

Flujo y perfil del mercado turístico nacional en Mazatlán, Sinaloa durante el periodo 2012-2013

Omar Lizárraga Morales¹

Resumen:

El artículo presenta la estructura de los flujos turísticos domésticos que llegan a la ciudad de Mazatlán, Sinaloa; un destino turístico ubicado en el noroeste mexicano. Se realizaron encuestas de muestreo representativo durante los tres periodos vacacionales más importantes: en invierno (2012), Semana Santa (2013) y verano (2013). El análisis pone énfasis al perfil socioeconómico y en las motivaciones por grupos demográficos en cada temporada. Para explicar la composición del mercado nacional y sus características, hacemos un diagnóstico de la actividad turística en este destino durante los últimos seis años. Presentamos un esbozo teórico sobre los factores de atracción en el turismo, y posteriormente ilustramos con mapas la composición nacional del mercado turístico.

PALABRAS CLAVE: Mercado turístico. Flujos nacionales. Perfil turístico. Mazatlán. México.

FLUXO E PERFIL DO MERCADO TURÍSTICO NACIONAL EM MAZATLÁN, SINALOA DURANTE O PERÍODO DE 2012 - 2013

Resumo:

O trabalho apresenta a estrutura dos fluxos turísticos domésticos para a cidade de Mazatlán, Sinaloa; um destino turístico localizado no noroeste do México. Realizaram-se levantamentos com amostragem representativa durante os três grandes períodos de férias: Inverno (2012), Verão (2013) e da Páscoa (2013). A análise enfatiza perfil socioeconômico e motivações por grupos demográficos em cada temporada. Para explicar a composição do mercado interno e das suas características, fazemos um diagnóstico do turismo nesse local durante os últimos seis anos. Apresentamos um esboço teórico sobre os fatores de atração do turismo, onde posteriormente é ilustrada com mapas a composição nacional do mercado de turismo.

PALAVRAS CHAVE: Mercado de turismo. Fluxos nacionais. Perfil do turista. Mazatlan. Mexico.

FLOW AND PROFILE OF THE NATIONAL TOURISM MARKET IN MAZATLAN, SINALOA DURING THE PERIOD 2012-2013

Abstract:

The paper presents the structure of domestic tourism flows to the city of Mazatlan, Sinaloa; a destination located in northwest Mexico. Representative sampling surveys were conducted during the three major holiday periods: Winter (2012), Summer (2013) and Easter week (2013). The analysis emphasizes the socioeconomic profile and motivations by demographic groups in each season. To explain the composition of the domestic market and its features, we make a diagnostic of the activity in this location during the past six years. We present a theoretical framework about the pull factors in tourism, and then we illustrated with maps the national composition of the mexican domestic tourism.

KEYWORDS: Tourism market. Domestic flows. Turistic profile. Mazatlan. Mexico.

1 INTRODUCCIÓN

En el presente artículo hacemos un diagnóstico de la estructura del mercado turístico nacional en Mazatlán, Sinaloa durante el periodo 2012-2013, entendiendo esto como la composición de los flujos de turistas nacionales de otras entidades hacia esta localidad, así como su perfil socioeconómico y demográfico. El principal objetivo de este trabajo es estructurar un mapeo regional de los flujos turísticos nacionales que arriban a Mazatlán, Sinaloa, detallando el perfil de sus participantes, durante las tres temporadas vacacionales más importantes del año: invierno, Semana Santa y verano.

Para lograr este objetivo se consultaron las cifras oficiales de afluencia turística en el estado, con el fin de analizar los flujos de los doce meses del año. El instrumento de captura de información para las diferentes variables del turista

¹ Omar Lizárraga Morales es Licenciado en Turismo, Maestro en Estudios de América del Norte y Doctor en Ciencias Sociales. En el año 2011 recibió en México el Premio Nacional de Investigación Turística a la Mejor Tesis de Doctorado. Actualmente es profesor-investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UAS y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Correo electrónico: o_lizarragam@hotmail.com

nacional durante el periodo 2012-2013 fue la encuesta. Mediante ésta técnica se obtuvo información sobre su perfil socioeconómico y demográfico. La encuesta se aplicó en puntos turísticos estratégicos de la ciudad. El muestreo se hizo tomando en cuenta como universo el número de turistas recibidos en la entidad durante el periodo de invierno del año 2012, y Semana Santa y verano del 2013, esto es 160,000; 200,000 y 250,000 respectivamente. Tomando un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error, la muestra a levantar fue de 113, 132 y 152 cuestionarios.

