

BOLETÍN No.3 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Tercer Trimestre 2015

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al tercer trimestre del 2015, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **520 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 **65.2%**, los **canadienses** representan el **6.7%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **8.1%**, y el **turista nacional** representa el **20.0%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **42.5%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **27.4%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **17.0%**, *el grupo de edades de más de 60 años el 7.7%* y el comprendido entre **51-60 años** representa el **5.4%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **34 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **56.2%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **43.8%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **63.2%**, el **sunset cruise** con el **49.7%**, el **buceo & snorkeling** el **34.9%**, **ir de pesca** representa el **31.2%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **28.2%**, por último, el **surf** representa el **24.8%** (Tabla 1, pág.6).

El **50.8%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **48.1%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **1.1%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **48.1%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **37.3%** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **48.5%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces el 14.2%** (Gráfica 5, pág. 7).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **66.3%**, seguida de las de **8-15 días** con el **14.3%**, las estancias de **1-3 días** representan el **10.4%**, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **6.4%**; por último, las estancias de **16-30 días** representan el **2.6%**. La **estancia media** se sitúa en los **5.6 días** (Gráfica 6, pág.7).

El motivo principal para visitar CSL es por **vacaciones/ocio** con el **92.4%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **3.9%**, por **trabajo/negocios** representa el **3.1%**, **los congresos y ferias** representan el **0.3%**, **otros** representa el **0.3%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por ser un destino **tranquilo y seguro** con el **29.2%**, el **13.1%** por la **riqueza de su entorno natural**, por la **experiencia de otras visitas** el **11.7%** el **interés por**

conocer nuevos lugares el **11.0%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **10.0%**, por la **calidez de sus gentes** el **5.8%**, **otras razones** representan el **19.2%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **51.5%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **22.0%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **15.8%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **10.3%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.4%** (Gráfica 9, pág.9).

El **40.5%** de los turistas realizó el viaje **con familia**, los que viajaron **en pareja** representan el **37.8%**, **con amigos** el **12.0%**, los que viajan **solos** representan el **6.5%**; los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **2.7%**; por último, **en grupo organizado** representan **el 0.5%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **89.1%**, los que llegan en **crucero** representan el **4.1%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **2.4%**, **en yate** el **1.5%** y **otros** **2.9%** (Gráfica 11, pág.10).

El **34.3%** de los turistas utilizarán el **taxi** para desplazarse, en **automóvil de alquiler** **23.3%**, **en camión colectivo local se desplazarán** el **15.1%**, **no se desplazarán** de su alojamiento el **14.1%**, y **otros** **representa el 13.2%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **82.4%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en **hotel tiempo compartido** con el **10.4%**, en **condominios** **2.1%**, en **crucero** representan el **1.1%**, y **otros tipos de alojamiento** representan **el 4.0%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **44.3%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** que representan el **22.9%**, las **agencias de viaje** el **13.5%**, los **libros y guías especializadas** el **10.5%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **3.2%**; por último, **otros** medios de información representan el **2.0%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **31.5%**, por **internet** representa el **28.1%**, a través de una **AAVV** representa el **20.4%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **6.3%**, **a través de una central de reservaciones** **representa el 4.4%**, y **otras formas** representan el **9.3%** (Gráfica 15, pág.12).

El **29.1%** prefiere hacer la reservación con una antelación de **16 a 30 días**, de **31 a 60 días** representa el **24.6%**, de **8 a 15 días** de anticipación representa el **21.2%**, **más de 60 días** **representa el 19.5%**, de **0 a 23 horas** lo prefiere el **4.1%** de los turistas; por último, **los que hacen su reservación de 1 a 7 días**, representan **el 1.5%**. (Gráfica 16, pág.12).

La **promoción/oferta** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **21.4%**, le sigue en orden de importancia la **ubicación** con el **21.0%**, el **precio** **11.8%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **11.1%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa **el**

7.47%, **otros motivos** representan el **27.3%** (Gráfica 17, pág.13).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es la **tarjeta de crédito** con el **54.3%**, el **efectivo en dólares** representa el **29.4%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **14.5%** de los turistas y **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **1.8%** de los turistas (Gráfica 18, pág.13).

El perfil de trabajo que ejercen nuestros visitantes es variada, tal y como se aprecia en los siguientes resultados como los más representativos: **ventas 11.0%**, **administración 9.8%**, **salud 8.6%**, **educación 5.5%**, **creatividad, producción y diseño comercial 5.5%**, **derecho y leyes 4.9%**, **salud y belleza 4.9%**, **ingeniería 4.3%**, **otros 45.5%**. (Gráfica 19, pág.14).

El **77.4%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **13.1%** **no trabaja para alguna compañía** y el **9.5%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **77.4%** que trabajan para alguna compañía, el **17.3%** lo hacen para **compañías públicas**, el **67.5%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **15.2%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.15)

Para **estancias medias de 5.6 días**, el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$1131.48 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$202.05 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$55.43 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$46.22 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$35.60 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$34.80 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$30.00 USD** (Tabla 2, pág.15).

