

BOLETÍN No.4 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Cuarto Trimestre 2015

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al cuarto trimestre del 2015, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **503 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 **72.0%**, los **canadienses** representan el **10.2%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **3.5%**, y el **turista nacional** representa el **14.3%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **38.8%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **32.0%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **17.6%**, *el grupo de edades de más de 60 años el 6.2%* y el comprendido entre **51-60 años** representa el **5.4%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **33 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **52.8%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **47.2%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **79.3%**, el **paseo por la ciudad** con el **50.7%**, **banana** el **45.7%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **45.0%**, **el sunset cruise** con el **44.3%**; *por último, el buceo & snorkeling el 27.8%* (Tabla 1, pág.6).

El **52.4%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **32.6%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **5.0%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **32.6%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **37.7%** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **50.9%** de **3 a 5 veces**, *y más de 5 veces el 11.4%* (Gráfica 5, pág. 7).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **44.7%**, seguida de las de **8-15 días** con el **22.8%**, las estancias de **1-3 días** representan el **19.3%**, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **8.3%**; *por último, las estancias de 16-30 días representan el 4.9%*. 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 **9.5%**, por **trabajo/negocios** representa el **5.2%**, **los congresos y ferias** representan el **1.6%**, **otros** representa el **3.7%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por ser un destino **tranquilo y seguro** con el **22.5%**, el **interés por conocer nuevos lugares** el **17.0%**, el **8.2%** por la **gastronomía**, por la **calidez de sus gentes** el

7.2%, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **7.0%**, por la **experiencia de otras visitas** el **6.2%**, **otras razones** representan el **31.9%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **74.4%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **8.4%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **8.2%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **6.6%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **2.4%** (Gráfica 9, pág.9).

El **41.7%** de los turistas realizó el viaje **con familia**, los que viajaron **en pareja** representan el **22.6%**, **con amigos** el **15.1%**, los que viajan **solos** representan el **10.8%**; **en grupo organizado** representan el **3.7%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **3.5%**; por último, **otros** representan el **2.6%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **84.8%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **6.8%**, los que llegan en **crucero** representan el **4.0%**, **en yate** el **0.6%** y **otros** **3.8%** (Gráfica 11, pág.10).

El **47.1%** de los turistas utilizarán el **taxi** para desplazarse, en **automóvil de alquiler** **15.6%**, en **camión colectivo local se desplazarán** el **10.8%**, en **automóvil propio** el **10.4%**, y **otros** representa el **16.1%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **73.4%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en **hotel tiempo compartido** con el **3.9%**, en **crucero** representan el **3.6%** en **bungalows/cabañas** representan el **3.3%**, **otros tipos de alojamiento** representan el **15.8%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **38.8%**, las **agencias de viaje** el **15.6%**, los **anuncios de prensa/revistas** representan el **11.5%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **8.3%**; los **libros y guías especializadas** el **7.3%**, por último, **otros** medios de información representan el **18.5%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **39.0%**, por **internet** representa el **27.3%**, a través de una **AAVV** representa el **10.5%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **7.2%**, **a través de una central de reservaciones** representa el **3.6%**, y **otras formas** representan el **12.4%** (Gráfica 15, pág.12).

El **30.4%** prefiere hacer la reservación con una antelación **8 a 15 días**, **los que hacen su reservación de 1 a 7 días**, representan el **23.4%**, de **16 a 30 días** representa el **15.0%**, **más de 60 días** representa el **12.6%**, **de 0 a 23 horas** lo prefiere el **11.6%** de los turistas; por último, de **31 a 60 días** lo prefieren el **7.0%** de los turistas,. (Gráfica 16, pág.12).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **50.6%**, le sigue en orden de importancia la **ubicación** con el **14.7%**, la **promoción/oferta** **13.2%**, **las recomendaciones de**

amigos y familiares representan el **9.8%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa el **3.4%**, **otros motivos** representan el **8.3%** (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 **41.9%**, el **efectivo en dólares** representa el **34.8%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **18.2%** de los turistas, **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **3.7%** de los turistas; **otras formas** de pago representan el **1.4%** (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: **administración 5.8%**, **contabilidad 4.5%**, **derecho/leyes 4.9%**, **educación 6.8%**, **sector salud 10.1%**, **ventas 4.5%**, **TIC/sistemas 2.6%**, **ingeniería 2.3%**, **otros 58.5%**.(Gráfica 19, pág.14).

El **72.8%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **21.2%** **no trabaja para alguna compañía** y el **6.1%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **72.8%** que trabajan para alguna compañía, el **27.1%** lo hacen para **compañías públicas**, el **51.8%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **21.1%** 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 **\$1134.54 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$189.09 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$54.21 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$43.42 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$31.50 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$30.44 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$29.52 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 **63.9%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **67.2%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **61.6%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **59.9%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio,) se evalúan de **excelente** con el **62.9%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **61.6%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **63.7%** (Tabla 3, pág.16).