Para explicar la composición del mercado turístico nacional en el puerto y sus características socioeconómicas y demográficas, hacemos un esbozo teórico sobre los factores de atracción de los turistas al momento de elegir el destino para practicar el turismo.

2 FACTORES DETERMINANTES EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Para conocer la composición del turismo en Mazatlán es necesario analizar los factores que inciden en el comportamiento del turista. Estos factores de atracción se dividen en la literatura especializada en factores internos y externos de la demanda (LONDON; DELLA, 1995; SOLOMON, 1997). Los factores internos están directamente relacionados al comportamiento del turista, es decir, aspectos psicológicos que moldean su conducta hacia un producto en específico; mientras que los factores externos se vinculan a todos aquellos agentes exógenos que el consumidor percibe tanto de su entorno como del producto demandado, ya sea aspectos económicos, culturales, sociales, políticos o geográficos.

Así, los factores internos y los externos dejan de tener combinados influyen en la decisión al momento de elegir un destino para practicar el turismo. En unos casos influirán más los aspectos cognitivos (el aprendizaje, las actitudes, etc.) en su decisión, y en otros los factores externos (la publicidad o el estilo de vida, por ejemplo).

Los determinantes económicos de la demanda pueden explicar la utilización por parte de los consumidores turistas de servicios concretos, pero hay un conjunto de variables que, según los estudios realizados por Sancho y Pérez (1995), ejerce sobre la demanda mayores efectos que los puramente económicos. Se trata de los factores de motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales, que se explican a continuación.

Condicionantes socioculturales. Se incluyen dentro de este apartado factores como la edad, la profesión, el empleo, etc. Otros factores como el nivel de educación o la movilidad personal influyen positivamente en el hecho de que un individuo demande más cantidad de turismo. Así por ejemplo, a mayor educación, mayor información y

conocimiento de las oportunidades existentes. El impacto del desempleo sobre la demanda turística es obvio, como lo son las perspectivas de estabilidad en el puesto de trabajo.

Formas y estilos de vida. Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas –actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones –, dan lugar a diferentes tipos de turistas que Cohen (1974) clasifica en cuatro grandes grupos, describiendo los dos primeros como turismo institucionalizado y los dos últimos como turismo no-institucionalizado:

1. *El turista de masas organizado:* tiene poco contacto con la cultura local y busca mantener su entorno habitual en el destino de vacaciones.
2. *El turista de masas individual:* similar al anterior, aunque con un poco más de flexibilidad en sus decisiones.
3. *El explorador:* organiza su viaje independientemente, aunque buscando transporte y alojamiento confortables. Abandona el entorno habitual, pero de vez en cuando vuelve a él.
4. *El impulsivo:* no tiene ningún contacto con la industria turística, intenta abandonar su entorno de siempre, no tiene itinerario fijo y tiene contacto con las culturas que visita.

Tiempo de ocio. El tiempo dedicado al ocio determina asimismo la capacidad para viajar de un individuo determinado. Normalmente, a mayor tiempo libre, mayor disponibilidad para viajar, aunque esta relación sólo está muy clara en los casos extremos.

Costumbres estacionales. Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología son condiciones favorables para que los individuos decidan demandar turismo. Es por ello que los mercados turísticos se van adaptando a esta estacionalidad del negocio turístico, ofreciendo condiciones distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporadas bajas, altas y medias.

Creencias ideológicas, religiosas y políticas. Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos. Ejemplos de este factor son las peregrinaciones a la Meca, así como las visitas a las basílicas, santuarios, etc.

Los factores políticos. Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar (creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, etc.) o impedir (exigencia de visado, régimen inestable, limitaciones de divisas que pueden entrar o salir de un país, etc.) el aumento de la demanda turística.

Factores demográficos. La demanda turística está muy relacionada con la edad del individuo (no entendida como edad cronológica, sino más bien como edad doméstica), ya que cada edad se caracteriza por una serie de preocupaciones, actividades, intereses e inquietudes, que dan forma al tipo de vacaciones elegido por cada grupo. Por otra parte, los factores demográficos, ligados

al desarrollo económico de una nación, también inciden en la capacidad para viajar. En los países desarrollados se produce lo que se conoce por paradoja del ocio, en la que queda reflejada la vida de un individuo: cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero, pero no tiempo. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por una baja propensión al viaje, ya que subsisten de la agricultura y sus poblaciones no tienen ni tiempo ni dinero para gastar en el turismo. Sin embargo, las naciones desarrolladas, predominantemente urbanas, con bajos índices de natalidad y de mortalidad, con un alto poder adquisitivo por parte de una población con necesidad de escapar de la urbe y con intereses diversos, se caracterizan por una alta propensión al viaje.

