

BOLETÍN NO. 4



PANORAMA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BAJA CALIFORNIA

ENERO-JUNIO 2024



**BAJA
CALIFORNIA**
GOBIERNO DEL ESTADO

TURISMO
Secretaría de Turismo



CONAHCYT
CONSEJO NACIONAL DE HUMANIDADES
CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS



El Colegio
de la Frontera
Norte

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	1
INDICADORES DE COYUNTURA.....	2
Tipo de cambio nacional	
Inflación.....	3
Inversión Extranjera Directa	4
Empleo Formal.....	5
VISITANTES INTERNACIONALES FRONTERIZOS VÍA TERRESTRE.....	7
Flujo de visitantes internacionales fronterizos a Baja California	
Composición y comparativa de visitantes internacionales fronterizos en la frontera norte de México	
Análisis de la variación porcentual en visitantes internacionales fronterizos.....	8
Turistas y excursionistas internacionales fronterizos según medio de transporte.....	9
Principales motivos del viaje de los visitantes internacionales fronterizos.....	11
Preferencias en el tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos.....	12
Frecuencia de las visitas.....	13
GASTO DE LOS VISITANTES FRONTERIZOS	14
Gasto de los visitantes fronterizos internacionales	
Gasto total por tipo de visitante	
Gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos	15
Gasto promedio de los turistas y excursionistas internacionales fronterizos	16
PLATAFORMAS HOTELERAS EN LÍNEA.....	18
BOOKING.....	19
Precio promedio en Booking	
Reseñas registradas por los huéspedes en Booking.....	20
Idioma utilizado por los huéspedes en las reseñas.....	21
Satisfacción general de los huéspedes.....	22
Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos.....	24
EXPEDIA.....	27
Precio promedio en Expedia	
Reseñas registradas por los huéspedes en Expedia.....	28
Satisfacción general de los huéspedes.....	29
Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos.....	30
OFERTA EXTRAHOTELERA (Airbnb).....	33
Número de rentas en Airbnb	
Satisfacción general de los huéspedes por destino.....	34
Satisfacción reportada por los huéspedes por destino para diferentes conceptos.....	35
RESUMEN FINAL.....	40
REFERENCIAS.....	41

PRESENTACIÓN

La actividad turística se ha convertido, en uno de los principales motores económicos de diversas regiones del mundo y sin duda, también genera otro tipo de beneficios en diferentes aspectos de la vida socioambiental de dichas regiones. Baja California, representa uno de esos espacios en el mundo, por lo que resulta fundamental contar con información relevante y actualizada sobre la actividad turística que se desarrolla en el estado. Tomando esto en consideración, el objetivo de este boletín número cuatro es dar continuidad al esfuerzo que el Observatorio Turístico de Baja California (OTBC) ha venido realizando para generar y difundir información actualizada sobre la actividad turística de la entidad.

Esta tarea se hace bajo la premisa de que contar con información detallada y actualizada coadyuva a los destinos turísticos a ser más competitivos, por un lado, facilita la toma de decisiones basada en evidencias y el eventual diseño e implementación de políticas públicas apegadas a la realidad de la región, por el otro, ayuda a los potenciales visitantes a informarse sobre los servicios, productos y atractivos turísticos que ofrece el destino e igualmente permite valorar la calidad de los mismos. En este sentido, la información actualizada se vuelve una herramienta estratégica para el gremio turístico y sectores afines con la finalidad de mejorar la oferta de bienes y servicios.

Lo anterior se vuelve todavía más crucial si se tiene en cuenta que ante el crecimiento del turismo mundial, la competencia entre destinos se vuelve más estratégica, por lo que los destinos que están más adelantados en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) tendrán mejores oportunidades para diversificar sus mercados y aprovechar tendencias emergentes, como el cada vez más creciente volumen de nómadas digitales y el aumento de los viajes centrados en la naturaleza, especialmente en economías con abundantes recursos naturales (WEF, 2022).

Así, aunque Baja California cuente con características biogeográficas, naturalidad y baja densidad poblacional, conservando su riqueza natural y cultural en una extensa porción de su territorio (Bringas y Toudert, 2011), teniendo con ello una ventaja comparativa respecto a otros destinos, en el mediano plazo eso no le será suficiente. Así que es necesario generar estrategias que impulsen la calidad y mejor gestión de esos recursos, incrementar la disponibilidad de infraestructura, atraer inversiones y ofrecer garantías de seguridad para los visitantes, ya que esas, de acuerdo con Ferreyra (2022), son algunas de las claves actuales del éxito de los destinos turísticos.

En las últimas décadas Baja California ha logrado destacar en el ámbito turístico nacional, mediante el desarrollo de diversos productos turísticos innovadores como el enoturismo, la gastronomía, el turismo de negocios, de salud, de romance, entre otros. Estos factores económicos, sociales y de salud convierten al sector turismo como uno de los más dinámicos y que constantemente se está reinventando, por ello cobra especial relevancia el estar recopilando y analizando información que permita la toma de decisiones informada, que fortalezca la capacidad de resiliencia del sector turismo para generar nuevas oportunidades en la región.

Para el cumplimiento del objetivo marcado, este boletín se organiza en cuatro secciones principales: en la primera, se presentan indicadores de coyuntura que ofrecen un panorama de la actividad turística en Baja California. En la segunda, se analizan los flujos de visitantes internacionales, por vía terrestre, al estado. Un tercer apartado se enfoca en la oferta de alojamiento a través de plataformas hoteleras como Booking y Expedia, mientras que la última sección aborda la oferta extra hotelera a través de Airbnb. Aunque los períodos de análisis varían según la disponibilidad de datos, todas las secciones destacan los movimientos importantes durante los primeros semestres de los últimos años. Solo queda decir que esperamos que la información presentada en el Boletín 4 sea del interés del público en general, especialmente del gremio turístico y sectores afines.

** 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.

INDICADORES DE COYUNTURA

Tipo de cambio nacional

El tipo de cambio de una moneda nacional hace alusión a la relación de intercambio entre dicha moneda y otra. En el caso de México, el dólar estadounidense es la principal referencia monetaria, debido a la predominante relación comercial entre ambos países. Esto se refleja en que Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones mexicanas, con una participación del 83%, y es también el principal proveedor del país, contribuyendo con el 41.3% de las importaciones (SE, 2024).

Por esta razón, el monitoreo de esta relación resulta crucial para la economía nacional. Además del comercio internacional, el tipo de cambio impacta otros aspectos de las relaciones económicas bilaterales, como las inversiones extranjeras y el turismo. En este último ámbito, destaca que más del 60% de los visitantes internacionales que recibe México provienen de Estados Unidos (Sectur, 2024). Este fenómeno es especialmente relevante para Baja California, pues como se analizará más adelante, el turismo estadounidense desempeña un papel fundamental en la actividad turística de la entidad.

Como se observa en la figura 1, durante los primeros semestres de los últimos ocho años, el tipo de cambio peso-dólar ha mostrado una tendencia general a la baja, especialmente a partir de 2020. Entre 2017 y 2020, el valor del dólar frente al peso mexicano aumentó de forma constante, pasando de 19.4 pesos por dólar en 2017 a 21.7 en 2020, lo que representa un incremento del 11.9%. Sin embargo, a partir de 2021 se evidencia un cambio significativo, con una apreciación pronunciada del peso mexicano. Para junio de 2024, el tipo de cambio alcanzó un nivel incluso inferior al registrado en 2017, pasando de 21.7 pesos por dólar en el primer semestre de 2020 a 17.1 pesos por dólar en el primer semestre de 2024, lo que equivale a una reducción del 21.2% en el valor del dólar respecto al peso mexicano.

Una primera interpretación del comportamiento del tipo de cambio durante estos periodos podría sugerir una perspectiva positiva para la economía mexicana. No obstante, esta visión sería válida únicamente si la apreciación del peso estuviera respaldada por un cambio estructural en los sectores económicos del país, que favoreciera intercambios más competitivos. Sin embargo, la reducción en el tipo de cambio se atribuye principalmente al amplio diferencial entre las tasas de interés de México y Estados Unidos (CEFP, 2023), lo que ha contribuido a mitigar las presiones inflacionarias externas. Este contexto puede tener un efecto adverso en sectores como las exportaciones y el turismo, debido al menor valor de las divisas recibidas (Clavellina y Badillo, 2023).

Pese a ello, los impactos negativos podrían ser atenuados mediante estrategias que fortalezcan la competitividad del sector turístico, como el desarrollo de infraestructura, la mejora en la calidad de productos y servicios, el incremento en las condiciones laborales de los trabajadores, y la promoción constante de una oferta turística diferenciada. Además, la atracción de nuevos mercados menos sensibles a las fluctuaciones del tipo de cambio podría contribuir a una mayor resiliencia del sector.

Figura 1. Tipo de cambio promedio (primer semestre de 2017-2024)



Nota: Promedio anual del tipo de cambio interbancario, usado para solventar obligaciones denominadas en dólares, pagaderas en la República mexicana.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del Banxico (2024).

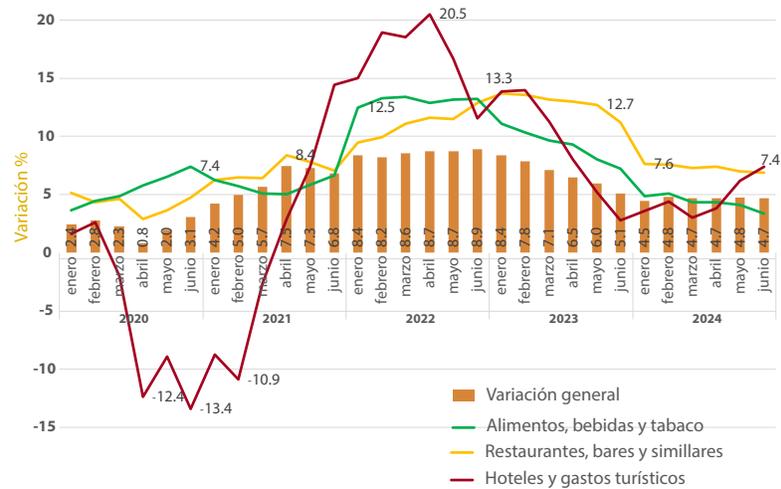
Inflación

Durante el primer semestre de 2024, la tasa de inflación general en Baja California ha mostrado estabilidad, fluctuando entre 4.5% y 4.8%, lo que representa un promedio de 4.7%. Este comportamiento se refleja de manera diferenciada en categorías específicas. En el caso de los precios de alimentos y bebidas, la inflación ha experimentado un descenso notable, pasando del 4.9% en enero al 3.4% en junio. Por otro lado, los servicios de restaurantes y bares también presentan una disminución, aunque más moderada, reduciéndose del 7.6% al 7.4% en el mismo periodo. En contraste, los precios relacionados con hoteles y gastos turísticos han registrado un incremento significativo, aumentando del 3.6% en enero al 7.4% en junio (ver Figura 2).

La comparación del primer semestre de 2024 con los cuatro años previos evidencia tendencias marcadas. En cuanto a la inflación general, los niveles registrados en 2024 representan las tasas más bajas desde 2021, aunque no han alcanzado los niveles mínimos observados en 2020, cuando el promedio fue de 2.2%. En términos históricos, el primer semestre de 2022 destaca como el de mayor inflación, con un promedio de 8.6%, seguido de 2023 (6.8%) y 2021 (6.1%).

Para la inflación en alimentos, bebidas y tabacos, el análisis muestra un comportamiento similar al de la inflación general. No obstante, 2024 registra el promedio más bajo del periodo analizado, con un 4.3%, superando incluso los niveles de 2020 (2.5%). En comparación, los años siguientes reportaron tasas significativamente más altas: 5.8% en 2021, 9.3% en 2023 y un máximo de 13.1% en 2022, como se detalla en la Figura 2. Este patrón sugiere una tendencia hacia la moderación de los precios en este rubro durante 2024, en línea con las condiciones económicas generales.

Figura 2. Variación porcentual de la inflación (primer semestre de 2020-2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

En cuanto a los niveles de precios en restaurantes, bares y establecimientos similares, el primer semestre de 2024 no presentó las tasas de inflación más bajas, registrando un promedio del 7.3%. Este valor es superado por los promedios observados en el primer semestre de 2020 (4.2%) y 2021 (7.1%). Por el contrario, el semestre con la tasa de inflación más alta en este rubro fue el de 2023, con un 12.9%, seguido por el de 2022, que alcanzó un 11.1%.

Con relación a los precios de hoteles y otros servicios turísticos, estos muestran una mayor variabilidad y diferenciación respecto a los demás rubros, según lo ilustrado en la Figura 2. Durante los primeros semestres de 2020 y 2021, los efectos de la pandemia de COVID-19 generaron incluso tasas de inflación negativas. Sin embargo, el primer semestre de 2022 registró las tasas más altas, con un promedio del 16.9%, mientras que en 2023 se redujeron al 9.2% y para 2024 disminuyeron aún más, alcanzando un promedio del 4.7%.



Blvd. Agua Caliente, Tijuana

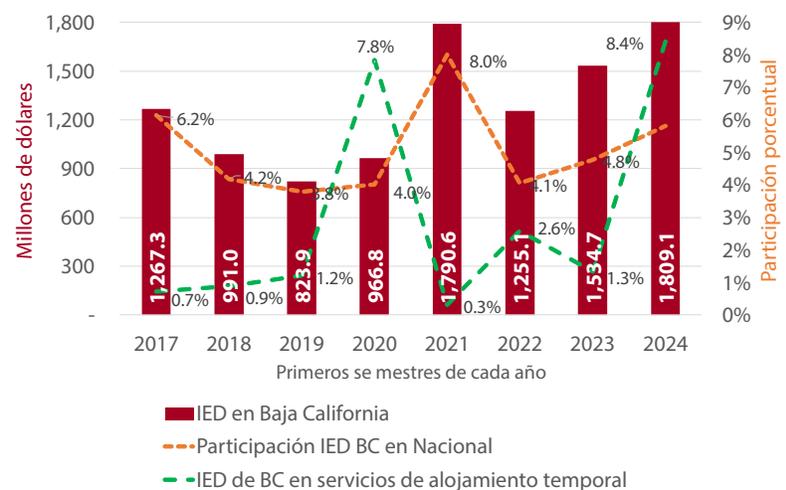
En conclusión, se observa una tendencia general hacia la disminución de las tasas de inflación, con excepción de los hoteles y servicios turísticos. Este comportamiento confirma parcialmente las predicciones de la OCDE (2024), que proyectan una reducción gradual de la inflación en economías emergentes, como México, durante el periodo 2024-2025. No obstante, el tiempo transcurrido es aún insuficiente para evaluar la estabilidad de esta tendencia. Por tanto, resulta esencial implementar medidas que permitan mantener la inflación bajo control y reducirla progresivamente, dado que sus efectos adversos pueden impactar negativamente la competitividad de los destinos turísticos del estado. Además, considerando el comportamiento inflacionario elevado en actividades de servicios turísticos durante el primer semestre de 2024, se recomienda fomentar la diversificación y mejora de la calidad en dichos servicios como una estrategia para mitigar los efectos económicos y fortalecer la atracción de visitantes.

Inversión Extranjera Directa

La atracción de capital extranjero, en forma de inversión directa o indirecta, constituye un componente clave para mejorar la competitividad de los países y sectores económicos específicos. Mientras que las inversiones indirectas se concentran principalmente en el ámbito financiero, las inversiones directas se orientan a activos físicos y generan beneficios significativos como el impulso al comercio internacional, el financiamiento empresarial, la creación de empleo, la transferencia tecnológica y el incremento de la productividad. Baja California se ha consolidado en los últimos años como una de las principales entidades federativas en atracción de Inversión Extranjera Directa (IED). En 2023, ocupó el séptimo lugar a nivel nacional y el cuarto en la región fronteriza, con una captación total de 1,500 millones de dólares (SE, 2023a). Durante el primer semestre de 2024, la captación de IED en el estado mostró una mejora significativa, alcanzando 1,809.1 millones de dólares, lo que posicionó a Baja California en el tercer lugar nacional, solo por detrás de la Ciudad de México y Nuevo León.

El comportamiento histórico de la IED en Baja California, mostrado en la Figura 3, refleja cierta volatilidad durante el periodo 2017-2024. Entre 2017 y 2020, se registró una caída notable en los montos captados, con cifras inferiores a los mil millones de dólares. En 2021, la inversión extranjera mostró una recuperación sustancial, duplicando los niveles de 2020; sin embargo, en 2022 experimentó una nueva contracción, aunque mantuvo valores superiores a los de 2017. A partir de ese año, se ha observado un crecimiento constante.

Figura 3. Inversión Extranjera Directa en Baja California (primer semestre de 2017-2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de la Secretaría de Economía (2024).

En cuanto a la participación de Baja California en la IED nacional, el comportamiento ha sido congruente con las tendencias locales. En 2017, la entidad contribuyó con el 6.2% de la IED nacional, alcanzando su punto más bajo en 2019 con un 3.8%. En 2021, esta participación ascendió al 8%, el nivel más alto del periodo analizado, para luego descender al 4.1% en 2022. En el primer semestre de 2024, la participación estatal subió al 5.8%, reflejando una recuperación notable. Este comportamiento subraya la importancia de implementar estrategias que fortalezcan la captación de IED, diversifiquen los sectores beneficiados y mantengan la competitividad del estado como un destino atractivo para la inversión extranjera.

En la misma figura 3 se presentan datos sobre la relación entre la IED y su impacto en el sector turístico, específicamente en los servicios de alojamiento temporal y su participación en la IED estatal. Durante el periodo de 2017 a 2019, la inversión en este rubro osciló entre 9 y 10 millones de dólares anuales, representando entre el 0.7% y el 1.2% de la IED total del estado. Sin embargo, en 2020 y 2021 se observaron variaciones significativas, aunque en 2020 el monto total de la IED fue similar al de 2019, la participación de los servicios de alojamiento temporal aumentó un 7.8%. En contraste, en 2021, pese a que la IED casi se duplicó respecto a 2020, la participación de este sector se redujo drásticamente al 0.3%. A partir de 2022, y en línea con el crecimiento sostenido de la IED general en Baja California, la inversión en servicios de alojamiento temporal también mostró una recuperación. Aunque inicialmente su participación estatal cayó al 2.6%, para el primer semestre de 2024 esta contribución alcanzó el 8.4%, reflejando una tendencia positiva.

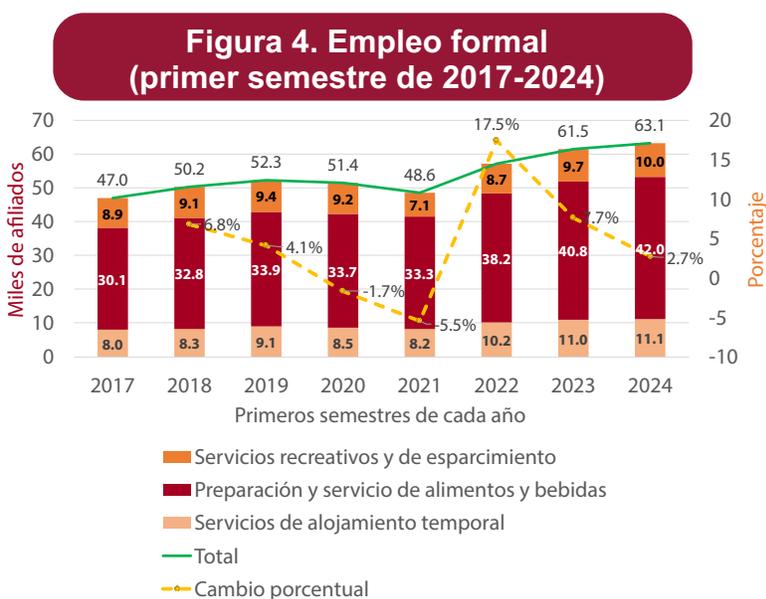
Estos datos revelan una alta variabilidad en la IED recibida en el estado durante el periodo analizado, fenómeno que también afecta la inversión en servicios de alojamiento temporal, un sector estrechamente vinculado con la actividad turística de la región. No obstante, los últimos tres años han mostrado un crecimiento sostenido tanto en términos generales como en este segmento específico.

El fortalecimiento de la industria del alojamiento en Baja California, evidenciado por el aumento en la atracción de capital externo, es crucial para consolidar el desarrollo turístico de la entidad. Este incremento en inversión permite tanto a hoteles, como casas de huéspedes, pensiones y establecimientos similares, no solo mejorar su infraestructura y servicios, sino también generar impactos positivos en la economía local, como la creación de empleo directo e indirecto, el fortalecimiento de destinos turísticos y la promoción de otras industrias relacionadas, como la gastronomía, el turismo de salud y el comercio local. Asimismo, esta inversión contribuye a la revalorización de áreas urbanas y rurales, promoviendo un desarrollo integral de las regiones beneficiadas (OTBC, 2023). Mantener esta tendencia ascendente en la atracción de capital extranjero resulta esencial para potenciar la competitividad del sector turístico y garantizar su sostenibilidad en el largo plazo.

Empleo formal

Según datos de la Secretaría de Turismo (Sectur, 2024), al cierre del primer trimestre de 2024, más de 4.8 millones de personas estaban empleadas en el sector turístico a nivel nacional. Esta cifra ha mostrado un crecimiento constante, salvo durante 2020 y 2021, debido al impacto de la pandemia de COVID-19. Dentro de este total, en junio de 2024, poco más de 63,000 personas contaban con empleo formal registrado ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en actividades relacionadas con servicios de alojamiento temporal, preparación y servicio de alimentos y bebidas, y servicios recreativos y de esparcimiento. Este número ha crecido sostenidamente desde 2017, excepto por una leve contracción en 2020 y 2021.

Entre el primer semestre de 2017 y el de 2024, el número de empleos formales en estas actividades aumentó de 47,024 a 63,141, representando un crecimiento acumulado del 34.3%. Sin embargo, este crecimiento no fue uniforme, hasta 2021 se observó una disminución porcentual constante, seguida de un repunte significativo en 2022. Posteriormente, en 2023 y 2024, el ritmo de crecimiento volvió a desacelerarse (ver Figura 4).



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del IMSS (2024).

En cuanto a la distribución de empleos formales por categoría, la Figura 4 destaca que el sector de preparación y servicio de alimentos y bebidas lideró consistentemente el número de empleos durante todos los primeros semestres analizados. Este segmento pasó de 30,100 empleos formales en 2017 (64% del total) a 42,000 en 2024 (67% del total), registrando un incremento del 39.6%.

De la misma manera, los servicios de alojamiento temporal superaron levemente a los servicios recreativos y de esparcimiento en términos absolutos. Antes de la pandemia, los empleos formales en alojamiento temporal eran superiores, pero esta tendencia se revirtió a partir de 2021. En términos generales, los empleos formales en alojamiento temporal crecieron de 8,000 en 2017 (17% del total) a 11,100 en 2024 (18%), lo que representa un incremento del 39% en el periodo. Los empleos en servicios recreativos y de esparcimiento pasaron de 8,900 en 2017 (19% del total) a 10,000 en 2024 (16%), mostrando un crecimiento más moderado del 12.1% durante el periodo analizado. Estos datos subrayan la importancia del empleo formal en las actividades turísticas para la economía nacional y local, destacando el dinamismo del sector de alimentos y bebidas, así como la necesidad de fortalecer otros segmentos turísticos para asegurar un crecimiento balanceado y sostenido.

En términos absolutos, los servicios de alojamiento temporal han superado ligeramente a los servicios recreativos y de esparcimiento en cuanto a empleo formal. Este comportamiento se observa en los datos previos a la pandemia, cuando los servicios de alojamiento temporal registraron un mayor número de empleados formales. Sin embargo, a partir de 2021, esta tendencia se revirtió, aunque el sector ha mantenido un crecimiento generalizado.



Restaurante Caesar's, Tijuana

En el periodo analizado, los empleos formales en servicios de alojamiento temporal aumentaron de 8,000 en 2017, representando el 17% del total, a 11,100 en 2024, equivalente al 18%. Este incremento corresponde a un crecimiento acumulado del 39%. Por su parte, los servicios recreativos y de esparcimiento mostraron un aumento más moderado, pasando de 8,900 empleados formales en 2017 (19% del total) a 10,000 en 2024 (16%). Esto representa un crecimiento acumulado del 12.1% durante el periodo considerado (ver Figura 4). Estos datos evidencian diferencias en el dinamismo de ambos sectores, con un desempeño más destacado en los servicios de alojamiento temporal.

En términos generales, a pesar de la contracción en el empleo del sector turístico durante los primeros semestres de 2020 y 2021, consecuencia de la pandemia de COVID-19, la tendencia global ha sido de crecimiento sostenido desde 2017. Este comportamiento se intensificó después de la pandemia, destacándose un repunte significativo a partir del primer semestre de 2022. Entre 2021 y 2022, el número de empleos formales en el sector turístico aumentó en 8,500, lo que representa un incremento del 17.5%. Este crecimiento continuó en el periodo de 2022 a 2023, con un aumento de 4,400 empleos adicionales, equivalente a un 7.7%. Finalmente, entre 2023 y 2024, se registró un incremento más moderado de 1,600 empleos, correspondiente a un 2.7% (ver Figura 4). Sin duda, estas cifras evidencian una recuperación progresiva en el empleo formal del sector turístico, destacando la resiliencia de esta industria y la importancia de implementar estrategias que consoliden esta tendencia positiva y promuevan un crecimiento sostenible a largo plazo.



Puerto Nuevo, Playas de Rosarito

VISITANTES INTERNACIONALES FRONTERIZOS VÍA TERRESTRE

Flujo de visitantes internacionales fronterizos a Baja California

El flujo de visitantes internacionales fronterizos hacia Baja California por vía terrestre ha sido una fuente constante de turismo para el estado. Sin embargo, entre 2018 y 2022, se observó una tendencia decreciente en el volumen de visitantes durante los primeros semestres de cada año. En 2018, el estado recibió 13.1 millones de visitantes internacionales fronterizos, cifra que disminuyó progresivamente hasta alcanzar uno de sus niveles más bajos en 2022, con 5.96 millones de visitantes. Esta caída, equivalente a una reducción del 55%, lo que coincidió con los efectos directos e indirectos generados por la pandemia y el periodo post pandemia por COVID-19.

La disminución en el número de visitantes destacó la necesidad de implementar estrategias orientadas a la recuperación del turismo estatal tras la crisis sanitaria. En los últimos dos años, se ha registrado una recuperación significativa, aunque aún no se han alcanzado todavía los niveles previos a 2018. Entre 2022 y 2023, el flujo de visitantes aumentó en un 24%, y de 2023 a 2024 se observó un crecimiento adicional del 20%, alcanzando casi 9 millones de visitantes internacionales fronterizos en el primer semestre de 2024 (ver Tabla 1). Este repunte refleja un avance importante hacia la reactivación del turismo en Baja California, subrayando la importancia de continuar fortaleciendo las estrategias que impulsen la competitividad y la sostenibilidad de este sector clave para la economía estatal.

Tabla 1. Volumen total de visitantes internacionales fronterizos a Baja California por vía terrestre (primer semestre de 2017-2024)

Año	Visitantes	Turistas		Excursionistas	
	Miles	Absolutos	(%)	Absolutos	(%)
2017	13,108	3,965	30.3	9,143	69.7
2018	10,280	4,425	43	5,855	57
2019	5,124	2,167	42.3	2,957	57.7
2020	6,652	3,022	45.4	3,630	54.6
2021	5,958	2,856	47.9	3,102	52.1
2022	7,393	3,524	47.7	3,869	52.3
2023	8,896	4,006	45	4,890	55
2024	13,108	3,965	30.3	9,143	69.7

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024a).

Composición y comparativa de visitantes internacionales fronterizos en la frontera norte de México

De acuerdo con los datos presentados en la Tabla 1, se observa que los flujos de excursionistas históricamente han predominado sobre los de los turistas internacionales fronterizos en Baja California a lo largo de los años analizados. Sin embargo, esta brecha se ha reducido progresivamente hasta 2024. En 2018, los turistas representaron el 30.3% del total, mientras que los excursionistas constituyeron el 69.7%. Para 2024, la proporción de turistas aumentó al 45%, en tanto que la de excursionistas disminuyó al 55%.

Este cambio en la proporción no responde a un incremento significativo en el número de turistas, sino a una marcada disminución en el número de excursionistas. En términos absolutos, los turistas internacionales pasaron de 3.97 millones en 2018 a 4.01 millones en 2024, lo que representa un crecimiento marginal del 1%. En el mismo sentido, los excursionistas se redujeron drásticamente, pasando de 9.1 millones en 2018 a 4.9 millones en 2024, lo que equivale a una caída de 4.2 millones, equivalente a un decremento del 46% (ver Tabla 1).



Muelle de cruceros, Ensenada

En una comparativa con otros estados de la frontera norte de México, la Figura 5 muestra que Baja California ha liderado consistentemente en la recepción de visitantes internacionales fronterizos durante los primeros semestres de 2018 a 2024. Este liderazgo se mantiene de forma destacada, superando en algunos años por más del doble a Tamaulipas, el segundo estado con mayor recepción de visitantes. Por ejemplo, en 2018, Tamaulipas recibió poco más de 6.6 millones de visitantes, mientras que Baja California alcanzó más de 13.1 millones. De manera similar, en 2024, Tamaulipas registró 4.06 millones de visitantes internacionales, frente a los 8.89 millones reportados en Baja California, reafirmando su posición como el principal receptor de visitantes internacionales fronterizos en México (ver Figura 5).

Estas cifras destacan la importancia de Baja California como destino turístico fronterizo y al mismo tiempo, replantea la necesidad de adoptar medidas que consoliden su competitividad frente a los cambios en las dinámicas de los flujos turísticos internacionales.

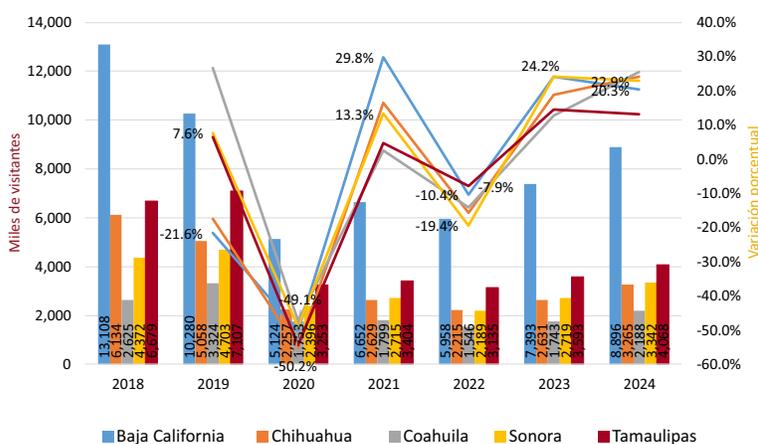
Análisis de la variación porcentual en visitantes internacionales fronterizos

Aunque Baja California ha sido punta de lanza en la captación del volumen total de visitantes internacionales fronterizos, su desempeño porcentual muestra fluctuaciones significativas en comparación con otras entidades de la frontera norte de México (ver Figura 5). Entre 2018 y 2019, experimentó la mayor reducción porcentual de visitantes entre los estados fronterizos que registraron caídas, con un decremento del 21.6%. Durante 2020, el impacto de la pandemia de COVID-19 afectó a todos los estados, y Baja California reportó una contracción del 49.1%, acorde con las tendencias generales.

En 2021, se evidenció una recuperación en todas las entidades y Baja California destacó al registrar el mayor crecimiento porcentual, con un incremento del 29.8% en comparación con 2020. Sin embargo, en 2022, la mayoría de los estados registraron nuevamente descensos drásticos. En este caso, Baja California fue la segunda entidad con menor reducción, con un decremento del 10.4%, superada únicamente por Tamaulipas, que tuvo una caída menor del 7.9%. En 2023, Baja California, junto con Sonora, encabezó el crecimiento relativo, aumentando el número de visitantes en más del 24%. Finalmente, en 2024, aunque todas las entidades mostraron crecimiento, Baja California registró el segundo menor incremento porcentual, con un crecimiento del 20.3%.

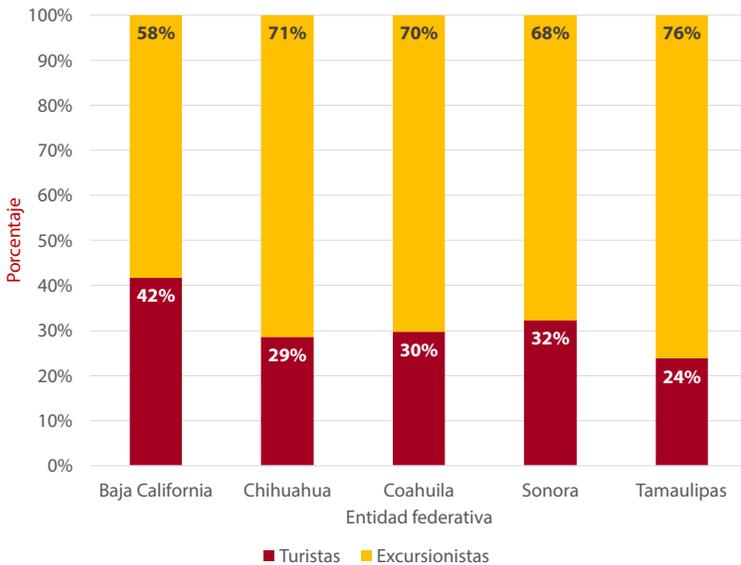
Sin duda estos datos evidencian la variabilidad en el comportamiento del flujo turístico hacia Baja California, destacando su capacidad de recuperación en ciertos periodos críticos, pero también la necesidad de estrategias sostenidas para mantener su competitividad frente a los cambios dinámicos en el sector turístico fronterizo.

Figura 5. Volumen y variación porcentual de visitantes internacionales fronterizos por vía terrestre en los estados de la frontera norte (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024a).

Figura 6. Composición porcentual promedio de los visitantes internacionales fronterizos por vía terrestre en los estados de la Frontera Norte (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024a).

Un aspecto distintivo de Baja California, en comparación con los otros estados de la frontera norte, es que cuenta con mayor equidad en la proporción entre turistas y excursionistas. Según los datos presentados en la Figura 6, durante los primeros semestres del periodo 2018-2024, nuestro estado mantuvo un equilibrio relativo en esta composición, con una relación promedio cercana a 6 excursionistas por cada 4 turistas.

En contraste, otros estados fronterizos presentan una mayor predominancia de excursionistas. En Chihuahua, Coahuila y Sonora, la proporción promedio es de 7 excursionistas por cada 3 turistas, mientras que en Tamaulipas esta disparidad es aún más pronunciada, con una razón de 8 excursionistas por cada 2 turistas. Esta distribución más equilibrada en Baja California refleja características específicas de su oferta turística y de sus dinámicas de acceso, posiblemente vinculadas a su infraestructura, conectividad terrestre y la diversidad de sus servicios turísticos, lo que le permite captar tanto a turistas de estadías prolongadas como a excursionistas (ver Figura 6).

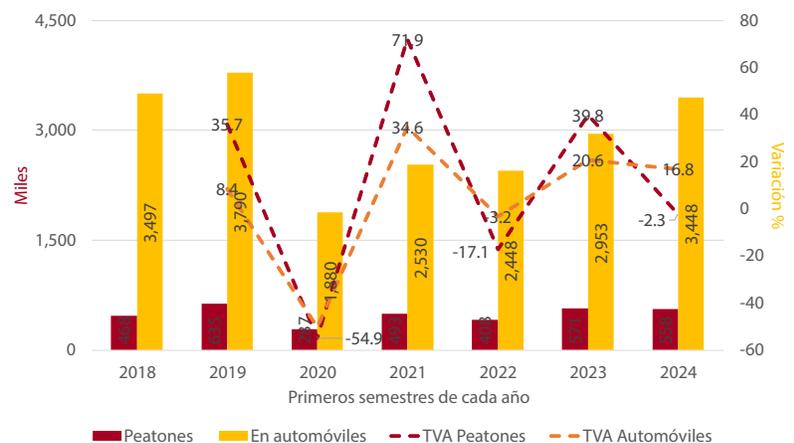
Turistas y excursionistas internacionales fronterizos según medio de transporte

Durante el primer semestre de 2024, más de cuatro millones de turistas internacionales fronterizos ingresaron al estado por vía terrestre. De ellos, 3.5 millones (86%) llegaron en automóvil, mientras que 558 mil (14%) lo hicieron caminando. Esta proporción (86% - 14%) se ha mantenido relativamente constante desde 2018, con ligeras variaciones en 2019 y 2023, cuando el porcentaje de turistas que ingresaron en automóvil disminuyó a 84%, aumentando el de aquellos que llegaron caminando a 16%.

El ingreso de turistas internacionales en automóvil ha mostrado fluctuaciones significativas a lo largo del periodo analizado, marcadas principalmente por los efectos de la pandemia de COVID-19. Entre 2018 y 2019, el número de turistas que ingresaron en automóvil creció de 3.5 millones a casi 3.8 millones, lo que representa un incremento del 8.4%. Sin embargo, esta tendencia ascendente se interrumpió drásticamente en 2020, con una reducción de más de 1.9 millones de turistas, que significa una disminución del 50.4% (ver Figura 7).

Desde 2021, se ha observado una recuperación gradual en este segmento, alcanzando 3.45 millones de turistas en 2024, lo que implica un incremento acumulado del 46% respecto a 2020. A pesar de este repunte, las cifras aún no alcanzan los niveles previos a la pandemia registrados en 2018 y 2019. El crecimiento anual promedio entre 2020 y 2024 ha sido del 11.5% (ver Figura 7).

Figura 7. Volumen de turistas internacionales fronterizos (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

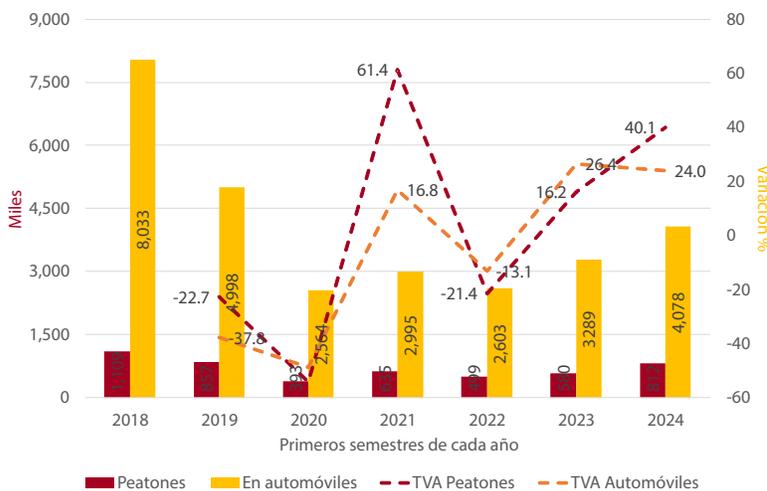
El flujo de turistas internacionales que ingresan al estado caminando, ha mostrado una mayor estabilidad en comparación con los que acceden en automóvil. Entre 2018 y 2019, este grupo creció de 468 mil a 635 mil, pero experimentó una caída significativa en 2020, con una reducción del 54.9%, registrando apenas 287 mil turistas. Desde 2021, las cifras han mostrado oscilaciones menores, alcanzando un pico de 571 mil en 2021 y situándose en 558 mil en 2024. En términos de crecimiento promedio anual, este segmento ha registrado un incremento del 12.1% desde 2020, lo que refleja una recuperación más sostenida. Aunque ambos segmentos han mostrado recuperación tras la crisis sanitaria, el acceso en automóvil sigue siendo la vía predominante, pero aún está lejos de los niveles pre-pandemia, mientras que el ingreso a pie ha mostrado un comportamiento más constante, con variaciones menos pronunciadas (ver Figura 7).

El automóvil ha sido históricamente el principal medio de acceso para los excursionistas internacionales fronterizos a Baja California. Sin embargo, en términos absolutos, las cifras han disminuido significativamente. En 2018, más de 8 millones de excursionistas ingresaron al estado por este medio, mientras que en 2024 la cifra se redujo a poco más de 4 millones, lo que representa una disminución del 50%. Este descenso fue más pronunciado en 2020 y 2022, años en los que solo 2.6 millones de excursionistas utilizaron el automóvil como medio de acceso a Baja California. La variabilidad porcentual ha sido marcada durante este periodo. De 2018 a 2019 se registró una disminución del 37.8%, seguida por otra reducción significativa del 48.7% en 2020, atribuible a los efectos de la pandemia por COVID-19. En 2021, se observó un incremento del 16.8%, pero este fue contrarrestado en 2022 con una nueva caída del 13.1%. No obstante, en 2023 y 2024, los incrementos del 26.4% y 24%, respectivamente, reflejan una recuperación gradual que ha permitido alcanzar la mitad del nivel registrado en 2018 (ver Figura 8).

En cuanto a los excursionistas internacionales fronterizos que ingresaron caminando, aunque representan cifras absolutas menores, en comparación con los que utilizan el automóvil, han mostrado una variabilidad aún mayor. En 2018, este grupo alcanzó 1.1 millones, pero disminuyó a 812 mil en 2024, lo que representa una reducción del 26.3%. El comportamiento de este segmento ha sido particularmente volátil.

En 2019, el número de excursionistas peatonales disminuyó a 857 mil (se redujo 22.7% respecto a 2018), alcanzando su nivel más bajo en 2020 con solo 393 mil (diminución del 54.2%). En 2021, se observó un repunte significativo del 61.4%, alcanzando 635 mil excursionistas, aunque esta cifra volvió a caer en 2022, situándose en 499 mil (21.4%). Finalmente, en 2023 y 2024, se registraron incrementos consecutivos del 16.2% y 40.1%, reflejando una recuperación más acelerada en los últimos dos años (ver Figura 8). Aunque ambos medios de acceso han mostrado signos de recuperación en los años recientes, los niveles actuales aún están por debajo de los registrados en 2018, destacando la necesidad de estabilizar y potenciar el flujo de excursionistas internacionales a Baja California.

Figura 8. Volumen de excursionistas internacionales fronterizos. (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

En términos de volumen, tanto en turistas como en excursionistas internacionales fronterizos, Baja California aún no ha alcanzado los niveles pre-pandemia. Sin embargo, los datos muestran un avance sostenido, y si la tendencia positiva de los últimos cuatro años se mantiene, es probable que dichos niveles se logren en el próximo semestre o, a más tardar, en 2025. Tal como se señaló en el Boletín 3, estos resultados evidencian que, a pesar de los retos impuestos por la crisis sanitaria derivada de la pandemia por COVID-19, el sector turístico de Baja California ha logrado una recuperación significativa en el flujo de visitantes internacionales que ingresan por vía terrestre. Este logro, aunque notable, no está exento de desafíos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), factores como la incertidumbre económica y las tensiones geopolíticas continúan siendo barreras importantes para una recuperación sostenida del turismo internacional y para mantener altos niveles de confianza durante 2024 (OMT, 2024).

En este contexto, es crucial mantener el esfuerzo en la promoción de los atractivos culturales y naturales del estado, así como en la implementación de estrategias innovadoras que fortalezcan la competitividad del sector turístico. Esto permitirá no solo consolidar la recuperación actual, sino también impulsar un crecimiento sostenible que beneficie a las comunidades locales y potencie la imagen de Baja California como un destino atractivo a nivel internacional.

Principales motivos del viaje de los visitantes internacionales fronterizos

Durante el primer semestre de 2024, Baja California recibió aproximadamente 8.9 millones de visitantes internacionales fronterizos, cuyos principales motivos de viaje fueron: visitas familiares (49.9%), atención médica (24.3%), turismo de placer (16.6%), compras (5.2%), trabajo o negocios (0.9%) y otras razones (3.1%). Las motivaciones de estos visitantes han mostrado estabilidad relativa en los últimos años. Las visitas familiares han ocupado consistentemente el primer lugar, con una participación que varió entre 39.4% y 54.6% en este periodo. Asimismo, desde 2021, los viajes por atención médica se han consolidado como la segunda razón principal, con una participación constante de entre 23.7% y 26.6% (ver Tabla 2).

El turismo de placer, que entre 2018 y 2020 ocupó el segundo y posteriormente el tercer lugar, fue desplazado en 2021 por los viajes médicos. Además, su participación porcentual mostró una tendencia decreciente entre 2019 y 2023, al pasar del 21.5% al 13.3%. Sin embargo, en 2024 experimentó un repunte, alcanzando el 16.6%.

Las compras han sido tradicionalmente la cuarta razón principal de viaje, excepto en 2018, cuando alcanzaron el segundo lugar (24.3%). Desde entonces, su participación fluctuó entre 3.8% y 7.9%. Al igual que el turismo de placer, esta categoría presentó una disminución constante de 2019 a 2023, con un leve repunte en 2024.

Por último, los viajes de negocios han ocupado consistentemente el quinto lugar en importancia, con una reducción progresiva de su relevancia desde 2018, pasando de 3.1% ese año a solo 0.9% en 2024. Estos datos reflejan cambios en las dinámicas de viaje de los visitantes internacionales fronterizos hacia Baja California, destacando el crecimiento de segmentos específicos como la atención médica y el turismo familiar, al tiempo que subrayan la necesidad de revitalizar sectores como el turismo de placer y las compras, fundamentales para diversificar el flujo turístico del estado (ver tabla 2).

Entre 2023 y 2024, se observó un cambio en la dinámica de las motivaciones de los visitantes internacionales fronterizos hacia Baja California. Mientras que las visitas familiares experimentaron una disminución en su participación porcentual, las demás razones de viaje, como atención médica, turismo de placer, compras y otras categorías, mostraron un incremento. Este comportamiento rompe la tendencia establecida desde 2020, cuando la pandemia de COVID-19 impulsó un predominio de viajes relacionados con necesidades esenciales, como las visitas familiares y la atención médica. El reciente aumento en los motivos más vinculados a actividades turísticas, como los viajes por placer, compras y atención médica, puede interpretarse como una señal de recuperación del turismo orientado al ocio y al consumo (ver tabla 2).

Además, estas actividades suelen estar asociadas a un mayor gasto por visitante, lo que sugiere un impacto positivo en la economía local. Este cambio marca la importancia de fortalecer la promoción turística para capitalizar el resurgimiento de estos segmentos y continuar diversificando las motivaciones de los viajeros hacia el estado.

Tabla 2. Visitantes fronterizos por motivo de viaje (primer semestre 2017-2023)



Año	Total (Miles)	Visita familiar	Atención médica	Placer	Compras	Trabajo o negocios	Otros
				Porcentajes			
2018	13,108	39.4	9.6	19.6	24.3	3.1	4.0
2019	10,280	47.6	14.7	21.5	7.9	2.1	6.2
2020	5,124	49.5	17.0	18.8	6.3	1.6	6.8
2021	6,652	44.9	26.6	16.3	6.4	1.1	4.7
2022	5,958	51.5	23.7	15.2	4.8	0.5	4.1
2023	7,393	54.6	23.8	13.3	3.8	0.8	3.7
2024	8,896	49.9	24.3	16.6	5.2	0.9	3.1

Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Preferencias en el tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos

El tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos en Baja California guarda una estrecha relación con los motivos de su viaje, especialmente para aquellos con necesidades específicas. Durante el primer semestre de 2024, el 78.2% de los turistas se alojaron en una casa (propia, de familiares, prestada o rentada), lo cual está en concordancia con el predominio de visitas familiares. Asimismo, el 16.6% optó por hospedarse en hoteles de distintas categorías, mientras que el 5.2% utilizó otro tipo de alojamiento. Este patrón de preferencias se ha mantenido constante a lo largo de los años, aunque con variaciones significativas en las proporciones porcentuales (ver tabla 3).

En particular, el porcentaje de turistas que se hospedaron en casas ha disminuido desde 2018, cuando alcanzó un máximo de 93.4%. En 2019, este porcentaje se redujo notablemente a 79.6%, y desde entonces ha oscilado entre el 84.6% registrado en 2023 y el 78.2% observado en 2024. Por el contrario, la proporción de turistas que eligen hoteles ha mostrado una tendencia al alza. El incremento más significativo ocurrió entre 2018 y 2019, cuando pasó de 6.2% a 16.1%. Aunque en 2021 alcanzó un pico del 17.9%, se redujo al 11.6% en 2023, para luego recuperarse en 2024 al 16.6%.

Finalmente, los alojamientos alternativos, aunque representan una proporción menor en comparación con casas y hoteles, han mostrado un crecimiento notable. En 2018 apenas alcanzaban el 0.36%, pero en 2024 su participación subió al 5.2%. Este aumento refleja la diversificación de las preferencias y necesidades de los turistas, evidenciando la oportunidad de promover opciones de hospedaje más variadas en el estado. Atender esta diversidad no solo puede mejorar la experiencia del visitante, sino también fortalecer la oferta turística local, independientemente del motivo del viaje (ver tabla 3).

Tabla 3. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos en Baja California (primer semestre de 2018-2024)

Año	Miles	Porcentajes		
		Hotel	Casa	Otros
2018	3,959	6.23	93.41	0.36
2019	4,425	16.10	79.59	4.31
2020	2,164	12.93	83.47	3.60
2021	3,019	17.89	79.64	2.47
2022	2,850	13.28	84.10	2.62
2023	3,523	11.60	84.56	3.84
2024	3,599	16.59	78.24	5.17

Nota: El volumen total de turistas fronterizos en este indicador difiere del especificado en los visitantes internacionales que ingresan al estado por vía terrestre debido a posibles discrepancias en las fuentes de datos.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

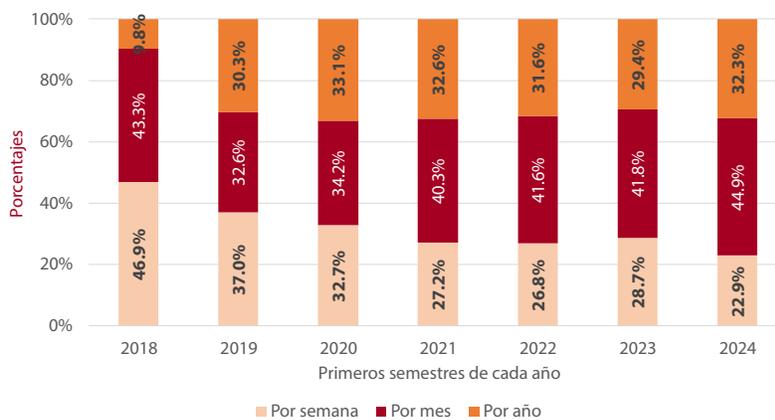
Frecuencia de las visitas

La frecuencia con la que los visitantes internacionales fronterizos llegan a Baja California ha mostrado variaciones significativas entre 2018 y 2024, destacando una tendencia hacia visitas menos frecuentes, pero más prolongadas. En 2018, casi el 47% de los visitantes acudían semanalmente, el 43.3% lo hacía mensualmente y solo el 9.8% realizaba visitas anuales. Para 2024, este patrón cambió de forma notable: solo el 22.9% realizó visitas el estado de manera semanal, el 44.9% lo hizo mensualmente, y el 32.3% realizó visitas anuales (ver Figura 9).

El cambio más significativo ocurrió entre 2018 y 2019, cuando las visitas semanales y mensuales disminuyeron en 9.9 y 10.7 puntos porcentuales, respectivamente, mientras que las visitas anuales aumentaron en 20.5 puntos porcentuales. Desde entonces, las visitas semanales han continuado reduciéndose, las visitas mensuales han experimentado un incremento sostenido, y las visitas anuales se han mantenido relativamente estables con ligeros aumentos. Estos cambios en la frecuencia pueden proporcionar información relevante sobre las actividades realizadas por los visitantes, el aumento en las visitas anuales sugiere un crecimiento en el número de visitantes con fines turísticos y estadías más prolongadas, lo que podría estar vinculado a un enfoque más recreativo de los viajes.

Dado este contexto, es crucial continuar implementando estrategias integrales de promoción y atracción turística internacional. Estas deberían incluir incentivos financieros, campañas de marketing y promoción digital, alianzas público-privadas a distintos niveles, y medidas de capacitación para fortalecer las competencias del sector turístico. Estas acciones no solo contribuirían a incrementar el flujo de turistas internacionales, sino también a diversificar y fortalecer la oferta turística del estado (OMT, 2020).

Figura 9. Frecuencia de visitas a Baja California (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).



Sierra de San Pedro Mártir

GASTO DE LOS VISITANTES FRONTERIZOS

Gasto de los visitantes fronterizos internacionales

El flujo de visitantes internacionales fronterizos genera un impacto económico significativo, reflejado en la creciente derrama económica observada en los últimos años. La figura 10 muestra una tendencia general de incremento en el gasto total de los visitantes, pasando de 506.2 millones de dólares en 2018 a 972.9 millones en 2024, lo que representa un crecimiento acumulado del 92.2% durante el periodo.

En 2019, el gasto total alcanzó 581.8 millones de dólares, registrando un aumento del 14.9% respecto al año anterior. Sin embargo, la pandemia por COVID-19 afectó considerablemente esta variable en 2020, reduciendo la cifra a 291.6 millones de dólares, lo que representó una caída del 49.9%. A partir de 2021, la recuperación fue notable, con un gasto total de 599.1 millones de dólares, un crecimiento del 105.4% respecto a 2020. Este incremento continuó en 2022 con 604.2 millones de dólares (0.8% más), seguido por un salto a 781.2 millones en 2023 (29.3% más) y un máximo histórico de 972.9 millones en 2024, un aumento del 24.5% respecto al año anterior.

Estos incrementos son indicativos de una importante recuperación económica del sector turístico tras la pandemia, a pesar de la reducción en el número total de visitantes internacionales. Este fenómeno sugiere un mayor gasto promedio por visitante, lo cual podría estar asociado a una mayor disposición a consumir bienes y servicios turísticos de mayor valor, como hospedajes de calidad, actividades recreativas y servicios especializados.

Los resultados destacan la importancia de fomentar estrategias que capitalicen esta tendencia, como la diversificación de la oferta turística y la implementación de políticas que impulsen un turismo de mayor valor agregado, fortaleciendo así la economía del estado a través de un aprovechamiento más eficiente de los flujos turísticos internacionales (ver figura 10).

Figura 10. Gasto total en dólares de los visitantes internacionales fronterizos a Baja California (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

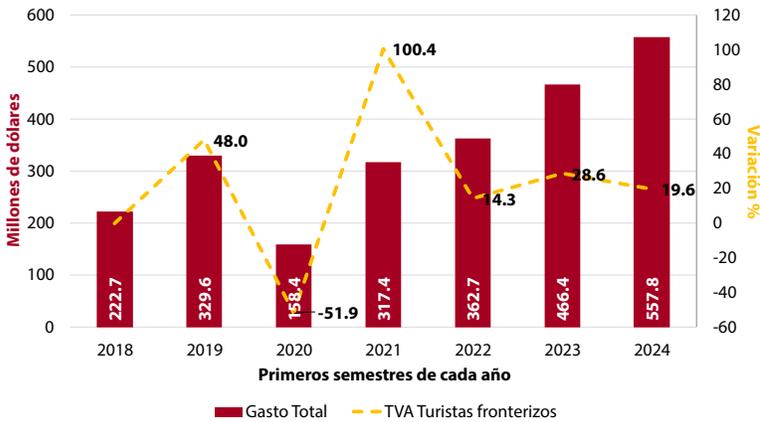
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Gasto total por tipo de visitante

En el primer semestre de 2024, los visitantes internacionales fronterizos generaron un gasto total de 972.9 millones de dólares en Baja California. De este monto, 557.8 millones de dólares correspondieron a turistas internacionales fronterizos, lo que representa el 57.3% del gasto total. Este segmento experimentó un incremento del 19.6% respecto a 2023, equivalente a 91.4 millones de dólares adicionales.

El gasto de los turistas internacionales fronterizos ha mostrado una tendencia de crecimiento sostenido a lo largo del periodo analizado, exceptuando la caída registrada en 2020 debido a la pandemia de COVID-19. En 2018, este gasto fue de 222.7 millones de dólares, incrementándose un 48% en 2019 al alcanzar 329.6 millones. Tras la contracción de 2020, cuando descendió a 158.4 millones, en 2021 el gasto se recuperó hasta 317.4 millones, acercándose a los niveles prepandemia. Este repunte continuó en 2022 con un gasto de 362.7 millones (14.3% más) y en 2023 con 466.4 millones (28.6% más) (ver figura 11).

Figura 11. Gasto total en dólares de los turistas internacionales fronterizos (primer semestre de 2018-2024)

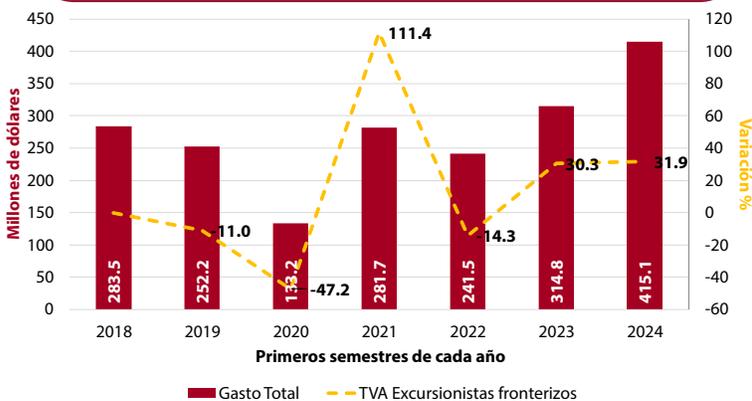


Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

En el caso del gasto total de los excursionistas fronterizos en 2024 fue de 414.1 millones de dólares, representando el 42.7% del gasto total. Este rubro mostró un crecimiento del 31.9% respecto a 2023, cuando los excursionistas generaron 314.8 millones de dólares. Sin embargo, a diferencia del comportamiento más estable de los turistas, el gasto de los excursionistas ha mostrado fluctuaciones significativas a lo largo de los años analizados. Entre 2018 y 2020, el gasto disminuyó constantemente, pasando de 283.5 millones en 2018 a 252.2 millones en 2019 y a 133.2 millones en 2020. En 2021, se observó un fuerte repunte, alcanzando 281.7 millones de dólares (111% más), seguido por una nueva caída en 2022 a 241.5 millones (14.3% menos), antes de recuperarse en 2023 y 2024.

Figura 12. Gasto total en dólares de los excursionistas internacionales fronterizos (primer semestre de 2017-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Desde 2018, los turistas han mantenido un impacto económico superior al de los excursionistas en el estado, consolidándose como el segmento principal en la generación de gasto turístico. Esta dinámica refuerza la importancia de implementar estrategias diferenciadas para potenciar ambos segmentos, maximizando su contribución al desarrollo económico estatal (ver figuras 11 y 12).

Gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos

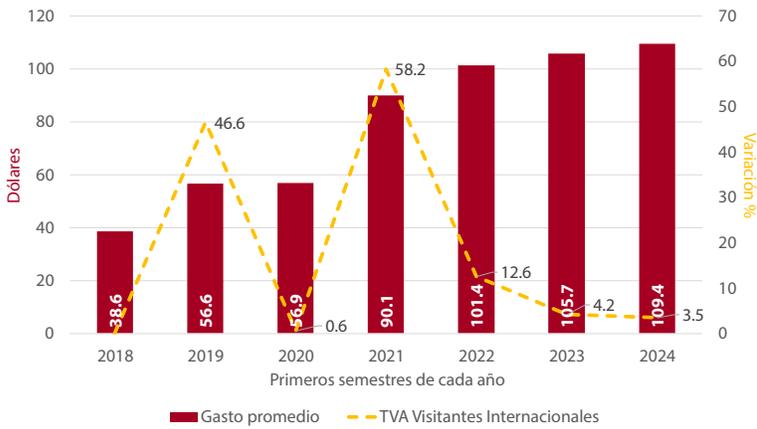
El incremento constante del gasto total en los primeros semestres, pese a la disminución en el número de visitantes, ha derivado en un aumento progresivo del gasto promedio por visitante. No obstante, los incrementos más significativos en términos absolutos se registraron entre 2018 y 2019 y entre 2020 y 2021. En el primer periodo, el gasto promedio pasó de 38.6 dólares a 56.6 dólares, lo que representó un aumento del 46.6%. En el segundo lapso, el gasto promedio ascendió de 56.9 dólares a 90.1 dólares, marcando un incremento del 58.2%.

A partir de 2021, los incrementos han sido más moderados, de 2021 a 2022 el gasto promedio aumentó 11.3 dólares, equivalente a un crecimiento del 12.6%. De 2022 a 2023, el incremento fue de apenas 4.2 dólares, lo que representa un 4.2% adicional y en el periodo de 2023 a 2024, se registró un aumento de 3.7 dólares, correspondiente a un crecimiento del 3.5%.



Plaza Santa Cecilia, Tijuana

Figura 13. Gasto promedio en dólares de los visitantes internacionales fronterizos (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Estos datos reflejan un ritmo de crecimiento desacelerado en el gasto promedio, lo cual podría estar relacionado con la estabilización de los precios y cambios en los patrones de consumo de los visitantes internacionales fronterizos (ver figura 13). Este comportamiento subraya la importancia de desarrollar estrategias para incentivar un mayor gasto per cápita, promoviendo productos y servicios de mayor valor agregado que beneficien al sector turístico estatal.

Gasto promedio de los turistas y excursionistas internacionales fronterizos

El gasto promedio de los turistas internacionales fronterizos ha mostrado un crecimiento sostenido en casi todos los primeros semestres analizados, destacándose por registrar cifras consistentemente superiores al promedio general de visitantes internacionales fronterizos. Además, se han identificado tres periodos con incrementos significativos que evidencian una dinámica de mayor impacto económico.

a) 2018 a 2019: El gasto promedio pasó de 26.2 dólares a 74.5 dólares, lo que representó un incremento del 32.6%. Este crecimiento marcó el primer aumento significativo del periodo.

b) 2020 a 2021: Tras la caída ocasionada por la pandemia, el gasto promedio mostró un importante repunte, ascendiendo de 73.1 dólares a 105 dólares, lo que equivale a un incremento del 43.6%.

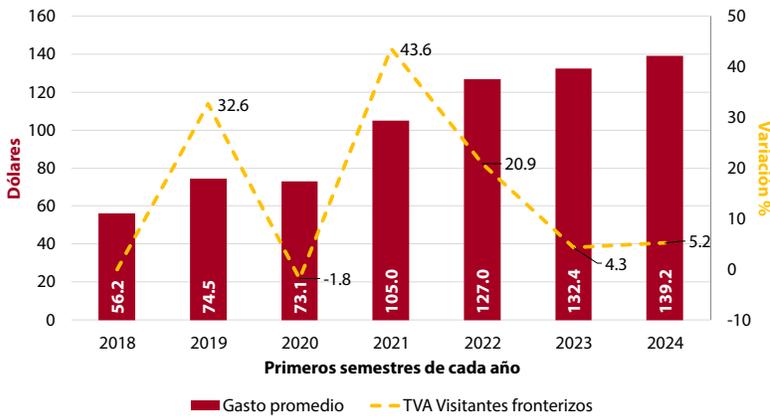
c) 2021 a 2022: El gasto promedio continuó al alza, alcanzando 127 dólares, un crecimiento del 20.9% respecto al año anterior.

En los años más recientes, los incrementos han sido menos pronunciados. De 2022 a 2023, aumento de 7.4 dólares (4.3%) mientras que de 2023 al 2024 registró un incremento adicional de 6.8 dólares, alcanzando un promedio de 139.2 dólares en el último año. Estos datos reflejan una tendencia de crecimiento en el gasto promedio de los turistas internacionales fronterizos, especialmente en los periodos de recuperación económica post-pandemia. Este comportamiento subraya la relevancia de fomentar el desarrollo de servicios turísticos diferenciados y de mayor valor agregado, con el objetivo de mantener el incremento sostenido en el gasto promedio y maximizar los beneficios económicos para el sector turístico estatal (ver figura 14).



Valle de Guadalupe, Ensenada

Figura 14. Gasto promedio en dólares de los turistas internacionales fronterizos (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

El comportamiento del gasto promedio de los excursionistas internacionales fronterizos ha seguido una tendencia similar al gasto promedio total, con incrementos en todos los primeros semestres analizados. Sin embargo, los aumentos más significativos se registraron en dos periodos clave:

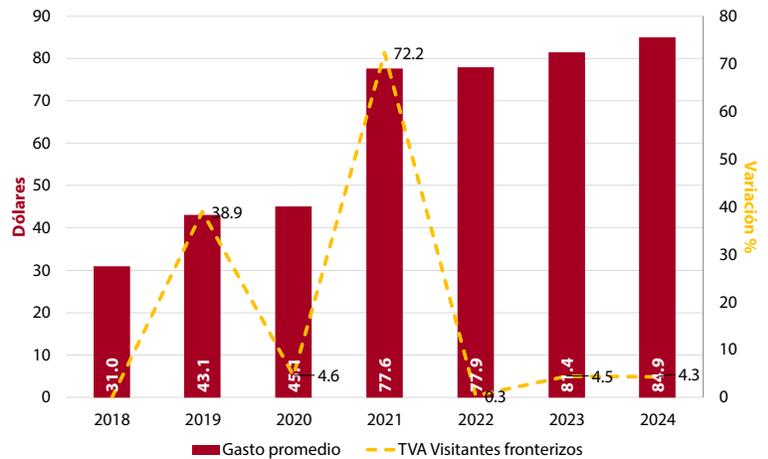
a) 2018 a 2019: El gasto promedio pasó de 31 dólares a 43.1 dólares, lo que representó un aumento del 38.9%, destacándose como el primer incremento relevante del periodo.

b) 2021 a 2022: Tras los efectos adversos de la pandemia, el gasto promedio mostró un repunte significativo, ascendiendo de 45.1 dólares a 77.6 dólares, equivalente a un incremento del 72.2%.

En los años más recientes, los aumentos han sido más moderados, por ejemplo, de 2021 a 2022 hubo un incremento marginal de 0.3 dólares, representando apenas un 0.3%. De 2022 a 2023, aumentó en de 3.5 dólares (4.5%) y del 2023 al 2024, registró un aumento adicional de 3.5 dólares, alcanzando un promedio de 84.6 dólares, lo que equivale a un crecimiento del 4.3%.

A pesar de las proyecciones pesimistas para 2024 (Miguel, 2024), los datos confirman una mejora significativa en el desempeño turístico del estado, reflejada no solo en el incremento del número de visitantes, tanto turistas como excursionistas, sino también en el aumento del gasto total y promedio. Estos resultados optimistas refuerzan la importancia de continuar implementando estrategias integrales que mejoren la competitividad de Baja California como destino turístico, priorizando acciones que diversifiquen la oferta y fomenten un gasto de mayor valor agregado por parte de los visitantes (ver figura 15).

Figura 15. Gasto promedio en dólares de los excursionistas internacionales fronterizos (primer semestre de 2018-2024)



Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).



Av. Revolución, Tijuana

PLATAFORMAS HOTELERAS EN LÍNEA

El desarrollo de nuevas tecnologías en el ámbito del comercio electrónico ha sido un motor clave para su expansión a nivel global, abarcando tanto productos como servicios. Dentro de este panorama, las reservas de alojamiento en línea han experimentado un notable crecimiento en la última década, particularmente a través de plataformas colaborativas como Booking y Expedia. Según Curry (2024a, 2024b), tras la fuerte contracción ocasionada por la pandemia de COVID-19 en 2020, ambas agencias registraron una recuperación significativa en 2023. Ese año, Booking reportó un total de 150 mil millones de dólares en reservas, mientras que Expedia alcanzó 104 mil millones de dólares, con incrementos interanuales del 25.2% y 127%, respectivamente.

El éxito de estas plataformas no solo radica en su disponibilidad en múltiples idiomas y países, sino también en la implementación y constante optimización de sus motores de búsqueda y sistemas de evaluación (Booking, 2024; Expedia, 2024). Los motores de búsqueda priorizan la personalización, presentando opciones de hospedaje adaptadas a las preferencias de los usuarios, mientras que los sistemas de evaluación facilitan decisiones fundamentadas mediante métricas objetivas de calidad. Estas herramientas, que operan como sistemas integrados de recomendación, han sido determinantes en la consolidación de estas plataformas en el mercado global.

Desde el punto de vista técnico, los motores de búsqueda de Booking y Expedia consideran una combinación de factores para generar resultados relevantes. Entre estos destacan los datos proporcionados por los usuarios en el formulario de búsqueda (como destino, fechas y número de huéspedes), así como información recopilada de interacciones previas, incluyendo búsquedas anteriores y ubicación geográfica (Booking, 2024; Expedia, 2024). Además, otros factores operativos influyen en la priorización de los resultados, como la comisión pagada por los alojamientos, la velocidad de pago y la participación en programas promocionales.

Finalmente, elementos como la disponibilidad de habitaciones, los precios, la calidad del contenido visual (incluyendo imágenes) y las evaluaciones de los usuarios desempeñan un papel crucial en el algoritmo de clasificación.

De todos estos factores, las reseñas y las calificaciones de los clientes se han convertido en los componentes más determinantes en la actualidad, reflejando un enfoque hacia la calidad y satisfacción del usuario como eje central en la automatización de resultados.

Según De Lima y De Oliveira (2019), las reseñas y puntuaciones en línea se han consolidado como herramientas clave en la toma de decisiones de hospedaje por parte de los viajeros. Su impacto en el comportamiento del consumidor ha sido ampliamente documentado, demostrando una correlación significativa entre las evaluaciones positivas y el incremento en reservas hoteleras (Ye et al., 2011). Asimismo, un estudio de Smart Travel News (2019) revela que un 72% de los usuarios otorgan mayor relevancia a las valoraciones de huéspedes que a la reputación de la marca hotelera, subrayando la influencia decisiva de las experiencias previas en la elección de hospedaje. La satisfacción del cliente, considerada como la alineación entre expectativas y percepciones del servicio (Hu, 2022), no solo fomenta la lealtad, sino que también impulsa la demanda al mejorar la reputación digital de los establecimientos.

En este contexto, se analizó información recopilada de Booking y Expedia respecto al desempeño de los destinos turísticos en Baja California, abarcando indicadores clave como el número de reseñas, la satisfacción general percibida, aspectos específicos del servicio y precios promedio de habitaciones sencillas. Este enfoque permite evaluar la popularidad y visibilidad de los destinos a largo plazo, limitando el análisis a establecimientos con al menos diez comentarios. Además, mientras que Booking proporciona datos sobre el idioma de las reseñas, esta información no está disponible en Expedia, lo que condiciona parcialmente el alcance del análisis.

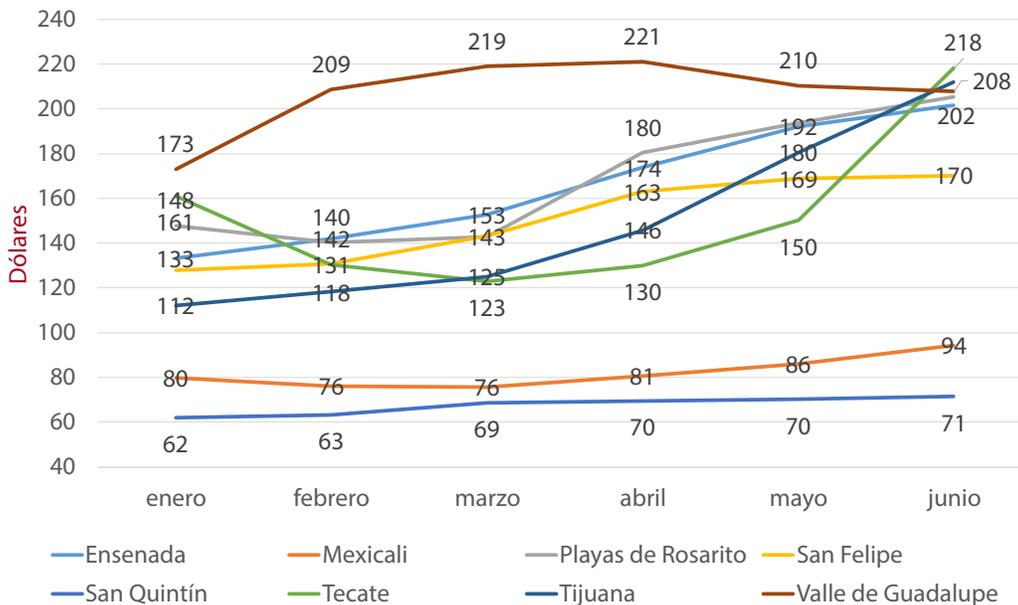
BOOKING

Precio promedio en Booking

Durante el primer semestre de 2024, los precios promedio de alquiler por una habitación sencilla en Baja California mostraron un comportamiento desigual entre sus principales destinos turísticos, según los datos recopilados de la plataforma Booking. El Valle de Guadalupe lideró los precios durante la mayor parte del período, alcanzando un máximo de 221 dólares en abril; sin embargo, sufrió un descenso constante, situándose en 207.7 dólares en junio, lo que permitió a Tecate y Tijuana superarlo en el ranking. Tecate, con una evolución particular, inició en segundo lugar en enero con 161 dólares, descendió a 123 dólares en marzo y, posteriormente, experimentó un repunte hasta ubicarse como el destino con el precio más alto en junio, con un promedio de 218 dólares (ver figura 16).

Por un lado, en Tijuana, el incremento fue más consistente, pasando de ser uno de los destinos con menor precio en enero (112 dólares) a alcanzar el segundo lugar en junio con 212 dólares. Ensenada y Playas de Rosarito presentaron trayectorias similares, aumentando constantemente de 133 y 148 dólares en enero, respectivamente, a 202 y 208 dólares en junio. San Felipe, aunque registró precios más bajos, mostró un incremento gradual de 128 dólares en enero a 170 dólares en junio. Por otro lado, Mexicali y San Quintín se mantuvieron como los destinos con los precios promedio más bajos. Mexicali creció de 80 dólares en enero a 94 dólares en junio, mientras que San Quintín aumentó ligeramente de 62 a 71 dólares en el mismo período (ver figura 16). Estos resultados reflejan una dinámica de mercado influenciada por factores como la demanda estacional y la variabilidad de la oferta hotelera en cada destino.

Figura 16. Precio promedio en dólares de habitación sencilla (enero-junio 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).

Reseñas registradas por los huéspedes en Booking

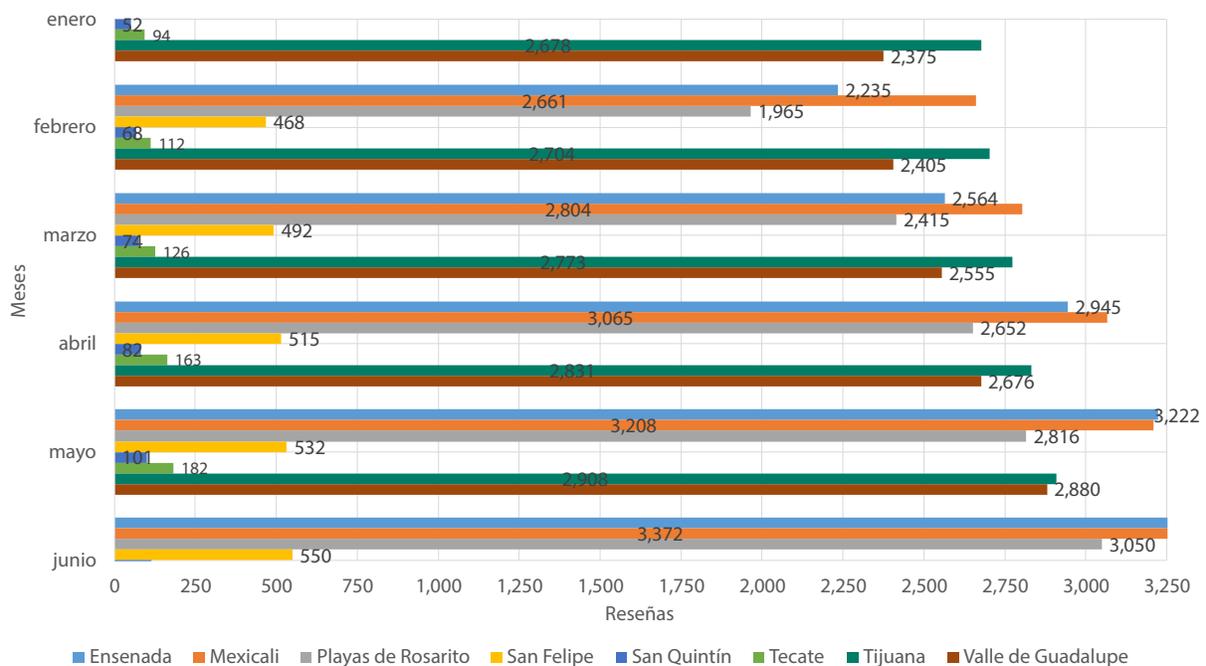
Durante el primer semestre de 2024 se registraron en promedio 14,283 reseñas mensuales, observándose un incremento constante desde las 11,745 reseñas de enero hasta las 16,754 registradas en junio, lo que representa un aumento del 42.6% en el semestre. Comparado con 2023, estas cifras superaron en un 21.4% las reseñas registradas ese año, siendo particularmente notorio el incremento del 49.1% en junio respecto al mismo mes del año anterior. Al analizar los datos por destino turístico, se observa un comportamiento de crecimiento en todos los destinos, aunque con variaciones en la popularidad entre enero y junio. En enero, los destinos con mayor número de reseñas fueron Tijuana (2,678), Mexicali (2,570) y Valle de Guadalupe (2,375), mientras que San Quintín (52), Tecate (94) y San Felipe (430) registraron el menor volumen. Para junio, Ensenada lideró con 3,429 reseñas, seguida de Mexicali (3,372), Tijuana (3,060) y Playas de Rosarito (3,050), mientras que los destinos con menos reseñas continuaron siendo San Quintín (115), Tecate (208) y San Felipe (550) (ver figura 17).



Hacienda Guadalupe, Valle de Guadalupe

La variación en el número de reseñas puede estar influida por factores como la puntuación promedio, el número de reseñas acumuladas y la ubicación de los hospedajes, elementos que impactan tanto en la percepción de los destinos como en la fijación de precios en plataformas de alojamiento, según Mondaca-Marino et al. (2019). Estos datos reflejan cambios en la dinámica de interacción con los destinos; mientras que en 2023 Tijuana y Mexicali dominaron en número de reseñas, en 2024 Ensenada se posicionó como el destino más destacado, evidenciando la necesidad de ajustar estrategias de promoción y diversificación turística en el estado.

Figura 17. Reseñas de huéspedes por destino (enero-junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).

Idioma utilizado por los huéspedes en las reseñas

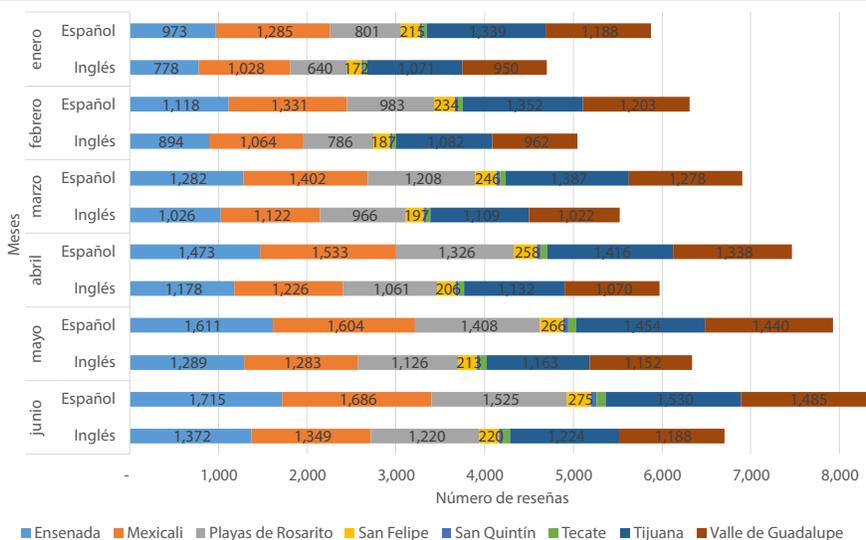
Por obvias razones, durante el primer semestre de 2024, los idiomas predominantes en las reseñas emitidas por los usuarios fueron el español y el inglés, con una clara preferencia por el español en todos los meses analizados. En enero, de las 11,745 reseñas registradas, 5,873 (49.2%) fueron redactadas en español, 4,698 (40%) en inglés y 1,174 (10.8%) en otros idiomas. Para junio, de las 16,754 reseñas totales, 8,377 (50%) se escribieron en español, 6,702 (40%) en inglés y 1,675 (10%) en otros idiomas. Estos datos reflejan una continuidad con las tendencias observadas en 2023, donde las reseñas en español superaron a las realizadas en inglés. Cabe destacar que este patrón contrasta con los años anteriores, en los que predominaban las reseñas en inglés (ver figura 18).

El análisis por destinos turísticos de Baja California revela que, en todos los meses y destinos, las reseñas en español superaron consistentemente a las escritas en inglés. Esta uniformidad sugiere una distribución proporcionalmente equilibrada entre ambos idiomas en los diferentes destinos, sin una prevalencia marcada en relación con la ubicación geográfica (ver figura 18). Es fundamental subrayar que los usuarios tienen la libertad de elegir el idioma en el que redactan sus reseñas, por lo que las proporciones no necesariamente reflejan el origen geográfico de los visitantes.

No obstante, la prevalencia del español y el inglés está alineada con su posición como los idiomas más utilizados en Internet, lo que los convierte en herramientas fundamentales para el sector turístico y hotelero, independientemente del mercado de origen (Internet Society, 2023; Gómez, 2022).

Como se ha señalado en boletines anteriores, la preponderancia de un idioma sobre otro puede estar influenciada por factores internos y externos. Entre ellos destacan la popularidad del destino, la diversidad de experiencias que ofrece —como actividades culturales, al aire libre o de playa—, su conectividad, los costos de estancia y el perfil económico de los visitantes. Además, la creciente diversidad lingüística en la plataforma no solo fomenta una mayor inclusión de los usuarios, sino que también amplía su accesibilidad global. Esto es especialmente relevante para destinos menos frecuentados como Tecate y San Felipe, que registraron el menor volumen de reseñas durante el periodo analizado. La capacidad de la plataforma para adaptarse a una audiencia internacional fortalece su utilidad y promueve la visibilidad de estos destinos, optimizando su competitividad en un mercado turístico globalizado.

Figura 18. Reseñas por idioma (enero-junio de 2024)



Nota: El número de reseñas por idioma no refleja necesariamente la proporción de turistas internacionales en un período determinado. Esto se debe a que los usuarios pueden dejar sus comentarios y evaluaciones en Booking hasta 90 días después de haber utilizado el servicio de alojamiento.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).

Satisfacción general de los huéspedes

La plataforma de Booking utiliza un sistema de evaluación que permite a los huéspedes calificar su experiencia global en un establecimiento de alojamiento en una escala del uno al diez. La calificación global, que refleja el nivel general de satisfacción de los clientes, se calcula como el promedio de todas las calificaciones generales emitidas por los usuarios en los últimos tres años (Booking, 2023b). Este sistema de puntuación tiene como objetivo proporcionar una visión integral de la experiencia del cliente, estableciendo rangos de calificación que categorizan el nivel de satisfacción asociado a cada unidad de hospedaje.

Aunque la plataforma también permite a los huéspedes evaluar aspectos específicos del servicio, como limpieza, ubicación o calidad del personal, estas calificaciones son opcionales y no influyen en el cálculo de la calificación global. Esto subraya el enfoque de Booking en capturar una impresión general que represente de manera holística la percepción del huésped sobre su experiencia de alojamiento.

En la tabla 4, se presentan los cinco parámetros definidos por la plataforma para describir los niveles de satisfacción de los huéspedes, los cuales van desde "bien" hasta "excepcional". Este esquema de evaluación no solo proporciona un marco estandarizado para que los viajeros comparen opciones de hospedaje, sino que también representa una herramienta clave para los operadores del sector, al ofrecerles información valiosa sobre áreas de mejora y fortalezas percibidas en sus servicios.

Tabla 4. Nivel de satisfacción según los parámetros de calificación global en Booking

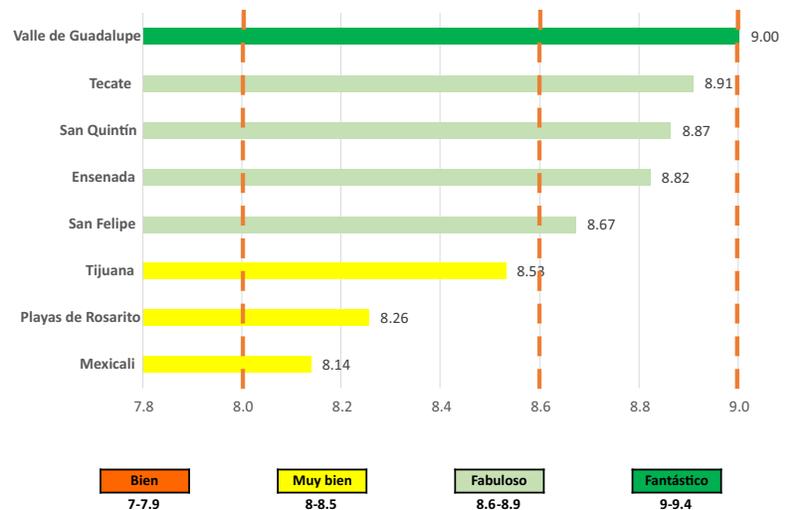
Rango de calificación global (puntos)	Nivel de satisfacción
7-7.9	Bien
8-8.5	Muy bien
8.6-8.9	Fabuloso
9-9.4	Fantástico
9.5-10	Excepcional

Nota: Las calificaciones por debajo de 7.0 no son descritas en la plataforma, por lo que se encuentran fuera de los niveles de satisfacción aceptables.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico con base en información cotejada en Booking (2024).

A junio de 2024, Valle de Guadalupe destacó como el único destino de Baja California con una calificación promedio igual o superior a nueve, lo que corresponde al nivel de satisfacción "fantástico". Otros destinos, como Tecate (8.91), San Quintín (8.87), Ensenada (8.82) y San Felipe (8.67), obtuvieron evaluaciones dentro del rango de "fabuloso" (8.6 a 8.9). En un nivel inferior, pero aún clasificados como "muy bien" (8.0 a <8.6), se situaron Tijuana (8.53), Playas de Rosarito (8.23) y Mexicali (8.14) (ver figura 19). En términos generales, considerando las evaluaciones promedio de todos los destinos, la satisfacción general de los huéspedes en Baja California se calificó como "fabulosa", alcanzando un promedio estatal de 8.65 puntos.

Figura 19. Nivel de satisfacción general de los huéspedes por destinos turístico (enero-junio de 2023)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).

El análisis mes a mes durante el primer semestre de 2024 revela diferencias importantes entre los destinos. Valle de Guadalupe experimentó una mejora notable, comenzando con una evaluación promedio de "fabuloso" en los primeros tres meses y alcanzando "fantástico" en el segundo trimestre. En contraste, destinos como Ensenada, San Felipe, San Quintín y Tecate mantuvieron de manera constante una calificación de "fabuloso" a lo largo del semestre, reflejando estabilidad en la percepción positiva de los huéspedes. Playas de Rosarito, aunque constante, se mantuvo en el rango de "muy bien", mientras que Tijuana mostró un progreso al pasar de "muy bien" a "fabuloso" en junio. Igualmente, Mexicali evidenció un progreso significativo, comenzó el año con una calificación de "bien", mejoró a "muy bien" en los meses siguientes y alcanzó "fabuloso" en junio.

Estos resultados subrayan áreas de oportunidad para los operadores de hospedaje, quienes pueden optimizar sus servicios para alcanzar rangos de satisfacción más altos. La importancia de estas evaluaciones radica en su impacto directo en la visibilidad dentro de los motores de búsqueda de Booking, lo que a su vez influye en la capacidad de los alojamientos para atraer mayores reservas. Por consiguiente, mejorar continuamente la calidad del servicio ofrecido no solo incrementa la satisfacción de los huéspedes, sino que también fortalece la competitividad de los destinos turísticos en un entorno altamente dinámico y digitalizado.

Tabla 5. Nivel de satisfacción global de los huéspedes (enero a junio de 2024)

Destinos/meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
Ensenada						
Mexicali						
Playas de Rosarito						
San Felipe						
San Quintín						
Tecate						
Tijuana						
Valle de Guadalupe						



Bien

7-7.9



Muy bien

8-8.5



Fabuloso

8.6-8.9



Fantástico

9-9.4

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).



Rosarito Beach Hotel, Playas de Rosarito

Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos

La plataforma de Booking, además de permitir una calificación global, ofrece la posibilidad de evaluar de manera individual diversos aspectos del servicio de alojamiento. Este sistema de valoraciones desglosadas proporciona una perspectiva más detallada tanto para los usuarios como para los administradores de los establecimientos. Para los viajeros, esta segmentación permite seleccionar opciones de hospedaje que se alineen mejor con sus necesidades, expectativas y presupuesto. Para los operadores de alojamiento, representa una herramienta clave para identificar áreas específicas de mejora y diseñar estrategias dirigidas a incrementar la satisfacción del cliente y la competitividad del establecimiento.

En la tabla 6 se presentan los siete aspectos que pueden ser evaluados en la plataforma. Este desglose permite no solo monitorear la satisfacción en términos globales, sino también comprender cómo cada elemento del servicio contribuye a la experiencia integral del cliente. La información obtenida es crucial para mejorar las áreas identificadas como débiles, fortalecer los puntos positivos y, en última instancia, optimizar la percepción del alojamiento. En un contexto donde las valoraciones influyen directamente en la elección de los usuarios y en la visibilidad dentro de los sistemas de búsqueda, atender estos aspectos resulta imprescindible para mantener la competitividad en el mercado turístico.

Tabla 6. Servicios y detalles del alojamiento que pueden valorarse en Booking

Personal	Mide la satisfacción del huésped con relación al desempeño y la eficiencia del personal del alojamiento.
Confort	Mide la satisfacción del huésped en lo referente a las condiciones de descanso y bienestar, incluyendo la decoración, el mobiliario y la sensación general de bienestar.
Wifi	Evalúa la disponibilidad del servicio de Internet en la propiedad y la calidad de la conexión.
Instalaciones y servicios	Mide la satisfacción del huésped con relación a las instalaciones y la calidad del servicio proporcionado. Esto se refiere a las comodidades y servicios disponibles en el alojamiento, tales como la piscina, el gimnasio, el estacionamiento, entre otros.
Relación calidad-precio	Mide la satisfacción del huésped con respecto al precio desembolsado vis a vis del servicio recibido.
Limpieza	Mide la satisfacción del huésped en lo relacionado con la limpieza de la unidad rentada, incluyendo las áreas comunes y sanitarios.
Ubicación	Evalúa la ubicación del alojamiento en función de su accesibilidad y proximidad a atracciones, transporte público y otros lugares de interés.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico con base en información de Booking (2024).



En la tabla 7 se presentan las valoraciones individuales de cada aspecto evaluado en los ocho destinos turísticos de Baja California, así como los promedios generales por destino y por categoría. Este análisis ofrece una perspectiva integral del desempeño de los servicios de hospedaje en el primer semestre de 2024, destacando variaciones significativas en la calidad percibida por los usuarios. En términos del promedio general para las siete categorías evaluadas, por un lado, destacan como destinos mejor valorados: Valle de Guadalupe, Ensenada, Tecate y San Quintín, con las calificaciones más altas, con puntajes que oscilan entre 8.68 y 8.97, lo que las posiciona en la categoría de satisfacción "fabulosa". Estos resultados reflejan un desempeño superior en la experiencia percibida por los usuarios, consolidando a estos destinos como referentes en calidad de servicio dentro del estado.

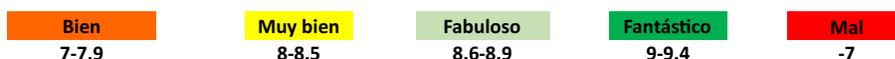
Por otro lado, Mexicali, Playas de Rosarito y Tijuana obtuvieron puntajes promedio de 8.14 a 8.31 puntos, correspondientes a la categoría de satisfacción "muy bien". Estos resultados, aunque positivos, sugieren áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del huésped y alcanzar niveles más altos de satisfacción. Finalmente, San Felipe presentó el promedio más bajo, con 7.89 puntos, categorizado como "bien", lo que subraya una necesidad crítica de atención en sus servicios de hospedaje para mejorar la experiencia del cliente.

Con relación a las valoraciones promedio de cada aspecto evaluado en todos los destinos, destaca la ubicación como el criterio mejor valorado, con un puntaje de 8.83, demostrando su relevancia como factor decisivo en la satisfacción de los huéspedes. A esta le siguen las categorías de personal, confort y limpieza, con puntajes entre 8.74 y 8.79, todas clasificadas dentro de la categoría de satisfacción "fabulosa", reflejando un alto estándar en estas áreas. Por el contrario, las instalaciones y servicios y la relación calidad-precio obtuvieron puntuaciones promedio de 8.52 y 8.31 respectivamente, ubicándose en la categoría de "muy bien". Asimismo, el servicio de Wi-Fi fue el aspecto con menor valoración, con un promedio de 7.6 puntos, quedando en la categoría de "bien". Este desempeño sugiere una deficiencia generalizada en la calidad de la conectividad ofrecida, representando una oportunidad clave de mejora para los alojamientos de los diferentes destinos turísticos del estado. En conjunto, estos resultados reflejan la heterogeneidad en los niveles de satisfacción entre los diferentes destinos y aspectos evaluados, subrayando áreas estratégicas donde los establecimientos pueden intervenir para elevar la percepción de calidad y competitividad en el mercado turístico.

Al analizar las categorías de satisfacción por destino en Baja California, los resultados reflejan variaciones significativas entre los aspectos evaluados, evidenciando tanto fortalezas como áreas de oportunidad en los servicios de hospedaje. Según se observa en la figura 18, la categoría de ubicación destacó como la mejor valorada, con un promedio de 8.83 puntos.

Tabla 7. Nivel de satisfacción promedio de los huéspedes por diferentes conceptos (enero a junio de 2024)

Destino/meses	Personal	Confort	Wifi	Instalaciones y servicios	Relación calidad-precio	Limpieza	Ubicación	Promedio
Ensenada								8.93
Mexicali								8.21
Playas de Rosarito								8.14
San Felipe								7.89
San Quintín								8.68
Tecate								8.90
Tijuana								8.31
Valle de Guadalupe								8.97
Promedio	8.74	8.79	7.60	8.52	8.31	8.75	8.83	8.50



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico con base en información de Booking (2024).

Entre los destinos, San Quintín y Valle de Guadalupe sobresalieron al obtener puntuaciones superiores al promedio, alcanzando 9.14 y 9.30 puntos, respectivamente, lo que les otorgó la clasificación de “fantásticos”. Aunque Tecate también superó el promedio, con 8.87 puntos, esta puntuación lo ubicó en la categoría de “fabuloso”. Estos resultados subrayan la relevancia de la ubicación como un factor determinante en la percepción de los huéspedes, particularmente en destinos rurales y enoturísticos.

Las categorías de limpieza y confort también lograron altas valoraciones, especialmente en Ensenada, San Quintín, Tecate y Valle de Guadalupe, donde se clasificaron como “fantásticas”. Sin embargo, en los otros cuatro destinos (Mexicali, Tijuana, Playas de Rosarito y San Felipe), estas categorías se ubicaron en niveles de “muy bien”, lo que indica disparidades en la percepción de calidad que podrían estar relacionadas con diferencias en los estándares de servicio o las expectativas de los visitantes (ver figura 20).

En contraste, los aspectos con menor valoración promedio fueron la relación calidad-precio y el servicio de Wi-Fi. La primera obtuvo un puntaje promedio de 8.31, con resultados destacados en San Quintín, Tecate y Ensenada, donde fue clasificada como “fabulosa”. Sin embargo, San Felipe presentó la calificación más baja en esta categoría, con solo 7.68 puntos, clasificada como “bien”.

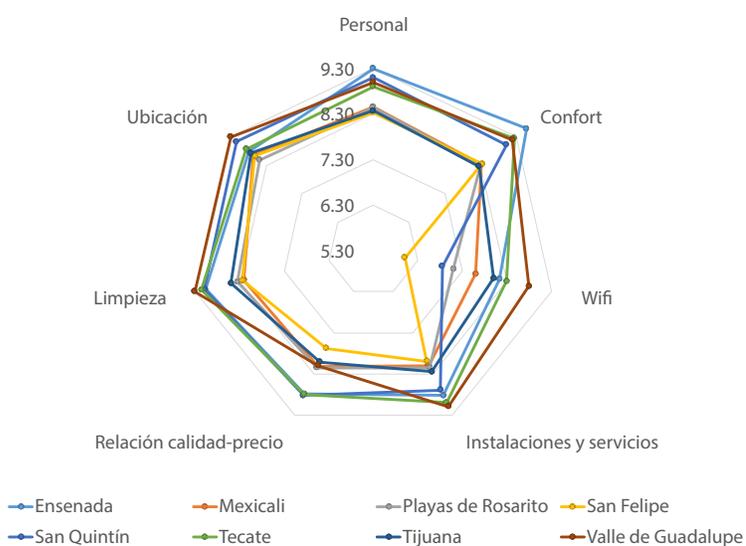
Los demás destinos se mantuvieron en niveles de “muy bien”, lo que refleja la necesidad de ajustar los precios o mejorar los servicios en algunos destinos para alinear mejor las expectativas de los huéspedes con el costo percibido.

El servicio de Wi-Fi fue consistentemente el aspecto menos valorado, con un puntaje promedio inferior a las demás categorías. Destaca que en San Felipe y San Quintín fue calificado como “malo”, con puntuaciones inferiores a 7 puntos, posiblemente influido por las limitaciones de infraestructura en estos destinos rurales. En Mexicali y Playas de Rosarito, este aspecto fue valorado como “bien”, mientras que en Ensenada, Tecate y Tijuana alcanzó la clasificación de “muy bien”. Valle de Guadalupe se posicionó como el destino con mejor desempeño en esta categoría, con una puntuación de 8.8 puntos, considerada “fantástica” (ver figura 20). Estos resultados no solo reflejan la heterogeneidad en la percepción de los servicios de hospedaje en Baja California, sino que también evidencian oportunidades estratégicas para fortalecer áreas específicas, como la conectividad y la relación calidad-precio. Mejorar estos aspectos podría incrementar la competitividad de los destinos menos valorados, al tiempo que consolidaría la reputación de aquellos que ya se destacan.

Considerando las valoraciones registradas en Booking, es fundamental que todos los destinos de Baja California presten especial atención al mejoramiento del servicio de Wi-Fi. Este aspecto es crucial en un contexto donde la conectividad a internet es una expectativa básica para los viajeros contemporáneos. La disponibilidad de una conexión confiable no solo facilita la búsqueda de servicios turísticos en tiempo real, tanto a nivel local como estatal, sino que también refuerza la percepción de seguridad y accesibilidad de los destinos, aspectos clave para la experiencia del usuario.

Asimismo, la relación calidad-precio, identificada como la segunda categoría menos valorada, merece atención prioritaria. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2024), los turistas actuales tienden a priorizar opciones de alojamiento que ofrezcan una mayor correspondencia entre el costo y los servicios proporcionados. Además, las condiciones económicas globales han impulsado una preferencia creciente por viajes cercanos al lugar de residencia, subrayando la importancia de ofrecer opciones competitivas y bien valoradas en este rubro para fortalecer la atracción y fidelización de los visitantes.

