

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Caracterización de los visitantes nacionales en Mexicali, B.C. (verano 2013)

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



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



Tijuana, B. C., 2013

Introducción



A partir de la encuesta “**Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)**” se obtuvo información acerca de la afluencia y las características de los visitantes nacionales que se desplazaron al estado durante la temporada de **verano de 2013**.

Del flujo total de **390 mil 548 visitantes nacionales** que llegaron a la entidad, el **21 %** fue captado a través de las centrales de autobuses y la terminal del aeropuerto internacional de **Mexicali**.

A continuación, el ***Observatorio Turístico de Baja California*** presentan los resultados de las características sociodemográficas, gasto y características del viaje de estos visitantes.

Acotación metodológica

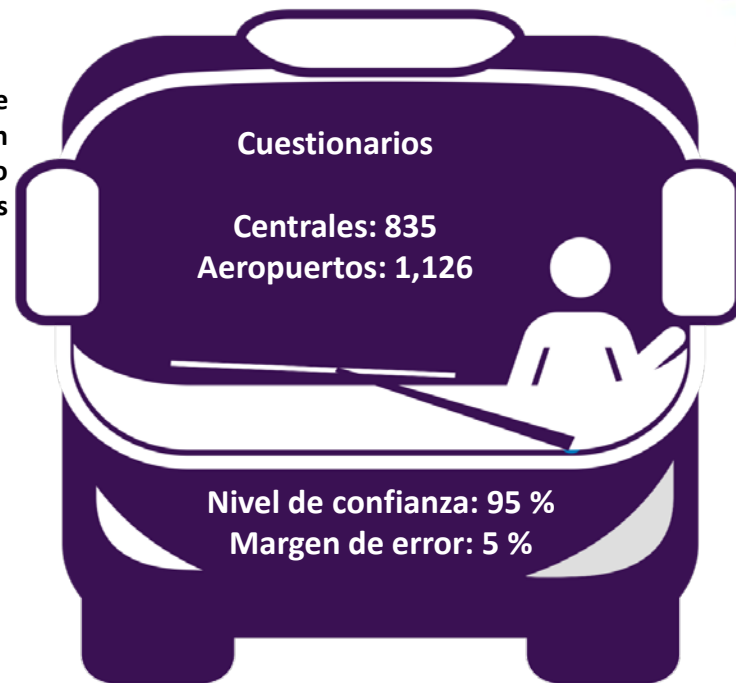


OBJETIVO

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 mayores 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.

Fechas del levantamiento: del 1º de julio al 30 de septiembre 2013



Características de los visitantes nacionales en Mexicali

Flujo total

Afluencia de visitantes por medio de transporte *

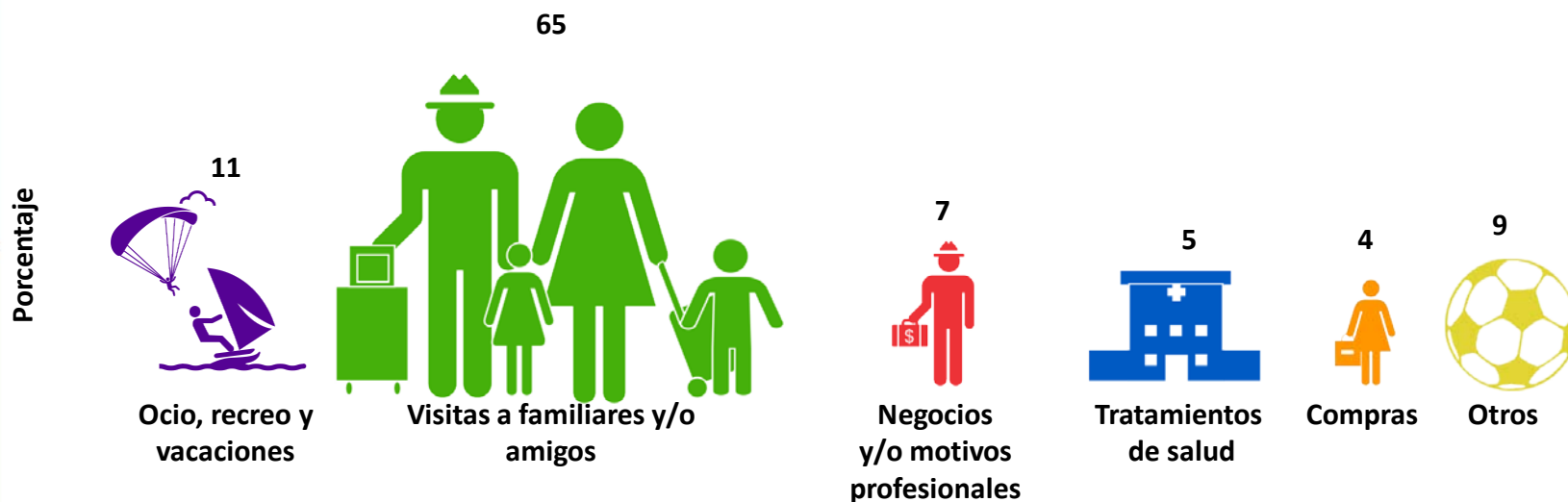


El **flujo total** estimado de visitantes nacionales en Mexicali durante del verano del 2013 fue de **82 mil 750 personas**; de éstos, la mayoría retornó a su lugar de residencia habitual por **vía terrestre (79 %)** mientras una pequeña parte lo hizo por **vía aérea (21 %)**.

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

Perfil sociodemográfico

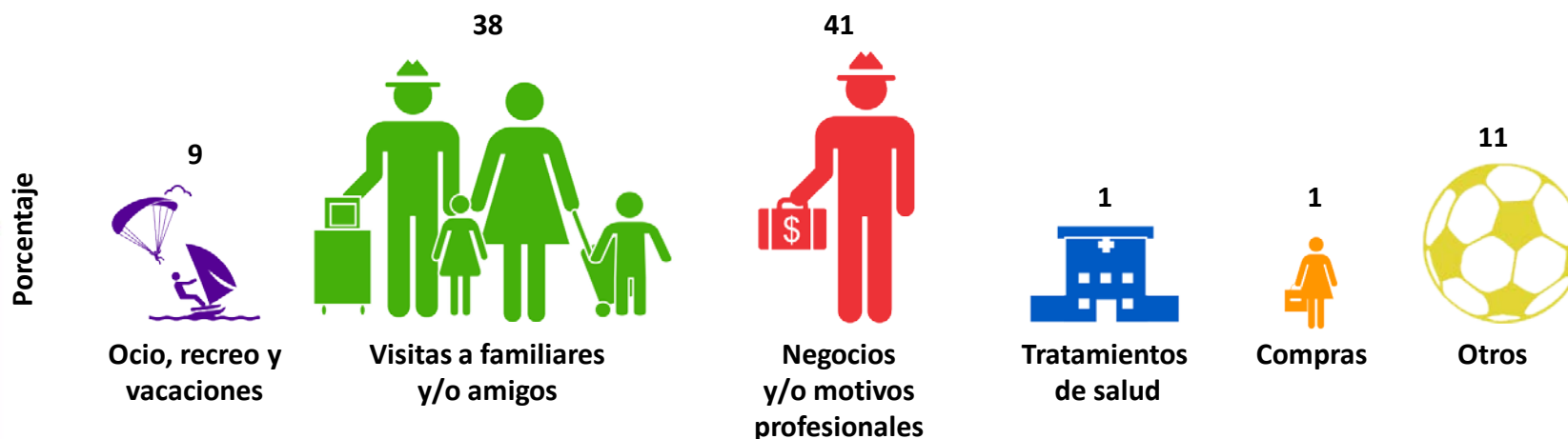
Principal motivo de viaje de los visitantes por vía terrestre



Las **visitas a familiares y/o amigos** fueron el **motivo de viaje más importante** entre los turistas nacionales captados en Mexicali por **vía terrestre (65 %)**, seguido por el **ocio, recreo y vacaciones (11 %)**.

Perfil sociodemográfico

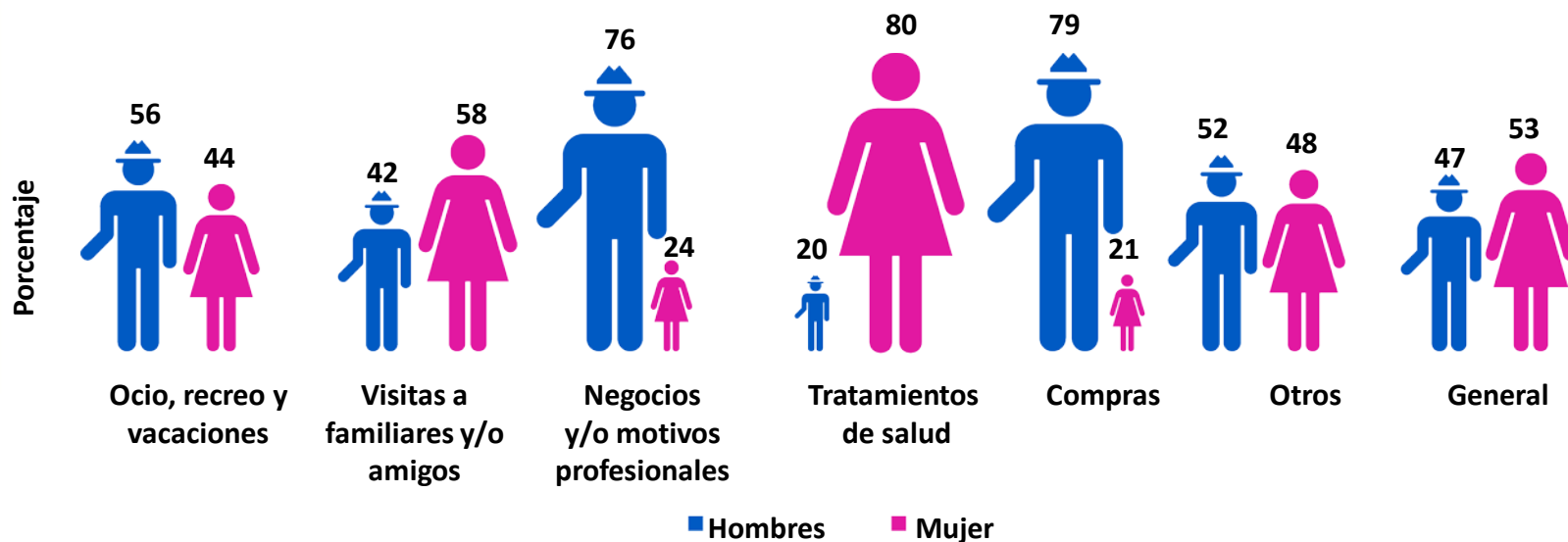
Principal motivo de viaje de los visitantes por vía aérea



El **principal** motivo de viaje señalado por los visitantes por **vía aérea** del valle de Mexicali fue el de **negocios y/o motivos profesionales (41 %)**, seguido por **visitas a familiares y/o amigos (38 %)**.

Perfil sociodemográfico

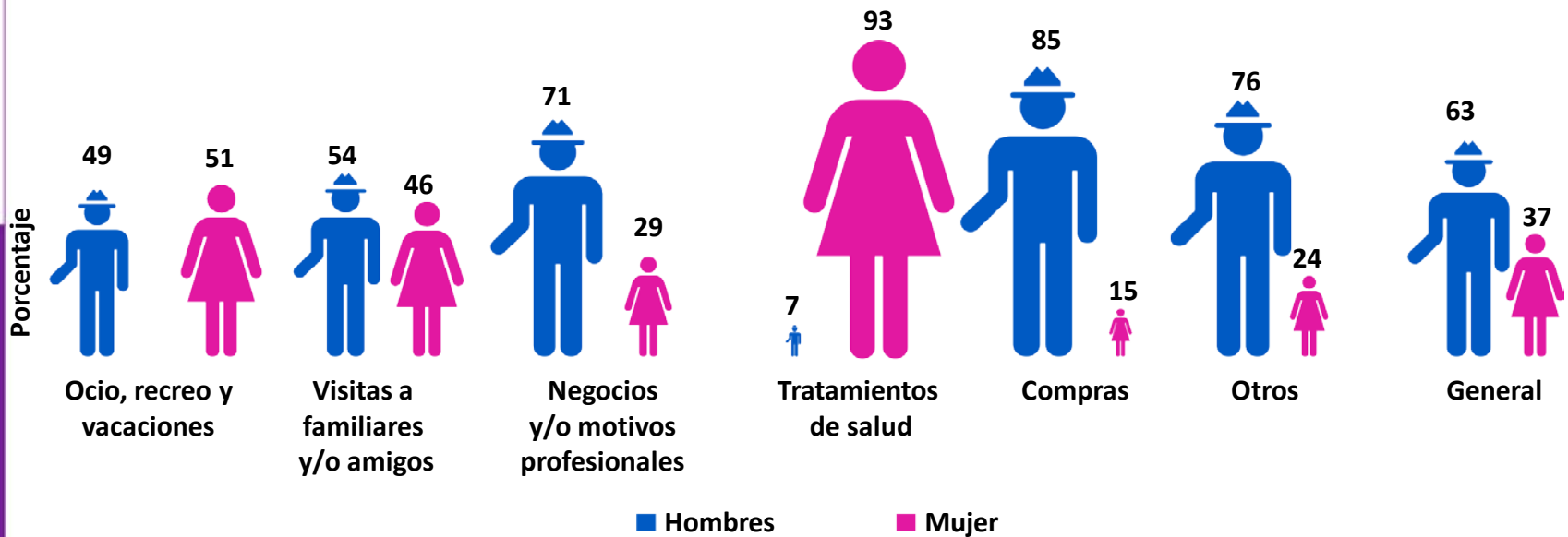
Género de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



En general, poco **más de la mitad** de los visitantes nacionales por **vía terrestre** eran **mujeres (53 %)**, principalmente entre los que llegaron en busca de **tratamientos de salud (80 %)** y por visitas a familiares y amigos (76 %). En cambio, entre los visitantes que viajaron al destino por **negocios** y por **compras**, fue que se vio la mayor proporción de hombres (**76 %** y **79 %** respectivamente).