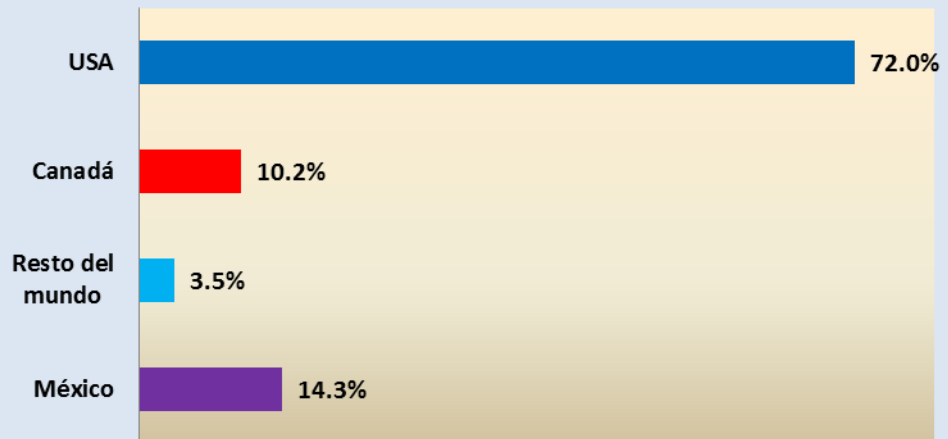
Las evaluaciones con los mejores resultados hechas por los **cruceristas** de diferentes aspectos/servicios en CSL son las siguientes: los **servicios de tenders** (lanchas que trasbordan a los cruceristas a tierra) son evaluados de **excelente** por el **63.1%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **excelente** por el **63.1%**, la **transportación local** la evalúan de **bien** el **52.9%**, los **tours y paseos** son evaluados de **bien** por el **60.0%**. La **seguridad del destino** los cruceristas la evalúan de **excelente** con el **82.3%**, la **limpieza del destino** la consideran de **excelente** el **44.4%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **excelente** con el **83.3%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** con el **78.9%** (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 **54.9%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **49.5%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **56.6%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **54.8%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **58.5%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **bien** por el **62.5%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **bien** por el **55.0%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **52.4.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **52.9%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **55.0%**; por último, los **tours** son evaluados de **excelente** por el **50.0%** 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)

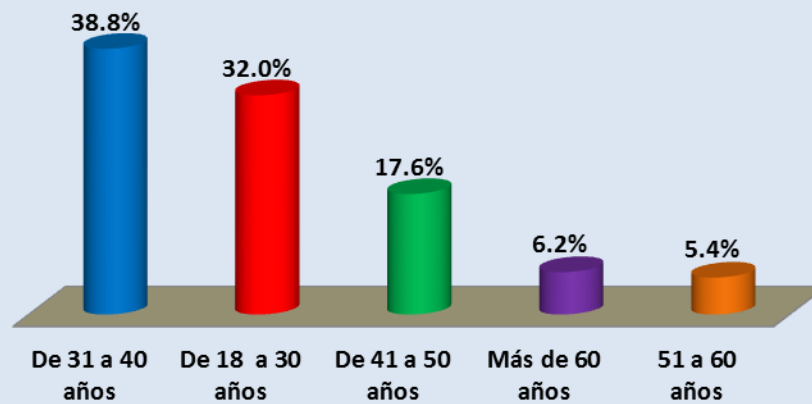
TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL

GRÁFICA 1: PROCEDENCIA



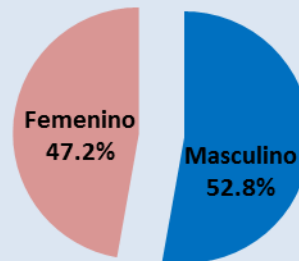
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 2: GRUPO DE EDADES



FUENTE: SITCA

GRÁFICA 3: GÉNERO



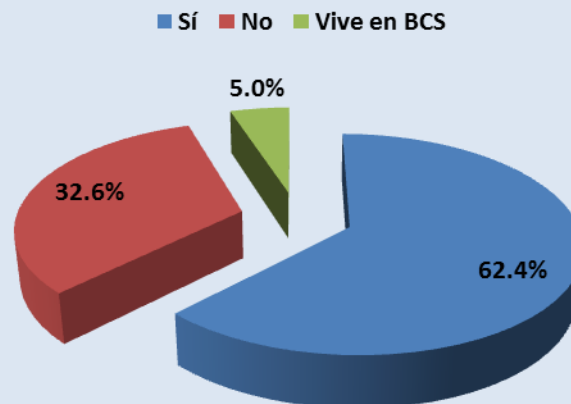
FUENTE: SITCA

TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	79.3
Paseo por la ciudad	50.7
Banana	45.7
Nado con delfines	45.0
Sunset Cruise	44.3
Buceo & Snorkeling	27.8

