

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA DE CRUCEROS QUE VISITA CABO SAN LUCAS**



Este capítulo trata sobre el perfil del turista de cruceros que visita Cabo San Lucas, el cual es definido y descrito con base en los cuestionarios aplicados. El capítulo está dividido en tres secciones: la primera hace referencia a la discusión de los resultados en torno al perfil del turista de cruceros. La segunda corresponde a la comparación realizada entre el perfil del turista obtenido en Cabo San Lucas y los perfiles definidos a partir de otras investigaciones a nivel internacional y nacional. En la tercera se presenta una clasificación del perfil del turista, la cual emana del análisis estadístico multivariante efectuado.

## **4.1. Análisis descriptivo**

La definición del perfil del turista se basó en dos dimensiones: perfil sociodemográfico y preferencias de viaje. La organización de los resultados, expuestos posteriormente, responde a las dos dimensiones mencionadas.

### ***4.1.1. Perfil sociodemográfico.***

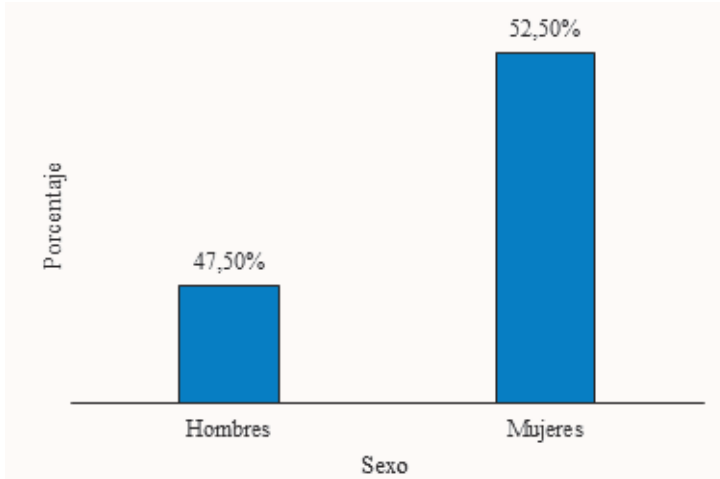
Para definir el perfil sociodemográfico del turista de cruceros, se consideraron las variables de sexo, edad, situación laboral, país de procedencia y ciudad de residencia. Los resultados y la discusión generada en torno a ellos son presentados a continuación.

#### *Sexo*

Como se puede observar en el gráfico 15, un 52.5% de los turistas intervenidos resultaron ser mujeres. De acuerdo con eso, no se estableció una regla para estudiar proporcionalmente a hombres y mujeres, porque se

tuvo como premisa que todos los individuos tenían las mismas posibilidades de ser escogidos: aleatoriedad de la muestra.

*Gráfico 15. Sexo de los turistas. .*

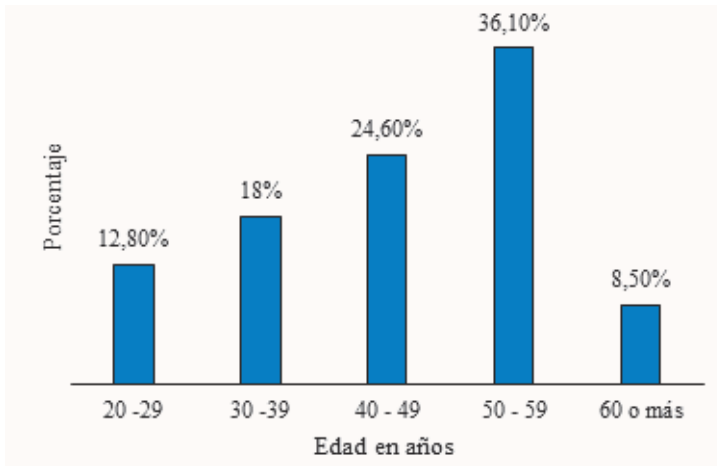


*Elaboración propia de los autores*

### *Edad*

Aunque la escala de evaluación para la edad se estableció teniendo en cuenta estudios anteriores, a partir de ella se pueden clasificar a los turistas de acuerdo con las etapas del desarrollo o el ciclo de vida. Para eso, se tomó en consideración las ideas de Mansilla (2000) quien establece las etapas del desarrollo de acuerdo con la edad de la persona.

Gráfico 16. Edad de los turistas.



*Elaboración propia de los autores.*

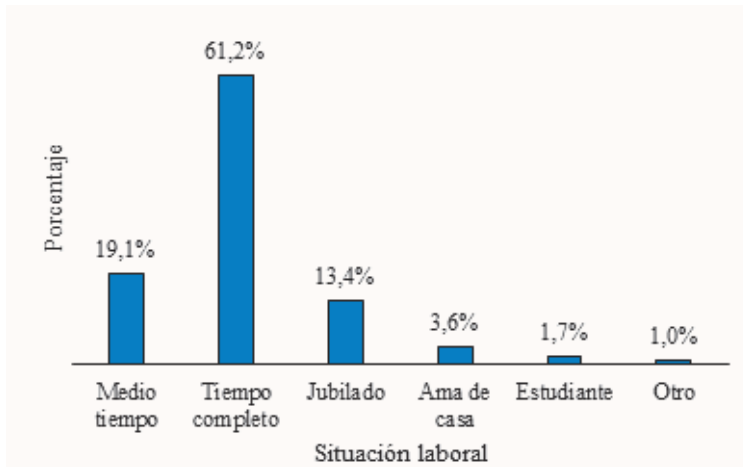
Como se observa en el gráfico 16, el 36.1% de los turistas tienen edades entre los 50 y 59 años, y de acuerdo con la clasificación de Mansilla (2000) son adultos mayores. El 24.6% con edades entre 40 y 49 años son clasificados como adultos intermedios. Para la autora, un adulto joven tiene edades entre los 25 y 39 años, y aunque en este estudio no se contempló de esa calificación, al agrupar los intervalos de edades entre 20 – 29 y 30 – 39 se tiene el 30.8% de la muestra.

Agrupar a los turistas de acuerdo con la edad y estudiarlos a razón del ciclo de vida, permite reconocer con mayor claridad las necesidades y tener una idea precisa de los bienes y servicios que se pueden ofrecer. No es lo mismo satisfacer los gustos y las preferencias de un adulto joven que está insertándose en la vida laboral o que tiene una familia en crecimiento, que las de un adulto mayor que está a las puertas de la jubilación y dispone de más tiempo.

### *Situación laboral*

Al igual que la edad, la situación laboral de la persona está relacionada con el ciclo de vida y, para Mansilla (2000), la etapa laboral comprende el período de vida entre los 18 y 64 años de edad y se caracteriza por la capacidad y la inserción al mercado.

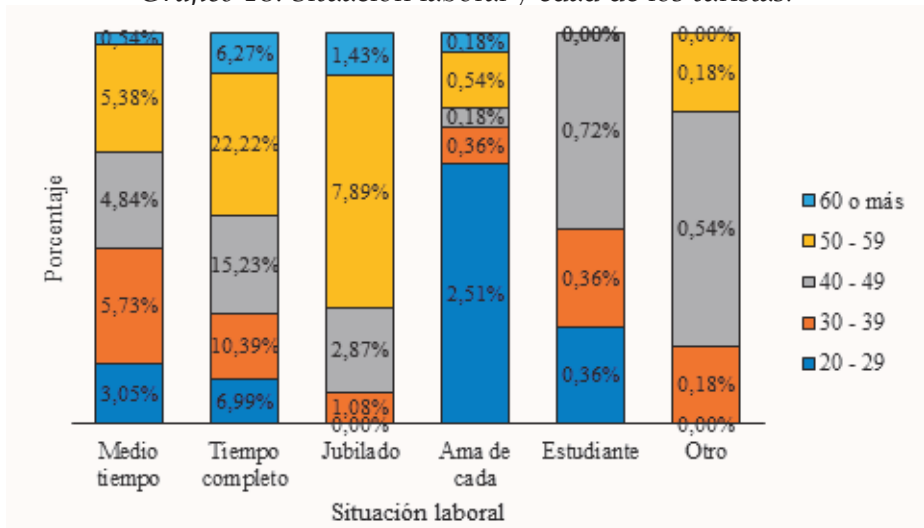
Gráfico 17. Situación laboral de los turistas.



