



Centro Cultural Tijuana

TURISMO INTERNO EN BAJA CALIFORNIA

Número 4 Noviembre 2013

PRESENTACIÓN

El turismo interno, es decir, aquel realizado por la población residente del propio país (OMT, 2010), representa una de las actividades económicas más importantes de México, ya que estimula el intercambio cultural y enriquece la vida de quienes lo experimentan. A pesar de externalidades como la crisis económica o la inseguridad, una gran cantidad de mexicanos continúa desplazándose dentro de los límites del país, ya sea por trabajo, estudios, salud, para visitar a familiares y/o amigos, o simplemente para conocerlo, lo que ha derivado en que estos visitantes sean la principal fuente de derrama económica proveniente del turismo.

En 2011, el turismo contribuyó con el 8.4 % del Producto Interno Bruto (PIB) a la economía nacional, lo que significa que el PIB turístico fue superior a los 728 mil millones de pesos, de éstos el 82 % fue generado por el turismo interno (Sector, 2013a). Para el 2012, en el país se movilizaron 68.1 millones de turistas nacionales que se hospedaron en hoteles, ello sin contar a quienes utilizaron otro tipo de oferta extrahotelera o llegaron con familiares y/o amigos.

De la misma manera, cada temporada vacacional Baja California recibe un importante flujo de turistas nacionales que llegan principalmente para visitar a familiares y/o amigos y complementan sus visitas con la realización de actividades y el consumo de servicios turísticos, lo que representa un importante ingreso económico para el estado. Tan sólo durante la temporada invernal de 2012-2013, la entidad recibió poco más de 300 mil turistas nacionales que generaron una derrama económica cercana a los 900 millones de pesos (Bringas, 2013).

Por tal motivo, este número del boletín del Observatorio turístico de Baja California muestra la importancia que el turismo doméstico representa para la entidad y ofrece información relevante sobre el perfil sociodemográfico de este tipo de visitantes, las características y experiencia de viaje, el gasto realizado, así como la lealtad que le guardan al destino, con el fin de apoyar la planeación y la toma de decisiones del sector de manera que se impulse al estado como un destino atractivo para el turismo nacional.

*Salvo que se indique lo contrario, los datos estadísticos presentados en este boletín provienen del estudio "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (Invierno 2012-2013)".

**Las imágenes fotográficas provienen del archivo fotográfico del observatorio turístico y del banco de imágenes de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California.

***En las gráficas donde la suma de porcentajes no da como resultado 100 %, es debido al redondeo y/o a la proporción de respuestas "no sabe/ no contestó" o "no especificado".



La Bufadora, Ensenada

CONTENIDO

Introducción.....	2
Dinámica del turismo nacional en Baja California.....	3
Algunas características de los visitantes nacionales.....	5
Características del viaje.....	7
Experiencia de viaje.....	9
Lealtad o fidelidad al destino.....	10

INTRODUCCIÓN

En México, el turismo interno o doméstico, como también se le conoce, se ha revalorado en los últimos años, no sólo porque ha crecido en número, sino porque además permite equilibrar el déficit negativo de la balanza de pagos y posibilita utilizar infraestructura turística que no es utilizada por los visitantes internacionales en diferentes épocas del año. Durante el 2011, más del 85 % de los hogares mexicanos realizó por lo menos un viaje dentro del país en los distintos periodos vacacionales y fines de semana largos, gastando en promedio \$ 4 mil 818 pesos en aquellos viajes donde hubo pernocta y \$ 1 mil 040 pesos donde no la hubo (Sectur, 2011). Esto es de gran importancia para los destinos nacionales, pues gracias a estos viajes los visitantes internos vigorizan las economías locales a través de la derrama económica generada por el consumo de servicios de transporte, alimentación, hospedaje y/o esparcimiento, principalmente.

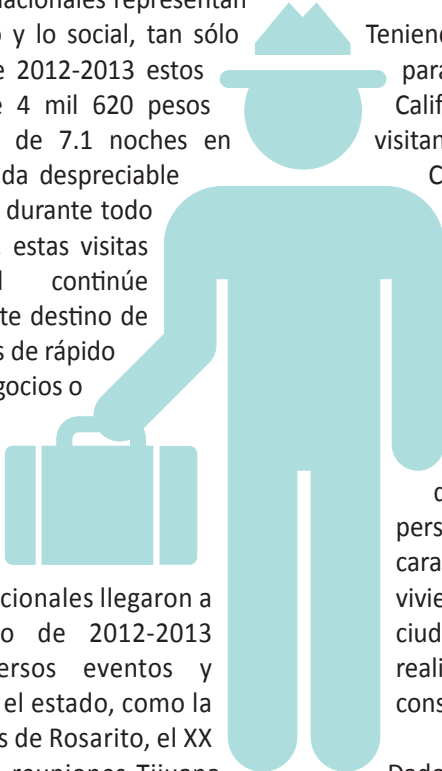
Para Baja California, los visitantes nacionales representan una oportunidad en lo económico y lo social, tan sólo durante el periodo de invierno de 2012-2013 estos visitantes gastaron una media de 4 mil 620 pesos durante su estancia, la cual fue de 7.1 noches en promedio (Bringas, 2013), cifra nada despreciable en comparación al gasto promedio durante todo el 2011 a nivel nacional. Además, estas visitas propician que la entidad continúe consolidándose como un importante destino de México, abriendo paso a segmentos de rápido crecimiento como el turismo de negocios o de reuniones.

