

# Comparativo Julio - Agosto y Diciembre 1999

Evaluación del Programa de Promoción Turística  
**"Sé Turista En Tu Estado"**

Marzo 05, 2000

## 1. Antecedentes.-

El Programa de promoción turística "Sé Turista En Tu Estado" es el resultado de un esfuerzo realizado entre los Prestadores de Servicios Turísticos, los Comités de Turismo y Convenciones, los Fondos Mixtos de Promoción Turística y el Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Turismo y tiene como objetivos.-

- ✓ Ofrecer a la comunidad la oportunidad de conocer y utilizar las instalaciones y atractivos turísticos existentes en las localidades del Estado.
- ✓ Ofrecer a los habitantes del estado la posibilidad de realizar actividades recreativas y fomentar el intercambio social y cultural de las comunidades del estado.
- ✓ Promover la identidad estatal y nacional a través del conocimiento de la riqueza natural y cultural del estado.
- ✓ Ofrecer a los residentes en el Estado de Baja California descuentos en servicios de alojamiento, restaurantes, tiendas de artesanías, atractivos turísticos, actividades recreativas y otros servicios turísticos adicionales.
- ✓ Incrementar la rentabilidad de las inversiones turísticas en el estado.

## 2. Objetivo de la Evaluación del Programa "Sé Turista En Tu Estado"

La empresa GPRO fue contratada para realizar la evaluación del programa, planteándose como objetivos de la investigación los siguientes.

- ✓ Determinar el impacto en las ventas de los prestadores de servicios que participan en el programa.
- ✓ Determinar el grado de satisfacción de los prestadores de servicios turísticos que participan en el programa.
- ✓ Conocer que otros servicios turísticos se deben incorporar al programa.

### 3. Resultados.-

Los resultados se presentan en tres apartados, el primero considera los viajes con pernocta e ida y vuelta a nivel estatal, el segundo comprende los impactos del programa "Sé turista en tu estado" y en el tercero se plantean algunas recomendaciones.

#### 3.1 Viajes con pernocta e ida y vuelta el mismo día en el estado.

En los siguientes apartados se desagrega la información de los viajes realizados con pernocta e ida y vuelta el mismo día para los dos periodos de estudio, julio - agosto y diciembre.

##### 3.1.1. Viajes con pernocta.-

Las personas residentes en Baja California mayores de 15 años y que realizaron **viajes durante los meses de julio, agosto y diciembre de 1999** dentro del estado, **superaron las 368,000 personas**; de ellas el 49% efectuaron sus viajes en el los meses de julio y agosto y el resto en diciembre. El número de viajes en julio y agosto fue superior en 0.25 viajes (2.25 viajes en el julio - agosto y 2.0 en diciembre).

Respecto al **gasto promedio por persona, durante los meses de julio y agosto fue de \$468.93 (29% más que en diciembre)**; el gasto promedio inferior durante diciembre se debe principalmente al motivo de viaje, ya que el 68% de las personas que viajaron fueron a visitar a familiares y amigos, mientras que en julio y agosto el 43% de las personas viajó por descanso o placer.

El principal medio de transporte utilizado durante los viajes dentro del estado es el automóvil con el 78% del total.

**La derrama económica generada por los viajes de los residentes en el estado durante los dos periodos de estudio superó lo \$328.5 millones de pesos**, de los cuales el 58% se registró en los meses julio y agosto y el 42% restante en diciembre.

