BOLETÍN NO. 5

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA

PANORAMA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BAJA CALIFORNIA

ENERO-DICIEMBRE 2024

BAJA CALIFORNIA GOBIERNO DEL ESTADO | TURISMO Secretaría de Turismo | Ciencia y Tecnología Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación | El Colegio de la Frontera Norte

ÍNDICE

Presentación.....**1**
INDICADORES DE COYUNTURA.....**3**
Tipo de cambio nacional
Inflación.....4
Inversión Extranjera Directa.....5
Empleo formal.....6
MOVILIDAD DE VIAJEROS Y OFERTA HOTELERA.....**7**
Aforo vehicular en las principales carreteras de Baja California
Arribo de cruceros a Ensenada.....8
Operaciones aéreas y afluencia de pasajeros.....9
Oferta y ocupación hotelera.....10
Cruces fronterizos terrestres.....11
BAJA CALIFORNIA EN EL CONTEXTO DE LA FRONTERA NORTE.....**12**
Afluencia de visitantes internacionales en los estados de la frontera norte
Composición porcentual de visitantes internacionales fronterizos.....13
Gasto de los visitantes internacionales en los estados de la frontera norte.....14
Gasto promedio de los visitantes internacionales en la frontera norte.....16
Gasto promedio por tipo de visitante en la frontera norte
VISITANTES INTERNACIONALES FRONTERIZOS VÍA TERRESTRE EN BAJA CALIFORNIA.....**18**
Afluencia de visitantes internacionales fronterizos
Turistas y excursionistas internacionales fronterizos según medio de transporte
Principales motivos del viaje de los visitantes internacionales fronterizos.....19
Preferencias en el tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos.....20
Frecuencia de las visitas
Gasto de los visitantes fronterizos internacionales.....21
Gasto total por tipo de visitante
Gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos.....23
Gasto promedio por tipo de visitante
PLATAFORMAS HOTELERAS EN LÍNEA.....**25**
BOOKING.....**26**
Precio promedio en Booking
Reseñas registradas por los huéspedes en Booking
Idioma utilizado por los huéspedes en las reseñas.....28
Satisfacción general de los huéspedes
Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos.....30
EXPEDIA.....**34**
Precio promedio en Expedia
Reseñas registradas por los huéspedes en Expedia.....35
Satisfacción general de los huéspedes.....36
Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos.....37
OFERTA EXTRA-HOTELERA (Airbnb).....**41**
Número de rentas en Airbnb
Satisfacción general de los huéspedes por destino.....42
Satisfacción de la calidad de alojamiento por destino y categoría.....43
Resumen final.....**49**
Referencias.....**51**

PRESENTACIÓN

La actividad turística en Baja California constituye un pilar fundamental de la economía estatal, pero también incide en diversos ámbitos de la vida social y ambiental de sus habitantes. En este contexto, el presente boletín tiene como propósito actualizar y sistematizar información clave sobre la evolución del turismo en la entidad durante 2024, dando continuidad al análisis desarrollado por el Observatorio Turístico de Baja California (OTBC). A través de esta iniciativa, se busca fortalecer la competitividad del estado como destino turístico tanto a nivel nacional como internacional, proporcionando insumos para la toma de decisiones fundamentadas en evidencia, la formulación e implementación de políticas públicas acordes a la realidad regional y una mayor accesibilidad a información relevante para visitantes actuales y potenciales.

El cumplimiento de este objetivo resulta fundamental en el contexto del crecimiento del turismo global, tal como señala el World Economic Forum (WEF), al afirmar que los destinos más avanzados en la adopción de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) tendrán mayores oportunidades para diversificar sus mercados y capitalizar tendencias emergentes. En este sentido, el auge de los nómadas digitales y el turismo de naturaleza representa una oportunidad estratégica para los países con abundancia de recursos naturales, infraestructura y equipamiento turístico, permitiéndoles consolidar su posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo (WEF, 2022).

Si bien Baja California posee ventajas competitivas frente a otros destinos, como su diversidad biogeográfica y cultural, así como un patrón de concentración y dispersión poblacional que ha favorecido la conservación de su riqueza natural y cultural en amplias zonas del territorio (Bringas y Toudert, 2011), estos factores por sí solos no garantizarán su competitividad en el mediano plazo. Para fortalecer su posición como destino turístico, resulta imperativo diseñar estrategias orientadas a mejorar la gestión y calidad de los recursos, expandir la infraestructura disponible, atraer inversión y reforzar las condiciones de seguridad para los visitantes, ya que estos elementos constituyen factores determinantes en el éxito de un destino turístico (Ferreyra, 2022).

Como se ha señalado en boletines anteriores, en las últimas décadas Baja California ha fortalecido su posición en el ámbito turístico nacional mediante el desarrollo de productos innovadores, como el enoturismo, la gastronomía, el turismo de negocios, de salud y de romance, entre otros. Esta diversificación ha impulsado la proyección internacional del estado, consolidándolo como un destino competitivo y atractivo para distintos segmentos de mercado.

Dado que el turismo es un sector altamente dinámico y sujeto a constantes transformaciones en la demanda y las condiciones del mercado, la recopilación, sistematización y análisis de información estratégica resultan esenciales. Este proceso no solo facilita una toma de decisiones informada, sino que también fortalece la capacidad de resiliencia del sector, permitiéndole adaptarse a nuevas tendencias, mitigar riesgos y aprovechar oportunidades para transitar hacia un desarrollo más sostenible en la región.

Con el objetivo de proporcionar un análisis integral sobre la evolución y tendencias del sector turístico del estado, este boletín se estructura en cinco secciones fundamentales. En primer lugar, se presenta un panorama general de la actividad turística en la región a través de indicadores estratégicos de coyuntura, lo que permite evaluar el estado actual del sector y proyectar posibles escenarios futuros. Enseguida, se analizan las tendencias en el aforo de visitantes en Baja California, considerando los principales medios de acceso utilizados y los destinos con mayor afluencia turística. Este apartado no solo identifica patrones de movilidad y preferencias de los turistas, sino que también aporta información clave para la toma de decisiones estratégicas.

En la tercera sección se examinan diversos aspectos que conforman la compleja dinámica de los visitantes internacionales fronterizos en Baja California. Comenzando con una descripción del estado en el contexto de la frontera norte, para luego abordar temas específicos como el flujo de visitantes fronterizos, los principales motivos de viaje, el gasto diferenciado según el tipo de visitante: excursionistas y turistas, entre otros. Mientras que, en la cuarta sección, se analiza la oferta de alojamiento hotelero en Baja California, basado en información obtenida de plataformas de reservas en línea como Booking y Expedia. Estos datos permiten evaluar la capacidad instalada del sector, los precios promedio y la disponibilidad en distintas categorías de establecimientos, proporcionando un diagnóstico clave para la planificación y gestión turística.

En la quinta sección se examina la oferta de alojamiento extrahotelero, es decir, las alternativas de hospedaje que van más allá de los hoteles tradicionales. Para ello, se analizan datos provenientes de plataformas como Airbnb, cuyo crecimiento ha transformado significativamente el mercado turístico. Este apartado permite identificar nuevas tendencias de hospedaje y comprender las preferencias de un segmento de viajeros que busca experiencias más flexibles y personalizadas. En conjunto, estas cuatro secciones ofrecen una visión integral y actualizada del panorama turístico en Baja California, proporcionando información estratégica para la toma de decisiones y la formulación de políticas que impulsen la competitividad del destino.

** 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.

Tipo de cambio nacional

Como estado fronterizo, Baja California mantiene una estrecha vinculación económica con Estados Unidos, donde la paridad peso-dólar funge como principal referencia monetaria. Esta relación es resultado de la intensa dinámica comercial, el intercambio de bienes y servicios, y el flujo constante de inversiones entre ambos países. En este contexto, el monitoreo de la tasa de cambio adquiere una relevancia estratégica tanto para la economía nacional como para la estatal, influyendo directamente en la competitividad de diversos sectores, incluido el turismo. En el ámbito turístico, destaca que más del 60% de los visitantes internacionales que recibe México provienen de Estados Unidos (Sectur, 2024), proporción que, como se analizará más adelante, se incrementa significativamente en Baja California. Este flujo constante de turistas estadounidenses refuerza la importancia de evaluar el impacto del tipo de cambio en el comportamiento del mercado y en la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo turístico de la región.

Figura 1. Tipo de cambio promedio anual nacional (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).

La figura 1 muestra la evolución del tipo de cambio peso-dólar en los últimos ocho años, evidenciando una tendencia general a la apreciación de la moneda mexicana, particularmente a partir de 2020. Entre 2017 y 2020, el dólar pasó de cotizarse en 18.9 a 21.5 pesos, lo que representó una depreciación del peso del 13.8% en ese periodo. Sin embargo, a partir de 2021, esta tendencia se revirtió, alcanzando en 2023 un tipo de cambio promedio de 17.7 pesos por dólar, el nivel más bajo del intervalo analizado, lo que implicó una apreciación acumulada del 17.7%. Para 2024, el dólar registró un ligero repunte, cerrando en 18.3 pesos por dólar, con un incremento del 3.4% respecto al año anterior.

De acuerdo con el Centro de Estudios en Finanzas Públicas (CEFP, 2023), la apreciación del peso se ha visto impulsada principalmente por el diferencial entre las tasas de interés de México y Estados Unidos, lo que ha contribuido a mitigar las presiones inflacionarias externas. Sin embargo, este fenómeno puede tener efectos adversos en sectores como el turismo y las exportaciones, ya que reduce el valor de las divisas ingresadas, afectando la competitividad de los bienes y servicios nacionales en el mercado internacional (Clavellina y Badillo, 2023).

Lo anterior subraya la necesidad de fortalecer la estabilidad del peso frente al dólar mediante una reestructuración integral de los sectores económicos del país, promoviendo un entorno más competitivo y resiliente en el comercio y las inversiones. En el ámbito turístico, resulta imperativo incrementar la competitividad del sector a través de estrategias orientadas al desarrollo y modernización de la infraestructura, la optimización de la calidad en productos y servicios, y la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores. Asimismo, es crucial impulsar una oferta turística diferenciada y diversificada, que responda a las nuevas tendencias del mercado y refuerce la atracción de visitantes provenientes de distintos países, reduciendo así la dependencia de un solo emisor y fortaleciendo la sostenibilidad económica del destino.

Inflación

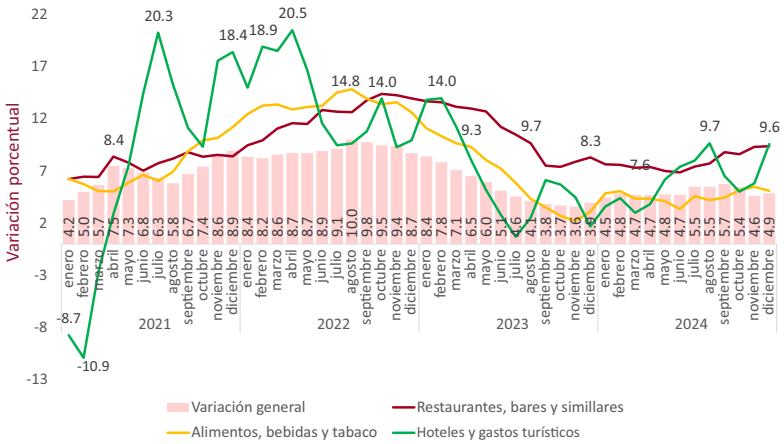
En términos de inflación, entendida como el incremento promedio generalizado de los precios, los datos de 2024 muestran una tendencia estable, con tasas que rondan el 5% a lo largo de los 12 meses analizados. Esta estabilidad contrasta con el comportamiento observado en 2022, año que registró los niveles más altos de inflación dentro del periodo considerado en la figura 2, con valores mensuales fluctuando entre 8.2% y 10%.

Sin embargo, al desglosar la inflación por sectores vinculados al turismo, se evidencian variaciones significativas. Mientras que los precios de alimentos y bebidas se han mantenido en línea con la inflación general durante 2024, el costo de los servicios en restaurantes y bares ha mostrado un incremento mayor, con tasas que oscilan entre 7.2% y 9.6%, manteniendo cierta estabilidad a lo largo del año. En contraste, los precios relacionados con hoteles y otros gastos turísticos han mostrado una alta volatilidad. En enero, la inflación en este segmento se situó en 4.5%, ascendió a 9.7% en agosto, descendió a 5.4% en octubre y cerró el año en 9.6%, evidenciando fluctuaciones que reflejan dinámicas estacionales y factores específicos del sector (ver figura 2).

Al comparar la evolución de la inflación en los sectores vinculados al turismo durante los últimos cuatro años, la figura 2 muestra que, en general, las tasas registradas en 2024 han sido inferiores a las de los tres años previos. En el caso de la inflación en alimentos, bebidas y tabaco, las tasas más bajas se han observado en 2024, mientras que los niveles más altos se registraron en 2022, alcanzando un máximo de 14.8%. No obstante, a pesar de estas variaciones, su comportamiento ha seguido una tendencia similar a la inflación general.

En cuanto a los precios en restaurantes, bares y establecimientos similares, el año con menor inflación dentro del periodo analizado fue 2021, con tasas que oscilaron entre 6.6% y 8.4%. Posteriormente, en 2022 y la primera mitad de 2023, se observó un incremento sostenido, alcanzando un pico del 14% en octubre de 2022. A partir de entonces, la inflación en este sector comenzó a descender, aunque sin retornar a los niveles registrados en 2021.

Figura 2. Variación porcentual anual de la inflación (2021-2024)



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

En el mismo tenor, se observa que los precios en hoteles y otros servicios turísticos han mostrado una alta volatilidad a lo largo del periodo. En marzo de 2021, la tasa inflacionaria fue negativa, pero para junio de ese mismo año alcanzó un máximo de 20.3%. En mayo de 2022, se registró el nivel más alto del periodo analizado, con una inflación del 20.5%. A partir de entonces, se ha observado una tendencia a la baja, con descensos marcados que llevaron la tasa al 2% en julio de 2023, antes de repuntar nuevamente hasta 9.6% en noviembre de 2024. Estas fluctuaciones reflejan tanto factores estacionales como ajustes en la oferta y demanda dentro del sector turístico.

En síntesis, los precios en las diversas actividades económicas han mostrado una tendencia a la baja desde 2022, lo que concuerda parcialmente con las proyecciones de la OCDE (2024), que anticipan una reducción gradual de la inflación en economías emergentes como México durante el periodo 2024-2025. Sin embargo, en 2024 se ha registrado un ligero repunte inflacionario, y dada la incertidumbre económica global, especialmente tras el reciente inicio del mandato de Donald Trump en Estados Unidos, se prevé que esta tendencia al alza persista en 2025.

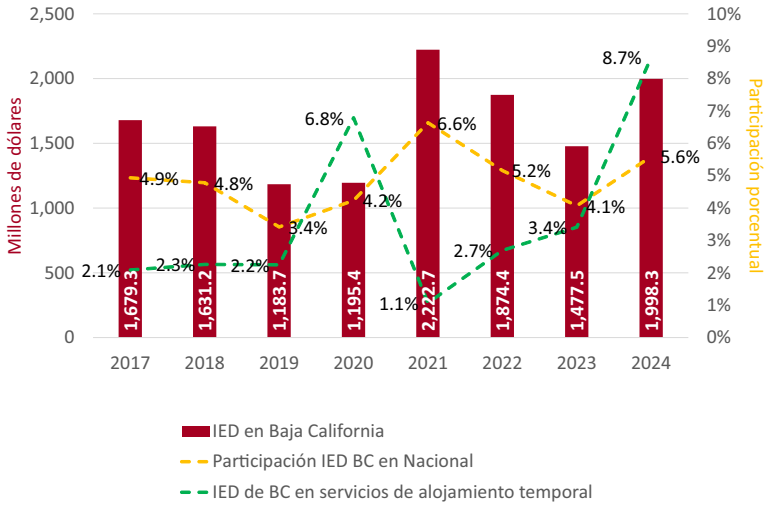
Ante este panorama, resulta crucial la implementación de estrategias que contribuyan a controlar y reducir progresivamente la inflación, ya que sus efectos adversos pueden comprometer la competitividad de los destinos turísticos del estado. En este sentido, la diversificación de la oferta turística y la mejora en la calidad de los servicios se perfilan como medidas clave para mitigar los impactos económicos y fortalecer la capacidad de atracción de visitantes, asegurando así un desarrollo sostenible del sector.

Inversión Extranjera Directa

En 2024, Baja California se consolidó como el tercer estado con mayor captación de Inversión Extranjera Directa (IED) en México, posicionándose solo detrás de la Ciudad de México y el Estado de México. Este resultado representa un avance significativo de cuatro posiciones respecto a 2023, cuando la entidad ocupaba el séptimo lugar a nivel nacional. Además de mejorar su posición en comparación con otras regiones, Baja California logró un incremento sostenido en la captación de IED durante 2022 y 2023, alcanzando un total de 1,998.3 millones de dólares, lo que equivale al 5.6% del total nacional. Este desempeño refleja la creciente confianza de los inversionistas en la entidad y el fortalecimiento de su atractivo como destino de inversión.

En términos históricos, 2024 se posiciona como el segundo año con mayor captación de IED en los últimos cinco años, solo superado por 2021, cuando la inversión alcanzó un máximo de 2,222.7 millones de dólares. Estos resultados destacan el papel clave de Baja California en la atracción de capital extranjero y su potencial para seguir impulsando el desarrollo económico regional. El comportamiento histórico de la Inversión Extranjera Directa (IED) en Baja California, representado en la Figura 3, confirma la tendencia observada hasta el primer semestre de 2024, evidenciando un patrón de volatilidad a lo largo del periodo analizado.

Figura 3. Inversión Extranjera Directa anual en Baja California (2017-2024)



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

Entre 2017 y 2020, la captación de IED experimentó una caída significativa, con montos que rondaban los 1,000 millones de dólares, reflejando un periodo de desaceleración en la inversión extranjera. En 2021, la inversión mostró una recuperación sustancial, duplicando los niveles de 2020, lo que sugiere un renovado interés de los inversionistas en la región. No obstante, en 2022 se registró una nueva contracción, aunque los niveles de inversión se mantuvieron por encima de los observados en 2017, lo que indica cierta resiliencia del sector.

A partir de 2022, se ha observado una tendencia de crecimiento sostenido en la captación de IED, lo que sugiere un fortalecimiento progresivo del atractivo económico de Baja California para la inversión extranjera. Este comportamiento refleja la capacidad del estado para adaptarse a los cambios en el entorno global y aprovechar sus ventajas competitivas en sectores estratégicos.

En el ámbito de la Inversión Extranjera Directa (IED) en el sector turístico, la Figura 3 evidencia una variabilidad significativa en la participación de los servicios de alojamiento temporal dentro del total de la IED estatal a lo largo del periodo analizado. Entre 2017 y 2019, su participación se mantuvo relativamente estable, oscilando entre 2.1% y 2.3%. Sin embargo, en 2020, se registró un crecimiento considerable, alcanzando el 6.8%, lo que sugiere un renovado interés en la inversión hotelera pese a los desafíos económicos globales. En 2021, esta participación descendió abruptamente hasta 1.1%, ubicándose incluso por debajo de los niveles de 2017-2019. No obstante, a partir de 2022, se ha observado una recuperación sostenida, culminando en 2024 con una participación del 8.7% del total de la IED estatal.

Este comportamiento representa una oportunidad estratégica para Baja California, ya que la atracción de capital extranjero mediante IED es un pilar fundamental para fortalecer la competitividad económica. A diferencia de otros flujos de inversión, la IED se orienta hacia activos físicos y genera beneficios estructurales a largo plazo, tales como el impulso al comercio internacional, el financiamiento empresarial, la creación de empleo, la transferencia tecnológica y el incremento de la productividad. En este sentido, los datos evidencian la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan la captación de IED, diversifiquen los sectores beneficiados y consoliden a Baja California como un destino atractivo para la inversión extranjera.

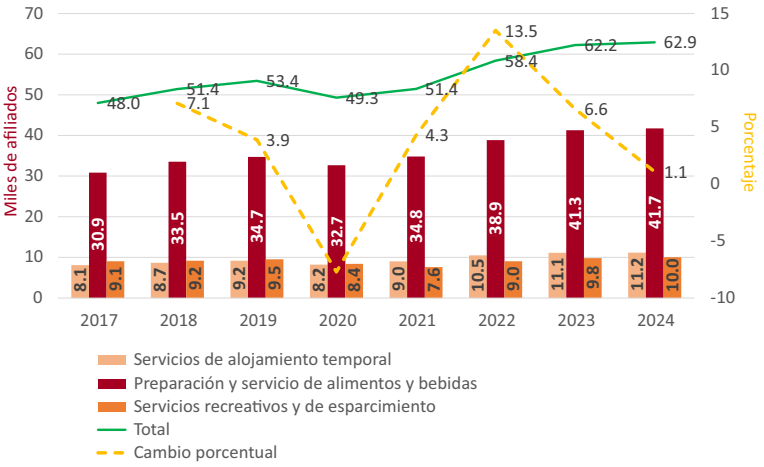
Como se destacó en el Boletín No. 4 (OTBC, 2024), que abarcó los primeros seis meses de 2024, el fortalecimiento de la industria de alojamiento en Baja California, impulsado por el crecimiento en la captación de capital externo, es un factor clave para la consolidación del desarrollo turístico de la región. Esta tendencia ascendente en la inversión permite no solo la modernización y expansión de hoteles, casas de huéspedes, pensiones y otros establecimientos similares, sino que también genera efectos multiplicadores en la economía local, como la creación de empleo directo e indirecto, la dinamización de destinos turísticos y la promoción de industrias complementarias, entre ellas la gastronomía, el turismo de salud y el comercio local. Asimismo, la inversión en infraestructura hotelera contribuye a la revalorización de áreas urbanas y rurales, promoviendo un desarrollo integral en las regiones beneficiadas. Dado este panorama, mantener y fortalecer la tendencia ascendente en la captación de IED en el sector turístico resulta esencial para garantizar la competitividad, sostenibilidad y resiliencia de Baja California como destino turístico a largo plazo.

Empleo formal

De acuerdo con datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), al cierre de 2024, cerca de 63 mil personas contaban con empleo formal en actividades relacionadas con los servicios de alojamiento temporal, la preparación y servicio de alimentos y bebidas, así como los servicios recreativos y de esparcimiento. Desde 2017, el empleo en estos sectores ha mantenido una tendencia creciente, con excepción de 2020 y 2021, cuando se registró una leve contracción debido al impacto de la pandemia de COVID-19. A pesar de esta desaceleración temporal, el empleo acumulado en el periodo ha aumentado más del 31% (ver figura 4).

No obstante, el ritmo de crecimiento ha mostrado una desaceleración progresiva en los últimos años. Entre 2023 y 2024, el empleo en el sector turístico creció apenas un 1.1%, cifra significativamente menor al 6.6% registrado entre 2022 y 2023 y aún más distante del 13.5% observado entre 2021 y 2022. Este comportamiento sugiere una normalización del mercado laboral tras la recuperación pospandemia, así como posibles limitaciones estructurales o cambios en la demanda del sector.

Figura 4. Empleo formal (2017-2024)



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

El desglose por categoría de actividad turística revela tendencias clave. Como se muestra en la figura 4, la preparación y servicio de alimentos y bebidas ha sido, de manera consistente, la actividad con mayor número de empleos formales, superando los 41 mil puestos tanto en 2023 como en 2024. En segundo lugar, se encuentra el servicio de alojamiento temporal, con poco más de 11 mil empleos formales, seguido por los servicios recreativos y de esparcimiento, que rondan los 10 mil. Es importante destacar que, antes de la pandemia, los servicios recreativos y de esparcimiento representaban la segunda mayor fuente de empleo dentro del sector. Sin embargo, la crisis sanitaria provocó una reconfiguración en la estructura laboral del turismo, reflejando cambios en las preferencias de consumo y en la operatividad de las empresas.

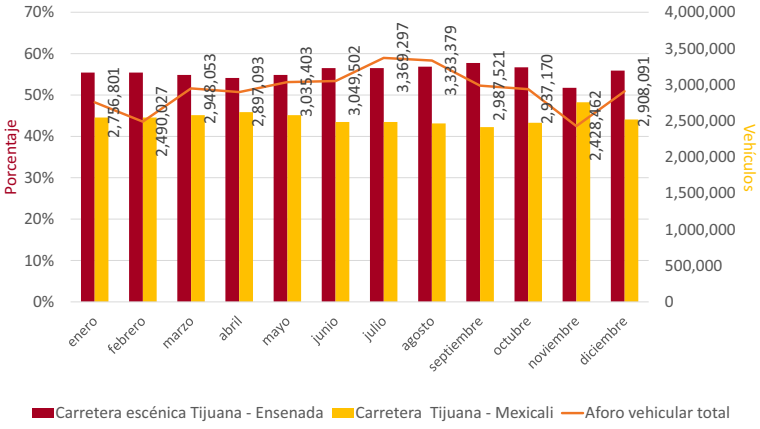
A pesar de la contracción del empleo en el sector turístico durante 2020 y 2021 como resultado de la pandemia de COVID-19, la tendencia general desde 2017 ha sido de crecimiento sostenido. Este comportamiento evidencia una recuperación progresiva del empleo formal del sector turístico de Baja California, reflejando su resiliencia y capacidad de adaptación ante crisis externas. En este contexto, resulta fundamental el diseño e implementación de estrategias que no solo consoliden esta recuperación, sino que también fomenten un crecimiento sostenible a largo plazo, impulsando la formalización laboral, la diversificación de servicios turísticos y la atracción de inversión en infraestructura y capacitación.

