

BOLETÍN No.1 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Primer Trimestre 2016

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al primer trimestre del 2016, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **472 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 **66.1%**, los **canadienses** representan el **20.6%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **5.7%**, y el **turista nacional** representa el **7.6%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **38.5%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **31.5%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **11.9%**, *el grupo de edades de más de 60 años el 6.9%* y el comprendido entre **51-60 años** representa el **4.2%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **31 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **47.3%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **52.7%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **90.6%**, el **paseo por la ciudad** con el **77.6%**, **el sunset cruise** con el **66.4%**, el **nado con delfines** tiene una demanda del **57.7%**; *por último*, montar la **banana** representa el **59.2%**, (Tabla 1, pág.6).

El **44.2%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **52.4%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **3.4%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **32.6%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **25.6%** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **60.0%** de **3 a 5 veces**, *y más de 5 veces el 14.4%* (Gráfica 5, pág. 7).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **47.4%**, seguida de las de **8-15 días** con el **33.7%**, las estancias de **1-3 días** representan el **8.1%**, las estancias de **16-30 días** representan el **4.2%**; *por último*, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **4.6%**; 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 **80.8%**, por **trabajo/negocios** representa el **12.0%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **4.1%**, los **congresos y ferias** representan el **1.4%**, **otros** representa el **1.7%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por ser un destino **tranquilo y seguro** con el **46.2%**, por el **patrimonio cultural** el **8.9%**, por la **calidez de sus gentes** el **8.6%**, el **interés por conocer nuevos**

lugares el 7.2%, por la **riqueza de su entorno el 6.5%**, por la **proximidad geográfica el 5.8%**, **otras razones** representan el **16.8%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **60.1%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **17.7%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **17.1%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **4.1%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **1.0%** (Gráfica 9, pág.9).

El **35.3%** de los turistas realizó el viaje **con familia**, los que viajaron **en pareja** representan el **29.1%**, **solo** el **15.1%**, **con amigos** el **11.6%**; los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **7.2%**; **en grupo organizado** representan el **1.4%**; por último, **otros** representan el **0.3%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **92.6%**, los que llegan en **crucero** representan el **3.8%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **1.0%**, **en yate** el **1.0%** y **otros** **1.6%** (Gráfica 11, pág.10).

El **38.2%** de los turistas utilizarán el **taxi** para desplazarse, **en camión colectivo local se desplazarán el 27.7%**, en **automóvil de alquiler** **21.9%**, **en coche de amigos** **3.7%**, y **otros** **representa el 8.5%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **73.8%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en **hotel tiempo compartido** con el **10.0%**, **segunda residencia** **5.7%**, en **condominios** **2.9%**, **otros tipos de alojamiento** representan el **7.6%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **35.1%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **34.3%**, los **libros y guías especializadas** el **15.7%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **5.2%**, las **agencias de viaje** el **4.0%**; por último, **otros** medios de información representan el **5.7%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **41.1%**, por **internet** representa el **37.9%**, a través de una **AAVV** representa el **6.4%**, **a través de una central de reservaciones** **representa el 3.6%**, **directamente al llegar al alojamiento** es la forma preferida por el **32%**, y **otras formas** representan el **7.8%** (Gráfica 15, pág.12).

El **30.9%** prefiere hacer la reservación con una antelación **8 a 15 días**, de **16 a 30 días** representa el **22.5%**, **los que hacen su reservación de 1 a 7 días**, representan el **17.7%**, **más de 60 días** **representa el 10.9%**, de **31 a 60 días** lo prefieren el **10.4%** de los turistas; por último, **de 0 a 23 horas** lo prefiere el **7.6%** de los turistas (Gráfica 16, pág.12).

La **promoción/oferta** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **34.5%**, le sigue en orden de importancia el **precio** **26.1%**, la **ubicación** con el **16.9%**, **13.2%**, la **modalidad**

tiempo compartido 12.8%, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **4.4%**, **otros motivos** representan el **5.3%** (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 **46.6%**, el **efectivo en dólares** representa el **32.8%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **19.6%** de los turistas, **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **1.0%** 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: **sector salud 18.0%**, **administración 9.8%**, **turismo/hospitalidad 9.8%**, **educación 8.7%**, **derecho y leyes 5.5%**, **construcción 4.9%**, **ventas 3.8%**, **creatividad/producción y diseño industrial 3.3%**, **otros 36.2%** (Gráfica 19, pág.14).

El **77.4%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **14.8%** **no trabaja para alguna compañía** y el **7.8%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **77.4%** que trabajan para alguna compañía, el **34.6%** lo hacen para **compañías públicas**, el **51.6%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **13.8%** 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 **\$1162.14 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$193.69 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$55.59 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$43.60 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$33.00 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$32.40 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$29.10 USD** (Tabla 2, pág.15).

