

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Experiencia de viaje y nivel de satisfacción 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 el estudio en el que el *Observatorio Turístico de Baja California*, identificó el flujo de **visitantes nacionales** que recibió la entidad durante la temporada de **verano de 2013**.

En este documento se presentan los principales resultados relacionados con la **experiencia de viaje y nivel de satisfacción** de los visitantes que tuvieron como destino principal la ciudad de **Ensenada**.

Acotación metodológica

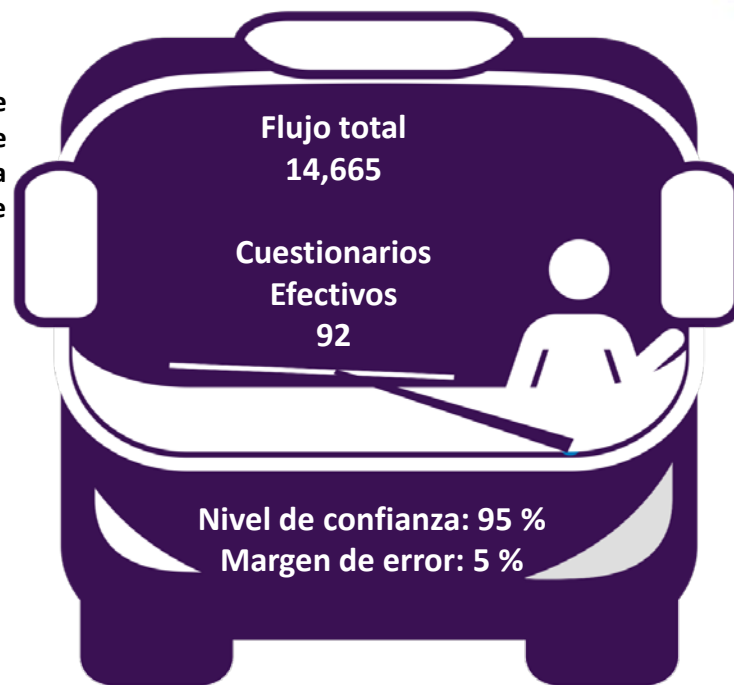


OBJETIVO

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.

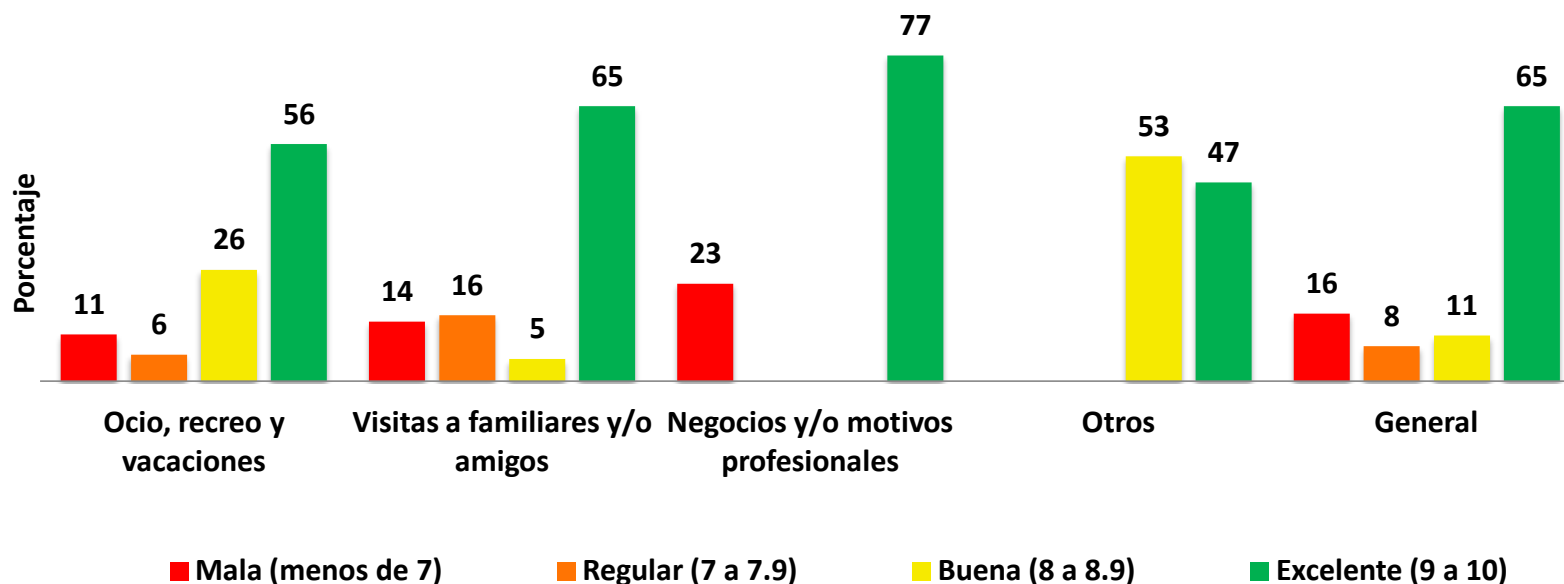
Fechas del levantamiento: del 1º de julio al 30 de septiembre 2013



**Experiencia de viaje y
nivel de satisfacción de
los visitantes
nacionales en
Ensenada, B.C.**

Evaluación del destino

Imagen urbana por motivo de viaje*



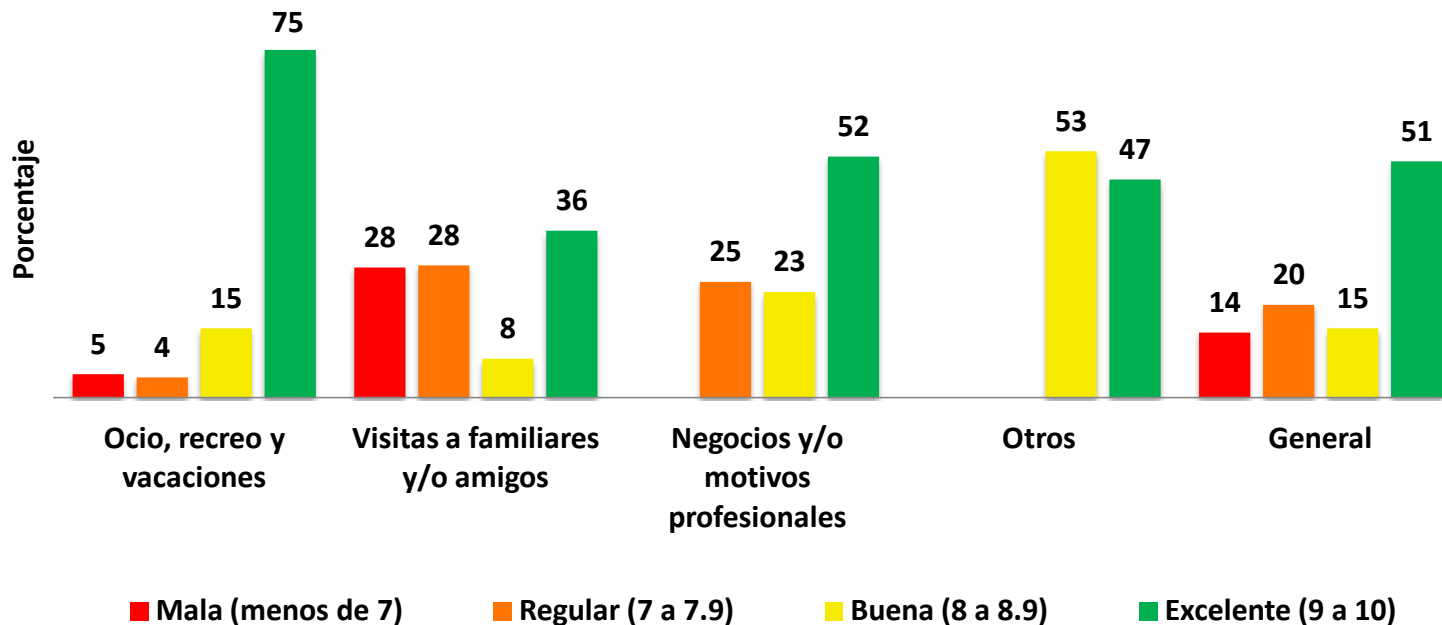
La **mayoría** de los visitantes nacionales evaluó como **excelente** la **imagen urbana** de Ensenada (**65 %**), sobre todo los que visitaron la ciudad por **negocios y/o motivos profesionales** (**77 %**), aunque **en este grupo** también se encontró el mayor número de **valoraciones negativas** (**23 %**).