*Elaboración propia.*

En el gráfico 17 se evidencia que el 61.2% de la muestra tiene un empleo de tiempo completo, que el 19,1 % cuenta con un empleo de medio tiempo y que el 13.4% son jubilados. Sin embargo, que el 61.2% de los turistas tengan una situación laboral de tiempo completo permite inferir que está insertados en el mercado laboral o que tiene su propio negocio. Como no se tiene certeza de lo anterior, relacionar la edad y la situación laboral (gráfico 18) a la luz del ciclo de vida establecido por Mansilla (2000), ayuda a analizar en profundidad la situación laboral de los turistas.

Gráfico 18. Situación laboral y edad de los turistas.

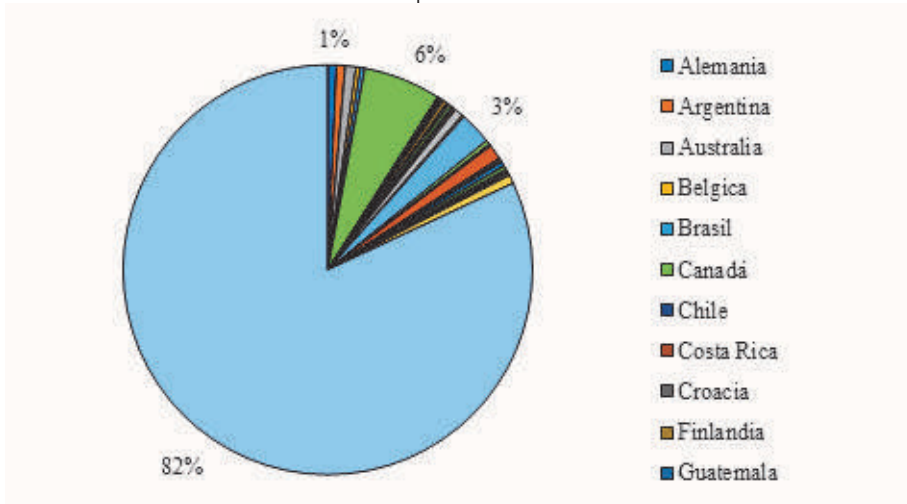


*Elaboración propia de los autores.*

Como se dijo anteriormente, el 61% de los turistas tienen situación laboral de tiempo completo y de ellos, el 22.22% tienen edades entre los 50 y 59 años. En ese mismo intervalo, el 5.38% son empleados de medio tiempo y quizás hacen parte del mercado laboral o tienen un negocio propio. Por su parte, los visitantes con edades entre los 40 y 49 años, tienen un empleo de tiempo completo en un 15.23%. Turistas con edades entre 20 y 29 años, tienden a ser empleados de medio tiempo (3.05%) o amas de casa (2.51%). Los jubilados tienen edades entre los 50 y 59 años, en un 7.89%, y más de 60 años en un 1.43%.

*País de procedencia*

Gráfico 19. País de procedencia de los turistas.



*Elaboración propia de los autores.*

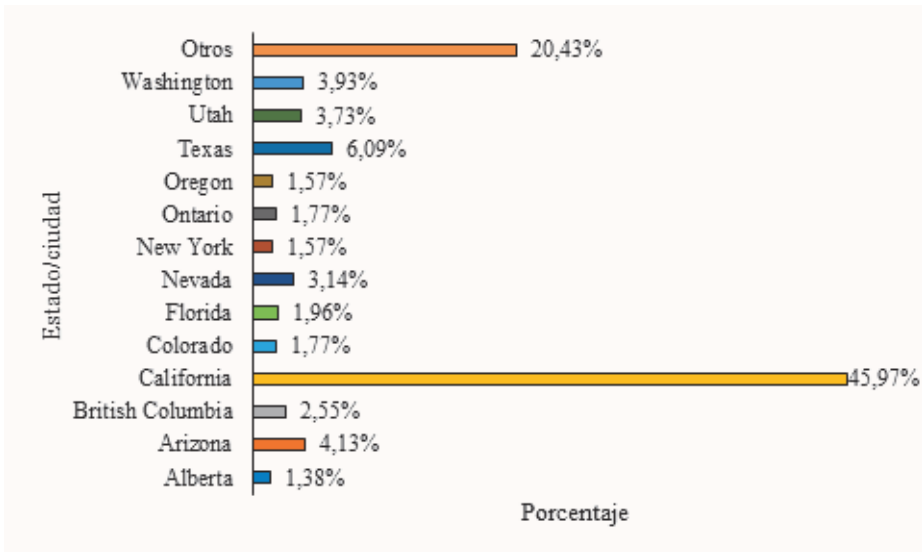
La cercanía de México con el principal país emisor de turistas de cruceros sustenta que el 82% de los visitantes procedan de Estados Unidos y un 6% provengan de Canadá. Con esto, Cabo San Lucas se convierte en un destino que está en la mira de los turistas que residen en uno de esos dos países. Aunque mayormente el turista que visita el destino es norteamericano, en el gráfico 19 se evidencia la recepción de visitantes de otros países como Alemania y Reino Unido.

*Ciudad de residencia*

Se sabe que el 82% de los turistas que visitan Cabo San Lucas provienen de Estados Unidos y como se muestra en el gráfico 20, el 45,97% de los visitantes viven en el estado de California, el 6.09% en Texas y el 4.13% en Arizona. Se infiere que la participación de cada uno de estos estados en la muestra surge por su cercanía fronteriza con México y, en el caso de California, porque al estar ubicado en la costa Pacífica tiene puertos de salida de cruceros que están cercanos a los turistas y facilitan el transporte.



Gráfico 20. Estado/ciudad de residencia de turistas.



*Elaboración propia de los autores.*

Que un turista tenga nacionalidad de un determinado país, no significa que su crucero lo haya tomado desde allá mismo y esa aseveración se comprobó al cruzar las variables de país de procedencia y ciudad de residencia. Se encontró que el turista puede ser de Canadá, pero vive en Utah o puede ser de Alemania, pero vive en California o Colorado.

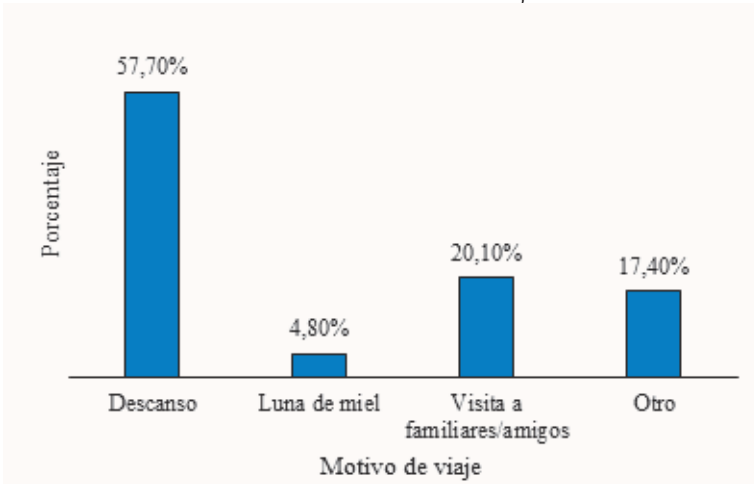
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y tomando como referencia el resultado más preponderante de cada variable, el perfil sociodemográfico del turista de crucero que visita Cabo San Lucas se define así: hombre o mujer con edad entre los 50 – 59 años, cuya situación laboral es de tiempo completo. Es procedente de Estados Unidos y reside en el estado de California.

#### **4.1.2. Preferencias o características del viaje.**

Las variables que definen las preferencias de viaje del turista de cruceros son: motivo de viaje, viaje en compañía de, nombre del crucero, números de cruceros tomados y duración de los mismos. Los resultados obtenidos son discutidos a continuación.

*Motivo de viaje*

Gráfico 21. Motivo de viaje.