Perfil sociodemográfico

Género de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



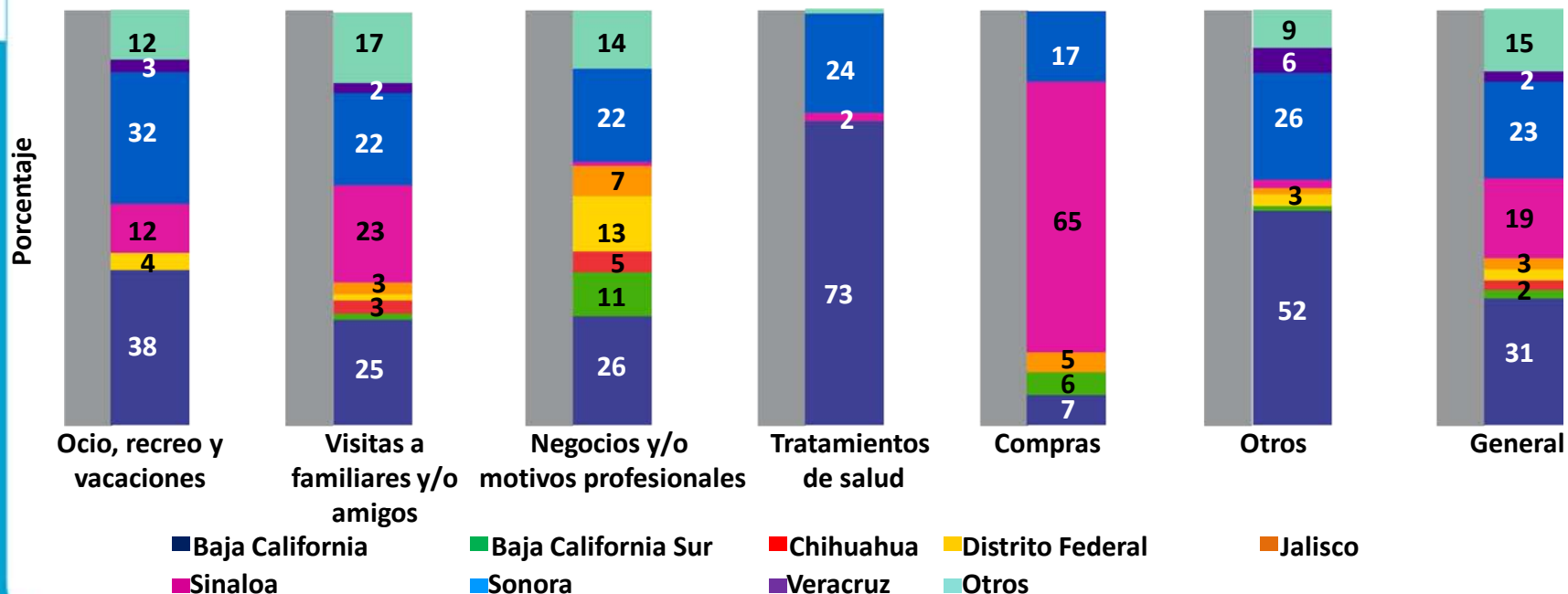
La mayoría de los turistas por **vía aérea** eran **hombres** (63 %), principalmente los que viajaron por **compras** (85 %). La excepción se dio entre los visitantes que viajaron por **tratamientos de salud** y entre los que lo hicieron por **ocio, recreo y vacaciones**, ya que entre ellos la mayoría eran mujeres (93 % y 51 % respectivamente).

Perfil sociodemográfico



Lugar de procedencia de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

Los turistas nacionales por **vía terrestre** provenían principalmente del mismo estado de **Baja California (31 %)**, así como de **Sonora (23 %)**. Debido a que las distancias a estos estados son cortas, no sorprende que la mayoría de los visitantes que usan el transporte terrestre sean de la región.

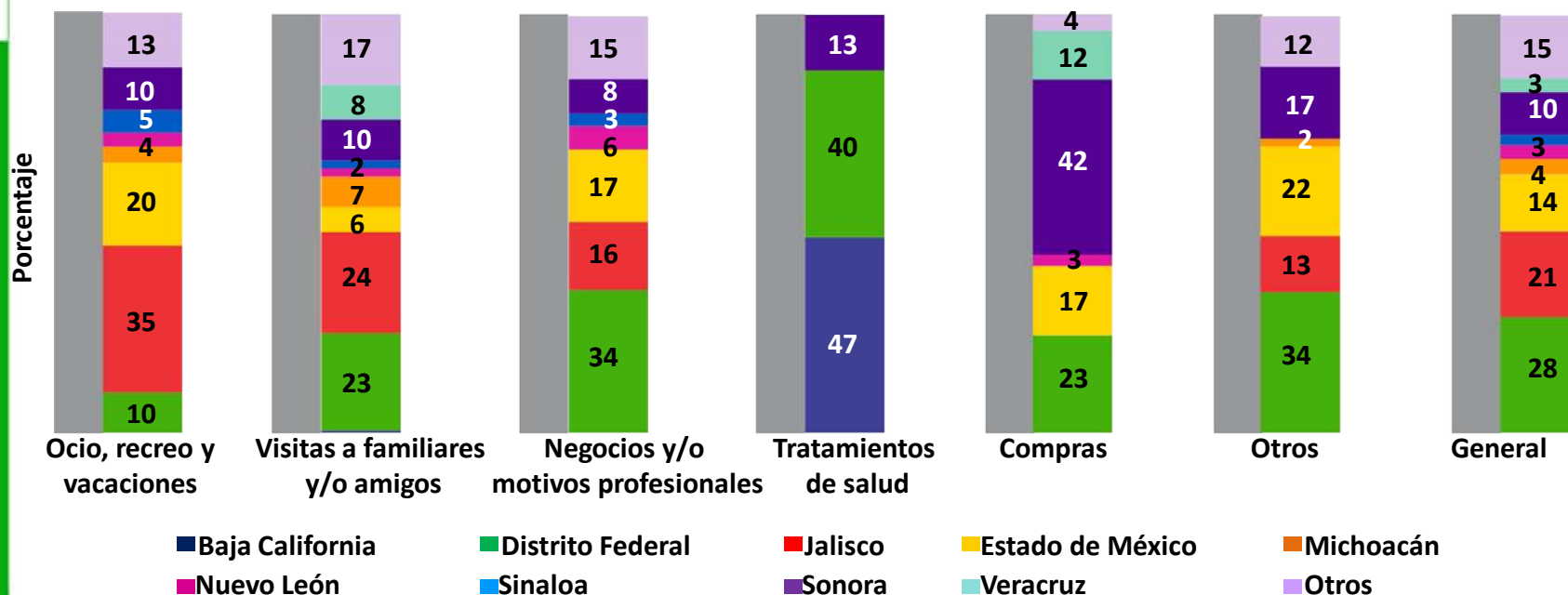


Perfil sociodemográfico



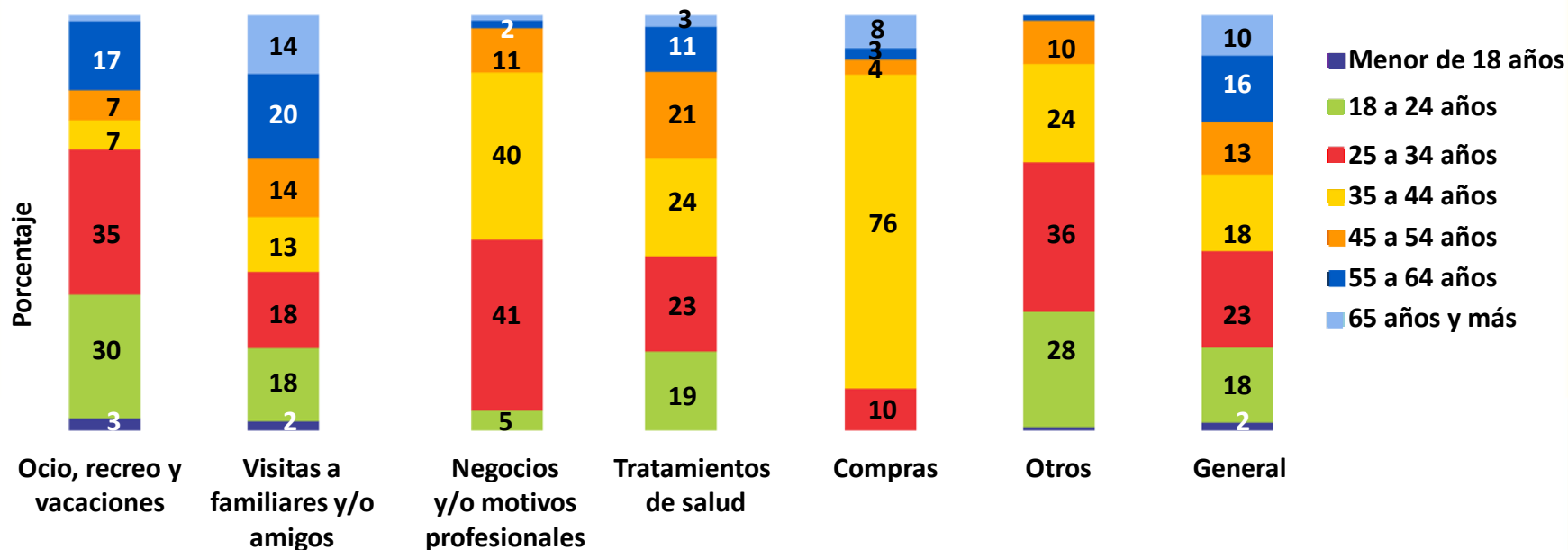
Lugar de procedencia de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

Los visitantes nacionales por **vía aérea** tenían su residencia habitual, principalmente, en el **Distrito Federal (28 %)** y en **Jalisco (21 %)**, y en menor medida en el Estado de México (14 %). Excepto los turistas que llegaron por tratamientos de salud, los que provenían, en mayor parte, del mismo estado de Baja California (47 %).



Perfil sociodemográfico

Grupos de edad de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

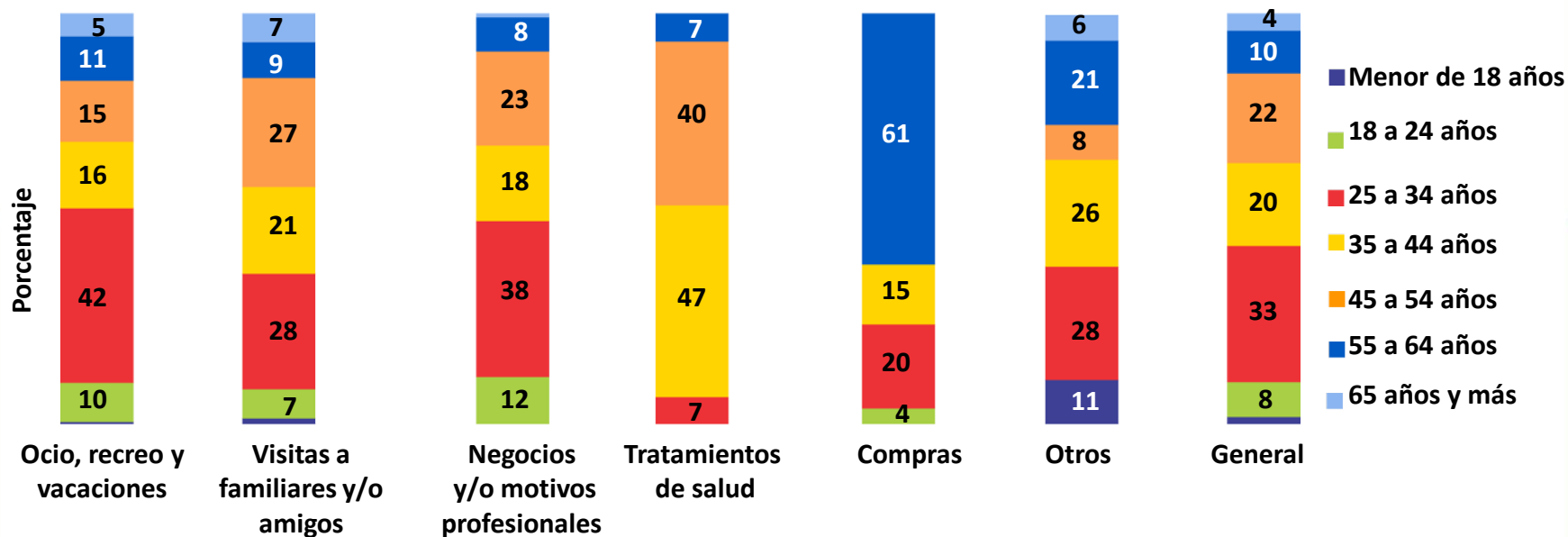


La edad de los visitantes nacionales captados en Mexicali por **vía terrestre** se concentró principalmente entre los **18 y 44 años (59 %)**. Los turistas más jóvenes se encontraban entre los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones**, pues casi **un tercio** de ellos se agrupó entre edades de **18 a 24 años (30 %)**. En cambio, los que **visitaron a familiares y/o amigos** tuvieron la mayor proporción de edades **por encima de los 54 años (34 %)**.

