

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



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

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



Tijuana, B. C., 2013

Introducción



Durante los meses de **verano de 2013** el *Observatorio Turístico de Baja California* realizó la encuesta “**Caracterización de los visitantes nacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)**”, con el fin de conocer el volumen real y las particularidades de los visitantes nacionales que acudieron al estado durante esta temporada.

A partir de este estudio se desprende que del flujo total de **390 mil 548 visitantes nacionales** que llegaron a la entidad, el **77 %** fue captado a través de las centrales de autobuses y la terminal del aeropuerto internacional de **Tijuana**.

A continuación se presentan los resultados de las características sociodemográficas, gasto y características del viaje de estos visitantes.

Acotación metodológica

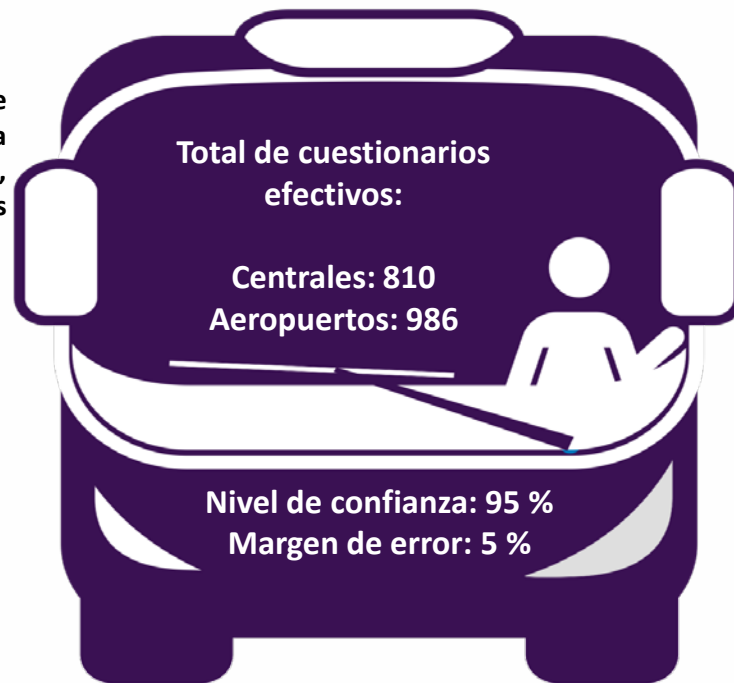


OBJETIVO

Conocer el tamaño y características del mercado real de turistas nacionales que visitan Tijuana y que regresan a su lugar de residencia habitual por vía aérea o terrestre, utilizando las terminales de autobuses y los aeropuertos de la ciudad.

Muestreo:
Aeropuertos
Centrales de autobuses

Conteo de
flujos/cédula filtro y
cuestionario



POBLACIÓN OBJETIVO

- Visitantes nacionales mayores de 15 años con residencia habitual dentro de los límites de la República Mexicana .
- No trabajó o desempeñó actividades remuneradas en la ciudad de aplicación.
- Utilizó servicios y/o realizó actividades consideradas turísticas.

DISEÑO Y MARCO MUESTRAL

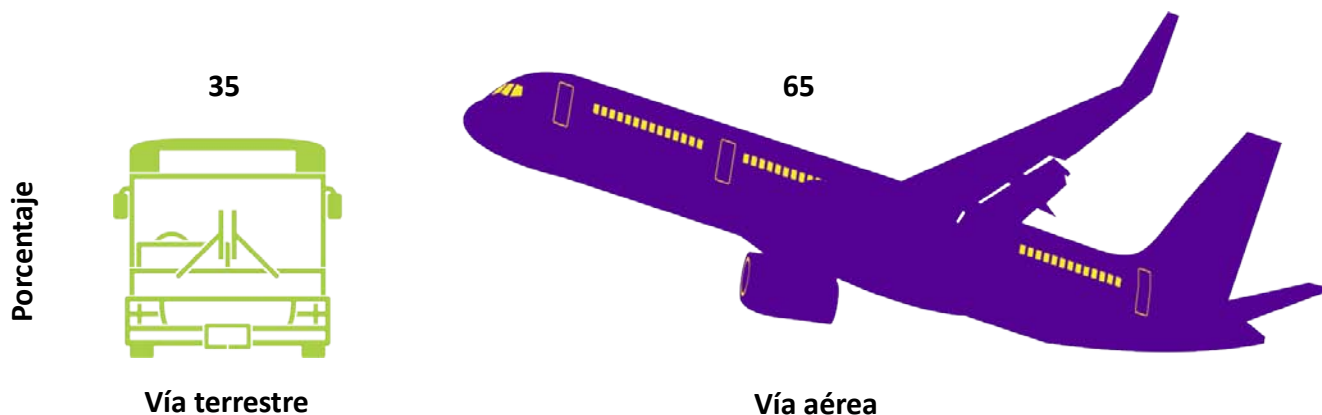
- Esquema de diseño probabilístico, por estratos y polietápico.
- A partir del itinerario de salidas de vuelos nacionales y corridas de autobuses, en las terminales de Tijuana.
- Selección aleatoria del entrevistado para aplicación de la cédula filtro y cuestionario.



Características de los visitantes nacionales en Tijuana

Perfil sociodemográfico

Afluencia de visitantes por medio de transporte *

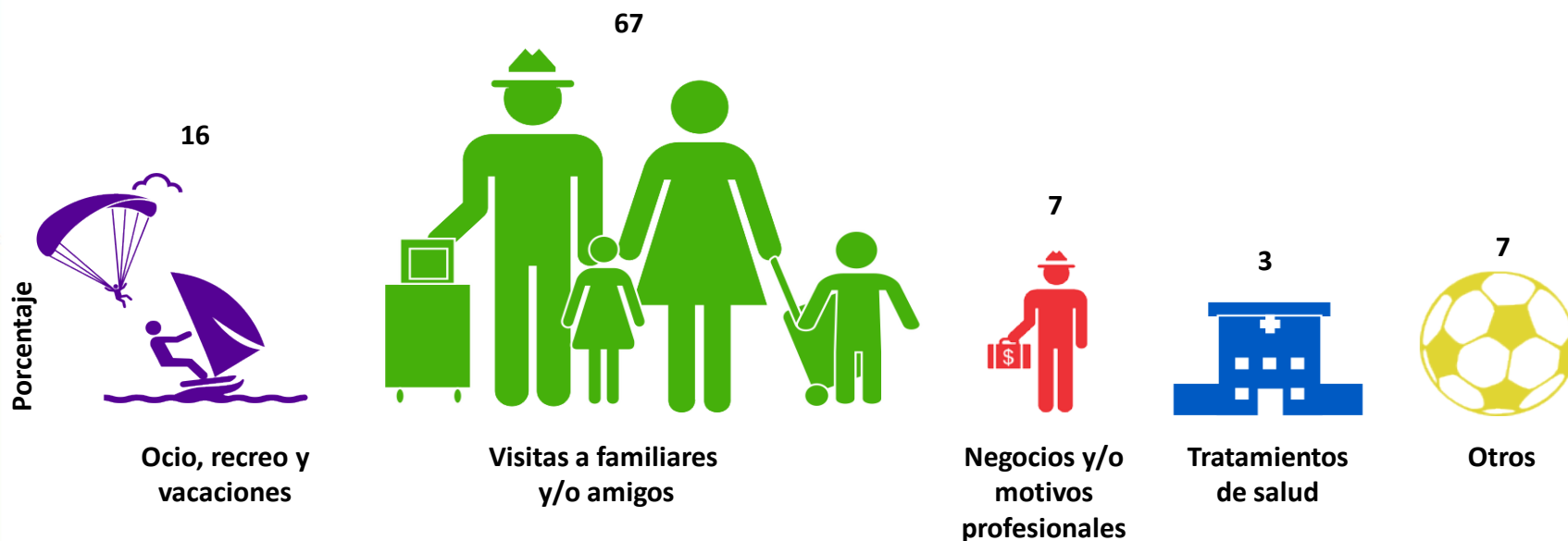


Durante el verano de 2013, Tijuana recibió un flujo total de turistas nacionales de **300 mil 470 personas**, del cuál el **35 %** regresó a su lugar de residencia habitual por **vía terrestre** y el **65 %** lo hizo por **vía aérea**.

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

Perfil sociodemográfico

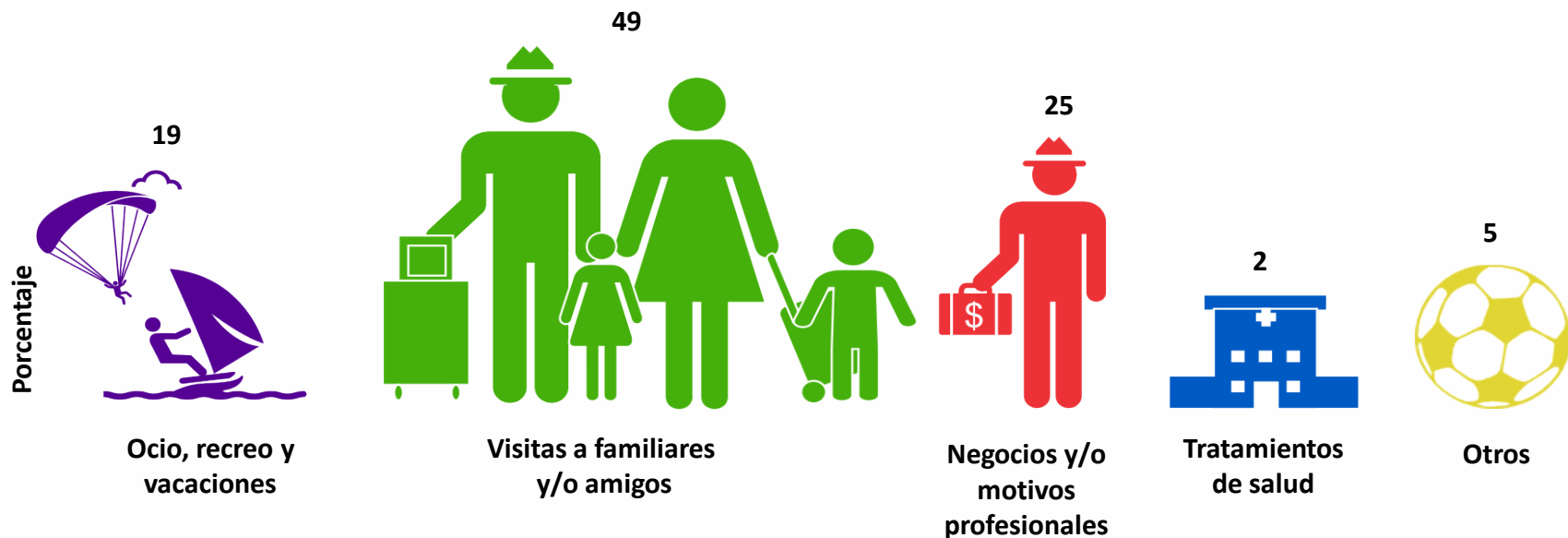
Principal motivo de viaje de los visitantes por vía terrestre



Las **visitas a familiares y/o amigos** fueron el **principal motivo** de viaje de los turistas nacionales captados en las centrales de autobuses de Tijuana (**67 %**), seguido en **menor proporción** por los que visitaron el destino por **ocio, recreo y vacaciones** (**16 %**) y por **negocios o motivos profesionales** (**7 %**).

