

# MEDIDA DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE EL SERVICIO DE GUÍAS EN LAS ZONAS ARQUEOLÓGICAS DE TULUM Y COBÁ EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO, MÉXICO

Lucila Zarraga Cano, Universidad del Caribe  
Enrique Corona Sandoval, Universidad del Caribe

## RESUMEN

*Este estudio ayuda a conocer la medida de satisfacción de los turistas con respecto a los guías que ofrecen su servicio en las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá, lugares de cultura maya que año con año reciben alrededor de más de un millón de visitantes, se busca identificar áreas de oportunidad que den paso a mejoras en el servicio que se ofrece, debido a la importancia que estos representan en el estado de Quintana Roo. El estudio comprende una investigación descriptiva la cual fue aplicada a los turistas de diferentes nacionalidades para obtener información sobre la satisfacción que encontraron al contratar los servicios del guía con respecto al idioma, trato, duración de recorrido, pago entre otros. Es importante resaltar la importancia de que el turista se lleve una buena imagen del servicio, que sea una experiencia memorable ya que detonará que las personas regresen además de ser un medio de publicidad de boca en boca para promocionar nuestras bellezas culturales.*

**PALABRAS CLAVE:** Turismo, satisfacción, guías turísticos, Tulum, Cobá

## INTRODUCCIÓN

Derivado de la importancia que tiene la llegada de turistas en el estado de Quintana Roo por ser el principal generador de ingresos, existe una preocupación constante por parte de la Secretaria de Turismo del Estado por mantener y mejorar los servicios que se ofrecen. Una de las principales atracciones con las que se cuenta son las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá, patrimonio de México y de la Humanidad.

Tulum, sitio arqueológico muy compacto, sobre todo comparado con otros sitios arqueológicos mayas, está situado sobre un promontorio a la orilla del Mar Caribe, y es uno de los sitios mayas mejor conservados. Está rodeado por importantes sitios y desarrollos turísticos de la Riviera Maya. Tulum es el tercer sitio arqueológico más visitado de México, solo por detrás de Teotihuacán y Chichen Itzá. La zona arqueológica de Cobá se localiza al oeste del poblado de Tulum; por su importancia histórica y por su belleza natural, es una visita obligada para cualquier persona interesada en conocer la arqueología de Quintana Roo. Cuando un turista viaja al estado, espera encontrar a México, su cultura, tradiciones historia y bellezas reflejado en todas partes incluso en el guía de turista que los atiende.

Los guías de turistas juegan un papel importante, son los que tienen el contacto directo con los visitantes y por lo tanto son la imagen que ellos se llevan del estado; sin embargo existe una problemática con respecto al servicio que ofrecen los guías debido a una falta de supervisión por las autoridades competentes, con respecto al trato amable del guía, imagen del guía, dominio del idioma, dominio del tema, calidad en el servicio del guía, duración del recorrido y pago del servicio entre otros.

Por lo anterior es necesario conocer la satisfacción de los turistas para tomar medidas pertinentes y capacitar y formar a los guías en las áreas de oportunidad para aumentar la satisfacción de los turistas sobre la calidad en el servicio. Este estudio pretende conocer la satisfacción que tienen los turistas sobre

el servicio que ofrecen los guías de turistas en las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá del Estado de Quintana Roo para incrementarla.

## REVISIÓN LITERARIA

Antes de la Revolución Industrial el comercio estaba dirigido por pequeños artesanos que atendían directamente a sus clientes estableciendo un vínculo personal con ellos por lo que contaban con una retroalimentación sobre sus deseos y necesidades de forma directa e inmediata. Después de la Revolución Industrial ese esquema de comercialización cambia y las organizaciones empiezan a producir en escala, rompiendo ese contacto directo con el cliente y preocupándose cada vez más por vender sus productos no importando si satisfacían las necesidades de sus consumidores. En las últimas décadas las organizaciones se dan cuenta de la importancia que tienen sus clientes para su crecimiento, empiezan a preocuparse y buscan un acercamiento con ellos para conocer sus percepciones y expectativas sobre los servicios y productos que ofrecen, es decir buscan satisfacer al cliente.

