

Perfil sociodemográfico del turista nacional que visita el destino de sol y playa Mazatlán, México

Sociodemographic profile of the national tourist in the sun and beach destination Mazatlán, Mexico.

Autores:

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza

<https://orcid.org/0000-0002-0161-0279>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México

victor.sanchez@uas.edu.mx

Andrés Ultreras Rodríguez

<https://orcid.org/0000-0003-0621-9508>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México

andresultreras@uas.edu.mx

Liberato Cervantes Martínez

<https://orcid.org/0000-0003-3501-7059>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México

liberatocervantes@uas.edu.mx

Teresa Irina Salazar Echeagaray

<https://orcid.org/0000-0001-8785-6300>

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México

teresasalazar@uas.edu.mx

Recibido 8/11/2021 – Revisado 10/12/2021 – Publicado 27/12/2021

Resumen:

En México, Sinaloa y Mazatlán el turismo se ha convertido en uno de los principales motores de la economía y generador de divisas. Mazatlán destaca por ser un destino de sol y playa, por ello debe ser importante analizar el perfil del turista que visita este destino debido a que existe una competencia entre los destinos de este mismo segmento día con día. La finalidad de este artículo es describir el perfil sociodemográfico del turista nacional como sus motivaciones y diversas percepciones sobre este destino. Se llevó a cabo una metodología cuantitativa con un estudio descriptivo-transversal dado a que se realizó del mes de junio a agosto de 2017 a través de una encuesta estructurada y una muestra de 267 turistas mexicanos mayores de 18 años, hayan pernoctado una noche en el destino y la información se recogió en diversos lugares turísticos como malecón, centro histórico, playas, entre otros. El estudio permitió identificar a un turismo regional,

frecuente y familiar con una estancia de 4 a 7 días cuyos motivos de visita son recreación y las playas. Finalmente, la principal conclusión es que el destino de Mazatlán se está posicionando como un destino de sol y playa familiar en la República Mexicana.

Palabras Claves:

Perfil sociodemográfico, Turistas nacionales, Destino turístico de sol y playa y Mazatlán.

Abstract:

In Mexico, Sinaloa and Mazatlán tourism has become one of the main engines of the economy and currency generator. Mazatlán stands out as a sun and beach destination, so it should be important to analyze the profile of the tourist who visits this destination because there is competition between the destinations of this segment day by day. The purpose of this article is to describe the socio-demographic profile of the national tourist as their motivations and some perceptions about this destination. A quantitative methodology was carried out with a descriptive-cross sectional study given that it was carried out from June to August 2017 through a structured survey and a sample of 267 Mexican tourists over 18, who spent the night in the destination and information was collected in some places such as malecon, historic center, beaches, among others. The study allowed to identify a regional tourism, frequent and family with a stay of 4 to 7 days whose reasons for visit are recreation and beaches. Finally, the main conclusion is that Mazatlán's destination is positioning itself as a family sun and beach destination in the Mexican Republic.

Keywords:

Sociodemographic profile, National tourists, Sun and beach destination touristic and Mazatlan

Introducción

El turismo es considerado como una de las actividades más complejas, pues, está basado en la recreación física y emocional de las personas, por lo que exige la integración de diversos factores y dimensiones, entre las que destaca la ambiental, cultural y económica del ser humano, por lo cual exige organizar un servicio en el que se aprovechan racionalmente recursos turísticos (Yumisaca, Mendoza y Villón 2017). Además, se expresa que es menester convertir cada lugar turístico en centro de atracción para captar visitantes nacionales e internacionales, además generar ingresos que pueden dinamizar el desarrollo económico de la comunidad y del país (Yumisaca *et al.*, 2017).

La actividad turística –en un momento llamada la industria sin chimeneas- ahora enfrenta retos y desafíos no planteados en otros tiempos; la sustentabilidad, la globalización, las nuevas tecnologías de información, los cambios en las motivaciones, perfiles y gustos de los turistas, son los nuevos paradigmas que debe afrontar. Lo cual hace, que la planeación y el desarrollo turístico tengan que generar herramientas de análisis más complejas, dada

su importancia económica y social y su vinculación con los recursos culturales, medioambientales y patrimoniales que pone en valor (Moncada, 2017).