3 PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Esta investigación se llevó a cabo con la siguiente metodología:

A) Fase de revisión de la información.

1.- Se construyó un marco teórico en torno a los mercados turísticos, para esto nos apoyamos en la bibliografía existente en la temática.

2. Se analizaron las características económicas, sociales y culturales de Mazatlán. Para ello se realizó una investigación bibliográfica, hemerográfica y documental; de la misma manera, se hizo una revisión de los resultados de otros proyectos de investigación -aun cuando no se refieran a Sinaloa-, con el fin de retomar elementos válidos aplicables a este trabajo.

3. Se consultaron las cifras oficiales de afluencia turística en el Estado, tales como la Secretaría de Turismo, con el fin de analizar los flujos durante los meses, por los últimos diez años.

B) Fase de diseño de instrumentos.

1. Los instrumentos de captura de información para las diferentes variables fue la encuesta. En esta fase se construyó el diseño de la misma, con el cual buscábamos información sobre el perfil de los turistas, sus gustos y preferencias en oferta turística.

C) Fase de trabajo de campo

1. Se aplicó la encuesta en puntos turísticos estratégicos de la ciudad. El muestreo se hizo tomando en cuenta como universo el número de turistas recibidos en la entidad durante el periodo de invierno del año 2012, y Semana Santa y verano del 2013, esto es 160,000; 200,000 y 250,000 respectivamente. Tomando un 95%

de confiabilidad y 5% de margen de error, la muestra a levantar fue de 113, 132 y 152 cuestionarios.

2. Se acudió a las Secretarías de Turismo Estatal y Federal con el fin de obtener información confiable sobre el número de turistas.

D) Fase de procesamiento

1. En esta fase de diseño, construyó y validó una base de datos de turismo en el municipio.

2.- Se analizó la imbricación de los flujos turísticos.

3.- Se interpretó la información recopilada en la base de datos y se establecieron los esquemas de la dinámica turística.

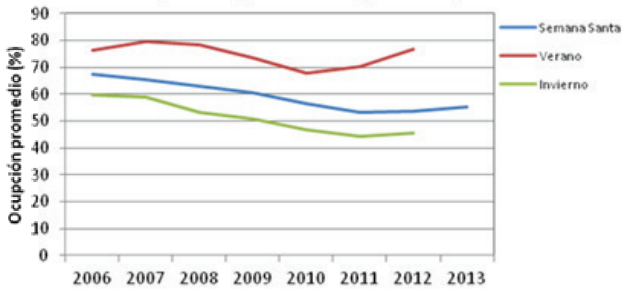
4. Se construyeron mapas ilustrativos con los flujos turísticos y se analizaron para dar explicación detallada.

4 COMPORTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MAZATLÁN

De acuerdo a la Secretaría de Turismo en su portal Datatur (<http://datatur.sectur.gob.mx/>), tenemos que la ocupación promedio en Mazatlán durante el año 2012 fue de 47.52%, siendo ligeramente superior al del año anterior (47.35% en 2011), sin embargo durante los últimos 8 años el porcentaje de ocupación hotelera ha mantenido un crecimiento promedio negativo de -0.4%. A pesar de la tendencia a la baja de los últimos años de la ocupación hotelera, se observa un punto de inflexión a partir de 2011, que va acompañado de una ligera recuperación de la crisis económica del 2008, con lo cual es de esperarse que en los próximos años la función de la ocupación tenga un comportamiento positivo.

Al desplegar la ocupación de acuerdo a las diversas temporadas del año que corresponden a los periodos vacacionales (invierno, semana santa y verano), observamos que en los últimos 8 años existe un comportamiento diferente entre éstas tres temporadas: en la temporada de verano se han presenten los niveles más altos en ocupación hotelera (74.65% de ocupación promedio), además de que a partir de 2011 presenta crecimiento positivo; mientras que en los meses en donde se programan las vacaciones de semana santa (en marzo y abril se registra 59.37% % de ocupación promedio) e invierno (51.26% % de ocupación promedio) cuentan con un comportamiento similar a la ocupación general con una ligera recuperación a partir de 2011.

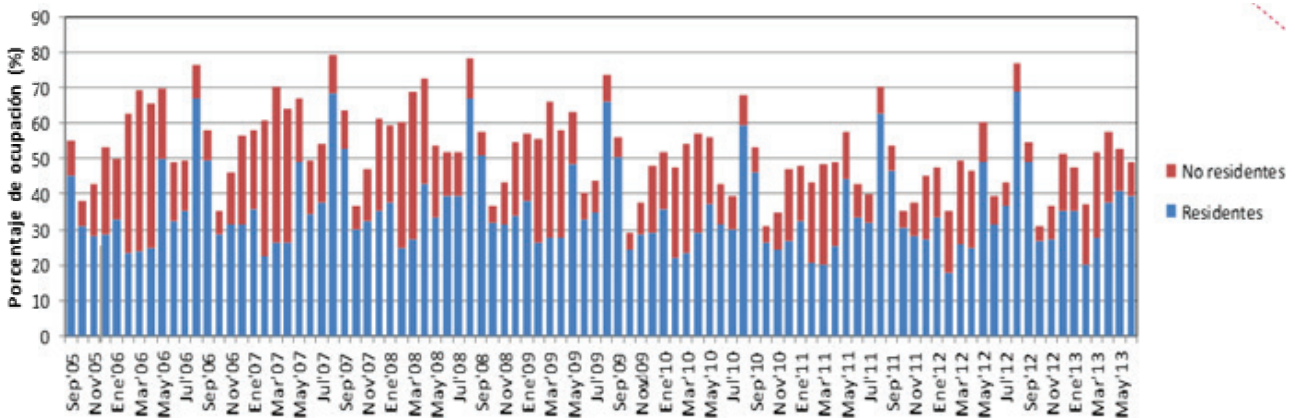
Gráfica 1: Ocupación (hotelera) promedio por temporada.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en DataTur. Secretaría de Turismo. Mayo 2013.

Al analizar la afluencia de turistas de acuerdo a temporada del año, tenemos que durante el mes de agosto se presentan los niveles más altos de ocupación promedio; cabe destacar que durante los días de Semana Santa, los niveles de ocupación alcanzan niveles de hasta el 100%, sin embargo esto solo se da durante una semana; mientras que el resto del mes los niveles de ocupación permanecen con niveles por debajo de la media lo que hace que el promedio de los meses en los que se establece la Semana Santa (marzo o abril) ronde entre el 60% al 70%, sin alcanzar los niveles del mes de agosto.

Gráfica 2: Porcentaje de ocupación por tipo de turista.



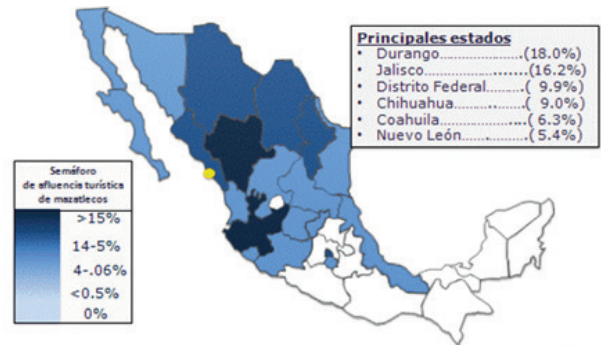
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en DataTur. Secretaría de Turismo. Mayo 2013.

4.1 FLUJO Y PERFIL DEL TURISMO EN TEMPORADA DE INVIERNO (2012)

Haciendo un análisis detallado de la composición del turismo en cada una de las temporadas altas del año en Mazatlán, encontramos primeramente en la temporada invernal que las principales ciudades de donde provienen los visitantes son originarios principalmente de Durango y Jalisco; en menor medida

del Distrito Federal, Chihuahua, Coahuila y Nuevo León.

Mapa 1: Entidades de origen de los turistas nacionales de invierno en Mazatlán.



Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta aplicada en invierno (2012).

Se observa que Mazatlán es considerado como un destino potencial para los turistas del norte del país mientras que, a excepción del Distrito Federal, los turistas de los estados del centro y sur no consideran a Mazatlán una opción para sus vacaciones, influenciados principalmente por la cercanía a otros destinos de playa importantes como Cancún, Acapulco y Veracruz.

