

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



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

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



Tijuana, B. C., 2013

Introducción



La encuesta “**Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)**”, es un estudio que forma parte del *Observatorio Turístico de Baja California*, en el cual se identificó el flujo de visitantes nacionales que viajó a la ciudad de Ensenada durante la temporada de verano de 2013.

A continuación se presentan los principales resultados de las **características sociodemográficas y del viaje** de este flujo.

Acotación metodológica

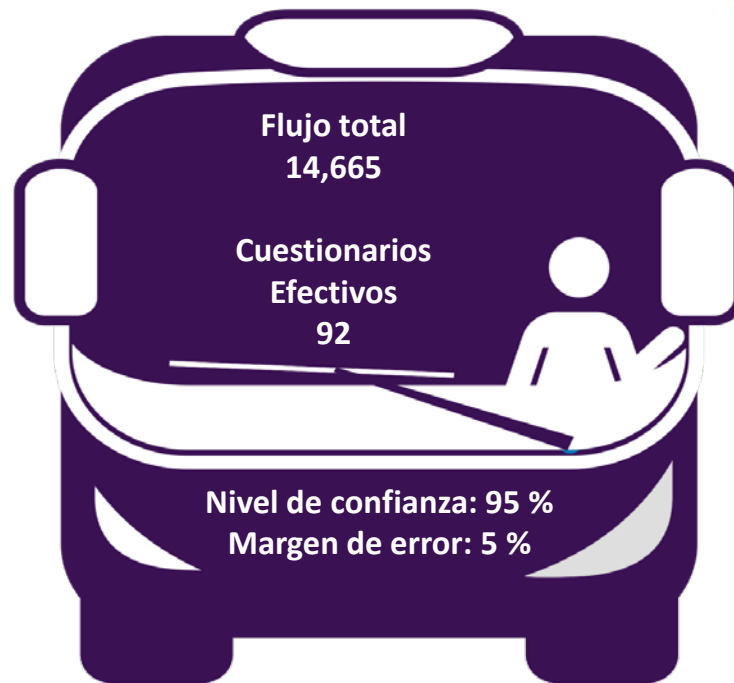


OBJETIVO

Conocer el tamaño y características del mercado real de turistas nacionales que visitaron Ensenada y que regresaron a su lugar de residencia habitual por vía aérea o terrestre, utilizando las terminales de autobuses y los aeropuertos del estado.

Muestreo:
Aeropuertos
Centrales de
autobuses

Conteo de
flujos/cédula filtro y
cuestionario



POBLACIÓN OBJETIVO

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

DISEÑO Y MARCO MUESTRAL

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

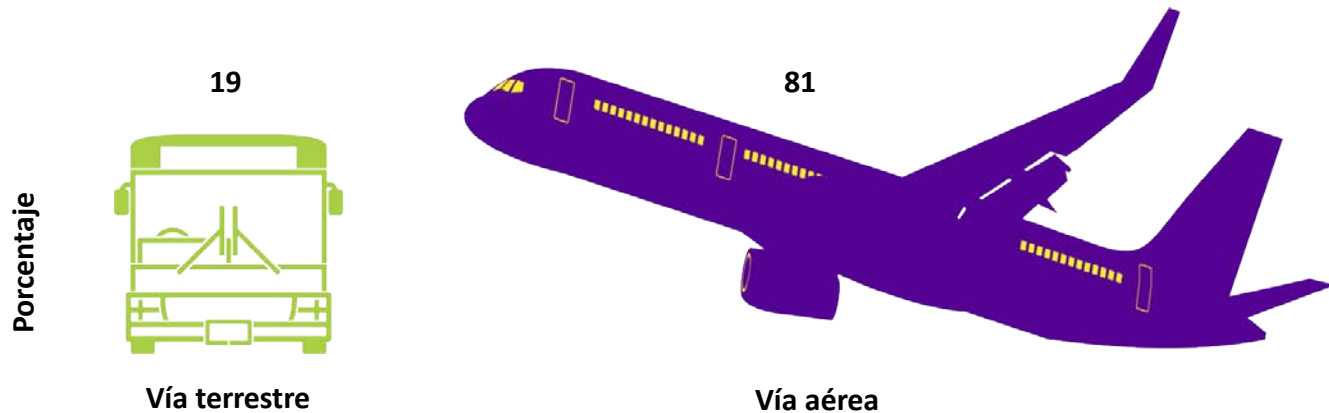
Fechas del levantamiento: del 1º de julio al 30 de septiembre 2013



Características de los visitantes nacionales en Ensenada, B.C.

Flujo total

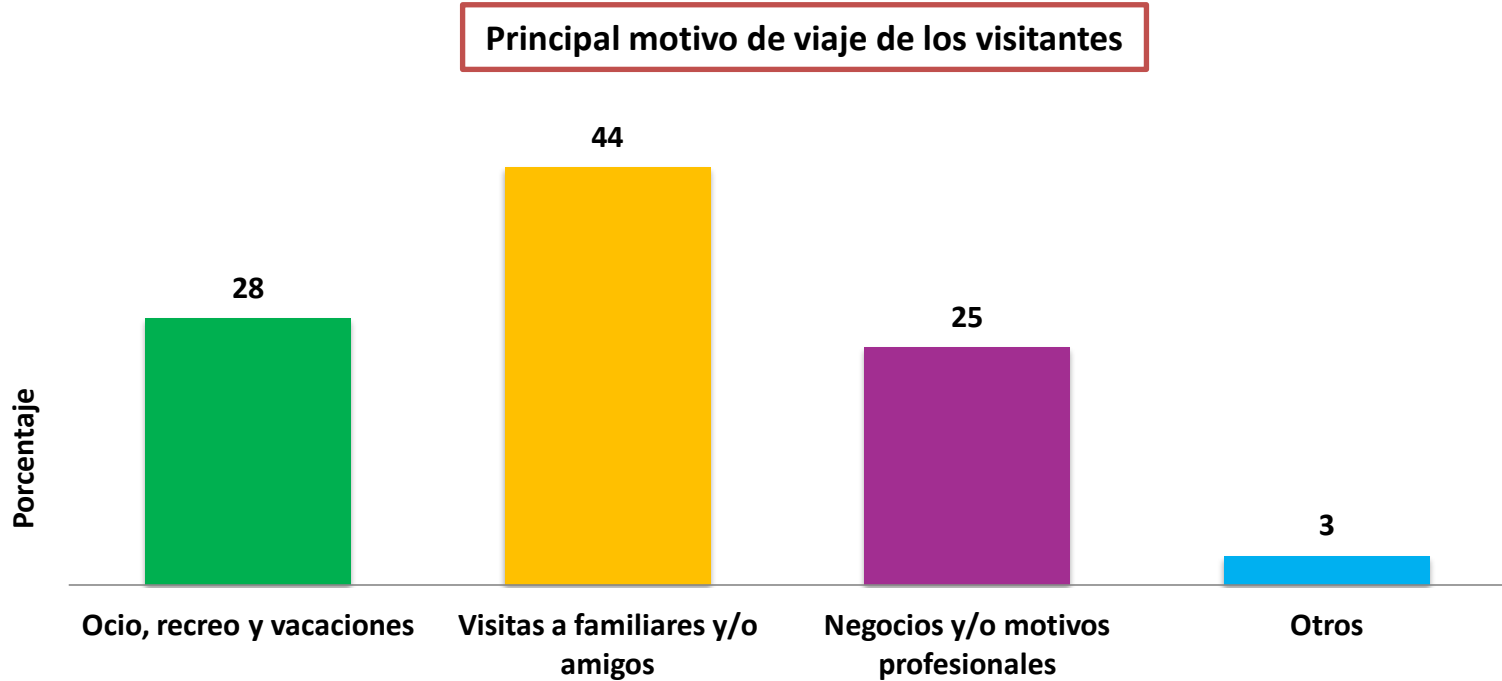
Afluencia de visitantes por medio de transporte*



El **flujo total** de turistas nacionales que visitó Ensenada durante el verano 2013 fue de **14 mil 665 personas**, de éstas, el **81 %** viajó por **vía aérea**.

