

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)

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



Tijuana B. C, 2013

Introducción



Con la finalidad de identificar el volumen y características de la demanda real de visitantes nacionales hacia Baja California se hizo un levantamiento de campo a partir del 1º de noviembre de 2012 y hasta el 31 de enero de 2013 para realizar la encuesta **“Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)”**.

Con este estudio, se llena un vacío de información en materia turística en el estado. A continuación se presenta una breve descripción del diseño metodológico y de algunos de los resultados obtenidos.

Acotación metodológica



Muestreo:
Central de autobuses
Terminal aérea



OBJETIVO

**Conteo de
flujos/cédula
filtro y
cuestionario**

POBLACIÓN OBJETIVO

- Mayor de 15 años.
- Con residencia habitual dentro de los límites de la República mexicana .
- No trabaja o desempeña actividades remuneradas en la ciudad de aplicación.
- Utilice servicios y/o realice actividades consideradas turísticas.

**Cuestionarios
Aeropuerto:
1,975
Autobuses:
1,848**

DISEÑO Y MARCO MUESTRAL

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

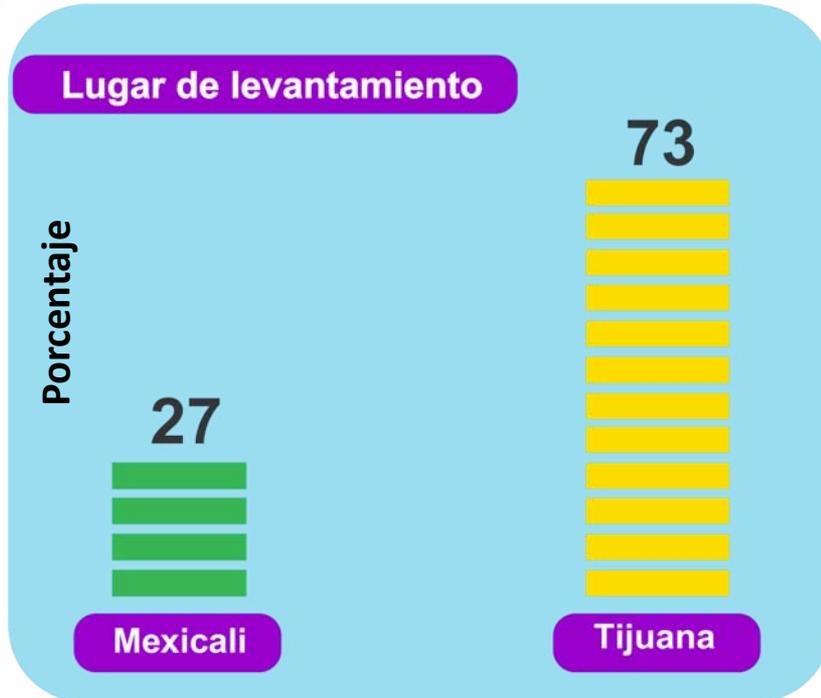
Conocer el tamaño y características del mercado real de turistas nacionales que visitan Baja California y que regresan a su lugar de residencia habitual por vía aérea o terrestre, utilizando las terminales de autobuses y los aeropuertos de Mexicali y Tijuana.

Fechas del levantamiento: del 1º de noviembre al 31 de diciembre de 2012 y del 1º al 31 de enero de 2013, en terminales de autobuses y aeropuertos en Mexicali y Tijuana, B. C.



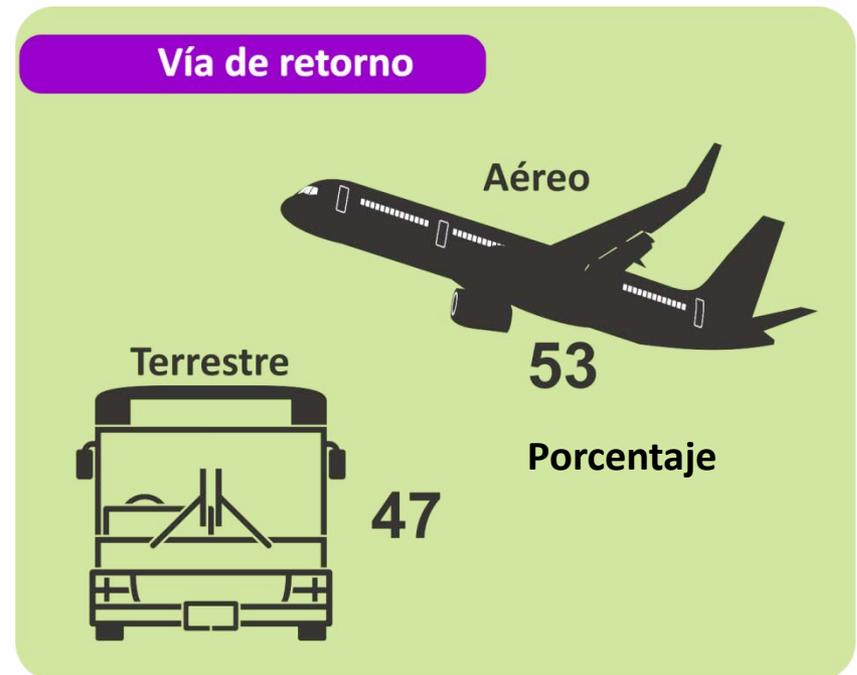
Características generales de los visitantes nacionales en Baja California