Hoy en día las organizaciones reflexionan cada vez más sobre la importancia de la percepción y expectativas que el cliente tiene sobre los productos y servicios. Las empresas adoptan el concepto de calidad en el servicio para atraer y retener a sus consumidores. Gurus en el tema de calidad como Deming, Juran, y Crosby realzan la importancia del cliente, se crean modelos para medir la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio como SERVQUAL (Zeithaml y Berry, 1985), Modelo de Kano (Kano, Seraku, Takahashi y Tsuji, 1984), Modelo EFQM de Excelencia (European Foundation for Quality Management, 1988).

La información que proporciona el cliente cada vez tiene un valor más alto y una de las disciplinas que inicialmente comenzó a tocar este tema, fue el área de investigación de mercados abanderada por Philip Kotler, la investigación de mercados constituye el vehículo clave para comprender las expectativas y percepciones del cliente acerca del servicio. La investigación debe centrarse en temas de servicios como las características más importantes para los clientes, qué niveles de estas características esperan y que piensan que la compañía puede y debería, hacer cuando ocurren fallas durante la prestación de servicios

Las organizaciones deben invertir tiempo, dinero y esfuerzo para efectuar mediciones de satisfacción del cliente, analizar e interpretar adecuadamente la información recolectada y lo más importante tomar acciones pertinentes para mejorar. (Alberto Alexander, 2002). La medición conlleva un enfoque metodológico:

1. Identificación de los clientes
2. Establecimiento de método de muestra
3. Identificación de los requerimientos de los clientes
4. Elaboración del cuestionario
5. Aplicación del cuestionario
6. Análisis e interpretación
7. Acción correctiva

No hay manera de hacer crecer a las organizaciones, sino se satisfacen las expectativas de los clientes. Esta medición debe realizarse de manera periódica buscando mejorar cada vez más la calidad en el servicio.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### Fase I: Identificación del Problema de Investigación

Determinar y aclarar las necesidades de información sobre la investigación, a través de una búsqueda de datos secundarios en donde se analiza la Ley Federal de Turismo como la Ley Estatal de Turismo en los capítulos que hablan del servicio de guías de turistas, además de la Nom – 08 – Tur – 2002 que nos indica los elementos que deben sujetarse los guías en temas o localidades específicas de carácter cultural. Con el fin de identificar la reglamentación que los guías deben de cumplir para dar un buen servicio. A la par de esto los funcionarios de la Secretaria de Turismo del Estado, expusieron sus comentarios ante esta problemática, y manifestaron:

“Hay poco interés de los guías en seguir capacitándose y un deficiente manejo de idioma inglés muestran muchos guías de turistas que laboran en las zonas de Quintana Roo. Se requiere calidad del servicio en cuanto al manejo de idiomas, habilidad para conducir al grupo, y el conocimiento sobre arqueología e historia.”

El problema de la investigación es conocer el índice de satisfacción de los turistas que visitan las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá sobre el servicio que ofrecen los guías. Los objetivos de la investigación son los siguientes:

- a) Conocer el índice de satisfacción de los turistas de las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá, con respecto a: Trato del guía, presentación (imagen), facilidad de encontrar guías que hablen su idioma, dominio del idioma, dominio del tema, calidad en el servicio, duración del recorrido, el pago del servicio de guía.
- b) Analizar los cruces necesarios para identificar que tipo de turista (por nacionalidad) esta menos satisfecho.

### Fase II: Elaborar del Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación para elaborar el estudio, fue a través del método de investigación descriptiva se basa en procedimientos científicos para recolectar datos puros y crear estructuras de datos que describan las características actuales de una población objetivo definida o una estructura de mercado. La encuesta fue cuantitativa, debido a que pone énfasis en preguntas formales normalizadas y con opciones de respuestas predeterminadas en cuestionarios.

