

# **INFORME ANUAL SITCA**

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

**2015**



## ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A continuación se presentan los resultados del **Análisis de la Demanda Turística** correspondiente al **año 2015**, para el destino Cabo San Lucas (CSL). Para este informe anual de resultados, se procesaron **2183 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 **71.4%**, los **canadienses** representan el **11.5%**, los turistas del **resto del mundo** representan el **5.0%**, y el *turista nacional* representa el **12.1%** (Gráfica 1, pág. 5).

Entre los visitantes, el grupo de edades más representativo es el comprendido entre **31-40 años** con el **40.9%**, las edades comprendidas entre **18-30 años** representa el **29.6%**, el grupo de edades entre **41-50 años** representa el **17.6%**, *el grupo de edades de más de 60 años el 6.3%* y el comprendido entre **51-60 años** representa el **5.6%**. La *edad promedio* de nuestros visitantes es de **33 años**. (Gráfica 2, pág.5).

El **53.4%** de nuestros visitantes son del **género masculino**, mientras que el **género femenino** está representado por el **46.6%** (Gráfica 3, pág.6).

Las **actividades turísticas contratadas** más demandadas por los turistas son: **visita al arco natural** con el **61.3%**, el **buceo & snorkel** el **57.1%**, **el sunset cruise** con el **25.3%**, **el avistamiento de ballenas 24.2%**, el **paseo por la ciudad 24.6%**, **banana 19.0%**; *por último*, el nado con delfines tiene una demanda del **20.5%** (Tabla 1, pág.6).

El **54.5%** de los turistas manifestaron que era la **primera vez** que visitaban CSL, el **41.7%** manifestó que **no era la primera visita** a CSL y el **3.8%** *dijo que vivía en Baja California Sur* (BCS) (Gráfica 4, pág.6).

Del **41.7%** que ya habían visitado anteriormente BCS, el **54.1%** lo había *visitado de 1 a 2 veces*, el **36.4%** de **3 a 5 veces**, y **más de 5 veces el 9.5%** (Gráfica 5, pág. 7).

Las **estancias entre 4-7 días** son las más representativas con el **47.1%**, seguida de las de **8-15 días** con el **23.4%**, las estancias de **1-3 días** representan el **17.6%**, las estancias de **0 a 23 horas** representan el **8.3%**; *por último*, las estancias de **16-30 días** representan el **3.6%**. 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 **81.5%**, las **visitas a familiares y amigos** es el motivo preferido por el **11.2%**, por **trabajo/negocios** representa el **3.7%**, los **congresos y ferias** representan el **1.0%**, **otros** representa el **2.6%** (Gráfica 7, pág.8).

La principal razón para visitar CSL, es el **interés por conocer nuevos lugares** el **15.7%**, por la **experiencia de otras visitas** el **14.1%**, por ser un destino **tranquilo y seguro** con el **12.1%**, el **11.7%**

por las **riquezas de su entorno**, el **8.2%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** el **11.4%**, por la **gastronomía** **5.6%**; **otras razones** representan el **29.4%** (Gráfica 8, pág. 8)

Los turistas encuestados tienen la mayor preferencia en organizar el viaje **por su cuenta**, lo cual representa el **80.4%**, **a través de una agencia de viajes** representan el **10.9%**, los que la **empresa para la cual trabajan** les organiza el viaje representan el **3.7%**, los que contratan **servicios sueltos a través de una agencia de viajes** representan el **3.5%**; por último, **los que vienen a través de una asociación o club deportivo** representan el **1.5%** (Gráfica 9, pág.9).

El **35.4%** de los turistas realizó el viaje en pareja, los que viajaron **en familia** representan el **35.0%**, **con amigos** el **14.0%**, los que viajan **solos** representan el **9.6%**; **en grupo organizado** representan el **2.3%**, los que viajan con **compañeros de trabajo** representan el **1.9%**; por último, **otros** representan el **1.8%** (Gráfica 10, pág.9).

El principal medio de transporte para llegar a Cabo San Lucas es el **avión** que representa el **83.6%**, los que llegan en **automóvil propio** representan el **6.4%**, los que llegan en **crucero** representan el **4.7%**, **en autobús** **1.6%**, **otros** **3.7%** (Gráfica 11, pág.10).

El **34.7%** de los turistas utilizarán el **taxi** para desplazarse, en **automóvil de alquiler** **18.6%**, **no se desplazará** **16.0%**, **en camión colectivo local** el **11.0%**, **y otros** representa el **19.7%** (Gráfica 12, pág.10).

El **tipo de alojamiento** más usado por los turistas es el **hotel** con el **71.7%**, en orden de importancia le sigue los que están alojados en **segunda residencia** **8.6%**, en **crucero** representan el **4.8%**, **hotel tiempo compartido** con el **3.1%**, **otros tipos de alojamiento** representan el **11.8%** (Gráfica 13, pág.11).

La **información sobre el alojamiento** el turista la ha obtenido principalmente mediante **internet** que representa el **47.5%**, las **agencias de viaje** el **18.5%**, las **recomendaciones de amigos y familiares** **14.5%**, los **anuncios de prensa/revistas** representan el **7.3%**, los **folletos turísticos/ferias** representan el **5.8%**; por último, **otros** medios de información representan el **6.4%** (Gráfica 14, pág.11).

La reserva del alojamiento por **internet** representa el **34.4%**, **por teléfono directamente al alojamiento** representa el **29.3%**, a través de una **AAVV** representa el **14.7%**, **directamente al llegar al alojamiento** **8.1%**, **amigos y familiares en Baja California Sur** el **6.4%**, y **otras formas** representan el **7.1%** (Gráfica 15, pág.12).

