

Acapulco: grado de satisfacción del turista durante la semana de pascua 2014

AGATÓN-LORENZO, Darbelio*† y CRUZ-VICENTE, Miguel Angel

Unidad Académica de Turismo - UAGro. Av. Ruiz Cortines s/n, Col Progreso, C.P. 39610. Acapulco, Guerrero. México.

Recibido Junio 4, 2014; Aceptado Octubre 13, 2014

Resumen

Acapulco es un destino turístico de playa, es un producto que permite mantener una población activa debido a que aporta el 60 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB) turístico en el Estado, de la población económicamente activa que asciende a 297 mil 612 personas, el 67 por ciento se dedica al sector servicios, de las cuales 44 mil personas están empleadas directamente en servicios de restaurantes y de alojamiento, el 79 por ciento está ligada a actividades complementarias como lo son: el comercio, transporte, comunicaciones, servicios profesionales, gobierno y servicios diversos.

Satisfacción, turista, pascua.**Abstract**

Acapulco is a beach resort, is a product that maintains an active population because it contributes 60 percent to the Gross Domestic Product (GDP) tourism in the State of the economically active population amounts to 297 000 612, 67 percent is dedicated to the service sector, of which 44,000 people are directly employed in restaurant services and housing, 79 percent is linked to complementary activities such as: trade, transportation, communications, professional services, government and various services.

Satisfaction, tourist, Easter.

Citación: AGATÓN-LORENZO, Darbelio y CRUZ-VICENTE, Miguel Angel. Acapulco: grado de satisfacción del turista durante la semana de pascua 2014. Foro de Estudios sobre Guerrero. Mayo 2013 Abril 2014, 1-1: 184-190

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: darbelio24@hotmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

A través del tiempo han existido controversias entre los estudiosos del turismo en Acapulco, algunos señalan que en el periodo vacacional de semana santa (el cual abarca dos semanas: la mayor y de pascua), llegan turistas, en la primera parte, de ingresos no tan altos (sin especificar cantidad), en comparación con la segunda; aunque no presentan evidencias (estudios o investigaciones) teóricas y/o empíricas. Los señalamientos que realizan son deducciones y justificaciones personales. Con la presente investigación se despejan las dudas sobre el tipo de turismo que vacaciona en Acapulco en la semana de pascua.

El estudio sobre el grado de satisfacción del turista durante la temporada de semana de pascua 2014, permitirá identificar su perfil sociodemográfico. Así como las fortalezas y debilidades de los servicios turísticos que se ofrecen, con la finalidad de realizar una planeación que permita diversificar y consolidar la oferta de servicios, para la satisfacción plena del visitante en este destino, así como estimar el gasto que realizaron.

Objetivo general

Medir el grado de satisfacción de los turistas que obtienen de los servicios públicos y privados, que les son ofrecidos durante su estancia en la Ciudad y Puerto de Acapulco, así como su perfil sociodemográfico, además del gasto realizado durante la semana de pascua.

Objetivos específicos

- Medir la satisfacción de los servicios prestados a los visitantes durante su estancia.
- Medir la satisfacción del visitante en los servicios de hospedaje.
- Medir la satisfacción del visitante en los servicios de restaurantes.

- Medir la satisfacción del visitante en los servicios de transporte.
- Cuantificar el gasto promedio de los visitantes

Metodología: elección de la muestra

La asignación de la muestra se hará tomando como referencia la afluencia turística promedio en temporada similar, considerando el periodo 2008-2013, que en este caso es de 460,664 turistas, aunque de estos se ha estimado que aproximadamente el 58% se hospeda en hotel. La estimación de la afluencia turística por zona se hará a partir de los porcentajes promedio de cuartos ocupados por zona. Estos porcentajes se han obtenido después de la estimación del total de cuartos ocupados, en base al porcentaje de ocupación en la zona y el número de cuartos disponibles por zona, es decir, el tamaño de la zona de estudio número de cuartos es 17,894, de los cuales la zona 1= Diamante concentra 3,298, la zona 2 = Dorada 9,496 y la zona 3 = Tradicional 5,100; que en proporciones representan el 18.43, 53.07 y 28.50%, respectivamente.

Se fija un tamaño de muestra $n=474$, toda vez que aunque usaremos la teoría del muestreo estratificado, la selección aleatoria mediante un marco de muestreo no es posible, dado que no se cuenta con un listado de turistas que posibilite la selección mediante ese esquema. Dadas las características de la encuesta, los diseños probabilísticos clásicos resultan no factibles en su aplicación en esta fase del muestreo, por lo que el esquema de selección por salto sistemático es el mejor indicado, de tal forma que se obtenga una muestra lo más representativa de la población objeto de estudio y que se minimice la subjetividad en la selección de las unidades muestrales. Es decir, aplicaremos los principios metodológicos de la teoría de las encuestas por muestreo y respetaremos la posibilidad de la selección aleatoria en cualquiera de las etapas.

