

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Experiencia de viaje y nivel de satisfacción de los visitantes internacionales a Baja California (julio 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 quienes visitan el estado, el **Observatorio Turístico de Baja California** realizó la encuesta “**Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)**”.

En esta ocasión, se presentan los principales resultados sobre la **experiencia de viaje y nivel de satisfacción** de los visitantes internacionales que llegaron al estado durante el mes de **julio de 2013**.

Acotación metodológica



Selección de puntos de muestreo

Conteo de flujos/
aplicación de
cédula
filtro y
cuestionario

Nivel de confianza:
95 %
Margen de error:
5 %

Total de encuestas
efectivas: 834
Total de visitantes
estimados:
3,300,601



Objetivo

Conocer el tamaño y características del mercado real de los visitantes internacionales en los municipios de Mexicali, Tecate y Tijuana.

Lugares de levantamiento

Garitas internacionales de Mexicali, Tecate y Tijuana.

Población objetivo

- Visitante internacional mayor de 15 años con residencia habitual en un país diferente a México.
- No trabajó o desempeñó actividades remuneradas en México.
- Utilizó y/o realizó actividades consideradas turísticas.

Diseño y marco muestral

- Diseño probabilístico, por estratos y bietápico.
- Monitoreo y conteo exhaustivo de los flujos de visitantes en retorno por las garitas internacionales de Mexicali, Tecate y Tijuana.
- Selección aleatoria de entrevistado para aplicación de la cédula filtro y cuestionario.

Fecha de levantamiento: del 1° al 31 de julio del 2013

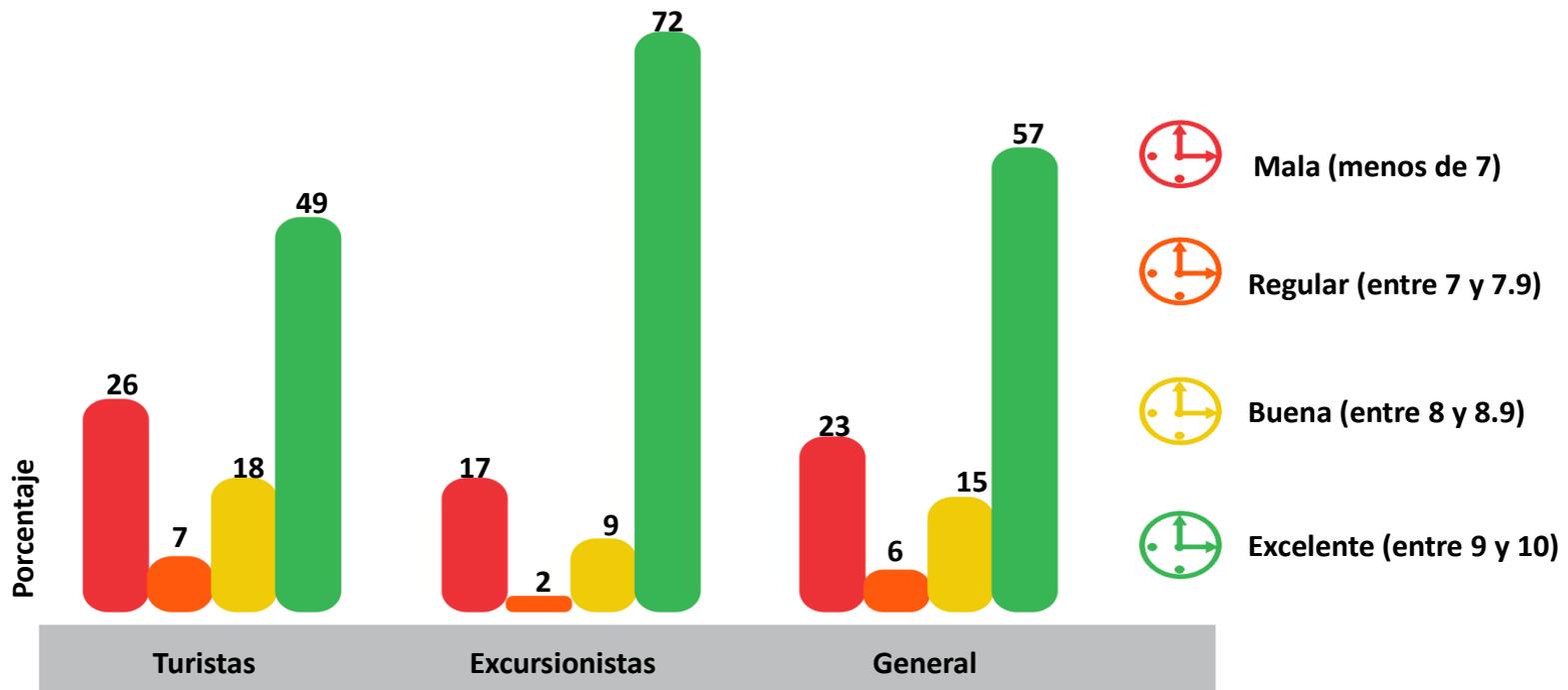


**Experiencia de viaje y
nivel de satisfacción
de los visitantes
internacionales**

Evaluación del destino

El tiempo de espera para cruzar a México se evaluó de manera excelente (57 %) por los visitantes internacionales. Los turistas se mostraron más críticos al calificar este aspecto pues el 49 % lo consideró como excelente y un 26 % como malo, mientras que los excursionistas fueron más benévolo y el 72 % lo valoró como excelente.

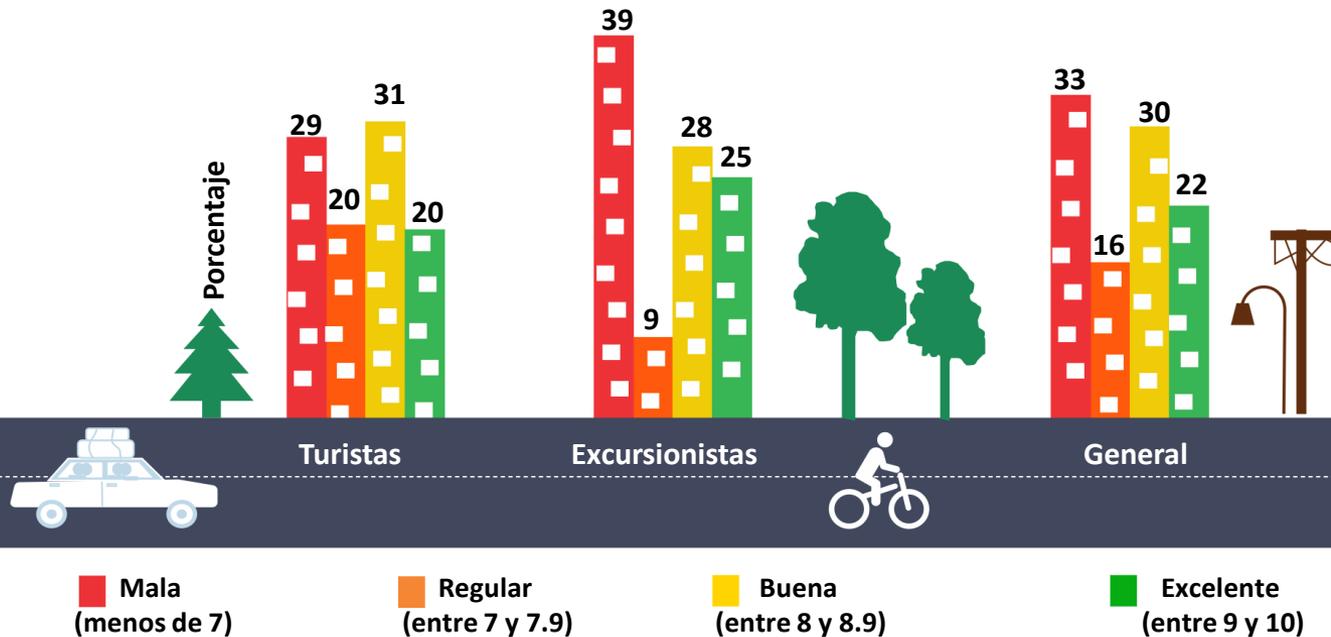
Tiempo de espera en migración y aduana para ingresar a México según tipo de visitante



* Debido al redondeo, la suma puede no ser 100 %.