<b>Julio - Agosto viajes con pernocta</b>	<b>Diciembre viajes con pernocta</b>
El 12.8% de los residentes en el estado realizaron <b>viajes con pernocta</b> y representaron más de <b>180,000 personas</b> .	El 13.4% de los residentes en el estado realizaron <b>viajes con pernocta</b> y representaron más de <b>188,000 personas</b> .
◆ El número de viajes promedio fue de 2.25.	◆ El número de viajes promedio fue de 2.0
◆ El gasto promedio por persona por viaje: \$468.93 pesos	◆ El gasto promedio por persona por viaje: \$362.85 pesos
◆ El grupo de viaje promedio fue de casi 2.7 personas	◆ El grupo de viaje promedio fue de casi 2.6 personas
<b>La derrama económica generada se estima en más de \$190,000,000.00 pesos</b>	<b>La derrama económica generada se estima en más de \$138,500,000.00 pesos</b>
Ö Los principales motivos de viaje fueron: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Descanso o placer ,43% de los viajes</li> <li>▪ Visita a familiares y amigos,34%.</li> </ul>	Ö Los principales motivos de viaje fueron: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visita a familiares y amigos,68%.</li> <li>▪ Negocios y trabajo, 14%</li> </ul>
Ö El principal medio por el que se enteraron del destino fue la recomendación con el 47% del total. .	Ö El principal medio por el que se enteraron del destino fue la recomendación con el 34% del total. .
Ö El medio de transporte más utilizado fue el automóvil con el 78% del total.	Ö El medio de transporte más utilizado fue el automóvil con el 79% del total.

### 3.1.2 Viajes de Ida y vuelta el mismo día.-

Los residentes en Baja California mayores de 15 años, que realizaron **viajes de ida y vuelta dentro del estado durante los meses de julio, agosto y diciembre ascienden a más de 506 millones de personas**, de ellos el 77% viajó en el periodo de julio y agosto, y el 23% restante en el mes de diciembre. La distribución anterior se debe a que durante diciembre únicamente el 8.3% de las personas residentes en el estado y mayores de 15 años viajó, mientras que en el periodo de julio y agosto el volumen alcanzó el 27.7%. **El gasto promedio de las personas que viajaron durante diciembre fue de \$396.53 pesos, 59% más que el gasto registrado en julio - agosto.**

La **derrama económica** generada por los viajes de ida y vuelta el mismo día en ambos periodos de estudio asciende a **\$376 millones**, de los cuales el 73% se efectuó en los meses de julio y agosto y el 27% restante en diciembre.

<b>Julio - Agosto viajes de ida y vuelta el mismo día</b>	<b>Diciembre viajes de ida y vuelta el mismo día</b>
El 27.7% de los residentes en el estado realizaron <b>viajes de ida y vuelta el mismo día</b> y representaron más de <b>389,000 personas</b> .	El 8.3% de los residentes en el estado realizaron <b>viajes de ida y vuelta el mismo día</b> y representaron más de <b>117,000 personas</b> .
◆ El número de viajes promedio fue de 2.8.	◆ El número de viajes promedio fue de 2.2.
◆ El gasto promedio por persona por viaje: \$249.57 pesos	◆ El gasto promedio por persona por viaje: \$396.53 pesos
◆ El grupo de viaje promedio fue de casi 2.5 personas	◆ El grupo de viaje promedio fue de casi 2.3 personas
<b>La derrama económica generada se estima en alrededor de \$274,000,000.00 pesos</b>	<b>La derrama económica generada se estima en alrededor de \$102,000,000.00 pesos</b>

<b>Julio - Agosto viajes de ida y vuelta el mismo día</b>	<b>Diciembre viajes de ida y vuelta el mismo día</b>
<p>Ö Los principales motivos de viaje fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Descanso o placer con el 43% de los viajes</li> <li>▪ Visita a familiares y amigos, 23%.</li> </ul>	<p>Ö Los principales motivos de viaje fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visita a familiares y amigos, 43%.</li> <li>▪ Negocios o comisión de trabajo, 34%</li> </ul>
<p>Ö El principal medio por el que se enteraron del destino fue la recomendación con el 54% del total.</p>	<p>Ö El principal medio por el que se enteraron del destino fue la recomendación con el 47% del total.</p>
<p>Ö El medio de transporte más utilizado fue el automóvil con el 75% del total.</p>	<p>Ö El medio de transporte más utilizado fue el automóvil con el 83% del total.</p>

### 3.2 Impactos del Programa “Sé turista en tu estado”.

Se estima que alrededor de **50,800 personas** residentes en el estado y mayores de 15 años tienen la tarjeta de descuento “Sé turista en tu Estado” correspondiente a 1999 y años anteriores. En los meses de julio y agosto alrededor del **0.8% de los residentes** en el estado y mayores de 15 años **utilizaron la tarjeta**, mientras que para diciembre el número de beneficiados se ubicó en **2.61%** (se incrementó en un 226% respecto al periodo de julio - agosto). El número de viajes - personas generados por la tarjeta de descuento ascendió a más de **215,000** en los dos periodos.

Los turistas y excursionistas obtuvieron descuentos del **19%** en promedio durante el periodo de julio - agosto y del **16.2%** en promedio durante diciembre.

La derrama económica generado por el programa fue superior a los \$80 millones y representó un incremento en las ventas del 3.5% en promedio durante el periodo de julio y agosto, y benefició al 54% de los prestadores de servicios participantes. Mientras que para el mes de diciembre, las ventas observaron un incremento del 6.5% y repercutió en el 46% de los participantes en el programa.

Aún cuando algunos establecimientos no observaron incrementos en las ventas, el **73% de los prestadores de servicios entrevistados en julio y agosto** observaron un **incremento en la afluencia** de personas al negocio, mientras que **para diciembre los participantes que registraron incrementos en la afluencia de visitantes ascendieron al 82%.**

Cabe resaltar que los establecimientos tienen 2.7 años en promedio de participación en el programa.

<b>Julio y agosto</b>	<b>Diciembre</b>
El 0.8% de los residentes en el estado mayores de 15 años utilizaron la tarjeta de descuento durante sus viajes en Baja California durante julio y agosto.	El 2.61% de los residentes en el estado mayores de 15 años utilizaron la tarjeta de descuento durante sus viajes en Baja California durante diciembre.
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Número de personas mayores de 15 años con tarjeta del programa "Sé turista en tu estado" 36,800.</li> <li>◆ Número de viajes - personas realizados por usuarios de la tarjeta se estima en 100,000.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Número de personas mayores de 15 años con tarjeta del programa "Sé turista en tu estado" 36,800.</li> <li>◆ Número de viajes - personas realizados por los usuarios de las tarjetas se estima en 115,000.</li> </ul>
Descuento que obtuvieron los usuarios de la tarjeta "Sé turista en tu estado" 19%.	Descuento que obtuvieron los usuarios de la tarjeta "Sé turista en tu estado" 16.2%.

Julio y agosto	Diciembre
<p><b><u>Derrama económica generada</u></b> por los usuarios de las tarjetas se estima en <b><u>\$37.04 millones de pesos.</u></b></p> <p>Ö La <b>derrama generada</b> representó para los prestadores de servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Un incremento en las ventas de los negocios participantes equivalente al 3.5%</b></li> <li>▪ <b>Un incremento en la afluencia de personas al establecimiento del 4.9%</b></li> </ul>	<p><b><u>Derrama económica generada</u></b> por los usuarios de las tarjetas se estima en <b><u>\$43.2 millones de pesos.</u></b></p> <p>Ö La <b>derrama generada</b> representó para los prestadores de servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Un incremento en las ventas de los negocios participantes equivalente al 6.5%</b></li> <li>▪ <b>Un incremento en la afluencia de personas al establecimiento del 4.5%</b></li> </ul>
<p>Ö Los tipos de <b>establecimientos más beneficiados</b> por el programa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alimentos y bebidas (48% del total)</b></li> <li>▪ <b>Hospedaje (38% del total).</b></li> </ul>	<p>Ö Los tipos de <b>establecimientos más beneficiados</b> por el programa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Hospedaje (51% del total).</b></li> <li>▪ <b>Alimentos y bebidas (36% del total)</b></li> </ul>
<p>Ö El 73% de los establecimientos entrevistados han registrado incremento en la afluencia de visitantes.</p>	<p>Ö El 82% de los establecimientos entrevistados han registrado incremento en la afluencia de visitantes.</p>
<p>Ö El 54% de los establecimientos entrevistados registraron incremento en sus ventas.</p>	<p>Ö El 46% de los establecimientos entrevistados registraron incremento en sus ventas.</p>

### 3.3 Recomendaciones.

ö Incorporar al programa:

<b>Por prestadores de servicios:</b>	<b>Por residentes en el estado:</b>
49% todos los prestadores de servicios turísticos, no licorerías.	55% todos los prestadores de servicios.
26% transporte terrestre (taxis, autobuses y arrendadoras)	31% más restaurantes.
12% actividades acuáticas.	29% centros recreativos

ö Temporada de la campaña de promoción del programa:

<b>Inicio de campaña</b>	<b>Terminación de campaña</b>
69% enero	82% el último día de Diciembre
16% marzo o abril	8% marzo

ö Estrategia de implementación:

- ◆ Se debe incrementar el descuento otorgado a los residentes en el estado (entre un 10 y 20%)
- ◆ Promover el programa en centros educativos (escuelas, universidades, etc.)
- ◆ Entregar tarjetas por colores para otorgar descuentos diferenciados a los residentes en la localidad y a los visitantes de otros municipios.
- ◆ Mejorar la estrategia de distribución de las credenciales y material promocional:
  - Llenar formato de registro para entrega de credenciales.

- Utilizar a cámaras y asociaciones relacionada con el sector turismo, así como a los prestadores de servicios para entregar las credenciales.
- Solicitar apoyo a las cámaras y asociaciones del sector para dar seguimiento al programa.
- ◆ Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.
- ◆ Realizar eventos por cada municipio cuando inicie la campaña promocional.
- ö Otorgar reconocimientos a los prestadores de servicios que han apoyado el programa en más de 3 ocasiones.
- ö Evaluar el mensaje que se utiliza en la campaña y los medios de promoción utilizados.

## **Sugerencias para el uso de la información obtenida.-**

La información que se obtuvo a través de la evaluación del programa de promoción turística "Sé turista en tu estado" permitirá:

- ö Invitar a los prestadores de servicios turísticos de las diversas localidades mencionándoles que la demanda potencial para los meses de julio y agosto de 1999 fue de más de 569,000 viajes persona y en diciembre de 305,000 viajes - persona. La demanda real en los dos periodos fue de más de 250,000 viajes persona, con una derrama económica superior a los \$80 millones de pesos.
- ö Dado que los principales medios de transporte para los usuarios del programa "Sé turista en tu estado" son el automóvil y el autobús, se podrá:
  - ◆ Elaborar algún tipo de stiker para los automóviles que genere beneficios a las personas que los coloquen en los autos, por ejemplo: las gasolineras que participen en el programa realicen el lavado de los autos por la mitad de precio, les otorguen un descuento en la compra de aceites, lubricantes, anticongelantes, etc.

- ◆ Invitar a las empresas de autobuses de ruta a participar en el programa con la certeza de que este medio de transporte es utilizado por más de 125,000 personas durante los meses de julio y agosto, y más de 113,000 en diciembre.
- ◆ Promover la realización de programas especiales de promoción en donde los prestadores de servicios de la localidad, realicen el reembolso del peaje (costo de la autopista) en consumos de hotel en estancias superiores a dos noches, en consumos de restaurante superiores a \$XX pesos.
- Ö Promover entre los prestadores de servicios turísticos la participación en las campañas de capacitación y conciencia turística, ya que la recomendación es el principal medio por el que los usuarios del programa "Sé turista en tu estado" realizan los viajes.
- Ö Invitar a los fondos mixtos en la realización de campañas promocionales en los medios de comunicación que más penetración tienen en la demanda potencial.