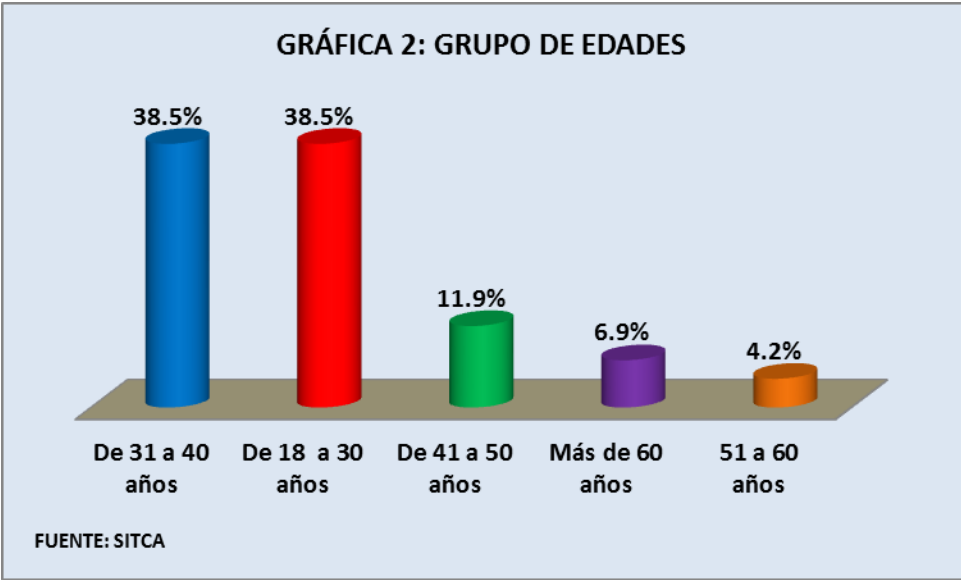
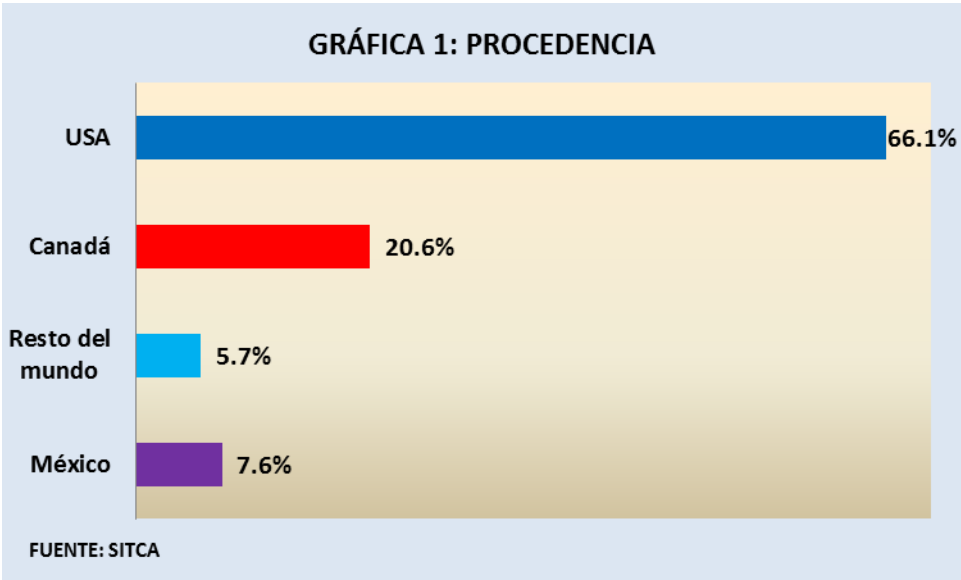
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **76.2%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **71.1%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **70.3%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **71.9%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio,) se evalúan de **excelente** con el **71.4%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **73.4%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **74.8%** (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 **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)

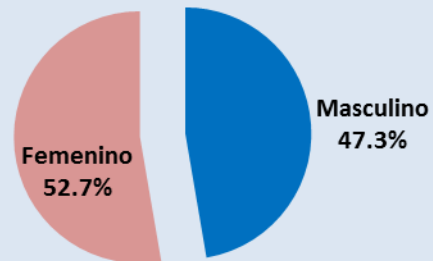
Las evaluaciones más significativas hechas por los turistas con relación a diferentes **aspectos/servicios** de CSL son las siguientes: los **servicios de la marina turística** son evaluados de **excelente** con el **77.6%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **61.0%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **82.2%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **83.3%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **84.9%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **excelente** por el **70.6%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **bien** por el **52.6%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **91.7%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **63.2%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **50.0%**; 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 **85.7%** de los turistas, mientras que el **14.3%** lo evalúa de **bien** (Gráfica 22, pág.18)

TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL



GRÁFICA 3: GÉNERO



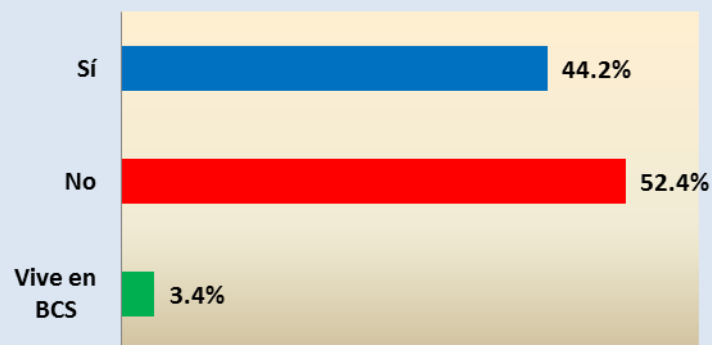
FUENTE: SITCA

TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	90.6
Buceo & Snorkeling	81.2
Paseo por la ciudad	77.6
Sunset Cruise	66.4
Nado con delfines	57.7
Banana	59.2

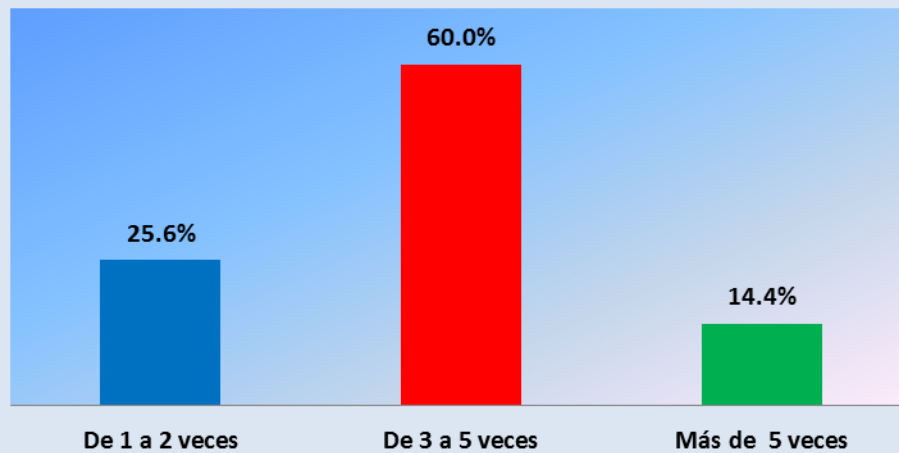
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL



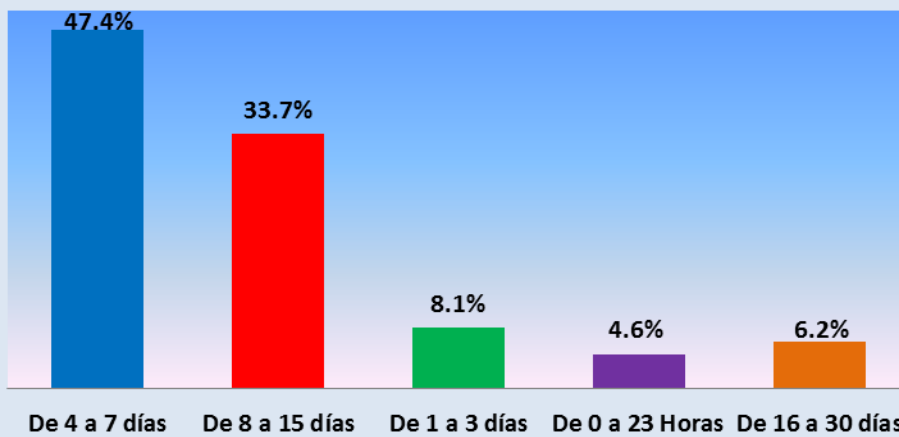
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS



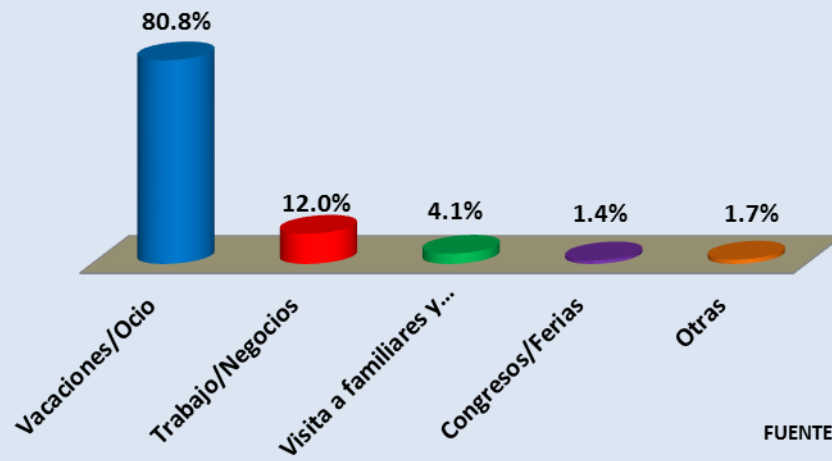
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



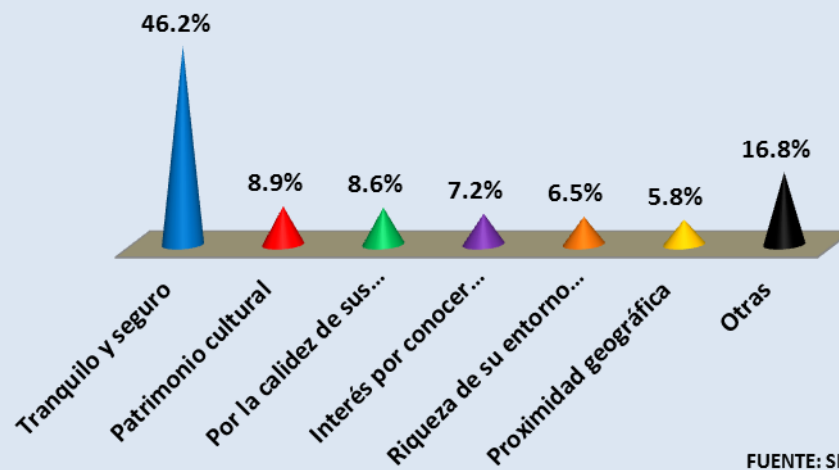
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 7: MOTIVACIONES DEL VIAJE

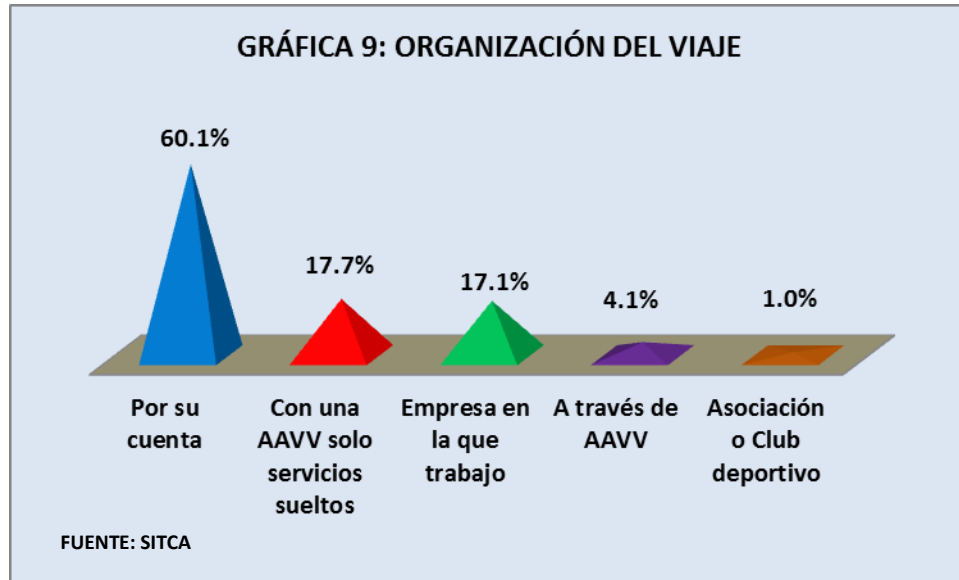


FUENTE: SITCA

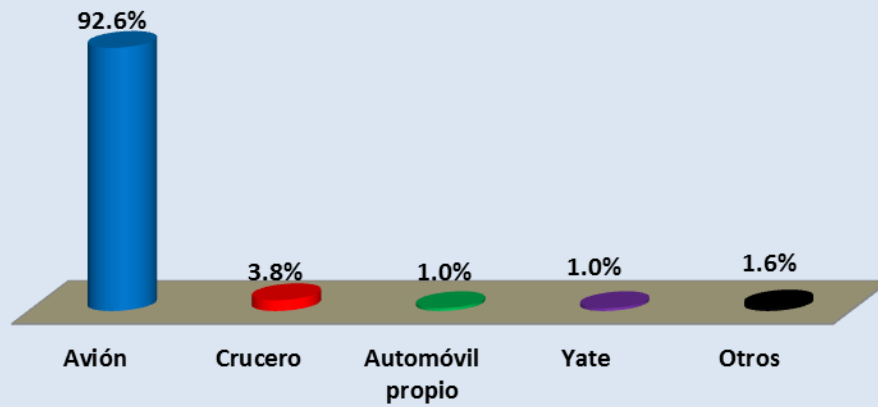
GRÁFICA 8: RAZONES PARA LA SELECCIÓN DEL DESTINO