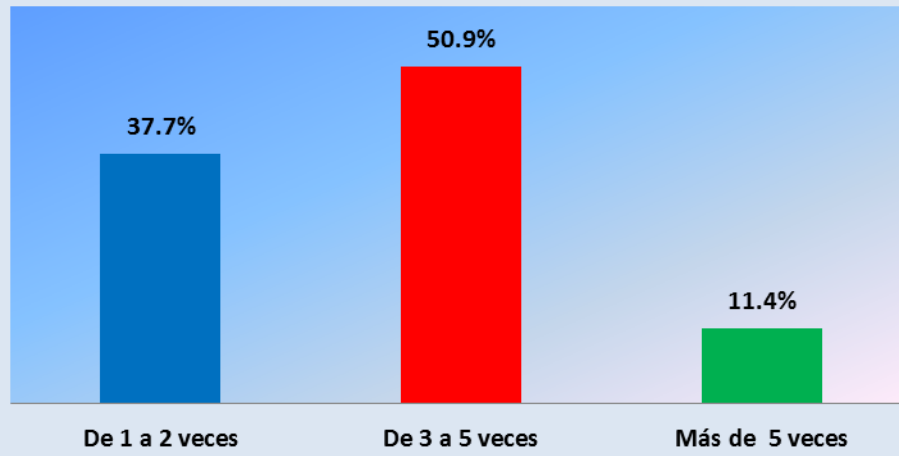
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL



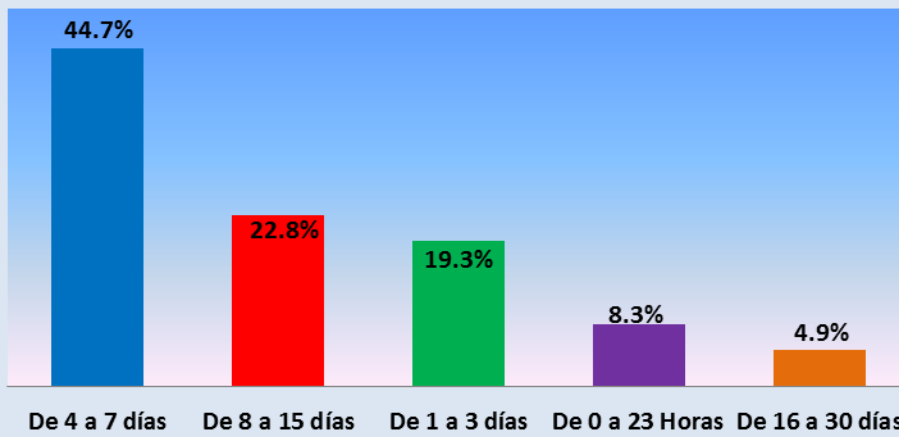
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS

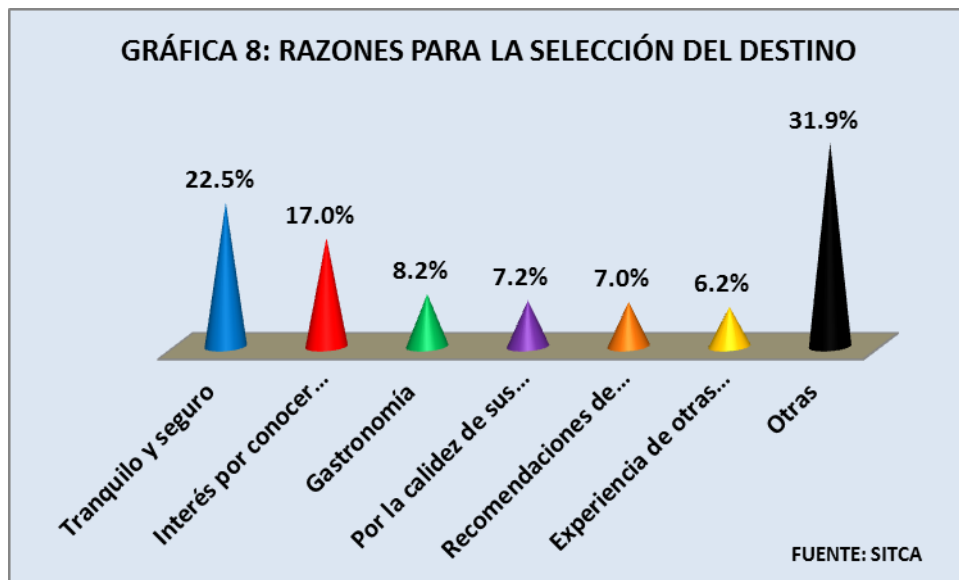


FUENTE: SITCA

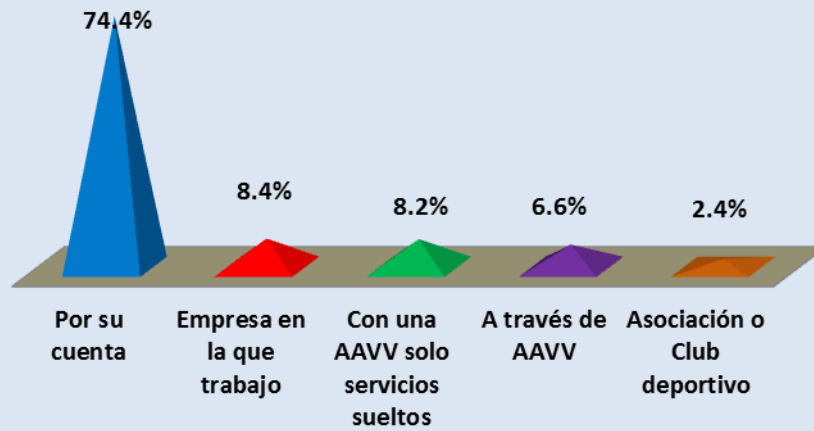
GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



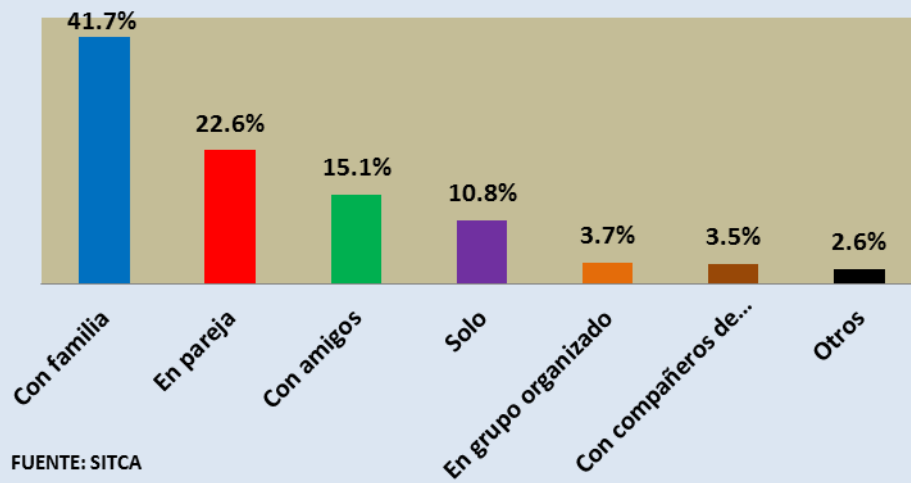
FUENTE: SITCA



GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

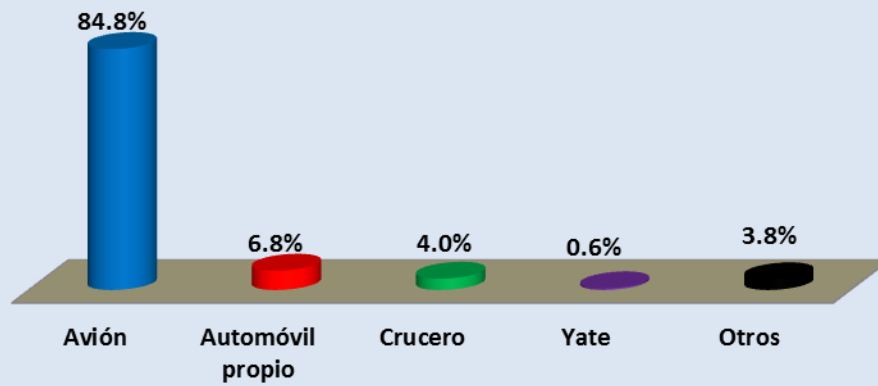


GRÁFICA 10: ¿ CON QUIÉN HA VENIDO?