Determinar el plan muestral y el tamaño de la muestra; El estudio requiere de la aplicación de un Muestreo Aleatorio Simple este tipo de muestreo supone que cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección conocida y todos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Este tipo de muestreo es equivalente a seleccionar al azar.

De acuerdo con la información proporcionada por la Secretaria de Turismo del Estado de Quintana Roo, contenida en un reporte del INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) del mes de enero del 2007; La afluencia promedio diaria es de 3500 visitantes para Tulum y de 1200 para Cobá, para determinar el tamaño de la muestra se conjuntaron ambos visitantes dando un total de 4700 visitantes a fin de obtener un nivel de confianza del 95% en los resultados generales de la investigación.

La muestra fue determinada del siguiente modo:

$$r = \frac{4 (p) (q) N}{s^2 (N - 1) + 1} \quad (1)$$

Donde:

r = tamaño de la muestra.

p y q = posibilidad de que ocurra un evento  
 N = tamaño de la población  
 $s^2$  = desviación estándar

Esto da como resultado tener una muestra para la zona arqueológica de Tulum de 257 encuestas y para Cobá de 112 encuestas. En los primeros días de enero del presente año, fueron realizadas 257 encuestas a los visitantes de la zona arqueológica de Tulum y 110 a la zona arqueológica de Cobá, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1: Ficha Técnica

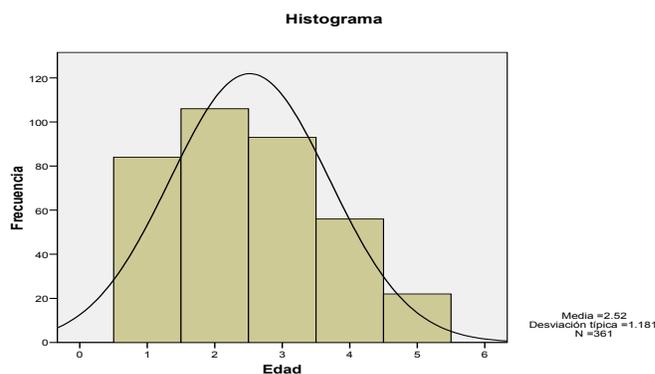
	Turistas	
	Tulum	Cobá
<b>No. Total de la Muestra</b>	257	110
<b>Duración de la Entrevista</b>	4 minutos	4 minutos
<b>Horarios de Levantamiento</b>	10 hrs. a 16 hrs.	10 hrs. a 16 hrs.
<b>Días de levantamiento</b>	Sábado 15 de Diciembre del 2007; Miércoles 09, Jueves 10 y Viernes 11 de enero del 2008	Sábado 12 y Domingo 13 de enero del 2008

*Esta tabla indica datos técnicos del levantamiento de las encuestas. En Cobá se tomaron en cuenta 110 encuestas debido a que 2 de ellas se desecharon por estar incompletas.*

El levantamiento de los turistas tuvo lugar antes de abordar el tren que los transporta a la salida del sitio en el caso de Tulum, y en el caso de Cobá se abordaron justo al salir. El levantamiento de encuestas fue de manera personal por alumnos de sexto y séptimo semestre de servicio social previamente capacitado de la Universidad del Caribe en Cancún Q. Roo. Durante este levantamiento la tasa de rechazo fue casi nula, es decir al intentar aplicar la encuesta, se obtuvo una respuesta favorable en el grupo de estudio. (Turistas)

La validación del número de encuestas se basa en el teorema de límite central, en donde la desviación estándar nos indica el error muestral permitido en este caso se considera de 0 a 5 como se muestra en la Figura 1; La variable edad a través de la desviación típica y un histograma con curva normal indican si es valido el número de encuestas aplicadas. La muestra representativa fue de 367 visitantes, con una desviación estándar de 1.18, lo que valida el tamaño de la muestra.

Figura 1: Histograma con Curva Normal de la Variable Edad



*Esta figura representa el histograma con curva normal de la variable edad, de las 367 encuestas aplicadas en las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá, del Estado de Quintana Roo, México.*

Los temas y escalas de medición del cuestionario dirigido a los Turistas están conformados en bloques para recabar información de los siguientes aspectos y se clasificaron las preguntas como lo indica la Tabla 2, los cuestionarios fueron aplicados en varios idiomas (español, inglés, francés e italiano).

