



VISITANTES INTERNACIONALES FRONTERIZOS EN BAJA CALIFORNIA

Número 2 Septiembre 2013

PRESENTACIÓN

Actualmente el turismo se ha convertido en un tema tan habitual que quizá por ello no aquilatamos el peso tan grande que ha tenido para el crecimiento y desarrollo de algunos países o regiones. Desde su nacimiento y su vertiginosa expansión, el turismo se ha convertido, sin apenas darnos cuenta, en una parte importante de la vida moderna. Esta actividad, antes considerada elitista, frívola y accesorio, poco a poco se ha vuelto accesible para la mayoría de las clases medias a la par que ha sido reconocido su importante papel, no sólo en el plano económico sino también en lo social y lo cultural.

Hoy por hoy el turismo es una de las actividades con mayor crecimiento; este dinamismo se refleja a escala global en los ingresos generados por el turismo internacional, que en 2012 superaron el billón de dólares (OMT, 2013a). Por su parte, México obtuvo ingresos de 12 mil 739 millones de dólares por este tipo de turismo (OMT, 2013a). Particularmente en Baja California, el gasto total estimado de los visitantes internacionales a Tijuana y Mexicali durante noviembre y diciembre de 2012 y enero de 2013 fue cercano a los 500

millones de dólares (lo que representó el 85 % del ingreso total estimado para la actividad turística en la entidad durante este periodo). Esta cifra es cercana a la inversión extranjera directa en la economía estatal durante 2011, que fue de 599.5 millones de dólares (Secretaría de Economía, 2013).

Hablar de turismo internacional es hablar de movilidad de personas, divisas, de la generación de empleos directos e indirectos, pues el turismo es reconocido por ser un motor del desarrollo y bienestar social, más allá de reconocer los impactos nocivos que también genera. En Baja California tradicionalmente se dirigen esfuerzos para posicionar al estado como uno de los principales receptores de visitantes internacionales del país. Por lo anterior, en el presente Boletín, el Observatorio Turístico proporciona información sobre las características sociodemográficas de los turistas y excursionistas internacionales en el estado, así como sus gustos y preferencias en el consumo de productos y servicios turísticos, la evaluación de su experiencia de viaje y la derrama económica generada.

*Salvo que se indique lo contrario, los datos estadísticos presentados en este boletín provienen del estudio "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (Invierno 2012-2013)".

†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.

-En las gráficas donde la suma de porcentajes no da como resultado 100 %, es debido al redondeo y/o a la proporción faltante correspondiente a las respuestas "no sabe/no contestó" o "no especificado".



CONTENIDO

Presentación	
Introducción.....	2
Perfil sociodemográfico de los visitantes internacionales.....	3
Características del viaje.....	7
Evaluación de la experiencia.....	9
Lealtad o fidelidad al destino.....	10

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo internacional ha mostrado una tendencia de crecimiento constante durante las últimas décadas (OMT, 2013a). Por una parte, existen mercados turísticos maduros que registran altos volúmenes de salidas internacionales, principalmente provenientes de países desarrollados de Europa, así como de Estados Unidos. Por otra parte, algunas economías emergentes se erigen como nuevos destinos potenciales para los visitantes internacionales, a la vez que experimentan un alza en el número de salidas, como es el caso de China, Rusia y Turquía (OMT, 2013a).

En este contexto, las llegadas de visitantes internacionales a las economías emergentes se sitúan desde hace varios años por encima de las reportadas por las economías avanzadas, de tal suerte que para el 2030 se prevé que las llegadas a los nuevos destinos crecerán el doble que las llegadas a los países desarrollados (OMT, 2013a). Es así que se pronostican cambios considerables en la configuración global del turismo internacional, donde mientras nuevos mercados florecen, los tradicionales se consolidan en su posición de liderazgo.

Factores externos, como las amenazas terroristas y la crisis financiera, no han sido suficientes para detener el crecimiento del turismo internacional en los últimos años. Desde 2007, el flujo mundial de llegadas internacionales ha observado un crecimiento anual del 2.5 % y en 2012, por primera vez en la historia rebasó los mil millones (OMT, 2012; OMT 2013a). A su vez, los ingresos por turismo internacional sumaron un billón 75 mil millones de dólares (OMT, 2013a). Los datos anteriores constatan por qué el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo, así como un elemento clave para el progreso socioeconómico y el acercamiento entre los pueblos.

Una de las regiones más favorecidas con este incremento es la de las Américas, que en 2012 mostró el mayor aumento en ganancias del sector a nivel mundial, con un 7 % (OMT, 2013b). Asimismo, la subregión de Norteamérica -donde se ubica México-, recibió siete millones más de visitantes internacionales que en 2011, con lo que alcanzó la cantidad de 163 millones de viajeros; a pesar de lo anterior, en 2012 México salió del top 10 de destinos internacionales (OMT, 2013a). Para los destinos fronterizos, este cambio ha tenido consecuencias no sólo en el número de visitantes, sino también en el ingreso de divisas, pues de enero a abril de 2013 el primero cayó un 4 % y el segundo un 2 %, en comparación con el mismo periodo en 2012 (Banxico-Sector, 2013).

No obstante, los estados fronterizos del norte de México presentan dinámicas distintas a las del resto del país debido a la cercanía geográfica con los Estados Unidos. El turismo internacional resulta mucho más significativo que el nacional para destinos como Tijuana, tanto en términos de volumen como de derrama económica. Es evidente que su ubicación y contexto particular le confiere una ventana de oportunidad para captar una importante porción de este creciente mercado. Dicho potencial ha convertido a la región Tijuana-San Diego en la frontera más dinámica del mundo, con un cruce aproximado de 50 mil vehículos y 25 mil peatones al día (U.S. General Services Administration, 2013).



Dada la importancia del turismo internacional para nuestro estado, el Observatorio Turístico de Baja California realizó la encuesta "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Mexicali y Tijuana, Baja California (invierno 2012-2013)", aplicada durante noviembre y diciembre de 2012 y enero de 2013. La primera fase del estudio consistió en un conteo general de los visitantes que se disponían a regresar a sus lugares de residencia habitual por los puntos de muestreo, ubicados en sitios estratégicos en las garitas internacionales de Mexicali y Tijuana.

Posteriormente se diseñó un marco muestral probabilístico por estratos y bietápico para poblaciones móviles y se llevó a cabo el levantamiento de la información en campo. Los visitantes fueron seleccionados aleatoriamente y se procedió a aplicar la encuesta a aquellos que cumplían con las características de un visitante internacional (turista o excursionista), establecida por la ONU-OMT (2010). Los cuestionarios consistieron en una batería de 24 preguntas, algunas de las cuales contenían diversos subtemas. El objetivo de dicha encuesta fue obtener información que permitiera dimensionar el número de visitantes internacionales fronterizos a la región, determinar su perfil sociodemográfico, las características del viaje, su percepción sobre la experiencia vivida, la lealtad al destino, la valoración de los servicios turísticos utilizados, así como la cuantificación del gasto realizado durante su estancia (Bringas, 2013).

Los datos generados a partir de esta encuesta proporcionan una fotografía más clara en cuanto a los gustos y preferencias actualizadas del mercado turístico real, complementando así la información presentada en el primer ejemplar del boletín electrónico acerca del mercado potencial de visitantes del sur de California para Baja California.

PERFIL DE LOS VISITANTES INTERNACIONALES

De acuerdo con el Banco de México en 2012 la región fronteriza del norte de México recibió 56.2 millones de visitantes internacionales, de los cuales el 41 % tuvo como destino principal Baja California, donde la ciudad de Tijuana recibió el 32 % del total de este flujo fronterizo y Mexicali 9 % (Banxico, 2013). La misma fuente señala que la mayoría de los visitantes a la frontera norte fueron excursionistas (83 %) y en el caso de las ciudades de Tijuana y Mexicali la proporción de visitantes del día es casi la misma (79 % y 80 %, respectivamente).



Los datos anteriores permiten contextualizar los resultados de la encuesta realizada por el Observatorio turístico durante los meses de noviembre y diciembre 2012 y enero 2013, en las garitas de Tijuana y Mexicali, ciudades que registraron un flujo cercano a los 5.5 millones de visitantes internacionales, de los que más de dos terceras partes fueron excursionistas (82 %). Esta proporción es similar a la tendencia encontrada por Banxico (2013), lo que resulta evidente si se considera que el estado capta 4 de cada 10 visitantes que llegan a la frontera norte.

En cuanto al perfil sociodemográfico de estos visitantes, resalta que en promedio siete de cada diez visitantes internacionales fronterizos fueron hombres y en el caso de los excursionistas, las mujeres tuvieron una mayor proporción, es decir, cuatro mujeres por seis hombres.

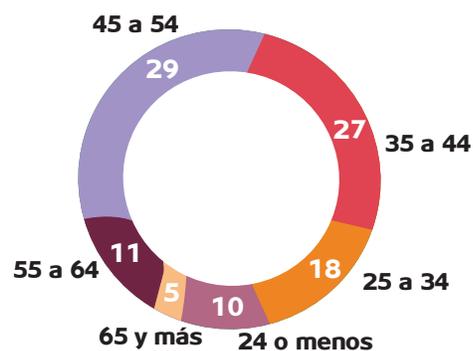
En general, en el periodo estudiado, casi la mitad de los visitantes internacionales en Baja California fueron de origen hispano (49 %), aunque existe una mayor proporción de ellos entre los turistas (65 %). En el caso de los excursionistas, la proporción de hispanos representa 46 % del total de visitantes y la de anglosajones el 37 %. En Mexicali es particularmente notable la presencia de hispanos (85 %), mientras que en Tijuana su participación es menor (40 %), siendo los anglosajones quienes registraron un ligero predominio (42 %).

Un visitante internacional es aquél que viaja a un país distinto al de su residencia habitual por un periodo menor a 12 meses, sin ejercer una actividad remunerada (ONU-OMT, 2010)

Origen étnico de los visitantes (porcentajes)

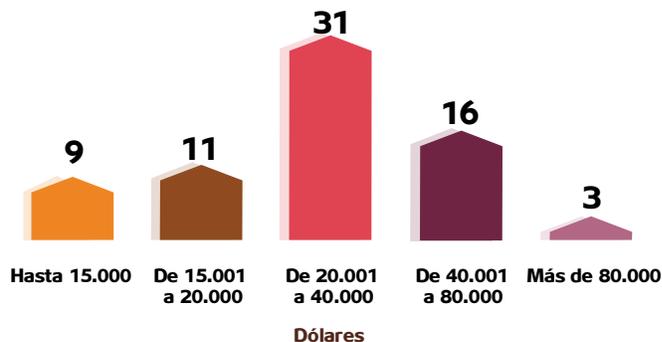


Grupos de edad (porcentajes)



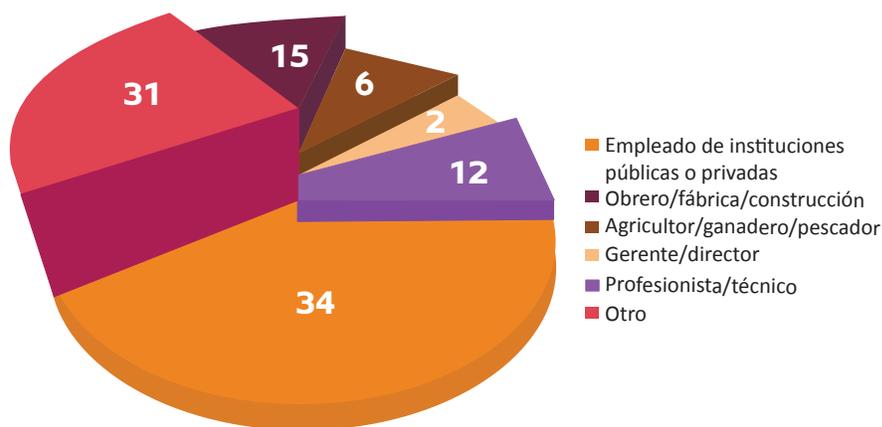
El mayor porcentaje de los turistas que visitaron el estado tenía entre 35 y 44 años de edad, mientras que en el caso los excursionistas, éste se concentró en el grupo de 45 a 54 años. Sin duda, ambos segmentos de edad muestran que los visitantes se encuentran en una etapa productiva de su ciclo de vida y por lo mismo con mejores condiciones socio-económicas para viajar y gastar, como lo demuestra el hecho de que el 20 % de los visitantes tienen un ingreso individual anual inferior a los \$ 20 mil dólares, 31 % ganan entre \$ 20 mil y 40 mil dólares, mientras que 19 % tiene ingresos superiores a los 40 mil dólares. Lo anterior refleja que la mitad de los visitantes internacionales están por encima del poder adquisitivo medio registrado para Estados Unidos en el 2011, el cual fue de 27 mil 554 dólares anuales (US Census Bureau, 2013).

Ingreso individual anual (porcentajes)



La predisposición a viajar depende en parte del ingreso, pero también de la ocupación, estado civil y el nivel de escolaridad. En este sentido, el 34 % de los visitantes a Baja California son empleados de gobierno o de la iniciativa privada, mientras que 15 % son obreros y 12 % profesionistas o técnicos. Llama la atención que el 68 % de los visitantes son casados y solamente 21 % afirmó ser soltero.

Principal ocupación de los visitantes internacionales (porcentajes)



En lo referente a la escolaridad de los visitantes destaca que la mayor proporción de turistas y excursionistas tiene entre 10 y 12 años de estudios (39 %), lo que equivale a estudios de nivel medio superior o bachillerato y 29 % tiene entre 13 y 20 años de estudio, lo que corresponde con el nivel de licenciatura o posgrado.

Los visitantes internacionales se dividen en turistas y excursionistas, los primeros pernoctan en la ciudad visitada y los segundos permanecen sólo durante algunas horas (ONU-OMT, 2010)

Lugar de residencia habitual (porcentajes)





Avenida Revolución, Tijuana



La avenida Revolución es uno de los sitios más emblemáticos de la ciudad de Tijuana, ya que es considerada la arteria turística más importante no solo de la ciudad, sino de toda la frontera norte. Un ícono que desde su construcción en 1889 ha sido testigo de innumerables acontecimientos históricos, como la Ley Volsted o ley seca, que al prohibir la producción y venta de alcohol en Estados Unidos, convirtió a esa calle en una “vitrina” abierta para que por ella desfilaran personajes del jet set hollywoodense, además de ser la cuna de la ensalada César y de los famosos burros-zebra.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Sin duda, una de las vivencias más enriquecedoras del ser humano es viajar. Detrás del viaje está la expectativa de divertirse, descansar, conocer, o aprender de otras culturas. Por ello, conocer las motivaciones que subyacen al desplazamiento permite adentrarnos a explorar las condiciones para hacer placentera la experiencia del viaje. En el caso de Baja California, las visitas a familiares y/o amigos fueron el principal motivo que desencadenó el viaje de los visitantes internacionales hacia el estado (54 %); detrás de este motivo existen múltiples causas, porque viajar para visitar a la familia trae aparejado no sólo la convivencia familiar, sino también el poder compartir la comida, la música, los centros de diversión y descanso, la cultura, entre otros elementos. Para el 15 % de los visitantes fue importante viajar para atender su salud o simplemente para realizar actividades de ocio y recreo (13 %).

En el periodo estudiado, el gasto total realizado por los visitantes internacionales en Baja California fue superior a los 487 millones de dólares; el 65 % de este gasto fue realizado por excursionistas. El gasto promedio diario de los turistas fue de \$ 98.26 dólares, mientras que el de los excursionistas fue de \$ 91.05 dólares. Esto lleva a pensar que, sin importar el tipo o tiempo de estancia en el destino, los turistas y excursionistas gastan en promedio cantidades similares por día. La diferencia en el gasto se refleja cuando se multiplica por la estancia promedio, que en el periodo estudiado fue cercana a las 3 noches.



Playas de Rosarito

Principales motivos de viaje (porcentajes)



Distribución del gasto (porcentajes)

Gasto total= 487.6 millones de dólares



De los visitantes internacionales que pernoctaron durante su estancia en Baja California, sólo el 8 % se alojó en hotel, mientras que el 51 % lo hizo con familiares y/o amigos, 16 % utilizó casa o departamento propio y un 8 % utilizó trailer parks o caravanas. Estos dos últimos porcentajes indican la presencia de un turismo que utiliza segundas residencias, segmento al que habrá de presentársele atención en el futuro.

La distribución del gasto muestra que el principal desembolso se realizó en alimentos, tanto en restaurantes como en supermercados, así como en bebidas y centros nocturnos, lo que en su conjunto constituyó el 63 % del gasto total. Otra proporción importante del gasto se destinó a servicios médicos y/o medicinas (24 %). Este último adquiere cada vez más relevancia en la entidad, por lo que en próximas ediciones del boletín conoceremos las características específicas del segmento de turismo médico. Otros gastos que también fueron importantes, pero en menor proporción fueron: juegos de azar, actividades o eventos deportivos, actividades culturales, entre otros.



EXPERIENCIA DE VIAJE



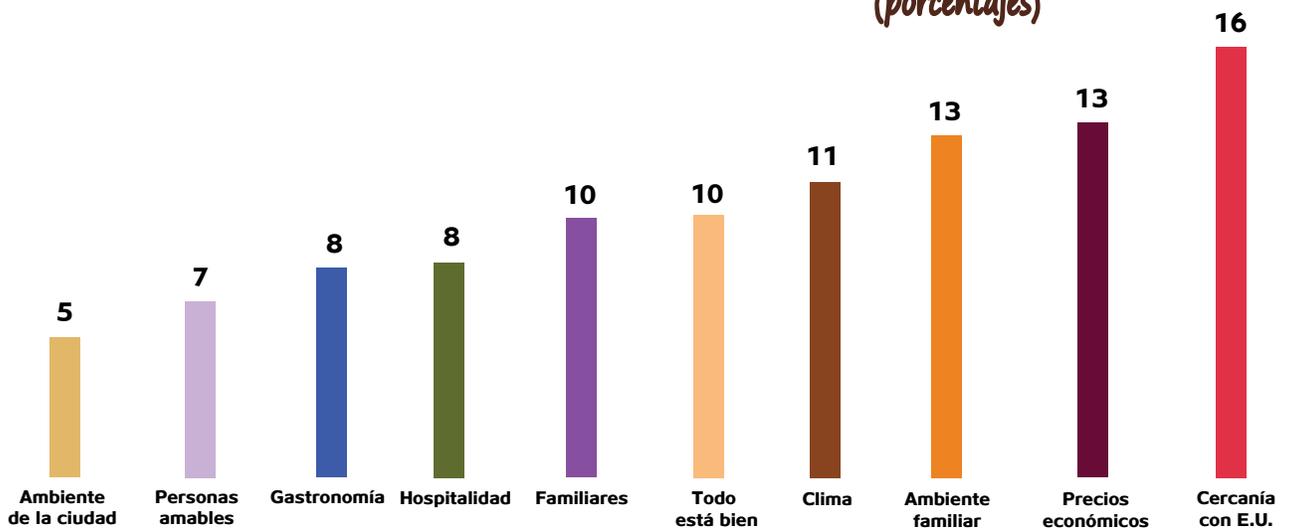
La experiencia de viaje traducida en términos de calidad-precio muestra que, en general, los visitantes internacionales consideran que su experiencia valió lo que gastó (60 %), mientras que una tercera parte de éstos reconocen que la experiencia vivida vale más de lo que gastó, evidenciando así una experiencia positiva en las visitas al estado.

Con respecto al nivel de satisfacción de los visitantes internacionales, éste se relaciona con las características propias de esta región fronteriza. Así lo sugiere el hecho de que los factores positivos o favorables más frecuentemente señalados fueron la cercanía con Estados Unidos (16 %), los precios económicos (13 %), el ambiente familiar (13 %) y el clima (11 %).

Valoración calidad-precio (porcentajes)



Factores considerados favorables en la experiencia de viaje (porcentajes)

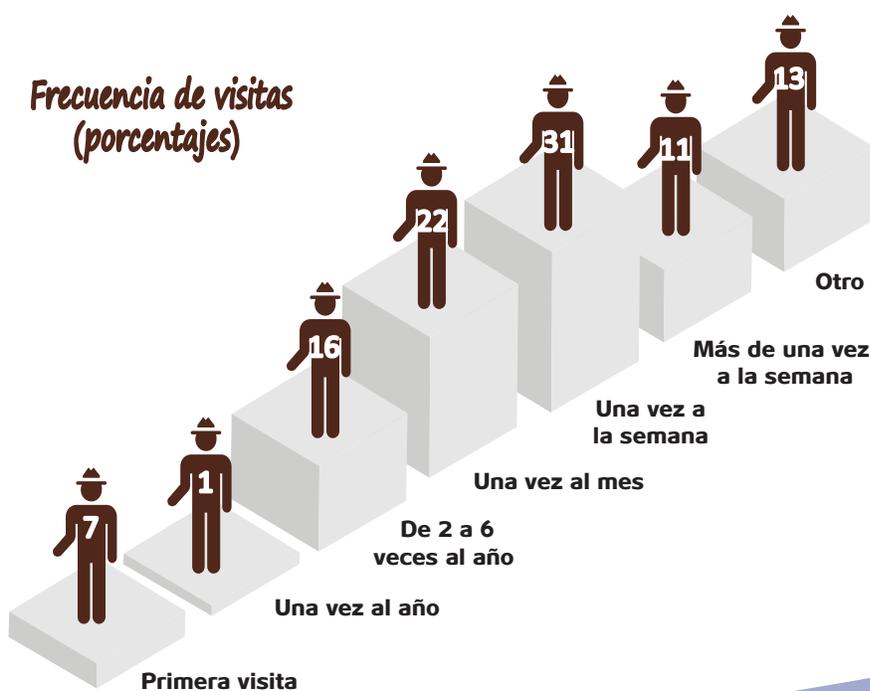
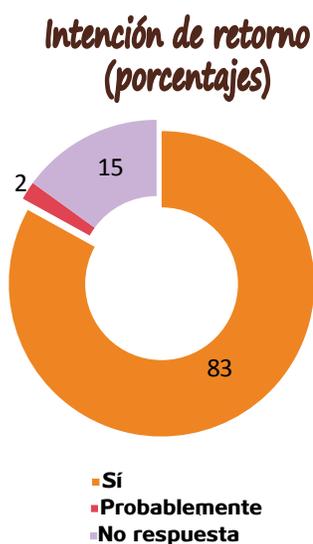


LEALTAD O FIDELIDAD AL DESTINO

En los estudios sobre la fidelidad del turista se distinguen dos tipos de lealtades, una de tipo comportamental, que está más asociada con la repetición de las visitas, y otra considerada de tipo actitudinal, que se relaciona más con una actitud positiva o favorable hacia el destino y se expresa a través de la intención de repetir la visita y recomendar el destino (Barroso, Martin y Martin, 2007; Chen y Tsai, 2007).

Sin duda, derivado de la dinámica fronteriza en Baja California se observa que la frecuencia de las visitas es muy intensa a nivel semana-mes, pues un 42 % de los viajeros internacionales visita la zona una o más veces a la semana, mientras que el 22 % acude una vez al mes, lo que muestra una repetitividad de las mismas y por lo mismo una lealtad hacia el destino.

La fidelidad de los visitantes es digna de resaltar, ya que el 83 % afirmó categóricamente que sí tenían la intención de volver. Además, este mismo porcentaje mostró disposición a recomendar al estado como destino turístico.





Bibliografía

- Banxico (2013). *Proyecto viajeros internacionales en la zona fronteriza 2012*, México, Banco de México.
- Banxico/Sectur (2013). "Flujo de viajeros internacionales", 10 de junio, en <http://bit.ly/1ao6879> (consultado el 19 de agosto de 2013).
- Barroso Castro, Carmen, Enrique Martín Armario y David Martín Ruiz (2007) "The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior" in *Tourism Management*, Num. 28, pp. 175-187.
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013). "Caracterización de los visitantes Internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)", Tijuana, Reporte de investigación, El Colegio de la Frontera Norte (Colef) -Secretaría de Turismo del estado de Baja California (Secture).
- Chen, Ching-Fu y Dung-Chun Tsai (2007) "How destination image and evaluative factors affect behavioural intentions?" In *Tourism Management*, núm 28, pp. 1115-1122.
- Naciones Unidas-Organización Mundial de Turismo, 2010, *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*, Naciones Unidas, Madrid-Nueva York. (UN-RIET)
- OMT (2010). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, Luxemburgo/Madrid/Nueva York/París, ONU/OMT/UE/OCDE.
- OMT (2012). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2012*, Madrid, OMT.
- OMT (2013a). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2013*, Madrid, OMT.
- OMT (2013b). *UNWTO World Tourism Barometer*, vol. 11, abril.
- Research and Innovative Technology Administration (2013). "Border crossing/Entry Data", Washington, U.S. Department of Transportation, en: <http://1.usa.gov/XFZ1Fi> (consultado el 1 de agosto de 2013). (RITA)
- Secretaría de Economía (2013). "Delegaciones y representaciones", en <http://bit.ly/1epecZC> (consultado el 19 de agosto de 2013).
- U.S. Census Bureau (2013). "CPS Population and Per Capita Money Income, All Races: 1967 to 2011", en <http://1.usa.gov/1bDOcf8> (consultado el 20 de mayo de 2013).

ESCRÍBENOS

observatur.bajacalifornia@gmail.com

VISÍTANOS

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. Heber Huizar Contreras
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Mtro. Christian Angeles Salinas
Mtro. Aurelio Meza Valdez
Lic. Mariana Argüello Escobedo

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

Diseño Gráfico

Lic. Claudia Ramos Castillo

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

Lic. Juan Benjamín Tintos Funcke

Secretario de Turismo

Lic. José de Jesús Quiñónez Ramírez

Subsecretario de Turismo



Secretaría de Turismo del Estado
de Baja California
Edificio Río, Tercer Piso
Calle Juan Ruiz de Alarcón
#1572, Zona Río,
C.P. 22320
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 682 3367



El Colegio de la Frontera Norte, A.C.
Carretera escénica
Tijuana - Ensenada, km 18.5,
San Antonio del Mar,
C.P. 22560
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 631 6300