Lo anterior se constata con el hecho de que los viajes de negocios fueron el segundo motivo por el que los visitantes nacionales llegaron a la entidad durante el invierno de 2012-2013 (Bringas, 2013). Además, diversos eventos y convenciones han tenido lugar en el estado, como la Olimpiada Nacional 2013 en Playas de Rosarito, el XX Congreso nacional de turismo de reuniones Tijuana 2013 y la Cumbre Global de negocios en turismo médico: Mexicali 2013, poniendo a esta región en el mapa nacional para este tipo de turismo.

Este escenario de oportunidad ha sido posible gracias a la amplia e importante conectividad aérea y terrestre con la que cuenta el estado, además del equipamiento turístico. De acuerdo con DataTur, el aeropuerto Abelardo L. Rodríguez, en Tijuana, se ubica en el quinto lugar en

llegadas de pasajeros en vuelos nacionales, además de ser el segundo mejor conectado al resto del país, sólo detrás del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. Por su parte, el aeropuerto de Rodolfo Sánchez Taboada, en Mexicali, ocupa el lugar número 20 en llegadas a nivel nacional, colocándose por encima de los aeropuertos de Acapulco, Huatulco y Cozumel (Sectur, 2013b).

En lo que respecta a la conectividad terrestre, los municipios de Tijuana y Mexicali cuentan cada uno con una central de autobuses principal que ofrece servicios de transporte hacia las principales ciudades de la república. Asimismo, existen diversas terminales satélites que complementan este servicio para los estados más cercanos como Sonora, Sinaloa y Nayarit, e incluso a algunos más lejanos, como Oaxaca y Chiapas. Durante el periodo estudiado, alrededor de 142 mil turistas nacionales utilizaron este medio para llegar a Baja California (Bringas, 2013).



Teniendo presente la importancia del turismo doméstico para el estado, el Observatorio Turístico de Baja California realizó el estudio “Caracterización de los visitantes nacionales a las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)”, aplicando cuestionarios durante el periodo de noviembre y diciembre de 2012 a enero de 2013. Como primer paso se identificaron los itinerarios de salida de vuelos nacionales y corridas de autobuses en las terminales aéreas y terrestres de estas ciudades. Posteriormente se diseñó un marco muestral probabilístico, por estratos y polietápico que permitiera la selección aleatoria de informantes. Los cuestionarios se aplicaron a personas mayores de 15 años que cumplieran con las características de un turista nacional, es decir, que vivieran en México, que no residieran ni trabajaran en la ciudad de aplicación del cuestionario y que hubieran realizado alguna compra y/o utilizado algún servicio considerado como turístico.

Dado que importaba conocer la experiencia turística en el destino, dichos cuestionarios se aplicaron cuando los visitantes ya habían concluido su estancia en el estado y se disponían a dejarlo. El instrumento estaba formado por una batería de 22 preguntas, conteniendo subtemas en algunas de ellas, con lo que se recabó información que permitió dimensionar el mercado real del turismo nacional recibido en la entidad durante el periodo de análisis, así como mostrar algunas características de los visitantes y del viaje.

DINÁMICA DEL TURISMO NACIONAL EN BAJA CALIFORNIA

El turismo doméstico es medible en parte a través de las dinámicas de los flujos de pasajeros que se mueven por medio de las redes de conectividad nacional, aérea y terrestre. En México, durante todo el 2012 se movilizó un flujo de 56 millones 685 mil 492 pasajeros que viajaron a destinos nacionales. De éstos, casi una cuarta parte llegó a los aeropuertos de las ciudades fronterizas del norte del país, de los cuales el 32 % arribó a las terminales aéreas de Tijuana y Mexicali, en Baja California (SCT, 2013a), lo que indica que el estado capta un porcentaje importante de los pasajeros nacionales que vuelan a esta región.

Durante el mismo año, en el mercado nacional se movilizaron por carretera cerca de 2 mil 800 millones de pasajeros (SCT, 2013b), lo que representa alrededor del 98 % de los viajes realizados en el país. No obstante, aunque el turismo nacional generalmente transita por carretera, en Baja California, debido a su distancia

con respecto al resto de los estados, la mayoría del flujo de visitantes nacionales llega por avión.