Aforo vehicular en las principales carreteras de Baja California

El flujo de visitantes a Baja California durante 2024, medido a través de los registros en las casetas de cobro de las dos principales autopistas del estado, alcanzó un aforo vehicular total de poco más de 35.14 millones de vehículos. De este total, el 55.6% circuló por la Carretera Escénica Tijuana-Ensenada, mientras que el 44.4% restante lo hizo por la Carretera Tijuana-Mexicali.

El análisis mensual del aforo vehicular (figura 5) muestra un promedio de 2.93 millones de vehículos por mes, con febrero y noviembre registrando los niveles más bajos, ligeramente superiores a los 2.4 millones. En contraste, julio y agosto fueron los meses de mayor tránsito, con 3.37 y 3.33 millones de vehículos, respectivamente. En todos los meses del año, la Carretera Escénica Tijuana-Ensenada mantuvo el mayor volumen de circulación, concentrando entre el 52% y el 58% del total de vehículos.

Figura 5. Aforo vehicular mensual en las carreteras de cuota de Baja California (2024)

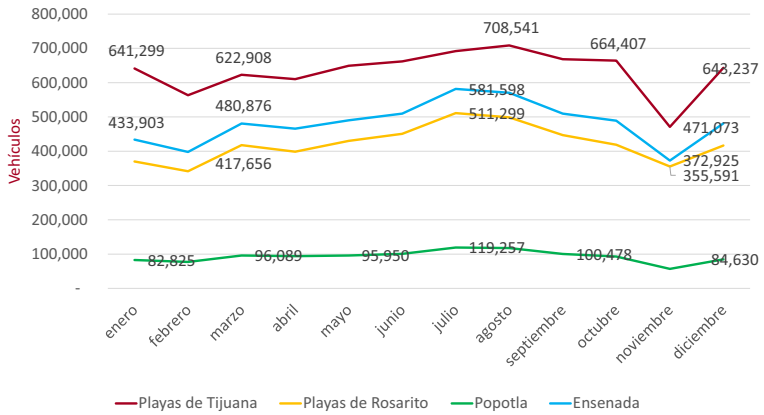


Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos, Baja California; Fideicomiso Público de Administración de Fondos e Inversión del Tramo Carretero Centinela-La Rumorosa (2024).

Carretera escénica Tijuana-Ensenada

En cuanto a las casetas de cobro de la Carretera Escénica Tijuana-Ensenada, por un lado, la caseta de Playas de Tijuana registró el mayor aforo, con cifras que oscilaron entre 643 mil y 708 mil vehículos mensuales. Sin embargo, en noviembre experimentó una reducción significativa, cayendo a poco más de 471 mil vehículos. La segunda caseta con mayor tránsito fue la de Ensenada, cuyos registros fluctuaron entre 398 mil y 581 mil vehículos, con una disminución notable en noviembre, cuando el aforo descendió a casi 373 mil. Por su parte, la caseta de Playas de Rosarito presentó cifras cercanas a las de Ensenada, con un mínimo de 341 mil vehículos en febrero y un máximo de 511 mil en julio. A diferencia de las demás estaciones, su volumen de tránsito en noviembre no fue el más bajo del año. Por otro lado, la caseta de Popotla registró el menor aforo, con un rango de entre 82 mil y 120 mil vehículos mensuales. Esta cifra se explica por su función específica como punto de salida del Boulevard 2000 en dirección sur-norte. En términos generales, las cuatro casetas mostraron un comportamiento paralelo a lo largo del año, con una reducción más pronunciada en noviembre, lo que se refleja en el cierre de la brecha entre las casetas de Playas de Rosarito y Ensenada (ver Figura 6).

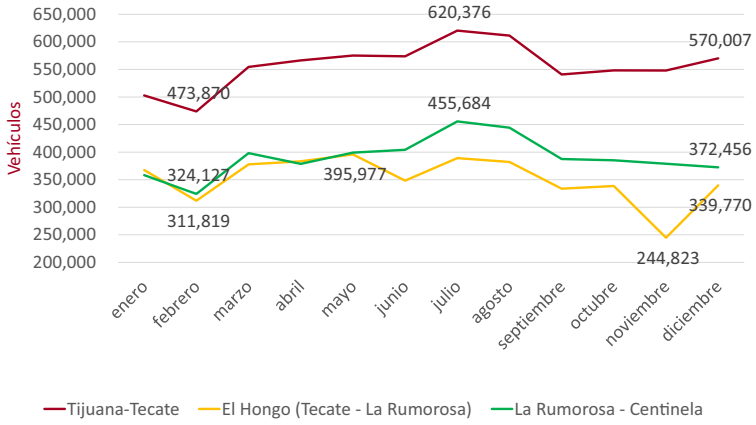
Figura 6. Aforo vehicular mensual en la carretera escénica Tijuana-Ensenada (2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos, Baja California; Fideicomiso Público de Administración de Fondos e Inversión del Tramo Carretero Centinela-La Rumorosa (2024).

En la Carretera Tijuana-Mexicali, el tramo con mayor aforo vehicular fue el de Tijuana-Tecate, alcanzando un máximo de casi 621 mil vehículos en julio, el mes de mayor tránsito, y de casi 474 mil en febrero, el mes con menor afluencia. Por su parte, las casetas de El Hongo y Rumorosa-Centinela mantuvieron volúmenes similares durante los primeros cinco meses del año, con registros que oscilaron entre 311 mil y 396 mil vehículos. No obstante, a partir de junio, la caseta Rumorosa-Centinela registró un incremento en su aforo, superando a El Hongo y alcanzando su punto máximo en julio con más de 455 mil vehículos, para luego cerrar diciembre con poco más de 372 mil. En contraste, la caseta de El Hongo presentó una tendencia decreciente desde junio, alcanzando en noviembre su punto más bajo con apenas 244.8 mil vehículos. Sin embargo, en diciembre experimentó un repunte, elevándose a 339.7 mil unidades (ver Figura 7).

Figura 7. Aforo vehicular mensual en la carretera Tijuana-Mexicali (2024)



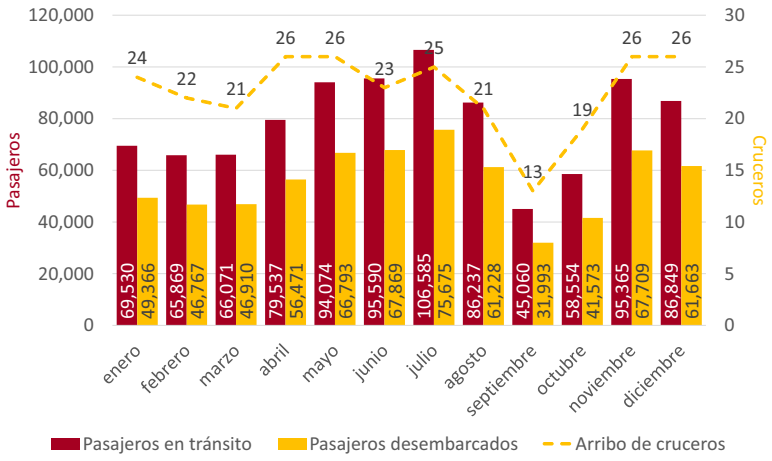
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos, Baja California; Fideicomiso Público de Administración de Fondos e Inversión del Tramo Carretero Centinela-La Rumorosa (2024).

Carretera La rumorosa, Tecate

Arribo de cruceros a Ensenada

Durante 2024, Ensenada recibió un total de 272 cruceros procedentes de Estados Unidos, transportando en conjunto a 1,623,339 pasajeros. De estos, solo el 41.52% (674,018) desembarcaron en el puerto, mientras que el resto permaneció en tránsito. La distribución de arribos a lo largo del año presentó variaciones significativas. Los meses con mayor actividad fueron mayo, junio, noviembre y diciembre, cada uno con 26 arribos, mientras que septiembre y octubre registraron la menor cantidad, con 13 y 19 cruceros, respectivamente (ver Figura 8).

Figura 8. Arribo mensual de cruceros y afluencia de pasajeros en el puerto de Ensenada (2024)



Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en datos de la Administración del Sistema Portuario Nacional de Ensenada (2024).

El número de pasajeros desembarcados siguió una tendencia proporcional a la cantidad de arribos mensuales. En promedio, desembarcaron 56,168 pasajeros por mes y 2,478 por crucero. En términos absolutos, julio fue el mes con mayor afluencia de pasajeros en tierra, alcanzando los 75,675 desembarques, mientras que septiembre registró la cifra más baja, con solo 31,993. Cabe destacar que, independientemente del mes, la mayoría de los pasajeros opta por permanecer a bordo, lo que resalta la necesidad de diseñar estrategias más efectivas para incentivar el desembarco y el consumo de bienes y servicios locales. Esto representa una oportunidad para fortalecer la oferta turística en el puerto y maximizar el impacto económico del turismo de cruceros en la región (ver Figura 8).

Operaciones aéreas y afluencia de pasajeros

Durante 2024, un total de 13,597,939 pasajeros arribaron a Baja California por vía aérea. La distribución por aeropuerto muestra una marcada concentración en el Aeropuerto Internacional de Tijuana, que recibió el 92.5% del total, seguido por el Aeropuerto Internacional de Mexicali con el 7.5%, mientras que el Aeródromo de San Felipe registró apenas el 0.04%. Esta baja participación de San Felipe se explica por un menor volumen de viajeros por operación (ver Tabla 1).

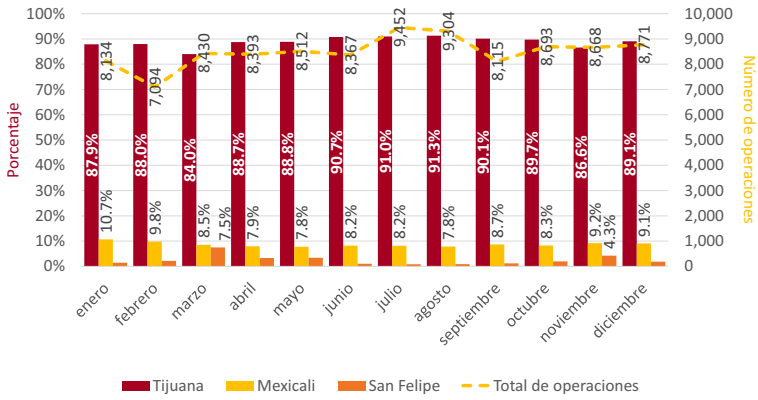
Tabla 1. Volumen total de operaciones aéreas y de pasajeros (2024)

Aeropuerto	Números Absolutos		Porcentajes	
	Operaciones aéreas	Pasajeros	Operaciones aéreas	Pasajeros
Tijuana	90,591	12,577,621	88.9%	92.5%
Mexicali	8,820	1,014,761	8.7%	7.5%
San Felipe	2,522	5,557	2.5%	0.04%
Total Baja California	101,933	13,597,939	100.0%	100.0%

Nota: No se considera como pasajero al piloto u otro personal de la tripulación (excepto AISF).
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en datos de las Comandancias de los Aeropuertos de Tijuana, Mexicali y San Felipe.

En términos operativos, se llevaron a cabo 101,933 vuelos comerciales y de carga, de los cuales el 88.9% correspondió a Tijuana, el 8.7% a Mexicali y el 2.5% a San Felipe. Un análisis mensual revela que la actividad aérea alcanzó su punto máximo en julio y agosto, con 9,452 y 9,304 operaciones, respectivamente, mientras que febrero registró el nivel más bajo con solo 7,094 vuelos (ver Figura 9). La proporción de operaciones por aeropuerto se mantuvo relativamente estable a lo largo del año, con Tijuana a la cabeza, seguido por Mexicali y San Felipe. Un caso particular se presentó en marzo, cuando las operaciones en Mexicali y San Felipe fueron prácticamente iguales. Además, entre junio y octubre, la actividad aérea en San Felipe disminuyó significativamente.

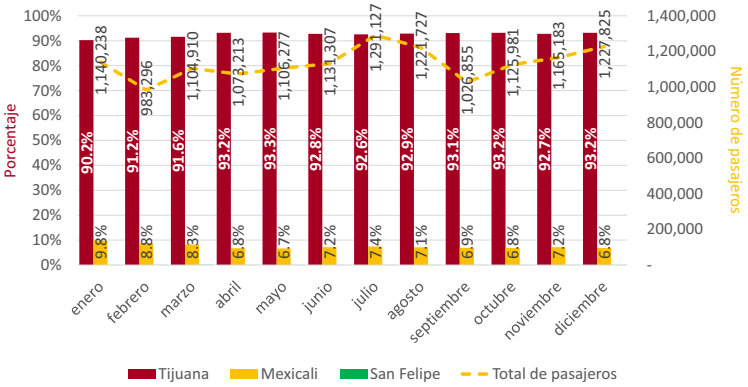
Figura 9. Volumen de operaciones aéreas mensuales (2024)



Nota: No se considera como pasajero al piloto u otro personal de la tripulación (excepto AISF).
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en datos de las Comandancias de los Aeropuertos de Tijuana, Mexicali y San Felipe.

El comportamiento de la afluencia de pasajeros fue consistente con el de las operaciones aéreas. Julio y agosto fueron los meses de mayor tráfico, con 1.29 y 1.22 millones de pasajeros, respectivamente, mientras que febrero registró el menor volumen con 983,200 pasajeros. En cuanto a la distribución por aeropuerto, Tijuana concentró más del 90% del tráfico mensual en todo el año, seguido de Mexicali, que absorbió casi todo el resto. En contraste, San Felipe mantuvo una participación inferior al 1% en todos los meses (ver Figura 10). Estos datos reflejan la importancia estratégica del Aeropuerto Internacional de Tijuana como principal punto de entrada aérea al estado, así como la necesidad de fortalecer la conectividad de Mexicali y San Felipe para fomentar una distribución más equilibrada del tráfico aéreo y potenciar el desarrollo turístico y comercial en dichas regiones.

Figura 10. Volumen de pasajeros mensuales por vía aérea (2024)

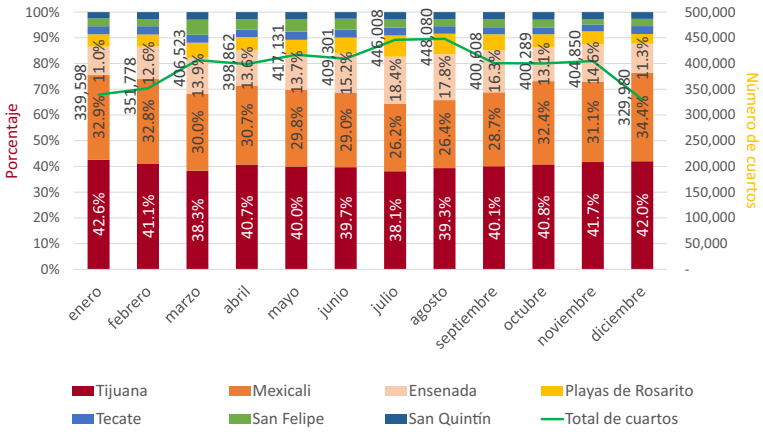


Nota: No se considera como pasajero al piloto u otro personal de la tripulación (excepto AISF).
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en datos de las Comandancias de los Aeropuertos de Tijuana, Mexicali y San Felipe.

Oferta y ocupación hotelera

Como se ha señalado en apartados anteriores de este Boletín, la planta turística juega un papel clave en la competitividad del sector, ya que influyen directamente en la capacidad de atracción y retención de visitantes. En este sentido, la Figura 11 presenta información sobre el equipamiento de hospedaje en Baja California, considerando el número de cuartos de hotel disponibles tanto a nivel estatal como por destino. Dado que la oferta hotelera está sujeta a variaciones a lo largo del año debido a factores como remodelaciones, cierres temporales o definitivos y apertura de nuevos establecimientos, se observa una fluctuación constante en la disponibilidad de habitaciones. Durante 2024, el promedio mensual de cuartos de hotel en la entidad fue de 396,084. No obstante, los meses de enero, febrero y diciembre registraron la menor disponibilidad, con un promedio de 362,487 cuartos, mientras que los meses de mayor oferta fueron julio y agosto, con 446,008 y 448,080 habitaciones, respectivamente. Este comportamiento estacional sugiere una correlación entre la oferta de hospedaje y la demanda turística, lo que resalta la importancia de estrategias de planeación que permitan optimizar la capacidad instalada y garantizar la disponibilidad de infraestructura en periodos de alta afluencia. Asimismo, el monitoreo continuo de estos indicadores resulta fundamental para evaluar el impacto de inversiones en el sector hotelero y su contribución a la competitividad turística del estado.

Figura 11. Oferta hotelera mensual en Baja California (2024)

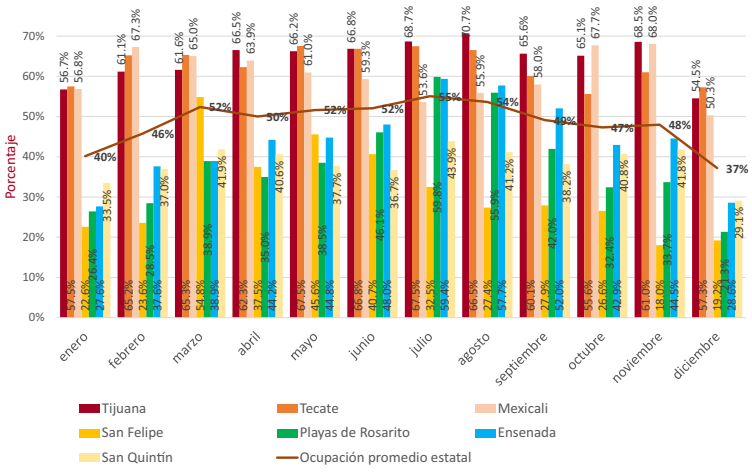


Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (2024).

En lo que se refiere a la distribución de la oferta hotelera en los diferentes destinos turísticos de Baja California, la figura 11 muestra que Tijuana concentra la mayor proporción de cuartos disponibles en el estado, representando entre el 39% y el 42% del total a lo largo del año. Su posición dominante refleja su relevancia como centro económico, gastronómico, de salud y de negocios, además de su creciente atractivo turístico. Mexicali ocupa el segundo lugar en disponibilidad de hospedaje, con una participación que fluctuó entre el 26.2% y el 34.4%, lo que evidencia su importancia como destino tanto para el turismo de negocios como para el de salud.

Ensenada se ubica en la tercera posición, con una participación que varió entre el 11% y el 18%, reflejando su perfil como destino turístico consolidado, especialmente en los segmentos de cruceros, enoturismo y ecoturismo. Por su parte, Playas de Rosarito concentró entre el 3.7% y el 8.3% de la oferta hotelera, manteniendo una participación estable pero significativamente menor en comparación con los destinos anteriores. Finalmente, el porcentaje restante, que osciló entre el 8% y el 11%, se distribuyó entre Tecate, San Felipe y San Quintín, reflejando un menor desarrollo de la planta hotelera en estas localidades.

Figura 12. Ocupación hotelera mensual en Baja California (2024)



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

El porcentaje de ocupación hotelera en Baja California durante 2024 presentó una variabilidad significativa a lo largo del año. El promedio mensual de ocupación en el estado fue del 48.5%, con diciembre y enero registrando los niveles más bajos, con tasas del 37.2% y 40.2%, respectivamente. En contraste, entre marzo y agosto se observó una mayor demanda, con ocupaciones que oscilaron entre el 50% y el 55%, reflejando la estacionalidad del turismo en la región.

Al analizar la ocupación por destino destaca que, por un lado, Tijuana, Tecate y Mexicali mantuvieron consistentemente los niveles más altos, con promedios mensuales superiores al 50% y alcanzando en algunos periodos más del 60%. Esto reafirma su importancia como centros económicos y de negocios, donde la demanda hotelera se mantiene relativamente estable a lo largo del año. Por otro lado, San Felipe, San Quintín y Playas de Rosarito registraron los niveles más bajos de ocupación, con cifras que variaron entre el 18% y el 40%, evidenciando una menor afluencia turística en estos destinos o una oferta hotelera que supera la demanda en determinados periodos. No obstante, en ciertos meses estos destinos experimentaron incrementos notables en la ocupación. Por ejemplo, en marzo, San Felipe alcanzó un 55% de ocupación; mientras que, en julio y agosto, Ensenada y Playas de Rosarito registraron tasas de entre 55% y 60%, superando incluso la ocupación de Mexicali en esos meses (figura 12).

Cruces fronterizos terrestres

En 2024, Baja California registró 71,382,411 cruces[1] de personas a través de los siete puertos de entrada fronterizos, consolidándose como un punto clave de acceso internacional. Tijuana fue el principal punto de entrada, concentrando 46.75 millones de cruces, lo que representó el 65.5% del total estatal. De estos, el 69.3% ingresó por la garita de San Ysidro, mientras que el resto lo hizo por Otay. Además, el Cross Border Xpress (CBX), que conecta directamente con el Aeropuerto Internacional de Tijuana, registró más de 1.87 millones de cruces, reflejando su creciente relevancia como alternativa de acceso.

Mexicali fue el segundo municipio con mayor número de cruces fronterizos, registrando más de 19.7 millones de ingresos. El puerto de entrada de Calexico West concentró la mayor parte del flujo con casi 12.2 millones (61.9%), seguido de Calexico East con 5.73 millones y Algodones con 1.77 millones. En contraste, Tecate presentó el menor volumen de cruces fronterizos, con 3.05 millones, lo que representó solo el 4.3% del total estatal (ver tabla 2).

Tabla 2. Volumen total de cruces fronterizos hacia Baja California desde Estados Unidos (2024)

Cruces fronterizos	Personas	Porcentaje
Total de personas que cruzaron hacía México	**71,382,411**	**100%**
Cross Border Xpress	**1,874,205**	**2.6%**
Tijuana	**46,757,659**	**65.5%**
San Ysidro	*32,402,064*	*69.3%*
Otay	*14,355,595*	*30.7%*
Mexicali	**19,701,126**	**27.6%**
Calexico (west)	*12,195,602*	*61.9%*
Calexico (east)	*5,732,811*	*29.1%*
Algodones (andrade)	*1,772,713*	*2.5%*
Tecate	**3,049,421**	**4.3%**

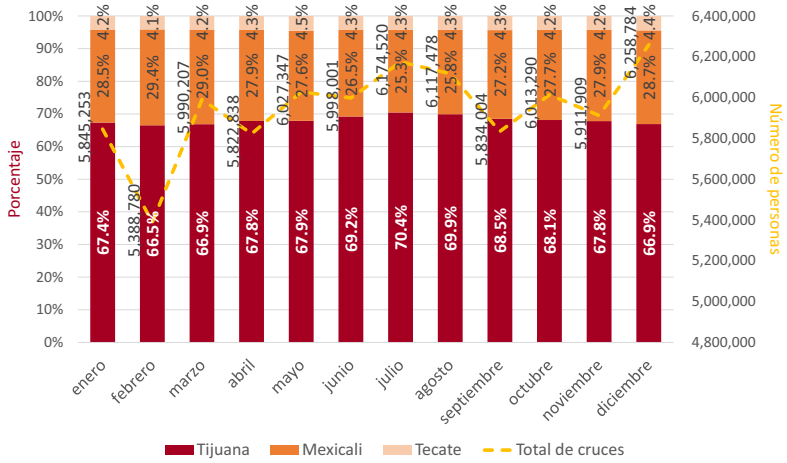
Nota: En los cruces por el Croos Border Express solo se consideran los que cruzaron con dirección sur.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California, Cross Border Xpress de los Estados Unidos de América; Customs and Border Protection CBP del Homeland Security de los Estados Unidos de América (2024).

El análisis del flujo mensual de cruces muestra una tendencia creciente a lo largo del año, aunque con fluctuaciones estacionales (ver figura 13). En enero, se registraron poco más de 5.84 millones de cruces, seguido de un descenso en febrero de aproximadamente 5.39 millones. A partir de marzo, comenzó un periodo de recuperación sostenida, alcanzando un pico de más de 6.17 millones en julio. Posteriormente, el flujo disminuyó ligeramente en los meses siguientes, aunque sin alcanzar el nivel de febrero, cerrando diciembre con su punto más alto, cercano a los 6.3 millones de cruces.

[1] Los cruces son eventos, no personas, es decir, si una persona cruza dos veces en el mismo día, se contabiliza como dos cruces diferentes.

Por municipio, Tijuana mantuvo su posición dominante, concentrando entre el 66% y el 70% del total estatal de cruces fronterizos a lo largo del año. Mexicali se ubicó en segundo lugar, con una participación de entre el 25% y el 30%, mientras que Tecate se mantuvo relativamente estable, representando entre el 4.1% y el 4.4% del total de ingresos fronterizos (ver figura 13). Estos datos subrayan la importancia de los cruces fronterizos como motor de la movilidad transfronteriza y la necesidad de continuar optimizando la infraestructura y los procesos de ingreso para agilizar el tránsito de personas y fortalecer la conectividad regional.

Figura 13. Volumen total mensual de cruces fronterizos desde Estados Unidos a los municipios de Baja California (2024)



Nota: En los cruces por el Croos Border Express solo se consideran los que cruzaron con dirección sur.

Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California, Cross Border Xpress de los Estados Unidos de América; Customs and Border Protection CBP del Homeland Security de los Estados Unidos de América (2024).