- a) Pregunta filtro. (*si contrato los servicios de un guía de turista*)
- b) Datos de identificación.
- c) Acceso a la zona arqueológica
- d) Satisfacción respecto a guías de turista

Tabla 2: Clasificación de Preguntas del Instrumento Aplicado

Clasificación	% en la Encuesta
Dicotómicas	16.6%
Opción Múltiple	61.1%
Abiertas	22.3%

*Esta tabla indica el tipo de preguntas que se utilizó en el cuestionario*

### Fase III: Ejecución de Diseño de la Investigación

El procesamiento consistió en formar una base de datos de 376 casos (turistas) y 33 variables utilizadas en este análisis. El análisis de datos fue mediante estadísticos de tendencia central (moda) y de dispersión (desviación típica) además de frecuencias y porcentajes acumulados. La medida de satisfacción esta conformado de la siguiente manera. Primero, establecer un valor asignado como lo indica la Tabla 3. Segundo, multiplicar el número de casos por el valor asignado y obtener el promedio.

Tabla 3: Medidas y Valores

Medida	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valor	5	4	3	2

*Esta tabla indica la ponderación de los valores de las preguntas del cuestionario*

## RESULTADOS DEL ESTUDIO POR ZONAS ARQUEOLÓGICAS

### Zona Arqueológica de Tulum

*Datos de Identificación:* El 29.6% de los turistas encuestados se encuentra en el rango de edad de 41 a 50 años. Por lo que el segmento que se encuentra entre este rango de edad valora en mayor proporción la calidad del servicio recibido. El 55.1% de los turistas encuestados fueron mujeres. El 46.3% de los turistas son estadounidenses, el 20.2% son europeos, (de los cuales el 5.8% es de Francia, el 4.7% de Italia, el 2.7 % de España), el 19.5% son mexicanos. Los turistas americanos requieren más calidad en el servicio, mientras que los europeos inquieren más sobre la base histórica de las zonas arqueológicas. El 55% de los turistas hablan inglés, el 26% hablan español el 6% francés; Por lo que los idiomas más demandados en los guías de turista es el inglés y el español. Lo anterior no significa que los demás idiomas carezcan de importancia.

*Acceso a la Zona Arqueológica:* Entre las 10:01 y las 11:00 es cuando hay una mayor afluencia de turista en la zona arqueológica. Lo anterior complica dar un buen servicio en la operación. Las razones que más dan los turistas para visitar la zona arqueológica de Tulum es por conocer, por que van de vacaciones y por cultura y conocimiento. Se comprueba la importancia de los centros arqueológicos de Quintana Roo como atractivo central para los turistas, como lo indica la Tabla 4.

*Satisfacción con respecto a los guías de turistas:* El 67% de los turistas se informan sobre la cultura maya. El 90% no tuvo problemas para encontrar un guía que hablará su idioma y el 10% si. Se observa una mayor afluencia de turista entre las 10:00 y las 11:00 hrs. En cuanto al trato el 80.5% de los turistas lo considera excelente, el 17.9% lo considera bueno y el 1.6% lo considera regular. El 75% de los turistas lo consideran excelente, el 22.2% lo considera bueno y el 2.3% lo considera regular la presentación de los guías.

En cuanto a la facilidad de encontrar un guía disponible que hable su idioma, el 76% lo considera excelente, el 22.8% lo considera bueno y el 1.2% lo considera regular. El dominio del idioma: el 68.4% lo consideran excelente, el 29.3% lo consideran bueno, 2.0% regular y el .4% malo. El dominio del tema: el 79.8% lo consideran excelente, el 18.3% bueno, el 1.2% regular y el .8% lo consideran malo.