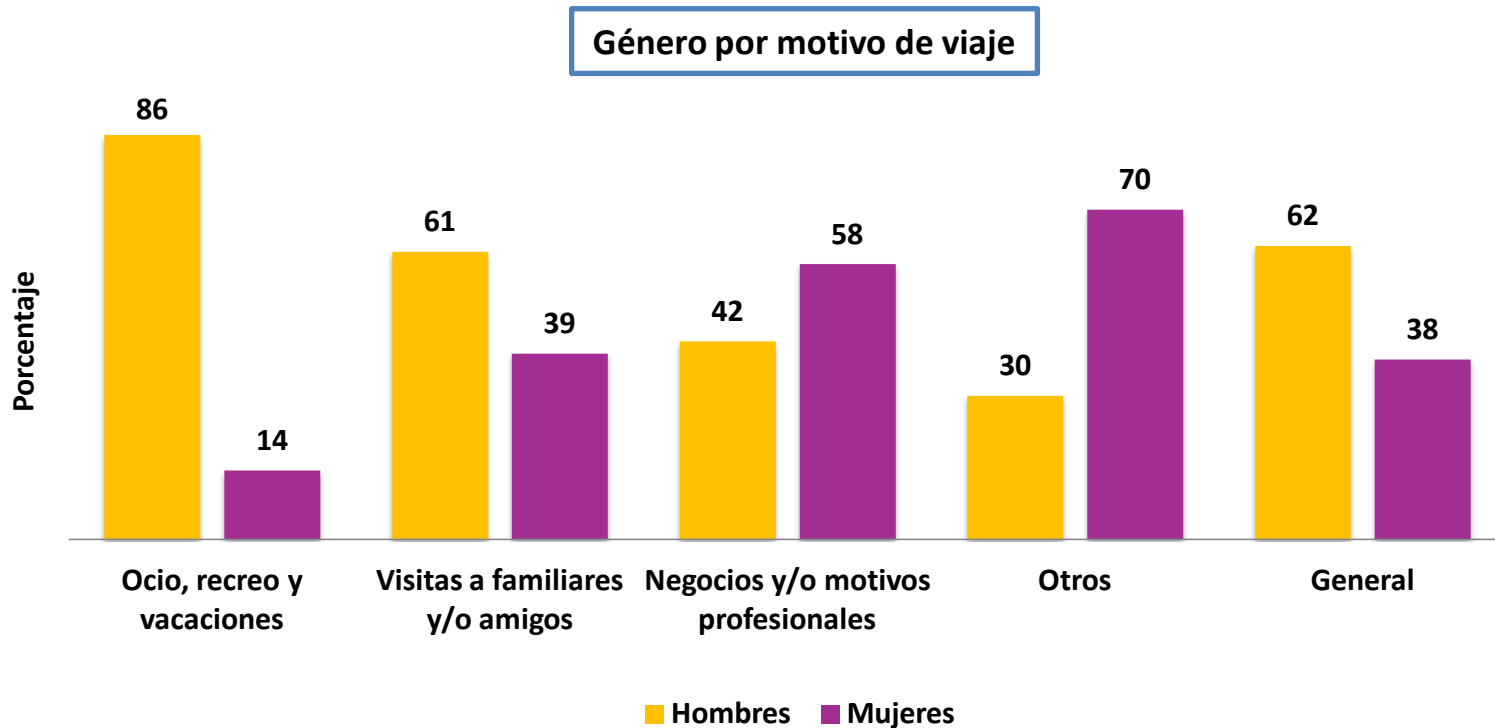
* Debido al redondeo algunos valores de las gráficas no suman 100 %.

Perfil sociodemográfico



La **mayor** parte de los visitantes nacionales viajó a Ensenada para visitar a sus **familiares y/o amigos (44 %)**, seguido por quienes viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (28 %)**. Un **cuarto** de los visitantes viajó a la ciudad por **negocios y/o motivos profesionales** y el **3 %** restante, por **otros motivos**.

Perfil sociodemográfico

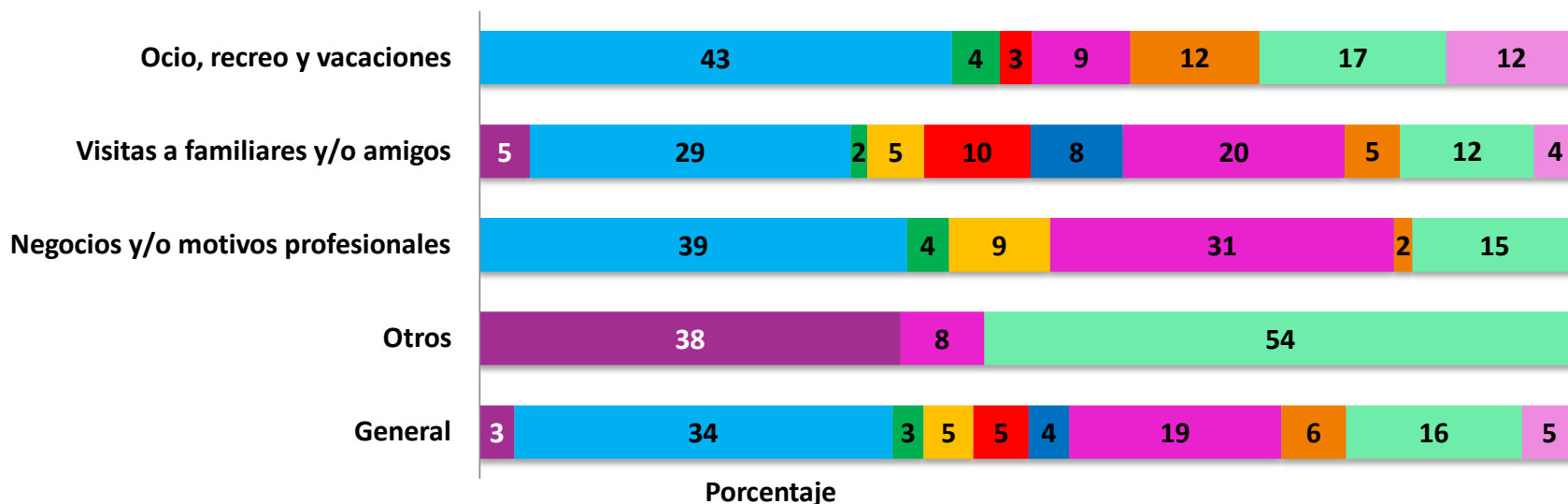


Los **hombres** representaron poco más de **dos tercios** de los visitantes nacionales que viajaron a Ensenada (**62 %**), con excepción de los visitantes que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** y por otros **motivos**, donde prevalecieron las **mujeres** en el **58 %** y **70 %**, respectivamente.

