

# **BOLETÍN No.2 SITCA**

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

**Segundo Trimestre 2016**

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al segundo trimestre del 2016, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **410 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 **75.0%**, los **canadienses** representan el **18.8%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **3.6%**, y el **turista nacional** representa el **2.6%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **39.1%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **26.1%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **25.2%**, el grupo de edades comprendido entre **51-60 años** representa el **6.5%**, y los de **más de 60 años** el **3.1%**. La **edad promedio** de nuestros visitantes es de **35 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **66.3%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **33.7%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **98.6%**, **el sunset cruise** con el **95.2%**, el **paseo por la ciudad** con el **94.6%**, **el buceo & snorkeling** el **93.6%**, **la renta de yates de pesca** el **88,6%**, montar la **banana** representa el **87.3%**: por último, el **nado con delfines** tiene una demanda del **82.0%** (Tabla 1, pág.6).

El **73.1%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **25.6%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **1.3%** dijo que **vivía en Baja California Sur** (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **25.6%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **49.0%** lo había **visitado de 1 a 2 veces**, el **37.0%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces** el **14.0%** (Gráfica 5, pág. 7).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **51.0%**, seguida de las de **1-3 días** con el **24.6%**, de **8-15 días** con el **17.5%**, las estancias de **0 a 23 horas** con el **5.1%**, las estancias de **16-30 días** representan el **1.8%**. La **estancia media** se sitúa en los **5 días** (Gráfica 6, pág.7).

El motivo principal para visitar CSL es por **vacaciones/ocio** con el **78.6%**, por **trabajo/negocios** representa el **10.0%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **8.8%**, **los congresos y ferias** representan el **1.0%**, **otras** representa el **1.6%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por las recomendaciones de **amigos y familiares** con el **30.5%**, el **interés por conocer nuevos lugares** el **17.8%**, por la **riqueza de su entorno** el **16.5%**, por la **experiencia de otras visitas** el **14.0%**, **tranquilo y seguro** con el **5.3%**, por la **proximidad geográfica**

el **1.5%**, **otras razones** representan el **14.4%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **80.1%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **12.0%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **5.3%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **2.3%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.3%** (Gráfica 9, pág.9).

El **35.4%** de los turistas realizó el viaje **en pareja, con familia** representan el **24.4%**, **solo** el **15.6%**, **con amigos** el **15.3%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **7.4%**, **en grupo organizado** representan el **1.5%**; por último, **otros** representan el **0.4%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **92.1%**, los que llegan en **crucero** representan el **4.2%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **2.0%**, **en automóvil de alquiler** el **1.0%**, y **otros** el **0.7%** (Gráfica 11, pág.10).

El **33.8%** de los turistas utilizarán el **automóvil de alquiler** para desplazarse, el **taxi 25.9%**, **en camión colectivo local se desplazarán** el **12.7%**, en **coche de amigos** **10.7%**, y **otros** representa el **16.9%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **82.3%**, en orden de importancia le sigue los que están en su **segunda residencia** **4.3%**, en **cruceros** **3.3%**, alojados en **hotel tiempo compartido** **2.1%**; **otros tipos de alojamiento** representan el **8.0%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **42.4%**, **anuncios de prensa/revistas** **19.8%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **14.7%**, las **agencias de viaje** el **13.8%** **las oficinas de turismo** **4.9%**; por último, **otros** medios de información representan el **4.4%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **37.2%** **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **35.8%**, a través de una **AAVV** representa el **10.4%**, **amigos y familiares en BCS** **7.5%**, **compañía en la que trabajo** **4.0%**, y **otras formas** representan el **5.1%** (Gráfica 15, pág.12).

El **34.5%** prefiere hacer la reservación con una antelación de **16 a 30 días**, de **8 a 15 días** **17.2%**, **los que hacen su reservación de 31 a 60 días**, representan el **15.9%**, **de 1 a 7 días** **15.4%**, **de 0 a 23 horas** **8.6%**; por último, **más de 60 días lo prefiere** el **8.4%** de los turistas (Gráfica 16, pág.12).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **26.9%**, **las recomendaciones de amigos y familiares** representan el **26.9%**, la **promoción/oferta** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **20.7%**, le sigue en orden de importancia la **ubicación** con el **15.4%**, la **modalidad tiempo compartido** **1.9%**, **otros motivos** representan el **8.2%** (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 **50.0%**, la **tarjeta de crédito** con el **40.3%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **9.4%** de los turistas, **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **0.3%** 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 15.1%**, **sector salud 8.2%**, **contabilidad 8.0%**, **ingeniería 7.7%**, **mercadotecnia 6.5%**, **derecho y leyes 6.0%**, **administración 5.4%**, **turismo/hospitalidad 4.8%**, **otros 38.3%** (Gráfica 19, pág.14).

El **85.3%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **11.7%** **no trabaja para alguna compañía**, y el **3.0%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **85.3%** que trabajan para alguna compañía, el **6.9%** lo hacen para **compañías públicas**, el **83.0%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **10.1%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.15)

Para **estancias medias de 5 días**, el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$1043.90 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$208.78 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$59.40 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$49.22 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$36.13 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$36.22 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$27.81 USD** (Tabla 2, pág.15).

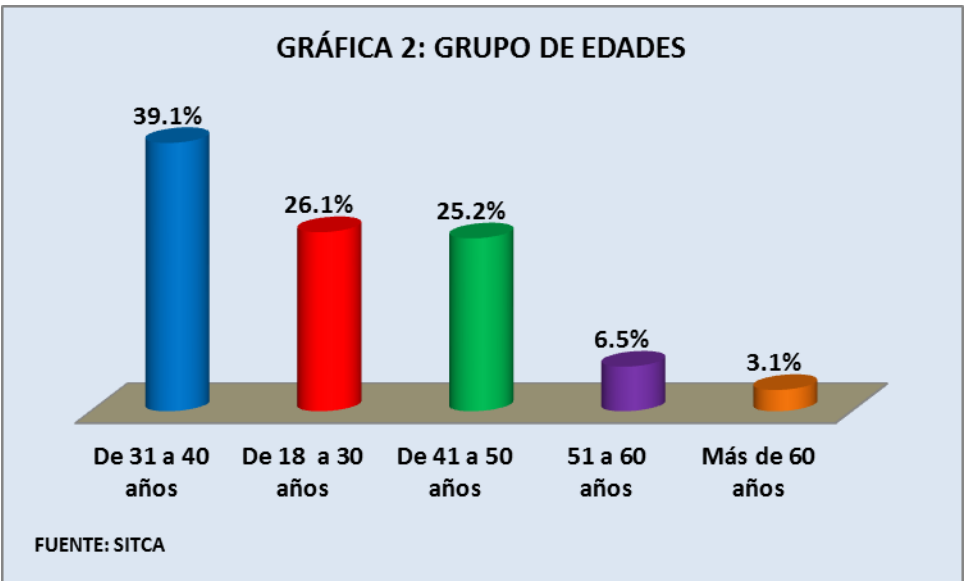
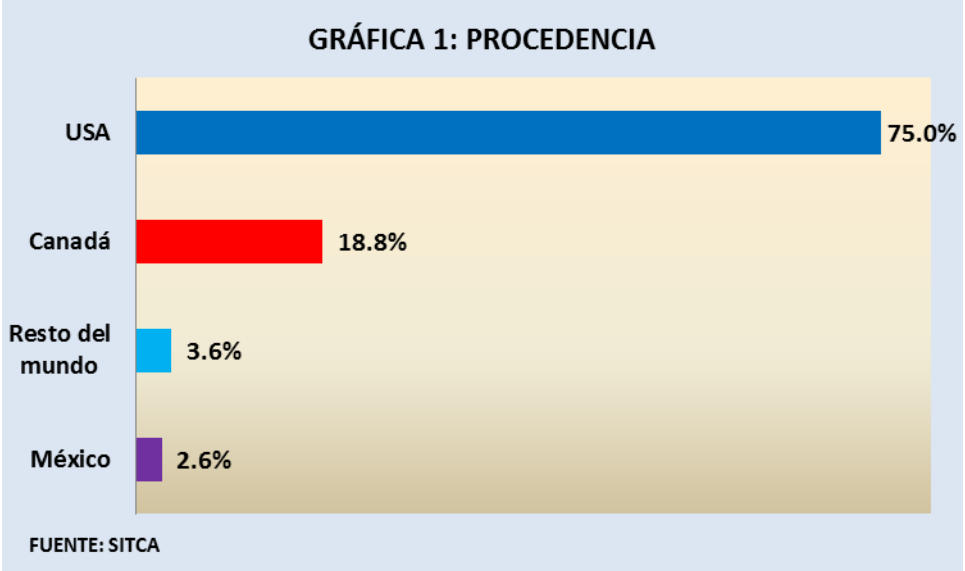
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **64.6%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **64.3%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **58.8%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **53.4%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ....) se evalúan de **excelente** con el **53.0%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **53.1%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **53.6%** (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 **bien** por el **58.3%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **bien** por el **58.3%**, la **transportación local** la evalúan de **bien** el **66.7%**, los **tours y paseos** son evaluados de **bien** por el **58.3%**. La **seguridad del destino**, los cruceristas la evalúan de **bien** con el **58.3%**, la **limpieza del destino** la consideran de **excelente** el **50.0%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **excelente** con el **75.0%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** con el **50.0%** (Tabla 4, pág.17)

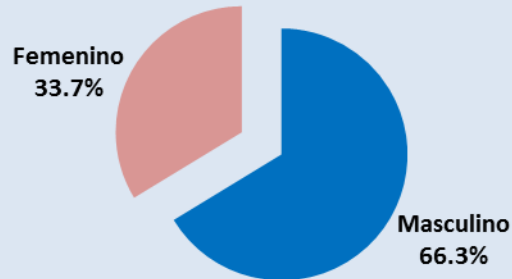
Las evaluaciones más significativas hechas por los turistas con relación a diferentes **aspectos/servicios** de CSL son las siguientes: los **servicios de la marina turística** son evaluados de **excelente** con el **58.1%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **bien** por el **49.2%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **53.3%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **46.4%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **65.8%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **excelente** por el **50.0%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **bien** por el **40.0%**, el **trato de la gente** se evalúa de **bien** con el **50.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **33.3%**, el **transporte local** se evalúa de **excelente** por el **42.8%**; 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 **60.7%** de los turistas, mientras que el **38.5%** lo evalúa de **bien** y el **0.8% de regular** (Gráfica 22, pág.18)

**TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL**



**GRÁFICA 3: GÉNERO**



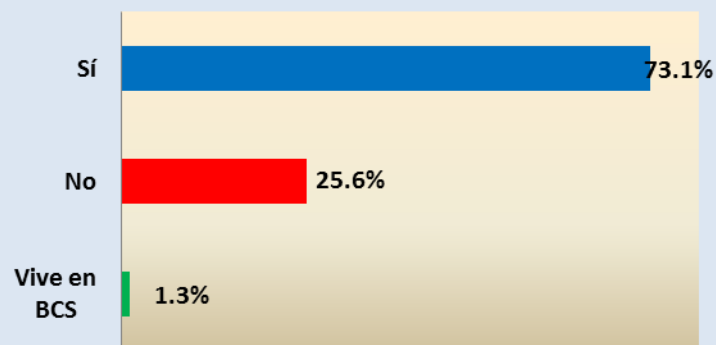
FUENTE: SITCA

**TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS**

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	98.6
Sunset Cruise	95.2
Paseo por la ciudad	94.6
Buceo & Snorkeling	93.6
Renta de yate de Pesca	88.6
Banana	87.3
Nado con delfines	82.0

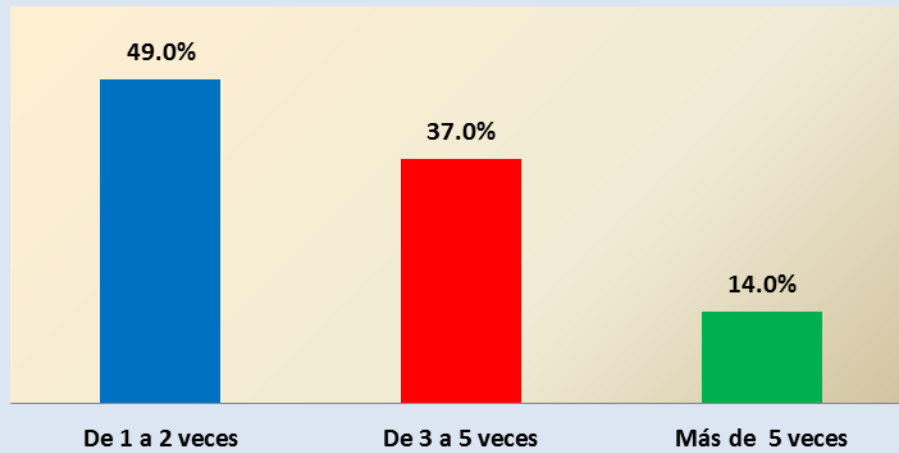
FUENTE: SITCA

**GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL**



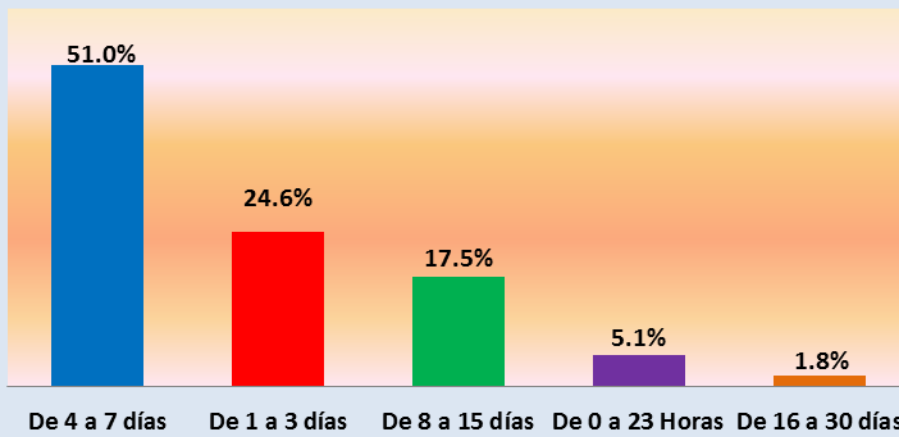
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS



FUENTE: SITCA

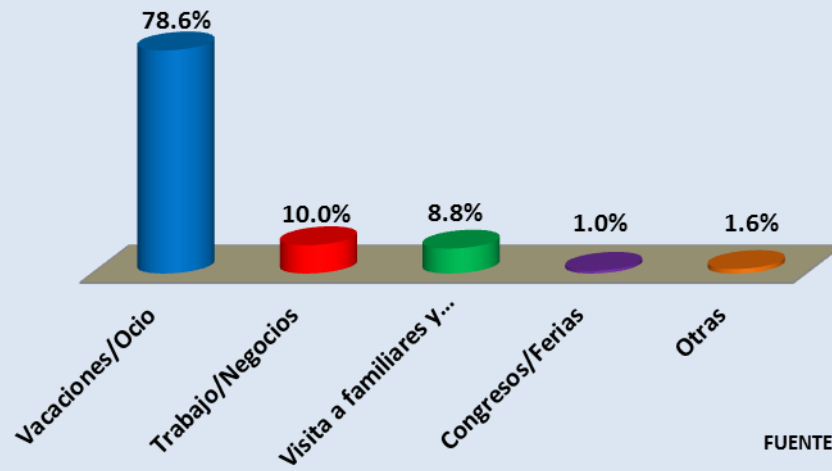
GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



FUENTE: SITCA

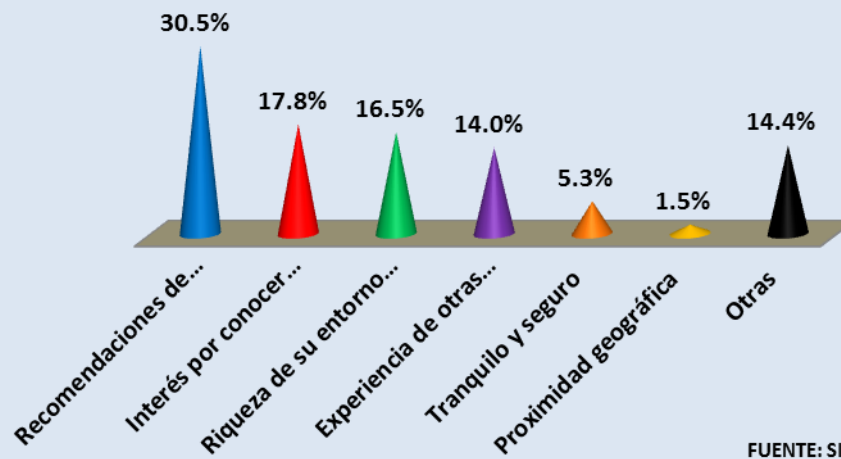


GRÁFICA 7: MOTIVACIONES DEL VIAJE

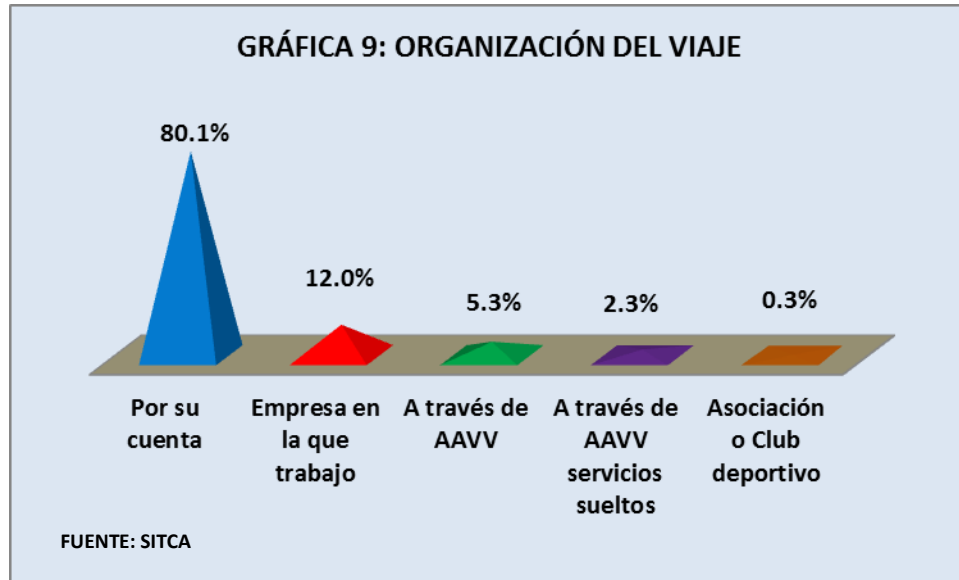


FUENTE: SITCA

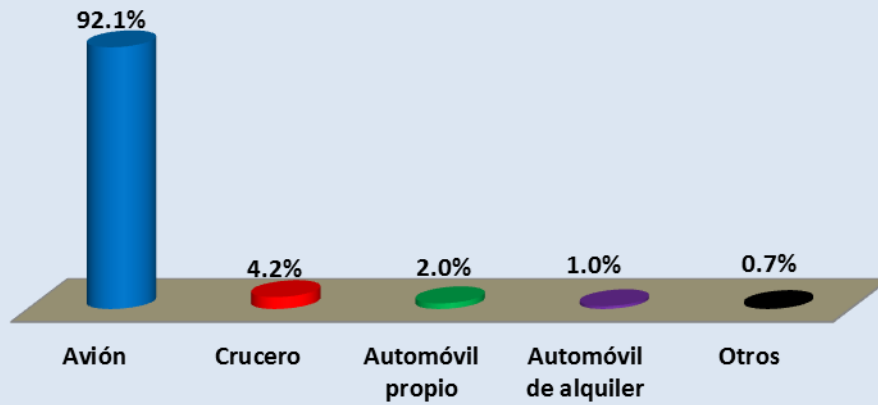
GRÁFICA 8: RAZONES PARA LA SELECCIÓN DEL DESTINO



FUENTE: SITCA

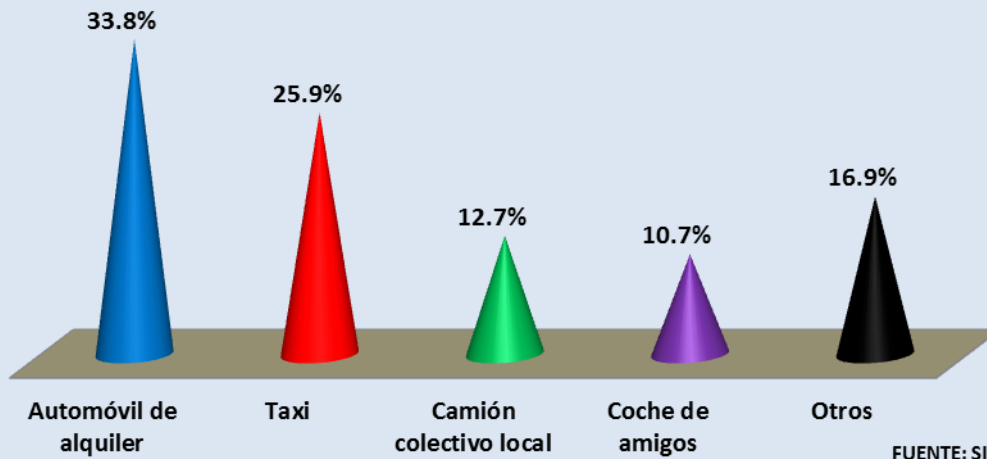


GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL



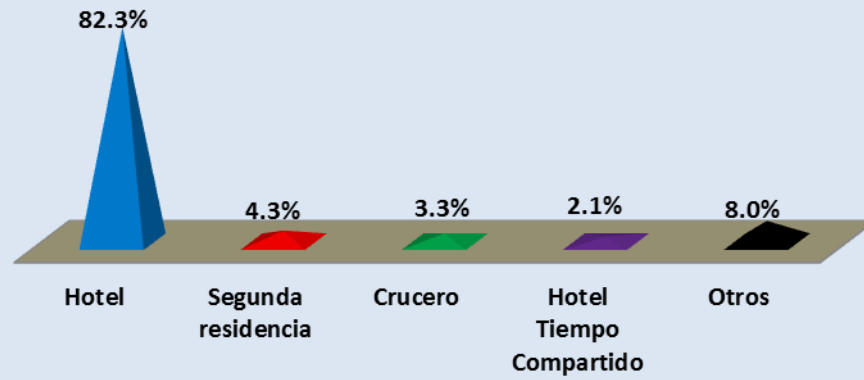
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



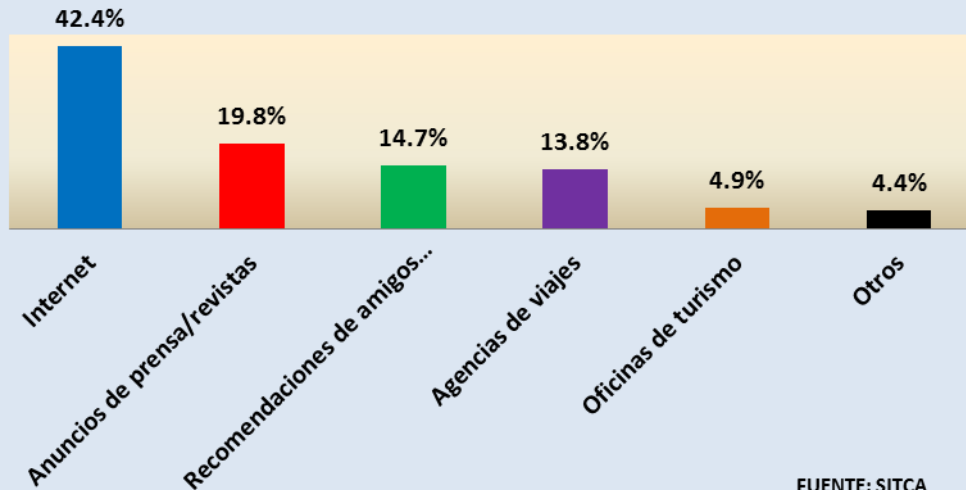
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 13: TIPO DE ALOJAMIENTO



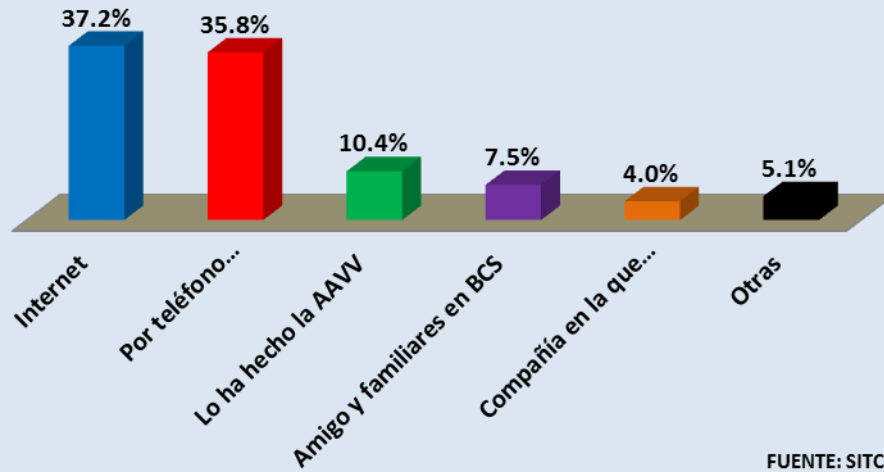
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 14: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO



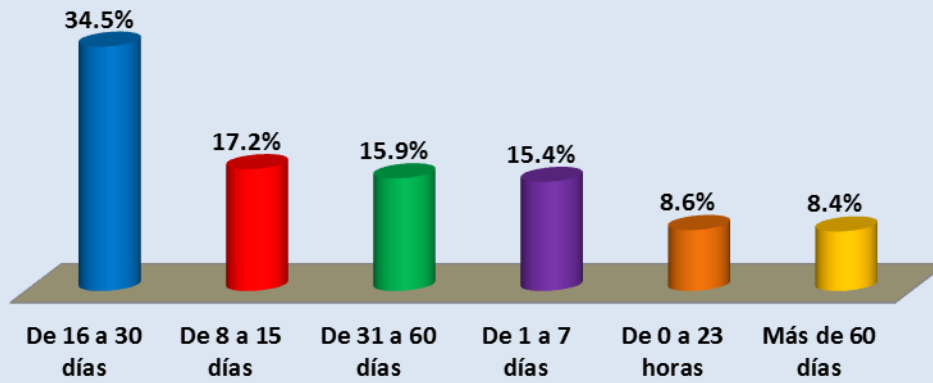
FUENTE: SITCA

**GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO**



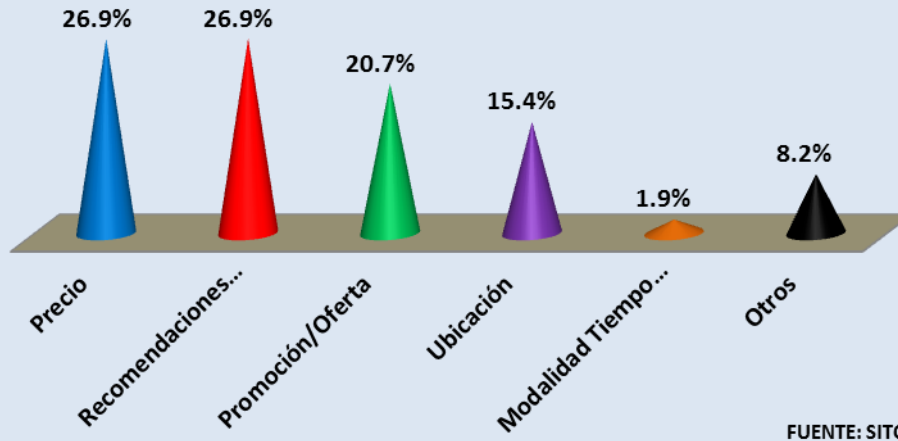
FUENTE: SITCA

**GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO**



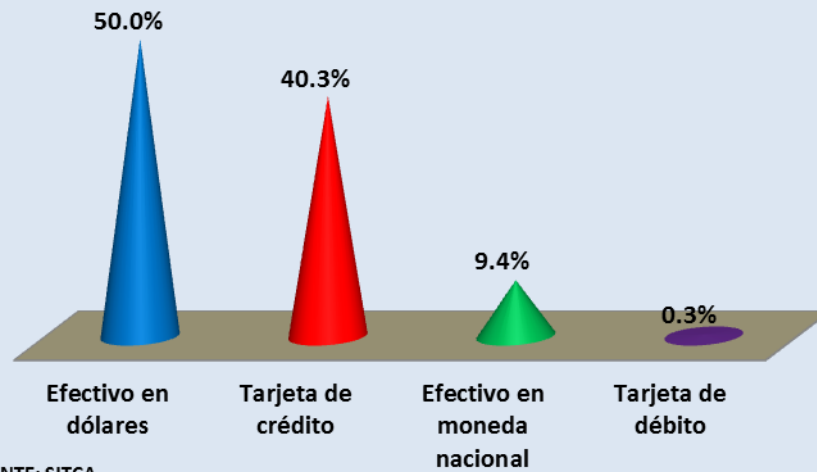
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

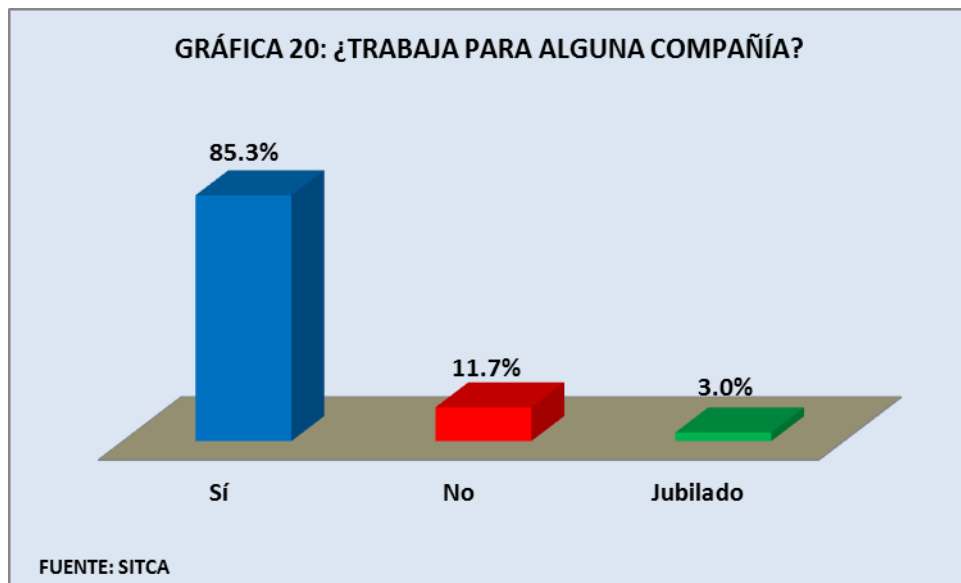
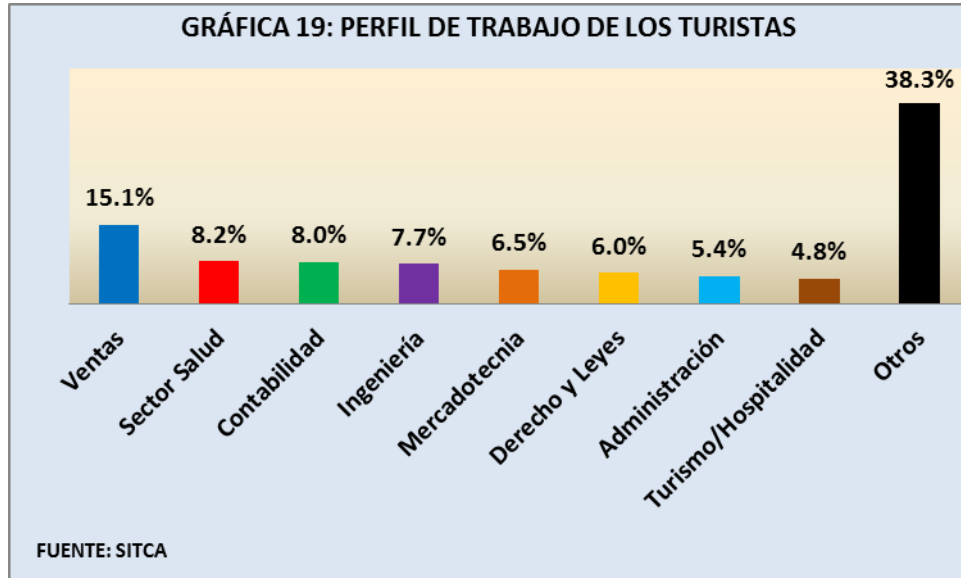


FUENTE: SITCA

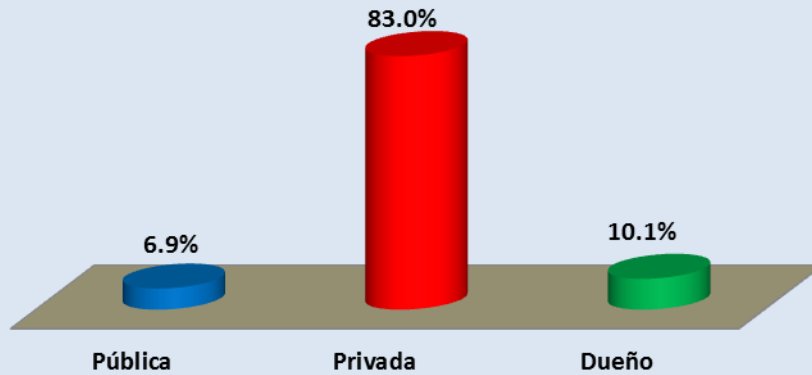
GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA



**GRÁFICA 21: TIPO DE COMPAÑÍA PARA LA QUE TRABAJA**



FUENTE: SITCA

**TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES**

Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1043.90
Gasto total por persona y día.	208.78
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	59.40
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	49.22
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	36.13
Gasto por persona y día en transporte.	36.22
Gasto por persona y día en compras varias.	27.81

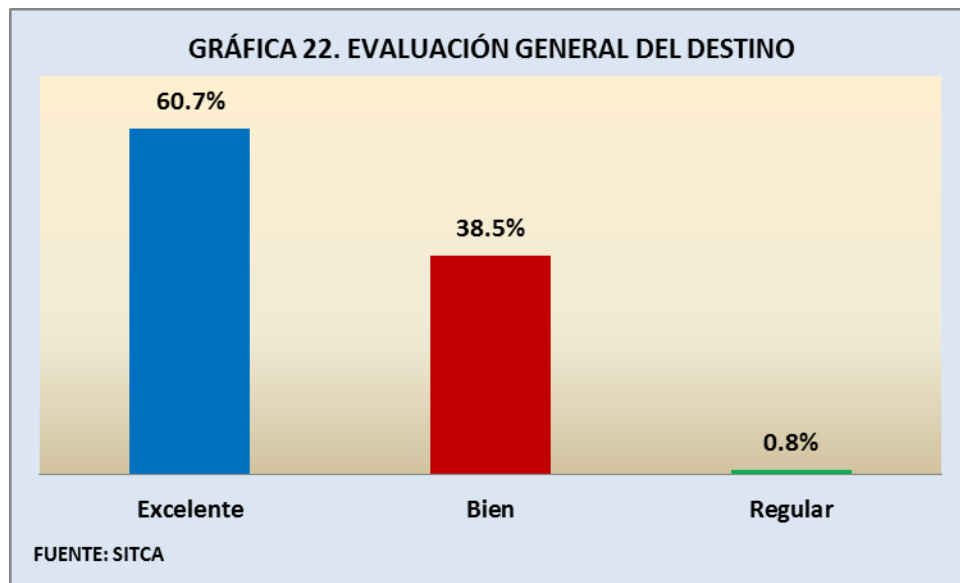
FUENTE: SITCA



<b>TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)</b>				
<b>Aspectos evaluados</b>	<b>%Excelente</b>	<b>%Bien</b>	<b>%Regular</b>	<b>%Mal</b>
<b>Situación y entorno.</b>	<b>64.6</b>	32.1	3.3	0
<b>Confort de sus instalaciones.</b>	<b>64.3</b>	33.3	2.4	0
<b>Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.</b>	<b>58.8</b>	37.8	3.4	0
<b>Servicio y atención del personal.</b>	<b>53.4</b>	41.5	5.1	0
<b>Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).</b>	<b>53.0</b>	37.4	9.6	0
<b>Servicios de comida del establecimiento.</b>	<b>53.1</b>	34.5	12.4	0
<b>Limpieza e higiene del establecimiento.</b>	<b>53.6</b>	32.7	12.8	0.9
<b>FUENTE: SITCA</b>				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	41.7	58.3	0	0
Instalaciones del muelle turístico	41.7	58.3	0	0
Transporte local	25.0	66.7	8.3	0
Tours/Paseos	41.7	58.3	0	0
Seguridad del destino	41.7	58.3	0	0
Limpieza del destino	50.0	50.0	0	0
Trato de la gente	75.0	25.0	0	0
Restaurantes	50.0	50.0	0	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	58.1	37.2	4.5	0.2
Aeropuerto SJD.	45.8	49.2	4.5	0
Restaurantes.	53.3	44.9	1.8	0
Discos y bares.	46.4	40.0	8.8	4.8
Playas.	65.8	33.3	0.9	0
Oficinas de Información Turística	50.0	37.5	12.5	0
Carreteras, señalizaciones	20.0	40.0	40.0	0
Trato de la gente	37.5	50.0	12.5	0
Conservación del medio ambiente	33.3	33.3	33.4	0
Transporte local	42.8	14.3	28.6	0
Tours/Paseos	50.0	25.0	25.0	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>**