Flujo total de turistas nacionales en Mexicali y Tijuana



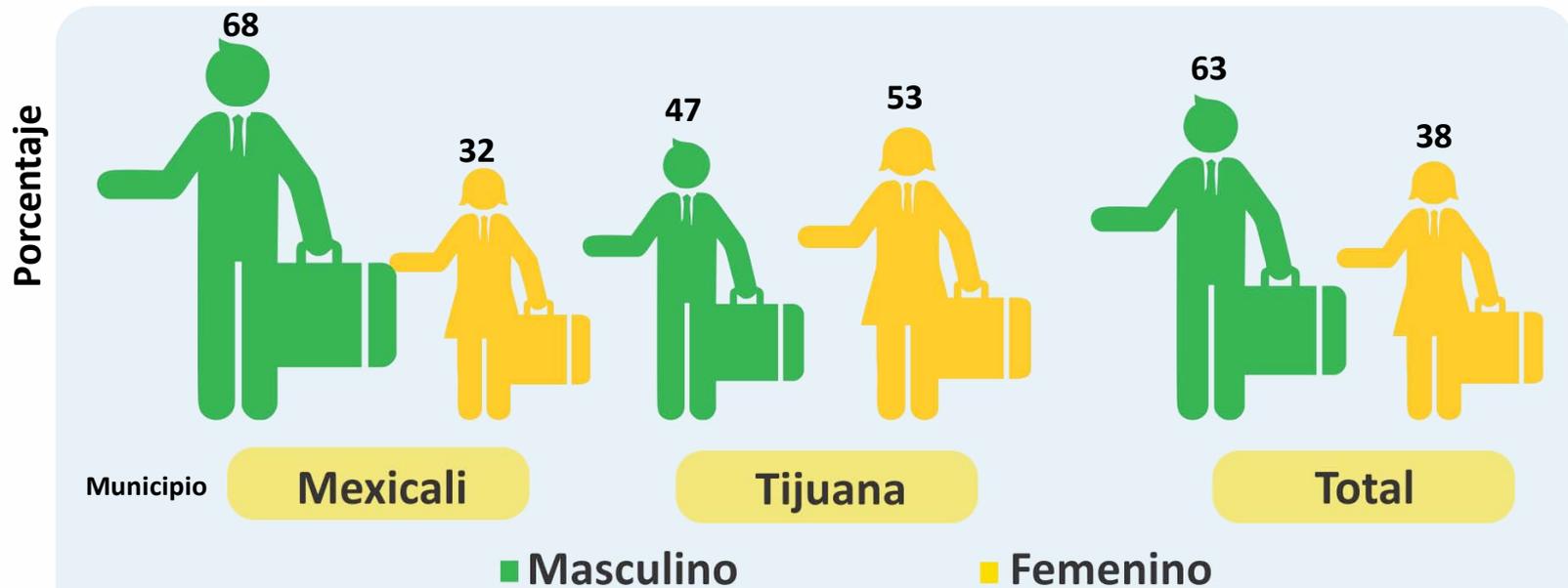
Del total de turistas nacionales, **47.1%** regresó a su lugar de residencia habitual por vía **terrestre** y **52.9%** lo hizo por vía **aérea**.

El **flujo total** de turistas nacionales en Baja California fue de **302,237** personas, de los cuales, el **72.6%** se captó en la ciudad de **Tijuana** y el **27.4%** en **Mexicali**.



Perfil socio demográfico

Género de los visitantes nacionales



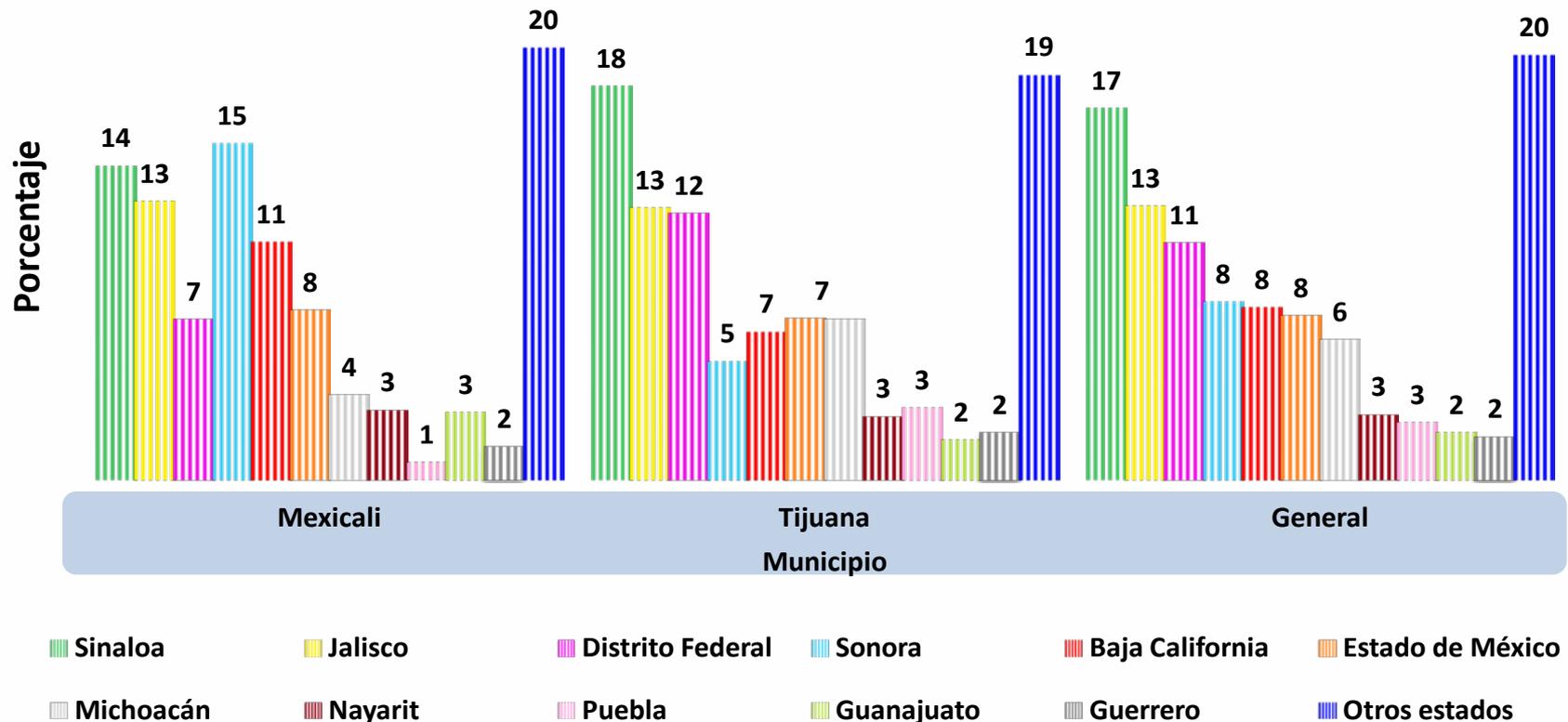
La **mayor** parte de los turistas nacionales captados fueron **hombres** (**62.5%**); aunque en el caso de Mexicali se registró una mayor proporción de mujeres (**53.1%**).