Tabla 4: Razón Principal de su Visita a Esta Zona Arqueológica (Tulum)

Conocer	34.3%
Vacaciones	23.1%
Cultura y conocimiento	10.1%
Historia	9.3%
Educativo	9.3%
Turismo	3.4%
Visitar	3.0%
Placer o entretenimiento	2.2%
Interés	1.1%
Curiosidad	1.1%
Playa	1.1%
Trabajo	0.4%
Relajación	0.4%
Recomendación	0.4%
Fotografiar	0.4%
Aventura	0.4%

*Esta tabla indica las razones que dijeron los turistas y sus porcentajes.*

El 73.1% consideran como eficiente el servicio de los guías, 24.1% lo considera como bueno, el 2.4% como regular y .4% como malo. En cuanto a la duración del recorrido el 56.9% lo considera excelente, el 35.7% lo considera bueno, el 7.1% regular y el 0.4% lo considera malo. En cuanto al pago del servicio del guía el 50% lo considera excelente, el 37.7% lo considera bueno, 10.7% regular y el 1.2% malo.

El 45% de los turistas que visitan la zona arqueológica de Tulum otorgó propina. De esos el 42.9% otorgo entre \$50.00 y \$60.00 pesos de propina, el 34% otorgo \$100.00 pesos. El 91.5% considera que hay suficientes guías que hablan su idioma. El 94% disfruto totalmente haber conocido la zona arqueológica utilizando los servicios de un guía. La Figura 2 muestra en forma gráfica estos resultados.

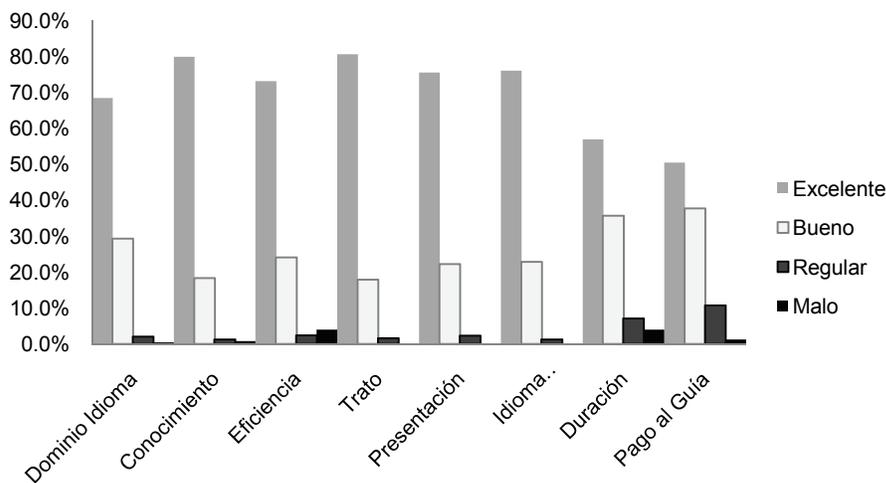
### Zona Arqueológica de Cobá

*Datos de Identificación:* El 38.0% de los turistas encuestados se encuentra en el rango de edad de 31 a 40 años. El 53.7% de los turistas encuestados fueron hombres. El 46.4% de los turistas son europeos, el 29.1% son estadounidenses, el 16.4% son canadienses y el 5.5% son mexicanos. El 49.1% de los turistas hablan inglés, el 21.9% hablan español y el 17.3% italiano.

*Acceso a la Zona Arqueológica:* Entre las 9 y las 11:00 es cuando hay el mayor porcentaje de afluencia de turista en la zona arqueológica. El 52.3% permaneció de hora y media a dos horas en la zona

arqueológica. El 77% de los turistas que visitan las zonas arqueológicas van en grupo y contratan un guía de turista. El 23% que visitan las zonas arqueológicas que van de manera independiente contratan los servicios de un guía Las razones que más dan los turistas para visitar la zona arqueológica de Tulum es por vacaciones, por conocer y cultura, como indica la Tabla 5.

Figura 2: Porcentaje de Turistas Que Calificaron Desde Excelente Hasta Pésimo el Servicio de los Guías en Diferentes Aspectos en la Zona Arqueológica de Tulum



Esta figura muestra gráficamente el porcentaje de turistas que calificaron como excelente, bueno, regular, malo y pésimo el servicio del guía en varios aspectos.