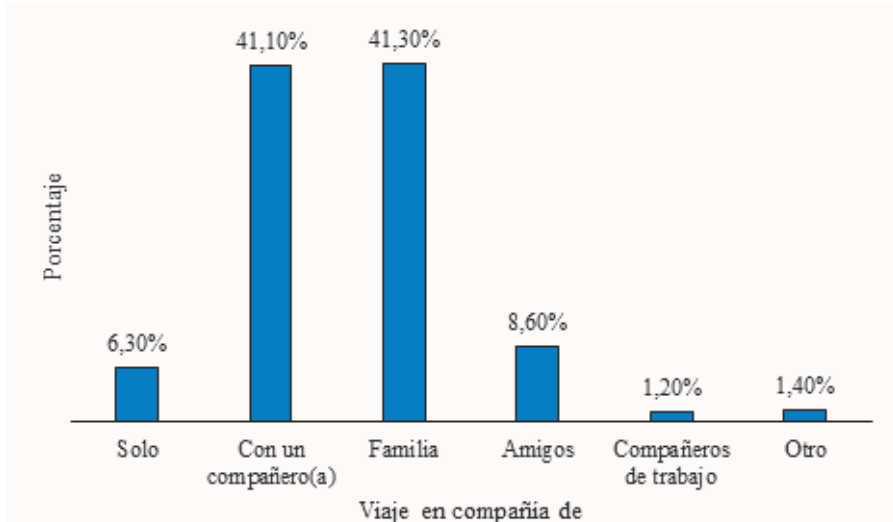
*Elaboración propia de los autores.*

De acuerdo con la lógica de las vacaciones, se espera que todos los turistas viajen por motivo de descanso. Sin embargo, las razones para viajar a través de un crucero van desde descansar hasta visitar a amigos/familiares. En ese sentido, el 57.7% toma un crucero con motivo de descanso, y de estos el 22.6 % tiene entre 50 y 59 años de edad. Se infiere que estos viajeros gozan de un periodo de vacaciones sin tener que preocuparse por hospedaje, alimentación, entre otros. De igual forma, el 20.1% viajan en crucero con la finalidad de visitar a sus seres queridos, lo cual se relaciona con el crecimiento de los itinerarios de viaje cortos (5 – 7 días). La motivación por conocer otros lugares, tener una experiencia en altamar o disfrutar por primera vez de un crucero, corresponde al 17.4% de los turistas que manifestaron viajar por otros motivos a los señalados.

Por otra parte, se evidencia en el gráfico 21 que un 4.8% viaja por motivo de luna de miel y relacionar esto con la variable edad se encontró que el 1,5% de los turistas que toman un crucero para celebrar su luna de miel, tienen entre 30 y 39 años. Por el contrario, los visitantes con edades entre los 40 y 59 años, participan del 2.6%. Se puede inferir que la motivación de una segunda luna de miel mueve a algunos turistas a tomar un crucero y disfrutar de las vacaciones.

## Viaje en compañía de

Gráfico 22. Viaje en compañía de.



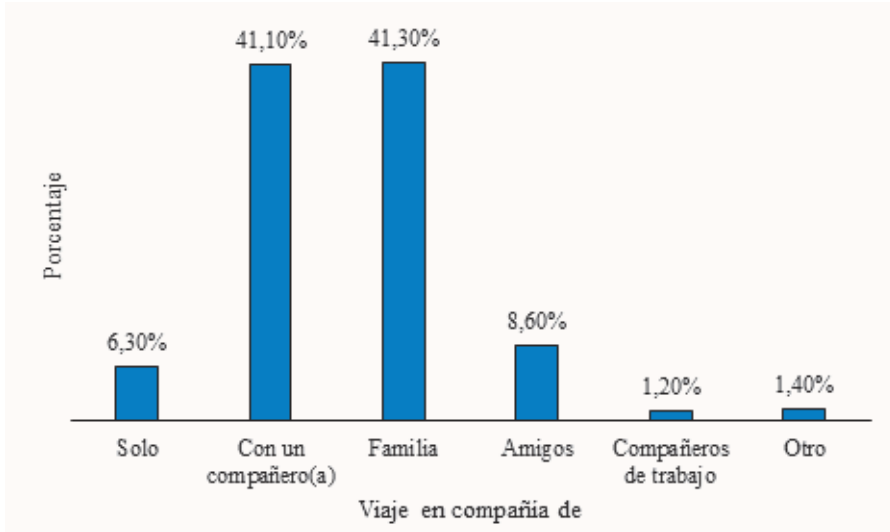
*Elaboración propia de los autores.*

Como se observa en el gráfico 22, viajar con un compañero o una compañera, o en familia presenta participaciones muy similares. Entre ellos solamente hay una diferencia de 0.02 % y al sumarlos agrupan al 82.40% de los turistas. Lo anterior se puede entender a la luz de la temporada en que se recopiló la información, debido a que al ser vacaciones de invierno y gozar el destino de un clima acogedor, la proporción de viajar en compañía de seres cercanos tuvo una mayor proporción. El 17.8% de los visitantes que prefieren viajar con un compañero o una compañera tiene edades entre los 50 y 59 años, mientras que los turistas en ese mismo rango de edad, pero que viajan en familia, tienen una participación del 12.3%

Aunque viajar con amigos no tuvo participación significativa, el 2.4% de esos turistas tienen edades entre 20 y 39 años. El 1.5% de los que viajan solos tienen entre 20 y 29 años. Es pertinente considerar este segmento de turistas, para ofrecer bienes y servicios diferenciados que catalicen el goce de la visita al destino.

**Nombre de línea de crucero**

Gráfico 23. Nombre de línea de crucero.



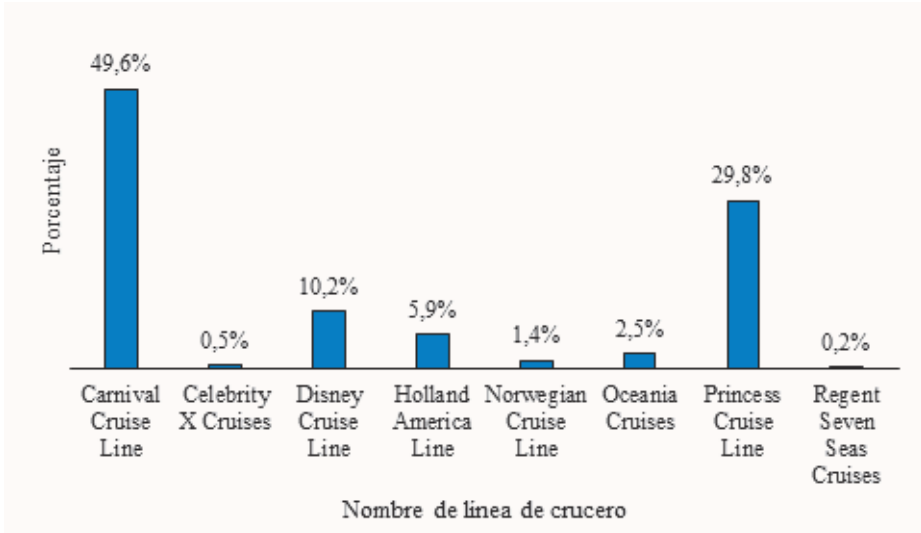
Elaboración propia de los autores.

En el Gráfico 23 se evidencia que la línea naviera *Carnival* se consolidó como la más recurrente entre los turistas, con el 49%. Seguidamente, la naviera *Princess* tuvo una participación del 29.8%. De acuerdo con los periodos de aplicación del cuestionario y la información suministrada por la Administradora Portuaria de Cabo San Lucas, *Carnival* participó del 28% del total de los arribos en noviembre y *Princess* del 36%. Para diciembre, la participación del *Carnival* descendió hasta el 11.11% y la de *Princess* se incrementó hasta el 44.44%. En el mes de enero de 2018, *Carnival* y *Princess* tuvieron la misma participación: 24% cada una.

Que la naviera *Carnival* haya sido la más recurrente en el estudio, es explicado por la forma como se planeó la recopilación de la información. Aunque no se tuvo como criterio el día de arribo de alguna naviera, se infiere que la coincidencia con las fechas de aplicación del cuestionario influyó en los resultados finales.

## Cruceros tomados

Gráfico 24. Número de cruceros tomados.