Perfil socio demográfico



Los turistas que visitaron **Tijuana** vinieron principalmente del estado de **Sinaloa (18%)**, mientras que los captados en **Mexicali** llegaron de la entidad de **Sonora (15%)**.

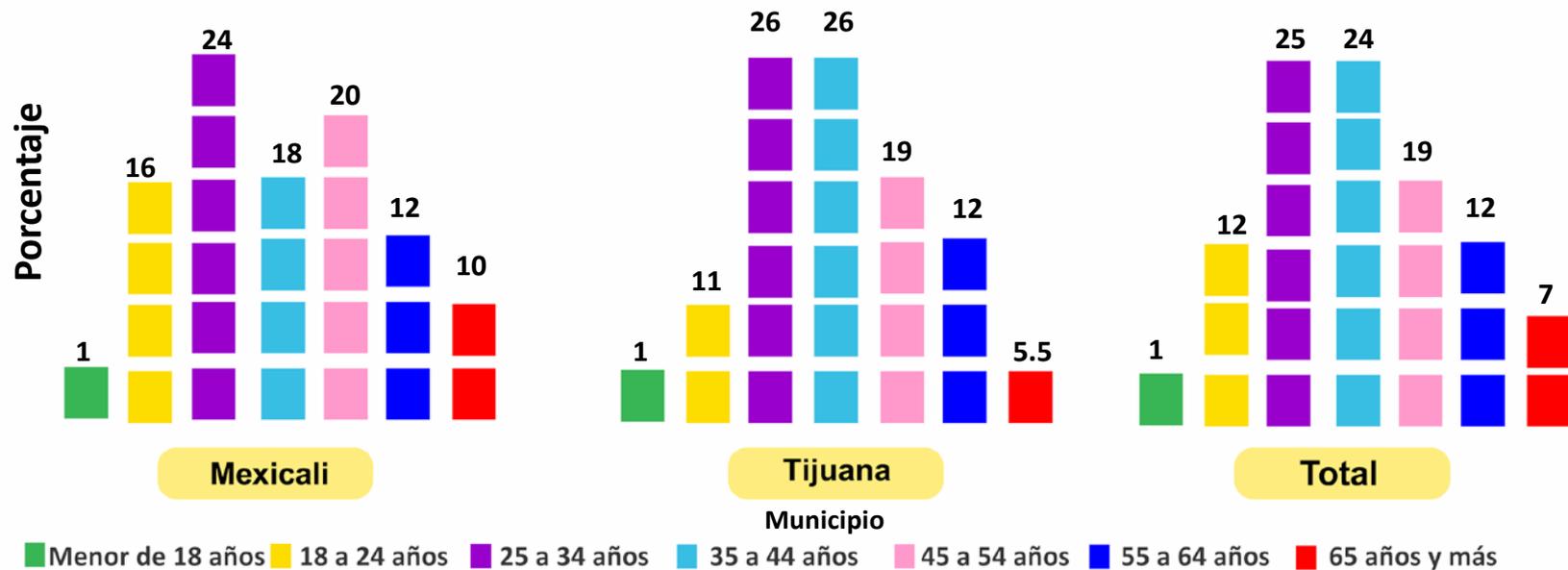
Lugar de residencia de los visitantes nacionales