Perfil sociodemográfico



Grupos de edad de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

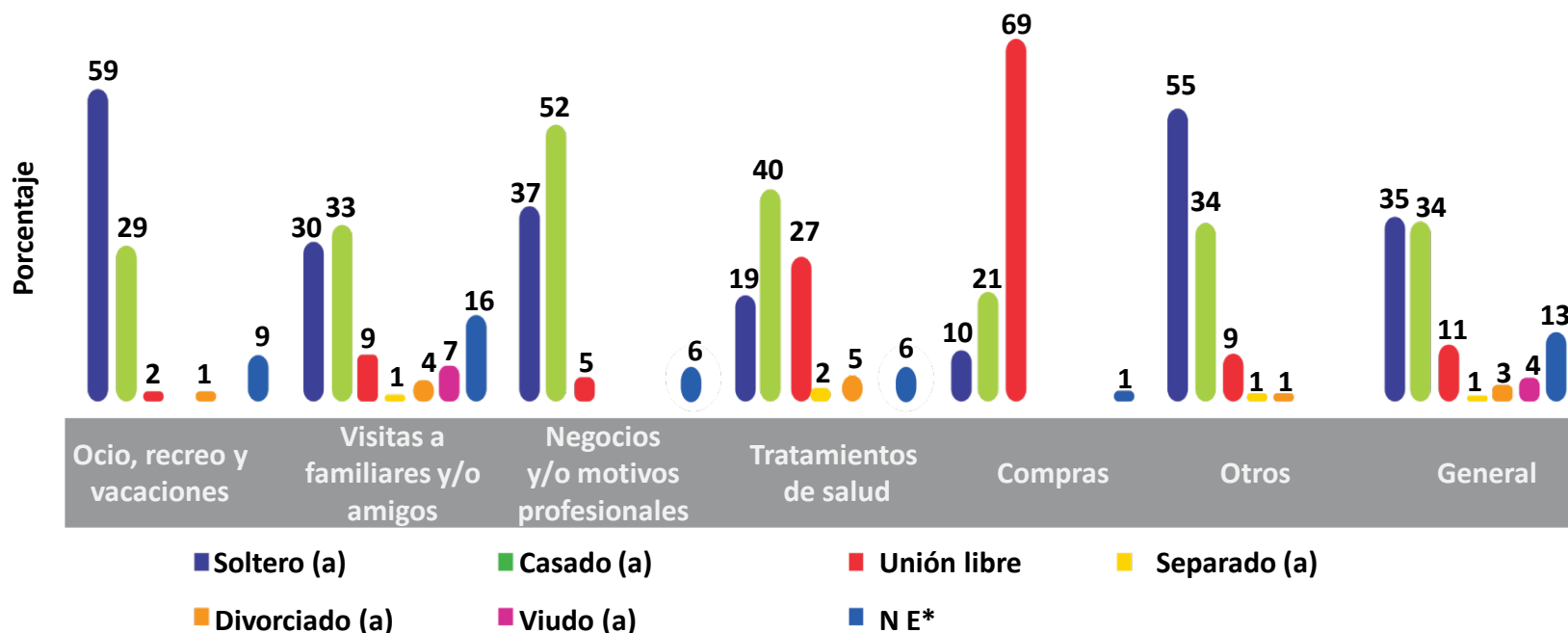


La **mayor parte** de los visitantes nacionales por **vía aérea** tenía **entre 25 y 34 años (33 %)**, salvo los que viajaron por **tratamientos de salud**, que tenían edades entre **35 y 54 años (87 %)**, y los que lo hicieron por **compras**, que en su mayoría se encontraban entre los **55 y 64 años (61 %)**.

Perfil sociodemográfico



Estado civil de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



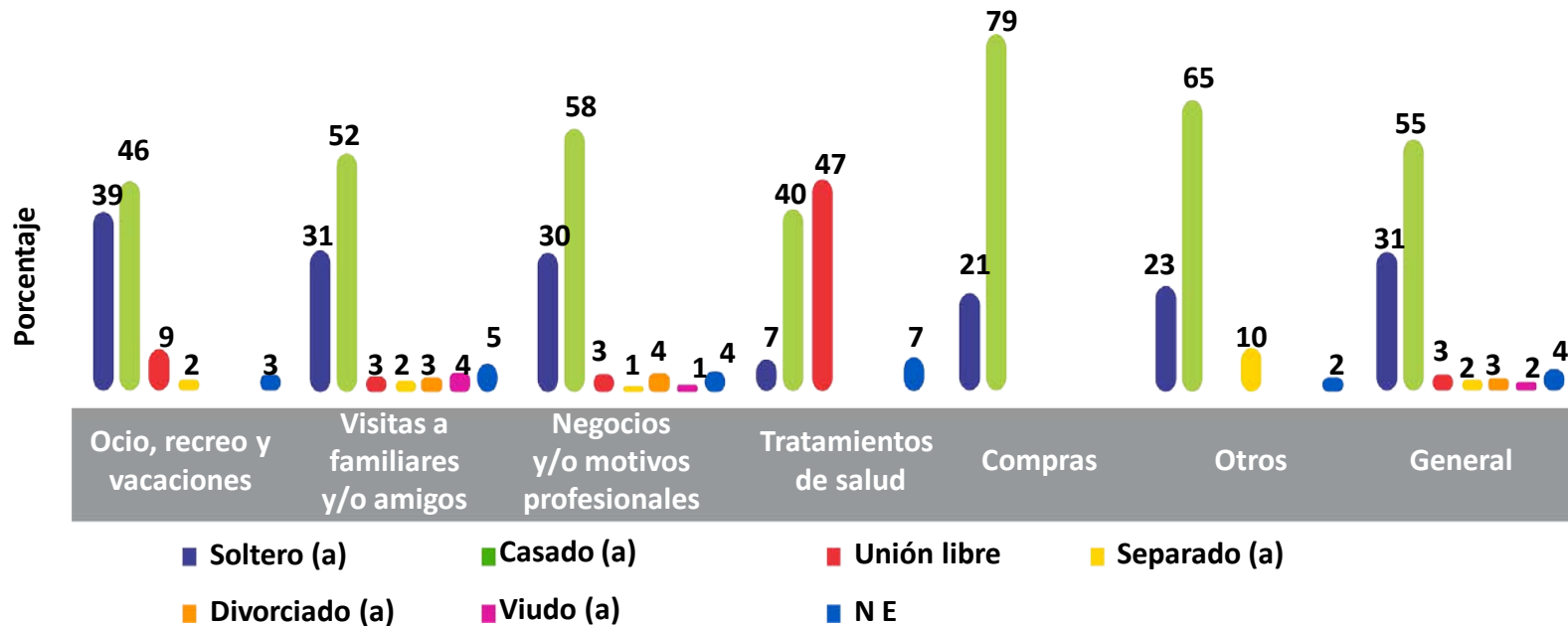
La **mayor parte** de los visitantes que viajaron por **vía terrestre** eran **solteros (as)** (**35 %**), principalmente los que **viajaron por ocio, recreo y vacaciones** (**59 %**), y casi en igual proporción **casados (as)** (**34 %**), en especial los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** (**52 %**). Destaca que la mayoría de los que viajaron por compras estaban en union libre (**69 %**).

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

Perfil sociodemográfico



Estado civil de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

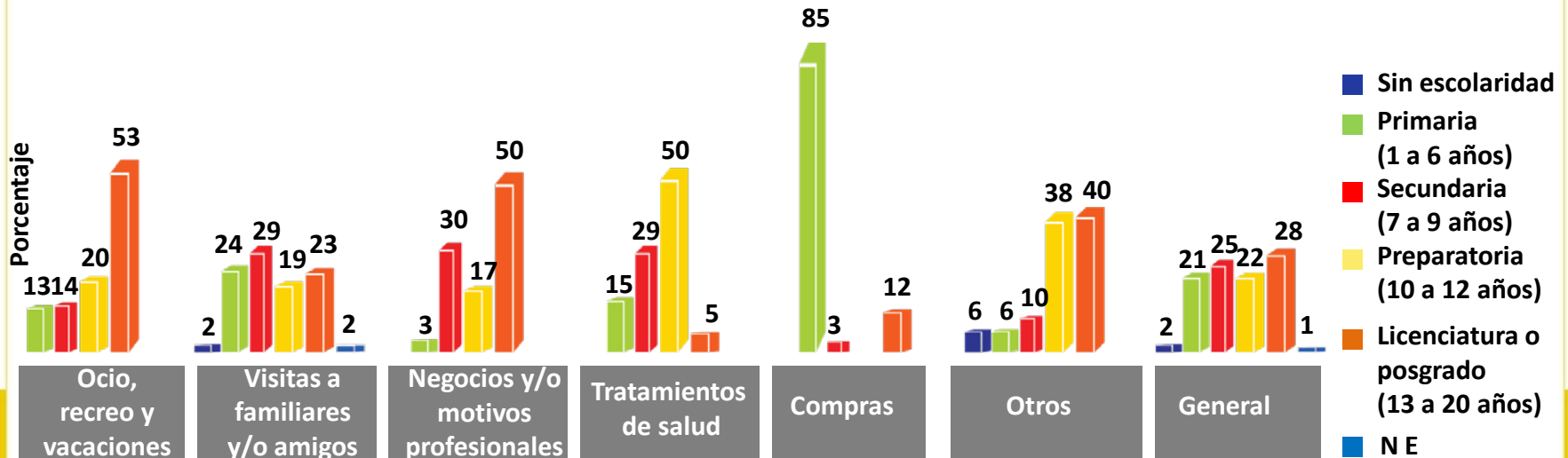


De la **mayoría** de los visitantes captados en el **aeropuerto** de Mexicali su estado civil era **casado** (55 %), y de un tercio era **soltero** (31 %). No obstante, destaca que la mayor parte de los visitantes que viajaron por **tratamientos de salud** vivía en **unión libre** con su pareja (47 %).

Perfil sociodemográfico



Escolaridad de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

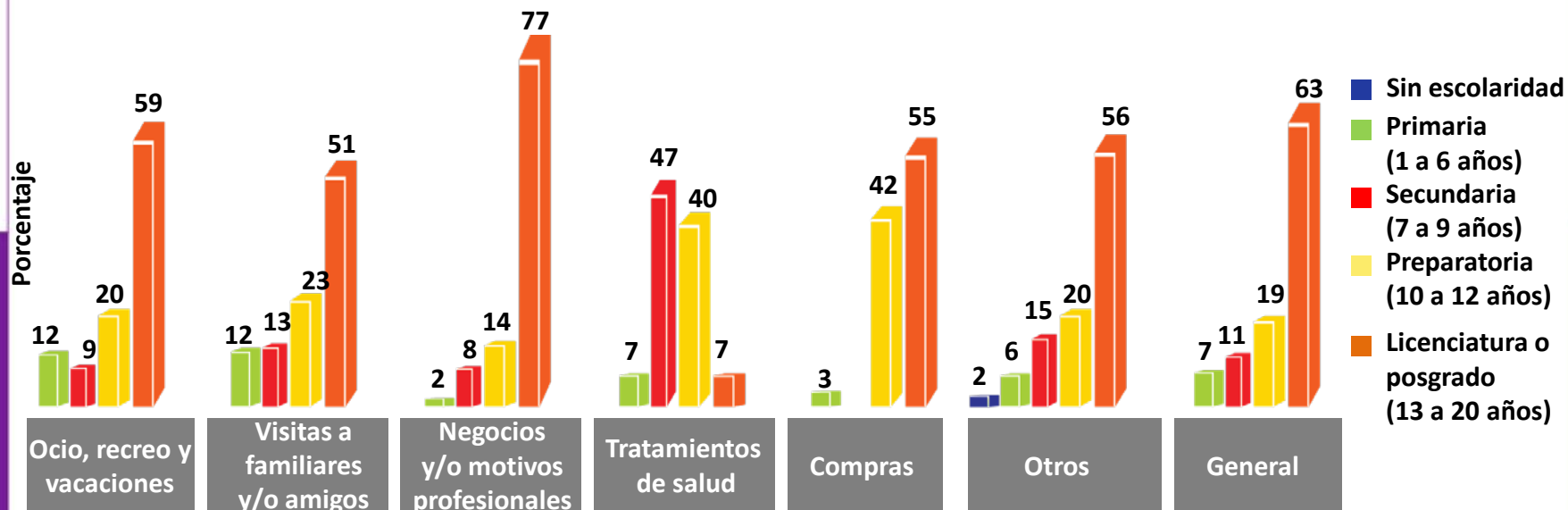


En general, la mayor parte de los visitantes por **vía terrestre** tenía una preparación académica de **licenciatura o posgrado (28 %)**, principalmente los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (53 %)** y por **negocios (50 %)**. Los turistas con el menor nivel de escolaridad fueron los que viajaron al destino por **compras**, pues la gran mayoría apenas contaba nivel primaria (**85 %**).