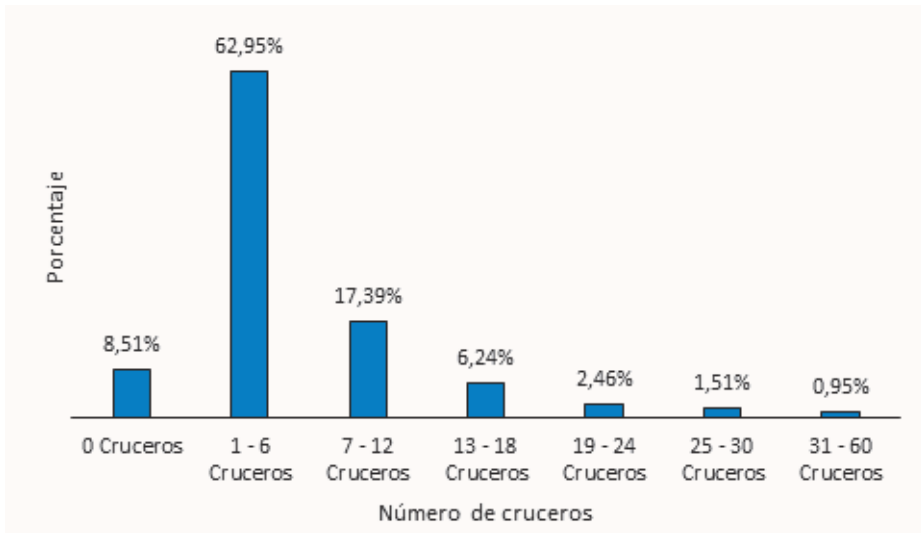
*Elaboración propia de los autores.*

El gráfico 24 muestra que cerca del 63% de los turistas han tomado entre 1 y 6 cruceros, mientras que un 8.51% no había tomado un crucero con anterioridad, es decir, era su primera vez viajando a bordo de un naviero. Que más de la mitad de los turistas hayan tomado más de un crucero, puede significar que es un turista satisfecho con los servicios recibidos por la línea naviera. De igual forma, se puede inferir que, al ser un turista experimentado, puede tender a ser más exigente a la hora de elegir entre los bienes y servicios ofrecidos en el destino turístico. También, se encontró que el 21.5% de las turistas que han tomado entre 1 y 6 cruceros tienen entre 59 y 60 años, el 16.1% entre 40 y 49 años y el 13% entre 30 y 39 años.

### *Duración del crucero*

Como se manifestó en líneas anteriores, está creciendo la tendencia de realizar viajes en cruceros por un periodo de tiempo más corto, ya sea por comodidad para los turistas o por los precios que las diferentes navieras ofrecen.

Gráfico 25. Duración del crucero.



*Elaboración propia de los autores.*

Con el 53% de los turistas realizando viajes por cruceros con una duración entre 5 y 8 días, se reafirma la aseveración hecha al inicio: se han incrementado los viajes cortos. Nos obstante, la tendencia de realizar viajes por periodos de tiempos más cortos, e incluso cerca del lugar de residencia de los turistas, se viene presentando desde el año 2010. En el gráfico también se evidencia que el 23% de los visitantes han tomado cruceros cuya duración oscila entre los 13 y los 16 días.

Tomando como punto de partida la definición del turista de cruceros de Cabo San Lucas realizada a partir de las variables sociodemográficas y sumándole los factores preponderantes de las preferencias de viaje, el perfil resultante de este estudio es:

Hombre o mujer con edad entre los 50 – 59 años, cuya situación laboral es de tiempo completo, procedente de Estados Unidos y reside en el estado de California. Viaja por motivo de descanso en compañía de su familia o compañero(a) y ha tomado entre 1 y 6 cruceros, y mayormente a través de la línea naviera Carnival, con itinerarios de duración entre 5 y 8 días.

## 4.2. Análisis comparativo del perfil

En este apartado se compara el perfil del turista de cruceros de Cabo San Lucas con otros perfiles que se han identificado en estudios realizados en España, Colombia y México (Cabo San Lucas, Puerto Vallarta, Cozumel y Huatulco). El propósito de esta sección es exponer las diferencias y similitudes existentes entre los perfiles, e identificar el juego de influencia del destino turístico y otros factores.

En la tabla 18 se presenta cada uno de los perfiles que se cotejan con el perfil de Cabo San Lucas llevado a cabo en 2017, con otros perfiles como los siguientes: perfil de Cabo San Lucas realizado en 2016, perfil de Galicia-España 2015, perfil de Cartagena-Colombia 2010, perfil de Cozumel 2015, perfil de Puerto Vallarta 2010 y perfil de Bahía de Huatulco 2008. Iniciando la comparación se tiene que, durante 2016, la participación de las mujeres en Cabo San Lucas fue del 50.2%, mientras que en 2017 ascendió hasta el 52.5%. Los resultados obtenidos para este destino discrepan de los otros, puesto que los hombres tienen una participación mayor o igual al 50% para todos los casos, excepto Cozumel que no tiene este dato. Lo anterior no implica que los hombres viajen más en cruceros o no que las mujeres, sino que involucra reconocer su rol como jefes de hogar. Se infiere que estos fungen como representantes de la familia y estuvieron más dispuestos a responder la encuesta.

Con respecto a la edad de los turistas, para 2017 en Cabo San Lucas el rango de edad predominante fue 50 – 59 años, mientras que en 2016 fue 30 – 39 años. A pesar de ser el mismo destino, la temporalidad de aplicación de la encuesta pudo haber influido en los resultados obtenidos. En 2017, la encuesta se aplicó en los meses de noviembre, diciembre y parte de enero de 2018 (temporada de invierno); y en 2016, durante mayo, junio y julio (temporada de verano). Con lo anterior se pudo evidenciar que la temporalidad influye en el tipo de turista que visita un destino y que no es lo mismo satisfacer un visitante con edad de 30 años a uno que tenga 55. En consecuencia, es necesario que los prestadores turísticos de los diferentes destinos ajusten su oferta de acuerdo con la edad.

**Tabla 18**  
*Comparativo de perfiles de turistas de cruceros*

	Cabo San Lucas (2017)	Cabo San Lucas (2016)	Galicia, España (2015)	Cartagena, Colombia (2010)	Cozumel, México (2015)	Puerto Vallarta, México (2010)	Bahías de Huatulco, México (2008)
<b>Perfil sociodemográfico</b>							
Sexo	Mujeres (52.5%)	Mujeres (50.2%)	Hombres (50.4%)	Hombres (51.3%)	Hombres (50.2%)	Hombres (50.2%)	Hombres (55%)
Edad	50 – 59 años (36.1%)	30 – 39 años (30.9%)	Mayor de 65 años (40.6%)	Mayor de 56 años (64.4%)	Adulto mayor	31 – 64 años (70%)	61 años (edad promedio)
Situación profesional/laboral	Tiempo completo (61.2%)	Trabajador (67%)	Jubilado (50.9%)	Profesionales (56.57%)	Profesionales (35%)	Profesionales/técnicos (32.5%)	Jubilado (64%)
País de residencia	Estados Unidos (81.9%)	Estados Unidos (88%)	Reino Unido (72.5%)	Estados Unidos (67.6%)	Estados Unidos (95%)	Estados Unidos (84%)	Estado Unidos (cerca del 60%)
Estado de residencia	California (45.97%)	California (42.3%)	California	California	California	California (66%)	California (Mayoría)
<b>Preferencias de viaje</b>							
¿Cuál es el motivo del viaje / visita al destino?	Descanso (57.7%)	Descanso (70%)	Descanso (44.8%)	Itinerario (54.6%)	Itinerario	Itinerario	
¿Con quién viaja?	Familia (41.3%)	Familia (41%)	Pareja (63.1%)	Pareja (77%)	Familia	Familia (71%)	Pareja (74%)
¿En qué línea de crucero viaja?	Carnival (50%)	Carnival (76%)					
¿Cuántos cruceros ha tomado?	1 – 6 (62.95%)			2 – 6 (44%)			
¿Cuánto demora su viaje en crucero?	5 – 8 días (53%)						

*Nota: Elaboración propia de los autores.*



En el caso de Galicia, el 40.6% de los turistas tenían una edad mayor a los 65 años y en Cartagena, el 64.4% eran mayores de 56 años. En Cozumel predominaron los adultos mayores y en Bahías de Huatulco la edad promedio fue 61 años. La edad de los turistas que visitaron estos destinos es similar a la obtenida en Cabo San Lucas durante 2017. En el caso de puerto Vallarta, el 70% los turistas tenían una edad entre 31 – 64 años, un rango de edad parecido al del 30.9 % de los cruceristas de Cabo San Lucas en 2016 que tenían entre 30 -39 años.

Teniendo en cuenta la edad, se espera que mayormente los visitantes sean jubilados, empero los destinos que albergaron a este tipo de turistas fueron Galicia con el 50.9% y Bahías de Huatulco con el 64%. En cambio, los otros destinos fueron visitados por profesionales así: Cartagena 56.57%, Cozumel 35% y Puerto Vallarta 32.5%. En el caso de Cabo San Lucas, en 2017, el 61.2% eran empleados de tiempo completo y en, 2016, el 67% era trabajadores. Los datos de este último destino permiten inferir que el turista aún está insertado en el mercado laboral o es dueño de su propio negocio. La particularidad de cada destino y la forma en cómo se aborda este indicador permite decir que la edad o la situación laboral/profesional de los visitantes no es privativa para tomar un crucero. Aparte de esto, la creciente oferta y demanda de itinerarios cortos, los cuales suelen tener un precio accesible, despiertan en los viajeros el interés de tomar este tipo de vacaciones.

Con referencia al país de procedencia, en todos los destinos de América se tuvo una participación de más del 60% de turistas procedentes de Estados Unidos. Es así como Cozumel (95%), Puerto Vallarta (84%) y Cabo San Lucas 2017 (81.9%) fueron los más visitados por estos. Lo anterior se justifica por la cercanía y los atractivos de los destinos turísticos mexicanos para su país vecino, el cual es uno de los más importantes emisores de turistas de cruceros a nivel mundial. De acuerdo con los datos, los residentes del estado de California tienen una mayor presencia en destinos como Cabo San Lucas, Puerto Vallarta y Huatulco, los cuales están relativamente cerca y ubicados en la costa Pacífica. En el caso de Galicia, el 72.5% de los visitantes provienen de Reino Unido y, al igual que en América, se localizan cerca de la región estudiada. Uno de los hechos destacable es que este tipo de turismo es demandado mayormente por países con economías desarrolladas.

Con respecto a las preferencias o características del viaje, el principal motivo para tomar un crucero fue el descanso, para Galicia en un 44.8% y para Cabo San Lucas un 70 % en 2016 y un 57.7% en 2017. En el caso de Cartagena, el 54.6% de los turistas manifestaron que visitaron el destino porque estaba incluido en el itinerario y en Cozumel los visitantes manifestaron lo mismo. Es importante resaltar la connotación de las preguntas: en una se indaga sobre el motivo de viaje y en otra por la razón de la visita al destino, ya que para efectos del perfil es más importante reconocer por qué se visita el destino que saber por qué toman un crucero. De igual forma, las líneas navieras juegan un papel importante en la visita al destino, al ser incluido y promocionado en los itinerarios, puesto que despiertan el interés de los visitantes por desembarcar en el lugar.

Los turistas de cruceros que visitan los Cabos, Cozumel y Puerto Vallarta prefieren hacerlo en compañía de la familia, sin embargo, los destinos de Galicia, Cartagena y Bahías de Huatulco son visitado mayormente por parejas. Esta dinámica condiciona los bienes y servicios que el visitante puede y quiere adquirir. Es decir, una pareja optará por paquetes para dos personas, mientras que las familias preferirán comprar servicios para el disfrute de todos sus miembros. Por eso, los destinos deben tener una oferta elástica que se ajuste a las necesidades de los visitantes y les provea los bienes y servicios que puedan satisfacer sus gustos, con el fin de incentivar un mayor gasto durante la visita.

En relación con la línea naviera, solo el destino de Cabo San Lucas tiene la información disponible y, en ese sentido, en 2017, el 50% de los visitantes viajaron a través de un crucero de Carnival y, en 2016, el 76% lo hizo a través de esa misma compañía. Lo anterior puede ser un indicador de la disminución de arribos de cruceros por parte de esta compañía o efectos de la misma alteridad de la muestra. Al mismo tiempo, se sabe que el 44% de los visitantes de Cartagena han tomado entre 2 y 6 cruceros, y el 62.95% de los turistas de Cabo San Lucas 2017 han tomado entre 1 y 6 cruceros. En otras palabras, son turistas repitentes que cuentan con experiencia y, por ende, se infiere que son un poco más difíciles de satisfacer. Finalmente, en el caso de Cabo San Lucas, en 2017, el 53% de los cruceristas han tomado un crucero con duración de 5 – 8 días, lo cual está acorde con la tendencia mencionada en párrafos anteriores de viajar con itinerarios cortos y económicos.

### 4.3. Análisis multivariante de clúster del perfil

En este apartado se presenta el perfil del turista de cruceros, el cual fue definido por medio del análisis clúster. Este análisis es un método estadístico multivariante de clasificación de datos y se basa en una serie de técnicas algorítmicas que buscan similitudes entre los individuos o las variables, a fin de agruparlos en conglomerados. A partir de la muestra, se asume que cada individuo tiene una serie de características que, al ser analizadas, permite ubicarlo en grupos homogéneos; y los individuos que hacen parte de un determinado grupo son los más parecidos como sea posible (Pérez, 2004). Para clasificar los datos, se empleó el método de análisis clúster bietápico o en dos fases y según Rubio-Hurtado y Baños (2017) es una herramienta encaminada a descubrir agrupaciones naturales de los datos.

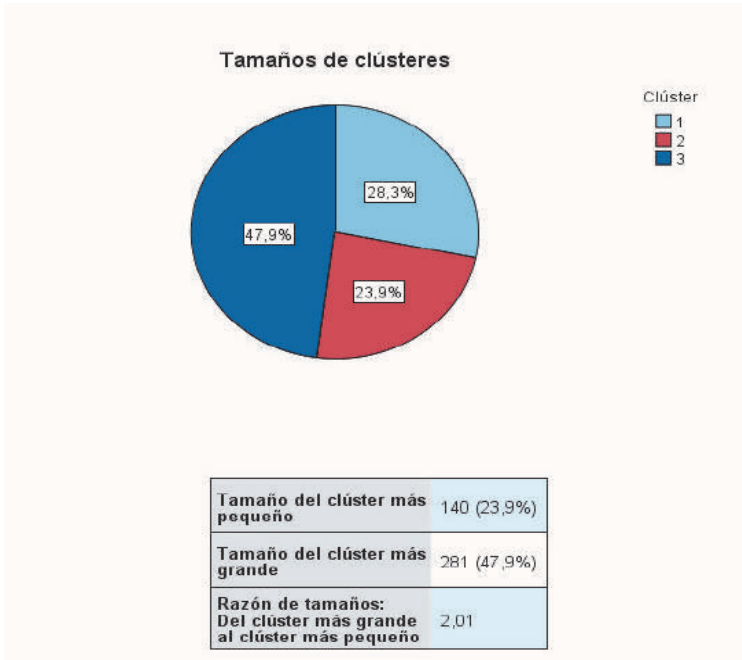
**Tabla 19**  
*Resumen del modelo clúster*

<b>Algoritmo:</b>	<b>Bietápico</b>
<b>Entradas:</b>	10
<b>Clústeres:</b>	3

*Nota: Elaboración propia de los autores.*

En la tabla 19 se resume el modelo de clasificación utilizado: las entradas hacen referencia a las variables, en este caso indicadores, que se usaron para clasificar la muestra y fueron los definidos dentro de la variable de caracterización perfil sociodemográfico (edad, sexo, situación laboral, país de residencia, ciudad de residencia) y preferencias de viaje (motivo de viaje, viaje en compañía, línea de crucero, número de cruceros tomados, duración del crucero) y, partir de ahí, se crearon tres clústeres, los cuales en adelante serán nombrados como perfil del turista. La calidad de los perfiles de acuerdo con la medida de silueta de la cohesión y separación fue de 0.4 en una escala de -1 a 1, es decir, suficiente. En el gráfico 26 se presenta la distribución de los perfiles.

Gráfico 26. Tamaños de los clústeres.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

A través del método de análisis clúster bietápico se crearon tres perfiles y el tamaño de cada grupo o perfil se presenta en el gráfico 26. Las características de los tres perfiles, teniendo en cuenta los cinco indicadores son las siguientes:

- a. Perfil 1: conformado por el 28.3% de la muestra. De este hacen parte las mujeres (62%) con edades entre los 40 – 49 años y cuya situación laboral es de tiempo completo (70%); y los residentes del estado de California (56%) en Estados Unidos (88%) que viajan por motivo de descanso (54.2%), en compañía de la familia (86.1%), a través de Carnival Cruise Line (90.4%) y han tomado entre 7 – 12 cruceros que tienen una duración entre 5 – 8 días.
- b. Perfil 2 o grupo más pequeño: está compuesto por el 23,9% de la muestra. A este pertenecen los hombres (51%) con edades entre 40 – 49 años y cuya situación laboral es de tiempo completo (61,4%); y los residentes del estado de California (45%) en Estados Unidos (93,6%) que viajan por motivo de descanso (64,3%), en compañía de su compañero(a) (72,1%), a través de

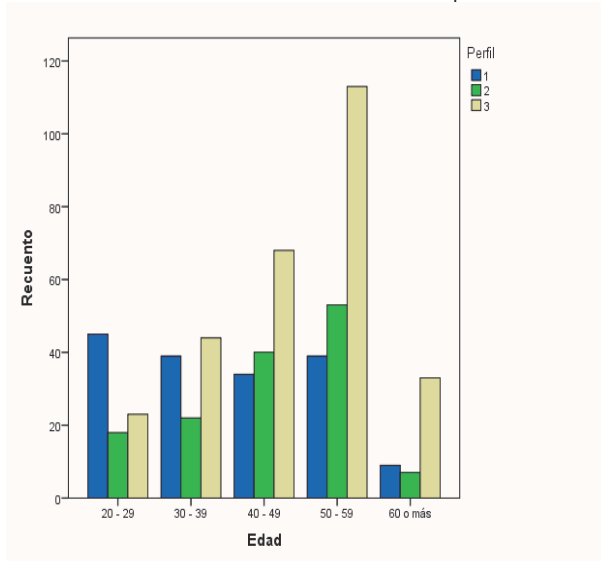
*Carnival Cruise Line* (85%) y han tomado entre 7 – 12 cruceros que tienen una duración entre 5 – 8 días.

- c. Perfil 3 o grupo más grande: lo compone el 47.9% de la muestra. En este se ubican los hombres (50.5%) con edades entre los 40 – 49 años y cuya situación laboral es de tiempo completo (55.2%) ; y los residentes del estado de California (28.5%) en Estados Unidos (72.6%) que viajan por motivo de descanso (54.1%) en compañía de su compañero(a) (45.6%), a través de Princess Cruise Line (57.7%) y han tomado entre 7 – 12 cruceros que tienen una duración entre 9 – 12 días.

Para evidenciar lo anterior, los gráficos siguientes permiten visualizar la relación entre cada uno de los tres perfiles y los indicadores de las variables de caracterización: perfil sociodemográfico y preferencias de viaje.

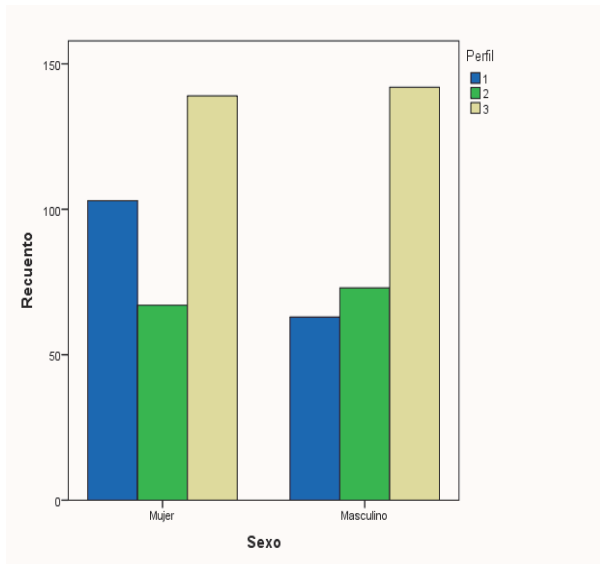
### *Perfil sociodemográfico*

Gráfico 27. Edad con relación a perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

Gráfico 28. Sexo con relación a perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

Con relación al sexo y sin clasificarlo en los perfiles, se tiene que el 52.6% de los turistas son mujeres y el 47.4% restante son hombres. En el gráfico 27, se expone como está conformado cada uno de los tres perfiles definidos dependiendo del sexo de los turistas. Si bien los perfiles 2 y 3 están compuestos por hombres, no quiere decir que en ellos no estén incluidas las mujeres. Incluso se asume que el porcentaje restante son mujeres (47.9% y 49.1%, respectivamente) que hacen parte del perfil, pero el mismo análisis clúster se encarga de elegir la categoría más frecuente a partir de cada tamaño muestral y de los indicadores. En la tabla 20 se muestra la información relacionada con la edad de los turistas.

**Tabla 20**  
*Edad de los turistas*

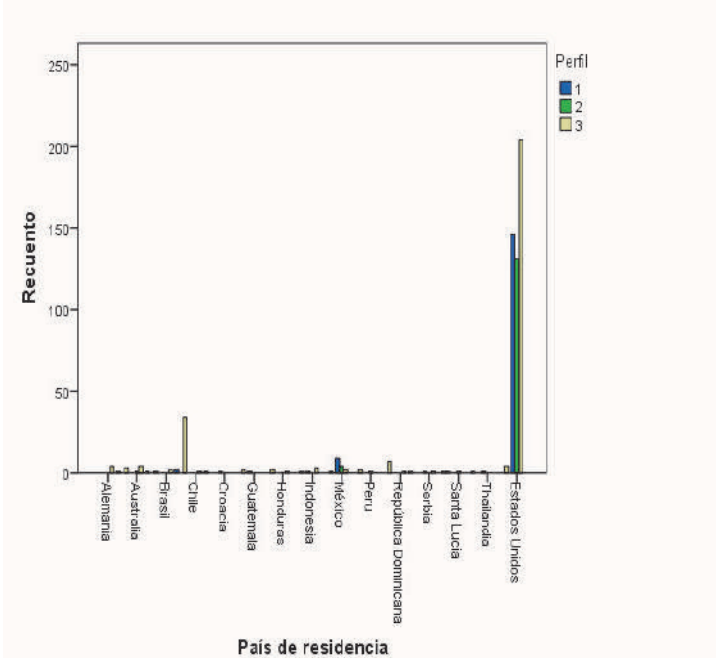
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
20 - 29	86	14.7	14.7
30 - 39	105	17.9	32.5
40 - 49	142	24.2	56.7
50 - 59	205	34.9	91.7
60 o más	49	8.3	100.0
<b>Total</b>	<b>587</b>	<b>100.0</b>	

*Nota: Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

Cerca del 35% de los turistas tienen edades entre 50 – 59 años, por encima por encima del porcentaje de las edades entre 40 – 49 años. Sin embargo, al clasificar las edades en cada uno de los tres perfiles (gráfico 28) se encuentra que la medida de edad en el perfil 1 fue de 2.57 3 la cual corresponde al intervalo 3 que representa las edades entre 40 – 49 años, y así mismo para los perfiles 2 y 3, los cuales tuvieron una media de 3.06 y 3.32, respectivamente.

Respecto a la situación laboral de los turistas, el 61% de ellos son empleados de tiempo completo, y esto se convirtió en la media estadística. El 18.9% son empleados de medio tiempo, el 3.5% son jubilados y el resto (6.6% acumulado) pueden ser amas de casa, estudiantes u otra definición Como se muestra en el gráfico 29, el perfil 1 (70.5%), perfil 2 (61.4%) y perfil 3 (55.2%) están conformados por turistas cuya situación laboral es de tiempo completo. A pesar de lo anterior, también se evidencia que en el perfil 3 se ubican los turistas con una situación laboral de medio tiempo.

Gráfico 29. País de residencia en relación con los perfiles.

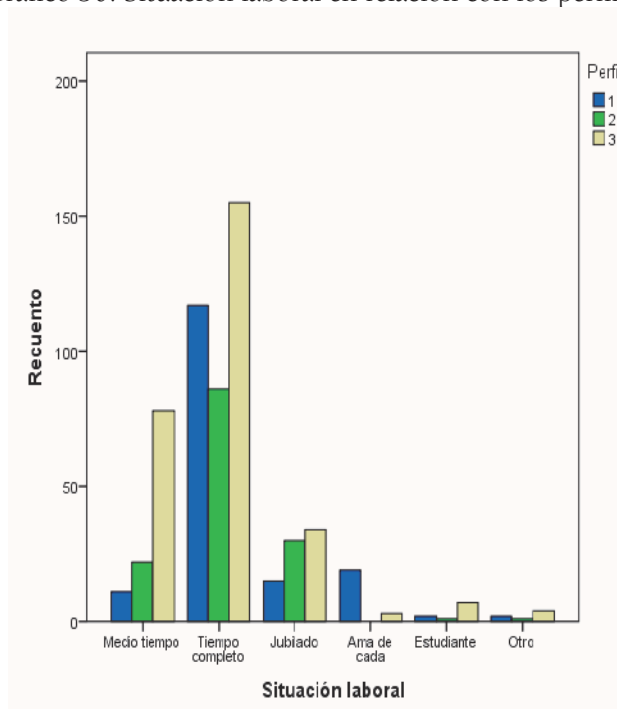


*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

En relación con el país de residencia, de manera general se tiene que, Estados Unidos (81.9%), Canadá (6.1%), México (2.6%) y Reino Unido (1.2%) son los países de residencia de los turistas más representativos. Sin embargo, a través de los cruceros se reciben turistas de 25 países más, entre esos: Alemania, Bélgica, Holanda, Brasil y Nueva Zelanda. El gráfico 30 presenta la relación entre los perfiles y el país de residencia: un 88% los turistas del perfil 1, un 93.6% de los turistas del perfil 2 y un 72.6% de los turistas del perfil 3 residen en Estados Unidos. Sin embargo, es posible identificar otros países de residencia representativos como México para el perfil 1 y Canadá y Reino Unidos para el perfil 3.