Por lo anterior, el tamaño de la muestra estratificada, con asignación proporcional al tamaño del estrato será

$$n_i = n \frac{N_i}{N}$$

Zona	Estimación de turistas	Proporción	Tamaño de muestra
1	N ₁ =3,298k	W ₁ =0.1843	n ₁ = 474(0.1843) = 87
2	N ₂ =9,496k	W ₂ =0.5307	n ₂ = 474(0.5306) = 252
3	N ₃ =5,100k	W ₃ =0.2850	n ₃ = 474(0.2850) = 135
Totales	N=17,894k	1	n = 474

De acuerdo con lo anterior, seleccionaremos una muestra sistemática de tamaño 474, que para muestreo aleatorio simple tendría un límite para el error de estimación de $\pm 4.5\%$ con una confianza del 95%. Ante la imposibilidad de un diseño aleatorio simple y toda vez que se cuenta con estimaciones de afluencia turística histórica por zona turística, haremos una estimación por áreas, es decir, consideraremos tres zonas, zona diamante, zona dorada y zona tradicional (incluye pie de la cuesta), distribuyendo los cuestionarios mediante afijación proporcional, como en el caso de muestreo estratificado, obteniendo las estimaciones directas según lo establecido en la teoría clásica de muestreo.

Ventana metodológica

Tipo de entrevista	Entrevista directa, cara a cara con el turista en la zona correspondiente.
Selección de la muestra	Se seleccionó una muestra en el área de estudio, con salto sistemático de tamaño diez, es decir, se entrevistó a un visitante por cada diez contados. Se aplicó en las tres Zonas Turísticas: Diamante, Dorada y Tradicional.
Población objetivo	Hombres y mujeres adultos, que de acuerdo con la OMT clasifiquen como turistas, jefe (a) de familia o persona responsable de los gastos del viaje.
Tamaño de la Muestra	474 entrevistas.
Error de muestreo	Error máximo permisible de ± 4.5 puntos porcentuales y una confianza de 95 por ciento.
Fecha del levantamiento	Del 21 al 27 de abril de 2014.

Índice de satisfacción del turista (IS)

Con la intención de formular un índice con escala de 0 a 10 a partir de las cuatro posibles respuestas (excelente, bueno, malo y muy malo) se tomó la fórmula:

$$IS = 5 + [0.05*(\%Excelente - \%Muy Malo) + 0.025*(\%Bueno - \%Malo)]$$

Donde se comparan los extremos y los medios entre sí, lo que permite construir una escala de 0 a 10, dando más peso a los extremos (0.05) que a los medios (0.025).

Esta fórmula permite que si un entrevistado califica todo como Muy Malo, el valor del índice será 0 (cero), por el contrario si un turista califica Excelente todas las variables, el índice es 10. Para conseguir una interpretación en términos del índice se establecen las categorías:

- Pésimo o muy malo = Calificaciones entre 0 – 6.9, los turistas dicen estar Nada Satisfechos.
- Malo = Calificaciones entre 7.0 – 7.9, los turistas están Poco Satisfechos.
- Bueno = Calificaciones entre 8.0 – 8.9, tendremos turistas Satisfechos.
- Excelente = Calificaciones de 9.0 a 10, los turistas estarán Totalmente Satisfechos.

Con fines de interpretación de la escala tipo Likert utilizada para la evaluación de los servicios, se utilizó una categorización dicotómica en la cual se sumaron los porcentajes de las categorías Malo y Muy malo para identificar la proporción de la población con opinión desfavorable, buena y excelente, para identificar el segmento de la población con opinión favorable.

Resultados

El 54.4 por ciento son hombres y 4 de cada 10 son mujeres. Se ha identificado como transgénero al 2.4 por ciento de los turistas, 6 de cada 10 son casados, 25.3 por ciento solteros. Es de hacerse notar que las personas realizan su viaje en familia (77.7 por ciento), seguidas por los que vienen acompañados por sus amigos (10.4 por ciento).

El 46.6 por ciento de los turistas provienen del D.F., el 15.0 por ciento del estado de México, alrededor de uno de cada 10 (9.3 por ciento) son turistas de Guanajuato, el 7.8 por ciento de Morelos.

El motivo principal por el cual visitan este destino turístico es Descanso/Recreación/Vacaciones, así lo declaran 8 de cada 10 turistas, el 9.8 por ciento es para visitar a familiares y amigos. El 73.0 por ciento (7 de cada 10) de los turistas visitan Acapulco para tener contacto con el mar, playa y sol. El 17.1 por ciento prefiere tener contacto con la naturaleza.

El 92.7 por ciento de los turistas entrevistados sostuvo que no tuvieron durante su estadía en Acapulco algún problema que pusiera en peligro su seguridad o bienestar.

Aproximadamente 6 de cada 10 turistas se hospedan en hotel y 20.3 por ciento en casa o departamento de familiares o amigos. Alrededor de uno de cada 10 turistas (7.9 por ciento) rentaron casa y 5.8 por ciento rentó departamento.

El 91.6 por ciento de los visitantes afirmaron que su viaje no forma parte de un paquete turístico. El medio de transporte mediante el cual arribaron los turistas a este destino turístico fue en automóvil, así lo declaró 6 de cada 10 (58.1 por ciento) turistas y por avión el 3.1 por ciento. El 50.1 por ciento de los turistas han utilizado el transporte público, el resto (49.9 por ciento) no lo utilizó.

Existe una igualdad entre los turistas que obtuvieron la información sobre las promociones de Acapulco por medio de la televisión y los de internet con el 37.5 por ciento. Algunos otros utilizaron los servicios de las empresas de servicios turísticos: agencias de viajes (8.7 por ciento), transportadoras terrestres (4.3 por ciento) y hotel (3.3 por ciento). 6 de cada 10 realizó la reservación directamente en el hotel, el 21.6 por ciento utilizó el internet como vía para reservar. El 8.4 por ciento demandó los servicios de las agencias de viajes. Con porcentaje menores los que utilizaron la transportadora terrestre (6.0), en autobús especial (3.0) y los que lo hicieron mediante las aerolíneas (0.6).

Sobre los servicios que se ofrecen en las terminales de autobuses más del 90.0 por ciento afirmaron que son entre bueno y excelente. Para el 34.3 por ciento la experiencia con el servicio de transporte público local fue muy mala y mala, alrededor de 4 de cada 10 opinaron que la calidad en el servicio es mala/muy mala, al 64.6 por ciento le pareció entre bueno y excelente la limpieza en el transporte público, para el 29.5 por ciento la amabilidad y el trato fue malo/muy malo y para el 73.9 por ciento la relación precio/calidad fue entre buena y excelente.

Principales indicadores de satisfacción del turista

¿Cómo califica usted...	Muy malo/Malo	Bueno/ Excelente	Índice de Satisfacción
La hospitalidad de los residentes?	3.5	96.3	8.0
La limpieza en calles y áreas públicas?	21.6	78.2	6.6
La seguridad en la ciudad?	10.9	87.7	7.2
La diversidad de actividades recreativas?	5.1	83.7	7.4
La diversidad de atractivos turísticos?	4.7	85.6	7.5
¿Cómo califica usted la limpieza en las playas?	24.1	75.1	6.6
El servicio recibido en los módulos de información?	5.1	51.9	6.3
El servicio recibido por los elementos de seguridad pública?	5.3	51.4	6.3
Los servicios recibidos por los guías de turistas?	2.3	45.5	6.2
El mantenimiento y conservación de recursos naturales?	10.1	85.4	7.1
La relación calidad/precio de la ciudad?	25.5	71.6	6.2
¿Cómo califica usted el aeropuerto?	0.4	3.1	5.1
La terminal de autobuses foráneos?	1.0	21.0	5.6
La carretera?	17.7	80.2	6.7
El transporte público?	12.1	24.3	5.3
El alumbrado público?	5.6	89.7	7.4

Tabla 1 Evaluación general de los servicios generales

De estos aspectos el que mejor evaluado resulta es la hospitalidad de los residentes, nos perciben como hospitalarios el 96.3 por ciento de los turistas entrevistados, en segundo lugar se ubica el alumbrado público (89.7 por ciento) y la seguridad de la ciudad con 87.7 por ciento. Los aspectos peor evaluados son la relación calidad/precio de la ciudad con 25.5 por ciento, la limpieza de calles y áreas públicas (21.6 por ciento) y las playas con 24.1 por ciento. La valoración de los turistas tomando como referencia el Índice de Satisfacción tenemos turistas Satisfechos con la hospitalidad de los residentes (IS = 8) y poco satisfechos con la diversidad de atractivos turísticos, el alumbrado público, la diversidad de actividades recreativas, la seguridad de la ciudad y el mantenimiento y conservación de los recursos naturales.