Perfil sociodemográfico

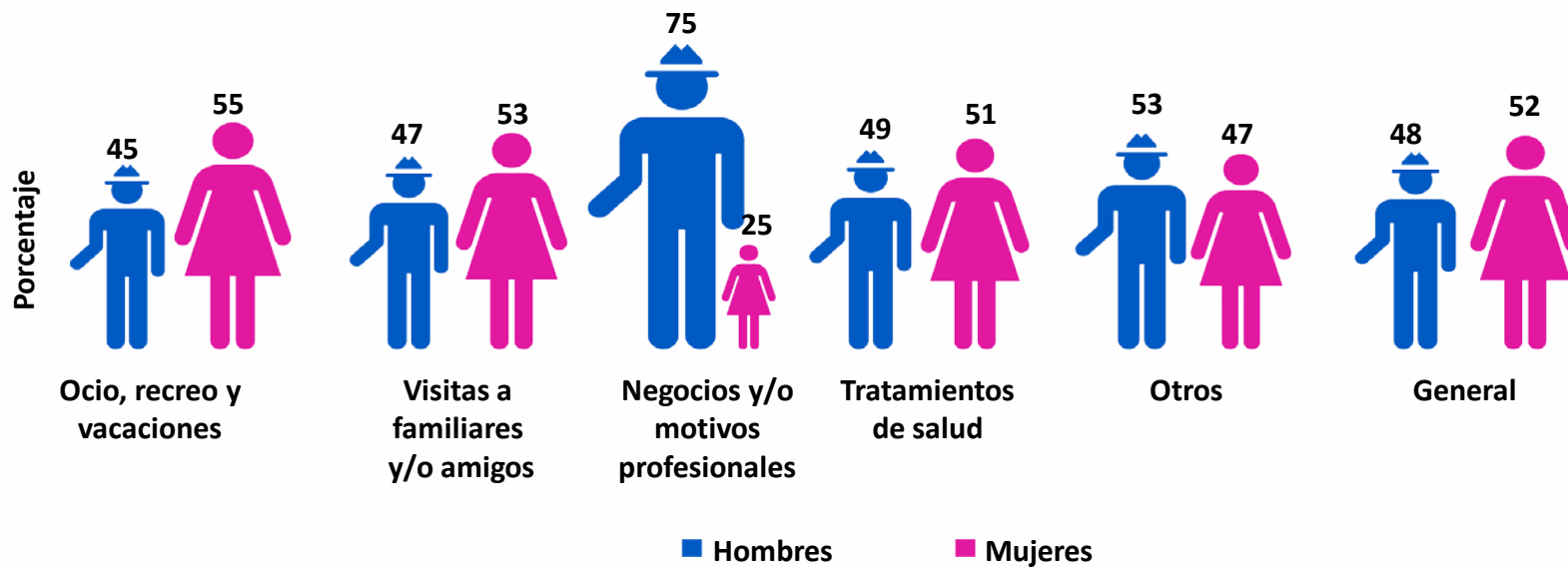
Principal motivo de viaje de los visitantes por vía aérea



Por parte de los turistas nacionales que viajaron por **avión**, la **mayor porción** visitó a **familiares y/o amigos (49 %)**. Una **mayor porción**, a comparación de los que viajaron por **carro o autobús**, visitó el destino por **negocios o motivos profesionales (25 %)**, seguido por aquellos que llegaron por **ocio, recreo y vacaciones (19 %)**.

Perfil sociodemográfico

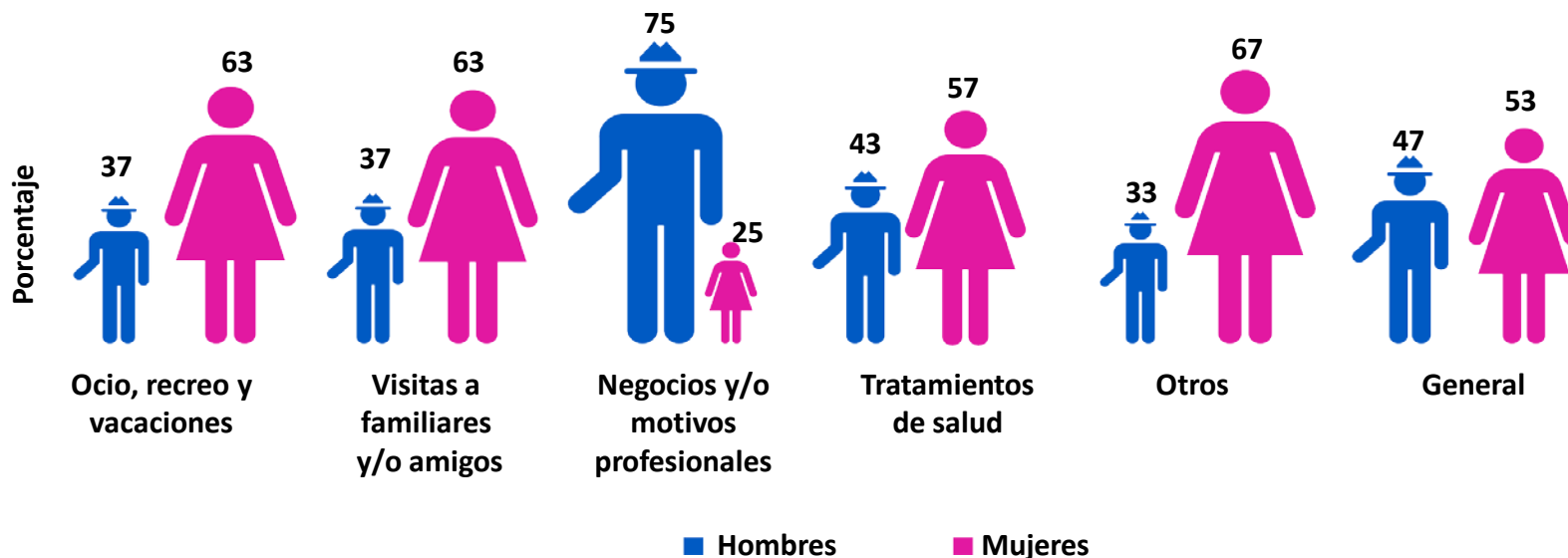
Género de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Entre los turistas nacionales que viajaron por **vía terrestre**, la **mayoría** eran **mujeres (52 %)**. Esta tendencia general se reflejó en los diferentes motivos de viaje, excepto los de **negocios y/o motivos profesionales**, con el **73 %** de género **masculino**, así como por **otros motivos**, con el **53 %** de hombres.

Perfil sociodemográfico

Género de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

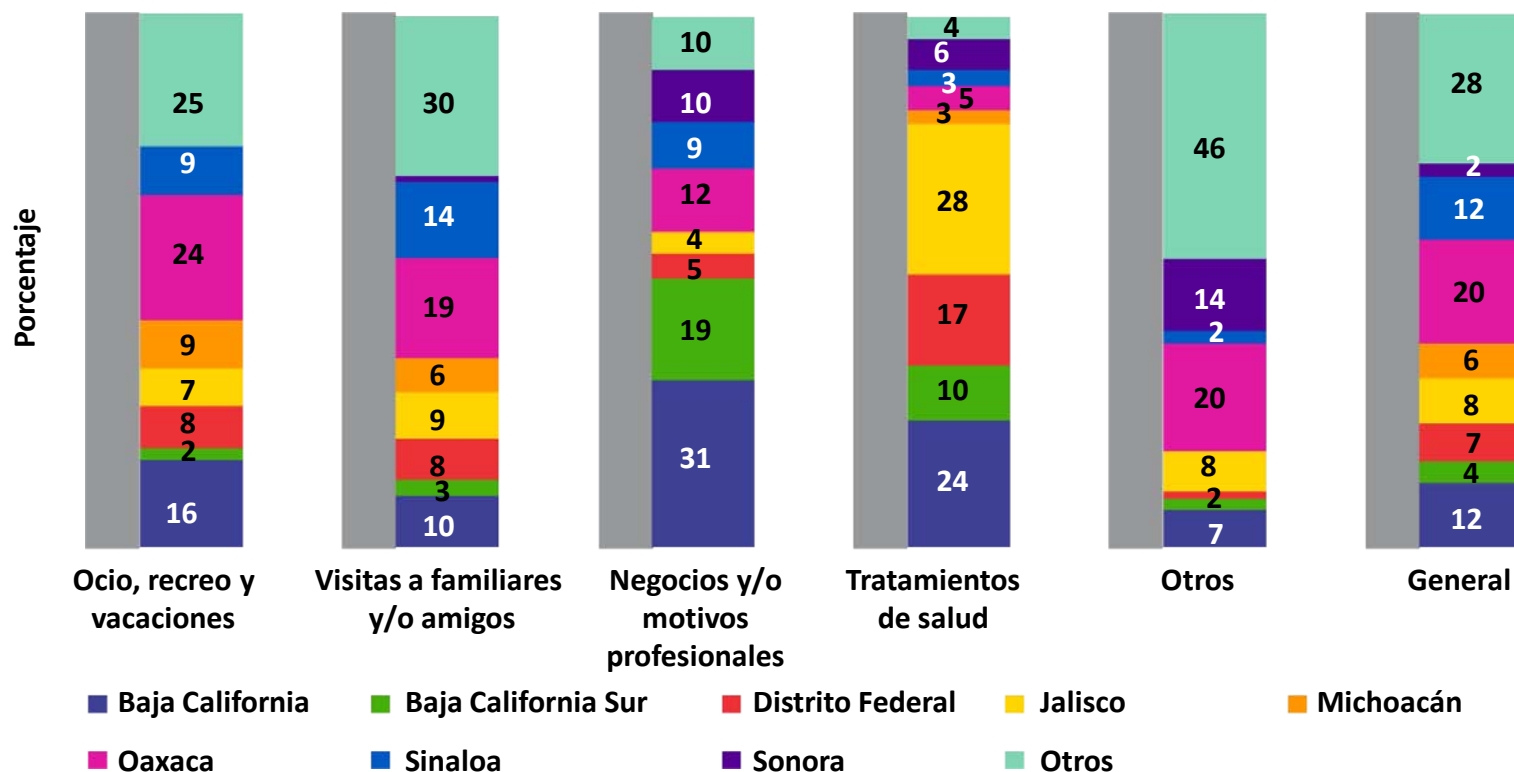


En general, poco más de la mitad de los turistas nacionales que viajaron por **vía aérea** eran **mujeres (53 %)**, salvo los turistas que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales**, pues **7** de cada **10** resultaron ser **hombres** .

Perfil sociodemográfico



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

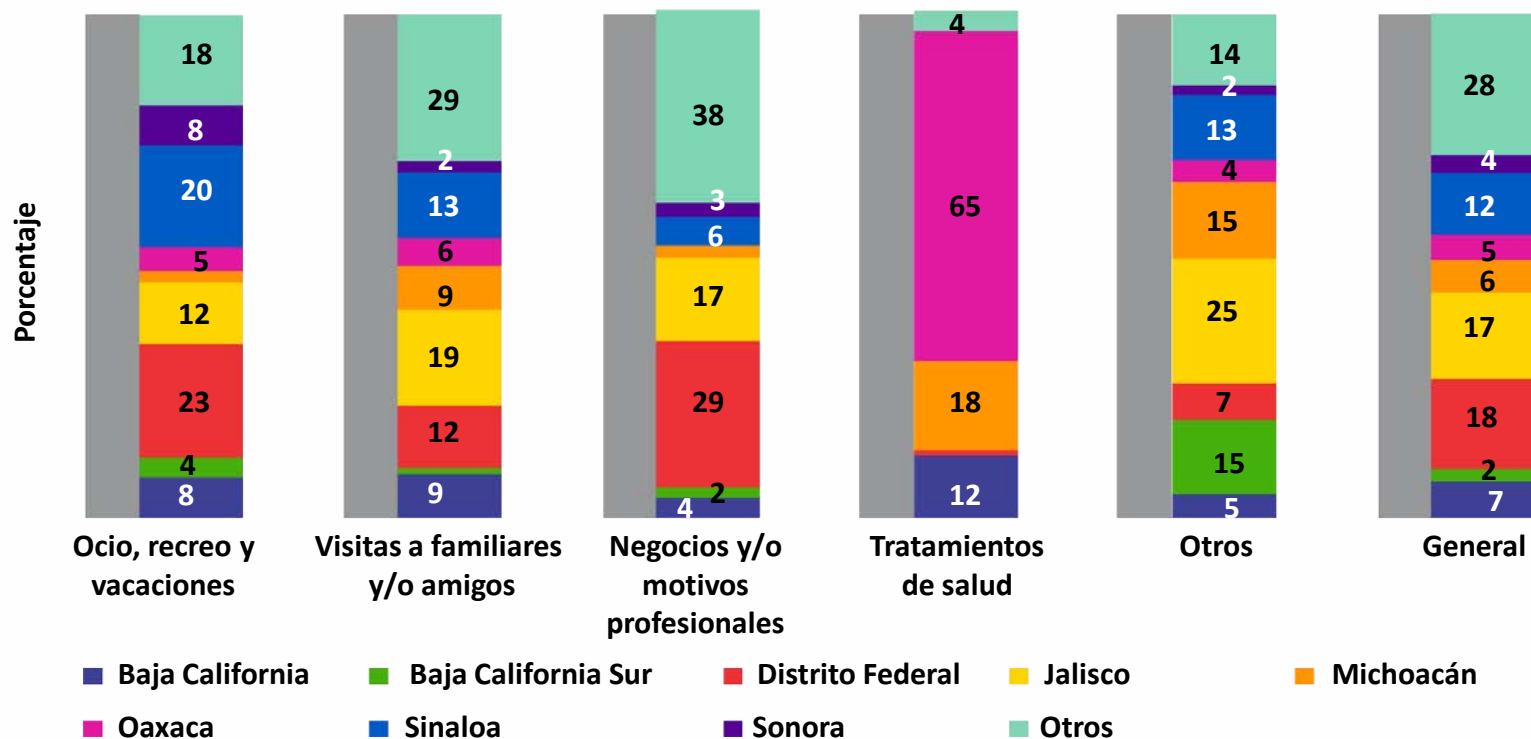


Los turistas nacionales que viajaron al destino por **vía terrestre** provenían principalmente de los estados de **Oaxaca (20 %)**, **Sinaloa (12 %)** y del mismo estado de **Baja California (12 %)**. Entre los que viajaron por **motivos de salud** destacan los que viajaron por carretera desde **Jalisco (28 %)**.

