

BOLETÍN No.1 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Primer Trimestre 2014





ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al primer trimestre del 2014 para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **517 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 **84.5%**, los **canadienses** representan el **7.2%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **1.3%**, y el **turista nacional** representa el **7.0%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **18-30 años** con el **35.3%**, las edades comprendidas entre **31-40 años** representa el **31.0%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **17.5%**, el grupo de edades entre **51-60 años** el **6.5%** y los de **más de 60 años** con el **9.7%**. La **edad promedio** de nuestros visitantes es de **42 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **48.5%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **51.5%** (Gráfica 3, pág.5).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **69.1%**, el **sunset cruise** con el **50.3%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **38.2%**, el **buceo & snorkeling** el **30.1%**; por último, **ir de pesca** representa el **16.4%** (Tabla 1, pág.6).

El **73.6%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **26.2%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **0.2%** dijo que **vivía en Baja California Sur** (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **26.2%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **41.9 %** lo había **visitado de 1 a 2 veces**, **más de 5 veces** el **31.5%**, y el **26.6%** de **3 a 5 veces** (Gráfica 5, pág. 6).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **72.3%**, seguida de las de **8-15 días** con el **14.8%**, **las de 1-3 días** representan el **7.5%**, las estancias de **16-30 días** representan el **3.8%**, y por último, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **1.6%**. 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 **93.0%**, por **trabajo/negocios** representa el **2.7%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **2.3%**, **las competiciones deportivas** representan el **1.0%** y **otros motivos representan el 1.0%** (Gráfica 7, pág.7).

La principal razón para visitar CSL es la por ser un lugar **tranquilo y seguro** que representa el **31.1%**, **por el patrimonio cultural** **15.8%**, **el interés por conocer nuevos lugares** **7.4%**, **por la calidez de sus gentes** **7.4%**, **la experiencia de otras visitas** **6.8%**, **la riqueza de su entorno natural (paisaje, clima y playas)** **6.4%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** **5.8%**, la

proximidad geográfica representa el **5.2%**, la **gastronomía** **4.9%**, las **raíces en BCS** **1.4%**, **otras razones** representan el **7.8%** (Gráfica 8, pág.7).

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta** lo cual representa el **84.5%**, los que compran **un paquete turístico a través de una agencia de viajes** representan el **5.8%**, os que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **4.8%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **4.5%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.4%** (Gráfica 9, pág.8).

El **50.2%** de los turistas realizó el viaje **en pareja**, los que viajaron **con familia** representan el **22.5%**, **con amigos** el **21.5%**, los que viajan **solos** representan el **3.7%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **1.5%**; **por último, los que vienen en grupos organizados** representan el **0.6%** (Gráfica 10, pág.8).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **97.1%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **1.4%**, **en yate** **1.0%** y **otros** **0.5%** (Gráfica 11, pág.8).

El medio de transportación que más utilizan los turistas para desplazarse por Cabo San Lucas es el **taxi** con el **49.5%**, el **automóvil e alquiler** **24.3%**, **no se desplazará** **10.5%**, **el camión colectivo local** **4.3%**, **la camioneta privada** **3.3%**, **el automóvil propio** **2.1%**, **el coche de amigos** **1.9%**, y **otros representa en el** **4.1%** (Gráfica 12, pág.9).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **87.5%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en un **hotel tiempo compartido** que representan el **7.0%**, **en condominios** **2.3%**, los que tienen **segunda residencia** en CSL representan el **0.4%**, los que se alojan en **bungalow/cabañas** representan también el **0.4%**, **otros tipos de alojamiento** representan el **2.4%** (Gráfica 13, pág.9).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante las **recomendaciones de amigos y familiares** que representa el **37.9%**, **internet** que representa el **27.7%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **11.8%**, los **libros y guías especializadas** es la forma que más utiliza el **8.8%** de los turistas, las **agencias de viajes** representan el **8.6%**, las **oficinas de turismo** el **3.4%**, **los anuncios de prensa y revistas** representan el **1.2%**; por último, las **agencias inmobiliarias** representan el **0.6%** (Gráfica 14, pág.10).

La reserva por **teléfono directamente al alojamiento** representa el **62.2%**, por **internet** el **19.6%**, a través de una **AAVV** representa el **7.3%**, a través de una **central de reservaciones** representa el **2.6%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **2.4%**, las **recomendaciones de amigos y familiares en Baja California Sur** representan el **2.0%**, la **compañía para la cual trabaja el turista** representa el **1.0%** y **otras formas** representan el **2.9%** (Gráfica 15, pág.10).

El **35.5%** prefiere hacer la reservación de **8 a 15 días**, de **1 a 7 días** de anticipación representa el **19.9%**, de **31 a 60 días** representa el **14.4%**, de **16 a 30 días** representa el **12.9%**, con **más de 60**

días de anticipación representa el **9.3%**; **por último**, de **0 a 23 horas** lo prefieren el **8.0%** de los turistas. (Gráfica 16, pág.11).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **36.0%**, le sigue en orden de importancia la **promoción/oferta 24.3%**, la **ubicación 19.4%**, **las recomendaciones de amigos y familiares** representan el **7.5%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa el **7.3%**, **otros motivos** representan el **5.5%** (Gráfica 17, pág.11).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es mediante **tarjeta de crédito** con el **71.7%**, el **efectivo en dólares** representa el **22.6%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **5.1%** de los turistas y **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **0.4%** de los turistas; por último, con **cheques de viajeros** el **0.2%** (Gráfica 18, pág.11).

La profesión que ejercen nuestros visitantes y turistas es variada, tal y como se aprecia en los siguientes resultados como los más representativos: **Salud 8.1%**, **Construcción 7.4%**, **Educación 7.4%**, **Derecho y Leyes 6.0%**, **Ventas 5.4%**, **Administrativo 4.0%**, **Tecnologías/Sistemas Informáticos 4.0%**, **Turismo, Hospitalidad y Gastronomía 3.4%**, **otras 54.3%**. (Gráfica 19, pág.12)

El **74.9%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **13.3%** **no trabaja para alguna compañía** y el **11.8%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.12)

De los que trabajan para alguna compañía, el **71.6%** lo hacen para **compañías públicas**, el **21.3%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **7.1%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.12)

Para **estancias medias de 6 días**, el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$967.74 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$161.29 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$49.35 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$30.41 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$27.62 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$25.40 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$28.51 USD** (Tabla 2, pág.13).

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 **86.8%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **82.5%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **82.2%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **84.0%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ...) se evalúan de **excelente** con el **84.2%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **82.1%**, por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** por el **84.5%** (Tabla 3, pág.13).

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 **84.7%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **72.3%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **85.2%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **83.5%** de los turistas, y las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **91.3%** de los turistas (Tabla 4, pág.14).

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **88.4%** de los turistas, mientras que el **11.6%** lo evalúa de **bien** (Gráfica 22, pág.14).

