

PERFIL Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN EL DESTINO DE SOL Y PLAYA DE MAZATLÁN, SINALOA TOURIST PROFILE AND SATISFACTION IN THE SUN AND BEACH DESTINATION OF MAZATLÁN, SINALOA

ELIZABETH OLMOS-MARTÍNEZ¹

Universidad Autónoma de Occidente.

REYNA MARÍA IBÁÑEZ-PÉREZ²

Universidad Autónoma de Baja California Sur.

MARCO ANTONIO ALMENDAREZ-HERNÁNDEZ³

Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste.

RESUMEN

Mazatlán es uno de los polos de desarrollo turístico más importantes de sol y playa en México. El objetivo principal del presente estudio es evaluar la satisfacción del turista por su visita en el sitio. La metodología utilizada es de tipo cuantitativa y transversal en la que se aplicó una encuesta a 682 turistas con el fin de calcular el Índice de Satisfacción del Turista (IST). La encuesta se compone de un apartado sobre el perfil del turista y otro sobre la evaluación de los servicios y actividades contratadas por el turista. Los hallazgos revelan que el IST general obtenido de Mazatlán es de 9.0, categorizado como nivel medio alto. Entre los servicios y actividades evaluadas, el ITS para alimentos y bebidas fue de 9.0, actividades recreativas y de esparcimiento fue de 8.8, hospedaje fue de 8.5, transporte y actividades culturales fue de 8.0.

Palabras clave: Satisfacción del turista, perfil del turista, destinos de playa, servicios, atributos

ABSTRACT

Mazatlán is one of the most important sun and beach tourist development centers in Mexico. The main objective of this study is to evaluate tourist satisfaction with their visit to the site. The methodology used is quantitative and cross section in which a survey was applied to 682 tourists to calculate the Tourist Satisfaction Index (TSI). The survey consists of a section on the tourist profile and another on the evaluation of the services and activities contracted by the tourist. The findings reveal that the general TSI obtained from

Fecha de Recepción: 7 de mayo de 2024 Fecha de Aceptación: 21 de diciembre de 2024

¹ E-mail: eolmosm.udo@gmail.com

² Email: ribanez@uabcs.mx

³ Email. malmendarez@cibnor.mx

Mazatlán is 9.0, categorized as a medium-high level. Among the services and activities evaluated, the TSI for food and beverages was 9.0, recreational and leisure activities was 8.8, accommodation was 8.5, transportation and cultural activities was 8.0.

Keywords: Tourist satisfaction, tourist profile, sun beach destinations, services, attributes.

1. INTRODUCCIÓN

La satisfacción del turista es un tema de gran interés para los diversos actores que conviven en el sector turístico, dicha satisfacción se centra en diferentes factores y atributos que el destino posee, se relacionan entre sí y emergen de la experiencia global del destino turístico; asimismo, la satisfacción se encuentra estrechamente relacionada con la calidad del servicio turístico y con la competitividad del destino.

Diversos autores han estudiado la satisfacción del turista en diferentes destinos, la mayoría de ellos la relaciona con factores, atributos, actividades y servicios como sustentabilidad, competitividad, calidad, servicios consumidos (alimentos y bebidas; hospedaje, transporte, excursión, etc.), seguridad, imagen, fidelidad, hospitalidad, entretenimiento, equipamiento público, entorno, gastronomía, cultura, limpieza de calles, conservación de áreas públicas, estadía y gasto, entre otros (Olmos-Martínez et al., 2021a; 2021b; 2022; Ibáñez et al., 2022a; Gómez et al., 2022; Sánchez et al., 2021; 2020; Bazán y Ajmat, 2023; Flores y Andrew, 2013; López y Sastre, 2021; Carvache-Franco et al., 2018; Marreiro y Marques; 2011).

En ese sentido, desconocer el grado de satisfacción del turista y al mismo tiempo ignorar las debilidades y amenazas que conlleva, trae consigo problemas como la reducción del gasto en el destino, desconocer la calidad de los servicios prestados impide identificar ventajas competitivas y reorientar la planeación estratégica de los destinos turísticos, por lo que se frena la evolución y disminuye la competitividad (Brida, 2010). En el estudio realizado por Velarde et al. (2009), indican que desconocer la satisfacción del turista impide relacionar perfiles, productos y servicios dirigidos a segmentos de mercados definidos, por lo que será complicado ofrecer una buena experiencia al turista; asimismo, tiene consecuencias importantes para las políticas públicas turísticas y las empresas del sector. Además, dado que la satisfacción del turista se relaciona directamente con el cumplimiento de las expectativas al momento de consumir un producto o servicio, desconocer los factores que influyen para el logro de dicha satisfacción se conflictúa el logro de la competitividad, a la fidelización, el desarrollo de capacidades, la integración de productos con valor añadido, la mejora continua, la innovación, la planeación, entre otros (Olmos-Martínez et al., 2021a).

Por otro lado, Mazatlán, Sinaloa, es uno de los destinos turísticos de sol y playa que se catalogan como consolidados a nivel nacional, ya que los servicios y productos turísticos se han convertido en las principales fuentes de ingresos para el destino; además, un destino consolidado cuenta con un número de visitantes estable gracias a la inversión en las instalaciones turísticas y del entorno natural y cultural; a nivel estatal, Mazatlán es el destino turístico que cuenta con mayor número de cuartos disponibles con 65.1%; también atiende al 73.5% de los turistas que llegan al estado; también, para 2021 ocupa la tercera posición en llegada de turistas destinos de sol y playa en México (Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa [CODESIN], 2021); para 2023, Mazatlán ocupa el número ocho en el ranking de destinos con mayor número de llegadas nacionales a establecimientos de hospedaje y cuarta posición en los destinos de sol y playa (Statista, 2024); no obstante, con datos más recientes, en enero de 2024 se ubica en la posición número ocho en los destinos nacionales y en la posición cinco de destinos de sol y playa (Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México [DATATUR], 2024). Lo anterior muestra el dinamismo del turista ante la disposición de visitar algún destino, que indudablemente está estrechamente relacionado con la satisfacción del turista.

En el contexto de Mazatlán, se identifican diversos problemas documentados desde la investigación científica relacionados con la satisfacción del turista en el destino turístico de Mazatlán, tales como falta de accesibilidad y problemas de transporte (Velarde et al., 2023), turistificación acelerada por infraestructura y megaproyectos (Ceballos, 2021), imagen del destino, inseguridad y violencia (Sánchez y Aguilar, 2016), falta de capacitación en la calidad del servicio hotelero (Morales, et al., 2021), inseguridad y narcotráfico (Sánchez et al., 2018), falta de capacitación del capital humano (Ceballos et al., 2014), turistificación en el centro histórico (Castillo, 2020), indicadores de desarrollo sustentable no logrados (Fiore, 2009), falta de limpieza y de estacionamientos (Sánchez, et al., 2023), entre otros problemas que hacen poner atención en los servicios y dimensiones para la satisfacción del turista.