Figura 20. Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos (enero a junio de 2024)



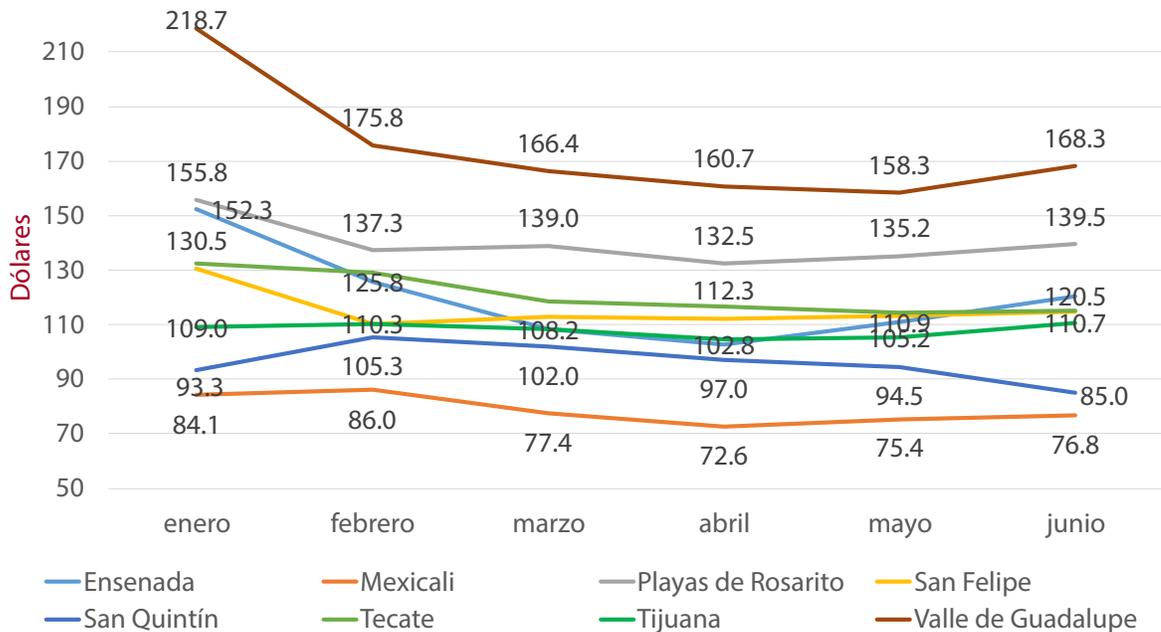
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Booking (2024).

Precio promedio en Expedia

La figura 21 muestra una tendencia general a la baja en los precios promedio de alojamiento en los destinos de Baja California durante el primer semestre de 2024, con la notable excepción de Tijuana. En este destino, los precios mostraron un ligero incremento, pasando de \$105 dólares en enero a \$110.7 dólares en junio, lo que representa un aumento del 5.4%. El caso más destacado es el de Valle de Guadalupe, donde el precio promedio disminuyó significativamente de \$218.7 dólares en enero a \$168.3 dólares en junio, una reducción del 23%. A pesar de esta caída, el Valle mantuvo los precios más altos del estado. Playas de Rosarito, con los segundos precios promedio más elevados, también experimentó una reducción notable, pasando de \$155.8 dólares en enero a \$139.5 dólares en junio, equivalente a un descenso del 10.5%. Ensenada, por su parte, presentó una dinámica interesante, sus precios promedio cayeron abruptamente de \$152.3 dólares en enero a \$102.8 dólares en abril (disminuyó 33%), para luego recuperarse parcialmente y cerrar en \$120.5 dólares en junio, lo que representó una reducción acumulada del 21%.

En contraste, los destinos con los precios promedio más bajos fueron Mexicali, San Quintín y Tijuana. Mexicali registró los precios más accesibles del estado, disminuyendo de \$84.1 dólares en enero a \$76.8 dólares en junio, lo que significó una caída del 9.3%. San Quintín mostró una trayectoria irregular, aunque los precios iniciales de \$93.3 dólares aumentaron durante los primeros cuatro meses del semestre, en junio descendieron a \$85 dólares, lo que resultó en una disminución del 8.9%. Tijuana se destacó por su estabilidad relativa, siendo el único destino con un aumento promedio en el semestre (ver figura 21). Cabe destacar que estos resultados reflejan dinámicas de mercado que pueden estar influenciadas por factores como la demanda estacional, la oferta disponible y las estrategias comerciales de los destinos. La notable caída en precios de destinos turísticos de alto perfil, como Valle de Guadalupe y Playas de Rosarito, podría ser una respuesta competitiva para atraer mayor afluencia de visitantes durante el periodo analizado.

Figura 21. Precio promedio en dólares de una habitación sencilla (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Expedia (2023a).

Reseñas registradas por los huéspedes en Expedia

El análisis de las reseñas registradas en la plataforma de Expedia durante el primer semestre de 2024, se puede apreciar en la figura 22, la cual revela una tendencia creciente en todos los destinos de Baja California. Estos pueden agruparse en dos categorías: los destinos que recibieron un volumen elevado de reseñas, oscilando entre 600 y 950, y aquellos con un número menor, entre 250 y 415. En el primer grupo se destacan Playas de Rosarito, Tijuana, Ensenada y Mexicali. Playas de Rosarito lideró consistentemente, comenzando con 805 reseñas en enero y cerrando el semestre con 947. Tijuana ocupó el segundo lugar, con un incremento de 775 reseñas en enero a 860 en junio. Ensenada siguió con una evolución de 706 reseñas en enero a 812 en junio.

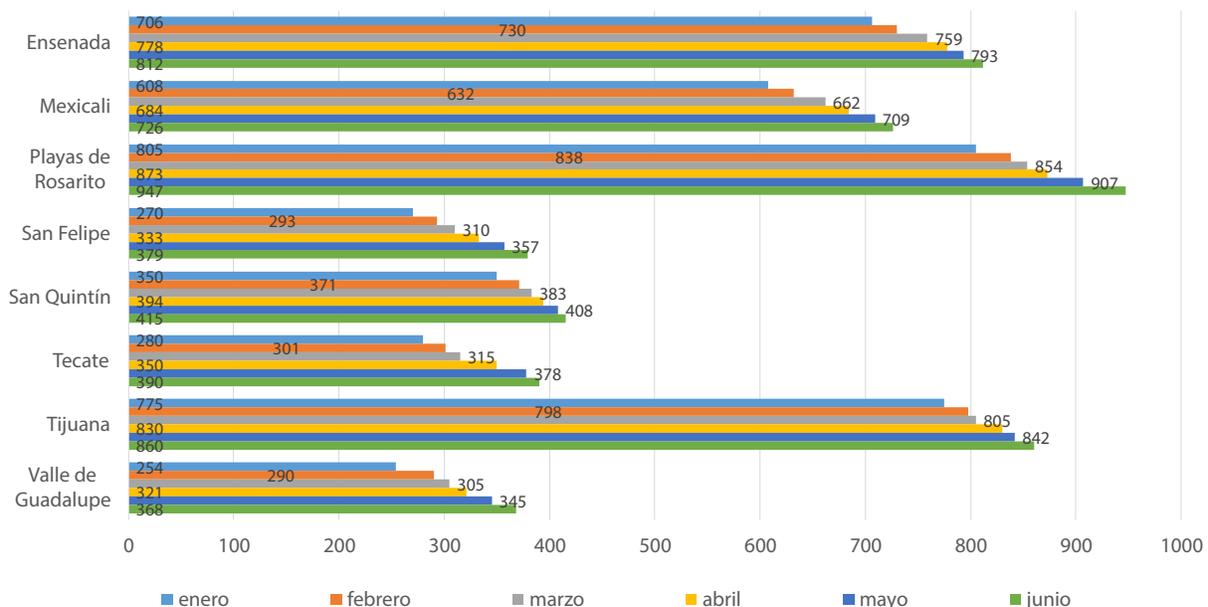
En el segundo grupo, compuesto por San Quintín, Tecate, San Felipe y Valle de Guadalupe, presenta cifras más modestas. De estos destinos, el que registró el menor número de reseñas fue el Valle de Guadalupe, pasando de 254 en enero a 368 en junio. Seguido por San Felipe, mismo que recibió 270 comentarios en enero y obtuvo 379 en junio. Por su parte, Tecate mostró un crecimiento de 280 a 390 reseñas en el mismo período, mientras que San Quintín inició con 350 reseñas en enero y alcanzó 415 en junio.

Estas reseñas desempeñan un papel estratégico en la visibilidad y competitividad de los alojamientos vinculados a Expedia. No solo permiten identificar fortalezas, debilidades y oportunidades, sino que también influyen directamente en la percepción de calidad y en la atracción de nuevos clientes. De acuerdo con Mondaca-Marino et al. (2019), la calidad y cantidad de reseñas impacta en los precios de las unidades de alojamiento, así como su posicionamiento competitivo en el mercado. Esta información subraya la importancia de fomentar reseñas positivas y constantes como un factor clave para incrementar la demanda y mejorar las estrategias comerciales de los destinos turísticos (ver figura 22).



Puerto Nuevo Baja Hotel, Playas de Rosarito

Figura 22. Reseñas de huéspedes por destino (enero a junio 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Expedia (2023a).

Satisfacción general de los huéspedes

El sistema de evaluación de Expedia (2024b) permite a los usuarios calificar su experiencia en los alojamientos mediante una puntuación global que utiliza una escala de 1 a 5 o de 1 a 10 puntos, posteriormente estandarizada a una escala única de 1 a 10. La calificación general de un alojamiento se calcula dividiendo el total de puntos acumulados por el número de evaluaciones recibidas, lo que representa un indicador del nivel de satisfacción de los huéspedes con su experiencia. Como se detalla en la tabla 8, estas calificaciones se clasifican en cinco categorías que reflejan distintos niveles de satisfacción, desde "bueno" hasta "excepcional". Aunque los usuarios tienen la opción de evaluar aspectos específicos del servicio, estas evaluaciones son voluntarias, centrándose principalmente en la percepción general del alojamiento.

Tabla 8. Nivel de satisfacción según los parámetros de calificación general en Expedia

Rango de calificación general (puntos)	Nivel de satisfacción
7-7.9	Bueno
8-8.5	Muy bueno
8.6-8.9	Excelente
9-9.3	Magnífico
9.4-10	Excepcional

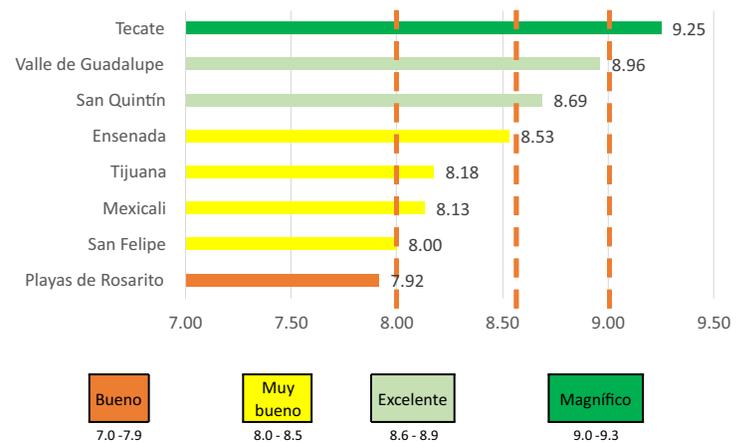
Nota: De acuerdo con Expedia (2024c), estas pautas están sujetas a cambios.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información cotejada en Expedia (2024).

En la figura 23 se observa que, de enero a junio de 2024, Tecate lideró las calificaciones con un promedio de 9.25, el único destino en alcanzar la categoría de "magnífica". Le siguieron Valle de Guadalupe (8.96) y San Quintín (8.69), ambos dentro de la categoría de "excelente". Ensenada (8.53), Tijuana (8.18), Mexicali (8.13) y San Felipe (8.00) obtuvieron la categoría de "muy bueno". Finalmente, Playas de Rosarito registró la calificación promedio más baja, con 7.92, suficiente para ser catalogado como "bueno".

A nivel estatal, el promedio general de satisfacción alcanzó 8.54, ubicándose en la categoría de "excelente". Este indicador global destaca la percepción positiva de los usuarios sobre los destinos de Baja California.

Sin embargo, es importante subrayar que estas evaluaciones reflejan percepciones subjetivas de los huéspedes, con el objetivo de representar tendencias generales más que casos individuales. La interpretación de estas valoraciones es crucial para identificar áreas de mejora, optimizar la oferta de servicios y alinear las estrategias turísticas con las expectativas de los clientes.

Figura. 23. Nivel de satisfacción general de los huéspedes de Expedia por destinos turístico. (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Expedia (2024).

Un análisis de la evolución mensual de las calificaciones durante el primer semestre de 2024 muestra que el promedio general para el estado de Baja California osciló entre 8.3 y 8.5, correspondiente al nivel de satisfacción catalogado como "muy bien". A nivel de destinos turísticos, Tecate destacó como el mejor evaluado, manteniendo consistentemente un nivel de "magnífico" a lo largo de los meses y alcanzando incluso la categoría de "excepcional" en marzo y abril. El Valle de Guadalupe fue el segundo mejor calificado, iniciando con un nivel "excelente" en enero y febrero, y subiendo a "magnífico" durante el resto del semestre. Por su parte, San Quintín obtuvo calificaciones "excelentes" de manera constante en todos los meses analizados. Ensenada presentó una tendencia positiva, comenzando con un nivel de "muy bien" en los primeros cuatro meses del año, para luego mejorar a "excelente" en mayo y junio (ver tabla 9).

Asimismo, los destinos con evaluaciones más bajas fueron Playas de Rosarito, Mexicali y San Felipe. Playas de Rosarito inició con un nivel de “bueno” en enero y febrero, mejorando a “muy bien” en los meses posteriores. Mexicali y San Felipe mostraron comportamientos similares, es decir, ambos registraron un mes con nivel de “bueno” (enero en Mexicali y abril en San Felipe), mientras que en los meses restantes se posicionaron en “muy bien”. Finalmente, Tijuana mantuvo una calificación constante de “muy bien” durante todo el semestre (ver tabla 9).

Un aspecto relevante, consistente con hallazgos previos (Boletín 3), es la relación inversa observada entre el número de reseñas y la calificación promedio. Los destinos con mayor cantidad de reseñas, como Playas de Rosarito y Tijuana, tienden a obtener evaluaciones más bajas, mientras que aquellos con un menor volumen de comentarios, como Tecate y el Valle de Guadalupe, muestran calificaciones significativamente más altas. Esta dinámica sugiere que un mayor número de opiniones puede estar asociado a una mayor diversidad de experiencias, incluyendo algunas menos favorables, lo que impacta el promedio general de satisfacción.

Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos

Al igual que en otras plataformas, en Expedia también se pueden evaluar diferentes aspectos y características específicas de las unidades de hospedaje, otorgándoles calificaciones parciales siguiendo el mismo sistema que para la calificación general. En la Tabla 10 se presentan las cinco categorías más importantes evaluadas en la plataforma.

Según los datos recopilados en el primer semestre de 2024, los destinos turísticos de Baja California alcanzaron, en promedio, calificaciones superiores a 8 puntos en todas las categorías valoradas, lo que refleja un nivel de satisfacción general positivo. Los destinos mejor evaluados fueron el Valle de Guadalupe y Ensenada, con puntajes promedio de 9.1, posicionándose en el nivel de satisfacción “magnífico”. Les siguió San Quintín, con 8.9 puntos, correspondiente al nivel “excelente”. Los demás destinos obtuvieron calificaciones promedio en el rango de 8.2 a 8.5, ubicándose en la categoría de “muy bueno”. A nivel de categorías, los aspectos mejor evaluados fueron la limpieza y el personal, ambos con una calificación promedio de 8.9 y 8.8 respectivamente, lo que les otorgó un nivel de satisfacción “excelente”. Las demás categorías—servicios, condición de la propiedad y cuidado del medio ambiente—obtuvieron puntajes de 8.2 a 8.5, clasificándose como “muy buenos” (ver Tabla 11).

Tabla 9. Nivel de satisfacción general de los huéspedes por destino (enero a junio de 2024)

Destino	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
Ensenada						
Mexicali						
Playas de Rosarito						
San Felipe						
San Quintín						
Tecate						
Tijuana						
Valle de Guadalupe						
Promedio	8.3	8.4	8.5	8.5	8.5	8.5



Fuente: Seguimiento WEB mensual a datos de la plataforma Expedia (2024).

Tabla 10. Servicios y detalles del alojamiento que pueden valorarse en Booking

Limpieza	Evalúa la calidad de las prácticas de limpieza e higiene, tanto en las habitaciones como en las áreas comunes del establecimiento.
Personal	Mide la calidad de la interacción entre los huéspedes y el personal, así como la eficacia, amabilidad y profesionalismo demostrado en la prestación de los servicios.
Servicios	Evalúa la calidad del servicio ofrecido al cliente, así como la funcionalidad y disponibilidad de las comodidades proporcionadas por el alojamiento
Condición de la propiedad	Examina el estado físico y el mantenimiento de las instalaciones, el equipamiento y otros recursos clave del establecimiento.
Cuidado del medio ambiente	Evalúa las políticas y acciones implementadas por el alojamiento en favor del cuidado y la preservación del medio ambiente, considerando aspectos como el ahorro de recursos y la gestión de residuos.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Expedia (2023a;2024c).

Es significativo que ninguna categoría obtuviera calificaciones en los niveles más bajos, como “bueno” o “mala”, lo que indica una percepción predominantemente positiva de la calidad del servicio ofrecido en los alojamientos evaluados a través de esta plataforma. Sin embargo, también es importante señalar que ninguna categoría alcanzó los niveles máximos de satisfacción tales como “magnífico” o “excepcional”, lo que sugiere áreas de oportunidad para seguir elevando la calidad del servicio y consolidar una experiencia superior para los huéspedes.

Desglosando las evaluaciones de los diferentes aspectos en los destinos turísticos de Baja California, se observa que las valoraciones más altas corresponden al Valle de Guadalupe y Ensenada, mientras que las más bajas se registraron en Mexicali y San Felipe. En Ensenada, únicamente los servicios fueron clasificados como “excelentes”, mientras que las demás categorías alcanzaron el nivel de “magnífico”. En el Valle de Guadalupe, los servicios también fueron “excelentes”; sin embargo, la condición de la propiedad y el cuidado del medio ambiente fueron valorados como “magníficos”, y tanto la limpieza como la atención del personal lograron una calificación de “excepcional”. Por su parte, en San Quintín, la limpieza y el personal fueron considerados “magníficos”, mientras que el resto de los aspectos se mantuvieron en el nivel de “excelente”(ver tabla 11).

En los destinos con evaluaciones más bajas, San Felipe presentó una notable diversidad en las calificaciones: la limpieza fue “magnífica”, el personal “excelente”, el cuidado del medio ambiente “muy bueno”, mientras que los servicios y la condición de la propiedad fueron evaluados como “buenos”. Por último, en Mexicali, los servicios recibieron la calificación de “bueno” y el resto de las categorías fueron consideradas “muy buenas”(ver tabla 11).

Desde una perspectiva global por categorías y municipios, la limpieza destacó significativamente en el Valle de Guadalupe, donde alcanzó el nivel de “magnífico”, mientras que en Mexicali obtuvo su evaluación más baja, siendo considerada como “muy buena”. Un patrón similar se observa en la evaluación del personal, en el Valle de Guadalupe fue calificado como “magnífico”, mientras que en Mexicali, Playas de Rosarito, Tecate y Tijuana se ubicó en “muy bueno”, representando su menor valoración.

Tabla 11. Nivel de satisfacción promedio de los huéspedes por diferentes categorías (enero a junio de 2024)

Destinos/categorías	Limpieza	Personal	Servicios	Condición de la propiedad	Cuidado del medio ambiente	Promedio
Ensenada						9.1
Mexicali						8.2
Playas de Rosarito						8.2
San Felipe						8.1
San Quintín						8.9
Tecate						8.4
Tijuana						8.2
Valle de Guadalupe						9.1
Promedio	8.9	8.8	8.2	8.3	8.5	

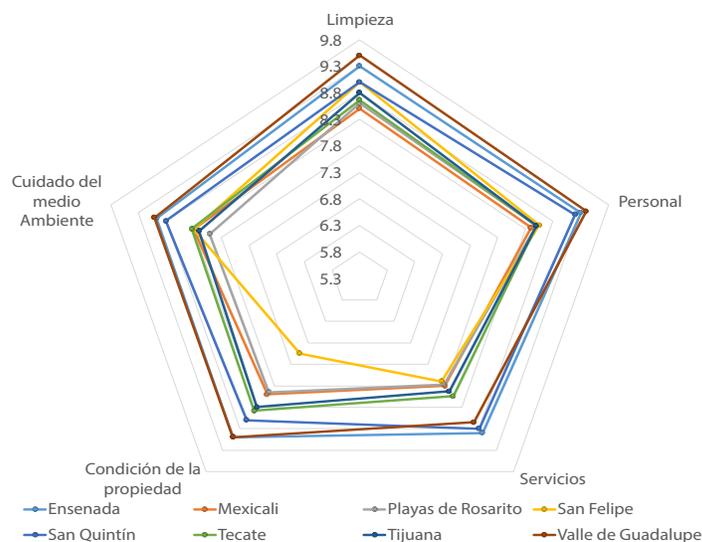
Mala	Buena	Muy buena	Excelente
-7.0	7.0-7.9	8.0-8.5	8.6-8.9
	Magnífica		Excepcional
	9.0-9.3		9.4-10

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico con base en información de la plataforma Expedia (2024).

En lo que respecta a la condición de la propiedad y el cuidado del medio ambiente, ambos aspectos fueron altamente valorados en Ensenada y el Valle de Guadalupe, logrando la categoría de “magnífico”. En contraste, la condición de la propiedad recibió su calificación más baja en San Felipe (“buena”), mientras que el cuidado del medio ambiente obtuvo evaluaciones de “muy bueno” en la mayoría de los municipios, excepto en San Felipe, donde alcanzó el nivel de “excelente”.

Por último, los servicios, que en general fueron el aspecto con menores calificaciones, alcanzaron el nivel de “excelente” en Ensenada, San Quintín y Valle de Guadalupe. Su evaluación más baja se registró en Mexicali, Playas de Rosarito, San Felipe y Tijuana, donde fueron catalogados como “buenos” (ver figura 24).

Figura 24. Evaluación de la satisfacción de los huéspedes de Expedia por diferentes conceptos (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Expedia (2024).



Encuentro Guadalupe, Valle de Guadalupe

OFERTA EXTRAHOTELERA (AIRBNB)

En los últimos años, Airbnb ha revolucionado el mercado global de hospedaje al permitir que propietarios de viviendas particulares ofrezcan sus espacios, ya sea parcial o totalmente, como opciones de alojamiento. Este modelo ha ampliado las posibilidades para los visitantes, quienes pueden optar por experiencias de alojamiento extra hoteleras que muchas veces reflejan un estilo de vida más auténtico y arraigado al destino (López y Ramírez-Álvarez, 2021). Además, la plataforma ha generado un impacto significativo en destinos pequeños o menos visitados, promoviendo una economía colaborativa que fortalece el turismo doméstico y diversifica las opciones de hospedaje disponibles (Piedras, 2021).

Como es sabido, Airbnb se ha consolidado como la principal plataforma digital de alojamiento entre particulares (peer-to-peer), destacando por una oferta robusta que, en 2023, incluyó más de 5 millones de anfitriones en 220 países y regiones, y logró atender a más de 1.5 mil millones de huéspedes. Este crecimiento permitió a la empresa incrementar sus ingresos en un 152% respecto al año anterior, alcanzando en el último trimestre su mayor rentabilidad histórica, con un beneficio ajustado de 489 millones de dólares (Forbes, 2024).

El éxito de Airbnb radica en su capacidad para alinearse con las tendencias emergentes en el mercado de alojamientos, particularmente aquellas acentuadas tras la pandemia. Entre estas destacan la preferencia por experiencias auténticas que reflejen la cultura local, el interés por actividades que promuevan el bienestar personal y la búsqueda de opciones que integren sostenibilidad y salud en su propuesta de valor (El Economista, 2023).

Dada la relevancia de este modelo de servicios de alojamiento y el acceso a datos específicos relacionados con la plataforma, los apartados siguientes presentan un análisis detallado de indicadores clave. Este análisis incluye el número de reservas realizadas a través de Airbnb y los niveles de satisfacción de los usuarios en Baja California durante el primer semestre de 2024, brindando una perspectiva integral sobre el impacto de esta plataforma en la región.

Número de rentas en Airbnb

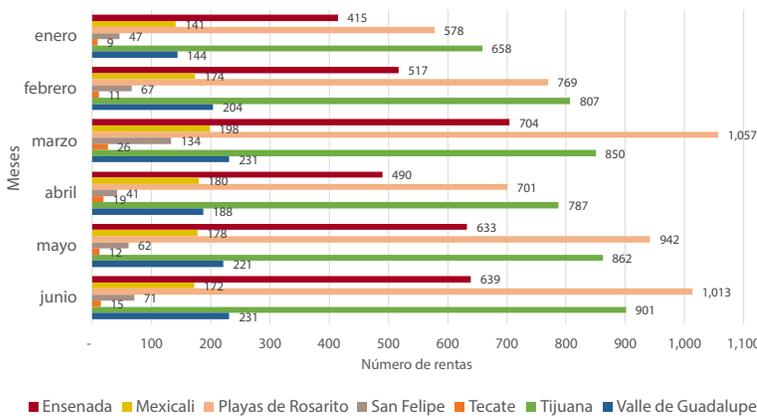
En el primer semestre de 2024, la plataforma Airbnb registró 16,101 rentas en Baja California, cifra que representa una ligera disminución del 0.9% respecto al mismo periodo de 2023, en el que se contabilizaron 16,252 rentas. Este comportamiento sugiere una relativa estabilidad en la demanda de este tipo de alojamientos. En cuanto a la distribución mensual de las rentas, cabe enfatizar que marzo se posicionó como el mes con mayor actividad, concentrando 3,201 rentas, lo que representó el 19.9% del total semestral. Sobresalió Playas de Rosarito con 1,057 rentas, seguido de Tijuana con 850 y Ensenada con 704.

En contraste, enero fue el mes con menor número de rentas, registrando solo 1,992 (12.4%), con Tijuana liderando con 658 rentas, seguido de Playas de Rosarito (578) y Ensenada (415). Otros municipios, como Tecate (9 rentas), San Felipe (47) y Mexicali (141), reportaron cifras significativamente más bajas en este mes. En el caso de abril, que fue el segundo mes con menor actividad, se contabilizaron 2,406 rentas (14.9%). Este comportamiento mantuvo una distribución similar, con Tijuana (787), Playas de Rosarito (701) y Ensenada (490) como los destinos más solicitados, mientras que Tecate (9), San Felipe (41) y Mexicali (180) registraron los números más bajos (Ver Figura 25).

A nivel municipal, Playas de Rosarito lideró con 5,060 rentas en el semestre, representando el 31.4% del total estatal. Le siguieron Tijuana con 4,865 rentas (30.2%) y Ensenada con 3,399 (21.1%). Por el contrario, los destinos con menor demanda fueron Tecate (93 rentas), San Felipe (421) y Mexicali (1,043). En Playas de Rosarito, abril se destacó como el mes con mayor actividad (1,057 rentas, equivalente al 21% de su total semestral), mientras que enero fue el mes más bajo (578 rentas, 11.4%). En Tijuana, junio alcanzó el máximo mensual con 901 rentas, mientras que enero presentó la menor actividad con 658 rentas. Finalmente, en Tecate, febrero sobresalió como el mejor mes con 23 rentas, mientras que enero registró el mínimo semestral con solo 9 rentas (Ver figura 25).

Los datos reflejan una notable concentración de la demanda en los destinos costeros de mayor actividad turística, como Playas de Rosarito, Tijuana y Ensenada, mientras que los municipios con menor oferta de alojamiento, como Tecate y San Felipe, presentan cifras significativamente más bajas. Este análisis reafirma la correlación entre la popularidad del destino y el volumen de rentas, resaltando la necesidad de estrategias específicas para diversificar la oferta turística y equilibrar la demanda en el estado.

Figura 25. Número de rentas en Airbnb (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

El perfil de los usuarios de Airbnb durante el primer semestre de 2024 indica una marcada preferencia por Playas de Rosarito y Ensenada, destinos asociados con experiencias de sol y playa, gastronomía y aventura. Esta tendencia refuerza la relevancia de estos destinos como opciones predilectas para viajeros interesados en actividades relacionadas con el disfrute del entorno natural, la autenticidad cultural y el turismo regenerativo.

Asimismo, la prominencia de Tijuana entre los destinos más demandados refleja una fuerte atracción hacia el turismo urbano, particularmente en segmentos como la salud, los nómadas digitales, los negocios y la gastronomía. Esto sugiere que la ciudad está posicionada como un hub estratégico que combina infraestructura urbana, accesibilidad, cercanía a la frontera y una oferta diversificada adaptada a necesidades tanto de corto como de largo plazo. En contraste, los datos de Airbnb evidencian la necesidad de que destinos como Tecate, San Felipe, Mexicali e incluso el Valle de Guadalupe diversifiquen su oferta de alojamiento y refuercen la promoción de sus atractivos turísticos. La implementación de estrategias que resalten sus características distintivas, como la riqueza cultural, los paisajes naturales y las experiencias eco y enoturísticas, podría incrementar su competitividad en el mercado de hospedaje. Esto sería especialmente relevante para captar segmentos de viajeros que buscan alternativas menos convencionales y altamente personalizadas.

Satisfacción general de los huéspedes por destino

En analogía con plataformas como Booking y Expedia, Airbnb permite a los usuarios calificar sus experiencias utilizando un sistema de evaluación basado en un rango de 1 a 5 estrellas. Este sistema ofrece una valoración general del servicio recibido, así como la posibilidad de calificar aspectos específicos de la experiencia de hospedaje. La puntuación promedio de todas las evaluaciones realizadas por los huéspedes constituye la calificación global del lugar, que refleja el nivel de satisfacción percibido en las unidades de alojamiento (Airbnb, 2023b). Este modelo de calificación ofrece una herramienta rápida y accesible para conocer las opiniones de los clientes, aunque cabe señalar que la interpretación de las evaluaciones puede variar según las expectativas individuales de los usuarios.

En términos generales, las categorías de calificación de Airbnb pueden interpretarse como sigue:

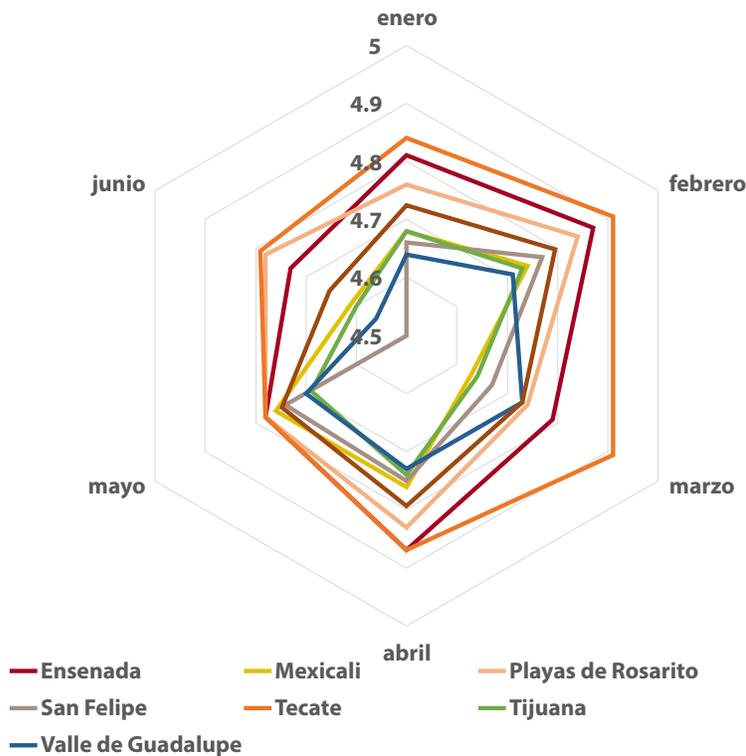
- 1-2 estrellas: Experiencia insatisfactoria.
- 3 estrellas: Experiencia promedio.
- 4 estrellas: Experiencia muy buena.
- 5 estrellas: Experiencia excepcional.

En el primer semestre de 2024, la calificación global promedio en el estado fue de 4.7 estrellas, equivalente a una experiencia “muy buena” según los estándares de Airbnb. Este mismo nivel de evaluación se mantuvo en todos los destinos turísticos analizados, con puntuaciones superiores a 4.7, lo que refuerza la percepción general positiva sobre la calidad del servicio de hospedaje en Baja California. A nivel mensual, las calificaciones promedio oscilaron entre 4.6 y 4.9 estrellas, indicando un desempeño sólido, pero con margen de mejora para alcanzar la categoría de “excepcional” en términos absolutos (ver figura 26).

Al observar las variaciones entre destinos, emergen patrones dignos de análisis. Por ejemplo, aunque el Valle de Guadalupe registró uno de los menores volúmenes de rentas, fue consistentemente el destino con las calificaciones más altas durante el período analizado. En contraste, Tecate, otro destino con bajo volumen de rentas, obtuvo algunas de las calificaciones más bajas. Por su parte, Tijuana, que figuró entre los destinos con mayor número de rentas, mostró también evaluaciones generales más bajas en comparación con otros municipios destacados.

Estos resultados evidencian que no existe una relación directa entre el volumen de rentas y el nivel de satisfacción general percibido. Por lo tanto, inferir estrategias basadas únicamente en esta relación sería limitado. Es necesario considerar un espectro más amplio de factores que influyen en la percepción de calidad, incluidos los aspectos específicos del servicio evaluados por los usuarios, los cuales se abordan en los siguientes apartados.

Figura 26. Satisfacción general de los huéspedes (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Satisfacción reportada por los huéspedes por destino para diferentes conceptos

Airbnb permite a sus usuarios calificar seis categorías clave del servicio de hospedaje, utilizando el mismo sistema de evaluación empleado para la calificación general. Estas categorías son evaluadas mediante una escala de una a cinco estrellas, donde los criterios de satisfacción utilizados corresponden a los mismos establecidos para la valoración global de la experiencia. Este enfoque asegura una uniformidad en la medición de la calidad percibida, facilitando comparaciones tanto a nivel general como por aspectos específicos.

En el análisis realizado, se examinaron las evaluaciones de estas categorías en los principales destinos turísticos de Baja California, considerando también su evolución durante el último semestre de 2024. Este análisis permite identificar patrones en la percepción de los usuarios, así como áreas de oportunidad para mejorar la experiencia de alojamiento en la región.

Tabla 12. Categorías evaluadas por Airbnb

Limpieza	Evalúa la satisfacción de los huéspedes en términos de la higiene general de la propiedad, incluyendo habitaciones, sanitarios, áreas comunes y cualquier espacio accesible al usuario. Este aspecto refleja la percepción de calidad y cuidado en los estándares de limpieza implementados.
Llegada	Mide la satisfacción respecto al proceso de arribo a la propiedad. Incluye elementos como la facilidad y eficiencia del registro, claridad de las indicaciones para acceder al lugar y la disponibilidad de información útil que facilite la experiencia inicial del huésped.
Comunicación	Valora la efectividad de la interacción con el anfitrión. Considera aspectos como la rapidez y claridad en las respuestas, la capacidad de ofrecer información relevante, y la disposición para resolver dudas o necesidades durante la estancia.
Ubicación	Mide la satisfacción vinculada con la conveniencia geográfica del alojamiento. Se consideran factores como la proximidad a puntos de interés turístico, disponibilidad de transporte público, y cercanía a servicios esenciales que contribuyan a mejorar la experiencia del huésped.
Precisión (exactitud)	Evalúa el grado en que la información proporcionada por el anfitrión coincide con la realidad del alojamiento. Esto incluye la veracidad de las fotografías, descripciones y cualquier otra información publicada en la plataforma.
Relación calidad-precio	Examina si los huéspedes perciben que el precio pagado corresponde con el nivel de servicio recibido. Este aspecto refleja el balance entre costo y beneficios, proporcionando una medida de la percepción de valor del alojamiento.

Fuente: Elaborado por el Observatorio Turístico con base en información de Airbnb (2024).

La tabla 12 resume los aspectos evaluados, proporcionando una descripción detallada de cada categoría, que incluyen elementos relacionados con la infraestructura, la atención al cliente y el compromiso ambiental, entre otros. Este nivel de desglose contribuye a obtener una visión integral sobre los factores que influyen en la satisfacción del cliente y las posibles estrategias de mejora para cada destino.

Durante el primer semestre de 2024, las evaluaciones de las seis categorías de servicio de alojamiento en Ensenada destacaron con puntuaciones superiores a 4.5, clasificándolas como "muy buenas". Sin embargo, se identificaron ligeras variaciones mensuales. Por ejemplo, la precisión obtuvo su mejor calificación en febrero (4.8) y menor en marzo (4.6). La llegada, sus mejores calificaciones fueron de 4.9 en enero y febrero, su peor calificación en marzo con 4.7 y en el resto de los meses tuvo 4.8 puntos. La limpieza obtuvo 4.7 en marzo y abril y en el resto 4.8. En cuanto a la comunicación, la peor calificación fue de 4.5 en marzo y en el resto de los meses obtuvo 4.9 puntos. La ubicación obtuvo calificaciones de 4.7 y 4.8 en todos los meses. Y, la calidad-precio fue la de evaluaciones menores con 4.5, 4.6 y 4.7 puntos en los diferentes meses. Aunque las calificaciones reflejan una percepción positiva generalizada, estos resultados sugieren áreas de mejora para alcanzar una experiencia "excepcional" y mayor consistencia (ver Figura 27).

Tecate se destacó como el destino con las calificaciones más altas en promedio, alcanzando consistentemente 4.9 estrellas en las categorías de llegada y comunicación durante todos los meses analizados. En la categoría de limpieza, también obtuvo 4.9, salvo en junio, cuando descendió a 4.8. En contraparte, las categorías: precisión, ubicación y relación calidad-precio mantuvieron un promedio de 4.8 a lo largo del semestre (ver Figura 28).

Mexicali presentó evaluaciones que fluctuaron entre 4.6 y 4.8 estrellas. La ubicación fue el aspecto mejor calificada con 4.8 en todos los meses, seguida de las categorías llegada y comunicación, que alcanzaron 4.8 en cinco meses y 4.7 en uno. Las categorías de precisión, limpieza y relación calidad-precio tuvieron las evaluaciones más bajas, con predominancia de 4.6 y 4.7 puntos en el semestre (ver Figura 29).

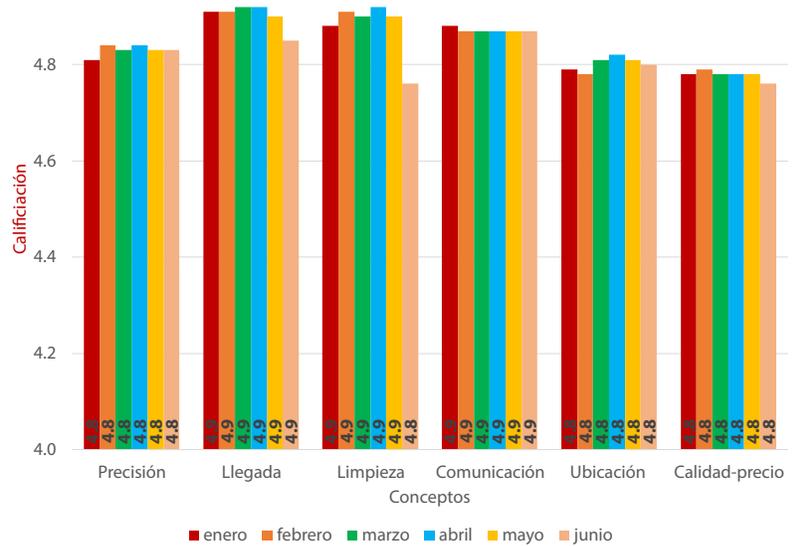
Tijuana fue uno de los destinos con calificaciones más similares al promedio general, de tal suerte que las categorías precisión, ubicación y llegada en todos los meses fueron evaluadas con 4.7. La comunicación destacó como la mejor evaluada con cuatro meses en 4.7 y dos en 4.8. Sin embargo, la relación calidad-precio fue la categoría con menor puntuación, alcanzando 4.7 en junio y 4.6 en el resto de los meses (ver Figura 30).

En Playas de Rosarito, las categorías de llegada y comunicación sobresalieron, obteniendo entre 4.8 y 4.9 en todos los meses. Atributos como precisión y ubicación también mantuvieron 4.8, mientras que la limpieza fluctuó entre 4.7 y 4.8. No obstante, la relación calidad-precio fue la más baja, llegando a un mínimo de 4.1 en dos meses, aunque en los restantes osciló entre 4.7 y 4.8 (ver Figura 31).

El Valle de Guadalupe mostró un desempeño destacado en ubicación, con calificaciones de 4.7 en cuatro meses y 4.8 en dos. Las categorías de limpieza y comunicación mantuvieron 4.7 durante cinco meses y subieron a 4.9 en junio. La llegada siguió un patrón similar, alcanzando 4.8 en el último mes. Sin embargo, relación calidad-precio fue la más baja, con valores de 4.5 en dos meses, 4.6 en otros dos, y 4.7 en los restantes (ver Figura 32).