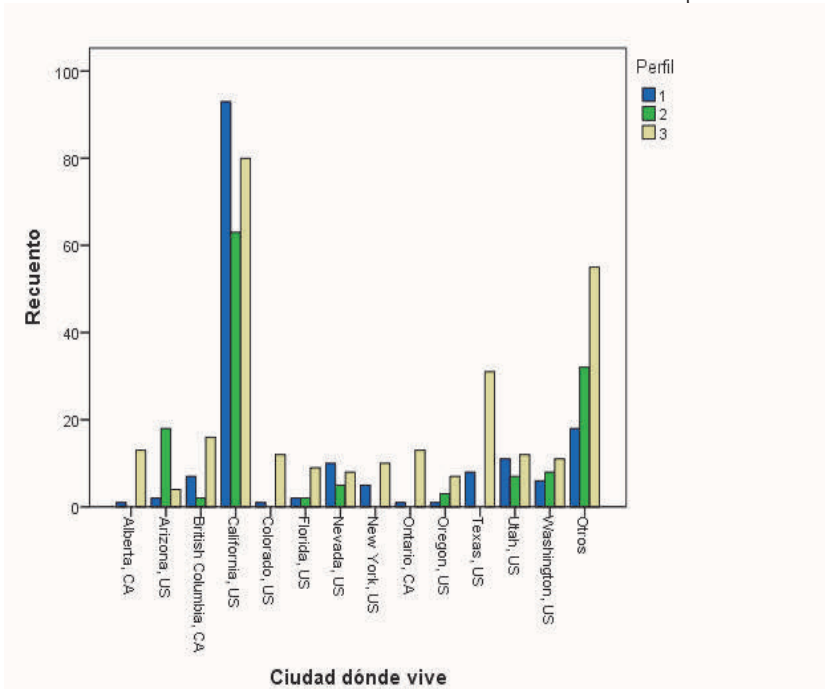


Gráfico 30. Situación laboral en relación con los perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

Gráfico 31. Ciudad de residencia en relación con los perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

California, US<sup>1</sup> (40.2%), Texas, US (6.6%), Utah, US (5.1%), British Columbia, CA<sup>2</sup> (4.3%) y Ontario, CA (2.4%) son algunos de los estados más representativos en donde se localizan las ciudades de residencia de los turistas; aunque el 17.9% de los turistas viven en una de las más de 100 ciudades/estados de todo el mundo como, por ejemplo: Buenos Aires, Paraná, Nova Scotia, Johannesburg, entre otros. Hablando propiamente de los perfiles (gráfico 31) y de acuerdo con el análisis clúster, se tiene que el estado de California es el lugar de residencia de los turistas del perfil 1 en un 56%, turistas del perfil 2 en un 45% y turistas del perfil 3 en un 28.5%. De igual forma, es posible identificar otras ciudades/estados de residencia de los turistas como Nevada, US, para el perfil 1; Arizona, US, para el perfil 2 y Alberta, CA, British Columbia, CA, y Texas, US, para el perfil 3.

1 Sigla de Estados Unidos según Norma ISO 3166-1.

2 Sigla de Canadá según Norma ISO 3166-1.

### *Preferencias de viaje*

La tabla 21 ayuda a comprender las motivaciones de viaje de los turistas sin clasificarlos en los perfiles.

**Tabla 21**  
*Motivos de viaje de los turistas*

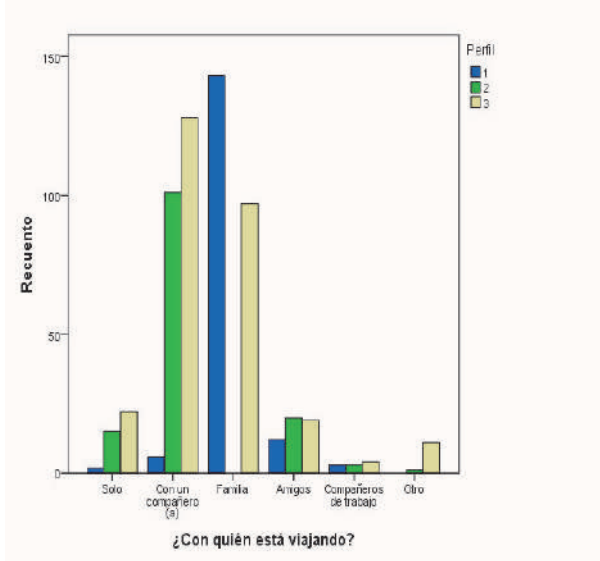
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>Descanso</b>	332	56.6	56.6
<b>Luna de miel</b>	38	6.5	63.0
<b>Visita a familiares/amigos</b>	118	20.1	83.1
<b>Otro</b>	99	16.9	100.0
<b>Total</b>	587	100.0	

*Nota: Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

El motivo promedio de viaje de los turistas es por descanso y cerca del 57% de ellos lo hace por esa razón, seguido de la motivación por visitar a sus familiares/amigos con un 20.1% y un 16.9% porque quiere conocer otros lugares, tomar un crucero o tener una nueva experiencia. En el gráfico 32 se muestra la relación de los motivos de viaje y la clasificación en cada uno de los perfiles. Las personas del perfil 1 viajan por motivo de descanso en un 54.6%; las del perfil 2, en un 64.3% y los turistas del perfil 3, en un 54.1%.

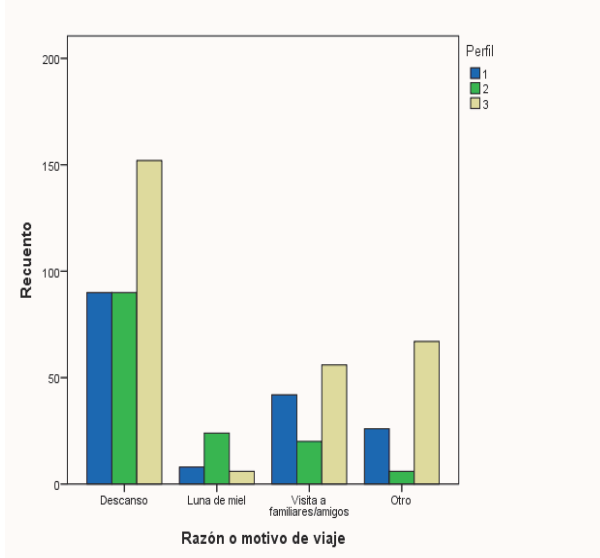
De igual forma, los turistas de los perfiles 1 y 3 pueden viajar motivados por visitar a sus familiares/amigos u otras razones, mientras que un porcentaje de los turistas del perfil 2 viajan motivados por la luna de miel. Teniendo en cuenta lo anterior, se pueden crear/ofertar bienes y servicios que representen una experiencia significativa con el destino, sujeta al tiempo en tierra para los turistas con perfiles 1 y 3. Por su parte, al pensar en los turistas con perfil 2 se puede considerar ofrecer bienes y servicios asociados con la luna de miel o la experiencia de pareja.

Gráfico 32. Viaje en compañía en relación con los perfiles.



Elaboración propia de los autores a través de SPSS.

Gráfico 33. Motivo de viaje en relación con los perfiles.