Actualmente existen esfuerzos académicos para evaluar la satisfacción del turista de Mazatlán, éstos se basan en preguntar directamente al turista su percepción y evaluación en la escala de Likert (desde excelente hasta pésimo), tal es el caso del trabajo de Sánchez et al., (2020), quienes aplicaron una encuesta para determinar la percepción de la imagen y el nivel de satisfacción general del visitante, en un solo reactivo, a diferencia del instrumento usado en esta investigación donde el nivel de satisfacción se aplica a cada servicio y actividad, evaluando además, el nivel de satisfacción de manera general a partir de un índice, por lo que los presentes resultados son un

complemento de la información ya existente. Dado lo anterior, el objetivo de esta investigación es caracterizar el perfil del turista de Mazatlán, así como estimar el índice de satisfacción a partir de diferentes servicios y actividades contratadas. La metodología usada es la propuesta por la Secretaría de Turismo y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (SECTUR-CESTUR, 2013), misma que ha sido aplicada en diferentes destinos turísticos de México.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

2.1. Perfil del turista y su importancia.

Tomando como referencia los preceptos conceptuales y estadísticos socializados por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2024), el termino de turista hace referencia al tipo de visitante que pernocta en un destino. Estos, pueden categorizan con base en diversos criterios como: su origen, nivel de derrama económica, actividades que desea realizar, tipo de destinos que visita, sus condiciones físicas; en particular, si posee algún tipo de discapacidad, su grado de satisfacción con relación a los servicios proporcionados, solo por mencionar algunos (Cohen, 1974; Ibáñez y Cabrera, 2011; Pérez y Lois, 2016; Carvache et al., 2017; Araújo y de Sevilha, 2017; Proaño et al., 2018; López y Sastre, 2021).

Con base en Torres et al., (2015), el perfil del turista hace alusión a la identificación de las características de los consumidores de servicios turísticos tal es el caso de: nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, ingresos, ocupación, escolaridad y estado civil. Así también, en concordancia con Sánchez et al., (2021), la construcción de dicho perfil turístico emplea variables socioeconómicas y demográficas e incide en estrategias de planeación.

En este contexto, conocer las particularidades del turista, tiene especial relevancia ya que aporta información tanto sociodemográfica, como de sus preferencias y características, lo que favorece la implementación de acciones para trabajar en áreas de oportunidad, aprovechar nichos de mercado, diseñar productos y servicios acorde a sus rasgos, necesidades y deseos, formular políticas públicas orientadas a mejorar la competitividad de los destinos, proponer líneas de investigación futura o metodologías para su estudio con fines explicativos y/o proyectivos (Salazar et al., 2018; López y Sastre, 2021; Ibáñez et al., 2022b; Torres et al., 2015).

En la literatura reciente se reportan diversos estudios de carácter institucional o académico sobre el perfil del turista o en su caso, del visitante. En el caso de México, existen trabajos enfocados a ciertos diferentes destinos; por ejemplo, ciudades patrimonio, pueblos mágicos, destinos de sol y playa y ciudades patrimonio; donde la SECTUR-CESTUR (2013) abordaron estos

destinos con la finalidad de realizar un estudio nacional donde las variables utilizadas permitieron establecer una descripción detallada del visitante e incluso se consideró la estimación del nivel de satisfacción.

En el caso de los resultados de Mazatlán, fueron tomados como referencia y la información recaudada fue retomada para la definición de agendas de competitividad del destino (SECTUR, 2014). Del mismo modo, Lizárraga (2014), estimó el perfil del mercado turístico nacional (México) durante tres temporadas dentro del periodo 2012-2013, empleó encuestas para determinar rasgos socioeconómicos y las motivaciones. El autor aporta información para configurar la composición del mercado turístico nacional del destino mediante la comparación de resultados de variables como educación, edad, género, ingreso, medio de transporte, estancia promedio, entre otros.

En el caso específico de Mazatlán, Sinaloa, México, los estudios más recientes son los efectuados por Sánchez et al., (2021), quienes describieron el perfil sociodemográfico del turista de origen nacional que visita Mazatlán, así como sus motivaciones y diversas percepciones para ello, aplicaron una encuesta donde se recaudó información sobre variables básicas como: sexo, edad, estado civil, origen, escolaridad, ocupación, etc. Lo cual, permitió generar una radiografía de los atributos del visitante durante el periodo junio-agosto de 2017. Así también, en el artículo de Sánchez et al., (2020), se amplía la información del perfil del visitante durante abril-septiembre de 2017.

A nivel internacional; autores como Sandoval et al. (2018) analizaron el perfil del turista con miras al aprovechamiento de los atractivos turísticos en Ecuador; también Moreira et al. (2019) analizaron el perfil del turista cultural en Valparaíso Chile para conocer las principales valoraciones como destino patrimonial; autores como Crespo (2019) indagaron el perfil del turista ecológico en España relacionando aspectos sociodemográficos, expectativas y actividades de interés para la planeación del destino; por otro lado, García et al. (2014) analizaron el perfil del turista deportivo en el campeonato europeo de remo analizando las características de los asistentes y la demanda de servicios; también, Runruil y Manner (2018) revisaron el perfil del turista de la generación Z que visita Guayaquil, Colombia, para conocer los motivos del viaje como elemento de plantificación y organización del destino; además, Orgaz-Agüera y López-Guzmán (2015) analizaron el perfil y las motivaciones del turista gastronómico en la República Dominicana como fortalecimiento para el turismo en un país en vías de desarrollo. Dado lo anterior, el abordaje del perfil del turista ha servido como referente en diferentes contextos y tipologías del turismo.

2.2. Satisfacción del turista

De acuerdo con Kotler y Keller (2012) la satisfacción nace de la combinación entre emociones y conocimientos del turista, que al finalizar la experiencia la relacionan al servicio. Según Oliver (1997) la satisfacción se conceptualiza como el estado psicológico de la emoción que rodea las expectativas contrastadas con la percepción sobre el consumo del bien o servicio. Entonces, la satisfacción es una evaluación posterior a la compra en cuanto a la experiencia del consumidor y surge desde las expectativas (Chen y Chen, 2010).

Al mismo tiempo, en concordancia con Almendárez et al., (2021), el grado de satisfacción refiere a la valoración y percepciones relacionadas con el grado de placer o decepción de un individuo cuando contrasta el resultado observado de un producto o servicio con sus expectativas iniciales. Si bien, existe una amplia literatura al respecto, no prevalece un acuerdo común con relación a los factores que influyen en este. Al respecto, Pasquotto et al., (2012) argumentan que este no se obtiene mediante operaciones aritméticas básicas, sino que, cada cliente según sus perspectivas asigna diferentes valoraciones a una variedad de atributos.

Por otra parte, en la literatura se documentan enfoques sobre satisfacción del turista y los relacionan con aspectos que inciden en la motivación del visitante (Moo et al., 2015); también prevalecen constructos teóricos, centrados en aspectos relacionados con la equidad (Reyes et al., 2016), en aspectos causales, endógenos, de desempeño (Laguna y Palacios, 2009), en expectativas (Liljander y Strandvick, 1995), o la existencia de brechas (Parasuraman et al., (1988). Autores como Cerón et al. (2020) y Nguyen et al. (2020) aluden que la satisfacción del visitante impacta en el retorno al destino y la recomendación del mismo; además, Orta et al. (2016) y Mendoza (2024) indican que la satisfacción se relaciona con la imagen del destino, acceso a la infraestructura, trato amable y calidad del servicio. Además, la satisfacción del visitante se constituye como elemento importante dentro de la competitividad del destino (Ibáñez, 2011). Por ello, su estimación ha sido abordada en diferentes destinos del mundo y diversos sitios de playa de México.

