

# **BOLETÍN No.3 SITCA**

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

**Tercer Trimestre 2016**

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al tercer trimestre del 2016, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **583 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 **68.3%**, los **canadienses** representan el **11.0%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **8.0%**, y el **turista nacional** representa el **12.7%** (Gráfica 1, pág. 4).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **18-30 años** con el **42.9%**, las edades comprendidas entre **31-40 años** representa el **30.2%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **20.3%**, el grupo de edades comprendido entre **51-60 años** representa el **5.0%**, y los de **más de 60 años** el **1.6%**. La **edad promedio** de nuestros visitantes es de **27 años**. (Gráfica 2, pág.4).

El **65.7%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **34.3%** (Gráfica 3, pág.5).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **99.2%**, **el sunset cruise** con el **97.3%**, **el paseo por la ciudad** con el **96.8%**, **el buceo & snorkeling** el **95.3%**, **wave runner** el **91.8%**, **nado con delfines** el **88.5%**: por último, el **surf** tiene una demanda del **82.0%** (Tabla 1, pág.5).

El **76.6%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **22.7%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **0.7%** dijo que **vivía en Baja California Sur** (BCS) (Gráfica 4, pág.5).

Del **22.7%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **53.6%** lo había **visitado de 3 a 5 veces**, el **37.4%** de **1 a 2 veces**, y **más de 5 veces** el **9.0%** (Gráfica 5, pág. 6).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **57.6%**, seguida de las de **1-3 días** con el **24.7%**, de **8-15 días** con el **12.0%**, las estancias de **0 a 23 horas** con el **4.2%**, las estancias de **16-30 días** representan el **1.5%**. La **estancia media** se sitúa en los **5 días** (Gráfica 6, pág.6).

El motivo principal para visitar CSL es por **vacaciones/ocio** con el **81.3%**, por **trabajo/negocios** representa el **13.7%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **3.5%**, los **congresos y ferias** representan el **0.6%**, **otras** representa el **0.9%** (Gráfica 7, pág.7).

La principal razón para visitar CSL, es por las **recomendaciones de amigos y familiares** con el **26.4%**, el **interés por conocer nuevos lugares** el **24.8%**, por la **riqueza de su entorno** el **14.5%**, por la **experiencia de otras visitas** el **12.3%**, **tranquilo y seguro** con el **6.4%**, por la **calidez de sus gentes** el **3.1%**, **otras razones** representan el **12.5%** (Gráfica 8, pág.7)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **83.8%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **13.4%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **1.6%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **0.9%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **0.3%** (Gráfica 9, pág.8).

El **33.3%** de los turistas realizó el viaje **en pareja, con familia** representan el **28.6%**, **solo** el **18.3%**, **con amigos** el **13.3%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **5.9%**; por último, **en grupo organizado** representan **el 0.6%** (Gráfica 10, pág.8).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **95.5%**, los que llegan en **crucero** representan el **1.5%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **1.5%**, **en automóvil de alquiler** el **0.5%**, **y otros** el **1.0%** (Gráfica 11, pág.9).

El **45.6%** de los turistas utilizan el **taxi** para desplazarse, en **automóvil de alquiler** el **26.6%**, **en camión colectivo local se desplazan** el **7.9%**, en **coche de amigos** **7.2%**, **y otros** representa el **12.7%** (Gráfica 12, pág.9).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **89.8%**, en orden de importancia le sigue los que están en su **segunda residencia** **2.2%**, en **cruceros** **1.5%**, alojados en **hotel tiempo compartido** **1.0%**; **otros tipos de alojamiento** representan **el 5.5%** (Gráfica 13, pág.10).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **47.0%**, las **agencias de viaje** el **24.7%**, **anuncios de prensa/revistas** **12.4%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **13.8%**, **las oficinas de turismo** **1.5%**; por último, **otros** medios de información representan el **10.6%** (Gráfica 14, pág.10).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **44.5%**. **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **31.6%**, a través de una **AAVV** representa el **6.3%**, **compañía en la que trabajo** **5.3%**, **amigos y familiares en BCS** **4.9%**, **y otras formas** representan el **7.4%** (Gráfica 15, pág.11).

El **29.0%** prefiere hacer la reservación con una antelación de **1 a 7 días**, de **16 a 30 días** **21.8%**, **los que hacen su reservación de 0 a 23 horas** representan **el 19.1%**, **de 8 a 15 días** **14.7%**, **de 31 a 60 días** **11.4%**; por último, **más de 60 días lo prefiere** el **4.0%** de los turistas (Gráfica 16, pág.11).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **34.2%**, la **promoción/oferta** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **21.1%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **18.8%**, le sigue en orden de importancia la **ubicación** con el **15.9%**, la **modalidad tiempo compartido** **1.1%**, **otros motivos** representan el **8.9%** (Gráfica 17, pág.12).

El tipo de pago más frecuente usado por los turistas en Cabo San Lucas es el **efectivo en dólares** que representa el **43.3%**, la **tarjeta de crédito** con el **41.3%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **7.7%** de los turistas, **las tarjetas de débito** son usadas para sus pagos por el **7.7%** de los turistas (Gráfica 18, pág.12).