Perfil socio demográfico



Grupos de edad de los visitantes nacionales

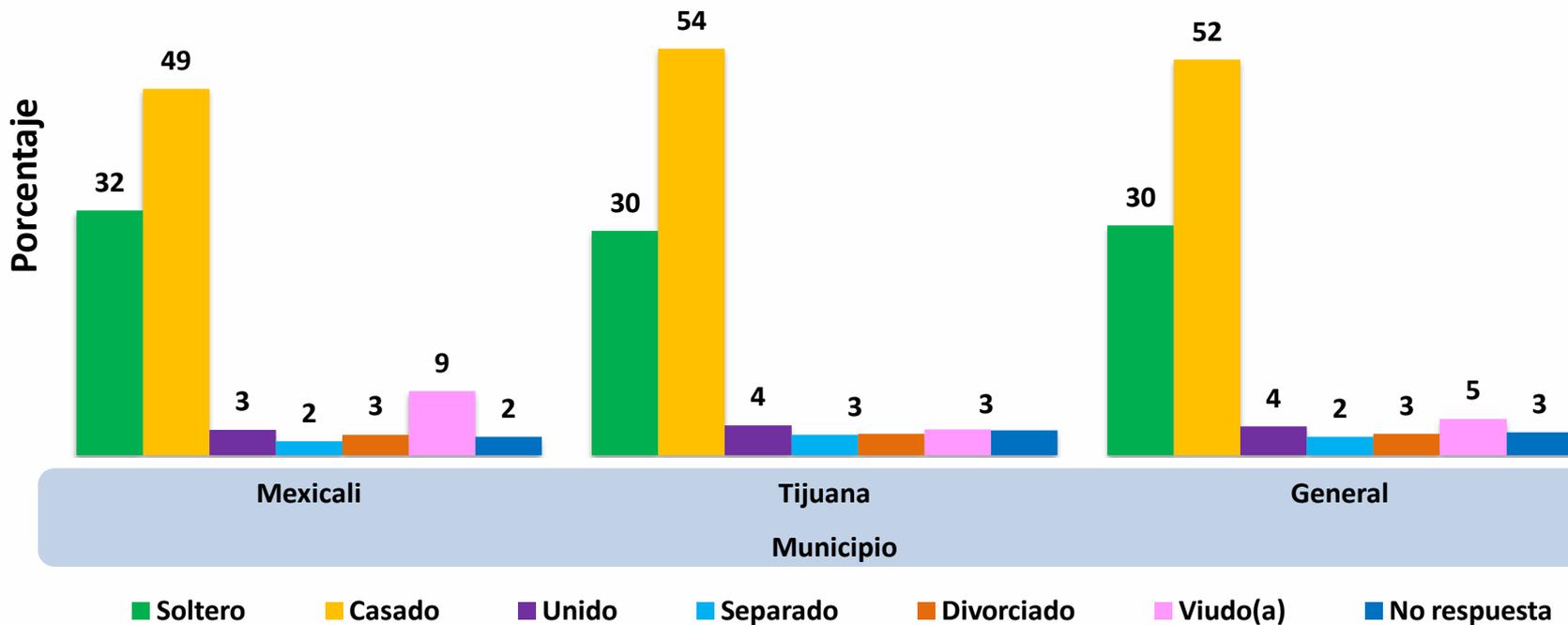


La mayoría de los turistas nacionales que visitaron los destinos considerados se encontraron entre los **25 y los 34 años** de edad (**25.2 %**). En **Tijuana**, el grupo de turistas que se encontró en el **rango de 35 a 44 años** fue **ligeramente mayor (26.3%)**.

Perfil socio demográfico



Estado civil de los visitantes nacionales



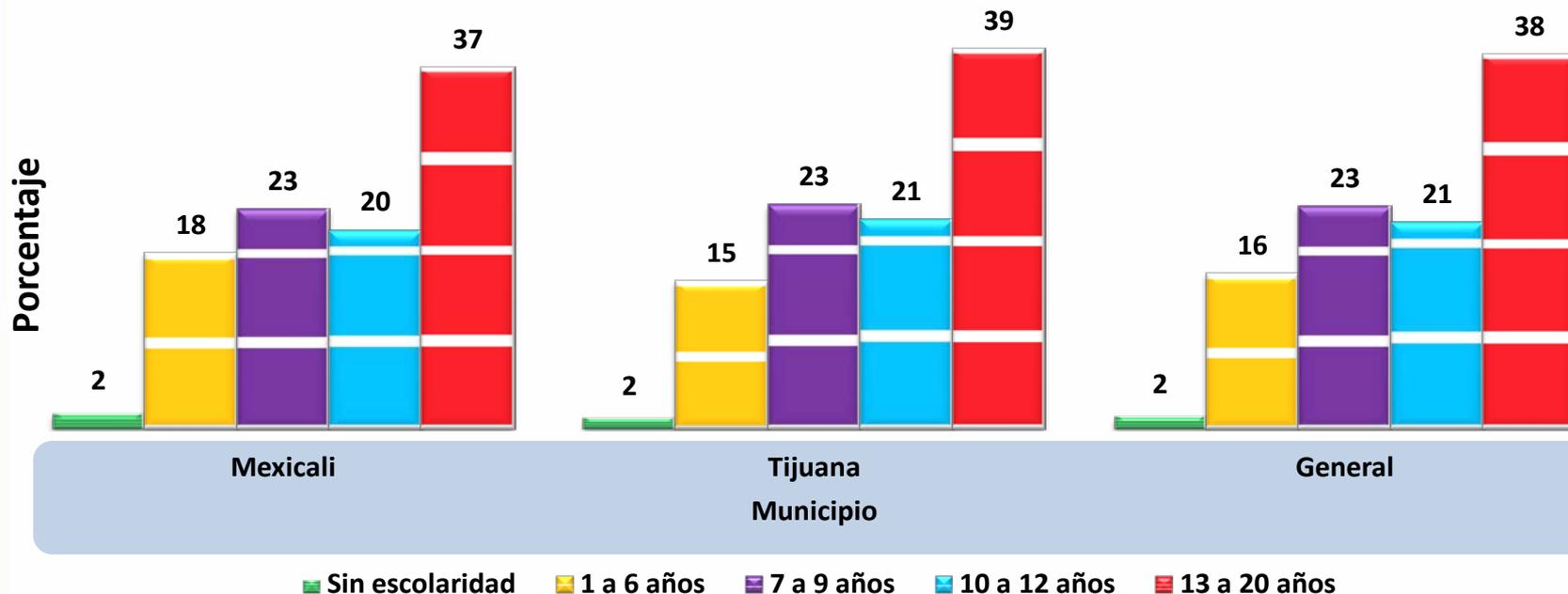
La mayor parte de los visitantes nacionales al estado fueron casados (52.5%), y en menor proporción solteros (30 %).

Esta misma tendencia se mantiene por ciudades.