En el caso de México, la SECTUR y CESTUR (2013) analizaron 51 destinos basándose en el modelo de satisfacción del visitante que permite obtener un índice que revela el grado de satisfacción de los turistas, los resultados encontrados para el destino turístico de Mazatlán indican que se obtuvo una satisfacción de 8.5 (medio alto). Posteriormente, mediante la utilización de esa misma metodología surgen nuevos hallazgos para destinos de la región noroeste y sureste de México donde se analizan diferentes atributos de satisfacción, tal es el caso de destinos como Loreto, Baja California Sur (BCS) (Cruz et al., 2015; Olmos-Martínez et al., 2021a; Olmos-Martínez et al.,

2021b), La Paz; BCS (Ibáñez et al., 2013; Pérez, 2019), Los Cabos BCS (Ibáñez et al., 2016), Todos Santos, BCS (Olmos-Martínez, 2022); El Rosario y Cosalá, Sinaloa (Olmos-Martínez et al., 2021a), San Cristóbal de las Casas, Chiapas (Gómez-carreto et al., 2022a); Comitán, Chiapas (López et al., 2022); Palenque, Chiapas (Gómez-Carretero et al., 2022b), entre otros.

3. METODOLOGÍA

La metodología usada es de corte cuantitativo y transversal (Creswell et al., 2003). El perfil describe y caracteriza variables socioeconómicas que ayudan a identificar al turista del puerto de Mazatlán. Se realizó una adaptación de la encuesta de percepción usada por Olmos-Martínez (2018) y Olmos-Martínez et al. (2021a); el instrumento de recolección de datos consta de dos secciones: a) Perfil del turista: género, procedencia, edad, acompañante de viaje, motivo de viaje, tiempo de estadía, veces que ha visitado el destino y gasto por persona, y, b) Evaluación de los servicios / actividades contratadas: alimentos y bebidas, hospedaje, transporte, actividades culturales, recreativas y de esparcimiento. Los casos en donde los turistas no usaron o contrataron ninguno de los servicios analizados fue clasificado como no aplica. Las preguntas fueron cerradas con varias opciones de respuesta, en algunas de ellas las posibles respuestas fueron en rangos y otras en escala de Likert mostrando prioridades, tal como lo menciona Fernández (1982).

El tamaño de la muestra atiende las recomendaciones de Calero (1978) para el análisis de estudios sociales, consta de 686 turistas que usaron los servicios/atributos en Mazatlán, cuenta con un nivel de confianza de 95% y 5% de error. De acuerdo con Wackerly et al. (2010), el muestreo es probabilístico e irrestricto; en el que todos los turistas tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionados de forma aleatoria. Los criterios de aplicación fueron, contar con la mayoría de edad y haber usado los servicios/atributos turísticos analizados. Los principales sitios de aplicación de la encuesta fueron el malecón y las zonas dorada, centro y hotelera. El periodo de aplicación fue del 2 al 15 de abril de 2023 (semana santa y semana de pascua) con la técnica de cara a cara, el tiempo de aplicación fue de entre 7 y 10 minutos.

Para calcular el índice de satisfacción del turista (IST) se utilizó la metodología recomendada por la Secretaría de Turismo y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (SECTUR-CESTUR, 2013), ajustada por Olmos-Martínez et al. (2021a), donde la fórmula del IST (α) considera una escala de 0 a 10 y se calcula a partir de cuatro respuestas tipo Likert (excelente, bueno, malo y pésimo), las cuales se aplicaron y evaluaron de

acuerdo con la percepción de los turistas de Mazatlán. La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$\alpha = [5 + \{0.05 \times (\beta - \delta)\} + \{0.025 \times (\theta - \pi)\}] \times 10$$

(1)

Donde

α = Nivel de satisfacción del turista

β = significa excelente

δ = significa pésimo

θ = significa bueno

π = significa malo.

Además, el IST se interpreta con el siguiente nivel de satisfacción: de 9.1 a 10: alto; de 8.1 a 9.0: medio alto; de 7.1 a 8.0: medio bajo; de 6.1 a 7.0: bajo, y, de 5.1 a 6.0: muy bajo. Cabe mencionar que dicha metodología ha sido usada en diversos estudios de satisfacción del turista y visitante por autores como Olmos-Martínez et al. (2021a), Olmos-Martínez et al. (2021b), Olmos-Martínez et al. (2022), Ibáñez et al. (2022a), Gómez et al. (2022), entre otros.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. Perfil del turista, motivos del viaje, estadía y gasto en el Puerto de Mazatlán.

El perfil del turista permite conocer las características sociodemográficas, los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas; dicha información es importante para la gestión de las empresas turísticas y de los destinos. En ese sentido, la tabla 1 muestra que de las tres opciones, el género de mayor representatividad es el femenino (48%); además, 90% son de procedencia nacional; el rango de edad con mayor representatividad de los encuestados es de 18 a 30 años con un porcentaje del 53% del total, seguido del rango de entre 31 y 40 años con 26%; los resultados resultan similares a los encontrados por Sánchez et al. (2021) donde el perfil del turista de Mazatlán incluye 51.7% de mujeres; no obstante se encuentra una diferencia con el rango de edad con mayor representatividad ya que 32.1% de los turistas dijo tener entre 31 a 40 años y de 18 a 30 años solo es el 25.7%, mostrando que con el paso del tiempo el rango de edad con mayor representatividad de los turistas del puerto ha disminuido, dirigiéndose al sector más joven.

Sobre el género, Flores y Andrew (2013), encontraron que en el perfil del turista que consume alimentos durante la semana santa de 2012 en Mazatlán, el 41% son género femenino, mostrando que durante la misma temporada vacacional existe una diferencia porcentual en el mismo género (7%), haciendo la connotación que, los autores mencionados, solo encuestaron al turista gastronómico; lo que resulta coincidente con el presente estudio es que se trata de un porcentaje representativo;

asimismo, los autores encontraron que 63% de los turistas tienen entre 18 y 30 años, porcentaje más alto que en la presente investigación (54%).

Tabla. 1.
Perfil del turista

Indicador	Variable	Porcentaje	Indicador	Variable	Porcentaje
Procedencia	Nacional	90	Género	Masculino	45
	Extranjero	10		Femenino	48
Edad	De 18 a 30 años	53	Tiempo de estadía	LGBTQ+	7
	De 31 a 40 años	26		Solo un día	2
	De 41 a 50 años	14		De 2 a 4 días	52
	Más de 50 años	7		De 5 a 8 días	36
				De 9 a 5 días	7
Acompañante de viaje	Conyugue	20	Número de veces que ha visitado el destino	Más de 15 días	3
	Familia	45		Primera vez	21
	Amigos	28		De 2 a 7 veces	64
	Solo	7		De 8 a 15 veces	9
Motivo de viaje	Mascota	0.4	Gasto promedio por persona por día (pesos mexicanos)	Más de 15 veces	6
	Recreación	28		Hasta \$1000.00	42
	Descanso	39		De \$1,001.00 a \$2,000.00	50
	Evento social/cultural	11		Más de \$2,000.00	8
	Visita familiar	18			
	Negocios	4			

Nota: Elaboración propia.

Asimismo, el dato con mayor representatividad sobre el acompañante es de 45% de quienes visitan Mazatlán con familia, mientras que 28% indica ser acompañado por amigos; sobre el motivo del viaje, predomina el descanso con 39% de los casos seguido de la recreación con 28%; los datos del acompañante coinciden con Sánchez et al. (2021) quienes encontraron que en Mazatlán, 71.7% viaja con familia, coincidiendo que la mayor representatividad es la familia; sin embargo, los autores encontraron que 9.4% de los turistas se acompañaron de amigos y 7.2% con su pareja, cifras menores a las encontradas en el presente estudio, por lo que se observa que la dinámica del acompañante varía entre los diferentes periodos vacacionales ya que el verano se muestra más familiar. Por otro lado, sobre el motivo del viaje y continuando con los mismos autores, encontraron que 56.6% de los encuestados reportaron la recreación y diversión, mostrando una diferencia porcentual

considerable de 28.6 puntos con el presente estudio, una de las razones puede ser el análisis entre distintas temporadas vacacionales (semana santa y verano) ya que los rangos de edad reportados son similares.

