



**INSTITUTO UNIVERSITARIO
DE LA EMPRESA**

**ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS
TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE EN EL AÑO 2006: UNA
APLICACIÓN DEL MODELO DE RASCH**

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

SERIE ESTUDIOS 2007/ 63

SANTA CRUZ DE TENERIFE, NOVIEMBRE DE 2007



**UNIVERSIDAD DE
LA LAGUNA**

Resumen

La oferta de un producto-destino turístico está delimitada por un conjunto de elementos tangibles e intangibles que están siendo constantemente evaluados por tour operadores, agencias de viajes y turistas. El impacto de un destino turístico en los distintos mercados dependerá del nivel de satisfacción que estos elementos proporcionen a los visitantes.

En este trabajo se evalúa la satisfacción que el destino turístico Tenerife proporciona a sus visitantes, para ello se ha utilizado una muestra aleatoria de visitantes que han mostrado su nivel de satisfacción en la encuesta de Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife en el año 2006. El tratamiento de la información se ha realizado mediante el modelo de Rasch.

Los resultados obtenidos permiten destacar que los factores que proporcionan más satisfacción a los visitantes son los factores climáticos. Por el contrario uno de los mayores índices de insatisfacción se refiere a las playas.

Palabras claves: Destino turístico; Tenerife; Satisfacción; Modelo de Rasch

Abstract

The supply of a product: tourist destination is delimited by a set of tangible and intangible elements that they are constantly being evaluated by tour operators, travel agencies and tourists. The impact of a tourist destination in the different markets will depend on the satisfaction level that these elements provide the visitors. In this work the satisfaction that the tourist destination Tenerife provides its visitors, for it has been evaluated by a random sample of visitors who have shown their level of satisfaction in the survey of Receptive Tourism of the Govern of Tenerife Island in 2006. The data processing has been made by means of the model of Rasch. The obtained results allow emphasizing that the factors that provide more satisfaction to the visitors are the climatic factors. Nevertheless, one of the greater indices of dissatisfaction talks about beaches.

Key words: Tourist destiny; Tenerife; Satisfaction; Rasch Model

ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE EN EL AÑO 2006: UNA APLICACIÓN DEL MODELO DE RASCH⁺

TEODORO RAVELO MESA*

MARÍA CARMEN MORENO PERDIGÓN*

MOULAYE AHMED OULD AHMED DEOULA*

JUAN RAMÓN OREJA-RODRÍGUEZ****

SERIE ESTUDIOS 2007/ 63

LA LAGUNA, NOVIEMBRE 2007

+ Trabajo presentado al II Workshop de Modelos de Rasch en Administración de Empresas (Rasch Models on Business Administration) organizado por el IUDE de la Universidad de La Laguna. 12 de noviembre de 2007.

*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, pg. 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.

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 asignado por 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 actualmente contempla un total de treinta y cinco 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, 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 treinta y cinco 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 y, a partir de ahí, la calibración de la capacidad de atracción de Tenerife.

3. BASE DE DATOS Y SU ESTRUCTURACIÓN

3.1 TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE

El Área de Planificación y Turismo del Cabildo de Tenerife elabora cada año la Encuesta del Turismo Receptivo, realizando 11.000 encuestas a la salida de turistas que se han alojado en la Isla. A cada uno de ellos se le pide que valoren, en una escala de 1 a 10, la satisfacción respecto a cada uno de los treinta y cinco factores considerados (Cabildo de Tenerife, 2007). Se ha seleccionado una muestra aleatoria de 435 encuestados, en base a la cual hemos desarrollado nuestro estudio.

3.1 FACTORES DE SATISFACCIÓN

Los factores de satisfacción considerados son los que se relacionan en la Tabla 4, en la cual se contempla un primer grupo, que incluye dieciocho *recursos naturales, ambientales y de infraestructuras* y un segundo grupo formado por los diecisiete factores restantes, que contemplan diversas características del *alojamiento utilizado por el turista, de la oferta de restauración, comercial y de actividades de ocio*.

Tabla 1.- Factores de satisfacción y sus abreviaturas

	Factores de Atracción	Abreviatura
1.- Factores naturales , ambientales e ifraestructuras	Paisaje natural/naturaleza	Paisa
	Playas	Playa
	Sol	Sol
	Temperatura	Tempe
	Baño en el mar	Bañom
	Tranquilidad/relax	Tranq
	Estética/paisaje urbano del centro de vacaciones	Estet
	Calidad ambiental de la zona turística	Calam
	Limpieza pública	Limpi
	Seguridad personal	Segur
	Asistencia médica	Asist
	Transporte público	Trans
	Servicio de alquiler de coches	Seral
	Estado de las carreteras	Estad
	Información y señalización turística	Infor
	Hospitalidad de la población local	Hosp
	Elementos de identidad local	Ident
	Precios en general	Prege
2.- Factores alojativos, restauración, y ocio.	Calidad del alojamiento	Calal
	Trato en el alojamiento	Traal
	Calidad de la comida/bebida en el alojamiento	Calca
	Precios del alojamiento	Preal
	Piscinas del alojamiento	Pisci
	Calidad de restaurantes y bares	Calre
	Oferta de productos y gastronomía local	Ofepre
	El trato del personal de restauración	Trare
	Precios de comidas y bebidas en bares y restaurantes	Prepre
	Actividades en la naturaleza	Actna
	Instalaciones/actividades deportivas	Insde
	Oferta de ocio nocturno	Ofeoc
	Instalaciones de recreo para niños	Insni
	Actividades culturales	Actcu
	Calidad y variedad del comercio de alimentación	Calco
Calidad y variedad del resto del comercio	Calrc	
Precio del comercio	Preco	

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

Para cada uno de ellos, los turistas han valorado su satisfacción en la encuesta que se les realizó, una vez terminada su estancia en Tenerife durante el año 2006. Siguiendo a Oreja-Rodríguez (2005) hemos seleccionado una muestra aleatoria de 435 turistas, y recogido las puntuaciones de satisfacción para cada uno de estos factores que componen el destino turístico, medidos en una escala de 1 a 10.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis empírico realizado a través del Modelo de Rasch, obtenemos una fiabilidad de las medidas de los turistas del 92 % y de las medidas de los factores de satisfacción del 96%, tal como se observa en las Tablas 2 y 3.

Tabla 2.- Análisis de la fiabilidad y validez de las medidas de la muestra

	RAW		MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
	SCORE	COUNT			MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	191.0	25.7	.49	.14	1.06	-.3	1.07	-.2
S.D.	52.9	6.1	.54	.06	.89	2.4	.91	2.4
MAX.	327.0	35.0	2.62	.52	6.85	8.6	7.92	8.8
MIN.	22.0	4.0	-.99	.07	.10	-7.3	.09	-6.5
REAL RMSE	.18	ADJ.SD	.51	SEPARATION	2.85	Empres	RELIABILITY	.89
MODEL RMSE	.15	ADJ.SD	.52	SEPARATION	3.45	Empres	RELIABILITY	.92
S.E. OF Empresa MEAN = .03								

Tabla 3. Análisis de la fiabilidad y validez de las medidas de los factores

	RAW		MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
	SCORE	COUNT			MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	2374.3	319.6	.00	.04	1.04	.2	1.08	.6
S.D.	775.5	98.0	.18	.01	.24	2.8	.26	2.9
MAX.	3627.0	422.0	.24	.05	1.61	6.1	1.76	7.2
MIN.	784.0	116.0	-.55	.03	.61	-5.6	.58	-6.0
REAL RMSE	.04	ADJ.SD	.17	SEPARATION	4.52	Item	RELIABILITY	.95
MODEL RMSE	.04	ADJ.SD	.17	SEPARATION	4.80	Item	RELIABILITY	.96
S.E. OF Item MEAN = .03								

En el mapa de distribución conjunta de los turistas y factores de satisfacción (Figura 1) se puede observar que el medio de las medidas de satisfacción de los turistas está por encima de las medidas de los factores de satisfacción, lo cual evidencia el nivel de satisfacción de los visitantes de Tenerife.

Es en la Tabla 4 donde al jerarquiza los factores de satisfacción, podemos evidenciar los distintos niveles de satisfacción que las medidas de los factores recogen.

Tabla 4.- Factores de satisfacción

ENTRY NUMBER	RAW SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL S. E.	INFIIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD	PTMEA CORR.	EXACT OBS%	MATCH EXP%	Item
28	2437	362	.24	.03	.99	.0	1.13	1.7	.53	24.9	22.5	Estad
14	2227	333	.22	.03	1.22	2.6	1.37	4.0	.55	20.1	22.7	Playa
35	2439	357	.21	.03	.77	-3.2	.84	-2.0	.60	31.4	23.0	Preco
22	784	116	.19	.05	.91	-.7	.96	-.2	.62	24.1	22.3	Insni
6	2763	402	.19	.03	1.20	2.6	1.26	3.1	.52	23.4	23.5	Calam
32	2692	386	.17	.03	.72	-4.1	.75	-3.4	.62	31.3	23.8	Prege
29	2357	337	.17	.03	1.16	1.8	1.19	2.2	.52	27.3	23.4	Infor
23	913	129	.15	.05	.85	-1.1	.85	-1.1	.67	24.8	24.0	ActCu
20	841	122	.15	.05	1.07	.6	1.21	1.5	.49	23.8	23.1	Insde
31	1648	230	.11	.04	.84	-1.6	.88	-1.2	.60	32.2	24.1	Ident
16	2475	349	.11	.03	.68	-4.4	.84	-2.0	.63	33.0	24.2	Ofepr
8	2852	399	.10	.03	.86	-1.8	.89	-1.5	.63	24.8	24.8	Estet
18	2677	375	.10	.03	.95	-.6	1.13	1.6	.53	29.6	24.5	Prere
9	2970	413	.09	.03	1.26	3.2	1.21	2.6	.54	27.1	24.8	Tranq
13	2139	299	.07	.03	1.31	3.1	1.36	3.5	.52	20.7	24.7	Banom
34	2408	333	.06	.03	.63	-5.0	.66	-4.4	.65	31.8	24.6	Calrc
21	1217	169	.05	.04	.92	-.6	.91	-.7	.60	30.2	24.2	Ofeoc
7	3061	416	.03	.03	.94	-.7	.96	-.5	.56	26.7	25.5	Limpi
33	2622	355	.03	.03	.74	-3.3	.77	-3.0	.59	33.8	25.5	Calco
25	945	130	.01	.05	1.06	.5	1.07	.5	.59	33.1	24.6	Asist
15	2828	382	.01	.03	.61	-5.6	.58	-6.0	.64	37.2	26.0	Calre
3	2599	349	.00	.03	1.25	2.7	1.45	4.6	.52	24.6	26.0	Calca
19	1181	158	-.02	.05	1.21	1.6	1.15	1.1	.55	25.9	25.1	Actna
4	2732	363	-.04	.03	1.19	2.2	1.37	3.9	.49	30.0	26.0	Preal
10	3041	403	-.04	.03	1.11	1.3	1.05	.6	.60	20.6	26.3	Paixa
17	2933	380	-.11	.03	.70	-3.8	.69	-4.1	.62	36.1	27.1	Trare
27	1273	166	-.12	.05	1.39	2.7	1.36	2.5	.43	24.7	26.8	Seral
5	2896	370	-.15	.03	1.40	4.1	1.76	7.2	.44	29.2	27.4	Pisci
1	3265	413	-.18	.03	1.19	2.1	1.19	2.2	.53	31.0	27.9	Calal
26	2216	280	-.20	.04	1.03	.3	.99	-.1	.56	35.7	27.9	Trans
30	2796	350	-.21	.04	1.01	.1	.92	-.9	.55	31.1	28.4	Hospi
24	2554	320	-.22	.04	1.07	.7	1.32	3.1	.53	37.5	28.5	Segur
2	3229	396	-.30	.04	1.11	1.3	1.02	.3	.56	31.8	29.3	Traal
11	3465	422	-.33	.04	1.61	6.1	1.50	5.3	.46	29.9	29.7	SOL
12	3627	422	-.55	.04	1.37	3.9	1.17	2.0	.49	32.5	30.8	Tempe
MEAN	2374.3	319.6	.00	.04	1.04	.2	1.08	.6		28.9	25.5	
S. D.	775.5	98.0	.18	.01	.24	2.8	.26	2.9		4.7	2.1	

A través del análisis de los estadístico de ajuste MNSQ (Infit y Outfit), vemos que los datos obtenidos en la muestra aleatoria se ajustan al modelo, por lo que se pueden considerar válidas para la interpretación de los factores de satisfacción.

La mayor satisfacción se produce en los factores climáticos: temperatura (-0,55 logits) y sol (-0,33 logits). Le siguen el trato en el alojamiento y la seguridad personal.

La menor satisfacción se centra en el estado de las carreteras (0,24 logits) y las playas (0,22 logits). A partir de esta jerarquización presentamos en las conclusiones una ordenación de los factores de satisfacción y las acciones estratégicas necesarias.

4.2 CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados alcanzados en ambas agrupaciones, se derivan conclusiones relevantes en cuanto a la importancia de los distintos factores de satisfacción considerados.

En general se puede concluir que los factores que ejercen mayor poder de atracción y que, por tanto, reportan mayor satisfacción a los visitantes son:

- a) En lo referente a los *recursos naturales, ambientales e infraestructuras*, los aspectos que más satisfacen a los visitantes son los factores climáticos (Temperatura, sol), la sensación de seguridad personal, hospitalidad, transporte público y servicio de alquilar coches.
- b) En lo referente a los *factores alojativos, de restauración y de ocio*, destacan el trato en el alojamiento, calidad en el alojamiento, piscinas del alojamiento y otras como el trato personal, precios del alojamiento, las actividades en la naturaleza y la calidad de los elementos alojativos.

Del análisis de los resultados también se puede concluir que los factores que para el turista resultan menos satisfactorios y por tanto precisan de mejoras sustanciales son:

- a) En lo que se refiere a los *recursos naturales, ambientales e infraestructuras*, los elementos menos satisfactorios son los relacionados con el estado de carreteras y conservación de las playas y la calidad ambiental de nuestras zonas turísticas en general.
- b) En lo relativo a los *factores alojativos, de restauración y ocio*, los aspectos menos satisfactorios para el turista se refieren precio del comercio, la carencia de instalaciones de recreo infantiles, precios en general, actividades culturales y las instalaciones deportivas. Si se rehabilitaran otros factores que presentan un menor poder de atracción como las instalaciones/ actividades culturales, congresos, salud, deporte, etc. permitirían a los visitantes un mayor nivel de actividad durante su estancia en la isla.

Finalmente, esta investigación propicia el desarrollo de 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 atracción o “reclamo” 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

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

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

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.

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