Perfil socio demográfico



Escolaridad de los visitantes nacionales

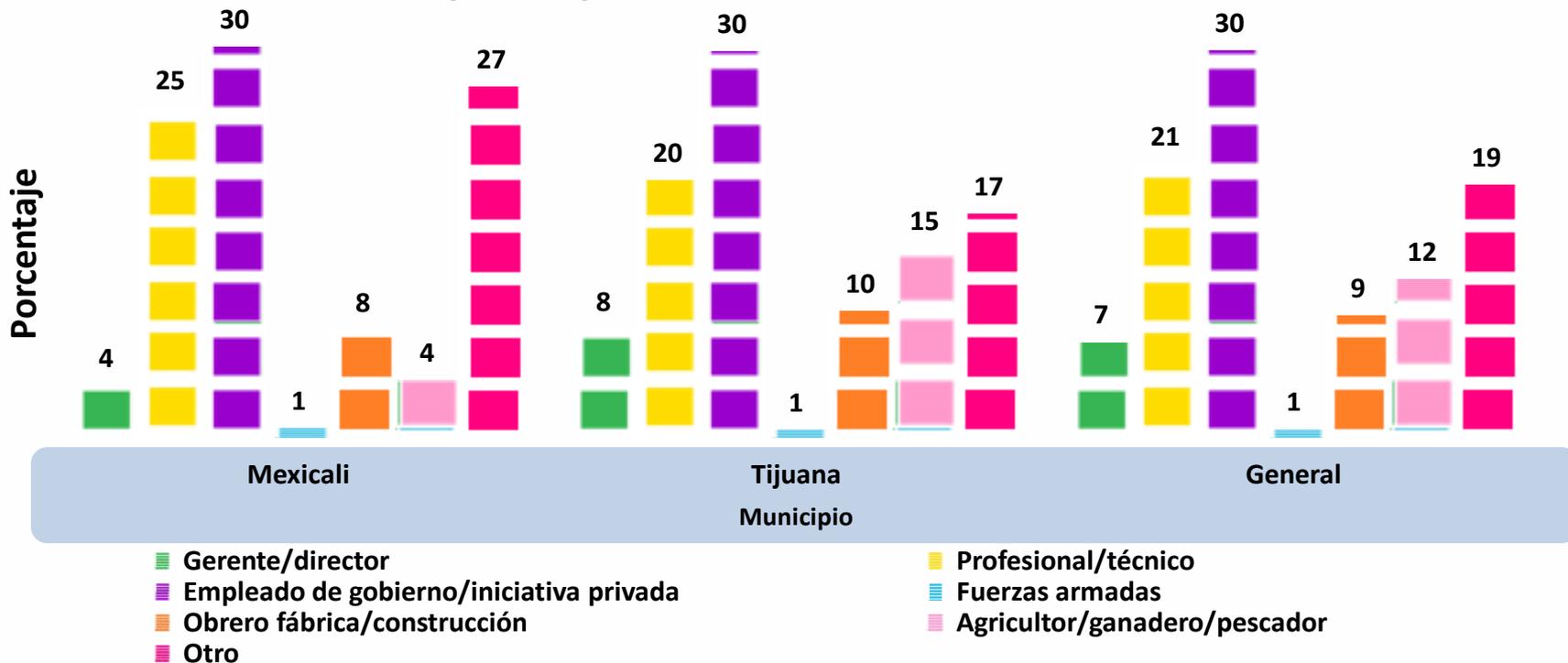


Tanto a nivel estado como municipio, la mayoría de los visitantes nacionales cursaron entre **13 y 20 años de estudios**, lo que equivale a **carreras universitarias y de posgrado (38%)**.