Sin embargo, Flores y Andrew (2013) encontraron que para Mazatlán en época de semana santa, 92% indicó motivos vacacionales en su visita, lo cual incluye recreación, descanso y eventos, por lo que en suma, el presente estudio coincide que 77% de los encuestados tiene los mismos motivos, destacando en este estudio el resto de los motivos, como la visita familiar (18%) y los negocios (4%), lo que para los autores solo representaron 8%; por otro lado, los autores indican que 57% de los encuestados visitan el puerto con familia y 31% con amigos, por lo que existe una diferencia de menos 12% de quienes se acompañan por familia, entre el estudio actual y el de los autores, lo mismo pasa con amigos (3%), ante ello, se observa que ahora se han incrementado los viajes con cónyuge, por lo que la dinámica del perfil debe ser observada siempre para ofrecer opciones a los diferentes segmentos.

Sobre el tiempo de estadía de los turistas de semana santa y pascua, 52% dijo visitar el destino turístico entre 2 y 4 días, seguido por el 36% que tiene una estancia de entre 5 a 8 días; además, 64% de ellos reporta haber visitado el destino entre 2 y 7 veces, 21% reporta que es la primera vez que lo visita; ante ello, Sánchez et al. (2021) encontraron que la estancia de los turistas de verano en Mazatlán es de 84.9% para quienes visitan de 1 a 7 días, porcentaje menor que el encontrado en el presente estudio (90%), sin embargo, los autores encontraron que 14% visita el destino por más de 7 días, porcentaje mayor que en el presente estudio (16%); la diferencia puede ser por la temporalidad vacacional ya que en el verano se dispone de más días de descanso. Continuando la discusión con los mismos autores, ellos encontraron que 59.3% de los turistas de verano en Mazatlán han visitado el destino dos veces o más, coincidiendo con el presente estudio en la mayor representatividad, aunque con una diferencia de 19.7% más en el presente estudio; no obstante, los autores encontraron que quienes visitaban por primera vez el destino solo es el 2.3%, mucho menor que lo encontrado en el presente estudio (21%); los datos anteriores muestran el posicionamiento del destino ante la preferencia del turista, por lo que se incrementa el porcentaje de quienes visitan el puerto por primera vez.

Por otro lado, Flores y Andrew (2013) encontraron que 37% el turista gastronómico de Mazatlán visitaba por primera vez el puerto, porcentaje mayor que el encontrado en el presente estudio; coincidentemente con López y Sastre (2021) que hallaron que 58.4% de los turistas de Cuenca (España) visitan por primera vez el destino turístico; ante la evidencia antes expuesta, se puede decir que en el presente estudio se muestra

un destino de playa consolidado ya que 74% ha visitado Mazatlán entre 2 y 20 veces, además, 5% ha visitado más de 20.

Finalmente, sobre el gasto promedio por persona por día (pesos mexicanos), 50% indica haber gastado entre \$1,001.00 a \$2,000.00, 42% menos de \$1,000.00 y solo 8% más de \$2,000.00. en ese sentido, en el estudio de Sánchez et al. (2021) muestran el gasto total durante el viaje encontrando con mayor representatividad quienes gastan entre \$5,001.00 y \$10,000.00 con 43%, seguido de 26.4% quienes gastan entre \$1.00 y \$5,000.00; en ese sentido, el cálculo del gasto por viaje para el presente estudio, con una estadía promedio de 5 días y un gasto promedio por persona por día de \$2,000.00, asciende a \$10,000.00 cantidad similar a la encontrada con mayor representatividad por los autores mencionados.

4.2. Características de los servicios / actividades contratadas durante el viaje

Es menester recordar que cuando se viaja, el turista recurre al uso y contratación de una serie de servicios para mejorar su estancia y satisfacer sus necesidades específicas.

Tabla. 2.

Servicios / actividades contratadas durante el viaje

Servicios / Actividades	Variable	Porcentaje	Servicios / Actividades	Variable	Porcentaje
Alimentos y bebidas	Restaurante y bar	70	Actividades recreativas / esparcimiento	Terrestres	47
	Cadena de alimentos	10		Acuáticas	53
	Cafetería y lonchería	10	Transporte	Auto	45
	Mercado	10		Autobús	28
Hotel	53	Avión		25	
Hospedaje	Motel y hostel	4	Otro		2
	Airbnb	14		Museos	12
	Casa de huésped	4	Actividades culturales	Religiosos	10
	Vivienda propia	4		Festivales	39
	Casa de familiar	21		Ninguna	40

Nota: Elaboración propia.

En ese sentido, la tabla 2 muestra los servicios que fueron usados por los encuestados destacando los alimentos y bebidas que fueron contratados en mayor medida por medio de establecimientos de restaurantes y bares (70%), seguido de cafetería/lonchería (10%), cadena de alimentos (10%) y mercado (10%); en ese sentido autores como Flores y Andrew (2013)

encontraron que 68% de los turistas que arribaron a Mazatlán en semana santa de 2012 prefieren restaurantes para el consumo de alimentos y bebidas, 12% puestos ambulantes, 8% dentro de los hoteles, 6% en centros comerciales y 2% en mercados; contrastando entonces que de 2012 a 2023, los restaurantes continúan con la preferencia del consumidor, las cafeterías y cadenas de alimentos se comportan de manera similar; no obstante, se encuentra un incremento de 8 puntos porcentuales en el consumo de alimentos en el mercado.

Sobre el servicio de hospedaje, la categoría de hotel tiene 53% de las preferencias, seguido del Airbnb con 14%; cabe mencionar que 21% de los encuestados reportó haberse hospedado con familiares, 12% en otros tipos de hospedaje; en ese sentido, autores como Sánchez et al. (2020) encontraron que, en el verano de 2017, 72.97% de los turistas de Mazatlán se hospedaron en hotel, 18.15% en casa de familiares y otros tipos de hospedaje con 8.88%; es menester mencionar que en el presente estudio ahora se incluye como opción de hospedaje los sitios de la plataforma Airbnb con una buena representatividad de las preferencias, por lo que el hospedaje en hoteles tiene una disminución de 18.3% entre un estudio y otro, un motivo del porcentaje alto de hospedaje en hotel en época de verano puede ser que los grandes hoteles cuentan con el paquete de todo incluido, característica que la demanda busca al viajar en familia; además, el hospedaje con familiares también ha aumentado su representatividad con el paso del tiempo.

También se encontró que 45% de los encuestados incide en el uso de auto como medio de transporte para llegar a Mazatlán, seguido de autobús (28%) y avión (25%); resultados coincidentes con Flores y Andrew (2013) quienes encontraron que 48% de los turistas de Mazatlán, en semana santa de 2012, arribaron al destino en automóvil, 28% en autobús y 20% vía aérea; en el presente estudio se observa un incremento de los arribos en avión y una disminución en el uso de automóvil, donde cabe la posibilidad de que el incremento de los arribos en avión sea por la procedencia del turista nacional desde estados de la República mexicana lejanos al destino, ya que de acuerdo con Sánchez et al. (2021), la gran mayoría de los turistas nacionales de Mazatlán viajan vía terrestre y proceden de estados vecinos a Sinaloa como Sonora, Durango, Nayarit, Jalisco, Zacatecas y Chihuahua.