Perfil sociodemográfico



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

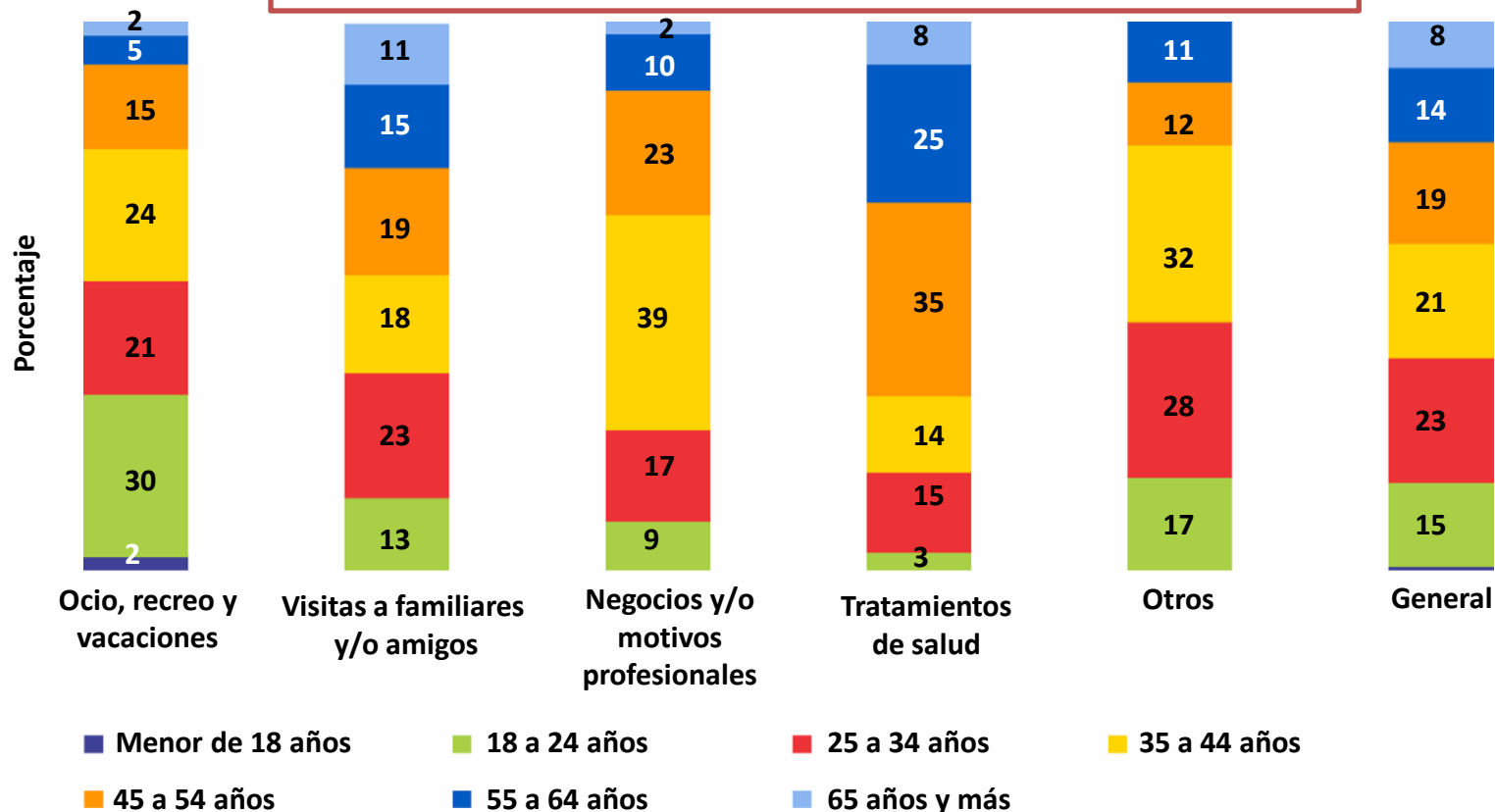


De los turistas nacionales que viajaron por **avión**, en general destacan los provenientes del **Distrito Federal** (18 %) y de **Jalisco** (17 %). No obstante, llama la atención que entre los que llegaron por **tratamientos de salud**, el 65 % procedía del estado de **Oaxaca**; y de los que llegaron por **negocios y/o motivos profesionales** el 29 % era procedente del **Distrito Federal**.

Perfil sociodemográfico



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

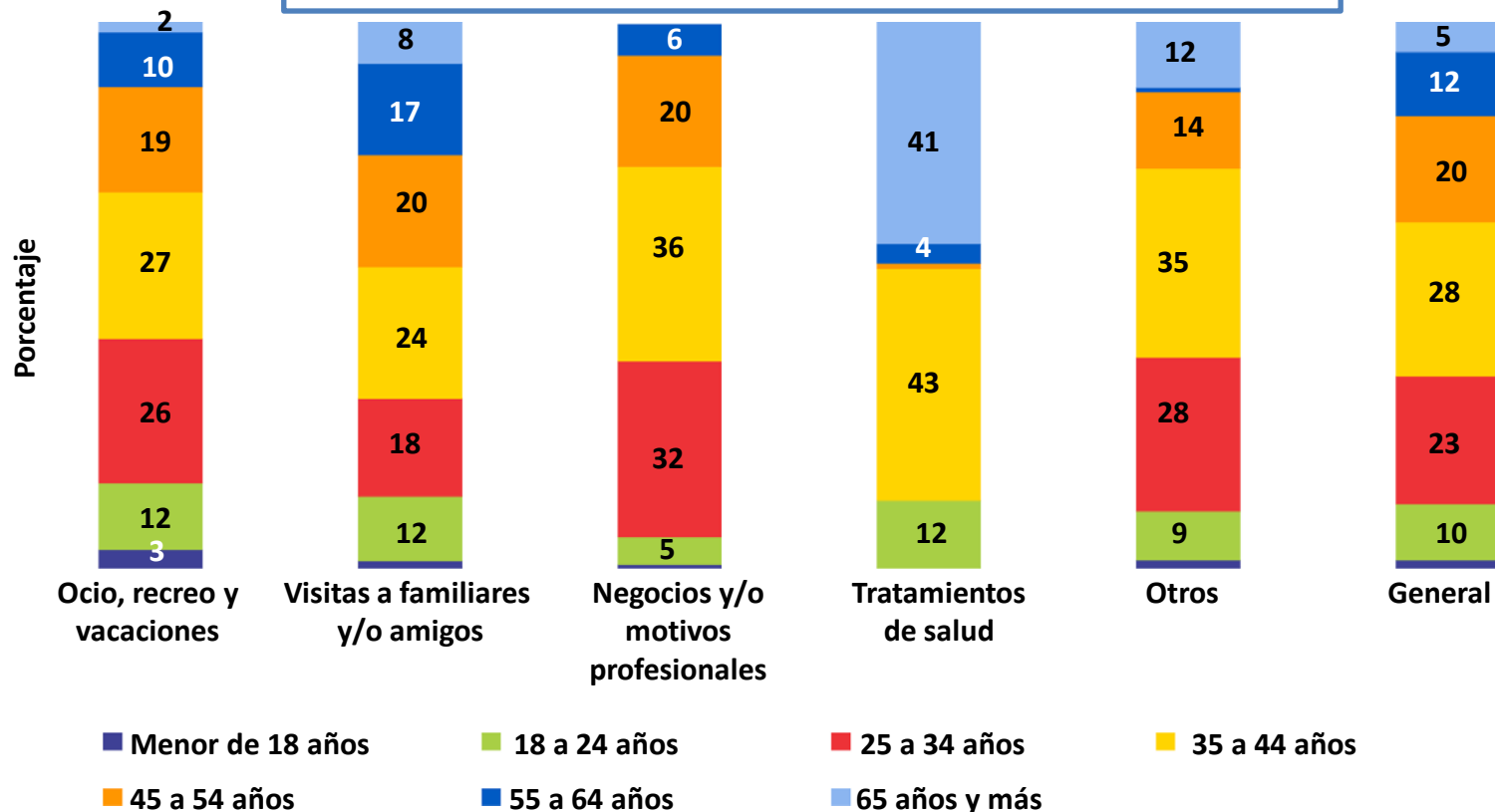


La edad de los turistas nacionales por **vía terrestre** se concentró, principalmente, entre los **25 y 54 años (63 %)**. Los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones** fueron los más **jóvenes**, el **30 %** tenía **entre 18 y 24 años**. Entre los que llegaron a la entidad por **tratamientos de salud** las edades se agruparon, principalmente, entre los **45 y 54 años (39 %)**.

Perfil sociodemográfico



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

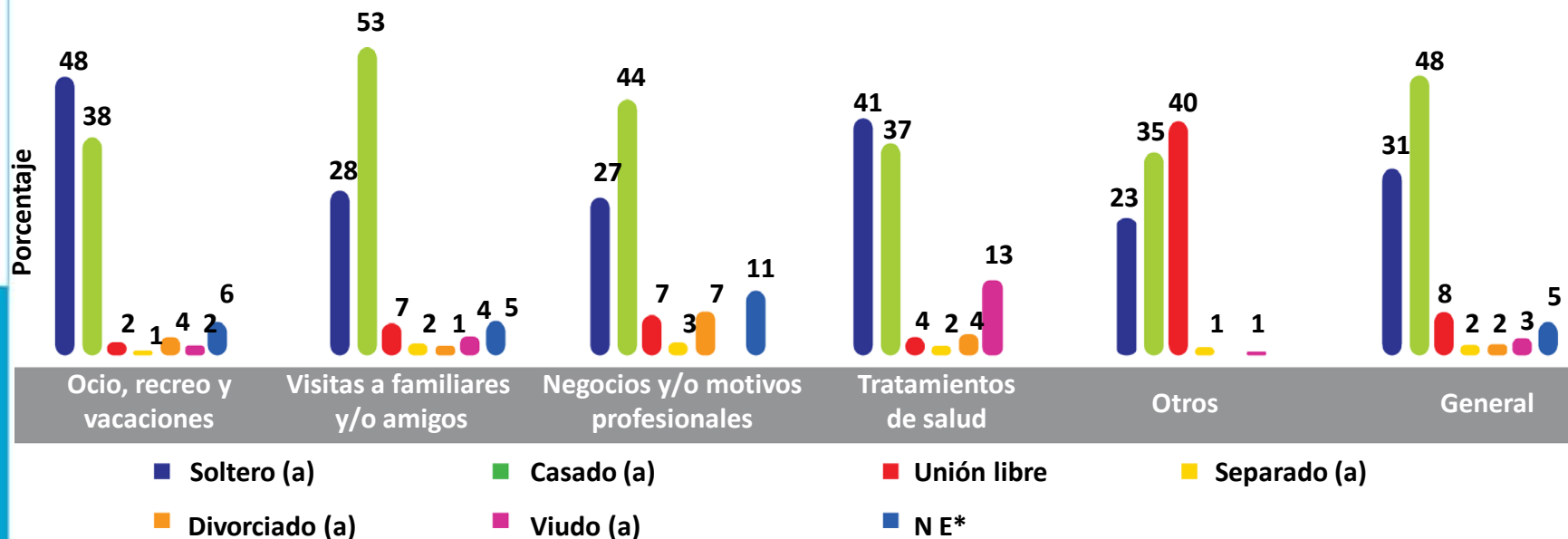


Los turistas nacionales por **vía aérea** se encontraban, principalmente, entre las edades de **35 a 44 años (28 %)**, principalmente entre los que viajaron al estado por cuestiones de **salud (43 %)**. Destaca que entre estos últimos, una gran proporción tenía **65 años o más**. También sobresalen los de **45 a 54 años** que llegaron por **negocios y/o motivos profesionales (36 %)**.

Perfil sociodemográfico



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



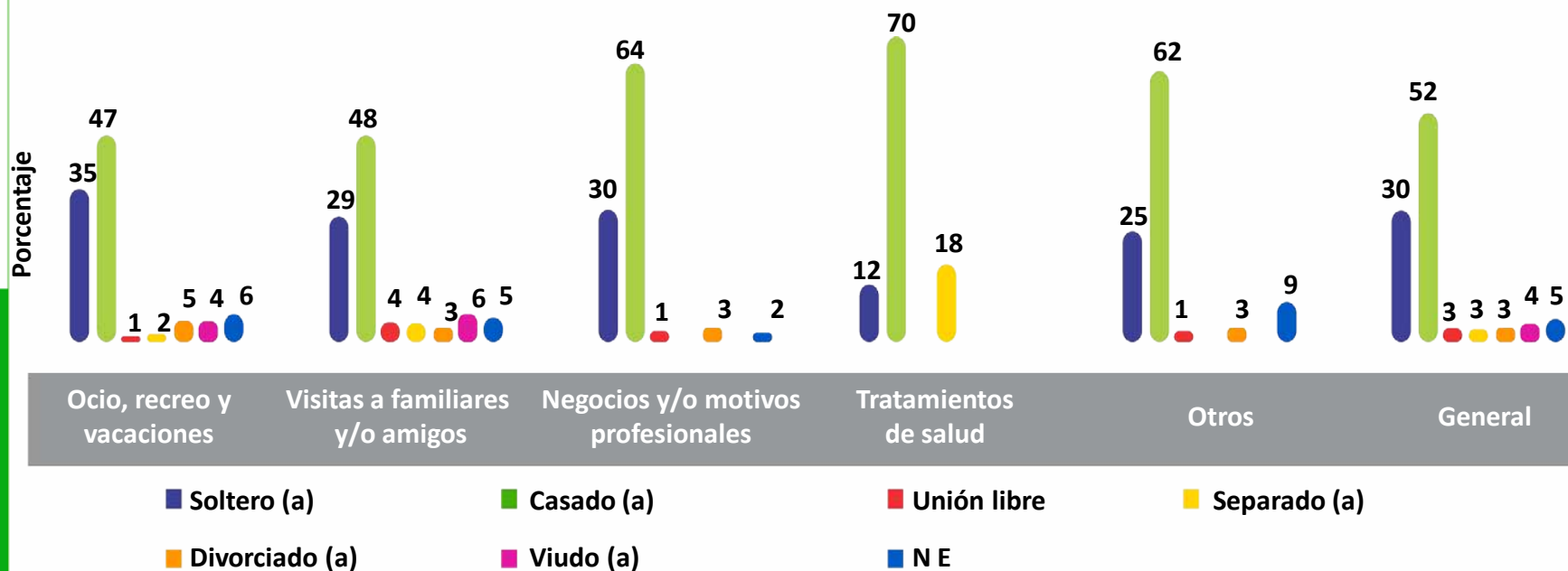
Casi la mitad de los turistas nacionales captados por **vía terrestre** reportaron estar **casados (48 %)**, sobre todo los que **visitaron a familiares y/o amigos (53 %)**, seguidos de los **solteros (31 %)**, en especial entre aquellos que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (48 %)**. Quienes visitaron el estado por **otros motivos** respondieron vivir en **unión libre** en el **40 %** de los casos.

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

Perfil sociodemográfico



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

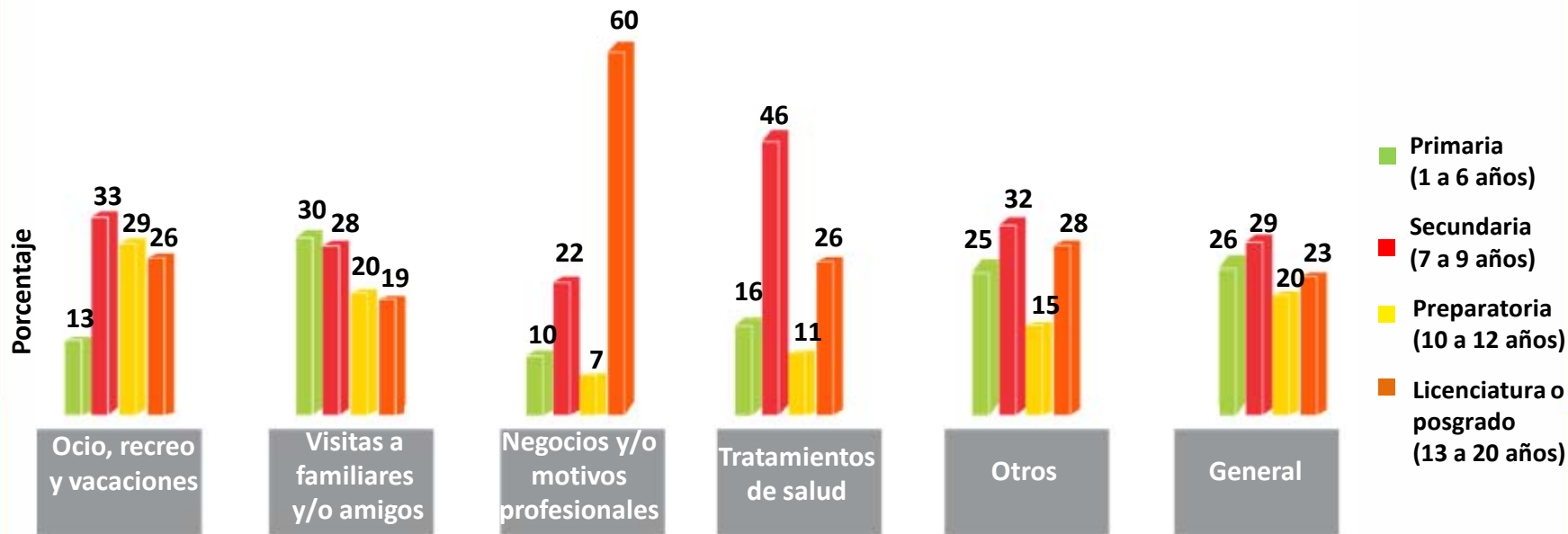


Los turistas nacionales que viajaron por **vía aérea**, en la mayoría de los casos eran **casados** (52 %), principalmente aquellos que viajaron por **tratamientos de salud** (70 %). Los **solteros** tuvieron una menor participación entre los turistas nacionales, siendo el motivo de **ocio, recreo y vacaciones** el que agrupó a una **mayor proporción** (35 %).

Perfil sociodemográfico



Escolaridad de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

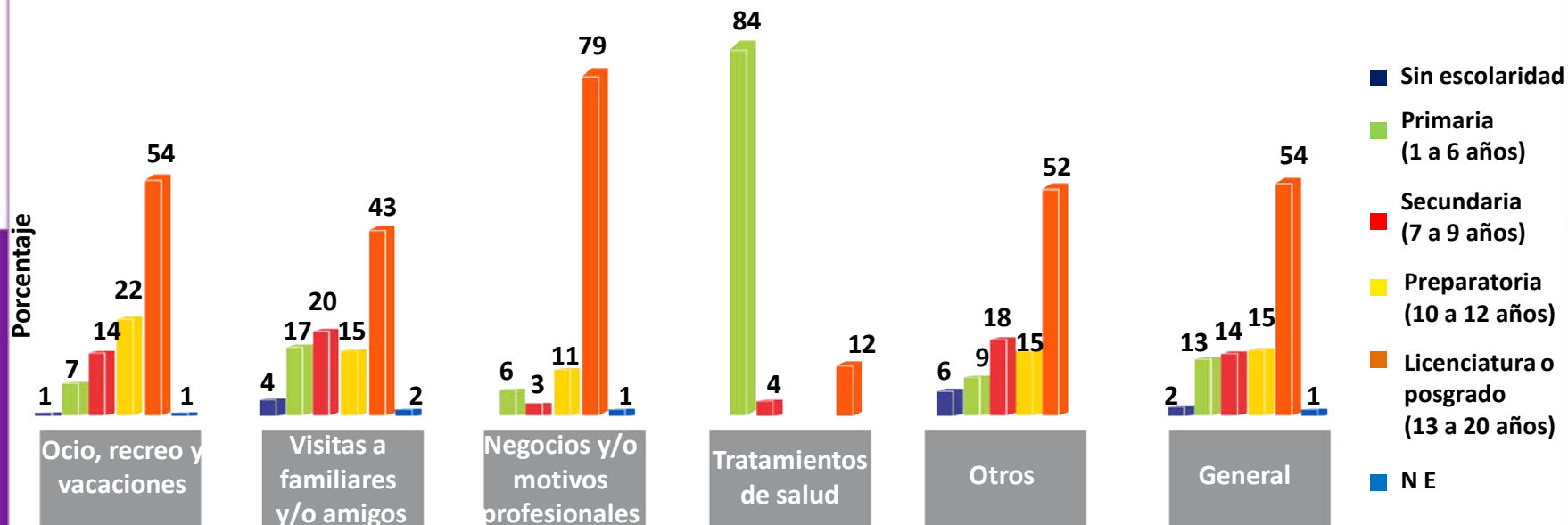


Los turistas nacionales mejor preparados académicamente (**licenciatura o posgrado**) visitaron el destino, principalmente, por **negocios y/o motivos profesionales (60 %)**. Casi la **tercera parte** de quienes llegaron a **visitar a familiares y/o amigos** contaban con estudios **menores a nivel secundaria (30 %)**, y aquellos que viajaron por **tratamientos de salud** por lo general sólo contaban con estudios **por debajo del nivel preparatoria (62 %)**.

Perfil sociodemográfico



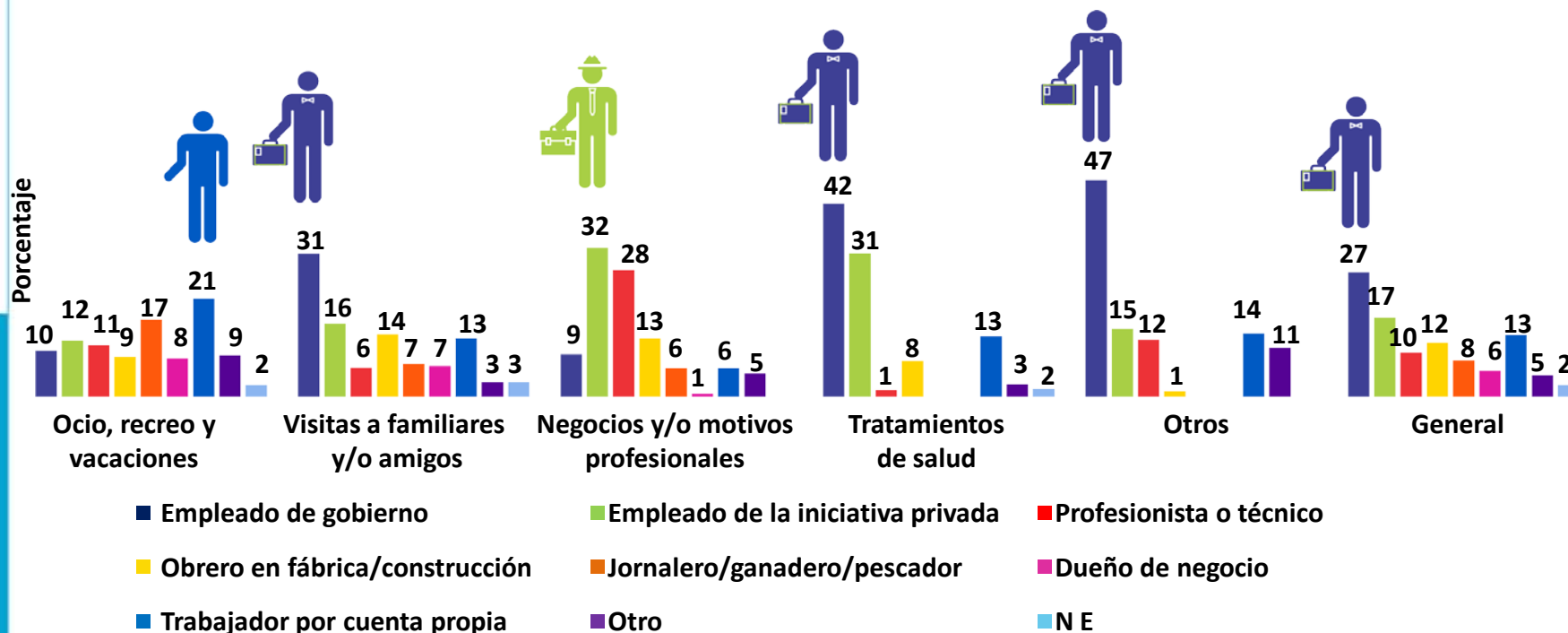
Escolaridad de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Los turistas con estudios de **licenciatura o posgrado** representaron a la **mayoría** de los visitantes que viajaron por **avión (54 %)**, principalmente los que llegaron por **negocios y/o motivos profesionales (79 %)**. En contraste, el **84 %** de los turistas que viajaron por **tratamientos de salud** a Tijuana declararon contar con estudios menores al nivel **secundaria**.