TABLAS Y GRAFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL

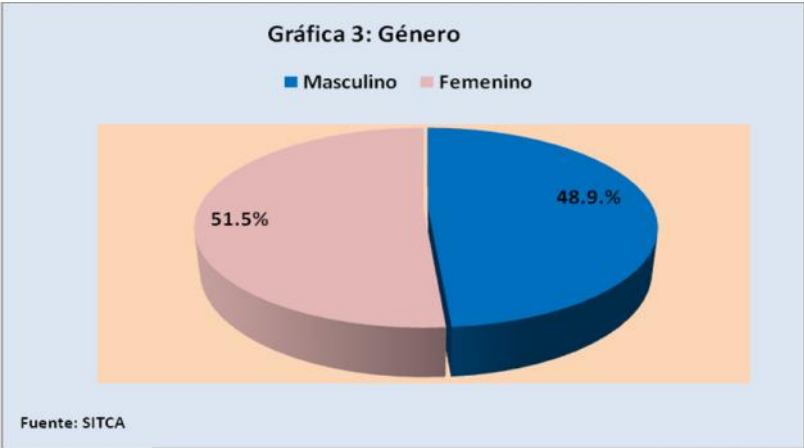
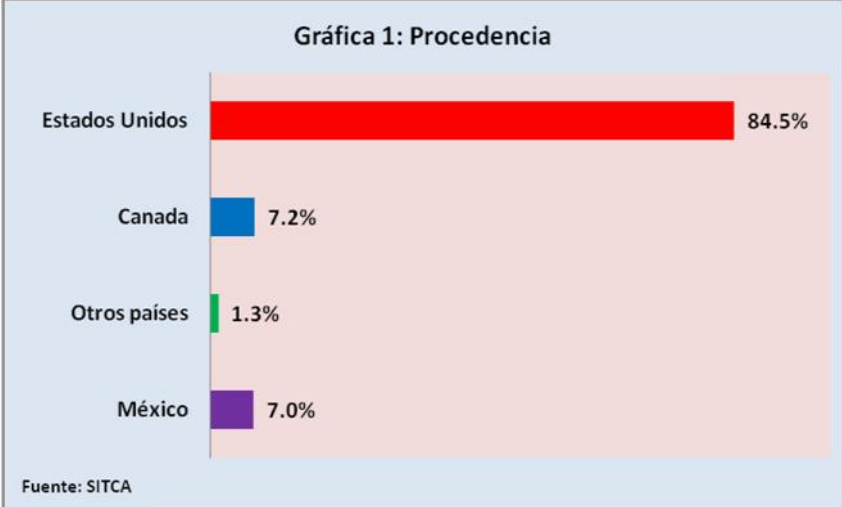
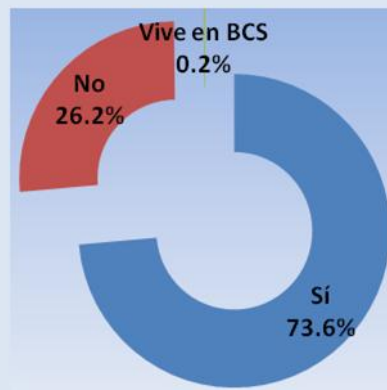


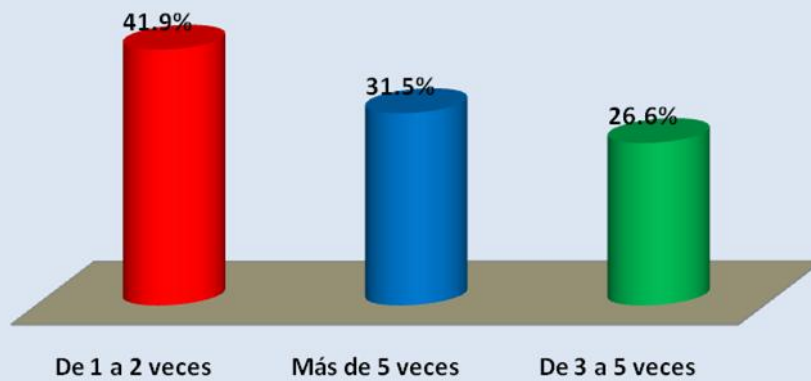
TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS	
Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	69.1%
Sunset cruise.	50.3%
Nado con delfines.	38.2%
Buceo & Snorkerling	30.1%
Ir de pesca	16.4%
FUENTE: SITCA	

Gráfica 4: Primera Visita a CSL

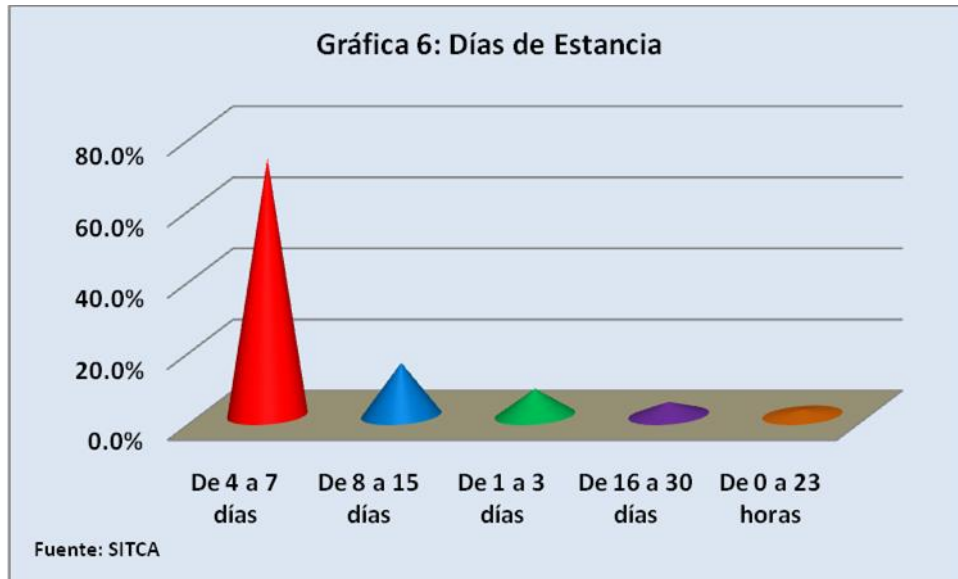


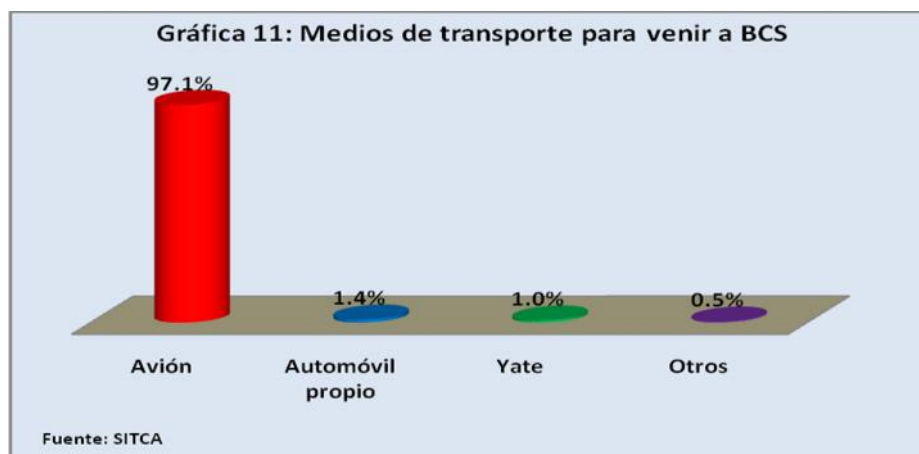
Fuente: SITCA

Gráfica 5: Cantidad de Visitas a BCS

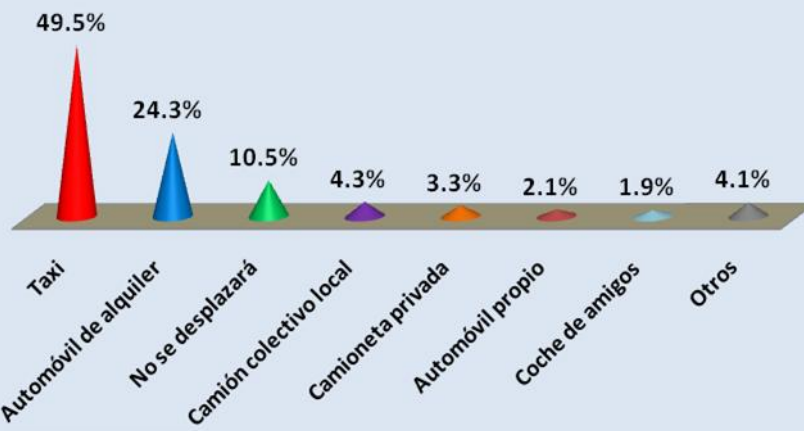


Fuente: SITCA



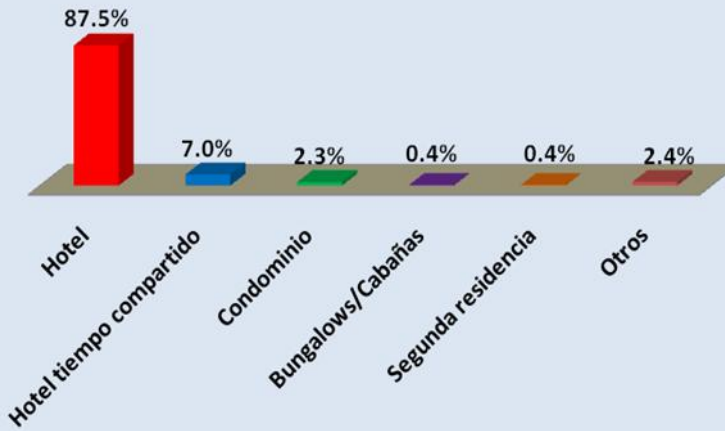


Gráfica 12: Medios de transporte desplazamientos CSL

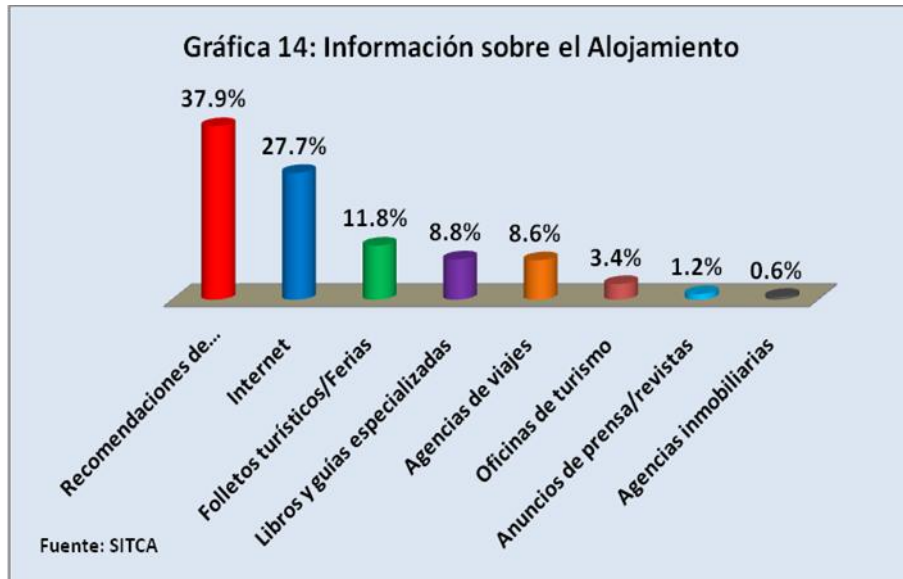


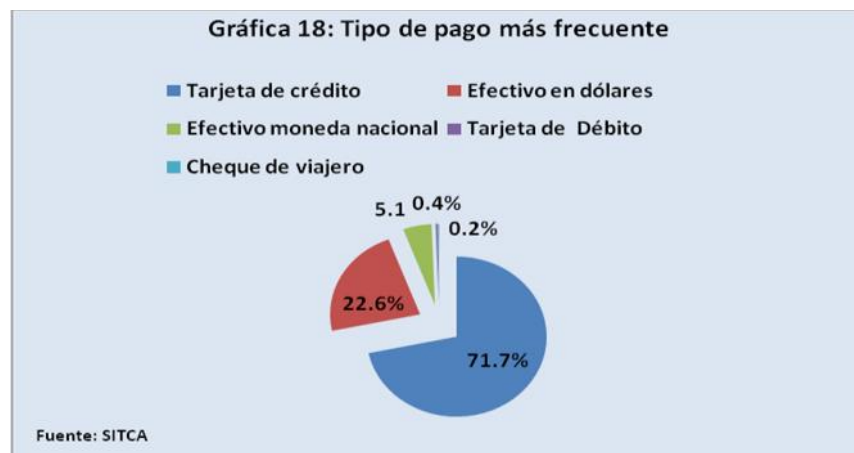
FUENTE: SITCA
Fuente: SITCA

Gráfica 13: Tipo de alojamiento



Fuente: SITCA





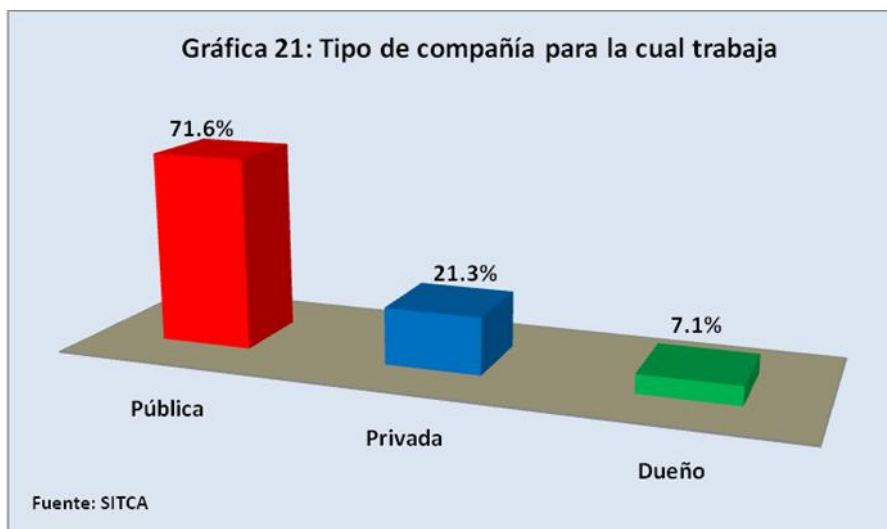
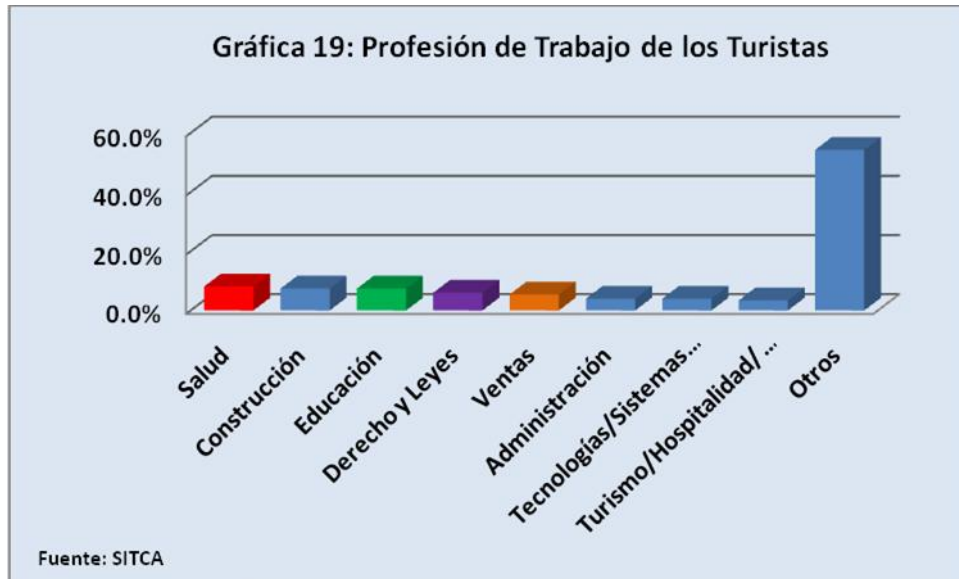


TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	967.74
Gasto total por persona y día.	161.29
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	49.35
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	30.41
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	27.62
Gasto por persona y día en transporte.	25.40
Gasto por persona y día en compras varias.	28.51
FUENTE: SITCA	

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	86.8%	12.3%	0.9%	0%
Confort de sus instalaciones.	82.5%	15.9%	1.4%	0.2%
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	82.2%	16.4%	1.4%	0%
Servicio y atención del personal.	84.0%	14.4%	1.4%	0.2%
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	84.2%	13.9%	1.6%	0.3%
Servicios de comida del establecimiento.	82.1%	15.5%	2.1%	0.3%
Limpieza e higiene del establecimiento.	84.5%	13.2%	2.1%	0.2%0.2%
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	84.7%	12.7%	2.4%	0.2%
Aeropuerto SJD.	72.3%	19.8%	6.55	0%
Restaurantes.	85.2%	13.9%	0.9%	0%
Discos y bares.	83.5%	15.9%	0.8%	0%
Playas.	91.3%	8.7%	0%	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>