Perfil sociodemográfico



Estados de procedencia por motivo de viaje



*

■ Coahuila ■ Distrito Federal ■ Jalisco ■ Nuevo León ■ Oaxaca ■ Puebla ■ Sinaloa ■ Sonora ■ Otros ■ N E

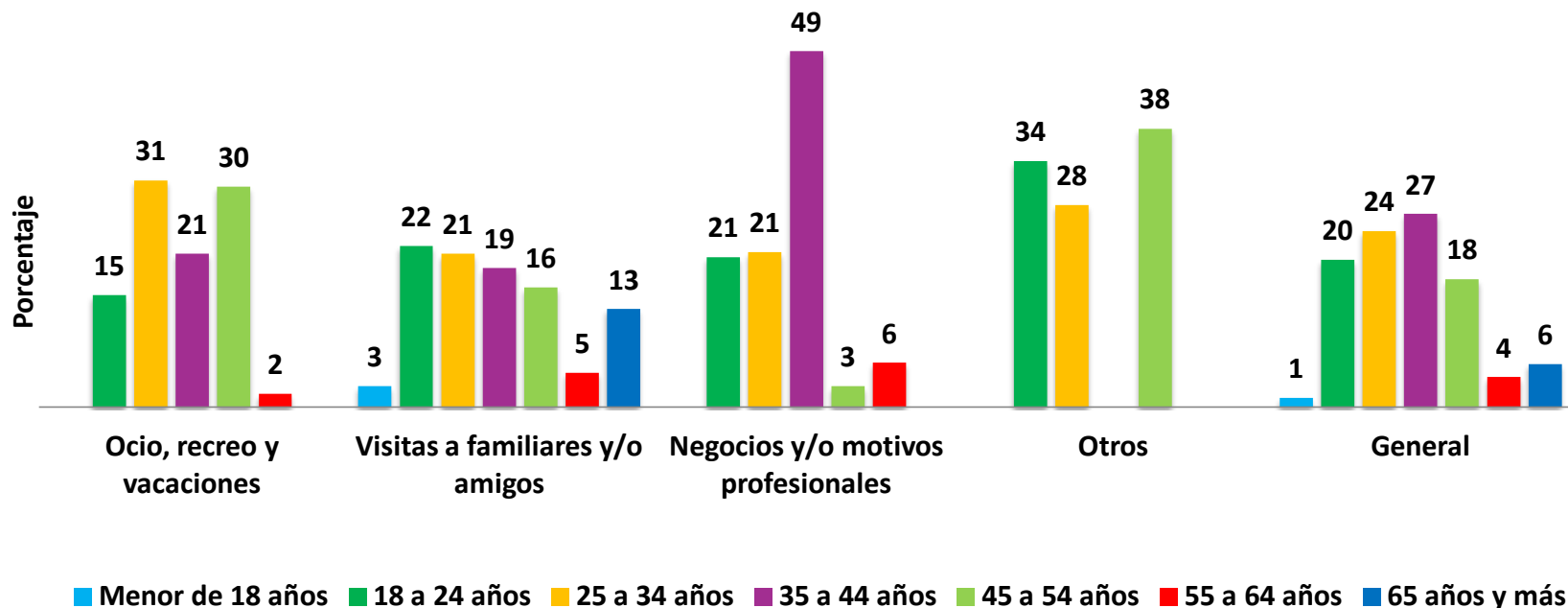
El **Distrito Federal** fue el principal emisor de visitantes nacionales a Ensenada (**34 %**), seguido por **Sinaloa** (**19 %**). Destacó que el **38 %** de los visitantes que viajaron por **otros motivos** provenían de **Coahuila**.

*La leyenda N E corresponde a las respuestas “no sabe/no contestó” o “no especificado”.

Perfil sociodemográfico



Grupos de edad por motivo de viaje

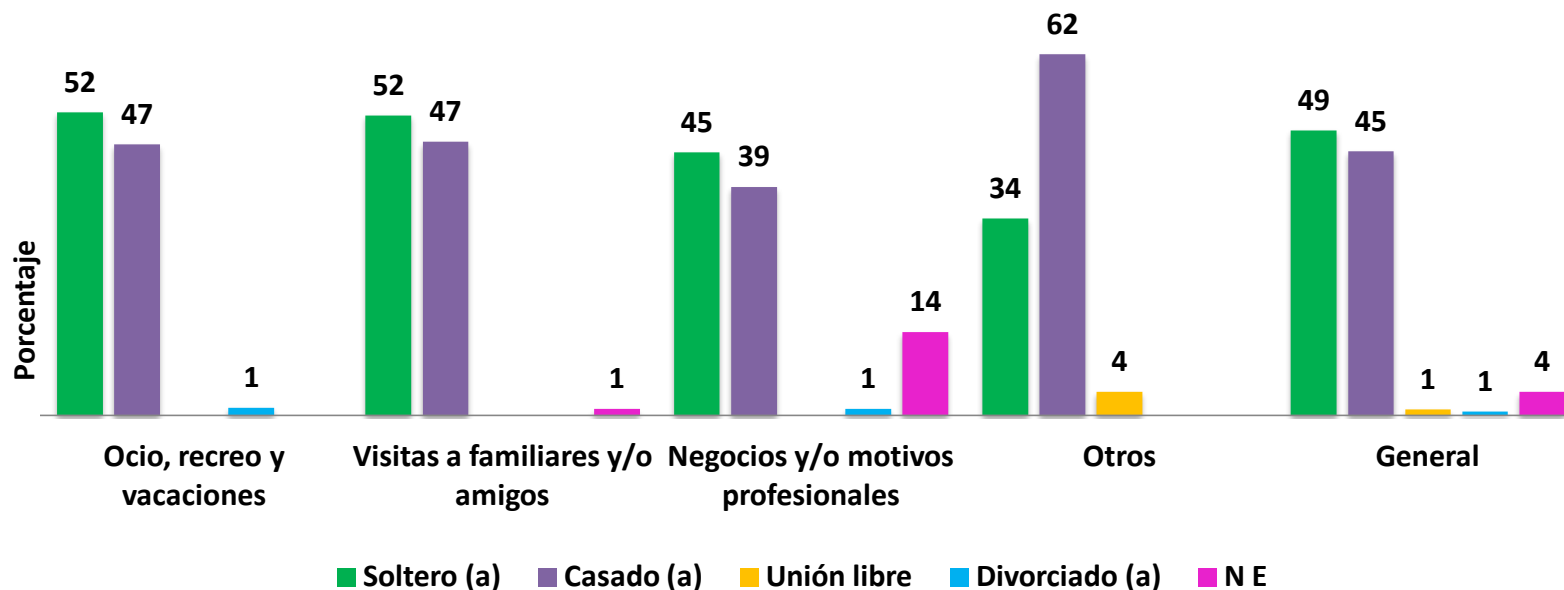


El **principal grupo de edad** de los visitantes nacionales en Ensenada fue de **35 a 44 años (27 %)**, seguido por el de **25 a 34 años (24 %)** y el de **18 a 24 años (20 %)**. Por los **vacacionistas** y por **otros motivos** se notó un flujo mayor de visitantes de **45 a 54 años (30 % y 38 % respectivamente)**, mientras que el **13 %** que **visitó a familiares y/o amigos** tenía más de **65 años de edad**.