Perfil socio demográfico



Principal ocupación de los visitantes nacionales

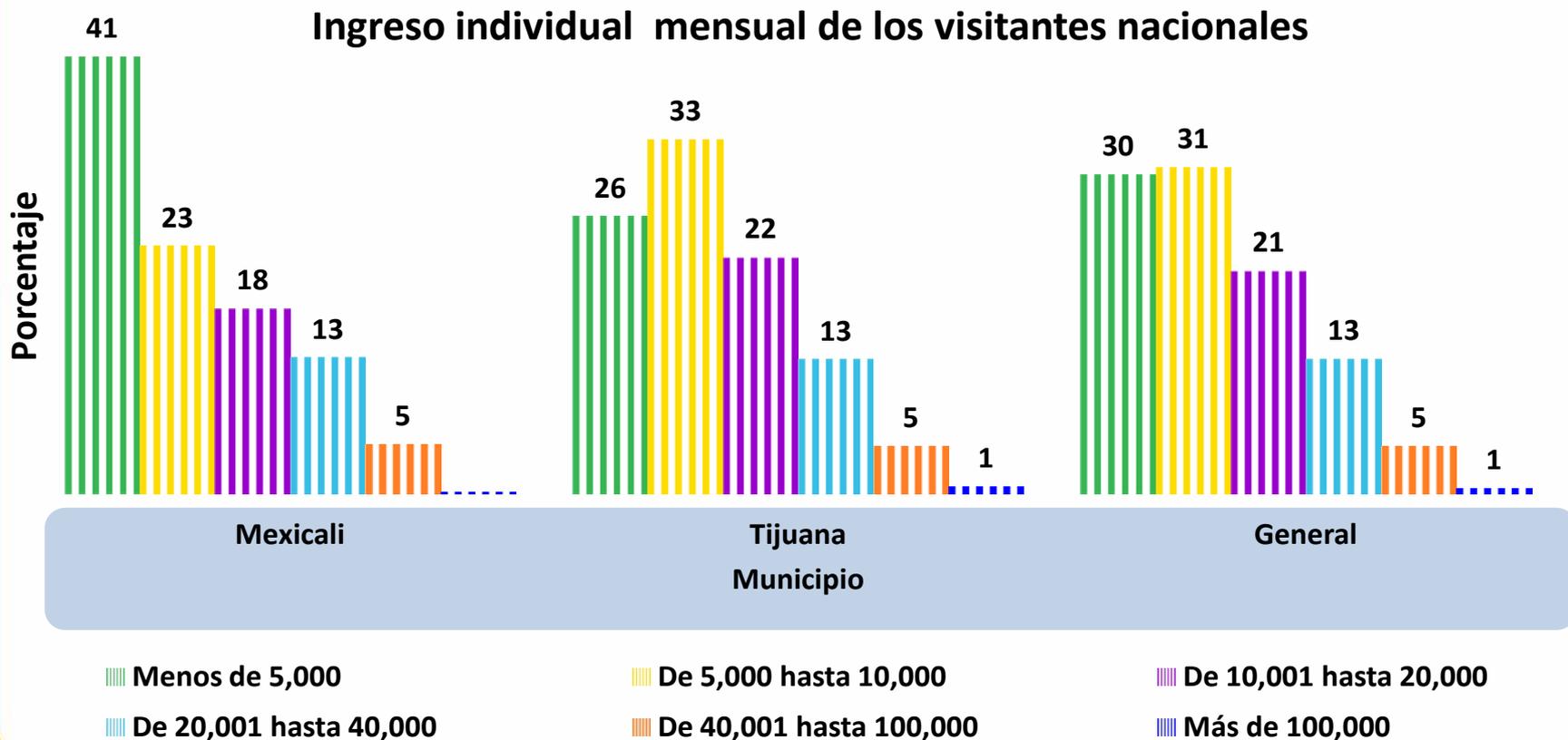


Los **empleados de gobierno/IP** fueron quienes más visitaron los destinos (**30 %**), así como los **profesionistas y/o técnicos** (**21 %**). Se presentó una mayor proporción de gerentes o directores que visitan Tijuana (8.3 %) contra 3.9 % en Mexicali.

Perfil socio demográfico



En general, los turistas nacionales percibieron mensualmente un **ingreso individual** que osciló entre los **5,001 y 10,000 pesos (30.8%)**, o bien, ingresos **menores de 5,000 pesos (30.2%)**.

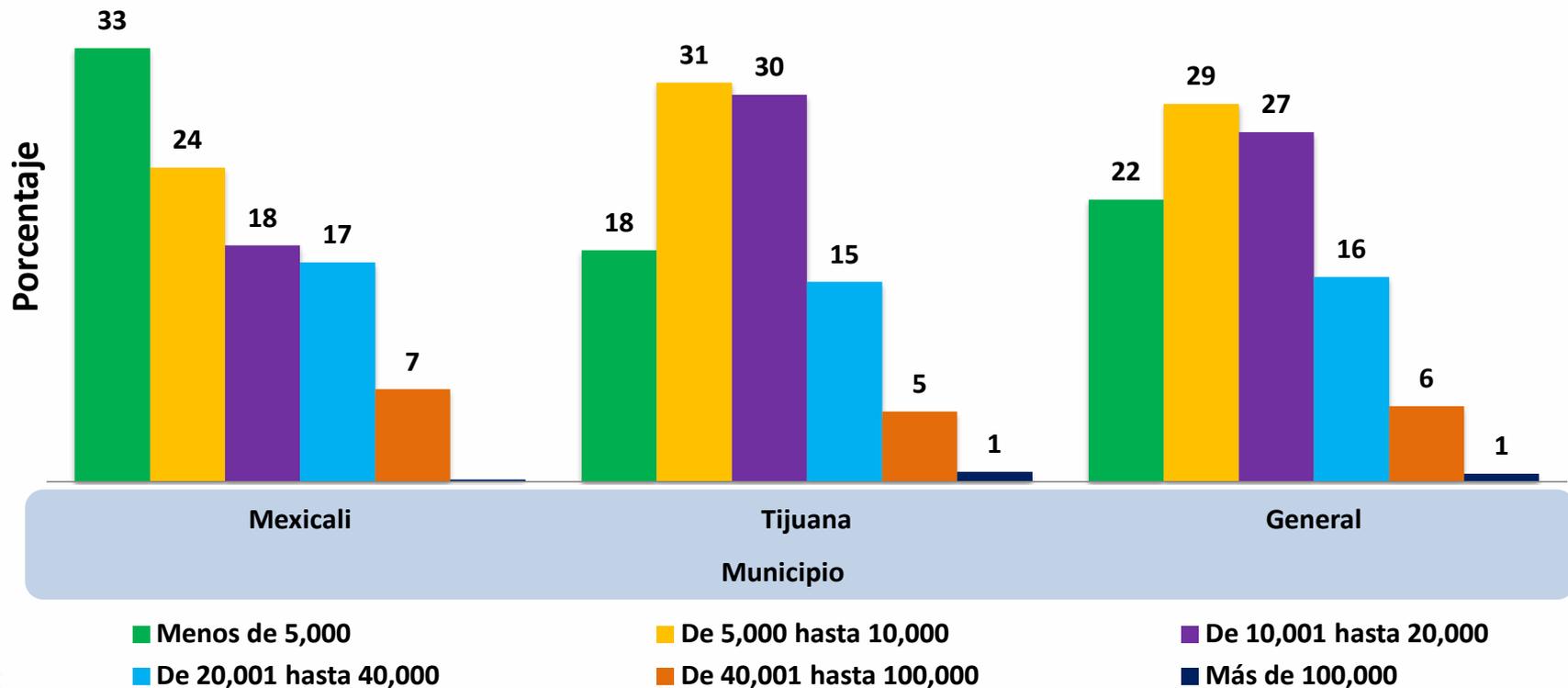


Perfil socio demográfico



A nivel familia, Tijuana y Mexicali recibieron turistas de todos los rangos de ingreso, sin embargo, en **Mexicali** se concentraron ligeramente **más turistas con mejor nivel adquisitivo** (que ganaron arriba de los 20,000 pesos).

