

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE BAJA CALIFORNIA



Experiencia de viaje y nivel de satisfacción de los visitantes nacionales en Tijuana (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)**” se realizó con el fin de contar con información detallada acerca del flujo real y las características de los visitantes nacionales que acudieron al estado durante los meses de verano.

Este estudio da seguimiento y actualiza los resultados obtenidos durante invierno 2012-2013. De esta forma, el **Observatorio Turístico de Baja California** continúa la labor de disminuir la brecha de información que existe en el estado en materia turística.

A continuación se presentan los resultados de la experiencia de viaje, el nivel de satisfacción, la lealtad de los visitantes, así como las fortalezas y debilidades del destino visitado captados en las centrales de autobuses y el aeropuerto de **Tijuana**.

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

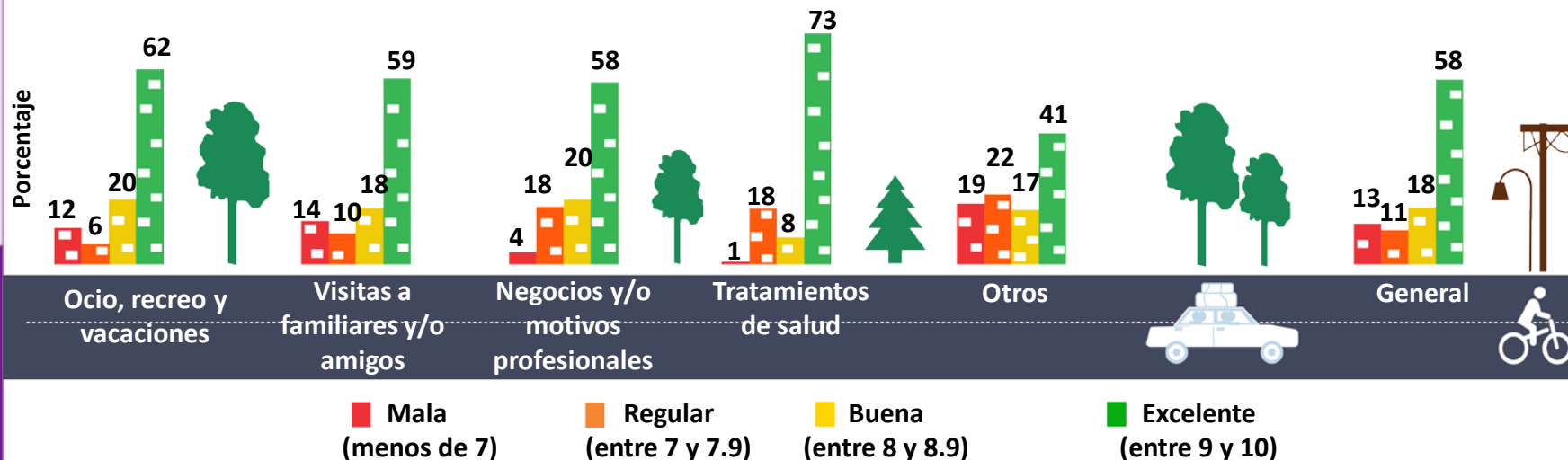
- Esquema de diseño probabilístico, por estratos y polietápico.
- A partir del itinerario de salidas de vuelos nacionales y corridas de autobuses, en las terminales de Tijuana.
- Selección aleatoria del entrevistado para aplicación de la cédula filtro y cuestionario.



**Experiencia de viaje y
nivel de satisfacción
de los visitantes
nacionales en Tijuana**

Evaluación del destino

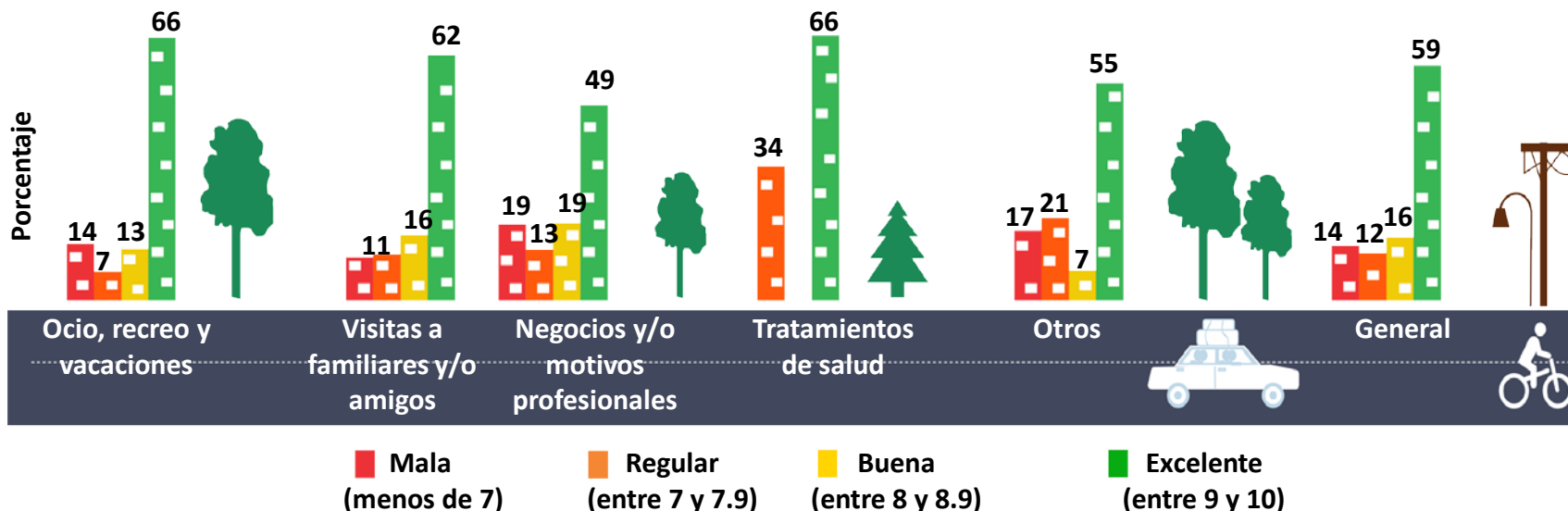
Imagen urbana por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Más de la mitad de los turistas nacionales que viajaron por **vía terrestre** evaluaron la **imagen urbana** de la ciudad como **excelente (58 %)**, principalmente los que viajaron por **tratamientos de salud (73 %)**. En contraste, los turistas que viajaron por **otros motivos** fueron más estrictos al evaluar este aspecto de la ciudad, pues la mayor parte repartió sus evaluaciones entre **regulares (22 %)** y **malas (19 %)**.

Evaluación del destino

Imagen urbana por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

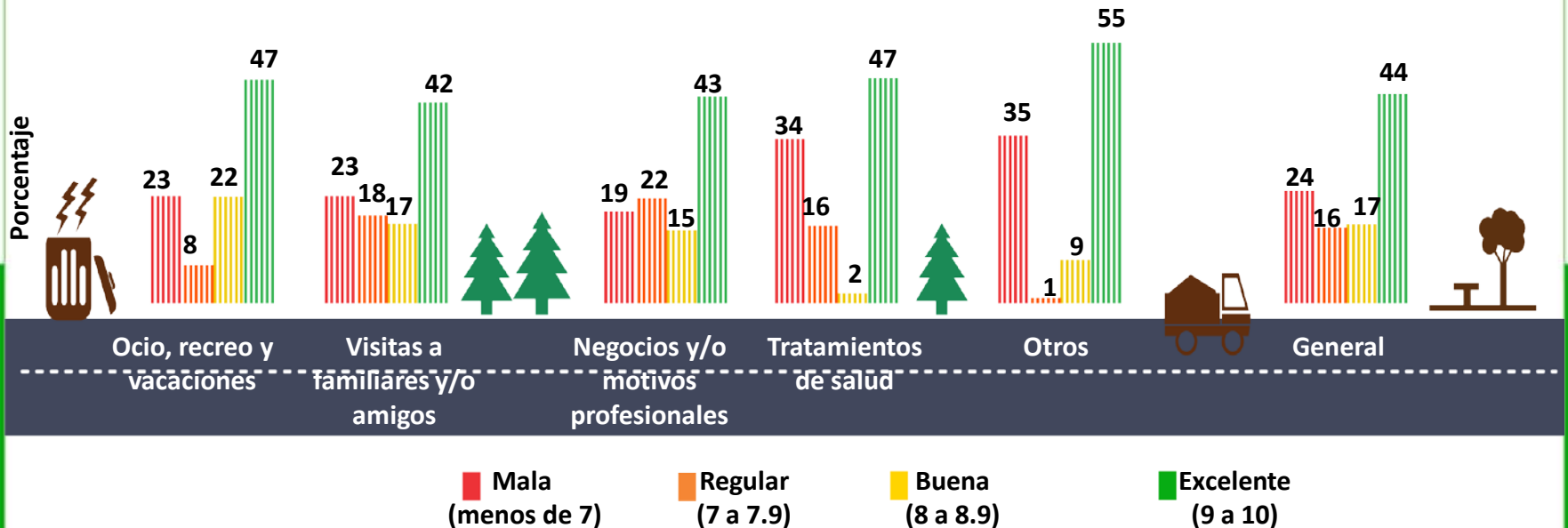


La **mayoría** de los turistas nacionales captados en el **aeropuerto** de Tijuana, consideró la **imagen urbana** del destino como **excelente** (59 %). Sin embargo, hubo quienes emitieron calificaciones no tan favorables, como los turistas que llegaron por **tratamientos de salud**, de quienes la tercera parte evaluó este aspecto como **regular** (34 %), y los visitantes por **otros motivos**, de los que poco más de un tercio emitió evaluaciones **regulares** (21 %) y **malas** (17 %).

Evaluación del destino



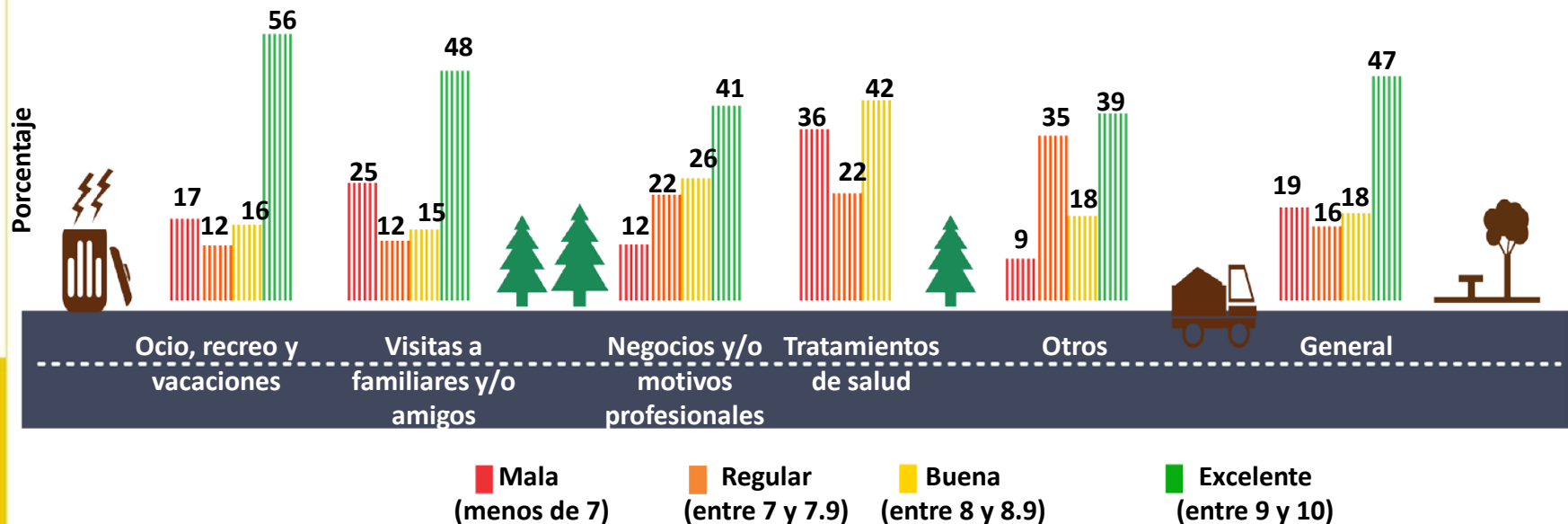
Limpieza de las calles y áreas públicas por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **mayor parte** de los turistas que viajaron por **carretera** consideró que la **limpieza de la ciudad** era **excelente (44 %)**, sobre todo así les pareció a los turistas que viajaron por **otros motivos (55 %)**; no obstante, de estos últimos, la tercera parte calificó este aspecto de la ciudad como **malo (35 %)**, así como los que llegaron al destino por **tratamientos de salud (34 %)**.