Perfil sociodemográfico



Estado civil por motivo de viaje

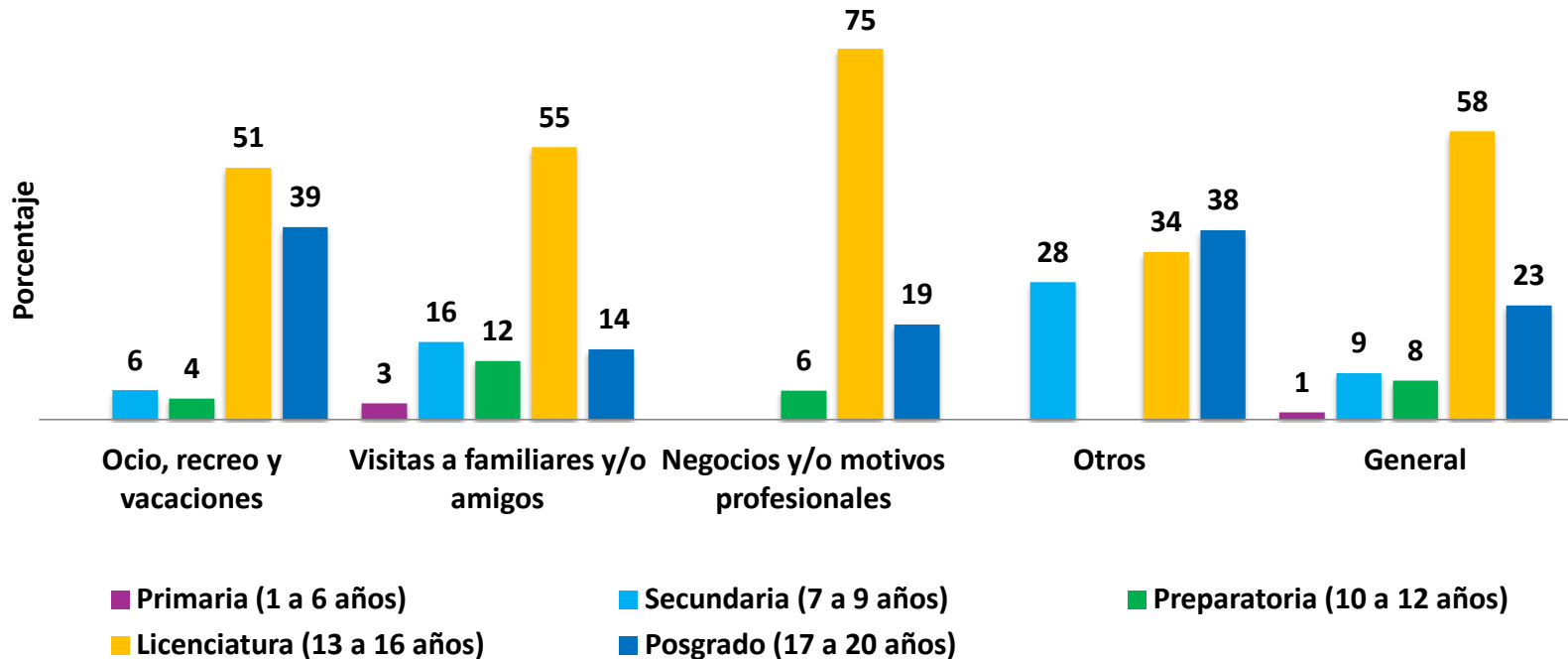


La **mayor** parte de los visitantes nacionales en Ensenada declaró estar **soltero (a)** (**49 %**), aunque un porcentaje similar lo conformaron los **casados** (**45 %**). Destaca que el **62 %** que viajó por **otros motivos** era **casado (a)**.

Perfil sociodemográfico



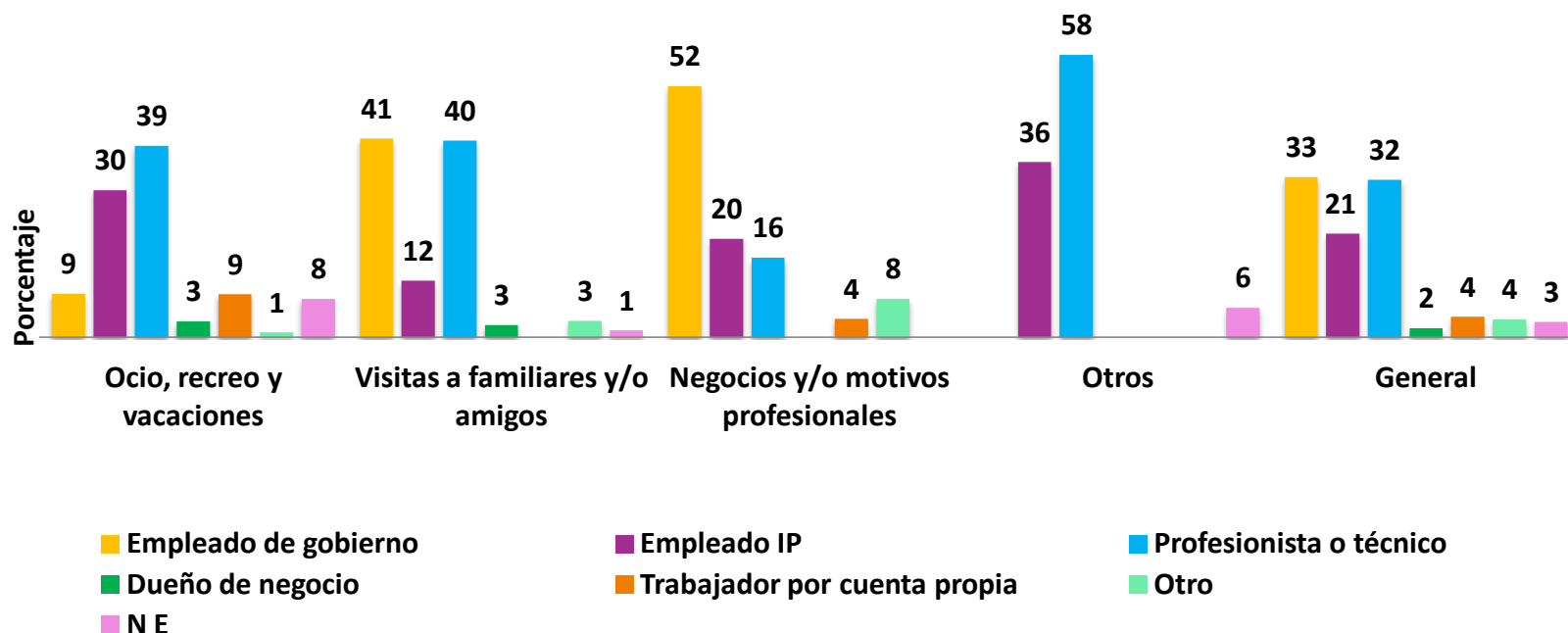
Escolaridad por motivo de viaje



La mayoría de los visitantes nacionales contaba con **estudios universitarios (58 %)** e incluso con **posgrado (23 %)**, sobre todo (**39 %**) los **vacacionistas**. Destacó que dentro del grupo que viajó pro otros motivos se encontró el mayor porcentaje que contaban únicamente con **secundaria (28 %)**.

