

BOLETÍN No.2 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Segundo Trimestre 2013





ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al segundo trimestre del 2013 para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este segundo informe de resultados del 2013 se procesaron **1121 encuestas** las cuales fueron aplicadas en la **Marina, Centro y Playas** de esta ciudad.

La procedencia de los turistas extranjeros al destino Cabo San Lucas se comporta de la siguiente manera: los de **Estados Unidos** representan el **90.5%**, los **canadienses** representan el **5.1%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **1.1%**, y el **turista nacional** representa el **3.3%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **41-50 años** con el **30.3%**, las edades comprendidas entre **31-40 años** representa el **24.8%**, el grupo de edades entre **18-30 años** representa el **18.4%**, el grupo de edades entre **51-60 años** representa el **13.70%**, y los menos representados son los turistas con **más de 60 años** con el **12.8%**, de ellos el **19.3%** tienen **80 años o más**. La **edad promedio** de nuestros visitantes es de **49 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **56.9%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **43.1%** (Gráfica 3, pág.5).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **61.2%**, el **sunset cruise** con el **49.3%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **28.4%**, el **buceo & snorkeling** el **25.6%**, por último, **ir de pesca** representa el **15.8%** (Tabla 1, pág.6).

Durante el primer trimestre del 2012, el **51.2%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **48.2%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **0.6%** dijo que **vivía en Baja California Sur** (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

De los que ya habían visitado anteriormente BCS, el **39.2 %** lo había **visitado de 3 a 5 veces**, **más de 5 veces** el **36.8%**, y el **24.0%** de **1 a 2 veces** (Gráfica 5, pág. 6).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **54.4%**, seguida de las de **8-15 días** con el **27.3%**, las **estancias de 1 a 3 días** representan el **8.1%**, **las de 0 a 23 horas** representan el **6.6%**; y por último, las estancias de **16-30 días** representan el **3.6%**. La **estancia media** se sitúa en los **6 días** (Gráfica 6, pág.7).

El motivo principal para visitar CSL es por **vacaciones/ocio** con el **88.6%**, por **trabajo/negocios** representa el **9.0%**, las **visita a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **1.4%**, **otros motivos representan el 1.0%** (Gráfica 7, pág.7).

La principal razón para visitar CSL es la **experiencia de otras visitas** que representa el **21.7%**, por **recomendaciones de amigos y familiares** representa el **14.4%**, el **interés por conocer nuevos lugares** representa el **12.3%**, por ser un lugar **tranquilo y seguro** representa el **11.8%**, por la **calidez de sus gentes** representa el **6.6%**, la **riqueza de su entorno natural** (paisaje, clima y

playas) es la razón principal del **6.2%** de los turistas encuestados, la **gastronomía** el **4.6%**, la **proximidad geográfica** es la razón principal del **2.7%** de los visitantes, el **patrimonio cultural** representa el **1.3%**, las **raíces en BCS** representa **0.6%**, **otras razones** representan el **17.8%** (Gráfica 8, pág.8).

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta** lo cual representa el **78.1%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **10.7%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **7.8%**, los que compran **un paquete turístico a través de una agencia de viajes** representan el **3.2%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.2%** (Gráfica 9, pág.8).

El **41.5%** de los turistas realizó el viaje **en pareja**, los que viajaron **con familia** representan el **28.2%** y **con amigos** el **16.9%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **7.4%**, los que viajan **solos** representan el **5.2%**; y en **grupo organizado** (excursión) representan el **0.5%**, **otros** representa el **0.3%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **85.2%**, otro medio representativo es el **yate** con el **7.3%**. Los que llegan en **crucero** representan el **6.2%**, en **automóvil propio** el **0.9%**; el **ferry**, **autobús**, y **otros** sumados representan el **0.4 %**. (Gráfica 11, pág.9).

El medio de transportación que más utilizan los turistas para desplazarse por Cabo San Lucas es el **taxi** con el **44.3%**, el **automóvil de alquiler** representa el **21.6%**, otro medio preferido es el **camión colectivo local** con el **4.0%**, la **camioneta privada** es la preferida por el **2.7%** de los visitantes, el **2.7%** manifestó que se desplaza mediante **automóvil propio**, el **2.1%** manifestó que **no se desplazará**, el **coche de amigos** representa **1.9%**, , **otros** como **caminando**, **automóvil de un familiar y taxi acuático sumados** representan el **20.7%** (Gráfica 12, pág.9).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **72.2%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en **hotel tiempo compartido** con el **23.2%**, los que tienen **segunda residencia** en CSL representan el **2.0%**, los alojados en **condominios** representan el **0.6%**, , los **crucelistas** representan el **0.4%**, **otros tipos de alojamiento** representan el **1.6%** (Gráfica 13, pág.10).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **65.1%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representa el **12.1%**, las **agencias de viajes** representa el **7.5%**, los **libros y guías especializadas** es la forma que más utiliza el **5.1%** de los turistas, los **folletos turísticos/ferias** representan el **4.9%**, **los anuncios de prensa y revistas** representa el **3.1%**. las **oficinas de turismo** y las **agencias inmobiliarias** suman el **2.2 %** (Gráfica 14, pág.10).

La reserva del alojamiento por **internet** es la que más utilizan los turistas con el **61.1%**, por **teléfono directamente al alojamiento** representa el **12.1%**, a través de una **central de reservaciones** representa el **9.5%**, la **compañía para la cual trabaja el turista** representa el **6.1%**, mediante una **agencia de viajes** lo hicieron el **5.4%**, **directamente al llegar al hotel** es la forma preferida por el

3.1%, las **recomendaciones de amigos y familiares en Baja California Sur** representan el **0.9%**, y **otras formas** representan el **1.8%** (Gráfica 15, pág.11).

El **40.7%** prefiere hacer la reservación con **más de 60 días de anticipación**, de **16 a 30 días** representa el **21.0%**, de **8 a 15 días** representa el **18.0%**, de **31 a 60 días** representa el **13.7%**, de **0 a 23 horas** lo prefieren el **3.4%** de los turistas; por último, hacer la reservación de **1 a 7 días** de anticipación representa el **3.2%**. (Gráfica 16, pág.11).

El **ubicación** es el principal motivo para contratar el alojamiento con el **41.2%**, le sigue en orden de importancia la **modalidad de tiempo compartido** que representa el **20.0%**, el **precio** representa el **16.6%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **13.5%**, la **promoción/oferta** representa el **3.5%**, **otros motivos** representan el **5.2%** (Gráfica 17, pág.12).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es mediante **tarjetas de crédito** con el **68.8%**, el **efectivo en dólares** representa el **27.9%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **2.6%** de los turistas, las **tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **0.7%** de los turistas (Gráfica 18, pág.12).

La profesión que ejercen nuestros visitantes y turistas es variada, tal y como se aprecia en los siguientes resultados como los más representativos: **Salud 17.1%**, **Ingeniería 8.3%**, **Ventas 8.0%**, **Derecho y Leyes 7.1%**, **Educación 6.8%**, **Administración 5.6%**, **Salud y Belleza 4.4%**, **otras** representan el **41.7%**. (Gráfica 19, pág.13)

El **78.3%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **8.1%** **no trabaja para alguna compañía** y el **13.6%** es **jubilado**. (Gráfica 20, pág.13)

De los que trabajan para alguna compañía, el **60.3%** lo hacen para **compañías privadas**, el **30.4%** para **compañías públicas** y el **9.3%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.13)

Para **estancias medias de 6 días** el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$887.94 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$147.99 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$51.45 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$42.33 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$23.64 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$12.61 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$17.96 USD** (Tabla 2, pág.14).

A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **76.9%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **73.4%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **74.5%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **75.2%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio,) se evalúan de **excelente** con el **74.7%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **71.7%**, por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** por el **77.2%** (Tabla 3, pág.14).

Las evaluaciones con los mejores resultados hechas por los cruceristas de diferentes aspectos/servicios en CSL son las siguientes: los **servicios de tenders** (lanchas que trasbordan a los

crucelistas a tierra) son evaluados de **bien** por el **71.4%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **bien** por el **51.8%**, la **transportación local** la evalúan de **bien** el **53.6% de los turistas**, los **tours y paseos** son evaluados de **bien** con el **62.5%**, la **seguridad del destino** los crucelistas la evalúan de **bien** con el **60.7%**, la **limpieza del destino** la consideran de **bien** con el **62.5%**, el **trato de la gente** los crucelistas lo evalúan de **bien** con el **60.7%**, por último, los **restaurantes** tiene una evaluación de **bien** con el **66.7%** (Tabla 4, pág.15)

Las evaluaciones más significativas hechas por los turistas con relación a diferentes **aspectos/servicios** de CSL son las siguientes: los **servicios de la marina turística** son evaluados de **excelente** con el **61.8%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **65.0%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **72.0%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **74.6%** de los turistas, y las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **73.6%** de los turistas (Tabla 5, pág.15).

Las evaluaciones hechas por los turistas a **otros aspectos/servicios** de Cabo San Lucas tienen las siguientes valoraciones como las más relevantes en los rubros evaluados: las **oficinas de información turística** son evaluadas de **excelente** con el **82.7%**, las **carreteras y señalizaciones** tienen una evaluación de **excelente** representadas por el **81.8%**, el **trato de la gente** tiene una evaluación del 79.9% de **excelente**, la **conservación de medio ambiente y el patrimonio** es evaluado de **excelente** por el **79.4%** de los turistas, el **transporte local** es valorado de **excelente** con el **78.5%**; por último, los **tours o paseos** tienen una evaluación de **excelente** que representa el **84.5%** (Tabla 6, pág.16)

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **72.9%** de los turistas, mientras que el **26.2%** lo evalúa de **bien**, las evaluaciones de **regular** representan el **0.7%** y las de **mal** el **0.2%** (Gráfica 22, pág.16).

TABLAS Y GRAFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL

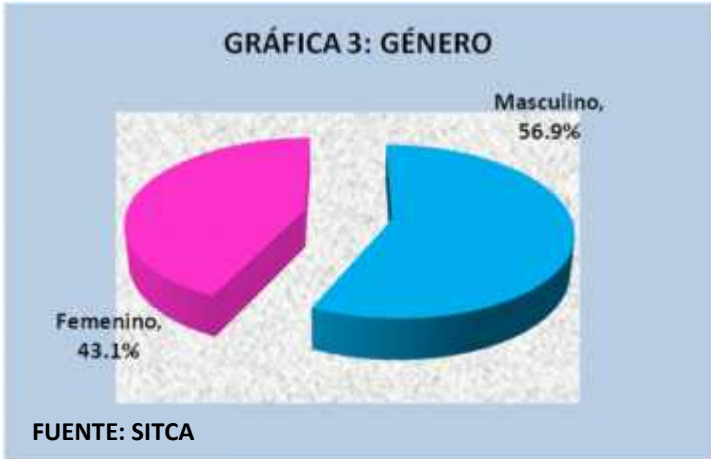
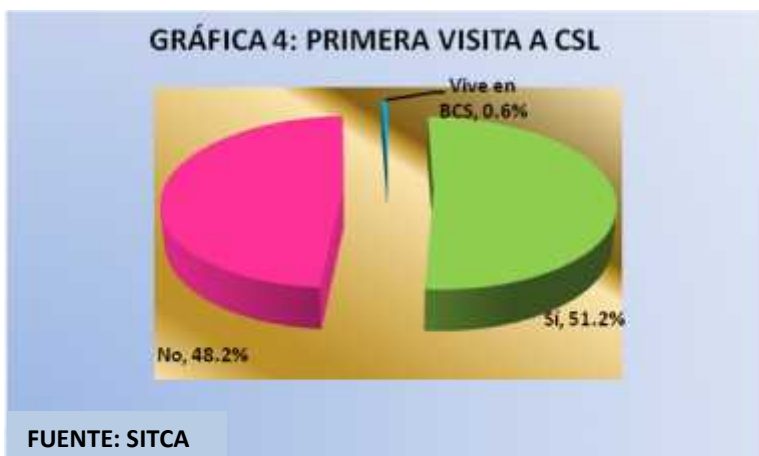
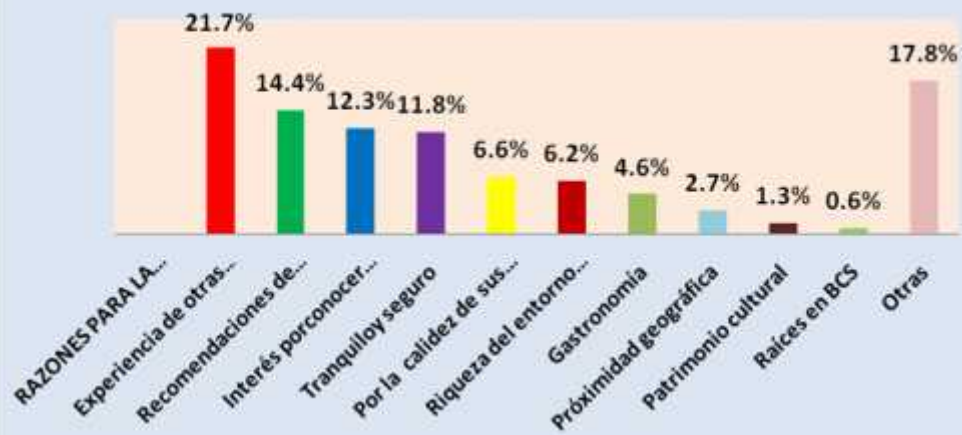


TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS	
Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	61.2%
Sunset cruise.	49.3%
Nado con delfines.	28.4%
Buceo & Snorkerling	25.6%
Ir de pesca	15.8%
FUENTE: SITCA	

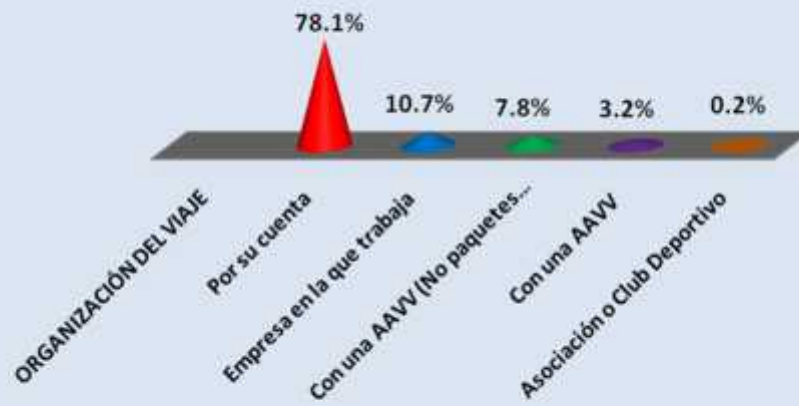




GRÁFICA 8: RAZONES PARA LA SELECCIÓN DEL DESTINO

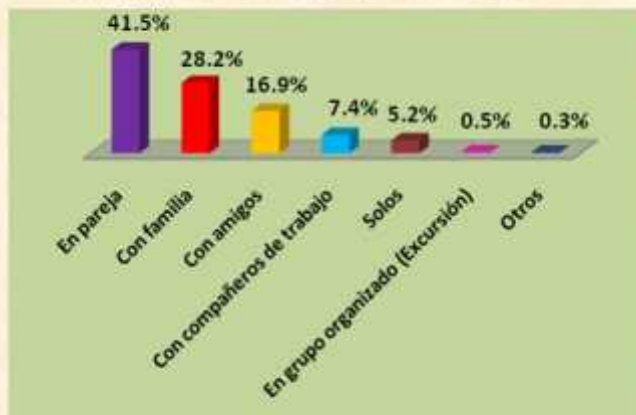


GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



FUENTRE: SITCA

GRÁFICA 10: CON QUIÉN HA VENIDO



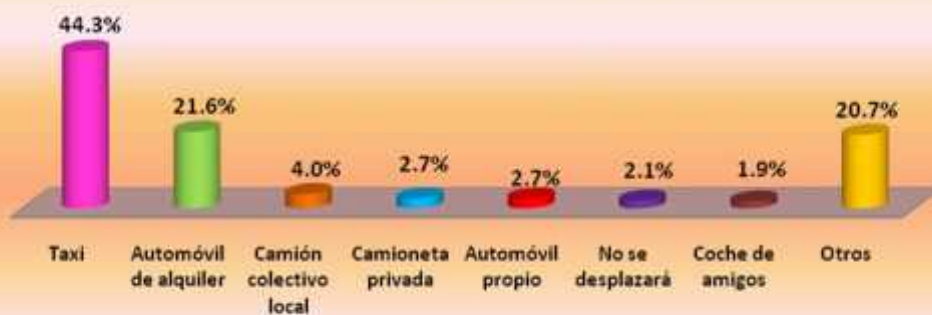
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL



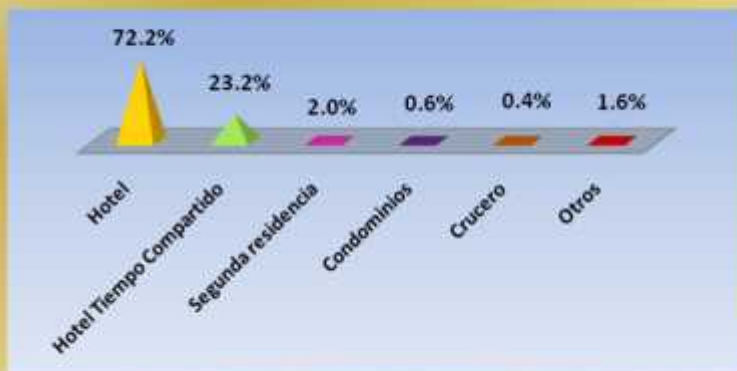
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



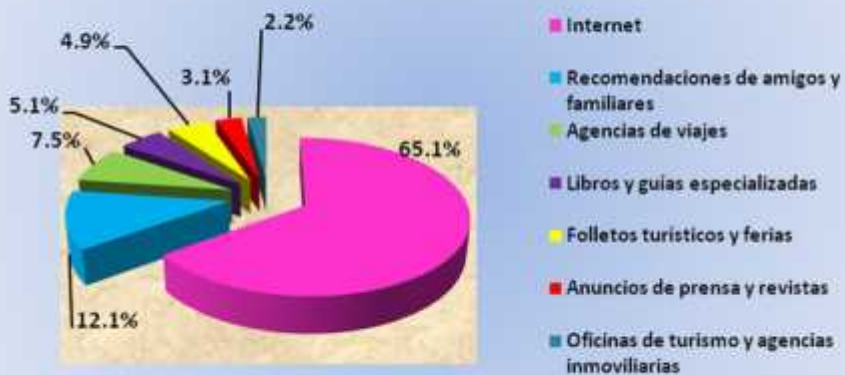
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 13: TIPO DE ALOJAMIENTO



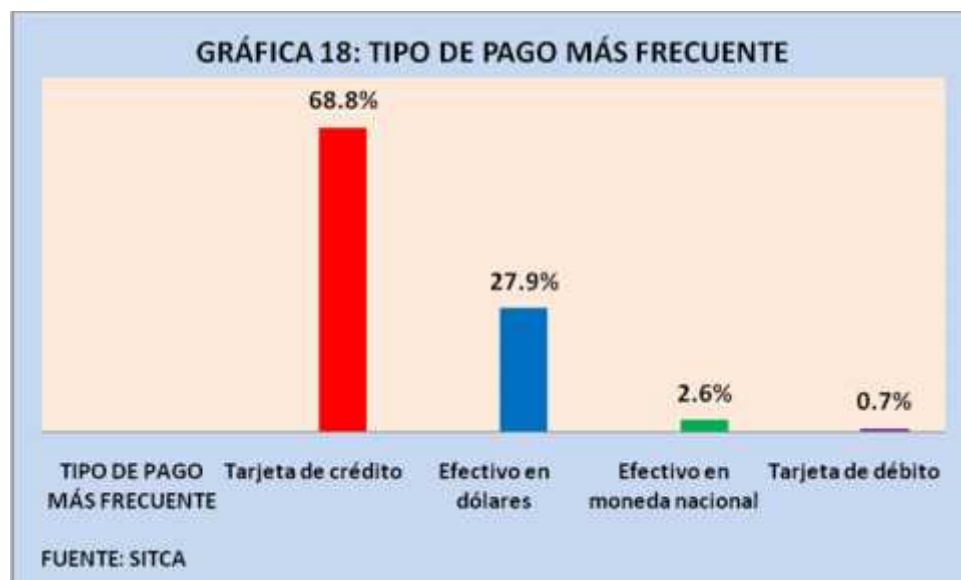
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 14: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO

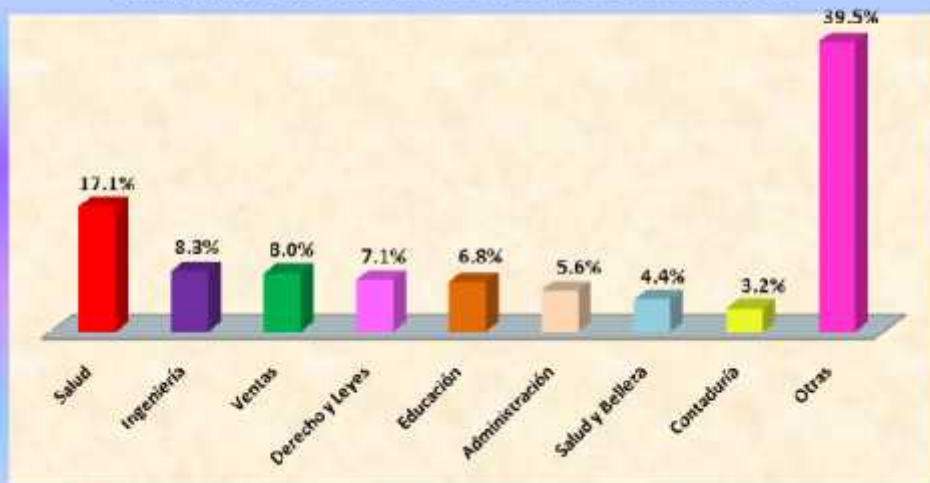


FUENTE: SITCA



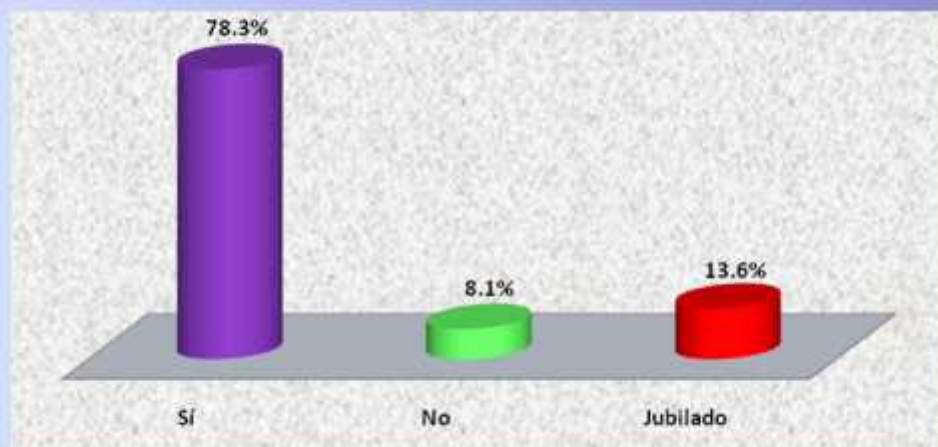


GRÁFICA 19: PROFESIONES DE TRABAJO DE LOS TURISTAS



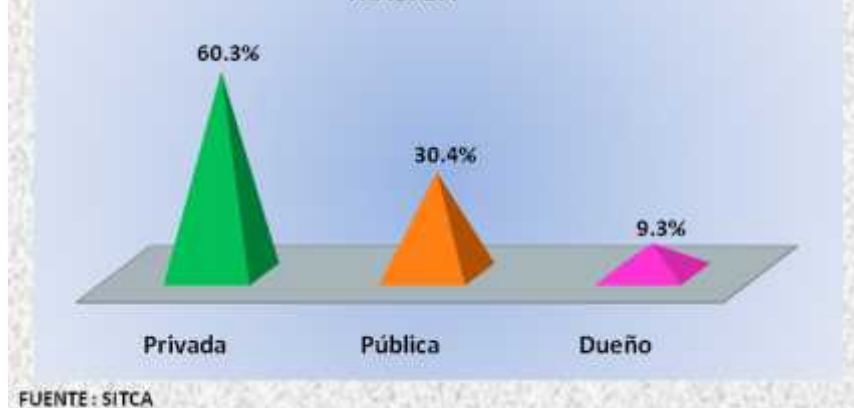
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 20: TRABAJA PARA ALGUNA COMPAÑÍA



FUENTE: SITCA

GRÁFICA 21: TIPO DE COMPAÑÍA PARA LA QUE TRABAJA



FUENTE: SITCA

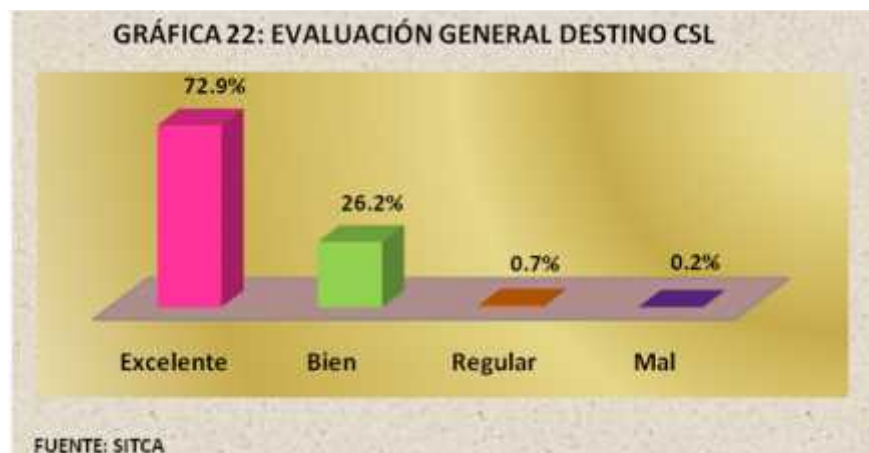
TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	887.94
Gasto total por persona y día.	147.99
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	51.45
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	42.33
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	23.64
Gasto por persona y día en transporte.	12.61
Gasto por persona y día en compras varias.	17.96
FUENTE: SITCA	

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	76.9%	22.6%	0.3%	0.2%
Confort de sus instalaciones.	73.4%	26.1%	0.3%	0.2%
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	74.5%	24.7%	0.8%	0%
Servicio y atención del personal.	75.2%	24.2%	0.4%	0.2%
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	74.7%	24.7%	0.5%	0.1%
Servicios de comida del establecimiento.	71.7%	27.0%	1.3%	0%
Limpieza e higiene del establecimiento.	77.2%	22.4%	0.4%	0%
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Limpieza del destino	267.7%	62.5%	5.4%	5.4%
Instalaciones del muelle turístico	41.1%	51.8%	7.1%	0%
Restaurantes	23.8%	66.7%	9.5%	0%
Seguridad del destino	33.9%	60.7%	5.4%	0%
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	26.8%	71.4%	1.8%	0%
Tours/Paseos	33.9%	62.5%	3.6%	0%
Transporte local	37.5%	53.6%	8.9%	0%
Trato de la gente	33.2%	60.7%	7.1%	
FUENTE: SITCA				

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	61.8%	36.8%	1.2%	0.2%
Aeropuerto SJD.	65.0%	30.6%	4.1%	0.3%
Restaurantes.	72.0%	27.4%	0.5%	0.1%
Discos y bares.	74.6%	24.1%	1.1%	0.2%
Playas.	73.6%	25.4%	1.0%	0%
FUENTE: SITCA				

TABLA 6: EVALUACIÓN DE OTROS ASPECTOS/SERVICIOS EN CSL				
Aspectos evaluados	%E	%B	%R	%M
Oficinas de Información Turística.	82.7%	15.8%	1.5%	0%
Carreteras, señalización.	81.8%	15.1%	3.1%	0%
Trato de la gente.	79.9%	17.3%	2.8%	0%
Conservación medio ambiente y patrimonio.	79.4%	19.8%	0.8%	0%
Transporte local.	78.5%	17.8%	3.7%	0%
Tours o paseos.	84.5%	13.9%	1.6%	0%
FUENTE: SITCA				



Derechos Reservados a:

**Sistema de Información Turística de las Californias (SITCA)
Universidad del Golfo de California.**

C/Venustiano Carranza, No.11- 4 entre Abasolo y Ocampo.

Cabo San Lucas, BCS.

C.P. 23450

Teléfono: 52-624-1437568

E-mail: sitca@ugc.mx

<http://www.sitcaugc.com.mx>