

BOLETÍN No.4 SITCA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CABO SAN LUCAS BAJA CALIFORNIA SUR

Cuarto Trimestre 2016

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al cuarto trimestres del 2016, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe de resultados, se procesaron **731 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 **64.2%**, los **canadienses** representan el **7.2.0%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **7.8%**, y el **turista nacional** representa el **20.8%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **18-30 años** con el **72.0%**, las edades comprendidas entre **31-40 años** representa el **11.7%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **10.5%**, el grupo de edades comprendido entre **51-60 años** representa el **2.9%**, y los de **más de 60 años** el **2.9%**. La **edad promedio** de nuestros visitantes es de **25 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **64.1%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **35.9%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **99.7%**, **el sunset cruise** con el **99.0%**, el **paseo por la ciudad** con el **99.3%**, **el buceo & snorkeling** el **97.8%**, **wave runner** el **98.0%**, **nado con delfines** el **97.6%**: por último, el **surf** tiene una demanda del **88.9%** (Tabla 1, pág.6).

El **74.0%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **24.9%** 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 **24.9%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **47.1%** lo había **visitado de 1 a 2 veces**, el **40.1%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces** el **12.8%** (Gráfica 5, pág.76).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **48.2%**, seguida de las de **8-15 días** con el **17.5%**, de **1-3 días** con el **16.7%**, las estancias de **0 a 23 horas** con el **13.7%**, las estancias de **16-30 días** representan el **3.9%**. 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 **84.1%**, por **trabajo/negocios** representa el **7.4%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **2.5%**, **los congresos y ferias** representan el **0.1%**, **otros motivos** representan el **5.2%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es por el **interés por conocer nuevos lugares** con el **19.9%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** **19.0%**, por ser un lugar **tranquilo y seguro** **16.4%**, **por la experiencia de visitas anteriores** **9.7%**, por la **riqueza de su entorno natural** **8.9%**, por la

proximidad geográfica 5.5.%, **otras razones** representan el **20.6%** (Gráfica 8, pág.8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **69.4%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **11.4%**; **a través de una agencia de viajes** representan el **9.0%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **8.7%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **1.5%** (Gráfica 9, pág.9).

El **40.8%** de los turistas realizó el viaje **en pareja, con familia** representan el **33.8%**, **solo** el **12.4%**, **con amigos** el **10.5%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **1.9%**; por último, **otros** representan **el 0.6%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **81.8%**, los que llegan en **crucero** representan el **13.9%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **2.3%**, **en automóvil de alquiler** el **0.7%**, **y otros** el **1.3%** (Gráfica 11, pág.10).

El **43.9%** de los turistas utilizan el **taxi** para desplazarse, en **automóvil de alquiler** el **34.1%**, **en camión colectivo local se desplazan** el **6.5%**, en **automóvil propio** **3.8%**, **y otros** representa el **11.7%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **71.6%**, en **cruceros** **13.8%**, alojados en **hotel tiempo compartido** **8.9%**, **en Condominio** **2.2%**; **otros tipos de alojamiento** representan **el 3.5%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **48.1%**, las **agencias de viaje** el **19.9%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **11.3%**, **anuncios de prensa/revistas** **8.9%**, **libros y guías** **8.9%**; por último, **otros** medios de información representan el **2.9%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **48.0%**. **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **24.1%**, a través de una **central de reservaciones** **9.4%**, **compañía en la que trabajo** **5.4%**, **directamente al llegar en persona** **4.5%**, **y otras formas** representan el **8.6%** (Gráfica 15, pág.12).

El **24.9%** prefiere hacer la reservación con una antelación de **más de 60 días**, de **1 a 7 días** **22.5%**, de **31 a 60 días** **16.8%**, **los que hacen su reservación de 0 a 23 horas** representan **el 15.3%**, **de 16 a 30 días** **12.0%**; por último, **de 8 a 15 días lo prefiere** el **8.5%** de los turistas (Gráfica 16, pág.12).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **32.2%**, la **promoción/oferta** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **18.9%**, la **ubicación con el 18.3%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** representan el **12.5%**, la **modalidad tiempo compartido** **9.8%**, **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 el **efectivo en dólares que** representa el **40.2%**, la **tarjeta de crédito** con el **39.8%**, el pago **efectivo en moneda nacional** es el usado por el **13.8%** de los turistas, **otras formas de pago** representan el **6.2%** (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 12.8%**, **administrativo 11.3%**, **sector salud 9.5%**, **educación 6.4%**, **construcción 5.5%**, **contabilidad 5.3%**, **ingeniería 5.3%**, **comunicaciones 4.9%**, **otros 39.0%** (Gráfica 19, pág.14).

El **63.6%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **32.6%** **no trabaja para alguna compañía**, y el **3.9%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **63.6%** que trabajan para alguna compañía, el **27.0%** lo hacen para **compañías públicas**, el **51.7%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **21.3%** 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 **\$1392.00 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$232.00 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$66.00 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$55.00 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$42.00 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$40.00 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$29.00 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 **73.6%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **75.3%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **71.6%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **75.1%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio,) se evalúan de **excelente** con el **74.6%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **76.2%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **78.2%** (Tabla 3, pág.16).