Al llegar a su destino, algunos visitantes nacionales hacen uso de establecimientos de alojamiento, con lo que es posible obtener información para complementar el análisis de la dinámica del turismo. Respecto a la oferta hotelera a nivel nacional, para el 2012 existían 17 mil 662 establecimientos de alojamiento, equivalentes a 660 mil 546 cuartos. A nivel estatal, 475 establecimientos correspondieron a Baja California, los que contaban con una disponibilidad de 20 mil 644 cuartos (Sectur, 2012a). En cuanto a la ocupación hotelera por parte de los turistas internos ésta fue del 50.2 % en el país (Sectur, 2012b). En el caso de las principales ciudades fronterizas del norte de México, la oferta promedio fue de 12 mil 268 cuartos, y su porcentaje de ocupación por parte de los visitantes nacionales fue de 44.2 % durante el 2012, siendo Mexicali la ciudad que obtuvo en promedio el mayor porcentaje (55.3 %), seguido de Tijuana con el 45.7 % (Sectur, 2012c).



Sin duda alguna, la dinámica del turismo interno que se vive en México se relaciona con elementos como la posición geográfica del destino, su conectividad con otros estados, las oportunidades de negocios, su demografía, entre otros. La actividad turística que hoy en día se vive en Baja California no puede desvincularse del proceso de inmigración que consolidó su fundación, lo que representa una de las principales características de la entidad, ya que un porcentaje considerable de la población (46 %) no es nativa del estado (INEGI, 2013), y hasta hace ocho años, más de la mitad de sus habitantes eran originarios de otra entidad federativa (INEGI, 2005) que llegaron a Baja California atraídos por la actividad económica en expansión que caracterizaba a la región, fenómeno que se dio a partir de la década de los 40 y que no cesó hasta finales de los 80 (Zenteno, 1993). Esta población es la que hoy en día en cada temporada vacacional recibe a sus familiares y/o amigos, quienes llegan a visitarlos y conocer esta región fronteriza, compartiendo con ellos una

identidad propia: la bajacaliforniana, cuya cultura autóctona, adquirida y trasladada forma parte de su riqueza y diversidad, añadiéndole un valor inconmensurable al encanto del noroeste mexicano.

En su visita, el turismo interno se encuentra con diferentes productos turísticos que les ofrece el estado, como la ruta del queso, la ruta del vino, el avistamiento de la ballena gris, el ecoturismo en diversos parques nacionales, el valle de los gigantes, múltiples museos, restaurantes, ranchos, spas y un sin número de atractivos y servicios con la capacidad de satisfacer al turista más exigente, haciendo de su experiencia de viaje emocionante y placentera.

En este contexto, queda claro que para el turismo nacional Baja California representa un importante destino, tanto por la notable dinámica del flujo de visitantes nacionales y la ocupación hotelera que genera, así como por la variedad en la oferta de servicios y productos turísticos con los que cuenta.



ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES NACIONALES

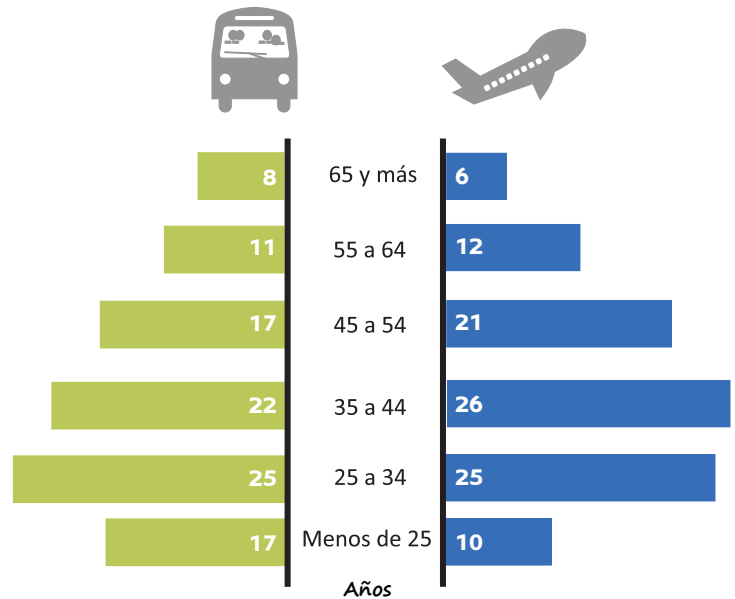
Contrariamente a lo que se piensa, Baja California es un estado que atrae una gran cantidad de viajeros nacionales que llegan ya sea para visitar a sus familiares y/o amigos o con el propósito de pasar unas agradables vacaciones, por motivos de salud o por las oportunidades de negocios que se presentan en las distintas localidades del estado.

Tan sólo durante los meses de noviembre y diciembre de 2012 y enero de 2013, Baja California recibió 302 mil 237 visitantes nacionales que llegaron de diversas regiones del país. Con la intención de dar a conocer más a detalle las características de estos visitantes, y debido a que en el análisis se encontraron algunas coincidencias entre los grupos según el medio de transporte y el comportamiento y patrones de consumo de los viajeros, la información obtenida se presenta en función de la vía por la que se viajó: terrestre o aérea.

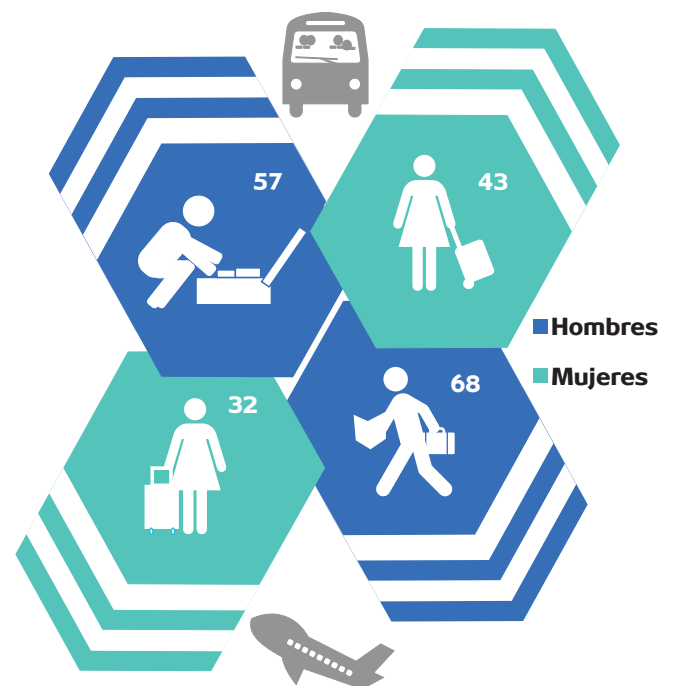
De todos los visitantes nacionales que viajaron a Baja California por carretera, una proporción importante procedió de Sonora y Sinaloa. Desde estos estados, el 80 % de los visitantes de Sonora viajó por vía terrestre, así como el 78 % de los que viajaron desde Sinaloa lo hicieron por esta misma vía. Por el contrario, entre todos los visitantes que llegaron por avión, gran parte provenía principalmente del Distrito Federal (16 %), Jalisco (16 %) y el Estado de México (12 %).

La escolaridad de los visitantes nacionales que llegaron a Baja California por carretera se concentra en los niveles educativos básicos (50 % no rebasa los estudios de secundaria). Por su parte, quienes llegaron en avión cuentan en su mayoría con estudios universitarios o de posgrado (52 %). Tomando en cuenta que en México los habitantes de 15 años y más tienen en promedio 8.6 años de escolaridad (hasta segundo de secundaria) (INEGI, 2010), se observa que los viajeros terrestres se encuentran dentro de la media, mientras que los aéreos se ubican por encima de ésta.

Grupos de edad (porcentajes)

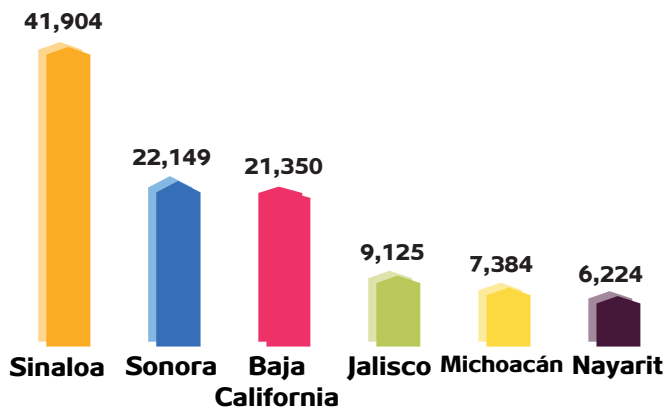


Género (porcentajes)