El perfil de trabajo que ejercen nuestros visitantes es variada, tal y como se aprecia en los siguientes resultados como los más representativos: **ventas 9.7%, contabilidad 9.7%, administrativo 9.5%, sector salud 8.0%, construcción 6.2%, educación 6.2%, ingeniería 6.2%, creatividad, producción y diseño comercial 5.6%, otros 38.9%** (Gráfica 19, pág.13).

El **70.6%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **27.8%** **no trabaja para alguna compañía**, y el **1.6%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.13)

Del **70.3%** que trabajan para alguna compañía, el **14.0%** lo hacen para **compañías públicas**, el **76.4%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **9.6%** son **dueños de alguna compañía**. (Gráfica 21, pág.14)

Para **estancias medias de 5 días**, el **gasto total** por persona en el viaje es de **\$1029.60 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$205.92 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$57.42 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$46.35 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$38.25 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$37.40 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$26.50 USD** (Tabla 2, pág.14).

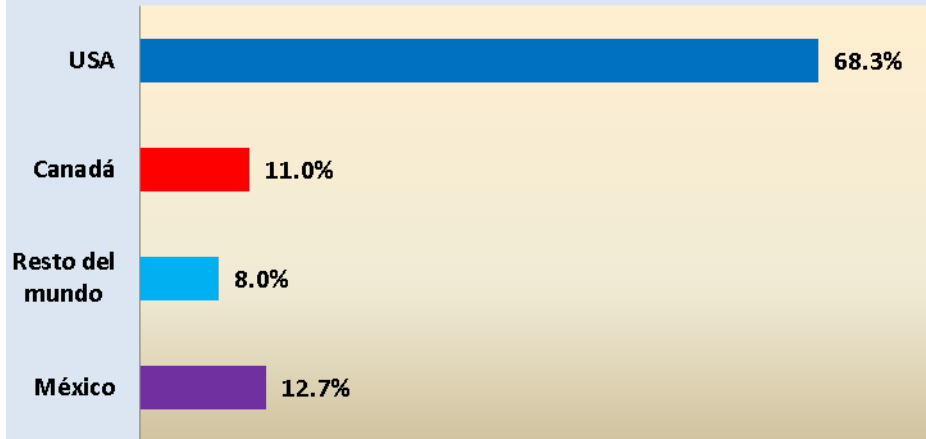
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **67.6%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **65.7%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **66.0%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **63.9%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ...) se evalúan de **excelente** con el **62.7%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **63.2%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **63.8%** (Tabla 3, pág.15).

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 **85.6%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **59.2%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **63.1%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **62.9%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **72.9%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **bien** por el **47.6%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **excelente** por el **75.0%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **90.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **44.4%**, el **transporte local** se evalúa de **excelente** por el **85.7%**; por último, los tours son evaluados de **bien** por el **44.4%** de los turistas (Tabla 4, pág.16).

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **62.3%** de los turistas, mientras que el **37.0%** lo evalúa de **bien** y el **0.7%** de **regular** (Gráfica 22, pág.16)

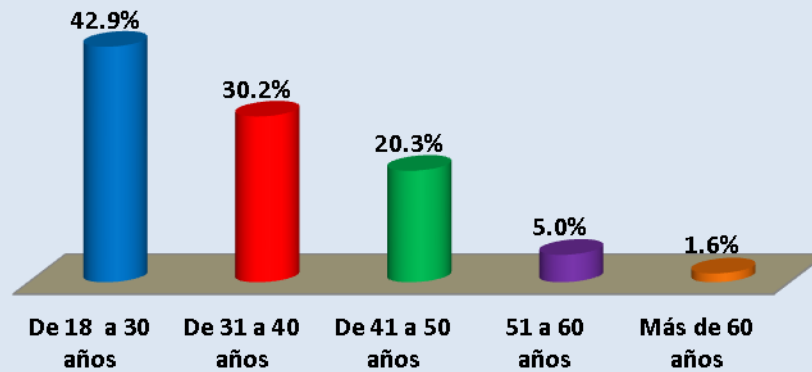
## TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL

### GRÁFICA 1: PROCEDENCIA



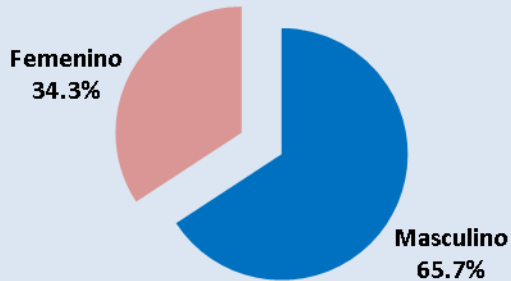
FUENTE: SITCA

### GRÁFICA 2: GRUPO DE EDADES



FUENTE: SITCA

**GRÁFICA 3: GÉNERO**



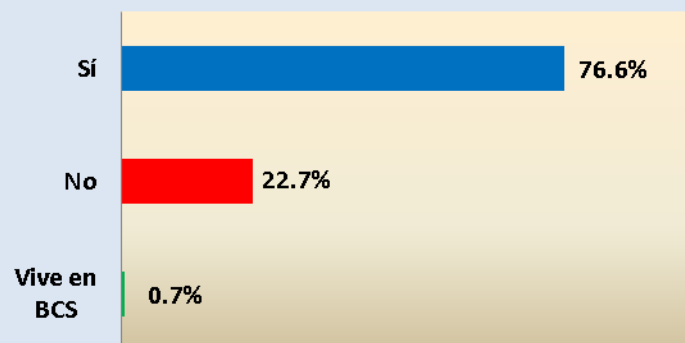
FUENTE: SITCA

**TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS**

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	99.2
Sunset Cruise	97.3
Paseo por la ciudad	96.8
Buceo & Snorkeling	95.3
Wave Runner	91.8
Nado con delfines	88.5
Surf	82.0

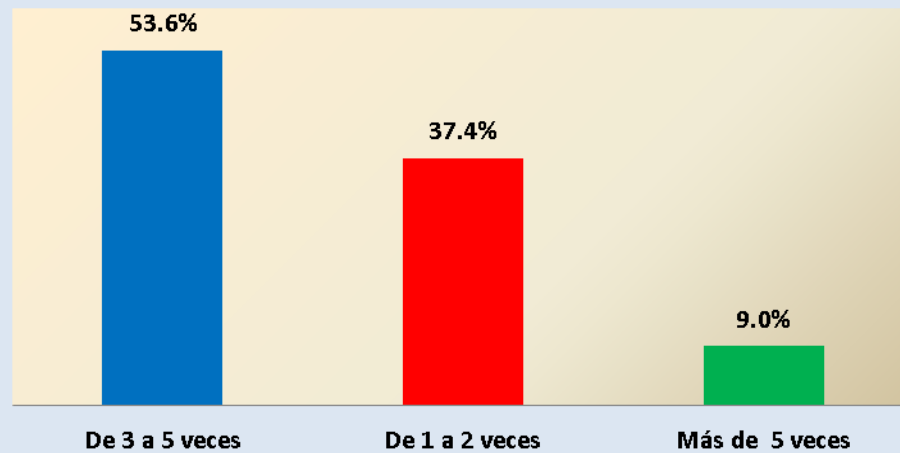
FUENTE: SITCA

**GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL**



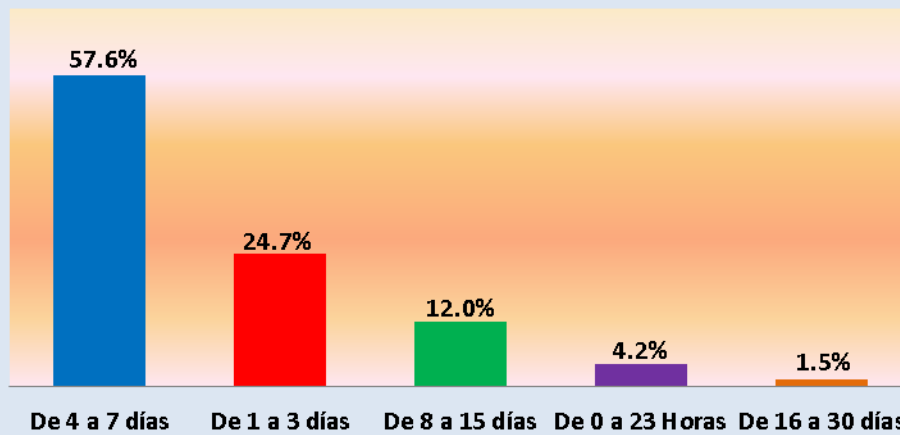
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS



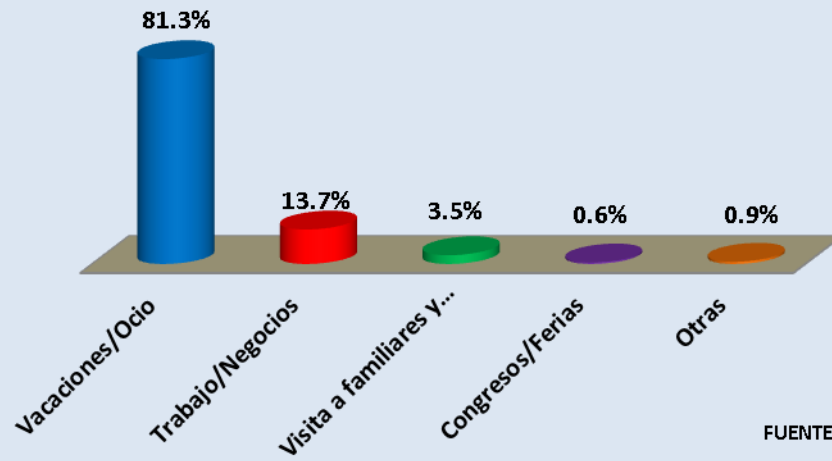
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



