

# OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



## Experiencia de viaje y nivel de satisfacción de los visitantes internacionales en la ciudad de Mexicali, B. C. (invierno 2012-2013)

Dra. Nora Bringas Rábago

Coordinadora general

[nbringas@colef.mx](mailto:nbringas@colef.mx)



Tijuana, B. C, 2013

# Introducción



A partir de la encuesta **“Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)”** se ha generado información sobre la demanda del turismo nacional específica para cada uno de los municipios en los que operó el Observatorio Turístico de Baja California.

En esta sección, se presenta un resumen de los resultados obtenidos con la encuesta aplicada en el municipio de **Mexicali**, a fin de conocer la evaluación y el nivel de satisfacción que los **visitantes internacionales** tuvieron durante su estancia en esta ciudad.

# Acotación metodológica

Selección de puntos de muestreo

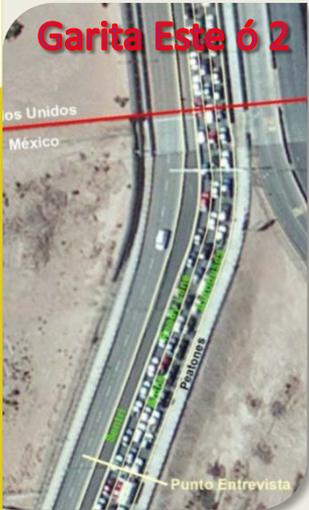
Conteo de flujos / Cédula filtro y cuestionario

Total de visitantes  
1,090,127 personas

Total de entrevistas efectivas:  
644 cuestionarios



Garita Oeste ó 1



Garita Este ó 2

## OBJETIVO

Conocer el tamaño y características del mercado real de los visitantes internacionales en el municipio de Mexicali.



## POBLACIÓN OBJETIVO

- Visitantes internacionales mayores de 15 años, que residen en un país diferente a México.
- No trabajó o desempeñó actividades remuneradas en México.
- Utilizó servicios y/o realizó actividades consideradas turísticas.

## DISEÑO Y MARCO MUESTRAL

- Diseño probabilístico, por estratos y bietápico.
- A partir del monitoreo y conteo exhaustivo de los flujos de visitantes en su regreso por las garitas de cruce internacional hacia EU (20 puntos de muestreo en Mexicali).

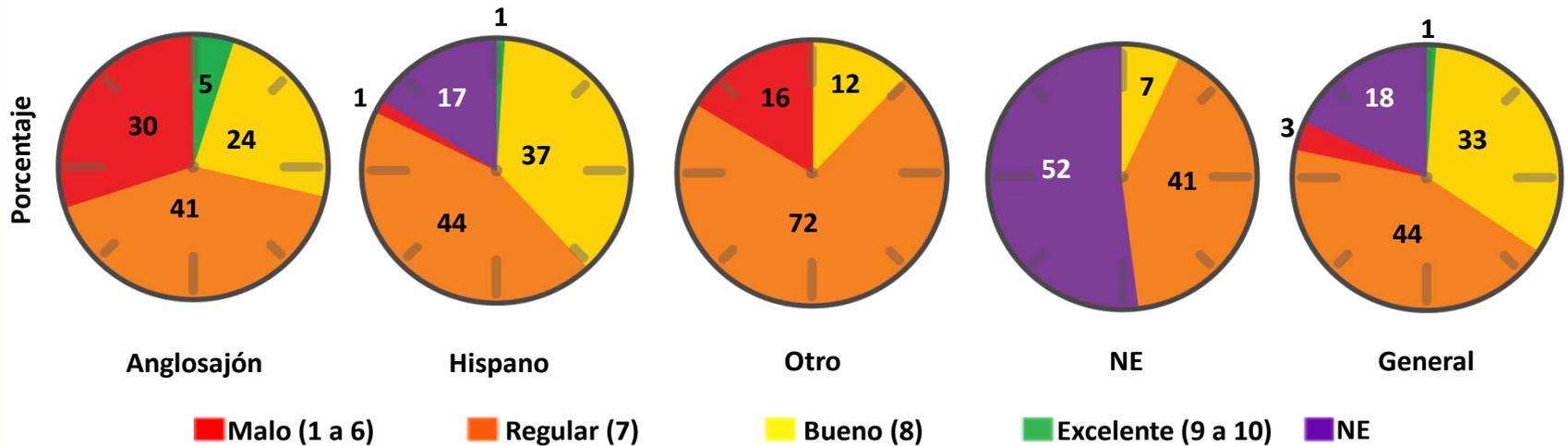
**Fechas del levantamiento:** del 1º de noviembre al 31 de diciembre de 2012 y del 1º al 31 de enero de 2013, en garitas de cruce internacional en Mexicali, B. C.



**Experiencia de viaje y  
nivel de satisfacción de  
los visitantes  
internacionales en  
Mexicali, B. C.**

# Evaluación del destino

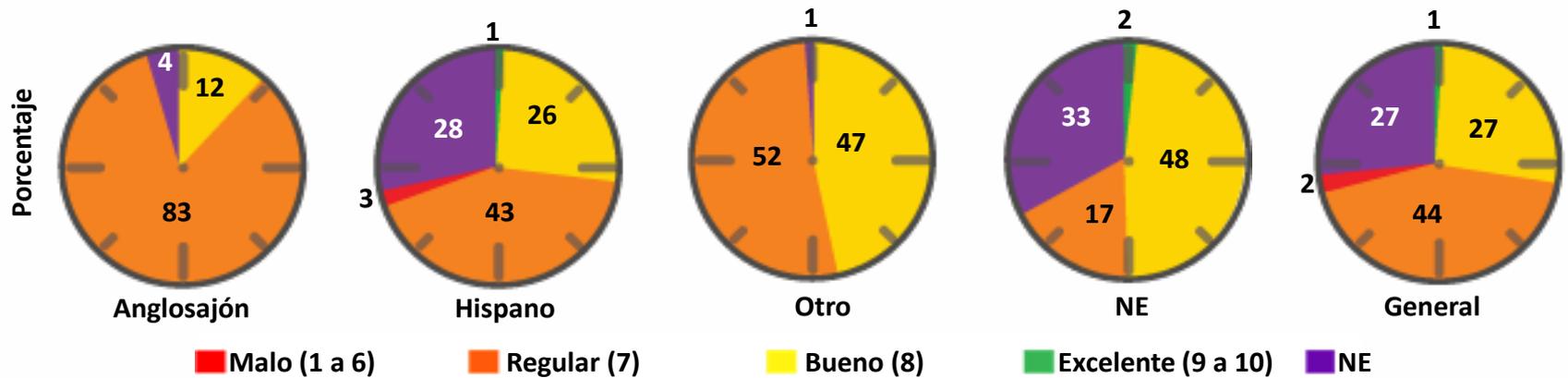
## Evaluación del tiempo de espera para cruzar a México según el origen étnico de los turistas



El **tiempo de espera para cruzar a México** se consideró **regular** en la mayoría de los casos (**44 %**). Si bien estas valoraciones se mantienen por origen étnico, los **anglosajones** se mostraron más críticos ante este hecho (**30 %** lo evaluó como **malo**). El **52 %** de quienes **no especificaron su origen étnico, no respondieron la pregunta**.

# Evaluación del destino

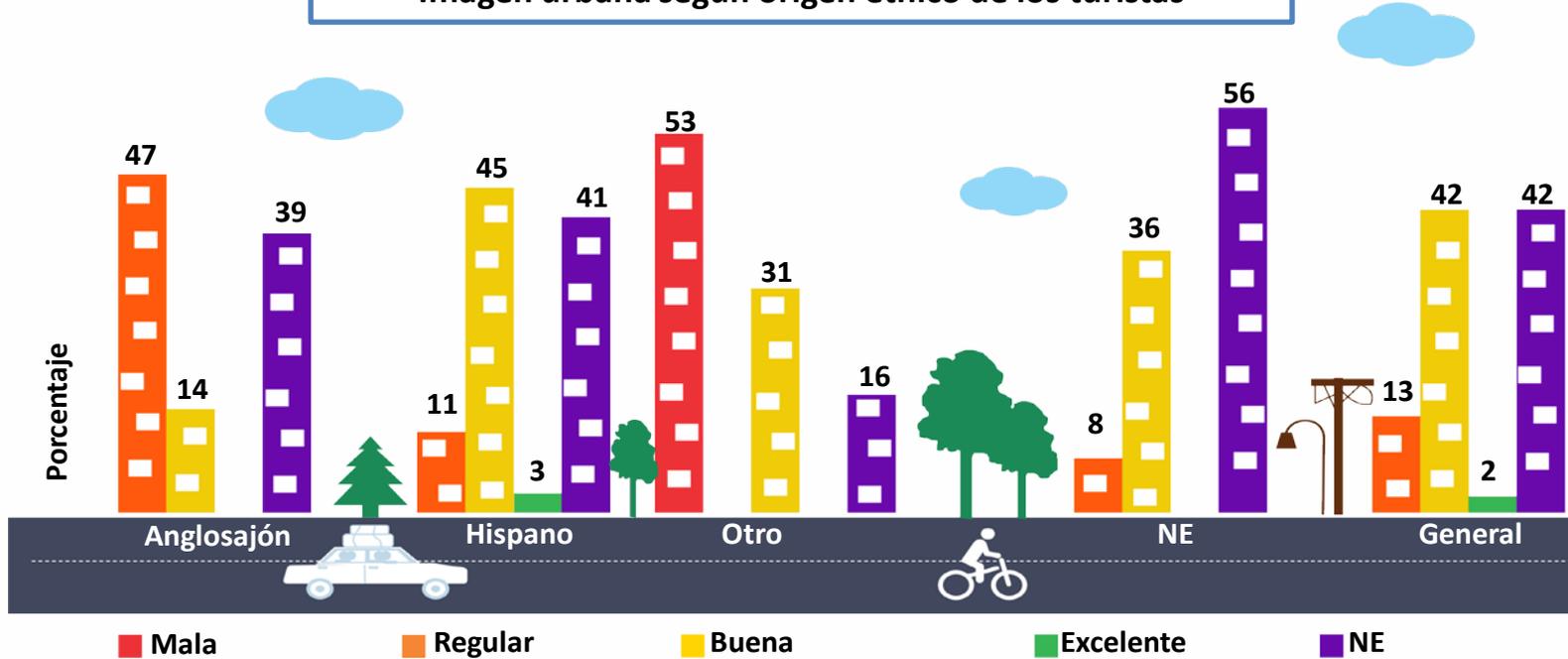
## Evaluación del tiempo de espera para cruzar a México según el origen étnico de los excursionistas



Para los **excursionistas**, el **tiempo de espera para ingresar a México** por Mexicali también fue considerado como **regular (44 %)**, sobre todo entre los **anglosajones (83 %)**. Quienes mencionaron ser de **otro origen étnico y quienes no especificaron su origen** evaluaron este aspecto como **bueno el 47 % y 48 % de los casos, respectivamente**.

# Evaluación del destino

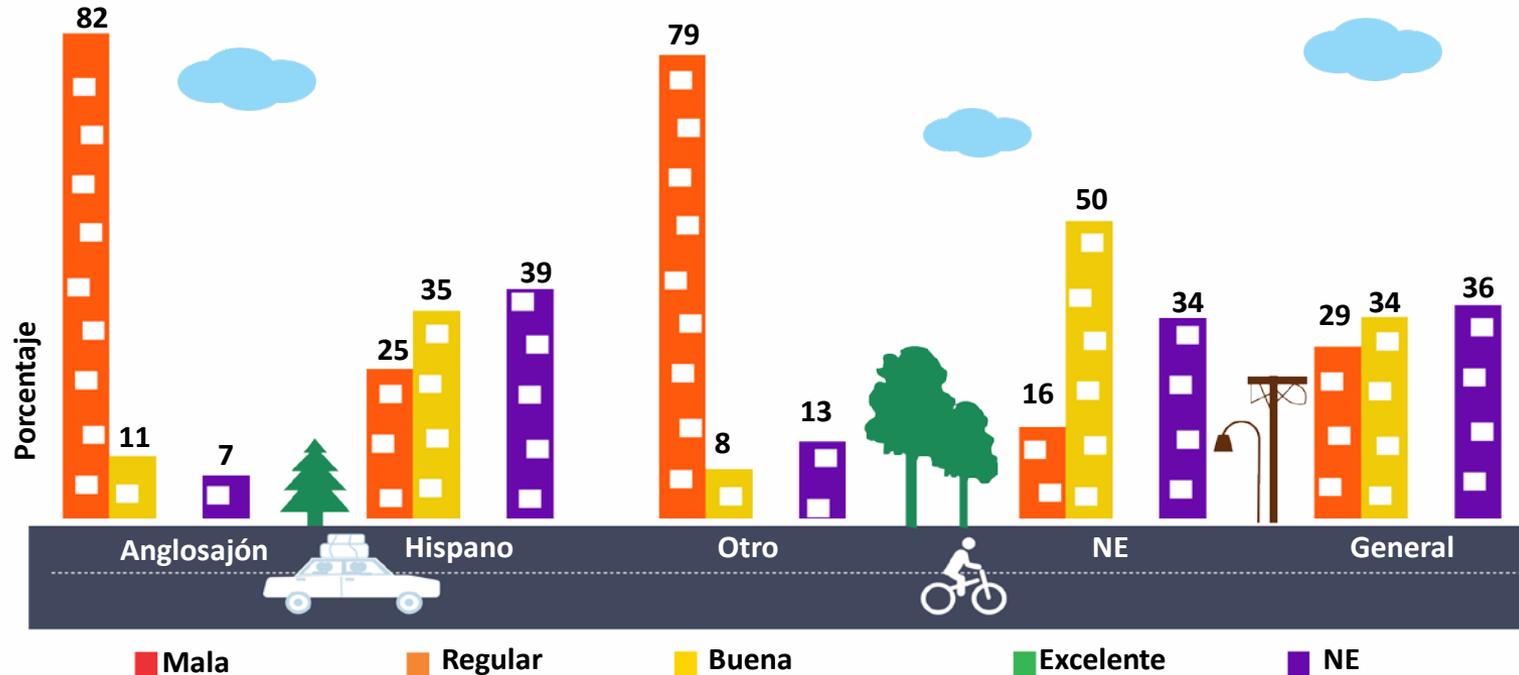
Imagen urbana según origen étnico de los turistas



En general, a los **turistas** en Mexicali la **imagen urbana** les pareció **buena** (42 %), sin embargo, visto por origen étnico a **47 %** de los **anglosajones** ésta les pareció **regular**, y **53 %** de quienes mencionaron pertenecer a **otro origen étnico** **reprobaron este aspecto**.

# Evaluación del destino

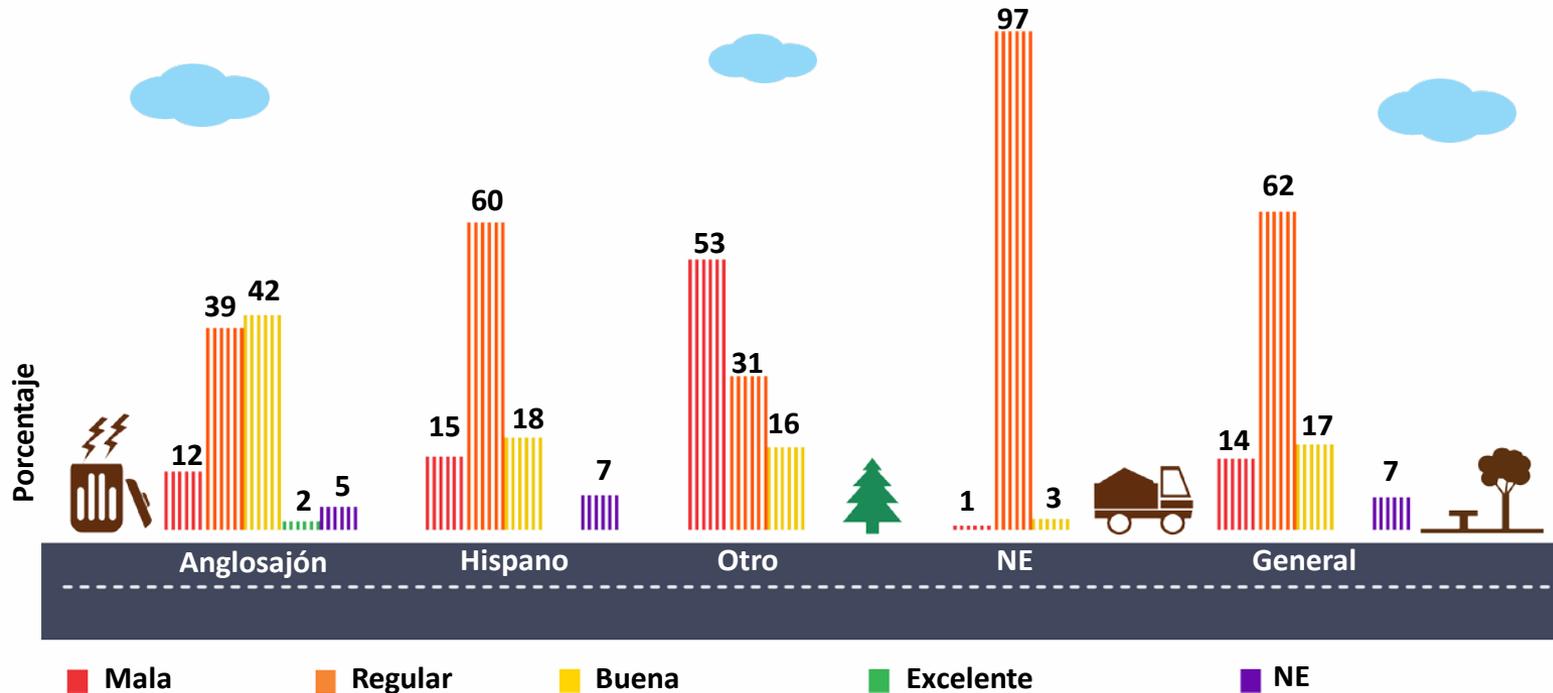
Imagen urbana según el origen étnico de los excursionistas



Para los **excursionistas**, la **imagen urbana** de Mexicali fue evaluada en mayor proporción como **buena** (34 %), no obstante, sobresale que la gran mayoría de los **anglosajones** y los **pertenecientes a otro origen étnico** evaluaron este aspecto como **regular** (82 % y 79 % respectivamente).

# Evaluación del destino

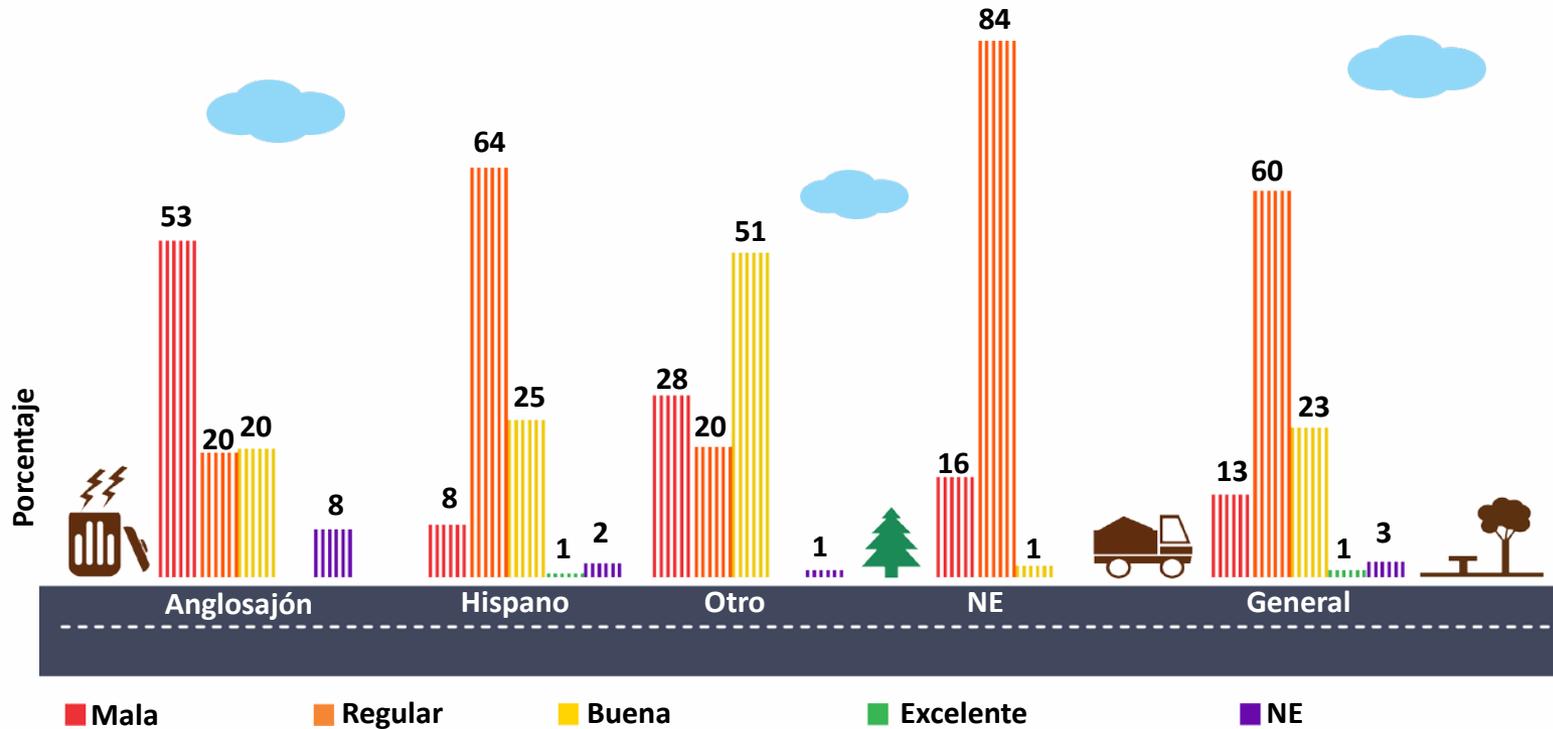
Limpieza de la ciudad según el origen étnico de los turistas



La **limpieza de la ciudad** se evaluó por la mayoría de los turistas como **regular** (62 %), destaca que el **42 %** de los **anglosajones** la valoró como **buena**, mientras que el **53 %** de quienes pertenecían a **otro origen étnico** la evaluó como **mala**.

# Evaluación del destino

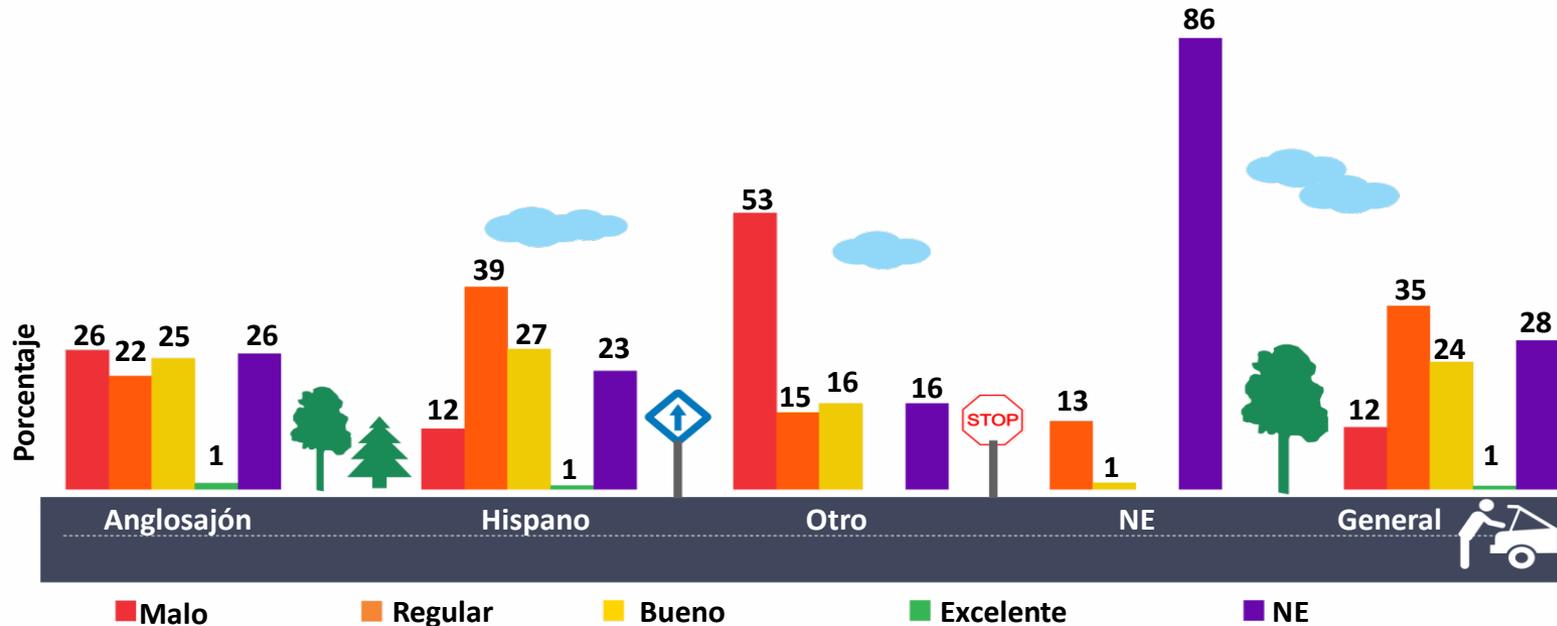
Limpieza de la ciudad según el origen étnico de los excursionistas



La mayoría de los **excursionistas** evaluaron la **limpieza de Mexicali** como **regular** (60 %), sobre todo quienes **no especificaron su origen** étnico (84 %). La mayoría de los que mencionaron ser de **otro origen étnico** consideraron que la limpieza es **buena** (51 %), sin embargo, un porcentaje similar de los **anglosajones** la percibió como **mala** (53 %).

# Evaluación del destino

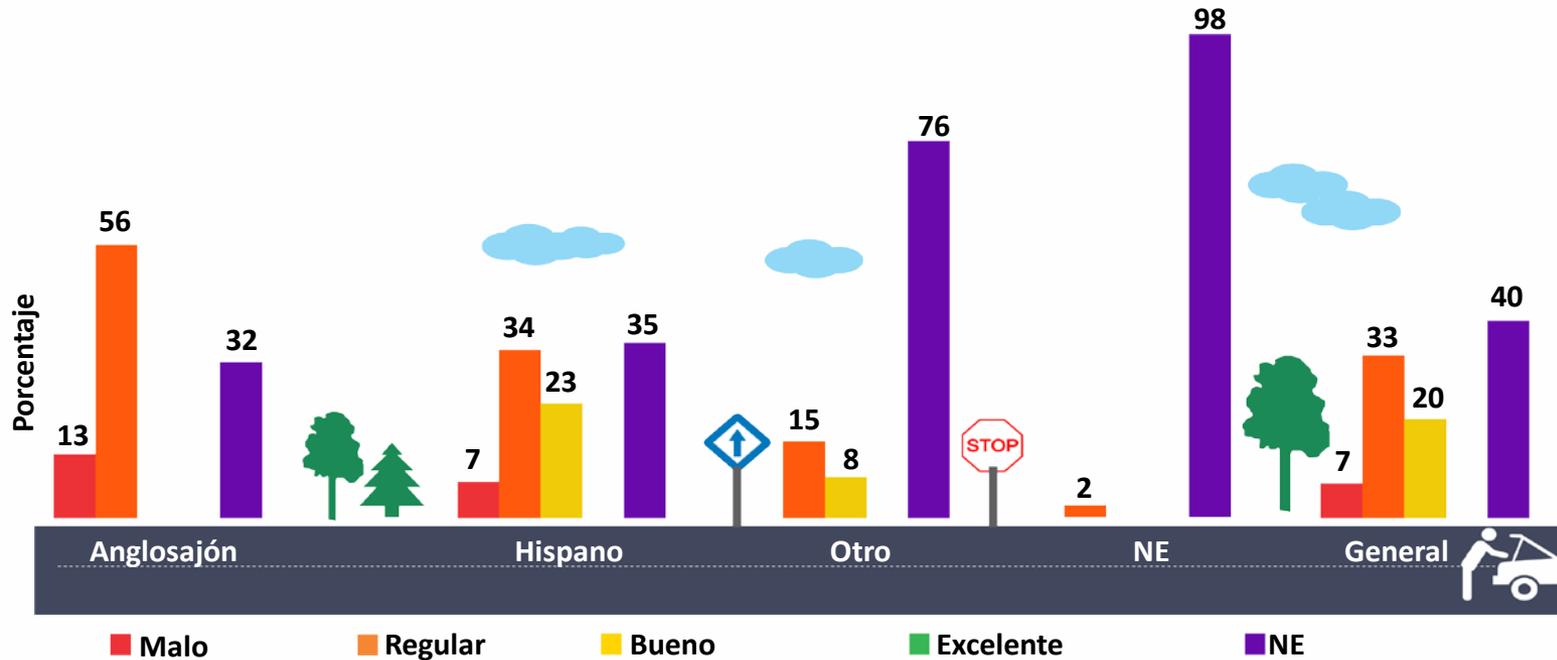
Estado de las carreteras según el origen étnico de los turistas



Las evaluaciones del **estado de las carreteras** en Mexicali es otro aspecto que, en mayor proporción, **fue considerado regular** por los turistas internacionales (**35 %**), aunque el **24 %** consideró que éstas se encuentran en **buen estado**. Visto por origen étnico, los **anglosajones** evaluaron este aspecto como **bueno y malo** en proporciones similares (**25 % y 26 %** respectivamente), mientras que los de **otro origen** consideraron que están en **mal estado** (**53 %**).

# Evaluación del destino

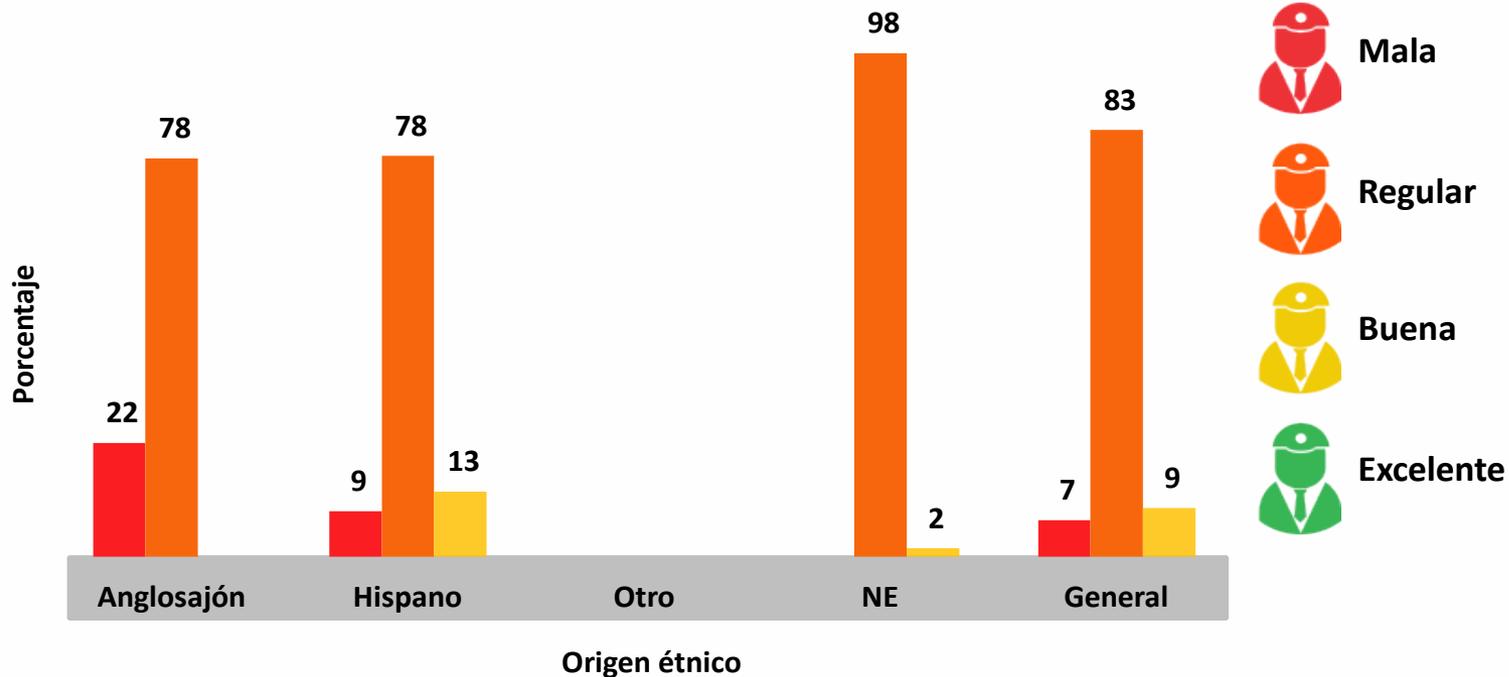
Estado de las carreteras según el origen étnico de los excursionistas



Por su parte, el **33 %** de los **excursionistas consideró** que las **carreteras** se encuentran en **estado regular**; esta apreciación fue mayor entre los **anglosajones (56 %)**. Cabe mencionar que la mayor proporción de estos visitantes **no evaluó** este aspecto (**40 %**).

# Evaluación del destino

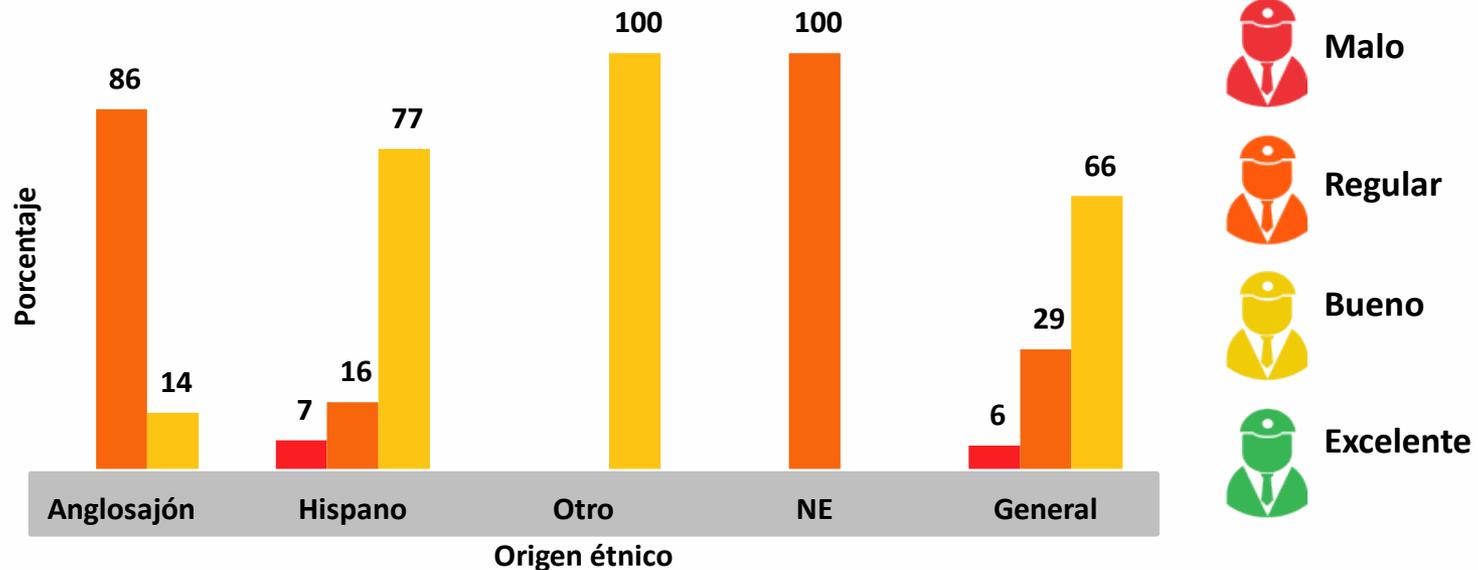
Percepción de seguridad al visitante según el origen étnico de los turistas



La **mayoría de los turistas** percibieron que la **seguridad** para los visitantes es **regular** (**83 %**), además se destaca que la percepción de **buena seguridad** pertenece principalmente a los visitante de origen **hispano** (**13 %**).

# Evaluación del destino

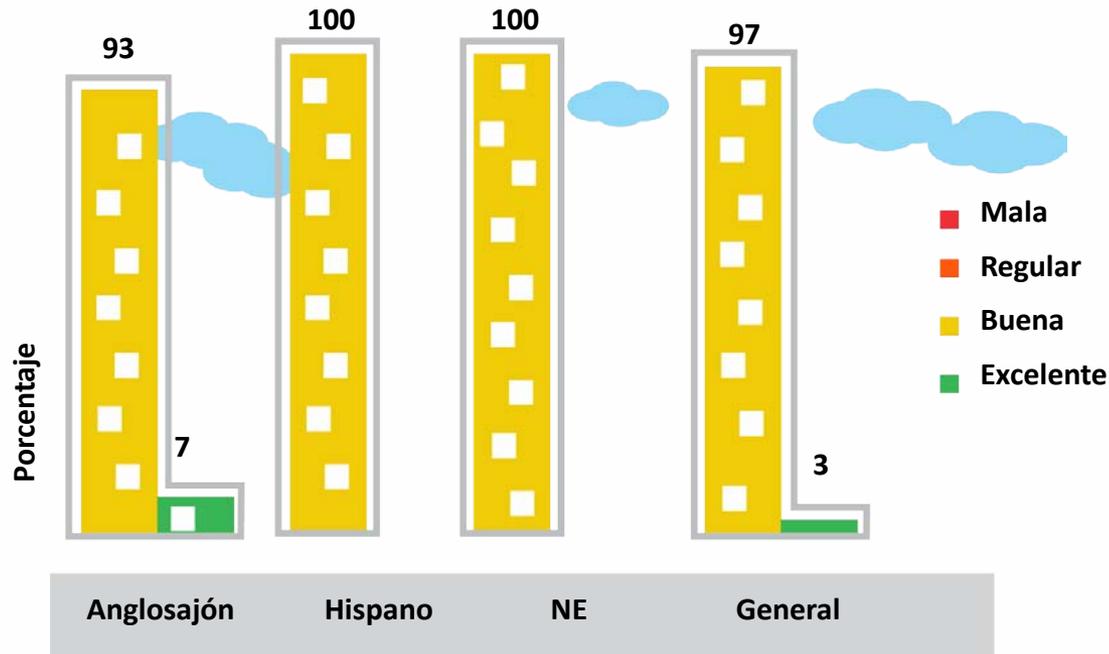
Percepción de seguridad según el origen étnico de los excursionistas



Para los **excursionistas**, la **seguridad** para los visitantes en Mexicali se percibió mejor, ya que el **66%** la consideró **bueno**. Destaca que los pocos **excursionistas que percibieron mala seguridad** pertenecen al origen étnico **hispano (7%)**.

# Evaluación del destino

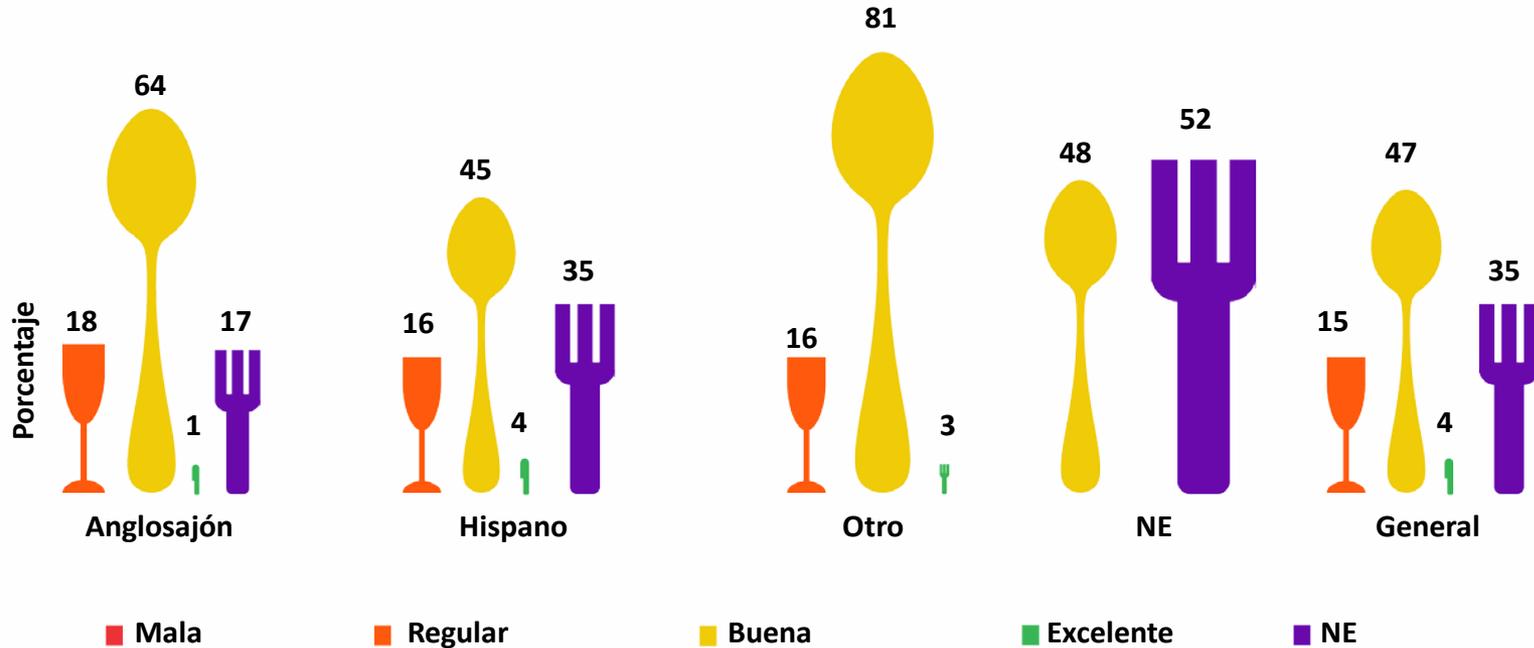
Calidad del alojamiento según el origen étnico de los turistas



La **calidad del alojamiento** no presentó percepciones negativas por parte de los turistas, ya que el **97%** la consideró como **buena** y el **3%** restante como **excelente**.

# Evaluación del destino

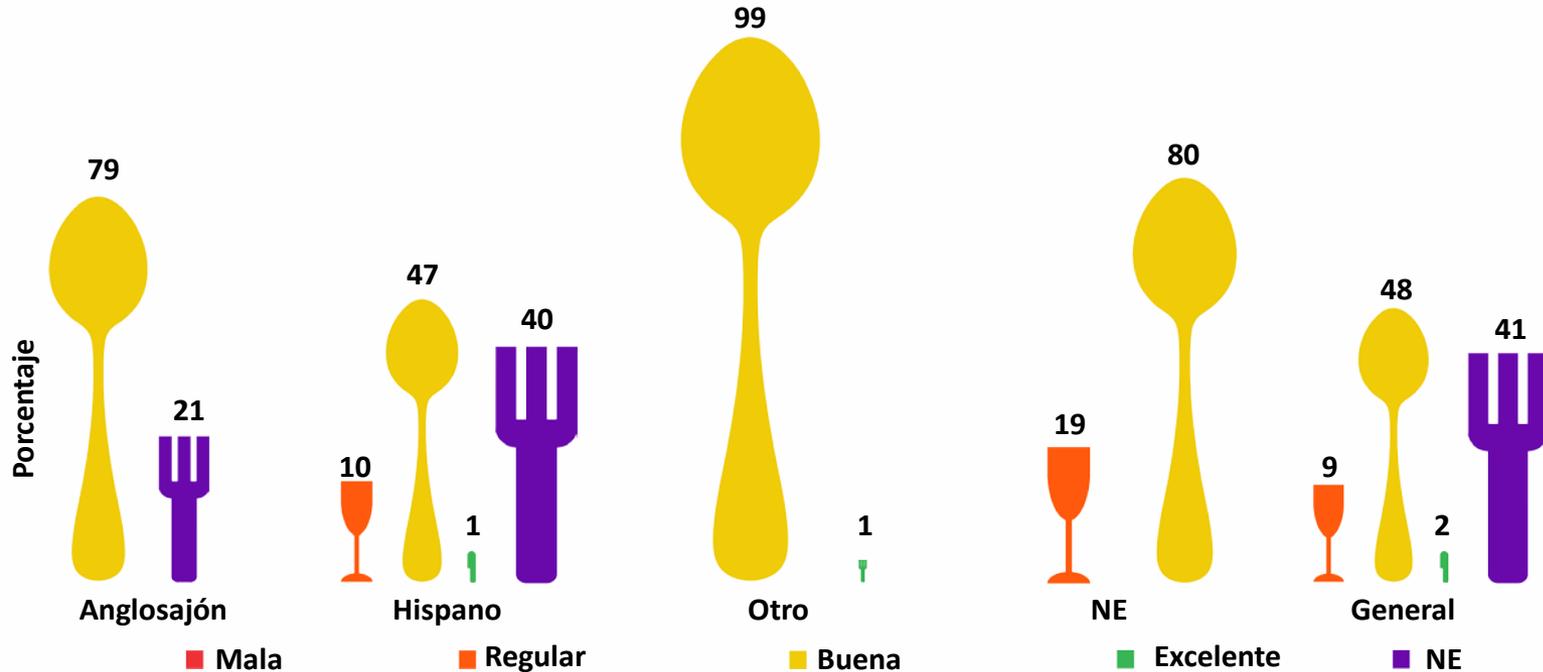
Calidad de los restaurantes según el origen étnico de los turistas



Al evaluar la calidad de los **servicios de restauración**, los **turistas** se mostraron satisfechos con este aspecto. El **47 %** consideró que recibió una **buena calidad** en el servicio, sobre todo aquellos de **otro origen étnico (81 %)**.

# Evaluación del destino

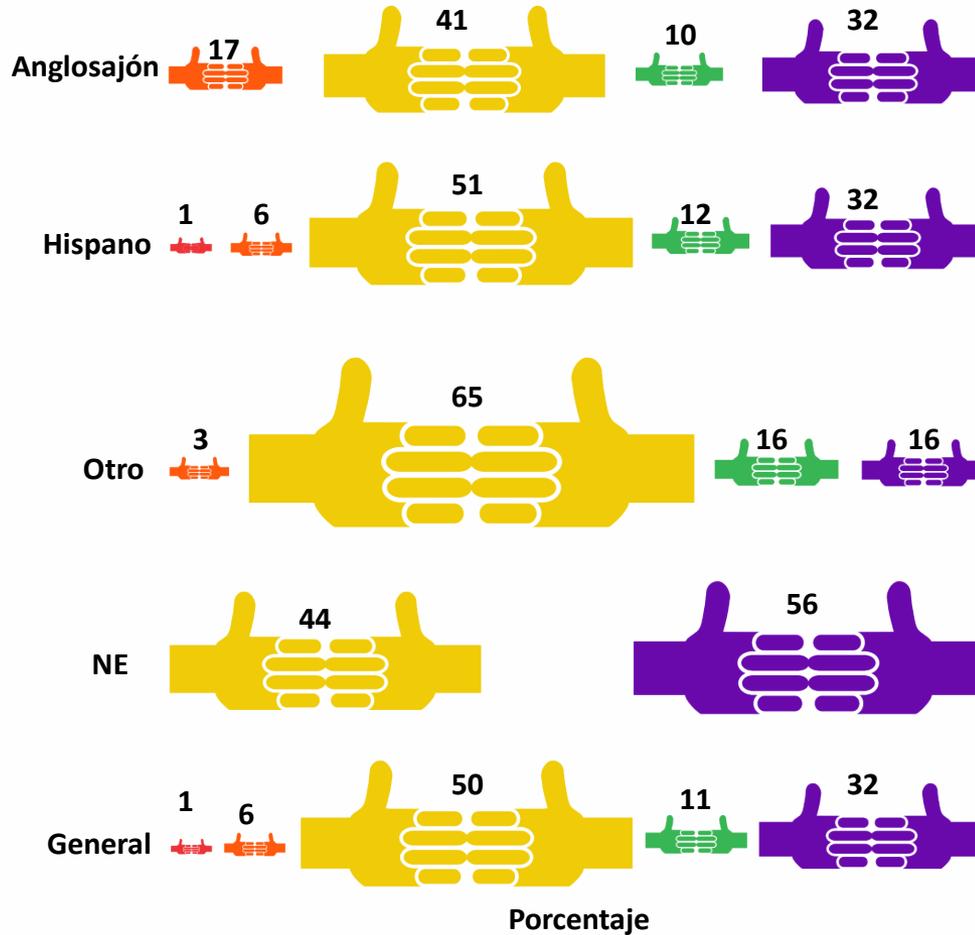
Calidad de los restaurantes según el origen étnico de los excursionistas



Al igual que los turistas, los **excursionistas internacionales** en Mexicali evaluaron la **calidad de los restaurantes** como **buena**, sobre todo aquellos de **otro origen** étnico (99 %).

# Evaluación del destino

## Hospitalidad mexicana según el origen étnico de los turistas



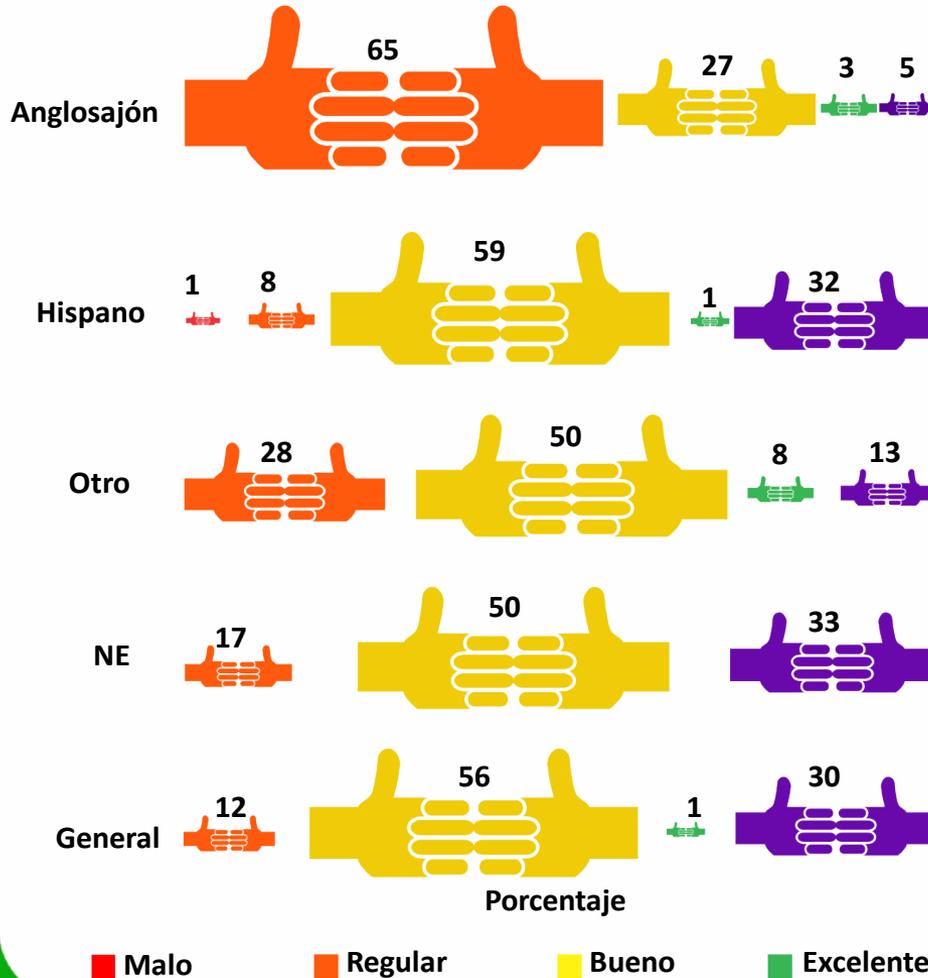
La mitad de los turistas evaluó como buena la hospitalidad mexicana.

Los turistas de otro origen étnico fueron quienes evaluaron, en mayor medida, este aspecto como excelente (16%).

■ Malo    ■ Regular    ■ Bueno    ■ Excelente    ■ NE

# Evaluación del destino

## Hospitalidad mexicana según el origen étnico de los excursionistas

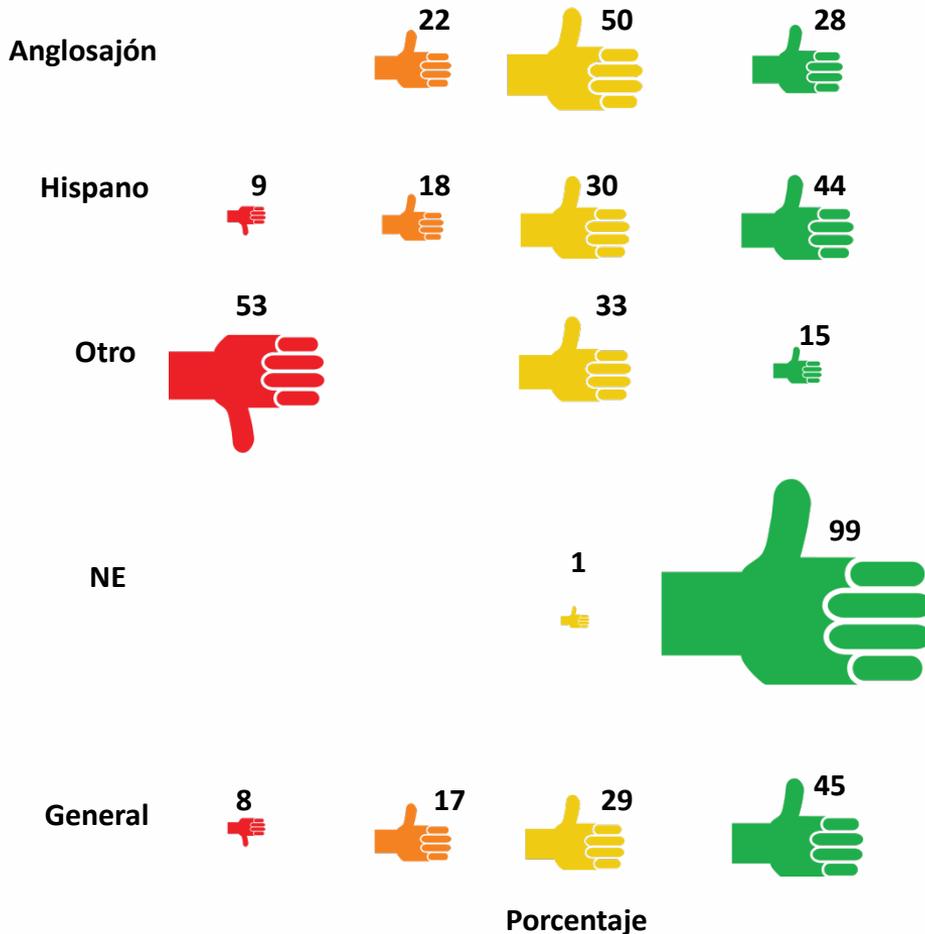


La **hospitalidad mexicana** fue considerada como **buena** por el **56 %** de los **excursionistas**.

Destaca que los excursionistas **anglosajones** son quienes percibieron la hospitalidad mexicana de manera mas negativa, considerándola como **regular** en el **65%** de los visitantes.

# Experiencia de viaje

Satisfacción según el origen étnico de los turistas



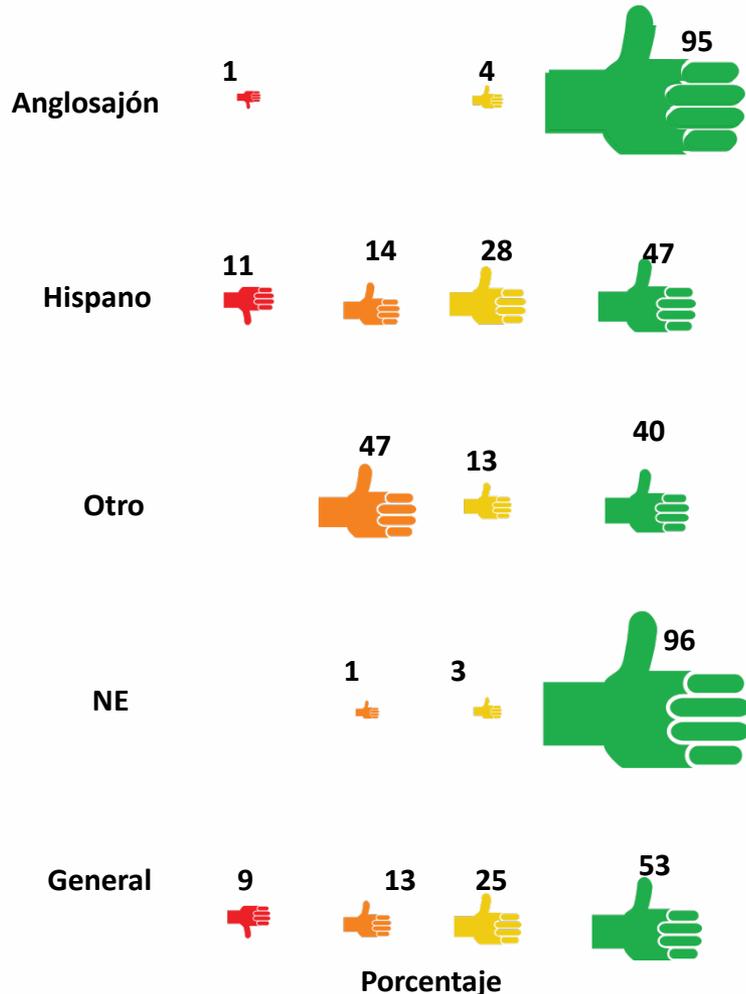
A los visitantes internacionales se les pidió que evaluaran en una escala del 1 al 10 qué tan satisfechos habían quedado con su viaje.

Ante esto, se encontraron variaciones según el origen étnico de los turistas, la mitad de los **anglosajones** estuvieron **satisfechos** con su viaje (50 %). Por su parte, la mayor proporción de los **hispanos** mencionó estar **totalmente satisfecho** (44 %), mientras que el 53 % de quienes mencionaron **otro origen** se fueron nada satisfechos.

■ Nada satisfecho  
 ■ Poco satisfecho  
 ■ Satisfecho  
 ■ Totalmente satisfecho

# Experiencia de viaje

## Grado de satisfacción según el origen étnico de los excursionistas



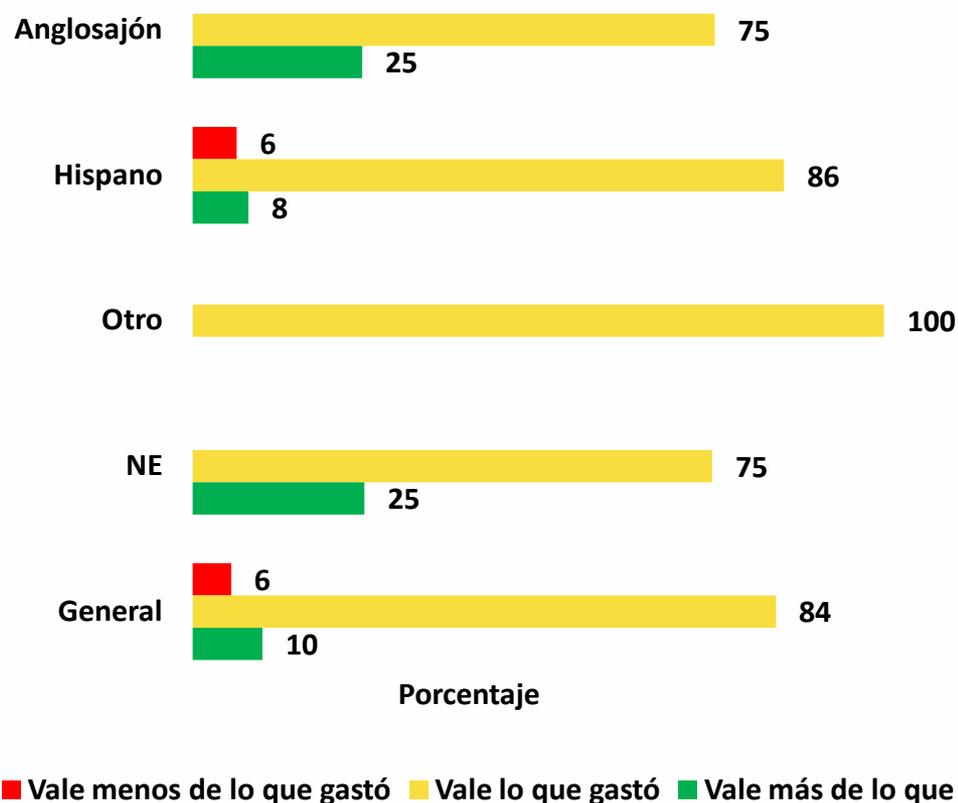
■ Nada satisfecho  
 ■ Poco satisfecho  
 ■ Satisfecho  
 ■ Totalmente satisfecho

La **mayoría de los excursionistas** estuvieron **totalmente satisfechos** con su visita a Mexicali, sobre todo los **anglosajones (95 %)** y quienes **no especificaron su origen étnico (96 %)**.

Una proporción significativa del grupo de **otro origen** mencionó estar **poco satisfecho** con su viaje (**47 %**).

# Experiencia de viaje

## Valoración de la experiencia de viaje según el origen étnico de los turistas

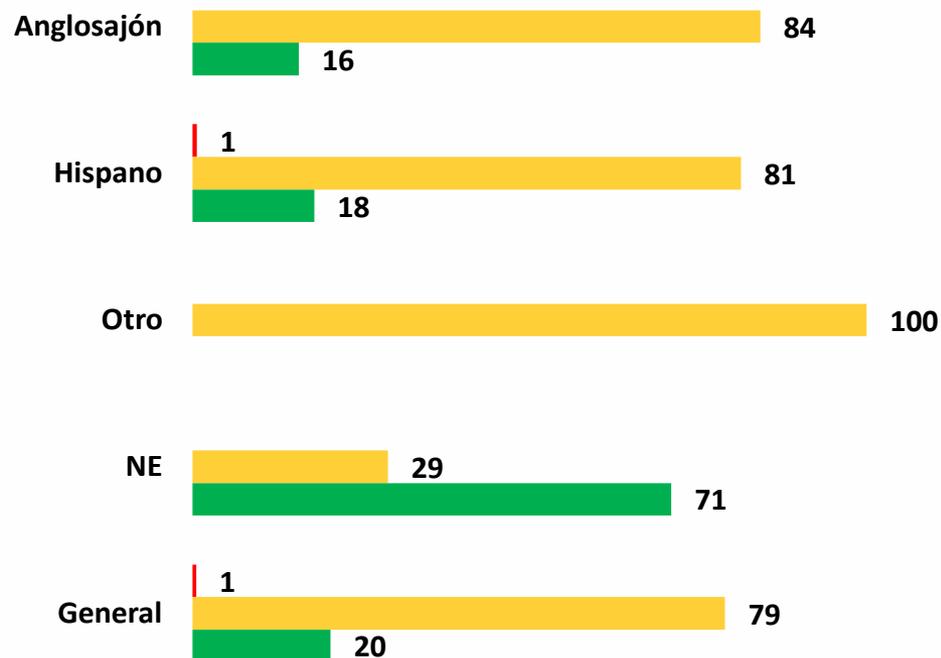


Para los turistas internacionales, Mexicali es un destino que ofrece una experiencia que **vale lo que gastaron (84 %)**. Incluso, una **cuarta parte** de los **anglosajones** y de quienes **no especificaron su origen** opinaron que **la experiencia vivida vale más de lo que se gastó**.

Resalta que entre el grupo de **hispanos** se encontraron algunas valoraciones de que la **experiencia valió menos de los que se gastó (6%)**.

# Experiencia de viaje

## Valoración de la experiencia de viaje según el origen étnico de los excursionistas



■ Vale menos de lo que gastó ■ Vale lo que gastó ■ Vale más de lo que gastó

Para la mayoría de los **excursionistas**, la **experiencia de viaje vale lo que se gastó (79 %)**, sobre todo para los de origen étnico diferente al hispano o anglosajón (100 %).

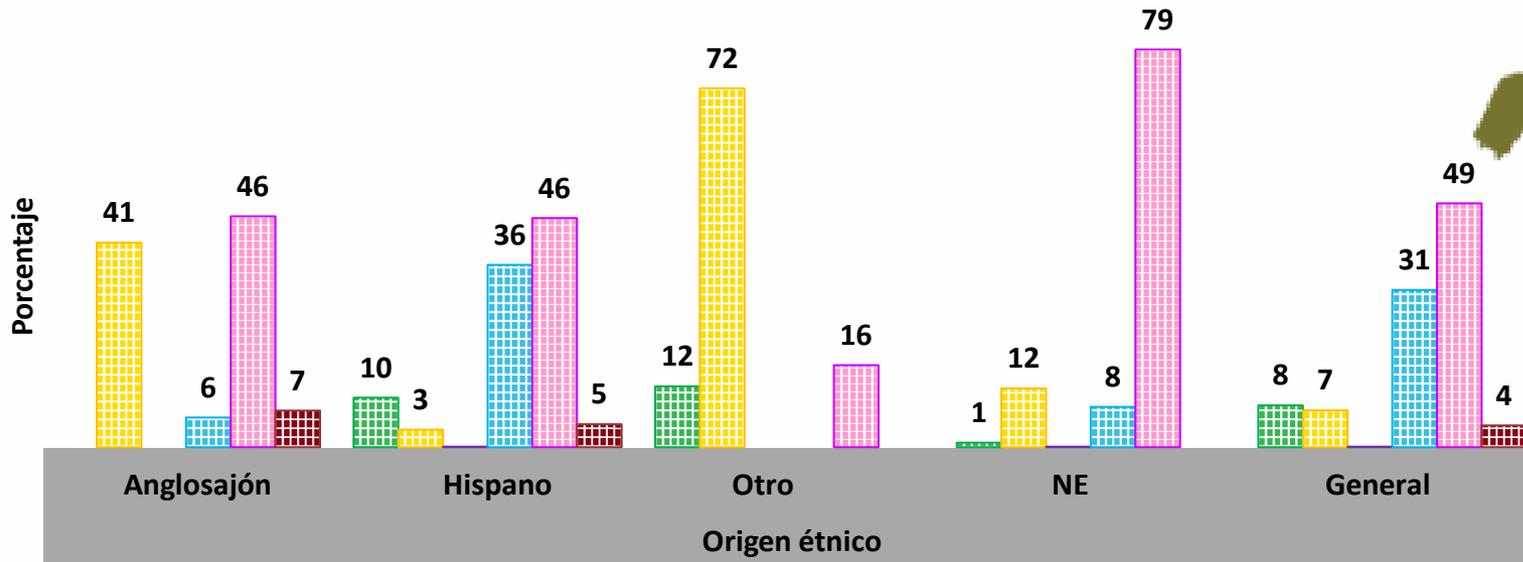
Para la mayoría de **quienes no especificaron su origen étnico** la experiencia **vale más de lo que gastaron (79 %)**.



**Lealtad o fidelidad hacia  
el destino de los  
visitantes internacionales  
en Mexicali, B. C.**

# Lealtad o fidelidad

Frecuencia de visitas al año según el origen étnico de los turistas

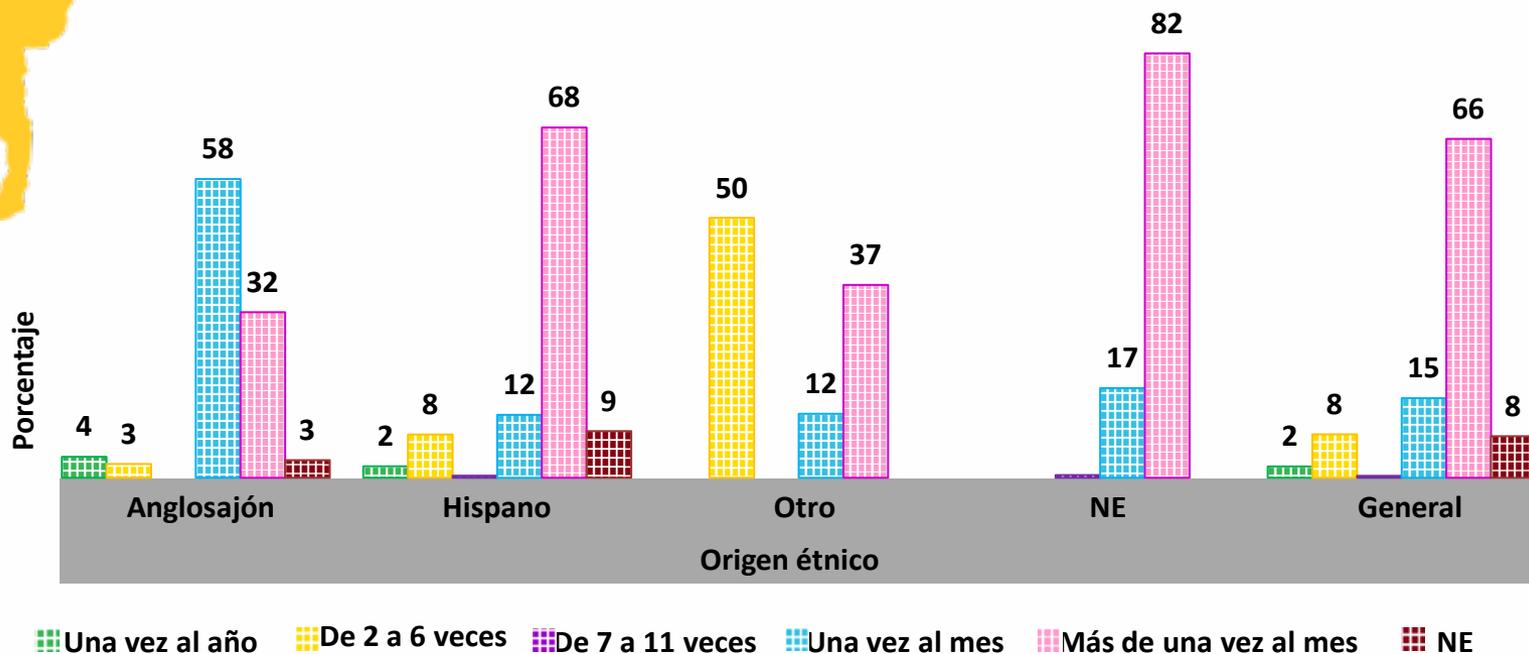


■ Una vez al año  
 ■ De 2 a 6 veces  
 ■ De 7 a 11 veces  
 ■ Una vez al mes  
 ■ Más de una vez al mes  
 ■ NE

Los turistas internacionales son visitantes leales al destino, en su mayoría éstos lo visitan al menos una vez al mes (80 %), sobre todo los hispanos. Porcentajes similares de anglosajones viajan al destino de 2 a 6 veces al año y más de una vez al mes (41 % y 46 % respectivamente), mientras que el 72 % del grupo de otros orígenes viene de 2 a 6 veces al año a la entidad.

# Lealtad o fidelidad

Frecuencia de visitas al año según el origen étnico de los excursionistas



Los excursionistas también son visitantes leales al destino, 81 % lo visita al menos una vez al mes. Para el 58 % de los anglosajones las visitas suelen ser de sólo una vez al mes, mientras que para el 68 % de los hispanos éstas son de más de una vez al mes. Para el 50 % de quienes pertenecieron a otro origen la frecuencia de las visitas son principalmente de 2 a 6 veces al año.

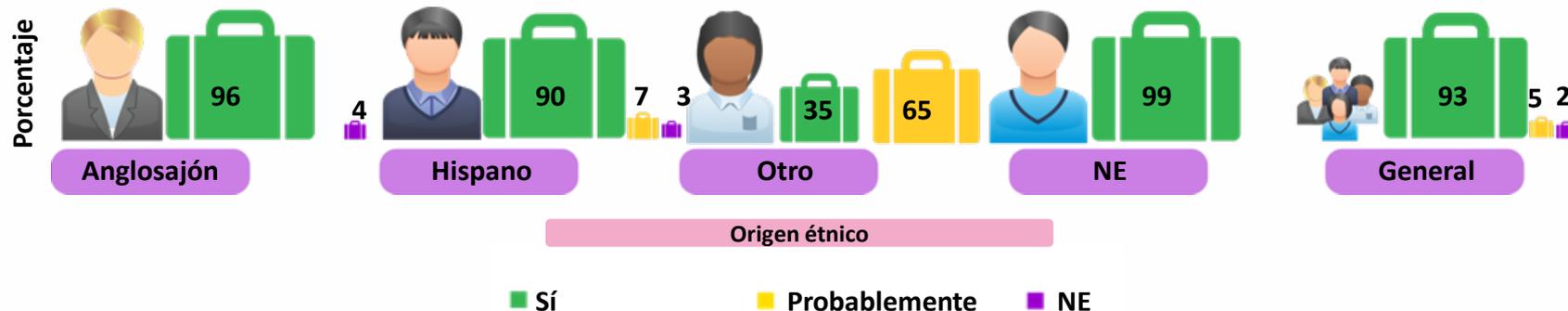
# Lealtad o fidelidad

## Turistas

### Intención de retorno



### Intención de recomendación



La **gran mayoría** de los turistas internacionales tienen **intenciones de regresar** al destino **y de recomendarlo**, con excepción de los turistas de otro origen étnico, quienes en 65 % se mostraron indecisos a recomendarlo.

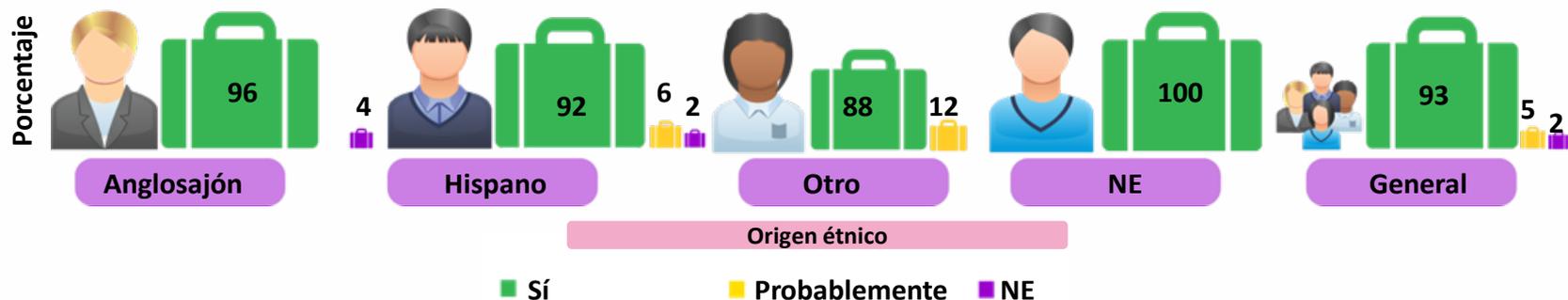
# Lealtad o fidelidad

## Excursionistas

### Intención de retorno



### Intención de recomendación



La **gran mayoría** de los **excursionistas** internacionales en Mexicali mostraron **intenciones de regresar al destino y de recomendarlo a familiares y amigos**. Estas intenciones dan una referencia de las **buenas experiencias** que estos visitantes **vivieron en Mexicali**.



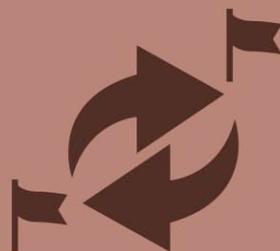
# Fortalezas y debilidades del destino

# Principales fortalezas del destino

Turistas



Hospitalidad



Visita a familiares y amigos

**FORTALEZAS**



Cercanía con E.U.A.



Clima

La **hospitalidad mexicana** fue el **principal factor positivo** identificado por los **turistas internacionales (32%)**, seguida de la oportunidad de poder visitar a sus familiares y amigos.

# Principales fortalezas del destino

## Excursionistas



Cercanía con E.U.A.



Hospitalidad

### FORTALEZAS



Visita a familiares y amigos



Precios accesibles

Para los excursionistas, la cercanía con EUA fue el principal factor positivo identificado, seguido de la hospitalidad mexicana.

# Principales debilidades del destino

## Turistas



Inseguridad



Trato de los policías

### DEBILIDADES



Tiempo de espera para cruzar a EUA



Baches

En cuanto a las debilidades, la mayoría de los **turistas internacionales** identificaron la **inseguridad** como el principal factor negativo del destino, seguido por el mal trato de los policías hacia ellos.

# Principales debilidades del destino

## Excursionistas



Calles con basura



Tiempo de espera para cruzar a EUA

### DEBILIDADES



Trato de los policías



Inseguridad

Los **excursionistas internacionales** también identificaron la **inseguridad** como principal factor negativo, seguido por el **tiempo** que tienen que esperar en el cruce para **regresar a Estados Unidos**.



**Coordinadora general:**  
Dra. Nora L. Bringas Rábago

**Coordinador adjunto:**  
Dr. Djamel Toudert

**Participantes:**  
Dr. Basilio Verduzco Chávez  
Mtra. Yessica Vicencio Murillo  
Mtro. Heber Huizar Contreras  
Mtro. Rafael Ruiz Ortega  
Mtra. Mariana Trejo Sánchez  
Lic. Mariana Argüello Escobedo

**Apoyo técnico especializado:**  
Lic. Carlos Vladimir Ruelas González  
Lic. Jhania Issel Parra García

**Coordinación de trabajo de campo y captura:**  
Lic. Luis Francisco Lares Serrano

**Asesoría trabajo de campo:**  
Jesús Montenegro

**Marco muestral:**  
Mtro. Gilberto Hernández Olvera

**Diseño gráfico:**  
Lic. Claudia Ramos Castillo

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

**Secretario de Turismo:**  
Lic. Juan Benjamín Tintos Funcke

**Subsecretario de Turismo:**  
Lic. José de Jesús Quiñónez Ramírez