Evaluación del destino

Imagen urbana según tipo de visitante

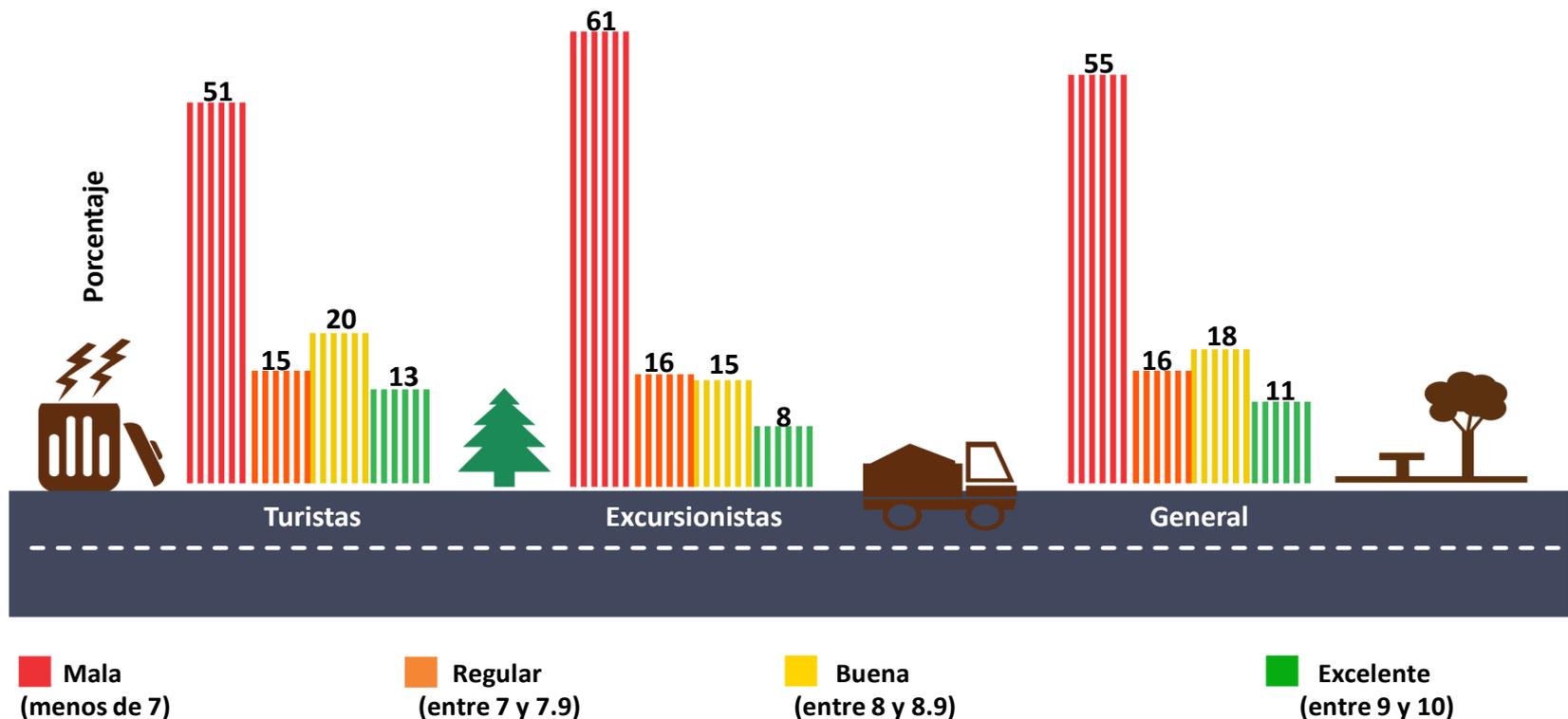


En general, la mayor parte de los **visitantes internacionales** evaluaron como **mala (33 %)** la **imagen urbana** de los municipios estudiados. Solo el **22 %** la consideró como **excelente**. Los **excursionistas** fueron más severos que los turistas al calificar este aspecto, al otorgarle una valoración **mala** en el **39 %** de los casos, contra el **29%** asignado por los **turistas**. Sin duda **mejorar la imagen urbana** es una asignatura pendiente, a la que deberán prestarle atención los gobiernos locales.

Evaluación del destino

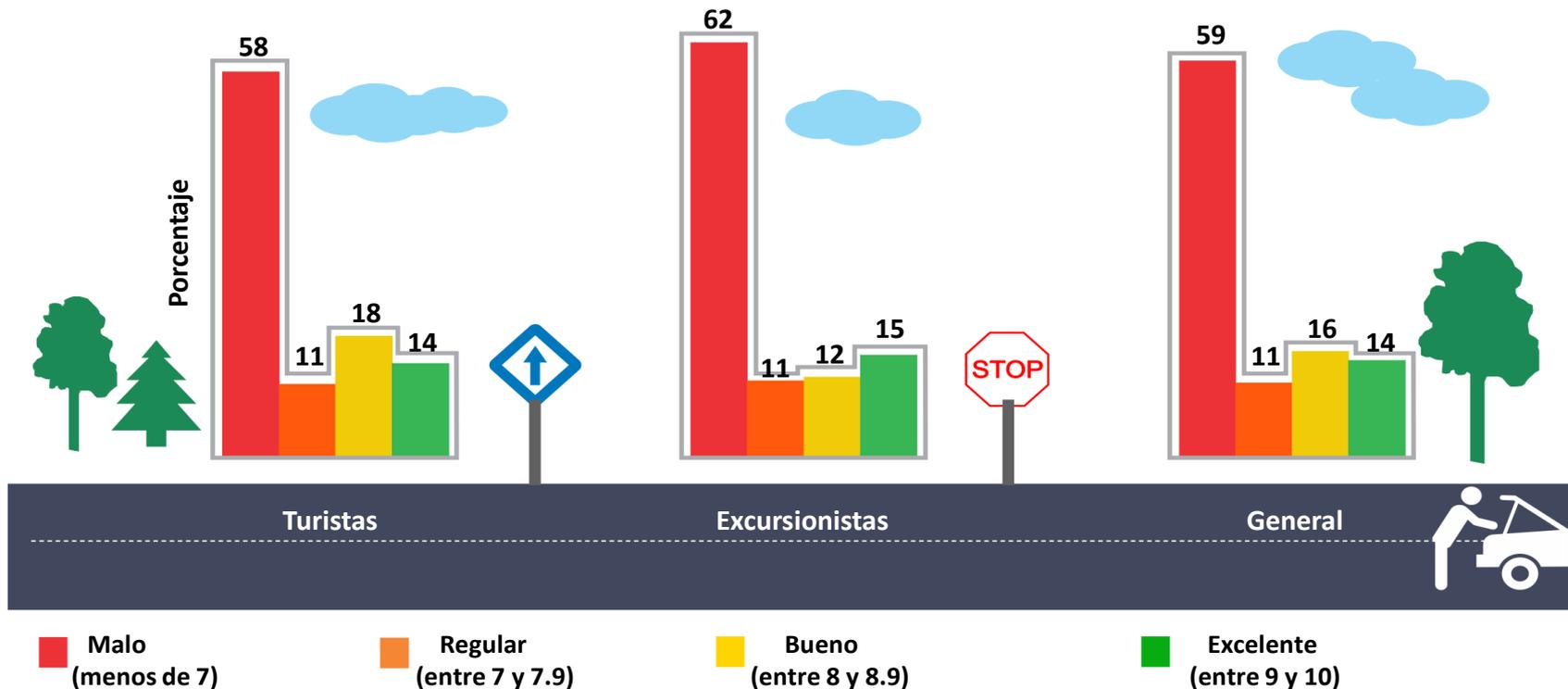
La **limpieza de las calles y áreas públicas** fue evaluada de manera **negativa** por la mayoría de los visitantes internacionales (**55 %**). Los **turistas** fueron ligeramente más positivos que los excursionistas, pues el **33 %** de ellos evaluó como **buena y excelente** este atributo, contra el **23 %** de los últimos.