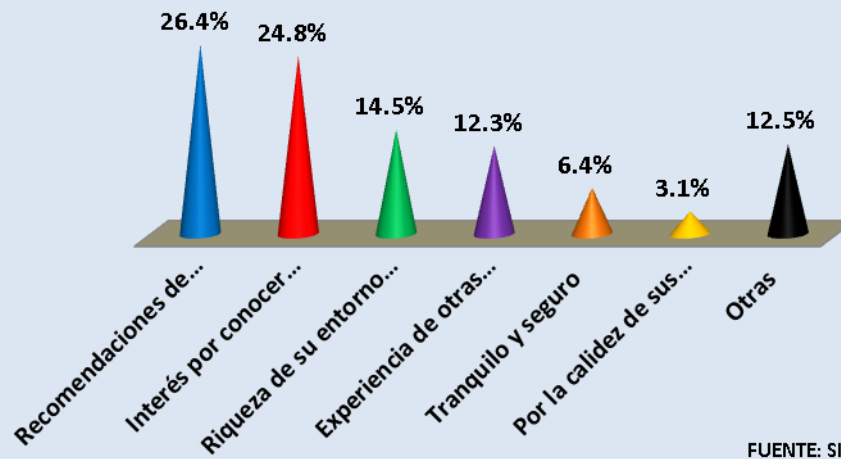
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 7: MOTIVACIONES DEL VIAJE



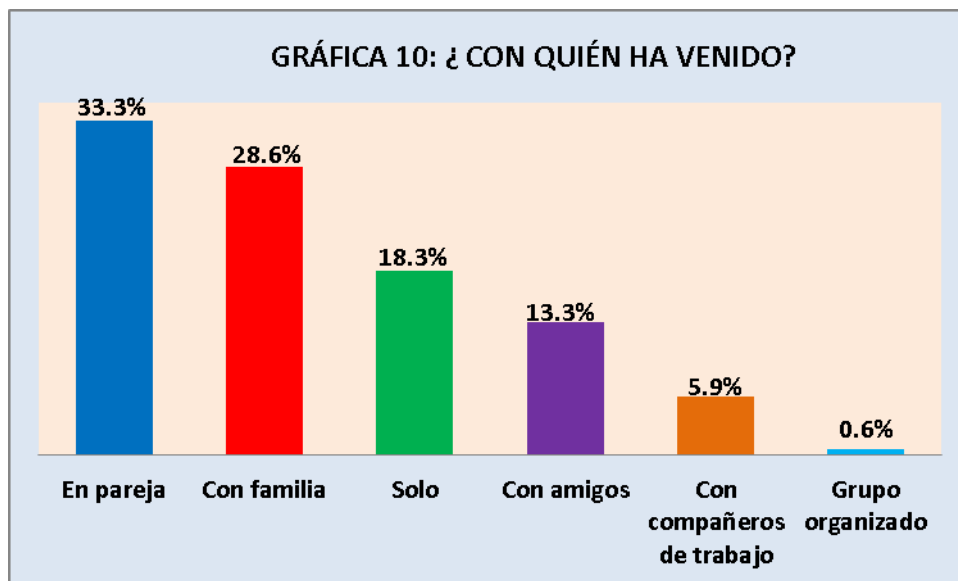
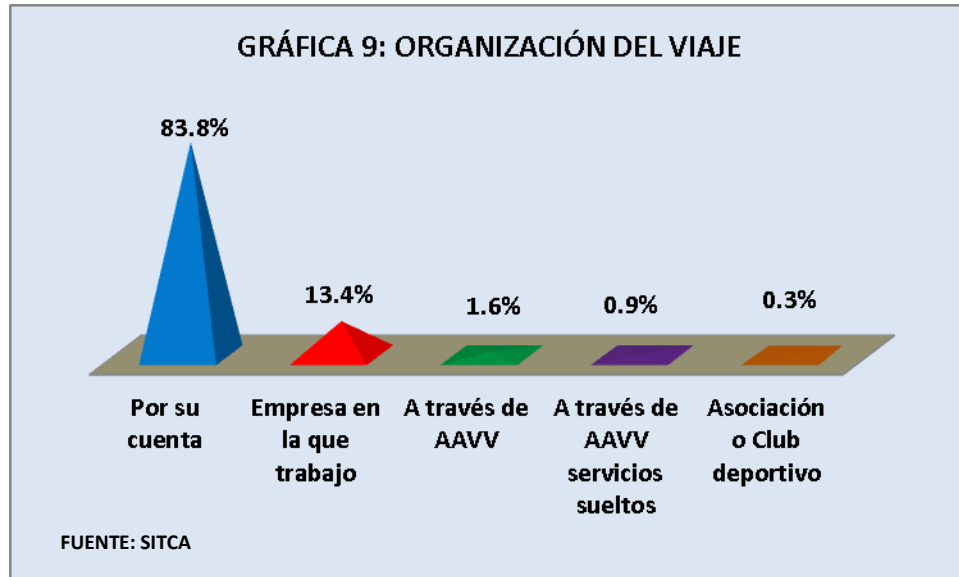
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 8: RAZONES PARA LA SELECCIÓN DEL DESTINO

