

Opción, Año 32, Especial No.13 (2016): 1041-1068
ISSN 1012-1587

Perfil y satisfacción del visitante del destino: Los Cabos, Baja California Sur

***Reyna María Ibáñez Pérez¹, Placido Cruz Chávez² y
Judith Juárez Mancilla³***

*Departamento Académico de Economía
Universidad Autónoma de Baja
California Sur (UABCS), México.*

¹ribanez@uabcs.mx

²pcruz@uabcs.mx

³jjuarez@uabcs.mx

Resumen

Los Cabos, es un municipio de Baja California Sur, México, alberga 73% de la infraestructura de hospedaje y cuenta con 65% de la afluencia de visitantes. En esta investigación se estimó el perfil y nivel de satisfacción del visitante de ese destino turístico. Se aplicó una encuesta estructurada con base a la metodología del Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR). Los resultados arrojaron que, 56% eran residentes internacionales, en promedio permanecieron 5.84 noches, gastaron en promedio entre \$ 10,000 y \$15,000 pesos por persona y evaluaron con una calificación de 9.5 su nivel de satisfacción en el destino.

Palabras claves: Competitividad; satisfacción; cabo; turismo; perfil.

Profile and visitor satisfaction destination: Los Cabos, Baja California Sur

Abstract

Los Cabos, it is a municipality of Baja California Sur, México, shelters 73 % of the infrastructure of accommodations and possesses 65 % of the visitor's abundance. In this investigation estimate the profile and level of satisfaction of the visitor of this tourist destination. There was applied a survey structured with base to the methodology of the Center of Top Studies of Tourism (CESTUR). The results threw that, 56 % was international residents, in average they remained 5.84 nights, \$10,000 and \$15,000 spent in average between weights for person and evaluated with a qualification of 9.5 his level of satisfaction in the destination.

Keywords: Competitiveness; satisfaction; cabo; tourism; profile.

I. INTRODUCCIÓN

La industria turística genera el 30% de las exportaciones del sector servicios, 10% del Producto Interno Bruto (PIB) y 1 de cada 11 de empleos en el mundo (Organización Mundial de Turismo-OMT, 2016), como actividad económica ha logrado superar serias problemáticas y conservar su dinamismo a tal grado, que se estima que para el 2030 el número de turistas en mundo alcanzará 1.8 billones de personas (OMT, 2015).

Por las interrelaciones con que se le asocia, es considerado como un fenómeno cada vez, más complejo y globalizado (Viloria y Briseño, 2005). Ante este panorama, existe un fuerte interés en los temas de competitividad y calidad. Tal como señala Ibáñez (2015), diversos autores se han dado a la tarea de definir el término de *calidad*; por ejemplo: Deming (1989) señala que, es el grado de uniformidad, a bajo costo y útil para el mercado. Por su parte, Juran (1993) plantea que la calidad se asocia a las características de un

producto mismas que, satisfacen las necesidades de los clientes y en consecuencia lo hacen satisfactorio. Por su parte, la Organización Internacional de Normalización, dentro de la Norma ISO 9000:2000 señala que, es la capacidad de un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para satisfacer los requisitos de los clientes y otras partes interesadas (Pola, 1997). En otras investigaciones más que analizar el concepto, se proponen distintos criterios para evaluar la calidad en los servicios, un ejemplo es la propuesta de Parasuraman *et al.*, (1988) donde se consideran cinco dimensiones o elementos: **i.** Tangibles (apariciencia de los elementos físicos), **ii.** Confiabilidad (un desempeño confiable y preciso), **iii.** Actitud positiva (prontitud y espíritu servicial), **iv.** Garantía (competencia, cortesía, credibilidad, seguridad), **v.** empatía (acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión al cliente); cada uno de los aspectos anteriores puede ser evaluado de manera sencilla; ya sea mediante encuestas o entrevistas aplicados al destino que se desee evaluar (Ibáñez, 2011).

En México, los trabajos para estimar la calidad de los servicios turísticos a nivel destino han sido desarrollados por parte del Instituto de Competitividad Turística¹ (ICTUR) durante los años 2009 y 2010, cuyos resultados arrojaron información sobre el nivel de satisfacción de los visitantes que arriban a las principales ciudades turísticas y destinos de playa del país (CESTUR, 2011).

Por otro lado, independientemente del concepto que desea adoptar, la calidad es determinante para elevar la competitividad turística, pues constituye la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad (Crouch y Ritchie, 1999) asimismo, se caracteriza por la aptitud de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000). Autores como Dwyer y Kim (2003) proponen utilizar indicadores para realizar mediciones y comparativos de la competitividad entre distintos destinos turísticos con tal propósito, se han desarrollo

¹ Antes denominado como Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR).

diversas metodologías, la más popular se basa en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (ICVT) que se publica dentro del Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo del Mundo del World Economic Forum (WEF) que, en su primera edición en 2007, incluyó 124 países, en 2008 se incluyeron 130, en 2009 a 133, en 2011 se evaluaron a 139, en 2013 se consideró a 140 y en 2015, evaluó a 141 naciones ese mismo año México se situó en lugar número 30 a nivel mundial (WEF, 2015; 2013; 2011; 2009; 2008) los resultados revelaron también, la necesidad de mejorar la infraestructura turística, reducir la inseguridad, disminuir trámites burocráticos, mejorar la cultura de calidad. Estudios de competitividad por entidad federativa indican que en el año 2010 y 2012 ocuparon primer, segundo y tercer lugar los estados de Quintana Roo, BCS y Distrito Federal, respectivamente (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey-ITESM, 2010; 2012). Retomado el caso de BCS, durante ambos años ocupó el segundo lugar a nivel nacional, en 2012, 60% de las dimensiones evaluadas (infraestructura y profesionalización del sector hotelero, flujo de personas y medios de transportes, servicios complementarios del turismo, seguridad pública, protección al ciudadano, rentabilidad y aspectos económicos y promoción turística) presentaron retrocesos en especial en el rubro de promoción donde quedó relegado al último sitio. En comparación con el año 2010, el tema de recursos y actividades culturales presentó una mejoría, que se reflejó en el ascenso de 17 posiciones. Se mantuvieron en la misma posición los pilares de recursos naturales y cuidado del ambiente, recursos humanos e indicadores educativos, participación y eficiencia gubernamental (Ibáñez, 2015a; ITESM, 2010; 2012).