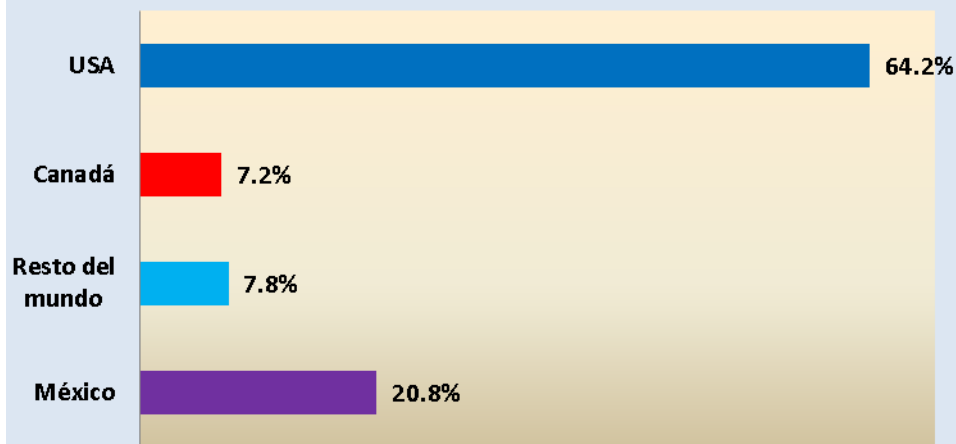
Las evaluaciones con los mejores resultados hechas por los **cruceristas** de diferentes aspectos/servicios en CSL son las siguientes: los **servicios de tenders** (lanchas que trasbordan a los cruceristas a tierra) son evaluados de **excelente** con el **65.2%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **excelente** con el **67.8%**, la **transportación local** la evalúan de **excelente** con el **51.1%**, los **tours y paseos** son evaluados de **excelente** con el **54.5%**. La **seguridad del destino**, los cruceristas la evalúan de **excelente** con el **58.7%**, la **limpieza del destino** la consideran de **excelente** con el **56.5%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **excelente** con el **65.2.0%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** con el **64.1%** (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 **70.1%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** con el **67.1%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **71.8%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **71.8%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **78.5%** de los turistas, las **oficinas de turismo** se evalúan de **excelente** por el **90.0%**, las **carreteras y señalizaciones**, se evalúan de **excelente** por el **91.7%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **97.3%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **excelente** por el **89.4%**, el **transporte local** se evalúa de **excelente** por el **88.9%**; por último, los tours son evaluados de **excelente** por el **97.3%** de los turistas (Tabla 5, pág.17).

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **66.6%** de los turistas, mientras que el **33.1%** lo evalúa de **bien** y solo el **0.3% de regular** (Gráfica 22, pág.18)

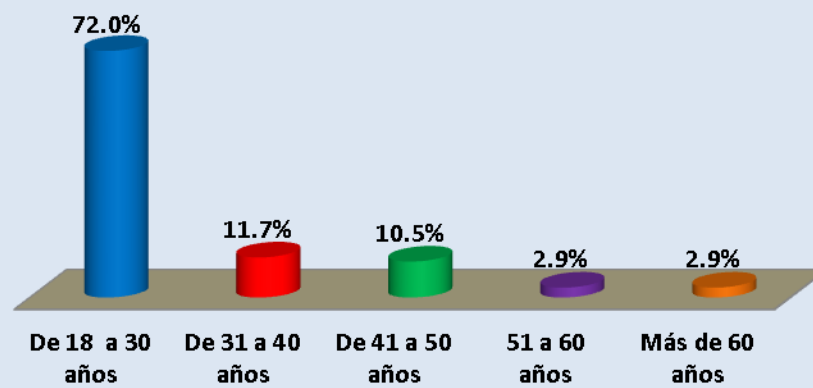
TABLAS Y GRÁFICAS ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA CSL

GRÁFICA 1: PROCEDENCIA



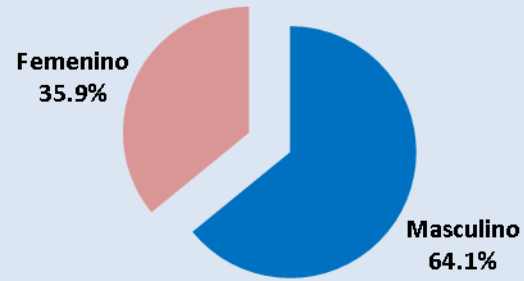
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 2: GRUPO DE EDADES