Cataviña, Baja California

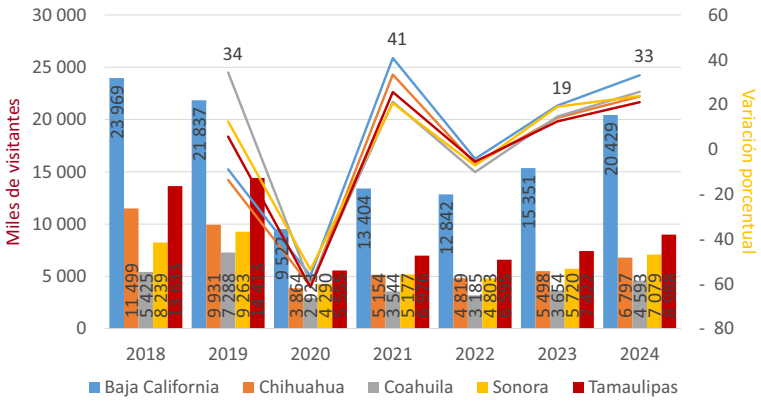
Afluencia de visitantes internacionales en los estados de la frontera norte

En el estudio del comportamiento del turismo en la frontera norte de México destaca el papel de Baja California como líder en varios aspectos clave del sector, tradicionalmente se ha mantenido como el principal destino de visitantes internacionales por vía terrestre en esta región. Tan solo en 2018, la franja fronteriza del norte del país recibió 62.8 millones de visitantes internacionales, Baja California captó el 38.2% de esos flujos (23.9 millones) (Figura 14).

Como es ampliamente conocido, la pandemia de COVID-19 provocó una drástica caída en 2020, reduciendo un 58% el volumen de visitantes internacionales a la región, con relación al año anterior, llegando apenas a 26.2 millones. En el mismo período, en el estado la disminución fue del 56%, logrando atraer a 9.5 millones de visitantes. A pesar de este impacto, el estado mostró una recuperación notable en 2021, incrementando en un 41% el volumen de visitantes (13.4 millones). Para el 2024, la captación de visitantes internacionales en la frontera norte fue de 47.89 millones, mientras que en Baja California fue de 20.4 millones, observándose una reactivación sostenida del sector. Comparada con el 2020 el estado duplicó su crecimiento (114.5%), quedando por encima del promedio de la región, cuyo crecimiento fue del 83.1%.

A diferencia de Baja California, los demás estados fronterizos —Chihuahua, Coahuila, Sonora y Tamaulipas—también experimentaron contracciones significativas en 2020, pero su recuperación ha sido más lenta. Por ejemplo, el flujo de visitantes en Chihuahua disminuyó de 11.5 millones en 2018 a 6.8 millones en 2024. En el mismo periodo, Coahuila pasó de 5.4 millones a 4.5 millones, Sonora de 8.2 millones a 7 millones y Tamaulipas de 13.6 millones a 8.9 millones (Figura 14).

Figura 14. Volumen total y variación porcentual de visitantes internacionales fronterizos por vía terrestre en los estados de la frontera norte (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 muestran que, aunque la pandemia afectó de manera generalizada al turismo en toda la región fronteriza, Baja California ha logrado una recuperación más rápida y sólida, captando el 42.7% de los flujos de visitantes de toda la frontera norte en 2024. Esta resiliencia refleja la efectividad de sus estrategias de recuperación, la diversificación de su oferta turística y su capacidad de adaptación a las tendencias cambiantes del sector, lo que no solo consolida su posición como el principal destino turístico en la frontera norte de México, sino que también pone de manifiesto su capacidad en un entorno caracterizado por la competencia.

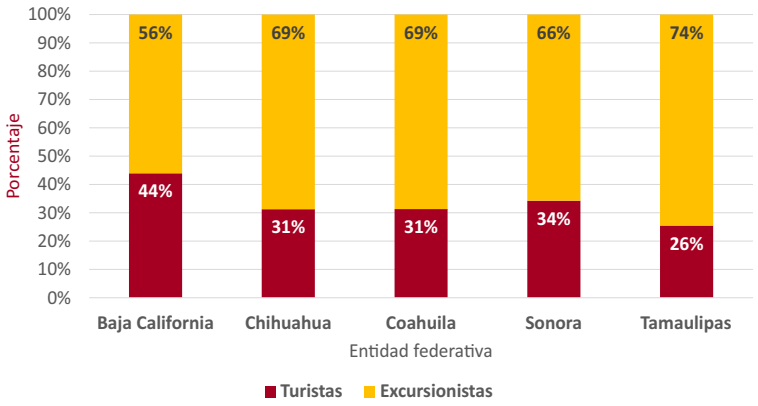
Composición porcentual de visitantes internacionales fronterizos

Baja California se distingue por tener una distribución más equilibrada entre turistas y excursionistas en comparación con otros estados de la frontera norte. En esta entidad, el 44% de los visitantes son turistas, mientras que el 56% son excursionistas, lo que indica que no solo es un destino atractivo para estancias prolongadas, sino también para visitantes de proximidad, lo que lo convierte en un punto clave de tránsito en la región.

Comparados con Baja California, los demás estados fronterizos presentan una mayor proporción de excursionistas que de turistas. En Chihuahua y Coahuila el 69% de los visitantes son excursionistas, y solo el 31% son turistas. Mientras que en Sonora el 66% son excursionistas y el 34% turistas. Esta tendencia es aún más pronunciada en Tamaulipas, donde 74% de los visitantes son excursionistas y apenas 26% son turistas (Figura 15).

El hecho de que Baja California tenga una mayor proporción de turistas en comparación con los otros estados fronterizos refleja su capacidad para atraer visitantes que buscan experiencias más prolongadas, consolidando su posicionamiento como un destino turístico atractivo y no solo como un punto de paso en la frontera.

Figura 15. Composición porcentual promedio de los visitantes internacionales fronterizos por vía terrestre en los estados de la frontera norte (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).

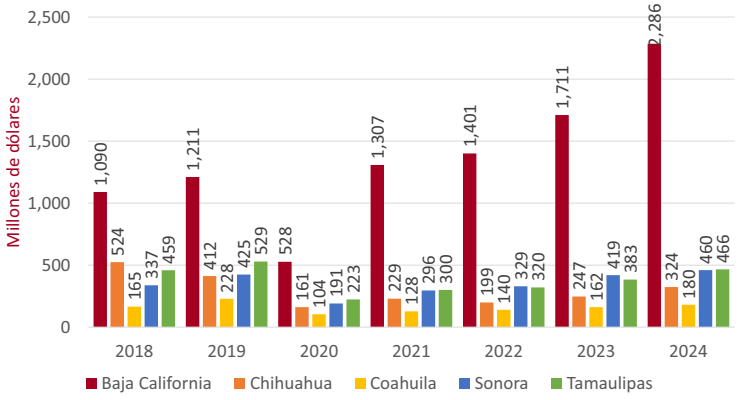
La Misión, Ensenada

Gasto de los visitantes internacionales en los estados de la frontera norte

Tradicionalmente, Baja California ha sido el líder en la captación de divisas generadas por los visitantes internacionales en la frontera norte de México. En la figura 16 se observa que, en 2018, el gasto generado por este concepto en los estados que conforman esta región fue de 2,576 millones de dólares y tan solo Baja California captó el 42.3% de esas divisas (1,090 millones de dólares), seguida por el estado de Chihuahua, que recibió el 20.4% (524 millones de dólares) y Coahuila fue el que registró el menor ingreso (165 millones de dólares), representa apenas el 6.5% del total. Durante la pandemia por COVID-19, en 2020, se notó una caída significativa de ingresos en todos los estados. Baja California obtuvo 528 millones de dólares, su ingreso más bajo en el periodo. Chihuahua, Coahuila, Sonora y Tamaulipas también sufrieron contracciones considerables, aunque a partir de 2021, todos los estados mostraron una recuperación gradual. En la misma figura se observa que, Baja California lidera con una tendencia ascendente más pronunciada y el resto de los estados presentan una recuperación más modesta, sin alcanzar los niveles previos a 2020. En 2024, se advierte que el gasto en Coahuila y Tamaulipas se mantiene entre 180 y 466 millones de dólares, respectivamente, mientras que en Baja California supera los 2,286 millones de dólares, un crecimiento del 88.75% con relación al año previo a la pandemia, salvo Sonora, que registró un aumento del 8.34% en el mismo tiempo, los demás estados no han podido alcanzar las cifras previas a la pandemia. Cabe destacar que, en 2024, Baja California captó el 61.5% del gasto total en los cinco estados de la frontera norte de México, que ascendió a 3,716 millones de dólares. Este porcentaje refleja su liderazgo en la región y su papel crucial en la economía turística fronteriza.

Aunque la pandemia afectó a todos los estados en 2020, Baja California ha mostrado una recuperación más rápida y un crecimiento sostenido, mientras que los demás estados han experimentado una recuperación más lenta y con menor volumen de gasto.

Figura 16. Gasto total en dólares de los visitantes internacionales en la frontera norte (2018-2024)

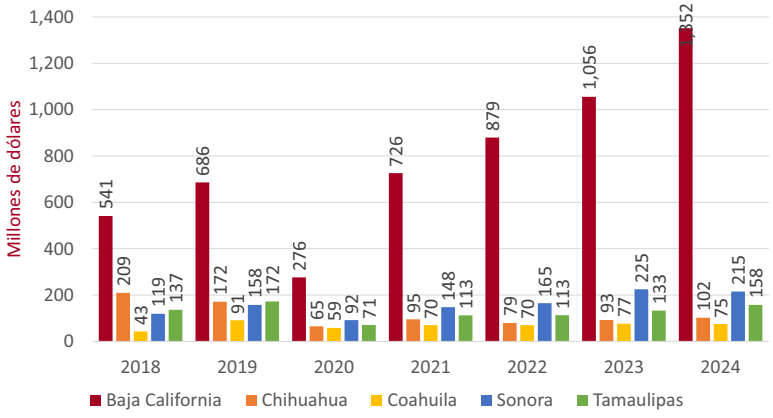


Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

El comportamiento del gasto de los turistas en los diferentes estados de la frontera norte es muy similar al registrado por los visitantes internacionales fronterizos. El gasto total de los turistas en la región fronteriza en 2018 fue de 1,050 millones de dólares, en 2019 aumentó 21.9%, captando 1,270 millones de dólares, para sufrir una caída pronunciada del 56% en 2020, cuando el gasto descendió a 563 millones de dólares. Sin embargo, la recuperación después de la pandemia fue fuerte y sostenida, en 2021 el gasto creció en un 104.65% en toda la región, registrando 1,152 millones de dólares, para continuar su tendencia ascendente en 2024, año en que la región captó 1,901 millones de ingreso por concepto de gasto turístico (Figura 17).

En general, Baja California ha mantenido una participación mayoritaria en el gasto total de la frontera norte, con un aumento progresivo del 51.6% en 2018 al 71.1% en 2024. Su gasto pasó de 541 millones a 1,352 millones, respectivamente, más del doble en seis años. De 2019 al 2020, a consecuencia de la pandemia, el gasto pasó de 686 millones a 276 millones, pero su participación en el total aumentó, captando el 63.1% del gasto total de la frontera, a pesar de su estrepitosa caída del 59.7%. No obstante, experimentó una recuperación constante a partir de 2021. Todos los estados sufrieron desplomes, pero Chihuahua registró la mayor reducción (62.2%).

Figura 17. Gasto total en dólares de los turistas internacionales en la frontera norte (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).

Este crecimiento sostenido de Baja es un claro reflejo de la variedad de su oferta turística, sus atractivos naturales y culturales, la calidad de los servicios ofrecidos, aunado a su proximidad geográfica con el estado de California, Estados Unidos. Su liderazgo destaca frente a los demás estados de la frontera norte, que a pesar de que tuvieron un crecimiento del gasto turístico, este fue moderado y no alcanzaron la misma magnitud en la captación de divisas (figura 17).

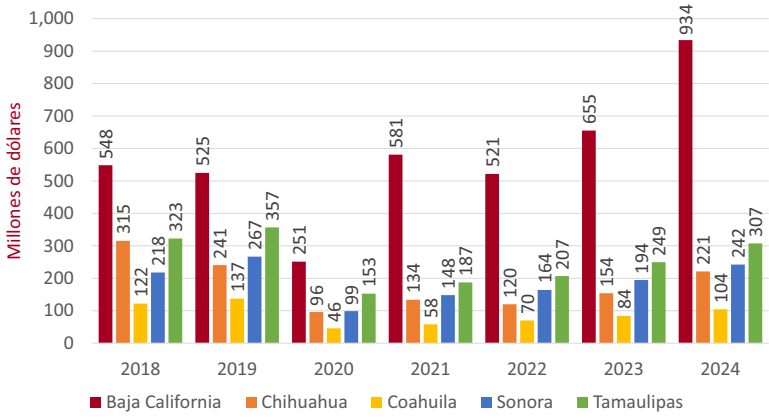
El gasto de los excursionistas internacionales en la frontera norte de México experimentó un patrón de crecimiento moderado entre 2018 y 2024, pasando de 1,526 millones a 1,809 millones de dólares, respectivamente, lo que representa un aumento del 18.5%. Sin embargo, la variación en el período refleja un comportamiento irregular, con una caída abrupta en 2020 debido a la pandemia y una recuperación paulatina en los años siguientes. El gasto total se redujo de 1,526 millones en 2019 a 644 millones en 2020, lo que equivale a una caída del 57.8% (Figura 18).

Museo de la vid y el vino, Valle de Guadalupe

Todos los estados experimentaron descensos significativos en 2020, no obstante, fueron Coahuila (-66.6%), Sonora (-63.0%) y Chihuahua (-60.2%) los más afectados. Baja California también sufrió una contracción del 52.1%, pero su participación en el total aumentó a 39%, lo que sugiere que resistió mejor la crisis en comparación con otros estados. En 2021, el gasto total de la frontera creció un 72%, respecto a 2020, llegando a los 1,108 millones de dólares y concentrando Baja California el 52.4% del gasto total de la frontera norte (581 millones de dólares). Aunque en 2022 hubo una ligera caída en toda la región (-2.4%), la recuperación se apuntaló en 2023 y 2024, con un crecimiento del 35.3% en el último año, alcanzando los 1,809 millones de dólares. Nuevamente Baja California captó el 51.6% del gasto total de excursionistas fronterizos (934 millones de dólares), consolidándose como el principal destino para este segmento de visitantes.

Aunque en 2024 todos los estados fronterizos han mejorado sus cifras con respecto a la crisis de 2020, ninguno ha logrado el mismo nivel de crecimiento que Baja California. Chihuahua (221 millones), Sonora (242 millones) y Tamaulipas (307 millones) han registrado incrementos, pero siguen muy moderados. Si bien la pandemia de 2020 tuvo un impacto significativo en toda la frontera norte, Baja California logró recuperarse de manera más acelerada y consistente que el resto de los estados, en los que el crecimiento ha sido más gradual, consolidando a Baja California como el principal impulsor del gasto de excursionistas en la frontera norte.

Figura 18. Gasto total en dólares de los excursionistas internacionales en la frontera norte (2018-2024)

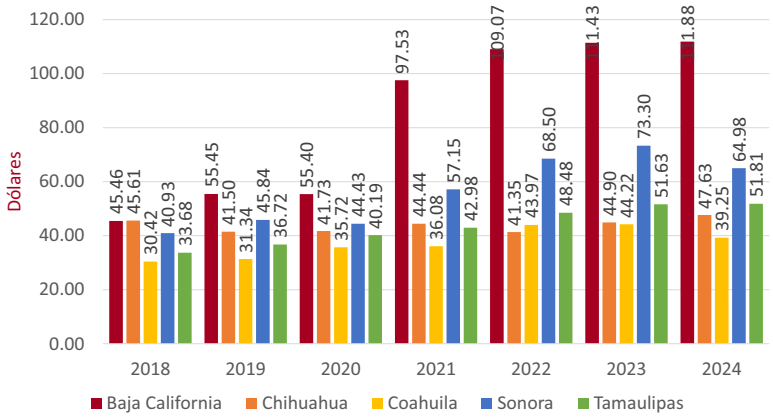


Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Gasto promedio de los visitantes internacionales en la frontera norte

En la figura 19 se puede observar el comportamiento del gasto promedio de los visitantes internacionales en la frontera norte de México entre 2018 y 2024. Durante este período, Baja California ha mantenido un claro liderazgo, pasando de 45.46 dólares en 2018 a 111.88 dólares en 2024, lo que refleja un crecimiento sostenido en la región. Aunque los demás estados también mostraron incrementos en el gasto promedio, Chihuahua aumentó de 45.61 dólares a 47.63 dólares, y Sonora de 40.93 dólares a 64.98 dólares. Tamaulipas y Coahuila también presentaron incrementos, pero en menor medida, manteniéndose como destinos secundarios en comparación con Baja California.

Figura 19. Gasto promedio en dólares de los visitantes internacionales en la frontera norte (2018-2024)



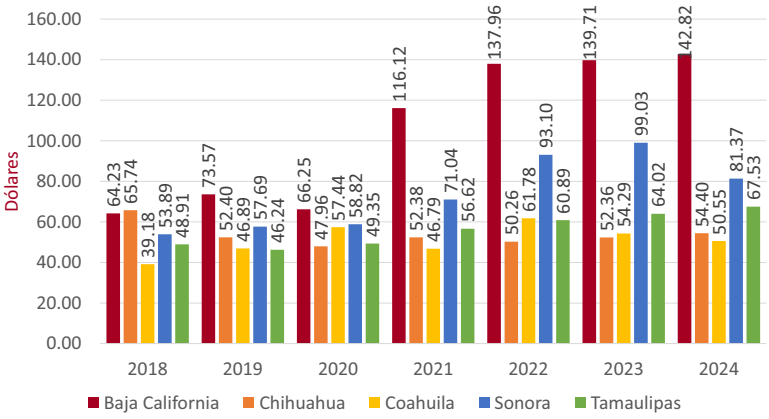
Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Gasto promedio por tipo de visitante en la frontera norte

El gasto promedio de los visitantes internacionales en la frontera norte de México en 2018 fue 39.22 dólares per cápita y en 2024 fue de 63.11 dólares. Chihuahua fue el estado que registró el gasto más elevado (45.61 dólares), seguido muy de cerca por Baja California (45.46 dólares). En 2019 y hasta el 2024, solo Baja California (55.45 y 111.88 dólares, respectivamente) y Sonora (45.84 y 64.98 dólares, respectivamente) registraron un gasto per cápita por encima del promedio de la frontera norte (55.64 y 63.11 dólares, respectivamente). Sobresale nuevamente el liderazgo de Baja California en cuanto a gasto promedio por visitante internacional fronterizo (Figura 19).

El gasto promedio de los turistas internacionales en la frontera norte de México ha mostrado un aumento progresivo en la mayoría de los estados entre 2018 y 2024 (Figura 20). En particular, el gasto per cápita pasó de 54.39 dólares en 2018 a 79.84 dólares en 2024, lo que representa un crecimiento del 45.9% en seis años. En 2021 se observa el incremento más elevad del período (22.6%), debido a la recuperación tras la pandemia de COVID-19, seguido de un crecimiento sostenido hasta 2023 y una ligera disminución en 2024.

Figura 20. Gasto promedio en dólares de los turistas internacionales en la frontera norte (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).

Baja California experimentó el crecimiento más significativo de todos los estados de la frontera norte, pasando de 64.23 dólares en 2018 a 142.82 dólares en 2024. El incremento más notable ocurrió entre 2020 y 2021, cuando el gasto promedio de los turistas subió de 66.25 dólares a 116.12 dólares (+75.3%). A pesar de que en 2018 Chihuahua registró el gasto promedio más alto (65.74 dólares), no logró sostenerse en el resto del período, al contrario, tuvo un descenso continuo hasta 2022 (50.26 dólares), mostrando una leve recuperación en 2023-2024. Coahuila, mantuvo altibajos, con excepción del 2020 que tuvo un gasto por encima del promedio de la región (57.44 dólares), pero disminuyó a partir de 2021, logrando un ligero repunte en 2022 (61.78 dólares), pero volvió a descender hasta 50.55 dólares en 2024.

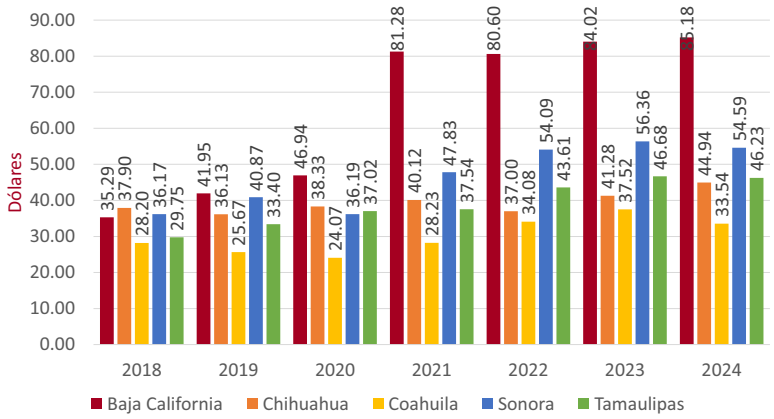
El estado de Sonora, junto con Baja California, fueron los únicos que tuvieron un gasto promedio por encima de la media regional, mostrando un incremento sostenido desde 2018 (53.89 dólares) hasta 2023 (99.03 dólares), para en 2024 registrar una caída, llegando a los 81.37 dólares, lo que podría indicar factores coyunturales o cambios en los patrones de gasto turístico. Por su parte, Tamaulipas mostró un patrón de crecimiento constante, pasando de 48.91 dólares en 2018 a 67.53 dólares en 2024, siendo el estado con el menor gasto per cápita de todos.

El gasto promedio de los excursionistas internacionales fronterizos aumentó de 33.46 dólares en 2018 a 52.90 dólares en 2024, lo que representa un crecimiento del 58.1% en el período estudiado (Figura 21). Baja California aparece como el único estado con un gasto per cápita por encima de la media fronteriza, incrementó su gasto promedio de 35.29 dólares en 2018 a 85.18 dólares en 2024. Su crecimiento ha sido constante, con un salto significativo del 73.1% de 2020 a 2021 (pasando de 46.94 a 81.28 dólares).

Aunque los demás estados han mostrado crecimiento, como Chihuahua que se mantuvo por encima del gasto medio de la frontera norte de 2018 a 2021, pasando de 37.90 a 38.33 94 dólares. Sonora también registró un crecimiento constante en el gasto per cápita de los excursionistas, salvo en 2020, pasando de 36.17 dólares en 2018 a 54.59 dólares en 2024. Tamaulipas, aunque tuvo un gasto promedio bajo, se mantuvo con crecimiento gradual en el período, pasando de 29.75 dólares en 2018 a 46.26 dólares en 2024. Coahuila es el estado que registró el gasto promedio más bajo de toda la frontera, mostrado oscilaciones, con una caída de 2018 (28.20 dólares) a 2020 (24.07 dólares) y una recuperación parcial en 2023 (37.52 dólares), para volver a caer en 2024 (33.54 dólares).

En general, en 2021 se observa un salto significativo en el gasto en casi todos los estados, reflejando una posible recuperación tras las restricciones de viaje por la pandemia. En 2024, existe una ligera disminución del gasto en Sonora, Coahuila y Tamaulipas, lo que puede estar relacionado con cambios en el flujo de excursionistas o variaciones en los costos locales. Sin duda, Baja California se sigue posicionando como el estado con el mayor gasto promedio, tanto de turistas como excursionistas.

Figura 21. Gasto promedio en dólares de los excursionistas internacionales en la frontera norte (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).

Bahía de los Ángeles

Afluencia de visitantes internacionales fronterizos

El flujo de visitantes internacionales que ingresan a Baja California por vía terrestre a través de sus distintos puertos fronterizos ha experimentado variaciones moderadas entre 2018 y 2024. En 2018, la región recibió 23.9 millones de visitantes; sin embargo, en 2020, como consecuencia de la pandemia, esta cifra se redujo drásticamente a 9.5 millones. A partir de 2021, el sector inició un proceso de recuperación sostenida, con un crecimiento anual constante que culminó en 2024 con un registro de 20.4 millones de visitantes.

Este comportamiento refleja la resiliencia del turismo transfronterizo y la capacidad de adaptación del sector ante crisis globales. La tendencia ascendente sugiere no solo una normalización progresiva de las corrientes de visitantes, sino también el impacto positivo de estrategias implementadas para fomentar la reactivación del turismo internacional en la región.

Tabla 3. Volumen total de visitantes internacionales fronterizos hacia Baja California por vía terrestre (2018-2024)

Años	Visitantes	Turistas		Excursionistas	
	Miles	Absolutos	(%)	Absolutos	(%)
2018	23,969	8,429	35.17	15,540	64.83
2019	21,837	9,328	42.72	12,508	57.28
2020	9,522	4,171	43.80	5,351	56.20
2021	13,404	6,255	46.66	7,149	53.34
2022	12,842	6,374	49.63	6,468	50.37
2023	15,351	7,555	49.21	7,796	50.79
2024	20,429	9,463	46.32	10,966	53.68

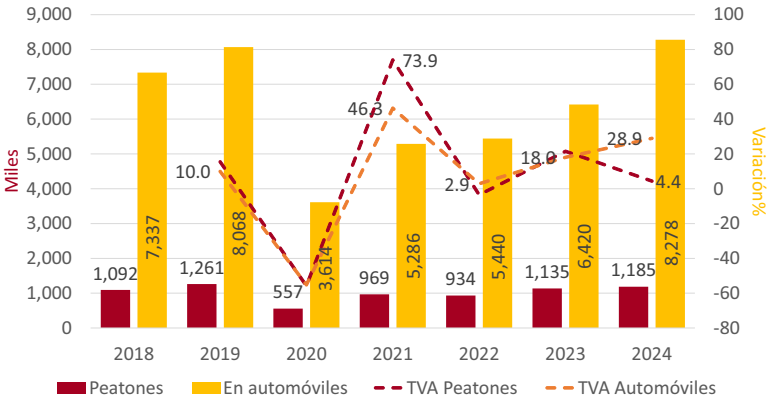
Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

La Chinesca, Mexicali

Turistas y excursionistas internacionales fronterizos según medio de transporte

La Figura 22 ilustra la evolución del flujo de turistas internacionales que ingresaron a Baja California entre 2018 y 2024, diferenciando entre aquellos que cruzaron a pie y quienes lo hicieron en automóvil. En 2018, aproximadamente un millón de turistas ingresaron caminando, mientras que 7.3 millones lo hicieron en vehículo. Aunque, en 2020, ambos segmentos experimentaron una reducción significativa debido al impacto de la pandemia de COVID-19, para 2024, el volumen de turistas mostró una recuperación considerable, destacando el segmento de viajeros en automóvil, que superó los niveles previos a la pandemia al alcanzar 8.2 millones de cruces.