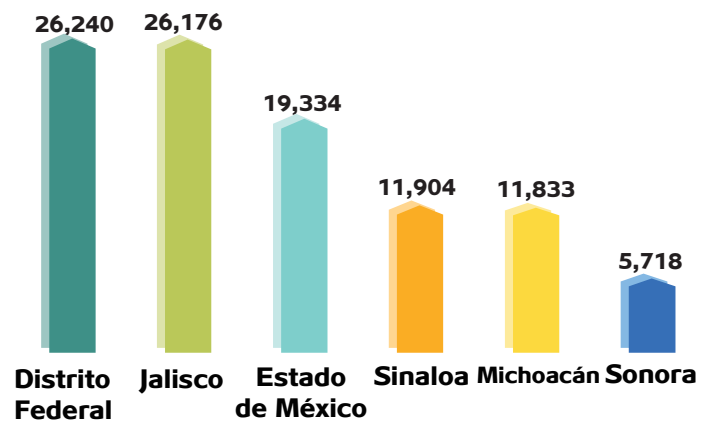


Estados de procedencia

Vía de salida terrestre



Vía de salida aérea



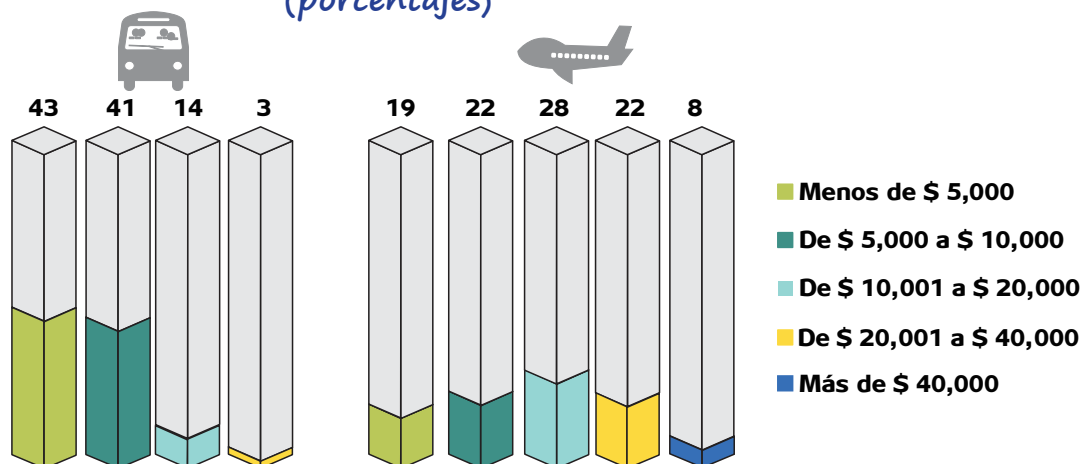
Otro aspecto importante que se relaciona con el medio de transporte que utilizaron los visitantes nacionales es la edad. Por un lado, el 42 % de quienes viajaron por tierra tuvo como máximo 34 años de edad, por otro lado, el 39 % de los usuarios de avión tuvo como mínimo 45 años. El grupo de edad de los 35 a 44 años fue representativo tanto entre los visitantes por vía terrestre como entre los de vía aérea (22 % y 26 % respectivamente), este grupo de edad se relaciona con la etapa más productiva de las personas.

La ocupación y el ingreso de los visitantes nacionales también son factores que determinan las condiciones bajo las que se realizan los viajes. Tanto por vía terrestre como aérea destacan quienes trabajan en el

gobierno o en la iniciativa privada, o como profesionista o técnico. A pesar de lo anterior, sí se encontraron diferencias al analizar el ingreso personal mensual, ya que el ingreso del 83 % de los visitantes por vía terrestre no rebasa los 10 mil pesos mensuales, mientras que el 59 % de los visitantes en avión gana más de esta cantidad al mes. Considerando que de acuerdo con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (2013) el ingreso promedio de la población ocupada en México es de \$ 5 mil 122 pesos mensuales, se observa que el ingreso del 70 % de todos los visitantes nacionales a Baja California se encuentra por encima de la media.

Seis de cada diez visitantes nacionales fueron hombres.

Ingreso individual anual en dólares (porcentajes)

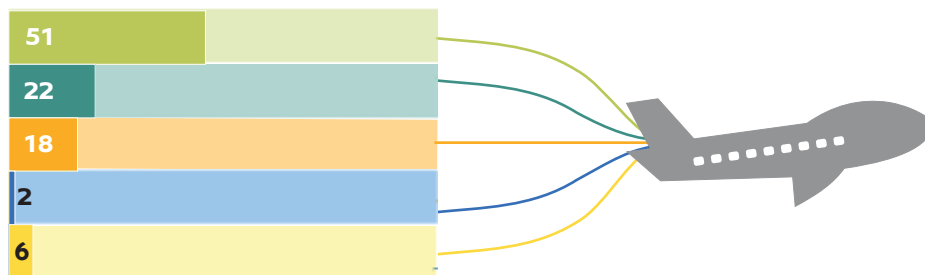
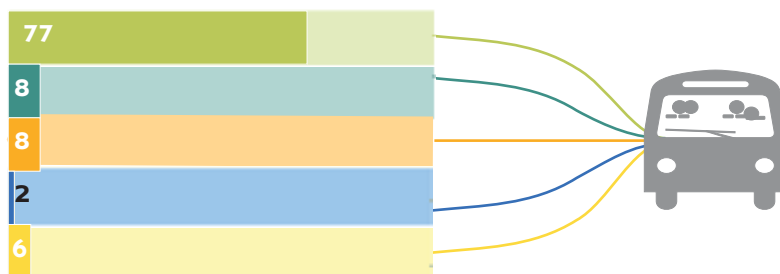


CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Uno de los aspectos fundamentales para el análisis del turismo está relacionado con las características del viaje, pues éstas permiten no sólo cuantificar la actividad turística, sino que además proporcionan información relevante que permite diseñar políticas comerciales, promocionales y de programación (Devesa, Laguna y Palacios, 1997). Por ejemplo, los motivos de viaje constituyen un tema fundamental para identificar diferentes segmentos de mercado y detectar los gustos y preferencias de los visitantes.