FUENTE: SITCA

GRÁFICA 3: GÉNERO

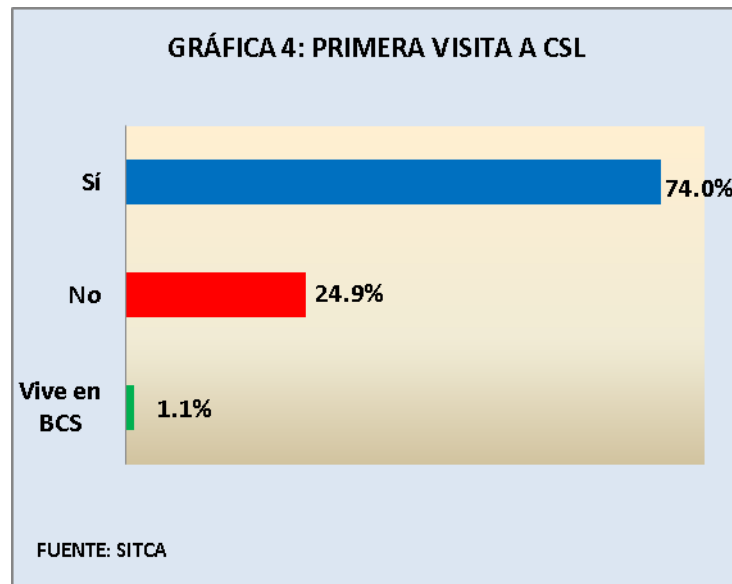


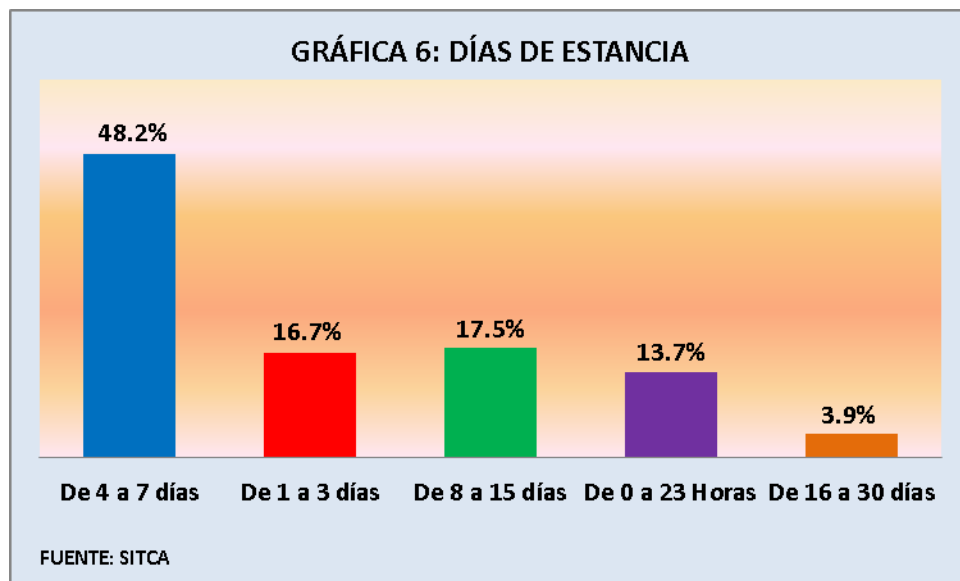
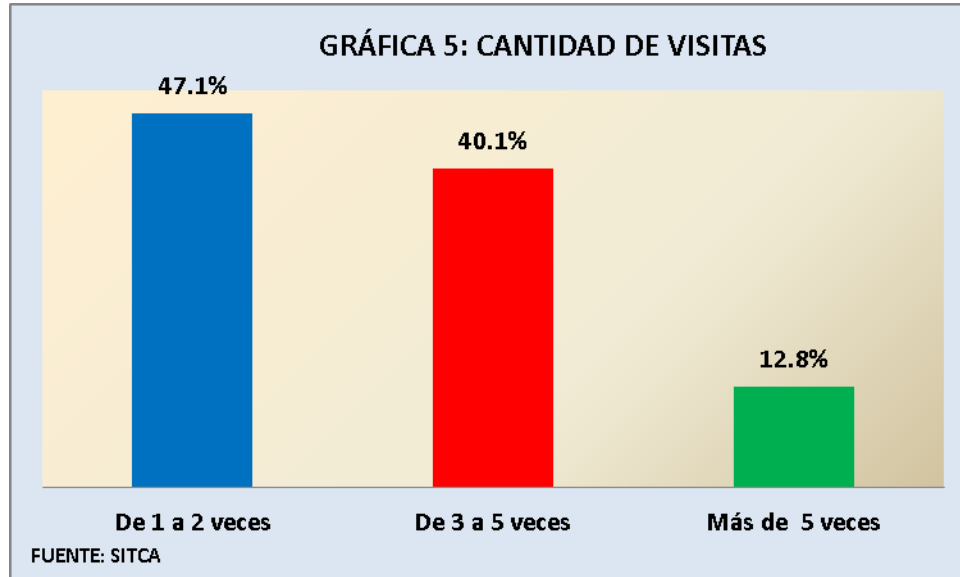
FUENTE: SITCA

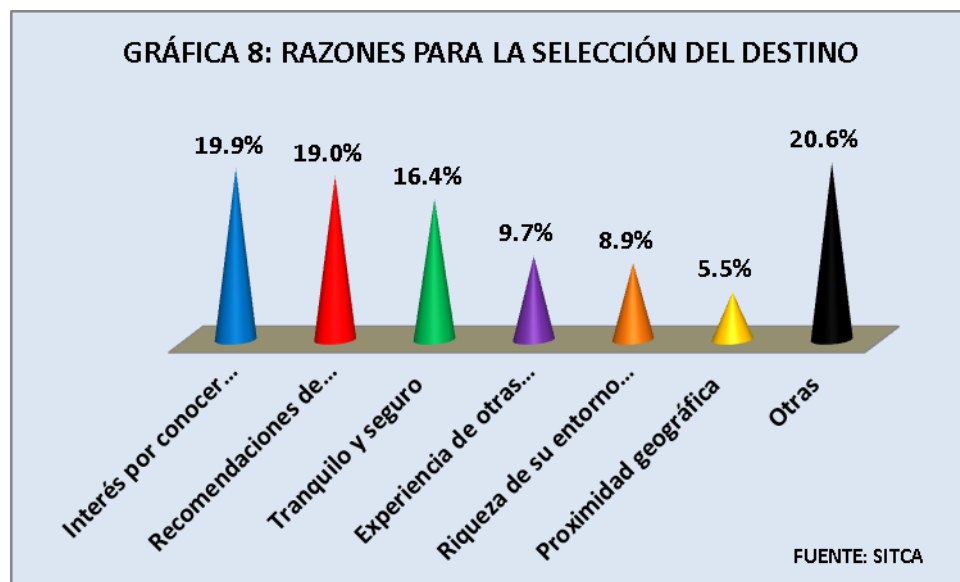
TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS

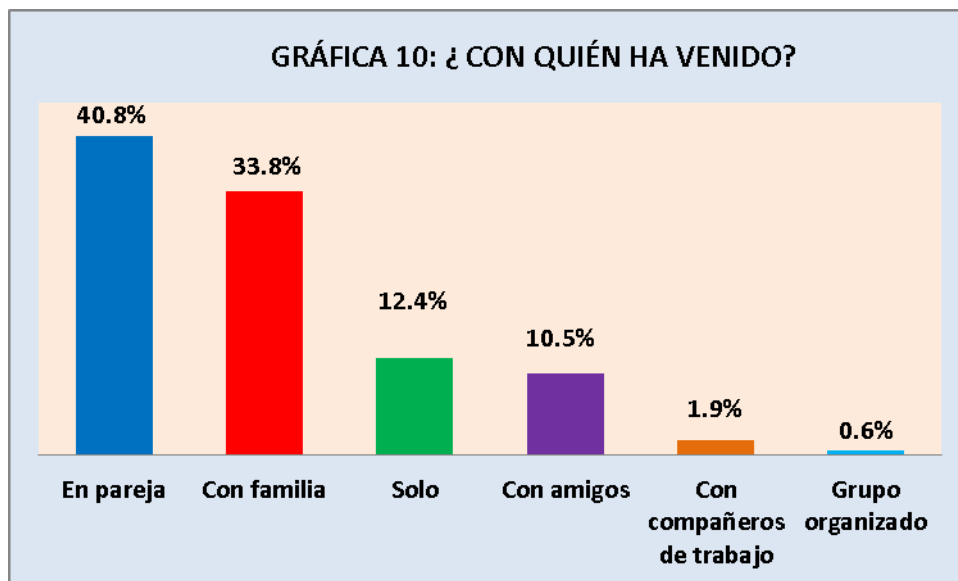
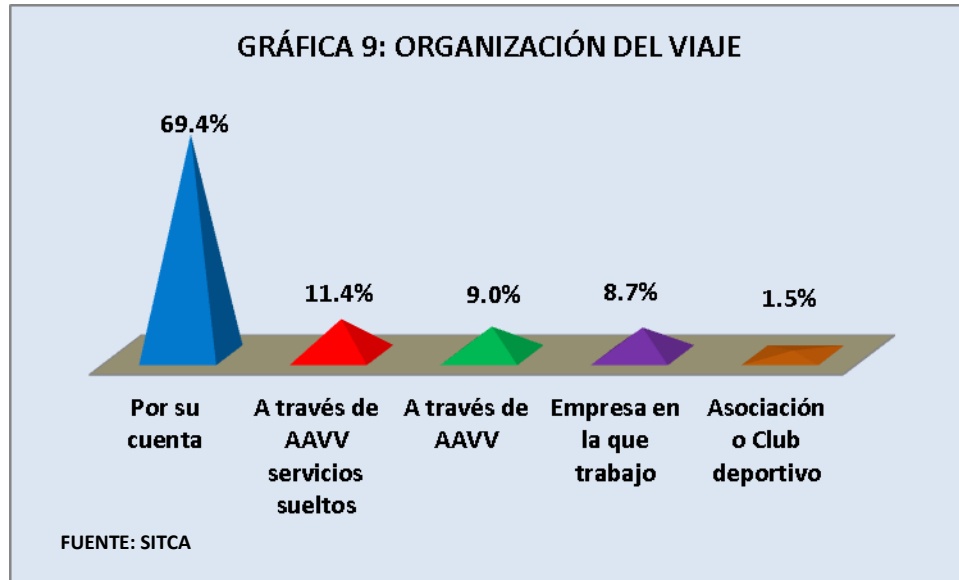
Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	99.7
Sunset Cruise	99.0
Paseo por la ciudad	99.3
Buceo & Snorkeling	97.8
Wave Runner	98.0
Nado con delfines	97.6
Surf	88.9

FUENTE: SITCA

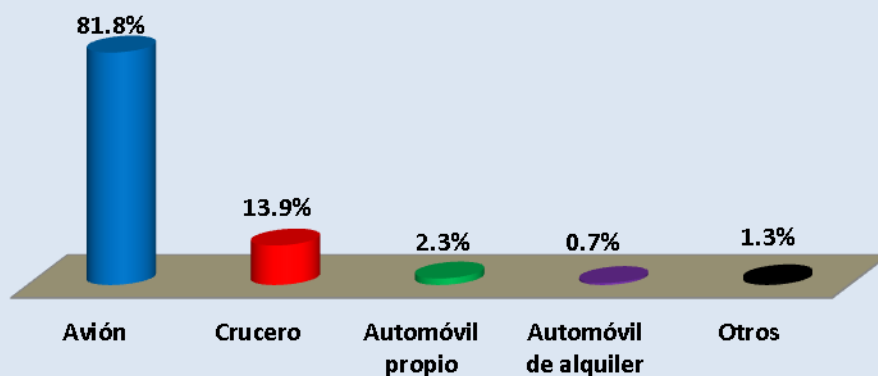






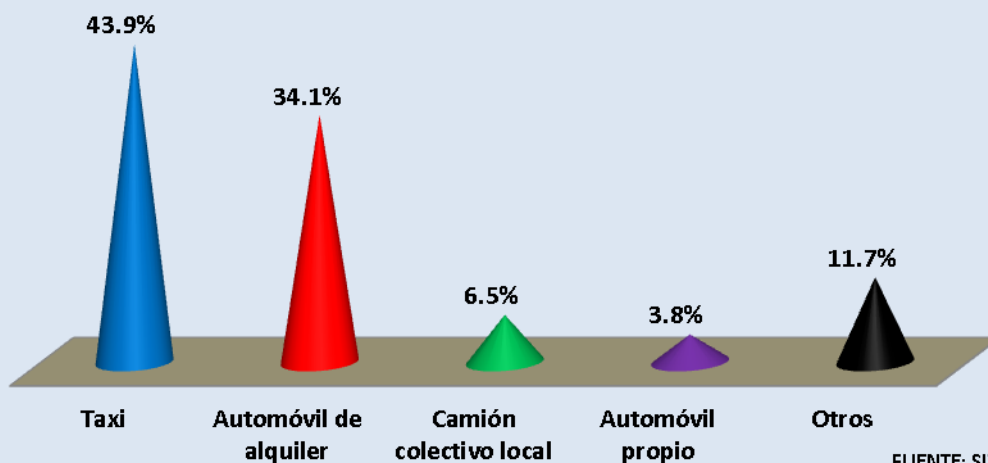


GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

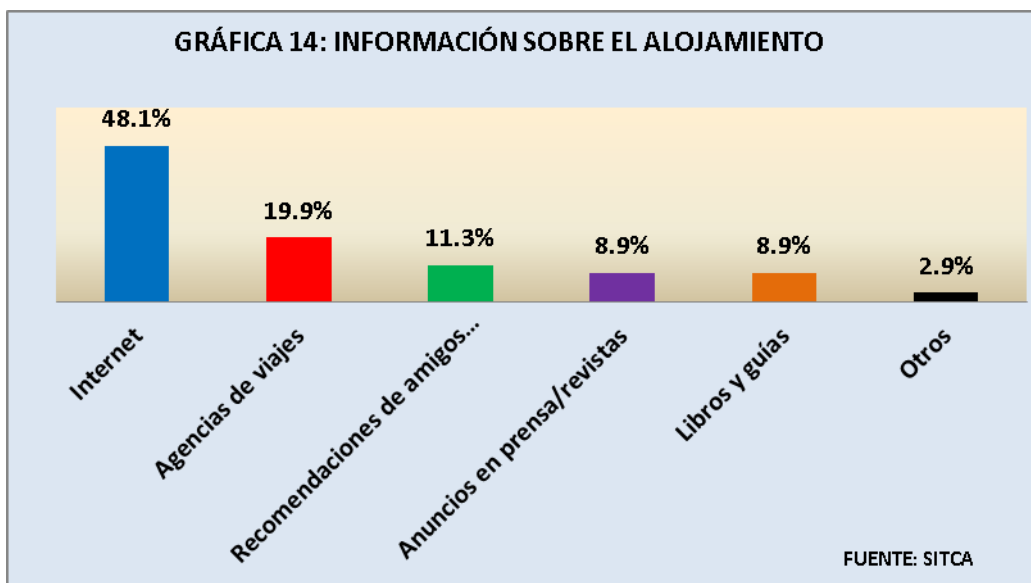
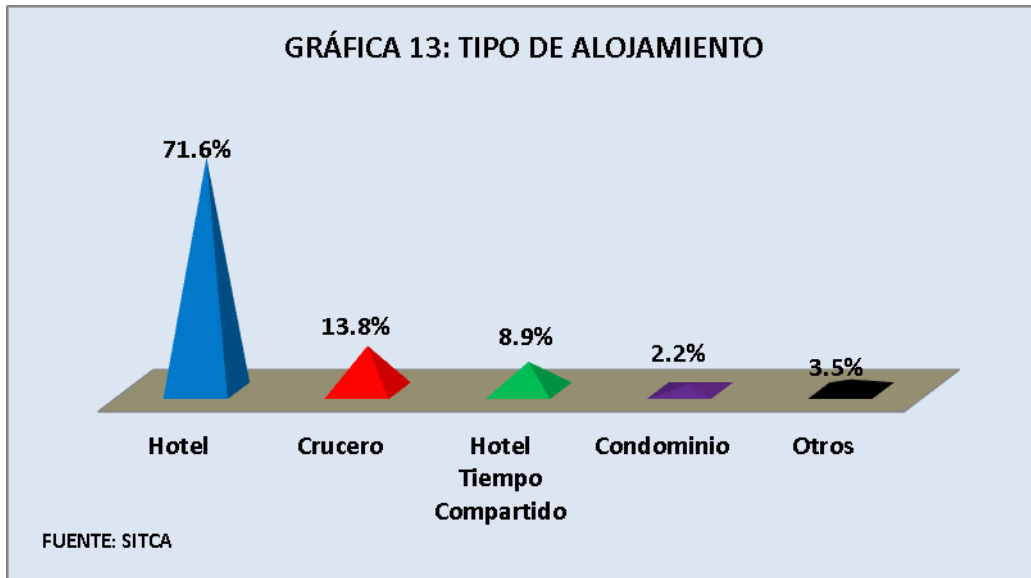


FUENTE: SITCA

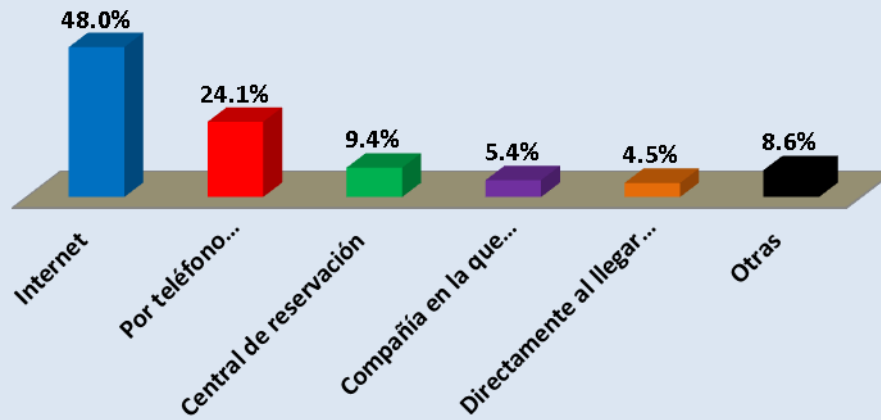
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

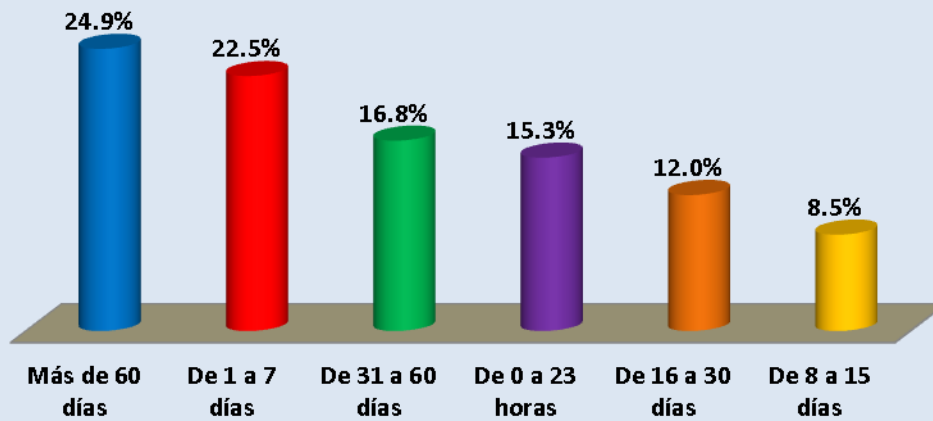


GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO



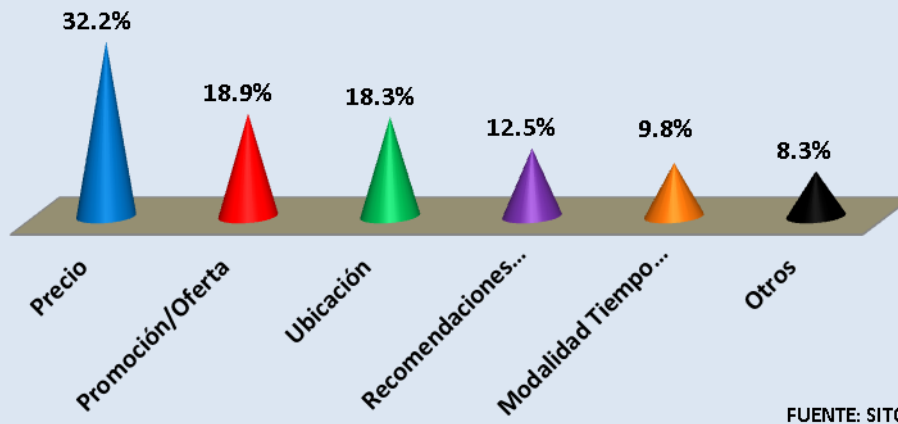
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 16: DÍAS DE ANTICIPACIÓN RESERVA DEL ALOJAMIENTO