Ante ese panorama, existe un fuerte interés en relación a la implementación de acciones tendientes a mejorar la calidad y competitividad en el turismo pues, cada vez más se incrementa la competencia entre las naciones y destinos del mundo. Por ello, naciones como México que, poseen un fuerte liderazgo dentro del sector turístico mundial buscan mantener sus ventajas comparativas y acrecentar divisas y fuentes de empleo en especial, en *Los Cabos, BCS* uno de los destinos más importantes del país. Como

consecuencia, se requiere emprender esfuerzos para ofrecer una experiencia placentera y de calidad, acorde con las expectativas y características demandadas por el cliente (Pola, 1997) toda vez, que esto tendrá importantes repercusiones en la competitividad y grado de satisfacción del sector, destinos y empresas involucradas (Nacional Financiera-NF, 2004). Es por esto que resulta indispensable conocer el perfil y nivel de satisfacción del visitante para delinear acciones que mejoren la competitividad, superen las expectativas del cliente y acrecienten la rentabilidad de las empresas (Frometa *et al.*, 2008). Sin embargo, diversos destinos carecen de información oportuna, situación que limita la implementación de estrategias congruentes con las problemáticas y necesidades existentes, y además ocasiona que los impactos generados por el turismo no sean congruentes con los resultados esperados.

Tomando en consideración lo anterior, esta investigación tuvo como propósito, identificar el perfil y grado de satisfacción de los visitantes en el destino turístico de Los Cabos, BCS. A partir de información preliminar, se plantearon cuatro preguntas básicas de investigación: 1) ¿Cuál es, el perfil actual de las personas que visitan Los Cabos, BCS?, 2) ¿Los visitantes, están satisfechos con los servicios turísticos ofertados? 3) Con relación a estudios realizados en años previos, ¿el perfil del visitante y su nivel de satisfacción ha cambiado considerablemente? 4) ¿Qué acciones deben ponerse en marcha para mejorar la competitividad del destino?

La información genera se encuentra organizada en seis segmentos, el primero corresponde a esta breve introducción, donde se describen antecedentes, problemáticas, objetivos, preguntas y organización de la investigación. En el segundo epígrafe, se describe la metodología y técnicas utilizadas. Dentro del tercer segmento, se presenta la caracterización socioeconómica y ambiental de la zona de estudio. Enseguida dentro de los resultados se menciona que el visitante del destino calificó su experiencia como sumamente *satisfactoria*, asignando un nivel de calificación global al destino de Los Cabos de 9.5. Enseguida como parte de la discusión se comparan los resultados obtenidos con estudios realizados previamente por CESTUR, mismos que perfilan a Los

Cabos como uno de los mejores destinos de playa del país. En conclusiones, se enfatiza en las fortalezas y limitantes detectadas y finalmente, se emiten algunas recomendaciones.

II. METODOLOGÍA

Para identificar las características y grado de satisfacción del visitante, se aplicó la metodología de CESTUR que, cuenta con las siguientes características (CESTUR, 2012): 1) Permite delinear un perfil del visitante, 2) Facilita la medición de atributos de satisfacción y de indicadores claves, 3) Se caracteriza por ser de tipo cuantitativa y utiliza como marco muestral a los visitantes (turistas y excursionistas) mayores de 18 años que hayan tenido contacto con los servicios del destino; a los cuales, se les aplica una encuesta en principales puntos de afluencia de manera personal y 4) Emplea un muestreo probabilístico sistemático e incluye variables nominales, de escala, ordinales y de intervalo (Véase, Tabla 1).

Tabla 1. Síntesis de la metodología implementada para la evaluación del perfil y grado de satisfacción del visitante en el destino de Los Cabos, BCS

Técnicas y métodos	Descripción
Cobertura geográfica:	Destino turístico de Los Cabos, BCS.
Público objetivo:	Visitantes (Turistas y Excursionistas) mayores de 18 años de edad que hayan tenido contacto con los servicios del destino (al menos deben haber estado 3 horas en el lugar)
Técnica:	Puntos de afluencia
Método de evaluación:	Personal (cara a cara)
Muestreo:	Muestreo probabilístico sistemático en punto de afluencia con un nivel de confianza del 95%.
Distribución de la muestra:	Cuotas de levantamiento 16 encuestas por semana
Tamaño de la muestra	404 evaluaciones
Periodo de aplicación:	3 y 4 trimestre del 2013 (Julio - Diciembre)

Fuente: Elaboración propia

Para conocer el grado de satisfacción de los visitantes, se aplicó una fórmula para calcular el índice establecido por SECTUR el cual, se construyó con las respuestas a cada uno de los reactivos de satisfacción que podían ser: excelente, bueno, malo y pésimo. La fórmula del Índice de Satisfacción (IS), se integra en una escala de 0 a 10 a partir de las 4 posibles respuestas (excelente, bueno, malo y pésimo) y se expresa:

$$\alpha = [5 + \{0.05 * (\beta - \chi)\} + \{0.025 * (\lambda - \eta)\}] * 10 \quad (1)$$

Donde:

α = Índice de satisfacción

β = % Excelente

χ = % Muy malo

λ = % Bueno

η = % Malo

Mediante la aplicación de este método también se buscó cumplir con los siguientes propósitos: 1) conocer el perfil del visitante, a través de sus variables socio demográficas y de hábitos de viaje, 2) contar con indicadores de competitividad y sobre el grado de satisfacción de los visitantes, 3) generar un indicador de satisfacción global del visitante, 4) identificar fortalezas y áreas de oportunidad del destino, a través de las variables que determinan su grado de satisfacción, 5) evaluar el nivel de recomendación del destino.

Cabe destacar, que los resultados de la aplicación de la metodología antes descrita se presentan de manera general, enfatizando en aspectos que puedan ser de mayor interés para el lector.