Perfil sociodemográfico



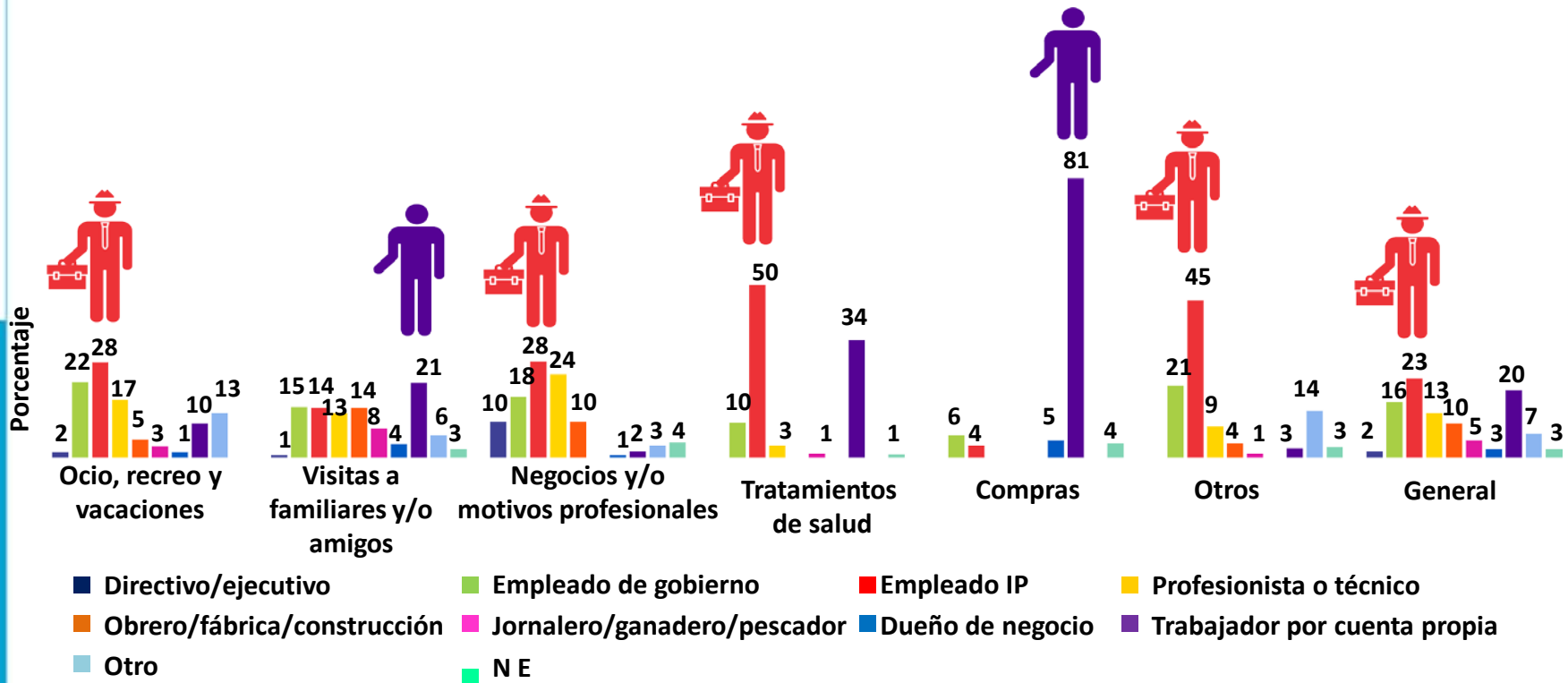
Escolaridad de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Los turistas con **licenciatura o posgrado** fueron la mayoría de los visitantes encuestados en el **aeropuerto** de Mexicali (**63 %**), salvo por los visitantes que viajaron en busca de **tratamientos de salud**, pues poco más de la mitad contaba con nivel **secundaria o menor** (**54 %**), seguido de los que apenas lograron el nivel **preparatoria** (**40 %**).

Perfil sociodemográfico

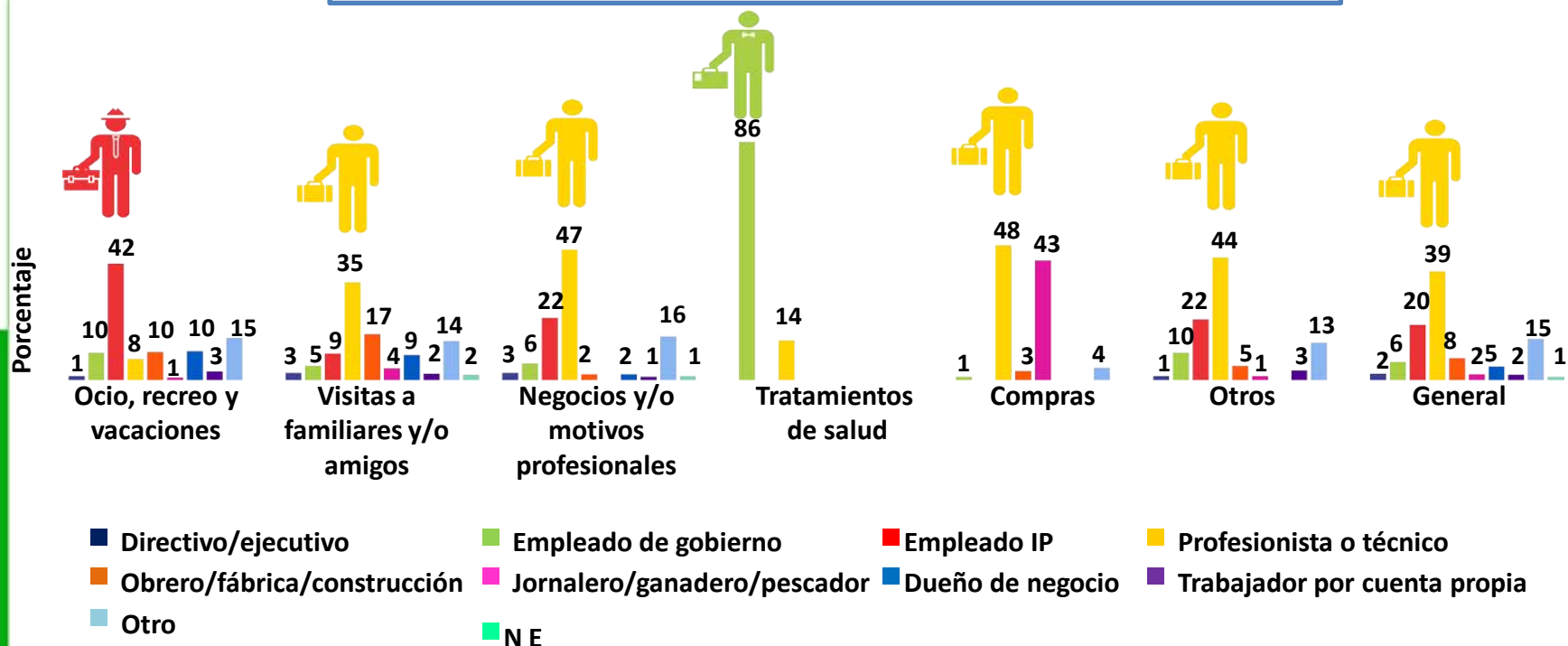
Principal ocupación de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La mayor parte de los visitantes por **vía terrestre** en general se ocupaban como **empleados de la iniciativa privada (23 %)**, seguido de los que **trabajaban por cuenta propia (20 %)**. De estos últimos, destaca que de los turistas que viajaron por **compras**, la gran mayoría se **autoempleaba (81 %)**.

Perfil sociodemográfico

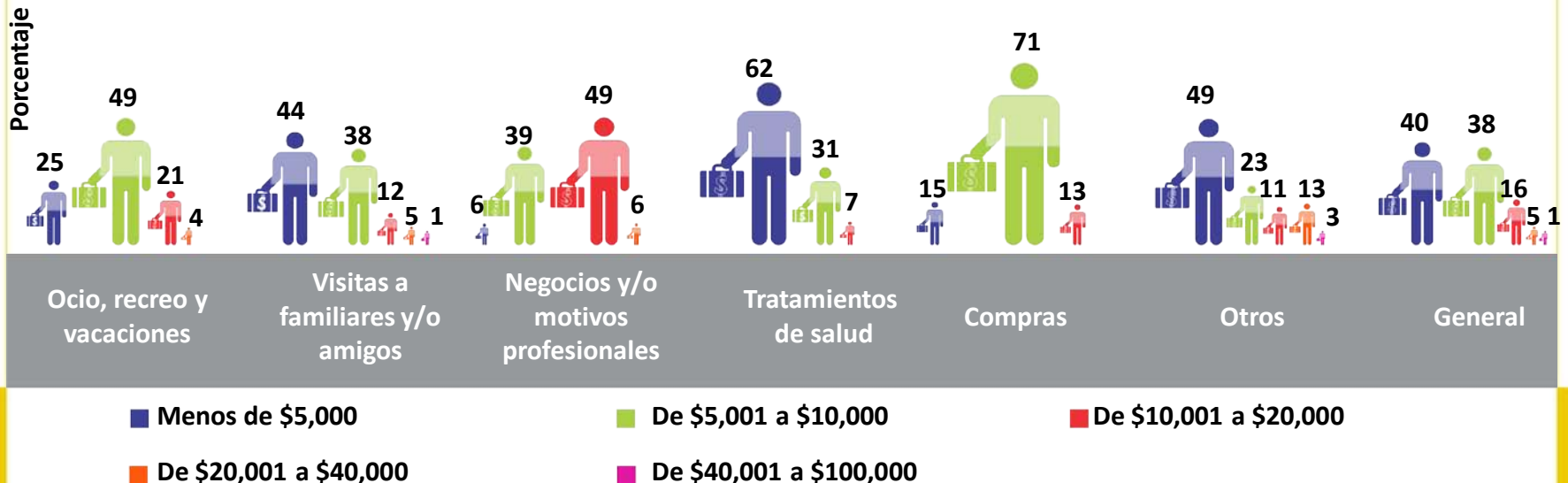
Principal ocupación de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La **principal ocupación** de los visitantes por **vía aérea** fue **profesionista o técnico (39 %)**, seguido del **empleo en la iniciativa privada (20 %)**, excepto entre los que viajaron por **tratamientos de salud**, pues la gran mayoría **trabajaba para el gobierno (86 %)**.

Perfil sociodemográfico

Ingreso personal mensual de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

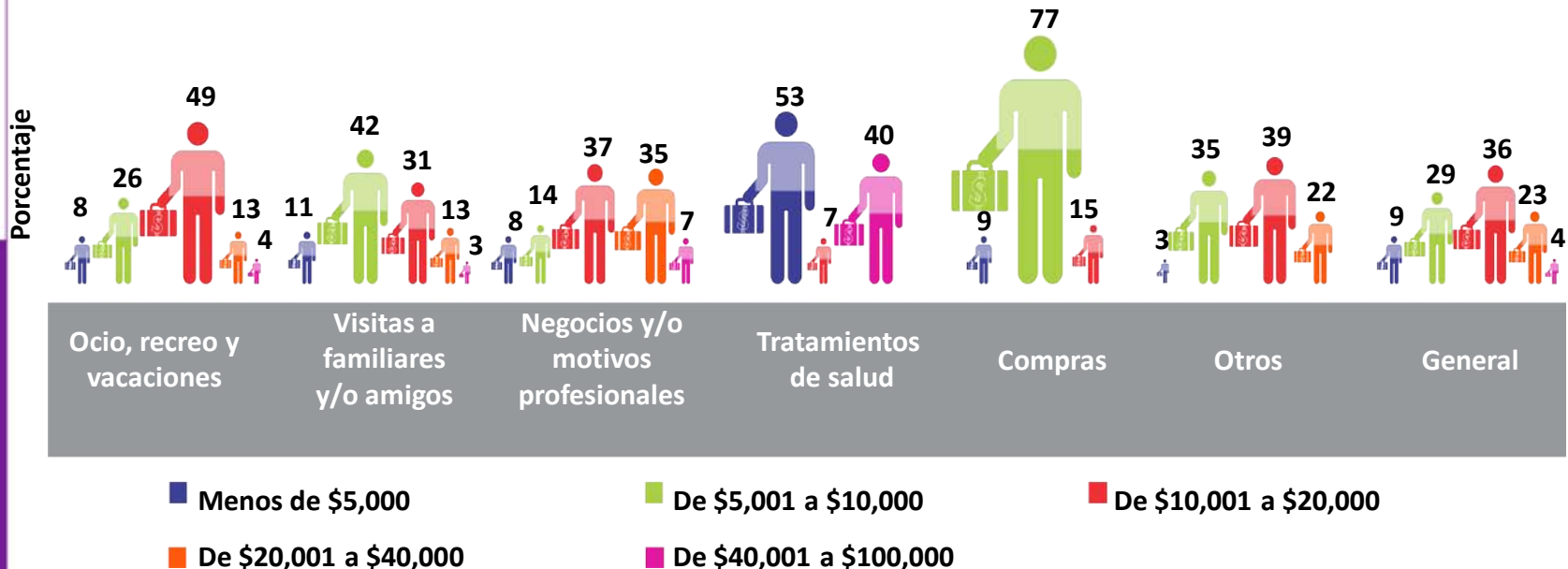


La mayor parte de los visitantes nacionales **por tierra** reportó un **ingreso personal menor de \$5 mil pesos mensuales**, principalmente lo que viajaron por **tratamientos de salud (62 %)**; seguido de los que ganaban de **\$5 mil a \$10 mil pesos (38 %)**, en especial los que llegaron por **compras (71 %)**. Los visitantes por **negocios** fueron quienes reportaron, en mayor parte, un ingreso más alto, de **\$10 mil a \$20 mil pesos al mes (49 %)**.