El **20.6%** prefiere hacer la reservación con una antelación **8 a 15 días**, de **16 a 30 días** representa el **19.8%**, **más de 60 días** representa el **18.1%**, **los que hacen su reservación de 1 a 3 días** representan el **16.1%**, de **31 a 60 días** lo prefieren el **14.5%** de los turistas; por último, **de 0 a 23 horas** lo prefiere el **10.9%** de los turistas (Gráfica 16, pág.12).

El **precio** es el principal motivo para reservar el alojamiento con el **39.7%**, le sigue en orden de importancia la **ubicación** con el **23.5%**, **as recomendaciones de amigos y familiares**

representan el **10.3%**, la **promoción/oferta 5.9%**, la **modalidad de tiempo compartido** representa el **1.7%**, **otros motivos** representan el **18.9%** (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 **49.9%**, la **tarjeta de crédito** con el **26.9%**, 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 **4.0%** de los turistas; **otras formas** de pago representan el **1.0%** (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: **educación 8.5%**, **sector salud 8.5%**, **ventas 8.5%**, **administrativo 6.3%**, **derecho/leyes 4.7%** **contabilidad 4.3%**, **creatividad, promoción 3.8%**, **turismo/hospitalidad 3.6%**, **otros 51.8%**.(Gráfica 19, pág.14).

El **73.5%** de nuestros turistas **trabaja para alguna compañía**, el **20.4%** **no trabaja para alguna compañía** y el **6.1%** son **jubilados**. (Gráfica 20, pág.14)

Del **73.5%** que trabajan para alguna compañía, el **17.6%** lo hacen para **compañías públicas**, el **66.9%** lo hacen para **compañías privadas**, y el **15.5%** 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 **\$1133.40 USD**, el **gasto total** por persona y día es de **\$188.90 USD**, en **alimentos y bebidas** el gasto por persona y día es de **\$49.30 USD**, en **bares y discotecas** el gasto por persona y día es de **\$46.50 USD**, el gasto en **actividades turísticas** por persona y día es de **\$29.20 USD**, en **transporte** el gasto por persona y día es de **\$32.50 USD**; por último, el gasto en **compras varias** por persona y día asciende a **\$30.40 USD** (Tabla 2,pág.15).

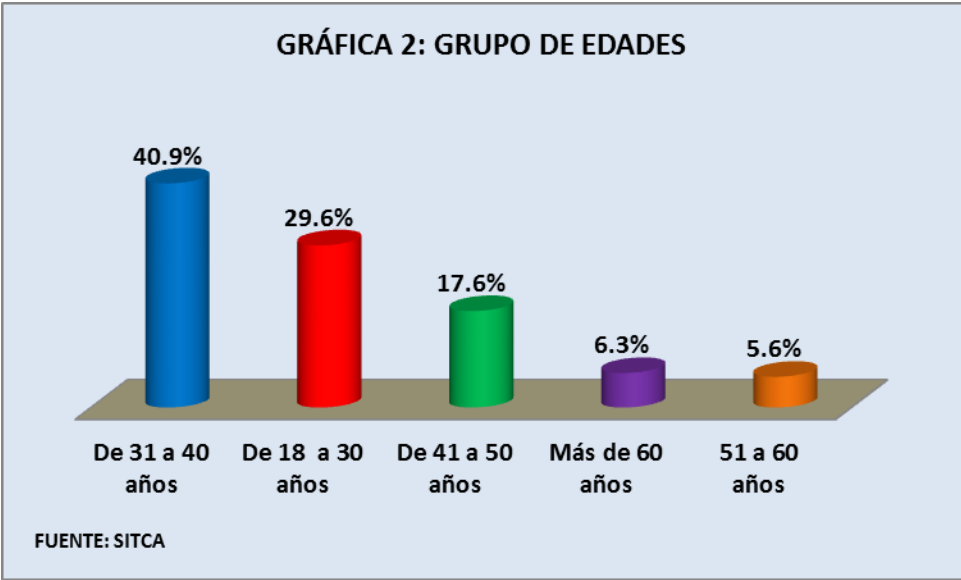
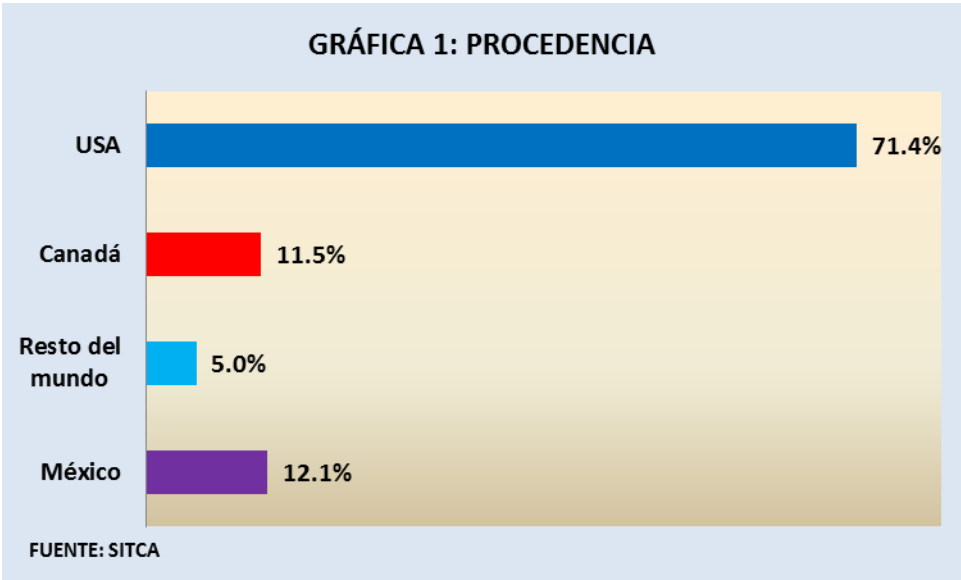
A continuación se reflejan las mejores evaluaciones hechas por los turistas, sobre diferentes **aspectos/servicios** en el lugar donde están alojados (**No cruceristas**): la **situación y el entorno** lo evalúan de **excelente** con el **62.6%**, el **confort** de las instalaciones son evaluadas de **excelente** con el **62.6%**, el **edificio, arquitectura, diseño y ambientación** es evaluado de **excelente** por el **60.3%** de los turistas, el **servicio y atención del personal** es evaluado de **excelente** con el **56.7%**, los **servicios añadidos** (actividades deportivas, ocio, ...) se evalúan de **excelente** con el **59.1%**, el **servicio de comida del establecimiento** es evaluado de **excelente** con un **58.3%**; por último, **la limpieza y la higiene** del establecimiento es evaluada de **excelente** con el **61.0%** (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 63.1%**, las **instalaciones del muelle turístico** son evaluadas de **excelente 50.0%**, la **transportación local** la evalúan de **bien 60.0%**, los **tours y paseos** son evaluados de **bien 75.0%**. La **seguridad del destino** los cruceristas la evalúan de **excelente 81.8%**, la **limpieza del destino** la consideran de **bien 50.0%**, el **trato de la gente** los cruceristas lo evalúan de **bien 50.0%**; por último, los **restaurantes** tienen una evaluación de **excelente** según el **83.3%** de los turistas (Tabla 4, pág.17)

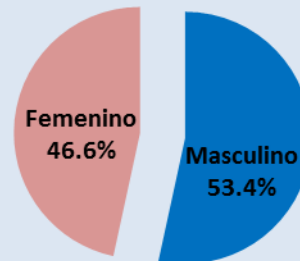
Las evaluaciones más significativas hechas por los turistas con relación a diferentes **aspectos/servicios** de CSL son las siguientes: los **servicios de la marina turística** son evaluados de **excelente** con el **51.7%**, los **servicios del aeropuerto internacional de San José del Cabo** son evaluados de **excelente** por el **47.5%**, los **servicios de restaurantes** son evaluados de **excelente** con el **54.5%**, **las discos y bares** son evaluadas de **excelente** por el **54.8%** de los turistas, las **playas** tienen una evaluación de **excelente** por el **62.3%** 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 **72.4%**, el **trato de la gente** se evalúa de **excelente** con el **74.1.0%**, la **conservación del medio ambiente** es evaluado de **bien** por el **70.7%**, el **transporte local** se evalúa de **bien** por el **72.4%**; por último, los **tours** son evaluados de **bien** por el **75.1%** de los turistas (Tabla 5, pág.17).

El destino Cabo San Lucas es evaluado de **excelente** por el **68.9%** de los turistas, mientras que el **31.1%** lo evalúa de **bien** (Gráfica 22, pág.18)

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



**GRÁFICA 3: GÉNERO**



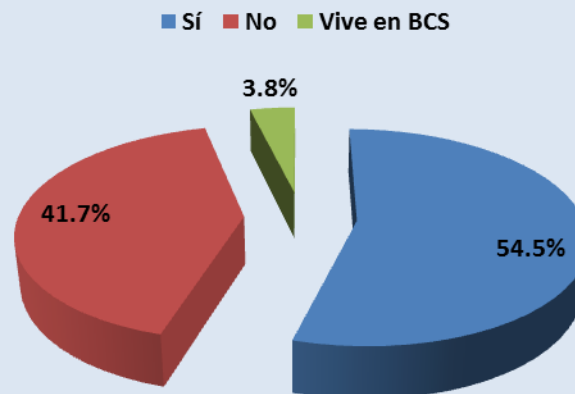
FUENTE: SITCA

**TABLA 1: ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS DEMANDADAS**

Actividad	%Turistas
Visita al arco natural.	61.3
Buceo & Snorkeling	57.1
Sunset Cruise	25.3
Avistamiento de ballenas	24.2
Paseo por la ciudad	24.6
Banana	19.0
Nado con delfines	20.5