De acuerdo a nuestra encuesta, el promedio de edad de los entrevistados es de 38 años, siendo el rango de entre 30 a 39 años el rango de edad donde se concentra la edad de los visitantes en invierno. El 63% de los turistas nacionales son empleados, seguido del 18% que son trabajadores independientes y 6.7% que son empleadores o propietarios. El nivel de escolaridad promedio entre los visitantes de Mazatlán durante la temporada de invierno es de nivel profesional ya que 65% de los entrevistados cuenta con carrera profesional terminada o posgrado como máximo grado de escolaridad.

En esta temporada de invierno, el 25% de los entrevistados tiene un ingreso inferior a \$5,000 pesos (menos de 848 reales), seguido del 17% de los entrevistados

que tienen un ingreso entre \$5,001 a \$8,000 (entre 849 y 1356 reales). El 14% de los entrevistados tiene un ingreso superior a \$30,000 pesos (superior a 5,087 reales).

Mazatlán, al no contar con numerosas rutas aéreas, es de esperarse que el avión no sea el principal medio de transporte para llegar a Mazatlán; pues el automóvil o el autobús son los medios de transporte más utilizados por los visitantes de invierno. En promedio los visitantes a Mazatlán se hospedan 6 días, el 32% se hospeda de 1 a 3 días, es decir por un fin de semana, mientras que 40% se hospeda durante una semana y 13% se hospeda por más de 10 días.

El promedio del tamaño de los grupos de visitantes durante invierno es de 5 integrantes, lo cual puede entenderse a que son familias conformadas por la pareja y sus hijos. En relación al lugar donde se hospedan, 87% de los entrevistados se hospeda en hoteles, mientras que 9% llega con familiares y el 4% restante llega a otro tipo de locaciones como moteles, casas rodantes o cuentan con casa propia. El 79% de los entrevistados mencionaron que es la primera vez que visitan Mazatlán en el año, mientras que 21% ha visitado Mazatlán en más de una ocasión en el año.

Sobre los principales aspectos que influyeron en la toma de decisión de Mazatlán como destino, el hecho de que sea un destino de playa y sol es la principal razón por la que los turistas vienen, seguido de la percepción que se tiene sobre el trato amable de las personas locales, seguido por considerarlo un destino tranquilo o por visitar a un familiar.

En relación a los gastos, en promedio los visitantes gastan \$5,024 pesos diarios (852 reales), de los cuales la mitad se destina al hospedaje (50%), seguido de los gastos realizados para actividades de recreación (14%) y el gasto en alimentos (14%) y otros gastos (22%).

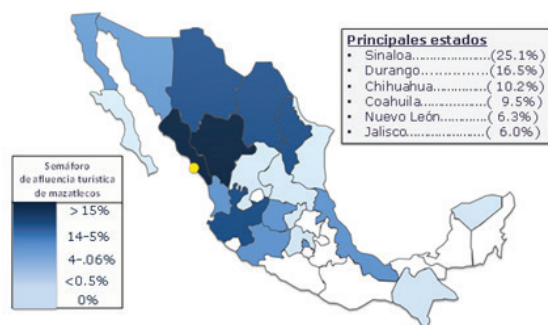
4.2 FLUJO Y PERFIL DEL TURISMO EN TEMPORADA DE SEMANA SANTA (2013)

Las principales ciudades de donde provienen los visitantes a Mazatlán en temporada de Semana Santa son originarias principalmente de Sinaloa y Durango debido a su proximidad con el puerto de Mazatlán; seguido de turistas originarios de los estados del norte como Chihuahua y Coahuila los cuales, con la apertura un nuevo tramo de la autopista Mazatlán-Durango, han encontrado rutas más accesible para llegar al destino por vía terrestre.

Mapa 2: Entidades de origen de los turistas nacionales

de Semana Santa en Mazatlán.

Fuente: Elaboración propia con base en información de la



encuesta aplicada en Semana Santa (2013).

Al igual que en la temporada de invierno, prevalece la poca participación de la afluencia turística en Mazatlán de visitantes del centro y sur del país.

El promedio de edad de los entrevistados es de 32 años, siendo el rango de entre 18 a 29 años el rango de edad donde se concentra el grueso de la edad (57.6%) de los visitantes durante Semana Santa. El 53% de los turistas son empleados, seguidos del 18% que son trabajadores independientes y 17% que son estudiantes.