Perfil sociodemográfico



Ingreso personal mensual de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

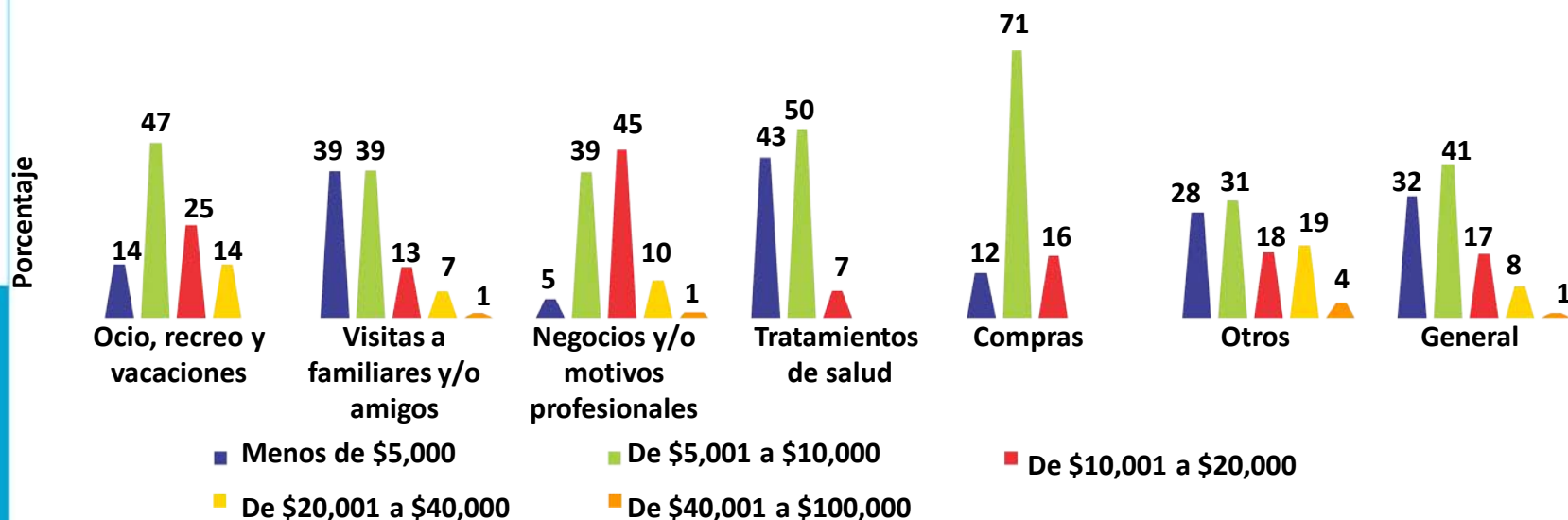


En general, los visitantes nacionales por vía aérea percibían un **ingreso personal mensual** entre los **\$10 mil y \$20 mil pesos (36 %)**, seguido de los que ganaban de **\$5 mil a los \$10 mil pesos (29 %)**. Los visitantes por **tratamientos de salud** fueron quienes presentaron los ingresos más bajos, pues la mayoría percibía **menos de \$5 mil pesos mensuales (53 %)**.

Perfil sociodemográfico



Ingreso familiar mensual de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

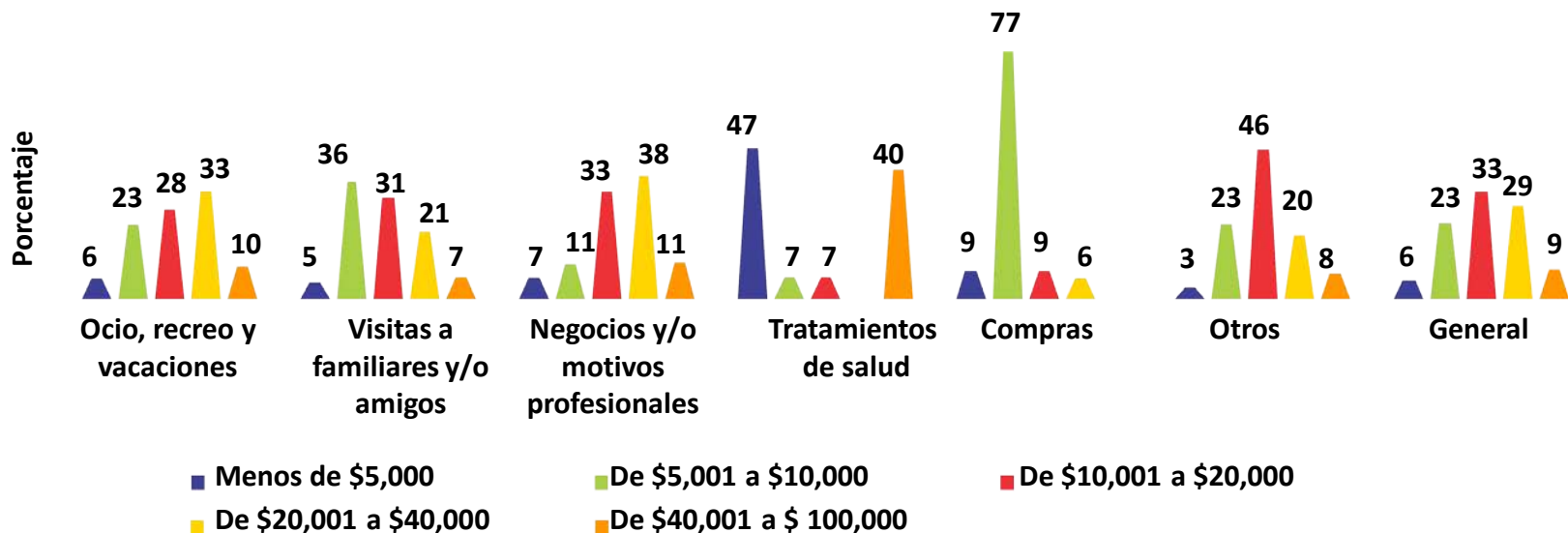


La **mayor parte** de los visitantes nacionales por **vía terrestre** obtuvo un **ingreso familiar mensual** entre **\$5 mil y \$10 mil pesos (41 %)**, seguido por la tercera parte que percibía **menos de \$5 mil pesos al mes (32 %)**. Los visitantes por **negocios** captaron un ingreso familiar por mes más alto, entre **\$10 mil y \$20 mil pesos (45 %)**.

Perfil sociodemográfico



Ingreso familiar mensual de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



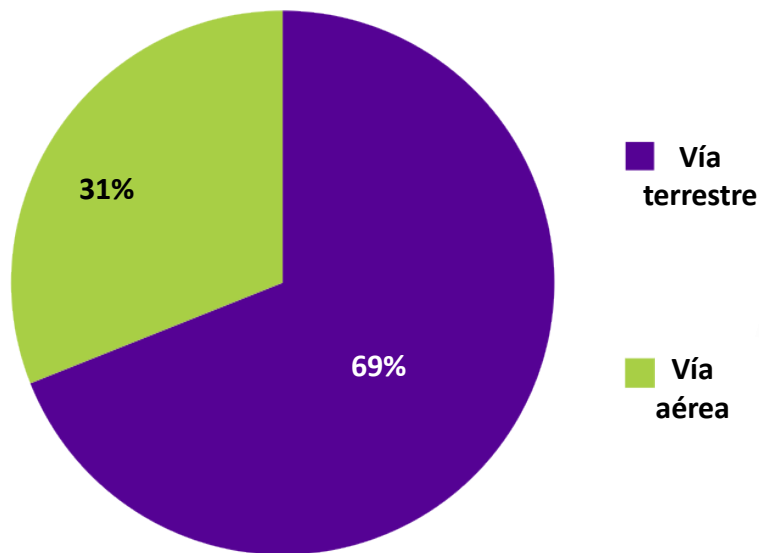
Una tercera parte de los visitantes por **vía aérea** percibía un ingreso familiar mensual entre **\$10 mil y \$20 mil pesos (33 %)**, seguido por y el **29 %** que ganó de **\$20 mil a \$40 mil pesos**. Destacan los visitantes por **tratamientos de salud**, pues a pesar de que presentaron el menor ingreso (**47 %** ganó menos de **\$5 mil pesos al mes**), entre ellos se encontró la mayor proporción de quienes ganaron de **\$40 mil a \$100 mil pesos mensuales (40 %)**.



Gasto de los visitantes nacionales en Mexicali

Gasto total

Participación la derrama económica
por tipo de transporte



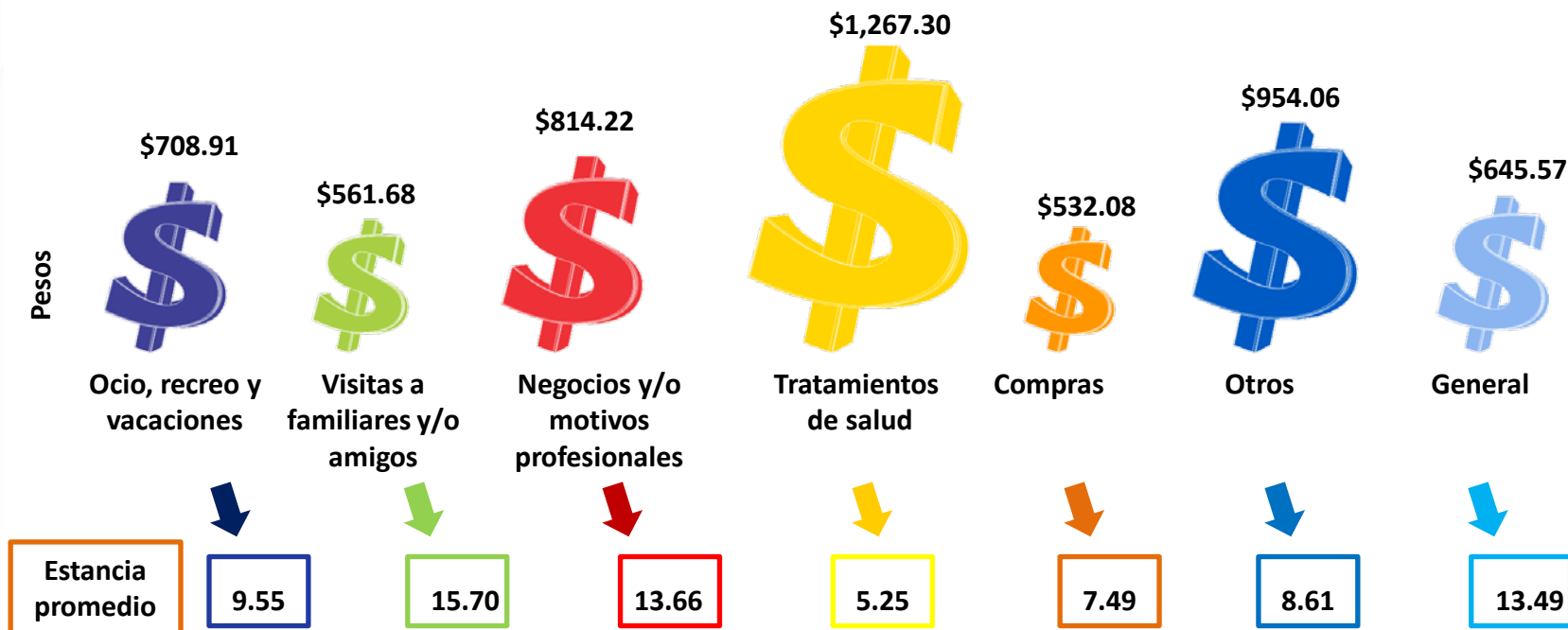
El **gasto total** estimado de los visitantes nacionales captados en Mexicali fue de **\$326 millones 111 mil 579.50 pesos**.

La mayor participación en el gasto entre estos visitantes fue de los que viajaron por **vía terrestre (69 %)**.

Gasto y estancia promedio (vía terrestre)

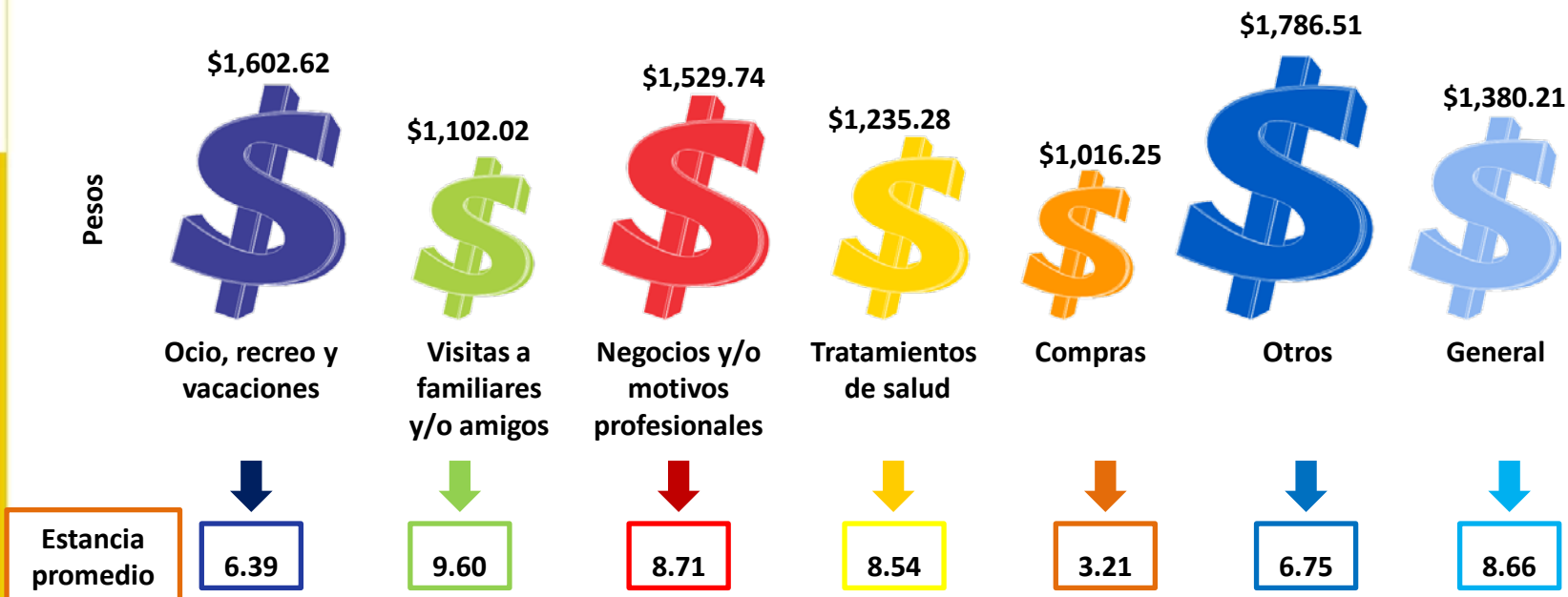


En general, el **gasto promedio diario** de los visitantes por **vía terrestre** fue de **\$645.57 pesos**, con una **estancia promedio** de **13.49 noches**. No obstante, destaca que los que llegaron por **tratamientos de salud** registraron un gasto más alto que el promedio general (**\$1,267.30 pesos**), a pesar de ser los que permanecieron en el destino por menos tiempo (**5.25 noches**).



Gasto y estancia promedio (vía aérea)

En general, el **gasto promedio diario** de los visitantes por **vía aérea** fue de **\$1,380.21 pesos**, con una **estancia promedio** de **8.66 noches**. Los turistas nacionales que llegaron a la ciudad por **otros motivos** realizaron el gasto más alto (**\$1,786.51 pesos**), contrario a estos, los que llegaron a la entidad por **compras** tuvieron el gasto diario (**\$1,016.25**) y la estancia promedio más baja (**3.21 noches**).



Distribución del gasto (vía terrestre)



	Ocio, recreo y vacaciones	Visitas a familiares y/o amigos	Negocios y/o motivos profesionales	Tratamientos de salud	Compras	Otro	General
Alimentos y bebidas	27%	33%	30%	18%	22%	28%	31%
Ropa y/o calzado	21%	22%	7%	13%	26%	9%	20%
Alimentos en supermercados	12%	14%	6%	3%	6%	16%	13%
Hospedaje	11%	3%	31%	2%	1%	22%	8%
Centros nocturnos	4%	5%	6%	0%	0%	3%	4%
Transporte en la ciudad	4%	4%	6%	5%	3%	6%	4%
Perfumes/artículos de belleza	4%	3%	3%	14%	0%	2%	3%
Servicios médicos, dentales y oftalmólogos	1%	3%	2%	28%	0%	0%	3%
Vinos o licores en botella cerrada	2%	1%	4%	0%	11%	1%	2%
Medicinas	0%	2%	0%	9%	1%	1%	2%
Muebles típicos mexicanos y enseres domésticos	2%	2%	0%	0%	0%	0%	1%
Excursiones turísticas	2%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Actividades o eventos deportivos	0%	1%	0%	0%	13%	0%	1%
Actividades o eventos culturales	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Artesanías y/o recuerdos de viaje	2%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Otras compras y servicios	5%	5%	3%	8%	16%	10%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El principal **gasto** de los visitantes por **vía terrestre** se destinó al pago de **alimentos y bebidas (33 %)**, salvo los que viajaron por **negocios**, ya que su principal gasto fue en **hospedaje (31 %)**, los que lo hicieron por **compras**, que gastaron más en **ropa y/o calzado (26 %)**, ni los que viajaron por **tratamientos de salud**, que gastaron en **servicios médicos, dentales y/o oftalmológicos (28 %)**.

Distribución del gasto (vía aérea)



	Ocio, recreo y vacaciones	Visitas a familiares y/o amigos	Negocios y/o motivos profesionales	Tratamientos de salud	Compras	Otros	General
Alimentos y bebidas	37%	35%	34%	24%	22%	26%	34%
Hospedaje	12%	14%	39%	1%	18%	18%	26%
Ropa y/o calzado	14%	13%	4%	6%	38%	5%	8%
Transporte en la ciudad	6%	4%	8%	11%	1%	16%	7%
Alimentos en supermercados	5%	12%	3%	18%	5%	1%	6%
Centros nocturnos	10%	6%	4%	7%	7%	6%	5%
Servicios médicos, dentales y oftalmólogos	3%	4%	0%	33%	5%	0%	2%
Vinos o licores en botella cerrada	3%	2%	1%	0%	0%	1%	2%
Perfumes/artículos de belleza	2%	2%	1%	0%	0%	0%	1%
Artesanías y/o recuerdos de viaje	0%	2%	0%	0%	0%	1%	1%
Medicinas	1%	2%	0%	0%	5%	0%	1%
Muebles típicos mexicanos y enseres domésticos	3%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Actividades o eventos culturales	0%	1%	0%	0%	0%	2%	0%
Actividades o eventos deportivos	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Excursiones turísticas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Otras compras y servicios	2%	2%	5%	0%	0%	23%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En general, los visitantes nacionales por **vía aérea** destinaron su gasto principalmente al consumo de **alimentos y bebidas (34 %)**, salvo los que viajaron por **negocios**, pues la mayor parte gastó en **hospedaje (39 %)**, así como los que llegaron en busca de **tratamientos médicos**, realizando su gasto principal en **servicios médicos, dentales y oftalmológicos (33 %)**.

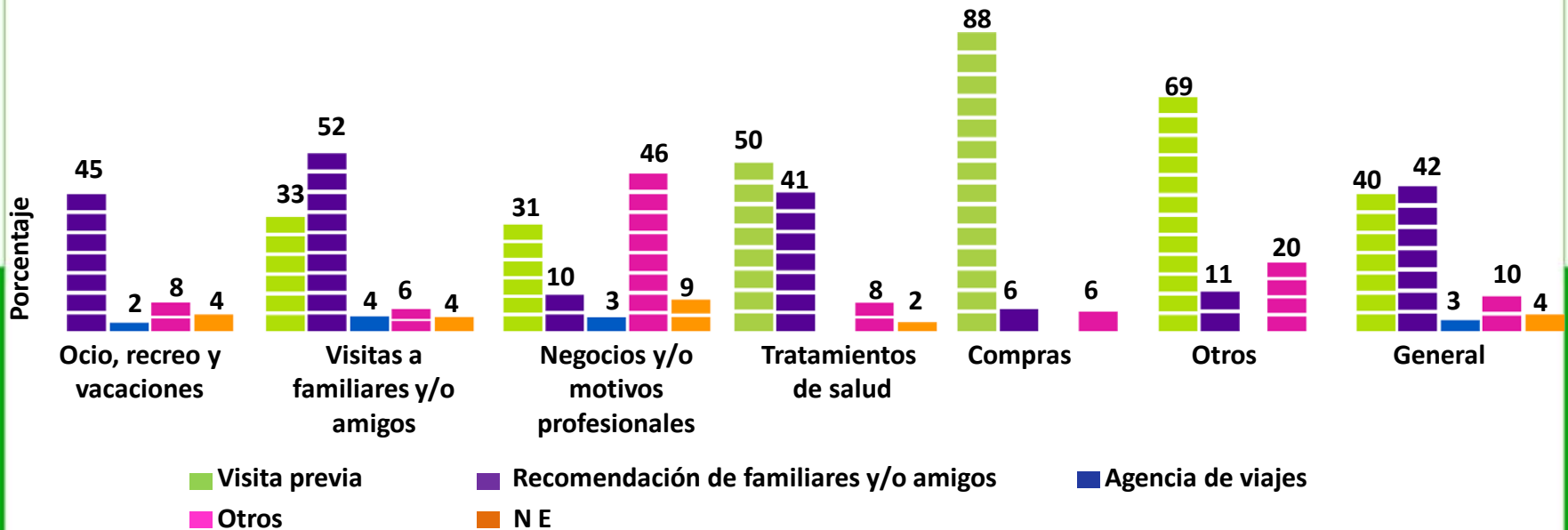


Características del viaje de los visitantes nacionales en Mexicali

Planeación del viaje



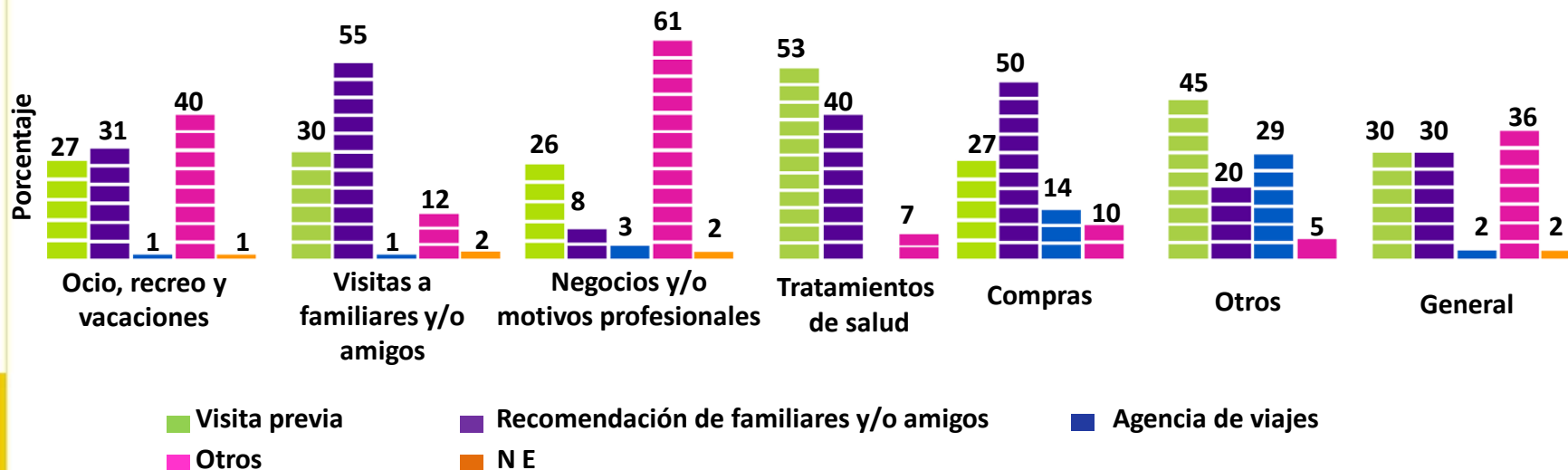
Fuentes de información de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Principalmente, los visitantes por vía **terrestre** que visitaron el estado se informaron del destino principalmente a través de **recomendación de familiares y/o amigos (42 %)**, seguido por información gracias a **visitas previas (40 %)**. La diferencia entre estos dos datos es mínima, por lo que se deduce que los visitantes que elijen el transporte terrestre ya conocen, en su mayoría, la región.