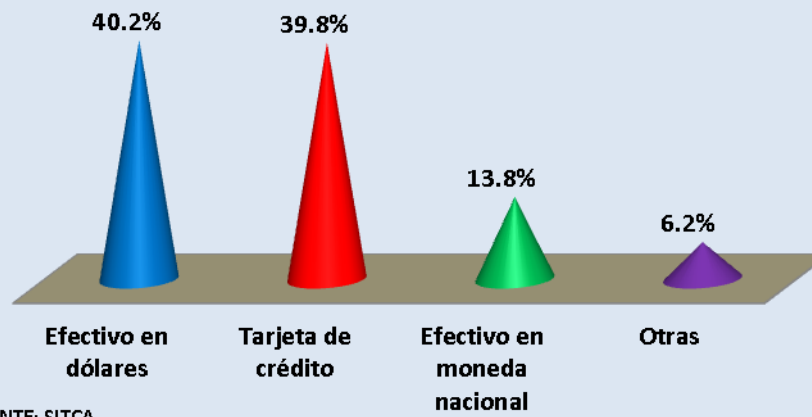
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

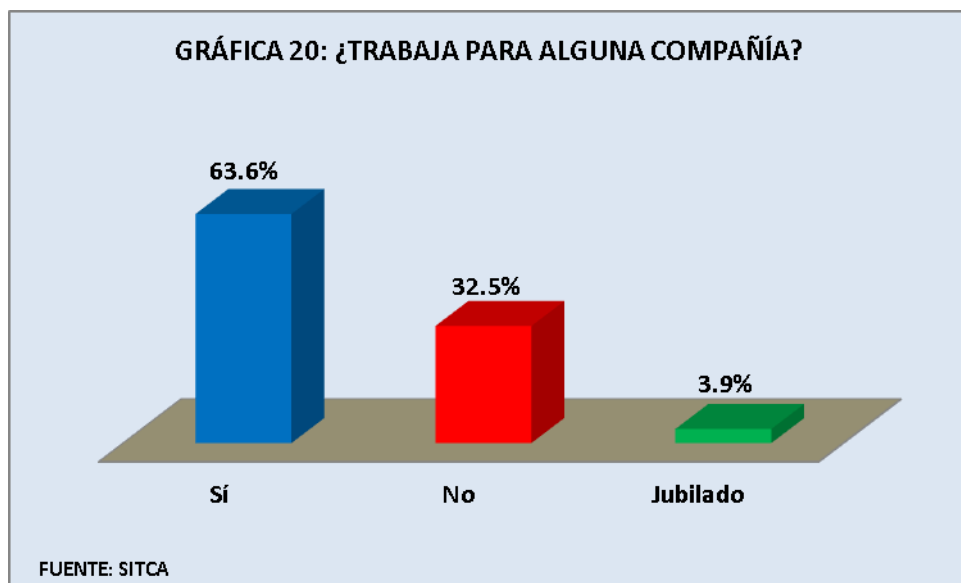
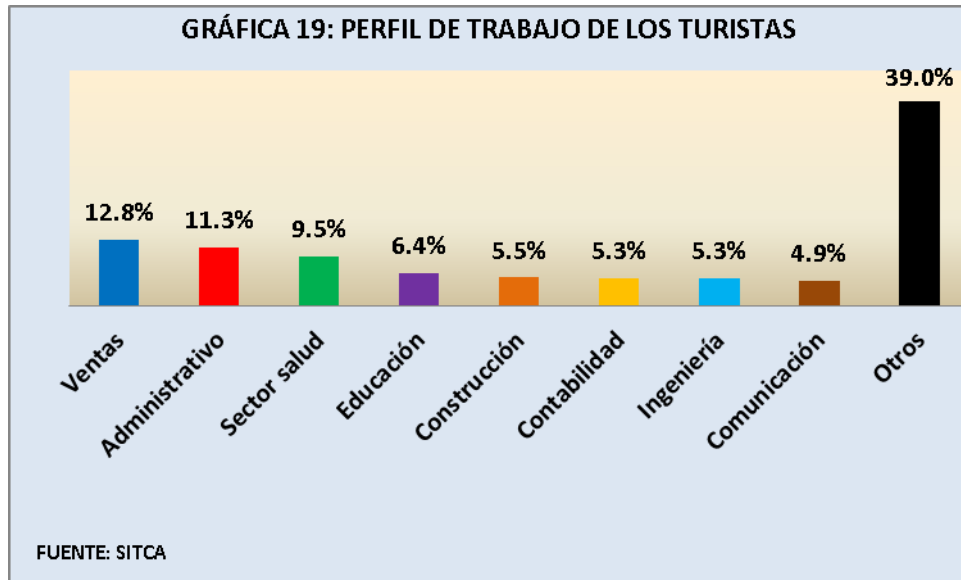


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA



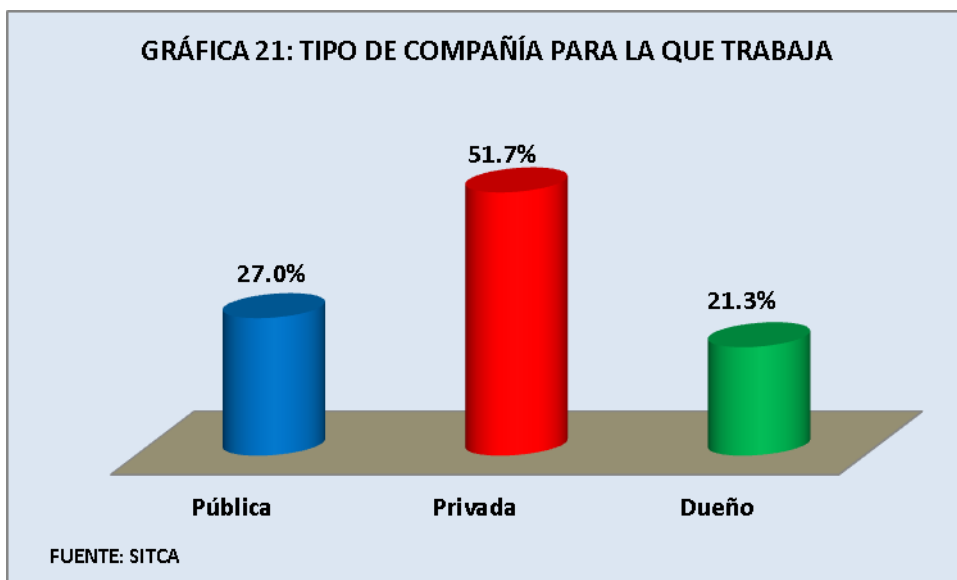


TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES

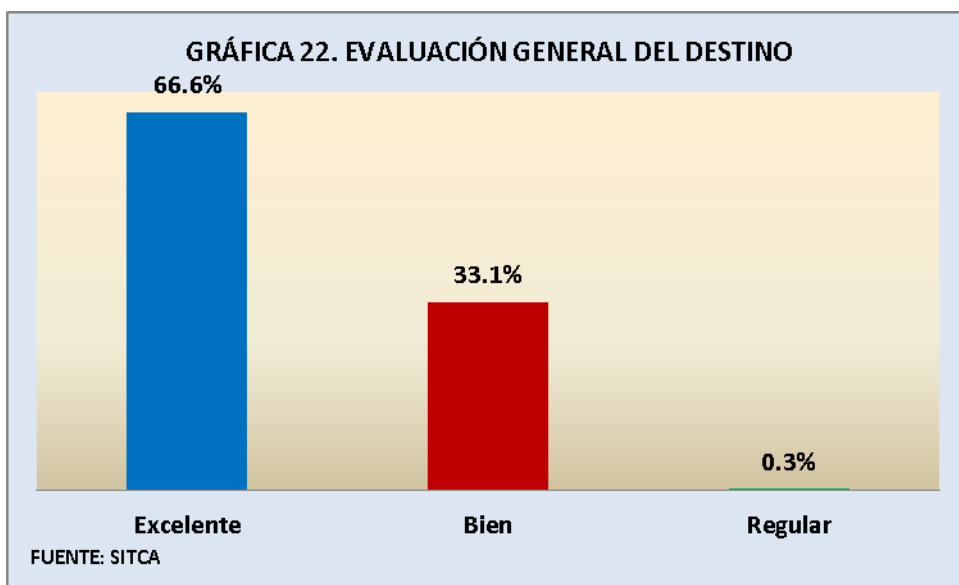
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1392.00
Gasto total por persona y día.	232.00
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	66.00
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	55.00
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	42.00
Gasto por persona y día en transporte.	40.00
Gasto por persona y día en compras varias.	29.00

FUENTE: SITCA

TABLA 3: EVALUACIÓN ALOJAMIENTO (NO CRUCERISTAS)				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Situación y entorno.	73.6	25.1	1.3	0
Confort de sus instalaciones.	75.3	23.4	1.3	0
Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.	71.6	27.1	1.3	0
Servicio y atención del personal.	75.1	23.2	1.7	0
Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).	74.6	23.0	2.4	0
Servicios de comida del establecimiento.	76.2	22.5	1.3	0
Limpieza e higiene del establecimiento.	78.2	21.1	0.7	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 4: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL CRUCERISTAS				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Servicio de tenders (trasbordo a tierra)	65.0	34.8	0	0
Instalaciones del muelle turístico	67.8	32.1	0.1	0
Transporte local	51.1	43.2	2.3	3.4
Tours/Paseos	54.5	43.3	1.1	1.1
Seguridad del destino	58.7	35.9	5.4	0
Limpieza del destino	56.5	41.3	2.2	0
Trato de la gente	65.2	33.7	0	1.1
Restaurantes	64.1	34.8	1.1	0
FUENTE: SITCA				

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	70.1	26.8	2.7	0.4
Aeropuerto SJD.	67.1	23.6	8.9	0.4
Restaurantes.	71.8	27.1	1.1	0
Discos y bares.	68.2	27.0	2.9	1.9
Playas.	78.5	21.0	0.5	0
Oficinas de Información Turística	95.0	5.0	0	0
Carreteras, señalizaciones	91.7	0	8.3	0
Trato de la gente	97.3	2.7	0	0
Conservación del medio ambiente	89.4	5.3	5.3	0
Transporte local	88.9	8.3	0	2.8
Tours/Paseos	97.3	0	2.7	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>