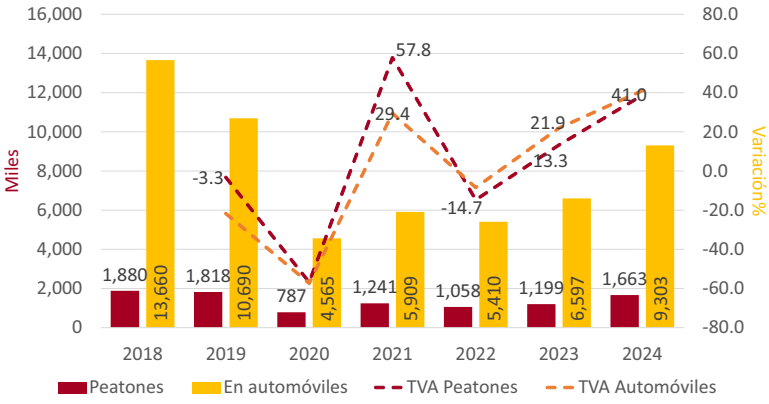
Figura 22. Volumen de turistas internacionales fronterizos (2018-2024)



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 de los excursionistas—visitantes sin pernocta—su contribución a la economía local también se vio afectada durante este periodo. En 2018, se registraron 1.8 millones de excursionistas a pie y 13.6 millones en automóvil. La crisis sanitaria de 2020 provocó una disminución sin precedentes del 56.7% en el primer grupo y del 57.3% en el segundo. No obstante, para 2024, la recuperación fue notable, con un incremento del 38.7% en los excursionistas a pie y del 41% en los que viajaron en automóvil, alcanzando cifras cercanas a las registradas antes de la pandemia (figura 23).

Figura 23. Volumen de excursionistas internacionales fronterizos (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).

Principales motivos del viaje de los visitantes internacionales fronterizos

Entre 2018 y 2024, los motivos para cruzar la frontera hacia Baja California experimentaron variaciones significativas, reflejando tanto cambios en las dinámicas de movilidad como los efectos de la pandemia de COVID-19. En 2018, la principal razón de viaje fue la visita a familiares, representando el 41.9% del total de visitantes. Este motivo mantuvo una tendencia al alza, alcanzando el 49.6% en 2020 y estabilizándose en torno al 50% en 2024, consolidándose como el factor predominante de ingreso al estado.

Los viajes motivados por atención médica también registraron un crecimiento notable, pasando del 10.2% en 2018 al 19.8% en 2020, reflejando la importancia del estado como un destino clave para el turismo de salud, principalmente Tijuana, Mexicali y Los Algodones. En 2024, este segmento continuó su expansión, alcanzando el 22.9%, lo que sugiere una mayor consolidación de la oferta de servicios médicos transfronterizos.

El turismo de placer, fue uno de los sectores más afectados por la pandemia. Su participación disminuyó del 20.5% en 2018 al 16.8% en 2020, con una recuperación moderada de hasta 17.8% en 2024, evidenciando un crecimiento lento. Un impacto aún más severo se observó en el turismo de compras, motivo que cayó drásticamente del 20% en 2018 al 6.8% en 2020, con una leve mejoría en 2024, cuando apenas representó el 5.4% de los motivos del viaje.

Finalmente, los desplazamientos ocasionados por viajes de negocios fueron el segmento con menor participación y una tendencia descendente constante. En 2018, representaban apenas el 3% del total de cruces, y en 2024 se redujeron al 0.8%, lo que indica un posible cambio estructural en los patrones de movilidad laboral transfronteriza.

Estos cambios en los motivos de viaje reflejan la evolución de la demanda turística y la influencia de factores externos en la movilidad internacional. Mientras que la visita a familiares y la atención médica han ganado relevancia, el turismo recreativo y de compras aún no han recuperado los niveles previos a la pandemia, lo que refleja la necesidad de diseñar estrategias diferenciadas de promoción turística focalizadas a revitalizar estos segmentos, particularmente la reactivación del turismo recreativo, de negocios y de compras, sectores que muestran signos de recuperación limitada.

Tabla 4. Visitantes internacionales fronterizos por motivo de viaje (2018-2024)

Año	Total (Miles)	Visita familiar	Atención médica	Placer	Compras	Trabajo o negocios	Otros
		Porcentajes					
2018	23,923	41.9	10.2	20.5	20.0	3.0	4.4
2019	21,816	48.7	13.7	21.1	8.9	1.8	5.7
2020	9,512	49.6	19.8	16.8	6.8	1.6	5.4
2021	13,387	46.0	26.6	16.0	5.2	1.0	5.2
2022	12,821	53.2	22.6	16.6	4.1	0.6	2.9
2023	15,351	56.1	22.0	14.2	3.8	0.7	3.3
2024	20,429	50.0	22.9	17.8	5.4	0.8	3.0

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 entre 2018 y 2024 muestra una clara preferencia por el hospedaje en casas. Este patrón indica que la mayoría de los visitantes prefiere quedarse en viviendas particulares, lo que sugiere una alta proporción de viajeros que visitan familiares o amigos. Sin embargo, esta tendencia ha mostrado una ligera disminución pasando del 88.64% en 2018 al 79.51% en 2024, lo que podría estar relacionado con una mayor diversificación en las opciones de hospedaje.

En general, la tendencia indica una predominancia del hospedaje en casas, pero con un crecimiento sostenido en el uso de hoteles y alojamientos alternativos, lo que podría representar una oportunidad para fortalecer la oferta y diversificación del sector turístico en Baja California.

Tabla 5. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales fronterizos en Baja California (2018-2024)

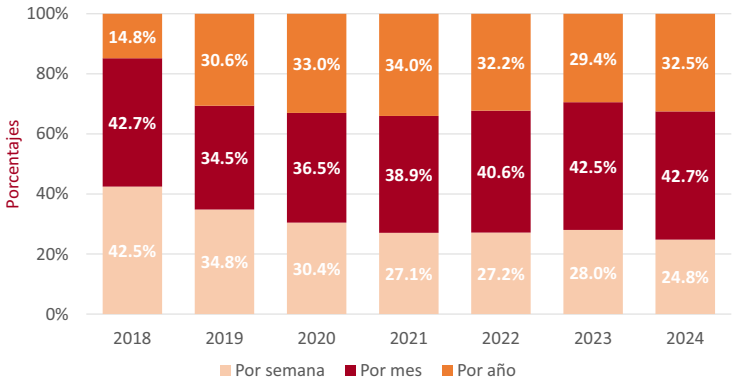
Año	Miles	Porcentajes		
		Hotel	Casa	Otros
2018	8,418	9.71	88.64	1.64
2019	9,328	15.95	80.14	3.91
2020	4,168	14.61	81.25	4.14
2021	6,248	15.83	81.23	2.94
2022	6,362	14.95	82.48	2.57
2023	7,540	12.26	83.90	3.84
2024	9,053	17.05	79.51	3.44

Nota: El volumen total de turistas internacionales 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

Entre 2018 y 2024, se observa una tendencia a la baja en la proporción de visitantes que cruzan por semana, pasando del 42.5% en el 2018, a una disminución del 30.4% en 2020 y siguió descendiendo a un 24.8% en 2024. Esto indica una reducción en los viajes de alta frecuencia, posiblemente relacionada con cambios en dinámicas laborales, restricciones fronterizas o la inseguridad (figura 24).

Figura 24. Frecuencia de las visitas hacia Baja California (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).

Los visitantes que cruzan por mes han mostrado un aumento paulatino, pasando del 34.5% en 2019 al 42.7% en 2024. Esto sugiere una mayor estabilidad en la frecuencia de visitas mensuales, posiblemente asociada con motivos como atención médica o actividades familiares. Mientras que la categoría de visitas por año ha oscilado entre el 14.8% en 2018 y el 32.5% en 2024, mostrando su punto más alto en 2021 (34.0%). Sin embargo, en los años posteriores, esta proporción ha disminuido ligeramente, esto podría indicar que, tras la pandemia, hubo un incremento en viajes esporádicos, pero sin un crecimiento sostenido.

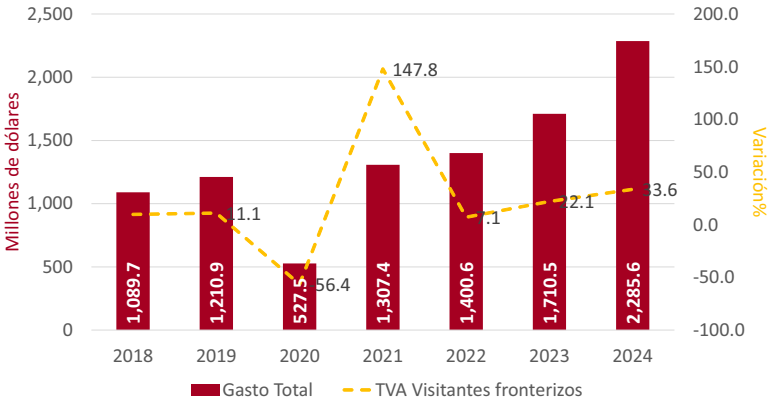
La disminución de visitantes por semana puede ser indicativo de cambios en los motivos de viaje, menor dependencia de cruces diarios y una transformación en las dinámicas comerciales y familiares entre ambos lados de la frontera. El aumento en los visitantes por mes sugiere una consolidación de Baja California como un destino recurrente para ciertos segmentos de la población, especialmente en rubros como atención médica y visitas familiares. La estabilidad en las visitas por año refleja que el turismo ocasional sigue siendo relevante, aunque sin un crecimiento marcado. Estos datos pueden ser relevantes para ajustar estrategias de promoción turística, priorizando las necesidades de los segmentos con mayor crecimiento.

Gasto de los visitantes fronterizos internacionales

El gasto de los visitantes internacionales fronterizos es un indicador esencial para medir el impacto económico del turismo en Baja California. Entre 2018 y 2024, este gasto experimentó fluctuaciones significativas, influenciadas tanto por la crisis sanitaria de la COVID-19 como por la posterior recuperación del sector. En 2018, el gasto total ascendió a 1,089 millones de dólares; sin embargo, en 2020, la pandemia provocó una fuerte contracción en la actividad turística, reduciendo el gasto a 527.5 millones de dólares, lo que representó una caída del 56.4% en comparación con el año anterior (figura 25). Esta disminución se debió principalmente a las restricciones de movilidad y al cierre temporal de actividades turísticas y comerciales.

A partir de 2021, el sector inició una recuperación gradual, alcanzando en 2024 un total de 2,285 millones de dólares en gasto turístico, lo que supone un crecimiento del 33.6% respecto al año anterior y un nivel considerablemente superior al registrado antes de la pandemia. Este repunte no solo refleja el restablecimiento del flujo de visitantes internacionales, sino también un posible incremento en el gasto per cápita, lo que sugiere una mayor valorización de los servicios turísticos y un aumento en la disposición de los viajeros a invertir en experiencias dentro de la región.

Figura 25. Gasto total en dólares de los visitantes internacionales fronterizos en Baja California (2018-2024)



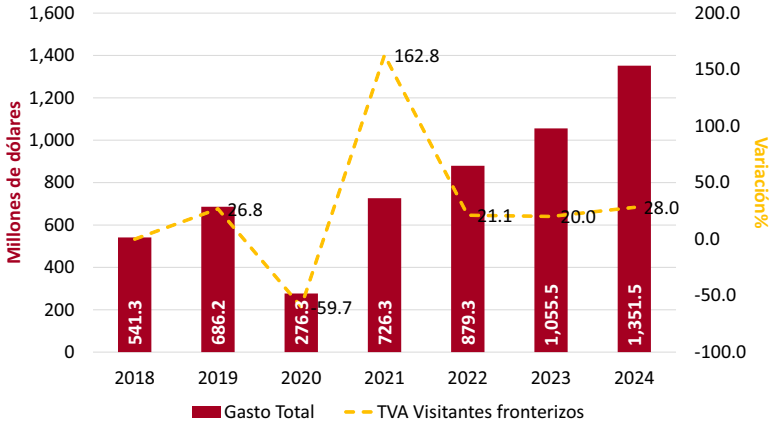
Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Gasto total por tipo de visitante

El gasto total de los visitantes internacionales fronterizos, desglosado por tipo de visitante, proporciona una visión detallada de la dinámica económica del turismo en Baja California y su evolución. En 2018, los turistas generaron un gasto de 541.3 millones de dólares, cifra que aumentó un 26.8% en 2019, alcanzando los 686.2 millones de dólares. Sin embargo, la crisis sanitaria de 2020 provocó una drástica reducción, con un gasto de solo 276.3 millones de dólares.

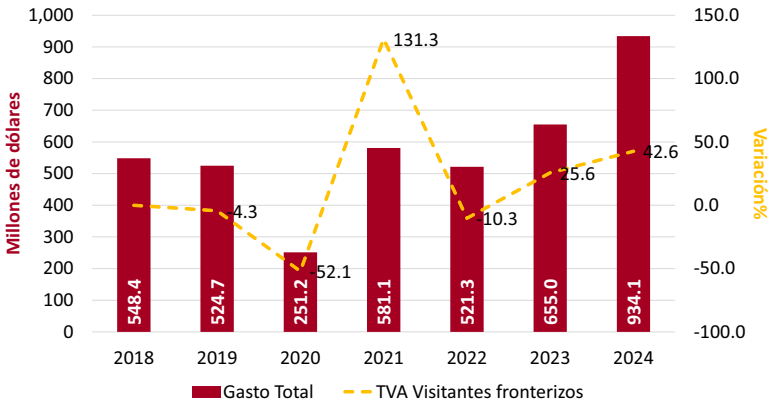
A partir de 2021, el sector inició una recuperación sostenida, aumentando un 162.8%, el mayor crecimiento registrado en el periodo, situándose en 726.3 millones de dólares. La recuperación continuó en 2022 y 2023 con tasas de crecimiento de 21.1% y 20.0%, respectivamente, alcanzando 1,055.5 millones de dólares en 2023. En 2024, el gasto total de los turistas ascendió a 1,351.5 millones de dólares, registrando un incremento del 28% con respecto a 2023, consolidando la tendencia de recuperación y superando ampliamente los niveles previos a la pandemia (figura 26).

Figura 26. Gasto total en dólares de los turistas internacionales fronterizos (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).

Figura 27. Gasto total en dólares de los excursionistas internacionales fronterizos (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).

Los excursionistas, por su parte, realizaron un gasto de 548.4 millones de dólares en 2018 y en 2019 sufrieron una ligera disminución del 4.3%, alcanzando los 524.7 millones de dólares. En 2020, debido a la pandemia, el gasto cayó drásticamente a 251.2 millones de dólares, reflejando una contracción del 52.1%. La recuperación en 2021 fue rápida y significativa, el gasto aumentó en 131.3%, lo que indica una reactivación inmediata tras el levantamiento de restricciones. Sin embargo, en 2022 se registró una leve contracción del 10.3%, reduciendo el gasto a 521.3 millones de dólares, lo que sugiere un ajuste tras la recuperación inicial. En 2023, el gasto volvió a crecer un 25.6%, situándose en 655.0 millones de dólares. Finalmente, en 2024, el gasto de los excursionistas alcanzó 934.1 millones de dólares, con un incremento del 42.6%, consolidando así una fuerte tendencia de recuperación (figura 27).

Lo anterior refleja que el gasto de los excursionistas internacionales fronterizos en Baja California ha experimentado un comportamiento volátil, con una caída drástica en 2020, una recuperación acelerada en 2021, y fluctuaciones en los años siguientes. No obstante, la tendencia de 2023 y 2024 muestra un crecimiento sostenido, lo que sugiere una recuperación más estable de este segmento, posiblemente impulsada por una mejoría y diversificación de la oferta turística.

Sin duda, en los últimos años se muestra un crecimiento sostenido de los visitantes internacionales fronterizos lo que indica no solo el restablecimiento del gasto turístico, sino también una mayor capacidad de gasto. Mientras que el gasto de los turistas mostró un crecimiento más estable desde 2021, el de los excursionistas es más volátil, con fluctuaciones significativas. La caída de 2022 en el gasto de los excursionistas sugiere posibles factores como una menor frecuencia de visitas o cambios en el patrón de consumo. A pesar de ello, en 2024, el gasto de los excursionistas creció considerablemente, lo que indica una mayor disposición de gasto en visitas cortas. Baja California ha logrado una recuperación sólida y diferenciada en sus segmentos turísticos, destacando por su capacidad para atraer tanto a turistas de estancia prolongada como a excursionistas. La estabilidad del gasto en los turistas y la acelerada recuperación del gasto en los excursionistas vislumbran un panorama positivo para la economía del estado en los próximos años.

Dunas en Algodones, Mexicali

Gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos

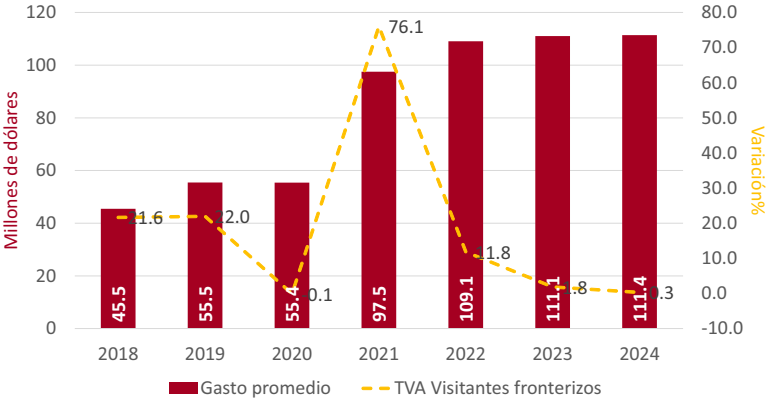
En los últimos años, el gasto promedio de los visitantes internacionales fronterizos en Baja California ha experimentado una evolución destacada, marcada por períodos de crecimiento, crisis y posterior estabilización. En 2018, el gasto promedio por visitante internacional fue de 45.5 dólares, aumentando en 2019 a 55.5 dólares, lo que representó un incremento del 22%, no obstante, en 2020, la crisis sanitaria generó una leve contracción, situando el gasto promedio en 55.4 dólares, esto significa que, a pesar de la reducción del volumen de visitantes, aquellos que continuaron viajando mantuvieron niveles de gasto similares.

Con la reactivación turística en 2021, se observó un crecimiento excepcional, alcanzando un gasto promedio de 97.5 dólares, un aumento del 76.1% en comparación con el año anterior. Este repunte puede atribuirse a la combinación de una menor afluencia de visitantes, pero con un mayor gasto per cápita, probablemente debido a la demanda acumulada, cambios en los hábitos de consumo y un ajuste en los precios del sector turístico.

Para 2024, el gasto promedio llegó a 111.4 dólares, con un aumento marginal del 0.3% respecto a 2023. Este crecimiento moderado sugiere una fase de estabilización del mercado, donde los niveles de gasto han alcanzado un punto de equilibrio tras la volatilidad de los años anteriores. La tendencia indica que, aunque el turismo ha recuperado su dinamismo, los patrones de consumo han cambiado, destacando una posible revalorización de los servicios turísticos y una mayor segmentación en el perfil de los visitantes.

Valle de los Gigantes

Figura 28. Gasto promedio en dólares de los visitantes internacionales fronterizos (2018-2024)



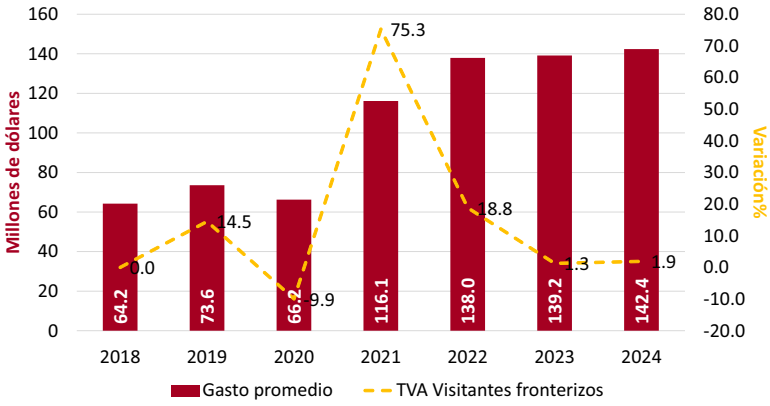
Nota: Las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información del INEGI (2024).

Gasto promedio por tipo de visitante

En los últimos años, tanto los turistas como los excursionistas internacionales fronterizos han mostrado diferentes patrones de gasto. En 2018, los turistas gastaron 64.2 dólares, y en 2019, aumentaron a 73.6 dólares, un crecimiento del 14.5%. En 2020, el gasto promedio cayó a 66.2 dólares, disminuyó un 9.9% con relación al año previo. Esta disminución está asociada a la contracción del turismo debido a restricciones sanitarias impuestas por la pandemia. En 2021, el gasto promedio se disparó a 116.1 dólares, marcando un aumento del 75.3%, el más alto del período. Este repunte puede explicarse por una demanda acumulada tras las restricciones de viaje, un cambio en los hábitos de consumo y posiblemente a una oferta más costosa debido a ajustes económicos en el sector.

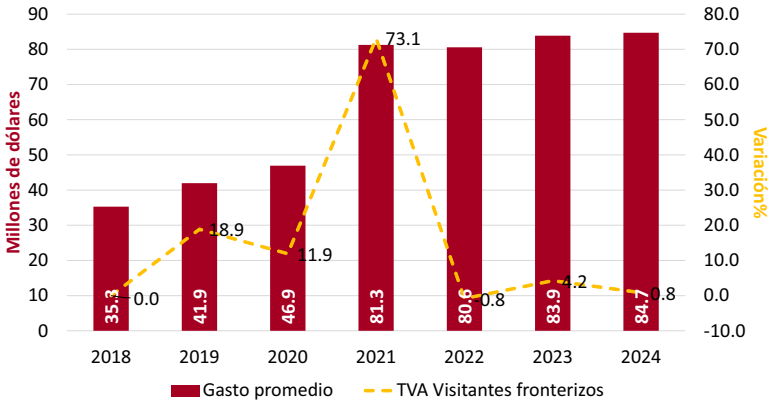
Tras el pico de 2021, el gasto promedio descendió ligeramente a 138 dólares en 2022 y se mantuvo en niveles similares en 2023 (139.2 dólares) y 2024 (142.1 dólares). Aunque la tasa de variación anual se redujo drásticamente (de 18.8% en 2022 a solo 1.9% en 2024), los valores reflejan una fase de consolidación con un gasto significativamente mayor que en el periodo previo a la pandemia (figura 29).

Figura 29. Gasto promedio en dólares de los turistas internacionales fronterizos (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).

Figura 30. Gasto promedio en dólares de los excursionistas internacionales fronterizos (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).

Asimismo, el gasto promedio de los excursionistas, en 2018, fue de 35.3 dólares, y en 2019 subió a 41.9 dólares, un incremento del 18.9%. A pesar de la pandemia, en 2020, el gasto medio se incrementó un 11.9%, alcanzando los 46.9 dólares. Contrario a lo esperado, en 2021, se da un salto significativo en el gasto promedio siendo de 81.3 dólares por visitante, lo que representa un aumento del 73.1%, lo que representa una recuperación post-pandemia, dadas las restricciones de 2020, el turismo en general se reactivó con más fuerza y los excursionistas pudieron gastar más debido a una demanda acumulada.

Después de este pico, el gasto se mantiene alto, pero con variaciones menores en 2022. En 2023 y 2024, el gasto vuelve a crecer, pero a tasas mucho más moderadas (4.2% y 0.8%, respectivamente), lo que indica una estabilización. Para mantener el crecimiento de los excursionistas fronterizos, es clave enfocarse en ofertas que incentiven un mayor gasto por visitante (figura 30).

En síntesis, el comportamiento del gasto promedio refleja tanto los efectos de la pandemia como la resiliencia del sector. La recuperación progresiva explica también un restablecimiento de la confianza en los desplazamientos internacionales, impulsado por la reapertura de fronteras, la flexibilización de restricciones y estrategias orientadas a fortalecer la competitividad del destino. Lo que representa una oportunidad para fortalecer estrategias enfocadas en la diversificación de la oferta turística y el incremento del gasto per cápita en la región. Si bien la tendencia es positiva, persisten también desafíos para consolidar una recuperación sostenida y fomentar un crecimiento más dinámico en los próximos años.

Viñas de Liceaga, Ensenada

Los avances en las tecnologías de la información y la comunicación han impulsado significativamente el crecimiento del comercio electrónico en los últimos años, facilitando la expansión de negocios en línea tanto en la venta de productos como en la prestación de servicios. En el sector turístico, la digitalización ha transformado radicalmente la forma en que los viajeros reservan hospedaje, con las plataformas en línea consolidándose como actores clave en la intermediación hotelera. Entre las más destacadas se encuentran Booking y Expedia, cuyos modelos de negocio han experimentado un crecimiento exponencial impulsado por la optimización de sus algoritmos y estrategias de personalización (Booking, 2024; Expedia, 2024).

En 2023, Booking alcanzó un volumen de reservas de 150 mil millones de dólares, mientras que Expedia reportó 104 mil millones, lo que representó incrementos del 25.2% y 127%, respectivamente, en comparación con 2022 (Curry, 2024a, 2024b). El éxito de estas plataformas radica no solo en su disponibilidad en múltiples idiomas y países, sino también en la implementación y continua optimización de sus motores de búsqueda y sistemas de evaluación (Booking, 2024; Expedia, 2024). A través de estrategias avanzadas de personalización, estas herramientas ofrecen opciones de hospedaje adaptadas a las preferencias individuales de los usuarios, mejorando la experiencia de búsqueda y facilitando la toma de decisiones informadas.