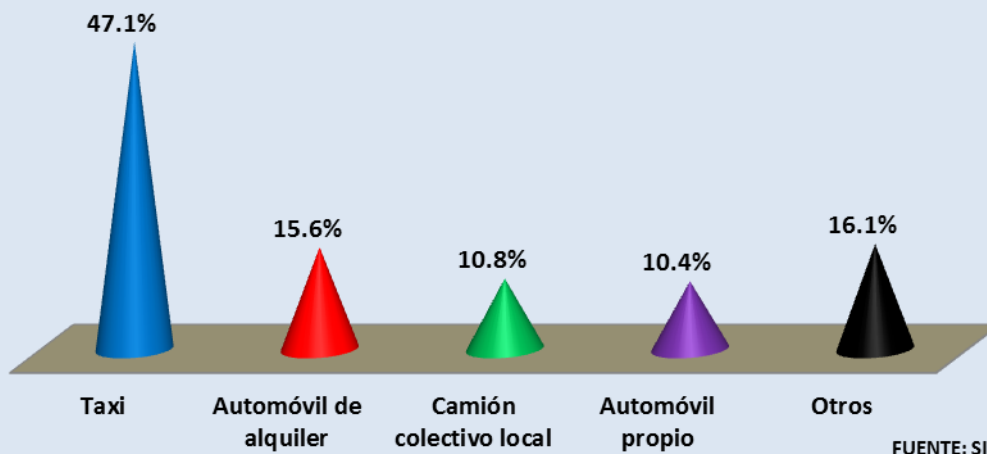
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

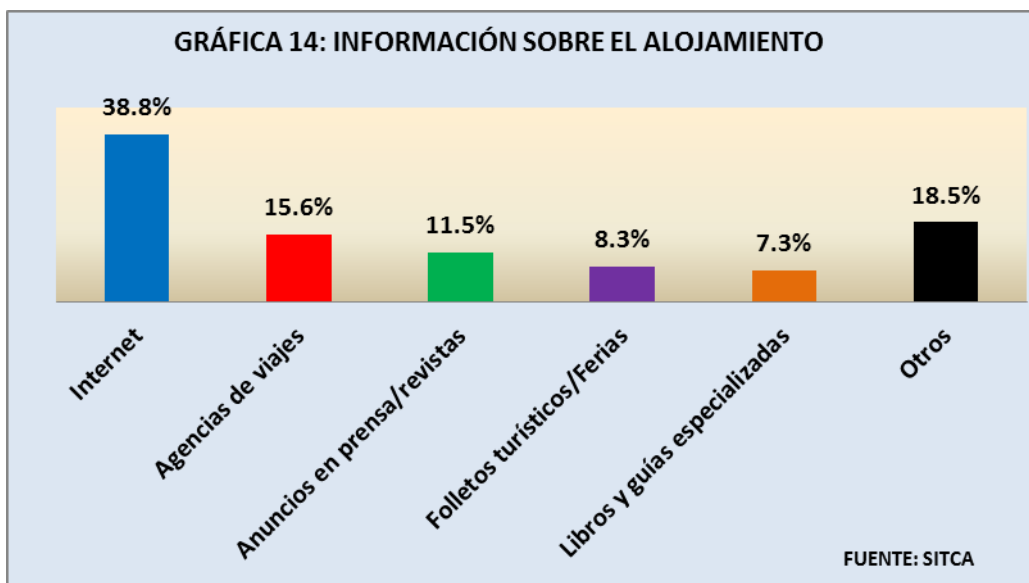
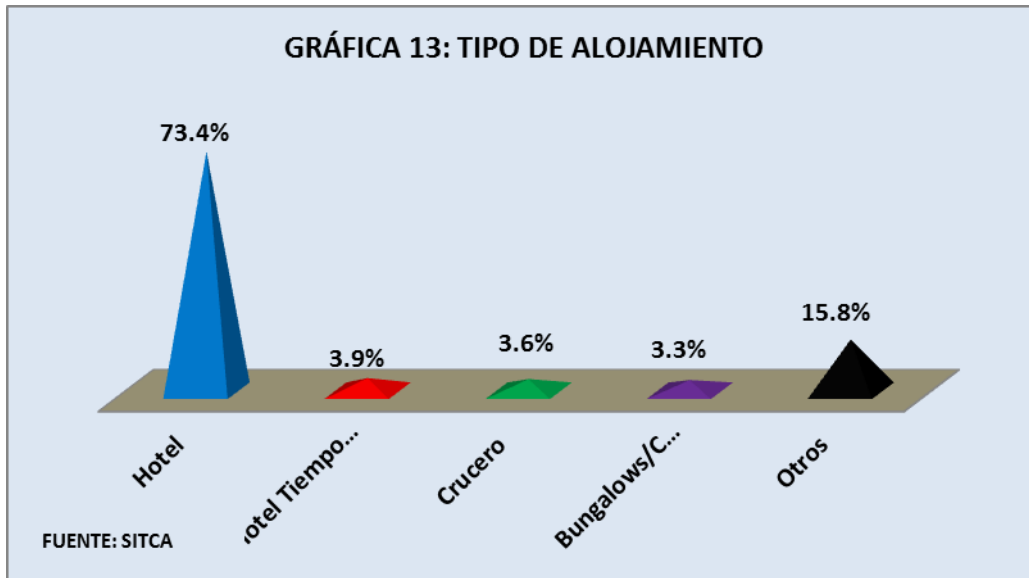


FUENTE: SITCA

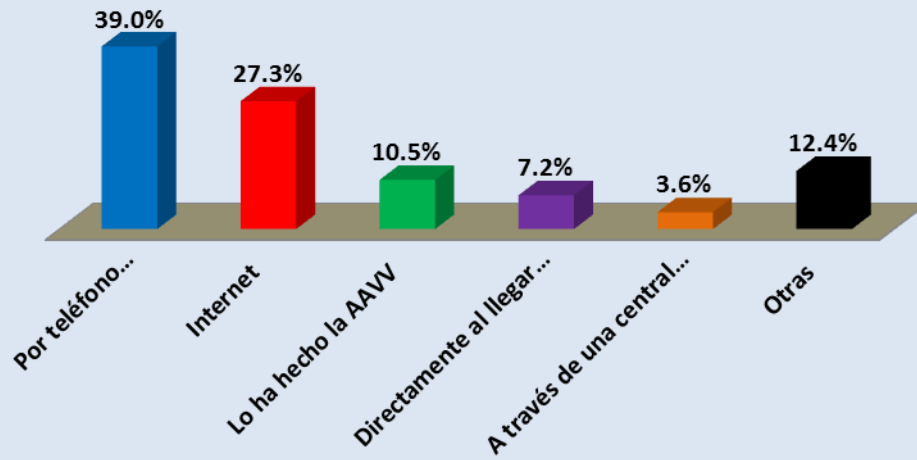
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

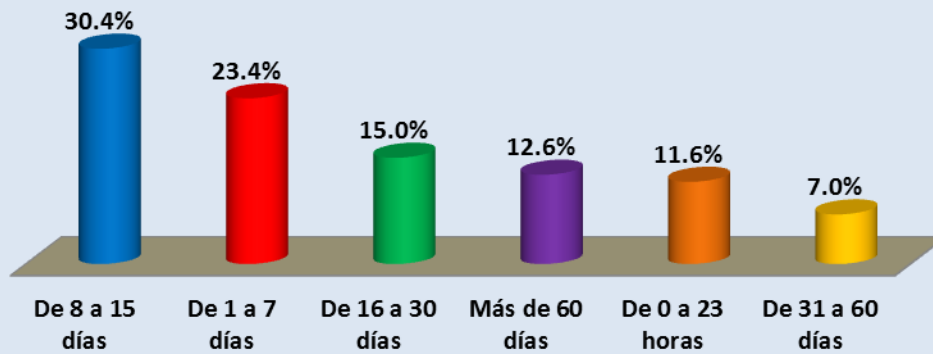


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO



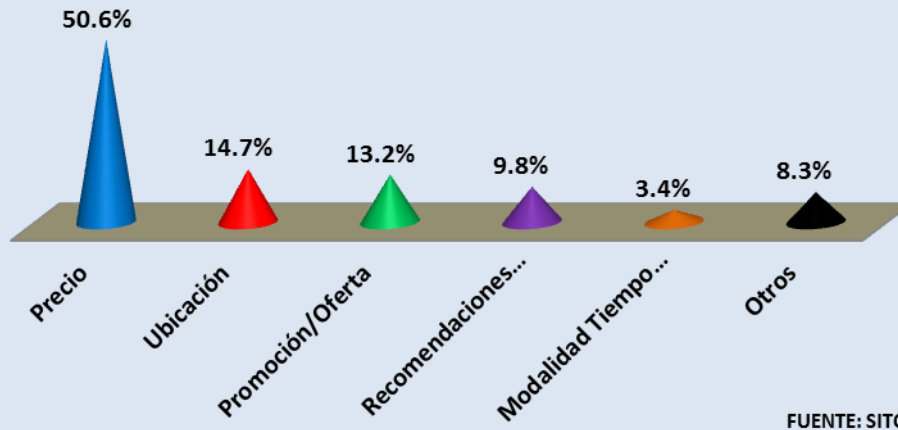
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO



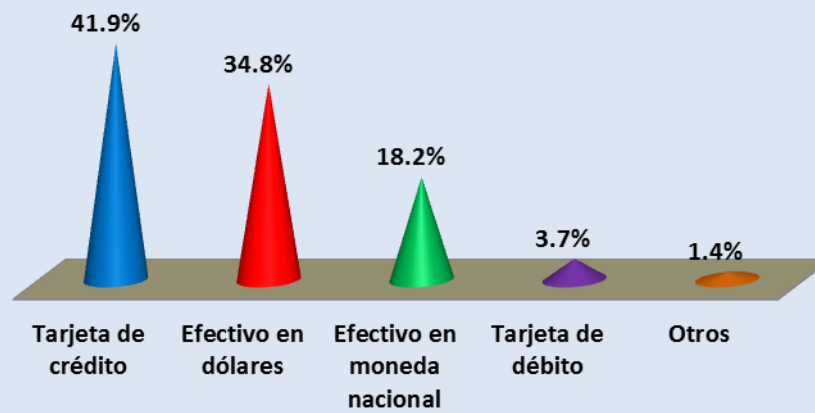
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