FUENTE: SITCA

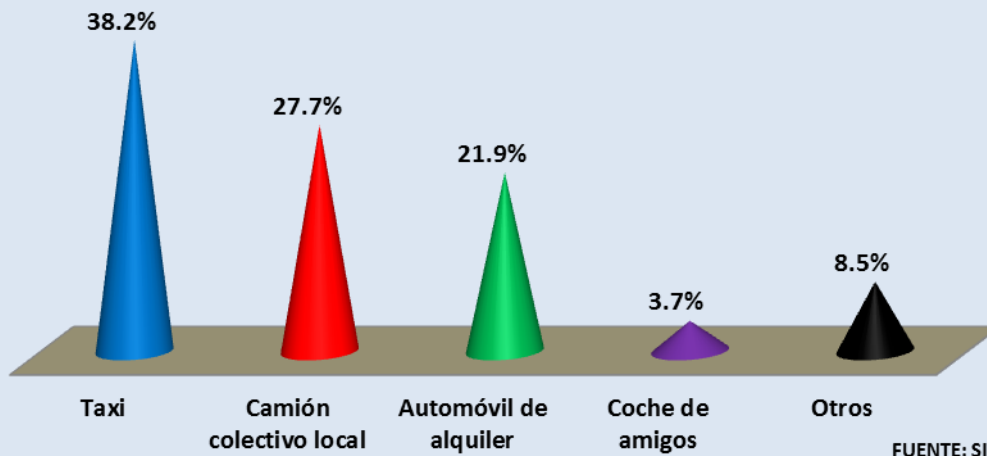


GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

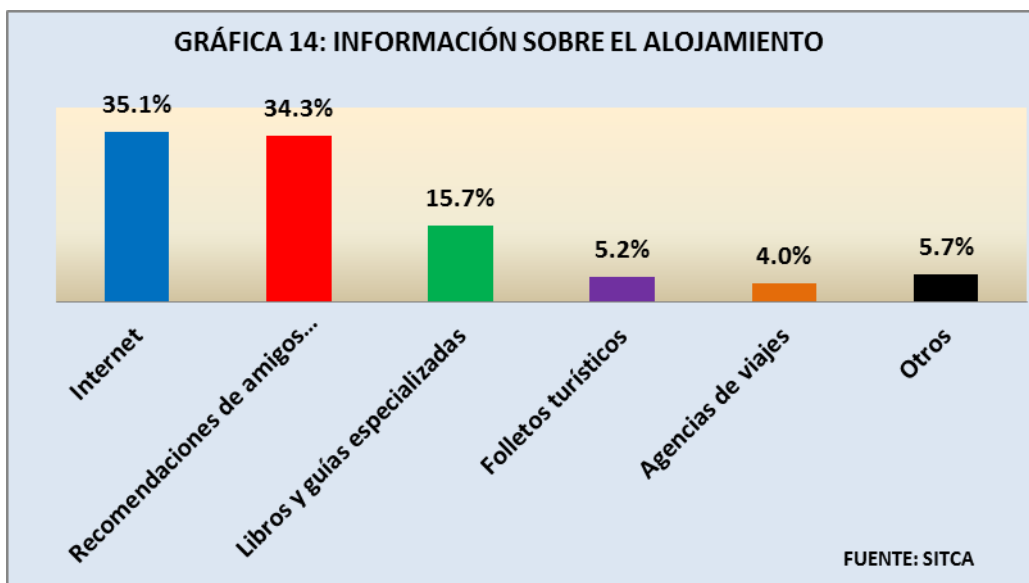
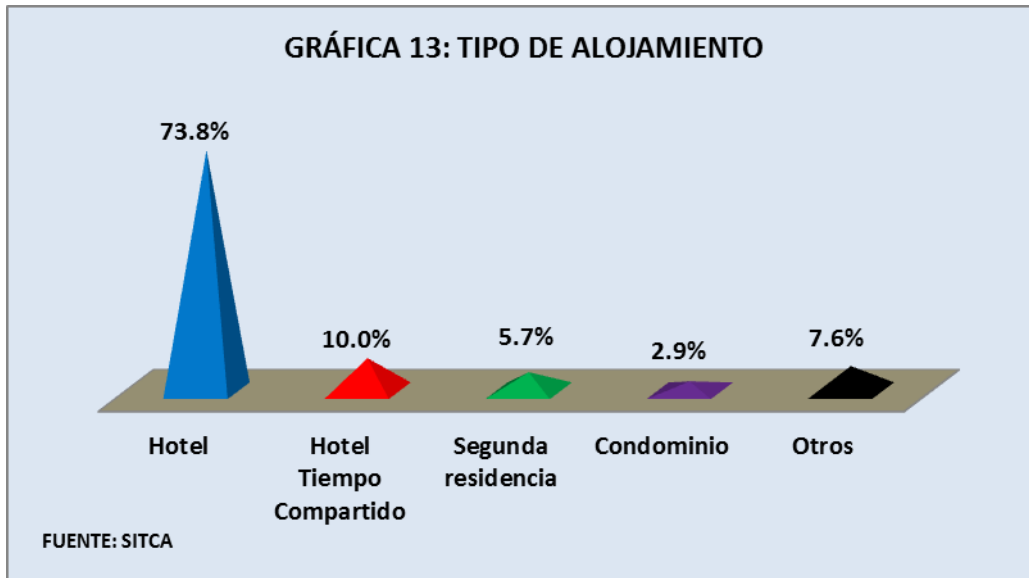


FUENTE: SITCA

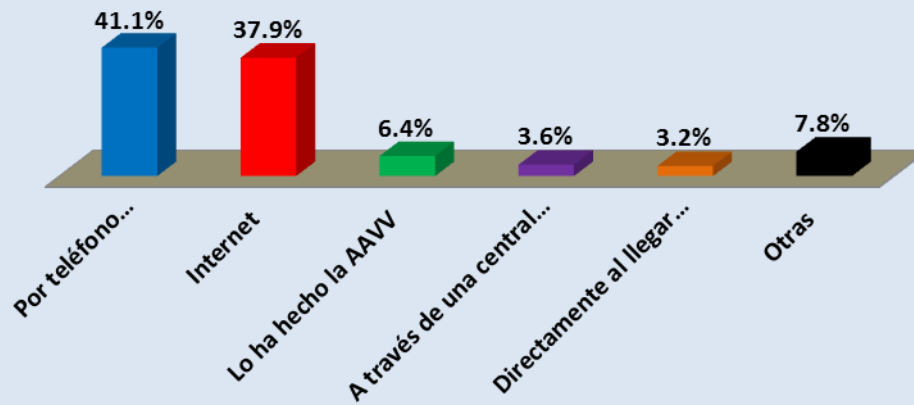
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

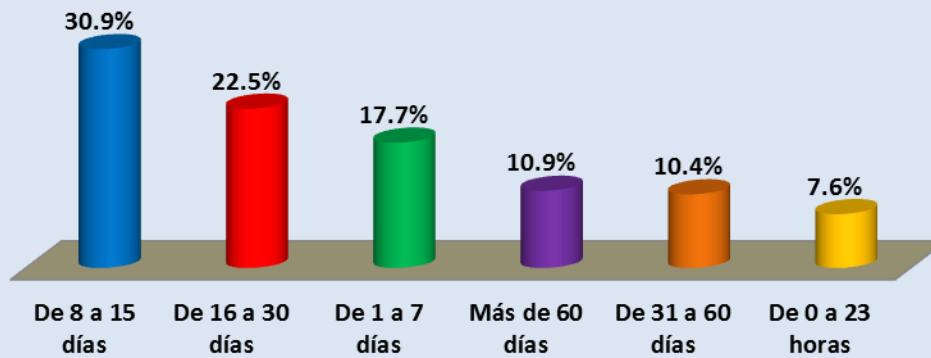


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO



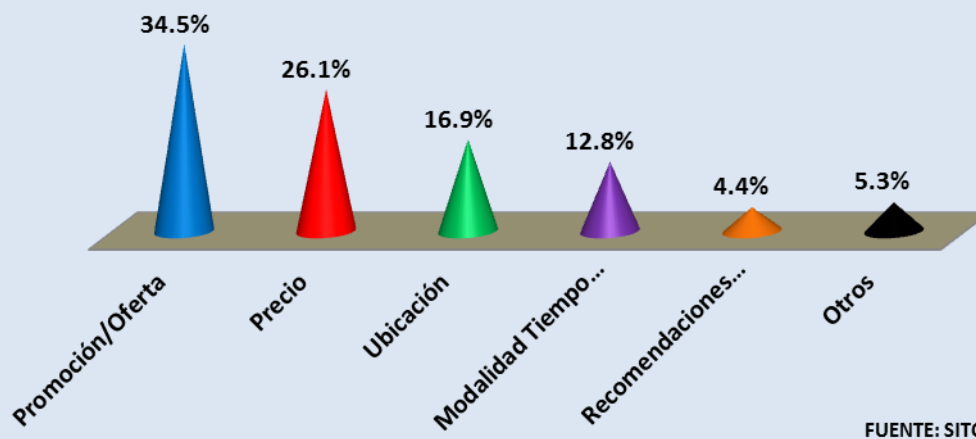
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO



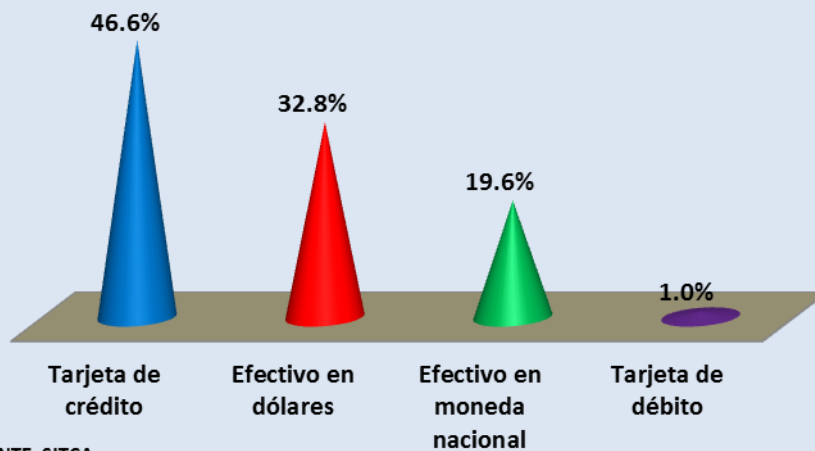
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

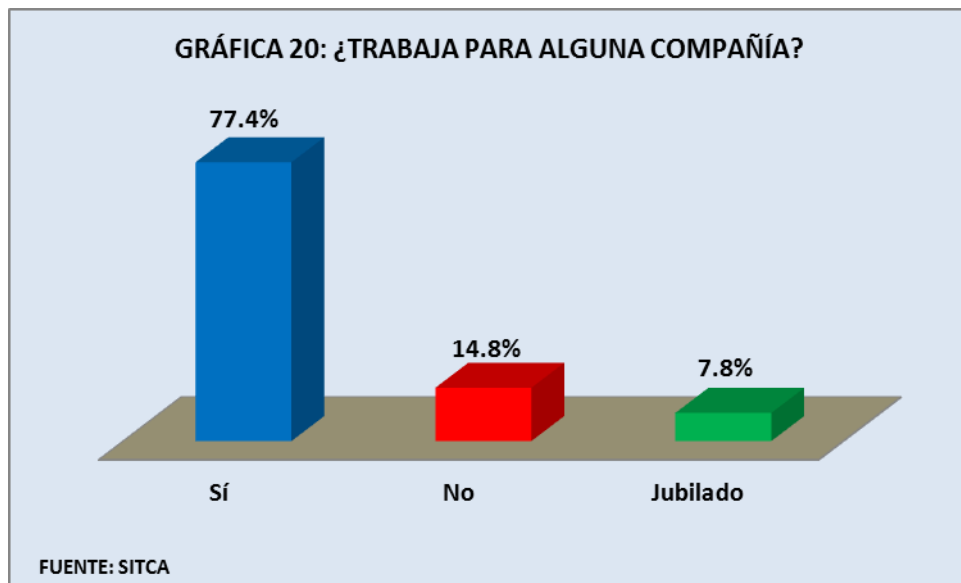
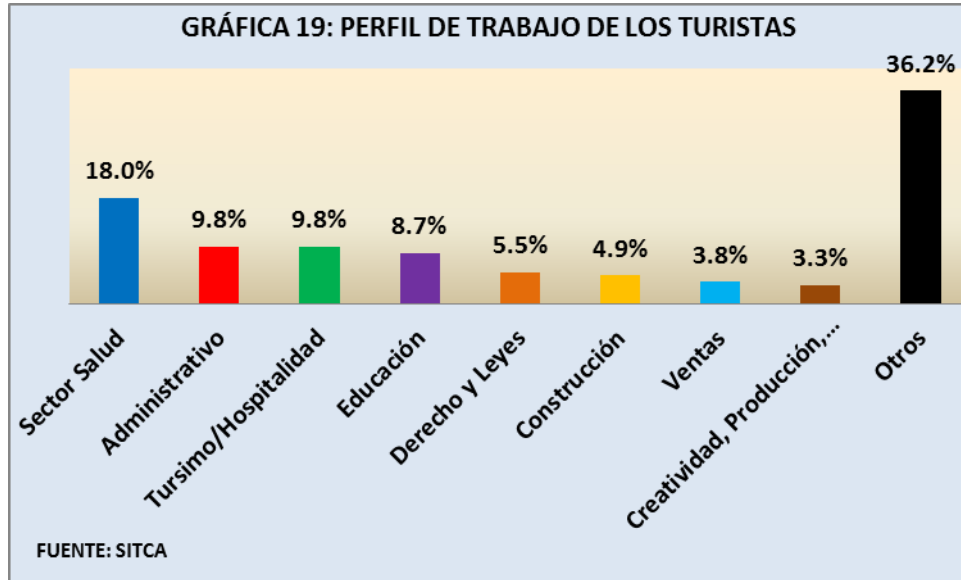