III. ZONA DE ESTUDIO

Los Cabos es un municipio que se ubica al sur de BCS, limita al norte con el municipio de La Paz (capital del estado), al sur y al este con el golfo de California y al oeste con el océano Pacífico. Su cabecera municipal, es San José del Cabo y se ubica dentro de los

23° 03' latitud norte y los 109° 42' longitud oeste del meridiano de greenwich (Véase, Figura 1).



Figura 1. Ubicación del municipio de Los Cabos, BCS.
 Fuente: Secretaría de Gobernación (SEGOB, 2013)

Cuenta con una superficie de 3,750.9 kilómetros cuadrados, su localización resulta estratégica ya que al contar con una gran extensión de costas, diversidad marina, variedad de ecosistemas en especial, plantas y animales; entre éstas se encuentran especies endémicas que habitan únicamente en la región. Posee flora y fauna, variada y característica de zonas desérticas. La fauna terrestre, representativa se constituye por diversas especies, tales como: tejón, zorrillo pinto, zorrillo rayado, coyote, zorra gris, puma americano, gato montés, babisuri, venado bura o cola prieta, mapache, conejo, liebre común, murciélago, rata de campo, tuza, rata y ratón común. Entre las aves destacan: codorniz, paloma serrana, paloma de ala blanca, cardenal, chuparrosa, pájaro carpintero, torcaza, golondrina, cuervo, ceniztla, calandria serrana, golondrina palmera. Aves marinas como gaviotas, pelícano gris, tijereta, tildillo, zarapico; y albatros. La fauna marina está conformada por aproximadamente 850 especies entre las cuales, sobresalen: el marlín negro, azul y rayado; pez vela, pez

espada, dorado, atún, cabrilla, jurel, wahoo, pez gallo, pargo. La mayoría de estos son explotados en actividades propias de la pesca deportiva. También, cuenta con potenciales mineros en proporciones limitadas como son los no metálicos, destacando en la región de capuano y mezquite, depósitos de calizas y granitos no cuantificados (SEGOB, 2013).

Por otra parte, el crecimiento en ese municipio ha sido constante y actualmente, es el más poblado de BCS. Datos de 2015, indican que Los Cabos registró 287, 671 habitantes, de los cuales: 147,981 eran hombres y 139, 690 mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI, 2015a).

Las actividades económicas más relevantes son (INEGI, 2015b): comercio, servicios administrativos, industria de la construcción, pesca comercial y deportiva, agricultura, ganadería y especialmente, el turismo (de sol y playa y ecoturismo) juega un rol trascendente en la economía local.

Cabe mencionar, que, como destino turístico guarda una serie de antecedentes relevantes de señalar ya que son parte de su atractivo turístico, en 1730 es fundada la misión de San José del Cabo, XVIII, XIX y mediados del siglo XX, su economía se basaba en actividades primarias. En los años setentas, se inician cambios importantes, en gran medida motivados por su incorporación en el programa de CIP a partir de entonces, se observó un incremento en la afluencia turística que contribuyó a que, durante el periodo de 1970-1990, se consolidará como el segundo sitio receptor de visitantes de BCS. En 1981, el congreso estatal aprueba su integración como cuarto municipio (Hernández, 2012 y SEGOB, 2013). Lo anterior, sumado a las inversiones federales en infraestructura turística han hecho posible que Los Cabos se haya convertido en uno de los lugares más

visitados en BCS y México pues tal como indican datos publicados por SECTUR durante los años 2013 y 2014; se ubicó como el segundo destino, con mayor arribo vía aérea, logrando captar el 12.3% de los visitantes provenientes de Estados Unidos de América (EUA) (SECTUR y Consejo de Promoción Turística de México-CPTM, 2014). Así también, destacó en 2014, como el cuarto puerto marítimo preferido por cruceristas (SECTUR, 2016) principalmente extranjeros, que arriban al destino con la finalidad de disfrutar de: 1) *Playas*, entre las más frecuentadas se encuentran: la playa del amor,² costa azul, solmar, el tule, las viudas, el médano, palmilla y chileno;³ las tres últimas se encuentran certificadas acorde a la NMX-AA-120- SCFI-2006 lo que brinda la garantía de que en las playas cuentan con estándares de calidad ambiental, sanitaria, de seguridad y de servicios para su disfrute (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales-SEMARNAT, 2013). 2) *Actividades ecoturísticas y de aventura en sus cuatro Áreas Naturales Protegidas (ANP's)*: i) Reserva de la Biosfera Sierra La Laguna (REBISLA), ii) Parque Marino Cabo Pulmo, iii) Estero de San José del Cabo y iv) Área de protección de flora y fauna de Los Cabos (APFF) (Briseño y Tiburcio, 2012), 3) *Bares, discotecas y centro de diversión nocturna*, 4) *Pesca deportiva*, 5) *Campos de golf*, 6) *Sofisticada infraestructura hotelera*, que permite el descanso y la realización de eventos familiares (bodas, festejos, reuniones), 7) *Sitios y localidades turísticas*, en particular Cabo San Lucas y San José del Cabo, entre otros (Ibáñez, 2015 by Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas-CONANP, 2016). Tales atributos han convertido a Los Cabos, en el destino turístico más importante de BCS ya

² Donde se encuentra el famoso *Arco de Cabo San Lucas*.

³ Recientemente también, reconocida con la "Blue flag" de excelencia a nivel mundial.

que mantiene la tasa de ocupación y nivel de estadía promedio más alta (véase, Tabla 2).

Tabla 2. Comparativo del desempeño de variables turísticas entre Los Cabos y demás destinos de BCS, 2014

Centro turístico	Llegada de turistas	Turistas noche (Noches)	Ocupación hotelera (Porcentaje)	Estadía promedio (Noches por turista)
Los Cabos	1,313,439	2,120,379	63	4.6
Residentes en el país	338,430	392,680	14	3.6
No residentes en el país	975,009	1,727,698	49	5.0
La Paz	289,487	548,532	47.4	1.9
Residentes en el país	259,974	482,625	41.6	1.9
No residentes en el país	29,513	65,907	5.8	2.2
Loreto	87,181	147,458	23.8	1.7
Residentes en el país	63,130	77,946	12.7	1.2
No residentes en el país	24,051	69,512	11	2.9

Fuente: INEGI, 2015c.