Sobre las actividades culturales, 40% reporta ninguna, 39% festivales (cine, teatro, música), 12% museos y 10% visita sitios religiosos. Finalmente, sobre las actividades recreativas y de esparcimiento, 53% reporta haber disfrutado de actividades acuáticas (surf, esnórquel, buceo, nado, moto, banana, etc.) y 47% de actividades terrestres (caminata, fotografía, senderismo, paseos, razer, etc.). Se observa que los turistas combinan los servicios de diferentes tipologías de turismo como lo es el

turismo de sol y playa, turismo cultural/patrimonial, y, turismo gastronómico, aprovechando la oferta turística y los atributos de cada tipología en un solo destino.

4.3. Evaluación de los servicios / actividades contratadas.

La evaluación del servicio turístico generalmente se mide a partir de la comparación entre las expectativas y el servicio percibido; esta valoración permite identificar áreas de oportunidad y de mejora rumbo a la competitividad. En ese sentido, en la tabla 3 se observa que los servicios de alimentos y bebidas fueron evaluados como excelente con el 61% de las percepciones, seguido de la calificación de bueno con 38%. Además, el hospedaje, también tiene valoraciones altas ya que 53% de los encuestados la califican como excelente y 34% como bueno; también, el transporte usado para llegar al destino turístico fue evaluado mayormente como bueno con 49% de las percepciones, seguido de 41% con la calificación excelente; dentro de las actividades culturales, la evaluación oscila entre excelente y bueno con 41% y 37% respectivamente; finalmente, las actividades recreativas y de esparcimiento fueron evaluadas con una percepción de 56% como excelente y 41% como bueno.

Tabla 3.

Evaluación de los servicios / actividades contratadas

Servicios / Actividades	Evaluación (porcentaje)				
	Excelente	Bueno	Malo	Pésimo	No aplica
Alimentos y bebidas	61	38	0.7	0.3	0
Hospedaje	53	34	1	0.3	11.7
Transporte (carretera, peaje, señalamientos)	41	49	9	1	0
Actividades culturales	44	37	2.6	0.4	16
Actividades recreativas y de esparcimiento	56	41	1	0.4	1.6
Satisfacción general	65	33	2	0	0

Nota: Elaboración propia.

Autores como, Carvache-Franco et al. (2018) encontraron que en un destino turístico de sol y playa de Ecuador los turistas evaluaron la satisfacción del destino de la siguiente manera, 45.2% dijo estar satisfecho, 36.4% percibe estar muy satisfecho, 16.1% ni satisfecho ni insatisfecho; para ello, las variables estudiadas que tienen mayor influencia en la satisfacción, son restaurantes (alimentos y bebidas) con una correlación de

40.3%; hospitalidad, con una correlación de 34.1%; alojamiento, con una correlación de 32.9%; y, lugares de recreación, con 31.3% de correlación; situación que coincide con el presente estudio.

No obstante, Marreiro y Marques (2011) encontraron que las dimensiones que influyen en la satisfacción del turista de Natal, Brasil, tienen el siguiente orden: equipamientos públicos, playas y facilidades, entretenimiento y atractivos, alimentos y bebidas, hospitalidad, hotel, transporte, equipamiento del hotel. Lo anterior indica que comparado con el presente estudio, los alimentos y bebidas que se encuentran en la primer posición dentro de la excelencia y que influye en la satisfacción del turista de Mazatlán, tienen la cuarta posición en el caso de Natal; además, las actividades recreativas que tienen segundo lugar en la evaluación para Mazatlán, en Natal tienen la tercer posición; asimismo, para Mazatlán, el hospedaje reporta el tercer lugar dentro de las evaluaciones de excelente, pero para Natal ocupa la cuarta posición dentro de las dimensiones que influyen en la satisfacción. En ambos estudios se encuentra una discrepancia que puede atribuirse a diferentes causas, por ejemplo, temporalidad de ambos estudios, necesidades de los turistas, gustos y preferencias, etc.

Sobre la satisfacción en general del turista en Mazatlán, durante semana santa y semana de pascua de 2023, los encuestados respondieron que 65% la califica como excelente, 33 como buena, y solo 2% como mala (ninguna como pésima). Al respecto autores como Sánchez y Aguilar (2016) encontraron que, en diciembre de 2012, 52% de los turistas del puerto calificaron su visita como excelente, y 44% como bueno, encontrando que con el paso del tiempo para 2024 la calificación de excelente se ha recuperado con 13 puntos porcentuales. Además, Sánchez et al. (2021) encontraron que, en el verano de 2017, 52.1% de los turistas de Mazatlán, evaluaron al puerto como excelente, 41.5% como bueno, 4.5% como malo; resultados que siguen siendo contundentes para Mazatlán ya que una representatividad mayor incluye las evaluaciones de excelente y bueno, pero sobre todo que la excelencia recae, en la mayoría de los casos y durante el paso del tiempo, por arriba de la mitad de la percepción de turista.

4.4. Índice de satisfacción del turista.

El IST es la suma de diferentes factores y se relaciona con el perfil del turista, con sus gustos y preferencias, así como con elementos tangibles e intangibles; en su conjunto brindan información cuantitativa, medible, monitoreable, que permite conocer e interpretar la dinámica y comportamiento de la actividad turística para la toma de decisiones. De acuerdo con los resultados que muestra la tabla 4, el IST general del puerto de Mazatlán es de 9.0 (nivel medio alto). De manera individual,

de los cinco servicios/atributos evaluados dentro del IST, el mejor evaluado resulto ser el de alimentos y bebidas con 9.0 (nivel medio alto), seguido de las actividades recreativas y de esparcimiento con 8.8 (nivel medio alto), después el hospedaje con 8.5 (nivel medio alto), seguido del transporte y actividades culturales quienes obtuvieron un índice de 8.0 (nivel medio bajo).

Tabla 4.
Índice de satisfacción del turista

Servicios/Actividades	Índice de satisfacción	Nivel de satisfacción
Alimentos y bebidas	9.0	Medio alto
Hospedaje	8.5	Medio alto
Transporte (carretera, peaje, señalamientos)	8.0	Medio bajo
Actividades culturales	8.0	Medio bajo
Actividades recreativas y de esparcimiento	8.8	Medio alto
Satisfacción general	9.0	Medio alto

Nota: Elaboración propia.

Es menester mencionar que se buscó dentro de la literatura estudios relacionados con el IST en destinos de playa, que estuvieran relacionados con la metodología de SECTUR-CESTUR (2013) y solo se cuenta con el resultado de Mazatlán publicado en el mismo documento metodológico el cual tiene un IST de 8.5 (medio alto), menor que el encontrado en el presente estudio (9.0 (medio alto)); por lo que de 2012 a 2023 se observa un avance en el índice, aunque reincida dentro del mismo nivel de satisfacción.

No obstante, se encontró que dicha metodología ha sido usada, recientemente, dentro de algunos PM de México. Autores como Olmos-Martínez et al. (2021a), Olmos-Martínez et al. (2021b), y Olmos-Martínez et al. (2022), hicieron un estudio en cuatro PM del noroeste mexicano, encontrando que, con datos de 2019, para Loreto el IST general obtenido fue de 8.5 (medio alto), para Todos Santos de 8.4 (medio alto), para El Rosario de 7.6 (medio bajo) y para Cosalá de 8.3 (medio alto); se observa que en los cuatro sitios de estudio el índice es menor que el obtenido para el puerto de Mazatlán (9.0), aunque, de acuerdo con la interpretación descrita en la metodología, solo PM de El Rosario, tiene una satisfacción medio baja. Por otro lado, Ibáñez et al. (2022a), con datos de 2022 encontraron que para el PM de Todos Santos el IST general fue de 7.9 (medio bajo), muy por debajo del obtenido por Mazatlán.