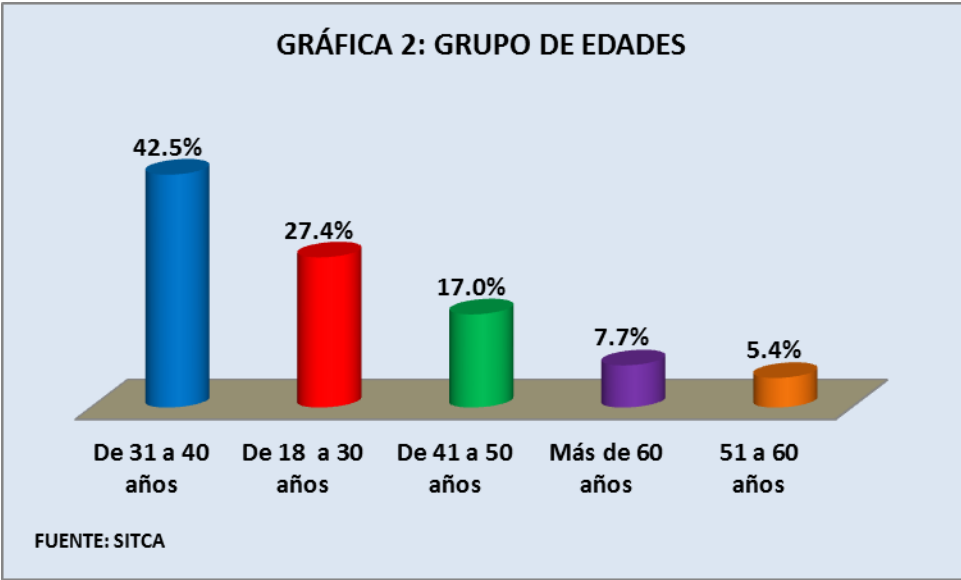
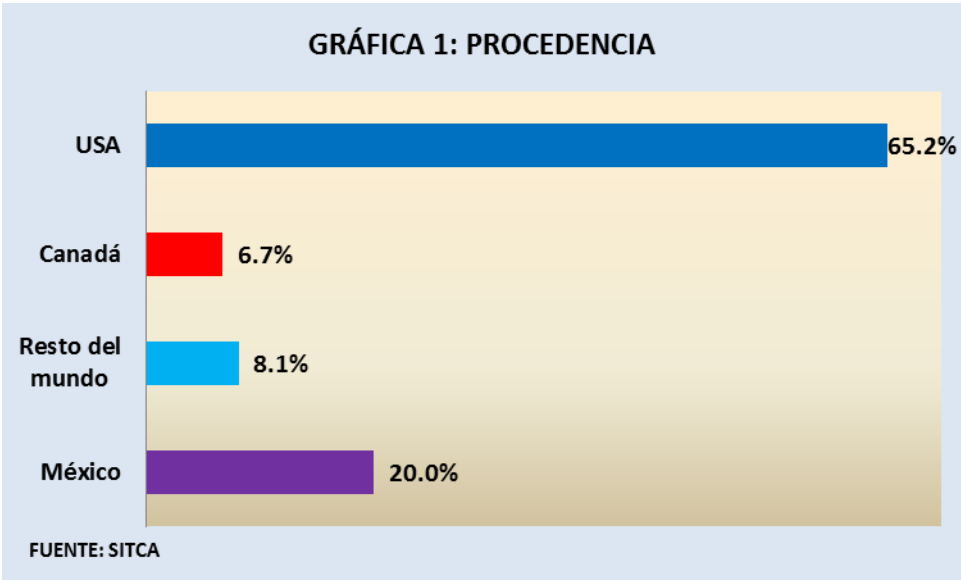
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **78.7%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **75.2%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **74.0%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **69.0%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio,) se evalúan de **excelente** con el **76.3%**, 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** con el **74.2%** (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 **75.0%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **excelente** por el **83.3%**, la **transportación local** la evalúan de **excelente** el **75.0%**, los **tours y paseos** son evaluados de **excelente** por el **63.6%**. La **seguridad del destino** los cruceristas la evalúan de **excelente** con el **72.7%**, la **limpieza del destino** la consideran de **excelente** el **63.6%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **excelente** con el **72.7%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** con el **66.7%** (Tabla 4, pág.17)

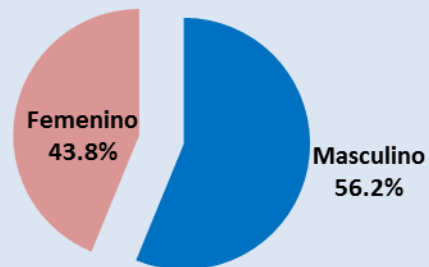
Las evaluaciones más significativas hechas por los turistas con relación a diferentes **aspectos/servicios** de CSL son las siguientes: los **servicios de la marina turística** son evaluados de **excelente** con el **65.6%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **67.4%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **74.8%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **69.1%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **83.7%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **excelente** por el **66.7%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **excelente** por el **58.8%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **66.7.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **52.9%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **43.8%**; por último, los **tours** son evaluados de **excelente** por el **64.3%** de los turistas (Tabla 5, pág.17).

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **73.2%** de los turistas, mientras que el **26.8%** lo evalúa de **bien** (Gráfica 22, pág.18)

TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANA TURÍSTICA CSL



GRÁFICA 3: GÉNERO



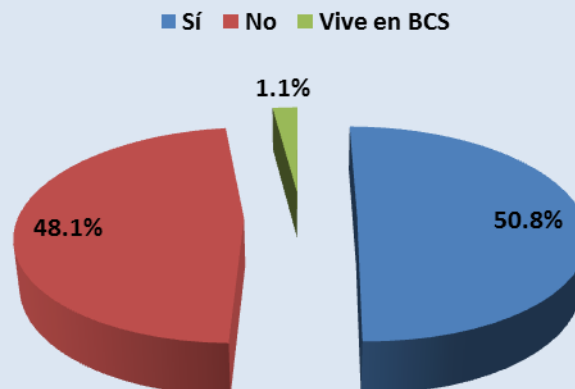
FUENTE: SITCA

TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	63.2%
Sunset cruise.	49.7%
Buceo & Snorkerling	34.9%
Ir de pesca	31.2%
Nado con delfines.	28.2%
Surf	24.8%

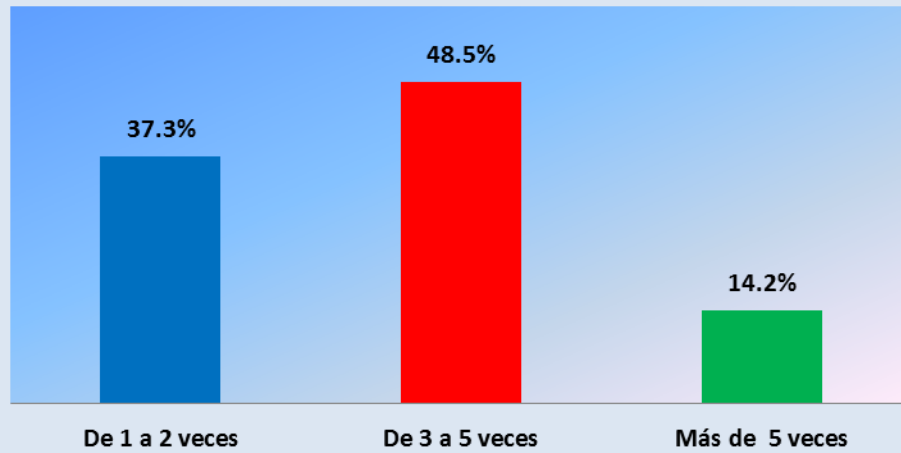
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL



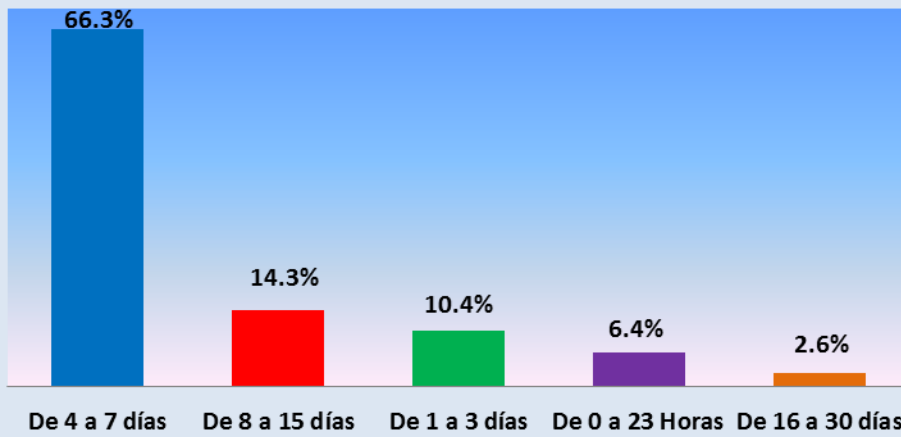
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS

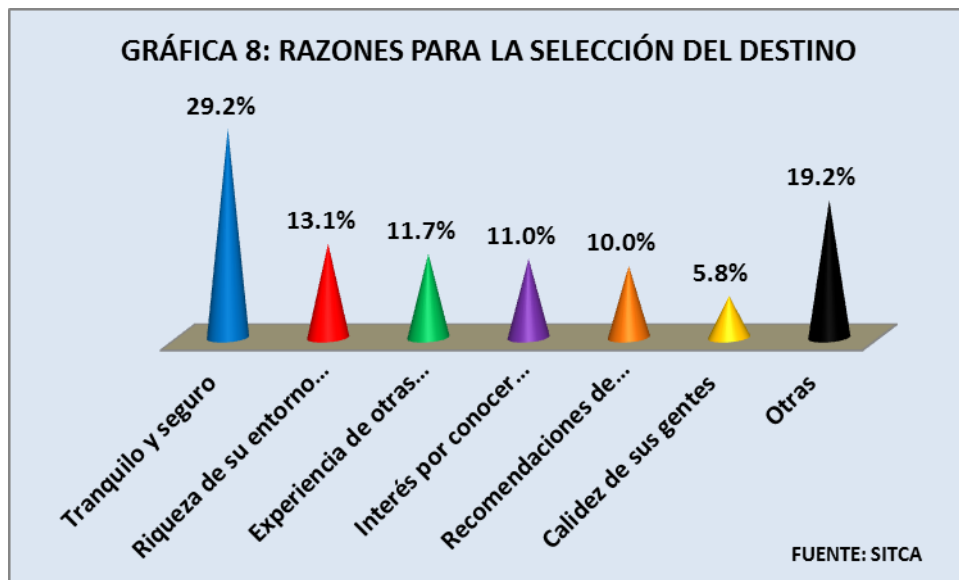


FUENTE: SITCA

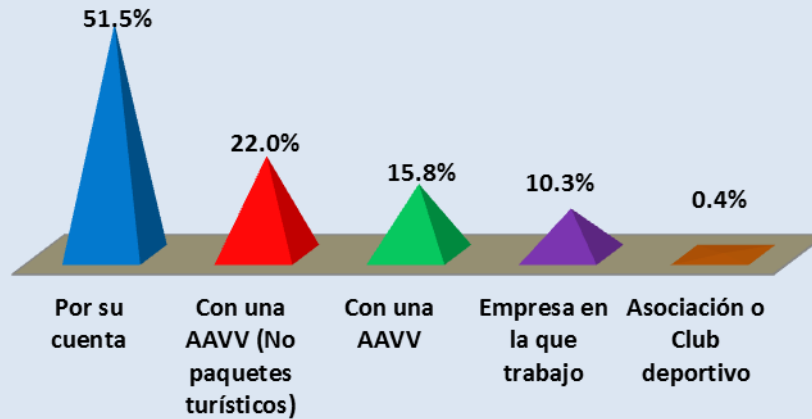
GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



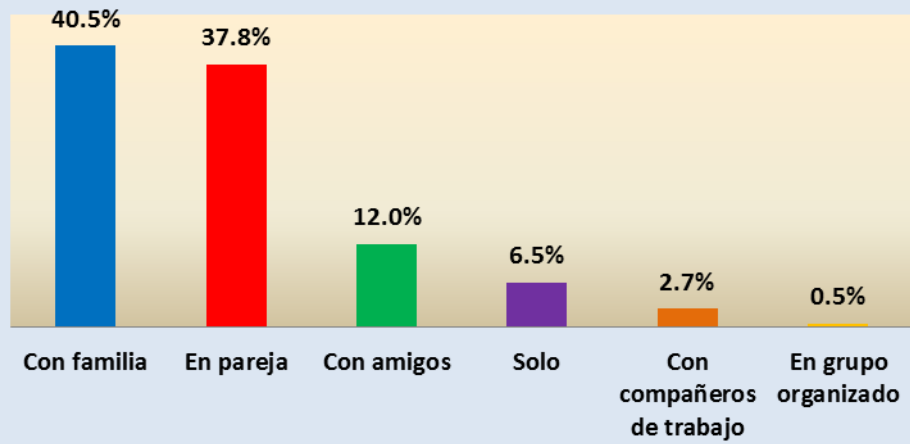
FUENTE: SITCA



GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

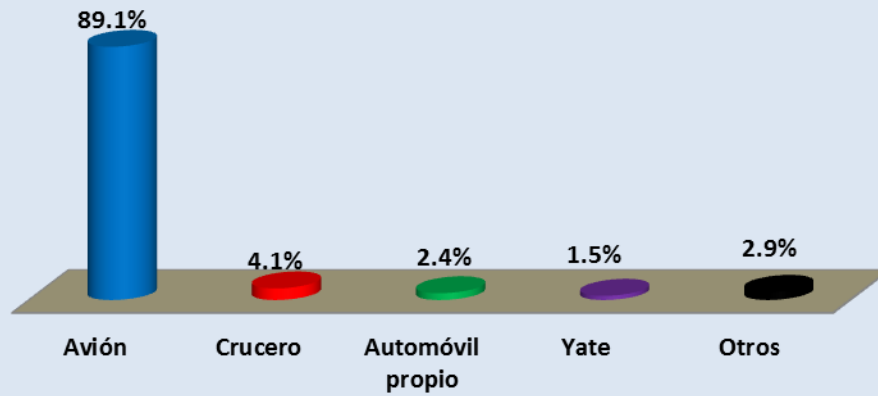


GRÁFICA 10: ¿CON QUIÉN HA VENIDO?



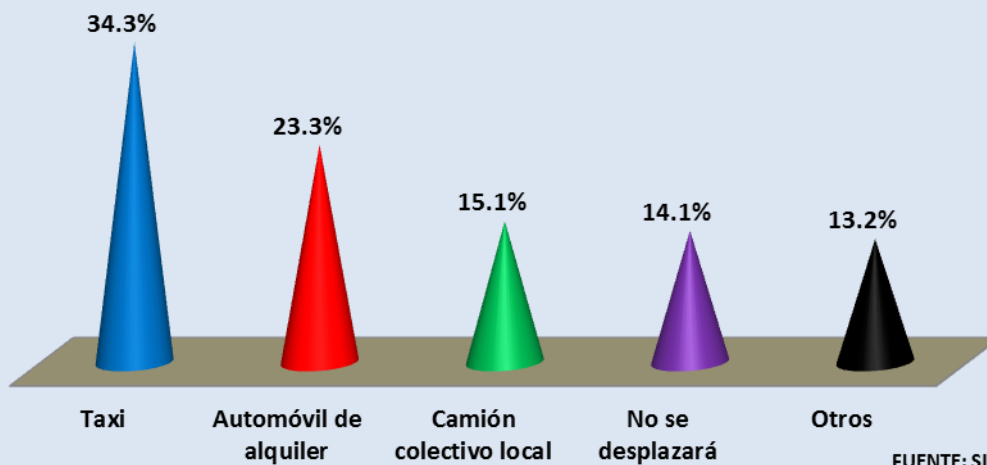
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

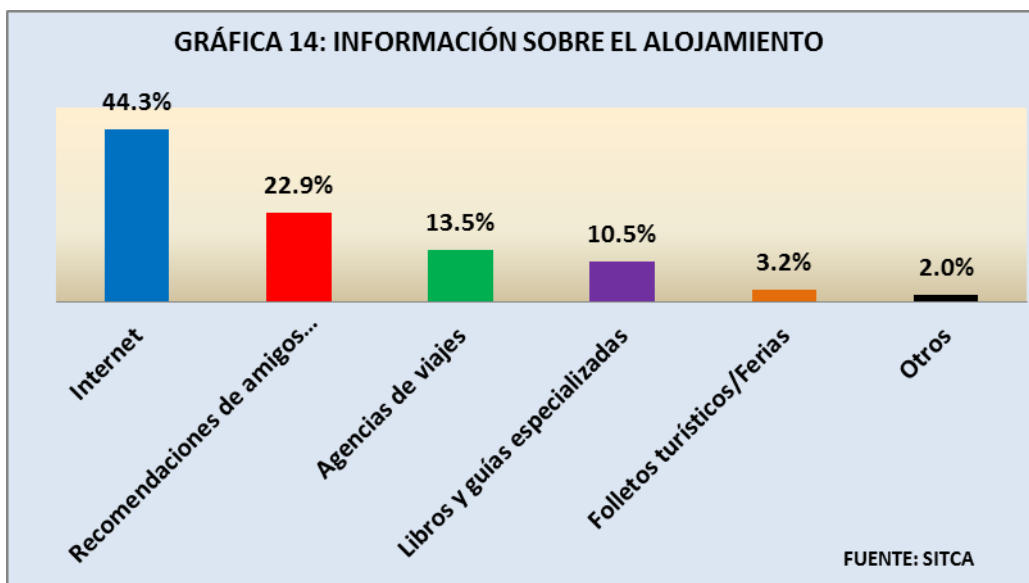
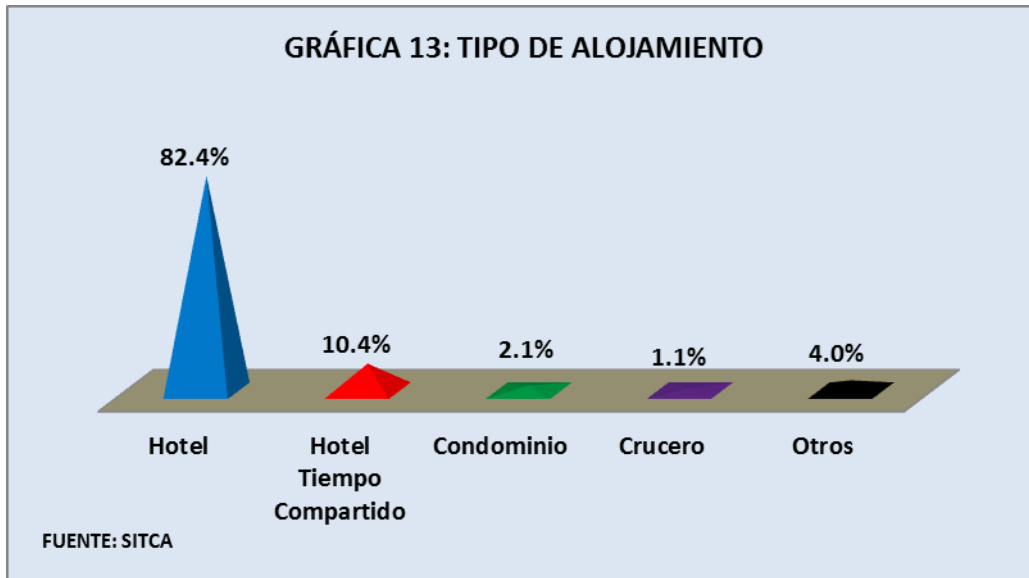


