

BOLETÍN No.2-4 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Segundo-Cuarto Trimestre 2014





ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente a los trimestres 2-4 del 2014, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **1086 encuestas**, las cuales fueron aplicadas en la **Marina, Centro y Playas** de esta ciudad. Se debe señalar que durante el 2014, tuvimos varias afectaciones en nuestros servidores y posteriormente el Huracán Odile, por lo que no nos fue posible, editar en tiempo y forma los boletines 2 y 3 del 2014, y decidimos editar un boletín unificador de los trimestres del 2-4 del 2014.

La procedencia de los turistas extranjeros al destino Cabo San Lucas se comporta de la siguiente manera: los de **Estados Unidos** representan el **84.3%**, los *canadienses* representan el **8.1%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **2.8%**, y el *turista nacional* representa el **4.8%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **30.4%**, las edades comprendidas entre **41-50 años** representa el **25.5%**, el grupo de edades entre **18-30 años** representa el **20.8%**, *el grupo de edades entre 51-60 años* el **13.4%** y los de **más de 60 años** con el **9.9%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **40 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **53.2%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **46.8%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **59.6%**, **paseo por la ciudad** **25.6%**, el **sunset cruise** con el **24.7%**, el **buceo & snorkeling** el **22.3%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **20.6%**; por último, **ir de pesca** representa el **18.9%** (Tabla 1, pág.6).

El **49.3%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **49.9%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **0.8%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **49.9%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **39.7 %** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **39.2%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces** el **21.1%**, y (Gráfica 5, pág. 7).

Las *estancias entre 4-7 días* son las más representativas con el **53.5%**, seguida de las de **8-15 días** con el **32.8%**, las estancias de **16-30 días** representan el **5.2%**, las *estancias de 0 a 23 horas* representan el **5.2%**; por último, *las de 1-3 días* representan el **3.3%**. 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 **88.2%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **6.8%**, por **trabajo/negocios** representa el **3.4%**, los **congresos y ferias** representan el **0.4%** *las competiciones deportivas* representan el **0.3%** y **otros motivos** representan el **0.9%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL es la por ser un lugar **tranquilo y seguro** que representa el **30.0%**, la **experiencia de otras visitas** el **12.9%**, la **riqueza de su entorno natural (paisaje, clima y playas)** **11.8%**, el **interés por conocer nuevos lugares** **9.3%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** **9.0%**, por el **patrimonio cultural** **6.6%**, **otras razones** **20.4** (Gráfica 8, pág.8).

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **73.4%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **13.2%**, los que compran **un paquete turístico a través de una agencia de viajes** representan el **6.9%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **6.1%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.4%** (Gráfica 9, pág.9).

El **55.7%** de los turistas realizó el viaje **en pareja**, los que viajaron **con familia** representan el **22.9%**, **con amigos** el **13.8%**, los que viajan **solos** representan el **4.7%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **2.2%**; por último,, **los que vienen en grupos organizados** representan el **0.7%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **91.0%**, los que llegan en **crucero** representan el **4.9%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **2.1%**, en **yate** **0.9%** y **otros** **1.1%** (Gráfica 11, pág.10).

El medio de transportación que más utilizan los turistas para desplazarse por Cabo San Lucas es el **taxi** con el **47.5%**, el **automóvil e alquiler** **28.1%**, el **camión colectivo local** **5.9%**, **no se desplazará** **5.6%** y **otros** representa el **12.9%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **77.8%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en un **hotel tiempo compartido** que representan el **7.0%**, en **condominios** **4.9%**, **los cruceristas** representan el **3.7%** y **otros tipos de alojamiento** representan el **6.6%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **46.4%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** que representa el **29.7%**, los **libros y guías especializadas** es la forma que más utiliza el **8.1%** de los turistas, los **folletos turísticos/ferias** representan el **6.4%**, las **agencias de viajes** representan el **5.2%**; por último, **otros** medios de información representan el **4.2%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **40.4%**, **teléfono directamente al alojamiento** representa el **29.5%**, a través de una **AAVV** representa el **7.4%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **6.1%**, las **recomendaciones de amigos y familiares en Baja California Sur** representan el **6.0%**, y **otras formas** representan el **10.5%** (Gráfica 15, pág.12).

El **25.3%** prefiere hacer la reservación de **16 a 30 días**, de **8 a 15 días** de anticipación representa el **21.5%**, de **31 a 60 días** representa el **19.5%**, con **más de 60 días de anticipación** representa el **16.1%**; de **1 a 3 días**, representa el **12.2%** por último, de **0 a 23 horas** lo prefieren el **5.4%** de los turistas. (Gráfica 16, pág.12).