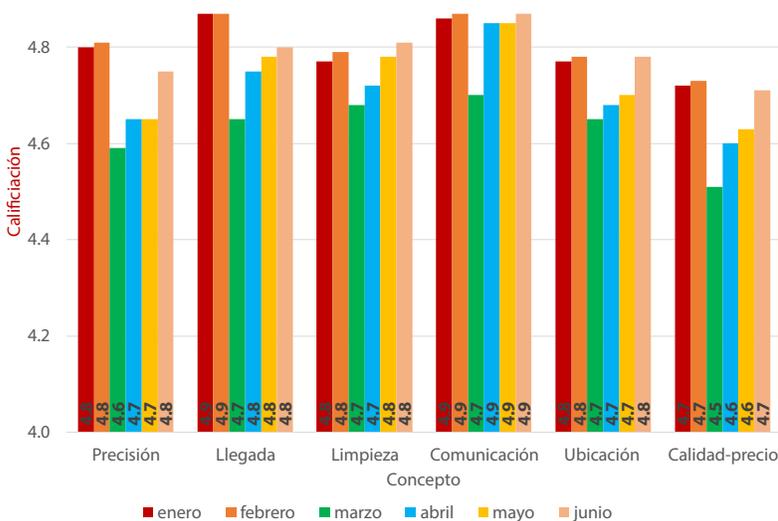
Finalmente, en San Felipe, la comunicación fue la mejor evaluada, con 4.8 en cinco meses y 4.7 en enero. La llegada obtuvo 4.7 en dos meses y 4.8 en el resto, mientras que la ubicación fluctuó entre 4.7 y 4.8. Relación calidad-precio fue nuevamente la categoría más baja, con 4.5 en los primeros cinco meses y 4.6 en junio (ver Figura 33).

Figura 28. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Tecate (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 27. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Ensenada (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

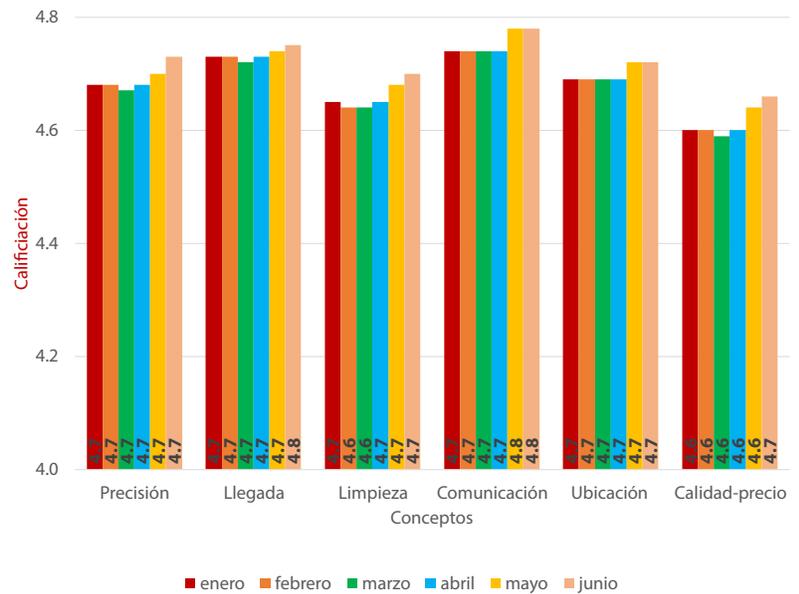
Las evaluaciones realizadas evidencian, de manera consistente, que las calificaciones generales y específicas de los servicios de alojamiento en los destinos turísticos de Baja California son predominantemente positivas, con puntajes superiores a cuatro estrellas y frecuentemente acercándose al máximo de cinco. No obstante, es importante señalar que aún existen áreas susceptibles de mejora, particularmente en ciertas categorías y destinos específicos.



Hacienda Bajamar, Ensenada

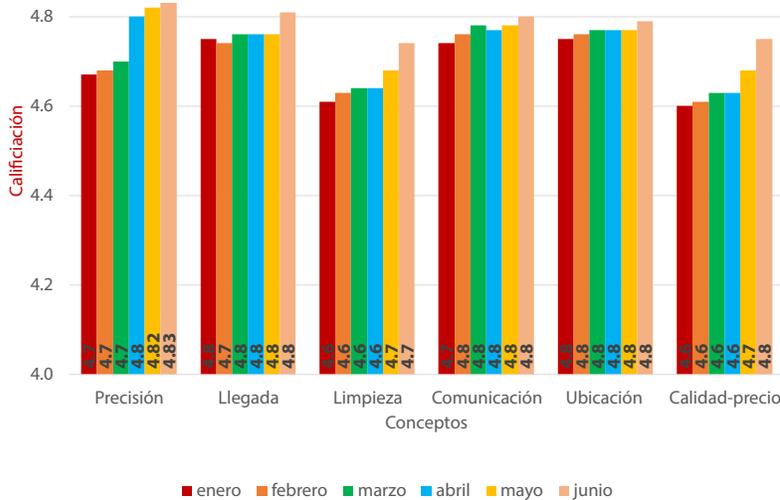
Un examen más detallado revela una notable diversidad en las valoraciones según el destino y el aspecto evaluado. Por ejemplo, la relación calidad-precio fue, de manera generalizada, la categoría con menor puntuación en todos los destinos. Sin embargo, en términos de características mejor valoradas, las preferencias de los usuarios varían significativamente. En algunos casos, atributos como ubicación y limpieza se destacaron como factores clave de satisfacción, mientras que, en otros aspectos como llegada y comunicación obtuvieron las mejores evaluaciones. Esta variabilidad resalta la necesidad de diseñar estrategias diferenciadas que respondan a las particularidades de cada destino turístico en Baja California. Por un lado, es fundamental abordar los puntos débiles, como la percepción de calidad-precio, mediante iniciativas que refuercen la percepción de valor para los usuarios. Por otro, se deben consolidar las fortalezas específicas de cada destino, integrándolas en las estrategias de promoción y desarrollo turístico. Este enfoque adaptativo permitirá no solo mantener los altos estándares actuales, sino también avanzar hacia una experiencia de alojamiento excepcional y uniforme en toda la región.

Figura 30. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Tijuana (enero a junio de 2024)



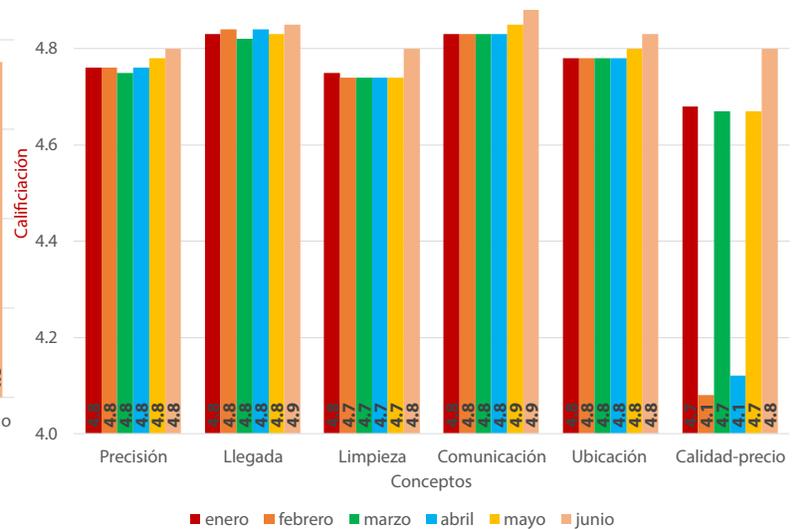
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 29. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Mexicali (enero a junio de 2024)



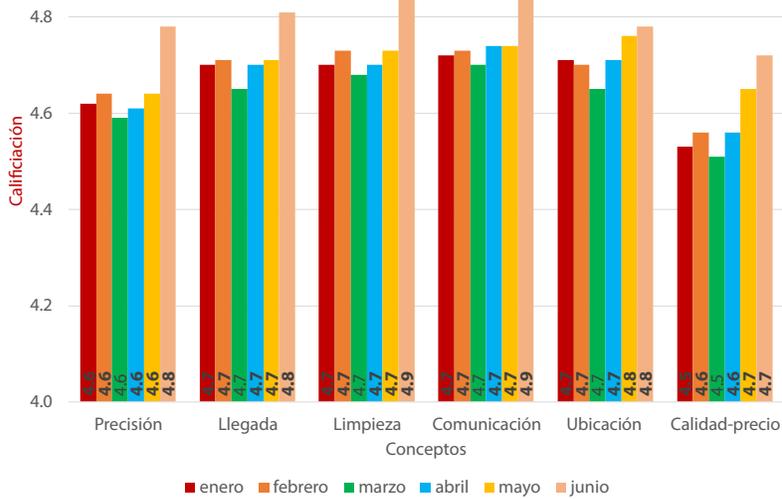
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 31. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Playas de Rosarito (enero a junio de 2024)



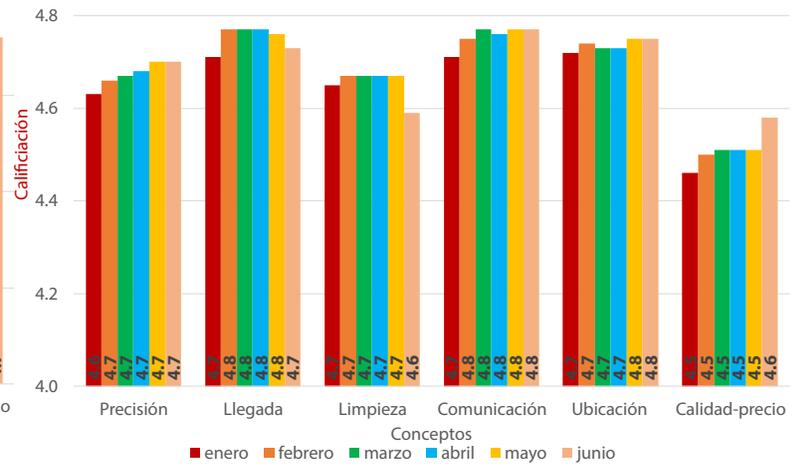
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 32. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Valle de Guadalupe (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 33. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos San Felipe (enero a junio de 2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).



Olive Baja, Valle de Guadalupe

RESUMEN FINAL

- En el primer semestre de 2024, Baja California recibió \$1,809 millones de dólares (MDD) por concepto de Inversión Extranjera Directa (IED), lo que representó solo el 5.8% del total nacional.
- La IED captada en este semestre superó la cifra alcanzada en todo el año 2023 y se acercó significativamente a los niveles obtenidos en 2022.
- Destaca que el 8.4% de la IED fue destinada a servicios de alojamiento temporal, lo que refleja un crecimiento notable en la actividad turística del estado.
- El tipo de cambio, que alcanzó niveles más bajos que los registrados en 2017, podría representar una oportunidad para atraer un mayor número de visitantes internacionales. Sin embargo, la atracción de turistas internacionales debe centrarse en factores como la calidad del servicio, la autenticidad de la oferta, la diversificación y la atención al detalle, más que en la devaluación del dólar.
- La inflación se mantuvo constante entre el 4.5% y el 4.8%, lo cual contribuye a una estabilidad en los precios, ofreciendo una ventaja competitiva para los turistas al encontrar precios previsibles.
- El empleo formal en el sector turístico alcanzó los 63.1 mil afiliados en el primer semestre de 2024, un aumento de 1,600 afiliados con respecto a 2023.
- Baja California registró casi 9 millones de visitantes internacionales fronterizos por vía terrestre en el primer semestre de 2024, con un incremento del 20% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Del total de estos visitantes, el 45% fueron turistas y el 55% excursionistas. De los turistas, casi el 87% llegaron en automóvil, mientras que un 16% de los excursionistas cruzaron caminando.
- Los principales motivos de viaje fueron las visitas familiares (49.9%), atención médica (24.3%) y turismo de placer (16.6%).
- El 78.24% de los turistas internacionales fronterizos optaron por hospedarse en casas particulares, mientras que el 16.59% eligió hoteles.
- El 44.9% de los visitantes internacionales fronterizos visitan Baja California al menos una vez al mes, el 31% una vez al año y el 22.9% lo hacen al menos una vez a la semana.
- El gasto total de los visitantes internacionales fronterizos ascendió a \$972.9 millones de dólares, con un aumento claro en el gasto promedio desde 2021, reflejando la recuperación del turismo post-COVID.
- Los turistas generaron el 57.4% del gasto, mientras que los excursionistas contribuyeron con el 42.6%.
- El gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos fue de \$109.4 dólares, mientras que los turistas gastaron \$139.2 dólares en promedio y los excursionistas \$89.4 dólares, lo que implica una diferencia del 55% en el gasto por visitante. A pesar de la disminución en el número de visitantes internacionales fronterizos, se observó un notable aumento en el gasto promedio por visitante. Por cada dólar que gastaron los excursionistas, los turistas erogaron \$1.56 dólares.
- Los precios de hospedaje en Booking aumentaron durante el semestre, fluctuando entre los \$62 y los \$173 dólares en enero y entre los \$71 y los \$218 dólares en junio.
- En Expedia, los precios promedio bajaron (con excepción de Tijuana), de un rango de \$84 a \$219 dólares en enero a uno de \$76 a \$169 dólares en junio.
- Aunque Booking recibe más reseñas que Expedia, los niveles de satisfacción son similares en ambos portales.
- Tecate y el Valle de Guadalupe fueron los destinos mejor evaluados, mientras que Mexicali, Tijuana, San Felipe y, especialmente Playas de Rosarito, recibieron calificaciones más bajas.
- En cuanto a categorías específicas, en Booking los aspectos mejor valorados fueron el personal, el confort, la limpieza y la ubicación, mientras que los peores fueron el Wifi, las instalaciones y la relación calidad-precio.
- En Expedia, la limpieza y el personal fueron los aspectos más valorados, mientras que los servicios y las condiciones de la propiedad fueron los peor evaluados.
- Airbnb continuó su crecimiento como opción de hospedaje extra-hoteler, con más de 16,000 rentas registradas en el primer semestre de 2024.
- De los seis aspectos evaluados en Airbnb, la llegada y la limpieza fueron los mejor puntuados, mientras que la comunicación y la relación calidad-precio obtuvieron las calificaciones más bajas.
- Las evaluaciones en Airbnb mostraron una gran variabilidad entre los destinos turísticos de Baja California, destacando la necesidad de enfoques personalizados para cada región.

REFERENCIAS

- AirDNA (2024). Sitio web AirDNA. Disponible [aquí](#)
- Airbnb (2024a). Interpretar los datos de rendimiento relativos a la calidad. Disponible [aquí](#)
- Airbnb (2023b). About us. Disponible [aquí](#)
- Banco de México (Banxico). (2024). Tipos de cambio y resultados históricos de las subastas. Sistema de información económica. Disponible [aquí](#)
- Booking (2023a). Sitio web Booking. Disponible [aquí](#)
- Booking (2023b). Todo lo que necesitas saber sobre las puntuaciones de los comentarios. Disponible [aquí](#)
- Booking (2024). Sobre Booking.com. Disponible [aquí](#)
- De Lima, C. L. y De Oliveira, M. A. D. (2019). Las evaluaciones online en la decisión de compra de servicios hoteleros. Estudios y Perspectivas en Turismo, 28(4), 942-961. Disponible [aquí](#)
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP). (2023, 31 de marzo). Fortaleza del tipo de cambio frente al contexto financiero internacional. Cámara de Diputados de la LXV Legislatura. Disponible [aquí](#)
- Clavellina M. J.L. y Badillo, J. L. A. (2023, 8 de agosto). Apreciación cambiaria y finanzas públicas: ¿Peso fuerte o debilidad del dólar? Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP). Disponible [aquí](#)
- Curry, D. (2024a, 28 de marzo). Booking revenue and usage statistics (2024). Bussines of Apps. Disponible [aquí](#)
- Curry, D. (2024b, 01 de marzo). Expedia revenue and usage statistics (2024). Bussines of Apps. Disponible [aquí](#)
- El Economista. (2023, 01 de febrero). Las 5 tendencias del sector inmobiliario hotelero para este 2023. El Economista. Disponible [aquí](#)
- Expedia. (2024). Sitio web Expedia. Disponible [aquí](#)
- Expedia (2024a). Quienes somos. Disponible [aquí](#)
- Expedia (2024b). Cómo funciona nuestro orden de posicionamiento. Disponible [aquí](#)
- Forbes México (2024, 13 de febrero). Ganancias de Airbnb crecen 152% en 2023; destaca crecimiento en Latinoamérica. Disponible [aquí](#)
- Ferreyra A., V. (2022, junio). México y el turismo sustentable: retos en un entorno global. Sustentur. Disponible [aquí](#)
- Hu, T. (2022). Un estudio de la satisfacción de los clientes en hoteles de lujo de Sevilla a partir de las reseñas de Tripadvisor [Tesis de Grado en Turismo, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. Disponible [aquí](#)
- Gómez, A. G. (2022, 9 de febrero). ¿Cuál es el idioma más demandado por el sector turístico y hotelero? Tecno Hotel. Disponible [aquí](#)
- Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). (2024). Empleados asegurados por sector. Disponible [aquí](#)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). Índice de precios al consumidor de Baja California. Disponible [aquí](#)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024a). Encuestas de viajeros internacionales. Disponible [aquí](#)
- Internet Society. (2023, 4 de septiembre). ¿Cuáles son los idiomas más utilizados en Internet? Disponible [aquí](#)
- López Tamayo, D. A. y Ramírez-Álvarez, A. A. (2021). Análisis de precios hedónicos para Airbnb en la CDMX. Documentos de Trabajo del Centro de Estudios Económicos, (VII). Disponible [aquí](#)
- Miguel, R. (2024, 13 de febrero). En 2023, récord de ingresos por turismo internacional. El Universal. Disponible [aquí](#)
- Moncada-Marino C., Guala, C., Montecinos-Astorga, A. y Salazar, C. (2019). Factores que influyen en el precio de hoteles en Booking.com. El caso de Santiago de Chile. Información Tecnológica, 30(1). Disponible [aquí](#)

REFERENCIAS

- Observatorio Turístico de Baja California (OTBC). (2023). Panorama de la actividad turística en Baja California. Boletín 1, OTBC. Disponible [aquí](#)
- Observatorio Turístico de Baja California (OTBC). (2014). El desarrollo del ecoturismo en las áreas naturales protegidas de Baja California: Bahía de Los Ángeles, un oasis en el desierto. Disponible [aquí](#)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). Understanding domestic tourism and seizing its opportunities. UNWTO briefing note-tourism and COVID-19, 22(1). Disponible [aquí](#)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2024, 1 de enero). International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024. World Tourism Barometer 1(22). Disponible [aquí](#)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD). (2024, febrero). Fortalecer las bases para el crecimiento. Perspectivas económicas de la OCDE. Disponible [aquí](#)
- Piedras, E. (2021, 31 de agosto). Alojamiento en plataformas digitales: un análisis de su contribución económica. Forbes. Disponible [aquí](#)
- Secretaría de Economía (SE). (2023a). Inversión extranjera directa. Cierre de 2023. Disponible [aquí](#)
- Secretaría de Economía (SE). (2024). Inversión extranjera directa. Disponible [aquí](#)
- Secretaría de Turismo (Sectur). (2024). Resultados de la Actividad Turística. Junio 2024. Disponible [aquí](#)
- Smart Travel News. (2019, 10 de abril). Expedia: los viajeros eligen hotel por los comentarios antes que por las marcas. Smart Travel News. Disponible [aquí](#)
- World Economic Forum (WEF). (2022). Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Disponible [aquí](#)
- Ye, Q., Law, R., Gu, B. y Chen, W. (2011). The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e- 36 word-of-mouth to hotel online Bookings. Computers in Human Behavior, 27(2), 634- 639. Disponible [aquí](#)

Dra. Nora L. Bringas Rábago
Coordinadora General

Participantes

Dr. Basilio Verduzco Chávez

Dr. Rafael Ruiz Ortega

Apoyo Técnico Especializado

Lic. Carlos Vladimir Ruelas González

Lic. Luis Francisco Lares Serrano

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

Mtro. Miguel Aguiñiga Rodríguez

Secretario de Turismo

Mtro. José de Jesús Quiñónez Ramírez

Subsecretario de Turismo

Lic. Kathya Portillo Peralta

Coordinación de Estadística



ESCRÍBENOS

 observatur.bajacalifornia@gmail.com

VISÍTANOS

 observaturbc.com

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