Limpieza de las calles y áreas públicas, según tipo de visitante



Evaluación del destino

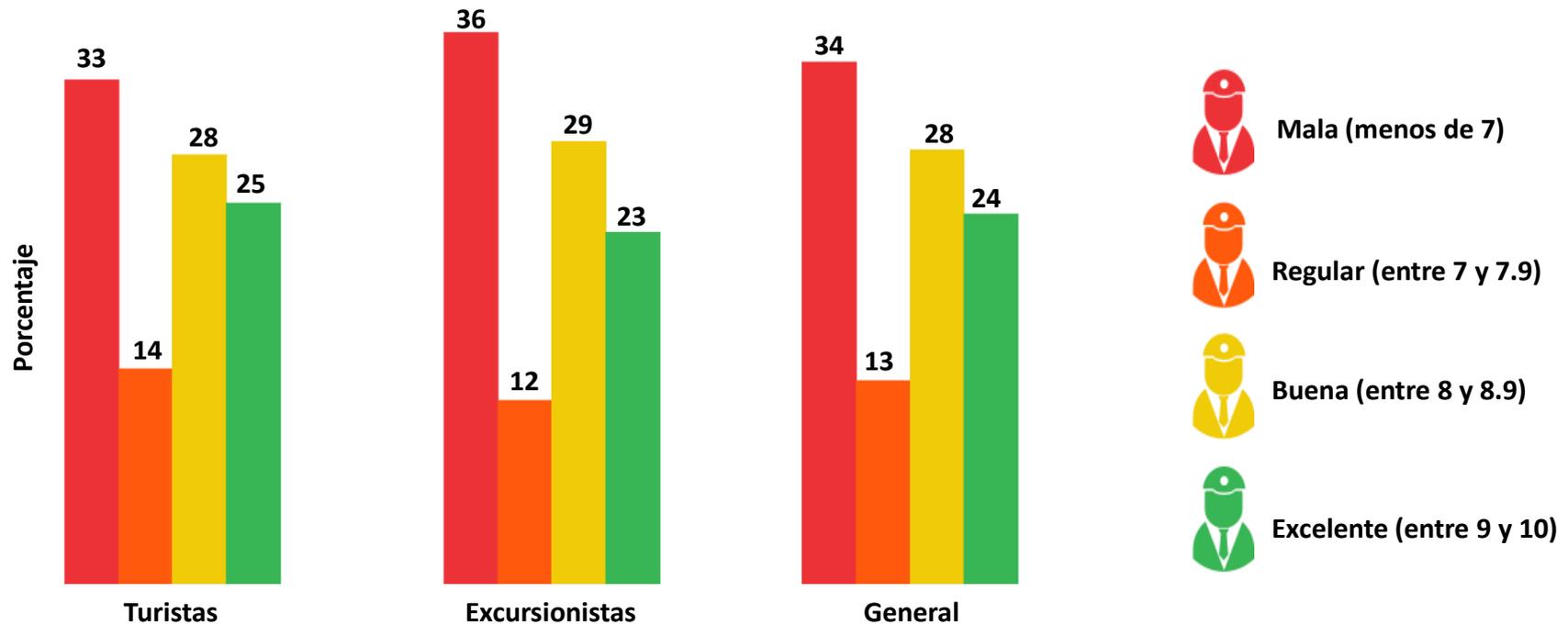
Estado de los caminos y carreteras según tipo de visitante



La evaluación del estado de los **caminos y carreteras** muestra que los **visitantes internacionales consideraron que están en mal estado**, ya que el **59 %** así lo evaluó. Este patrón se mantiene entre **turistas** y **excursionistas**, aunque los primeros calificaron de mejor manera este aspecto, pues el **32 %** lo evaluó como **bueno y excelente**.

Evaluación del destino

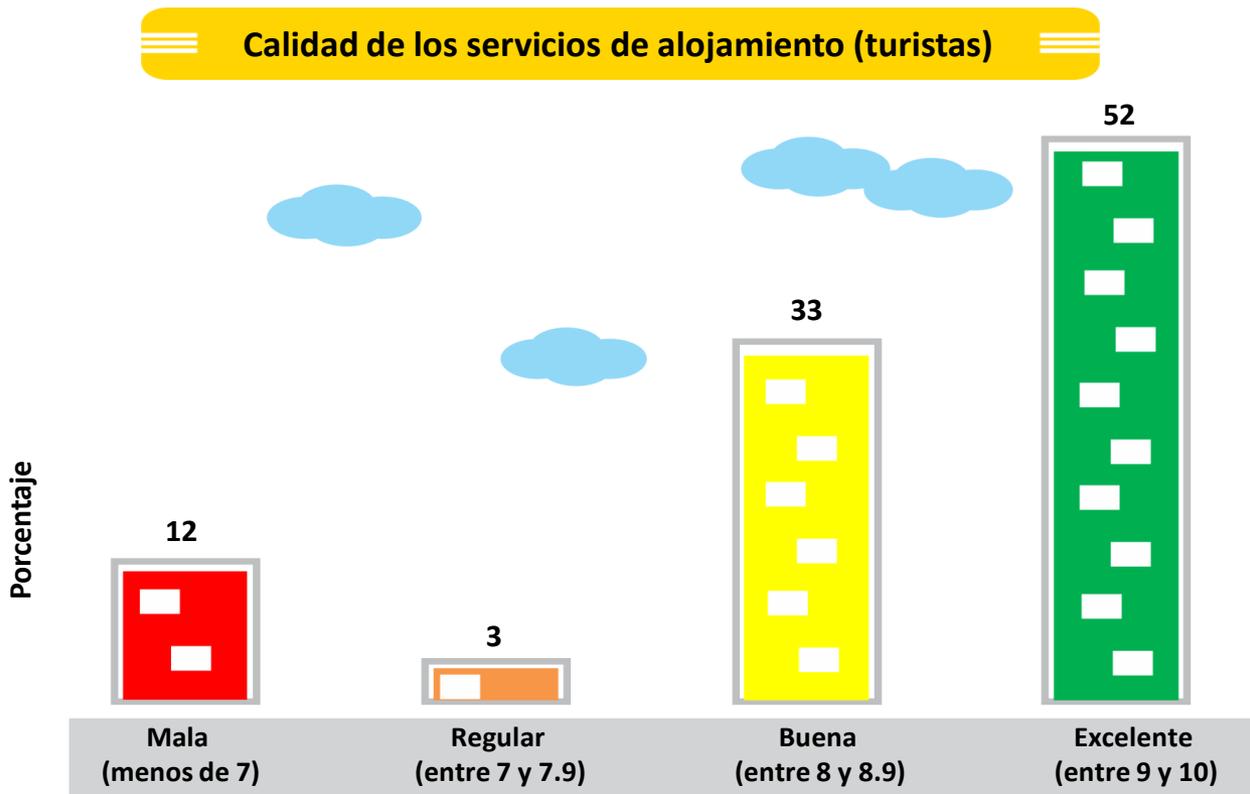
Percepción de seguridad según tipo de visitante



El **52 %** de los visitantes internacionales **percibió de manera positiva la seguridad en Baja California** (**28 %** buena y **24 %** excelente). Sin embargo, el **34 %** de los visitantes percibió **inseguridad** en el destino visitado, siendo **superior** esta apreciación por parte de los **excursionistas (36%)**.

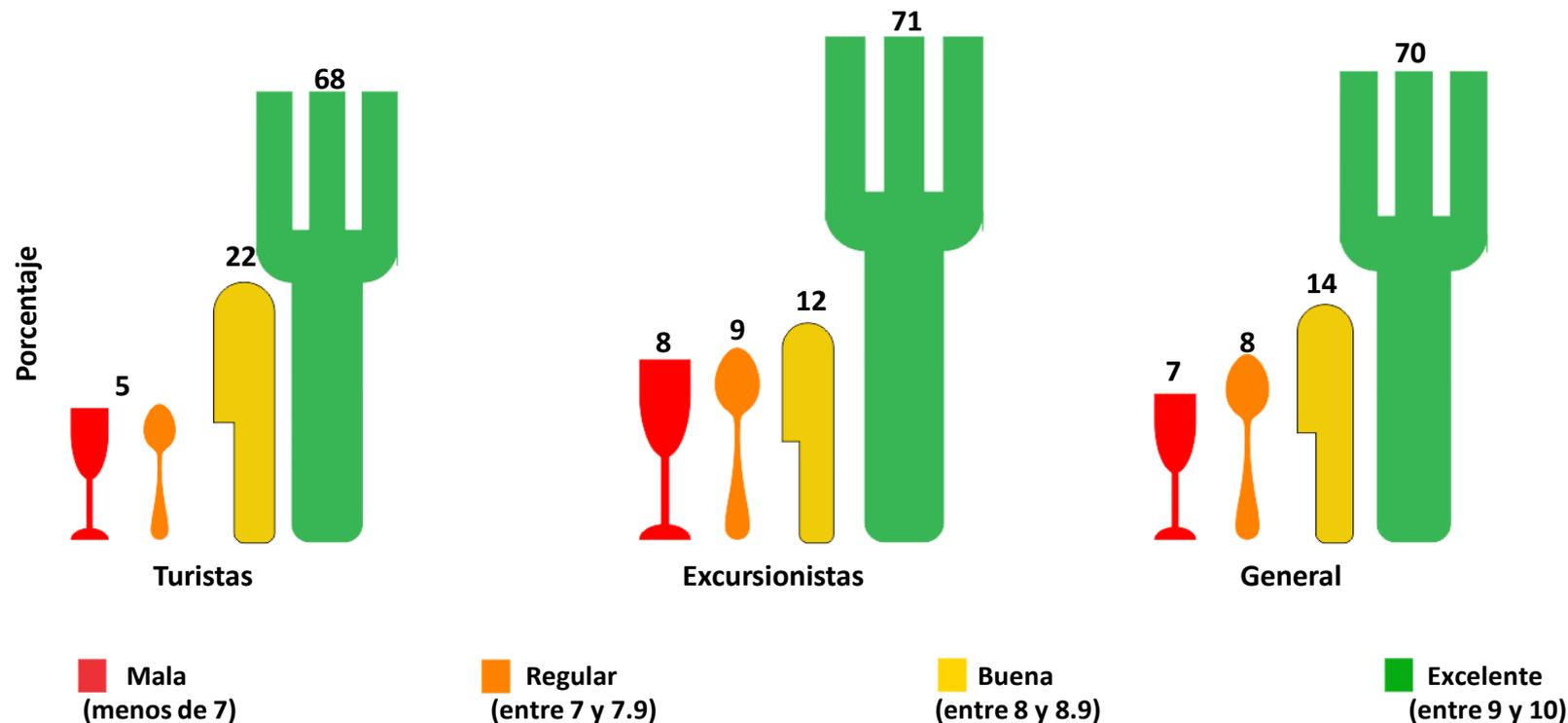
Evaluación del destino

La mayoría de los turistas que utilizó **alojamiento en hotel o motel** evaluó la calidad de este servicio como **excelente (52 %)** y **33 %** la consideró como **buena**. Lo anterior habla de una gran **mayoría de visitantes satisfechos con el servicio utilizado**.



Evaluación del destino

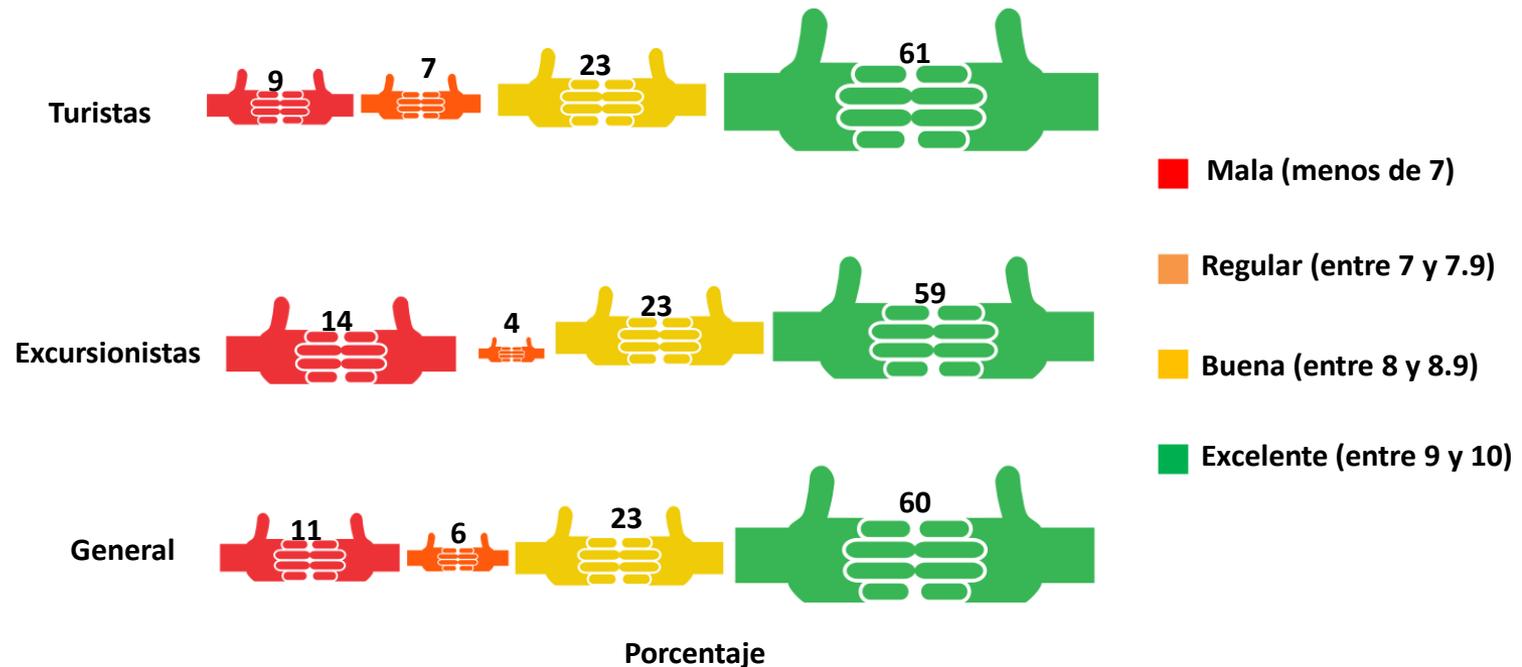
Calidad de los restaurantes según tipo de visitante



En general, los **servicios de restauración** fueron evaluados de manera **muy positiva** por la mayoría de los visitantes internacionales, pues el **70 %** de ellos los consideró de **excelente calidad**. Esta proporción se mantuvo tanto entre los turistas como con los excursionistas.

Evaluación del destino

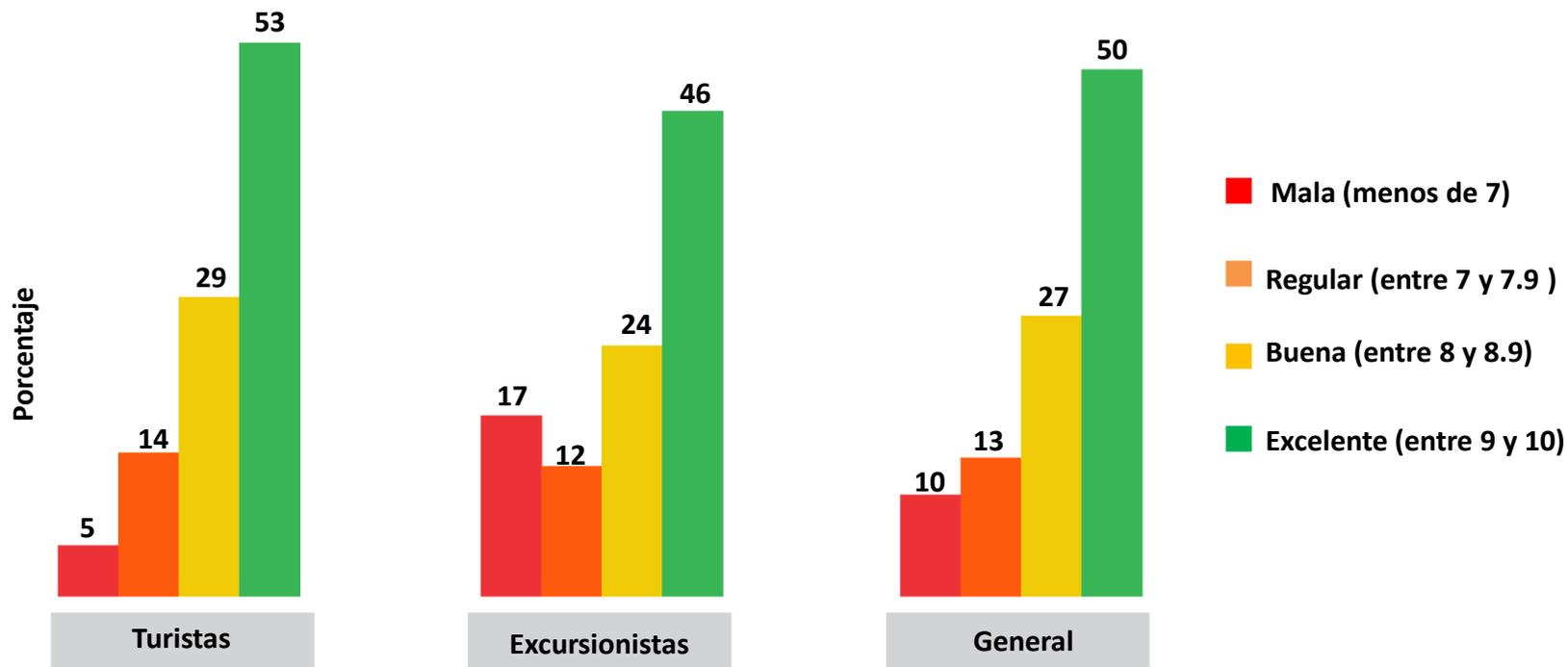
Hospitalidad mexicana según tipo de visitante



La **hospitalidad mexicana** fue evaluada de manera **positiva** por los visitantes internacionales. El **60 %** la valoró como **excelente** y el **23 %** como **buena**. El **14 %** de los **excursionistas** evaluó este aspecto como **malo**.

Experiencia de viaje

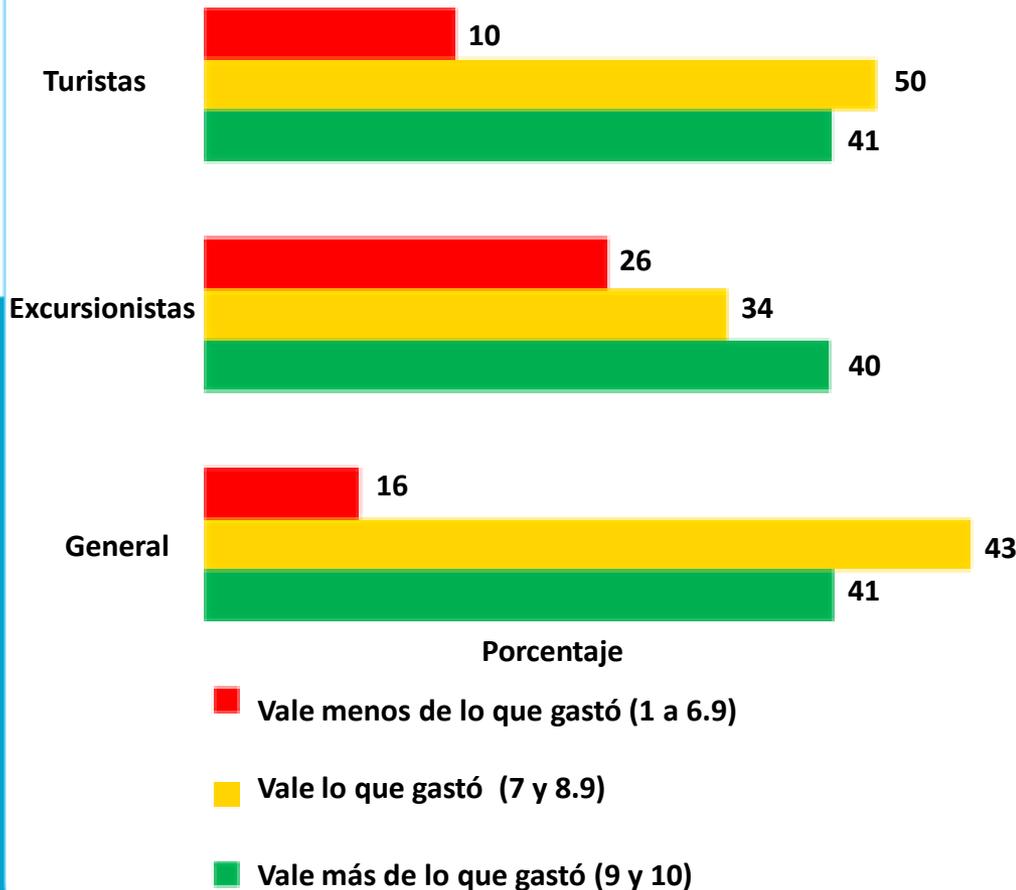
Experiencia de viaje según tipo de visitante



La mayor parte de los **turistas** consideraron que su **experiencia de viaje** fue **excelente (53 %)**, contra el **46 %** de los **excursionistas**. De igual forma, el **17 %** de estos últimos valoró **negativamente** esta vivencia, en contraposición con el **5 %** de los **turistas**.

Experiencia de viaje

Relación calidad-precio según tipo de visitante



La **experiencia de viaje** en términos de la relación **calidad-precio** se evaluó como una **experiencia** que **vale lo que se gastó** en el **43 %** de los casos. Igualmente, el **41 %** de los visitantes internacionales indicaron que su viaje **vale más de lo que se gastó**.

Lo anterior confirma que la mayoría de los **visitantes internacionales** en Baja California tuvo una **excelente experiencia** de viaje, aunque para el **26 %** de los excursionistas esta vivencia vale menos de lo que se gastó.

Nivel de satisfacción



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

Los **visitantes internacionales** que viajaron a Baja California durante el mes de **julio de 2013**, identificaron el costo pagado por las **artesanías y/o recuerdos de viaje** como el **único elemento** que los dejó **totalmente satisfechos**.

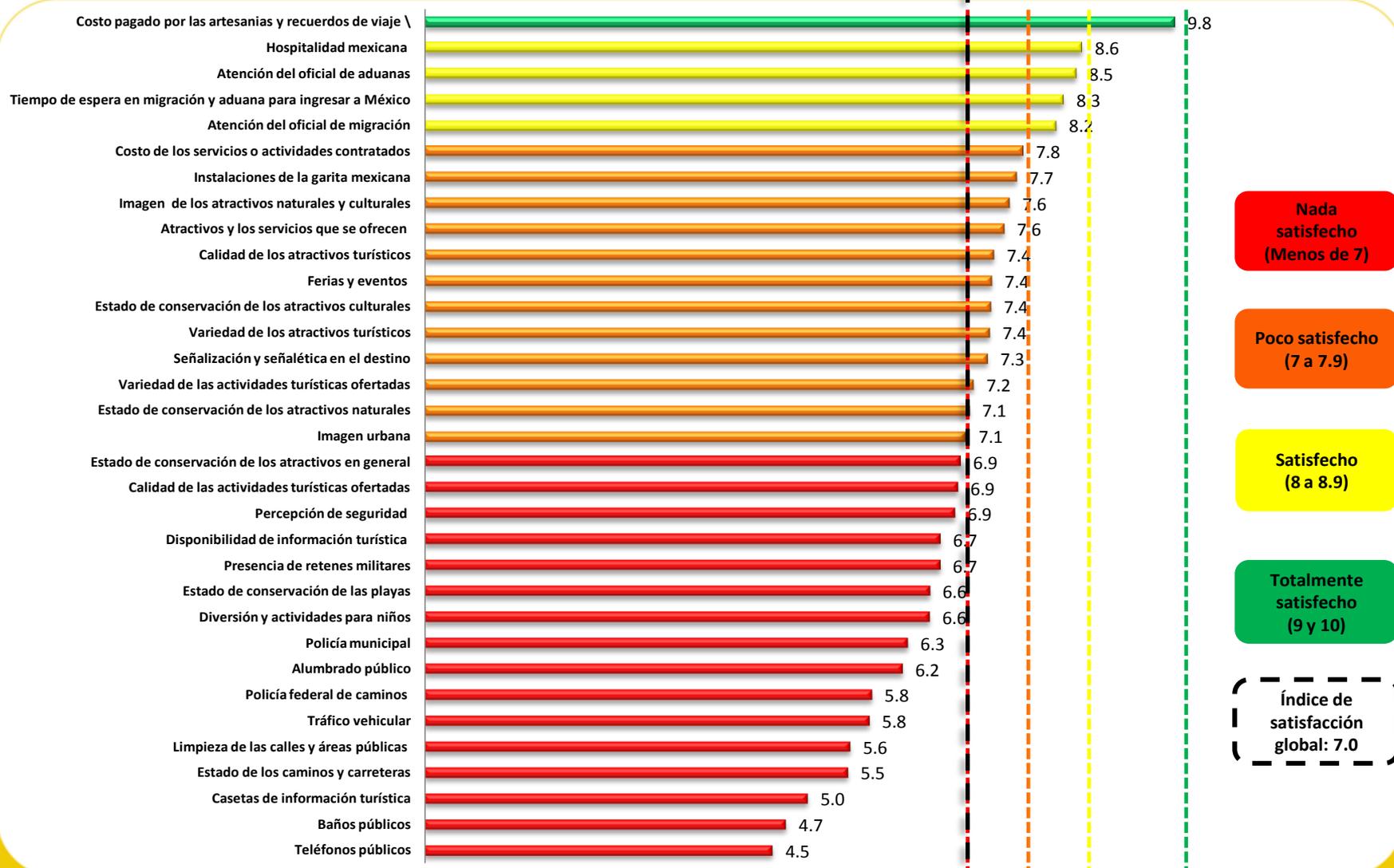
Además, **cuatro variables** se ubicaron en la escala de **satisfecho, 12** como **poco satisfecho** y **16** como **nada satisfecho**.

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

Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global



Nada satisfecho
(Menos de 7)

Poco satisfecho
(7 a 7.9)

Satisfecho
(8 a 8.9)

Totalmente satisfecho
(9 y 10)

Índice de satisfacción global: 7.0

Nivel de satisfacción



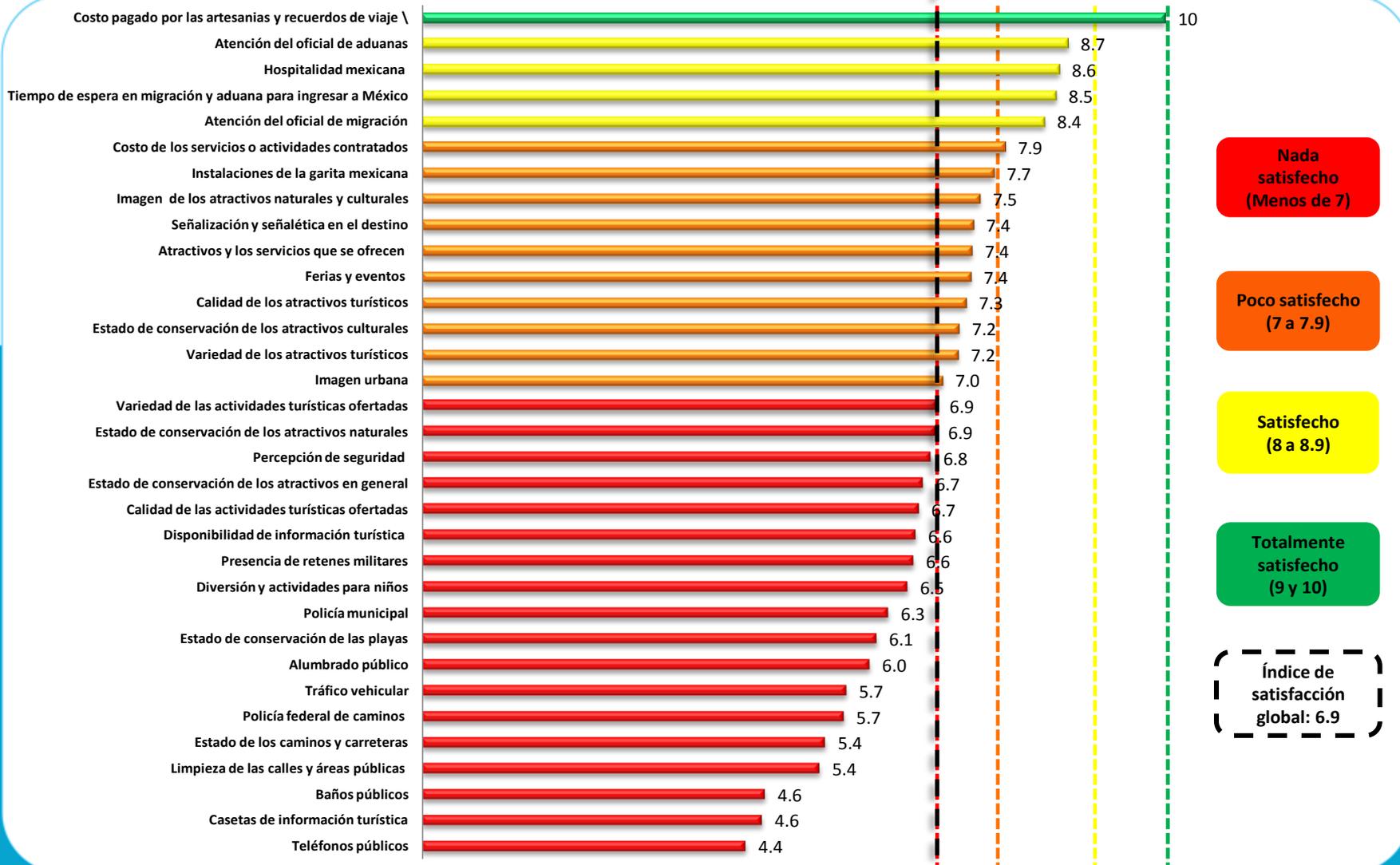
Índice de satisfacción global de los turistas



Nivel de satisfacción



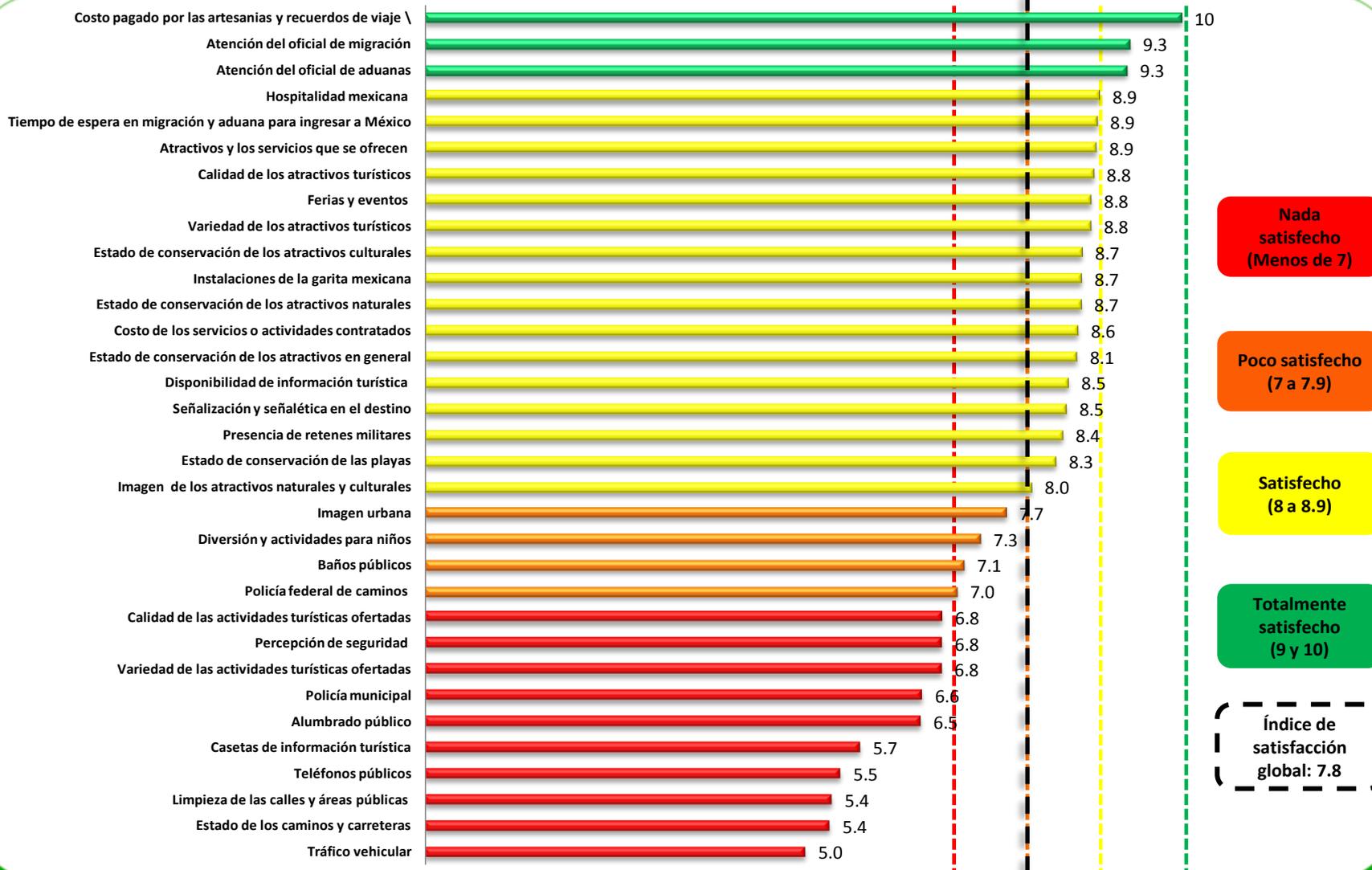
Índice de satisfacción global de los excursionistas