Ingreso familiar mensual de los visitantes nacionales

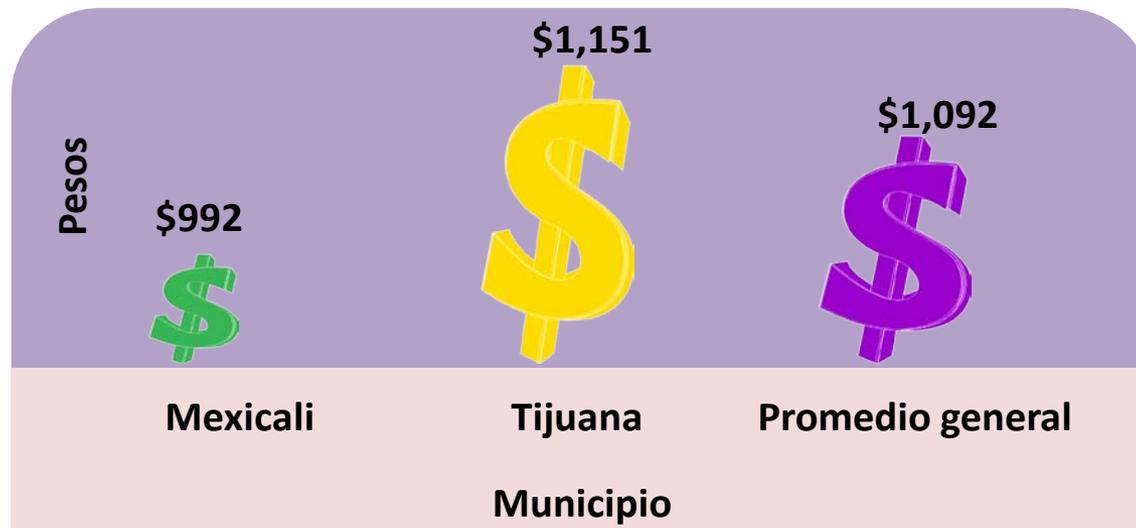


Gasto total y promedio (moneda nacional)

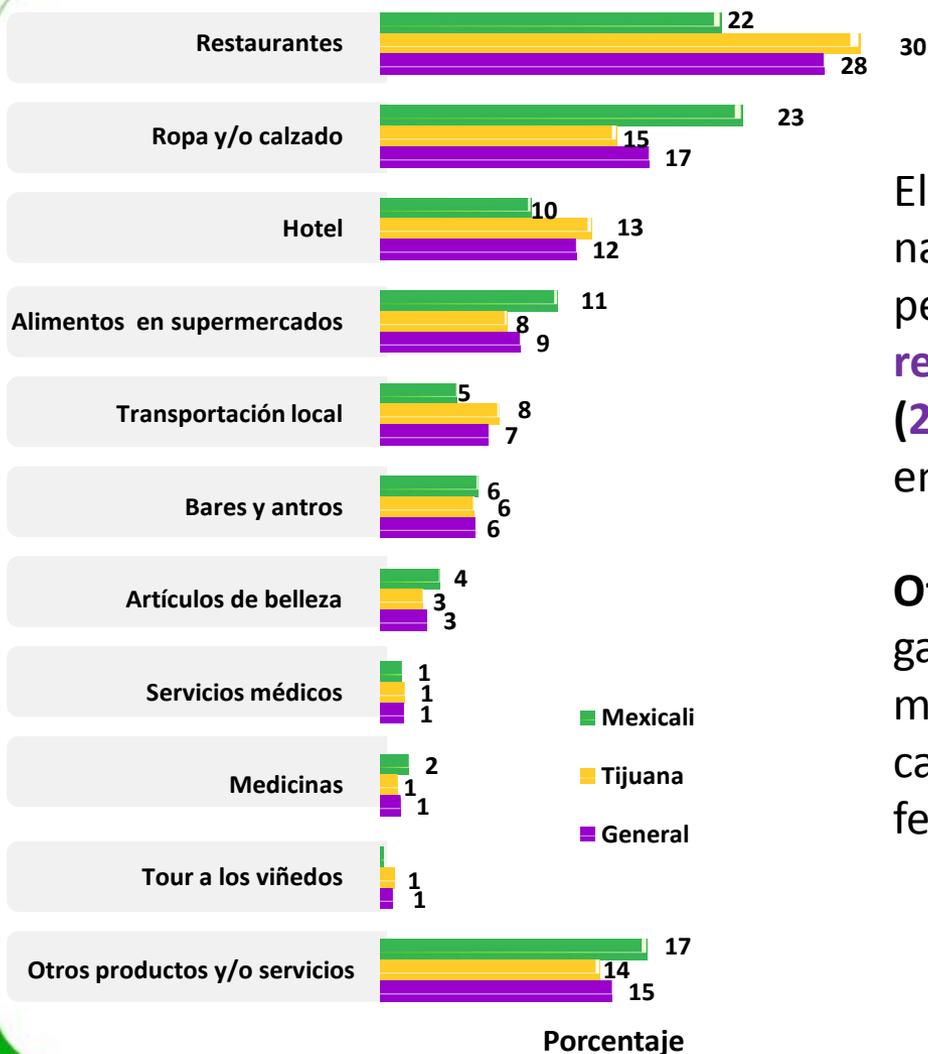
El **gasto total** estimado por parte de los visitantes nacionales durante noviembre 2012 – enero 2013 fue de **893 millones 859 mil 568.23 pesos**.

