



**INSTITUTO UNIVERSITARIO
DE LA EMPRESA**

**ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LOS ÍNDICES DE SATISFACCIÓN
DE LOS TURISTAS QUE VISITAN TENERIFE APLICANDO EL
MODELO DE RASCH**

**TEODORO RAVELO MESA
MARÍA CARMEN MORENO PERDIGÓN
MOULAYE AHMED OULD AHMED DEOULA
JUAN RAMÓN OREJA-RODRÍGUEZ**

SERIE ESTUDIOS 2008/ 74

SANTA CRUZ DE TENERIFE, NOVIEMBRE DE 2008



**UNIVERSIDAD DE
LA LAGUNA**

Resumen

La oferta de un producto-destino turístico está delimitada por un conjunto de elementos tangibles e intangibles que constantemente están siendo evaluados por los tour operadores, agencias de viajes y por los propios turistas. El impacto de un destino turístico en los distintos mercados dependerá del nivel de satisfacción que estos factores reporten a los visitantes. El objetivo de este trabajo es analizar los índices de satisfacción que las distintas zonas que componen el destino turístico de la isla de Tenerife reportan a sus visitantes, así como su posible evolución en los últimos años. Para la aplicación del modelo de Rasch, se ha partido de una muestra aleatoria de visitantes que han mostrado su nivel de satisfacción en la Encuesta de Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife para los años 2005 y 2006. Los resultados obtenidos permiten destacar, por un lado, el potencial de atracción que cada una de las zonas o micro-destinos tinerfeños son capaces de ejercer sobre los turistas que en ellos se alojan y su evolución temporal. Y, por otro lado, nos determinan qué factores proporcionan mayor satisfacción a los visitantes en función del grado de culminación de sus expectativas y su desarrollo en estos años.

Palabras clave: Destino turístico; Factores de satisfacción; Modelo de Rasch.

Abstract

The supply of a product- tourist destination is delimited by a set of tangible and intangible elements that constantly they are being evaluated by tour operators, travel agencies and tourist. The impact of a tourist destination in the different markets will depend on the satisfaction level that these factors report the visitors. The objective of this work is to analyze the satisfaction indices which the different zones that compose the tourist destiny of the island of Tenerife report their visitors, as well as its possible evolution in the last years. For the application of the model of Rasch, it has been carried on from a random sample of visitors who have shown their level of satisfaction in the Survey of Receptive Tourism of the Town hall of Tenerife for years 2005 and 2006. The obtained results allow to emphasize, on the one hand, the attraction potential that each one of the zones o Tenerife micro-destinations are able to exert on the tourists that in them lodge and their temporary evolution. And, on the other hand, they determine us what factors provide greater satisfaction to the visitors based on the degree of culmination of their expectations and their development in these years.

Key words: Tourist destination; Factors of satisfaction; Rasch Model.

ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LOS ÍNDICES DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN TENERIFE APLICANDO EL MODELO DE RASCH⁺

TEODORO RAVELO MESA*

MARÍA CARMEN MORENO PERDIGÓN*

MOULAYE AHMED OULD AHMED DEOULA*

JUAN RAMÓN OREJA-RODRÍGUEZ****

SERIE ESTUDIOS 2008/74

LA LAGUNA, NOVIEMBRE 2008

+ Trabajo presentado al III Workshop de Modelos de Rasch en Administración de Empresas (Rasch Models on Business Administration) organizado por el IUDE de la Universidad de La Laguna. 10 de noviembre de 2008.

*travelo@ull.es, **mcmoreno@ull.es, ***m_deoula@yahoo.es, ****joreja@ull.es Departamento de Economía y Dirección de Empresas e Instituto Universitario de la Empresa. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Campus de Guajara. Universidad de La Laguna. Camino de La Hornera s/n 38071 La Laguna Tenerife Islas Canarias (España). Fax:+ 34 922 31 70 77

1.- Introducción

El producto-destino turístico esta formado por una pluralidad de elementos o factores que, según Ejarque, J. (2005, pág. 77), son los que habitualmente tienen en cuenta los touroperadores para evaluar y decidir el nivel de atracción de un destino turístico. Un primer grupo son considerados como estimulantes para que los touroperadores apuesten por un destino, ya que son determinantes en el proceso de elección al elaborar su programación; existiendo un segundo grupo de factores de menor relevancia para el turista. Se denominan “pull factor” o factores de arrastre a los elementos de atracción a los de carácter tangible, frente a los “push factor” o factores de empuje a los elementos intangibles, de carácter complementario.

Como ejemplos de estos elementos que forman el producto-destino turístico, cabría citar el patrimonio histórico, infraestructuras y supraestructuras, dentro de los elementos tangibles o factores objetivos; y la hospitalidad y cortesía, la cordialidad y calor humano o el ambiente y costumbres, dentro de los elementos intangibles o factores subjetivos.

El éxito de un destino turístico depende de su mayor o menor habilidad para transformar sus atractivos naturales y recursos en general en recursos turísticos, los cuales determinarán el potencial de los diferentes factores que definirán (o establecerán) su capacidad para atraer a los turistas, logrando su satisfacción.

Para Arrebola (1999) “el modelo de las expectativas es el elegido para conocer la satisfacción de los visitantes, siendo el análisis de los atributos que generan expectación, los que hay que analizar. Estas expectativas de los atributos de un destino turístico han sido usadas extensamente para diferentes estudios de posicionamiento, de medida de la imagen, de satisfacción, de evaluación de la atracción de un destino, del análisis sobre la decisión de un viaje a un lugar particular y en la investigación que nos ocupa para medir la satisfacción del visitante”

La estabilidad de los mercados del turismo está influida además por el grado de recepción de las visitas, o por la recepción de las compras, que muestran los grupos de turistas, (Bull, 1994, pág.34).

A través del “modelo de las expectativas” (Haywood y Muller, 1988) se puede conocer la medida en qué los visitantes que se alojan en un determinado destino turístico ven cumplidas sus expectativas. Este modelo evalúa su satisfacción en base a

una variedad de elementos que son, como se ha apuntado anteriormente, los que determinan el potencial de atracción de un destino. El valor que asignará el turista a cada uno de ellos, una vez finaliza su estancia, estará condicionado por sus expectativas antes de alojarse en el destino.

El Área de Planificación y Turismo del Cabildo de Tenerife elabora cada año la Encuesta del Turismo Receptivo que contempla una serie de factores que integran los diferentes elementos, tangibles e intangibles que caracterizan a Tenerife como destino turístico. Los datos obtenidos tras someter dicha encuesta a un buen número de turistas, tanto a la entrada como a la salida, servirán de base para la aplicación de este modelo.

A través del análisis de estos factores de satisfacción y su evolución en el horizonte temporal considerado, nuestro objetivo es derivar conclusiones y recomendaciones que servirán de guía para la gestión estratégica y comercial de la oferta turística de Tenerife.

2.- Metodología

En esta investigación se ha aplicado el Modelo de Rasch (Rasch, 1980) mediante el programa informático WINSTEPS, versión 3.63, 2 (Linacre, 2007), como instrumento de análisis de la variable latente estudiada, que es la “*satisfacción de los turistas que visitan la isla de Tenerife*”, que viene definida a través de los ítems o factores de satisfacción que se expondrán en el apartado siguiente.

Se ha adoptado la aproximación, que nos proporciona el modelo de Rasch, denominada “de ajuste”, con propiedades específicas a las que los datos pueden ajustarse en mayor o menor medida y de cuyo análisis se obtendrá la información necesaria para determinar la cuantificación de los factores de satisfacción considerados.

3.- Base de datos y su estructuración:

La comparación de los datos entre los dos años considerados, 2005 y 2006, no deja de revestir cierta complejidad dado que no existe uniformidad total en ambos años. Por un lado, los elementos que componen en producto-destino turístico en este modelo de análisis, que se corresponden con los factores de satisfacción que se contemplan en la Encuesta de Turismo Receptivo elaborada por el Área de Planificación y Turismo del Cabildo Insular de Tenerife, pasan de ser 28 factores en el año 2005, a 35 en el 2006.

En la Tabla I aparece una comparación de ambos, con los índices medios correspondientes a cada uno de ellos, teniendo en cuenta que sólo se han incluido en la

tabla los índices que se repiten en ambos periodos, apareciendo sombreado el espacio correspondiente en el año 2005 o en el 2006, al no existir correspondencias entre ellos.

Como puede observarse, si se sigue la estructura de los factores en el año 2006, se distinguen diferentes grupos de factores: *factores alojativos*, del 1 al 5; *factores ambientales*, del 6 al 14; otros referidos a la *oferta de restauración*, del 15 al 18, que en el año 2005 no tenían tal desglose; otros de *oferta de actividades de ocio*, del 19 al 23; los de *servicios e infraestructuras*, del 24 al 29, que se analizan en mayor detalle en el año 2006; los *factores genéricos*, del 30 al 32; y la *oferta comercial*, del 33 al 35. Al final del listado de los factores correspondientes al año 2005 aparecen tres, que son las excursiones por cuenta propia y las excursiones organizadas, además del conjunto del clima, que no fueron considerados en el año siguiente.

Por otro lado, mientras que en el año 2005 se divide la Isla en 5 zonas, dos de ellas pasan a tener un mayor desglose en el año siguiente, distinguiendo un total de ocho. En el sur de la isla tenemos cinco zonas que en el año 2005 sólo eran 3 ya que las dos primeras estaban agrupadas en una única zona, y la Zona 5 estaba incluida en una zona con resto de lugares de toda la isla.

Zona 1: Los Cristianos;

Zona 2: Las Américas;

Zona 3: Los Gigantes y Puerto Santiago;

Zona 4: Centros. Secundarios del Sur;

Zona 5: Resto del Sur.

De la parte Norte de la isla, aparecen dos zonas: **Zona 6:** Puerto de la Cruz; y

Zona 7: Resto de Norte.

Mientras que la Zona 6 está claramente diferenciada en ambos ejercicios analizados, la Zona 7 se acumulaba con otros lugares, al igual que la última zona, correspondiente al área metropolitana de Tenerife:

Zona 8: Santa Cruz y La Laguna.

Tabla 1.-Índices de satisfacción por zonas, años 2005 y 2006

Nº	Año 2006		Año 2005	
	Factores de Satisfacción	Índice medio	Factores de Satisfacción	Índice medio
1	Calidad en alojamiento	3,96	Calidad en alojamiento	3,98
2	Trato en alojamiento	4,04	Trato en alojamiento	4,18
3	Comida en alojamiento	3,72	Comida/bebida en el alojamiento	3,84
4	Precio de alojamiento	3,74	Relación calidad/precio alojamiento	3,88
5	Piscina en alojamiento	3,93	Piscinas	3,95
6	Calidad ambiental zona	3,52	Calidad medioambiental del centro de vacaciones	3,64
7	Limpieza pública	3,71		
8	Paisaje urbano	3,60	Estética del centro de vacaciones	3,71
9	Relax	3,63	Tranquilidad/relax	4,10
10	Paisaje natural	3,85	Paisaje natural/naturaleza	3,94
11	Sol	4,16	Sol	3,83
12	Temperatura	4,34	Temperatura	4,09
13	Baño en el mar	3,65	Baño en el mar	3,46
14	Playas	3,48	Playas	2,95
15	Calidad restaurantes	3,74	Comida/bebida fuera del alojamiento	3,89
16	Oferta gastronómica	3,63		
17	Trato personal restaurante	3,90		
18	Precio restaurantes	3,57		
19	Actividades naturaleza	3,78	Actividades naturaleza	3,93
20	Instal. y activ. deportiva	3,50	Instalaciones/actividades deportivas	3,41
21	Ocio nocturno	3,54	Lugares de diversión nocturna	3,56
22	Instalaciones niños	3,43	Instalaciones de recreo para niños	3,42
23	Actividades culturales	3,45	Actividades culturales	3,61
24	Seguridad personal	4,04	Seguridad personal	4,08
25	Asistencia médica	3,73	Asistencia médica	3,79
26	Transporte público	3,95		
27	Alquiler coches	3,89		
28	Estado carreteras	3,44		
29	Información turística	3,51	Información turística/señalización	3,63
30	Hospitalidad local	4,01	Trato/cordialidad	3,99
31	Identidad local	3,54		
32	Precios en Tenerife	3,51	Precios en Tenerife	3,54
33	Comercio alimenticio	3,72		
34	Comercio no alimenticio	3,63		
35	Precios en comercio	3,45	Compras	3,71
			Conjunto del clima	4,13
			Excursiones por cuenta propia	4,14
			Excursiones organizadas	3,77

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de datos de la Encuesta de Turismo receptivo del Cabildo de Tenerife.

4.- Análisis de resultados y conclusiones

4.1 Análisis de resultados

Un análisis previo de los datos que aparecen en la Tabla 1, donde se presentan los índices medios de satisfacción para cada factor, nos lleva a identificar como los factores

que reportan mayor satisfacción al visitante en ambos años la temperatura, el sol, la calidad y trato en el alojamiento, la percepción de seguridad personal, la hospitalidad local y el paisaje natural. Sin embargo, los factores que resultan menos satisfactorios para los turistas son las playas y los que hacen referencia a la oferta de ocio en la isla, en particular carencias en instalaciones infantiles, culturales y deportivas. Otros, como la información turística o el estado ambiental de las zonas turísticas tampoco parecen convencer a nuestros visitantes.

La fiabilidad de los datos en ambos años, valoradas en una escala de 0 a 1, presentó valores aceptables. Como ejemplo, en el año 2006, la fiabilidad es alta ya que supera el 85%, un 86% para las zonas y un 93% para los factores, tal como aparece en la Tabla 2.

Tabla 2.- Fiabilidad de las Zonas y los Factores

SUMMARY OF 8 MEASURED ZONAS								
	RAW SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	107.7	35.0	-.03	.35	.97	-.3	1.01	-.1
S.D.	7.7	.0	.94	.01	.46	1.9	.52	1.9
MAX.	120.0	35.0	1.55	.37	1.70	2.6	1.97	3.1
MIN.	92.0	35.0	-1.87	.33	.40	-3.1	.38	-2.9
REAL RMSE	.38	ADJ.SD	.86	SEPARATION	2.23	Zonas	RELIABILITY	.83
MODEL RMSE	.35	ADJ.SD	.87	SEPARATION	2.46	Zonas	RELIABILITY	.86
S.E. OF Zonas MEAN = .35								

SUMMARY OF 35 MEASURED FACTORES								
	RAW SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	24.6	8.0	.00	.75	.97	-.1	1.01	-.1
S.D.	4.9	.0	2.82	.08	.72	1.4	.88	1.4
MAX.	36.0	8.0	3.94	.84	3.17	3.7	4.35	4.3
MIN.	17.0	8.0	-6.85	.61	.16	-1.9	.12	-1.9
REAL RMSE	.84	ADJ.SD	2.70	SEPARATION	3.19	Item	RELIABILITY	.91
MODEL RMSE	.75	ADJ.SD	2.72	SEPARATION	3.61	Item	RELIABILITY	.93
S.E. OF Item MEAN = .48								

El Modelo de Rasch nos da como primer resultado **la ordenación de todas las zonas turísticas de la isla de Tenerife**, de mayor a menor puntuación, tal como se expone en la Tabla 3. Es decir, las zonas de mayor puntuación aparecen en la parte superior ya que son los más atractivos, de las que los turistas han quedado más satisfechos con respecto al conjunto de los factores considerados, mientras las que están en la parte inferior son las menos atractivas.

Tabla 3.- Capacidad de satisfacción de las zonas turísticas de Tenerife 2005-2006

ZONA STATISTICS: MEASURE ORDER - 2006											
NUMBER	ZONA	RAW	MEASURE	MODEL	INFIT		OUTFIT		PTMEA	EXACT	MATCH
		SCORE		S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	OBS%	EXP%
1	CRISTIANOS	120	1.55	0.37	0.70	-1.2	0.73	-0.9	0.78	85.7	74.2
2	AMÉRICAS	113	0.60	0.36	1.19	0.8	1.25	0.9	0.66	62.9	71.7
3	GIG/PTO SAN.	112	0.47	0.36	0.60	-1.7	0.59	-1.5	0.91	80.0	71.6
6	PTO. CRUZ	109	0.08	0.35	0.83	-0.6	0.90	-0.2	0.77	77.1	71.3
7	RES. NORTE	108	-0.04	0.35	1.67	2.3	1.64	2.0	0.82	62.9	71.1
4	CEN SEC SUR	104	-0.53	0.34	0.71	-1.2	0.63	-1.4	0.88	68.6	70.1
5	RES. SUR	104	-0.53	0.34	0.40	-3.1	0.38	-2.9	0.88	85.7	70.1
8	S. CRUZ LAG.	92	-1.87	0.33	1.70	2.6	1.97	3.1	0.63	62.9	64.6

ZONA STATISTICS: MEASURE ORDER - 2005											
NUMBER	ZONA	RAW	MEASURE	MODEL	INFIT		OUTFIT		PTMEA	EXACT	MATCH
		SCORE		S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	OBS%	EXP%
5	RES LUG	104	-1.31	0.43	1.27	1.0	1.42	1.2	0.79	67.9	74.7
1	AME / CRIST.	102	-0.94	0.43	0.77	-0.8	0.82	-0.4	0.82	82.1	74.6
3	CEN SEC SUR	95	0.34	0.42	0.72	-1.0	0.60	-1.3	0.86	78.6	74.6
4	PTO. CRUZ	93	0.70	0.42	1.12	0.5	1.08	0.4	0.83	75.0	74.8
2	GIG/ PTO SAN	90	1.22	0.42	0.87	-0.4	0.79	-0.6	0.91	78.6	74.2

FUENTE: Elaboración propia a partir de los resultados del Rasch.

Observamos como las Américas y Los Cristianos aparecen en ambas en primer y segundo lugar, pudiendo afirmar que son las zonas que más satisfacen en general, de acuerdo a los índices analizados. Mejoran posición en 2006 con respecto al año anterior la Zona 3, Los Gigantes-Puerto Santiago, y lo hace de manera notable pasando del último al tercer puesto; la Zona 6, Puerto de la Cruz, aunque mantiene su posición en el cuarto puesto, hay que tener en cuenta que le supone pasar de la penúltima de un total de cinco, a la mitad de un total de ocho. La Zona 4, Centros Secundarios del Sur, empeoran sensiblemente al pasar de la mitad de un total de cinco, al sexto puesto de un total de ocho. Es la Zona 5, Resto de Lugares, la que tiene un comportamiento mas dispar, ya que pasa de ocupar una posición de cabeza a los lugares de cola, arrastrada fundamentalmente por el Area Metropolitana que es la última junto al Resto del Sur.

Como segundo resultado del modelo de Rasch obtenemos **la ordenación de los distintos factores de satisfacción** en función de la puntuación obtenida de mayor a menor, que le hace asignarle a cada uno una determinada posición en dicha lista. En la tabla 4 aparecen las correspondientes a cada año 2005 y 2006, apareciendo cada factor con la posición obtenida en cada año, teniendo en cuenta que los situados en los mejores puestos, los de cabeza de la lista, son los más valorados por el visitante y les satisfacen en mayor medida, mientras que lo que están en la parte superior son los menos valorados.

Tabla 4.- Factores de atracción año 2005 y 2006

-AÑO 2005-												
ENTRY	RAW		MODEL	INFIT	OUTFIT	PTMEA	EXACT	MATCH				
NUMBER	SCORE	COUNT	MEASURE	S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	OBS%	EXP%	FACTOR
5	22	5	6.87	.99	1.50	1.0	1.70	1.2	-.12	60.0	71.7	CN.CL
9	22	5	6.87	.99	1.01	.2	.92	.0	.41	60.0	71.7	TRT.ALJ
21	22	5	6.87	.99	1.16	.5	1.13	.4	.26	60.0	71.7	EXC CPR
4	21	5	5.82	1.08	.74	-.2	.53	-.3	.49	80.0	75.9	TMP
15	21	5	5.82	1.08	.52	-.6	.38	-.6	.68	80.0	75.9	TRN/RL
8	20	5	4.50	1.19	.10	-1.3	.09	-1.3	.00	100.0	84.5	CL.ALJ
12	20	5	4.50	1.19	.10	-1.3	.09	-1.3	.00	100.0	84.5	TR/COR
13	20	5	4.50	1.19	.10	-1.3	.09	-1.3	.00	100.0	84.5	SEG.PR
1	19	5	3.22	1.06	3.79	2.8	3.89	2.3	-.36	40.0	75.6	PN
10	19	5	3.22	1.06	.81	-.1	.63	-.2	.36	80.0	75.6	RCP
18	19	5	3.22	1.06	.81	-.1	.63	-.2	.36	80.0	75.6	C.BF.ALJ
20	19	5	3.22	1.06	2.24	1.6	2.79	1.7	.79	40.0	75.6	ACTIV
24	19	5	3.22	1.06	.81	-.1	.63	-.2	.36	80.0	75.6	PIS
3	18	5	2.22	.97	1.58	1.2	1.83	1.3	-.26	60.0	67.8	SOL
17	18	5	2.22	.97	.52	-1.0	.46	-.9	.81	100.0	67.8	C.B.ALJ
14	17	5	1.29	.97	.36	-1.4	.34	-1.3	.95	100.0	71.2	TRN/R
22	17	5	1.29	.97	1.27	.6	1.26	.6	.10	60.0	71.2	EXCORG
7	16	5	.32	1.02	1.31	.7	1.50	.8	-.36	80.0	73.2	EST
19	16	5	.32	1.02	.45	-.8	.35	-.8	.68	80.0	73.2	COMP
6	15	5	-.76	1.05	.14	-1.4	.13	-1.4	.00	100.0	79.9	CL.MED
11	15	5	-.76	1.05	.14	-1.4	.13	-1.4	.00	100.0	79.9	PRC.TF
25	15	5	-.76	1.05	1.58	.9	1.50	.8	.71	60.0	79.9	LG.DIV
27	15	5	-.76	1.05	1.42	.7	1.25	.6	.83	60.0	79.9	ACT.CL
28	15	5	-.76	1.05	.14	-1.4	.13	-1.4	.00	100.0	79.9	INF.TR
16	13	5	-2.61	.87	1.30	.6	1.84	1.2	.92	60.0	65.2	BAÑ
23	12	5	-3.31	.81	.80	-.1	.96	.1	.25	60.0	65.2	INST
26	12	5	-3.31	.81	1.07	.3	.95	.1	.81	60.0	65.2	INSTR
-AÑO 2006-												
12	36	8	-6.85	.75	.76	-.7	.70	-.7	.59	75.0	64.9	temper
2	33	8	-5.08	.82	.76	-.2	.79	-.1	.00	87.5	76.7	traalo
30	32	8	-4.39	.84	.16	-1.9	.12	-1.9	.00	100.0	79.7	hosloc
24	31	8	-3.69	.83	.24	-1.6	.19	-1.7	.74	100.0	77.5	seper
17	31	8	-3.69	.83	.94	.1	1.04	.3	-.25	75.0	77.5	traperR
11	31	8	-3.69	.83	2.54	2.0	2.80	2.1	.65	50.0	77.5	sol
27	29	8	-2.46	.75	.51	-1.3	.46	-1.3	.78	75.0	67.1	alqcoch
10	29	8	-2.46	.75	2.28	2.4	2.39	2.3	.02	50.0	67.1	painat
1	29	8	-2.46	.75	.68	-.7	.62	-.8	.61	75.0	67.1	calalo
26	28	8	-1.92	.73	.55	-1.3	.50	-1.3	.76	100.0	64.4	trap.b
19	27	8	-1.38	.74	1.37	1.0	1.33	.8	-.11	37.5	66.2	actnat
5	27	8	-1.38	.74	3.17	3.7	4.35	4.3	.79	50.0	66.2	pisalo
4	27	8	-1.38	.74	1.54	1.3	1.81	1.6	.66	37.5	66.2	prealo
15	25	8	-.18	.81	.30	-1.4	.24	-1.5	.64	87.5	76.9	calres
3	25	8	-.18	.81	.76	-.2	.79	-.1	.00	87.5	76.9	comalo
33	24	8	.50	.84	.16	-1.8	.12	-1.8	.00	100.0	79.8	comali
18	24	8	.50	.84	.16	-1.8	.12	-1.8	.00	100.0	79.8	preres
16	24	8	.50	.84	.16	-1.8	.12	-1.8	.00	100.0	79.8	ofrgas
9	24	8	.50	.84	1.07	.3	1.11	.4	.49	75.0	79.8	relax
7	24	8	.50	.84	1.04	.3	1.07	.3	.52	75.0	79.8	limp.b
32	23	8	1.18	.81	.92	.1	1.04	.3	-.25	75.0	77.4	preten
25	23	8	1.18	.81	1.18	.5	1.23	.5	.76	75.0	77.4	asimed
31	22	8	1.78	.75	1.15	.4	1.15	.4	-.04	62.5	74.2	ideloc
8	22	8	1.78	.75	1.36	.8	1.36	.7	.59	62.5	74.2	paiurb
35	21	8	2.30	.70	.69	-.5	.73	-.3	.47	75.0	67.7	precom
13	21	8	2.30	.70	2.09	1.8	2.17	1.8	.10	25.0	67.7	bafimar
6	21	8	2.30	.70	.93	.0	.75	-.3	.80	75.0	67.7	calamb
23	19	8	3.17	.63	.46	-1.4	.46	-1.3	.64	75.0	59.5	actcul
20	19	8	3.17	.63	.62	-.8	.60	-.9	.47	75.0	59.5	insdep
29	18	8	3.57	.62	.47	-1.3	.48	-1.3	.92	62.5	58.1	infur
21	18	8	3.57	.62	1.58	1.3	1.54	1.2	.08	62.5	58.1	ocinct
28	17	8	3.94	.61	.35	-1.8	.37	-1.7	.90	75.0	59.4	estcarr
22	17	8	3.94	.61	.82	-.3	.81	-.3	.49	75.0	59.4	insniñ
14	17	8	3.94	.61	1.91	1.8	1.95	1.8	.15	50.0	59.4	playas

A continuación, en la Tabla 6, se hace una comparación entre ambos periodos. Hay que tener en cuenta que el número total de factores considerados en cada año son diferentes, por lo que para realizar la comparación entre ambos años y dar el número de puestos que ha perdido o ganado con respecto al año anterior, las posiciones del 2005 han tenido que ser transformadas para homogeneizarse con las del año siguiente.

Tabla 6.- Comparación de factores de satisfacción 2005-2006

Nº	Factores de Satisfacción	Posición 2006	Posición 2005	Evolución
1	Calidad en alojamiento	9	6	-2
2	Trato en alojamiento	2	2	0
3	Comida en alojamiento	15	16	+5
4	Precio de alojamiento	13	10	-1
5	Piscina en alojamiento	12	14	+5
6	Calidad ambiental zona	28	20	-3
8	Paisaje urbano	25	18	-3
9	Tranquilidad-Relax	20	5	-14
10	Paisaje natural	8	9	+3
11	Sol	6	15	+13
12	Temperatura	1	4	+4
13	Baño en el mar	27	25	+4
14	Playas	35	28	0
15	Calidad restaurantes	14	11	0
19	Actividades naturaleza	11	12	+3
20	Instal. y activ. deportiva	30	26	-2
21	Ocio nocturno	32	22	-5
22	Instalaciones niños	34	27	0
23	Actividades culturales	29	23	0
24	Seguridad personal	4	8	+6
25	Asistencia médica	23	17	-2
29	Información turística	31	24	-1
30	Hospitalidad local	3	7	+6
32	Precios en Tenerife	22	21	+4
33	Comercio alimenticio	17	19	
34	Comercio no alimenticio	16		
35	Precios en comercio	26		

FUENTE: Elaboración propia.

En general, según este resultado los factores de satisfacción más relevantes son la temperatura y el trato en el alojamiento, que se mantienen dentro de los cuatro primeros puestos, mientras que los menos son las playas, por unanimidad, y las instalaciones para niños y deportivas.

En cuanto a los factores que han modificado notablemente su posición destaca el sol, que en el año 2005 se situaba en medio de la tabla y pasa a ocupar la sexta posición al año siguiente; y con especial relevancia resalta la caída notable que se produce en el

factor tranquilidad-relax, que pierde catorce puestos respecto al año anterior, pasando de ser un factor satisfactorio a insatisfactorio.

Respecto a aquéllos que han modificado su posición relativa en la lista, la hospitalidad local, si bien es un factor que ya satisfacía a los turistas, ha aumentado su relevancia al igual que lo hace la seguridad personal y el paisaje natural. Empeoran, perdiendo alguna posición, aunque se siguen manteniendo en puestos de cierta relevancia, la calidad y los precios en el alojamiento; en cambio, mejoran sensiblemente para ocupar puestos junto a los anteriores, la comida en el alojamiento y las piscinas.

Entre los peor situados, llama la atención la pérdida de puestos de la calidad ambiental de la zona y el paisaje urbano, que se colocan en la segunda mitad de la lista, al igual que ocurre con la asistencia médica y la información turística, que sigue perdiendo puestos; por el contrario, el baño en el mar y los precios en Tenerife, aunque siguen estando en posiciones de la segunda mitad de la tabla, han mejorado un poco su posición.

4.2 Conclusiones

Del anterior análisis de los resultados se puede concluir que aunque **las zonas turísticas que presentan mayores índices de satisfacción** continúan siendo Los Cristianos y las Américas, no obstante, mejoran sensiblemente su clasificación la zona de Los Gigantes-Puerto de Santiago, que del último lugar en 2005, pasa a ocupar el tercer puesto en 2006. Otro tanto ocurre con el Puerto de la Cruz, que del penúltimo lugar en el año anterior pasa a ocupar el cuarto puesto de la clasificación. El comportamiento mas regresivo lo tiene la zona correspondiente al Resto de Lugares que pasa de ocupar la primera plaza en año anterior a posiciones de cola en el último año analizado, al incluir en este grupo el Resto de Lugares del Sur y, fundamentalmente, el Area Metropolitana de la isla.

En general, podemos concluir que los **factores mejor valorados** por nuestros visitantes son los *factores ambientales como la temperatura y el sol*, que son muy satisfactorios y probablemente son los elementos que más contribuyen a atraer turistas a este destino, además del *trato recibido*, tanto de la ciudadanía en general, como del personal de los establecimientos con los que tienen contacto. Así mismo, podemos añadir a los anteriores las actividades en la naturaleza, que algunos turistas llegan a

realizar, disfrutando más ampliamente del *paisaje natural* que ofrece la isla y la *seguridad personal* que sienten en este destino.

Entre los **factores menos valorados** destacan *las playas*, que quizás no responden a las expectativas formadas por los turistas, ya que quizás esperan encontrarse con playas más parecidas a las existentes en otras islas de un archipiélago con un paisaje tan diverso como el nuestro, situación que se mantiene en todo el periodo analizado. Además, no satisfacen otros aspectos relacionados con *el ocio* y la oferta de *actividades deportivas y culturales* que siguen suponiendo una asignatura pendiente para lograr una mayor satisfacción del turista, especialmente en las referidas al *entretenimiento para niños*. También *la información turística* sigue siendo insuficiente, y siguen siendo mal valorados la calidad ambiental de la zona y el paisaje urbano.

Destaca, como ya se apuntó anteriormente, la caída notable que sufre la tranquilidad y el relax que esperan sentir en el destino, que debería ser analizado en mayor detalle para saber las causas de este fenómeno.

Siguiendo la tipología de los factores realizada inicialmente, se puede concluir que en general es el *grupo de factores ambientales*, con factores como la temperatura, el sol y el paisaje natural los que más son valorados, excluyendo el factor playas. Le sigue el *grupo de factores alojativos*, siendo el trato en el alojamiento el más destacado, si bien los restantes se sitúan en la parte media alta de la tabla. También están muy bien valorados algunos de los que pertenecen a los *factores genéricos*, destacando entre ellos la hospitalidad local.

En cambio, de *la oferta de actividades y ocio*, sólo se salva el factor correspondiente a actividades en la naturaleza, pues los demás se encuentran en los últimos puestos de la tabla, siendo de los menos satisfactorios en su conjunto.

Los demás grupos se encuentran en posiciones intermedias o con factores que ocupan situaciones dispares. La *oferta de restauración*, el más valorado es el trato personal en el restaurante, en quinta posición; encontrándose los demás en la zona media de la tabla. Con respecto al *grupo de servicios e infraestructuras*, dentro de los diez primeros se encuentran seguridad personal, y en cambio, es insatisfactoria la información turística. Por último, *la oferta comercial*, se sitúa en la segunda mitad de la tabla, concretamente la peor posición la ocupan los precios en general.

Hemos de resaltar finalmente, que esta investigación propicia el continuar analizando la evolución de la satisfacción hacia nuestro pasado más reciente y profundizar en las causas que han ocasionado los mayores cambios, especialmente en aquellos que han empeorado su posición relativa.

Además, se pueden seguir otras líneas de análisis partiendo de los datos originales y segmentados de la encuesta, realizando un estudio detallado que nos permita determinar los índices de atracción por nacionalidad y procedencia, por tramos de renta, por tipo de alojamiento utilizado, etc. Ello nos permitirá determinar los principales factores de satisfacción para las distintas tipografías de turistas que nos visitan, así como la potenciación estratégica de aquellos factores no suficientemente aprovechados como el conocimiento del paisaje y actividades en la naturaleza, la calidad medioambiental del centro de vacaciones, el turismo rural, etc.

5. Bibliografía

Bigné, E.; Font, X.; Andreu, L. (2000): *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Editorial ESIC. Madrid.

Boxwell, R. J. (1994): *Benchmarking para competir con ventaja*. MacGraw Hill. Madrid

Bull, A. (1994): *La Economía del Sector Turístico*. Editorial Alianza Economía. Madrid.

Cabildo de Tenerife (2005): *Encuestas de turismo receptivo 2005*, Área de planificación y turismo. Cabildo Insular de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife.

Cabildo de Tenerife (2006): *Encuestas de turismo receptivo 2006*, Área de planificación y turismo. Cabildo Insular de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife.

Centro de Investigación Turística (2006): *Plan Estratégico de Turismo de Tenerife 2006-2010. Análisis de situación*. Cabildo Insular de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife.

Consejería de Turismo y Transporte del Gobierno de Canarias (1998): *Libro Blanco del Turismo Canario*. Segunda Edición. Santa Cruz de Tenerife.

Dotson, L.; Summers, G. F. (1976): ¿Cómo elaborar escalas técnicas de Guttman?, en Summers, G. F. (ed.), pp. 248-261.

Ejarque, J. (2005): *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación gestión y marketing*. Editorial Pirámide. Madrid.

Haywood, M.K.; Muller, T.E (1988): "The urban Tourist experience evaluating satisfaccion" *Hospitality Education and Research Journal*, pp. 453-458.

Linacre, M. (2007): *Winsteps. Rasch Measurement computer program*. Chicago. Winsteps.com.

Martín, Inmaculada (2000): *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Ediciones Pirámide. Madrid.

OMT(1998): *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo. Madrid.

Oreja Rodríguez, J. R. (2005): *Introducción a la medición objetiva en Economía, Administración y Dirección de Empresas: El Modelo Rasch*. IUDE, Serie Estudios 2005/47.

Ravelo, T.; Moreno, M.C.; Oreja, J.R.; Deoula, M. A. (2006): "Evaluación de la capacidad de atracción de las principales zonas turísticas de Tenerife. Una aplicación del modelo Rasch". En Febles J. y Oreja, J.R. (Coord.): *Modelos de Rasch en Administración de Empresas*. (pp. 181-191). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias. Colección E-Book nº 1.

Ravelo, T.; Moreno, M.C.; Oreja, J.R.; Deoula, M. A. (2006): "Evaluación de la capacidad de atracción de las principales zonas turísticas de Tenerife. Una aplicación del modelo Rasch". Comunicación presentada en la IX Reunión de Economía Mundial. Madrid.

Rasch, G. (1980): *Probabilistic Models for Some Intelligence and Attainment Tests*. (Expanded Ed.) Chicago. University of Chicago Press.

Santos Arrebola, J.L.(1999): *La satisfacción del turista en el destino Marbella: medida y análisis mediante el Modelo Rasch*, Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.

Uriel, E; Monfort,V.M, (2001): *El Sector Turístico en España*. Editorial Caja de Ahorros del Mediterráneo.

Valls, J.F. (2004): *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Editorial Gestión 2000. Barcelona.