FUENTE: SITCA

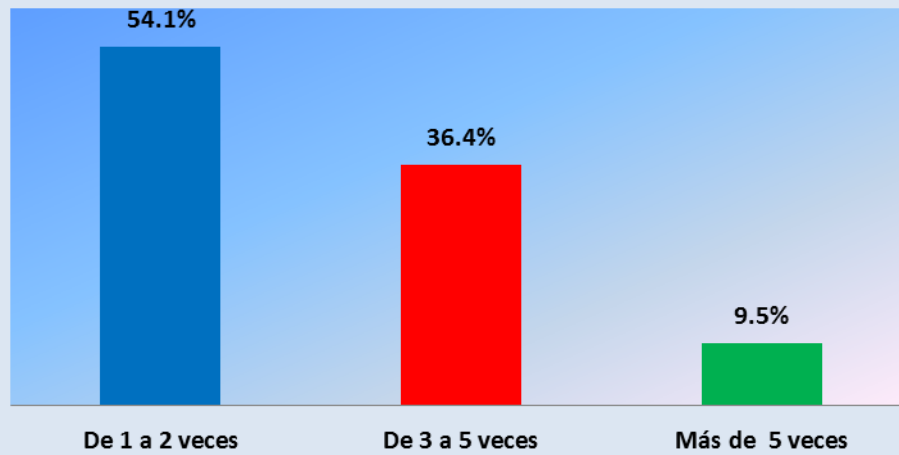
**GRÁFICA 4: PRIMERA VISITA A CSL**



FUENTE: SITCA

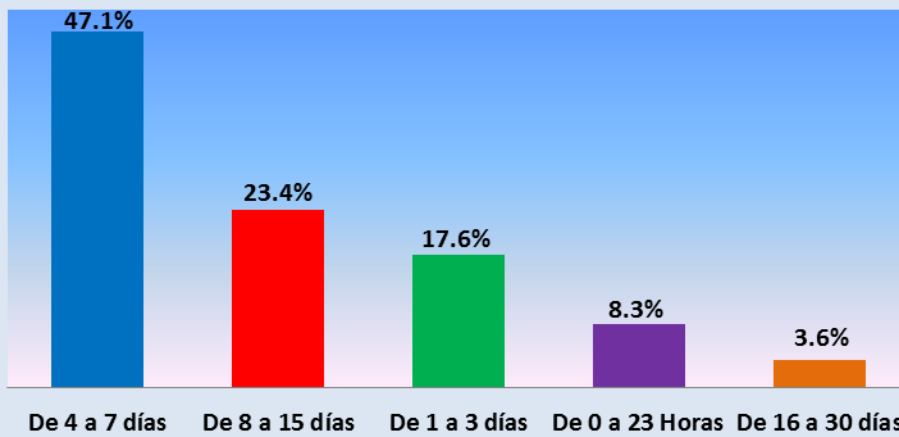


GRÁFICA 5: CANTIDAD DE VISITAS



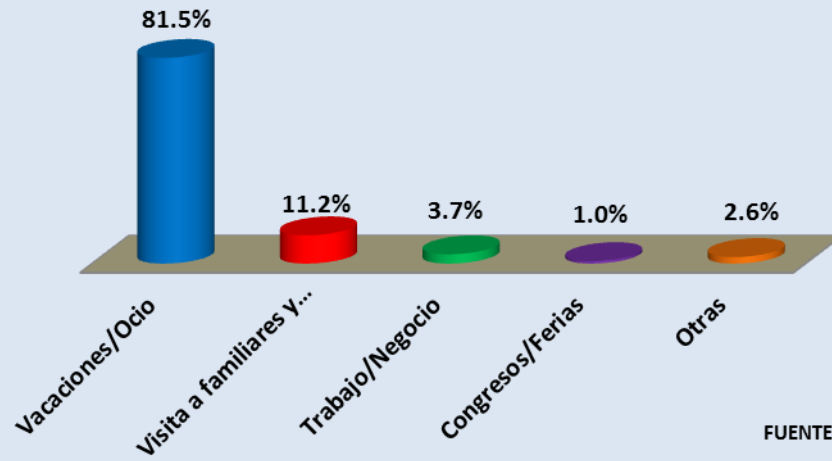
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 6: DÍAS DE ESTANCIA



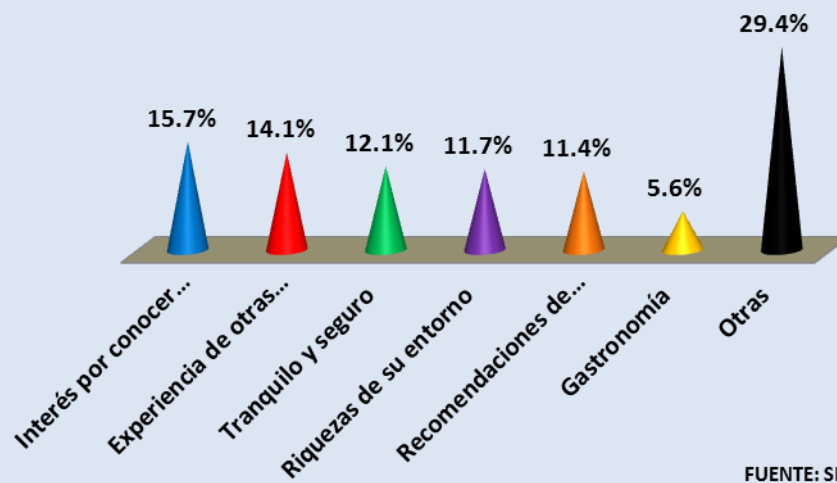
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 7: MOTIVACIONES DEL VIAJE



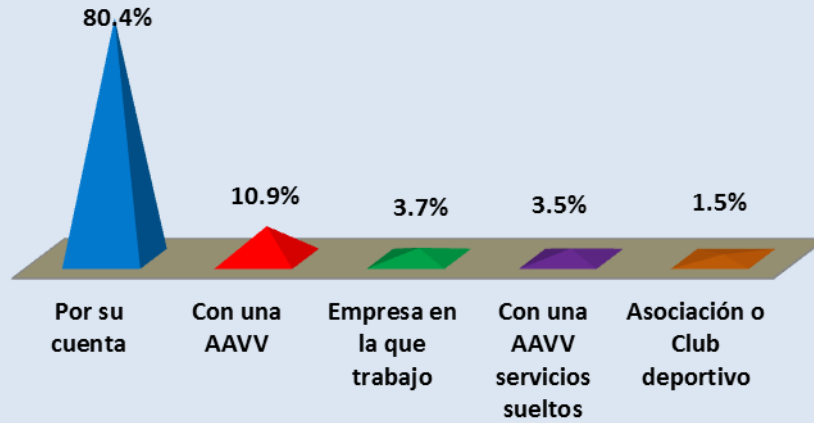
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 8: RAZONES PARA LA SELECCIÓN DEL DESTINO