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA



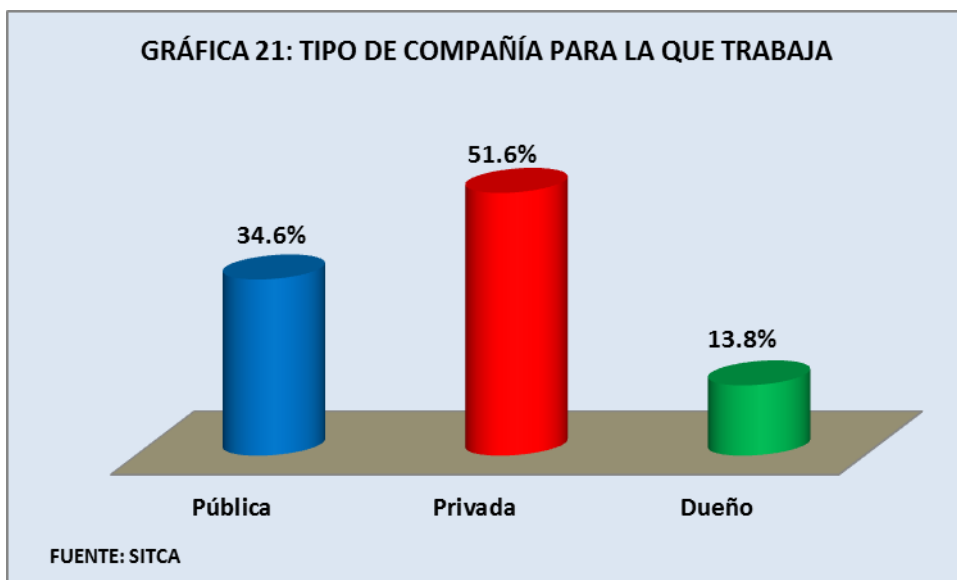


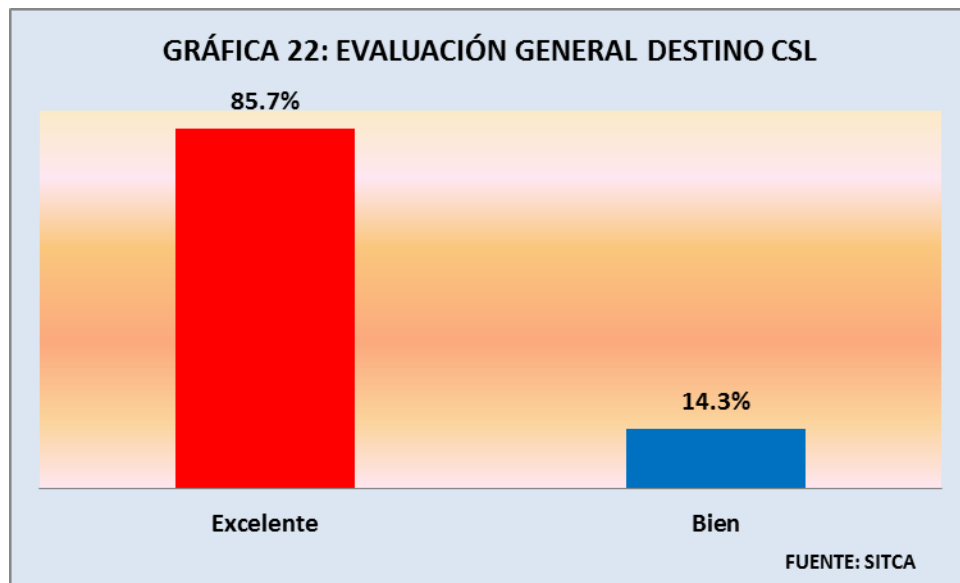
TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1162.14
Gasto total por persona y día.	193.69
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	55.59
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	43.60
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	33.00
Gasto por persona y día en transporte.	32.40
Gasto por persona y día en compras varias.	29.10
FUENTE: SITCA	

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	76.2	22.5	1.3	0
Confort de sus instalaciones.	71.1	25.9	2.6	0.4
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	70.3	25.8	3.9	0
Servicio y atención del personal.	71.9	25.1	3.0	0
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	71.4	22.9	4.3	1.4
Servicios de comida del establecimiento.	73.4	23.2	3.0	0.4
Limpieza e higiene del establecimiento.	74.8	23.1	2.1	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

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	77.6	20.2	1.8	0.4
Aeropuerto SJD.	61.0	24.3	14.3	0.4
Restaurantes.	82.2	16.3	1.5	0
Discos y bares.	83.3	16.7	0	0
Playas.	84.9	14.3	0.8	0
Oficinas de Información Turística	70.6	29.4	0	0
Carreteras, señalizaciones	52.6	42.1	5.3	0
Trato de la gente	91.7	8.3	0	0
Conservación del medio ambiente	36.8	63.2	0	0
Transporte local	27.8	50.0	22.2	0
Tours/Paseos	50.0	43.7	6.3	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>