Tabla 5: Razón Principal de su Visita a Esta Zona Arqueológica (Cobá)

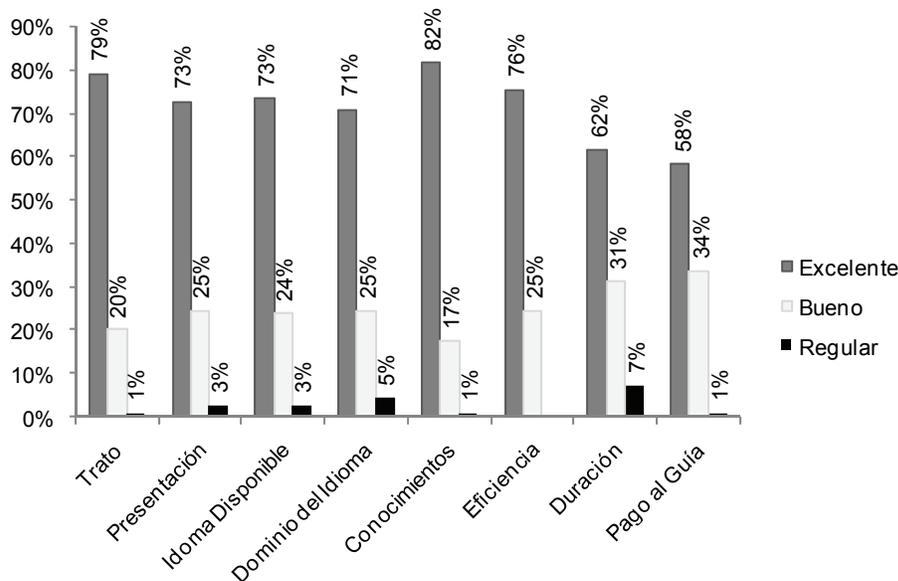
Vacaciones	36.1%
Conocer	24.6%
Cultura	12.3%
Historia	5.7%
Arqueología	5.7%
Interés	4.1%
Educativo	3.3%
Recomendación	2.5%
Curiosidad	2.5%
Placer	0.8%
Original	0.8%
Comparar	0.8%
Belleza	0.8%

Esta tabla indica las razones que dijeron los turistas y sus porcentajes. El 67% de los turistas se informan sobre la cultura maya.

**Satisfacción con respecto a los guías de turistas:** El 95% no tuvo problemas para encontrar un guía que hablará su idioma. El 79.1% lo considera excelente el trato, el 20.0% lo considera bueno y el 0.9% lo considera regular. En cuanto a la presentación el 72.7% de los turistas lo consideran excelente, el 24.5% lo considera bueno y el 2.7% lo considera regular. En cuanto a la facilidad de encontrar un guía disponible que hable su idioma, el 73.3% lo considera excelente, el 23.8% lo considera bueno y el 2.9% lo considera regular.

El dominio del idioma: el 70.9% lo consideran excelente, el 24.5% lo consideran bueno y el 4.5% regular. El dominio del tema el 81.7% lo consideran excelente, el 17.4% bueno y el .9% regular. El 75.5% consideran como eficiente el servicio de los guías, y el 24.5% lo considera como bueno. En cuanto a la duración del recorrido el 61.5% lo considera excelente, el 31.2% lo considera bueno, el 7.3% regular. En cuanto al pago del servicio del guía el 58.2% lo considera excelente, el 33.7% lo considera bueno, 7.1% regular y el 1.0% malo. La Figura 3 muestra en forma gráfica estos resultados.

Figura 3: Porcentaje de Turistas Que Calificaron Desde Excelente Hasta Pésimo el Servicio de los Guías en Diferentes Aspectos



Esta figura muestra gráficamente el porcentaje de turistas que calificaron como excelente, bueno, regular, malo y pésimo el servicio del guía en varios aspectos.

Por otra parte, el 39% de los turistas que visitan la zona arqueológica de Tulum otorgo propina. El 46.2% otorgo menos de \$40.00 pesos y el 28.0% \$50.00 pesos. El 98% considera que hay suficientes guías que hablan su idioma. El 95% disfruto totalmente haber conocido la zona arqueológica utilizando los servicios de un guía, el 4% por algunos momentos y el 1% escasamente.

En la siguiente parte se realizan cruces para de identificar el número de casos de turistas que están insatisfechos. Se encuentra que en la zona arqueológica de Tulum un 4.7%, que corresponde a latinoamericanos, europeos y mexicanos si tuvo problemas para encontrar un guía que hablen su idioma. En la zona arqueológica de Cobá el 10% de los turistas de nacionalidad americana, canadiense, latinoamericana, europea y mexicana si tuvo problemas para encontrar un guía en su idioma. En la zona arqueológica de Tulum el 16% califica como regular el trato del guía de turista y en el caso de Cobá un .9% lo considera regular. En la zona arqueológica de Tulum el 2.3% consideran que la presentación del guía es regular y en el caso de Cobá el 2.7. En la zona arqueológica de Tulum el 2% considera regular el dominio del idioma. En Cobá el 4.5% considera regular el dominio del idioma inglés.

En la zona arqueológica de Tulum el 1.2% consideran regular los conocimientos del guía y el .8% lo considera malo. En Cobá el .9% considera como regulares los conocimientos del guía. En Tulum el 2.4% considera regular la eficiencia de los guías y el .4% lo considera malo. En la zona arqueológica de Tulum el .4% considera mala la duración del recorrido y el 7.1% lo considera regular. En Cobá el 7.3% lo considera regular. En Tulum el 1.2% considera malo el pago del servicio de guía y un 10.7% lo considera

regular. En Cobá el 1.0% lo considera malo y el 7.1% regular. Esto nos habla de que no están satisfechos con el valor que pagaron por el servicio. En Tulum el .6% de los turistas dicen que son pocos los guías que hablan inglés este porcentaje aumenta a 10% cuando se busca a un guía que hable italiano y a 60% cuando se refiere al portugués. En Cobá el 25% de los turistas que habla francés dicen que son pocos guías (Tabla 6).

Tabla 6: Medida de Satisfacción de los Turistas

<i>Medida de Satisfacción de los Turistas</i>		
<b>Aspecto</b>	<b>Tulum</b>	<b>Cobá</b>
Trato amable del guía	4.8	4.8
Presentación (imagen del guía)	4.7	4.7
Facilidad de encontrar guía disponible	4.7	4.7
Dominio del idioma necesario	4.7	4.7
Dominio del tema (conocimientos)	4.8	4.8
Calidad en el servicio del guía (eficiencia)	4.7	4.8
Duración del recorrido	4.5	4.5
Pago del servicio del guía	4.4	4.5

*Esta tabla indica la calificación que se otorga a los turistas en varios aspectos donde la máxima calificación es 5*

## CONCLUSIONES

Por medio de la investigación se rechaza la hipótesis debido a que la relación en cuanto a capacitación-formación y satisfacción no fue comprobada. Sin embargo el índice máximo que representaría un mayor grado de satisfacción (5) no fue alcanzado por ninguna de las variables, por lo que podemos concluir que si hay áreas de oportunidad para mejorar con respecto del servicio que ofrecen los guías de turistas y hay que destacar la participación que tienen las autoridades en cuanto a supervisión y control del equipo de guías de turistas. Tomando las bases de datos tanto de Tulum como de Cobá, el 6.1% de los hombres no disfrutaron haber conocido las zonas arqueológicas con un guía.