La ubicación es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **29.8%**, le sigue en orden de importancia el **precio** con el **22.0%**, la **promoción/oferta** **14.5%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **11.5%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa el **5.6%**, **otros motivos** representan el **16.6%** (Gráfica 17, pág.13).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es mediante **tarjeta de crédito** con el **65.7%**, el **efectivo en dólares** representa el **26.3%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **4.5%** de los turistas y **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **34%** de los turistas; por último, con **cheques de viajeros** el **0.1%** (Gráfica 18, pág.13).

El perfil de trabajo que ejercen nuestros visitantes y turistas es variada, tal y como se aprecia en los siguientes resultados como los más representativos: **Ventas 8.1%**, **Educación 7.9%**, **Salud 7.4%**, **Construcción 6.4%**, **Creatividad/Diseño 5.1%**. **Administración 5.10%**, **Derecho y Leyes 4.7%**, **Ingeniería 4.5%**, **otros 50.8%**. (Gráfica 19, pág.14)

El **69.6%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **18.1%** **no trabaja para alguna compañía** y el **12.3%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

De los que trabajan para alguna compañía, el **47.6%** lo hacen para **compañías públicas**, el **43.8%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **8.6%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.15)

Para **estancias medias de 6 días**, el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$1063.80 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$177.30 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$51.03 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$41.10 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$29.25 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$28.40 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$27.53 USD** (Tabla 2, pág.15).

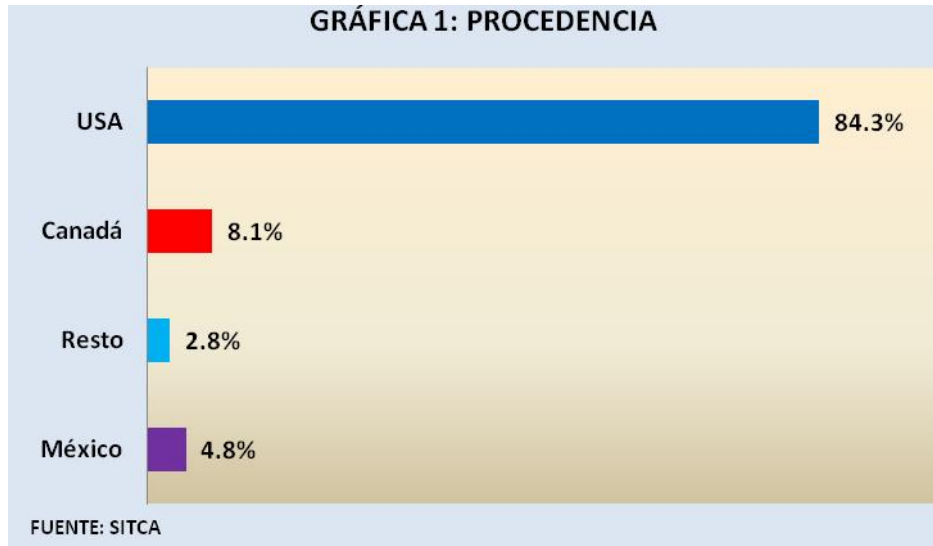
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **69.4%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **68.0%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **66.1%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **68.7%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ...) se evalúan de **excelente** con el **67.2%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **66.6%**, por último, la **limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **67.2%** (Tabla 3, pág.16).

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 **74.7%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **67.6%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **74.7%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **69.2%** de los turistas, y las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **76.1%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **bien** por el **50.0%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **bien** por el **55.0%**, el **trato de la gente** se evalúa de **bien** con el **61.0%**, la conservación del medio ambiente es evaluado de **bien** por el **64.2%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **60.6%**; por último, los tours son evaluados de **excelente** por el **50.0%** de los turistas (Tabla 4, pág.16).

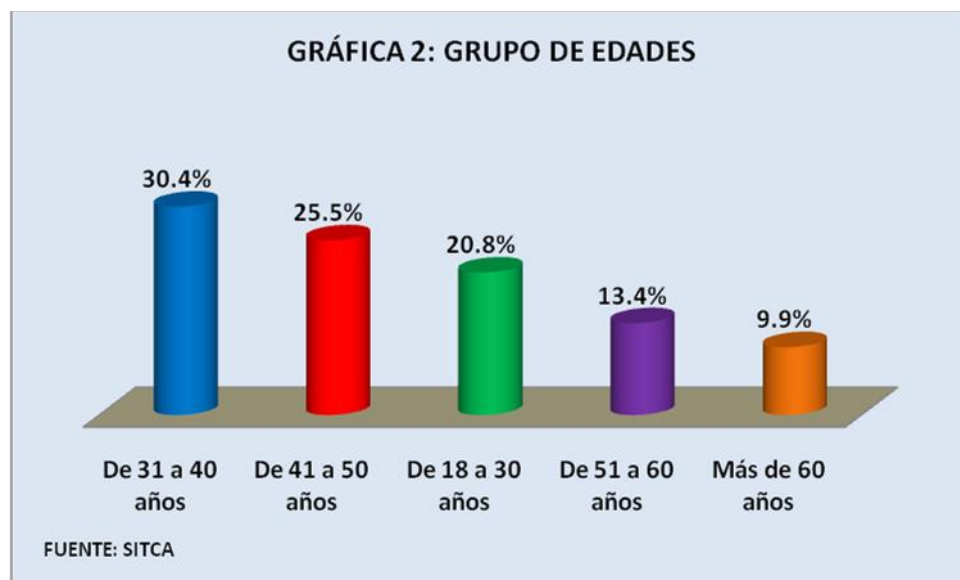
El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **86,6%** de los turistas, mientras que el **13.1%** lo evalúa de **bien**, y el **0.3% de regular** (Gráfica 22, pág.17)

TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANA TURÍSTICA CSL

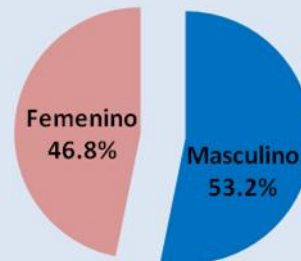
GRÁFICA 1: PROCEDENCIA



GRÁFICA 2: GRUPO DE EDADES



GRÁFICA 3: GÉNERO



FUENTE: SITCA

TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	59.6%
Paseo por la ciudad	25.6%
Sunset cruise.	24.7%
Buceo & Snorkerling	22.3%
Nado con delfines.	20.6%
Ir de pesca	18.9%

FUENTE: SITCA

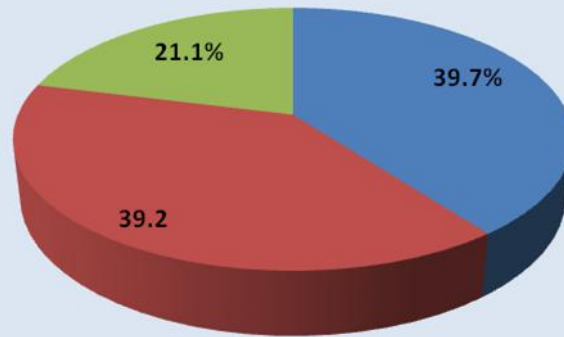
GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL



FUENTE: SITCA

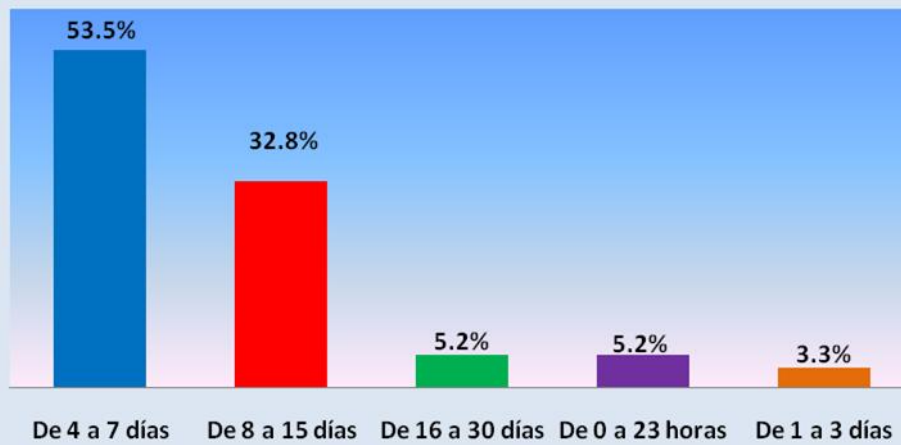
GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VIISTAS A CSL