FUENTE: SITCA

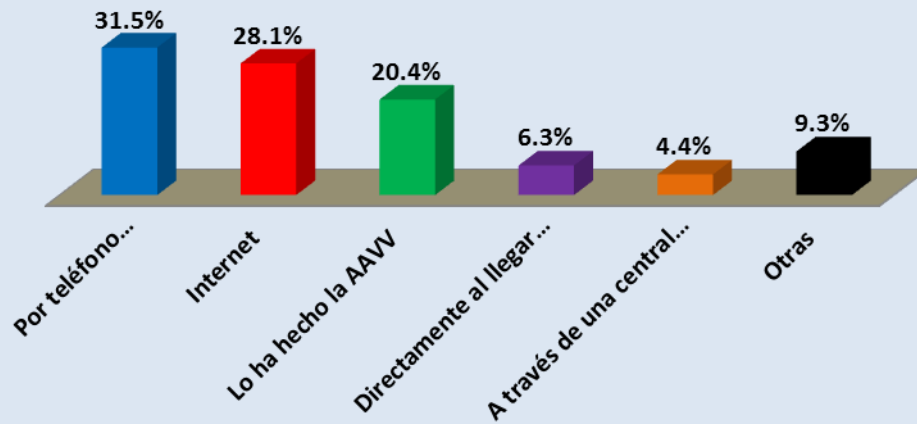
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

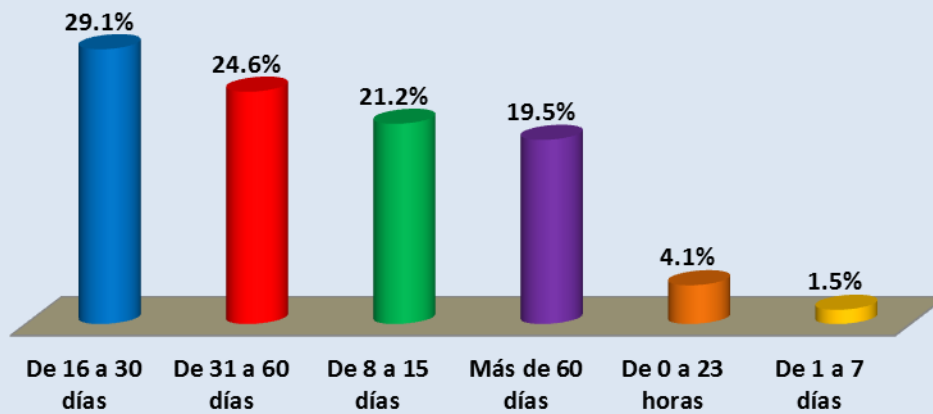


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO



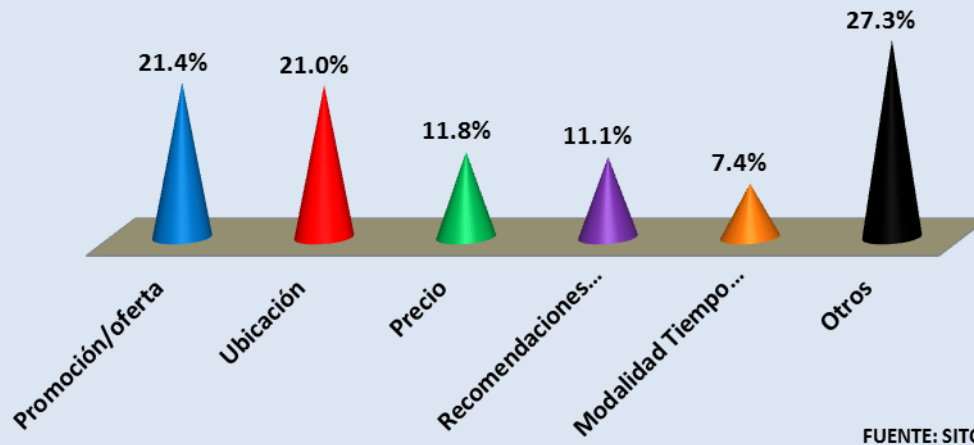
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO



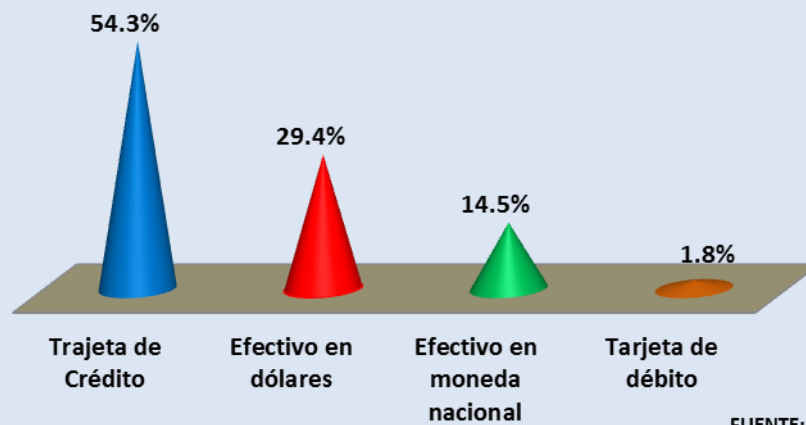
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

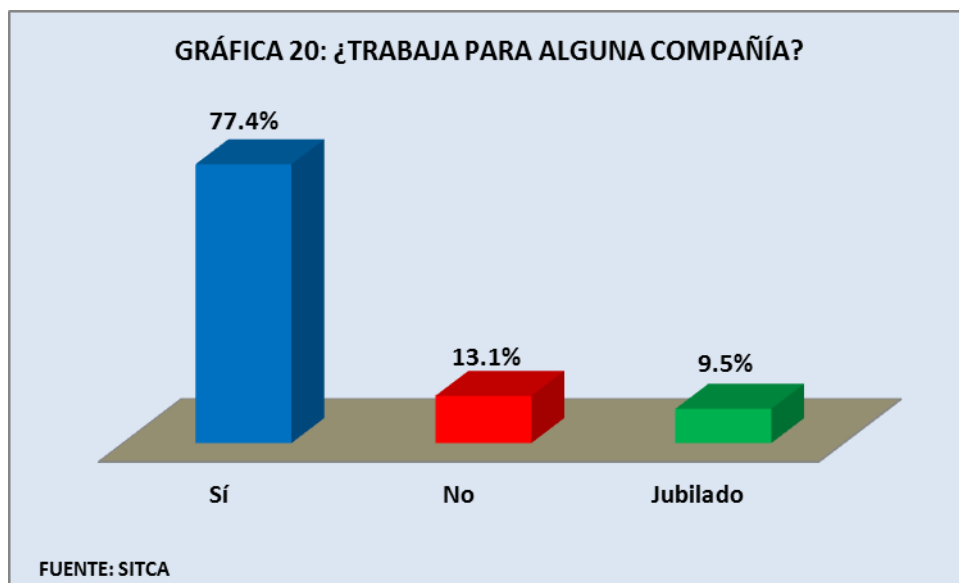
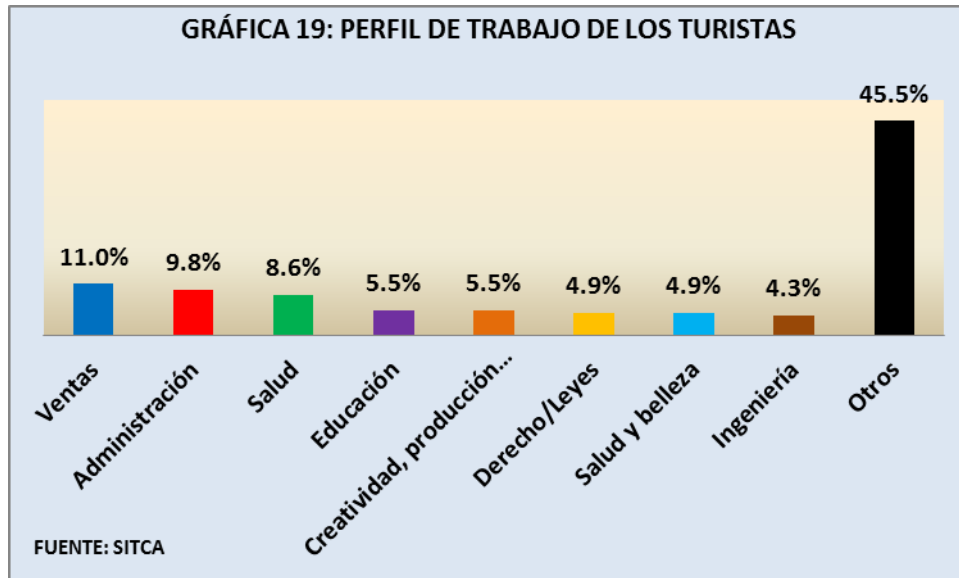