Perfil sociodemográfico

Principal ocupación por motivo de viaje

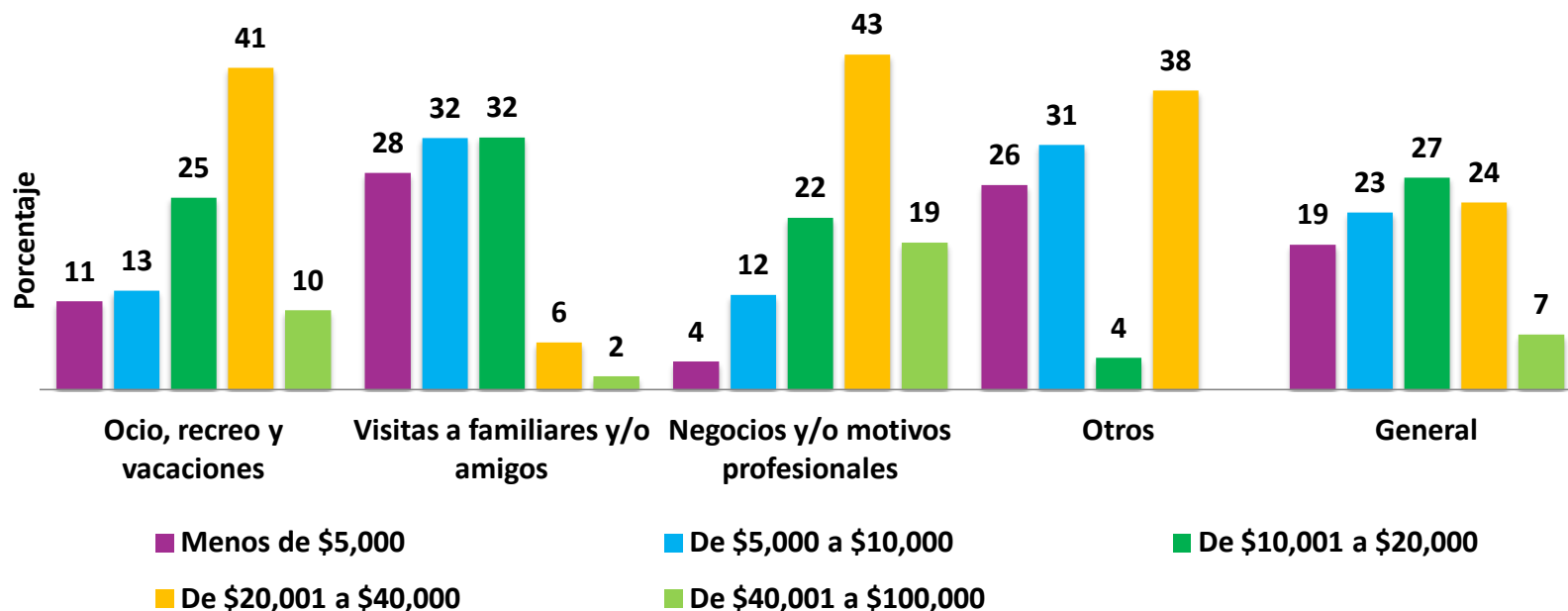


El **33 %** de los visitantes nacionales reportó como su **principal ocupación** ser **empleado de gobierno**, seguido por los **profesionistas o técnicos** (**32 %**) y los **empleados en la iniciativa privada** (**21 %**). Entre los **vacacionistas** y los que viajaron por **otros motivos**, los **profesionistas o técnicos** tuvieron **mayor** participación (**39 %** y **58 %** respectivamente).

Perfil socioemográfico



Ingreso personal por motivo de viaje (pesos)

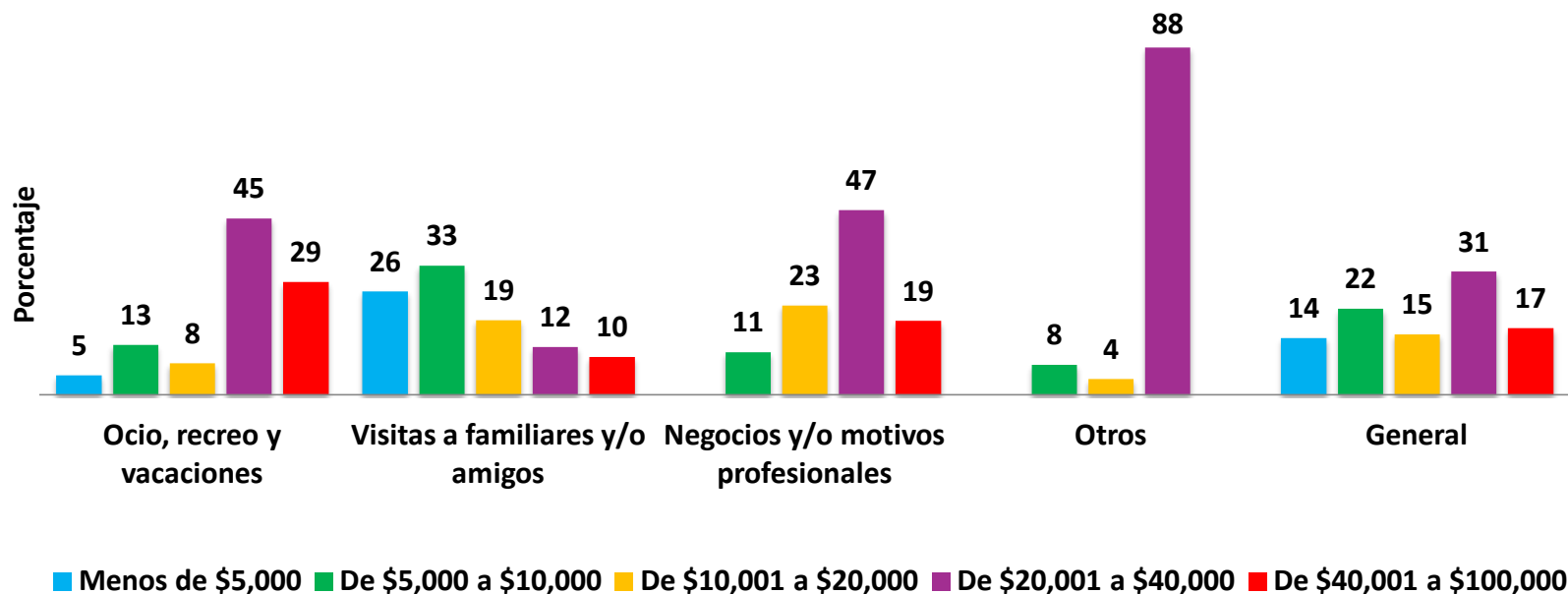


El **27 %** de los visitantes nacionales reportó tener **ingresos personales** que oscilan entre los **\$10 mil y los \$20 mil pesos mensuales**, principalmente los que llegaron a Ensenada para **visitar a familiares y/o amigos**. Aunque ésta fue la tendencia principal, en los otros motivos de viaje se notó que la mayor parte mencionó ganar entre los **\$20 mil y \$40 mil pesos al mes**.

Perfil sociodemográfico



Ingreso familiar por motivo de viaje (pesos)



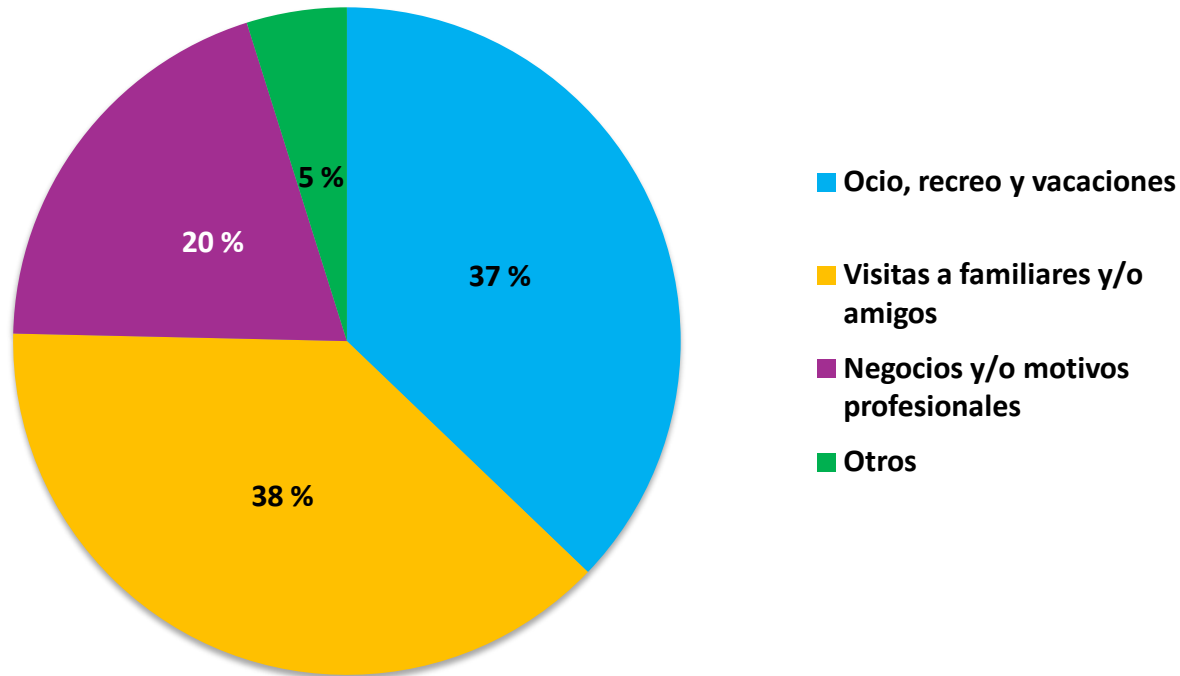
El **ingreso familiar** de la mayor porción de visitantes nacionales se encontró entre los **\$20 mil y los \$40 mil pesos mensuales (31 %)**, sobre todo en los visitantes por **otros motivos (88 %)**. Entre los **vacacionistas** se encontraron los visitantes con mayores ingresos, pues el **29 %** ganaba más de **\$40 mil pesos al mes**.



Gasto de los visitantes nacionales en Ensenada, B.C.

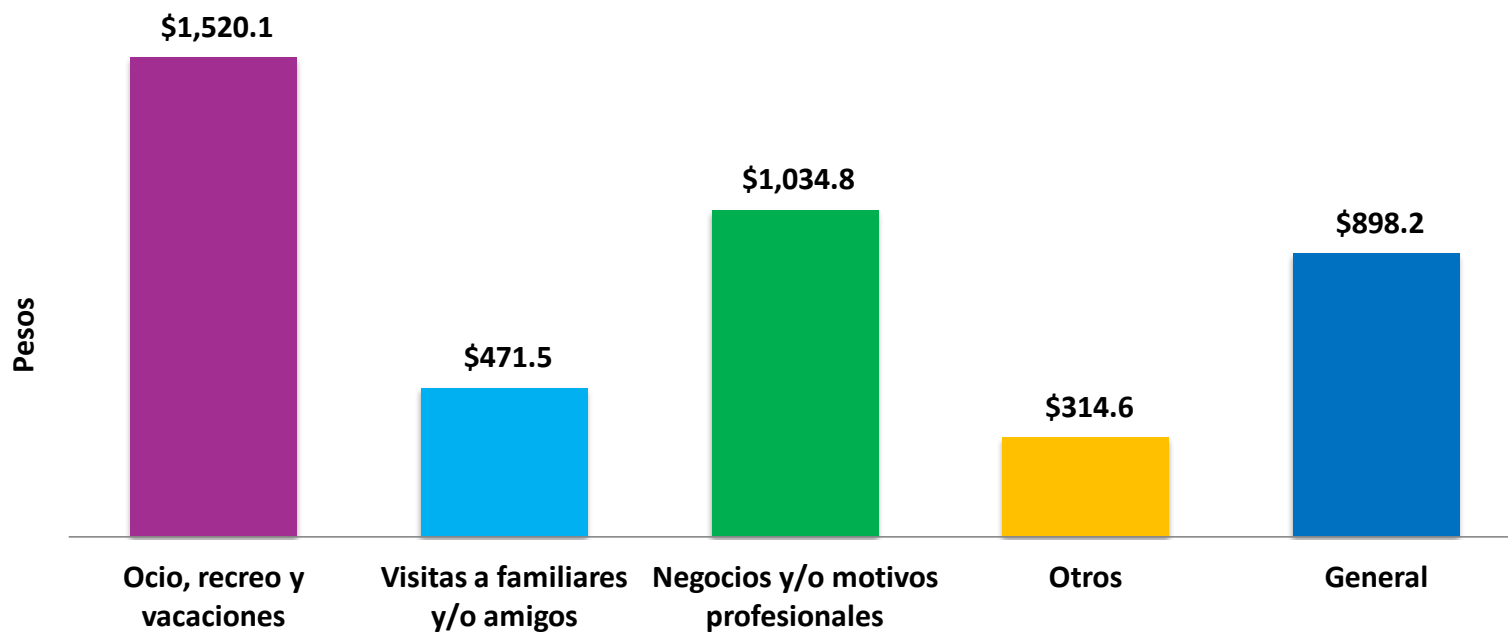
Gasto total

Participación en la derrama



En total se estimó una **derrama económica** de **\$63 millones 7 mil 381.3 pesos** por parte de los visitantes nacionales en Ensenada, durante el verano de 2013. El **38 %** de este gasto se realizó por los que **visitaban a sus familiares y/o a amigos** y el **37 %** por quienes llegaron por **ocio, recreo y vacaciones**.

Gasto promedio



El **gasto promedio diario** de los visitantes nacionales en Ensenada fue de **\$898.2 pesos**. Quienes viajaron por **ocio, recreo y vacaciones** gastaron casi el doble que el promedio general, mientras que los visitantes por **otros motivos** realizaron el menor gasto.

Distribución del gasto



Concepto	Ocio, recreo y vacaciones	Visitas a familiares y/o amigos	Negocios y/o motivos profesionales	Otros	General
Hospedaje	29 %	3 %	46 %	34 %	23 %
Alimentos y bebidas	16 %	30 %	34 %	22 %	25 %
Centros nocturnos	4 %	9 %		6 %	5 %
Transporte en la ciudad	36 %	5 %	11 %	8 %	18 %
Excursiones turísticas		1 %			1 %
Actividades o eventos culturales		1 %			
Actividades o eventos deportivos		1 %			
Servicios médicos, dentales y oftalmólogos		1 %			
Ropa y/o calzado	2 %	16 %		23 %	8 %
Perfumes/artículos de belleza	1 %	4 %			2 %
Alimentos en supermercados	9 %	18 %	1 %	4 %	11 %
Medicinas		1 %		1 %	
Vinos o licores en botella cerrada	1 %	5 %	5 %		3 %
Artesanías y/o recuerdos de viaje	1 %	5 %		1 %	2 %
Otras compras o servicios	1 %		3 %	1 %	2 %

Durante su estadía en Ensenada, los visitantes nacionales gastaron principalmente en **alimentos y bebidas (25 %)**, en **hospedaje (23 %)** y en **transporte en la ciudad (18 %)**.

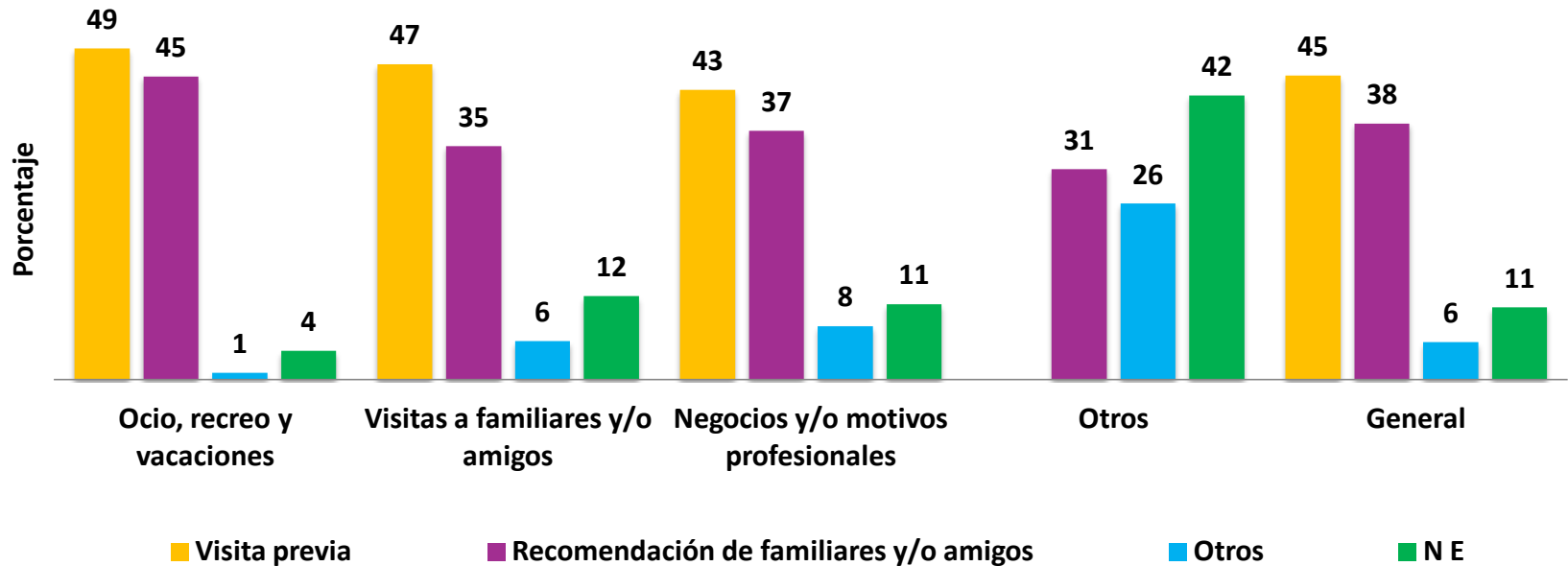
El desglose por motivo de viaje muestra algunas diferencias: los **vacacionistas** destinaron la mayor parte de su gasto en **transporte en la ciudad (36 %)**, los que **visitaron a sus seres queridos** gastaron más en **alimentos y bebidas (30 %)** y los que llegaron por **negocios y otros motivos** en **hospedaje (46 % y 34 %** respectivamente).



Características del viaje de los visitantes nacionales en Ensenada, B.C.

Planeación del viaje

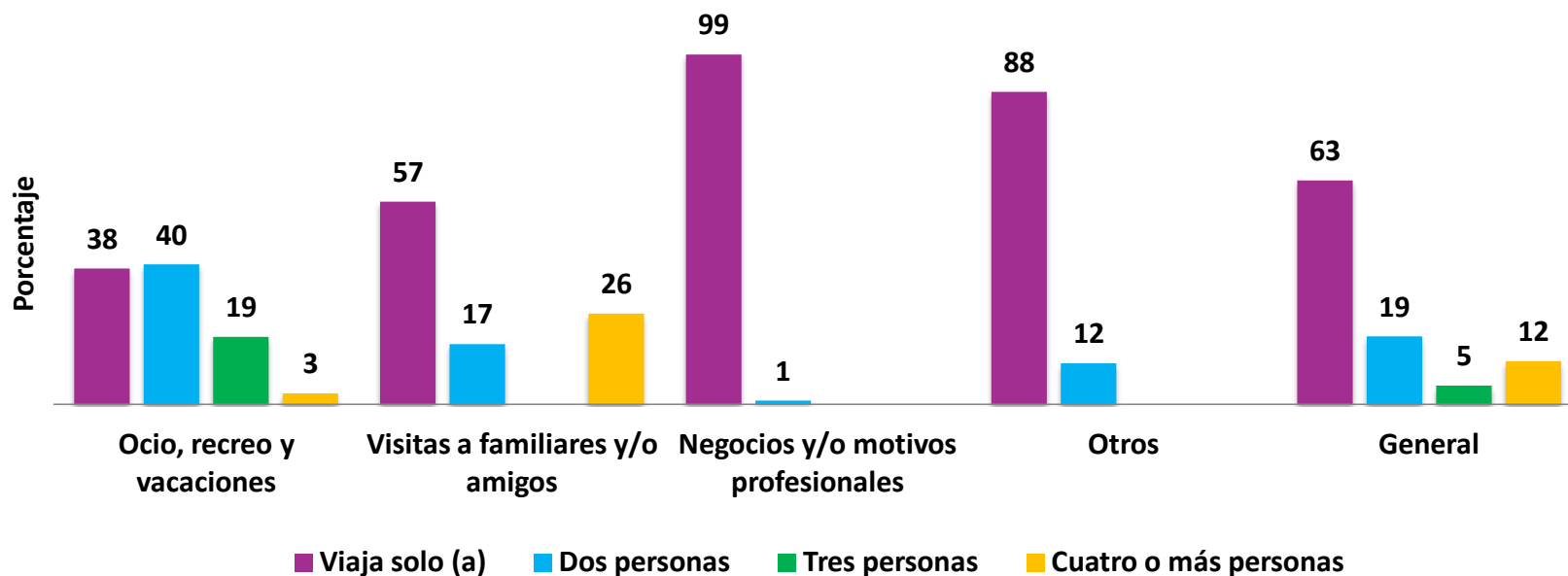
Formas de información consultadas para conocer Ensenada por motivo de viaje



Los visitantes nacionales mencionaron tener **información** de Ensenada principalmente por **visitas previas** (45 %) y **recomendaciones** de familiares y/o amigos (38 %). Destaca que entre quienes llegaron por **otros motivos no existió** ningún caso donde se haya mencionara la visita previa.

Características del viaje

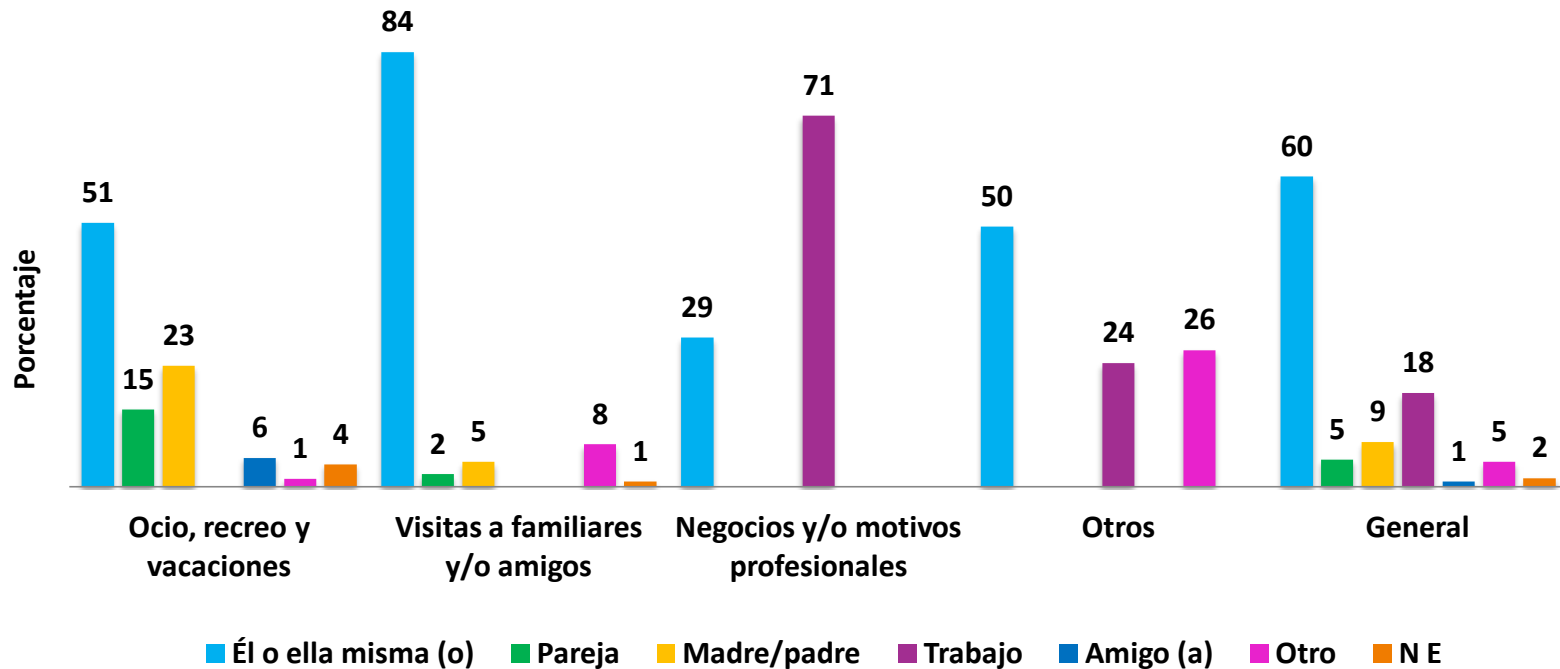
Tamaño del grupo por motivo de viaje



Los visitantes nacionales viajaron principalmente **solos** a Ensenada (**63 %**), el **19 %** viajó en pareja y el **12 %** en grupos de **cuatro o más personas**.