■ De 1 a 2 veces ■ De 3 a 5 veces ■ Más de 5 veces



FUENTE: SITCA

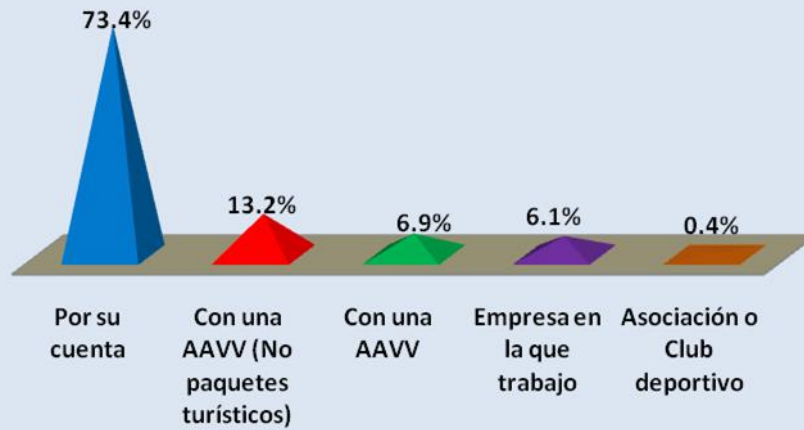
GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



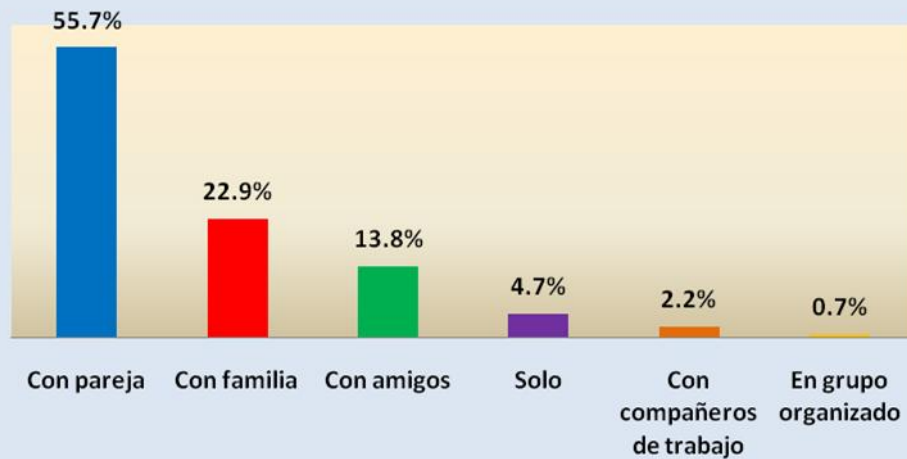
FUENTE: SITCA



GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

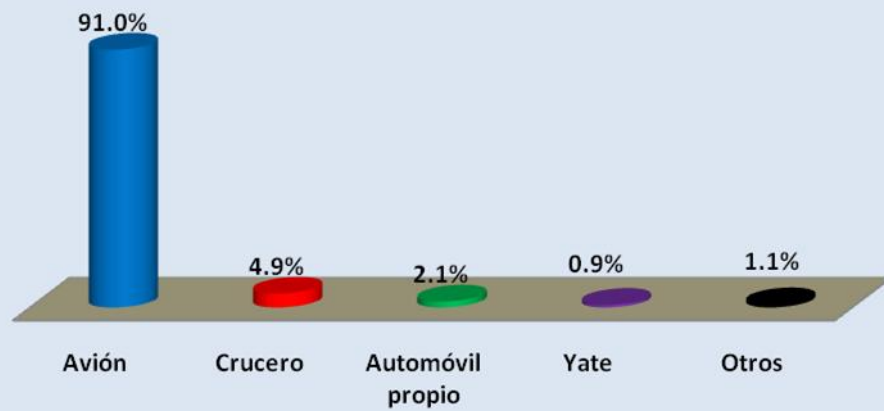


GRÁFICA 10: ¿CON QUIÉN HA VENIDO?



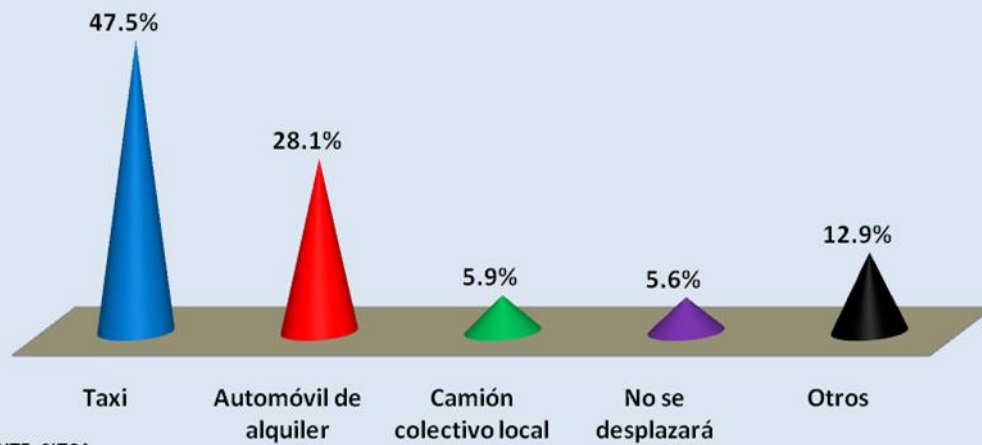
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

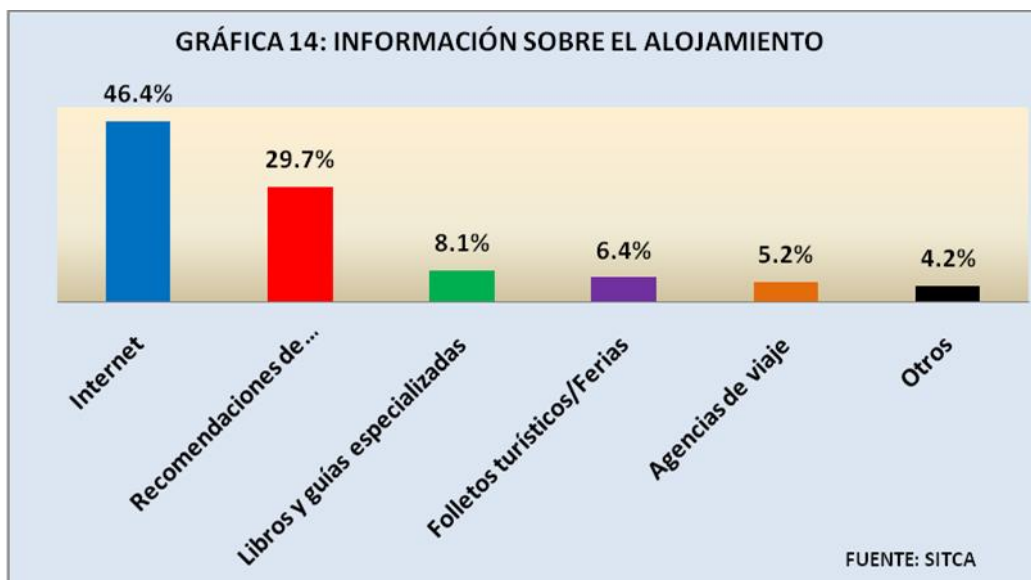
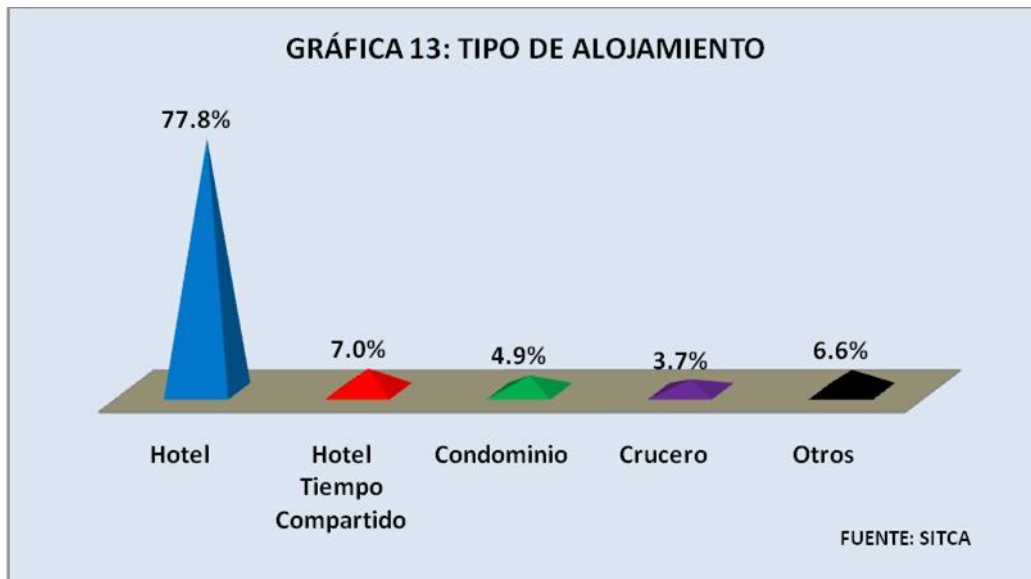