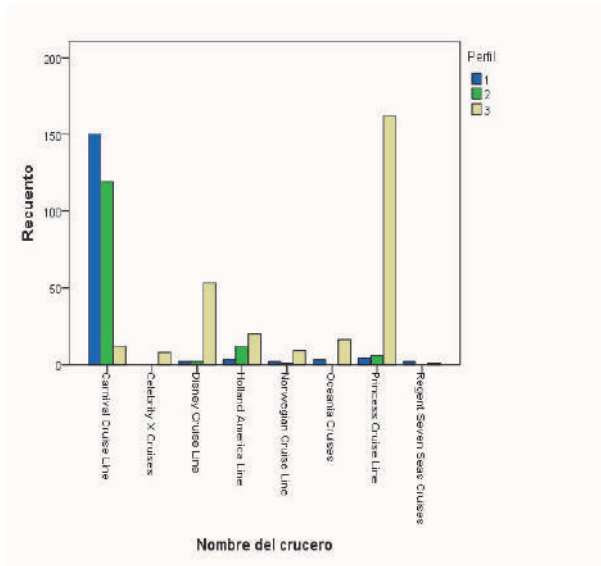


Elaboración propia de los autores a través de SPSS.

Con referencia al indicador ¿con quién está viajando?, el que un 40.9% de los turistas viaje en compañía de su familia y un 40% lo haga con su compañero(a), entendido(a) como pareja, demuestra que los turistas de cruceros que visitan a Cabo San Lucas prefieren viajar en grupos y, por esa razón, es pertinente ofrecer bienes y servicios enfocados a estos dos tipos de turistas. Teniendo en cuenta los perfiles (gráfico 33), los turistas del perfil 1 prefieren viajar en un 86.1% en familia, los del perfil 2 y 3, acompañados de su compañero(a) en un 72.1% y 45.6%, respectivamente. Este indicador deja entrever el tipo de estrategias que se pueden plantear para satisfacer los gustos y las necesidades de los turistas. Por un lado, se tiene a los turistas que viajan en familia y, por el otro, a quienes lo hacen acompañados de su pareja u otra persona, que sin duda son dos tipos de mercados diferentes.

Una de las razones por las cuales un turista decide viajar a través de un crucero es la experiencia de viajar a bordo. Lo anterior da muestra de otro conjunto de características del visitante asociadas con el gasto hecho en viajes, las actividades de diversión, entre otros. De acuerdo con los datos sin clasificar se tiene que, el 47.9% de los turistas viajan a través de la naviera Carnival Cruise Line; mientras que el 29.3% lo hacen por la Princess Cruise Line. El porcentaje restante se distribuye entre Disney Cruise Line, Holland American Line, Oceania Cruises, entre otras. Los perfiles del turista (gráfico 34) evidencian que el 90.4% de las personas del perfil 1 y el 85% de las del perfil 2 usan la misma línea naviera, la Carnival Cruise Line; mientras que los viajeros del perfil 3 utilizan las navieras Princess Cruise Line.

Gráfico 34. Línea naviera en relación con los perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

Con respecto al número de cruceros que ha tomado un turista, esto puede ser un indicador de madurez o apertura a este tipo de turismo. Por ende, un turista que ha tomado más de seis cruceros puede considerarse como un turista maduro, el cual conoce el mercado, disfruta navegar por altamar y es un poco más difícil de satisfacer. La tabla 22 ayuda a comprender la distribución de los datos para el indicador: ¿cuántos cruceros ha tomado?

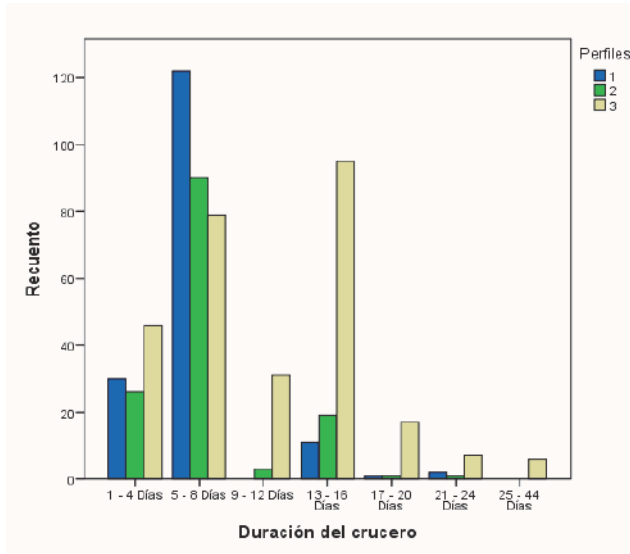
**Tabla 22**  
*Duración del crucero*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>0 Cruceros</b>	50	8.5	8.5
<b>1 - 6 Cruceros</b>	356	60.6	69.2
<b>7 - 12 Cruceros</b>	92	15.7	84.8
<b>13 - 18 Cruceros</b>	33	5.6	90.5
<b>19 - 24 Cruceros</b>	13	2.2	92.7
<b>25 - 30 Cruceros</b>	25	4.3	96.9
<b>31 - 60 Cruceros</b>	18	3.1	100.0
<b>Total</b>	587	100.0	

Nota: Elaboración propia de los autores a través de SPSS.

Según los datos sin clasificar, cerca del 61% de los turistas han tomado entre 1 y 6 cruceros, el 15.7% han tomado entre 7 y 12 cruceros y un 8.5% habían tomado un crucero. Con una media de 2.54 para el perfil 1 y de 2.79 para el perfil 3, en el gráfico 35 se muestra que los turistas han tomado entre 7 – 12 cruceros, mientras que los turistas del perfil 2 han tomado entre 1 – 6 cruceros, con una media de 2.17.

Gráfico 35. Duración del crucero en relación con los perfiles.



*Elaboración propia de los autores a través de SPSS.*

En términos representativos, el 49.6% de la muestra total toma cruceros que tienen una duración entre 5 – 8 días; el 21.3%, entre los 13 – 16 días y el 17.4%, entre 1 – 4 días. En el gráfico 36 se muestra que los turistas agrupados en los perfiles 1 y 2 toman cruceros cuya travesía dura entre 5 – 8 días, mientras que los del perfil 3 suelen viajar en altamar entre 9 – 12 días.

Con el propósito de comprender mejor la composición de cada perfil y establecer comparaciones entre ellos, en la tabla 23 se presentan las características de los perfiles.



**Tabla 23**  
*Comparativo entre los tres perfiles*

	<b>Perfil 1</b>	<b>Perfil 2</b>	<b>Perfil 3</b>
<b>Perfil sociodemográfico</b>			
Sexo	<b>Mujer</b>	<b>Hombre</b>	<b>Hombre</b>
Edad	40 – 49 años	40 – 49 años	40 – 49 años
Situación laboral	Tiempo completo	Tiempo completo	Tiempo completo
País de residencia	Estados Unidos	Estados unidos	Estados unidos
Estado de residencia	California	California	California
<b>Preferencias de viaje</b>			
¿Cuál es el motivo del viaje?	Descanso	Descanso	Descanso
¿Con quién viaja?	En familia	Con un compañero (a)	Con un compañero(a)
¿En qué línea de crucero viaja?	Carnival Cruise Line	Carnival Cruise Line	Princess Cruise Line
¿Cuántos cruceros ha tomado?	7 – 12 cruceros	1 – 6 cruceros	7 – 12 cruceros
¿Cuánto demora su viaje en crucero?	5 – 8 días	5 – 8 días	9 – 12 días

*Nota: Elaboración propia.*

Los tres perfiles tienen en común ciertas características como la edad, la situación laboral, el país y ciudad de residencia y el motivo de viaje; pero también poseen ciertos rasgos que los diferencian: la compañía, la línea naviera, el número de cruceros tomados y la duración de los mismos. Para entender la independencia existente entre los tres perfiles y cada uno de los indicadores, se midió su relación a través de la prueba chi-cuadrado, la cual permite evaluar la relación entre variables de tipo cualitativo (Pérez, 2004).

Todos los indicadores obtuvieron un p-valor menor que el nivel de significancia ( $\alpha$ ) y, por esa razón, se acepta la hipótesis nula de la prueba chi-cuadrado, la cual dice que los datos son independientes uno del otro. Es decir, los indicadores no están asociados a un perfil determinado, sino que son independientes de ellos y, en consecuencia, los perfiles descritos no demarcan perfiles definitivos de los visitantes de Cabo San Lucas, sino

una forma de segmentarlos o agruparlos para entender sus patrones de comportamiento y planear la oferta turística del destino.