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

Evaluación del destino



Limpieza de las calles y áreas públicas por motivo de viaje

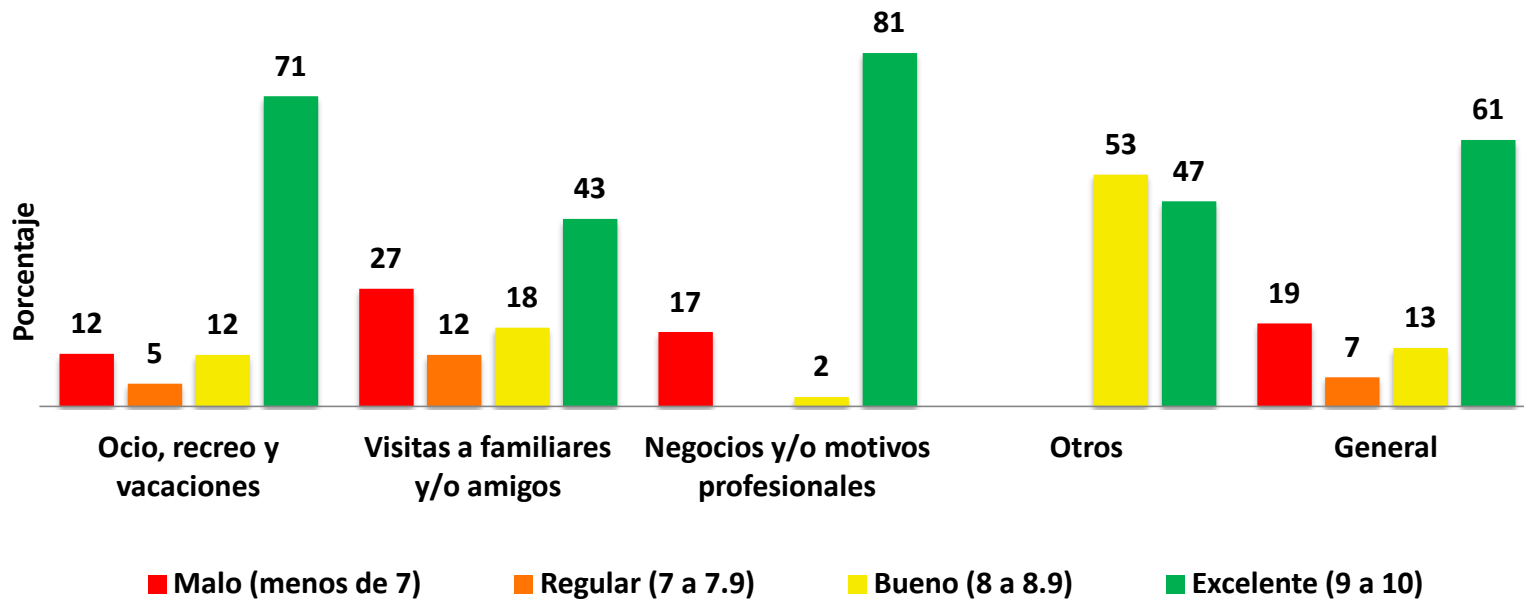


La **limpieza de las calles y áreas públicas** de Ensenada fue evaluada como **excelente** por más de la **mitad** de los visitantes nacionales, principalmente entre los **vacacionistas (75 %)**. A pesar de lo anterior, quienes llegaron para **visitar a sus familiares y/o amigos** percibió un panorama opuesto, pues el **56 %** valoró de manera negativa este aspecto (**28 % mala y regular**, respectivamente).

Evaluación del destino



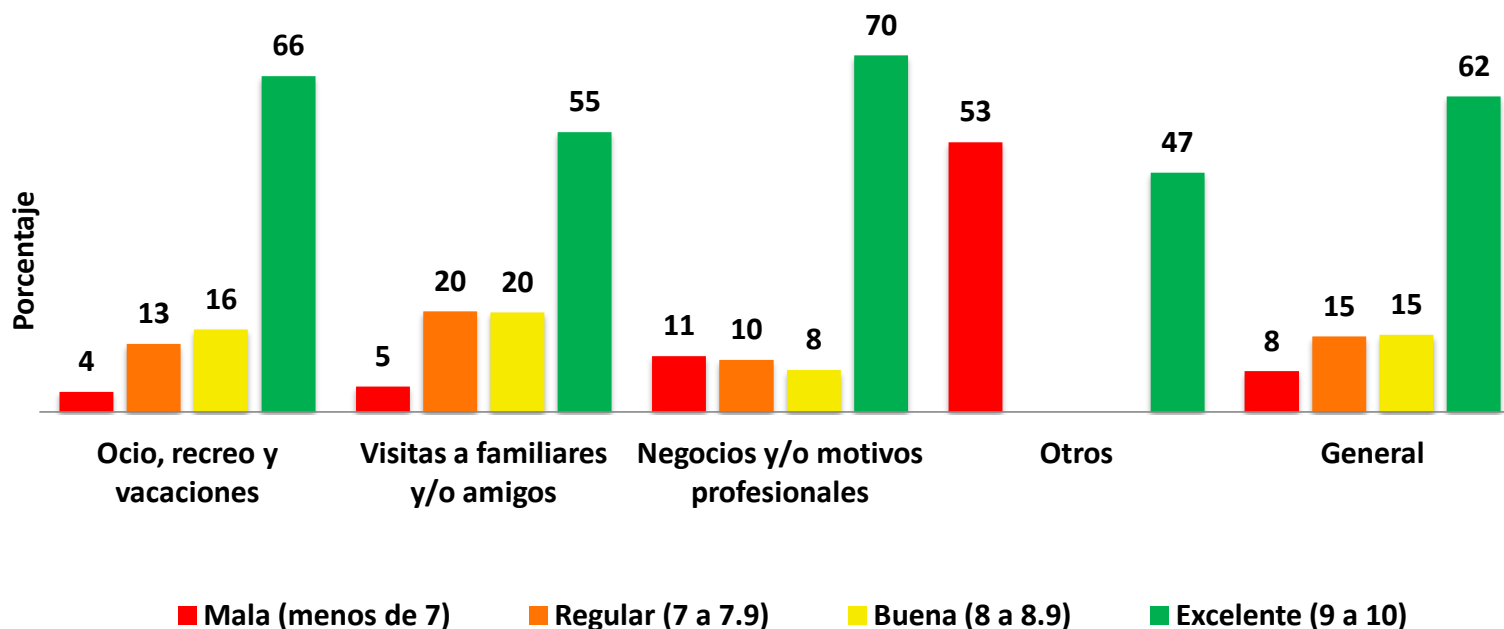
Estado de los caminos y carreteras por motivo de viaje