Además, los algoritmos de clasificación de hospedajes incorporan múltiples variables operativas, como la comisión pagada por los alojamientos, la velocidad de procesamiento de pagos y la participación en programas promocionales. Elementos adicionales, como la disponibilidad de habitaciones, los precios, la calidad del contenido visual (incluyendo imágenes) y la ubicación, también influyen en la jerarquización de los resultados. Sin embargo, uno de los factores más determinantes en la actualidad es la retroalimentación de los clientes: las reseñas y calificaciones han adquirido un peso significativo en la automatización de los rankings, reflejando un enfoque orientado a la calidad y la satisfacción del usuario como criterios fundamentales en la recomendación de hospedajes.

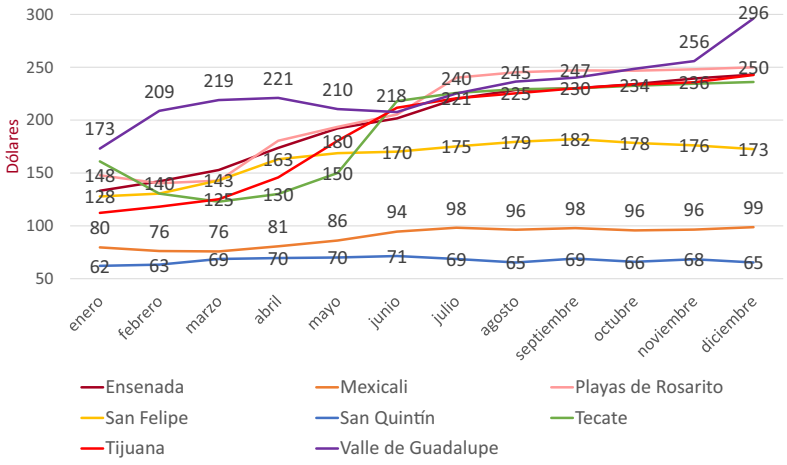
Las reseñas y puntuaciones en línea se han consolidado como elementos determinantes en la toma de decisiones de hospedaje, influyendo significativamente en el comportamiento del consumidor (De Lima y De Oliveira, 2019). Diversos estudios han evidenciado una correlación directa entre las evaluaciones positivas y el incremento en las reservas hoteleras, destacando su impacto en la competitividad del sector (Ye et al., 2011). De la misma manera, un informe de Smart Travel News (2019), muestra que el 72% de los usuarios otorgan mayor relevancia a las opiniones de huéspedes anteriores que a la reputación de la marca hotelera, lo que resalta el papel crucial de las experiencias previas en la elección de alojamiento. La satisfacción del cliente, definida como el grado de alineación entre expectativas y percepciones del servicio (Hu, 2022), no solo fortalece la lealtad del consumidor, sino que también mejora la reputación digital de los establecimientos, impulsando así la demanda.

En este contexto, se llevó a cabo un análisis de datos obtenidos de Booking y Expedia para evaluar el desempeño de los destinos turísticos en Baja California. La investigación abarcó indicadores clave como el volumen de reseñas, el nivel de satisfacción general percibida, la valoración de aspectos específicos del servicio y el precio promedio de habitaciones sencillas. Este enfoque permite medir la popularidad y visibilidad de los destinos a largo plazo, considerando únicamente establecimientos con un mínimo de diez comentarios. Cabe señalar que, mientras Booking proporciona información sobre el idioma de las reseñas, Expedia no cuenta con esta clasificación, lo que representa una limitación parcial en el alcance del análisis.

Precio promedio en Booking

De acuerdo con los datos recopilados en la plataforma Booking, en 2024 los precios promedio de una habitación sencilla en Baja California presentaron variaciones significativas entre sus principales destinos turísticos. Durante el primer semestre y hacia el cierre del año, el Valle de Guadalupe registró las tarifas más altas, alcanzando su punto máximo en diciembre con un promedio de 296 dólares por habitación. Sin embargo, en junio, Tecate superó momentáneamente a este destino, liderando con un precio de 216 dólares, mientras que, entre julio y septiembre, Playas de Rosarito encabezó la lista con tarifas que oscilaron entre 222 y 247 dólares. Tijuana, aunque no lideró en precios en ningún mes, mantuvo valores comparables a los de estos destinos, consolidándose como uno de los mercados con tarifas más elevadas (ver figura 31).

Figura 31. Precio promedio en dólares de habitación sencilla (2024)



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

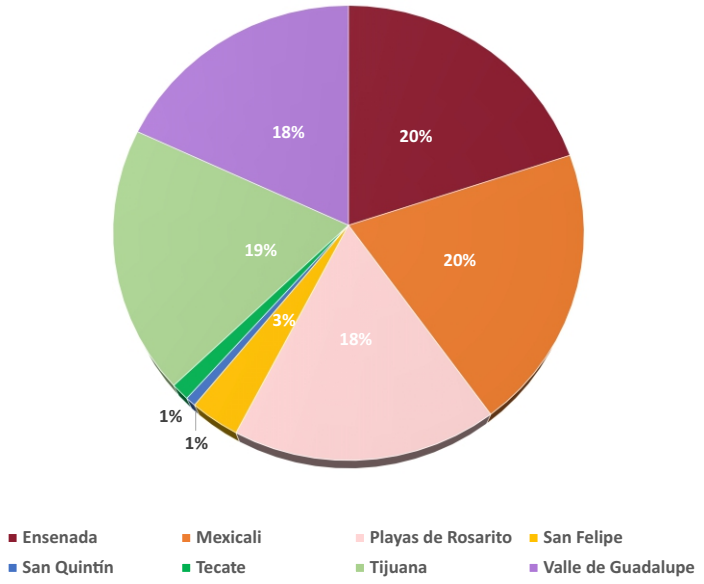
Por su parte, San Felipe se ubicó en un rango intermedio, con precios que fluctuaron entre 128 y 173 dólares a lo largo del año. Al igual que en el resto de los destinos analizados, sus tarifas mostraron una tendencia ascendente, alcanzando su punto más alto en diciembre. En contraste, Mexicali y San Quintín registraron los precios más bajos y estables del estado. En Mexicali, las tarifas variaron entre 80 y 86 dólares durante el primer semestre y entre 94 y 99 dólares en la segunda mitad del año. San Quintín, por su parte, presentó las tarifas más accesibles, con precios que oscilaron entre 62 y 71 dólares.

Estos resultados reflejan una dinámica de mercado influenciada por diversos factores, como la demanda estacional, la disponibilidad de oferta hotelera en cada destino y el nivel de atracción entre los viajeros. El comportamiento al alza de las tarifas hacia el final del año sugiere un incremento en la demanda turística, probablemente asociado a periodos vacacionales y eventos locales que atraen un mayor flujo de visitantes.

Reseñas registradas por los huéspedes en Booking

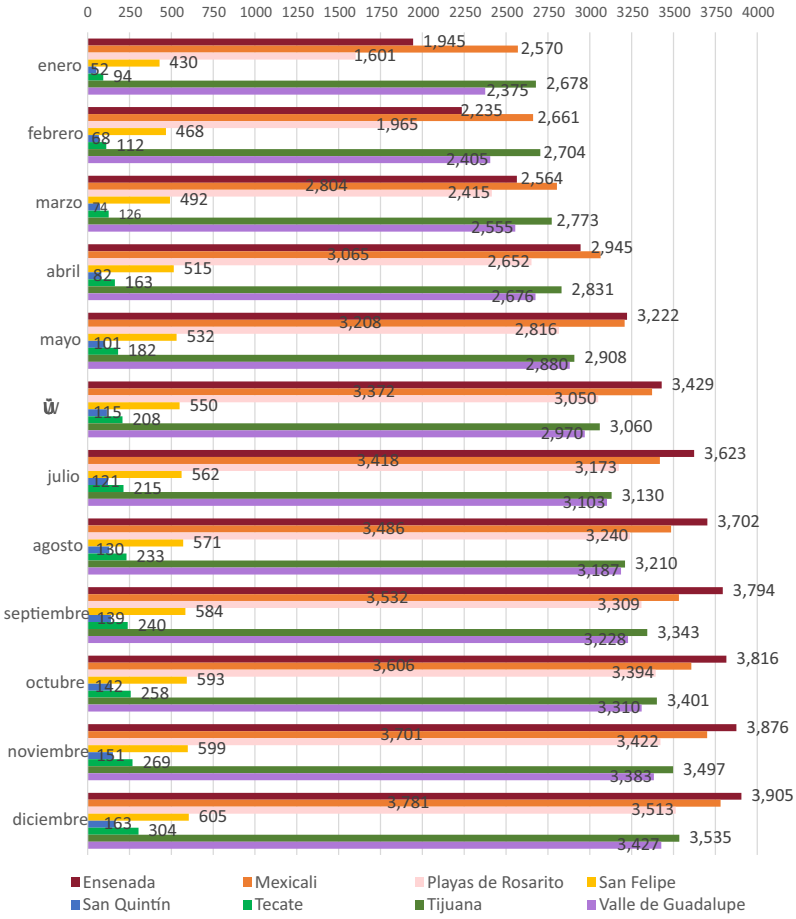
Durante 2024, se registraron un total de 195,622 reseñas sobre servicios reservados a través de Booking, con un promedio mensual de 16,302 reseñas. Como se observa en la figura 32, la distribución de estas evaluaciones fue predominantemente equitativa entre cinco destinos, que en conjunto concentraron el 95% del total: Ensenada (20%), Mexicali (20%), Tijuana (19%), Valle de Guadalupe (18%) y Playas de Rosarito (18%). El 5% restante se repartió entre San Felipe (3%), San Quintín (1%) y Tecate (1%). A lo largo del año, el número de reseñas mostró un crecimiento sostenido, pasando de poco menos de 12,000 en enero a más de 19,000 en diciembre, lo que representó un incremento mensual promedio del 5.33%.

Figura 32. Porcentaje de reseñas de huéspedes por destino (2024)



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

Figura 33. Reseñas de huéspedes por destino (2024)



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

Al desglosar los datos por destino turístico (ver figura 33), se observa una tendencia ascendente en todos los casos, aunque con variaciones en la popularidad relativa entre enero y diciembre. En enero, los destinos con mayor volumen 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 la menor cantidad. Para junio, Ensenada se posicionó como el destino con más reseñas (3,429), seguido de Mexicali (3,372), Tijuana (3,060) y Playas de Rosarito (3,050), mientras que San Quintín (115), Tecate (208) y San Felipe (550) continuaron siendo los menos evaluados.

Al cierre del año, la tendencia creciente se consolidó, con Ensenada alcanzando 3,905 reseñas, Mexicali 3,781, y cifras similares en Tijuana (3,535), Playas de Rosarito (3,513) y Valle de Guadalupe (3,427). En contraste, los destinos con menor número de reseñas en diciembre fueron San Felipe (605), Tecate (304) y San Quintín (163). Estos datos reflejan la relación entre la actividad turística y la participación de los visitantes en plataformas digitales, lo que sugiere que la visibilidad y atractivo de cada destino impactan directamente en la interacción con los sistemas de evaluación en línea.

Mondaca-Marino et al. (2019), señalan que la fluctuación en el volumen de reseñas en plataformas de alojamiento responde a múltiples factores, entre ellos la calificación promedio, la cantidad de evaluaciones acumuladas y la ubicación de los establecimientos. Estos elementos no solo influyen en la percepción de los destinos, sino que también inciden en la estructuración de precios y en la visibilidad dentro de los sistemas de recomendación.

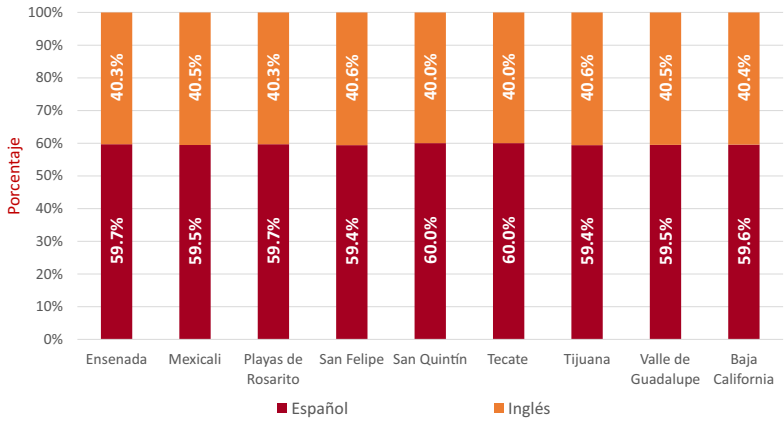
El análisis de estos datos revela cambios significativos en la dinámica de interacción turística. Mientras que en 2023 Tijuana y Mexicali concentraron la mayor cantidad de reseñas, en 2024 Ensenada emergió como el destino con mayor protagonismo. Este desplazamiento subraya la necesidad de replantear estrategias de promoción y diversificación turística en Baja California, garantizando una distribución más equilibrada de la demanda y fortaleciendo la competitividad de los distintos destinos dentro del estado.

Idioma utilizado por los huéspedes en las reseñas

A lo largo de 2024, el español y el inglés fueron los idiomas predominantes en las reseñas de los usuarios, con una clara preferencia por el español en todos los destinos y meses analizados. Como se observa en la Figura 34, tanto a nivel estatal como por destino, la proporción de reseñas en español e inglés se mantuvo cercana a un 60% y 40%, respectivamente. A lo largo del año, esta distribución se mantuvo relativamente estable, con un promedio de 56% de reseñas en español y 44% en inglés. Este patrón refleja no solo la demografía de los visitantes, sino también la dinámica de interacción en las plataformas digitales de hospedaje.

Es importante destacar que los usuarios pueden elegir libremente el idioma en el que redactan sus reseñas, por lo que las proporciones observadas no necesariamente corresponden al origen geográfico de los visitantes. Además, la diferencia entre ambos idiomas no es significativamente amplia, lo que sugiere una interacción equilibrada en las plataformas digitales. No obstante, la preponderancia del español y el inglés está en consonancia con su estatus como los idiomas más utilizados en Internet, lo que refuerza su papel estratégico en la industria turística y hotelera. Esta tendencia subraya la importancia de ambos idiomas como vehículos clave para la comunicación y promoción de destinos, independientemente del mercado de origen (Internet Society, 2023; Gómez, 2022).

Figura 34. Reseñas por idioma (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).

La distribución lingüística de las reseñas en la plataforma está influenciada por una combinación de factores internos y externos. Entre ellos destacan la notoriedad del destino, la diversidad de experiencias turísticas que ofrece —desde actividades culturales hasta opciones de playa o ecoturismo—, su nivel de conectividad, los costos de estancia y el perfil económico de los visitantes.

Asimismo, el aumento en la variedad de idiomas utilizados en la plataforma no solo fortalece la inclusión digital, sino que también amplía su alcance a nivel global, facilitando el acceso de una audiencia más diversa. Este aspecto cobra especial relevancia en destinos con menor volumen de reseñas, como Tecate y San Felipe, donde una mayor presencia de reseñas en distintos idiomas podría mejorar su visibilidad y atractivo en el mercado turístico internacional. En este sentido, la capacidad de la plataforma para adaptarse a diferentes idiomas no solo optimiza la experiencia del usuario, sino que también refuerza la competitividad de estos destinos en un entorno turístico cada vez más digitalizado y globalizado.

Satisfacción general de los huéspedes

Booking emplea un sistema de evaluación en el que los huéspedes califican su experiencia en un establecimiento de alojamiento utilizando una escala del uno al diez. La puntuación global, que sintetiza el nivel general de satisfacción del cliente, se obtiene a partir del promedio de todas las calificaciones generales registradas en los últimos tres años (Booking, 2023b). Este mecanismo busca proporcionar una valoración integral de la experiencia del usuario, estableciendo rangos que permiten clasificar los niveles de satisfacción asociados a cada alojamiento.

Si bien la plataforma ofrece la posibilidad de evaluar aspectos específicos como limpieza, ubicación o calidad del personal, dichas calificaciones son opcionales y no inciden en la puntuación global. Esta metodología refleja la estrategia de Booking de priorizar una visión holística de la experiencia del huésped, basada en una percepción general del servicio recibido, en lugar de un análisis desagregado de sus distintos componentes.

La tabla 6 presenta los cinco niveles de satisfacción definidos por la plataforma, que van desde "bien" hasta "excepcional". Este esquema de clasificación no solo establece un marco estandarizado que facilita la comparación de opciones de hospedaje para los viajeros, sino que también constituye una herramienta estratégica para los operadores del sector. Al ofrecer información detallada sobre las percepciones de los clientes, permite identificar tanto fortalezas como áreas de mejora, contribuyendo a la optimización de la calidad del servicio y a una mayor competitividad en el mercado.

Tabla 6. Nivel de satisfacción según los parámetros de calificación global en Booking

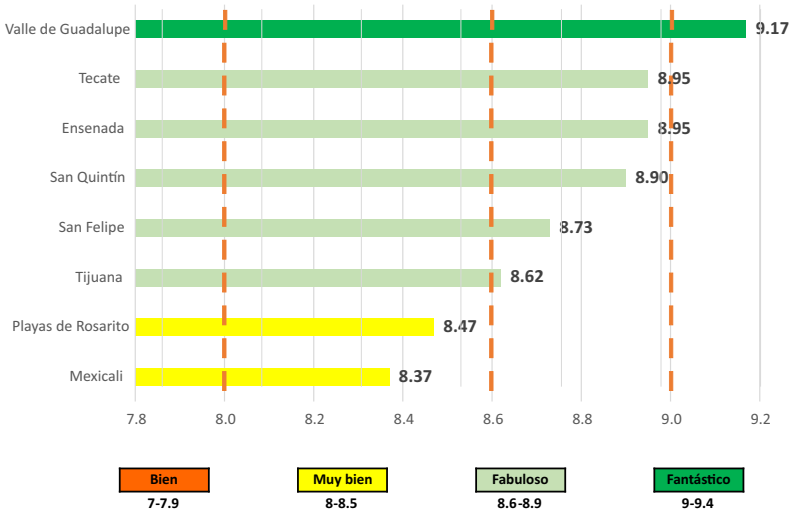
Rango de calificación global (puntos)	Nivel de satisfacción
7-7.9	Bien
8-8.5	Muy bien
8.6-8.9	Fabuloso
9-9.4	Fantástico
9.5-10	Excepcional

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).

En la figura 35 se observa que, a lo largo de 2024, el Valle de Guadalupe fue el único destino turístico de Baja California en alcanzar una calificación promedio igual o superior a nueve, situándose en el nivel de satisfacción "fantástico" con un puntaje promedio de 9.17. Por su parte, Tecate (8.95), Ensenada (8.95) y San Quintín (8.90) se ubicaron en la categoría de "fabuloso", destacando por estar muy próximos al umbral del nivel "fantástico". En un rango ligeramente inferior, San Felipe (8.73) y Tijuana (8.62) también fueron calificados como "fabulosos", aunque con puntuaciones más bajas en comparación con los destinos previamente mencionados.

En un nivel inferior, pero aún dentro de la categoría "muy bien" (8.0 a 8.6), se situaron Playas de Rosarito (8.47) y Mexicali (8.37). En términos generales, el promedio estatal de satisfacción de los huéspedes en Baja California se ubicó en 8.77, lo que corresponde a una evaluación global de "fabuloso". Estos resultados reflejan una percepción positiva del servicio de hospedaje en la entidad, aunque con variaciones entre destinos que pueden estar influenciadas por factores como la oferta turística, la infraestructura hotelera y la experiencia general del visitante.

Figura 35. Nivel de satisfacción general de los huéspedes por destinos turístico (2024)



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

El análisis mensual de 2024 evidencia variaciones significativas en la percepción de los destinos turísticos, aunque todos mostraron una mejora en sus calificaciones entre el inicio y el cierre del año. El Valle de Guadalupe destacó por tener una evolución positiva, comenzando con una evaluación promedio de "fabuloso" durante el primer trimestre y alcanzando el nivel de "fantástico" en los meses posteriores, consolidándose como el destino mejor valorado de la región.

Tecate también presentó un ascenso notable, manteniendo calificaciones "fabulosas" de enero a septiembre y logrando una transición al nivel "fantástico" en el último trimestre del año. En contraste, destinos como Ensenada, San Felipe y San Quintín mostraron una estabilidad en la percepción de los huéspedes, manteniéndose de manera constante en la categoría de "fabuloso" a lo largo de 2024. Aunque esta consistencia sugiere una satisfacción sostenida, aún existe margen para optimizar la experiencia turística y elevar su posicionamiento en futuras evaluaciones (ver tabla 7).

Tabla 7. Nivel de satisfacción global de los huéspedes (2024)

Destinos/meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ensenada												
Mexicali												
Playas de Rosarito												
San Felipe												
San Quintín												
Tecate												
Tijuana												
Valle de Guadalupe												

Bien	Muy bien	Fabuloso	Fantástico
7-7.9	8-8.5	8.6-8.9	9-9.4

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

En los niveles inferiores de calificación se ubicaron otros destinos turísticos de Baja California, aunque algunos mostraron mejoras significativas a lo largo del año. Playas de Rosarito y Tijuana, que iniciaron 2024 dentro de la categoría de "muy bien" (8.0 a 8.6), lograron ascender a "fabuloso", alcanzando esta clasificación en agosto y junio, respectivamente. Mexicali, por su parte, comenzó el año con la calificación más baja registrada, dentro de la categoría de "bien"; sin embargo, mostró una progresión constante, ascendiendo a "muy bien" de febrero a mayo y consolidándose en el nivel de "fabuloso" durante el resto del año.

Estos resultados destacan áreas de oportunidad clave para los operadores de hospedaje, quienes pueden implementar estrategias de mejora para alcanzar niveles de satisfacción más altos. La relevancia de estas evaluaciones radica en su influencia directa sobre la visibilidad de los establecimientos en los motores de búsqueda de Booking, lo que impacta en su capacidad para atraer un mayor volumen de reservas. En este sentido, la optimización continua de la calidad del servicio no solo incrementa la satisfacción de los huéspedes, sino que también fortalece la competitividad de los destinos turísticos en un mercado cada vez más digitalizado y dinámico.

Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos

La plataforma de Booking no solo permite asignar una calificación global a los establecimientos de hospedaje, sino que también ofrece la posibilidad de evaluar de manera individual distintos aspectos del servicio. Este sistema de valoraciones segmentadas proporciona una visión más precisa y detallada tanto para los viajeros como para los administradores. Para los huéspedes, facilita la selección de alojamientos que se ajusten mejor a sus expectativas, necesidades y presupuesto. Para los operadores, representa una herramienta analítica clave para detectar oportunidades de mejora, optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad del establecimiento.

Hotel Boutique Valle de Guadalupe

En la tabla 8 se detallan los siete criterios de evaluación disponibles en la plataforma, los cuales permiten analizar con mayor profundidad la percepción de los usuarios. Este desglose no solo ayuda a monitorear la calidad del servicio en términos generales, sino que también permite comprender el peso de cada factor en la experiencia integral del huésped. La información derivada de estas valoraciones resulta fundamental para corregir deficiencias, reforzar atributos bien valorados y, en última instancia, mejorar la reputación del alojamiento. Dado que las calificaciones influyen directamente en la visibilidad de los establecimientos dentro de los motores de búsqueda y en la decisión de reserva de los viajeros, una gestión eficiente de estos aspectos es crucial para mantener la competitividad en un mercado turístico altamente digitalizado y dinámico.

Tabla 8. 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).

La tabla 9 presenta las valoraciones individuales de cada aspecto evaluado en los ocho destinos turísticos de Baja California, así como los promedios generales por destino y categoría. Este análisis ofrece una visión integral del desempeño de los servicios de hospedaje en 2024, evidenciando diferencias significativas en la calidad percibida por los usuarios. A nivel estatal, las mejores calificaciones correspondieron a confort (8.93) y ubicación (8.92), ambas dentro del rango de "fabuloso". Les siguieron personal (8.87), limpieza (8.86) e instalaciones y servicios (8.69), todas ellas también clasificadas como "fabulosas". En contraste, la relación calidad-precio obtuvo una puntuación de 8.41, situándose en el nivel de "muy bien", mientras que la valoración más baja correspondió al servicio de Wi-Fi, con 7.95 puntos, es decir, en la categoría de "bien". Este último resultado sugiere una deficiencia generalizada en la calidad de la conectividad, lo que representa una oportunidad clave de mejora para los alojamientos en los distintos destinos turísticos del estado.

Al analizar los resultados por destino, se observan diferencias relevantes entre los aspectos evaluados, lo que permite identificar tanto fortalezas como áreas de oportunidad en los servicios de hospedaje. En Ensenada, las categorías mejor valoradas fueron personal (9.44) y confort (9.70), ambas dentro del nivel de "fantástico", mientras que la calificación más baja fue la del Wi-Fi, que se ubicó en la categoría de "muy bien". El resto de los criterios oscilaron entre 8.78 y 8.96, consolidándose en el rango de "fabuloso".

En el caso de Mexicali, todas las categorías —con excepción de ubicación (8.67, "fabuloso")— obtuvieron calificaciones dentro del nivel de "muy bien". Un patrón similar se observó en Playas de Rosarito, donde la relación calidad-precio y el Wi-Fi fueron evaluados como "muy bien", mientras que el resto de las categorías alcanzaron la clasificación de "fabuloso" (ver Tabla 9). Este análisis pone de manifiesto la heterogeneidad en la percepción de la calidad del hospedaje en los diferentes destinos de Baja California, subrayando la importancia de optimizar la conectividad y mejorar la relación calidad-precio para fortalecer la competitividad del sector.

Tabla 9. Nivel de satisfacción promedio de los huéspedes por diferentes conceptos (2024)

Destino/meses	Personal	Confort	Wifi	Instalaciones y servicios	Relación calidad-precio	Limpieza	Ubicación
Ensenada	9.44	9.70	8.30	8.85	8.78	8.96	8.83
Mexicali	8.51	8.37	8.03	8.24	8.28	8.41	8.67
Playas de Rosarito	8.62	8.62	8.30	8.61	8.42	8.76	8.93
San Felipe	8.40	8.39	6.09	8.13	7.76	8.34	8.63
San Quintín	9.13	9.08	6.90	8.74	8.70	9.13	9.14
Tecate	8.93	9.33	8.39	9.08	8.86	9.20	8.87
Tijuana	8.79	8.62	8.73	8.63	8.13	8.71	8.93
Valle de Guadalupe	9.10	9.30	8.83	9.25	8.32	9.40	9.35
Promedio estatal	8.87	8.93	7.95	8.69	8.41	8.86	8.92

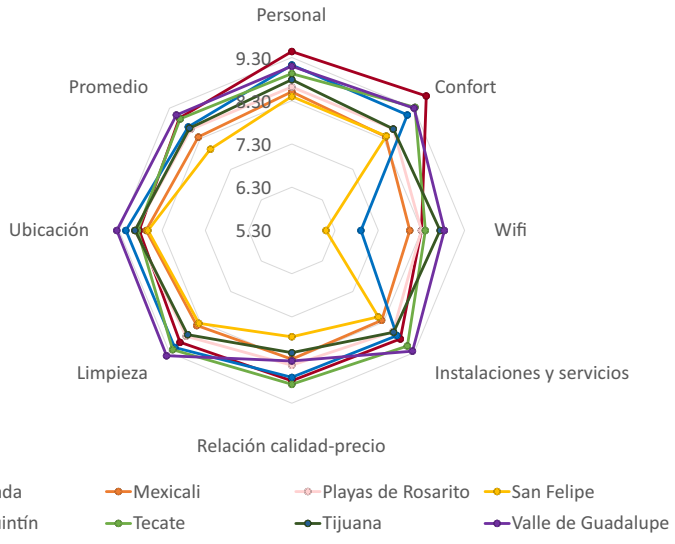
Mal	Bien	Muy bien	Fabuloso	Fantástico
-7	7-7.9	8-8.5	8.6-8.9	9-9.4

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

En San Felipe, el servicio de Wifi obtuvo la calificación más baja con 6.09 puntos, ubicándose en el nivel de "mal". Le siguió la relación calidad-precio, con 7.76 puntos ("bien"), mientras que personal, confort, instalaciones y servicios, y limpieza alcanzaron evaluaciones de "muy bien". Por otro lado, la ubicación fue el aspecto mejor valorado, con 8.63 puntos ("fabuloso"). En San Quintín, a excepción del Wifi, que recibió una pésima valoración, así como de las instalaciones y servicios y la relación calidad-precio, que fueron calificadas como "fabulosas", el resto de las categorías alcanzaron el nivel de "fantástico", reflejando una percepción altamente positiva de la oferta hotelera en este destino.

Por último, en el Valle de Guadalupe, la relación calidad-precio se situó en el nivel de "muy bien", mientras que el Wifi fue evaluado como "fabuloso". Todos los demás aspectos, incluyendo confort, limpieza, instalaciones y servicios, personal y ubicación, alcanzaron la calificación de "fantástico", consolidando a este destino como el mejor valorado en términos de experiencia de hospedaje.

Figura 36. Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos (2024)



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

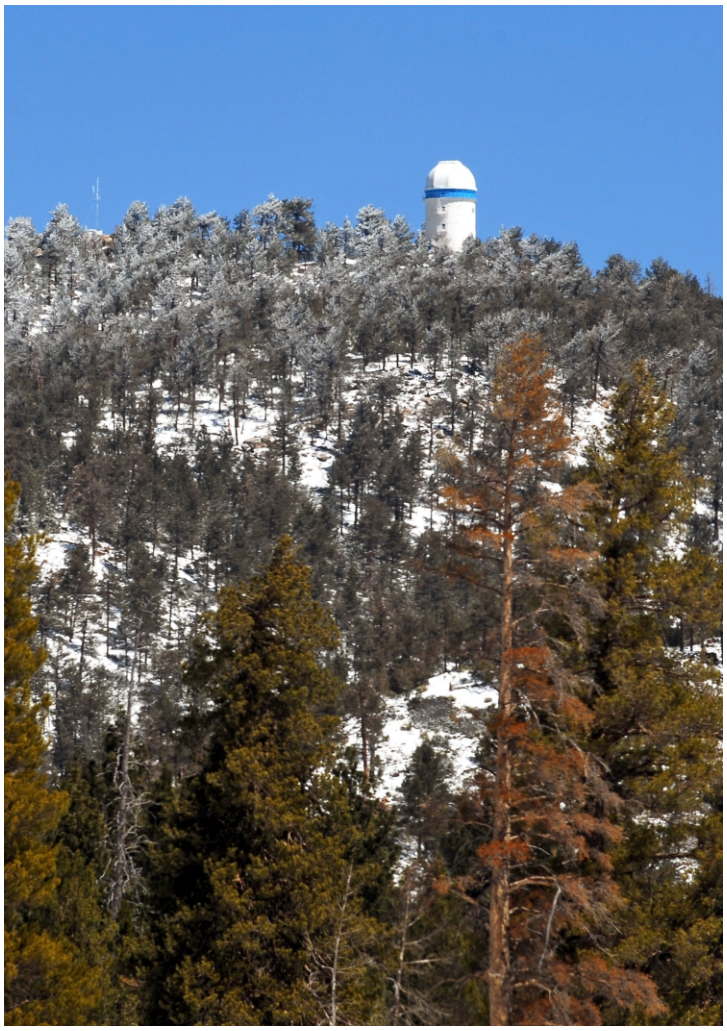
Desglosando las calificaciones por categorías, la figura 36 evidencia que los aspectos con menor valoración promedio fueron la relación calidad-precio y el servicio de Wi-Fi. En particular, la relación calidad-precio recibió sus evaluaciones más bajas en San Felipe y Tijuana, mientras que el servicio de Wi-Fi mostró deficiencias en San Quintín, San Felipe y Mexicali, probablemente debido a limitaciones en la infraestructura tecnológica de estos destinos, especialmente en las áreas rurales.

En contraste, los aspectos mejor valorados fueron personal, confort y limpieza. El personal y el confort destacaron especialmente en Ensenada y el Valle de Guadalupe, mientras que la limpieza obtuvo sus mejores calificaciones en Valle de Guadalupe, Tecate y San Quintín. Estos resultados reflejan la percepción positiva de los huéspedes en relación con la atención y las condiciones de los alojamientos en estos destinos.

Dado el peso que tiene la conectividad en la experiencia del viajero contemporáneo, resulta esencial que todos los destinos de Baja California prioricen la mejora del servicio de Wi-Fi. Una conexión estable y eficiente no solo es un requisito fundamental para los turistas—que dependen de internet para acceder a información en tiempo real y gestionar su viaje—sino que también fortalece la percepción de seguridad y accesibilidad de los destinos, elementos clave en la competitividad turística.

Asimismo, la relación calidad-precio, identificada como la segunda categoría menos valorada, requiere especial atención. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2024), los turistas actuales buscan opciones de hospedaje que reflejen una mayor correspondencia entre el costo y los servicios ofrecidos. Además, el contexto económico global ha impulsado una creciente preferencia por viajes de proximidad, lo que subraya la necesidad de ofrecer alojamientos competitivos y bien valorados en este aspecto para atraer y fidelizar visitantes.

En conjunto, estos resultados evidencian la heterogeneidad en los niveles de satisfacción entre los distintos destinos y dimensiones evaluadas, resaltando áreas estratégicas de mejora en las que los establecimientos pueden intervenir para optimizar la percepción de calidad y reforzar su posicionamiento en el mercado turístico.

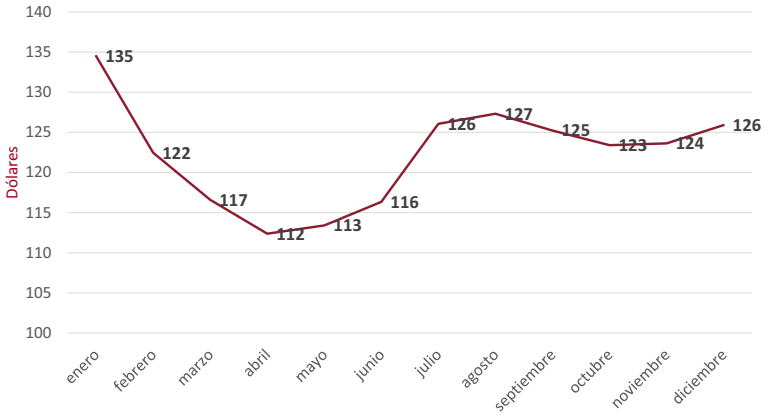


Observatorio astronómico, Sierra de San Pedro Mártir

Precio promedio en Expedia

En Baja California, la tarifa promedio de una habitación sencilla en 2024 fue de 122 dólares. A lo largo del año, se identificaron dos ciclos de variación de precios: el primero, de enero a agosto, inició con un máximo de 135 dólares en enero, seguido por un descenso hasta 112 dólares en abril. Posteriormente, los precios mostraron una recuperación progresiva, alcanzando 127 dólares en agosto. A partir de este punto, se observó un nuevo ajuste a la baja, con una disminución a 123 dólares en octubre y un ligero repunte a 126 dólares en diciembre (ver figura 37).

Figura 37. Precio promedio en dólares de una habitación sencilla en Baja California (2024)



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

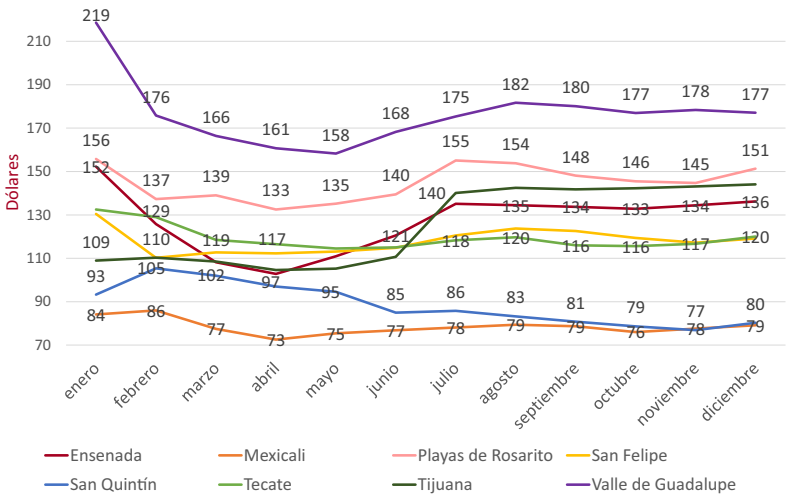
El análisis desagregado por destino turístico revela que la evolución de precios en cada localidad siguió una tendencia similar a la del promedio estatal, aunque con diferencias significativas en los valores absolutos. Destinos como Valle de Guadalupe, Playas de Rosarito y Ensenada reflejaron patrones de variación alineados con el comportamiento general del estado.

El Valle de Guadalupe, fue el destino que registró los precios más elevados, alcanzó un máximo de 219 dólares en enero, descendiendo a 158 dólares en mayo. Posteriormente, experimentó una recuperación hasta 182 dólares en agosto, cerrando el año con un promedio de 177 dólares en diciembre. Playas de Rosarito, con la segunda tarifa más alta, presentó un pico de 156 dólares en enero, seguido por una disminución a 133 dólares en abril. Posteriormente, los precios repuntaron a 155 dólares en mayo, descendieron a 146 dólares en octubre y finalizaron en 151 dólares en diciembre.

En Ensenada, la variación de precios fue más pronunciada. De un máximo de 152.3 dólares en enero, la tarifa descendió abruptamente a 103 dólares en abril (una caída del 33%), para luego recuperarse parcialmente a 135 dólares en julio, nivel que se mantuvo estable hasta diciembre.

Por su parte, Tijuana mostró una tendencia inversa, comenzando con una tarifa baja de 109 dólares en enero, descendiendo ligeramente a 105 dólares en abril y aumentando gradualmente hasta 140 dólares en julio, alcanzando 144 dólares en diciembre. Finalmente, destinos como San Felipe y Tecate mantuvieron una estructura de precios más estable, con fluctuaciones moderadas dentro del rango de 120 a 130 dólares a lo largo del año. Estos resultados evidencian la heterogeneidad en la dinámica de precios entre los distintos destinos de Baja California, lo que sugiere que factores como la temporada, la demanda específica y la oferta de alojamiento influyeron en la evolución tarifaria (figura 38).

Figura 38. Precio promedio en dólares de una habitación sencilla por destino turístico (2024)



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

En contraste, los destinos con los precios promedio más bajos en Baja California fueron Mexicali y San Quintín, los cuales presentaron una dinámica de precios más accesible y estable en comparación con otros destinos de la región. Mexicali registró los precios más bajos del estado, con una caída desde 84 dólares en enero hasta 73 dólares en abril, seguida de un leve aumento hasta alcanzar los 79 dólares durante los meses posteriores, manteniendo una estabilidad notable a lo largo del año. Esta estabilidad tarifaria sugiere que el destino se posicionó como una opción de bajo costo durante todo el periodo, con pocas fluctuaciones, lo que podría reflejar una estrategia orientada a consolidar su oferta a precios accesibles para atraer visitantes en todas las temporadas.

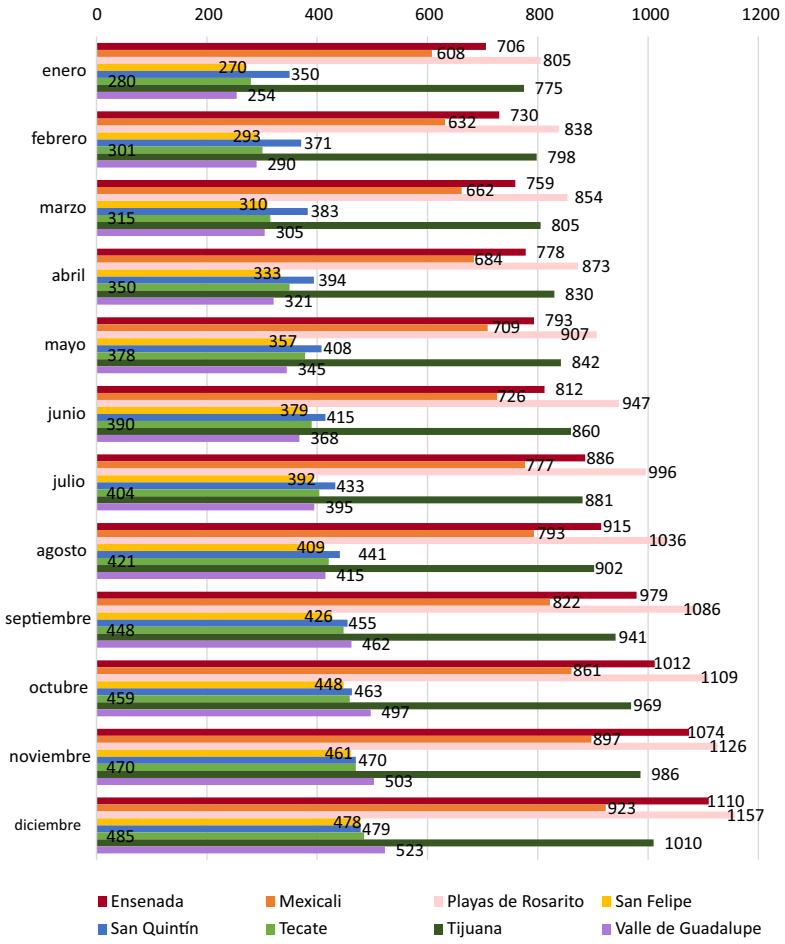
Por su parte, San Quintín mostró una variabilidad más pronunciada en sus precios. Aunque inicialmente los precios aumentaron de 93 dólares en enero a 105 dólares en febrero, luego experimentaron una tendencia decreciente durante el resto del año, cerrando en 80 dólares en diciembre. Este comportamiento indica una posible adaptación a la demanda estacional, con un ajuste de tarifas hacia el final del año para mantener la competitividad.

Es relevante destacar que los precios de Mexicali y San Quintín reflejan dinámicas de mercado influenciadas por varios factores, entre ellos la demanda estacional, la oferta disponible y las estrategias comerciales de los destinos. La disminución de precios en Valle de Guadalupe y Playas de Rosarito, por ejemplo, podría indicar la necesidad de ajustes estratégicos para atraer más visitantes en el periodo analizado. En este sentido, una revisión y optimización de las estrategias tarifarias, especialmente en destinos de alta competencia como Valle de Guadalupe y Playas de Rosarito, podría ser clave para fortalecer la competitividad en el mercado turístico, particularmente en momentos de baja demanda.

Reseñas registradas por los huéspedes en Expedia

Los datos de las reseñas registradas en la plataforma Expedia durante 2024 (ver figura 39) evidencian una tendencia creciente en todos los destinos turísticos de Baja California. Estos destinos pueden agruparse en dos categorías según el volumen de reseñas: aquellos con un número elevado, que oscila entre 600 y 1,200, y aquellos con un número menor, que se sitúa entre 250 y 550.

Figura 39. Reseñas de huéspedes por destino (2024)



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

En el primer grupo, conformado por Playas de Rosarito, Tijuana, Ensenada y Mexicali, se observa una actividad significativa en términos de reseñas. Playas de Rosarito registró un incremento constante, pasando de 805 reseñas en enero a 947 en junio y cerrando el año con 1,157 en diciembre. Ensenada inició con 706 reseñas en enero, alcanzó 812 en junio y concluyó con 1,110 en diciembre. Tijuana también mostró un aumento sostenido, de 775 reseñas en enero a 860 en junio, llegando a 1,010 en diciembre. Por su parte, Mexicali pasó de 608 reseñas en enero a 726 en junio, cerrando el año con 923 reseñas.

En el segundo grupo, integrado por San Quintín, Tecate, San Felipe y Valle de Guadalupe, el crecimiento de las reseñas fue más moderado. Valle de Guadalupe, por ejemplo, acumuló 254 comentarios en enero, 368 en junio y 523 en diciembre. San Felipe mostró una evolución similar, con 270 reseñas en enero, 379 en junio y 478 en diciembre. Tecate, por su parte, pasó de 280 reseñas en enero a 390 en junio, finalizando con 485 en diciembre. Finalmente, San Quintín registró 350 reseñas en enero, alcanzó 415 en junio y cerró el año con 479.

Como se ha señalado previamente, las reseñas representan un factor clave en la visibilidad y competitividad de los alojamientos listados en Expedia. No solo permiten identificar fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad, 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), tanto la cantidad como la calidad de las reseñas afectan los precios de las unidades de alojamiento y su posicionamiento en el mercado, reforzando su impacto en la toma de decisiones de los consumidores y en la estrategia comercial de los establecimientos turísticos.

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 originalmente se expresa en una escala de 1 a 5 o 1 a 10 puntos, pero posteriormente se estandariza en una escala única de 1 a 10. La calificación general de cada establecimiento se obtiene dividiendo el total de puntos acumulados entre el número de evaluaciones recibidas, proporcionando así un indicador cuantitativo del nivel de satisfacción de los huéspedes. De acuerdo con la tabla 10, las calificaciones se agrupan en cinco categorías, que van desde "bueno" hasta "excepcional". Aunque los usuarios tienen la opción de evaluar aspectos específicos del servicio, la puntuación final se basa principalmente en la percepción global de la experiencia del hospedaje.

Tabla 10. Nivel de satisfacción según los parámetros de calificación general en Expedia

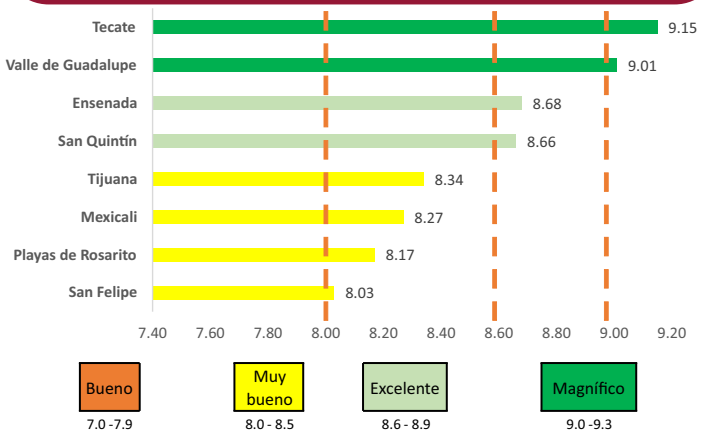
Rango de calificación general (puntos)	Nivel de satisfacción
7-7.9	Bieno
8-8.5	Muy bieno
8.6-8.9	Excelente
9-9.3	Magnífico
9.4-10	Excepcional

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

El Cielo, Valle de Guadalupe

A nivel estatal, la satisfacción promedio de los viajeros alcanzó 8.54, lo que posiciona a Baja California en la categoría de "muy bueno". Este resultado refleja una percepción predominantemente positiva de los destinos turísticos del estado. No obstante, es fundamental considerar que estas evaluaciones responden a percepciones subjetivas, por lo que su interpretación debe enfocarse en identificar patrones y tendencias generales, más que en casos individuales. En este sentido, comprender estos datos es fundamental para que los prestadores de servicios turísticos detecten oportunidades de mejora, optimicen su oferta y ajusten sus estrategias a las expectativas de los viajeros. En un mercado altamente competitivo, la capacidad de respuesta ante estas valoraciones puede ser determinante para fortalecer la reputación de los destinos y consolidar su atractivo en el ámbito turístico.

Figura 40. Nivel de satisfacción general de los huéspedes de Expedia por destinos turístico (2024)



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

El análisis de la evolución mensual de las calificaciones en 2024 revela una tendencia positiva en la percepción de los destinos turísticos de Baja California. Durante el primer semestre del año, el promedio estatal osciló entre 8.3 y 8.5, una evaluación clasificada como “muy bien”. Sin embargo, en la segunda mitad del año, las valoraciones mejoraron, alcanzando niveles entre 8.6 y 8.7, lo que posicionó la satisfacción general en la categoría de “fabuloso”.

A nivel de destinos específicos, Tecate destacó como el mejor evaluado, manteniendo de manera constante una calificación “fantástico”, con un desempeño sobresaliente en marzo y abril, cuando ascendió a la categoría de “excepcional”. Le siguió el Valle de Guadalupe, que inició el año en la categoría “fabuloso” en enero y febrero y logró estabilizarse en “fantástico” durante el resto del año. San Quintín, por su parte, mantuvo una valoración “fabuloso” de forma consistente en todos los meses analizados. Ensenada mostró una tendencia de mejora progresiva: comenzó en la categoría “muy bien” durante los primeros cuatro meses del año, pero a partir de mayo experimentó una recuperación sostenida que la llevó a la categoría “fabuloso” hasta diciembre (ver tabla 11).

En contraste, los destinos con las calificaciones más bajas fueron Tijuana, Playas de Rosarito, Mexicali y San Felipe. Tijuana se mantuvo en la categoría “muy bien” hasta octubre, pero logró una mejora en noviembre y diciembre, cuando ascendió a “fabuloso”. Playas de Rosarito inició el año con una calificación de “bien” en enero y febrero, mejorando progresivamente a “muy bien” en los meses siguientes y alcanzando “fabuloso” en diciembre. Mexicali presentó una evolución similar, comenzando en “bien” y avanzando hasta “muy bien”, aunque sin superar esta categoría en ninguno de los meses evaluados. Finalmente, San Felipe se mantuvo en “muy bien” durante casi todo el año, con la excepción de abril, cuando descendió temporalmente a “bien” (ver tabla 11).

Un hallazgo relevante, en línea con lo reportado en el Boletín 3, es la relación inversa entre el número de reseñas y la calificación promedio. Los destinos con un mayor volumen de opiniones, como Playas de Rosarito y Tijuana, tienden a recibir evaluaciones más bajas, mientras que aquellos con un menor número de reseñas, como Tecate y el Valle de Guadalupe, obtienen calificaciones significativamente más altas. Esta tendencia sugiere que un mayor número de evaluaciones implica una mayor diversidad de experiencias, lo que incluye una proporción más alta de opiniones moderadas o negativas, impactando así el promedio general de satisfacción. 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.

Tabla 11. Nivel de satisfacción general de los huéspedes por destino (2024)

Destinos/meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ensenada												
Mexicali												
Playas de Rosarito												
San Felipe												
San Quintín												
Tecate												
Tijuana												
Valle de Guadalupe												
Promedio BC	8.3	8.4	8.5	8.5	8.5	8.5	8.6	8.6	8.6	8.6	8.7	8.7

Malo -7.0 | Bueno 7.0 -7.9 | Muy bueno 8.0 - 8.5 | Excelente 8.6 - 8.9

Magnífico 9.0 -9.3 | Excepcional 9.4 -10

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

Evaluación de la satisfacción de los huéspedes por diferentes conceptos

Al igual que en otras plataformas, Expedia permite a los usuarios calificar distintos aspectos de los alojamientos, otorgando evaluaciones parciales que complementan la calificación general. Estas valoraciones proporcionan una visión más detallada de la experiencia del huésped y facilitan la toma de decisiones de futuros viajeros. En la tabla 12 se presentan las cinco categorías clave evaluadas en la plataforma, las cuales influyen significativamente en la percepción de calidad y satisfacción de los clientes. Estos criterios permiten a los viajeros comparar alojamientos con mayor precisión y brindan a los administradores de hospedajes información clave para mejorar sus servicios, optimizando la experiencia del usuario y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.