Las visitas a familiares y/o amigos fueron el principal motivo de viaje por el que los turistas nacionales llegaron a la entidad durante invierno de 2012-2013 (63 %). Para quienes viajaron por vía terrestre éste motivo representó el 77 % de las visitas, mientras que los viajes de negocios y por ocio, recreo y vacaciones apenas presentaron en conjunto el 16 % de las llegadas (8 % respectivamente). Para quienes viajaron por vía aérea los viajes de negocios tuvieron una mayor participación, posicionándose como el segundo motivo de viaje a la entidad (22 %).

Principales motivos de viaje (porcentajes)



- Visita a familiares y/o amigos
- Ocio, recreo y vacaciones
- Negocios y/o motivos profesionales
- Compras
- Otros motivos

La estancia promedio de los turistas nacionales fue de 7 noches, durante este tiempo gastaron en promedio \$ 1,092 pesos diarios.



Distribución del gasto (porcentajes)

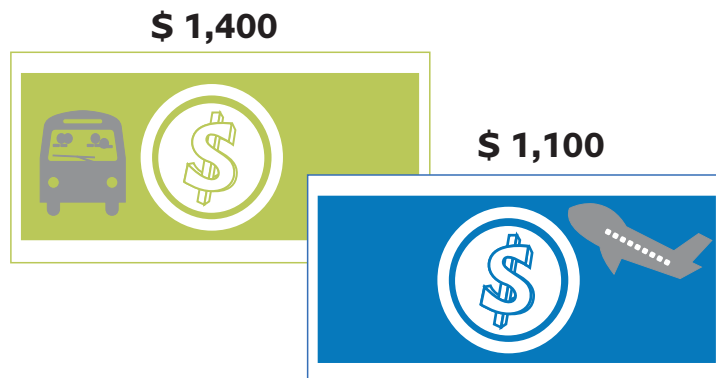


El motivo de viaje y el tipo de alojamiento utilizado están relacionados. Entre los turistas que viajaron por vía terrestre, las visitas a familiares y/o amigos fueron más representativas, por lo que se hospedaron en casa de éstos (72 %) en mayor proporción. Por su parte, dado que los viajes de negocios aumentaron entre quienes viajaron por vía aérea, el uso de hoteles para alojarse también se incrementó entre estas visitas (30 %).

En el periodo de estudio, la actividad turística realizada por los visitantes nacionales a Baja California generó una derrama económica cercana a

los 900 millones de pesos. Si bien, una parte considerable de ésta se destinó principalmente al pago de alimentos y bebidas en restaurantes (23 % entre los visitantes terrestres y 31 % entre los aéreos), existen otros gastos relacionados con el tipo de viaje y los motivos que lo originaron. Por ejemplo, viajar por tierra para visitar a familiares y amigos aumentó la derrama en ropa y/o calzado (23 %) y en alimentos en supermercado (14 %), y redujo el gasto en hospedaje (7 %). Ahora bien, dado que por vía aérea se registró a un mayor número de turistas que llegaron por negocios o por motivos profesionales, entre éstos aumentó el gasto en hospedaje (15 %) y se redujo el gasto en alimentos en supermercado (6 %).

Gasto promedio diario



EXPERIENCIA DE VIAJE

Para conocer el grado de satisfacción de los visitantes nacionales a partir de su experiencia de viaje, se asignó un valor dentro de una escala de 1 a 10 para calificar diversos aspectos que integraron su experiencia. Se consideró como una mala experiencia a aquellas calificaciones inferiores a los 7 puntos; 7 significó experiencias regulares, aquellas evaluadas con 8 se consideraron una buena experiencia, y las calificaciones de 9 y 10 representaron experiencias consideradas como excelentes.

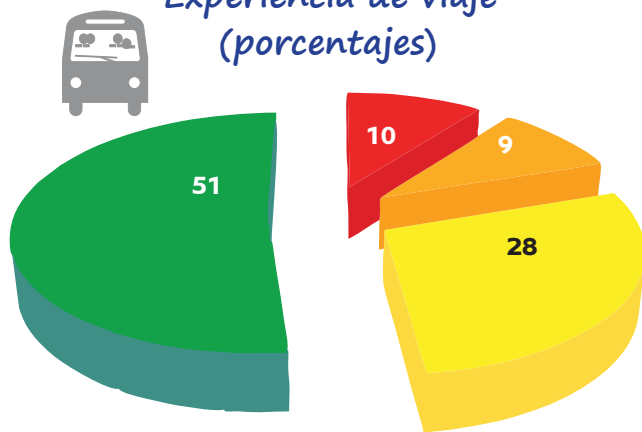
A partir de esa escala, se encontró que la mayoría de los turistas nacionales reconocieron haber tenido una excelente experiencia de viaje (51 % entre los visitantes por vía terrestre y 59 % entre los aéreos), y en segundo término se encontraron aquellos que

evaluaron su experiencia como buena (28 % y 25 % respectivamente).

Cuando se analiza la valoración de la experiencia en términos de la relación entre la calidad y el precio, se observa que los visitantes nacionales evaluaron de manera positiva este aspecto. Así lo demuestra el hecho de que la mayoría de los viajeros (56 %) aseguró que la calidad que se ofrece en el destino es equivalente al gasto realizado; además, un 35 % consideró que la experiencia vale aún más que lo que se gastó.

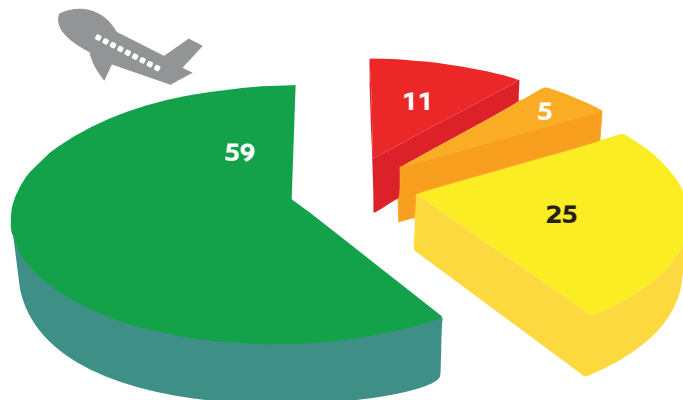
Dentro de los elementos identificados como las fortalezas del destino que intervinieron en generar estas gratas experiencias se encuentran la hospitalidad de la gente, el clima y la gastronomía, elementos mayormente identificados como aspectos positivos en la visita.

Experiencia de viaje (porcentajes)



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

Experiencia de viaje (porcentajes)



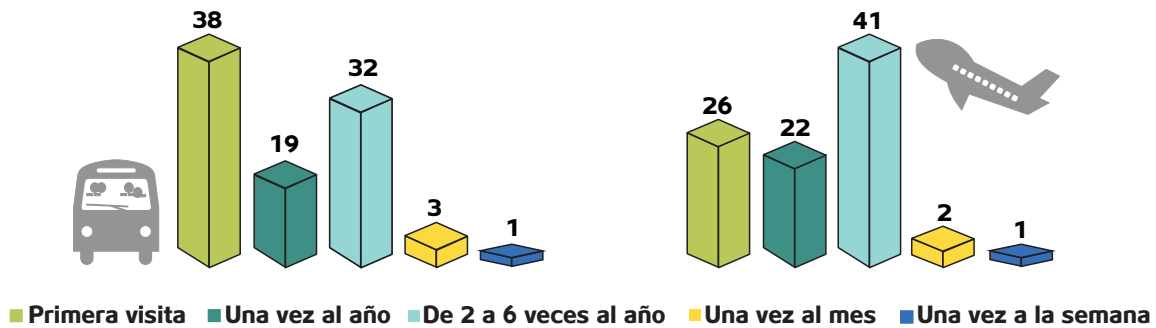
LEALTAD O FIDELIDAD AL DESTINO

Conocer la lealtad o fidelidad hacia un destino turístico resulta muy importante si se considera que ésta puede representar una fuente de ingresos estable para las comunidades receptoras, al mismo tiempo que genera un sentimiento de “apego al destino” entre los turistas, desencadenando actitudes positivas en sus visitas como el cuidado ambiental y la solidaridad con la población local. La información obtenida a través de la encuesta revela que entre los visitantes aéreos y terrestres hubo porcentajes significativos de visitantes leales, es decir, visitantes que conocían el destino (66 % de los visitantes por vía terrestre y 55 % por vía aérea), destacando quienes viajan a Baja California entre dos y seis veces al año (41 % y 32 % respectivamente). Cabe destacar que por vía aérea se encontró un porcentaje significativo de viajeros que llegaron a la entidad por primera vez (38 %).

Si a lo anterior se le agrega que la intención de regresar y de recomendar a Baja California conforma una aplastante mayoría entre los visitantes nacionales terrestres y aéreos (84 % en ambos casos), es posible afirmar que estas primeras visitas representan viajeros que potencialmente retornarán al destino, incrementando con ello el número de turistas leales.

Teniendo en cuenta la información presentada, se infiere un incremento de visitantes nacionales en las próximas temporadas, por lo que resulta imprescindible reconocer la importancia que estos visitantes representan para el turismo en Baja California. Todo lo anterior debe ser considerado a la par del mejor de los recursos con que cuenta el estado, su gente, elemento incomparable y que sin reparo alguno siempre se encuentra dispuesto a dar una cordial bienvenida a los visitantes de todo el país.

Frecuencia de las visitas a Baja California (porcentajes)





Bibliografía

- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013). "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (Invierno 2012-2013)", Tijuana. Reporte de investigación, El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de turismo del estado de Baja California (Secture).
- Devesa Fernández, María, Marta Laguna García y Andrés Palacios Picos (2010). "Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior" en Revista electrónica de motivación y emoción, España, vol. 13, núm. 35-36, pp 169-190.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2005). Censo de población y vivienda 2005, en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2005/default.aspx> consultado el 10 de octubre de 2013.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013). Censo de población y vivienda 2010, en <http://www.censo2010.org.mx/> consultado el 15 de octubre de 2013.
- Naciones Unidas-Organización Mundial de Turismo (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas en turismo 2008, Madrid/Nueva York.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) (2013a). Estadística operativa de aeropuertos, <http://www.sct.gob.mx/transporte-y-medicina-preventiva/aeronautica-civil/estadisticas/estadistica-operacional-de-aeropuertos-airports-operational-statistics/>, consultado el 25 de octubre de 2013.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) (2013b). Transporte terrestre de pasajeros, excepto por ferrocarril, Estadística básica 2012, en <http://www.sct.gob.mx/transporte-y-medicina-preventiva/autotransporte-federal/estadistica-basica-del-autotransporte-federal/2012/>, consultado el 25 de octubre de 2013.
- Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) (2013). "Información laboral, tercer trimestre 2013" en http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/web/pdf/perfiles/perfil%20nacional.pdf consultado el 23 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2011). Encuesta del gasto en turismo en hogares 2011, México en <http://datatur.sectur.gob.mx/work/sites/datatur/resources/LocalContent/273/31/EncuestGastTurHog2011.pdf> consultado el 20 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2012a). Oferta de alojamiento nacional, 2012, en DataTur http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/estadistica_nuevo/semana_pdf/20.pdf, consultado el 20 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2012b). El turismo en México 2012, en DataTur http://datatur.sectur.gob.mx/work/sites/datatur/resources/LocalContent/310/45/BoletinFina_Turismo_Mex_2012.pdf, consultado el 15 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2012c). Resultados de la actividad hotelera, 2012, en DataTur http://datatur.sectur.gob.mx/work/sites/datatur/resources/LocalContent/310/25/RAOC_2012.pdf, consultado el 18 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2013a). 1er informe de labores 2012-2013, México en http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Informes_Oficiales consultado 15 de octubre de 2013.
- Secretaría de Turismo (Sectur) (2013b). Llegada de pasajeros por aeropuerto en vuelos nacionales, en http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/estadistica_nuevo/semana_xls/06.xls consultado el 20 de octubre de 2013.
- Zenteno, René (1993). "Del rancho de la Tía Juana a Tijuana: una breve historia de desarrollo y población en la frontera norte de México", en Estudios demográficos y urbanos: México, D.F. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, vol. 10, núm. 1 (28) (enero-abril 1995), pp. 105-132.

ESCRÍBENOS

observatur.bajacalifornia@gmail.com

VISÍTANOS

observaturbc.org

[f/observatur.bc](https://www.facebook.com/observatur.bc)

Coordinadora General

Dra. Nora L. Bringas Rábago

Coordinador Adjunto

Dr. Djamel Toudert

Participantes

Dr. Basilio Verduzco Chávez

Mtra. Yessica Vicensio Murillo

Mtra. María Teresa López Avedoy

Mtro. Heber Huizar Contreras

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

Diseño Gráfico

Lic. Claudia Ramos Castillo

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

C.P. Oscar Escobedo Carignan

Secretario de Turismo

Lic. Ives Lelevier Ramos

Subsecretario de Turismo



Secretaría de Turismo del Estado
de Baja California

Edificio Río, Tercer Piso

Calle Juan Ruiz de Alarcón

#1572, Zona Río,

C.P. 22320

Tijuana, Baja California, México

Teléfono +52 664 682 3367



El Colegio de la Frontera Norte, A.C.

Carretera escénica

Tijuana - Ensenada, km 18.5,

San Antonio del Mar,

C.P. 22560

Tijuana, Baja California, México

Teléfono +52 664 631 6300