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA



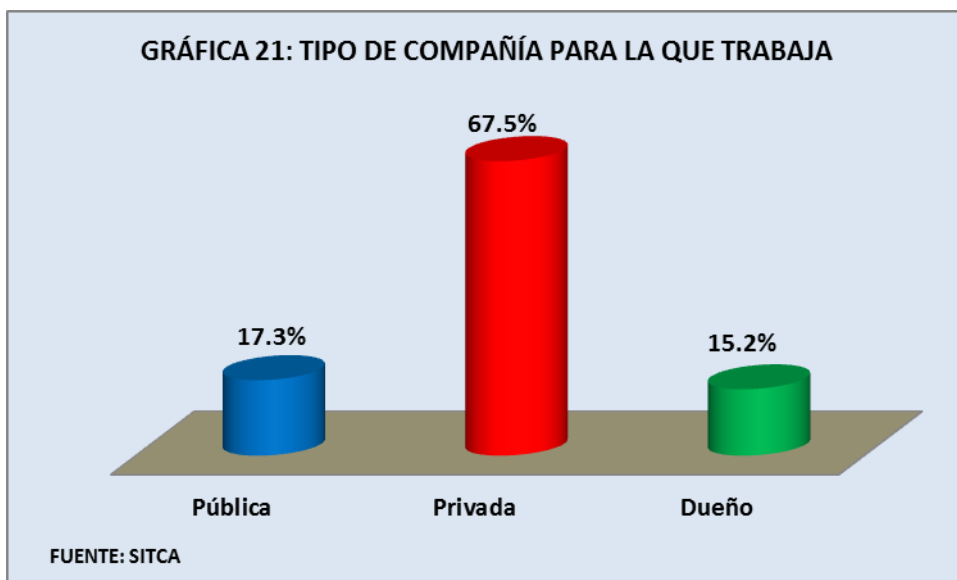
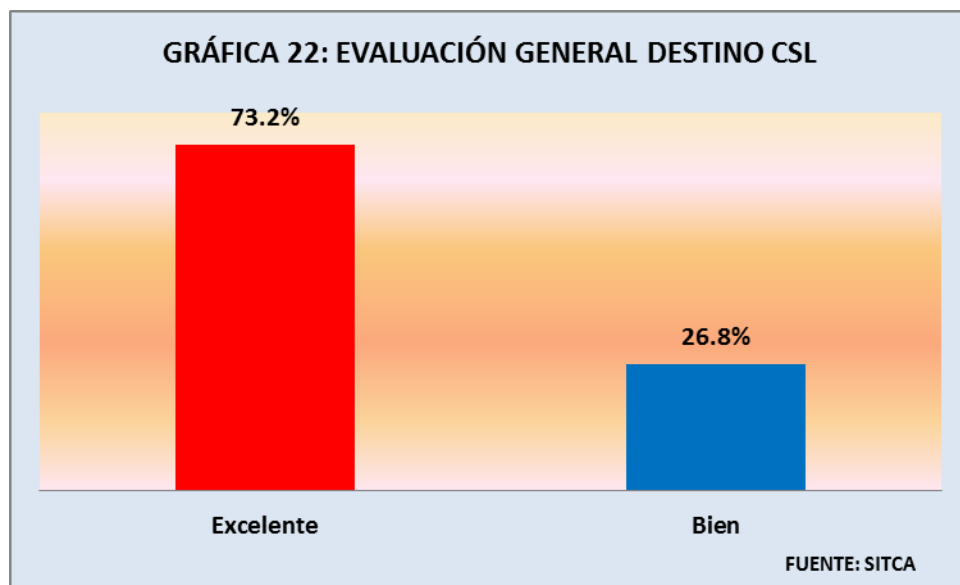


TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1131.48
Gasto total por persona y día.	202.05
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	55.43
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	46.22
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	35.60
Gasto por persona y día en transporte.	34.80
Gasto por persona y día en compras varias.	30.00
FUENTE: SITCA	

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	78.7	19.8	1.5	0
Confort de sus instalaciones.	75.2	21.0	3.4	0.4
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	74.0	22.1	3.9	0
Servicio y atención del personal.	69.0	25.6	5.4	0
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	76.3	20.5	2.8	0.4
Servicios de comida del establecimiento.	71.7	22.2	6.1	0
Limpieza e higiene del establecimiento.	74.2	23.5	2.3	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	75.0	16.7	8.3	0
Instalaciones del muelle turístico	83.3	16.7	0	0
Transporte local	75.0	25.0	0	0
Tours/Paseos	63.6	36.4	0	0
Seguridad del destino	72.7	27.3	0	0
Limpieza del destino	63.6	36.4	0	0
Trato de la gente	72.7	18.2	9.1	0
Restaurantes	66.7	33.3	0	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	65.6	30.6	3.5	0.3
Aeropuerto SJD.	67.4	29.6	2.6	0.4
Restaurantes.	74.8	23.3	1.9	0
Discos y bares.	69.1	28.5	2.4	0
Playas.	83.3	15.6	11.1	0
Oficinas de Información Turística	66.7	33.3	0	0
Carreteras, señalizaciones	58.8	35.3	5.9	0
Trato de la gente	66.7	33.3	0	0
Conservación del medio ambiente	47.1	52.9	0	0
Transporte local	43.8	43.8	12.4	0
Tours/Paseos	64.3	35.7	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>