El **61 %** de los visitantes nacionales consideró que **los caminos y carreteras** de Ensenada se encontraban en **excelente el estado**, principalmente el grupo que viajó por **negocios y/o motivos profesionales (81 %)**. Esto habla bien de la infraestructura vial de la ciudad, aunque para el **27 %** que **visitó a sus seres queridos** este atributo fue desagradable.

Evaluación del destino

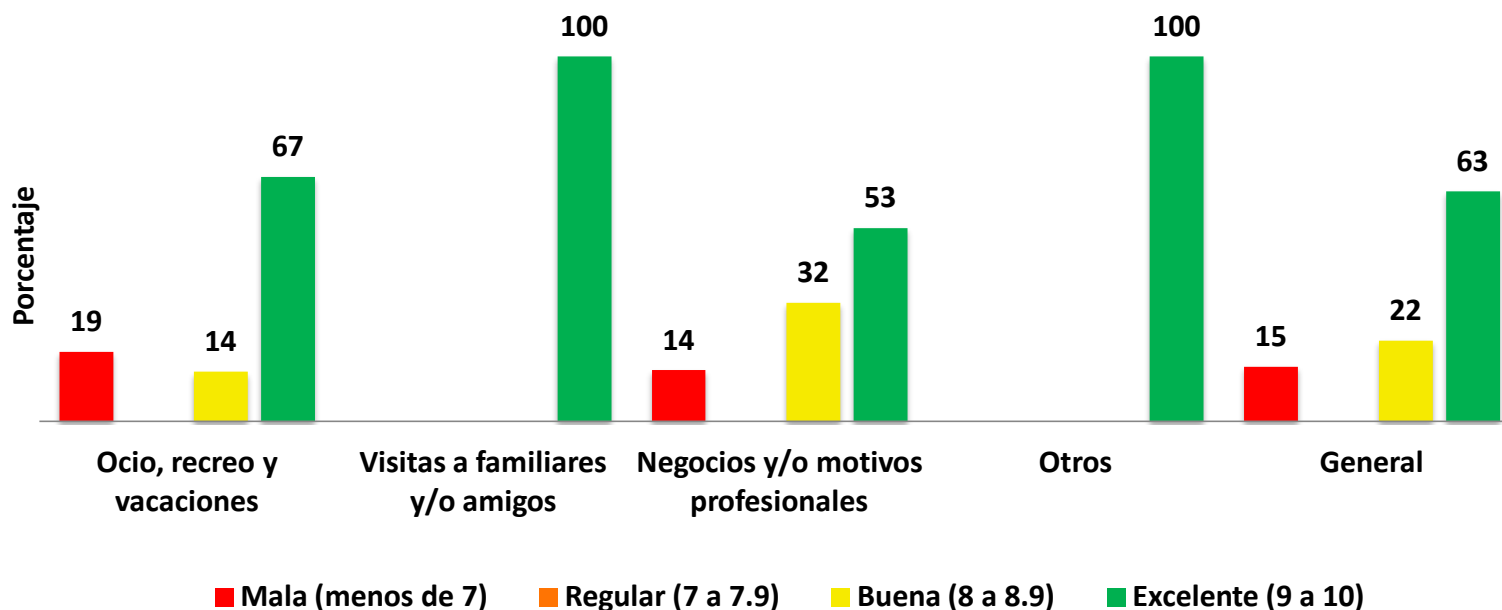
Percepción de seguridad por motivo de viaje



El **62 %** de los visitantes nacionales percibió que la **seguridad** en Ensenada fue **excelente**. Sin embargo, más de la mitad de los visitantes que viajaron por **otros motivos** percibió un ambiente de **inseguridad**.

Evaluación del destino

Calidad del alojamiento por motivo de viaje

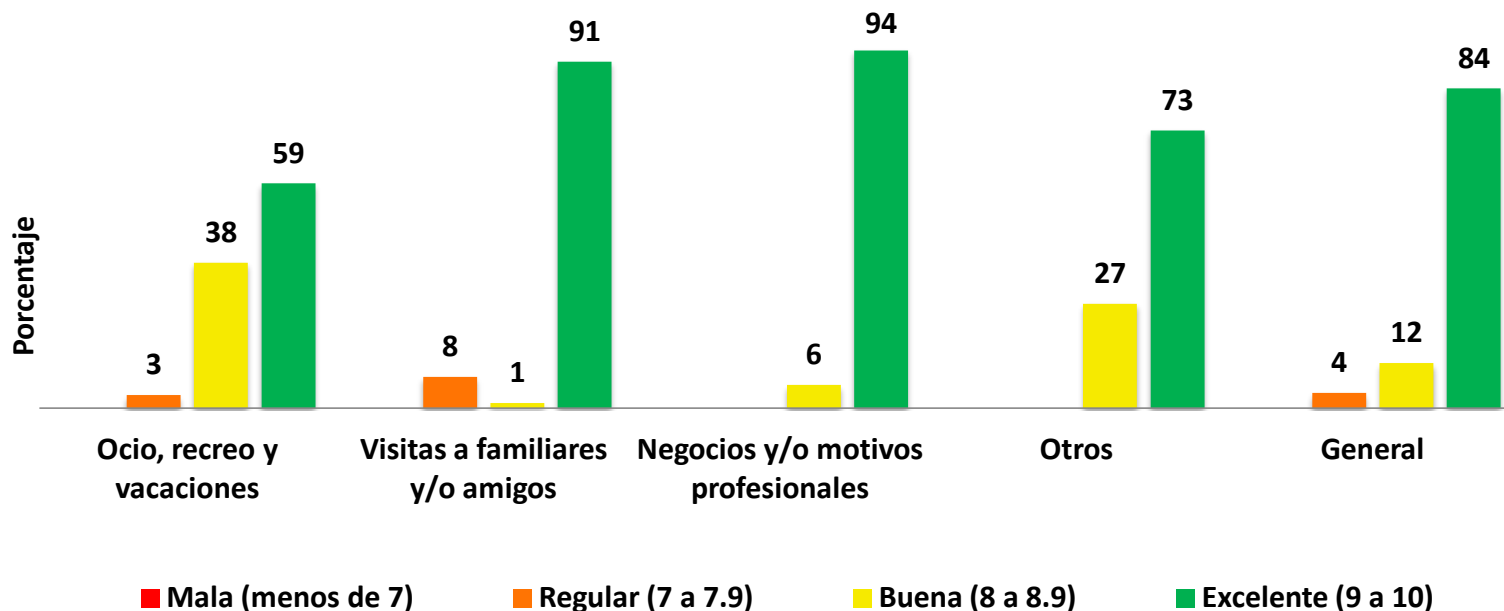


Los visitantes nacionales que utilizaron **hotel o motel para alojarse** en Ensenada evaluaron la **calidad** de estos como **excelente (63 %)**, y **buena (22 %)**. El 100 % de los que llegaron a **visitar a familiares y/o amigos** y por **otros motivos** obtuvieron un **excelente** servicio de alojamiento.

Evaluación del destino



Calidad de los restaurantes por motivo de viaje

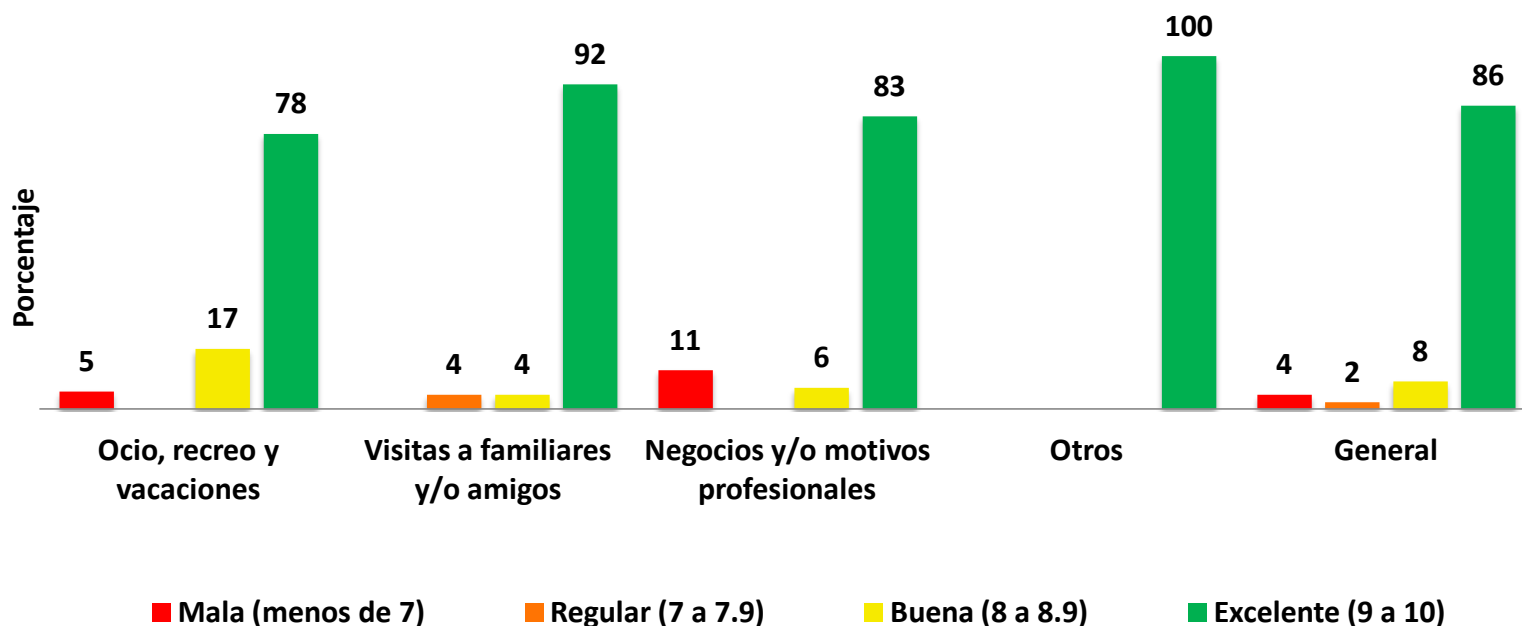


En cuanto a los establecimientos de alimentos y bebidas en Ensenada, el **84 %** de los visitantes nacionales calificó la calidad de los restaurantes visitados como **excelente**, sobresaliendo el grupo que viajó por **negocios y/o motivos profesionales** con un **94 %** de visitantes totalmente satisfechos con este aspecto.

Evaluación del destino



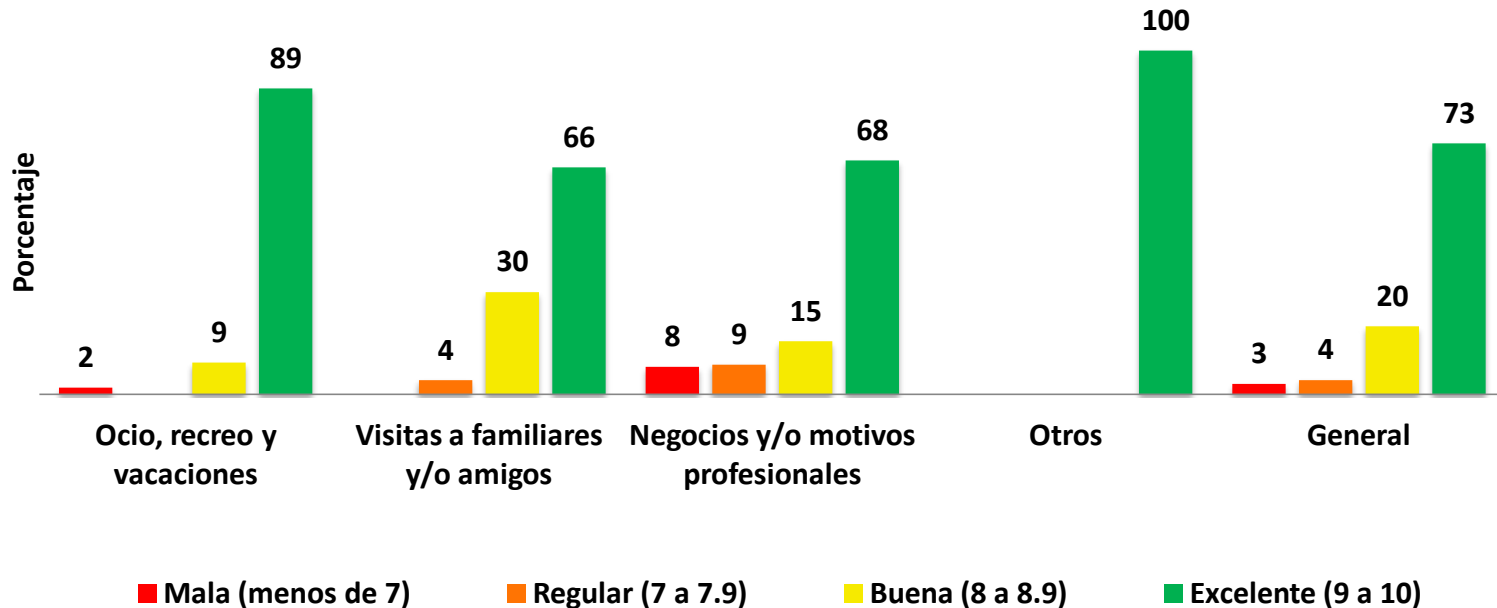
Hospitalidad mexicana por motivo de viaje



La **hospitalidad mexicana** de los ensenadenses fue evaluada como **excelente** por la **gran mayoría** de los visitantes nacionales (**86 %**), aunque el **11 %** que llegó por **negocios o motivos profesionales** evaluó como **malo** este aspecto.

Experiencia de viaje

Experiencia de viaje por motivo de viaje

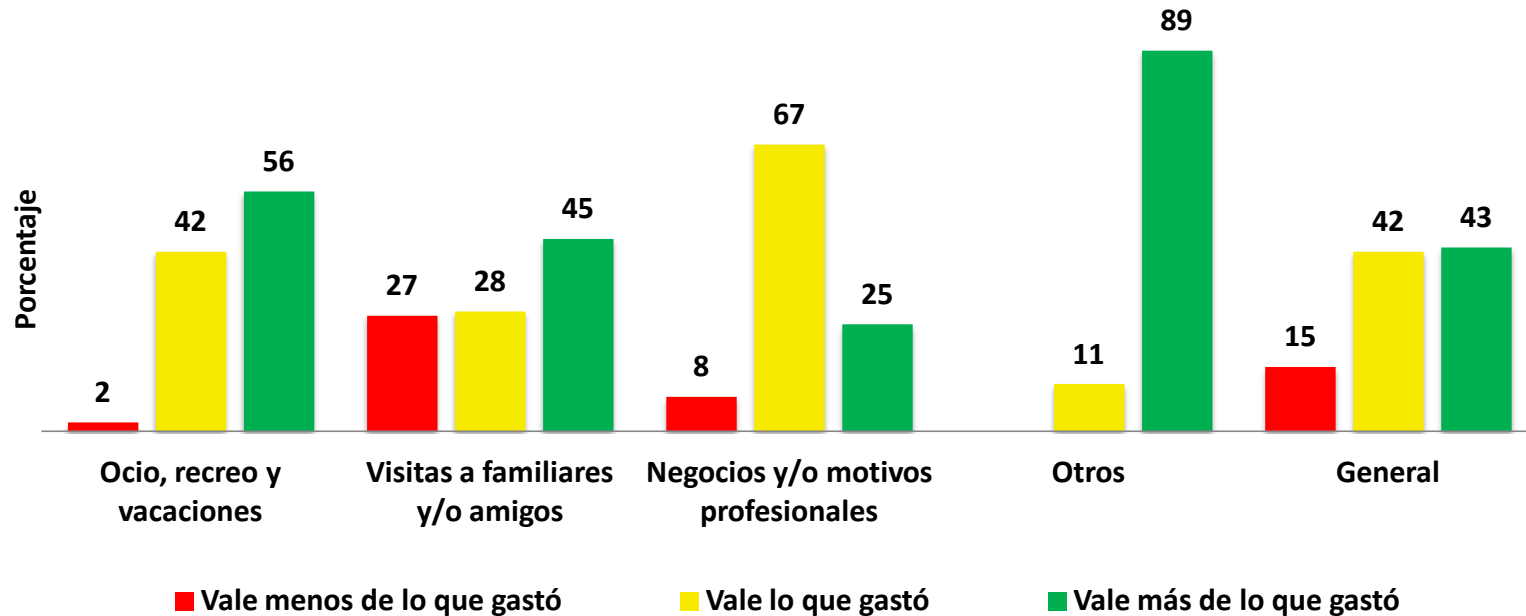


Más de dos tercios de los visitantes nacionales tuvieron una excelente experiencia de viaje en Ensenada (73 %), sobre todo los visitantes que viajaron por otros motivos (100 %). Dentro de los distintos motivos de viaje fueron preponderantes las experiencias de viaje excelentes, sólo entre los que llegaron por negocios se reportaron casos de experiencias malas y regulares (8 % y 9 % respectivamente).

Experiencia de viaje



Valoración de la experiencia de viaje por motivo de viaje (calidad-precio)



El **43 %** de los visitantes nacionales valoró su estancia en Ensenada como una experiencia que tuvo un **valor mayor a lo gastado**, principalmente los visitantes por **otros motivos (89 %)**. Seguido a esto, los visitantes consideraron que tuvieron una experiencia que **vale lo que se gastó (42 %)**, sobre todo los que llegaron por **negocios (67 %)**. Para el **27 %** de los que visitaron a sus **seres queridos** la experiencia no fue tan agradable, pues consideraron que **vale menos de lo que se gastó**.

Nivel de satisfacción



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

En el caso de los **visitantes nacionales** que llegaron a Ensenada durante el **verano de 2013**, 12 elementos del destino los dejaron **totalmente satisfechos**, entre los que destacan la **hospitalidad mexicana, los atractivos y servicios que se ofrecen y la variedad de las actividades turísticas ofertadas**.

Además, **21 variables** se ubicaron en la escala de **satisfecho** y **ninguna** variable los dejó **poco** o **nada satisfechos**.

En las siguientes diapositivas se presentan las gráficas de éstos resultados en general, así como el desglose por sexo.

Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global

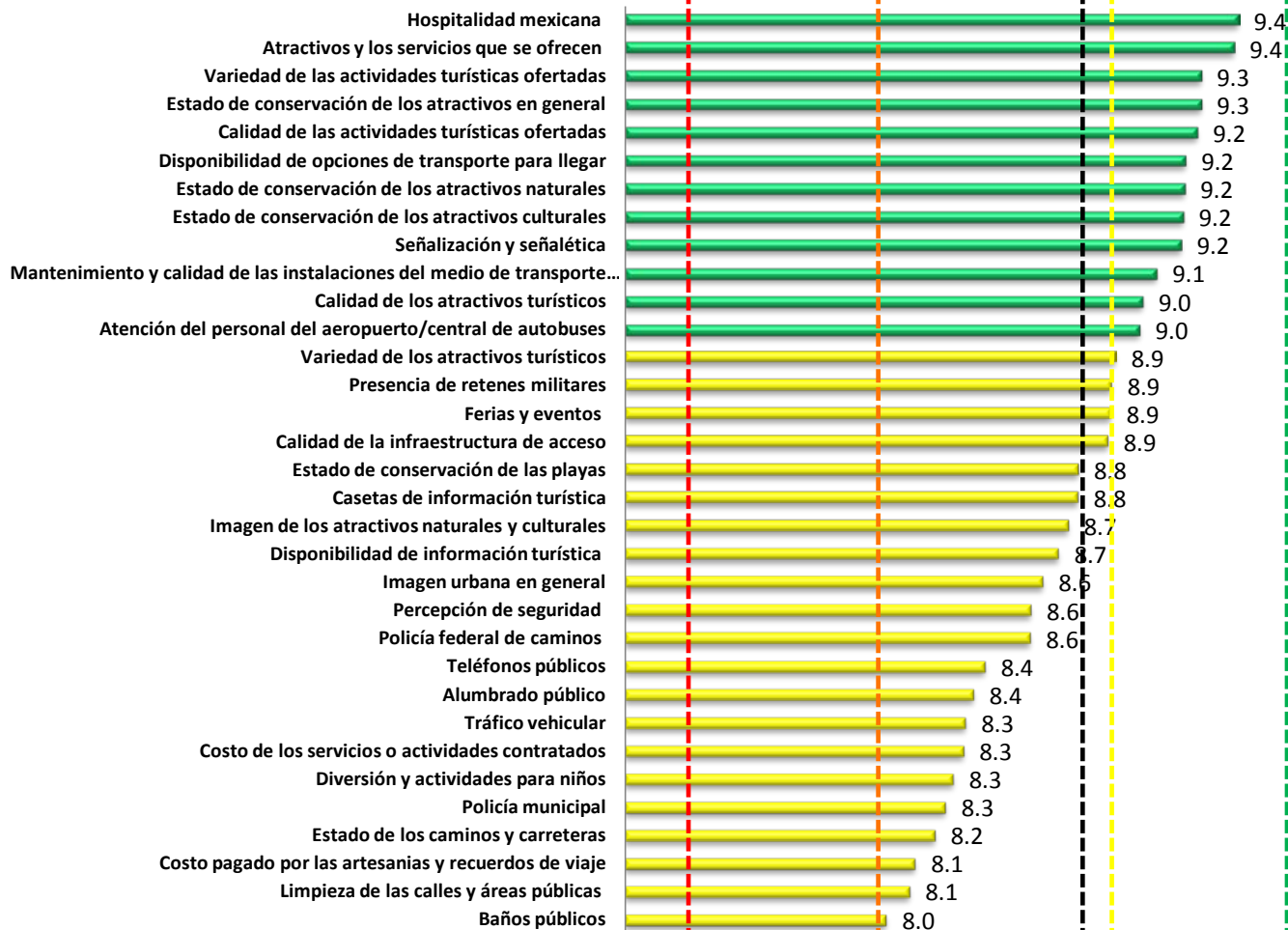
Nada satisfecho
(Menos de 7)

Poco satisfecho
(7 a 7.9)

Satisfecho
(8 a 8.9)

Totalmente satisfecho
(9 y 10)

Índice de satisfacción global: 8.8



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global de los hombres

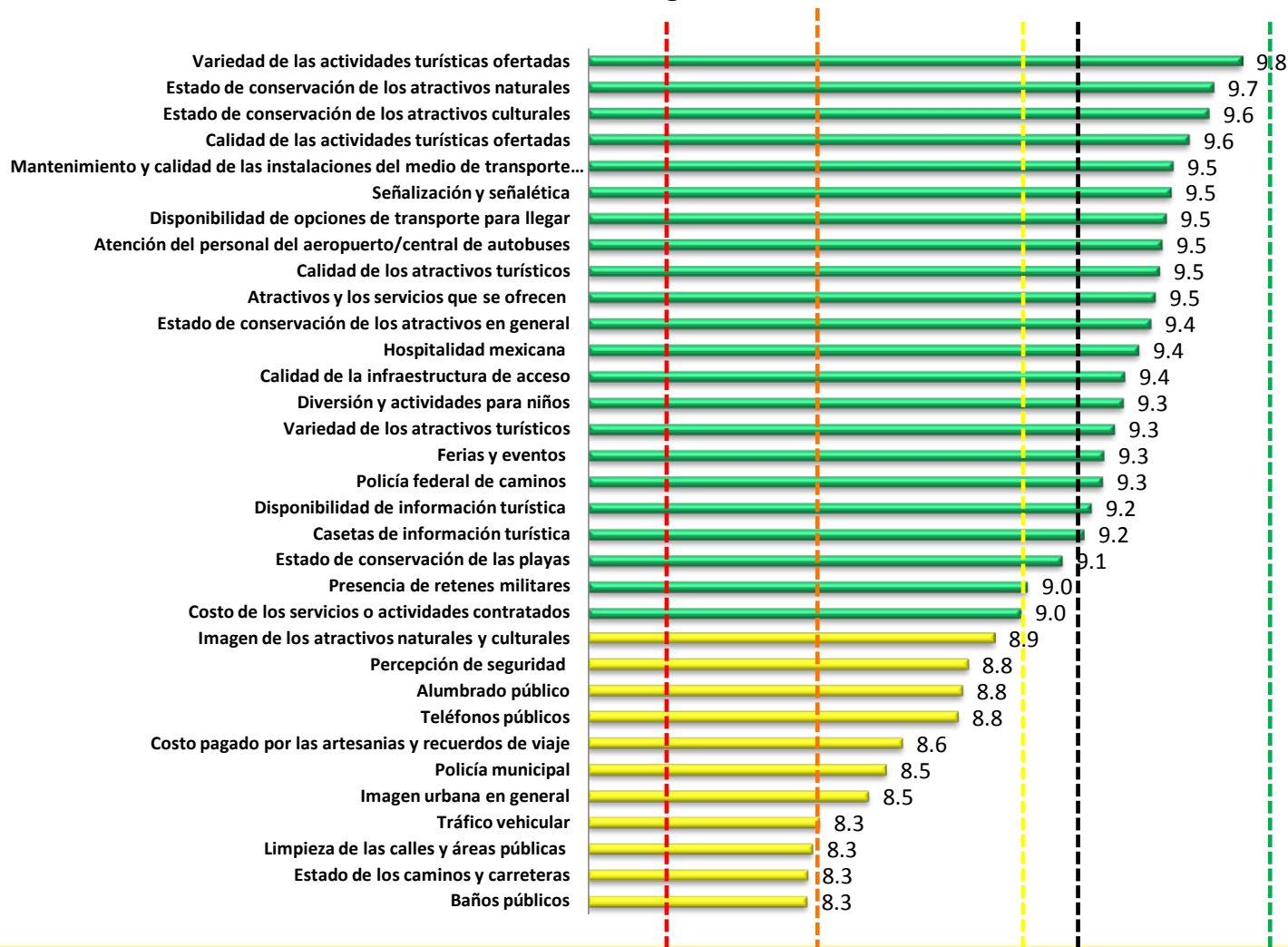
Nada satisfecho
(Menos de 7)

Poco satisfecho
(7 a 7.9)

Satisfecho
(8 a 8.9)

Totalmente satisfecho
(9 y 10)

Índice de satisfacción global: 9.1



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global de las mujeres

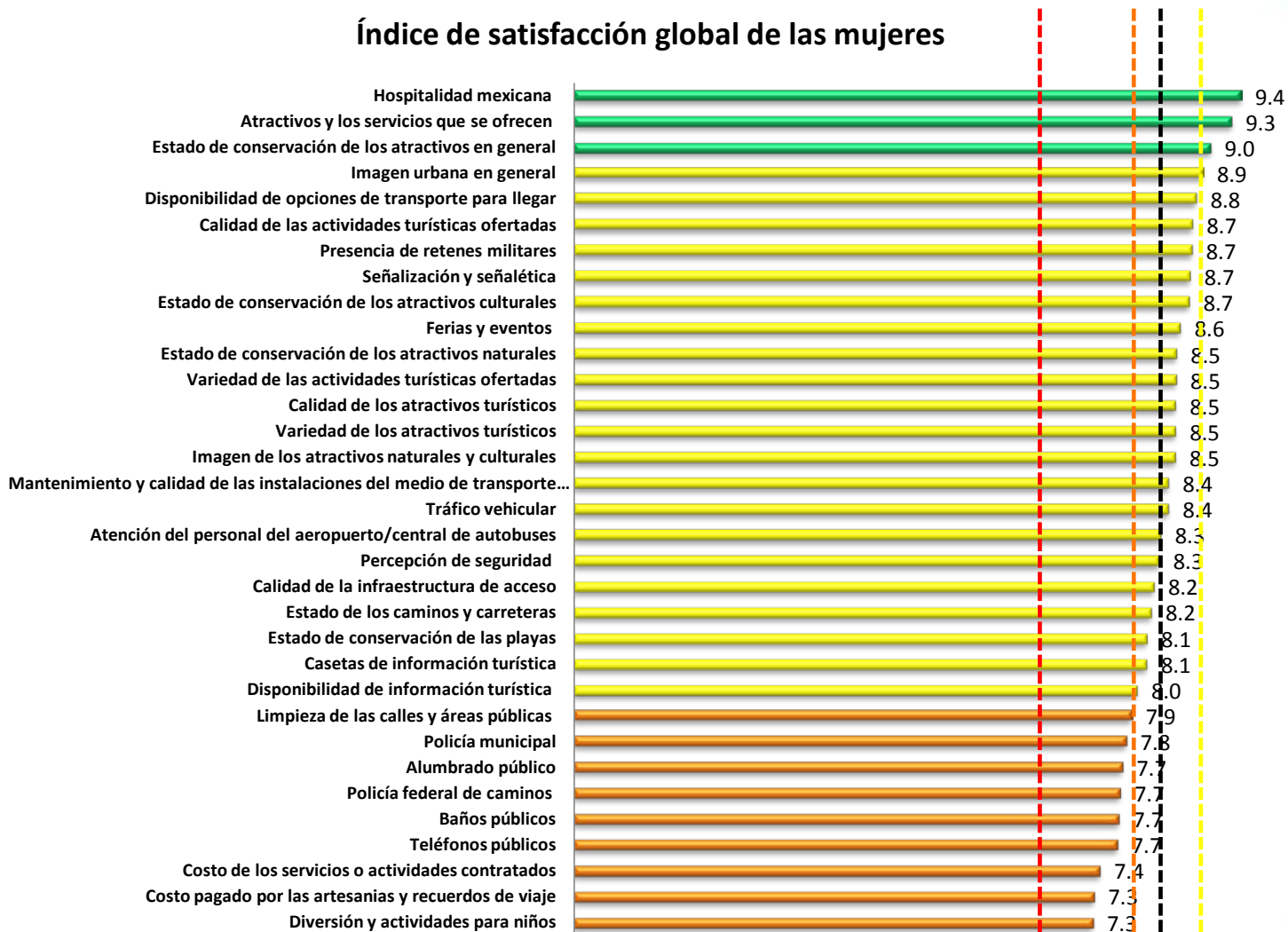
Nada satisfecho
(Menos de 7)

Poco satisfecho
(7 a 7.9)

Satisfecho
(8 a 8.9)

Totalmente satisfecho
(9 y 10)

Índice de satisfacción global: 8.3



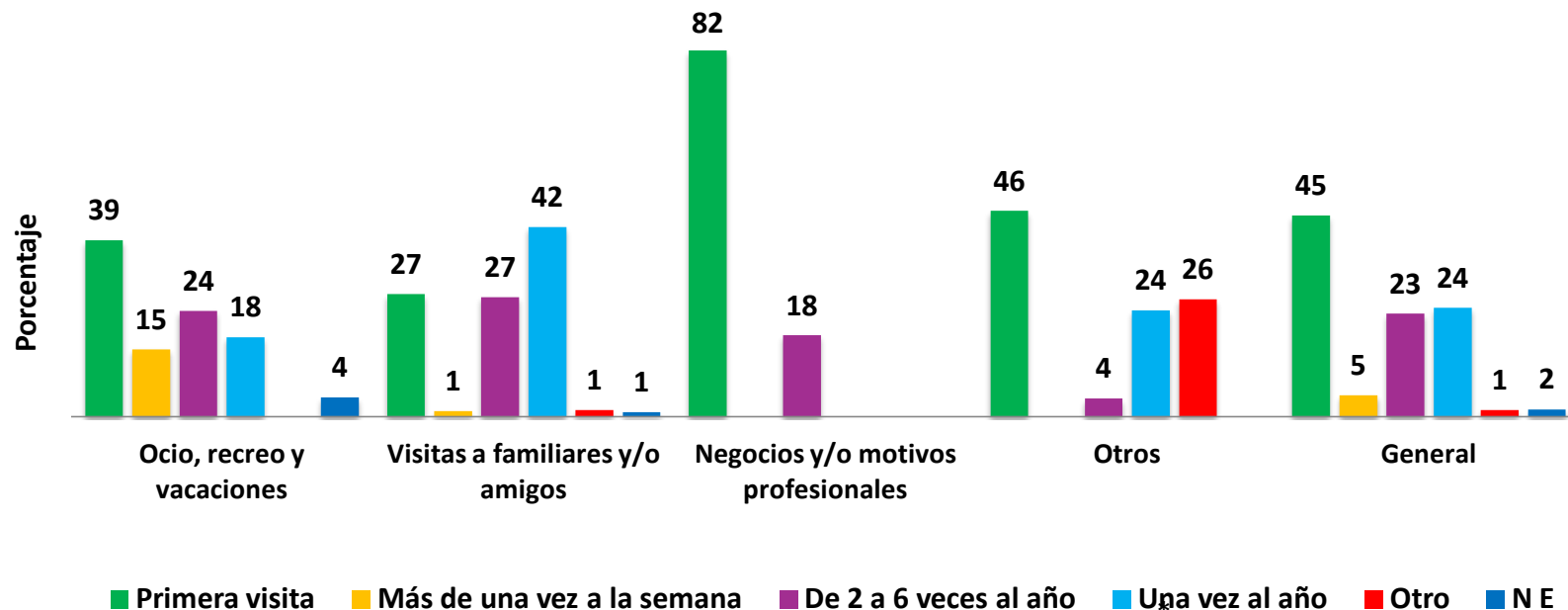


**Lealtad de los
visitantes nacionales a
Ensenada, B.C.**

Lealtad



Frecuencia de las visitas por motivo de viaje



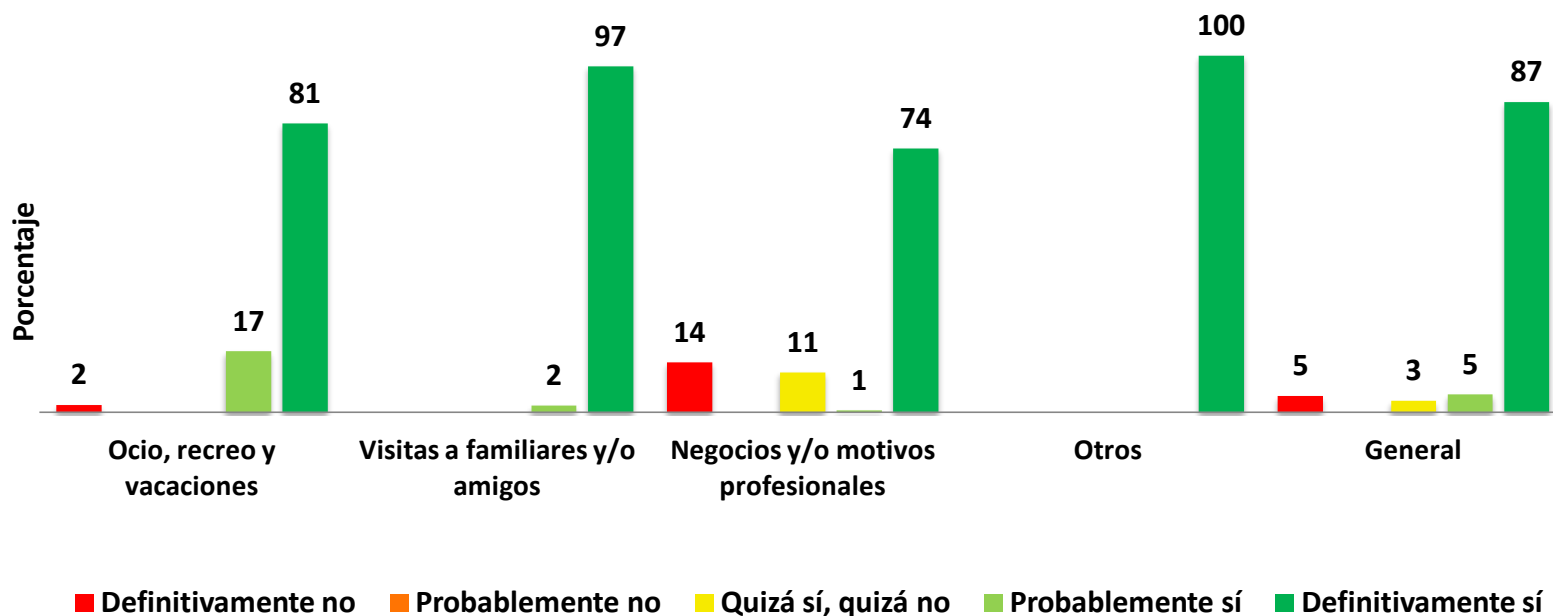
La **mayoría** de los visitantes nacionales en Ensenada se encontraba en el destino por **primera vez** (45 %), principalmente quienes fueron por **negocios** (82 %). Entre quienes visitan la ciudad **una vez al año** (24 %), destacan quienes viajaron para **visitar a familiares y/o amigos** (42 %). El 15 % de quienes llegaron por **ocio, recreo y vacaciones** mencionó que viaja al destino **más de una vez a la semana**.

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

Lealtad



Intención de regresar por motivo de viaje

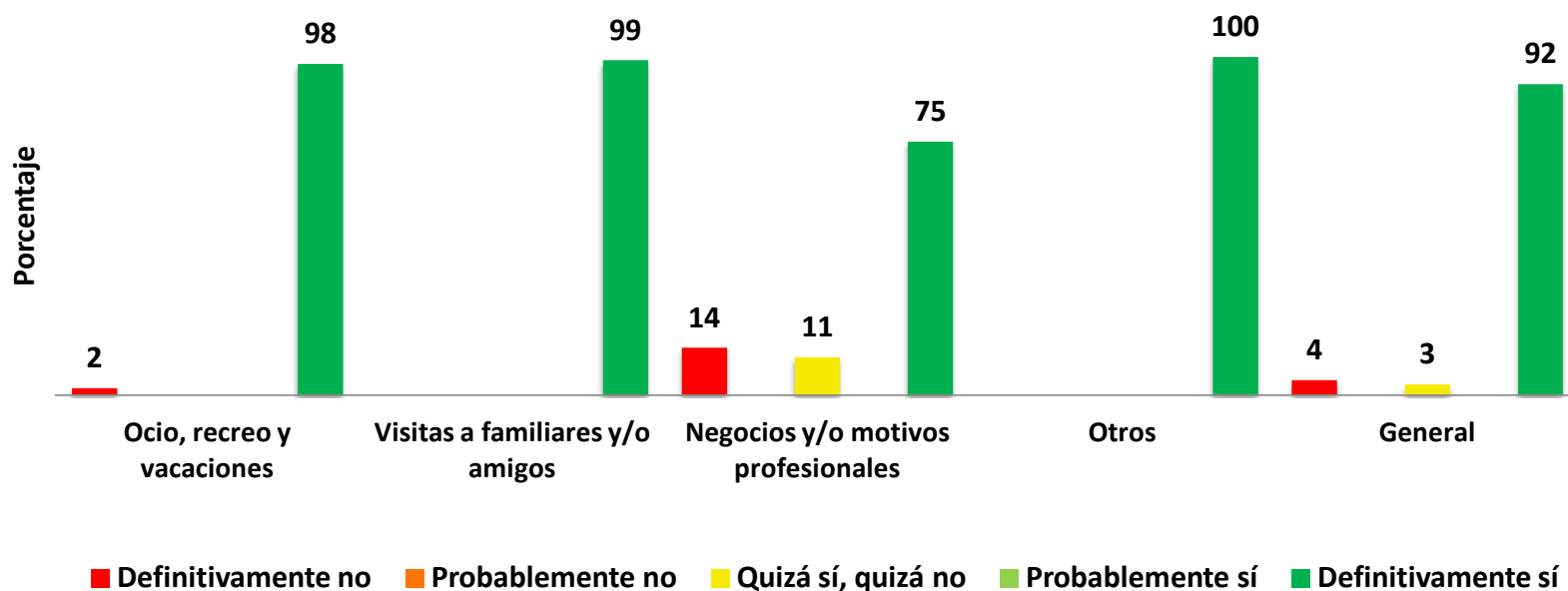


Ensenada ha dejado experiencias agradables a los visitantes nacionales, pues el **87 %** mencionó que **definitivamente regresará** a la ciudad, en especial los que viajaron por **otros motivos (100 %)**. Por **negocios y/o motivos profesionales**, el **14 %** dijo que **definitivamente no piensa regresar**.

Lealtad



Intención de recomendar por motivo de viaje



La mayoría de los visitantes mencionó que **definitivamente piensa recomendar** Ensenada como un destino placentero para visitar (**92 %**), sólo el **4 % definitivamente no lo haría**, sobre todo quienes viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** a la ciudad (**14 %**).



Fortalezas y debilidades de Ensenada, B.C.

Principales fortalezas de Ensenada



Los principales **factores positivos** que los visitantes nacionales mencionaron de Ensenada durante el verano de 2013 fueron el **clima (22 %)**, las **playas (20 %)**, la **hospitalidad de los locales (8 %)**, y el **ambiente familiar** que se siente en la ciudad (5 %).

Principales debilidades de Ensenada



Los visitantes nacionales identificaron como las principales **debilidades** de Ensenada a la **basura en las calles** (9 %), el **clima** (5 %), el **transporte público** en malas condiciones (4 %) y la **inseguridad** percibida en la ciudad (4 %).



<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