Al mismo tiempo, capta 65% de los visitantes y alberga más de 11,000 cuartos de hotel, lo que representa 73% de la infraestructura hotelera estatal además, 40% de sus hoteles son de cinco estrellas por lo que, 86% de los visitantes registrados en el año 2014 se habían alojado en establecimientos con esa categoría (INEGI, 2015c).

Pese a la relevancia de ese centro turístico, no se cuentan con trabajos recientes sobre las características y expectativas de sus visitantes. Los estudios disponibles fueron realizados por CESTUR (2011) y contienen datos para años 2009 y 2010. Por tanto, la presente investigación genera información oportuna para realizar comparativos con años anteriores y con base en ello, tomar decisiones que contribuyan a mantener y mejorar la competitividad del destino.

IV. RESULTADOS

4.1. PERFIL DEL VISITANTE

i) Género y edad

El 51% de los encuestados eran mujeres y 49% hombres. El rango de edad, con mayor representatividad con 26% del total fue de 34 a 41 años seguido por 26 a 33 años con un 23% y en tercer orden de importancia se ubicaron personas entre los 18 y 25 años (véase figura 2).

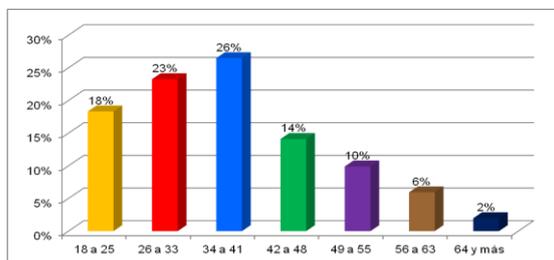


Figura 2. Rango de edad de los visitantes.
Fuente: Elaboración propia

Lo anterior, indica que el destino recibe mayormente jóvenes en contraste, el menor porcentaje (2%) se presenta por personas de 64 años o más.

ii) Origen del visitante

Típicamente Los Cabos, ha sido un destino receptor de turismo extranjero, las encuestas aplicadas confirman tales resultados (véase, Figura 3).

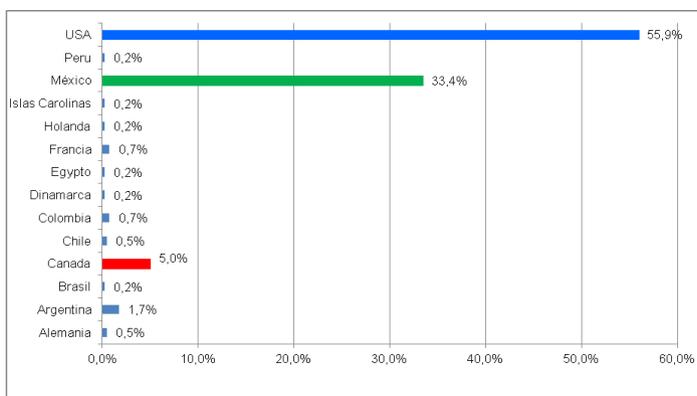


Figura 3. Origen de los visitantes.

Fuente: elaboración propia

Llama la atención que, si bien predomina el turista de origen estadounidense y canadiense, también, arribaron personas de distintas naciones de América Latina, Europa y Asia; asimismo se observa buena participación del turismo nacional.

ii) Composición familiar y visita previa al destino

La mayor parte viaja acompañado, el 35% con su cónyuge, 28% con amigos, 27% con familia, 8% viajó sólo y 2% con compañeros de trabajo. Asimismo, 40% de los entrevistados declararon que había visitado anteriormente Los Cabos. De igual manera, 70% se enteró de la existencia del destino por las referencias de amigos,

14% por internet, 3% mediante revistas, 2% a través de artículos, 1% consulto imágenes y datos en redes sociales, 1% recibió información por televisión y 8% mediante otros medios.

iv) Motivo principal del viaje y razón que derivo la visita de descanso o placer

75% de los visitantes viajaron al sitio con el propósito de descansar, 18% para visitar a sus familiares, 3% con fines de realizar negocios, 3% para disfrutar de su luna de miel, 1% para participar en un congreso y otro 1% para disfrutar de eventos deportivos. 79% de las personas externaron que su viaje de descanso se derivó por el interés de realizar actividades relacionadas con el disfrute del sol y el agua, 8% para disfrutar de la vida nocturna, 5% para conocer más la cultura local, 4% buscaba practicar actividades deportivas y 5% viajó al destino con otros fines.

v) Tipo de hospedaje y medio de transporte

La mayoría de los entrevistados utilizaron establecimientos formales por ejemplo 62% se hospedo en hoteles, 20% se aloja en tiempos compartidos, 2% en casas de huéspedes, 1% en viviendas rentadas, y el resto en casa de familiares y amigos y vivienda propia con una participación de 13 y 1% respectivamente. El medio de transporte que predominó fue el avión (98%), seguido por barco con un 0.70%, 0.50% en autobús, 0.20% se desplazó en auto rentado, 0.20% en auto propio. Los entrevistados contrataron su transportación aérea de la siguiente forma: 61% por internet, 37% mediante agencias de viajes, 1% a través de call center y 1% en el sitio. Los servicios de transporte terrestre desde el aeropuerto se reservaron de la siguiente manera: 31% a través del internet, 26% en el sitio, 15% mediante agencias de viajes, 9% utilizó un call center, el 19% no contrato ningún servicio. Un 54% reservó sus servicios de hospedaje mediante internet, 37% con agencias de viajes, 7% en el sitio y 2% mediante un call center. Finalmente, 62% contrató en el sitio las actividades que realizó, 22% las planificó por internet, 11% se asesoró en agencias de viajes y 5% recurrió a un call center.

4.2. EVALUACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE SATISFACCIÓN

Los atributos representativos, que fueron evaluados fueron seis: 1) Hospitalidad y amabilidad de la gente, 2) Relación calidad-precio de los restaurantes, 3) Relación calidad-precio de Los Cabos como destino turístico, 4) Limpieza de las playas, 5) Diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos presentes en el destino y 6) Limpieza en calles y áreas públicas. Como se aprecia en la Figura 4, todos los rubros obtuvieron una calificación igual o mayor a 9.0.

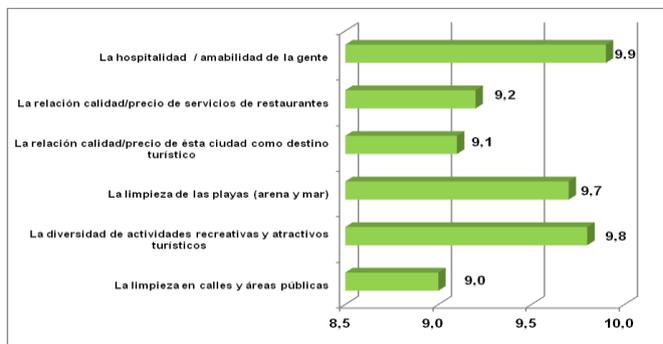


Figura 4. Evaluación de los atributos generales del destino. Fuente: Elaboración propia

El rubro mejor calificado fue, hospitalidad y amabilidad de la gente seguida por diversidad de actividades recreativas y atractivos turísticos presentes en el destino y en tercer orden la limpieza de las playas en contraste el rubro con la evaluación más baja fue la limpieza de las calles y áreas públicas.

4.3. PRINCIPALES INDICADORES CLAVE

i) Índice global de satisfacción

En promedio el nivel de satisfacción alcanzó 9.5 que significa que el visitante está *totalmente satisfecho* con los servicios proporcionados. Los datos de la **Figura 4**, muestran que el 50% de las dimensiones evaluadas se ubicaron por arriba del promedio general.

ii) Nivel de satisfacción y recomendación del destino

79% de los entrevistados respondieron que el nivel de satisfacción del destino era excelente, 20% declaró que era buena, 1% señaló que había sido malo y ninguna persona declaró que, había sido pésima. Con relación a la posibilidad de recomendar el sitio a otras personas: 90% expresó que definitivamente sí recomendaría el destino, 9% probablemente sí y 1% definitivamente no.

iii) Competitividad del destino

Antes de viajar al destino la percepción 92% de los visitantes tenían una opinión positiva de este, 3% negativa y 5% se mantuvo neutral. Después, de permanecer en el sitio, el 98% de los visitantes externo que tiene una opinión positiva del destino, 1% negativa y 1% se mantuvo neutral.

iv) Análisis de la estadía

Los visitantes permanecen en su mayoría de tres a siete noches, tal como se aprecia en la siguiente figura:

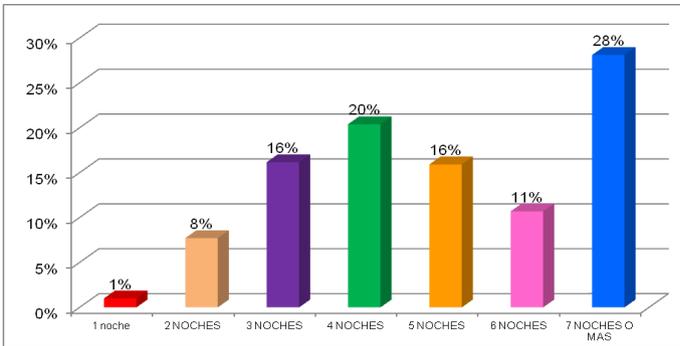


Figura 5. Estadía promedio. Fuente: elaboración propia

Se estimó que, la estadía promedio de los encuestados alcanzó 5.84 noches.

v) *Percepción de la seguridad*

93% de los encuestados señalaron que percibían que el destino era totalmente seguro pues no experimentó algún problema durante su estancia. El 7% externó que durante sus vacaciones experimentó problemas que pusieron en peligro su seguridad o bienestar; además, expresó que en el destino existen demasiados vendedores ambulantes, y las calles y banquetas estaban en mal estado.

vi) *Análisis del gasto*

El gasto por persona durante su viaje (pesos) al destino varía desde más de los \$40,000 pesos hasta \$1,000 pesos, según se aprecia en la Figura 6:

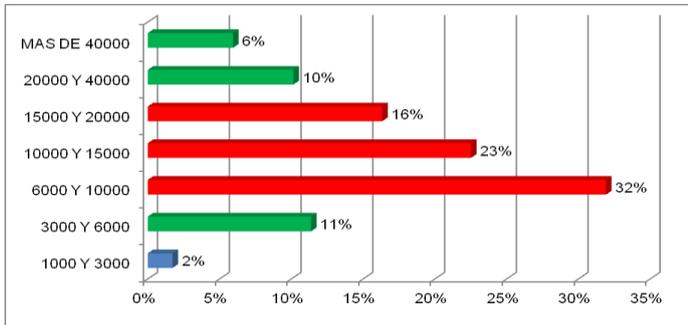


Figura 6. Gasto promedio por visitante.

Fuente: elaboración propia

Como se aprecia, aproximadamente 70% declaró haber gastado entre \$15,000 y 10,000 pesos en promedio.

V. DISCUSIÓN

La investigación realizada arrojó hallazgos interesantes en primera instancia se corroboró que, el destino turístico analizado presenta gran dinamismo pues recibe actualmente, más de 1.5 millones de visitantes los cuales, son mayormente estadounidenses también, recibe personas de otras naciones, escenario que resulta favorable pues, le ha permitido reducir paulatinamente su dependencia de EUA. La mayor parte de los visitantes viajan acompañados, con fines de descanso, con la intención de realizar primordialmente actividades relacionadas con el disfrute de sol y agua, 62% se hospeda en hoteles en su mayoría de cinco estrellas, 98% viajan en avión gracias a la existencia de excelente condiciones de conectividad aérea especialmente, con países de América del Norte lo anterior, sumado a la variedad de atractivos y actividades presentes en el destino, favorece a que, los turistas mantengan una estadía promedio 5.84 noches situación y contribuye a que, 70% haya declarado haber gastado entre \$15,000 y \$10,000 pesos en promedio. Asimismo, se encontró como fortaleza que, 93% de los entrevistados no presentaron problemas de inseguridad. Aunque, se detectaron algunas oportunidades de

mejora, el nivel de satisfacción general del destino para el trimestre tres y cuatro de 2013, fue totalmente satisfactoria.