Continuando con la discusión de los cuatro PM antes mencionados, de manera individual, dentro de los alimentos y

bebidas son de los mejores evaluados (medio alto), tanto para Mazatlán (9.0) como para tres de los PM, exceptuando el PM de El Rosario con un índice de 7.3 (medio bajo); sobre las actividades recreativas y de esparcimiento, donde Mazatlán obtuvo un índice de 8.8 (medio alto), existen discrepancias con los PM de El Rosario y Todos Santos donde se obtuvieron índices de 6.9 (bajo) y 7.8 (medio bajo) respectivamente. Continuando con los mismos autores, la discusión de resultados con el hospedaje, se encontró que para Mazatlán se obtuvo un índice de 8.5 (medio alto), pero los PM de Todos Santos y El Rosario obtuvieron índices catalogados como medio bajos (7.5 y 6.6 respectivamente); por otro lado, las actividades culturales donde Mazatlán obtuvo un índice de 8.0 (medio bajo), los PM de Loreto y El Rosario obtuvieron un nivel de satisfacción medio bajo (índices de 7.6 y 7.1, respectivamente). Finalmente, en la discusión con los mismos autores, para el transporte, Mazatlán alcanzó un índice de 8.0 (medio alto), estando muy por arriba de los cuatro PM mencionados ya que obtuvieron los siguientes índices: Loreto, 6.7 (bajo); El Rosario, 6.8 (bajo); Cosalá, 6.5 (bajo) y Todos Santos, 7.2 (medio bajo); por lo que de todos los servicios/atributos analizados el transporte es el que obtuvo menores índices para los PM estudiados por los autores; no obstante, en el caso de Mazatlán, se obtuvieron mejores índices en todos los servicios/actividades incluidas.

Finalmente, cabe mencionar que Gómez-Carretero et al. (2022) evaluaron el IST en el PM de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, donde obtuvieron una satisfacción general de 7.8 (media baja), para los servicios/actividades individuales obtuvieron los siguientes índices: alimentos y bebidas: 8.8 (medio alto); actividades recreativas y de esparcimiento: 7.4 (medio bajo); hospedaje: 7.9 (medio bajo); actividades culturales: 7.8 (medio bajo), y, transporte: 6.8 (bajo); ante estos resultados de Chiapas, el área de estudio de Mazatlán se encuentra mejor posicionado en todos los servicios/actividades estudiadas.

5. CONCLUSIONES.

Los estudios de evaluación de la satisfacción del turista aportan información valiosa para la toma de decisiones, dada la importancia económica del desarrollo de la actividad turística en Mazatlán, Sinaloa. Al respecto, el perfil del turista de Mazatlán en semana santa y semana de pascua, indica que tiene mayor representatividad con el género femenino y en un rango de edad de 18 a 30 años; asimismo se acompañan mayormente con familiares y amigos, donde sus motivos de viaje son descanso y recreación mayormente. No obstante, se encontraron autores que indican diferencias en el perfil del turista de Mazatlán, por lo que se concluye que el perfil del turista en el

mismo destino es muy dinámico, razones por las que se justifican los estudios comparativos dirigidos a la toma de decisiones y crecimiento del sector.

Además, se observa que de acuerdo con los servicios/actividades estudiadas, la mayor representatividad (ordenada jerárquicamente) en la valoración de excelente se encuentra en alimentos y bebidas, hospedaje, actividades recreativas y de esparcimiento, actividades culturales y transporte. En general, se observa que, en el conjunto de servicios usados en Mazatlán, en su totalidad, se concentran dentro de las valoraciones de excelente y bueno.

Se concluye que el IST general en Mazatlán se relaciona con un nivel alto (9.0); en el análisis individual, se destaca que de los cinco servicios/actividades estudiadas en Mazatlán, todas recaen en un índice mínimo de 8.0 y un nivel medio alto de satisfacción. Lo encontrado en el puerto de Mazatlán indica que el nivel de satisfacción está por arriba de otros destinos turísticos, no obstante es menester mencionar que existen áreas de oportunidad y de mejora relacionadas con estrategias que permitan continuar con un nivel aceptable de satisfacción y con miras a la excelencia, de este modo se logrará cubrir las necesidades del turista, mismas que son muy dinámicas y se relacionan con las diferentes temporadas vacacionales y por las necesidades, gustos y preferencias de los segmentos de mercado identificados por el perfil ya descrito.

Se recomienda para futuras investigaciones, analizar los resultados por segmentos relacionados con el perfil del turista; además, se recomienda revisar la competitividad, la sustentabilidad, la motivación, los factores de recomendación, el gasto promedio, la estadía y los factores que influyen en su recomendación; situaciones que puede generar información complementaria para la toma de decisiones.

6. REFERENCIAS.

- Almendarez-Hernández, M., Ibáñez-Pérez, R. y Olmos-Martínez, E. (2021). Atributos que influyen en la elección del visitante en cuatro pueblos mágicos del noroeste mexicano. *CienciaUAT*, 16, (1), 73-85. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i1.1542>
- Araújo Pereira, G. y De Sevilha Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>
- Bazán, L.N. y Ajmat, R.F. (2023). Percepción y satisfacción del visitante de museos y su influencia en el diseño de iluminación. *Legado de Arquitectura y diseño*, 18(34), 81-96.

- <https://www.redalyc.org/journal/4779/477975707007/html/>
- Brida, J.B.; Zapata, S. y Giraldo Velásquez, C. (2010). Análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el Puerto de Cartagena de Indias, *TURyDES*, 3 (8). <https://www.eumed.net/rev/turydes/08/bav.htm>
- Calero Vinelo, A. (1978). Técnicas de Muestreo, La Habana: Pueblo y Educación.
- Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Macas López, C., y Orden Mejía, M. (2018). Motivaciones, valoración y satisfacción del turista en un destino de sol y playa de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(13), 1-16. <https://revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Carvache-Franco, W., Torres-Naranjo, M. y Carvache-Franco, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113-129. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- Castillo Romero, V.I. (2020). La turistificación del Centro histórico de Mazatlán y sus efectos en la habitabilidad. En Alcaraz, O., Salgado, A.C. y Hernández, J. (Coord.). *Ciudad y turismo. Conflictos territoriales* (pp. 79-107). UAGro. <https://acortar.link/NuIUUVU>
- Ceballos Álvarez, T.E., Ovalle Toledo, L.V. y Sarabia, M. F. (2014). El capital humano y el servicio al cliente en una empresa hotelera de Mazatlán, Sinaloa. En Ceballos, R. y Hernández, L. (Comp.). *La perspectiva humanista de las organizaciones* (pp. 87-98). U de C, UAEM, UQroo. <https://acortar.link/n2f8Wf>
- Ceballos, T.E. (2021). Los desafíos del turismo en Mazatlán. Hacia una nueva estrategia de desarrollo local. En Hernández Norzagaray, E. e Ibarra Escobar, G. (Coords.) *Los grandes problemas de Sinaloa* (pp. 45-76). Tirant lo blanch. <https://acortar.link/Z24PgM>
- Cerón Monroy, H., Flegl, M y Herrera Hernández, A.J. (2020). Evaluación de la satisfacción del visitante y su impacto en el retorno a través de un modelo de ecuaciones estructurales. El caso de Pueblos Mágicos del Estado de México. *Ciencias sociales Revista multidisciplinaria*. 2(2), 1-14. <https://acortar.link/bLVR5v>
- Chen, C.F. y Chen, F.S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(4), 29-35. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa - CODESIN. (diciembre de 2021). Llegada de turistas y ocupación hotelera en Sinaloa, durante el año 2021. <https://www.codesin.mx/sinaloaennumeros/turismo-en-sinaloa-reporte-2021>