En relación al nivel de escolaridad, en Semana Santa 61% de los entrevistados dijo contar con carrera profesional mientras que 5% mencionó contar con maestría; el 4% de los entrevistados tiene primaria como nivel máximo de escolaridad. El 23% de los encuestados tiene un ingreso menor a \$5,000 pesos mensuales, seguido del 24% con un ingreso mensual de \$5,001 a \$8,000 pesos.

El automóvil es el principal medio de transporte utilizado por los turistas para llegar a Mazatlán, característica que va acompañada que gran parte de los visitantes provienen de ciudades cercanas al puerto por lo cual les es más fácil desplazarse por en automóvil particular.

Durante Semana Santa, en promedio los visitantes de Mazatlán se hospedan 5 días, el 48% se hospeda de 4 a 5 días, mientras que 28% se hospeda de 1 a 3 días y 23% lo hace durante una semana o más. En relación al lugar donde se hospedan, 64% de los entrevistados se hospeda en hoteles, mientras que 16% llega con familiares, 6% llega a casa propia y el 14% restante llega a otro tipo de locaciones como moteles, bungalós o casas rodantes.

Sobre los principales aspectos que influyeron en la toma de decisión de Mazatlán como destino, el hecho de que sea un destino de playa y sol es la principal razón por la que los turistas vienen, seguido por las atracciones que ofrece en la vida nocturna como antros, bares y restaurantes. Esto puede estar relacionado al hecho de que en ésta temporada los visitantes suelen ser jóvenes que buscan este tipo de características en un destino turístico.

El gasto promedio diario de los turistas en Semana Santa es de \$3,821, siendo el hospedaje el principal gasto ya que representa el 40% del total, seguido de las

actividades de recreación (16%), los alimentos (16%) y otro tipo de gastos (28%).

4.3 FLUJO Y PERFIL DEL TURISMO EN TEMPORADA DE VERANO (2013)

Las principales ciudades de donde provienen los visitantes a Mazatlán en verano son originarias principalmente de Sinaloa, Chihuahua y Coahuila, éstos dos últimos presentan una tendencia de crecimiento respecto a la afluencia turística en semana santa.

Mapa 3: Entidades de origen de los turistas nacionales de verano en Mazatlán.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en DataTur.



Secretaría de Turismo. Mayo 2013.

Como se puede observar en el mapa, el origen de los visitantes a Mazatlán se concentra en la región norte del país, así como ciudades que a lo largo del tiempo han formado redes sociales con Mazatlán como son las ciudades de Jalisco, Sonora y Nayarit.

El promedio de edad de los entrevistados es de 35 años, siendo el rango de entre 18 a 29 años el rango de edad donde se concentra la edad de los visitantes durante la verano. En relación al nivel de escolaridad, en verano 49% de los entrevistados dijo contar con carrera profesional mientras que 3% mencionó contar con posgrado; el 6% de los entrevistados tiene primaria como nivel máximo de escolaridad y 2% no cuentan con escolaridad.

El 54% de los turistas encuestados son empleados, seguidos del 16% que son amas de casa y 13% que son estudiantes. El 14% de ellos tiene un ingreso menor a \$5,000, seguido del 29% con un ingreso mensual entre \$5,000 a \$8,000 pesos. El 32% tiene un ingreso mensual entre \$8,001 a \$15,000 pesos.

En la temporada de verano se incrementa el número de visitantes que llegan al destino por autobús incentivados principalmente a las promociones que se ofrecen durante dicha temporada, por lo tanto el número de visitantes que llega por autobús es similar a los que llegan en vehículo particular. El avión sigue siendo un medio de transporte que

es utilizado por pocos visitantes al no contar causado por la poca oferta aeroportuaria y a los altos costos del pasaje.

La estancia promedio durante la temporada de verano es de 4.5 días, 54% de los entrevistados se hospedaron en un período de 4 a 5 días, 35% en un período de 1 a 3 días y el 11% se hospedaron durante 6 o más días. En relación al lugar donde se hospedan, 75% de los entrevistados se hospeda en hoteles, mientras que 9% llega con familiares, 3% llega a casa propia y el 13% restante llega a otro tipo de locaciones como moteles, bungalós o casas rodantes.