Resulta una responsabilidad el hecho de saber que más del 60% de los visitantes de las zonas arqueológicas, se informan previamente acerca de la cultura maya, lo que nos deja ver un segmento culto y preparado, que requieren de guías con óptima formación en historia y cultura, para poder contestar cualquiera de sus dudas. Cabe señalar que los turistas que utilizaron el servicio de guías, perciben positivamente el nivel de conocimientos que les mostraron, sin embargo tampoco llegaron al índice máximo que es 5. Los porcentajes negativos que se tuvieron fueron: en Tulum un .9% que lo calificó como regular y en Cobá un 1.2% como regular y un .8% como malo, por lo que nos indica otra área de oportunidad.

La mayoría de los turistas percibe el trato amable del guía que se hace eminente a la hora de desempeñar su labor; sin embargo en Cobá un .9% lo calificó como regular, pudimos observar que los norteamericanos eran los que no estaban satisfechos. En Tulum fue de 1.6% aquí las nacionalidades fueron variadas, es decir hubo americanos, europeos y latinoamericanos. Aunque el índice no es tan significativo se perciben varias diferencias entre los turistas según su nacionalidad, lo anterior presenta un área de oportunidad en cuanto al trato en el servicio.

El turista calificó como menos favorable la duración del recorrido y el pago que realizan por el servicio en ambas zonas arqueológicas, los casos que presentaron una situación regular sabemos que el recorrido fue de más de una hora, esto nos indica que el valor que ellos pagan por el servicio no es compatible con lo que reciben. Un 4.7% de los turistas si tuvieron problemas para encontrar un guía en la zona de Cobá y en Tulum un 10% tuvo el mismo problema, esta puede ser una causa de insatisfacción del servicio que provoque el no visitar otras zonas arqueológicas del estado.

Un área de oportunidad significativa es la capacitación de los guías en idiomas, ya que hay una carencia o poco dominio del portugués, italiano, francés y alemán, problema que se ve reflejado en la insatisfacción de los turistas al no encontrar un guía que hable su idioma y esto se magnifica al conjuntarse la totalidad de los guías en la hora de mayor afluencia del día, dejando desatendidos los demás horarios.

Una conclusión final es que la percepción de los turistas con respecto a los guías, la cual no es del todo mala, sin embargo es recomendable que las autoridades supervisen y formen estrategias en las cuales capaciten y evalúen a los guías en los aspectos de idiomas, conocimientos del temas y cultura de servicio a cliente para que su labor se refleje, no debemos olvidar que ellos son parte de la imagen que los turistas se llevan al regresar a casa y contribuyen significativamente a la memorabilidad de la experiencia, la recomendación a terceras personas para visitar el lugar o en su caso realizar una posterior visita a nuestras zonas arqueológicas.

## **REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS**

Ley Federal de Turismo, Titulo Quinto, Capitulo I

Ley Estatal de Turismo, Titulo Sexto, Capitulo I

Normas Oficiales Mexicanas: Nom – 08 – Tur – 2002

Parasurama, Zeithalm y Barry (1985) “A concept model of Service quality and its implications for future research” Journal of Marketing Vo. 49 pp 41 – 50

Alexander, Alberto, (2002) “Metodología para la Satisfacción de los Clientes e Identificación de sus correspondientes acciones de mejoramiento” Documento de Trabajo de Egresados, pp 1 - 33

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1993) “The nature and determinants of costumer expectation of service” Journal of the academy of Marketing Science. Vol. 21 No. 1, pp 1 – 12

Ureña López, A. (1998) “algunas reflexiones en torno a la cadena de valor en el sector turístico”, en VIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica, Vol. I 26-28 Marco 1998, pp 285 -291

Hair Joseph y Bush Robert, (2004) “Investigación de Mercados”, Segunda Edición, Mc Graw Hill, México

Malhotra Narres K.(2007) “Investigación de Mercados un enfoque aplicado”, Cuarta Edición, Prentice Hall

Janelle Barlow, (2003) “El Valor Emocional del Servicio” .CECSA México

Kotler Philip, (2003) “Fundamentos de Marketing”, Sexta Edición, Prentice Hall.

Stanton William, (2007) “Fundamentos de marketing”, Catorceava Edición, Editorial Mc Graw Hill.

Zeithaml Valerie A. y Mary Jo. Bitner, (2002) “Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa”, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill.