

# **BOLETÍN No.1 SITCA**

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR**

**Primer Trimestre 2015**





## ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al primer trimestre del 2015, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **548 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 **72.1%**, los *canadienses* representan el **13.0%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **6.3%**, y el *turista nacional* representa el **8.6%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **33.3%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **24.3%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **24.3%**, *el grupo de edades de más de 60 años* el **9.5%** y el comprendido entre 51-60 años representa el con el **8,6%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **39 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **56.3%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **43.7%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **51.4%**, avistamiento de ballenas **45.3%**, **paseo por la ciudad** **34.8%**, el **sunset cruise** con el **44.5%**, el **buceo & snorkering** el **29.3%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **24.7%**.; por último, **ir de pesca** representa el **22.2%** (Tabla 1, pág.6).

El **49.3%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **51.3%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **2.6%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **51.3%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **52.9 %** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **26.9%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces** el **20.2%**, y (Gráfica 5, pág. 7).

Las *estancias entre 4-7 días* son las más representativas con el **44.4%**, seguida de las de **8-15 días** con el **26.5%**, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **13.9%**, las estancias de **1-3 días** representan el **9.9%**; por último, las estancias de **16-30 días** representan el **5.3%**. 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 **80.0%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por *el* **14.8%**, por **trabajo/negocios** representa el **3.9%**, *las competiciones deportivas* representan el **0.5%**, los **congresos y ferias** representan el **0.4%**, y **otros motivos** representan el **0.4%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por la **experiencia de otras visitas** con el **22.8%**, el **17.2%** por las **recomendaciones de amigos y familiares**, el **15.9%** por el **interés de conocer nuevos lugares**, el **12.9%** por la **riqueza de su entorno natural**, por ser un destino **tranquilo y seguro** el **9.1%**, la **proximidad geográfica** representa el **2.6%** de los turistas, y **otras razones** representan el **19.5%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **74.5%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **13.4%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **8.2%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **3.5%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.4%** (Gráfica 9, pág.9).

El **49.6%** de los turistas realizó el viaje **en pareja**, los que viajaron **con familia** representan el **21.3%**, **con amigos** el **13.9%**, los que viajan **solos** representan el **13.0%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **1.2%**; **por último**, **los que vienen en grupos organizados** representan el **1.0%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **81.5%**, los que llegan en **crucero** representan el **11.9%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **3.2%**, **en yate** **1.3%** y **otros** **2.1%** (Gráfica 11, pág.10).

El **28.1%** de los turistas **no se desplazará** de su alojamiento, el **taxi** con el **24.7%** le sigue en orden de importancia, el **automóvil e alquiler** **19.9%**, el **camión colectivo local** **12.6%**, y **otros** **representa el 14.7%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **53.8%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en un **crucero** con el **10.2%**, en **condominios** **8.9%**, en **hotel tiempo compartido** representan el **5.8%**, y **otros tipos de alojamiento** representan el **21.3%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **52.6%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** que representa el **22.5%**, las **agencias de viaje** el **20.4%**, los **anuncios en prensa y revistas** el **1.5%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **1.5%**; por último, **otros** medios de información representan el **1.5%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **39.7%**, a través de una **AAVV** representa el **17.1%**, **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **13.6%**, **amigos y familiares en Baja California Sur** representan el **12.6%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **11.6%**, y **otras formas** representan el **5.4%** (Gráfica 15, pág.12).

El **26.7%** prefiere hacer la reservación con una antelación de **más de 60 días**, de **16 a 30 días** el **21.1%**, de **8 a 15 días** de anticipación representa el **18.1%**, de **31 a 60 días** representa el **17.6%**, de **0 a 23 horas** lo prefiere el **9.5%** de los turistas; por último, **los que hacen su reservación de 1 a 7 días**, representa el **7.0%**. (Gráfica 16, pág.12).

La ubicación es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **33.5%**, le sigue en orden de importancia el **precio** con el **24.0%**, **las recomendaciones de amigos y familiares** representan el **9.0%**, la **promoción/oferta** **7.0%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa el **5.5%**, **otros motivos** representan el **21.0%** (Gráfica 17, pág.13).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es el **efectivo en dólares** que representa el **54.0%**, mediante **tarjeta de crédito** el **31.7%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **11.4%** de los turistas y **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **2.9%** de los turistas (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 11.6%**, **Educación 9.2%**, **Salud 7.8%**, **Derecho y Leyes 6.8%**, **Administración 3.9%**, **Contabilidad 3.4%**, **Turismo, Hospitalidad y Gastronomía 3.4%**, **Construcción 2.9%**, **otros 51.0%**. (Gráfica 19, pág.14).

El **59.5%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **28.6%** **no trabaja para alguna compañía** y el **11.9%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

De los que trabajan para alguna compañía, el **22.1%** lo hacen para **compañías públicas**, el **72.1%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **5.8%** 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 **\$1141.80 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$190.30 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$54.50 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$42.80 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$32.40 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$31.50 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$29.10 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 **61.6%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **59.5%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **57.2%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **55.0%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ...) se evalúan de **excelente** con el **58.4%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **56.3%**; por último, la **limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **55.8%** (Tabla 3, pág.16).

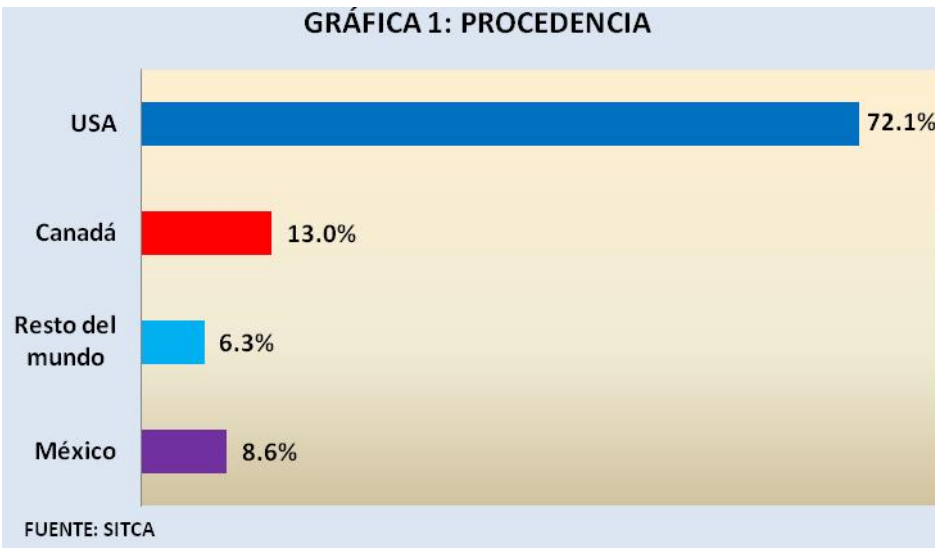
Las evaluaciones con los mejores resultados hechas por los **cruceristas** de diferentes aspectos/servicios en CSL son las siguientes: los **servicios de tenders** (lanchas que trasbordan a los cruceristas a tierra) son evaluados de **excelente** por el **83.3%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **excelente** por el **83.3%**, la **transportación local** la evalúan de **excelente** el **50.0%**, los **tours y paseos** son evaluados de **excelente** por el **50.0%**. La **seguridad del destino** los cruceristas la evalúan de **excelente** con el **83.3%**, la **limpieza del destino** la consideran de **excelente** el **66.7%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **excelente** con el **66.8%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** con el **66.7%** (Tabla 4, pág.

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 **61.4%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **51.6%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **60.5%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **58.4%** de los turistas, y las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **72.6%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **bien** por el **80.0%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **bien** por el **74.1%**, el **trato de la gente** se evalúa de **bien** con el **75.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **88.9%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **76.9%**; por último, los **tours** son evaluados de **bien** por el **83.3%** de los turistas (Tabla 5, pág.17).

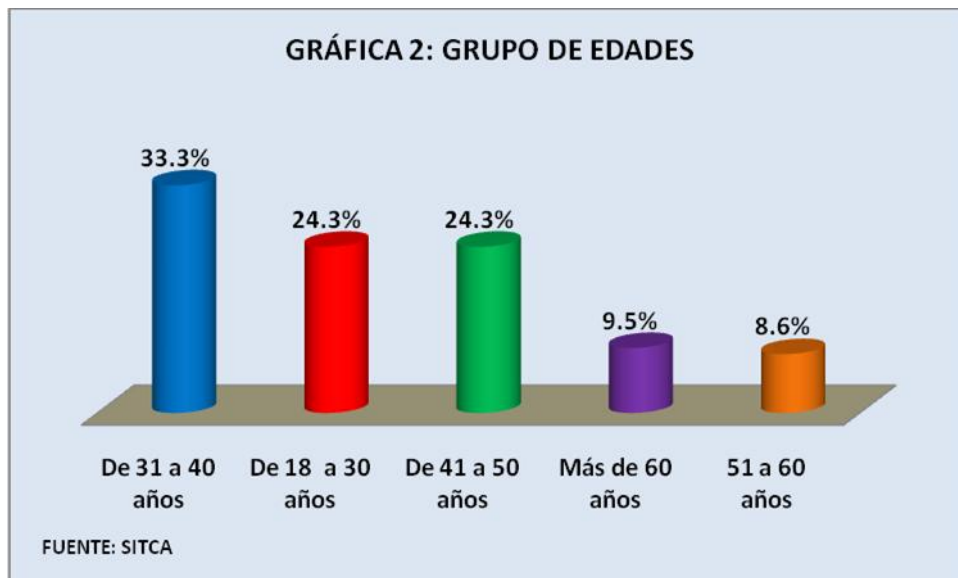
El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **63.7%** de los turistas, mientras que el **36.3%** lo evalúa de **bien** (Gráfica 22, pág.18)

## TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANA TURÍSTICA CSL

GRÁFICA 1: PROCEDENCIA

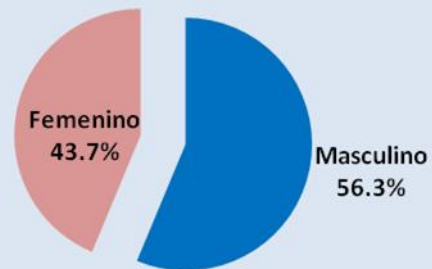


GRÁFICA 2: GRUPO DE EDADES





GRÁFICA 3: GÉNERO



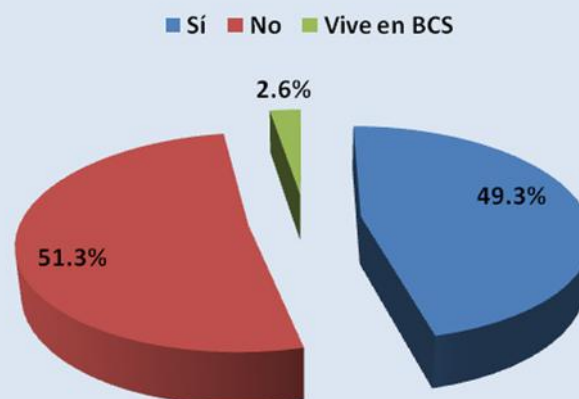
FUENTE: SITCA

TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	51.4%
Avistamiento de ballenas	45.3%
Paseo por la ciudad	34.8%
Sunset cruise.	44.5%
Buceo & Snorkerling	29.3%
Nado con delfines.	24.7%
Ir de pesca	22.2%

FUENTE: SITCA

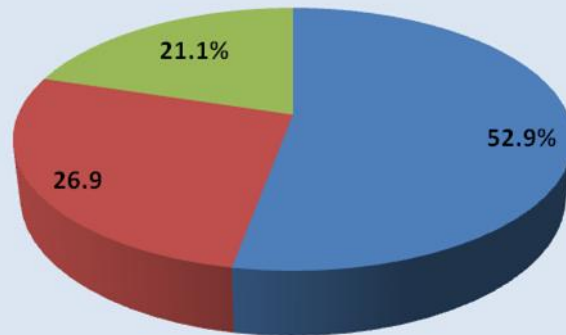
GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL



FUENTE: SITCA

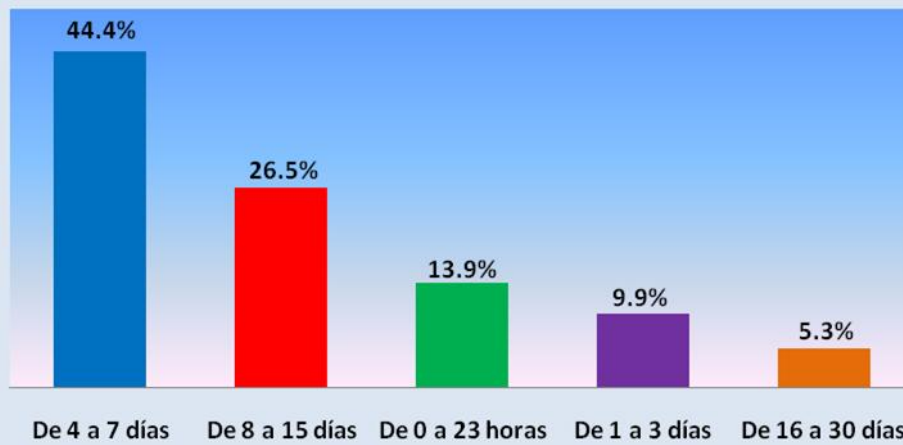
**GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VIISTAS A CSL**