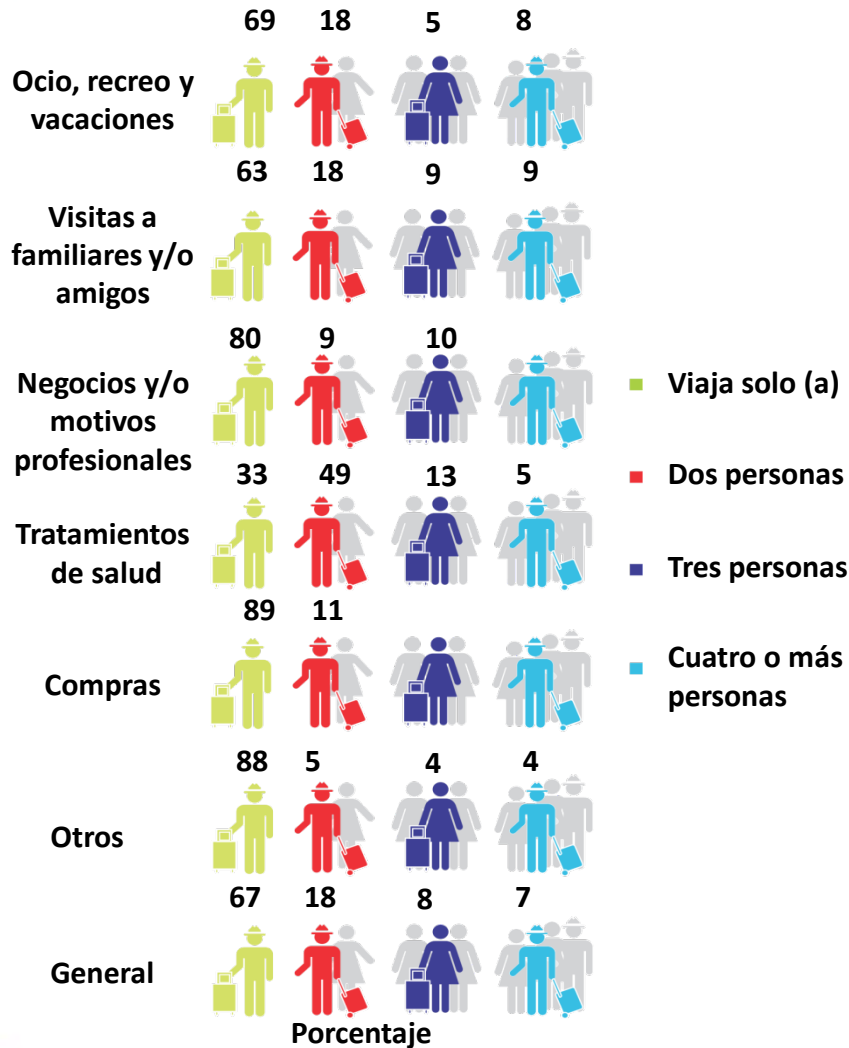
Planeación del viaje

Fuentes de información de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Principalmente, los visitantes nacionales por vía **aérea** captados en Mexicali se informaron del destino principalmente a través de **otros medios (36 %)**, seguido por la información mediante **visitas previas** y **recomendación de familiares y/o amigos (30 %)** que comparten el mismo porcentaje.

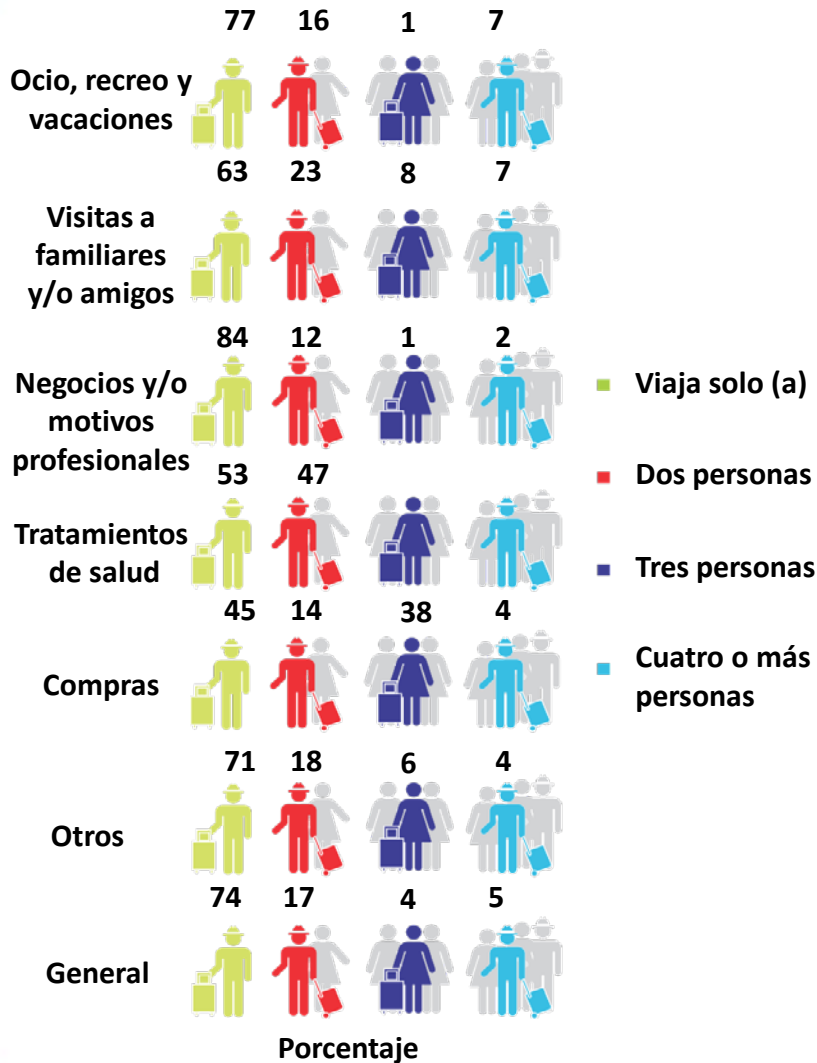
Características del viaje



Tamaño del grupo de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

La gran mayoría de los turistas captados en las centrales de autobuses de Mexicali viajaron solos (67 %), salvo los que viajaron por **tratamientos de salud**, pues lo hicieron, principalmente, en grupos de **dos personas (49 %)**.

Características del viaje



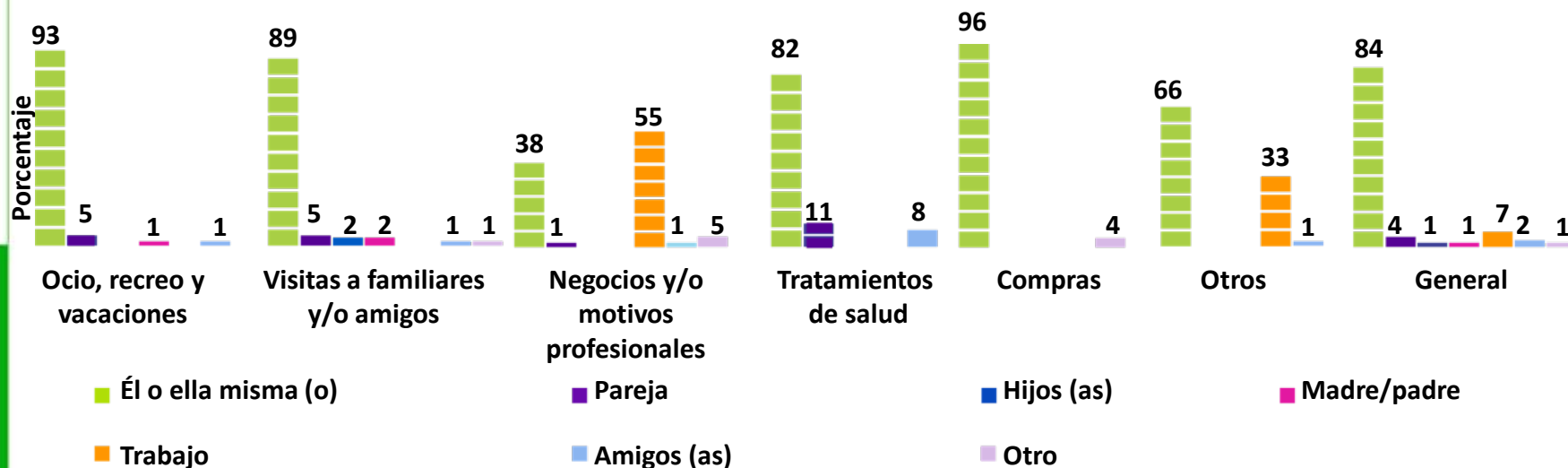
Tamaño del grupo de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

La mayoría de los visitantes nacionales captados en el **aeropuerto** de Mexicali viajaron **solos** al estado (**74 %**), principalmente los que lo hicieron por **negocios** (**84 %**); seguido por los que arribaron en **grupos de dos** (**17 %**), en particular los que llegaron en busca de **tratamientos de salud** (**47 %**). Destaca que **una tercera parte** de los que llegaron por **compras**, viajó en **grupos de tres personas** (**38 %**).

Características del viaje



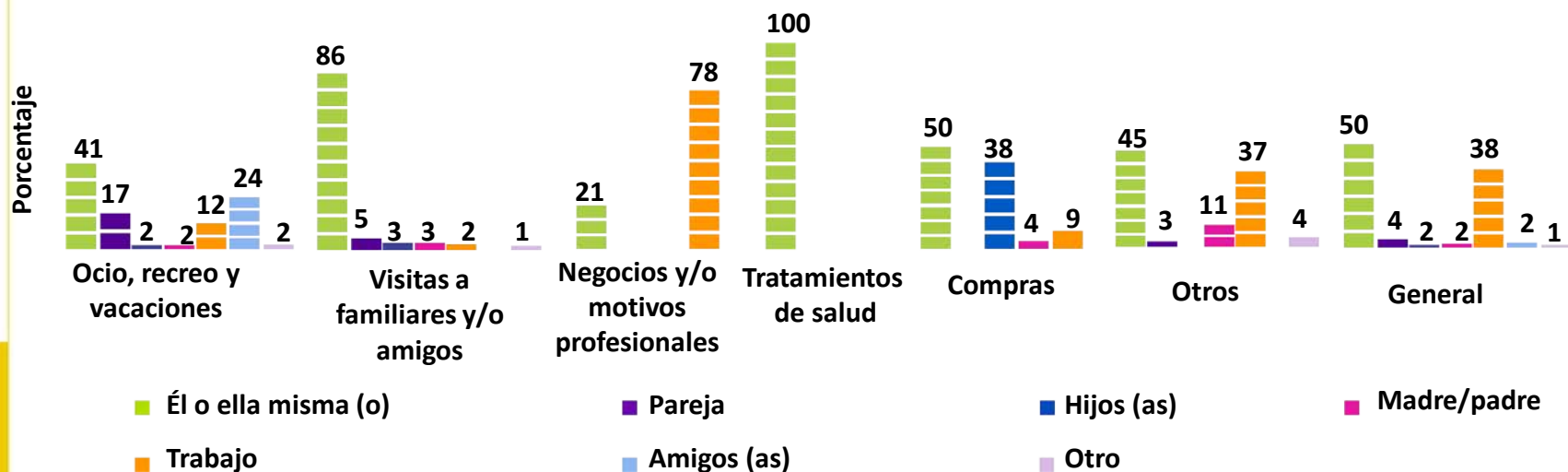
Quién decidió viajar de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La gran mayoría de los visitantes nacionales por **vía terrestre** viajó al destino por **decisión propia** (84 %), excepto los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales**, pues, en general, su viaje fue determinado por parte de su **trabajo** (55 %).