Perfil sociodemográfico

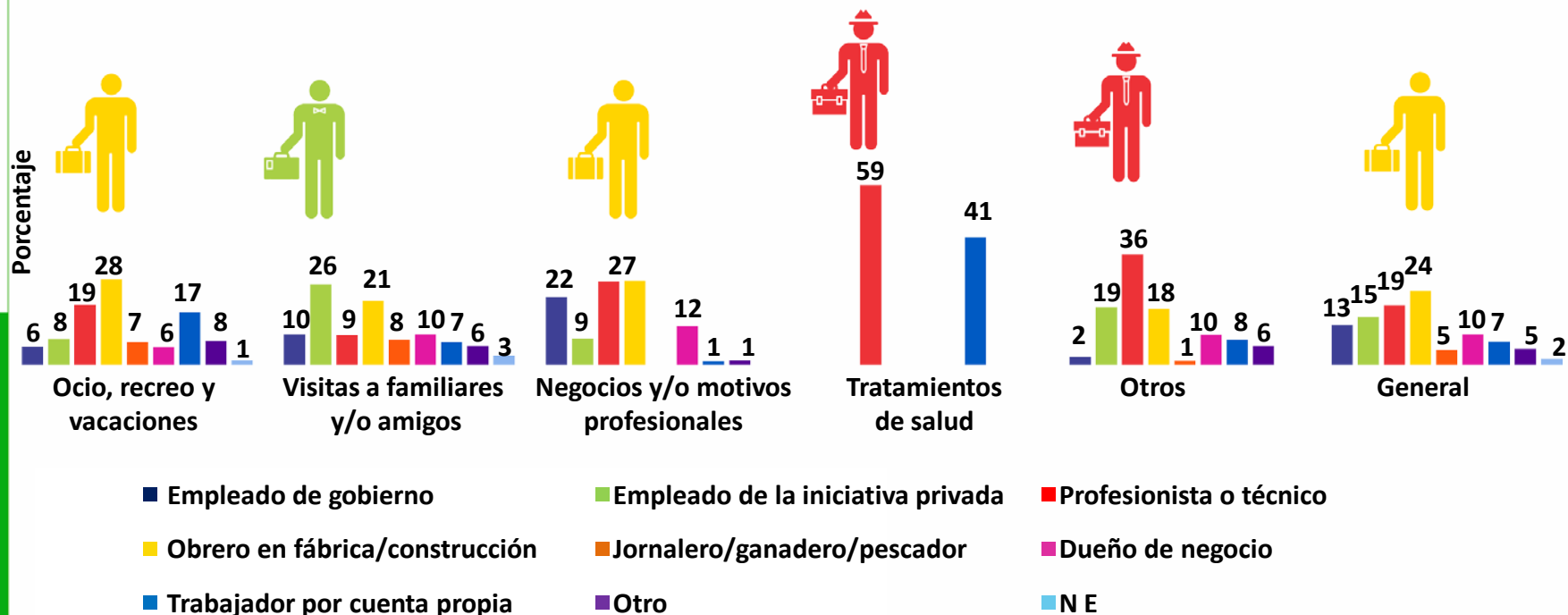
Principal ocupación de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **principal ocupación** de los turistas por **vía terrestre** fue la de **empleado de gobierno** (27 %), principalmente entre los que viajaron por **tratamientos de salud** (42 %) y por **otros motivos** no especificados (47 %). El **empleo en la iniciativa privada** fue la segunda ocupación entre estos turistas (17 %), principalmente entre los que llegaron al estado por **negocios** (32 %). También sobresalen los turistas que **trabajaban por cuenta propia**, sobre todo entre los que viajaron **por ocio, recreo y vacaciones** (21 %).

Perfil sociodemográfico

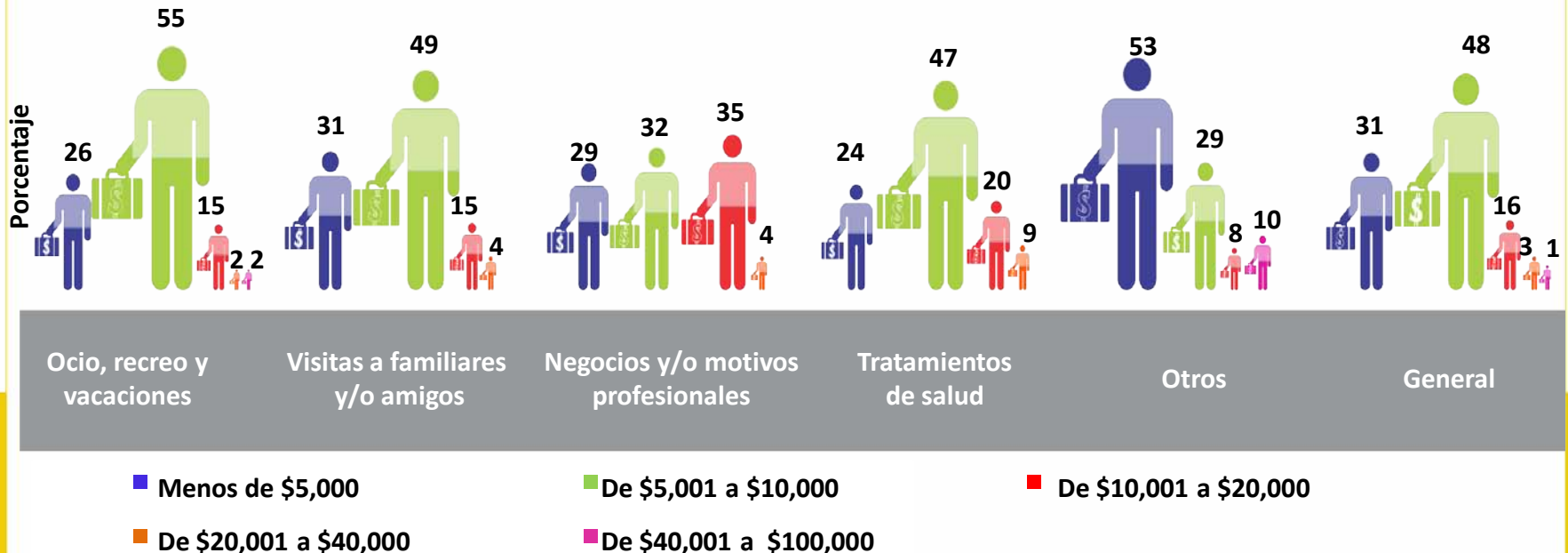
Principal ocupación de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Casi una cuarta parte de los turistas nacionales por **vía aérea** tenía como principal ocupación la de **obrero en fábrica o construcción (24 %)**, principalmente entre los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (28 %)**, seguido por los **profesionistas o técnicos (19 %)**, que fueron mayoría entre los visitantes por **tratamientos de salud (59 %)**. Destaca que el **empleo en la iniciativa privada** fue la principal ocupación entre los que viajaron **para ver a familiares y/o amigos (26 %)**, así como el **autoempleo**, entre los que viajaron por **motivos de salud (41 %)**.

Perfil sociodemográfico

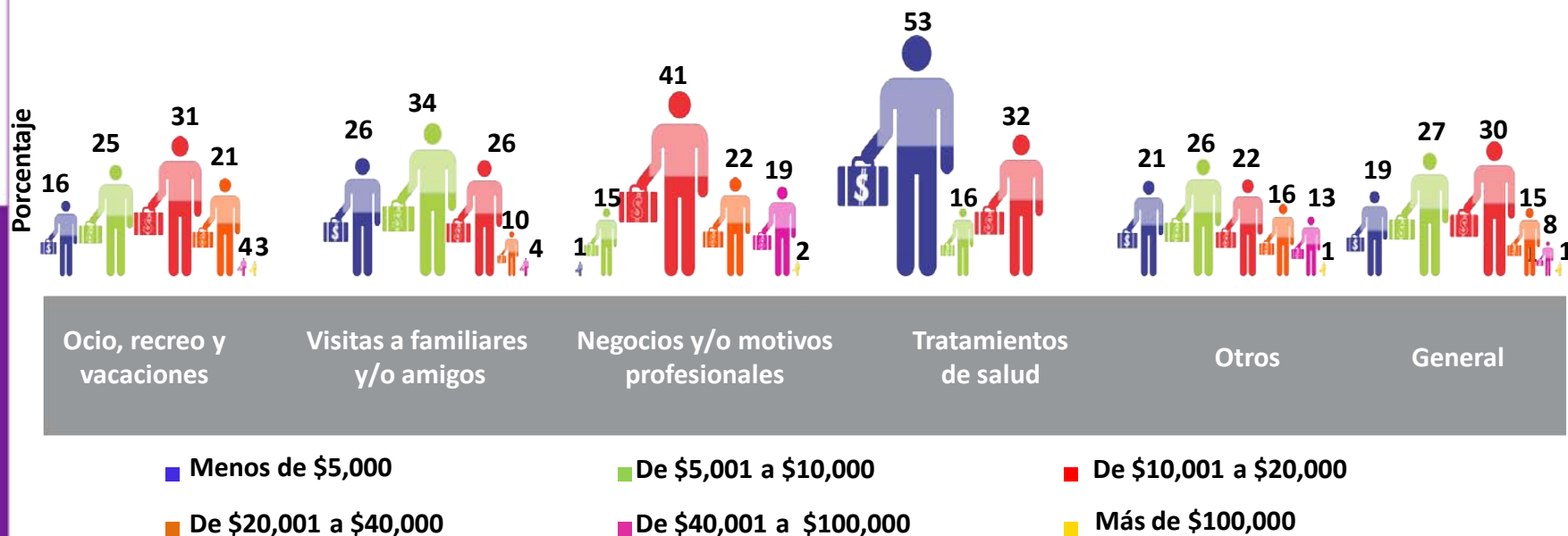
Ingreso personal mensual de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **mayor parte** de los turistas nacionales que viajaron por **carretera** reportó **ingresos personales de \$5 mil a \$10 mil pesos mensuales (48 %)**, sobre todo aquellos que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (55 %)**. Los que viajaron al estado por **negocios** tuvieron un **ingreso mayor**, principalmente entre **\$10 mil y \$20 mil pesos mensuales**. A pesar de que la mayoría de los que viajaron por **otros motivos** presentaron los ingresos más bajos, también fueron los que tuvieron los **mejores ingresos**, pues el **10 %** ganó entre **\$40 mil y \$100 mil pesos al mes**.

Perfil sociodemográfico

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

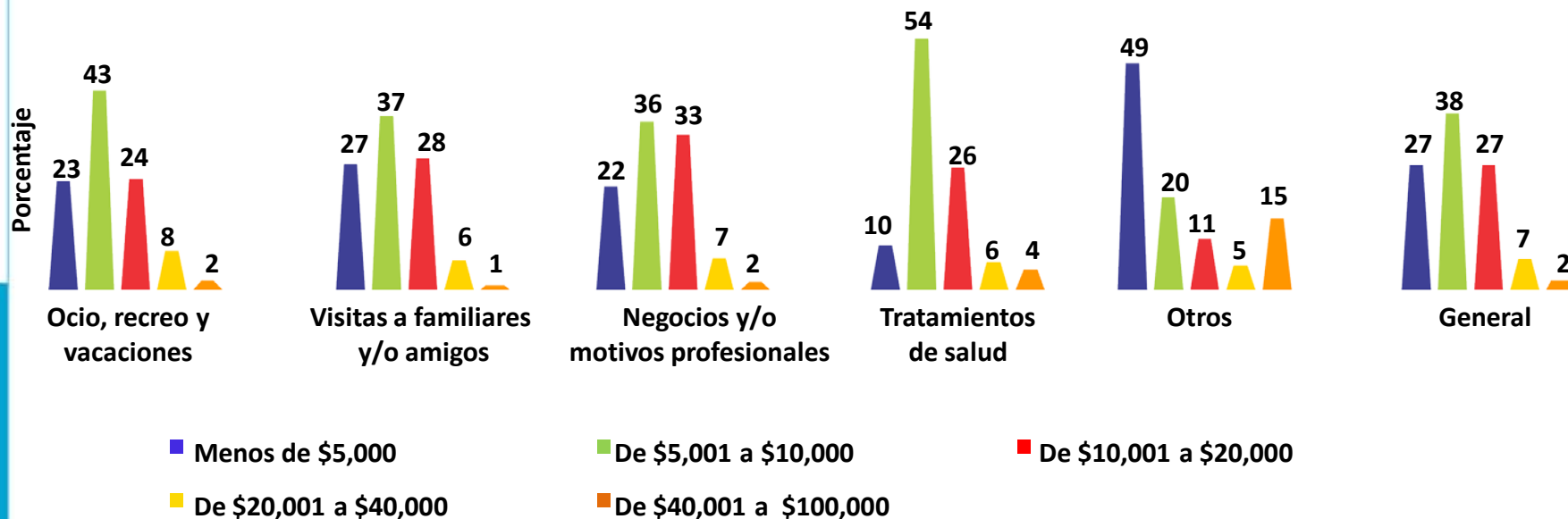


Entre los turistas nacionales que viajaron por **avión**, la **mayor parte** percibía **ingresos personales de \$10 mil a \$20 mil pesos al mes (30 %)**, especialmente los que llegaron a destino por **negocios y/o motivos profesionales (41 %)**. En segundo lugar se encontró a quienes reportaron ingresos de **\$5 mil a \$10 mil pesos (27 %)**, principalmente entre los que **visitaron a familia y/o amigos (34 %)**. Cabe señalar que poco más de la mitad de los turistas que viajaron por **tratamientos de salud** reportaron los ingresos más bajos, es decir, **menos de \$5 mil pesos mensuales (53 %)**.

Perfil sociodemográfico



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

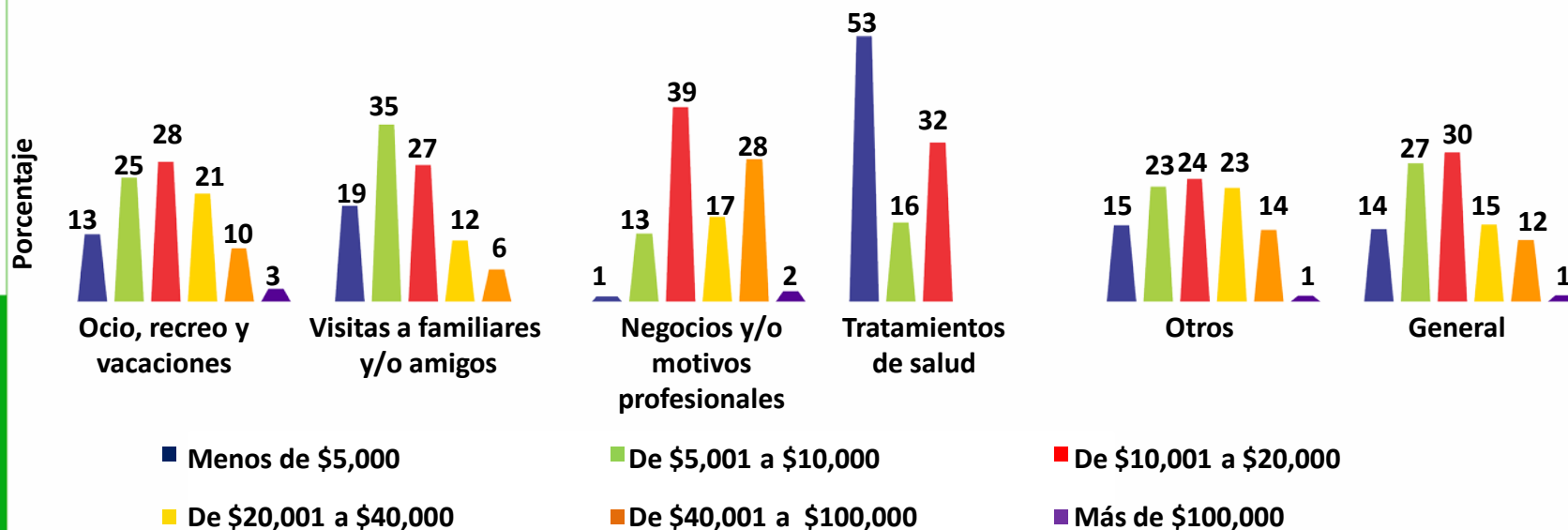


Las **familias** de la **mayor parte** de los visitantes nacionales por **vía terrestre** percibieron un **ingreso** entre **\$5 mil y \$10 mil pesos al mes (38 %)**. Entre los que viajaron por **otros motivos** el **ingreso familiar** fue mayor, pues el **15 %** de estos obtuvo **entre \$40 mil y \$100 mil pesos al mes**.

Perfil sociodemográfico



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



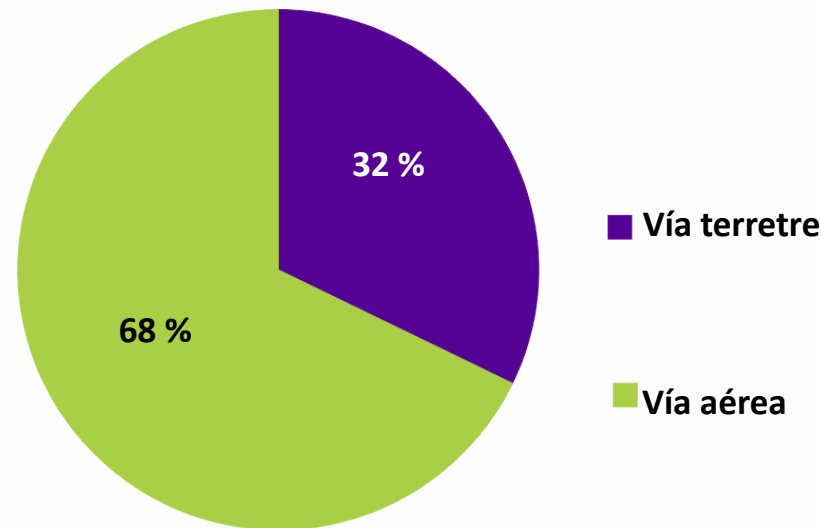
El **ingreso familiar** de los turistas nacionales por **vía aérea** se concentró principalmente entre los **\$5 mil y \$20 mil pesos mensuales (57 %)**. Sobresale que el **28 %** de quienes viajaron por **negocios** percibía un **ingreso familiar mensual** entre **\$40 mil y \$100 mil pesos**. Cabe señalar que de los que viajaron en busca de **tratamientos de salud**, la mayoría ganó **menos de \$5,000 pesos al mes por familia (53 %)**.



Gasto de los visitantes nacionales en Tijuana

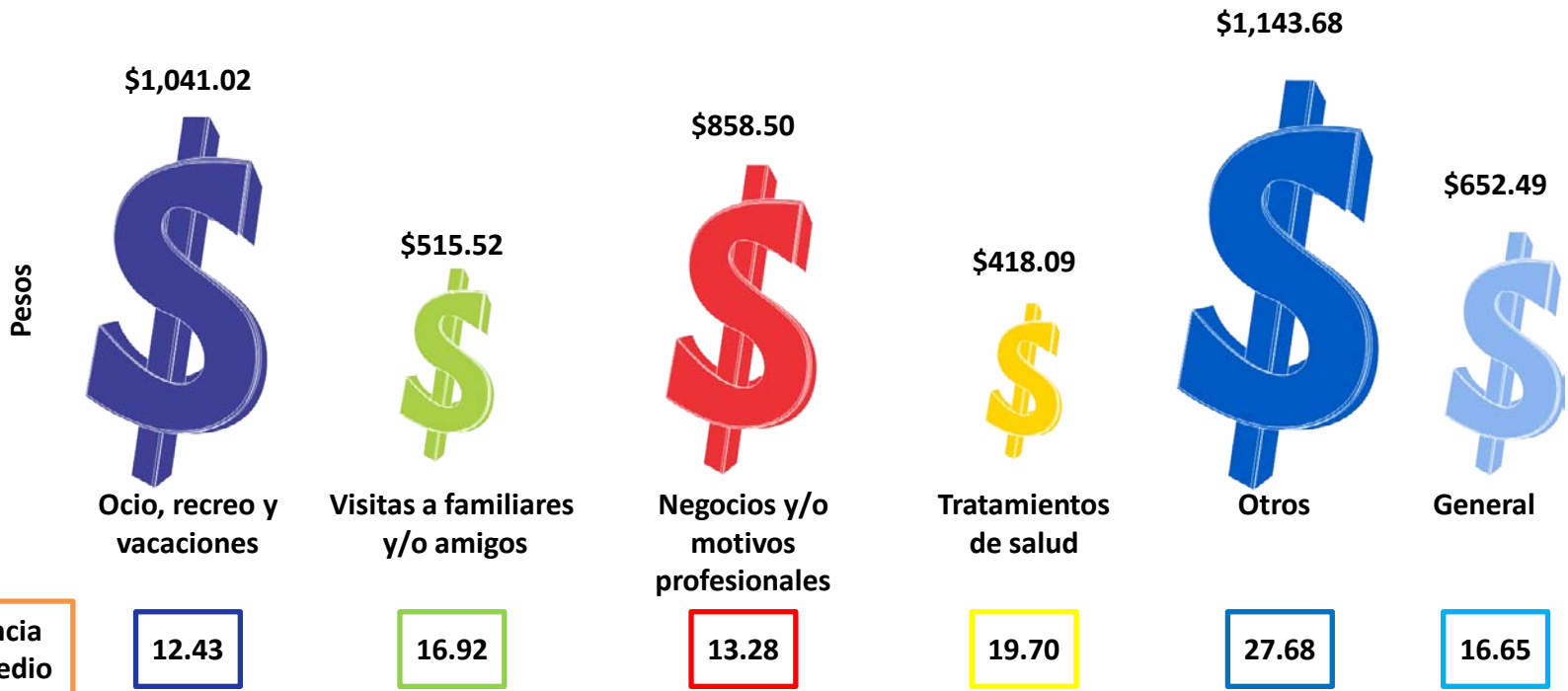
Gasto total

Participación en la derrama económica



La **derrama económica** generada por los visitantes nacionales durante el verano de 2013 fue de **un mil 94 millones, 117 mil 392.79 pesos**. Los turistas que viajaron por **aire** aportaron el **68 %** del gasto, mientras que los que viajaron por **tierra**, contribuyeron el **32 %**.

Gasto promedio diario y estancia promedio (vía terrestre)



El **gasto promedio diario** realizado por los turistas nacionales por **vía terrestre** fue de **\$652.49** pesos y su **estancia promedio** fue de **16.7 noches**. Los turistas que viajaron por un **motivo distinto** a los mencionados, en promedio gastaron más al día que el resto de los visitantes (**\$1,143.68 pesos**), esto sin importar que fueron ellos los que permanecieron **más tiempo** en el destino (**27.7 noches**).

Gasto promedio diario y estancia promedio (vía aérea)



Los turistas nacionales por **vía aérea**, tuvieron un gasto promedio diario más alto que los que viajaron por carretera. En general, su gastó promedio diario fue de **\$1,220.69 pesos**. Aquellos turistas que viajaron por **otros motivos** gastaron **más** al día, pero destaca que su **estancia promedio** fue la menor (**2.4 noches**). Cabe señalar que los turistas nacionales que viajaron a Tijuana para **visitar a familia y/o amigos** permanecieron en el destino por más tiempo, (**14.5 noches**), aunque su gasto fue uno de los más bajos (**\$789.08 pesos**).

Distribución del gasto (vía terrestre)



	Ocio, recreo y vacaciones	Visitas a familiares y/o amigos	Negocios y/o motivos profesionales	Tratamientos de salud	Otros	General
Alimentación y bebidas	24%	29%	34%	18%	25%	28%
Ropa y/o calzado	27%	24%	10%	10%	30%	24%
Alimentos en supermercados	8%	18%	6%	5%	23%	16%
Hospedaje	17%	2%	36%	1%	13%	8%
Transporte en esta ciudad	7%	8%	7%	14%	4%	8%
Centros nocturnos	7%	6%	3%	0%	1%	6%
Medicinas	1%	4%	0%	15%	1%	3%
Perfumes/artículos de belleza	3%	3%	2%	0%	1%	3%
Servicios médicos, dentales y oftalmólogos	0%	1%	0%	37%	0%	2%
Vinos o licores en botella cerrada	2%	1%	0%	0%	0%	1%
Actividades o eventos culturales	2%	1%	1%	0%	0%	1%
Actividades o eventos deportivos	1%	1%	0%	0%	0%	1%
Artesanías y/o recuerdos de viaje	1%	1%	0%	0%	0%	1%
Muebles típicos mexicanos y enseres domésticos	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Excursión turística	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Otras compras	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Otros servicios	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

El consumo de **alimentos y bebidas** fue el principal gasto de los turistas nacionales por **vía terrestre**, seguido de la **ropa y/o calzado**, salvo para los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** y **tratamientos de salud**, los primeros gastaron principalmente en **hospedaje (36 %)**, y los segundos en **servicios, médicos, dentales y oftalmólogos (37 %)**.

Distribución del gasto (vía aérea)



	Ocio, recreo y vacaciones	Visitas a familiares y/o amigos	Negocios y/o motivos profesionales	Tratamientos de salud	Otros	General
Alimentos y bebidas	30%	34%	25%	4%	18%	30%
Hospedaje	15%	6%	52%	0%	31%	24%
Ropa y/o calzado	15%	26%	3%	0%	29%	16%
Alimentos en supermercados	11%	11%	2%	3%	2%	7%
Transporte en la ciudad	11%	4%	8%	1%	13%	7%
Centros nocturnos	7%	5%	1%	0%	0%	4%
Perfumes/artículos de belleza	3%	5%	1%	0%	4%	3%
Servicios médicos, dentales y oftalmólogos	0%	0%	4%	88%	0%	3%
Medicinas	1%	3%	1%	4%	0%	2%
Excursiones turísticas	4%	0%	1%	0%	0%	1%
Otros servicios	0%	2%	0%	0%	1%	1%
Vinos o licores en botella cerrada	2%	1%	0%	0%	0%	1%
Artesanías y/o recuerdos de viaje	0%	1%	0%	0%	0%	1%
Actividades o eventos culturales	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Otras compras	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Actividades o eventos deportivos	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Muebles típicos mexicanos y enseres domésticos	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

El principal gasto de los turistas por **vía aérea** fue en **alimentos y bebidas**, así como en **hospedaje**.

Como se podría esperar, para la gran mayoría de los que viajaron por **tratamientos de salud** el principal gasto fue en **servicios médicos, dentales y oftalmólogos** (88 %); asimismo, la mayoría de los que se desplazaron por motivos de **negocios**, gastaron principalmente en **hospedaje** (52%).

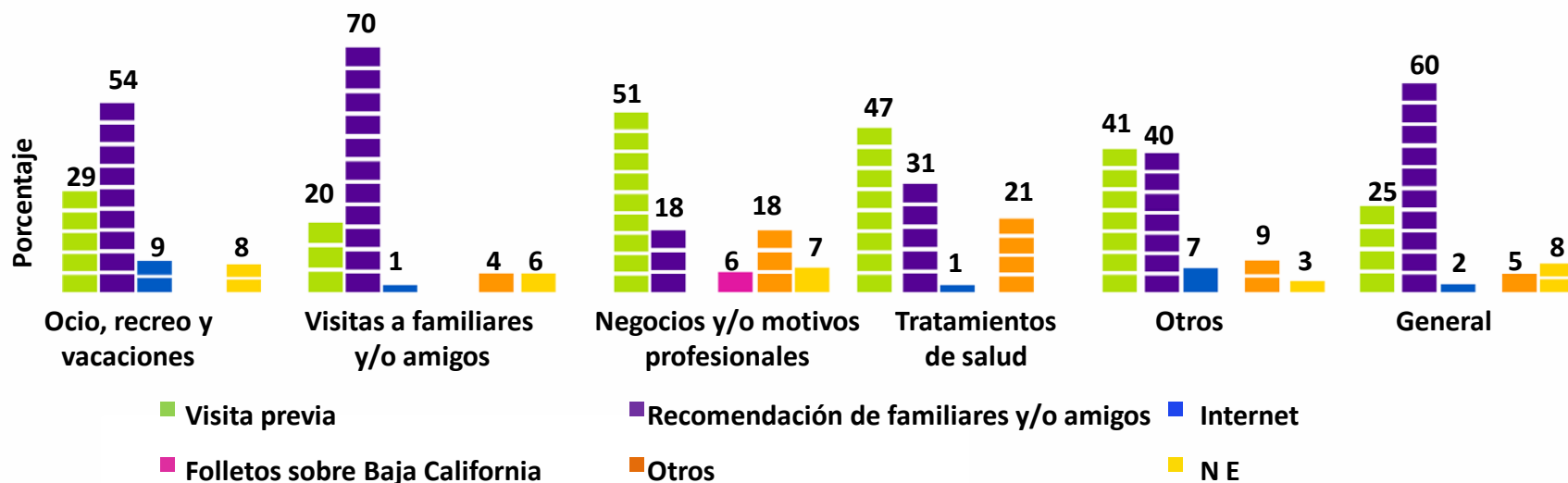


Características del viaje de los visitantes nacionales en Tijuana

Planeación del viaje



Formas de información consultadas para viajar al destino de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **mayoría** de los turistas nacionales por **vía terrestre**, se enteraron del destino a través de **recomendaciones de familiares y/o amigos (60 %)**, principalmente los que viajaron para **visitar a sus seres queridos (70 %)** y los que llegaron por **ocio, recreo y vacaciones (54 %)**. Aquellos que viajaron por **negocios (51 %)**, **tratamientos de salud (47 %)** y **otros motivos (41 %)**, ya conocían el destino pues lo habían **visitado anteriormente**.

Planeación del viaje

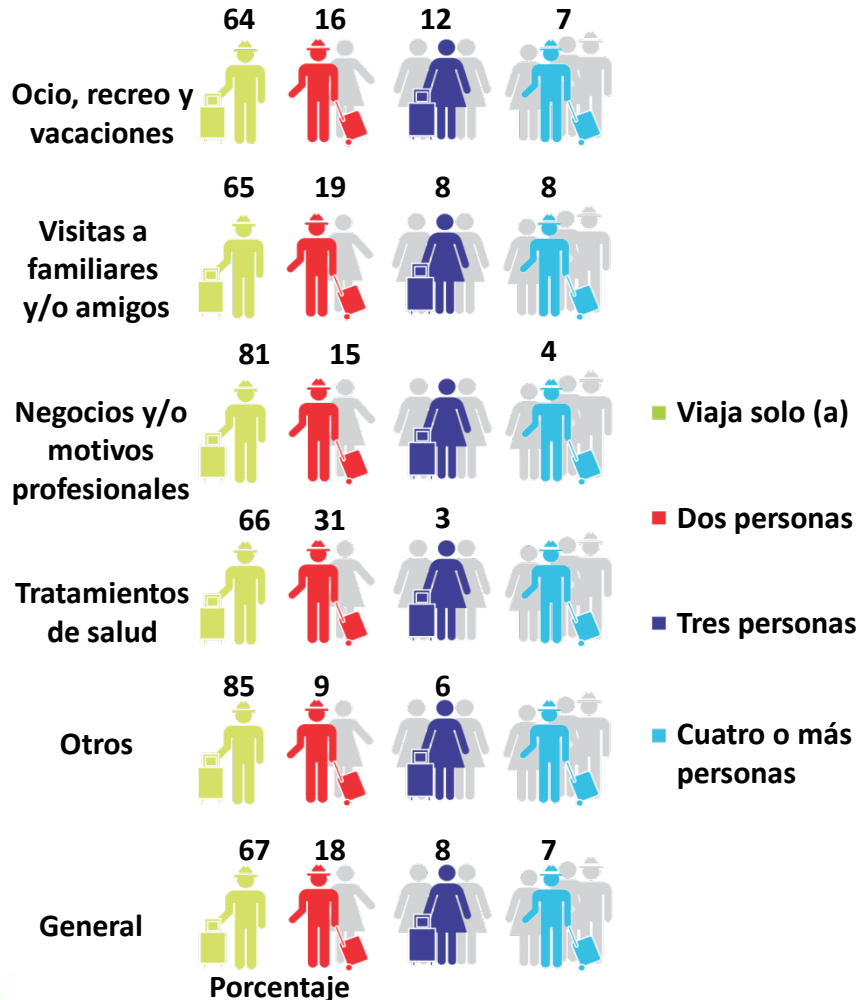
Formas de información consultadas para viajar al destino de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Los turistas nacionales por **vía aérea** conocieron el destino, principalmente, durante **visitas previas (48 %)**. Esto se mantiene en los diferentes motivos de viaje, excepto entre los que se desplazaron para **visitar a sus familiares y/o amigos**, los que recibieron información del destino por medio de **recomendaciones directas de familia y/o amigos (47 %)**.

Características del viaje

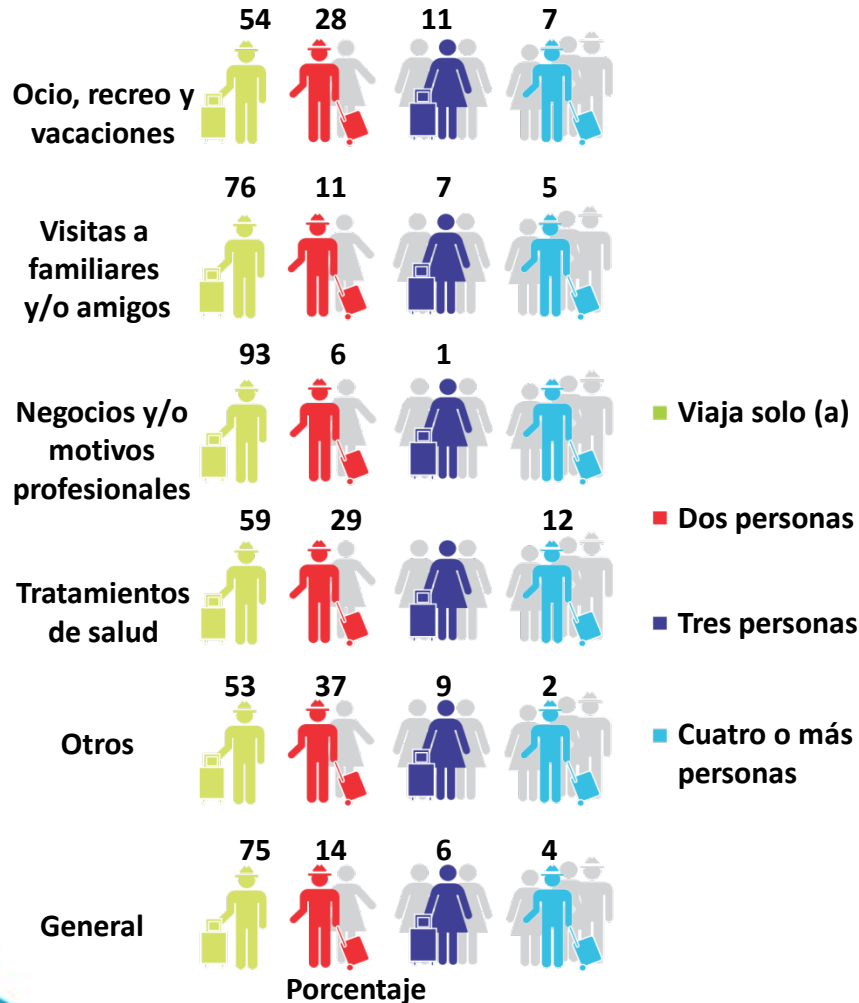
Tamaño del grupo de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Viajar **a solas** fue lo más común para los turistas nacionales por **vía terrestre**, principalmente para aquellos que viajaron por **otros motivos (85 %)** y por **negocios y/o motivos profesionales (81 %)**; en cambio, un **tercio** de los que viajaron por **tratamientos de salud** viajó en **pareja (31 %)**.

Características del viaje

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



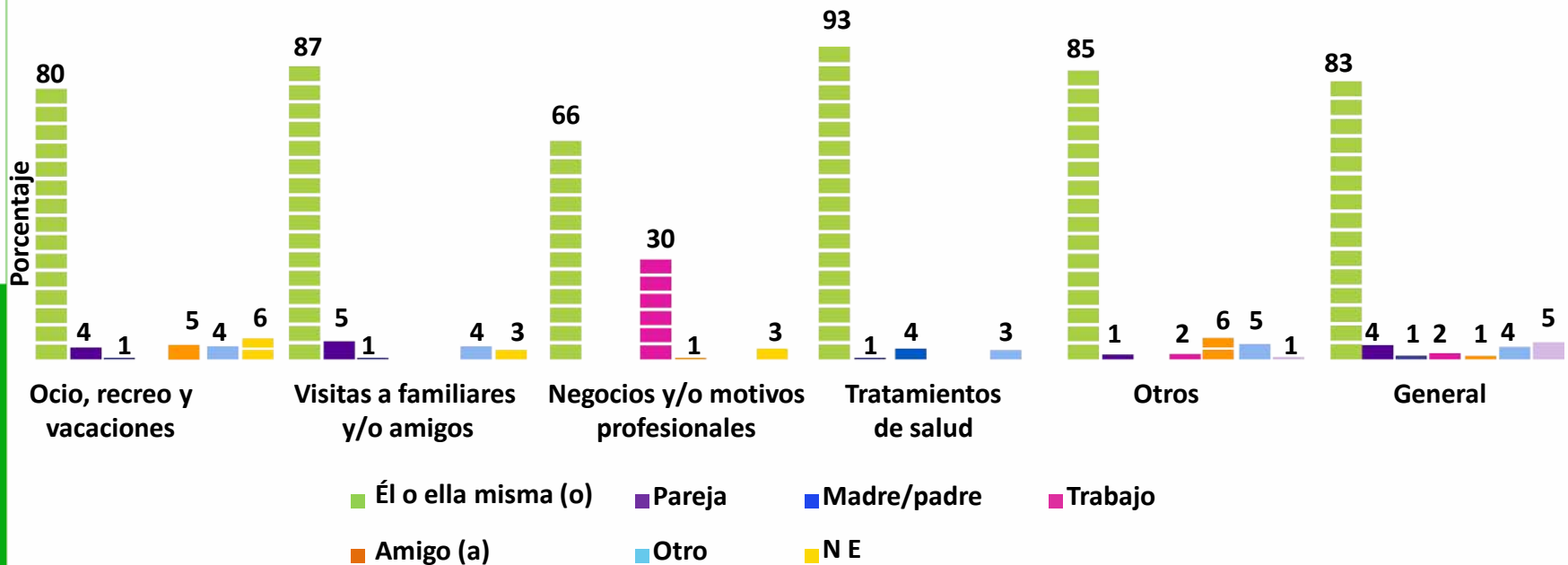
La **mayor parte** de los turistas nacionales que viajó por **vía aérea**, lo hizo **a solas (75 %)**, sobre todo los que llegaron a la ciudad por **negocios y/o motivos profesionales (93 %)**.