Quienes viajaron a **Tijuana** reportaron el **mayor gasto** promedio **diario**, que fue de **\$1,151 pesos**, teniendo una diferencia de sólo 159 pesos en comparación con Mexicali.

Gasto promedio diario



Distribución del gasto (moneda nacional)

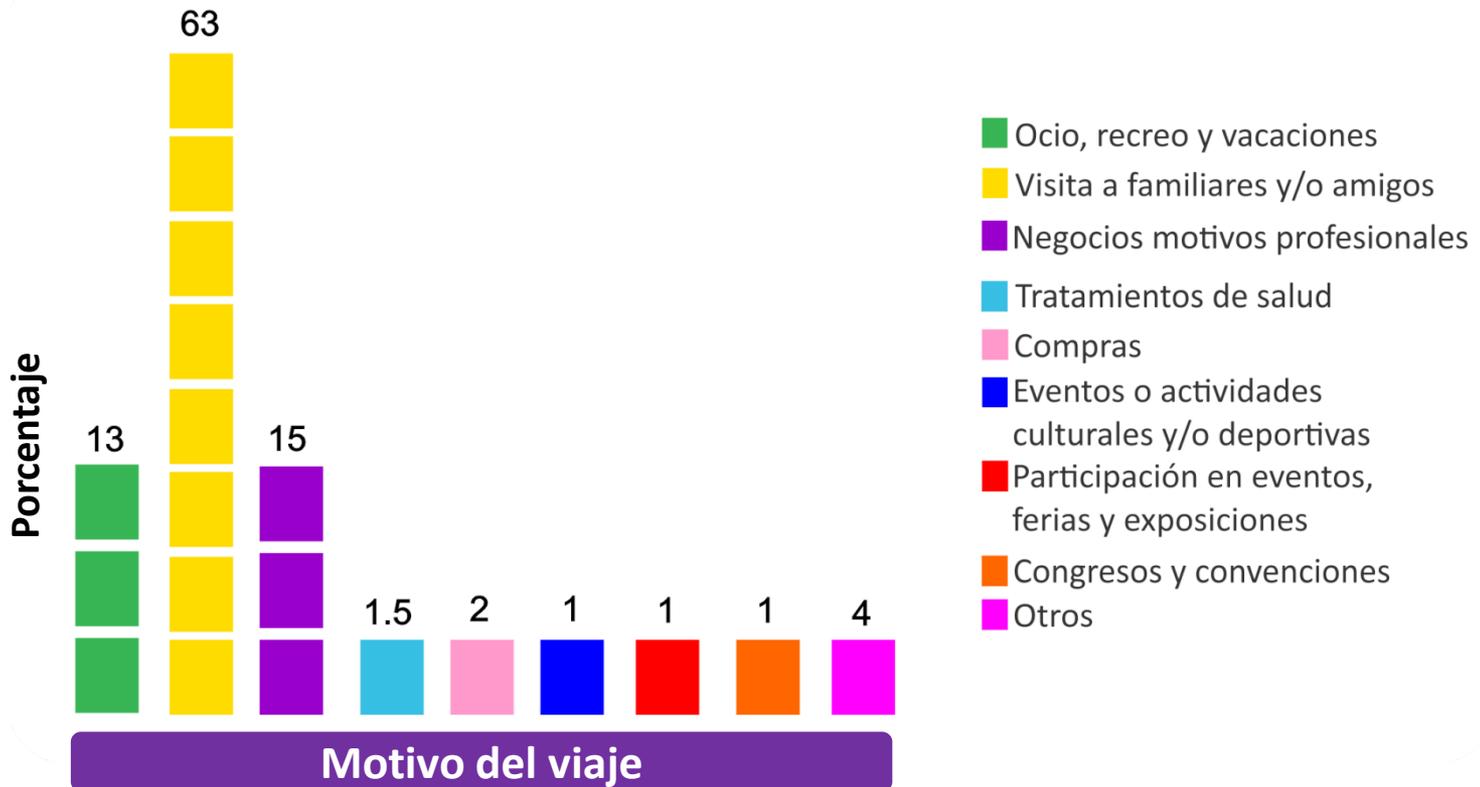


El **gasto** por parte de los visitantes nacionales en el estado fue muy variado, pero se realizó principalmente en **restaurantes (30 %)**, en **ropa y/o calzado (23 %)**, en **alojamiento en hoteles (13 %)**, entre otros.

Otros productos y servicios en los que gastaron los visitantes nacionales en menor medida incluye *tours* por la ciudad, casinos, eventos culturales y/o deportivos, ferias y exposiciones, entre otros más.

Motivo del viaje

La **visitas a familiares y amigos** fue el principal motivo de viaje reportado por los turistas nacionales al estado (**63%**).





Coordinadora General:
Dra. Nora L. Bringas Rábago

Coordinador Adjunto:
Dr. Djamel Toudert

Participantes:
Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtro. Heber Huizar Contreras
Mtro. Rafael Ruiz Ortega
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Lic. Mariana Argüello Escobedo

Apoyo Técnico especializado:
Lic. Carlos Vladimir Ruelas González
Lic. Jhania Issel Parra García

Coordinación trabajo de campo y captura:
Lic. Francisco Lares Serrano

Asesoría trabajo de campo:
Jesús Montenegro

Marco muestral:
Mtro. Gilberto Hernández

Diseño gráfico:
Lic. Claudia Ramos Castillo

Proyecto financiado por la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California
Lic. Juan Benjamín Tintos Funcke
Secretario de Turismo

Lic. José de Jesús Quiñónez Ramírez
Subsecretario de Turismo