Los restantes aspectos son evaluados como pésimos o muy malos, que equivale a nada satisfecho con esos servicios.

¿Cómo califica usted...	Muy malo/Malo	Bueno/Excelente	Índice de Satisfacción
La experiencia general con el establecimiento de hospedaje?	4.1	63.0	6.8
El servicio ofrecido por el personal del establecimiento de hospedaje?	6.0	60.7	6.7
La relación calidad/precio del establecimiento de hospedaje?	10.3	55.8	6.4
La variedad de la oferta de hospedaje?	7.2	59.1	6.5
La información obtenida del establecimiento de hospedaje?	4.7	59.9	6.6

Tabla 2 Evaluación del servicio de hospedaje

Con relación al hospedaje resultan mejor evaluados la experiencia general con el establecimiento de hospedaje y el servicio ofrecido por el personal con 63.0 y 60.7 por ciento, respectivamente. Resulta peor evaluado la relación calidad/precio del establecimiento de hospedaje con 10.3 por ciento. Mediante el IS se encontró que los turistas están insatisfechos con el servicio de hospedaje, toda vez que lo consideran pésimo o muy malo, como se puede observar en la tabla 2.

¿Cómo califica usted...	Muy malo/Malo	Bueno/Excelente	Índice de Satisfacción
La experiencia en general con los establecimientos de alimentos y bebidas?	9.7	86.8	7.3
La limpieza de los establecimientos de alimentos y bebidas?	8.0	88.1	7.4
La higiene de alimentos y bebidas?	8.6	87.4	7.4
El servicio ofrecido por el personal de los establecimientos de alimentos y bebidas?	6.0	89.9	7.5
La relación calidad/precio de los establecimientos de alimentos y bebidas?	19.5	76.3	6.6
La variedad de establecimientos de alimentos y bebidas?	6.4	89.3	7.5
La información sobre los establecimientos de alimentos y bebidas?	9.1	85.6	7.2
La experiencia en general con las discotecas o centros nocturnos?	1.4	28.8	5.9

Tabla 3 Evaluación del establecimiento de alimentos y bebidas.

Los aspectos mejor evaluados en el establecimiento de alimentos y bebidas son la variedad (89.3 por ciento), el servicio (89.9 por ciento), la higiene (87.4 por ciento) y la limpieza (88.1 por ciento). El aspecto peor evaluado es la relación calidad precio del establecimiento de alimentos y bebidas (19.5 por ciento). A partir del IS los aspectos mejor evaluados son el servicio ofrecido por el personal y la variedad de los establecimientos de alimentos y bebidas (IS = 7.5), limpieza e higiene de los establecimientos (IS = 7.4), la experiencia en general y la información sobre los establecimientos con 7.3 y 7.2, respectivamente. Estos aspectos evidencian poca satisfacción de los turistas respecto al servicio recibido en los establecimientos de alimentos y bebidas.

¿Cómo califica usted...	Muy malo/Malo	Bueno/Excelente	Índice de Satisfacción
La experiencia en general con el servicio de transporte público?	11.1	24.3	5.4
La calidad del servicio de transporte público local?	11.1	24.1	5.4
La limpieza del servicio de transporte público local?	11.9	23.3	5.4
La amabilidad y trato del personal del servicio de transporte público local?	10.7	24.5	5.4
La relación calidad/precio del servicio de transporte público local?	10.3	24.9	5.4

Tabla 4 Evaluación del transporte público de la ciudad

Alrededor del 65 por ciento de los turistas no utilizan el transporte público. El aspecto peor evaluado es la limpieza del servicio de transporte con 11.9 por ciento. Las puntuaciones del IS indican que los turistas perciben el servicio de transporte público de la ciudad como pésimo o muy malo.

Variable	Media	Intervalo de Confianza al 95%	
		Inferior	Superior
Edad	42.8	41.6	43.9
¿Cuál es el número de personas que le acompañan en este viaje y que dependen económicamente del líder del grupo?	4.2	3.9	4.6
¿Cuántas noches va a permanecer en este destino?	4.1	3.9	4.4
¿Cuántas veces ha visitado este lugar?	15.6	13.6	17.6

Tabla 5 Algunas variables numéricas de interés

La edad promedio de los turistas es de 42.8 años, el número promedio de personas que acompañan al líder del grupo familiar o de amigos es de 4.2, el promedio de noches de permanencia es de aproximadamente 4.1 y el número promedio de veces que el encuestado ha visitado Acapulco es de 15.6 veces.

Variable	Media	Intervalo de Confianza al 95%	
		Inferior	Superior
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en hospedaje durante su estancia en Acapulco?	5,003.1	4,568.9	5,498.5
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en alimentos y bebidas durante su estancia en Acapulco?	3,310.5	3,065.7	3,566.5
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en transporte durante su estancia en Acapulco?	1,577.4	1,411.1	1,786.2
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en entretenimiento durante su estancia en Acapulco?	1,805.8	1,583.3	2,062.3
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en artesanías durante su estancia en Acapulco?	823.9	710.9	951.6
¿Cuál es el gasto aproximado de usted y su familia en otros rubros durante su estancia en Acapulco?	941.3	802.0	1,096.7

Tabla 6 Gasto aproximado por familia durante la estancia en Acapulco

El gasto promedio en hospedaje fue de \$5,003.00, en alimentos y bebidas de \$3,311.00 en promedio, en transporte se gastó en promedio por familia \$1,577.00, en entretenimiento \$1,806.00, en artesanías \$824.00 y en otros rubros \$941.00.

Variable	Media	Intervalo de confianza al 95%	
		Inferior	Superior
Gasto total declarado	9,884.10	9,249.10	10,567.20
Gasto promedio diario declarado por familia	2,804.60	2,589.00	3,041.70
Gasto promedio diario estimado por persona	881.38	795.20	963.33
Gasto promedio diario estimado por familia	2,210.20	1,922.10	2,605.60
¿Cuál fue el presupuesto total del viaje actual de usted y su familia?	11,630.10	10,883.00	12,442.90

Discusión

Al caracterizar a los consumidores de servicios turísticos en Acapulco mediante sus atributos sociodemográficos y por la satisfacción de viaje, es posible intuir la experiencia que tuvieron los distintos turistas, lo cual permitirá identificar mecanismos para mejorar la oferta turística en el destino y potencializar su llegada.

Conocer el perfil del turista es de utilidad para el sector turismo porque brinda elementos para la mejor planeación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades del visitante. Mientras que el conocimiento de la experiencia de viaje permite diseñar adecuaciones para mejorar la vivencia en el destino, lo cual es de interés para los prestadores de servicio, pero también para el gobierno municipal.

Los prestadores de servicios turísticos deben de utilizar la información que arroja este estudio para formular estrategias de comercialización, por ejemplo, identificar los planes o programas que deben incluir en sus campañas de promoción de acuerdo al perfil del turista, también para el desarrollo de productos según los hábitos de viaje. Los índices de satisfacción le aportan al gobierno y al empresario, una visión de las ventajas y áreas de oportunidad que le sirven para mejorar la calidad de los servicios que ofrece, así como la percepción de los turistas.

Conclusión

Las conclusiones que se derivan del siguiente trabajo son las siguientes:

Los turistas que visitaron Acapulco durante la semana de pascua son principalmente del D.F. y del estado de México, viajan acompañados de la familia, llegan por carretera, principalmente por la autopista del Sol.

Vienen a Acapulco en plan de descanso, recreación y de vacaciones a la playa, con objeto de disfrutar del sol y el agua del mar. Sus ingresos familiares mensuales varían entre \$8,001.00 y \$16,000.00 pesos, es decir, se trata de familias con ingreso medio. La mayoría se hospeda en hotel y en casa o departamento de familiares o amigos, que puede ser considerado como turismo de segunda residencia.

Respecto a la medida de satisfacción por los servicios ofertados encontramos que el general clasifican como poco satisfechos, según el Índice de Satisfacción, aunque cuando se valora servicios específicos como hospedaje, establecimiento de alimentos y bebidas, terminal de autobuses y servicio de transporte colectivos, se evalúa mejor al establecimiento de alimentos y bebidas, mientras que se asigna menor puntuación al transporte público de la ciudad.

La lealtad del turista que visita Acapulco es considerada como alta, por lo que deberíamos realizar esfuerzos para mejorar la calidad y la percepción de calidad de los servicios.

El gasto que erogan los turistas, debería ser un aliciente para mejorar la calidad de los servicios que se les brinda en Acapulco.

Referencias

Agatón Lorenzo, Darbelio, (2004). Diseños estadísticos para medir la ocupación hotelera en la Ciudad y Puerto de Acapulco, Guerrero, Tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias área Estadística, Universidad Autónoma de Guerrero/Facultad de Matemáticas, México.

Plan Municipal de Desarrollo del Municipio de Acapulco de Juárez 2012 – 2015.

Scheaffer, Richard, et. al., (1996). Elementos de Muestreo, Trad. Gilberto Rendón Sánchez y José Roberto Gómez Aguilar. Editorial Iberoamérica, México.

Secretaría de Turismo/Centro de Estudios Superiores en Turismo. Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista. México D.F.