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



FUENTE: SITCA

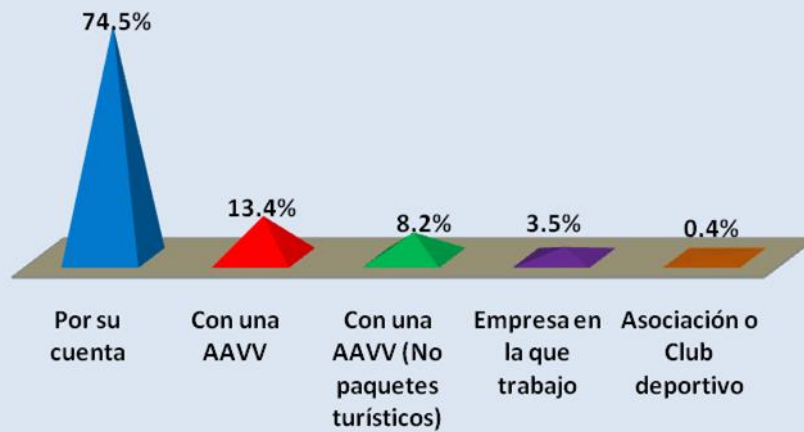
**GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA**



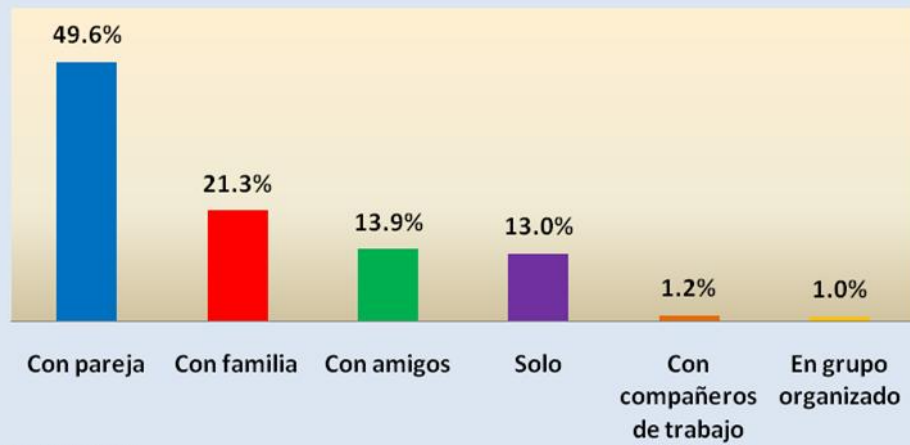
FUENTE: SITCA



GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

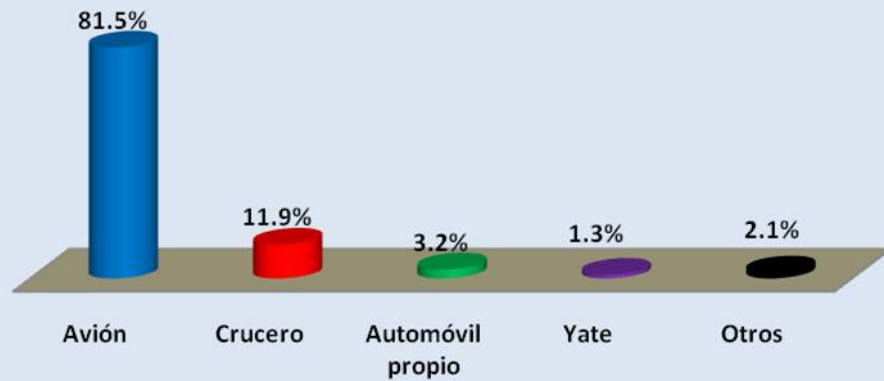


GRÁFICA 10: ¿CON QUIÉN HA VENIDO?



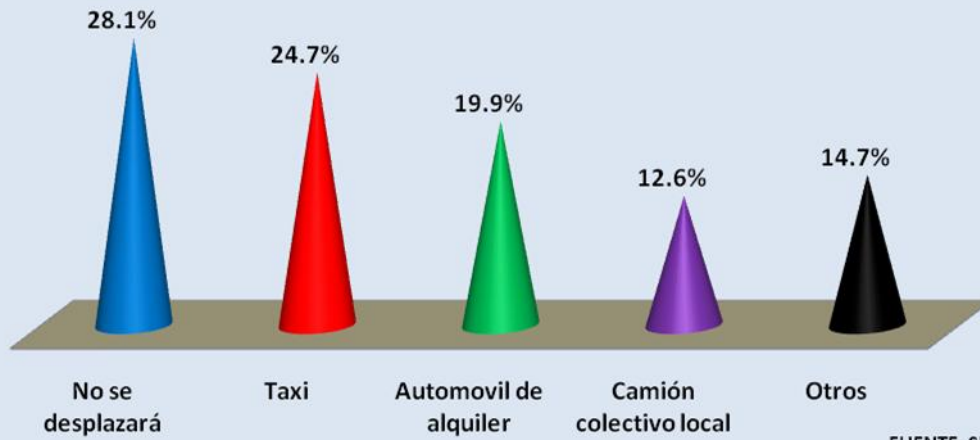
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL



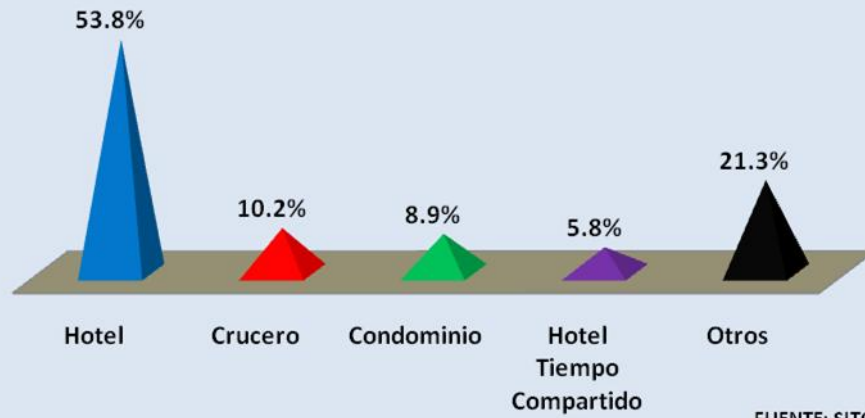
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL

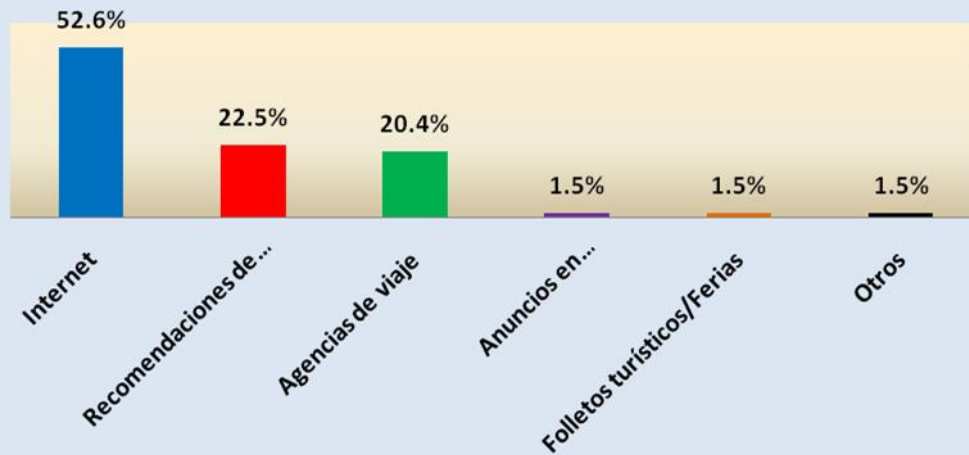


FUENTE: SITCA

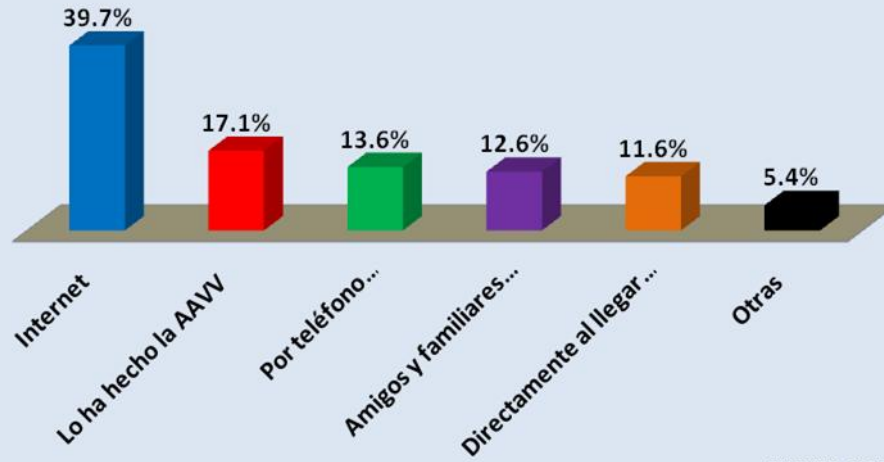
GRÁFICA 13: TIPO DE ALOJAMIENTO



GRÁFICA 14: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO

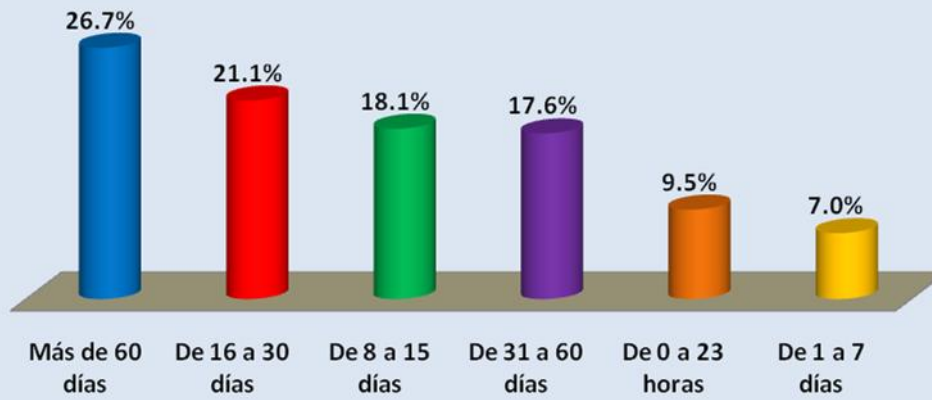


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO

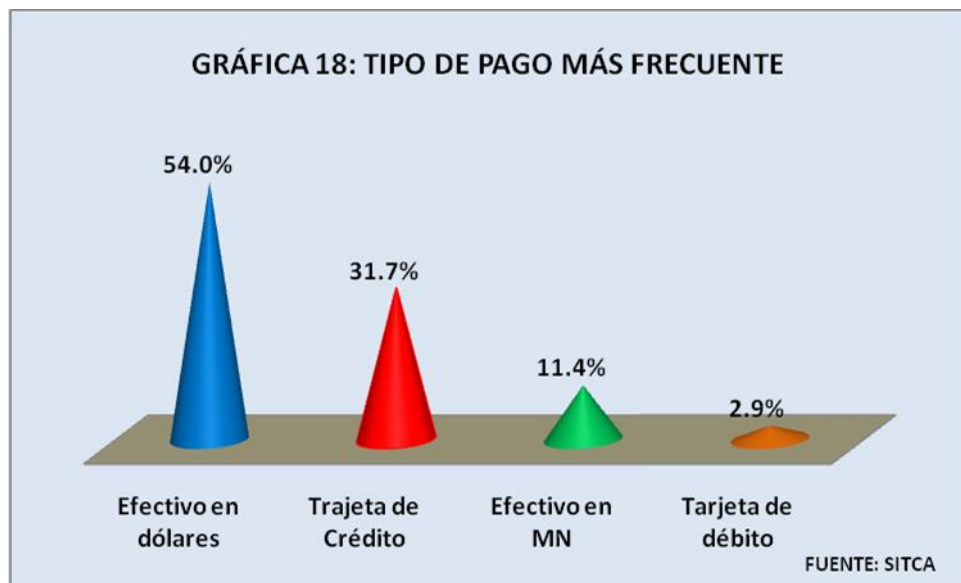
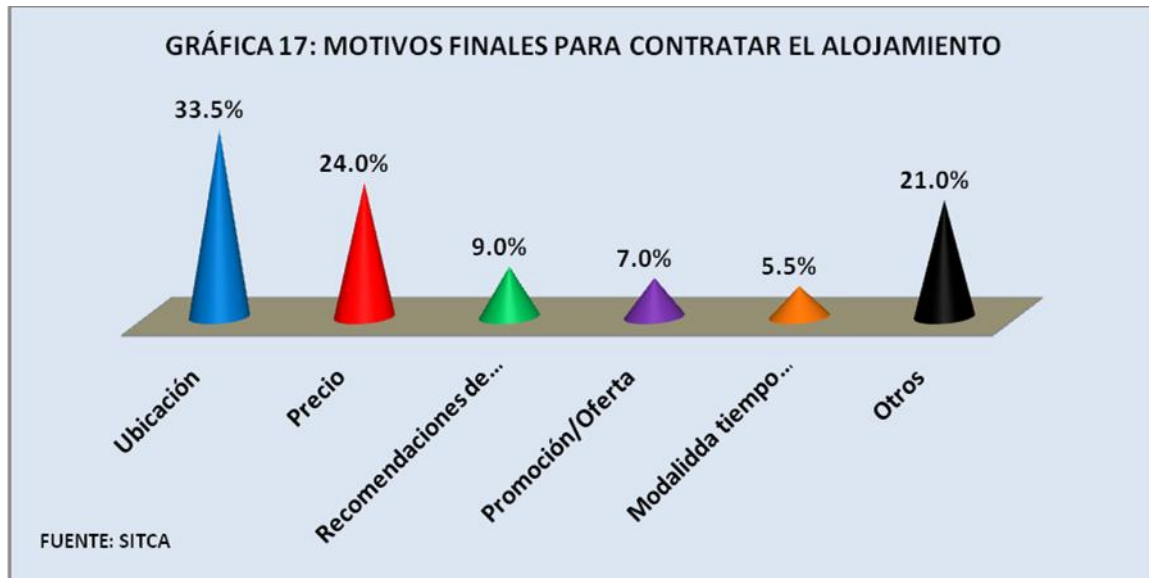


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO

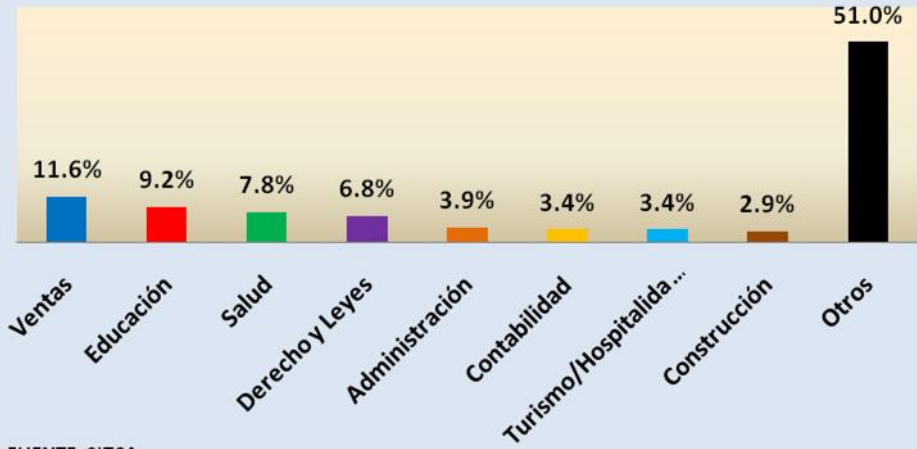


FUENTE: SITCA



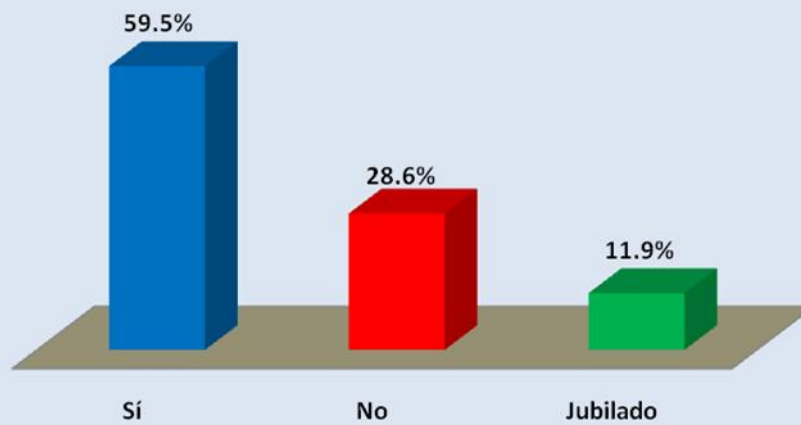


GRÁFICA 19: PERFIL DE TRABAJO DE LOS TURISTAS

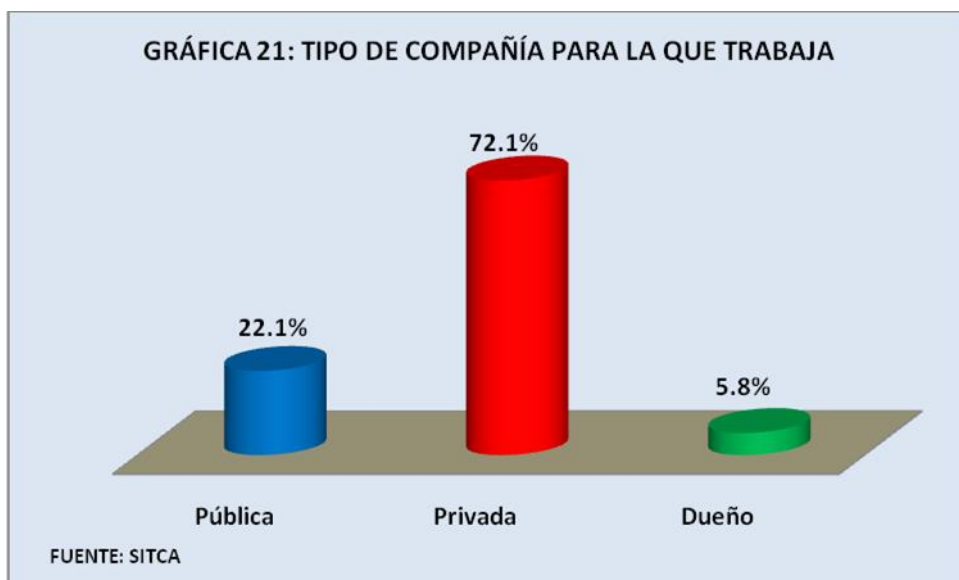


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 20: ¿TRABAJA PARA ALGUNA COMPAÑÍA?



FUENTE: SITCA



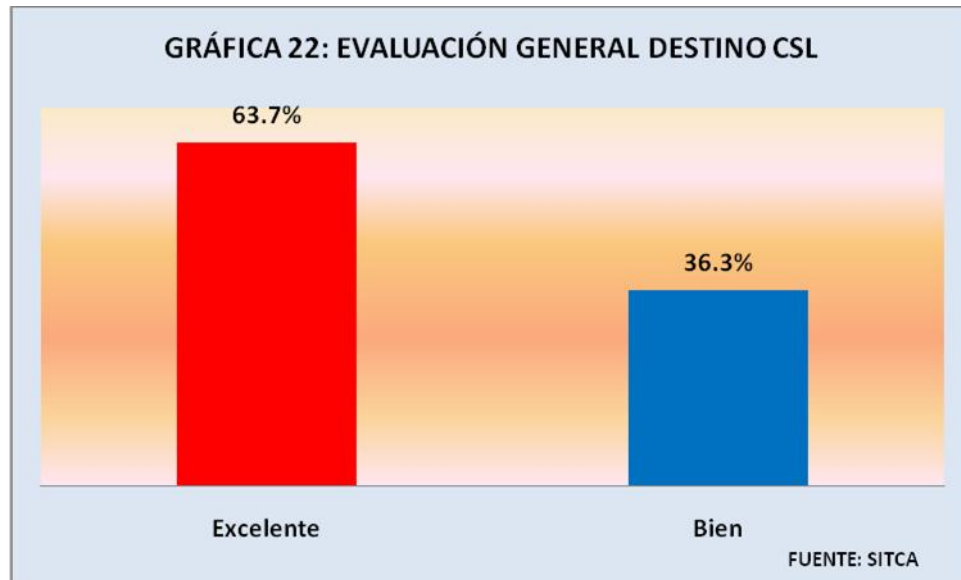
<b>TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES</b>	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1141.80
Gasto total por persona y día.	190.30
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	54.50
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	42.80
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	32.40
Gasto por persona y día en transporte.	31.50
Gasto por persona y día en compras varias.	2910
<b>FUENTE: SITCA</b>	

<b>TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)</b>				
<b>Aspectos evaluados</b>	<b>%Excelente</b>	<b>%Bien</b>	<b>%Regular</b>	<b>%Mal</b>
Situación y entorno.	<b>61.6</b>	34.9	3.5	0
Confort de sus instalaciones.	<b>59.5</b>	35.4	4.4	0.7
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	<b>57.2</b>	38.3	4.5	0
Servicio y atención del personal.	<b>55.0</b>	40.7	4.3	0
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	<b>58.4</b>	34.5	5.3	1.8
Servicios de comida del establecimiento.	<b>56.3</b>	37.8	5.9	0
Limpieza e higiene del establecimiento.	<b>55.8</b>	40.1	4.1	0
<b>FUENTE: SITCA</b>				

<b>TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS</b>				
<b>Aspectos evaluados</b>	<b>%Excelente</b>	<b>%Bien</b>	<b>%Regular</b>	<b>%Mal</b>
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	<b>83.3</b>	12.4	4.3	0
Instalaciones del muelle turístico	<b>85.6</b>	11.7	2.7	0
Transporte local	<b>62.4</b>	35.4	2.2	0
Tours/Paseos	<b>84.2</b>	12.8	3.0	0

Seguridad del destino	<b>78.6</b>	18.5	4.9	0
Limpieza del destino	<b>81.4</b>	17.2	1.4	0
Trato de la gente	<b>92.5</b>	7.5	0	0
Restaurantes	<b>87.5</b>	12.5	0	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	<b>61.4</b>	34.5	3.6	0.5
Aeropuerto SJD.	<b>51.6</b>	39.7	7.1	1.6
Restaurantes.	<b>60.5</b>	37.4	2.1	0
Discos y bares.	<b>58.4</b>	39.6	2.1	0
Playas.	<b>72.6</b>	27.4	0	0
Oficinas de Información Turística	16.0	<b>84.0</b>	0	0
Carreteras, señalizaciones	18.5	<b>74.1</b>	7.4	0
Trato de la gente	75.0	<b>25.0</b>	0	0
Conservación del medio ambiente	11.1	<b>88.9</b>	0	0
Transporte local	11.5	<b>76.9</b>	0	0
Tours/Paseos	16.7	<b>83.3</b>	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](mailto:sitca@ugc.mx)  
<http://www.sitcaugc.com.mx>**