Mazatlán es un destino identificado por sus playas, por lo tanto el principal factor entre los visitantes para elegir a Mazatlán como destino turístico es el entorno de sol y playa que ofrece el puerto, seguido de la vida nocturna que ofrecen los bares y restaurantes de la zona dorada, marina y centro histórico. Poco influye en la toma de decisión la recomendación de familiares o amigos sobre el destino y los atractivos deportivos que pueden encontrarse en el puerto.

El gasto promedio diario de los turistas en verano es de \$4,114, siendo el hospedaje el principal gasto ya que representa el 38% del total, seguido de las actividades de recreación (16%) y los alimentos (16%).

4.4 COMPARATIVO ENTRE TEMPORADAS DE INVIERNO, SEMANA SANTA Y VERANO.

Una de las diferencias entre los turistas que visitan Mazatlán durante las distintas temporadas del año se encuentra en sus características demográficas, ya que durante la temporada de Semana Santa se observa mayor concentración de jóvenes entre 18 a 29 años con un promedio de 32 años de edad, caso contrario en la temporada invernal en que el promedio de edad de los turistas es de 38 años y en verano 36 años. Este comportamiento se debe a que durante Semana Santa las campañas promocionales para los visitantes van dirigidas a consumidores más jóvenes, mientras que las temporadas de invierno y verano van dirigidas a familias con un mayor ingreso.

En relación a la ocupación del entrevistado, predomina en las tres temporadas los turistas que son empleados y aprovechan un período vacacional para realizar sus viajes; se destaca que durante las vacaciones de verano se incrementa el número de amas de casa y estudiantes entre los visitantes.

La mayor parte de los turistas cuentan con licenciatura o ingeniería como nivel máximo de estudios, siendo en verano donde se presenta la participación más baja de éstos (49% de los encuestados).

En la temporada de invierno el promedio del ingreso mensual de los visitantes es de \$14,560 pesos siendo la más alta en relación a otras temporadas; en verano el

promedio del ingreso mensual es de \$12,735 y en semana santa se registra el promedio más bajo con \$11,737.

Se observan claras tendencias en el movimiento del origen de los visitantes a Mazatlán, en el caso de los turistas del mismo estado, éstos presentan una importante participación en la afluencia turística en Mazatlán durante todo el año pero toma aún más representatividad durante Semana Santa. Chihuahua y Coahuila muestran un desplazamiento uniforme conforme transcurre el año, ya que la afluencia turística incrementa al aproximarse el verano y disminuye en invierno, lo cual puede significar que los turistas que vienen de éstos estados buscan sol y playa dentro del destino. Los turistas originarios de Jalisco, Distrito Federal y Durango participan de forma importante en la afluencia de la temporada invernal, sin embargo durante las temporadas cálidas de Semana Santa y verano su participación es menor. El comportamiento de los visitantes de Nuevo León es más constante, lo cual puede significar que son indiferentes a la temporada en la que deciden visitar Mazatlán.

El uso de los medios de transporte se encuentra en función de las distancias y la disponibilidad de rutas y vías de acceso; es por esto que se puede observar como en invierno es cuando se registra la participación más alta en el año de turistas que llegan por avión debido a que también los visitantes llegan de ciudades más alejadas de los estados de Jalisco, Nuevo León y el Distrito Federal. Bajo éste mismo criterio se aprecia que durante Semana Santa se incrementa el número de visitantes que llegan por vehículo particular al provenir de ciudades cercanas de los estados de Sinaloa y Durango principalmente.

Durante la temporada de invierno se registra la participación más alta de turistas que se hospedan en hoteles; mientras que en Semana Santa, al ser visitantes más jóvenes no cuentan con suficiente solvencia económica y optan por otro tipo de hospedaje como llegar a casa de familiares.

La duración de la temporada vacacional no es un factor determinante que influya en la duración de la estadía de los visitantes ya que la temporada de verano, un período vacacional de más de 4 semanas, presenta el promedio más bajo de estadía con 4.5 días; mientras que en semana santa que dura de una a dos semanas, presenta un promedio de 5 días y en invierno con una duración de 3 semanas, registra el promedio más alto de 6 días de estancia.

Durante las tres principales temporadas vacaciones destaca que el principal factor de atracción de Mazatlán para los turistas es que lo consideran un destino de sol y playa; la vida nocturna toma mayor relevancia durante Semana Santa y verano, mientras que en invierno éste aspecto es superado por los turistas que prefieren la tranquilidad del destino.