En este escenario es importante mencionar que un factor esencial en la actividad turística es precisamente la satisfacción de la demanda, de ahí nace la necesidad de estudiar y conocer las características de los turistas, el motivo del viaje, la percepción y la satisfacción de los atractivos turísticos del destino y de los segmentos turísticos debido a que el turismo es una fuente de importante para el crecimiento económico local y generadora de divisas.

El turismo de sol y playa forma una tipología debido a que mueve muchos turistas hacia un destino que tiene condiciones naturales y presenta facilidades para turistas (Carvache, Torres y Carvache, 2017) o puede llamarse turismo convencional o turismo tradicional, el cual la mayoría es usado con el fin de descanso, placer u ocio. En este caso, se comenta que el turista de sol y playa tiene como principal motivación u objetivo del viaje es descanso y el esparcimiento, debido que se incluye en el turismo de también considerado como turismo de costa (García y Quintero, 2018).

Asimismo, se expresa que este tipo de turismo comprende “el rango completo de actividades turísticas, de ocio y recreativas que tienen lugar en la zona de la costa. Incluye los sectores de alojamiento, restauración, alimentación y segundas residencias; infraestructuras como comercios y proveedores de actividades de ocio y actividades acuáticas como nadar, bucear, entre otras (Bigné, Sánchez y Curras, 2007).

A nivel internacional, el turismo de sol y playa creció en un 6% en los primeros ocho meses del 2016 (ITB, World Travel Trends Report/2016). Según, la Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los hogares 2013 (ENGATURH 2013), los principales motivos de los hogares para viajar fueron por descanso con (37.9%) y visitar a familiares o amigos con (35.3%), entre otros. De acuerdo con el Compendio Estadístico del Turismo en México 2017 (CETM, 2017) perteneciente a la Secretaría de Turismo (SECTUR), muestra que la llegada de turistas a centros de destino de sol y playa fue alrededor de 35 millones, de los cuales 55.3% fueron nacionales y 44.7% extranjeros. Para el caso de Mazatlán, se visualiza que el 76% fueron nacionales más que la media nacional y el resto son extranjeros con 24%.

Son muy pocos los estudios o investigaciones académicas realizados sobre los perfiles de los turistas nacionales en el destino de sol y playa de Mazatlán, México, por lo cual es de suma importancia realizar este tipo de trabajos académicos debido a la importancia de conocer las características sociodemográficas, motivaciones y percepciones del turista mexicano cuando lleva a cabo el proceso de vacacionar en un destino turístico de sol y playa que proporciona una valiosa ayuda a detectar problemas y a realizar acciones para la gestión del destino en mención.

Finalmente, el objetivo de este artículo es presentar las principales características del perfil del turista nacional que visita este destino de sol y playa ubicada en el estado de

Sinaloa y noroeste de México, asimismo se identificarán las motivaciones y formas de viajar del visitante, así como la participación de otros factores en la toma de decisión del mismo y la percepción del destino turístico en mención. A continuación de la introducción, se presenta el desarrollo como segundo apartado que consiste en la contextualización del objeto de estudio, la revisión de la literatura, materiales y método, por último, se mencionan los resultados y/o discusión, como tercer apartado se encuentran las conclusiones del trabajo. Para finalizar, se mencionan las referencias bibliográficas utilizadas.

Desarrollo

Contextualización del objeto de estudio.

A nivel mundial, la industria turística es el tercer mayor sector del comercio internacional (30% de las exportaciones de servicio a nivel mundial), genera 10% del Producto Interno Bruto (P.I.B.) y es responsable de la creación de 313 millones de empleos en el orbe; además, el turismo creció 4.2% en comparación con el 3.7% con respecto a la economía mundial en el 2018, este sector ha superado varias problemáticas (terrorismo, epidemias, crisis financieras, entre otros) a tal grado, que se proyecta que para el 2030 el número de llegadas internacionales alcanzará 1800 millones de personas creciendo anualmente un 3.3% (OMT, 2018).

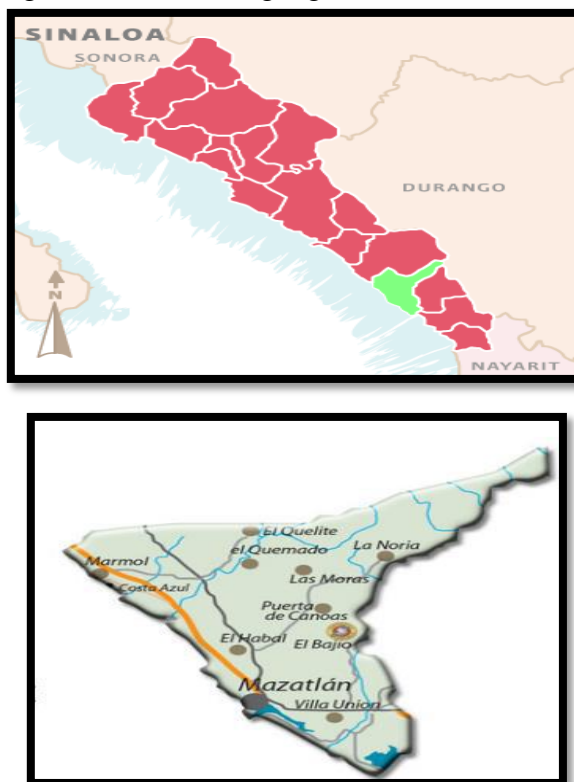
Para México, el turismo representa una opción de crecimiento económico y una oportunidad de evolución social, que posiciona al país en el mercado turístico internacional. Según la revista Forbes (2017) dice que “el P.I.B. en México en 2016 recibió 166 mil millones de dólares de parte del turismo, tanto de placer, como de negocios, que se refleja en un 16% del PIB del país”. Además, México se situó en el 7 y 16 lugar en el ranking mundial de llegadas de turistas internacionales y en ingresos de divisas (millones de dólares) respectivamente.

Mazatlán es el principal destino turístico del estado de Sinaloa debido a que recibe 2.4 millones de turistas en la cual 1.8 millones son nacionales y el resto son extranjeros, luego con una derrama económica total de 7 mil millones de pesos, asimismo con una ocupación hotelera de 60.7% y con una estancia promedio 2.7 días en el 2017 p/julio respectivamente (Compendio Estadístico de Turismo de México SECTUR, 2017). Además, Mazatlán cuenta con una infraestructura hotelera de 160 establecimientos con 11984 habitaciones (secretaría de Turismo de Sinaloa, 2018).

El destino turístico de Mazatlán se ubica en la región noroeste de México, dentro de la región sur del estado de Sinaloa. Entre los meridianos 105° 56'55" y 106° 37'10" al oeste del meridiano de Greenwich, y entre los paralelos 23° 04'25" y 23° 50'22" de latitud norte. Su altitud sobre el nivel del mar varía desde el nivel de la costa hasta 1,900 metros. Además, Mazatlán colinda al norte con el municipio de San Ignacio y el estado de Durango, al sur con el municipio de Rosario y el Océano Pacífico, al este limita con el municipio de Concordia, y al poniente con el litoral del Océano Pacífico (véase figura 1),

Asimismo, es uno de los destinos turísticos de sol y playa más importantes de México, el turismo de sol y playa es una de las actividades económicas más importantes del puerto, sus playas de más de 20 kilómetros de longitud son la atracción principal (Velarde, 2014) finalmente este destino se ubica en la parte noroeste del país de México (véase figura 2).

Figura 1: Ubicación geográfica de Mazatlán en Sinaloa



Fuente: Elaboración propia a partir de INAFED (2013) citado en Velarde, 2014: 30.

Figura 2. Ubicación geográfica en México



Fuente:

<https://www.google.com/search?q=ubicaci%C3%B3n+geogr%C3%A1fica+de+Mazatl%C3%A1n>

[%C3%A1n&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ_Tfqv1AhUqGTQIHccOBRIQ_AUIEigB&biw=1440&bih=740#imgrc=Kf2pOj0zrKsQXM:](#)

En lo que corresponde a la actividad turística, Mazatlán permite la llegada de turistas a través de su amplia red de vías de comunicación; el visitante atraído por los recursos naturales, culturales, sociales y/o económicos que posee este destino de sol y playa puede llegar al mismo a través de vía carretera, aérea o marítima (Osuna, 2018).

Dentro de sus principales atractivos se encuentran sus playas. A pesar de ser considerado un destino de Sol y Playa, éste tiene elementos culturales que enriquecen y diversifican su oferta. En los que se encuentra: la hospitalidad de su gente, su carnaval de talla internacional, la música de tambora, su gastronomía, así como eventos culturales que se ofrecen en la localidad, como: Festival Cultural de Mazatlán, Festival de Sinaloa de las Artes, Festival de la Música y Feria del Libro, por mencionar algunos (Osuna, 2018).

Mazatlán tiene diferentes monumentos que son un emblema de su identidad, entre los que destacan: monumento al venado, a la mujer mazateca, los escudos de Sinaloa y Mazatlán, el monumento al pescador, a la continuidad de la vida, a la cervecería del Pacífico, al béisbol, entre otros. Ostenta un centro histórico característico por su arquitectura tradicional, la cual remonta a semblanzas del siglo XIX, sección conocida como “El Viejo Mazatlán”. Los sitios de interés turístico ubicados en esta zona son: Plazuela Machado, Teatro Ángela Peralta, Museo de Arte y Museo de Arqueología, compaginados con una serie de restaurantes, cafés y bares que brindan la oportunidad de degustar la esencia culinaria, tanto local como internacional y, a su vez, en conjunto, sirven como sede de diversidad de eventos que promueven la cultura en sus diferentes representaciones (Osuna, 2018).

Asimismo, cuenta con dos atractivos reconocidos a nivel internacional en relación con sus dimensiones: uno es el faro asentado en la cima del Cerro del Crestón, reconocido como el faro natural más alto del mundo por sus 157 metros de altura, y otro su malecón con 21 kilómetros de longitud divididos en nueve tramos (Puntilla - Muelle Ferrys, Faro, Centenario, Olas Altas, Claussen, Av. del Mar, Camarón - Sábalo, Sábalo - Cerritos, Cerritos - Nuevo Mazatlán) que permiten conocer las distintas etapas de la historia del puerto. Sobre el trecho Camarón – Sábalo corre una reconocida zona turística en Mazatlán, denominada “Zona Dorada”, en ella se puede encontrar una gran variedad de hoteles, joyerías, centros de diversión y esparcimiento, así como diferentes tipos de restaurantes. Por último, Mazatlán cumple con variedad de oferta para satisfacer las necesidades de viaje, ocio y/o recreación de diferentes segmentos; ésta va desde el Turismo de Sol y Playa o Cultural hasta Turismo de Negocios, éste último como resultado de la construcción del centro de convenciones denominado Mazatlán International Center (MIC), recinto especial para llevar a cabo multiplicidad de eventos (Osuna, 2018).

El destino turístico de Mazatlán, México ha recuperado la seguridad, la confianza y la tranquilidad desde hace un par de años debido a los siguientes factores: bajar los índices de violencia e inseguridad originados de 2008 al 2013, salir de la lista de las ciudades

boletinas como peligrosos por los Estados Unidos de Norteamérica, recuperar la confianza por las instituciones relacionadas con el turismo a nivel nacional e internacional, regreso del arribo de las líneas navieras internacionales, conectarse con el corredor económico del norte a través de la carretera Mazatlán-Durango en México y mejoramiento de la infraestructura urbana de la ciudad.

De esta manera, si los destinos turísticos (ejemplo Mazatlán) ofrecen seguridad y confianza a los turistas que desean visitarlos es síntoma de una recuperación de la imagen y desarrollo turístico de los mismos debido a que el turismo es un fenómeno retráctil porque se contrae en cualquier momento por eventos de crisis como: inseguridad, violencia, epidemias entre otras que ponen en peligro la integridad del visitante esto genera la satisfacción y determina un perfil del turista.

Revisión de la literatura.

A continuación, se presentan los siguientes conceptos como turismo, turistas, perfil del turista, y destinos turísticos con el fin de entender el objeto de estudio y ampliar el panorama conceptual que se tiene en la presente investigación. Asimismo, Jiménez *et al.* comentan que el concepto de turismo puede ser “estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. Sin embargo, existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto único y estándar del turismo universal” (2017, p. 19).

De entrada, es necesario conocer la raíz etimológica acerca del concepto de turismo. Se encontró que las raíces *tour* y *turn* proceden del latín, ya sea del sustantivo *tornus* (“torno”) o del verbo *tornare* (“girar”, en latín vulgar) cuya connotación resultaría sinónima de “viaje circular”. Además, *Haulot* advierte que el vocablo *tour* tiene posiblemente un origen hebreo. Cualquiera que sea el origen de la palabra turismo, el motivo es que finalmente fueron tomadas del francés *tour* para ser utilizadas en otros idiomas como el inglés o español (De la Torre, 1997, p. 13).