Tabla 12. Servicios y detalles del alojamiento valorados en Expedia

Limpieza	Califica la higiene y mantenimiento del alojamiento, considerando la limpieza de las habitaciones, áreas comunes y el cumplimiento de protocolos sanitarios.
Personal	Evalúa la calidad del trato entre el personal y los huéspedes, considerando la atención brindada, la eficiencia en el servicio, la cordialidad y el nivel de profesionalismo demostrado.
Servicios	Examina la disponibilidad, funcionalidad y calidad de las comodidades ofrecidas, como conexión Wi-Fi, estacionamiento, desayuno, entre otros.
Condición de la propiedad	Mide el estado físico y mantenimiento de las instalaciones, incluyendo infraestructura, mobiliario y equipamiento, garantizando una estancia segura y confortable.
Cuidado del medio ambiente	Evalúa las políticas y prácticas sostenibles del alojamiento, como la gestión eficiente de recursos, reducción de residuos y adopción de medidas ecológicas.

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

Tabla 13. Nivel de satisfacción promedio de los huéspedes por diferentes categorías (2024)

Destino/meses	Limpieza	Personal	Servicios	Condición de la propiedad	Cuidado del medio ambiente	Promedio
Ensenada	9.3	9.3	9.1	9.1	9.2	9.2
Mexicali	8.5	8.4	8.0	8.1	8.3	8.3
Playas de Rosarito	8.7	8.5	8.4	8.1	8.2	8.4
San Felipe	9.0	8.6	7.7	7.3	8.3	8.2
San Quintín	9.0	9.1	8.6	8.6	8.7	8.8
Tecate	8.7	8.6	8.2	8.5	8.5	8.5
Tijuana	8.9	8.6	8.5	8.4	8.2	8.5
Valle de Guadalupe	9.5	9.4	8.9	9.2	9.2	9.2
Promedio	9.3	9.3	9.1	9.1	9.2	9.2

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

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

Los datos recopilados en 2024 revelan que los destinos turísticos de Baja California obtuvieron, en promedio, calificaciones superiores a nueve puntos en todas las categorías evaluadas, reflejando un nivel de satisfacción general clasificado como “fantástico”. Destacaron el Valle de Guadalupe y Ensenada, con promedios de 9.2, alcanzando la categoría de satisfacción “magnífico”, seguidos por San Quintín, que registró una puntuación de 8.8, dentro del nivel “fabuloso”. Los demás destinos presentaron valores promedio entre 8.2 y 8.5, ubicándose en la categoría de “muy bien”.

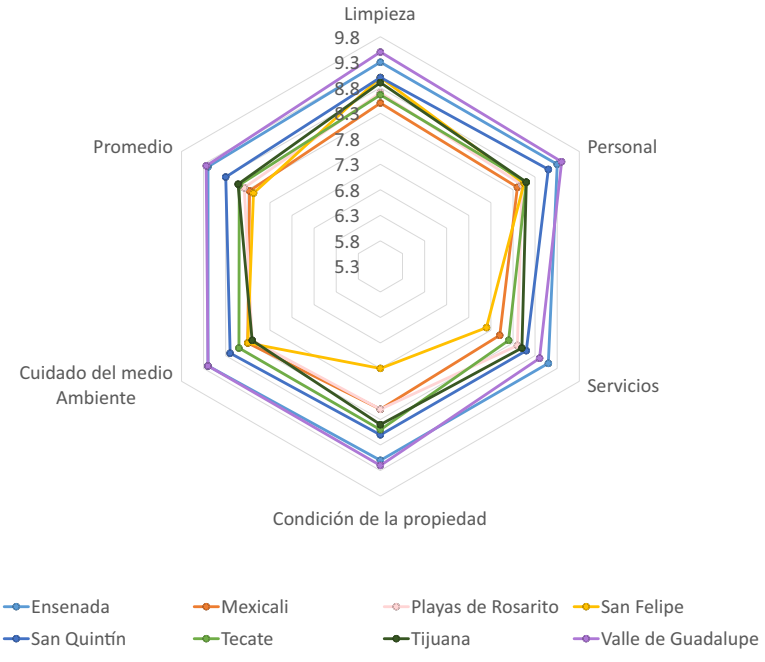
En términos de dimensiones específicas, todos los aspectos mejor valorados se situaron en el rango de 9.1 a 9.3, dentro del nivel “fantástico” (ver tabla 13). Estos resultados reflejan una percepción ampliamente positiva sobre la calidad del servicio en los alojamientos evaluados a través de la plataforma. No obstante, ninguna categoría alcanzó la máxima calificación de “excepcional”, lo que sugiere oportunidades de mejora para fortalecer la oferta de hospedaje y optimizar la experiencia de los huéspedes.

Al analizar las evaluaciones de los diferentes aspectos en los destinos turísticos de Baja California, se observa que, por un lado, los puntajes más altos se concentran en el Valle de Guadalupe, Ensenada y San Quintín, mientras que las valoraciones más bajas corresponden a Mexicali, San Felipe, Tecate y Tijuana. En Ensenada, los servicios fueron calificados como "fantásticos", destacando positivamente en este aspecto. El Valle de Guadalupe, por su parte, obtuvo calificaciones de "fabuloso" en servicios, mientras que tanto la condición de la propiedad como el cuidado del medio ambiente alcanzaron la categoría de "fantásticos". Además, la limpieza y la atención del personal lograron puntuaciones de "excepcional", subrayando la alta calidad percibida en estos aspectos. En San Quintín, la limpieza y el personal fueron evaluados como "fantásticos", mientras que los demás aspectos mantuvieron la calificación de "fabulosos".

Hotel Rosarito Beach Hotel, Playas de Rosarito

Por otro lado, los destinos con evaluaciones más bajas presentaron una mayor diversidad en sus calificaciones. En San Felipe, aunque la limpieza fue considerada "fantástica", otros aspectos mostraron puntuaciones más modestas: el personal fue calificado como "fabuloso", el cuidado del medio ambiente como "muy bien", y los servicios y la condición de la propiedad como "bien". En Tecate y Tijuana, la limpieza y el personal recibieron la calificación de "fabuloso", mientras que el resto de los aspectos fueron evaluados como "muy bien". En Playas de Rosarito, únicamente la limpieza alcanzó el nivel de "fabuloso", mientras que los otros aspectos fueron clasificados como "muy bien". Finalmente, en Mexicali, todos los aspectos fueron calificados como "muy bien", reflejando un nivel general de satisfacción moderado. Este análisis pone de manifiesto las áreas clave en las que los destinos de Baja California destacan, así como aquellos aspectos que requieren atención para mejorar la experiencia general de los turistas.

Figura 41. Evaluación de la satisfacción de los huéspedes de Expedia por diferentes conceptos (2024)



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

Desde una perspectiva global, al analizar las categorías y los municipios, la limpieza se destacó notablemente en el Valle de Guadalupe, donde obtuvo la calificación más alta considerada “excepcional”. En contraste, Mexicali presentó la evaluación más baja en este aspecto, siendo considerada con un “muy bien”. Un patrón similar se observa en la evaluación del personal, en el Valle de Guadalupe, este aspecto fue calificado como “excepcional”, mientras que en Mexicali y Playas de Rosarito la calificación fue más moderada, alcanzando el nivel de “muy bien”.

En cuanto a la condición de la propiedad y el cuidado del medio ambiente, ambos aspectos recibieron altas valoraciones en Ensenada y el Valle de Guadalupe, alcanzando la categoría de “fantástico”. Sin embargo, en la categoría de "condición de la propiedad", San Felipe obtuvo la calificación más baja, con un “bien”, lo que sugiere áreas de mejora en el mantenimiento de sus instalaciones. En cuanto al cuidado del medio ambiente, la mayoría de los destinos alcanzaron la calificación de “muy bien”, salvo en San Quintín, que destacó al obtener el nivel de “fabuloso”, indicando una mejor integración de prácticas sostenibles.

Por último, los servicios fueron, en general, la categoría con las calificaciones más bajas, aunque lograron el nivel de “fantástico” en Ensenada y “fabuloso” en San Quintín y el Valle de Guadalupe. San Felipe registró la calificación más baja en este aspecto, con un puntaje de 7.7, lo que lo situó en la categoría de “bien” (ver figura 41). Estos resultados subrayan las áreas específicas donde algunos destinos sobresalen y donde existen oportunidades para fortalecer aspectos clave en la experiencia del visitante, como la calidad de los servicios y el mantenimiento de las instalaciones.

La Ventana del Mar, San Felipe

Desde su aparición, Airbnb ha transformado el mercado global de hospedaje al facilitar que propietarios de viviendas particulares comercialicen sus espacios, ya sea de manera parcial o total, como alternativas de alojamiento. Este modelo ha ampliado significativamente la oferta de alojamiento, proporcionando a los viajeros opciones fuera del circuito hotelero tradicional y promoviendo experiencias de hospedaje más personalizadas, frecuentemente alineadas con la cultura y el estilo de vida local (López y Ramírez-Álvarez, 2021).

Más allá de su impacto en la diversificación del hospedaje, Airbnb ha contribuido a dinamizar economías locales, especialmente en destinos emergentes o con menor afluencia turística. Al incentivar una economía colaborativa, la plataforma ha fortalecido el turismo doméstico, distribuido de manera más equitativa los beneficios económicos de la actividad turística y generado nuevas oportunidades de ingreso para anfitriones independientes (Piedras, 2021). No obstante, este crecimiento también ha planteado desafíos regulatorios y urbanos, particularmente en términos de disponibilidad de vivienda, gentrificación y competencia con el sector hotelero formal, aspectos que han generado un debate sobre la sostenibilidad de este modelo a largo plazo.

En los últimos años Airbnb se ha consolidado como la principal plataforma digital de alojamiento entre particulares (peer-to-peer), respaldada por una oferta diversificada y en constante expansión. En 2023, la compañía contaba con más de 5 millones de anfitriones en 220 países y regiones, proporcionando alojamiento a más de 1.5 mil millones de huéspedes a nivel global. Este crecimiento acelerado impulsó un incremento del 152% en sus ingresos 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 adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado turístico, particularmente aquellas que se han intensificado en la pospandemia. Entre los factores clave que han impulsado su expansión destacan la creciente demanda por experiencias de hospedaje auténticas que reflejen la identidad cultural del destino, el interés en actividades enfocadas en el bienestar personal y la preferencia por opciones que incorporen criterios de sostenibilidad y salud en su propuesta de valor (El Economista, 2023).

Más allá de su crecimiento financiero y operativo, Airbnb ha redefinido la manera en que los viajeros eligen y experimentan el alojamiento, posicionándose no solo como una alternativa al hospedaje tradicional, sino como un actor clave en la evolución del turismo contemporáneo. Sin embargo, su impacto también ha generado desafíos en términos de regulación, acceso a la vivienda y competencia con el sector hotelero formal, aspectos que continúan siendo objeto de debate en diversos mercados.

Dado el impacto de este modelo de alojamiento y la disponibilidad de datos específicos sobre la plataforma, los siguientes apartados presentan un análisis detallado de indicadores clave relacionados con su desempeño. Este estudio examina 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, proporcionando una visión integral sobre la relevancia y evolución de la plataforma en la región.

Número de rentas en Airbnb

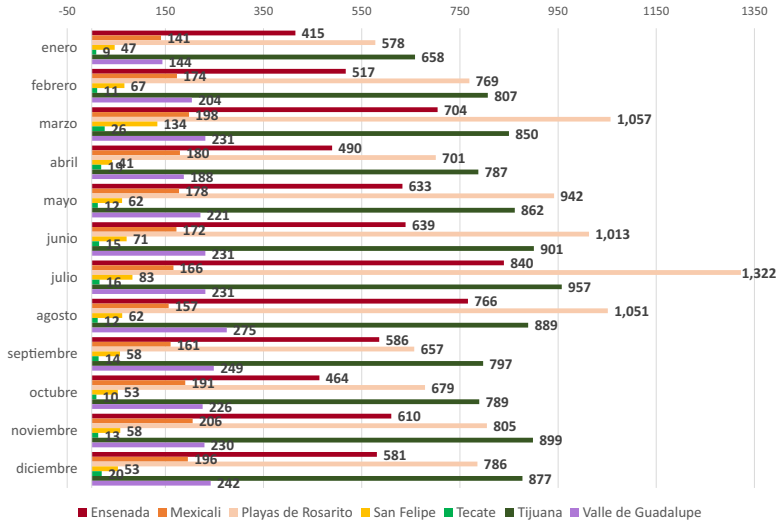
En 2024, la plataforma Airbnb registró un total de 33,439 rentas en Baja California, lo que representa un incremento del 5.9% en comparación con las 31,581 rentas contabilizadas en 2023. A nivel de destinos turísticos, Playas de Rosarito y Tijuana concentraron la mayor actividad, con 10,361 y 10,075 rentas, respectivamente, lo que equivale a poco más del 62% del total de rentas anuales en la entidad. Sumando las 7,245 rentas registradas en Ensenada, estos tres destinos acumulan aproximadamente el 83% de la actividad de Airbnb en Baja California, consolidándose como los principales polos de hospedaje en la plataforma.

El análisis de la dinámica estacional revela que la demanda de rentas a través de Airbnb siguió un patrón cíclico a lo largo del año (ver figura 42). Los primeros meses presentaron una actividad moderada, seguida de un incremento sostenido hasta alcanzar su punto máximo a mitad de año, para luego descender en los últimos meses, aunque sin retornar a los niveles mínimos observados al inicio del período. Este comportamiento refleja la influencia de factores estacionales en la demanda de hospedaje, como las vacaciones de verano y los eventos turísticos locales.

En términos de distribución geográfica, Ensenada, Tijuana y Playas de Rosarito lideraron la oferta y demanda de rentas, con un desempeño particularmente destacado en Playas de Rosarito, cuya popularidad sigue en ascenso. En contraste, destinos como Tecate y San Felipe registraron un volumen significativamente menor de rentas, lo que sugiere una concentración del turismo en áreas costeras y metropolitanas. Estos resultados evidencian la estrecha relación entre la popularidad de un destino y el volumen de rentas a través de la plataforma, al tiempo que subrayan la necesidad de estrategias de diversificación turística que permitan distribuir la demanda de manera más equitativa dentro del estado.

Durante 2024, los usuarios de Airbnb mostraron una clara preferencia por Playas de Rosarito y Ensenada, destinos caracterizados por su oferta de sol y playa, gastronomía y experiencias de aventura. Esta tendencia reafirma la importancia de estos destinos para los viajeros que buscan actividades vinculadas con la naturaleza, la cultura y el turismo regenerativo, lo que sugiere oportunidades para el desarrollo de productos turísticos innovadores que fortalezcan la competitividad del sector en Baja California.

Figura 42. Número de rentas mensuales en Airbnb (2024)



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

La destacada posición de Tijuana entre los destinos más demandados en Airbnb refleja su creciente atractivo como un polo de turismo urbano, impulsado por segmentos clave como el turismo de salud, los nómadas digitales, los viajes de negocios y la gastronomía. Este comportamiento sugiere que la ciudad se ha consolidado como un destino estratégico que combina infraestructura urbana desarrollada, accesibilidad privilegiada, proximidad a la frontera y una oferta diversificada capaz de atender tanto estancias de corto plazo como estadías prolongadas.

En contraste, los datos de Airbnb evidencian una menor participación de destinos como Tecate, San Felipe, Mexicali y, en cierta medida, el Valle de Guadalupe, lo que sugiere la necesidad de fortalecer su competitividad en el mercado de hospedaje. Para ello, resulta fundamental diversificar la oferta de alojamiento y reforzar la promoción de sus atractivos turísticos, destacando elementos diferenciadores como su riqueza cultural, paisajes naturales y experiencias auténticas basadas en el ecoturismo y el enoturismo. La implementación de estrategias focalizadas en estos aspectos permitiría captar segmentos de viajeros que buscan alternativas menos convencionales y altamente personalizadas, contribuyendo así a una distribución más equilibrada de la demanda turística en la región.

Satisfacción general de los huéspedes por destino

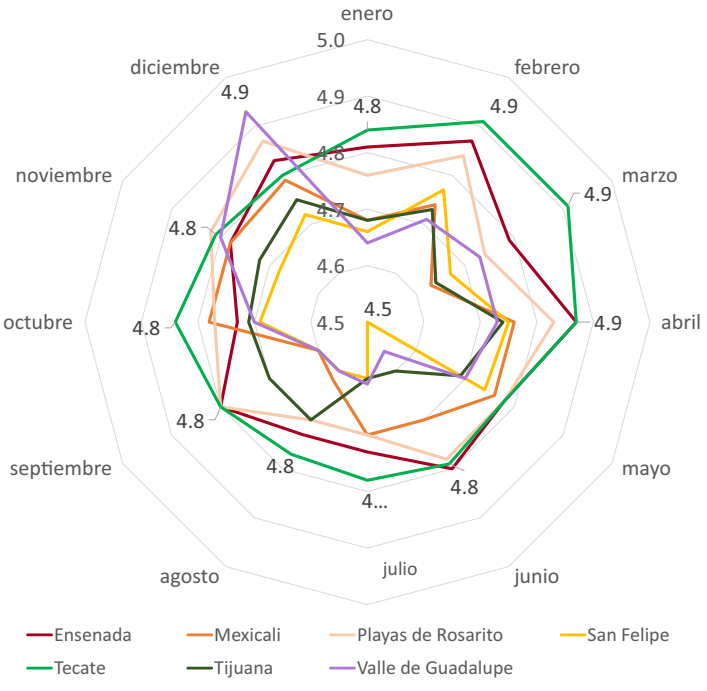
Al igual que en plataformas como Booking y Expedia, Airbnb permite a los usuarios evaluar su experiencia de hospedaje mediante un sistema de calificación basado en un rango de 1 a 5 estrellas. Este sistema no solo proporciona una valoración general del servicio recibido, sino que también permite calificar aspectos específicos de la estancia, ofreciendo así una visión más detallada de la calidad del alojamiento. La calificación global de cada unidad se obtiene a partir del promedio de todas las evaluaciones realizadas por los huéspedes, lo que la convierte en un indicador clave para medir el nivel de satisfacción y la percepción del servicio en la plataforma (Airbnb, 2024b).

Si bien este modelo de evaluación proporciona una herramienta ágil y accesible para conocer la opinión de los clientes, su interpretación puede estar influenciada por expectativas individuales y variaciones en los estándares de los huéspedes. En términos generales, las categorías de calificación en Airbnb pueden entenderse de la siguiente manera:

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

Durante 2024, la calificación global promedio en Baja California se situó en 4.7 estrellas, lo que equivale a una evaluación de "muy buena" según los estándares de Airbnb. Este nivel de satisfacción se mantuvo consistentemente en todos los destinos turísticos analizados, con puntuaciones superiores a 4.7, lo que refuerza la percepción positiva sobre la calidad del servicio de hospedaje en la entidad. A lo largo del año, las calificaciones mensuales oscilaron entre 4.6 y 4.9 estrellas, reflejando un desempeño sólido. No obstante, estos valores sugieren oportunidades de mejora para alcanzar la categoría de “excepcional” en términos absolutos (ver figura 43).

Figura 43. Satisfacción general de los huéspedes (2024)



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

El análisis de las variaciones entre destinos, representado en la figura 43, revela que San Felipe, Tijuana, Mexicali y Valle de Guadalupe obtuvieron las calificaciones más bajas. Destaca particularmente el caso de Tijuana, que, a pesar de ser uno de los destinos con mayor cantidad de alquileres de alojamientos, muestra niveles de satisfacción relativamente bajos. En contraste, Tecate, Playas de Rosarito y Ensenada registraron, en la mayoría de los meses, las calificaciones más altas, sobresaliendo Tecate, un destino con un volumen reducido de alquileres.

Estos hallazgos sugieren que no existe una correlación directa entre el número de alquileres y la satisfacción general percibida por los usuarios. Por lo tanto, fundamentar estrategias únicamente en esta relación resultaría insuficiente. Es imprescindible adoptar un enfoque integral que contemple un conjunto más amplio de factores determinantes en la percepción de calidad, incluyendo aspectos específicos del servicio evaluados por los usuarios, los cuales se analizarán en los siguientes apartados.

Satisfacción de la calidad de alojamiento por destino y por categorías

Airbnb permite a sus usuarios evaluar la calidad del servicio de hospedaje a través de seis categorías clave, utilizando el mismo sistema de calificación empleado para la valoración general. Estas categorías son puntuadas en una escala de una a cinco estrellas, siguiendo los mismos criterios de satisfacción establecidos para la evaluación global. Este enfoque asegura la coherencia en la medición de la calidad percibida, facilitando tanto comparaciones generales entre destinos como análisis específicos por categoría.

El presente análisis examina la evolución de estas evaluaciones en los principales destinos turísticos de Baja California durante el 2024, con el objetivo de identificar patrones en la percepción de los usuarios y áreas de oportunidad para optimizar la experiencia de hospedaje en la región. La tabla 14 sintetiza los aspectos evaluados, proporcionando una descripción detallada de cada categoría, con un enfoque en elementos clave como la infraestructura, la atención al cliente y el compromiso ambiental. Este nivel de desglose permite obtener una visión integral de los factores que influyen en la satisfacción del turista y facilita el diseño de estrategias específicas para fortalecer la competitividad de cada destino.

Tabla 14. Categorías evaluadas por Airbnb

Limpieza	Este criterio mide la satisfacción de los huéspedes en cuanto a la higiene y el orden de las distintas áreas de la propiedad, como habitaciones, baños, espacios comunes y cualquier zona accesible para los usuarios. La evaluación refleja la percepción de la calidad y el cuidado en los estándares de limpieza implementados por el anfitrión.
Llegada	Se enfoca en la experiencia de los huéspedes al momento de su arribo. Incluye aspectos como la facilidad del proceso de registro, la claridad de las instrucciones para acceder al alojamiento y la disponibilidad de información relevante que facilite una llegada sin complicaciones.
Comunicación	Valora la calidad de la interacción entre el huésped y el anfitrión, tomando en cuenta la rapidez, claridad y precisión de las respuestas, así como la capacidad de resolver cualquier duda o solicitud de los huéspedes durante su estancia.
Ubicación	Mide la satisfacción del huésped con respecto a la ubicación del alojamiento, considerando factores como la cercanía a puntos de interés turístico, la accesibilidad al transporte público y la proximidad a servicios esenciales que mejoren la conveniencia y la experiencia general.
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 detalles adicionales publicados en la plataforma.
Relación calidad-precio	Examina la percepción de los huéspedes sobre si el precio pagado por el alojamiento corresponde al nivel de servicio recibido. Este criterio mide el equilibrio entre el costo y los beneficios percibidos, proporcionando una valoración del valor general del hospedaje.

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

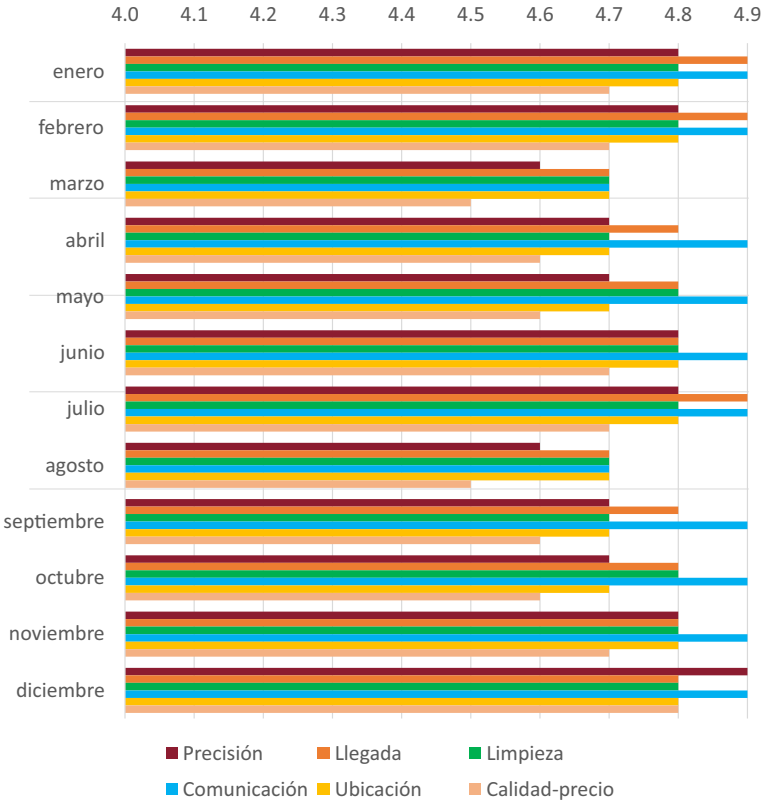
En 2024, las evaluaciones de las seis categorías de alojamiento en Ensenada reflejaron un desempeño positivo, con puntuaciones superiores a 4.5, clasificadas dentro del nivel de "muy bueno". No obstante, se identificaron fluctuaciones mensuales que sugieren oportunidades de mejora en aspectos específicos de la experiencia del huésped.

La categoría de precisión alcanzó su mejor calificación en diciembre (4.9), mientras que sus valores más bajos se registraron en marzo y agosto (4.6). En cuanto al proceso de llegada, obtuvo sus evaluaciones más altas en enero, febrero y julio (4.9), y las más bajas en marzo y agosto (4.7). La limpieza mostró una ligera variabilidad, con una calificación de 4.8 en la mayoría de los meses, pero con descensos a 4.7 en marzo, abril, agosto y septiembre.

La comunicación se mantuvo en 4.9 durante casi todo el año, excepto en marzo y agosto, cuando descendió a 4.7. La percepción de la ubicación osciló entre 4.7 y 4.8, reflejando una valoración estable. Por su parte, la relación calidad-precio fue la categoría con la puntuación más baja en términos comparativos, fluctuando entre 4.5 y 4.7, con su mejor desempeño en diciembre (4.8).

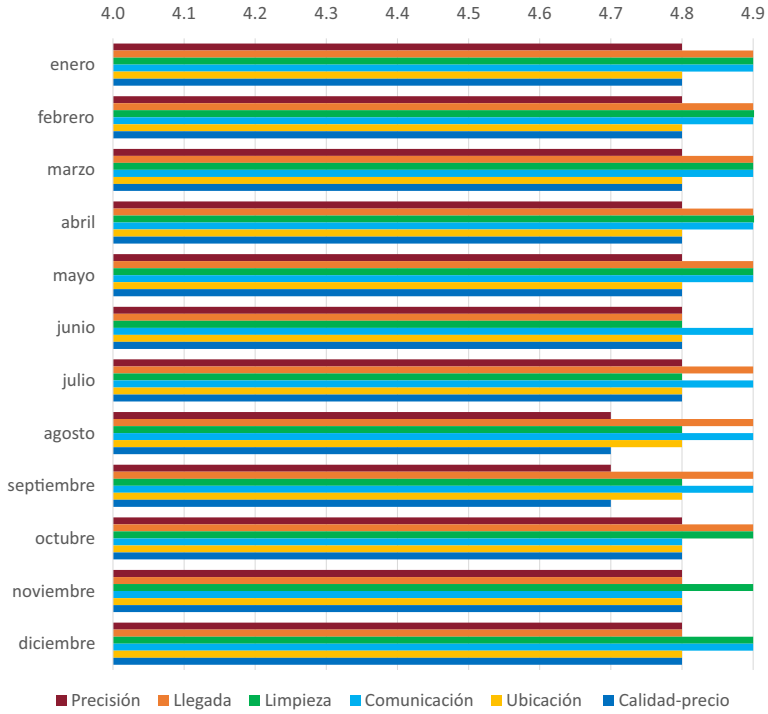
Si bien las evaluaciones generales indican un alto nivel de satisfacción, la variabilidad en algunas categorías sugiere la necesidad de estrategias enfocadas en mejorar la consistencia del servicio y optimizar la experiencia del huésped, con el objetivo de elevar las calificaciones hacia la categoría de "excepcional" (ver figura 44).

Figura 44. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Ensenada (2024)



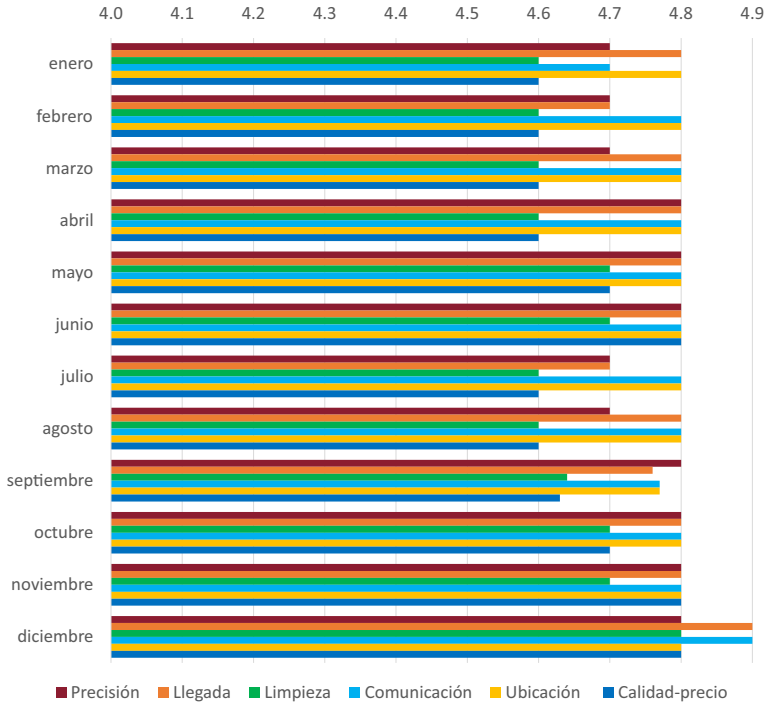
Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Figura 45. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Tecate (2024)



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

Figura 46. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Mexicali (2024)

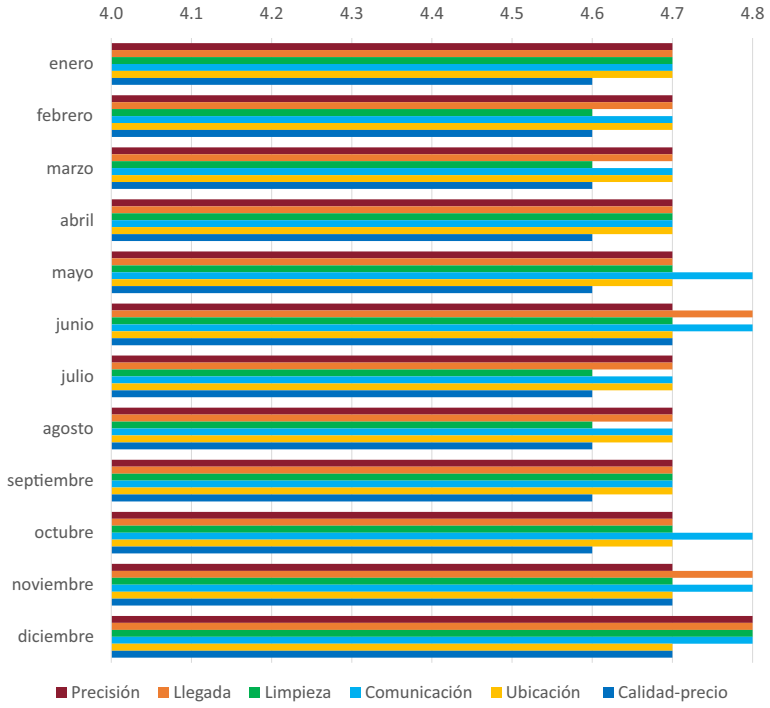


Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Tecate se posicionó como el destino con las calificaciones promedio más altas, manteniendo de manera constante puntuaciones de 4.8 y 4.9 estrellas en las categorías de limpieza, llegada y comunicación a lo largo de todos los meses analizados. Estos resultados reflejan una experiencia de hospedaje altamente satisfactoria, especialmente en aspectos relacionados con la hospitalidad y la atención al detalle. En contraste, las categorías de precisión, ubicación y relación calidad-precio presentaron una evaluación estable de 4.8 en promedio durante el semestre, lo que indica un alto nivel de conformidad, aunque con un menor margen de diferenciación respecto a otros destinos (ver figura 45).

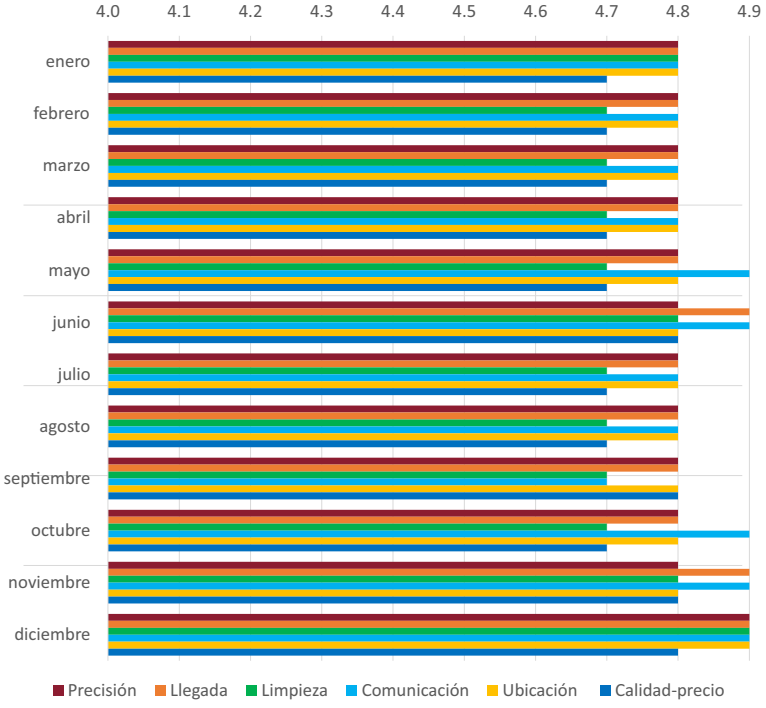
Mexicali mostró una mayor variabilidad en sus evaluaciones, con puntuaciones que oscilaron entre 4.6 y 4.8 estrellas. La ubicación se consolidó como su categoría mejor valorada, alcanzando una calificación constante de 4.8 en todos los meses analizados. Le siguieron las categorías de llegada y comunicación, que registraron 4.8 en cinco meses y 4.7 en uno, reflejando un servicio mayormente eficiente, aunque con ligeras oportunidades de mejora. En contraste, las categorías de precisión, limpieza y relación calidad-precio obtuvieron las evaluaciones más bajas dentro del destino, con predominancia de 4.6 y 4.7 puntos a lo largo del año. Sin embargo, en diciembre, las calificaciones de llegada y comunicación alcanzaron su punto más alto con 4.9, lo que sugiere mejoras en la experiencia del huésped hacia el cierre del periodo analizado (ver figura 46).

Figura 47. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Tijuana (2024)



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

Figura 48. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Playas de Rosarito (2024)

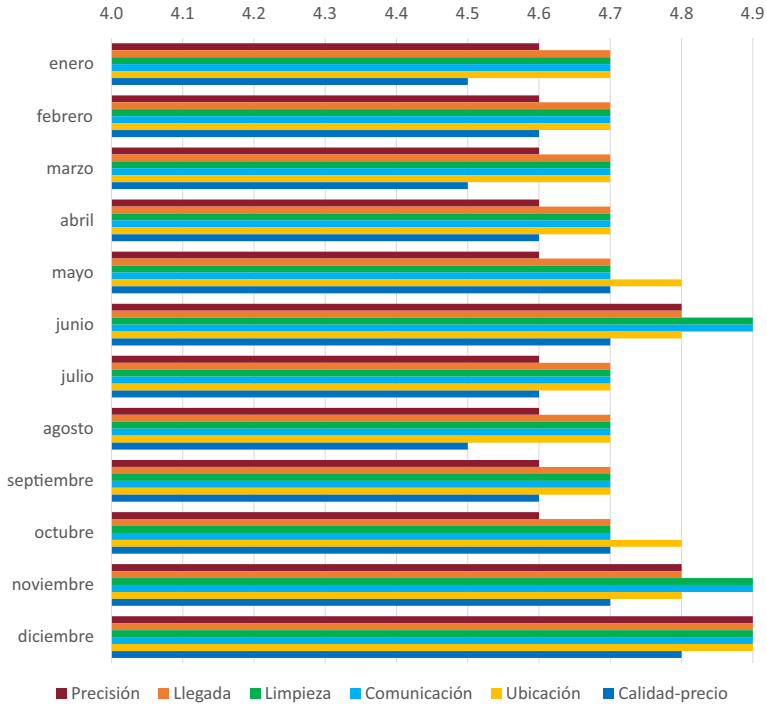


Fuente: Elaborada por el Observatorio Turístico de Baja California con base en información de AirDNA (2024).

Tijuana presentó una tendencia de evaluación alineada con el promedio general del estado, mostrando una relativa estabilidad en la percepción de calidad del servicio. Las categorías de precisión, ubicación y llegada mantuvieron una calificación constante de 4.7 a lo largo de todos los meses analizados, reflejando una experiencia homogénea en estos aspectos. La comunicación destacó como la mejor evaluada dentro del destino, con cuatro meses registrando 4.7 y dos alcanzando 4.8, lo que sugiere una interacción efectiva entre anfitriones y huéspedes. Sin embargo, la relación calidad-precio se posicionó como la categoría con menor puntuación, obteniendo 4.7 únicamente en noviembre y diciembre, mientras que en el resto del año se mantuvo en 4.6, evidenciando una percepción de desequilibrio entre el costo y los beneficios percibidos (ver figura 47).

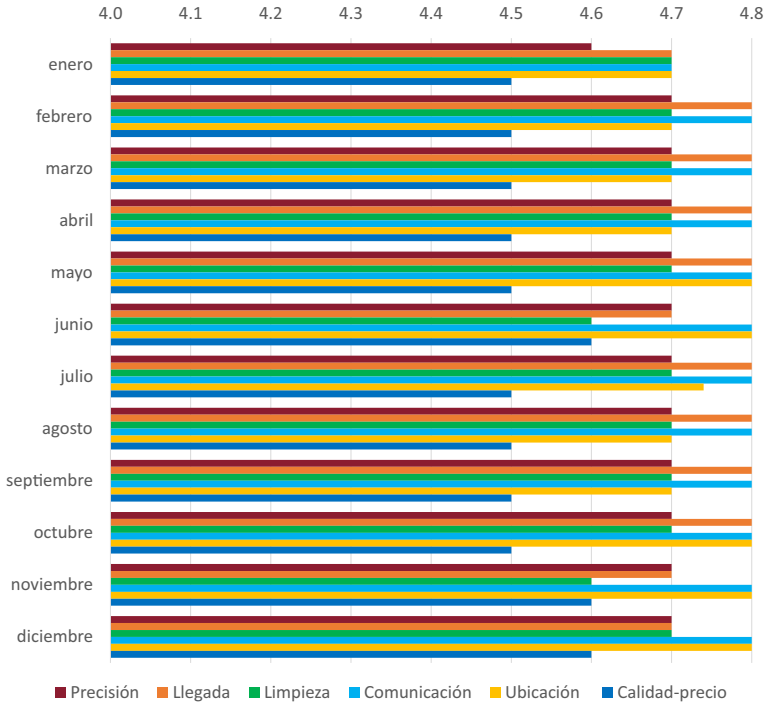
En Playas de Rosarito, la experiencia del huésped fue particularmente positiva en las categorías de llegada y comunicación, que registraron puntuaciones de entre 4.8 y 4.9 en la mayoría de los meses, lo que indica un proceso de registro de entrada (check-in) eficiente y una alta disponibilidad por parte de los anfitriones. Asimismo, los atributos de precisión y ubicación mantuvieron una calificación estable de 4.8, consolidando la percepción de confiabilidad y conveniencia del destino. La limpieza presentó ligeras variaciones, oscilando entre 4.7 y 4.8, lo que sugiere estándares generalmente altos, aunque con áreas de oportunidad para mejorar la consistencia en la calidad del servicio. No obstante, al igual que en Tijuana, la relación calidad-precio fue el aspecto con menor evaluación, registrando 4.7 de manera constante en casi todos los meses, lo que refuerza la necesidad de optimizar la percepción sobre el precio de las tarifas de hospedaje en este destino (ver figura 48).

Figura 49. Satisfacción reportada por los huéspedes para diferentes conceptos Valle de Guadalupe (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 (2024)



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

El Valle de Guadalupe presentó calificaciones relativamente bajas en diversos aspectos clave. En los meses de junio, noviembre y diciembre, las categorías de limpieza y comunicación obtuvieron una puntuación de 4.9, mientras que la precisión alcanzó este mismo valor únicamente en diciembre; en el resto de los meses, su puntuación fue de 4.7. La evaluación de la llegada mostró un comportamiento similar, alcanzando 4.8 en diciembre. La relación calidad-precio fue la categoría con la valoración más baja, con puntuaciones de 4.5 y 4.6 durante la mayor parte del año. Sin embargo, se observó una ligera mejora en octubre y noviembre, cuando alcanzó 4.7, y en diciembre, cuando ascendió a 4.8 (ver figura 49).

En San Felipe, las mejores evaluaciones correspondieron a las categorías de llegada y comunicación, con una puntuación de 4.8 en la mayoría de los meses. En contraste, la relación calidad-precio fue la más baja, manteniéndose en 4.5 durante los primeros diez meses del año y aumentando ligeramente a 4.6 en noviembre y diciembre (ver figura 50).

Rancho Rodeo del Rey, Parque Nacional Constitución de 1857

Las evaluaciones realizadas reflejan de manera consistente que los servicios de alojamiento en los destinos turísticos de Baja California mantienen una percepción predominantemente positiva, con calificaciones generales y específicas superiores a cuatro estrellas y, en muchos casos, próximas al máximo de cinco. No obstante, aún persisten áreas de oportunidad, particularmente en categorías y destinos específicos, lo que sugiere la necesidad de enfoques estratégicos para mejorar la experiencia del usuario.

Un análisis más detallado revela una considerable variabilidad en las valoraciones según el destino y el criterio evaluado. Destaca, por ejemplo, que la relación calidad-precio fue, de manera generalizada, la categoría con menor puntuación en todos los destinos, lo que indica una posible brecha entre las expectativas de los huéspedes y la percepción de la calidad del servicio recibido. En contraste, las características mejor valoradas muestran una variabilidad significativa en función de las preferencias de los usuarios, lo que sugiere que la satisfacción está influenciada por factores específicos de cada destino y tipo de alojamiento.

En algunos casos, atributos como la ubicación y la limpieza se consolidaron como factores determinantes en la satisfacción del huésped, mientras que, en otros, aspectos como la llegada y la comunicación obtuvieron las mejores evaluaciones. Esta variabilidad en la percepción de calidad subraya la necesidad de implementar estrategias diferenciadas que atiendan las particularidades de cada destino turístico en Baja California.

Desde una perspectiva estratégica, es esencial abordar las áreas de oportunidad, particularmente la percepción de la relación calidad-precio, mediante iniciativas que optimicen la propuesta de valor y refuercen la satisfacción del usuario. Paralelamente, resulta clave consolidar las fortalezas específicas de cada destino, incorporándolas de manera efectiva en las estrategias de promoción y desarrollo turístico.

Adoptar este enfoque adaptativo no solo permitirá mantener los estándares actuales de calidad en el servicio de alojamiento, sino que también facilitará la construcción de una oferta turística más equilibrada y competitiva. Al mejorar la percepción de valor y potenciar las fortalezas distintivas de cada destino, Baja California podrá posicionarse como un referente en hospitalidad, garantizando experiencias satisfactorias y sostenibles para los visitantes a largo plazo.

Puertecitos, San Felipe

RESUMEN FINAL

- **Inversión Extranjera Directa (IED):** En 2024, Baja California recibió un total de **$1,998.3 millones de dólares (MDD)** en IED, lo que representó solo el **5.6%** del total nacional, indicando que, si bien la región sigue siendo atractiva para los inversionistas internacionales, su participación en el contexto nacional es relativamente moderada.
- **Sectores de inversión:** Del total de la IED, **el 8.7%** se destinó al sector de servicios de alojamiento temporal, reflejando un crecimiento significativo en la actividad turística del estado y sugiriendo un fortalecimiento de su infraestructura turística a medida que la demanda de hospedaje continúa en aumento.
- T**ipo de cambio e inflación:** A pesar de que el tipo de cambio se mantuvo más bajo que entre 2017 y 2022, se registró una **depreciación del 3.3%** respecto a 2023, lo que puede haber afectado el poder adquisitivo de los visitantes internacionales. En cuanto a la inflación, esta se mantuvo relativamente constante entre **4.5% y 4.8%** de enero a junio, pero a partir de julio, mostró una tendencia al alza, lo que sugiere la necesidad de optimizar el uso de recursos dentro del sector turístico para mitigar los impactos de los costos crecientes.
- **Empleo en el sector turístico:** El empleo formal en el sector turístico alcanzó los 62,913 afiliados, un incremento del **1.1%** con respecto a 2023, lo que indica una ligera expansión en la oferta de empleo turístico, aunque la tasa de crecimiento sigue siendo moderada.
- **Aforo vehicular:** El aforo vehicular en las principales carreteras del estado alcanzó los 35 millones de vehículos, con una afluencia destacada en la **Carretera escénica Tijuana-Ensenada**, lo que refuerza la demanda de la región como destino turístico de fácil acceso, con una distribución relativamente constante a lo largo del año.
- **Cruceros:** Baja California recibió **272 cruceros** en el puerto de Ensenada, con más de **1.6 millones de pasajeros** transportados. Sin embargo, menos del 50% de estos pasajeros decidieron desembarcar en la ciudad, lo que refleja un potencial desaprovechado para fortalecer la actividad turística local.
- **Operaciones aéreas:** Se registraron **101,933 operaciones aéreas** en el estado, con **13.6 millones de pasajeros**, siendo **Tijuana** el principal centro de operaciones aéreas, concentrando el **89%** de las actividades. A lo largo de 2024, las variaciones mensuales en pasajeros y operaciones fueron mínimas, sugiriendo una demanda turística relativamente estable.
- **Oferta hotelera y ocupación:** Baja California ofreció un promedio mensual de **396,084 cuartos de hotel**, con Tijuana y Mexicali concentrando el 4**2% y 32%** de la oferta, respectivamente. La **ocupación hotelera** del estado se mantuvo alrededor del **48.5%**, con **diciembre y enero** presentando los valores más bajos, mientras que los meses de **marzo a agosto** registraron la mayor ocupación, entre **50% y 60%**. Tijuana, Tecate y Mexicali fueron los destinos con mayor ocupación, mientras que San Felipe, Playas de Rosarito y Ensenada mostraron cifras inferiores, lo que sugiere la necesidad de diversificar la oferta en estos destinos menos ocupados.
- **Cruces fronterizos:** Baja California experimentó un gran volumen de cruces fronterizos por sus diferentes puertas de entrada, con **71,382,411 personas** ingresando al estado, destacando Tijuana como el punto de acceso principal, captando el **65%** de los cruces, de los cuales **69.3%** se realizaron por la garita de San Ysidro.
- **Baja California** ha logrado una recuperación sólida y diferenciada en sus segmentos turísticos, destacando por su capacidad para atraer tanto a turistas de estancia prolongada como a excursionistas.
- **Baja California** es el único estado con un crecimiento fuerte y sostenido en la frontera norte de México. Chihuahua, Coahuila, Sonora y Tamaulipas muestran variaciones irregulares en la captación de visitantes y divisas por turismo, con cifras más bajas y menor crecimiento.

- **Baja California** se consolida como el principal destino turístico de la frontera norte, captando más del **60% del gasto total** en 2024. La pandemia provocó una caída drástica en 2020, pero Baja California fue el estado con la recuperación más rápida y sostenida. En contraste, el resto de los estados muestran una recuperación más lenta y con menor crecimiento en términos de captación de gasto turístico.
- **El gasto turístico** per cápita en la frontera norte de México ha crecido significativamente en los últimos años, con **Baja California liderando el incremento**. Sonora también muestra un desempeño destacado, aunque con una caída reciente en 2024. En contraste, Chihuahua y Coahuila presentan **fluctuaciones sin una tendencia clara de crecimiento**. La variabilidad en los estados podría deberse a factores como la recuperación post-pandemia, cambios en la afluencia turística y políticas económicas en la región.
- **Visitantes internacionales fronterizos vía terrestre:** Baja California ha mantenido su posición como el principal destino de visitantes internacionales por vía terrestre, superando consistentemente a los demás estados fronterizos y captando el **42.7%** de los flujos de visitantes de toda la frontera norte.
- **Gasto de los visitantes internacionales fronterizos:** En 2024, Baja California captó el **61.5%** (2,286 millones) del gasto total en los cinco estados de la frontera norte de México, que ascendió a 3,716 millones de dólares.
- **Precios de hospedaje:** Los precios de hospedaje en **Booking** mostraron una tendencia creciente, oscilando entre **$62 y $296 dólares** a lo largo del año. En cambio, en **Expedia**, los precios promedio disminuyeron, con un rango de **$84 a $219 dólares**, sugiriendo una oferta más accesible en esta plataforma. El **Valle de Guadalupe** destacó por los precios más altos de hospedaje, mientras que Mexicali y San Quintín tuvieron las tarifas más bajas.
- **Satisfacción del cliente:** A pesar de que **Booking** recibió más reseñas que **Expedia**, ambos portales mostraron niveles similares de satisfacción. Los destinos mejor evaluados fueron **Tecate y el Valle de Guadalupe**, mientras que **Mexicali, Tijuana, San Felipe** y especialmente **Playas de Rosarito** obtuvieron calificaciones más bajas. En Booking, las categorías mejor valoradas fueron personal, confort, limpieza y ubicación, mientras que, en Expedia, los aspectos mejor puntuados fueron limpieza y personal, y los menos destacados fueron servicios y condiciones de la propiedad.
- **Airbnb:** La plataforma **Airbnb** continuó su expansión, alcanzando más de **33,000 rentas** en 2024, lo que representó un crecimiento del **5.9%** respecto al año anterior. En cuanto a la calidad de servicio, las categorías de **llegada y limpieza** fueron las mejor evaluadas, mientras que **comunicación** y **relación calidad-precio** recibieron las puntuaciones más bajas. Los datos indican una notable variabilidad en las evaluaciones entre los destinos turísticos de Baja California, lo que sugiere que es necesario adoptar enfoques personalizados para cada región con el fin de maximizar la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

AirDNA (2024). Sitio web AirDNA. Disponible aquí

Airbnb (2024a). Interpretar los datos de rendimiento relativos a la calidad. Disponible aquí

Banco de México (Banxico). (2024). Tipos de cambio y resultados históricos de las subastas. Sistema de información económica. Disponible aquí

Booking (2023a). Todo lo que necesitas saber sobre las puntuaciones de los comentarios. Disponible aquí

Booking (2024). Sobre Booking.com. Disponible aquí

Bringas R., N. L. y Toudert, D. (2011). Atlas. Ordenamiento territorial para Baja California. Hong Kong: El Colegio de la Frontera Norte.

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). Encuestas de viajeros internacionales. Disponible aquí

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024a). Índice de precios al consumidor de Baja California. 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

Observatorio Turístico de Baja California (OTBC). (2024). Panorama de la actividad turística en Baja California. Boletín 4, OTBC. Disponible aquí

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). (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
Mtra. Samantha Bennetts González

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