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global de los visitantes de origen anglosajón



Nivel de satisfacción



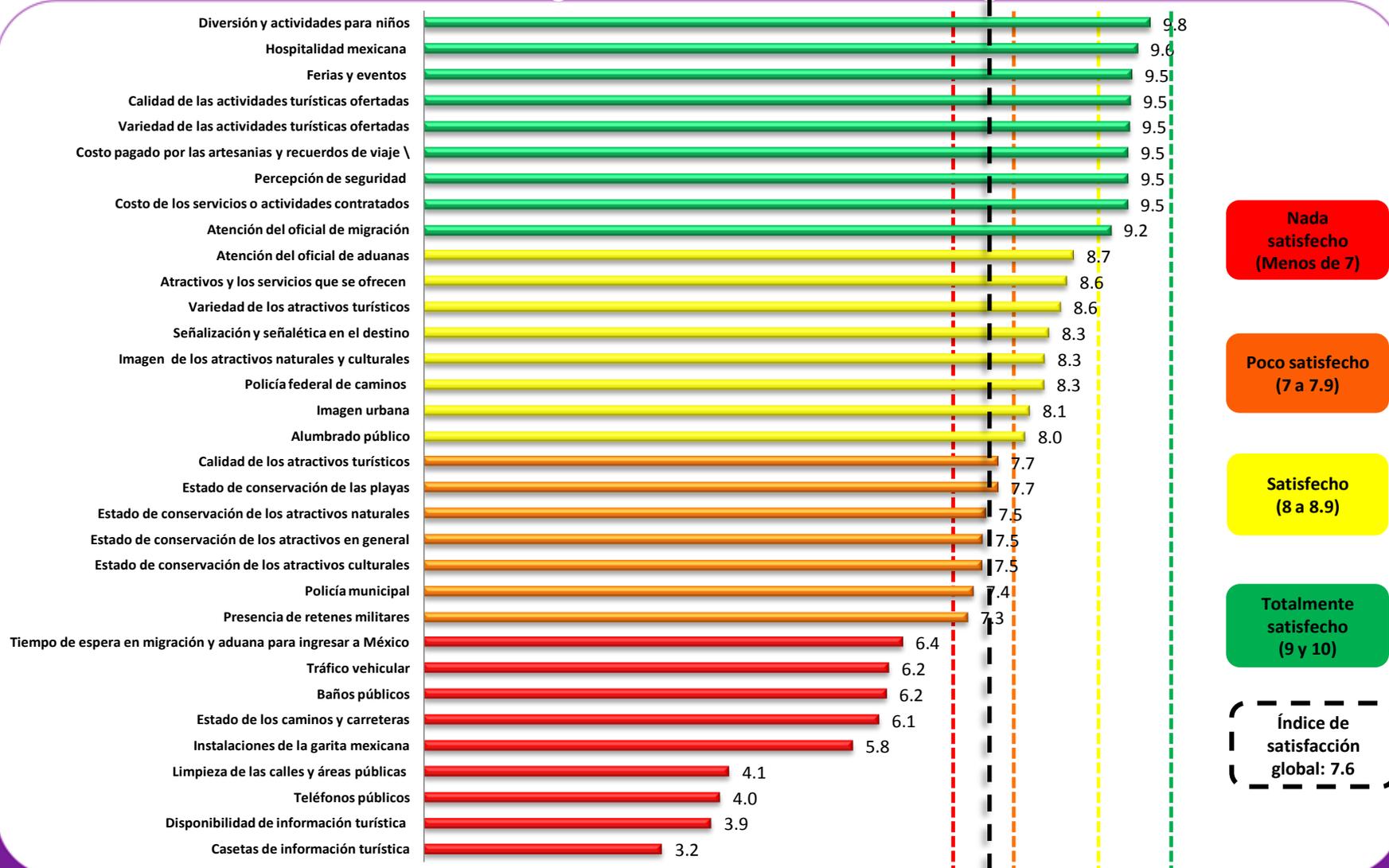
Índice de satisfacción global de los visitantes de origen hispano



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global de los visitantes de otros orígenes

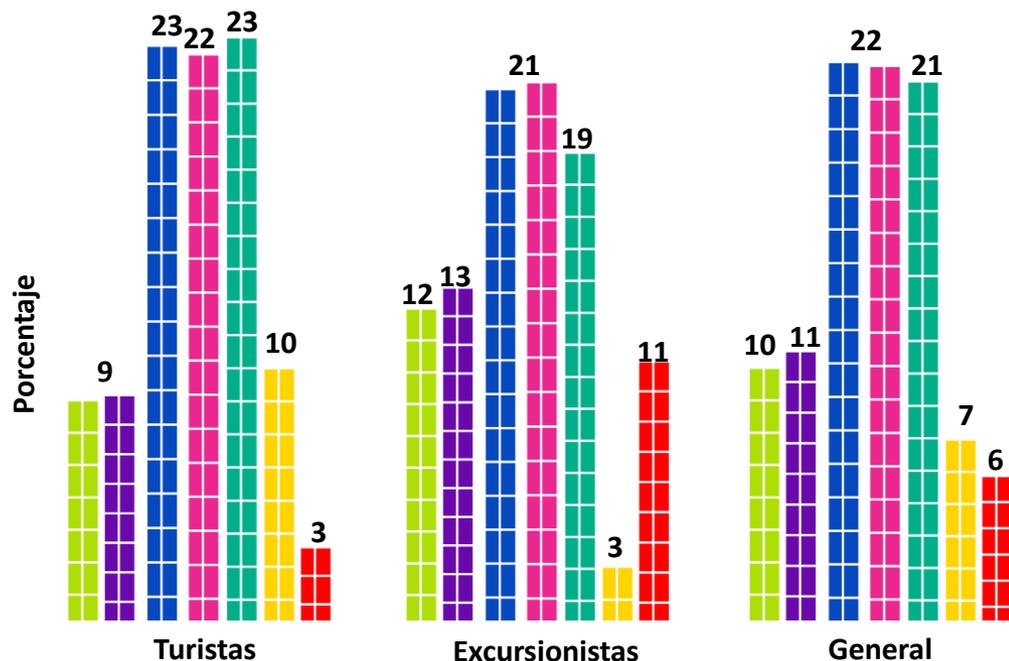




**Lealtad o fidelidad de
los visitantes
internacionales a
Baja California**

Lealtad o fidelidad

Frecuencia de las visitas según tipo de visitante



La repetitividad de las visitas hacia Baja California, muestra que la entidad cuenta con visitantes leales, pues viajan con frecuencia al estado, principalmente una vez al mes e incluso una vez a la semana (22 %, respectivamente). Un porcentaje significativo llega al destino entre 2 y 6 veces al año (21 %),