Al comparar los resultados con estudios realizados por CESTUR en el año 2010,⁴ se observan los siguientes cambios en el perfil y nivel de satisfacción del destino:

Tabla 3. Síntesis del desempeño de variables representativas asociadas al perfil y nivel de satisfacción del visitante en el destino Los Cabos, 2010 y 2013

Variable/Horizonte temporal	2013* (3er y 4to trimestre)	2010**
1. Rango de edad del visitante	<ul style="list-style-type: none"> • 18-41 años, 67%. • 42-63 años, 30% • Más de 63 años, 3% 	<ul style="list-style-type: none"> • 18-55 años, 75%. • 56 o más, 25%.
2. Nacionalidad del visitante	<ul style="list-style-type: none"> • Extranjeros: 67.2% (Estadounidenses: 56% y Otros países extranjeros: 10.6%) • Mexicanos: 33.4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Extranjeros: 82% de los cuales: 71% son de EUA, 21% de Canadá, 8% otros. • Nacionales: 18%, de los cuales: 39% son de D.F., 17% de Jalisco, 9% de Sinaloa, 6% de Hidalgo y 29% de otros estados.
3. Composición del viaje	<ul style="list-style-type: none"> • 92% viaja acompañado. • 8% viaja solo. 	<ul style="list-style-type: none"> • 93% viaja acompañado. • 7% viaja solo.
4. Motivo del viaje	<ul style="list-style-type: none"> • 75% descanso • 25% visita a familiares, negocios, luna de miel, congresos y eventos deportivos 	<ul style="list-style-type: none"> • 86% descanso • 14% visita a familiares, negocios y otros.
5. Estadía promedio	<ul style="list-style-type: none"> • 5.84 noches en promedio por visitante. 	<ul style="list-style-type: none"> • 7.90 noches en promedio por visitante
6. Nivel de satisfacción general	<ul style="list-style-type: none"> • 9.5 considerada como totalmente satisfactoria. • 99% externaron que su experiencia fue de excelente a buena. 	<ul style="list-style-type: none"> • 9.1 considerada como totalmente satisfactoria. • 95% manifestaron que, su experiencia había sido de excelente a buena.
7. Recomendación	<ul style="list-style-type: none"> • 90% definitiva mente recomendaría el destino • 9% posiblemente recomendaría el destino • 93% expresó que, no había experimentado algún problema de inseguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • 87% definitiva mente recomendaría el destino. • 13% posiblemente recomendaría el destino. • 98% expresó que, no había experimentado algún problema de inseguridad.
8. Percepción de la seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • 93% expresó que, no había experimentado algún problema de inseguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • 98% expresó que, no había experimentado algún problema de inseguridad.

Fuente: *Elaboración propia y **CESTUR, 2011.

⁴ No se consideró el año 2009 puesto que, los resultados presentados por CESTUR son generales y no muestran información detallada para cada una de las variables señaladas en la Tabla 3.

Como se aprecia, en ambos periodos el mayor rango de edad de los visitantes típicamente se ubica entre personas mayores y adultos jóvenes. Así también, predominan los visitantes extranjeros sin embargo, en 2013 el turismo nacional gana participación.

La composición del viaje permanece casi sin cambios pues como se observa en la tabla anterior, la mayoría de los turistas acuden al destino en compañía de otras personas ya sean familiares, amigos o su cónyuge. Con relación al motivo del viaje, en 2010 y 2013 se corroboró que los visitantes buscan el descanso sin embargo, en 2013, se identificaron mayores determinantes y motivaciones para trasladarse al destino por ejemplo participación en congresos, luna de miel y eventos deportivos.

Con relación a la estadía promedio sufre una reducción ya que, pasa de 7.90 en 2010 a 5.84 en 2013 sin embargo, ambas cifras se encuentran muy por arriba del promedio estimado por INEGI para el municipio de Los Cabos que, lo ubicó en 4.6 noches por visitante en 2010 y 2013 (INEGI, 2011; 2014). En ambos periodos, la calificación general del nivel de satisfacción y la recomendación del destino fue totalmente satisfactoria no obstante, resultaron ligeramente mayores en 2013 de lo contrario, la percepción de seguridad disminuyó.

Por otra parte, si bien, existen variables básicas para conocer el perfil y preferencias del visitante tal es el caso del gasto promedio, variable que fue imposible comparar con el estudio realizado por CESTUR en 2010 ya que, no fue estimada pues únicamente, se contempló la variable ingreso. De igual manera, tampoco se indagó con respecto a los medios de reserva. Con respecto a otros destinos turísticos locales, Los Cabos muestra resultados más favorables ya que, en estudios realizados por Juárez *et al.*, (2015) donde se empleó la metodología de CESTUR, en la ciudad de La Paz y

cuyos resultados arrojaron que, durante el cuarto trimestre de 2012, presentó una calificación global de 8.8.

En lo que, corresponde al desempeño general observado en los años 2011 y 2010, con respecto a otros destinos de playa del país de encontró que:

Tabla 4. Comparativo del desempeño del nivel de satisfacción del visitante en destinos de playa de México, 2010 y 2009

Nombre de la ciudad	Nacional		Extranjero	
	2009	2010	2009	2010
Acapulco	7.90	8.20	8.30	8.50
Cancún	8.90	8.30	9.10	8.70
Cozumel	8.60	8.70	9.00	9.00
Huatulco	8.60	8.70	9.20	9.40
Ixtapa	8.00	8.40	9.40	8.20
Los Cabos	9.00	9.10	9.20	9.10
Mazatlán	8.60	7.90	9.00	8.10
Nuevo Vallarta	8.20	8.20	9.00	8.40
Puerto Vallarta	8.50	8.50	9.20	8.90
Riviera Maya	8.60	9.00	9.00	8.70
0				
1				
2				
Tampico	7.50	ND	9.20	ND
Veracruz	8.10	8.00	8.30	7.50
Promedio en destinos de playa	8.38	8.45	8.99	8.59

ND= no disponible./ Fuente: CESTUR, 2011.

En el año 2009, Los Cabos fue valorado por turistas nacionales con el nivel más de satisfacción y el segundo lugar según turistas extranjeros. En 2010, mejoró su calificación y siguió como el mejor destino según residentes nacionales. Asimismo fue evaluado por visitantes extranjeros como el segundo mejor destino de la república mexicana (véase, **Tabla 4**). En síntesis, los resultados correspondientes a los trimestres 3 y 4 de 2013, superaron las evaluaciones de los años 2010 y 2009, pues alcanzó 9.5 puntos y se aprecia una evolución

favorable. Sin embargo, no se cuenta con datos del resto de los destinos para poder realizar su comparativo.

Con relación a las limitantes de la investigación aquí presentada, los resultados preliminares corresponden únicamente a dos cuatrimestres, donde no desagrega el nivel de satisfacción de nacionales y extranjeros, ni la repetición de visita al destino y la evaluación de experiencias anteriores aspectos que, constituyen puntos de mejora en futuras investigaciones.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El destino de playa analizado se caracteriza por ser receptor de visitantes principalmente extranjeros cuyo origen y motivaciones empiezan a diversificarse. Al mismo tiempo, posee fortalezas (seguridad, la presencia de atractivos naturales y excelente conectividad aérea) que en su conjunto han contribuido a un incremento de la afluencia y oferta turística y del nivel de satisfacción, toda vez que sus visitantes califican su experiencia como *totalmente satisfactoria*.

Si bien, Los Cabos se perfila como uno de los destinos mejor evaluados por visitantes nacionales y extranjeros al igual que otros destinos turísticos afronta debilidades y amenazas que deben ser tomadas en cuenta; por mencionar algunas: 1) Altos costos de productos y servicios turísticos, 2) Oferta hotelera en su mayoría orientada a visitantes de altos ingresos, 3) Discriminación perceptible del turista de origen nacional, 4) Carencia de sistemas óptimos para el tratamiento de desechos hoteleros y basura, 5) Alta dependencia de la inversión extranjera, 6) Vulnerabilidad ante la presencia de eventos naturales, 7) Presencia notable de comercio informal, principalmente ambulante, 8) Calles en malas condiciones, 9)

Pocos centros de información en lugares estratégicos como aeropuerto y centrales camioneras, 10) Desplazamiento de la mano de obra local, 11) Posibilidad de que una nueva recesión mundial afecte directamente la inversión, la generación de empleos y el flujo de turistas, 12) Alta probabilidad de la presencia de huracanes de alta intensidad entre otras.

En este sentido, se considera pertinente implementar las siguientes estrategias para mejorar nivel de satisfacción y la competitividad del destino: 1) Promocionarlo a nivel internacional como un lugar tranquilo, seguro para las familias, que no solo oferta diversión nocturna sino también actividades vinculadas al contacto con la naturaleza, 2) Mantener los recursos culturales y la relación calidad precio, 3) Ofertar mayor variedad de establecimientos de hospedaje, 4) Instalar centros de información y atención para visitantes nacionales y extranjeros, 5) Mejorar la relación precio y calidad de los transportes privados y públicos, 6) Regular el comercio informal, 7) Implementar programas de cultura turística a la población en general y prestadores de servicios enfatizando en la importancia del turismo nacional y extranjero, 8) Promover acciones coordinadas entre el sector público y privado orientada a mejorar el estado y limpieza de las calles, 9) Establecer vías de comunicación estrechas entre instituciones educativas y la iniciativa privada a fin de capacitar a la fuerza de trabajo local en tareas que el mercado del trabajo demanda, 10) Es indispensable, que tanto empresas como instituciones públicas redoblen esfuerzos en materia de prevención de desastres y atención a visitantes previo y posteriormente a la presencia de contingencias, 11) Establecer canales de comunicación eficientes para dar a conocer y analizar la evolución del perfil y nivel de satisfacción del visitante.

Finalmente, se recomienda que en investigaciones posteriores se desagreguen los resultados en un segmento relativo a visitantes nacionales y otro vinculado a extranjeros del mismo modo, debe indagarse en la repetición de visita al destino y la evaluación de experiencias anteriores dado que, tales aspectos contribuirán a generar información para conocer más a detalle el perfil y nivel de satisfacción de los visitantes. De igual manera, para identificar cambios en variables representativa es indispensable que este tipo de estudios se realice de manera constante; de ser así, los resultados permitirán de manera oportuna acciones de preventivas y correctivas tendientes a la mejora.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo es el producto del esfuerzo de gran número de personas, entre ellas estudiantes e investigadores de la Universidad Autónoma de Baja California Sur (BCS) que participaron en el proyecto de investigación *Agendas de Competitividad Turística*, financiado por la Secretaría de Turismo (SECTUR), bajo la coordinación del Dr. Placido Cruz y la colaboración de las doctoras Reyna Ibáñez y Judith Juárez y demás integrantes del Cuerpo Académico en Políticas Públicas y Desarrollo Económico (en formación).

REFERENCIAS DOCUMENTALES

- BRISEÑO-DUEÑAS, Raquel y Tiburcio-Pintos, Graciela. 2012. "El Turismo como estrategia para la conservación de tortugas marinas en Áreas Protegidas de Los Cabos, BCS". En Ibáñez (Coord.). *Turismo y Educación Ambiental en Áreas Naturales Protegidas De Baja California Sur*. UABCS y AMIT. Buenos Aires, Argentina.