- Cohen, E. (1974). ¿Who is a tourist?: A conceptual clarification. *Sociological Review*, (22), 527-555. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x>
- Crespo Jareño, J.A. (2019). Perfil del turista ecológico, aspectos sociodemográficos, expectativas y actividades del ecoturista en España. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 192-201. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200192>
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L. Hanson, W. E. (2003). Advanced mixed methods research designs. En A. Tashakkori y C. Teddlie (Eds.), *Handbook on mixed methods in social and behavioral research* (pp. 209-240). Thousand Oaks.
- Cruz Chávez, P. R., Juárez Mancilla J., Cruz Chávez, G.R., y Urciaga García, J. (2015). Evaluación del visitante en el Pueblo Mágico de Loreto. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 1264-1270. <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v3n6-2015/RGN-V3N6-2015-7.pdf>
- Fernández De Pinedo, I. (1982). *Construcción de una escala de actitudes tipo Likert*. Barcelona: Centro de investigación y asistencia técnica.
- Fiore Amaral, G. (2009). Aplicación y evaluación de indicadores de desarrollo sustentable de Agenda 21 para el turismo mexicano de Mazatlán, Sinaloa. [Tesis de maestría, Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo].
- Flores Gamboa, S. y Andrew Solorzano, C. (2013). Perfil del turista nacional que consume alimentos durante semana santa en Mazatlán, Sinaloa. *Teoría y Praxis*, 9(13), 59-81. <http://dx.doi.org//10.22403/UQROOMX/TYP13/03>
- García Fernández, J., Castellanos Verdugo, M. y Oviedo García, M. A. (2014). El perfil del turista deportivo en el campeonato europeo de remo 2013. *International Journal of World of Tourism*, 1(1), 1-8. <http://dx.doi.org/10.12795/IJWT.2014.i01.06>
- Gómez Carreto, T., Guillén Cuevas, L.A., Flores Flores, R., y Arévalo Cancino, J.E. (2022b). Palenque pueblo mágico. Exploración sobre la satisfacción de sus visitantes. En E. Olmos-Martínez y T. Gómez-Carreto (Coords.), *Turismo para el desarrollo social: pueblos mágicos de Chiapas* (pp. 146-192). Ed. Hess. Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Autónoma de Chiapas. <https://acortar.link/c3el0n>
- Gómez-Carreto, T.; Olmos-Martínez, E. y Flores Gamboa, S. (2022a). Aproximación al índice de satisfacción del visitante en el pueblo mágico de San Cristóbal de las Casas, Chiapas en el contexto del sars-cov2. En E. Olmos-Martínez y T. Gómez-Carreto (Coords.), *Turismo para el desarrollo social: pueblos mágicos de Chiapas* (pp.17-

- 55). Ed. Hess. Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Autónoma de Chiapas. <https://acortar.link/c3el0n>
- Ibáñez Pérez, R. M. (2011). Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 121–143. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147261>
- Ibáñez Pérez, R.M. y Cabrera Villa, C. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. UABCS y Academia Mexicana de Investigación Turística.
- Ibáñez Pérez, R.M., Cruz Chávez, P. R., y Juárez Mancilla, J. (2016). Perfil y satisfacción del visitante del destino: Los Cabos, Baja California Sur. *Opción*. 32(13),1041-1068. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483049.pdf>
- Ibáñez Pérez, R.M., Cruz Chávez, P. R., y Juárez Mancilla, J. (2013). Competitividad en destinos turísticos apacibles en México. *PTCI*, (125),1-6. <https://pcti.mx/articulos/pcti-125-competitividad-en-destinos-turisticos-apacibles-en-mexico/>
- Ibáñez Pérez, R.M., Olmos-Martínez, E., y Almendarez-Hernández, M. (2022b). Factores que influyen en la disposición para recomendar pueblos mágicos del noroeste mexicano. *Acta Universitaria*. (32), 1–19. <https://doi.org/10.15174/au.2022.3592>
- Ibáñez Pérez, R.M., Oropeza Cortes, M.G. y Lauterio Martínez, C.L. (2022a). Características y satisfacción del visitante en un Pueblo Mágico de México. *Revista Opción*, 38(especial), 375-405. <https://www.doi.org/10.5281/zenodo.7278569>
- Kotler, P. y Keller, K.L. (2012). *Dirección de marketing* (14a. ed.). Pearson Educación. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?d ocID=4870055>
- Laguna García, M. y Palacios Picos, A. (2009). La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 18(3), 189-212. <https://acortar.link/wUirmS>
- Liljander, V. y Strandvik, T. (1995). *The Relation between Service Quality, Satisfaction and Intentions*. Holanda. Editorial Paul Chapman Publishing Ltd.
- Lizárraga Morales, O. (2014). Flujo y perfil del mercado turístico nacional en Mazatlán, Sinaloa durante el periodo 2012-2013. *ABET, Juiz De FORA*, 4, (1), 53-60. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3041>
- López Díaz, G.S. y Sastre Espada, J. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana, revista de*

- investigación en turismo*, 1(2), 1-20.
<https://doi.org/10.24215/27186717e009>
- López Suárez, M.G., Hernández Guillén, C.D. y Saad Corzo, R.C. (2022). El índice de satisfacción del turista en el pueblo mágico de Comitán, Chiapas y su vínculo con el desarrollo social. En E. Olmos-Martínez y T. Gómez-Carreto (Coords.), *Turismo para el desarrollo social: pueblos mágicos de Chiapas* (pp. 56-99). Ed. Hess. Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Autónoma de Chiapas. <https://acortar.link/c3e10n>
- Marreiro Das Chagas, M. y Marques Júnior, S. (2011). Dimensiones de la calidad como antecedentes de la satisfacción y fidelidad a los destinos turísticos de sol y playa. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(6), 1-15. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722700011>
- Mendoza Quispe, E. (2024). Calidad de servicio y satisfacción del visitante: Caso de la ruta del sillar, Arequipa-Perú. *LATAM Revista latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*, 5(1), 276-286. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i1.1586>
- Moo Canul, M. J., Quintero Sánchez, Á., Velázquez Domínguez, V. L., y Delgado Hernández, T., (2015). Análisis de la satisfacción del visitante de cruceros desde las perspectivas evaluativa y emocional. *Teoría y Praxis*. (17), 103-122. <http://hdl.handle.net/20.500.12249/703>
- Morales, J.J., González, E., Valdez, N. y Morales, J.R. (2021). Parámetros de la calidad del servicio y su relación con la satisfacción de clientes de los alojamientos tipo cuatro estrellas de Mazatlán, Sinaloa, México. *Inquietud empresarial*, (2), 71-84. <https://doi.org/10.19053/01211048.11962>
- Moreira Gregory, P.E., Maftrin, J.C., Oyarce, F. y Moreno García, R. (2019). Turismo y patrimonio. El caso de Valparaíso (Chile) y el perfil del turista. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, 17(5), 1005-1021. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00014.pdf>
- Nguyen, Q. N., Nguyen, H. L., y Le, T. D. H. (2020). Relationships among novelty seeking, satisfaction, return intention, and willingness to recommend of foreign tourists in Vietnam. *Management Science Letters*, 10, 2249-2258. <http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.011>
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw Hill.
- Olmos-Martínez E.; Ibarra-Michel, J.P. y Cruz Coria, E. (2021b). Satisfacción del visitante en Pueblos Mágicos del noroeste mexicano: una mirada a Loreto, B.C.S. *Gran Tour*, (23), 3-24.