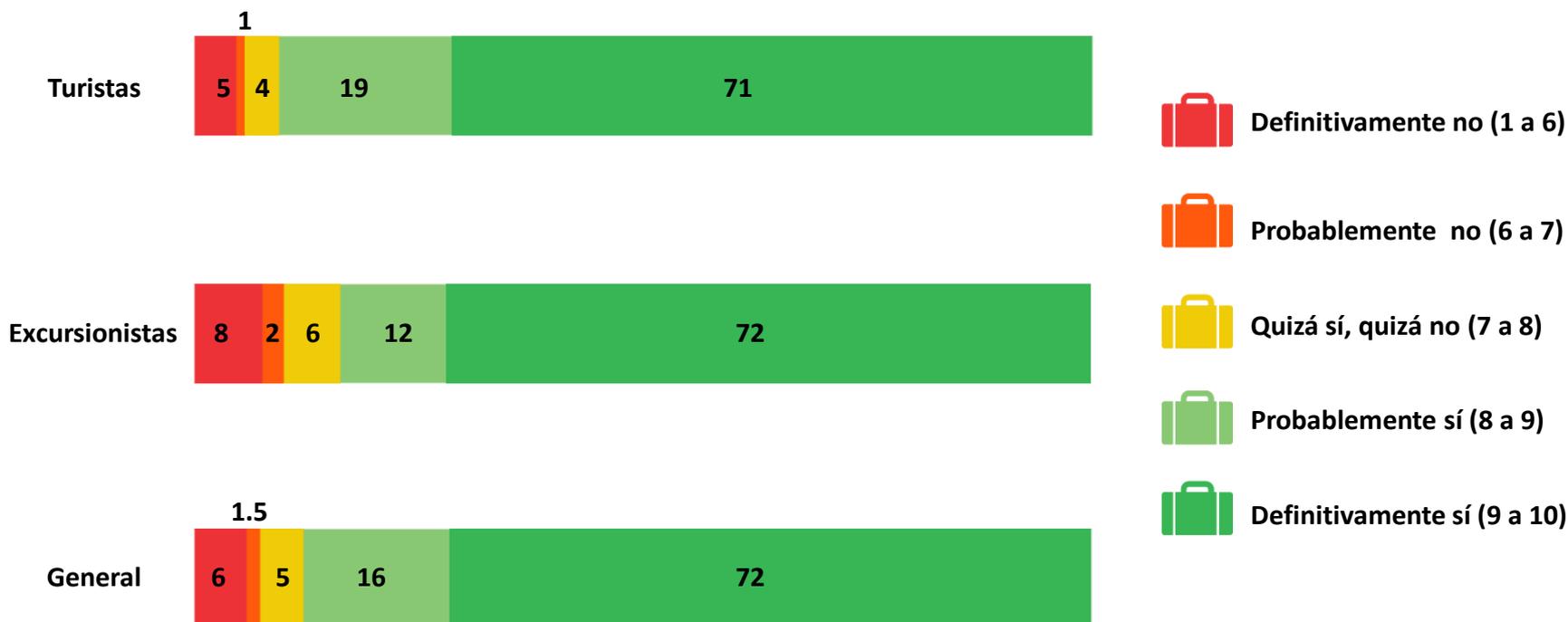
- Primer visita
- Más de una vez a la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- De 2 a 6 veces al año
- Una vez al año

■ NE*

* En algunas gráficas, la suma de los valores puede no dar 100 % debido al redondeo.

Lealtad o fidelidad

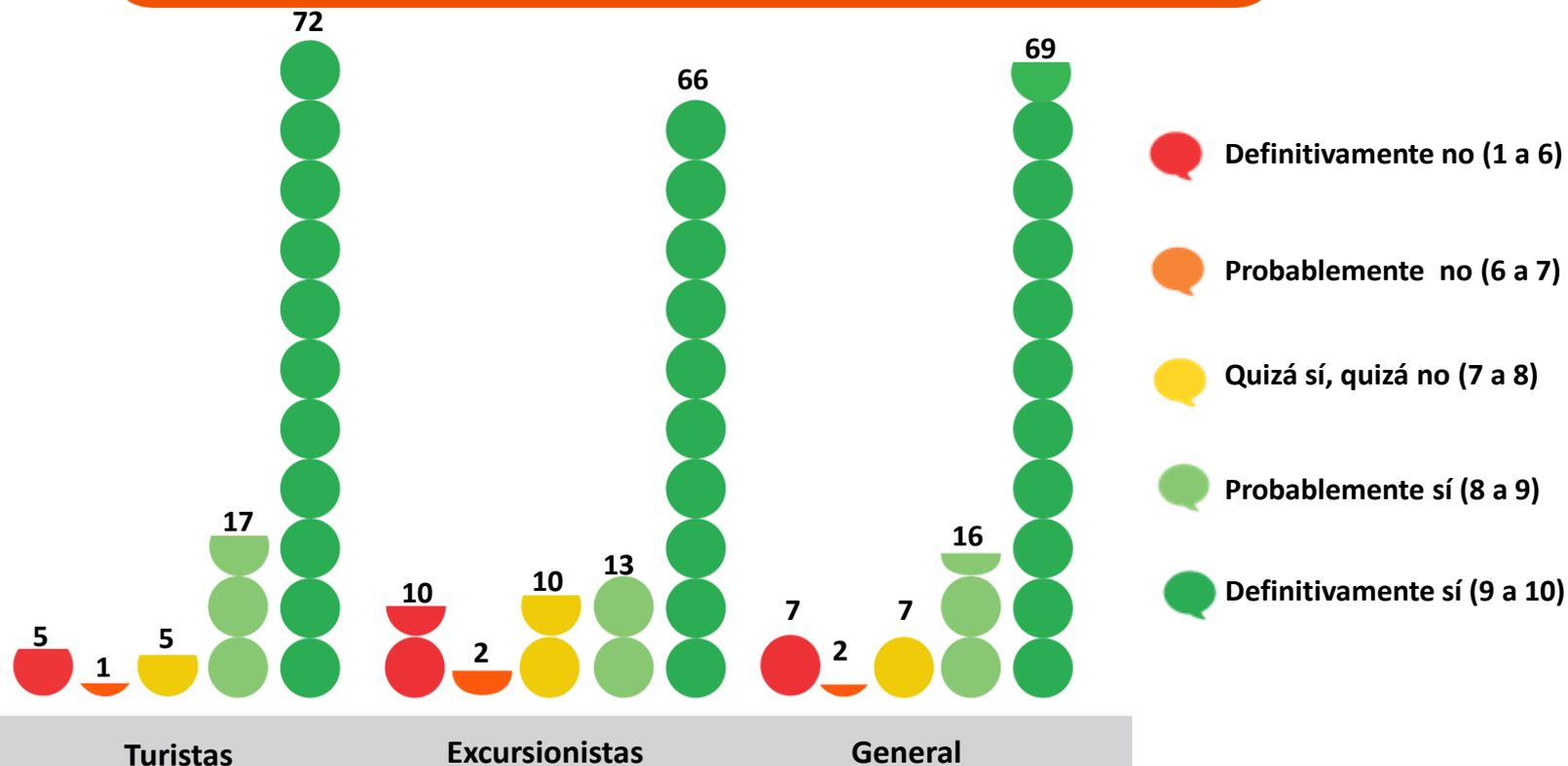
Intención de regresar al destino según tipo de visitante



La **mayor parte** de los **visitantes internacionales** afirmaron tener la **intención de regresar al destino (72 %)**. **Siete de cada diez visitantes están totalmente convencidos de que regresarán a Baja California** en un futuro, proporción que se mantiene entre turistas y excursionistas.

Lealtad o fidelidad

Intención de recomendar el destino según tipo de visitante



El **69 %** de los **visitantes internacionales** declararon tener la intención de **recomendar el destino** a familiares y amigos, en el caso de los **turistas** esta propensión fue ligeramente superior (**72 %**). En contraparte, el **10 %** de los **excursionistas** dijo que definitivamente **no lo recomendaría**.



Fortalezas y debilidades del destino

Fortalezas

Para los visitantes internacionales que llegaron en julio a Baja California, la **gastronomía** fue el **principal factor positivo** mencionado, **seguida por la hospitalidad de su gente**, el **ambiente familiar**, la **cercanía del destino** y los **servicios médicos**.



Debilidades

Entre las principales **debilidades** de los municipios estudiados mencionadas por los visitantes internacionales en Baja California destacan: la **línea lenta para regresar** a Estados Unidos, las **calles en mal estado**, la **inseguridad** y el **tráfico vehicular**.



La línea lenta para regresar
a USA



Calles en mal estado

DEBILIDADES



Inseguridad



Tráfico vehicular



<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