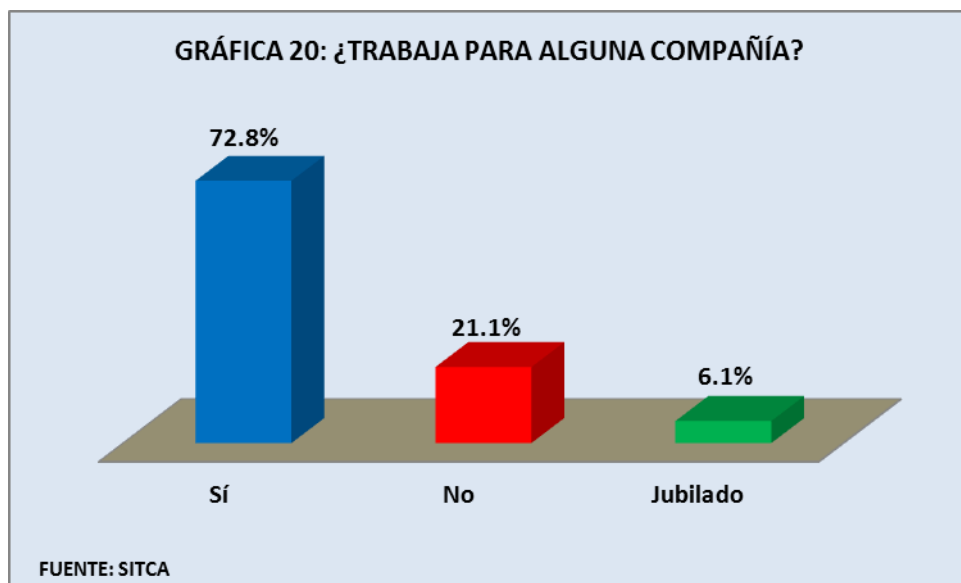
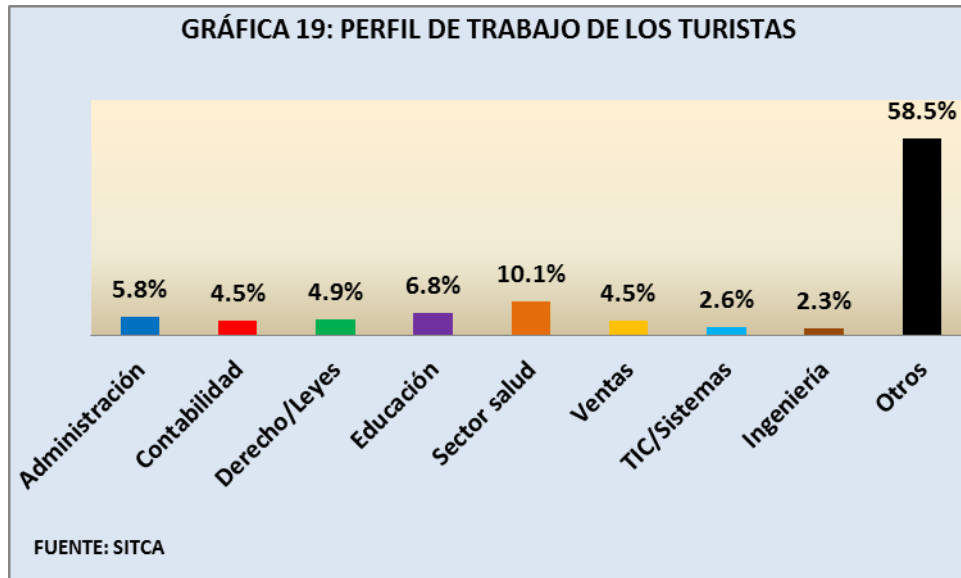