Destaca que poco más de **un tercio** de los que viajaron por **otros motivos** lo hicieron en **pareja (37 %)**, similar a quienes se trasladaron al destino por **tratamientos de salud (29 %)** y por **ocio, recreo y vacaciones (28 %)**.

Planeación del viaje



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

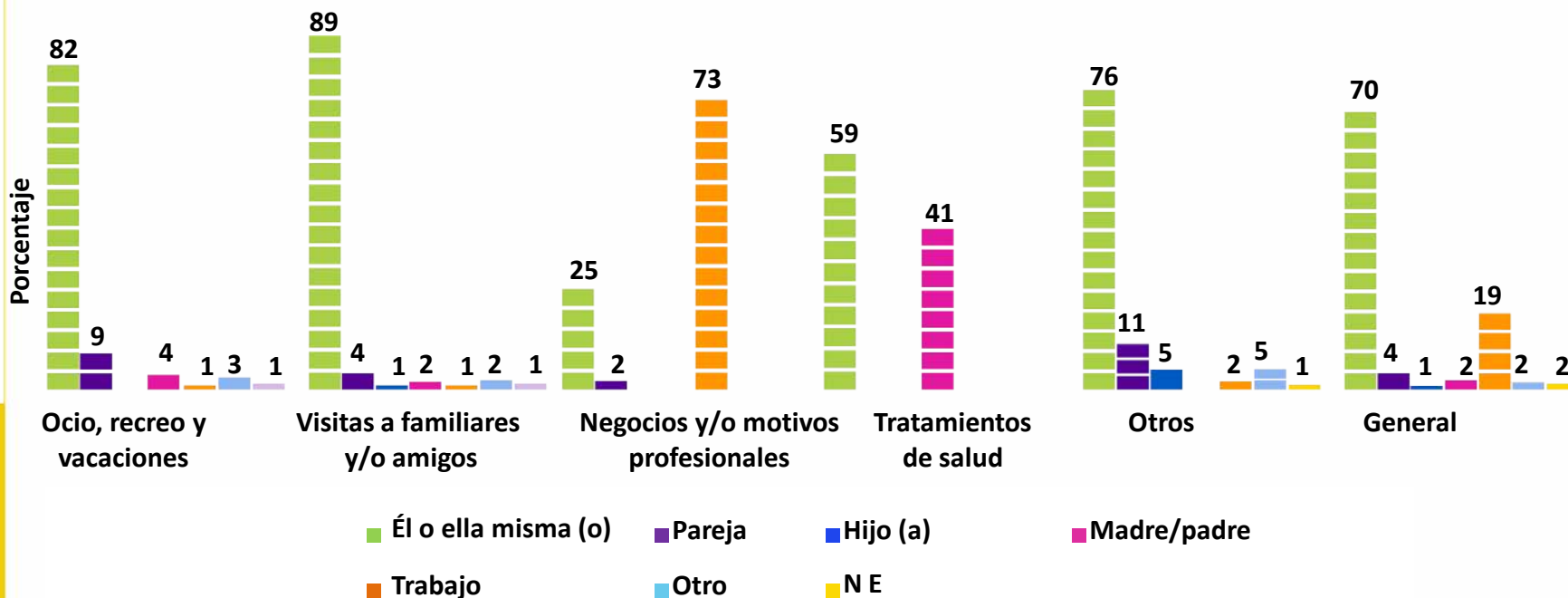


Entre los turistas nacionales **por tierra**, para la **gran mayoría** fue una **decisión propia** viajar a este destino (**83 %**), es probable que este alto porcentaje se deba a que generalmente estos turistas viajaron **solos**. No sorprende que el **30 %** de los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** lo hicieron por decisión de su **trabajo**.

Planeación del viaje



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



El **70 %** de los turistas nacionales por **vía aérea** tomó la decisión de viajar a este destino **por cuenta propia**. Como es de esperarse, para el **73 %** de los visitantes por **negocios y/o motivos profesionales**, la decisión de viajar fue tomada por su **trabajo**, y para el **41 %** de los que viajaron en busca de **tratamientos de salud** fue por la decisión de alguno de sus **padres**.

Características del viaje



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



La **hospitalidad y el ambiente familiar** fueron un **factor determinante** en la decisión de viajar de los turistas nacionales **por carretera**, este patrón se ve reflejado entre los turistas que **visitaron a sus familiares y/o amigos** y en los que viajaron **por negocios**. El **clima o sol** fue el factor más importante para los que viajaron por **ocio** y **tratamientos de salud**; para los que llegaron por **otros motivos** a la ciudad su principal motivación fueron las **playas y el mar** de la región.

Características del viaje



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

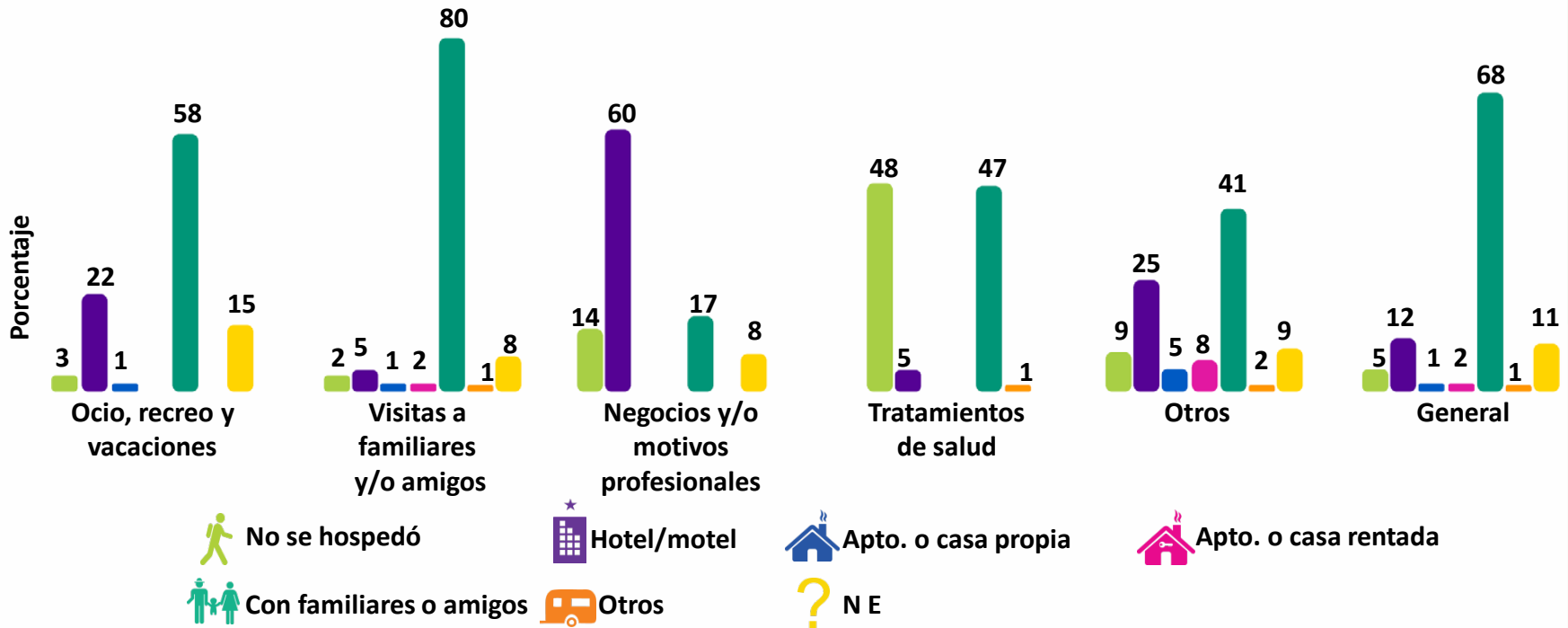


La **hospitalidad y el ambiente familiar** destacaron como el **principal factor que influyó** en la decisión de viajar de los turistas nacionales por **vía aérea**, seguido de aspectos como el **clima**, los **precios razonables** y la **gastronomía**.

Para los turistas que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones**, las **playas y el mar**, así como los **recursos naturales**, fueron de mucha importancia en su decisión de viajar.

Características del viaje

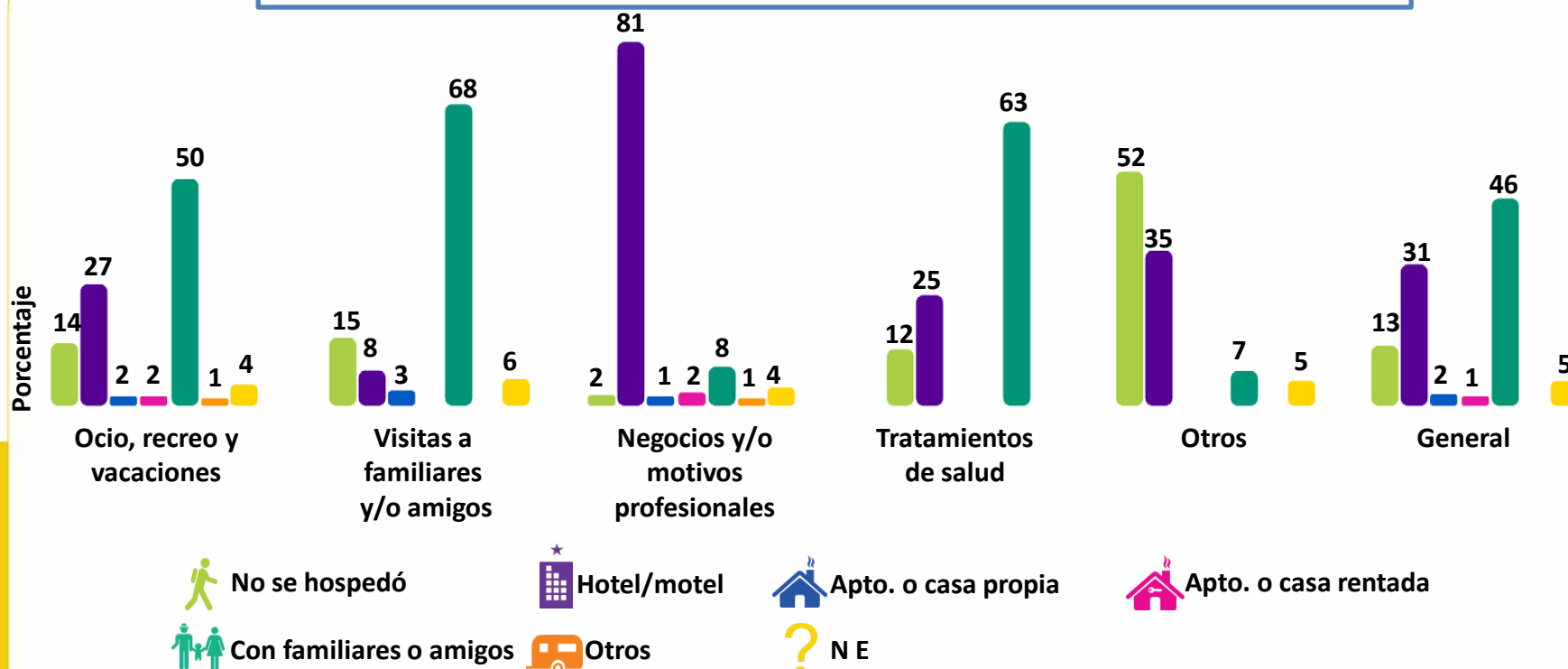
Tipo de alojamiento utilizado de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Dos **terceras** partes de los turistas nacionales por **vía terrestre** se alojaron con sus **familiares o amigos** durante su estancia en el destino (**68 %**), principalmente los turistas que llegaron a visitarlos (**80 %**). En cambio, la mayoría de los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** se hospedaron en **hoteles** (**60 %**). Llama la atención que casi la mitad de los que viajaron por **tratamientos de salud no se hospedó** en el destino (**48 %**).

Planeación del viaje

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



La **mayor parte** de los turistas nacionales por **vía aérea** se **hospedó** con sus **familiares o amigos** (46 %), salvo los que viajaron por **negocios** que prefirieron hospedarse en **hotel** (81 %). Cabe señalar que los que viajaron por **tratamientos de salud**, a diferencia de sus homólogos que viajaron por tierra, se hospedaron principalmente con **familiares o amigos** (63 %); en cambio, los que llegaron por **otros motivos no buscaron hospedarse** (52 %)



<http://www.observaturbc.org>



Coordinadora general:
Dra. Nora L. Bringas Rábago

Coordinador adjunto:
Dr. Djamel Toudert

Participantes:
Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtra. María Teresa López Avedoy
Mtro. Rafael Ruíz Ortega
Mtro. Aurelio Meza Valdez
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Mtro. Christian Angeles Salinas
Lic. Mariana Argüello Escobedo
Lic. Alan Ingram Campillo

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

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

Marco muestral:
Mtro. Gilberto Hernández Olvera

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

Diseño gráfico:
Lic. Claudia Ramos Castillo

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