Planeación del viaje

Quién decidió viajar de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

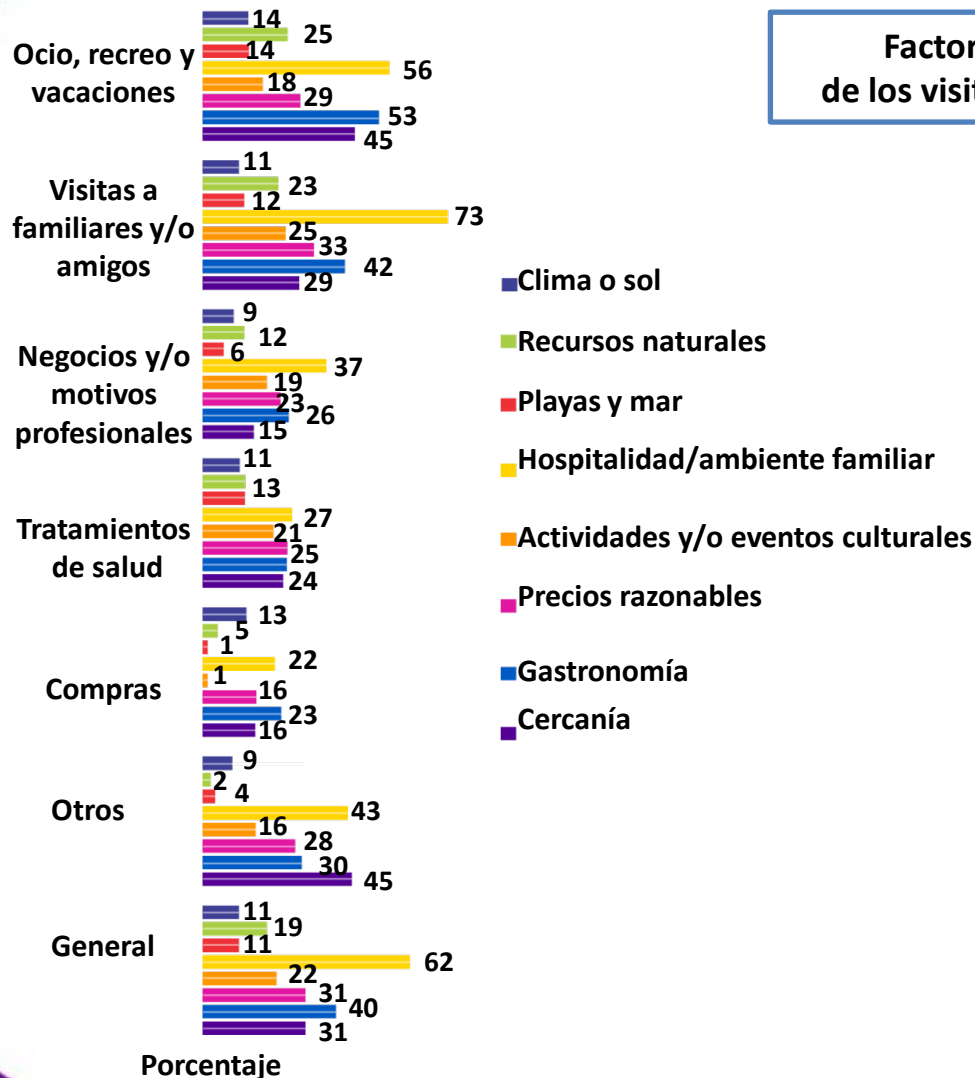


Para la **mitad** de los visitantes nacionales por **vía aérea**, la **decisión** de realizar el viaje hacia el destino fue **propia** (50 %), en especial para los que viajaron por **tratamientos de salud** (100 %) y para **visitar a familia y/o amigos** (86 %), seguido por aquellos que la decisión fue tomada por su **trabajo** (38 %), en particular los que viajaron por **negocios** (78 %). Llama la atención que poco más de **un tercio** de los que viajaron por **compras** lo hicieron por decisión de los hijos (38 %).

Características del viaje



Factores que influyen en la decisión de viajar de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



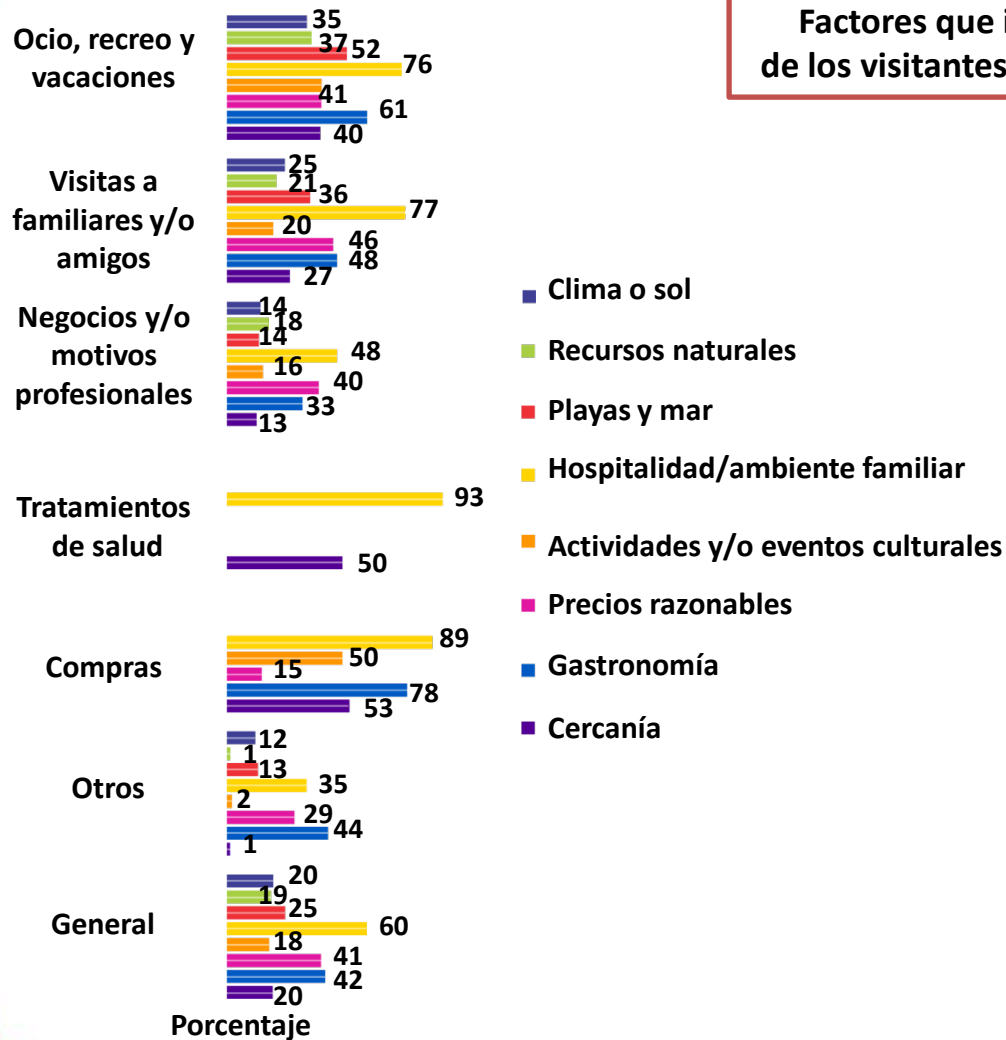
La **hospitalidad/ambiente familiar**, la **gastronomía**, los **precios razonables**, así como la **cercanía** con el destino, fueron los factores de mayor influencia en la decisión de viajar de los visitantes nacionales por **vía terrestre**.

Los **recursos naturales** fueron otro factor de importancia, principalmente para lo que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones**.

Características del viaje



Factores que influyen en la decisión de viajar de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

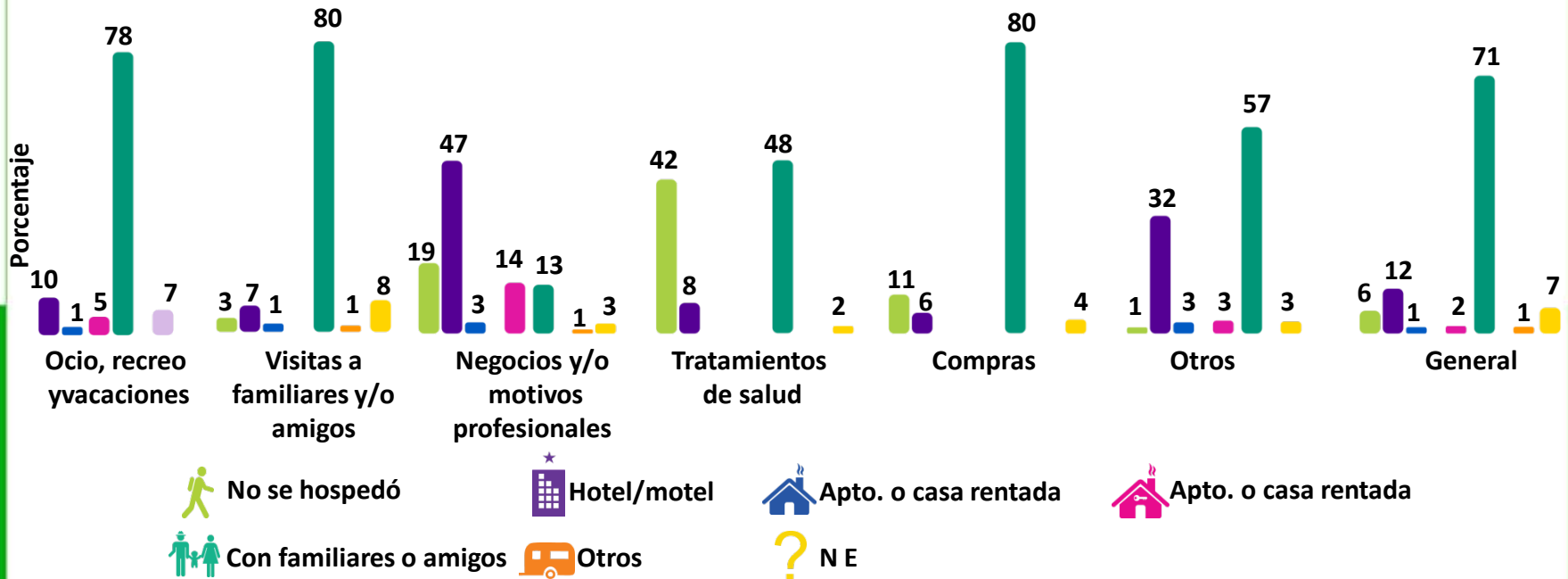


En general, la **hospitalidad y el ambiente familiar** sobresalieron como el **principal factor** que **influyó** en la **decisión de viajar** de los turistas nacionales por **vía aérea**, seguido de la **gastronomía** y los **precios razonables**.

Las **playas y el mar** también fueron de importancia para los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones** y para **visitar a familia y/o amistades**; las **actividades y/o eventos culturales** jugaron un papel significativo en la decisión de viajar de los turistas que arribaron por **compras**.

Características del viaje

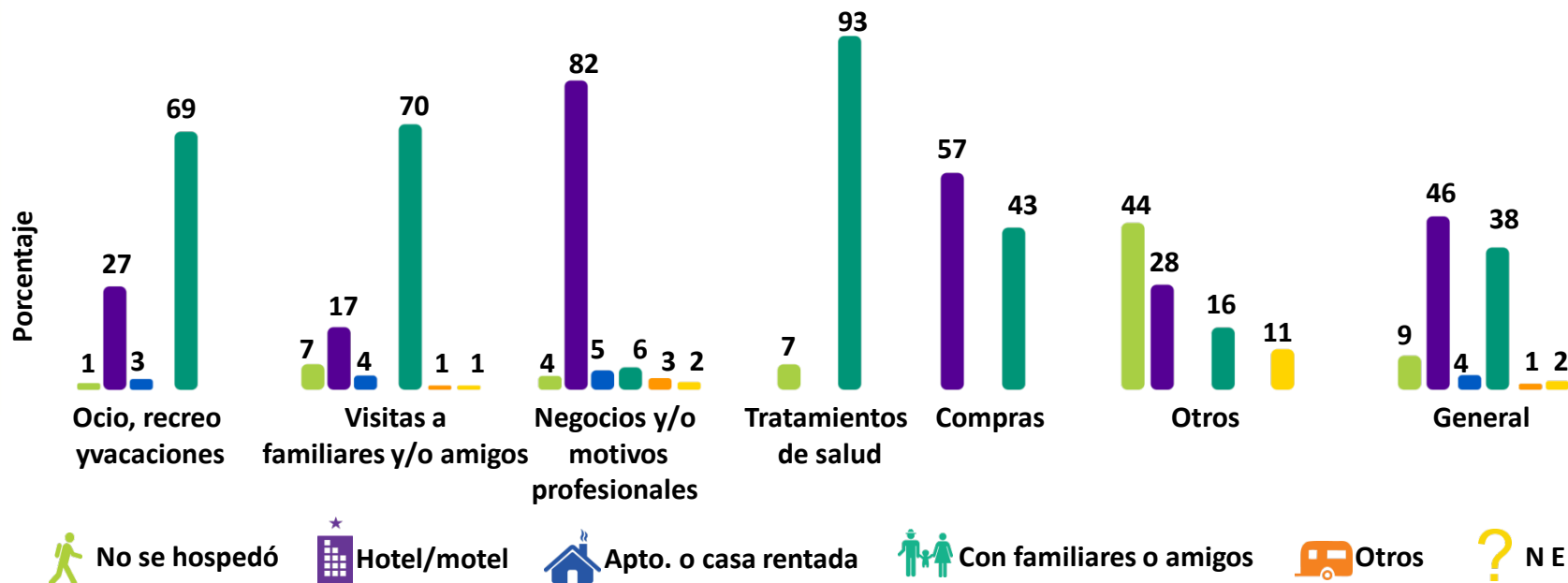
Tipo de alojamiento utilizado de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La mayoría de los visitantes captados en las centrales de **autobuses** de Mexicali se hospedó con **familiares o amigos (71 %)**; salvo los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales**, quienes lo hicieron en **hotel (47 %)**. Es notorio que una gran parte de los que viajaron por **tratamientos de salud** eligieron **no hospedarse** en el destino (**42 %**).

Planeación del viaje

Tipo de alojamiento utilizado de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La **mayor parte** de los visitantes por **vía aérea** se hospedó en **hotel/motel (46 %)**, principalmente los que llegaron al destino por negocios y/ motivos profesionales (**82 %**), mientras que el poco más de una tercera parte de los turistas se alojaron con sus familiares y/o amigos (**38 %**), en especial entre los que viajaron en busca de tratamientos de salud (**93 %**).



<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