Planeación del viaje

Quién tomó la decisión de viajar por motivo de viaje

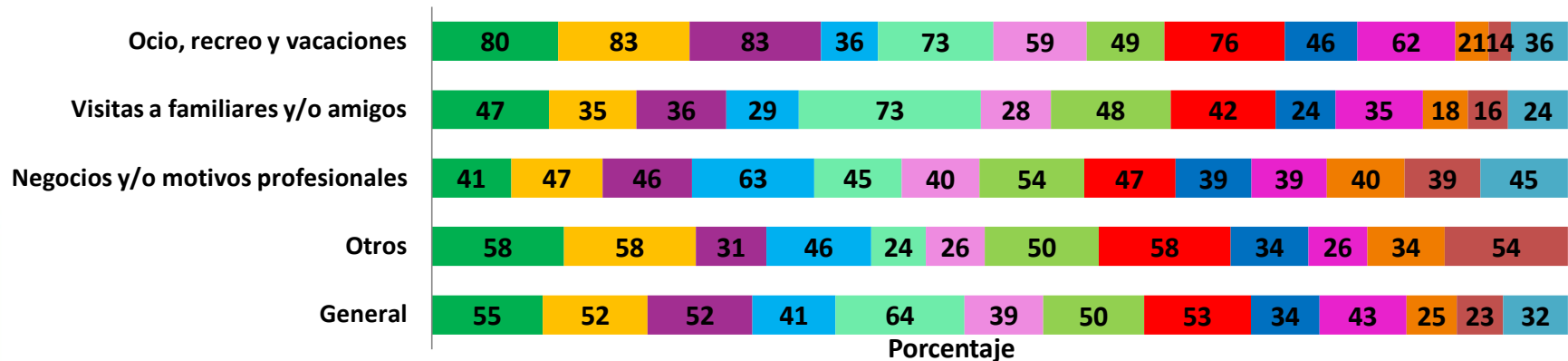


La **decisión de viajar** fue tomada principalmente por los propios **encuestados** (60 %). Aunque como es de esperar, quienes viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** fueron enviados a Ensenada por su **trabajo** (70 %).

Características del viaje



Factores que influyen en la decisión de viajar por motivo de viaje

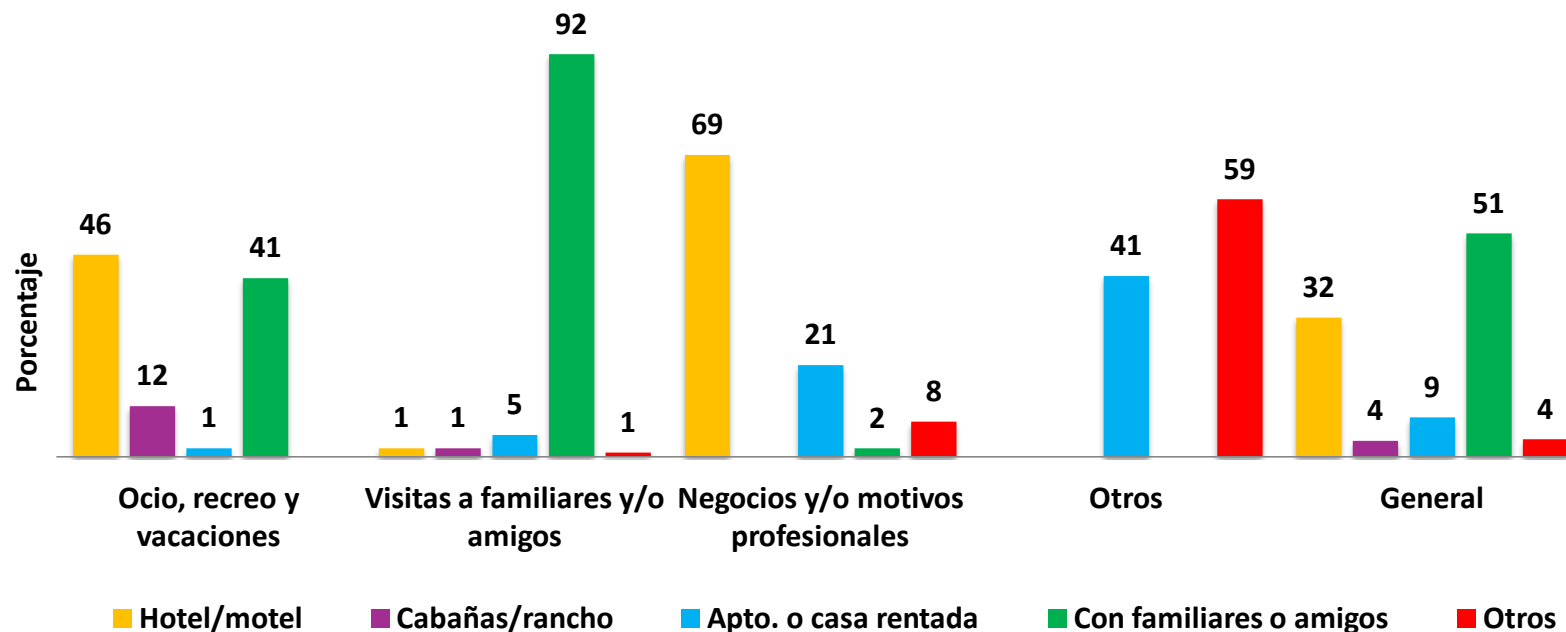


- Clima o sol
- Recursos naturales
- Playas y mar
- Lugar de negocios
- Hospitalidad/ambiente familiar
- Actividades y/o eventos culturales
- Precios razonables
- Gastronomía y bebidas
- Cercanía
- Ambiente nocturno
- Actividades y/o eventos deportivos
- Tratamientos de salud
- Viñedos

Para los visitantes nacionales la **hospitalidad** y el **clima** en Ensenada fue el principal **factor que los motivó viajar** a la ciudad. Otros **factores** que influyeron fueron las **playas y el mar**, que es un **lugar para negocios**, los **recursos naturales** y la **gastronomía**.

Características del viaje

Tipo de alojamiento utilizado por motivo de viaje



El tipo de **alojamiento utilizado** por los visitantes nacionales **varió según el motivo de viaje**. Quienes viajaron para visitar a familiares y/o amigos se hospedaron en casa de éstos (92 %). Quienes llegaron por **ocio, recreo y vacaciones** y por **negocios** se hospedaron principalmente en **hotel** (46 % y 69 % respectivamente) y el 41 % de los que llegaron por **otros motivos rentaron casa o departamento** durante su estancia.



<http://www.observaturbc.org>



Coordinadora general:
Dra. Nora L. Bringas Rábago

Coordinador adjunto:
Dr. Djamel Toudert

Participantes:
Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtra. María Teresa López Avedoy
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Lic. Mariana Argüello Escobedo
Lic. Alan Ingram Campillo

Apoyo técnico especializado:
Lic. Carlos Vladimir Ruelas González
Lic. Alberto Joaquín Acosta Rosales

Coordinación de revisión y captura:
Lic. Luis Francisco Lares Serrano

Marco muestral:
Mtro. Gilberto Hernández Olvera

Coordinación de trabajo de campo:
Mtra. Aurora Guadalupe Villa Aparicio
Mtro. Heber Huizar Contreras

Proyecto financiado por la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California