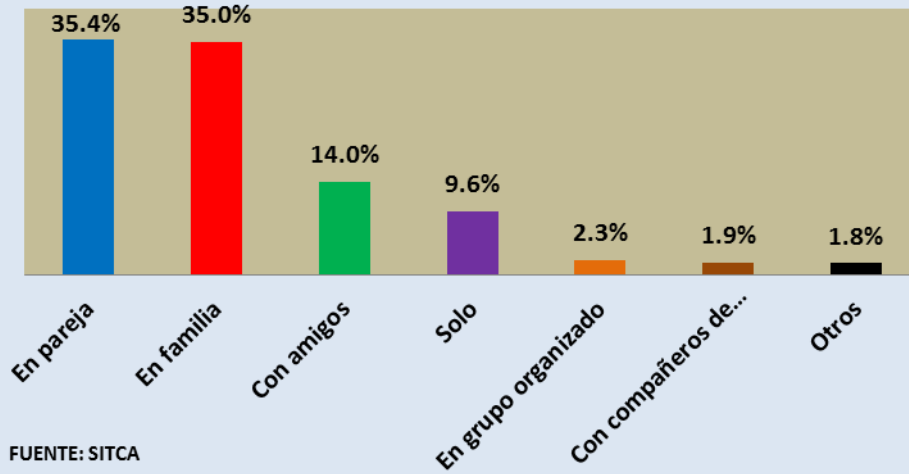


FUENTE: SITCA

GRÁFICA 9: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

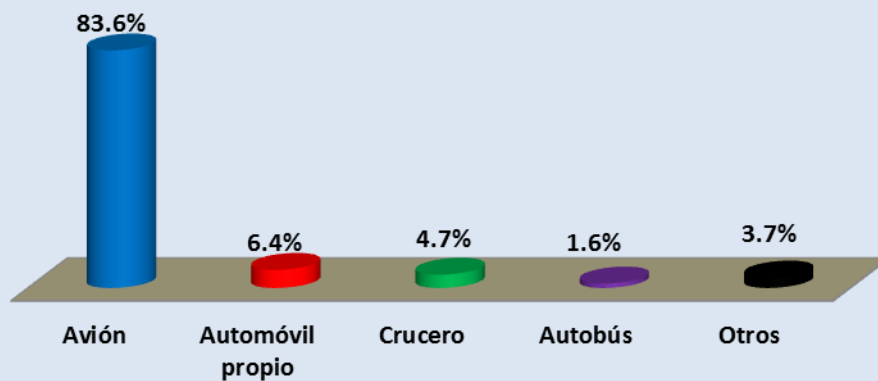


GRÁFICA 10: ¿ CON QUIÉN HA VENIDO?



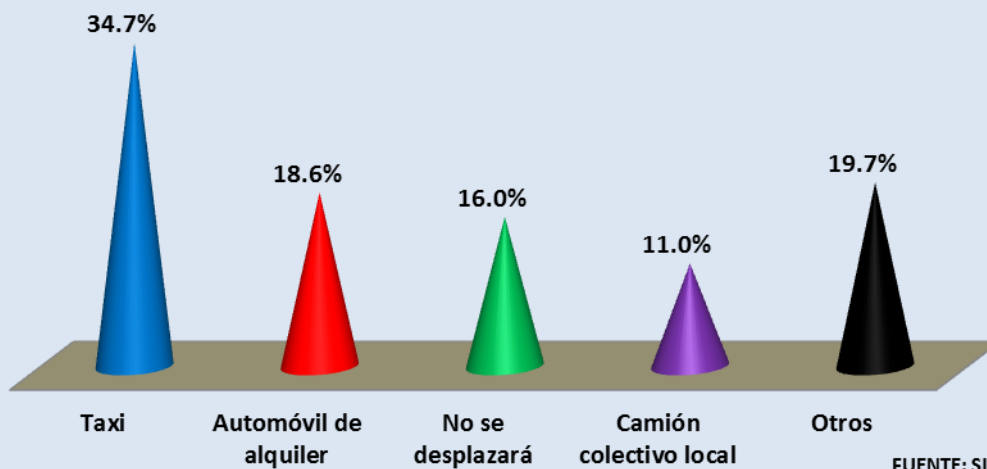
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 11: MEDIOS DE TRANSPORTE PARA VENIR A CSL

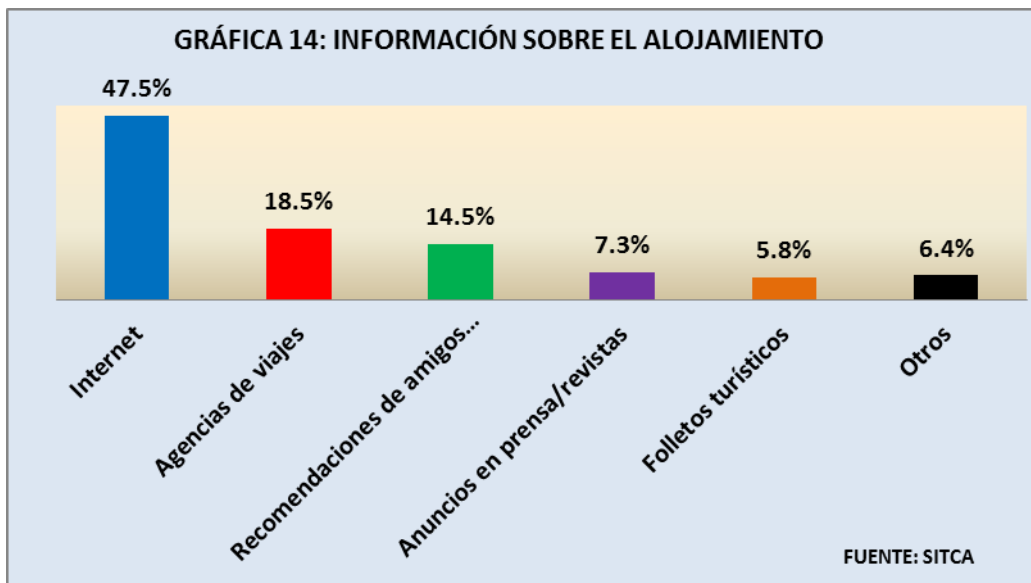
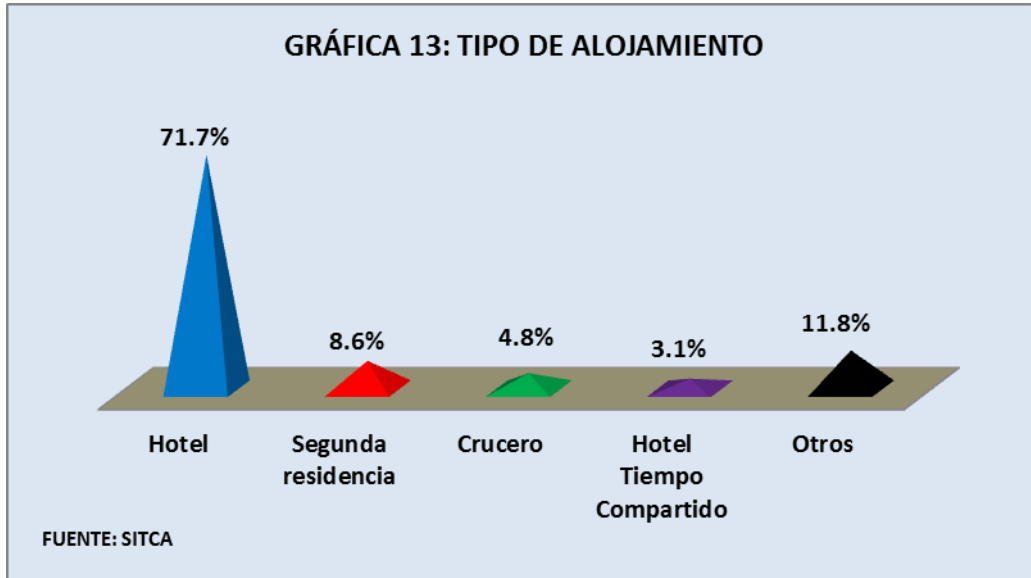


FUENTE: SITCA

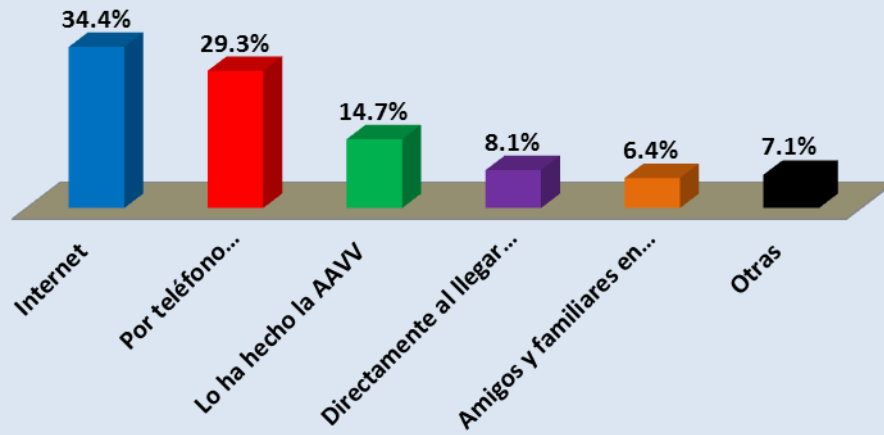
GRÁFICA 12: MEDIOS DE TRANSPORTE DESPLAZAMIENTOS CSL



FUENTE: SITCA

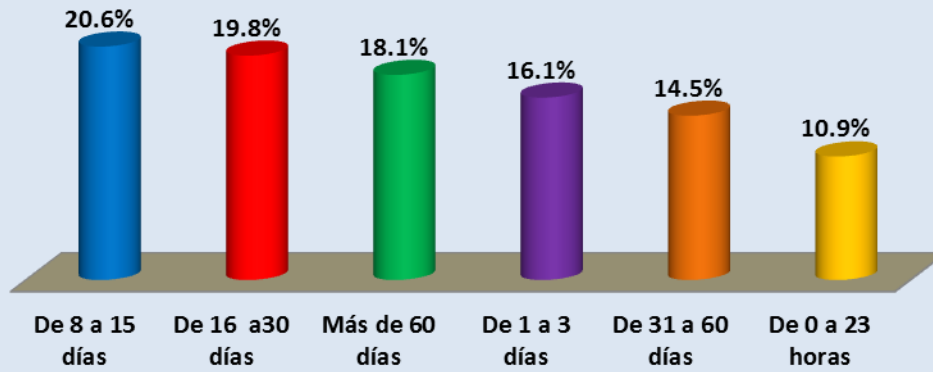


**GRÁFICA 15: FORMA DE REALIZAR LA RESERVA DEL ALOJAMIENTO**



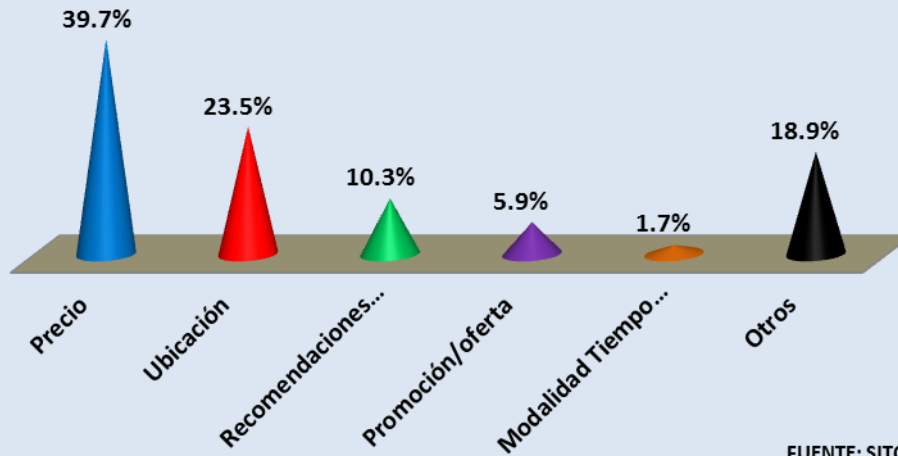
FUENTE: SITCA

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



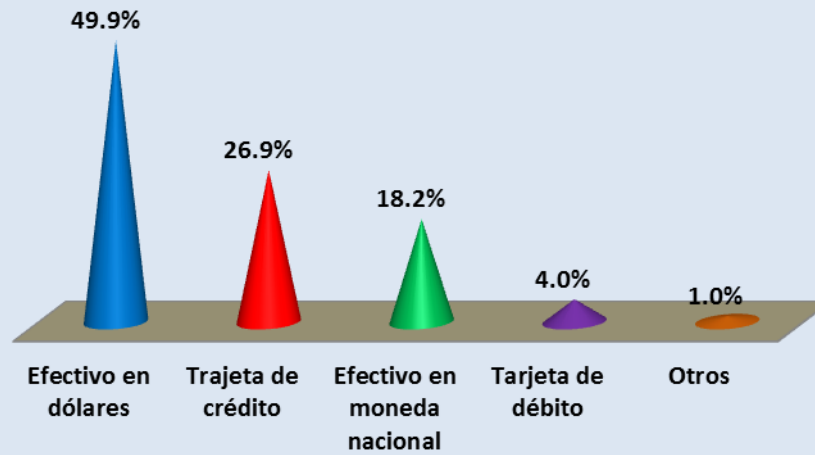
FUENTE: SITCA

GRÁFICA 17: MOTIVOS FINALES PARA CONTRATAR EL ALOJAMIENTO

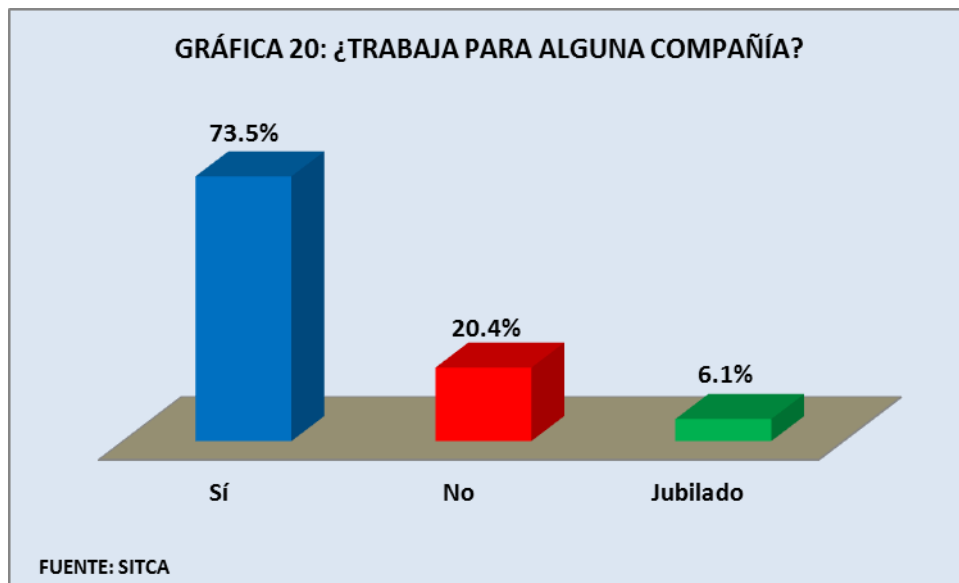
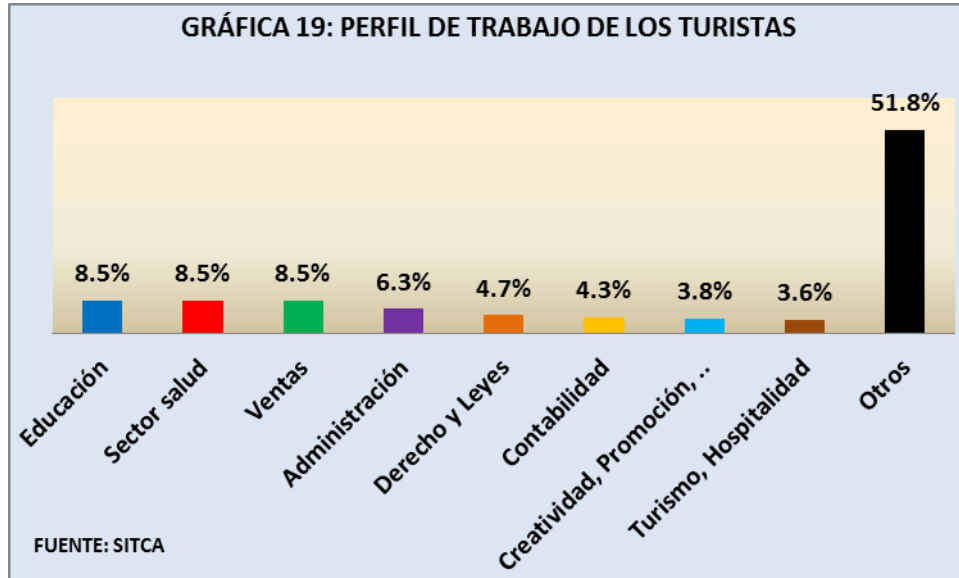