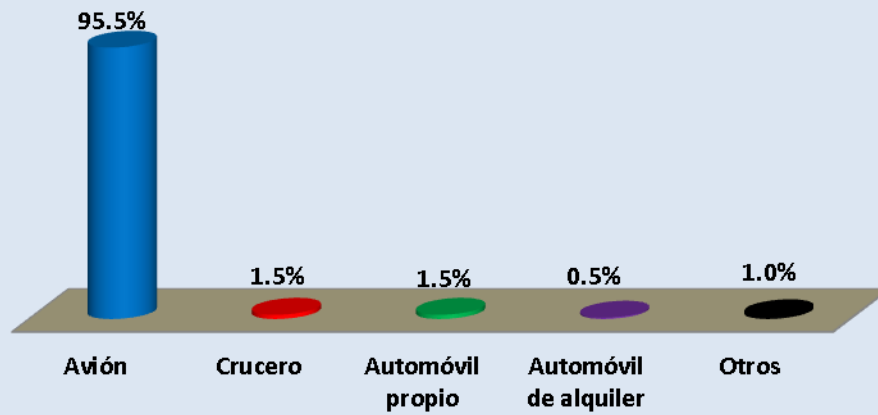


FUENTE: SITCA



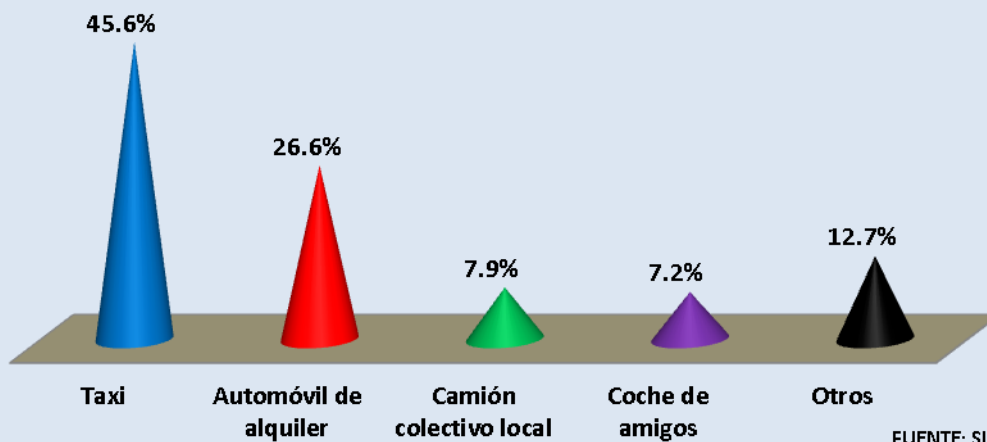


GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL



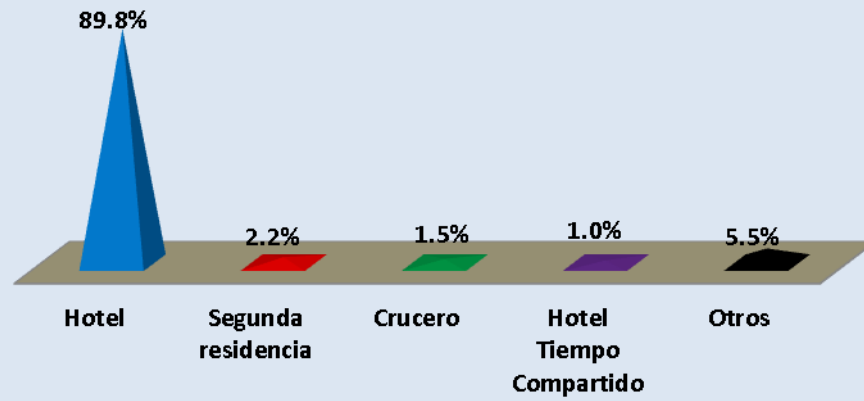
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



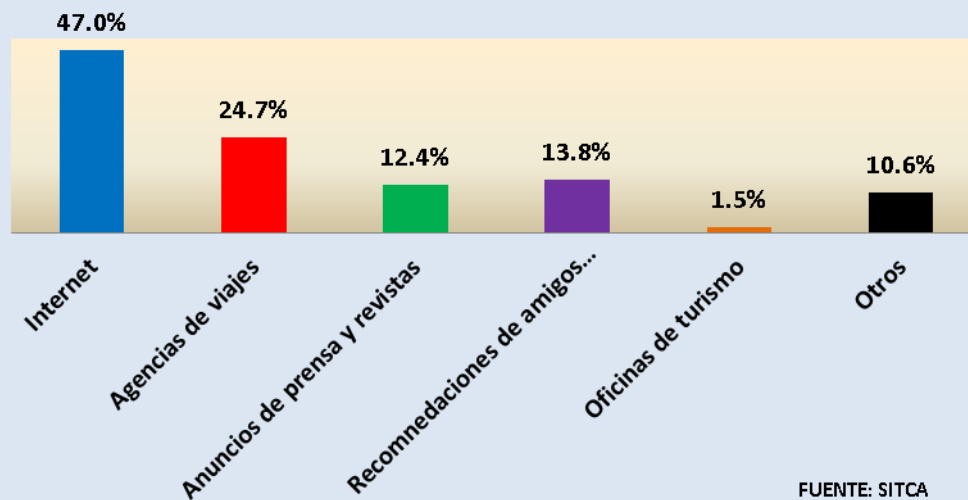
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 13: TIPO DE ALOJAMIENTO



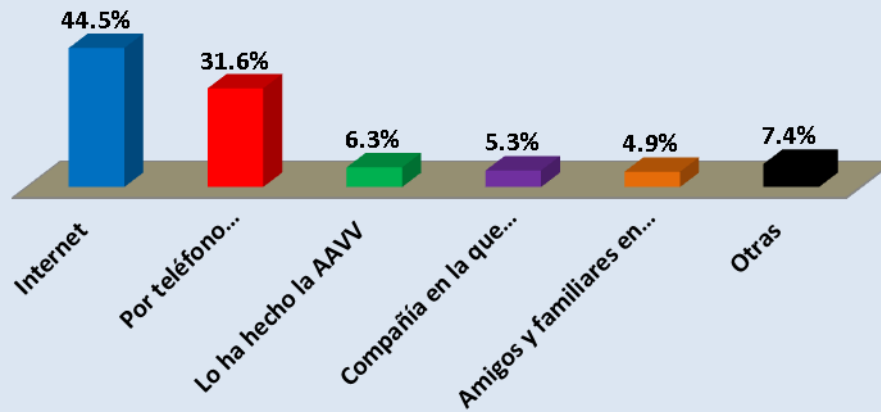
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 14: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO



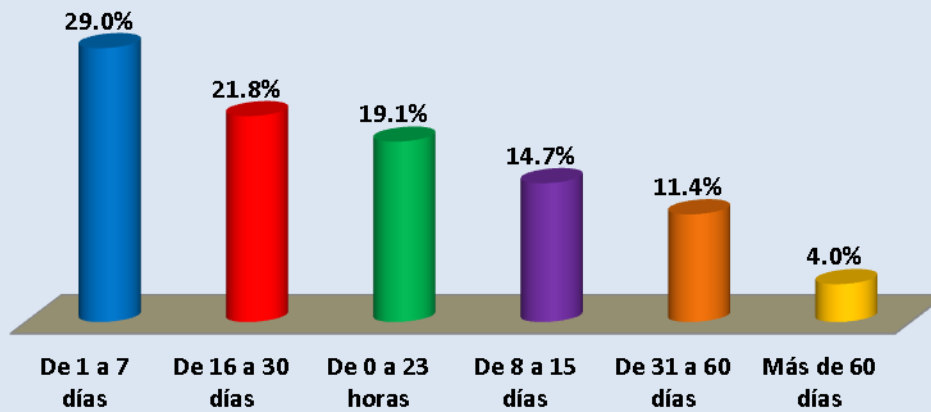
FUENTE: SITCA

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



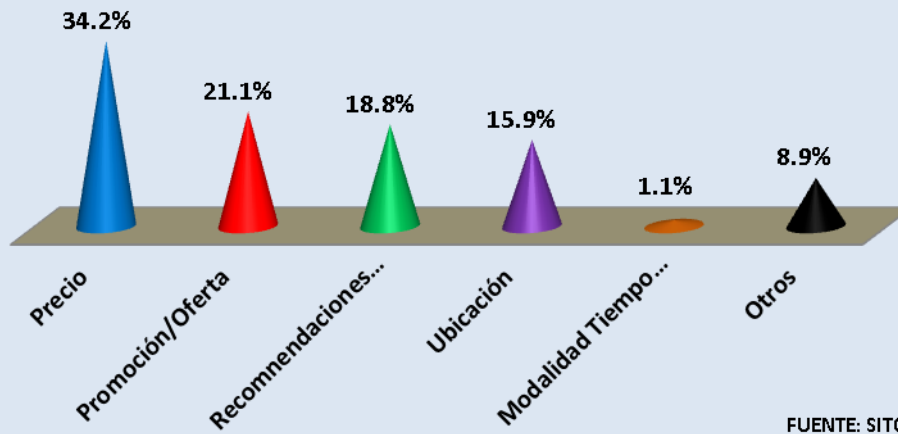
FUENTE: SITCA

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



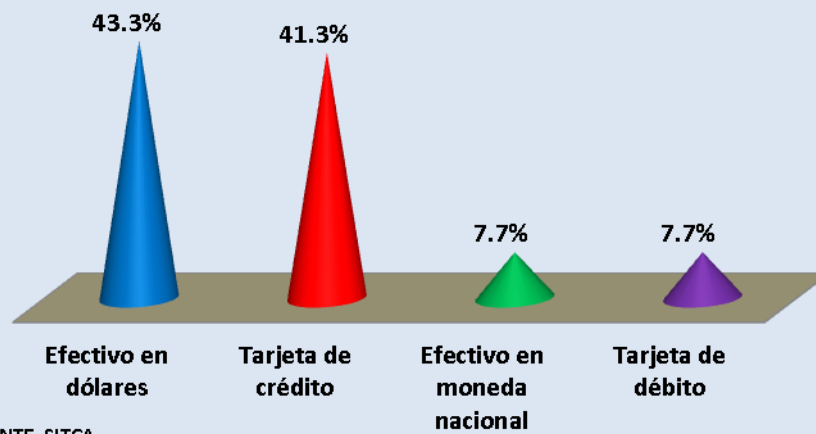
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

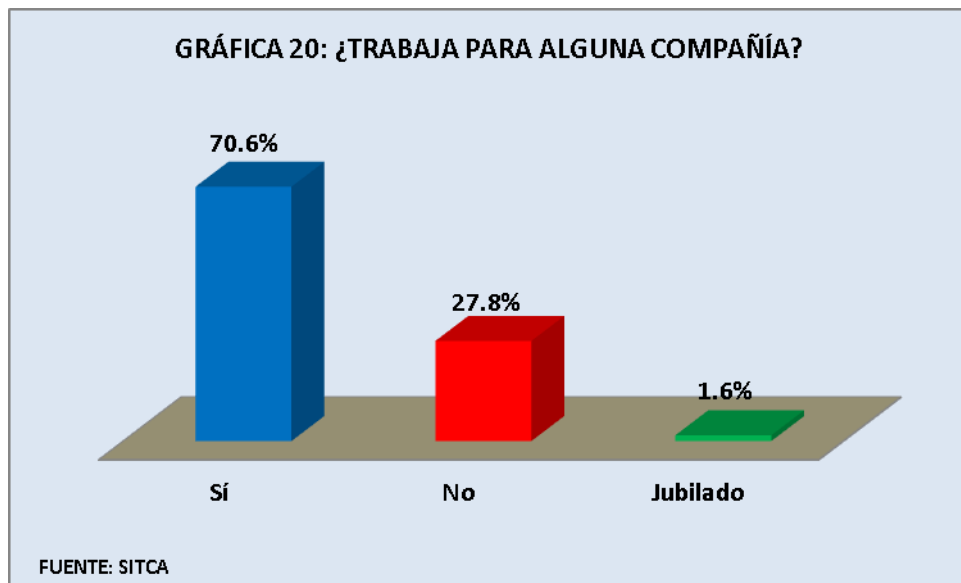
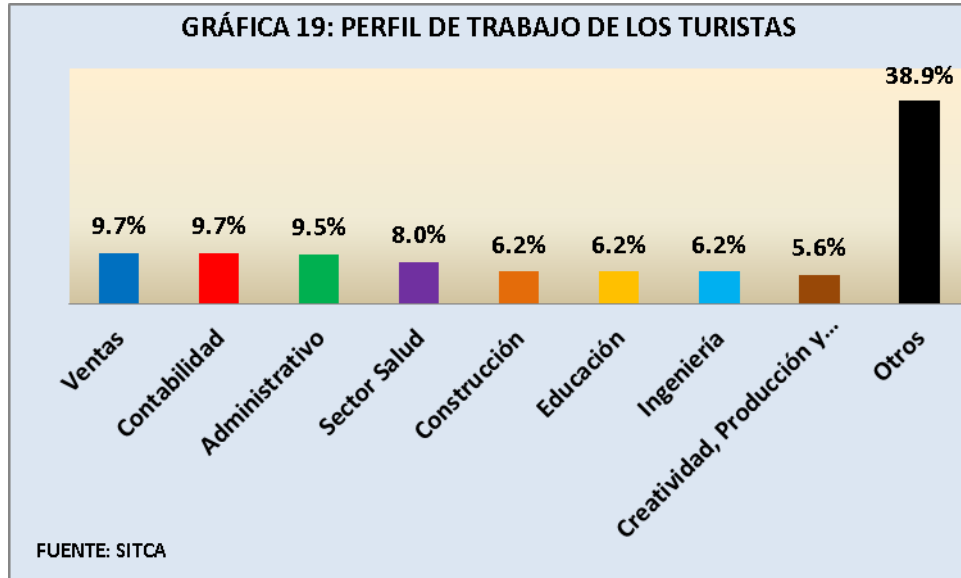


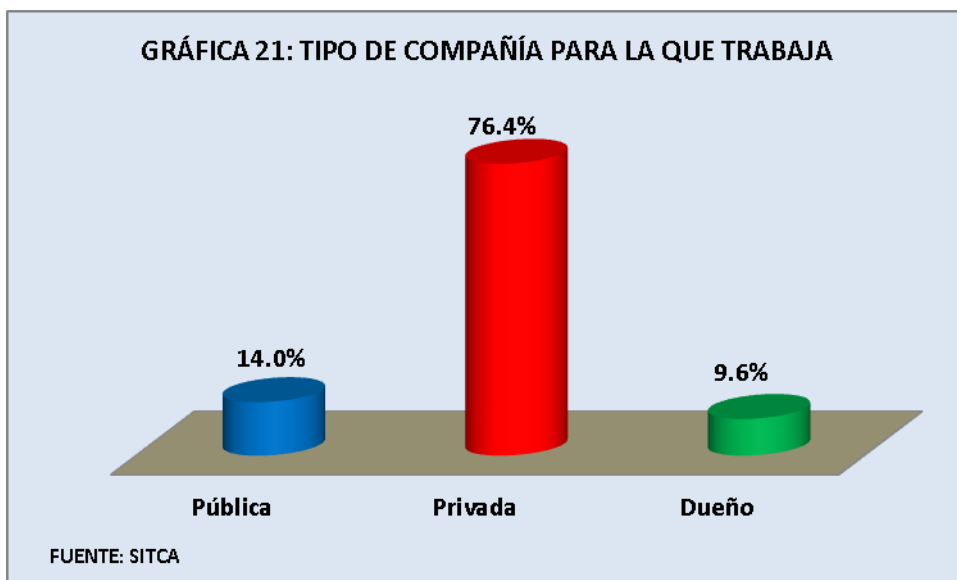
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA





**TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES**

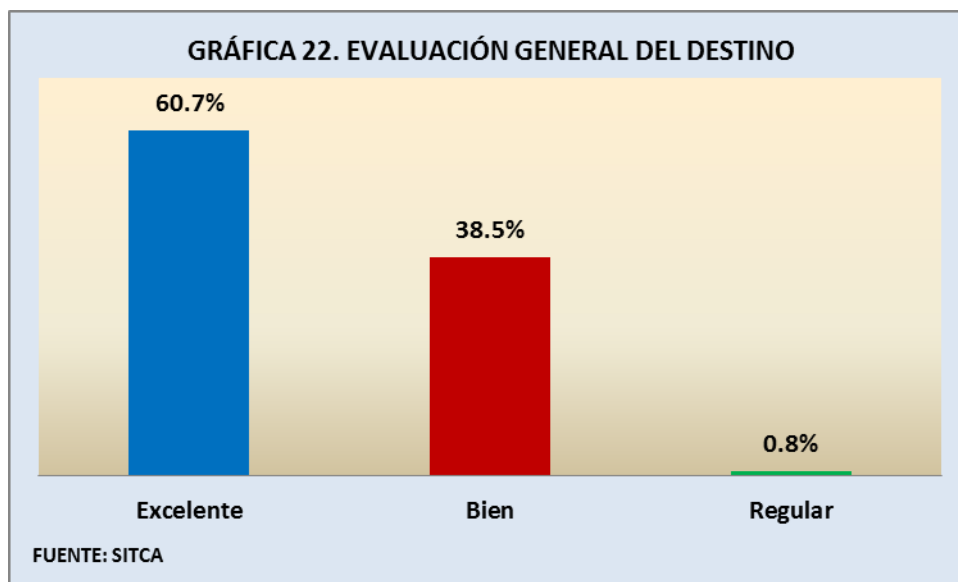
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1029.60
Gasto total por persona y día.	205.92
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	57.42
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	46.35
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	38.25
Gasto por persona y día en transporte.	37.40
Gasto por persona y día en compras varias.	26.50

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>67.6</b>	<b>28.9</b>	<b>3.5</b>	<b>0</b>
<b>Confort de sus instalaciones.</b>	<b>65.7</b>	<b>30.9</b>	<b>3.4</b>	<b>0</b>
<b>Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.</b>	<b>66.0</b>	<b>30.7</b>	<b>3.3</b>	<b>0</b>
<b>Servicio y atención del personal.</b>	<b>63.9</b>	<b>32.3</b>	<b>3.8</b>	<b>0</b>
<b>Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).</b>	<b>62.7</b>	<b>31.8</b>	<b>5.5</b>	<b>0</b>
<b>Servicios de comida del establecimiento.</b>	<b>63.2</b>	<b>31.5</b>	<b>5.3</b>	<b>0</b>
<b>Limpieza e higiene del establecimiento.</b>	<b>63.8</b>	<b>30.1</b>	<b>6.1</b>	<b>0.9</b>
<b>FUENTE: SITCA</b>				



TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	85.6	12.2	2.2	0
Aeropuerto SJD.	59.2	38.5	2.3	0
Restaurantes.	63.1	35.9	1.0	0
Discos y bares.	62.9	30.6	4.5	2.0
Playas.	72.9	26.2	0.9	0
Oficinas de Información Turística	47.6	4.8	47.6	0
Carreteras, señalizaciones	75.0	25.0	0	0
Trato de la gente	90.0	10.0	0	0
Conservación del medio ambiente	44.4	55.6	0	0
Transporte local	85.7	14.3	0	0
Tours/Paseos	44.4	55.6	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>**