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA



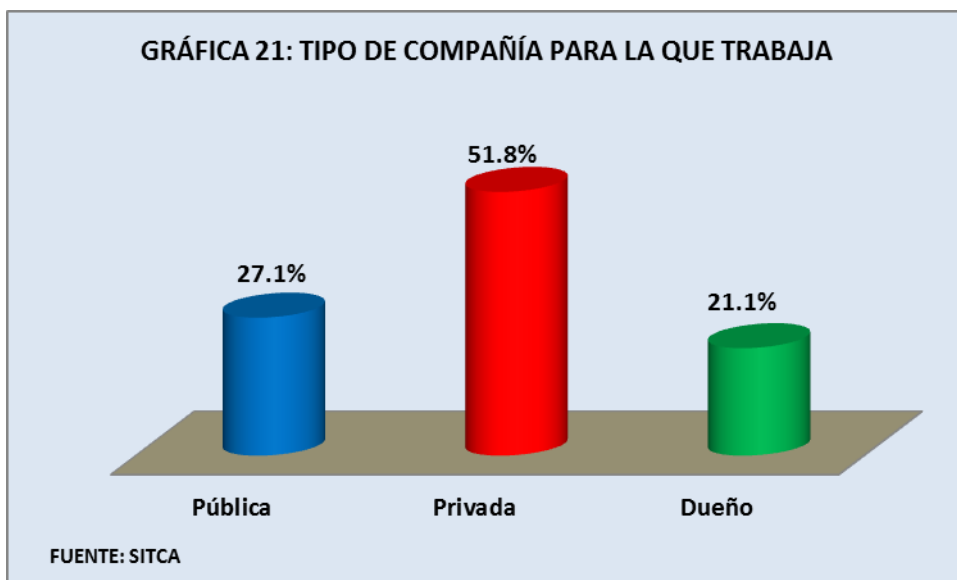
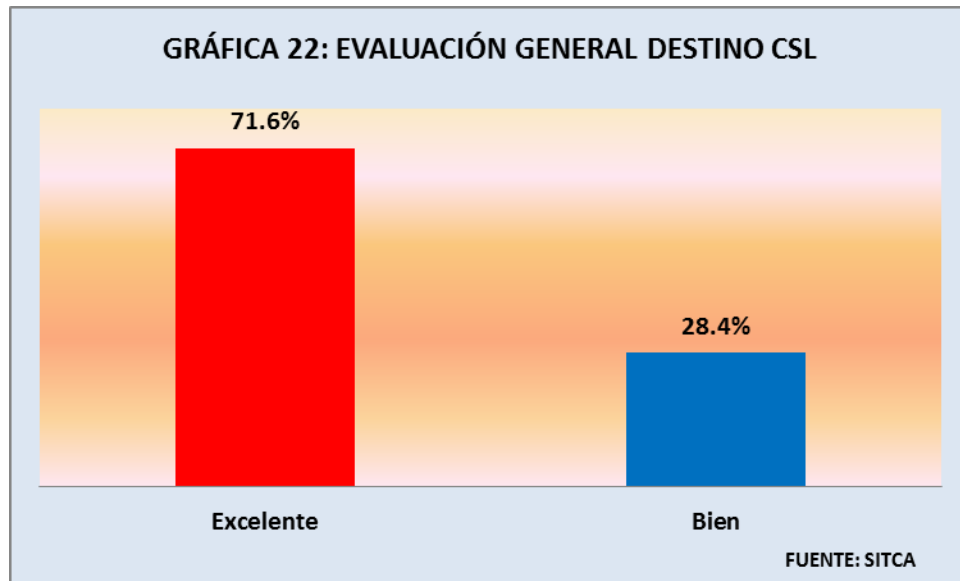


TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1134.54
Gasto total por persona y día.	189.09
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	54.21
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	43.42
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	31.50
Gasto por persona y día en transporte.	30.44
Gasto por persona y día en compras varias.	29.52
FUENTE: SITCA	

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	63.9	35.2	0.9	0
Confort de sus instalaciones.	62.2	35.3	2.1	0.4
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	61.6	36.6	1.4	0.4
Servicio y atención del personal.	59.9	38.3	1.8	0
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	62.9	35.9	0.0	0.6
Servicios de comida del establecimiento.	61.6	36.2	1.8	0.4
Limpieza e higiene del establecimiento.	63.7	34.8	1.5	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	63.1	31.6	5.3	0
Instalaciones del muelle turístico	63.1	36.9	0	0
Transporte local	47.1	52.9	0	0
Tours/Paseos	40.0	60.0	0	0
Seguridad del destino	82.3	17.7	0	0
Limpieza del destino	44.4	44.4	11,2	0
Trato de la gente	83.3	11.1	5.6	0
Restaurantes	78.9	21.1	0	0

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	54.9	41.8	3.0	0.3
Aeropuerto SJD.	49.5	42.2	8.0	0.3
Restaurantes.	56.6	40.2	3.2	0
Discos y bares.	54.8	42.2	3.0	0
Playas.	58.5	40.0	1.5	0
Oficinas de Información Turística	37.5	62.5	0	0
Carreteras, señalizaciones	35.0	55.0	5.0	5.0
Trato de la gente	52.4	47.6	0	0
Conservación del medio ambiente	35.0	55.0	10.0	0
Transporte local	26.3	57.9	15.8	0
Tours/Paseos	50.0	50.0	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>