FUENTE: SITCA

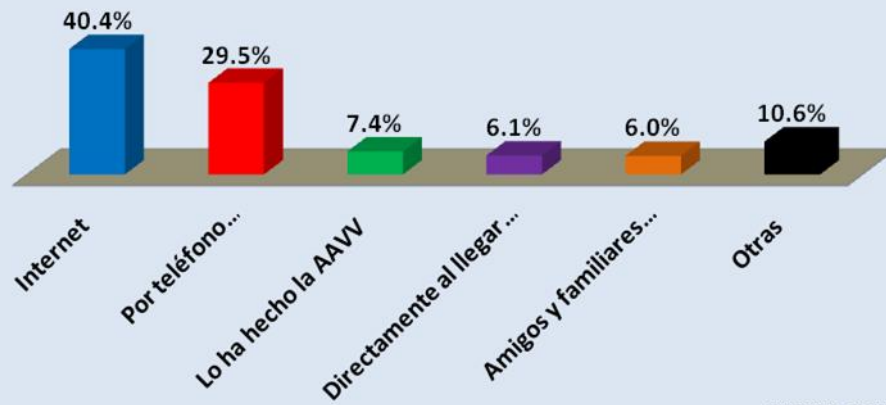
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

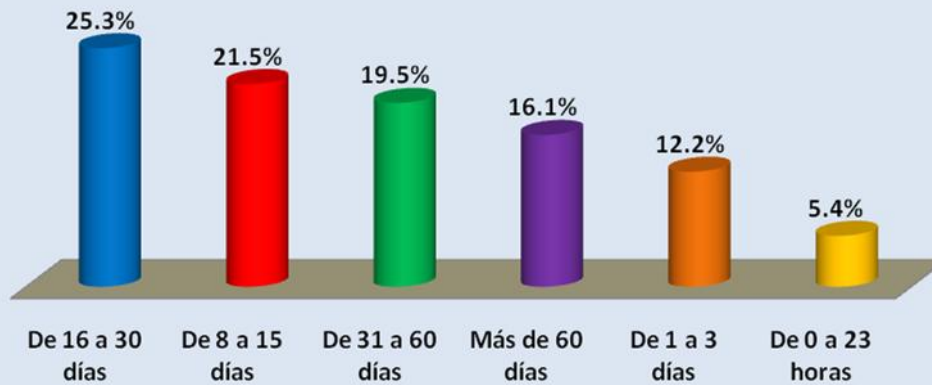


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO



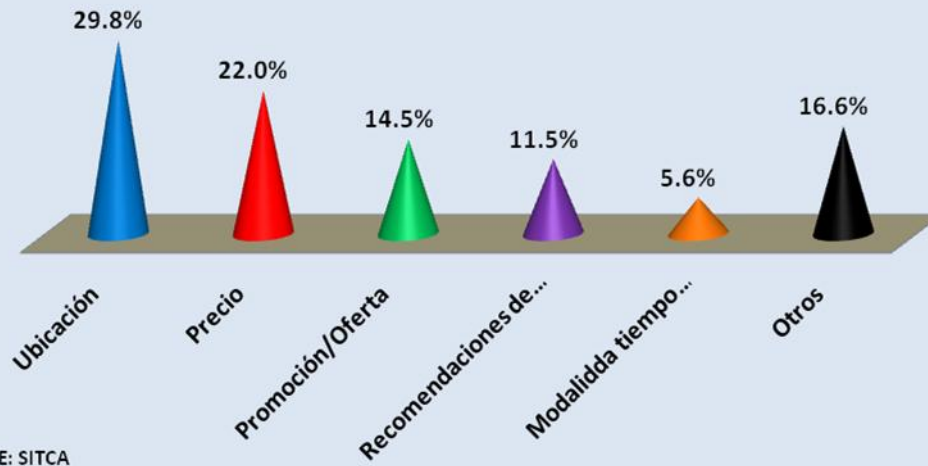
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO



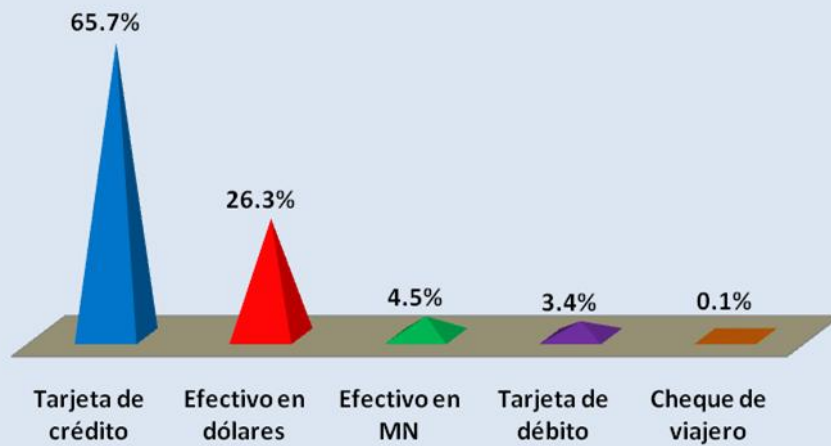
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO



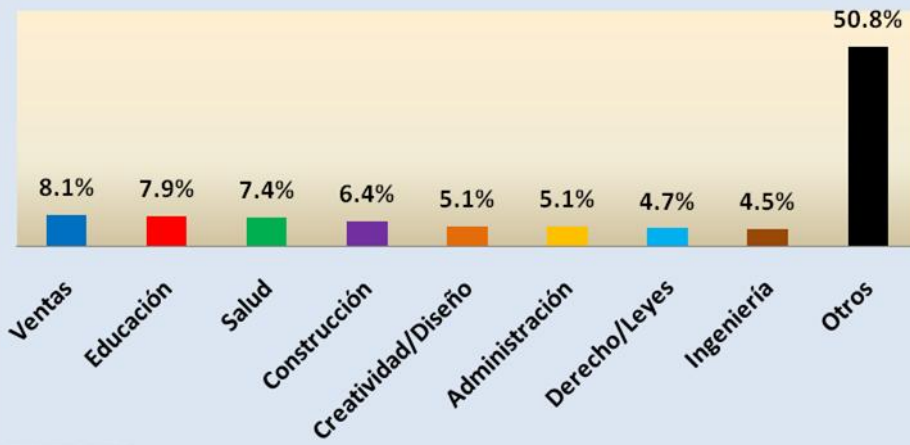
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



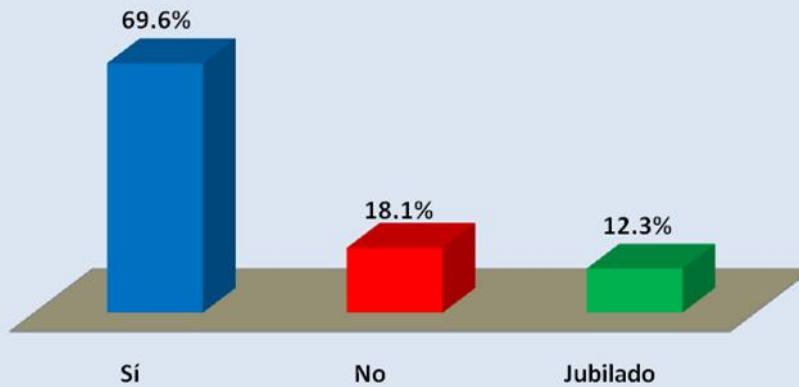
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 19: PERFIL DE TRABAJO DE LOS TURISTAS



FUENTE: SITCA

GRÁFICA 20: ¿TRABAJA PARA ALGUNA COMPAÑÍA?