- Centro de Estudios Superiores de Turismo. 2012. **Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista**. Disponible en: http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf. Consultado el 28.10.2016.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo. 2011. **Perfil y grado de satisfacción del turista, reporte global**. Disponible en: <http://www.ictur.sectur.gob.mx>. Consultado el 28.10.2016.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (2016). **Áreas Naturales Protegidas**. Disponible en: <http://www.conanp.gob.mx/regionales/>. Consultado el 28.10.2016.
- CROUCH, Geoffrey y RITCHIE, Brent. 1999. "Tourism, competitiveness and societal prosperity"; **Journal of Business Research**; 44: 137-152; Editor: Naveen Donthu, Estados Unidos de America.
- DEMING-WILLIAM, Edwards. 1989. **Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis**. Díaz de Santos. Madrid, España.
- DWYER, Larry y KIM, Chulwon. 2003. "Destination competitiveness: a models and determinants". **Current issues in tourism**; 6, (5): 369-414; STS Science Centre, Reino Unido.
- FROMETA-VÁZQUEZ, Gioivys; ZAYAS-RAMOS, Ana y PÉREZ-MARTÍNEZ, Armenio. 2008. "La gestión de la calidad en los servicios". **Contribuciones a las Ciencias Sociales**; Universidad de Málaga, España.
- HASSAN, Salah. 2000. "Determinants of Market Competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". **Journal of Travel Research**, 38(3):239-245; SAGE Publishing, Londres.
- HERNÁNDEZ- TREJO, Víctor, 2012. "Evolución de la Actividad Turística en Baja California Sur 1960–2007". En IBÁÑEZ-PÉREZ, Reyna (Eds.), **Turismo y educación ambiental en áreas naturales protegidas de Baja California Sur**; pp. 5-17. Universidad Autónoma de Baja California Sur, Elaleph y Academia Mexicana de Investigación Turística. México.
- IBÁÑEZ-PÉREZ, Reyna. 2015a. "Competitividad turística en Baja California Sur. Retos y oportunidades". En GÁMEZ-

- VÁZQUEZ, Alba; PALAFOX-MUÑOZ, Alejandro y GUTIÉRREZ, Mayra (Eds.). **La construcción del espacio turístico: procesos, actores e impactos**; pp. 17-35. Instituto Sudcaliforniano de Cultura; Academia Mexicana de Investigación turística y Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.
- IBÁÑEZ-PÉREZ, Reyna. 2015b. “Características y problemáticas socio-ambiental del desarrollo turístico en San José del Cabo, BCS”, en BARRAGAN-LOPEZ, Jorge y MALDONADO-ALCUDIA, Minerva (Eds.): **El turismo y el desarrollo comunitario, investigaciones y propuestas**; pp. 145-199. Universidad de Querétaro. México.
- IBÁÑEZ-PÉREZ, Reyna. 2011. “Calidad y Competitividad de los Servicios Turísticos México”. **Cuadernos de Turismo**; 28: 121-143; Universidad de Murcia, España.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2015a. **Encuesta interesal: Población por sexo y municipio.; Baja California Sur.** Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est>. Consultado el 24.10-2016.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2015b. **Encuesta interesal: Estimadores de la población ocupada y su distribución porcentual según división ocupacional.** Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est>. Consultado el 24.10-2016.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2015c. **Anuario estadístico de Baja California Sur, 2015.** INEGI. Aguascalientes, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2014. **Anuario estadístico de Baja California Sur, 2014.** INEGI. Aguascalientes, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2011. **Anuario estadístico de Baja California Sur, 2011.** INEGI. Aguascalientes, México.
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. 2010. **Índice de competitividad turística de los estados mexicanos**

- (ICTEM). Disponible en: <http://icitem2010.com/>. Consultado el 24.10-2016.
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. 2012. **Índice de competitividad turística de los estados mexicanos (ICTEM)**. Disponible en: <http://icitem2012.com/>. Consultado el 24.10-2016.
- JUÁREZ-MANCILLA, Judith; IBÁÑEZ-PÉREZ, Reyna; CRUZ-CHÁVEZ, Placido; URCIAGA-GARCÍA, José y CRUZ-CHÁVEZ, Gustavo. 2015. “Competitividad en el destino turístico de La Paz”. En ARNAIS, Stella y JUÁREZ-MANCILLA, Judith. (Eds.). **Desarrollo, Crisis y Turismo**; pp.46-65. Universidad de Guadalajara. México.
- JURAN, *Joseph*. 1993. “Made in USA: A renaissance in quality”. *Harvard Business Review*; 71, (4):43. Universidad de Harvard, Estados Unidos de América.
- Nacional Financiera. 2004. **Fundamentos de negocio, producción: elementos clave para competir (Calidad y productividad): Administración de la calidad**. NAFIN. México.
- Organización Mundial de Turismo. 2016. **Why tourism? Tourism – an economic and social phenomenon**. Disponible en: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>. Consultado el 24.10-2016.
- Organización Mundial de Turismo. 2015. **Panorama OMT del turismo internacional: Edición 2015**. OMT. Madrid, España.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, Valarie y BERRY, Leonard.1988. “Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”; **Journal of Retailing**. 64, (1):1-29; Elsevier B.V, [Ámsterdam](#).
- POLA-MASEDA, Ángel. 1997. **ISO 9000 y la base documental**. ODE. Barcelona, España.
- Secretaría de Gobernación. 2013. **Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México: Estado de Baja California Sur, Municipio de Los Cabos**. Disponible en: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_bajasur. Consultado el 24.10-2016.

- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2013. **Conoce las playas certificadas.** Disponible en: <http://www.semarnat.gob.mx/playas/certificacion/Paginas/Conocelasplayascertificadas.aspx>. Consultado el 24.10-2016.
- Secretaría de Turismo. 2016. **Tercer Informe de Labores, 2014-2015.** Disponible en: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/3er_Informe de Labores Sector.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/3er_Informe_de_Labores_Sector.pdf). Consultado el 24.10-2016.
- Secretaría de Turismo y Consejo de Promoción Turística de México. 2014. **Monitoreo de mercados y destinos. Reporte anual, 2014.** Disponible en: <http://www.siiimt.com/>. Consultado el 24.10-2016.
- VILORIA, Ninoska y BRICEÑO, Magally. 2005. “Elementos teóricos de los componentes intangibles del turismo y su relación con la cultura de la calidad”. **Universitas 2000**; 29, (3-4): 55-71; Fondo Editorial para el Desarrollo de la Educación Superior, Venezuela.
- World Economic Forum. 2015. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.** WEF. Geneva, Switzerland.
- World Economic Forum. 2013. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.** WEF. Geneva, Switzerland.
- World Economic Forum. 2011. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011.** WEF. Geneva, Switzerland.
- World Economic Forum. 2009. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011.** WEF. Geneva, Switzerland.
- World Economic Forum. 2008. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008.** WEF. Geneva, Switzerland.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 32, Especial N° 13, 2016

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve