

EXPERIENCIAS EN LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO EN CHUBURNÁ YUCATAN

Carlos Hermilo De la Cruz Canul-Martínez ¹, Olda Concepción Camargo-Santos²

ARTÍCULO DE DIVULGACIÓN

Recibido: 14/10/2024 Aceptado: 14/11/2024

<https://doi.org/10.69823/avacient.v4n2a18>

Resumen.- La presente investigación busca contribuir al turismo comunitario a través de la transferencia de una metodología para la evaluación de la calidad en el servicio en las estancias turísticas de las islas en el puerto de Chuburná en el Municipio de Progreso en Yucatán. Se busca divulgar las experiencias en el proceso de la evaluación de la calidad en el servicio en Isla Delfines mediante la aplicación en el campo de estudio de un cuestionario que mide factores esenciales para determinar la calidad percibida por los turistas. El instrumento se aplicó de manera digital y se abordó a los turistas cara a cara. Con una población finita por registros históricos en las temporadas altas de los meses de julio y agosto del año pasado, se determinó el tamaño de la muestra y los cuestionarios se aplicaron en los meses de julio y agosto del presente año. Se procesó la información utilizando el software estadístico SPSS para el análisis y poder exportar los gráficos para facilitar la comprensión de los mismos. Los resultados definitivos se presentarán en febrero de 2025 y se proporcionará la metodología para los prestadores de servicios continúen midiendo la calidad de la experiencia percibida por los Turistas.

Palabras Clave: Turismo Cultural, Calidad Ambiental, Servicios.

EXPERIENCES IN THE MEASUREMENT OF QUALITY IN THE COMMUNITY TOURISM SERVICE IN CHUBURNÁ, YUCATAN

Abstract. - This research seeks to contribute to community tourism through the transfer of a methodology for the evaluation of the quality of service in tourist experiences on Chuburna, Progreso Islands. The aim is to disseminate experiences in the process of evaluating the quality of service on Dophin Islands through the application in the field of study of a questionnaire that measures essential factors to determine the quality perceived by tourists. The questionnaire was applied digitally, and tourists were approached face to face. Focused in finite population by historical records, in the high seasons of the months of July and August, the sample size was determined and the questionnaires were applied in the months of July and August of this year. The information was processed using the SPSS statistical software for analysis and to export the graphs to facilitate their understanding. The goal is to empower the community that provides tourist services in Chuburna for their growth and development as business units. The final results will be presented in February 2025 and the methodology will be provided for service community to continue measuring the quality of the experience perceived by Tourists.

Keywords: Cultural Tourism, Environmental Quality, Services.

Introducción

Importancia del turismo en el Estado

La derrama económica estimada por turismo acumulada en el segundo trimestre de 2024 alcanzó los \$6,829.56 millones. En el mes de agosto de 2024, Yucatán recibió un total de 1,600,894 visitantes con pernocta y 184,388 excursionistas, además del arribo de pasajeros en cruceros. Asimismo, el estado contó con 17,073 habitaciones de hospedaje y se registraron 1,929,758 personas visitando las zonas arqueológicas (Observatorio Turístico de Yucatán, 2024).

Importancia de la calidad en el servicio en la industria turística

Los clientes consideran la calidad del servicio como un requisito clave para poder satisfacer sus necesidades, en donde antes ellos se tenían que adaptar a lo que se les ofrecía en comparación con la actualidad que ahora las organizaciones deben de satisfacerlas y en caso de no cumplirlas estas presentan un gran riesgo puesto que baja el nivel de

¹ Profesor Tiempo Completo. Tecnm Instituto Tecnológico Superior Progreso, Perfil Deseable Prodep Vigente . <https://orcid.org/0000-0002-4736-1642>, cdelacruz@itsprogreso.edu.mx

² Profesora. Tiempo completo. Cuerpo Académico Innovación Tecnológica en Administración. Perfil Deseable Prodep Vigente. <https://orcid.org/0000-0003-0856-0355>, ocamargo@itsprogreso.edu.mx (**Autor Corresponsal**).

competitividad con respecto a otras que ofrezcan el mismo servicio en el mercado. (Olvera-García & Castillo-Corral 2020). Asimismo, de acuerdo con Morales (2021) menciona que la calidad en el servicio surge de la necesidad de instrumentar sistemas de aseguramiento de calidad en la cual puedan garantizar que el servicio otorgado cumpla con el de manera efectiva y eficaz a las necesidades de los clientes. Las organizaciones que obtengan la calidad de servicio como una práctica común, como una filosofía interna y como una incorporación como un elemento distintivo a diferencia de sus competidores obtendrán una ventaja competitiva. A lo largo de los años la calidad del servicio ha ido evolucionando puesto que las organizaciones buscan siempre una mejora continua con el fin de lograr satisfacer las necesidades de sus clientes y con ello logren crear clientes fieles, es decir; que estos puedan recomendar a otros su servicio o su bien que la mayoría de las veces les consuman.

El objetivo es divulgar las experiencias durante el proceso de aplicación del instrumento de calidad en el servicio dirigido a prestadores de servicios comunitarios en el caso de estudio de la Isla Delfines.

Contexto e historia del caso de Isla Delfines

Después del paso del huracán Gilberto en 1988 por la península de Yucatán, un río se desbordó, conectándose con el mar y creando una apertura (bocana) de aproximadamente dos kilómetros al oeste del centro de Chuburná. Esta nueva situación llevó a los pescadores a idear la construcción de un refugio pesquero. Ellos mismos comenzaron a colocar estacas y maderas para mantener abierto el canal, que llamaron “Gilberto” en honor al huracán que lo originó.

Con el tiempo, se solicitó apoyo al gobierno federal para la construcción de un muelle que facilitara las actividades pesqueras en la zona. Además, un residente local donó una parte de terreno que actualmente se utiliza para este propósito, lo que contribuyó al desarrollo de la infraestructura pesquera en el área.

En sus inicios, la isla era simplemente un lugar donde los visitantes podían bañarse, sin contar con servicios adicionales. Sin embargo, a medida que aumentaba la demanda, los visitantes comenzaron a pedir estadías más largas y la inclusión de servicios. Originalmente, esta isla solo era un refugio natural para los pescadores locales, quienes la usaban como punto estratégico para su actividad pesquera en el Golfo de México, la cual constituía la principal fuente económica de la región.

Este proyecto nació como respuesta a los problemas que enfrentó la comunidad de Chuburná, en el municipio de Progreso, tras diversas crisis, incluyendo una pandemia, un huracán severo y un evento de marea roja, todos los cuales impactaron duramente la pesca y, por tanto, la economía local. Desde el inicio, la comunidad se comprometió a cuidar y preservar los manglares, conscientes de la importancia de proteger el entorno natural para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

En 2022 se lanzó el primer proyecto llamado Isla Columpios, con el apoyo del Ayuntamiento de Progreso, que buscaba fomentar proyectos de turismo alternativo en la zona. Un año después, en 2023, se fundó la cooperativa Isla Delfines, conformada por cuatro socios.

En la Figura 1, se observa como en el espacio de la isla dentro del agua se han acondicionado camastros, así como el letrero de esta.

Figura 1. Isla delfines.



Nota: elaboración propia (2024).

Así mismo en la Figura 2, se puede apreciar el nombre de la isla que ha sido colocado de tal manera que los visitantes puedan tomarse fotos del recuerdo.

Figura 2. Letrero isla delfines.



Nota: elaboración propia (2024).

En la Figura 3, podemos apreciar algunas de las actividades que realizan los visitantes en Isla delfines.

Figura 3. Estancia en isla delfines.



Nota: elaboración propia (2024).

Marco teórico

Turismo comunitario

A partir de la definición de Zapata et al. (2011), podemos entender que el turismo comunitario hace referencia a una forma de practicar el turismo en la que las comunidades locales son las encargadas de planear, gestionar y controlar la actividad, de tal forma que logran acceder de la forma directa a sus beneficios sociales, culturales y económicos, y conservan los recursos locales.

Así mismo de acuerdo con López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2009a), el turismo comunitario se concretaría en tres grandes bloques. En primer lugar existirían los actores principales intervinientes en la planificación turística, a saber, la empresa, los guías, las administraciones locales, las oficinas de turismo; en un segundo bloque, existirían las empresas que dan los servicios directos a los turistas, hoteles, restaurantes; y, por último, un tercer grupo en el que

estarían otra serie de empresas que ayudan a materializar la actividad turística en el destino, como por ejemplo: los transportes, las tienditas de souvenirs o actividades de turismo activo.

Según Maldonado (2005), el turismo comunitario se entiende como un modelo empresarial que se fundamenta en la propiedad compartida y la gestión independiente de los recursos patrimoniales de las comunidades. Este enfoque se distingue por implementar prácticas laborales basadas en la democracia y la solidaridad, además de asegurar una distribución justa de los beneficios generados por las actividades turísticas. Su propósito esencial es facilitar encuentros interculturales enriquecedores entre los visitantes y las comunidades anfitrionas

Desde la perspectiva de Manyara y Jones (2007), por lo tanto, el turismo comunitario permitiría dar la forma al desarrollo socioeconómico de las Comunidades locales, al mismo tiempo que contribuiría a la preservación de la cultura y el entorno del lugar.

Concepto de calidad en el servicio

Olvera-García y Castillo-Corral (2020) sostienen que los clientes ven la calidad del servicio como un requisito esencial para cubrir sus requerimientos, en contraposición a periodos previos donde los clientes se ajustaban a lo que se les proporcionaba. Hoy en día, las entidades deben satisfacer estas expectativas; de lo contrario, se exponen a perder competitividad ante otras que brinden servicios parecidos en el mercado. Todo lo contrario, Morales (2021) argumenta que un servicio de calidad proviene de la necesidad de implementar sistemas para la garantía de calidad del servicio que aseguren una entrega satisfactoria que responda a las necesidades de los clientes. Así, aquellas organizaciones que adopten la calidad del servicio como una práctica continua, se consideran como una organización. Hoy en día, las entidades deben satisfacer estas expectativas; de lo contrario, se exponen a perder competitividad ante otras que brinden servicios parecidos en el mercado.

Factores que determinan la calidad en el servicio.

De acuerdo con López (2020), la calidad del servicio debe abarcar una serie de factores esenciales para garantizar su eficacia. Dentro de estos elementos se encuentran: alcanzar las metas establecidas; garantizar que el diseño esté vinculado con lo que se proporciona; satisfacer las necesidades y solicitudes de los clientes; asegurar que los resultados se alineen con las expectativas del cliente; comportarse con honestidad y prever las aspiraciones del cliente. Además, resulta crucial fomentar la iniciativa en las acciones y anticiparse a las expectativas del cliente, además de ofrecer respuestas apropiadas y personalizadas para cada circunstancia. Además, es necesario sostener y manejar las emociones de forma adecuada, en función de la circunstancia, para prevenir que impacten en el desenlace. La capacidad analítica es esencial para emplear la tecnología.

EL modelo SERVQUAL

Berry y Parasuraman (2004) explican que Modelo SERVQUAL, medición de la calidad del servicio en el sector de minorista y el sector servicios. El modelo SERVQUAL nace en el año 1988 y tiene múltiples actualizaciones a partir de dicha fecha. La base de este modelo se encuentra en la evaluación del servicio brindado y en la satisfacción de los clientes en cinco dimensiones: La fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, factores tangibles y entendimiento mutuo. En este sentido, esta herramienta centrada en las percepciones de los consumidores es enormemente útil e incluso se entiende como fundamental para la continua mejora de la experiencia de los clientes.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. y Gremler, D. D. (2009). Marketing de los servicios: Integrando la visión del cliente. En esta obra se destacan las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, concediendo una importancia capital a la confiabilidad, la sensibilidad, la seguridad, la empatía y los tangibles, en la prestación de servicios de calidad.

Beneficios de medir la calidad en el servicio.

De acuerdo con SL (2018), para el cumplimiento de la satisfacción del cliente se agradecen a la empresa un conjunto de beneficios que quedan recogidos en los siguientes términos:

- Primer beneficio: El cliente satisfecho acostumbra a volver a comprar: este beneficio se traduce en comportamiento leal y, además, incrementada probabilidad de realizar ventas futuras bien sea del mismo artículo o de otros productos.
- Segundo beneficio: El cliente satisfecho transmite su experiencia positiva a los terceros, bien sean sus familiares o amigos. Este beneficio de promoción es gratuito, dado que el cliente es el que promueve la marca o el producto.
- Tercer beneficio: El cliente satisfecho tiende a ignorar a sus competidores, de forma que la firma logra la obtención de una buena posición en el mercado.

Materiales y métodos

Para el desarrollo de este estudio y a través de la investigación documental (García, 2021) de fuentes primarias y secundarias se logró el análisis de factores que determinan la calidad en el servicio. También se consultaron los diferentes modelos que existen para realizar mediciones de los servicios prestados y el nivel de satisfacción en el sector turístico para tener una estructura del instrumento.

Con la información recabada y el análisis del grupo de investigadores se determinó que el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithlam y Berry (1988) tenía más semejanza e inclusión de los factores determinantes de la calidad en el servicio de acuerdo con la revisión de la literatura.

Se procedió a adaptar el instrumento del modelo a uno basado al contexto situacional de los prestadores de servicios turísticos comunitarios. El resultado fue sometido a una validación de juicio por tres expertos en turismo y calidad. También se realizó un pilotaje para determinar el estadístico de confiabilidad de Cronbach.

Se optó por un enfoque mixto (Hernández y Mendoza, 2020) que permite una comprensión más completa y profunda de las variables de estudio mediante el uso de datos numéricos y provenientes del contexto. El estudio es de tipo descriptivo (Ochoa-Pachas y Yunkor, 2020) en donde se caracterizan situaciones que permiten comprender la naturaleza y características de lo que se está estudiando por lo que se identifican los factores que se encuentran en el entorno de la variable calidad en el servicio, y que se pueden tomar en consideración para realizar la investigación. Para el método se empleó el estudio de caso (Honos y Llanto, 2021) que permite de manera significativa abordar los aspectos teóricos y prácticos del conocimiento para estudios futuros en poblaciones mayores.

Por lo tanto, para determinar la unidad de observación se tuvo un acercamiento primeramente con los representantes de las cooperativas que operan los servicios turísticos de las islas en la localidad de Chuburná a través de una reunión en donde se les explicó las características del proyecto. Como resultado de este primer contacto, la primera cooperativa que aceptó fue Isla Delfines, con quienes se agendaron reuniones, para empezar a gestionar las facilidades y condiciones para el acceso a la información y a las instalaciones para lograr los objetivos.

La población estuvo delimitada por turistas nacionales que visitaron el atractivo turístico en el periodo comprendido entre los meses de julio y agosto del año 2023 para poder calcular el tamaño de la muestra, dato que arrojó un total de 245 encuestas a aplicar, utilizando la fórmula del cálculo en poblaciones conocidas (Gallego, 2020).

El muestreo para seleccionar a los participantes fue de tipo no probabilístico por conveniencia (Piedra y Manqueros, 2021), dado a la disposición de quien accediera a responder la encuesta, y que de acuerdo con Pereyra y Vayra (2021), es recomendado para estudios en donde no se pretende comprobar una hipótesis, sino más bien, aportar información detallada sobre un fenómeno específico.

Se digitalizó el instrumento a través de *Google Forms* y se abordó al sujeto de estudio al retirarse de su estancia en una modalidad cara a cara para recopilar la información. La aplicación se llevó a cabo en los meses de julio y agosto de 2024 con una periodicidad de tres días en viernes, sábado y domingo, con motivo del aforo y concurrencia de los visitantes durante el fin de semana.

Una vez recopilados los datos se procedió a iniciar con el procesamiento de la información con el apoyo del software estadístico SPSS y se analizarán los resultados a través de gráficas y tablas para facilitar la comprensión de estos. (Hernández y Mendoza, 2020).

Los resultados definitivos se presentarán en el mes de enero del 2025 en resumen ejecutivo a los miembros de la cooperativa con las propuestas de la academia ante los hallazgos detectados.

Conclusiones

La Isla Delfines Tours ubicada en Chuburná Puerto, Yucatán, es una empresa dedicada a ofrecer servicios turísticos y recreativos, especializados en paseos y excursiones por la costa yucateca. Su enfoque está dirigido al turismo local y familiar, con una clara orientación hacia la conservación y apreciación del ambiente natural. La isla promueve un modelo de ecoturismo y opera de manera colaborativa con pescadores locales. A continuación, se detallan sus procesos que en la actualidad tiene:

- Operación de tours: Los recorridos inician en el puerto de abrigo de Chuburná, con rumbo a Sisal, pasando por la laguna denominada La Carbonera, luego hacia el manglar en kayak, y finalmente llegando al manantial Dzul-Ha, donde los visitantes pueden disfrutar de un baño. Al finalizar, se retorna a Isla Delfines Tours para degustar un ceviche.
- Estadía en Isla Delfines Tours: Los visitantes pueden disfrutar de una estadía de dos horas, con acceso a mesas, sillas, palapas, hamacas, camastros y traslado en lancha. Los turistas tienen la opción de llevar su propio alimento o consumir en la isla.
- Actividades acuáticas: La empresa ofrece pesca recreativa, *snorkeling* y exploración de la biodiversidad marina.
- Ecoturismo: Isla Delfines Tours promueve el turismo ecológico, ofreciendo recorridos que permiten a los turistas conocer los ecosistemas marinos y costeros de Yucatán.
- Promoción y marketing local: Utiliza redes sociales y publicidad local para atraer a turistas.
- Mantenimiento del espacio natural: La isla requiere cuidados específicos para preservar su atractivo. Los miembros de la organización se encargan de la limpieza de las áreas naturales y del mantenimiento de las instalaciones turísticas, como palapas y hamacas, para garantizar la conservación del entorno.

En cuanto al aumento del crecimiento residencial, junto a los isleños se encuentra la zona de venta de servicios turísticos en la zona de recepción donde hay ocho islas además de la Isla Columpios. Los isleños de Isla Delfines Tours abordan los vehículos que acceden al refugio pesquero Gilberto para presentarles la oferta turística de la isla y ayudan a que los visitantes sean orientados. Es altamente recomendado a todos los visitantes la utilización de los baños de la zona de recepción antes del acceso a las lanchas porque en la isla no existen servicios de salud. La puesta en práctica del protocolo se desarrolla en estrecha colaboración con C. Lewis Manuel Osorio Pech, un asesor turístico que tiene como objetivo ayudar a que los lancheros se pongan en contacto con los visitantes para que estos puedan vivir una experiencia integral.

Los retos a los que se enfrenta Isla delfines son los siguientes:

1. Cumplir con el 100% de las encuestas necesarias según el tamaño de muestra establecido en cada caso de estudio: Este reto implica asegurarse de que se complete la totalidad de las encuestas planeadas para obtener resultados representativos. Alcanzar este objetivo requiere una planificación cuidadosa y la implementación de estrategias para maximizar la participación de los encuestados.
2. Desarrollar estrategias efectivas para la recopilación de información: Es fundamental proponer y poner en práctica métodos que permitan recoger la información en el momento adecuado. Esto incluye identificar los tiempos y lugares óptimos para realizar las encuestas, de manera que los datos recolectados reflejen con precisión las experiencias y opiniones de los turistas.
3. Acercarse al turista para la realización de la encuesta: Uno de los mayores desafíos en el campo de los estudios turísticos es lograr un acercamiento efectivo con los turistas sin interferir en su experiencia. Para ello, es esencial contar con técnicas de comunicación que permitan captar su interés y motivarlos a participar en la encuesta, garantizando al mismo tiempo que su experiencia no se vea afectada negativamente.
4. Concientizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de las mediciones: Para que estas encuestas sean sostenibles y efectivas, es necesario sensibilizar a los proveedores de servicios turísticos acerca de la importancia de participar en el proceso de recopilación de datos. Al comprender que estos estudios contribuyen a mejorar la calidad de los servicios y la satisfacción de los visitantes, los prestadores de servicios pueden colaborar activamente, proporcionando el contexto adecuado y promoviendo la participación de los turistas en las encuestas.

Referencias bibliográficas

- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2004). *Marketing services: Competing through quality*. Editorial Simon & Schuter.
- Gallego-Galán, I. (2020). Diseño de la investigación: cuestionario y muestra. *Investigación de Mercados I*.
- García Martínez, A. (2021). *Cómo investigar en ciencias sociales: Fundamentos epistemológicos y metodología de la investigación científica* (3.ª ed.). Editorial Paraninfo.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Honores, J. L. C., & Llanto, J. Q. (2021). El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(19), 775-786. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>
- López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M. (2009) “Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador”. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, n° 30, pp. 85-103.
- López, J. V. G. (2020). COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning, S.L
- Maldonado, Carlos (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario, Ginebra, Suiza: Organización Internacional del Trabajo pp.
- Manyara, G. y Jones, E. (20027), “Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction”. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 15, n° 6, pp. 628- 644
- Morales, J., (2021). Procesos Organizacionales Vinculados A La Gestión De Calidad Del Servicio. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 5(17), 55-64
- Observatorio Turístico del Estado de Yucatán. (2024). *Informe de tendencias turísticas en Yucatán*. Observatorio Turístico del Estado de Yucatán <https://www.observatoryucatan.org.mx>.
- Ochoa-Pachas, J., & Yunkor Romero, Y. (2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Universidad Autónoma del Perú*. <http://201.234.119>.
- Olvera-García, K. F., & Castillo-Corral, D. (2020). Análisis de la Calidad del Servicio en Control Escolar de una IES. *Conciencia Tecnológica*, (60).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pereyra, L. C., & Vaira, M. (2021). Diseño de Muestreo. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/156720/CONICET_Digital_Nro.765f1689-fa9b-4347-bf51-55265c8d3477_A.pdf?sequence=2
- Piedra, J. A. M., & Manqueros, J. M. C. (2021). El muestreo y su relación con el diseño metodológico de la investigación. *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. Un abordaje didáctico*, 81.
- SL, D. E. E. (2018). UF0349: ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL (ADGG0208) (ADGD0308). ICB, S.L. (Interconsulting Bureau S.L.).
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 00(0), 1–25
- Zeithaml, Valerie; Bitner, Mary Jo; Gremler. (2009). *Marketing de servicios*. México: Mc Graw Hill. Quinta edición



<https://doi.org/10.69823/avacient.v4n2a18>
<http://avacient.chetumal.tecnm.mx/index.php/revista>
<https://www.facebook.com/avacient>