FUENTE: SITCA

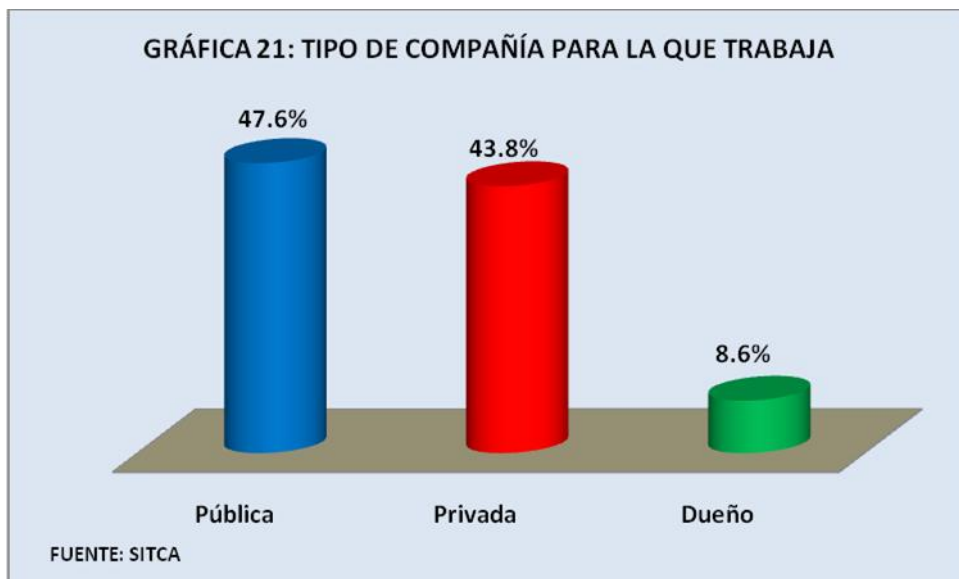


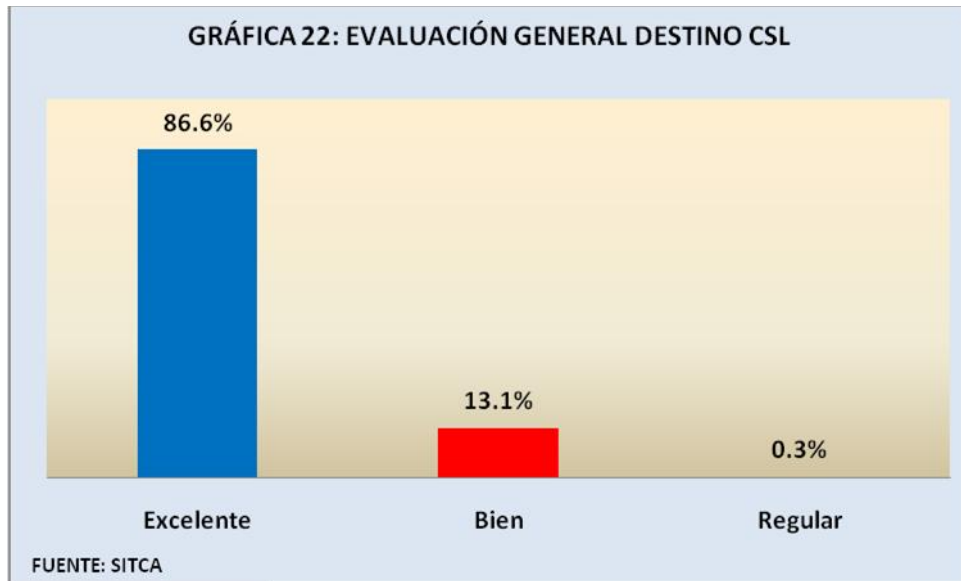
TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES

Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1063.80
Gasto total por persona y día.	177.30
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	51.03
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	41.10
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	29.25
Gasto por persona y día en transporte.	28.40
Gasto por persona y día en compras varias.	27.53

FUENTE: SITCA

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	69.4%	29.2%	1.9%	0%
Confort de sus instalaciones.	68.0%	29.8%	2.0%	0.2%
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	66.1%	31.4%	2.5%	0%
Servicio y atención del personal.	68.2%	30.0%	1.8%	0%
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	67.2%	30.1%	2.4%	0.3%
Servicios de comida del establecimiento.	66.6%	29.1%	3.6%	0.7%
Limpieza e higiene del establecimiento.	67.2%	30.6%	2.2%	0%
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	74.7%	20.7%	4.2%	0.4%
Aeropuerto SJD.	67.6%	25.8%	5.6%	1.0%
Restaurantes.	74.7%	24.1%	1.2%	0%
Discos y bares.	69.2%	28.1%	2.4%	0.3%
Playas.	76.1%	22.8%	1.1	0%
Oficinas de Información Turística	48.7%	50.0%	1.3	0%
Carreteras, señalizaciones	42.5%	55.0%	2.5	0%
Trato de la gente	37.8%	61.0%	1.2	0%
Conservación del medio ambiente	34.6%	64.2%	1.2	0%
Transporte local	33.8%	60.6%	4.2	1.4%
Tours/Paseos	50.0%	48.7%	1.3	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>**