Evaluación del destino

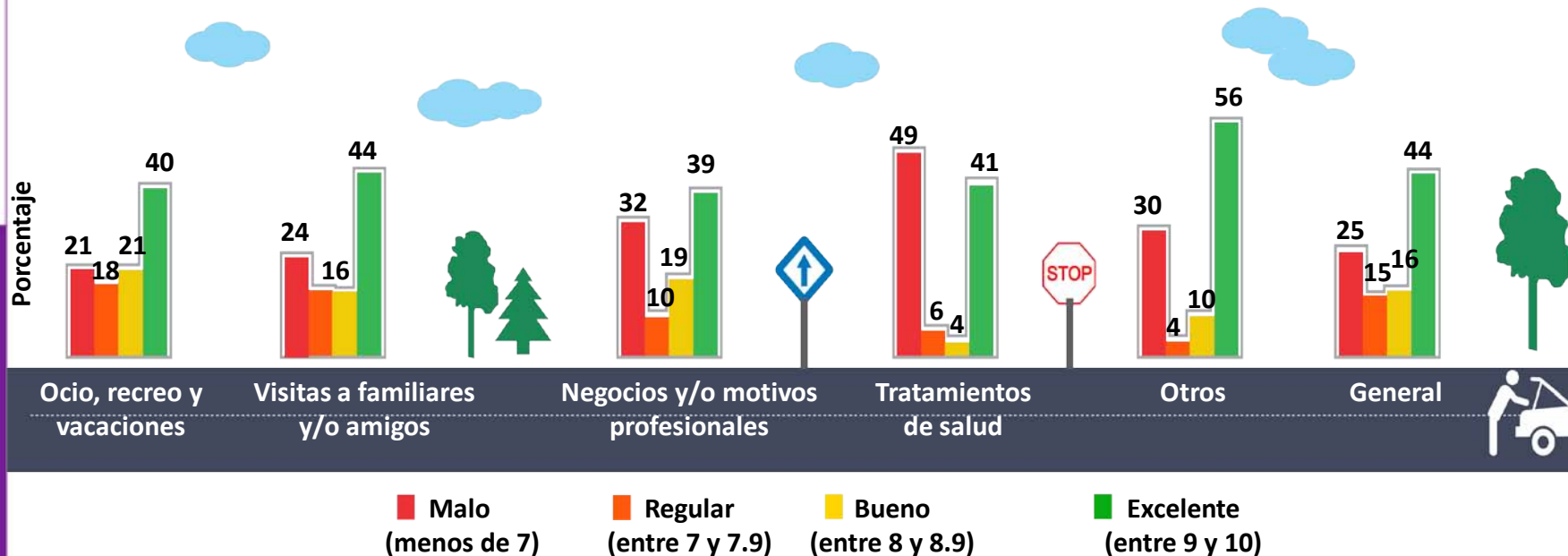
Limpieza de las calles y áreas públicas por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La **mayor parte** de los turistas nacionales encuestados en el **aeropuerto** de Tijuana evaluó la **limpieza de las calles y áreas públicas** como **excelente (47 %)**, en especial los turistas que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (56 %)**. Por parte de los turistas que viajaron por **tratamientos de salud** no hubo calificaciones **excelentes** a este atributo, y aunque la **mayor parte** lo calificó como **bueno (42 %)**, una tercera parte lo consideró **malo (36 %)**.

Evaluación del destino

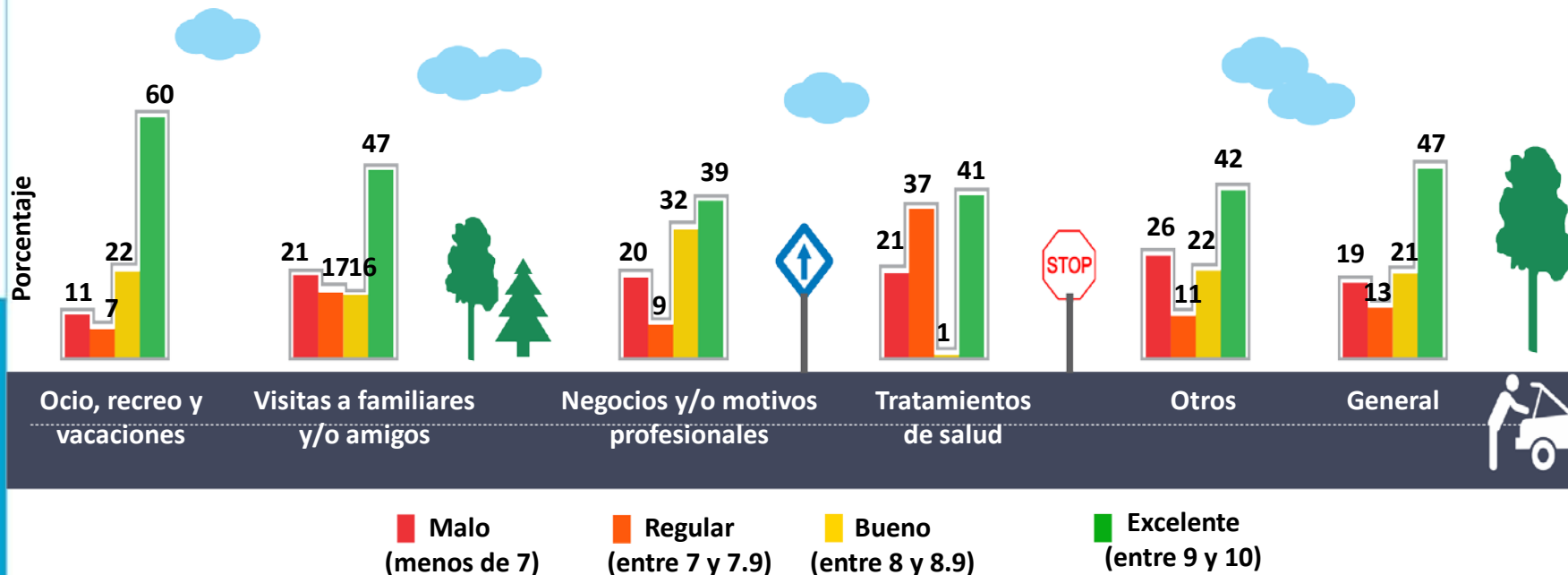
Estado de los caminos y de las carreteras por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



El **estado de los caminos y carreteras** se evaluó como **excelente (44 %)** por parte de los turistas nacionales que viajaron por **vía terrestre**, especialmente los que viajaron por **otros motivos (56 %)**. Destaca que la **mayor parte** de los turistas por **tratamientos de salud** encontró en **mal estado** los caminos y carreteras del destino, pues fueron evaluados por estos como **malos (49 %)**.

Evaluación del destino

Estado de los caminos y de las carreteras por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

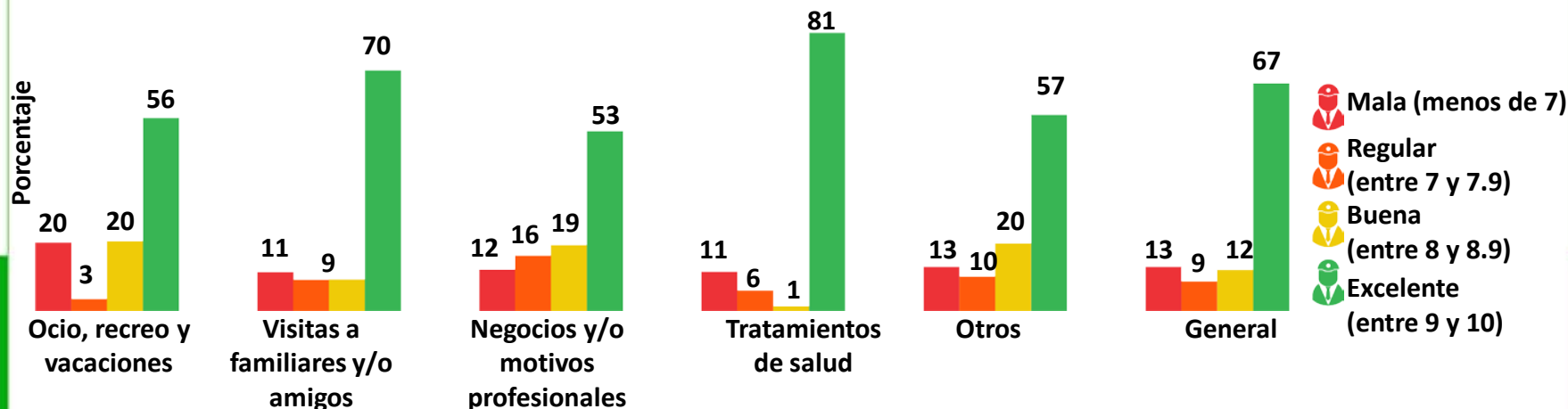


El estado de los **caminos y carreteras** fue un aspecto evaluado de manera **excelente** por la mayor parte de los turistas nacionales que viajaron por **vía aérea (47 %)**, en especial los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (60 %)**. De los que llegaron para **tratamientos de salud**, la mayoría otorgó calificaciones **negativas** a este aspecto (**37 % regulares, 21 % malas**).

Evaluación del destino



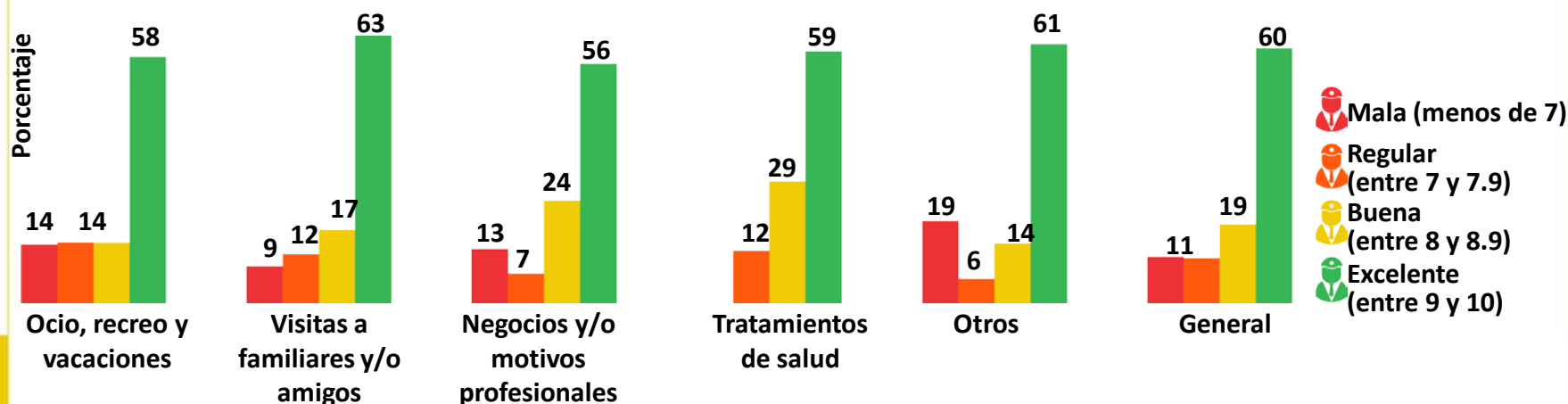
Percepción de la seguridad por vía terrestre por motivo de viaje



En general, los visitantes nacionales captados en las centrales de **autobuses** de Tijuana percibieron la **seguridad** del destino visitado de manera positiva, pues **dos terceras partes** la evaluaron como **excelente (67 %)**, especialmente los que llegaron por **tratamientos de salud (81 %)**. A pesar de las buenas calificaciones, hubo quienes fueron un tanto más exigentes al evaluar la percepción de seguridad, como los que viajaron por **negocios**, que, aunque la mayoría la consideró excelente, una parte considerable la evaluó entre **mala (12 %)** y **regular (16 %)**.

Evaluación del destino

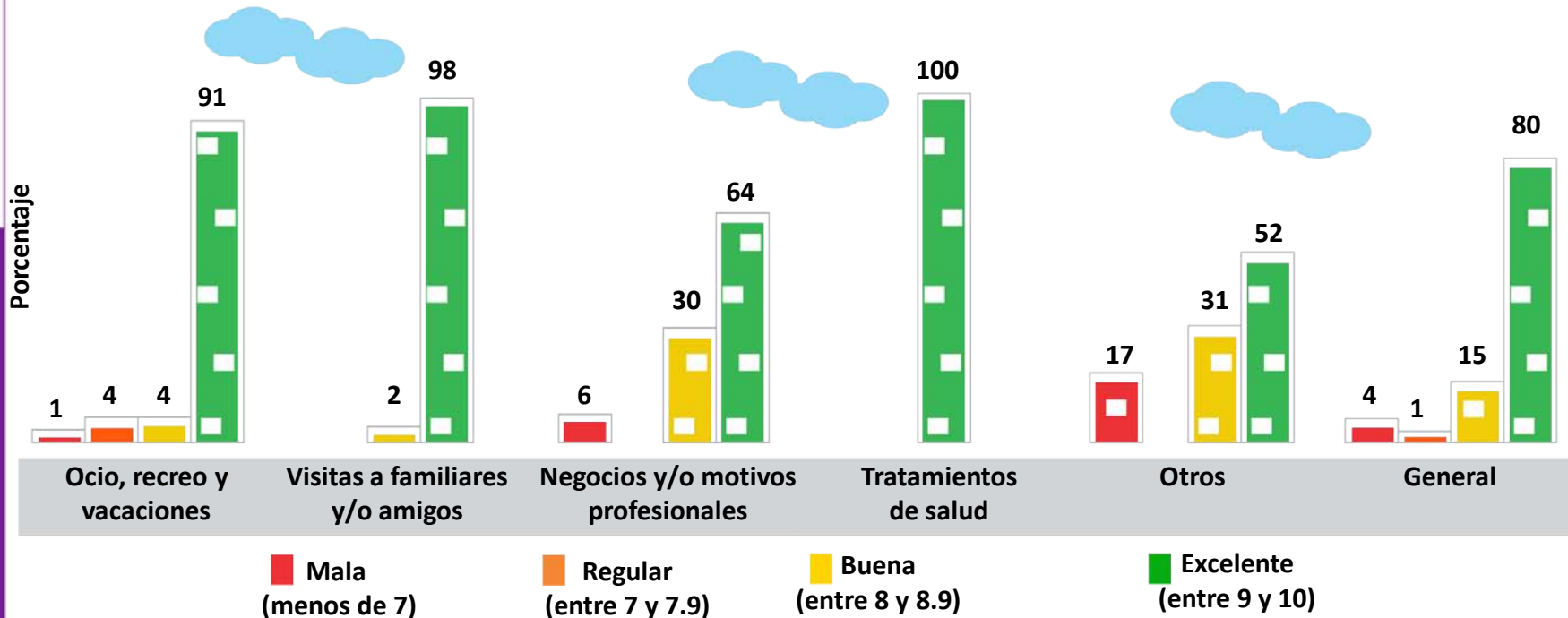
Percepción de la seguridad por vía aérea por motivo de viaje



En general, los visitantes nacionales encuestados en el **aeropuerto** de Tijuana **percibieron el destino como seguro**, pues este aspecto fue evaluado como **excelente** por el **60 %** de estos turistas. Hubo evaluaciones negativas entre los visitantes, siendo los que viajaron por **otros motivos** los más críticos al evaluar como **mala (19 %)** y **regular (6 %)** a la percepción de seguridad.

Evaluación del destino

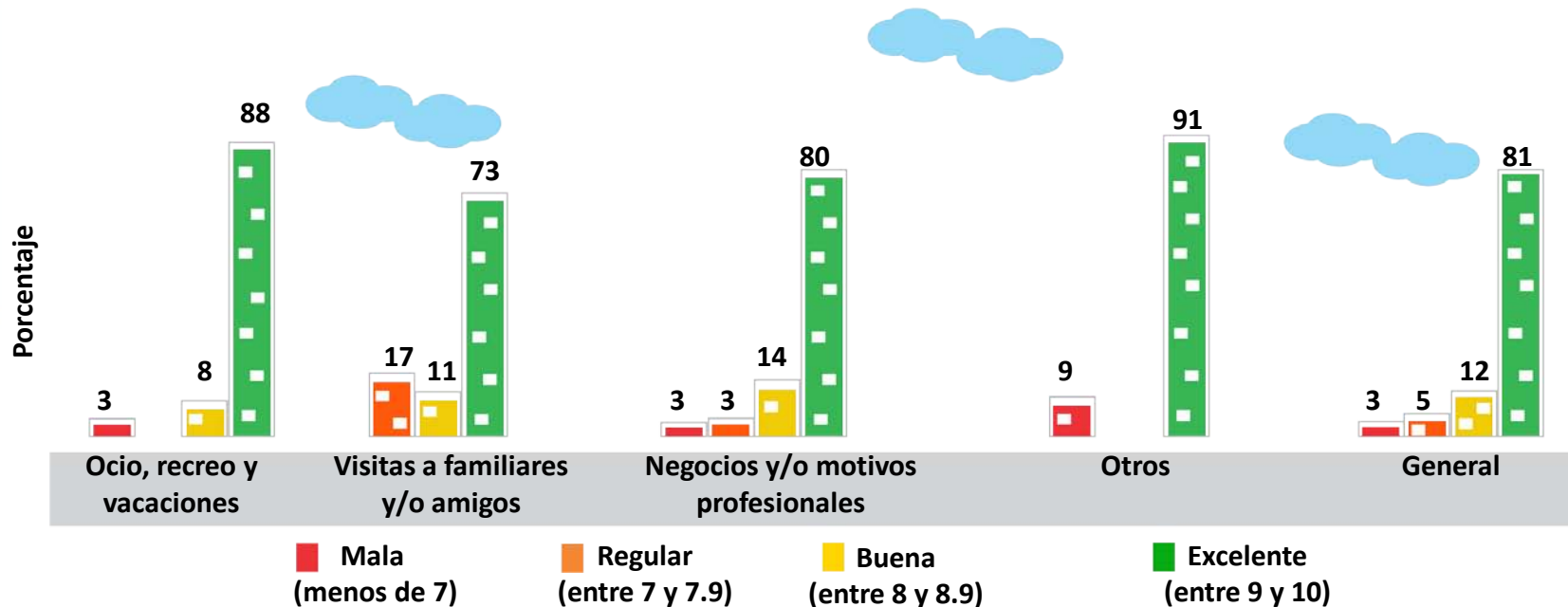
Calidad del alojamiento por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **calidad del alojamiento** fue considerada como **excelente** por los turistas nacionales por **vía terrestre** en el **80 %** de los casos. Cabe destacar que los turistas que viajaron por **tratamientos de salud** y a **visitar a familiares y/o amigos** fueron los más satisfechos pues no emitieron calificaciones negativas.

Evaluación del destino

Calidad del alojamiento por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

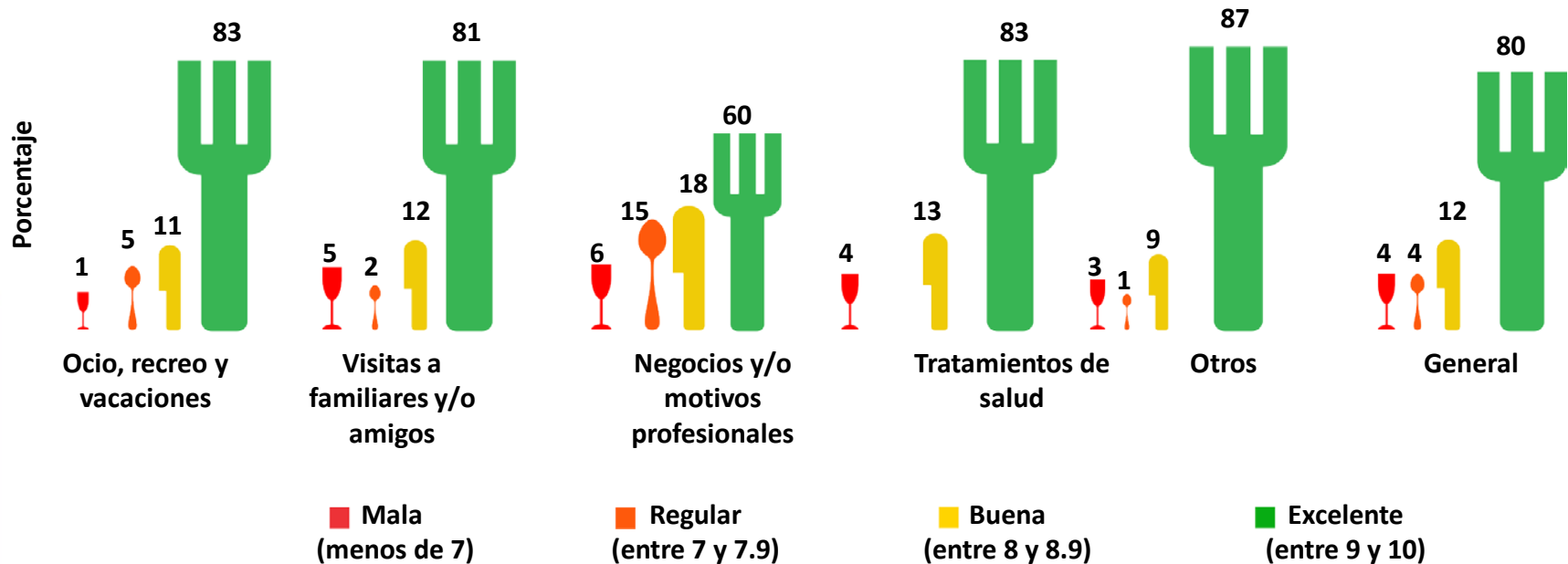


Los turistas encuestados en el **aeropuerto** de Tijuana, evaluaron como **excelente** la **calidad del alojamiento** (81 %), principalmente aquellos que tuvieron **otros motivos de viaje** (91 %), aunque fue el 9 % de éstos mismos quien dio una **mala evaluación** a este atributo.

Evaluación del destino



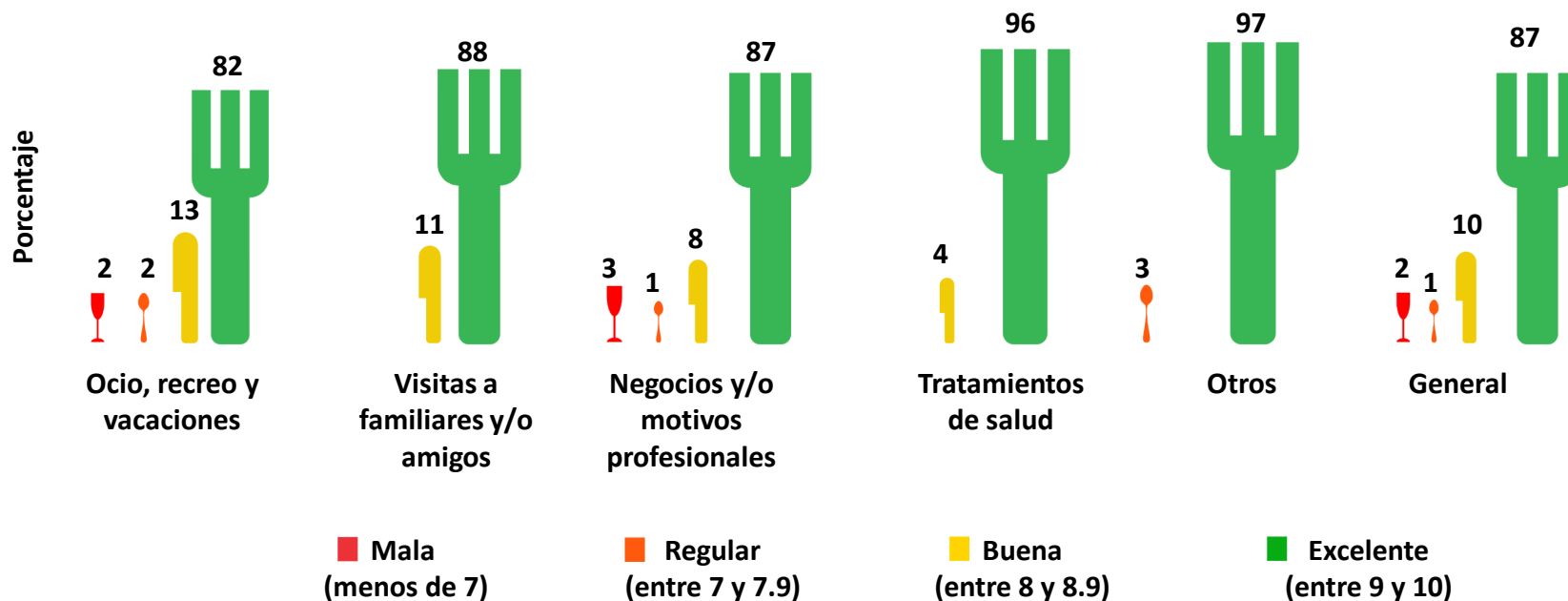
Calidad de los restaurantes por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



Los visitantes nacionales captados en las terminales de **autobuses** de Tijuana, evaluaron como **excelente** la **calidad de los restaurantes** (80 %). Los turistas que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** también evaluaron de forma positiva esta característica (78 %), aunque el 21 % dio evaluaciones **negativas**.

Evaluación del destino

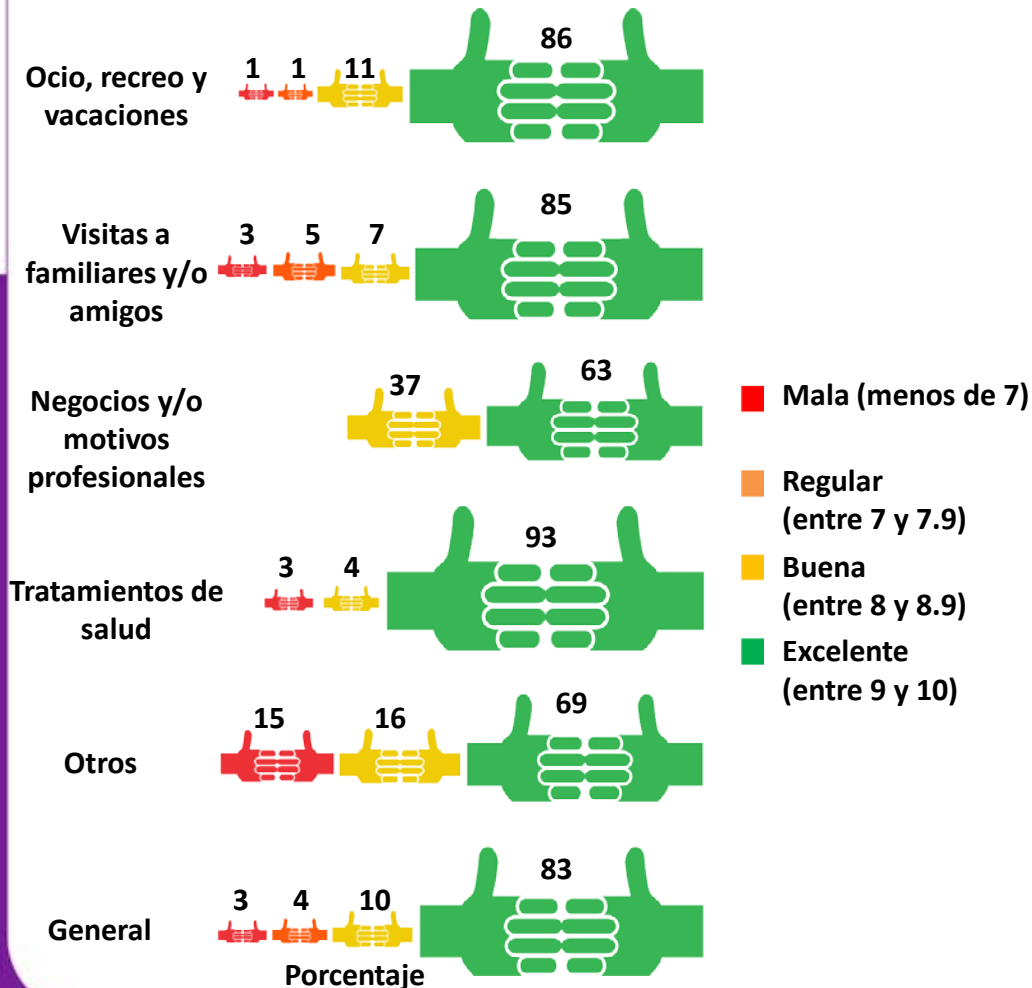
Calidad de los restaurantes por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La **calidad de los servicios de restauración** fue considerada **excelente** por parte de los turistas nacionales que viajaron por **avión**; en especial los que llegaron por **tratamientos de salud**, seguidos de los que **visitaron a familia y/o amigos**, pues no emitieron evaluaciones negativas de algún tipo.

Evaluación del destino

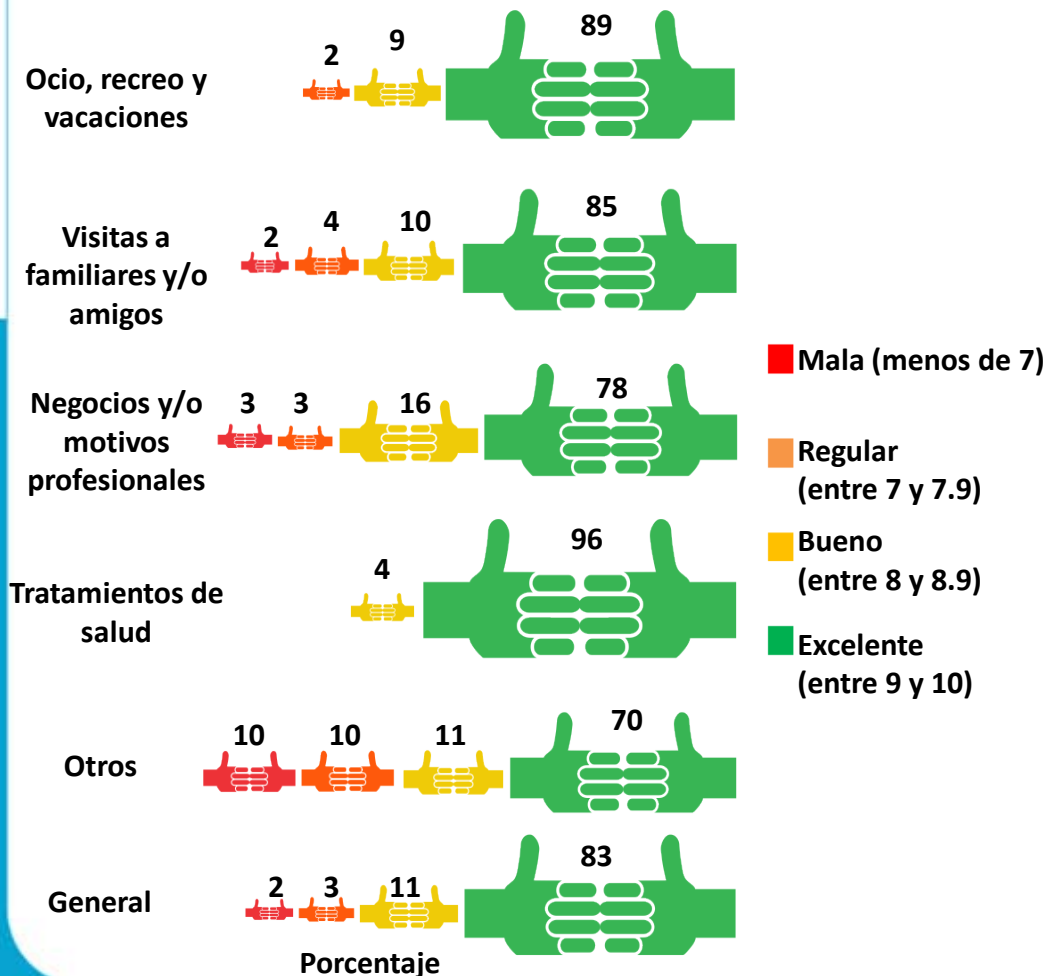
Hospitalidad mexicana por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



En general, la **hospitalidad** de los locales fue apreciada por los turistas nacionales por **vía terrestre**, pues el **83 %** de estos la evaluó como **excelente**; aunque los que viajaron por **otros motivos** evaluaron como **malo** este atributo en el **15 %** de los casos.

Evaluación del destino

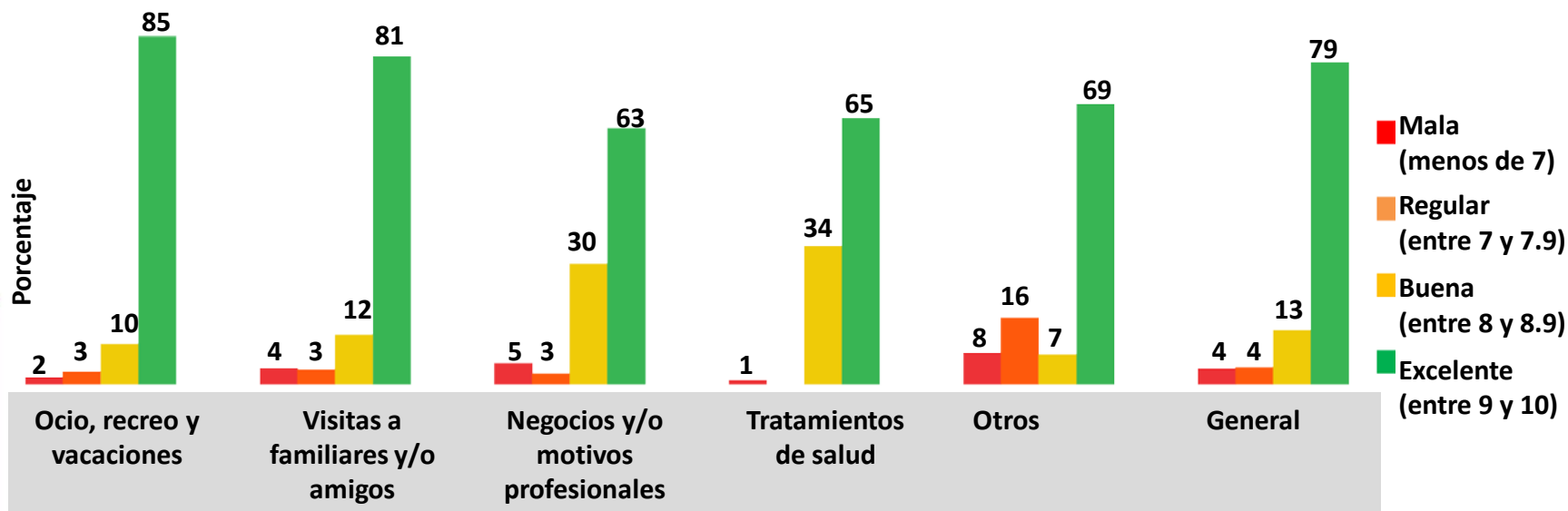
Hospitalidad mexicana por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Para los turistas nacionales captados en el **aeropuerto** de Tijuana, la **hospitalidad** de los habitantes fue una característica muy positiva del destino visitado, lo que se reflejó en el **83 %** de las evaluaciones, sobre todo los que llegaron por **tratamientos de salud**, quienes no emitieron evaluaciones negativas sobre este atributo del destino.

Experiencia de viaje

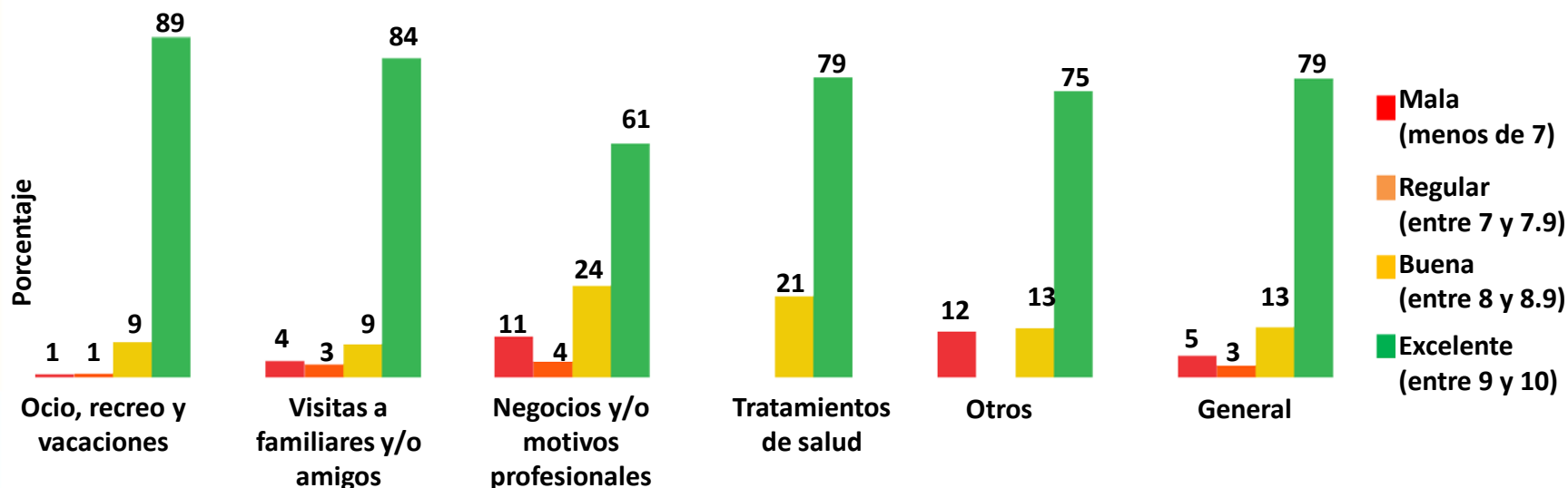
Experiencia de viaje de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



La **experiencia de viaje** de la mayoría de los turistas nacionales que viajaron por **carretera** fue **excelente (79 %)**. Aunque esta valoración persiste entre los turistas sin importar su motivo de viaje, un tercio de los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales**, así como por **tratamientos de salud** consideraron **buena** su experiencia (**30 %** y **34 %** respectivamente), y de los que viajaron por **otros motivos**, una cuarta parte evaluó su experiencia como negativa (**16 % regular** y **8 % mala**).

Experiencia de viaje

Experiencia de viaje de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje

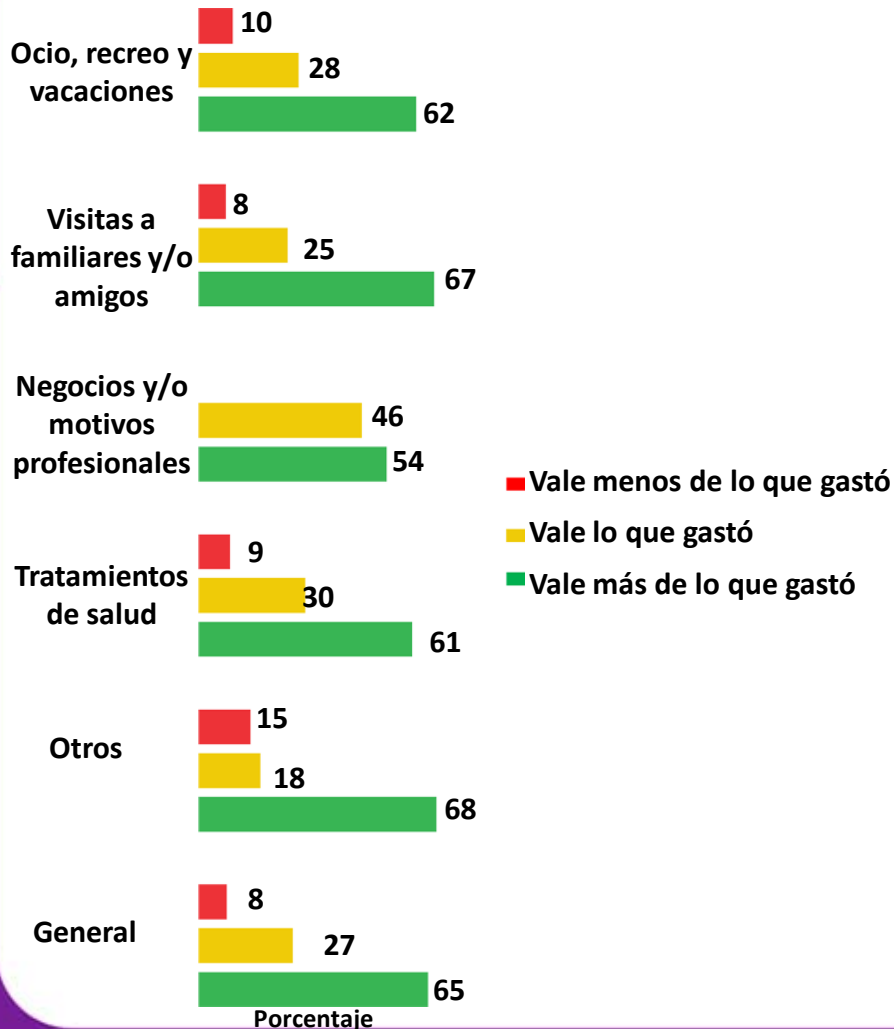


La **mayoría** de los turistas que viajaron por **vía aérea** mencionó haber tenido una **excelente experiencia de viaje** durante su estancia en el destino visitado (**79 %**), sobre todo los que llegaron por **ocio, recreo y vacaciones** (**89 %**). Destacan los visitantes por **tratamientos de salud**, que en su totalidad tuvieron **experiencias positivas** (**79 % excelentes, 21 % buenas**). En contraste, el **15 %** de los que viajaron por negocios evaluó su experiencia como negativa (**11 % mala y 4 % regular**).

Experiencia de viaje



Relación calidad-precio de los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



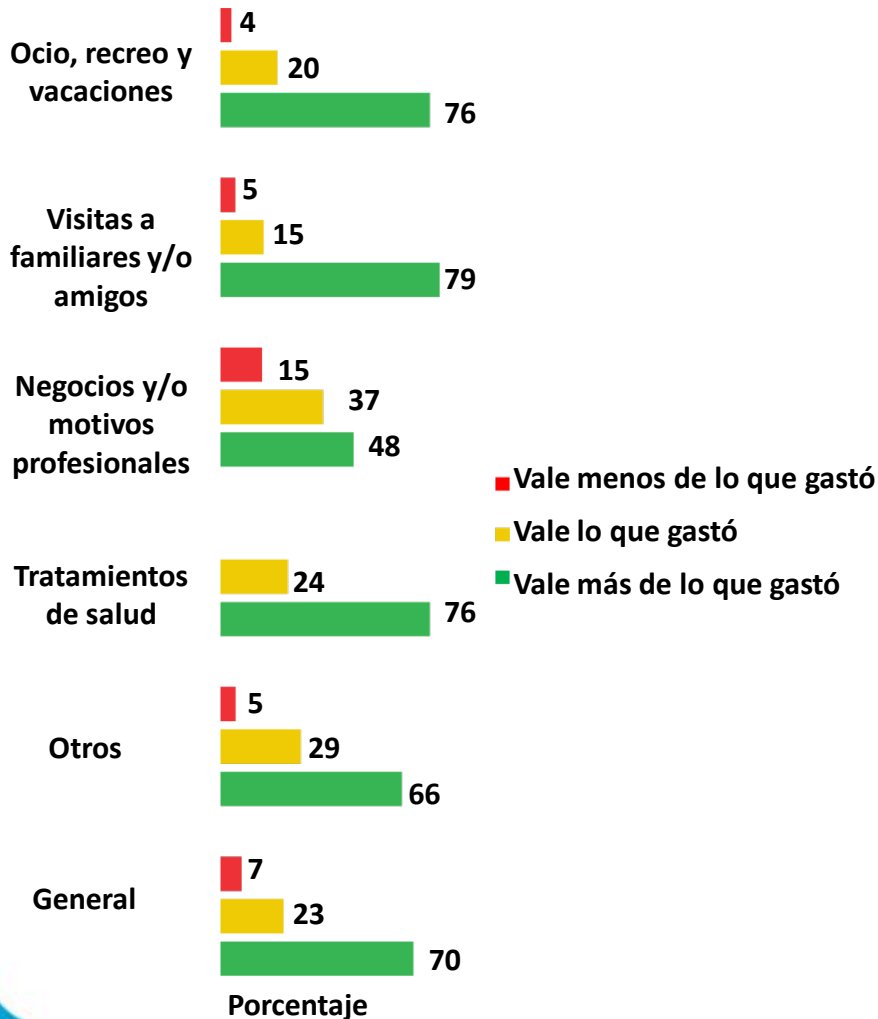
Dos tercios de los turistas nacionales que viajaron por **vía terrestre**, consideraron que su experiencia en el destino **valió más que el gasto realizado (65 %)**, es decir, que obtuvieron más, en cuanto a productos y servicios consumidos en el destino, de lo que realmente gastaron.

No obstante, algunos visitantes no mostraron el mismo optimismo: casi la mitad de los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales** estimó que su experiencia tuvo el **mismo valor que el gasto realizado (46 %)** y una fracción de los que llegaron por **otros motivos** ponderó que su **gasto fue mayor a lo que realmente valió** su experiencia (**15 %**).

Experiencia de viaje



Relación calidad-precio por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



La mayoría de los visitantes nacionales por **vía aérea** estimó que su experiencia de viaje en el destino **valió más de lo que gastó (70 %)**.

Los que viajaron por **tratamientos de salud** no emitieron valoraciones negativas sobre este aspecto de la experiencia de viaje; en contraste, para algunos de los que viajaron por **negocios y/o motivos profesionales**, la experiencia de viaje **valió menos que el gasto realizado (15 %)**.

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 utilizados en el destino.

Para los **visitantes nacionales** captados en las centrales de autobuses y en el aeropuerto de **Tijuana** durante el **verano de 2013**, la **hospitalidad mexicana**, la **oferta de atractivos y servicios**, así como la **calidad de los atractivos turísticos**, fueron los principales aspectos del destino que lograron dejar totalmente satisfechos a estos visitantes.

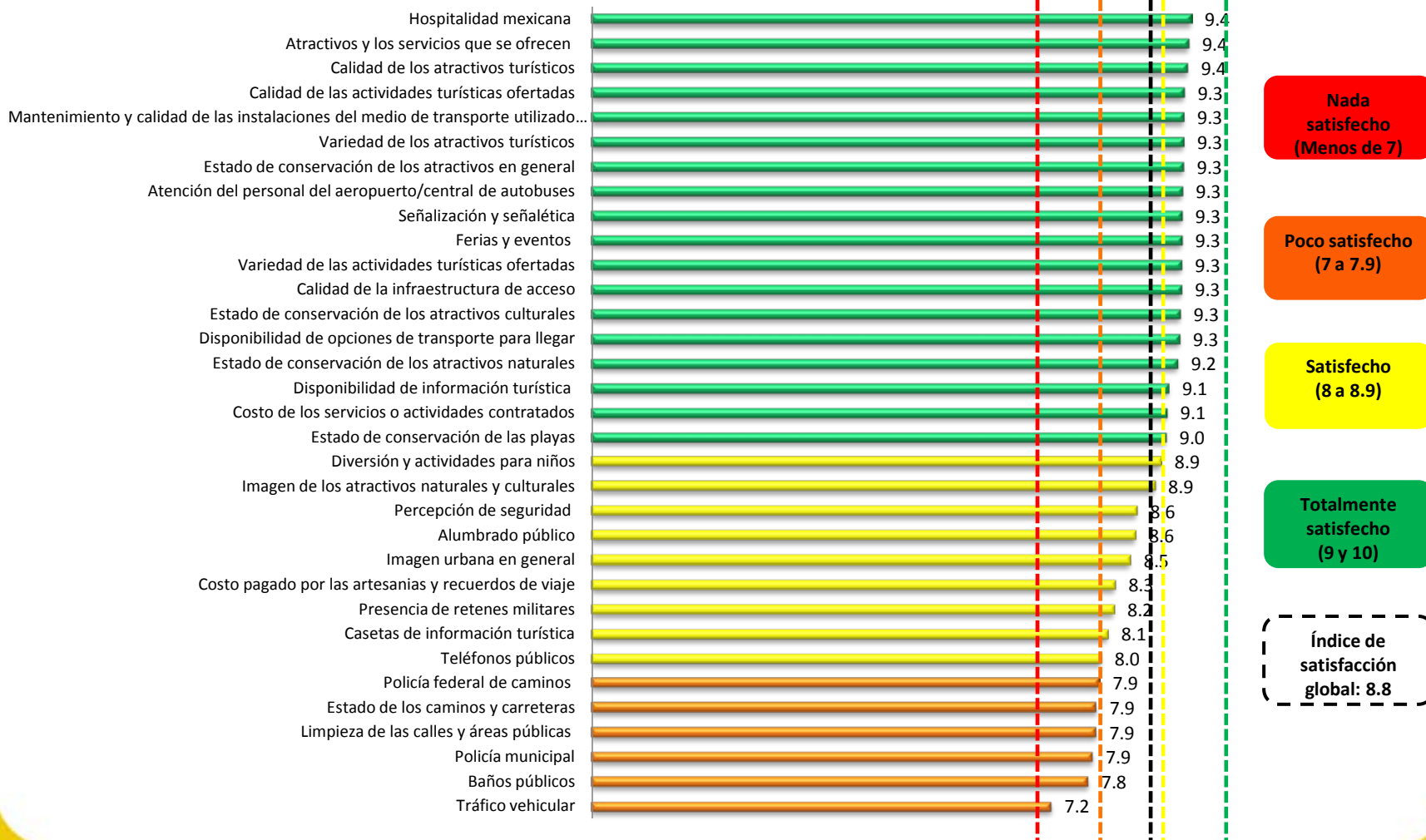
Además de otros **15 elementos** que se ubicaron en la categoría de **totalmente satisfecho**, se encontraron **nueve elementos** en la escala de **satisfecho** y **seis** en la escala de **poco satisfecho**. Vale la pena destacar que ningún elemento se ubico en la escala de nada satisfecho.

Enseguida se muestran los resultados del índice de satisfacción global, así como su desglose por género de los visitantes.

Nivel de satisfacción



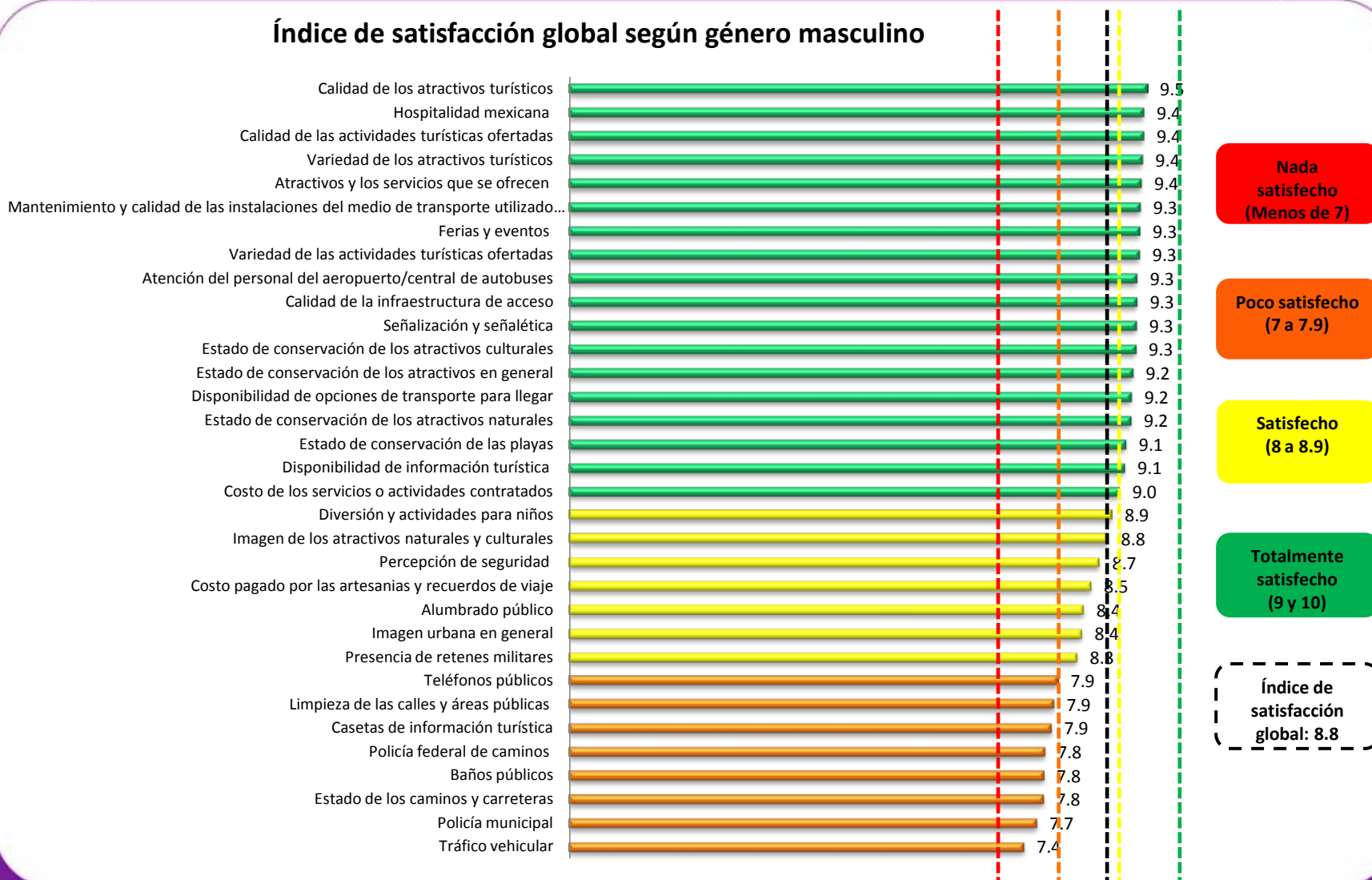
Índice de satisfacción global general



Nivel de satisfacción



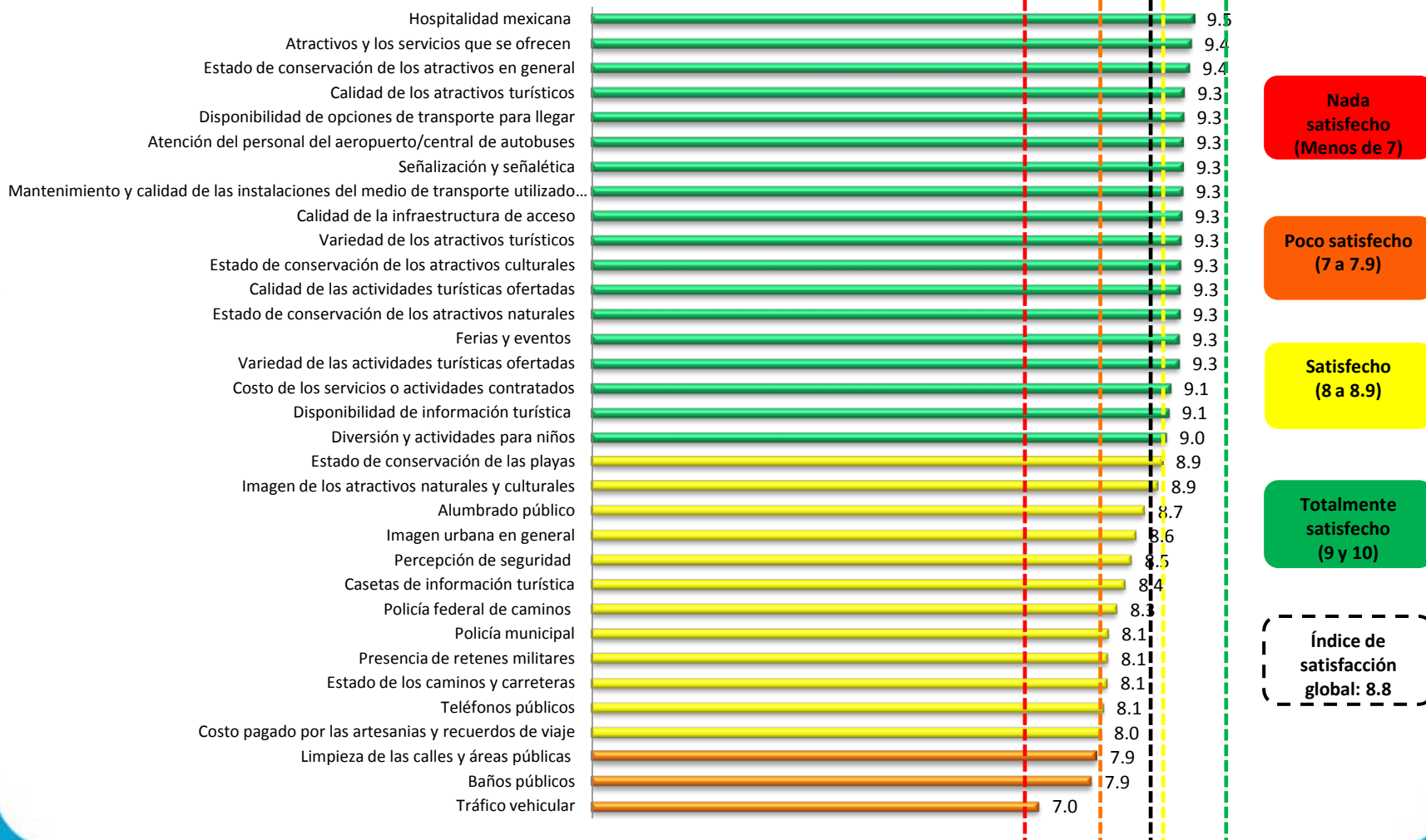
Índice de satisfacción global según género masculino



Nivel de satisfacción



Índice de satisfacción global según género femenino



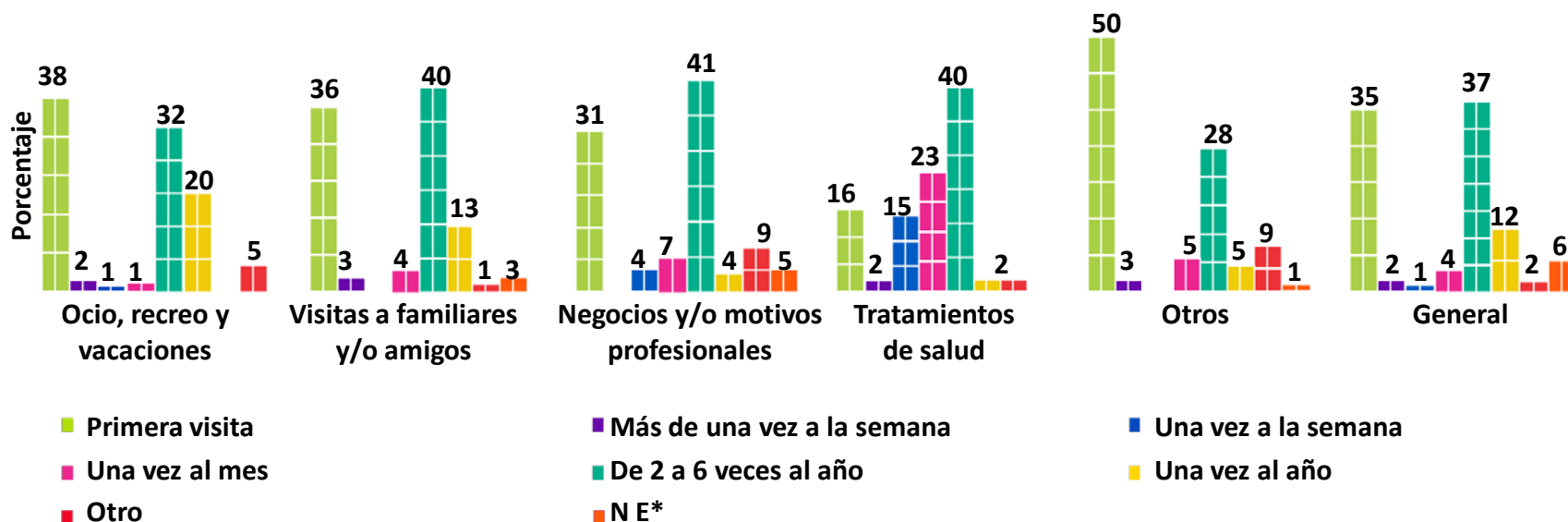


Lealtad de los visitantes nacionales a Tijuana

Lealtad



Frecuencia de las visitas de los visitantes por vía terrestre, por motivo de viaje



La **mayor parte** de los visitantes nacionales, captados en las centrales de **autobuses** de Tijuana, visita el destino de **2 a 6 veces al año (37 %)**, seguida por la **tercera parte** de los turistas, que ésta era su **primera visita (35 %)**. Destacan los visitantes por **tratamientos de salud**, pues entre ellos el **23 %** viaja al destino **una vez al mes**, y con mayor frecuencia el **15 %** que lo visita **una vez a la semana**.

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

Lealtad

Frecuencia de las visitas de los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



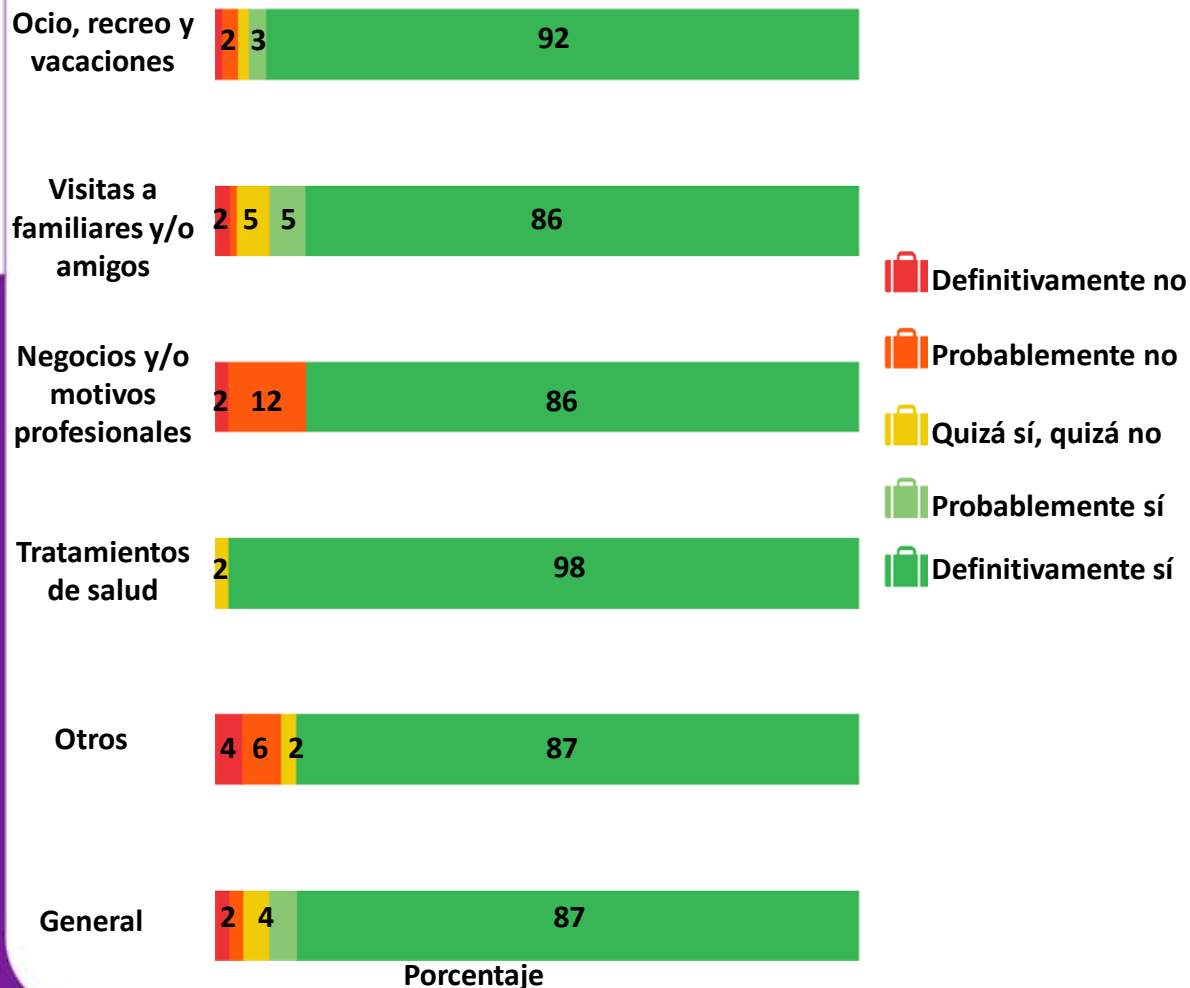
La **mayor parte** de los turistas nacionales por **vía aérea** visitaron el destino **por primera vez (44 %)**, principalmente los que viajaron por **tratamientos de salud (63 %)**, contrario a sus homólogos por vía terrestre, que en general, son los que viajaron con mayor frecuencia.

Un tercio de los turistas mencionó frecuentar el destino de **2 a 6 veces al año**, en particular los que viajaron por **negocios (42 %)**.

Lealtad



Intención de regresar por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje



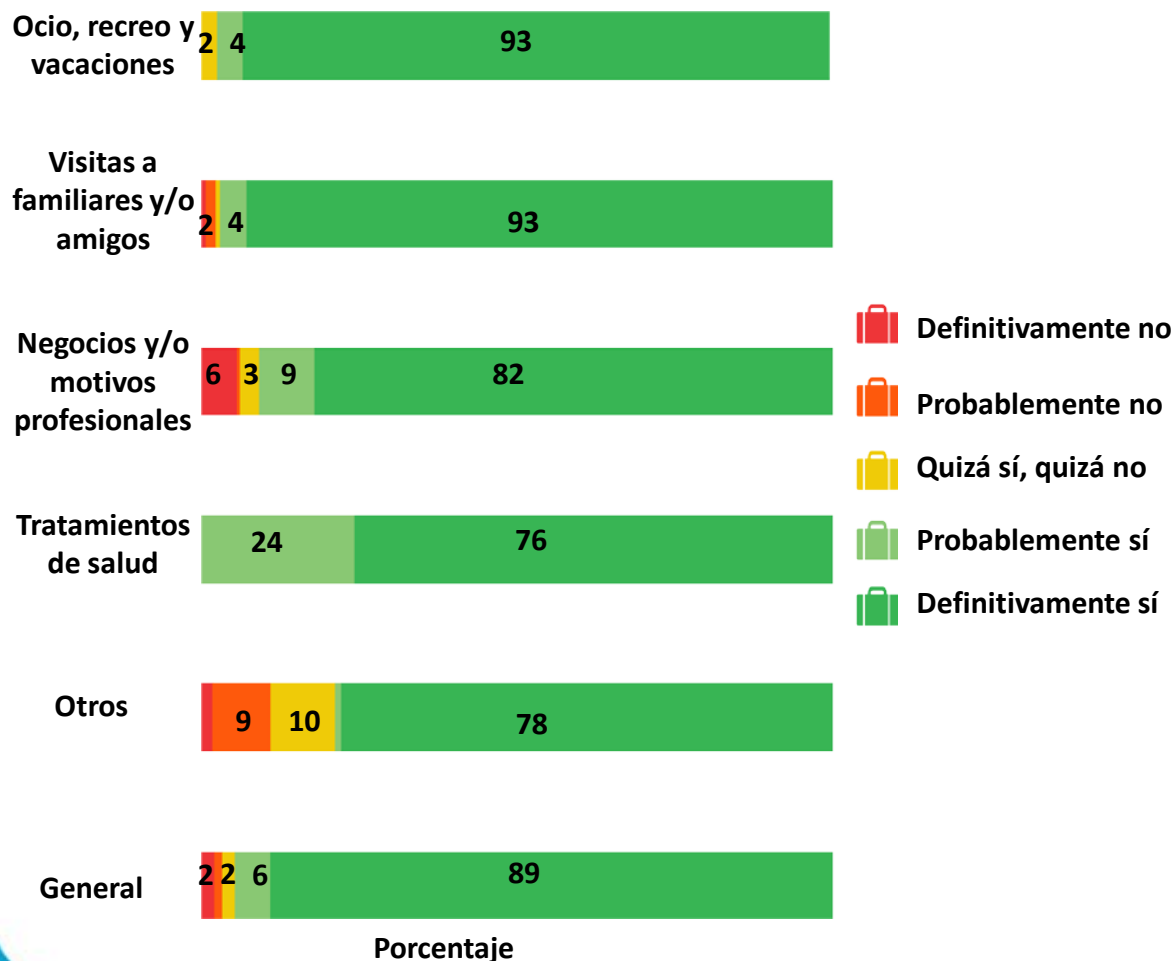
Los visitantes nacionales por **vía terrestre definitivamente sí regresarían al destino**, en particular aquellos que viajaron por **tratamientos de salud (98 %)**.

Sin embargo, los visitantes por **negocios y/o motivos profesionales** y por **otros motivos** no se mostraron tan seguros de retornar, de los primeros, el **12 % probablemente no regresaría**, y de los últimos, un **4 % definitivamente no lo haría**.

Lealtad



Intención de regresar por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



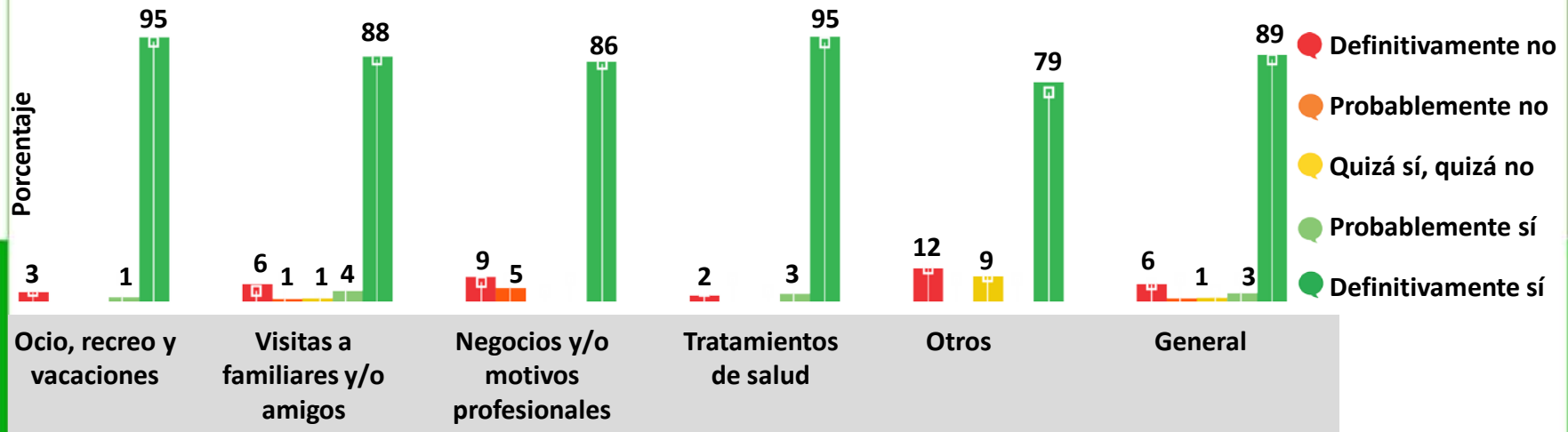
Los visitantes nacionales por **vía aérea** expresaron lealtad al destino, pues el **89 %** de estos expresó que **definitivamente sí regresaría**, especialmente los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones** y para **visitar a familia y/o amigos** (**93 %** respectivamente).

Una pequeña parte de los que llegaron por **negocios** y por **otros motivos** se mostraron menos dispuestos a regresar; el **6 %** de los primeros **definitivamente NO regresaría** y el **9 %** de los segundos **probablemente NO lo haría**.

Lealtad



Intención de recomendar por los visitantes por vía terrestre por motivo de viaje

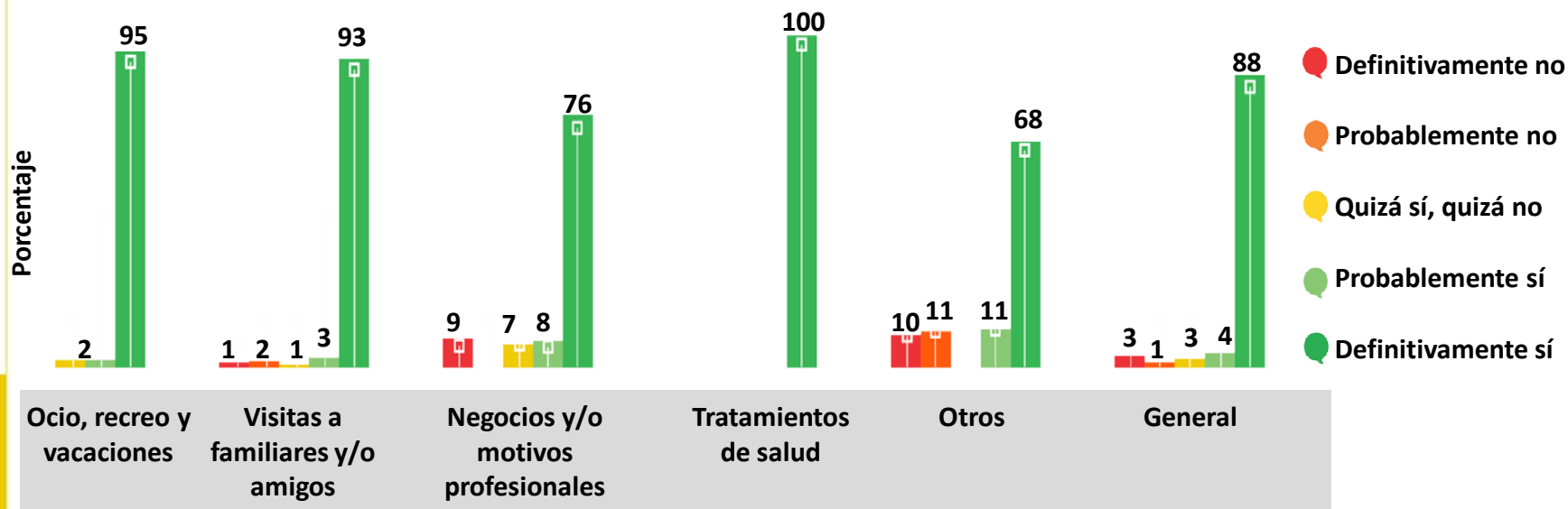


A partir de su experiencia en el destino, los turistas nacionales por **vía terrestre** concluyeron que **definitivamente recomendarían** el destino a sus conocidos, especialmente los que viajaron por **ocio, recreo y vacaciones (95 %)** y por **tratamientos de salud (95 %)**. Los que **NO recomendarían** el destino se reducen al **12 %** de los que viajaron por **otros motivos** y al **9 %** de los que lo hicieron por **negocios**.

Lealtad



Intención de recomendar por los visitantes por vía aérea por motivo de viaje



Los turistas captados en el **aeropuerto** de Tijuana **definitivamente recomendarían** el destino (**88 %**), en especial los que llegaron por **tratamientos de salud**, (**100 %**). Entre los que mostraron menor intención de recomendar el destino se encuentran los visitantes que especificaron **otro motivo** de viaje, pues el **11 %** de estos **probablemente no lo recomendaría** y el **10 % definitivamente no** lo haría.



Fortalezas y debilidades de Tijuana

Principales fortalezas del destino (vía terrestre)



Los turistas captados en las **centrales de autobuses** de Tijuana identificaron como los aspectos **más positivos** del destino el **clima (11 %)**, los **parques (8 %)**, las **playas (6 %)** y el **ambiente familiar (5 %)**.

Principales fortalezas del destino (vía aérea)



Los visitantes nacionales encuestados en el **aeropuerto** de Tijuana consideraron que los aspectos **más favorables** del destino eran el **clima** (15 %), la **hospitalidad de la gente** (9 %), las **playas** (6 %) y la **gastronomía** (5 %).

Principales debilidades del destino (vía terrestre)



A los turistas por **vía terrestre** les pareció que el **tráfico vehicular** (10 %), la **basura en calles** (7 %), la **inseguridad** (6 %) y las **calles con baches** (4 %) fueron los **aspectos desfavorables** identificados durante su estancia en el destino.

Principales debilidades del destino (vía aérea)



El **tráfico vehicular** (11 %), la **basura en las calles** (7 %), la **inseguridad** (5 %) y el **transporte público** (4 %) fueron mencionados como los **factores negativos** del ciudad visitado, por parte de los turistas nacionales captados en el **aeropuerto** de Tijuana.



<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