Siguiendo la tendencia de que invierno presenta el promedio de estancia más largo y el grupo de visitantes

con más integrantes, en ésta temporada es también en la que los turistas gastan más, el gasto promedio diario se encuentra en \$5,024, siendo 31% más que gastado en semana santa (\$3,821) y 22% que en verano (\$4,114). Ésta diferencia se debe principalmente a la diferencia de precios en el hospedaje.

5 CONCLUSIONES

Al analizar la actividad turística en Mazatlán, Sinaloa tenemos que las principales temporadas del año en que el puerto recibe un mayor número de visitantes nacionales es durante la temporada de invierno, comprendida esta como el periodo vacacional del mes de diciembre, así como las temporadas de Semana Santa (mes de abril) y verano (meses de julio-agosto). Por lo que se puede afirmar que Mazatlán es un destino turístico básicamente estacional.

De acuerdo al análisis que hicimos de los flujos de turistas que arriban a Mazatlán, durante estas temporadas del año, encontramos que el turismo proveniente del mismo estado de Sinaloa es un segmento importante para la actividad en Mazatlán. Encontramos también que de manera general el turismo de Semana Santa es más joven y de menos poder adquisitivo que los visitantes de las otras dos temporadas.

Con la información recopilada en las encuestas sobre el perfil y factores de atracción de los visitantes, podemos concluir que el mercado turístico nacional en Mazatlán es influido por factores internos y externos.

Como externos, identificamos que la ubicación geográfica es un factor determinante en el mercado turístico de Mazatlán, principalmente en las temporadas de Semana Santa y verano, pues en estos periodos, los turistas son principalmente provenientes del mismo estado, seguido de entidades de la región norte de México y cercanas a Mazatlán, tales como Durango, Chihuahua y Coahuila. En el caso de la temporada de invierno, la cercanía geográfica no es un factor determinante, pues los turistas son provenientes de entidades más alejadas.

Lo económico que es el destino, en comparación con otros sitios turísticos de sol y playa de la región, es otro factor externo que influye en la elección de los turistas, pues como apreciamos en el trabajo de campo, el grueso de la población encuestada en invierno y semana santa, tiene un ingreso de entre 5 y 8 mil pesos mensuales. Sólo en verano se captó un turismo con ingreso de entre 8 y 15 mil pesos mensuales.

La existencia de redes sociales y familiares es otro factor externo que identificamos, pues un buen porcentaje de los turistas que llegan en las tres temporadas del año, se hospedan en casa de familiares (9% en invierno, 16% en semana santa y 9% en verano).

En las tres temporadas del año el clima, la playa y la infraestructura turística de Mazatlán se identifican como el factor externo más importante en la toma de decisión para

visitar turísticamente el puerto. Los factores internos que identificamos como atracción Mazatlán, son la satisfacción del mismo turista en visitas anteriores, la percepción de tranquilidad, seguridad y amabilidad de la comunidad anfitriona.

BIBLIOGRAFÍA

DATATUR. Secretaría de Turismo, 2013. Disponible en: <<http://datatur.sectur.gob.mx/>>. Asesado en: mayo 2013.

LIZARRAGA, O. El Centro Historico de Mazatlán y los estadounidenses como actores urbanos. In: SANTAMARÍA et al. *Nací de aquí muy lejos*. Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, 2006.

----- . *La importancia del turismo internacional de jubilados: la migración de retirados en Mazatlán*. Jorale Editores y Universidad Autónoma de Sinaloa. México, 2008.

----- . *La transmigración plancentera: movilidad de estadounidenses a México*. UAS e IPN. México, 2012.

LONDON, D. L.; DELLA, A. J. *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones*. McGraw-Hill. México, 1995.

SANCHO, A.; PÉREZ, J. M. Tourism demand in Spain: A Panel Data Analysis. *Tourism and Travel Econometric, XLV International Conference of Applied Econometrics. Proceedings....*, Suiza, 1995.

SANTAMARÍA, A. *El nacimiento del turismo en Mazatlán*. UAS. Mazatlán, 2002.

SANTAMARÍA, A.; BARBOSA A. *Estudio comparativo de playas: Mazatlán, Acapulco, Cancún y Los Cabos*. Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, 2006.

SOLOMON, M. R. *Comportamiento del consumidor: comprar, tener y ser*. Prentice Hall. México, 1997.

*Recebido em 25 de abril de 2013.
Aprovado, em sua versão final, em 14 de agosto de 2013.
Artigo avaliado anonimamente por pares.*