El turismo es “el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (De la Torre Padilla, 1997, p.16).

Monterrubio expresa que “el turismo convencional ha sido relacionado con el turismo de masas. El término de turismo de masas tiene una connotación voluminosa, numérica, cuantitativa y evoca ideas de aglomeración, multitudes y concentraciones, no solo en cuanto a los desplazamientos sino en cuantos otros elementos que son parte del turismo y a muchas de sus manifestaciones” (2013, p. 16).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) comenta que la forma más común del turismo masivo es el turismo de sol y playa que consiste en que es el más demandado de

todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico. El turismo litoral se da en localidades costeras en las que se encuentran playas y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves (de 25 a 30 °C). En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

El turismo de sol y playa es considerado también como turismo de costa o litora, comprende “el rango completo de actividades turísticas, de ocio y recreativas que tienen lugar en la zona de costa. Incluye los sectores de alojamiento, restauración, alimentación y segundas residencias; infraestructuras como los comercios y proveedores de actividades de ocio y actividades acuáticas como navegar, ecoturismo marítimo, cruceros, nadar, pescar o bucear, entre otras” (Bigné, 2007, p.59).

Según Torres *et al.* comentan que un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación y que también consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (2015, p. 5). Además, hay otro concepto que define al turista nacional como “son viajeros de un país específico que se desplazan dentro su país” (Jiménez *et al.*, 2017, p. 27).

De esta manera, el perfil del turista se define como la tipificación de consumidores de servicios turísticos según sus características más generales, abordadas en este estudio, tales como: nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, ingresos, ocupación, escolaridad y estado civil. Además, La caracterización de un perfil turístico con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas y permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos (Torres *et al.*, 2015).

Por último, un destino turístico se define como “un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado” (Organización Mundial de Turismo, 2019, p.15).

En el caso de México, aun cuando tiene una diversa oferta de destinos turísticos integrada por grandes ciudades, urbes fronterizas y ciudades del interior donde la cultura es en la mayor parte de los casos su elemento turístico esencial, Baños (como se citó en Flores y

Leyva, 2018, p.61) comenta que “la actividad turística se ha desarrollado mayoritariamente en destinos de playa”, que está subdividido en dos categorías, como destinos turísticos tradicionales y planeados:

a) Destinos de playa tradicionales, cuyo origen no se debe a la práctica del turismo y que durante su devenir histórico fueron adaptando su estructura socioespacial para albergar a los visitantes (este es el caso de estudio de Mazatlán insertado en esta subdivisión).

Materiales y Método.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que se utilizó la recolección de datos, con base a la medición numérica y el análisis estadístico con la finalidad de responder a las preguntas de investigación y probar hipótesis (Hernández *et al.*, 2006). Asimismo, esta investigación es descriptiva dado a que describe el perfil del turista nacional que visita el destino de sol y playa de Mazatlán, México y según estos autores comentan que el alcance descriptivo busca “especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Hernández *et al.*, 2006). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diferentes conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Además, se trata de una investigación no experimental dado a que en ellos “el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo” (Behar Rivero, 2008, p.19). Es un estudio transversal porque se recopilaban los datos una sola vez un periodo determinado de tiempo.

La pregunta de investigación principal planteada en este trabajo es:

1. ¿Cuál es el perfil del turista nacional que visita el destino turístico de sol y playa de Mazatlán, México?

Cuyo objetivo general de esta investigación es:

1. Describir el perfil del turista nacional que visita el destino turístico de sol y playa de Mazatlán, México.

Se apoyó en la encuesta estructurada (cuestionario con preguntas cerradas y abiertas) como instrumento de investigación en la cual los sujetos estudiados son los turistas mexicanos mayores de 18 años y hayan pernoctado mínimo una noche. Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple y se aplicaron 267 cuestionarios en diversos puntos de mayor de afluencia de turistas como en las zonas hoteleras o franjas turísticas como: Malecón desde la Avenida del Mar hasta Paseo Olas Altas; además, el Centro de la Ciudad y el Centro Histórico en el periodo de junio a agosto de 2017 (temporada alta), pero, se hizo una prueba piloto de 20 cuestionarios en el mes de febrero del mismo año cuya información permitió ajustar el instrumento de recolección de datos. Asimismo, para el registro y codificación de los datos capturados se llevó a cabo en el programa IBM SPSS versión 18.

