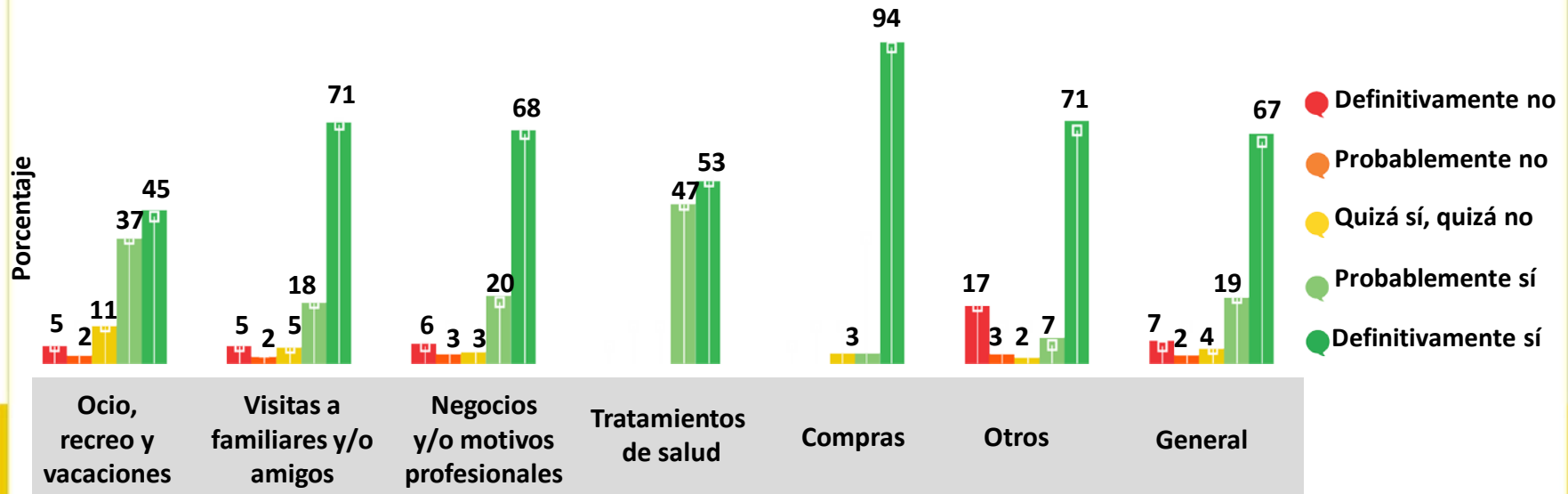


Los visitantes por **vía terrestre** reflejaron una experiencia satisfactoria durante el viaje con la **definitiva intención de recomendar el destino** (87 %). Sin embargo, entre los visitantes por **negocios y/o motivos profesionales**, una pequeña proporción **definitivamente no recomendaría** el destino (12 %).

Lealtad



Intención de recomendar por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La mayoría de los visitantes por **vía aérea definitivamente sí recomendarían** el destino (**67 %**) y hubo otros que **probablemente sí** lo harían (**19 %**); no obstante, una pequeña fracción de los turistas definitivamente no lo recomendarían, principalmente los que viajaron por **otros motivos (7 %)**.



Fortalezas y debilidades de Mexicali, B.C.

Principales fortalezas del destino (vía terrestre)



Centros comerciales
o plazas



Hospitalidad de la gente

FORTALEZAS



Tranquilidad



Ambiente familiar

Entre los visitantes captados en las centrales de **autobuses** de Mexicali, el factor positivo más mencionado fueron los **centros comerciales o plazas**, seguido por la **hospitalidad de la gente**, la **tranquilidad** y el **ambiente familiar**.

Principales fortalezas del destino (vía aérea)



Para los visitantes encuestados en el **aeropuerto** de Mexicali, la **hospitalidad de la gente** fue, por mucho, el factor más favorable del destino, seguido de la **cercanía con Estados Unidos**, la **gastronomía** y la **seguridad**.

Principales debilidades del destino (vía terrestre)



El factor negativo con el mayor número de menciones entre los visitantes por **vía terrestre** fue el **clima**, lo que podría estar relacionado a que la encuesta se realizó durante el **verano en Mexicali**, donde esta condición ambiente es extrema. Otros factores fueron la **inseguridad**, la **basura en las calles** y el **tráfico vehicular**.

Principales debilidades del destino (vía aérea)



Al igual que los visitantes terrestres, los turistas por **vía aérea** identificaron como el principal aspecto negativo del destino al **clima**, seguido por la **inseguridad**, la **basura en las calles** y los **baches**.



<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
Mtro. Rafael Ruíz Ortega
Mtro. Aurelio Meza Valdez
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

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