<https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/206/77>

- Olmos-Martínez E.; Velarde Valdez, M. y Ibáñez Pérez, R. M. (2022). Evaluación de los atributos turísticos del pueblo mágico de Todos Santos, B.C.S.: un análisis del nivel de satisfacción del visitante. *El Periplo Sustentable*, (42), 194-223. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i42.13473>
- Olmos-Martínez, E. (2018). Satisfacción del turista alternativo en Pueblos mágicos del noroeste mexicano: una mirada al turismo sustentable. UDO-OTC-057.Expediente técnico. Convocatoria apoyos individuales 2018. Programa de Desarrollo Profesional Docente (PRODEP). Secretaría de Educación Pública (México). Universidad Autónoma de Occidente, Sinaloa, México.
- Olmos-Martínez, E.; Almendarez-Hernández, M.A. y Ibáñez Pérez, R.M. (2021a). Satisfacción del visitante a partir de sus diferentes atributos en pueblos mágicos del noroeste mexicano. *Nova Scientia*, 13(26), 1-39. <https://doi.org/10.21640/ns.v13i26.2724>
- Olmos-Martínez, E.; Velarde-Valdez, M. y Ibáñez-Pérez, R.M. (2022). Evaluación de los atributos turísticos del Pueblo Mágico de Todos Santos, Baja California Sur: Un análisis del nivel de satisfacción del visitante. *El Periplo Sustentable*, (42), 194-223. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i42.13473>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (14 de mayo de 2024). Glosario de términos turísticos. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Orgaz-Agüera, F. y López-Guzmán, T. (2015). Análisis del perfil, motivaciones, y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *Ara: Revista De Investigación En Turismo*, 5(1), 43-52. <https://doi.org/10.1344/ara.v5i1.19058>
- Orta, M., Olague, J., Lobo, M., y Cruz, I. (2016). Importancia y valoración de los componentes de satisfacción en la experiencia enológica en Valle de Guadalupe Ensenada, Baja California: contribuciones al proceso de gestión sustentable. *Revista de Análisis Turístico*, 22, 39-55. <http://eprints.uanl.mx/11850/1/230-908-1-PB.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. <https://acortar.link/ui6h9l>
- Pasquotto Mariani, M. A., Monfort Barboza, M., y de Oliveira Arruda, D. (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(5), 1244-1261. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724156010>

- Pérez Guilarte, Y. y Lois González, R. C. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*. (37), 305-32. <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256251>
- Pérez Miranda, O. (2019). Estudio del perfil y satisfacción del turista en el destino de La Paz Baja California Sur. [Tesis de maestría]. Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Proaño Chipantaxi, P.L. Pazmiño Valle, P. M. y Tapia Novillo, F.C. (2018). Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales ? caso Ruta del Hielo II. *Siembra*, 5(1),1-6. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1431>
- Reyes Orta, M., Olague, J., Lobo Rodríguez, M., y Cruz Estrada, I. (2016). Importancia y valoración de los componentes de satisfacción en la experiencia enológica en Valle de Guadalupe Ensenada, Baja California: contribuciones al proceso de gestión sustentable. *Revista de Análisis Turístico*. (22), 39-55. <http://eprints.uanl.mx/11850/1/230-908-1-PB.pdf>
- Runruil-Díaz, N. y Manner-Baldeon, F. (2018). Perfil del turista de la generación Z que visita Guayaquil. *Revista Kalpana*, (16), 4-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7003463>
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., Y Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencia Digital*, 2(4), 50-61. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.209>
- Sánchez Mendoza, V. V. y Aguilar Macías, S. (2016). Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de Mazatlán, ante un escenario de inseguridad. *Teoría y praxis*, (20), 155-186. <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456149892007.pdf>
- Sánchez Mendoza, V. V., Félix Colado, B.E. y Velarde Nava, J. R. (2018). Percepción de los turistas nacionales sobre la imagen turística de Mazatlán, México. *Gran Tour*, (18), 121-142. <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/50>
- Sánchez Mendoza, V. V., Ultreras Rodríguez, A., Félix Colado, B.E. y SÁNCHEZ MUÑOZ, L.J. (2023). Análisis de factores que configuran la imagen turística del destino de sol y playa: Mazatlán. *Revista latinoamericana de Ciencias Sociales-RELACIS*, 1(2), 70-93. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11132971>
- Sánchez Mendoza, V.V. y Aguilar Macías, S. (2016). Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de

- Mazatlán, ante un escenario de inseguridad. *Teoría y praxis*, (20), 155-186.
<http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero20/Sanchez-Aguilar.pdf>
- Sánchez Mendoza, V.V., Félix Colado, B.E. y Velarde Nava, J.R. (2020). La imagen turística de Mazatlán, México: según la percepción de los turistas nacionales. *Dimensiones turísticas*, 4(6), 91-118.
<https://doi.org/10.47557/SSHR8137>
- Sánchez Mendoza, V.V., Ultreras Rodríguez, A., Cervantes Martínez, L. y SALAZAR ECHEGARAY, T.I. (2021) Perfil sociodemográfico del turista nacional que visita el destino de sol y playa Mazatlán, México. *Uleam Bahia Magazine*, 2(4), 73-86.
https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/326
- Sandoval D., Ordoñez O. y Noblecilla M. (2018). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 14-21.
<https://www.scielo.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00014.pdf>
- Secretaría de Turismo - SECTUR, (enero de 2014). Agenda de competitividad del destino turístico Mazatlán.
<https://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Mazatlan.pdf>
- Secretaría de Turismo y Centro de Estudios Superiores en Turismo - SECTUR-CESTUR. (2013). *Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CRR): Análisis de desempeño turístico local, modelo de satisfacción de los turistas*. Ciudad de México. Universidad Anáhuac (UAMN). CONACYT. pp. 460.
- Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México - DATATUR. (enero de 2024). Resultados de la actividad turística. Enero 2024. Secretaría de turismo.
[https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2024-01\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2024-01(ES).pdf)
- Statista. (12 de septiembre de 2024). México: llegadas de residentes a alojamientos por destino en 2023.
<https://es.statista.com/estadisticas/1110419/numero-llegadas-residentes-alojamientos-por-destino-mexico/>
- Torres, J., Miguel, A. y Reyes, R. (2015). *Perfil del visitante de Oaxaca*. México: Fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo SECTUR-CONACYT.
- Velarde Valdez, M., Maldonado Alcudia, A.V. y Maldonado Alcudia, C. (2009). Pueblos Mágicos. Estrategia para el

desarrollo turístico sustentable: caso Sinaloa, *Teoría y Praxis*, (6), 79-93.

<https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145109005.pdf>

Velarde Valdez, M.; Magio, K. y Olmos-Martínez, E. (2023). La competitividad y su desempeño en destinos turísticos costeros: El caso de Mazatlán, México. *Revista Investigaciones turísticas*, 25, 49-76. ISSN: 2174-5609. <https://doi.org/10.14198/INTURI.20037>

Wackerly, D. D., Mendenhall III, W. y Scheaffer, R. L. (2010). *Estadística matemática con aplicaciones*. CENGAGE Learning.