Para definir el perfil sociodemográfico se realiza un análisis estadístico descriptivo (de frecuencias) para las variables como: sexo, edad, estado civil, origen de procedencia,

escolaridad, ocupación laboral, entre otros, de esta manera la información que se obtiene, además de permitir un conocimiento del panorama de la actividad turística, ofrece muestras para generar un perfil específico de los visitantes nacionales que visitan este destino de sol y playa que optan por seleccionarlo como un destino importante en la temporada alta de verano en la parte noroeste de México.

Yumisaca *et al.* (2017) comentan que la demanda turística está constituida por personas nacionales y extranjeros que llegan a un destino turístico motivados por distintas actividades relacionadas con el turismo, cuyas características objetivas y subjetivas permite la conformación de segmentos homogéneos internamente y heterogéneos entre sí; proceden de distintas latitudes, con costumbres diferentes, así como con capacidad de gasto y estancia que difieren de unos a otros, pero, coincidentes en satisfacer necesidades comunes y con grandes expectativas de lograr experiencias únicas.

Resultados o discusión:

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas que se les aplicaron a 267 turistas de nacionalidad mexicana durante sus vacaciones en el destino turístico de Mazatlán del mes de junio a agosto del 2017 con la finalidad de identificar y elaborar el perfil sociodemográfico del mismo.

Para iniciar con la conformación del perfil del turista nacional es importante observar la composición del sexo y la edad que se constituye de la siguiente manera: en primer lugar el 47.2% son hombres y el 51.7% son mujeres; a lo que se refiere al rango de edad de mayor representatividad es de 31 a 40 años con 32.1% seguido por 18 a 30 años con 25.7%, luego el de 41 a 50 años con 23.0%, por último, los rangos de 51 a 60 años y más de 60 años con 14.3 y 4.5% respectivamente. Lo anterior, señala que el destino recibe la mayoría y adultos jóvenes, en contraste muy pocas de la tercera edad visitan este destino de sol y playa.

Otro dato significativo, es el origen de procedencia de los turistas que visitan este destino se conforma de la siguiente manera del estado de Coahuila con 15.8%, Chihuahua con 14.7%, del mismo estado de Sinaloa con 13.6% donde se ubica este destino turístico, Durango con 12.1%, Nuevo León con 7.5% y otros estados lo integran estados como: Estado de México, Jalisco, San Luis Potosí, Sonora, Querétaro, Zacatecas, entre otros con 36.2%. Es decir, Mazatlán recibe un turismo regional debido a que son estados colindantes y cercanos geográficamente.

En cuanto al estado civil de los encuestados, el rango de mayor representatividad es el de casado con 59.6%, lo siguen solteros con 28.7%, otras formas de pareja con 4.5%, por último, viudo y divorciados con 2.6% cada uno de ellos. Según los resultados, la escolaridad o el nivel académico destaca que el 47.5% corresponde a turistas con licenciatura, continúan el nivel de bachillerato con 27.9%, secundaria con 13.6%, por último primaria y estudios de posgrado 5.3% y 3.0% respectivamente. En síntesis,

Mazatlán es un destino de sol y playa considerado como familiar y recibe a turistas con un nivel académico superior de acuerdo con lo observado.

Entre las motivaciones u objetivos del viaje y de interés en Mazatlán, México lo más representativo es la recreación o diversión con 56.6%, seguido por el sol, mar y arena (playas) con 13.6%, conocer otro destino con 12.1%, visitas a familiares o amigos con 9.1%, por último, pero no menos importante son negocios, congresos y convenciones, y otras actividades turísticas con 3.4, 1.1 y 2.3% respectivamente. Otro factor importante para este estudio es acompañamiento del turista, es decir, con quien viaja a este destino de sol y playa, por lo cual, estos son los resultados: en primer lugar los turistas viajan en familia con un 71.7%, luego con amigos con 9.4%, con su pareja con 7.2%, por último solo y otras formas de acompañamiento con 4.5% y 1.5% respectivamente.