FUENTE: SITCA

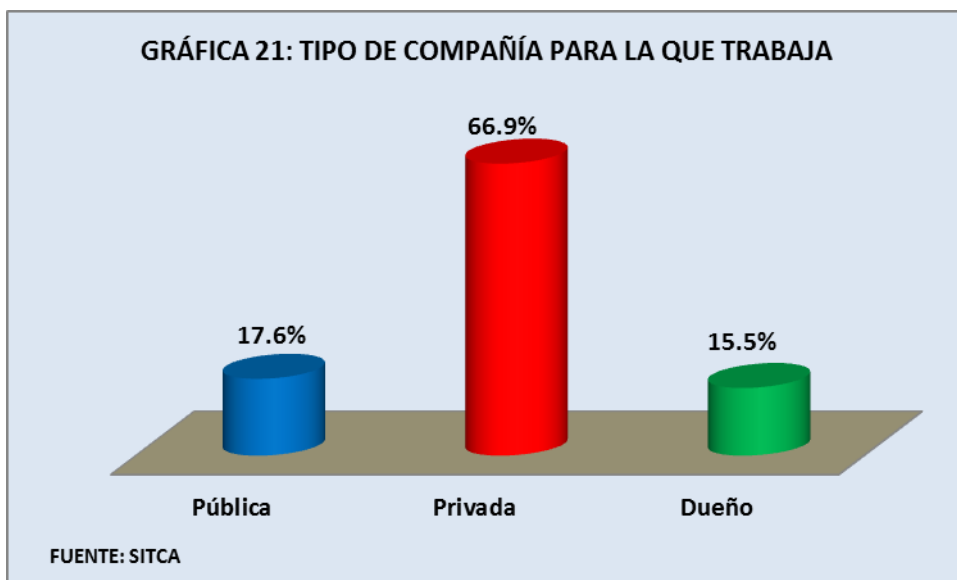
GRÁFICA 18: TIPO DE PAGO MÁS FRECUENTE



FUENTE: SITCA







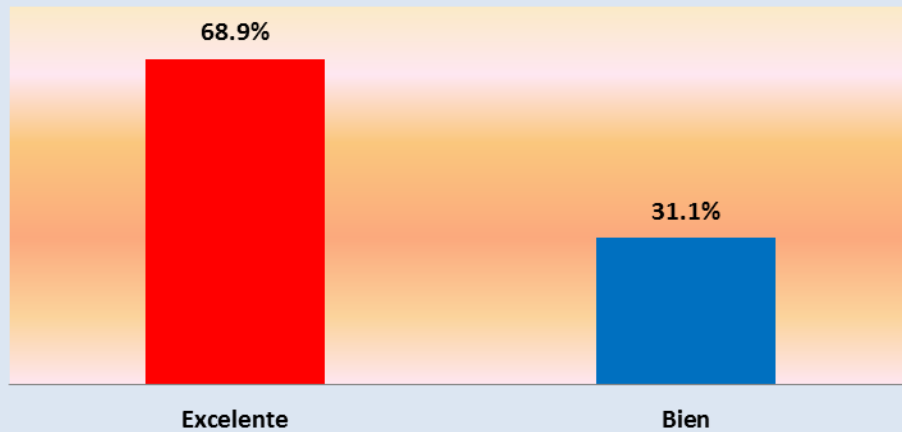
<b>TABLA 2: GASTOS EN DÓLARES</b>	
Variable	Media
Gasto total por persona en el viaje.	1133.40
Gasto total por persona y día.	188.90
Gasto por persona y día en alimentos y bebidas.	49.30
Gasto por persona y día en bares y discotecas.	46.50
Gasto por persona y día en actividades turísticas.	29.20
Gasto por persona y día en transporte.	32.50
Gasto por persona y día en compras varias.	30.40
<b>FUENTE: SITCA</b>	

<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>62.6</b>	36.4	1.0	0
<b>Confort de sus instalaciones.</b>	<b>62.6</b>	36.1	1.3	0
<b>Edificio, arquitectura, diseño y ambientación.</b>	<b>60.3</b>	37.6	1.9	0.2
<b>Servicio y atención del personal.</b>	<b>56.7</b>	40.2	3.1	0
<b>Servicios añadidos (Actividades deportivas, ocio,..).</b>	<b>59.1</b>	39.1	1.3	0.5
<b>Servicios de comida del establecimiento.</b>	<b>58.3</b>	39.2	2.3	0.2
<b>Limpieza e higiene del establecimiento.</b>	<b>61.0</b>	37.8	1.2	0
<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)	58.3	41.7	0	0
Instalaciones del muelle turístico	50.0	41.7	8.3	0
Transporte local	40.0	60.0	0	0
Tours/Paseos	25.0	75.0	0	0
Seguridad del destino	81.8	18.2	0	0
Limpieza del destino	33.3	50.0	16.7	0
Trato de la gente	33.3	50.0	16.7	0
Restaurantes	83.3	16.7	0	0

TABLA 5: EVALUACIÓN DE ASPECTOS/SERVICIOS DE CSL				
Aspectos evaluados	%Excelente	%Bien	%Regular	%Mal
Marina turística.	51.7	45.3	3.0	0
Aeropuerto SJD.	47.5	45.9	6.3	0.3
Restaurantes.	54.5	43.1	2.4	0
Discos y bares.	52.0	44.6	3.4	0
Playas.	62.3	36.8	0.9	0
Oficinas de Información Turística	37.5	62.5	0	0
Carreteras, señalizaciones	22.4	72.4	3.4	1.8
Trato de la gente	25.9	74.1	0	0
Conservación del medio ambiente	25.9	70.7	3.4	0
Transporte local	22.4	72.4	5.2	0
Tours/Paseos	24.9	75.1	0	0
FUENTE: SITCA				

**GRÁFICA 22: EVALUACIÓN GENERAL DESTINO CSL**



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>**