En cuanto a la frecuencia de visitas se refiere que de cada diez turistas seis lo han visitado varias veces y el resto por primera vez han visitado a Mazatlán; en el caso de varias veces consiste que los turistas han visita a este destino de sol y playa más de tres veces con 37%, luego dos veces con 12.5%, tres veces con 9.8 y una sola vez con 2.3%, en síntesis, son visitantes frecuentes al destino por la cercanía de sus lugares de origen.

En lo que se refiere al alojamiento o tipo de hospedaje el 71.3% de los encuestados prefieren hospedarse en un hotel por las diversas comodidades y servicios que ofrecen estos establecimientos, luego casa de familiares con 17.7%, moteles con 1.1% y otros tipos de hospedaje con 7.5%. Asimismo, la estancia de los turistas en Mazatlán consiste en 4 a 7 días con 44.9%, seguido de 1 a 3 días de estancia con 40.0%, por último, de 7 a más días con 14.0%.

Además, la mayor representatividad sobre la ocupación laboral de los turistas nacionales es la de empleado con 43.0%, le sigue otras actividades con 30.9% y por cuenta propia de 23.0%. Al tener un empleo ellos obtienen un ingreso económico para solventar sus gastos personales o familiares durante sus vacaciones por lo cual el rango de 5001 a 10000 pesos es el más alto con 43.0%, le siguen el de 0 a 5000 pesos con 26.4%, de 15001 a 20000 con 13.7% y de 10001 a 15000 pesos con 11.7%, en cambio, el 5.7% no contesto debido a no informar sobre aspecto.

Es importante conocer a través de qué medios de comunicación le proporciono mayor información al turista nacional para tomar la decisión de visitar a Mazatlán por lo cual se presentan los siguientes resultados: el internet con 48.7%, le siguen Publicidad con 15.8%, televisión 14.3%, prensa y radio 2.6 cada uno de ellos, por último, el 15.7% no contesto a esta pregunta, es decir, casi cinco personas de diez encuestadas consultaron el internet como fuente de información para decidir la visita a este destino de sol y playa.

Otros de los elementos a considerar para la toma de decisión del turista para visita a Mazatlán es la recomendación por terceros, en este caso, las hechas por familiares representan la de mayor porcentaje con 47.9, le sigue los amigos con 29.4%, además se

ubicar otros tipos de recomendaciones y redes sociales con 10.9 y 7.2% respectivamente, por último, el 5.0% de los encuestados nacionales no contestaron. Conjuntamente, otro factor crucial para la determinación de la percepción y la toma de decisión por el turista es cómo influyen los medios de comunicación y tecnológicos en la percepción del destino turístico, por lo cual, los visitantes respondieron de la siguiente manera: mucho influye con el 77%, continua el rango de poco con 18.5%, luego nada con 2.6%, por último, el 2.0% no contesto a la pregunta.

Después de que el turista haya realizado su estancia turística en Mazatlán (consumo bienes y servicios turísticos), es momento de saber y se le pregunto cuál es su percepción sobre el puerto turístico de sol y playa de Mazatlán, estas fueron las respuestas: el rango de mayor representatividad es de una percepción excelente con 52.1%, luego con una buena con 41.5%, así como regular con 4.5% y una percepción mala y pésima con 0.4% cada una de ellas. De esta manera, el turista nacional llevar a cabo el proceso turístico de vacacionar en Mazatlán toma la decisión de la recomendación del destino a un familiar, amigo, compañero de trabajo u otra persona por lo cual contesto de la siguiente forma: la categoría que definitivamente si con una participación de 89.4%, le sigue probablemente si con 7.2%, tal vez si con 6.8%, en contraste, el rango de definitivamente no solo con 0.8% y el 1.9% de los encuestados no contestaron.

Conclusiones

La investigación expone que el perfil sociodemográfico del turista nacional en Mazatlán, México es una pieza transcendental para llevar a cabo estrategias para el desarrollo de la actividad turística en este destino de sol y playa ubicado en la región noroeste de México. Además, se concluye que al analizar el perfil, las motivaciones y otros elementos aportan una información útil para mejorar la oferta turística, la gestión y promoción del destino y de esta manera impactar favorablemente en la experiencia turística y provocar nuevamente la intención de visita además de traer a nuevos clientes o turistas.

Los resultados en la parte descriptiva de esta investigación muestran evidencia importante del perfil del turista y el comportamiento del consumidor nacional que visita Mazatlán. Así, los turistas nacionales que llegan de forma variada hombres y mujeres, pero, estas últimas son un poco más, procedentes del mismo estado de Sinaloa y de los estados noroeste del país como Chihuahua, Durango, Coahuila, la mayor parte de los turistas viajan en familia, el rango de edad con mayor representatividad es 31 a 40 años, con estudios profesionales o universitarios, en cuanto a la ocupación la mayoría son empleados. Además, permanecen de cuatro a siete días principalmente en hoteles.

La derrama económica por cada turista es de 5001 a 10000 pesos, lo que hace un lugar barato en comparación con otros destinos de sol y playa del país. El destino turístico de Mazatlán se promociona o se da a conocer a través de internet, pero, su principal recomendación es la que hace el turista de boca a oreja con su amigo, familiar u otra persona. Las principales motivaciones más valoradas son para recreación o diversión,

conocer otro destino y las playas, por lo cual, perciben a un destino turístico y una estancia en el destino de buena a excelente.

La principal limitación de este estudio es el periodo por la corta temporalidad en el que se realizó el trabajo de campo debido a que se recolectó tres meses del año (verano) y por lo tanto no se valoran otros perfiles sociodemográficos de turistas nacionales en otra época del año, pudiendo ser diferentes o iguales entre ellos.

Como futuras líneas de investigación, este estudio se realice durante todo el año o en periodos de temporada alta del destino turístico de Mazatlán, además, este tipo de investigaciones se puede hacer en otros destinos con las mismas características de Mazatlán como pertenecer al segmento de sol y playa, ser un destino tradicional, estar ubicado en la costa del océano Pacífico y dirigido solamente estudiar a turistas nacionales con la finalidad de hacer estudios comparativos.

Referencias

- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Bigné, E., Sánchez, I., Currás, R. (2007). El papel de la imagen del destino en la valoración y comportamiento de post compra del turista de sol y playa. *Revista Papers de Turisme*, (42), 57-73.
<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/57/52>
- Carvache, W., Torres, M., Carvache, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita-Ecuador. *Revista Cuadernos de Turismo*, (39), 113-129. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461>.
- De la Torre Padilla, Ó. (1997). *El turismo: fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica.
- Flores, S., Leyva J. (2018). *Evaluación de la seguridad pública en municipios turísticos de sol y playa de México bajo un enfoque multicriterio*. Los Mochis, México: Universidad Autónoma de Occidente y Juan Pablos Editor.
- Forbes, (2017). *Turismo en México, el sector que más aporta al producto interno bruto*. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/turismo-mexico-pib/>
- García, N., Quintero Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 52-64. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00052.pdf>.
- [Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. \(2006\). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill.](#)
- Jiménez, A., Ortiz, D., Velarde, M., Bergeret, R. (2017). *Guía introductoria a la dimensión temática del sistema turístico*. Porrúa.

- ITB (2016). World Travel Trends Report 2016/2017. [https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World Travel Trends Report 2016_2017.pdf](https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World_Travel_Trends_Report_2016_2017.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Osuna, D. (2018). *Inaccesibilidad como Práctica Discriminatoria al Turismo de Diversidad Funcional en Mazatlán, Sinaloa* [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Sinaloa][Tesis no publicada].
- Moncada, P. (2017). *El estudio del turismo como sistema*. Universidad del Caribe-Miguel Ángel Porrúa.
- Monterrubio, J. (2013). *Turismo no convencional: Impactos socioculturales*. Trillas.
- Secretaría de Turismo (SECTUR), Compendio Estadístico del Turismo en México 2017. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>.
- Secretaría de Turismo (SECTUR), Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los Hogares (ENGATURH) 2013. http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/ENGATURH_2013.pdf
- Torres, J., Miguel, A., Reyes, R. (2015). *Perfil del visitante de Oaxaca*. México: Fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo SECTUR-CONACYT.
- Velarde, M. (2014). *Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Mazatlán 2013-2018*. Secretaria de Turismo-Gobierno del estado de Sinaloa-Universidad de Occidente. <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Mazatlan.pdf>
- Yumisaca, J., Mendoza, A., Villón, S. (2017). Perfil sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(3), 52-59. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>