

TURISMO SENIOR: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EDADES DE LOS CLIENTES QUE VISITAN EL HOTEL X. VARADERO, CUBA.

MSc. Ángela María González Laucirica.

Licenciada en Turismo. Máster en Gestión Turística con especialidad en Gestión Hotelera (Cuba). Profesora de la Facultad de Turismo y Hotelería en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil.

agonzalez@universidadecotec.edu.ec

Lic. Danilo Santa Cruz Rodríguez.

Licenciado en Turismo (Cuba). Chef de Cocina Internacional. Profesor de la Carrera de Ciencias Gastronómicas de la Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Guayaquil.

daniloscr@uees.edu.ec

RESUMEN

Para muchos países del mundo, el envejecimiento de su población es cada vez más notorio y las estadísticas a nivel mundial, así lo demuestran. En el ámbito social, económico, antropológico, psicológico, de la salud, los servicios, etc., esta tendencia de envejecimiento de las poblaciones, provoca impactos de diversa índole que son susceptibles de ser medidos para tomar decisiones efectivas.

Este trabajo se realiza con el objetivo de analizar cuál está siendo el comportamiento de las edades de los clientes que están visitando el Hotel X, del polo turístico de Varadero (Cuba) en los últimos meses. Vale la pena señalar que la entidad que se toma como parte del objeto de estudio, es hipotética o ficticia, puesto que lo que sea desea, es demostrar cómo analizar la variable en cuestión (comportamiento de las edades de clientes) para cualquier tipo de empresa turística mediante el empleo del análisis científico y las herramientas de la estadística descriptiva e inferencial.

Palabras Clave

Cientes, edad, hotel, variable, comportamiento.

ABSTRACT

For many countries, the aging population is becoming increasingly apparent and statistics globally, prove it. In the social, economic, anthropological, psychological, health, services, etc. Scope, this trend of aging populations, causing impacts of various sorts that are likely to be measured to make effective decisions.

This work is done in order to analyze what is being age's behavior of customers who are visiting the Hotel X (Varadero, Cuba) in recent months. It is worth noting that the entity is taken as part of the object of study is hypothetical or fictitious, since whatever you want, is to demonstrate how to analyze the variable in question (behavior of the ages of customers) for any company tourism through the use of scientific analysis and tools of descriptive and inferential statistics.

Keywords

Customers, old hotel, variable, behavior.

INTRODUCCIÓN

Como el fenómeno del envejecimiento humano es aspecto fundamental de análisis y formulación de estrategias con planes de acción en el sector del turismo en cada uno de los países; en este caso y para el destino turístico Cuba (Varadero), se ha realizado este trabajo con el objetivo de conocer cómo se está evidenciando la tendencia al envejecimiento, incluso, en los clientes que visitan el Hotel X.

El Departamento de Comercial del hotel ha proporcionado los datos reales para el estudio y análisis realizado, e igualmente el Departamento de Calidad y Atención al Cliente, ha aportado diversas estadísticas que han favorecido el desarrollo de esta investigación.

DESARROLLO

El Hotel X ubicado en la primera franja de playa del destino turístico Varadero, país Cuba; recibe anualmente miles de turistas con un promedio mensual de 800 clientes. En los meses de más baja ocupación, se hospedan allí aproximadamente 600 clientes, sin embargo, en los meses de elevada ocupación se reciben hasta 1300 huéspedes. Como extraer una muestra

de la cantidad de clientes hospedados en los últimos cinco años sería de tamaño notablemente enorme, se ha decidido escoger aleatoriamente las fichas de hospedaje de 472 clientes. El comportamiento de los intervalos por edades, se muestra a continuación:

Tabla No.1

Tabla de distribución de frecuencias

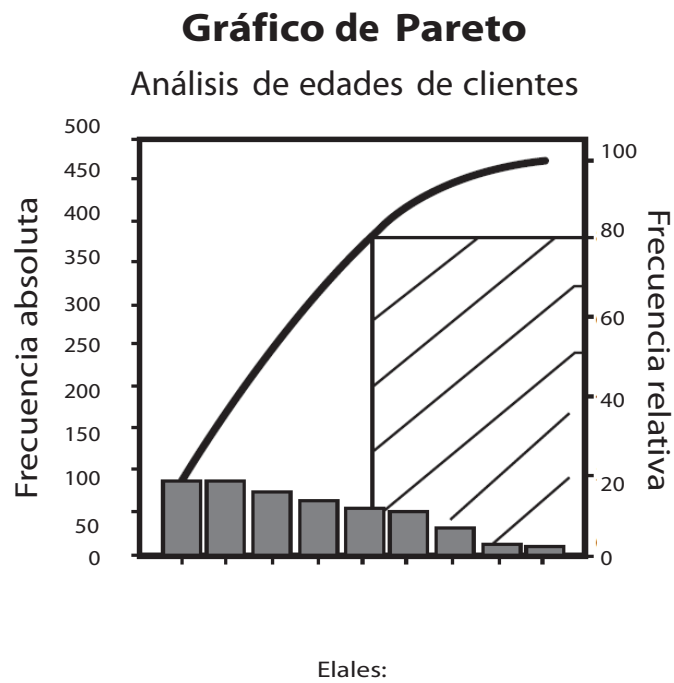
Edades	n_i	f_i	N_i	F_i	m_i
0 – 10	9	0,019	9	0,019	5,5
11 – 20	11	0,023	20	0,042	15,5
21 – 30	66	0,139	86	0,182	25,5
31 – 40	86	0,182	172	0,364	35,5
41 – 50	75	0,158	247	0,523	45,5
51 – 60	88	0,186	335	0,709	55,5
61 – 70	51	0,108	386	0,817	65,5
71 – 80	55	0,116	441	0,934	75,5
81 – 90	31	0,065	472	1	85,5
	472	1			

Fuente: Elaboración propia utilizando Microsoft Excel.

Según la tabla anterior, se aprecia que el 18,6% del total de clientes tiene entre 51 y 60 años en contraste con la cantidad de niños que representa el menor porcentaje de la muestra. Este hotel recibe como segmento fundamental el de Familia, pero es notable que la mayor cantidad de clientes que se hospedan diariamente, como tendencia, forma parte de la tercera edad. Este fenómeno no es extraño hoy en día cuando la tendencia al envejecimiento a nivel mundial es creciente. Esto significa que Cuba y sus destinos turísticos, deben prepararse y enfocarse a las nuevas y modernas prácticas del tipo de turismo conocido como "Turismo Senior", pues cada día se hospedan en los hoteles de dicha zona, más clientes de la tercera edad. También se aprecia un aumento en el poder adquisitivo de las personas de mayor edad a nivel mundial, unido a la creciente motivación por viajar de las mismas.

También se confeccionó un gráfico de Pareto utilizando el SPSS para saber cuáles intervalos de edades son los predominantes en los clientes que visitan el Hotel X.

Figura No.1



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS.

Según se observa, los intervalos que representan los “pocos vitales” tienen un recorrido de la variable desde la edad 21 hasta la edad 80, o sea, los clientes que menos frecuentan el hotel son los niños y existe predominio de la edad adulta con énfasis en el intervalo de 51 a 60 años.

Del total de 472 clientes analizados, se extrajo la información de nacionalidad y género de 324 clientes. Esto se hizo con la intención de saber si el hecho de ser de un determinado país de procedencia, está relacionado con el ser hombre o mujer a la hora de viajar. Para ello se confeccionó una tabla de contingencia donde se decretaron dos variables categóricas:

Variable 1: nacionalidad de los clientes (filas)

Variable 2: género de los clientes (columna)

La dócima no paramétrica utilizada para el análisis es la siguiente:

H₀: las variables son independientes ($P_{ij} = P_i * P_j$)

H₁: las variables son dependientes ($P_{ij} \neq P_i * P_j$)

Tabla No.2

	Femenino	Masculino	TOTAL
España	16	15	31
Alemania	9	9	18
Irlanda	3	2	5
México	6	5	11
Argentina	38	34	72
Rusia	20	13	33
Canadá	11	19	30
Brasil	4	2	6
Inglaterra	16	19	35
Ucrania	3	5	8
Sudáfrica	1	1	2
Finlandia	1	0	1
Chile	3	5	8
Uruguay	1	1	2
Cuba	11	12	23
Francia	3	2	5
Holanda	7	5	12
Dominicana	1	0	1
Venezuela	3	0	3
Colombia	1	1	2
Portugal	8	7	15
Italia	1	0	1
TOTAL	167	157	324

Fuente: Elaboración propia utilizando Microsoft Excel (los datos son ficticios. Sirven como demostración).

El estadígrafo para esta prueba viene dado por la fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(e_i - n_i)^2}{e_i}$$

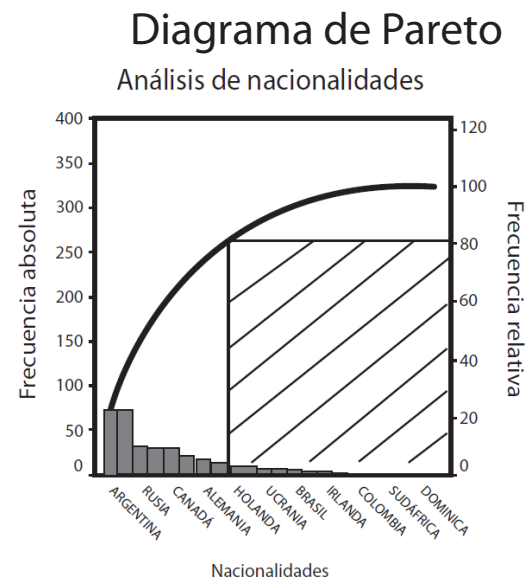
Utilizando el STATGRAPHICS Plus, se obtiene el valor del estadígrafo anterior tal y como se muestra a continuación:

Contraste de Chi-cuadrado

Chi-cuadrado	GL	P-Valor
12,43	21	0,9272

Como el valor de probabilidad para esta prueba es igual a 0.9272, entonces se acepta la hipótesis nula con un nivel de confiabilidad del 99%. Esto quiere decir que **no existe relación entre la nacionalidad** de los clientes que visitan el Hotel X, **y el sexo** de los mismos. También se elaboró otro diagrama de Pareto para saber cuáles mercados (nacionalidades) son los que más visitan el hotel.

Figura No.2



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS.

Como se observa, los mercados principales para el Hotel X según la cantidad de clientes que emiten, son:

- Argentina
- Inglaterra
- Rusia
- España
- Canadá
- Cuba
- Alemania
- Portugal

Esta información coincide con los datos históricos recopilados por el Departamento Comercial del hotel. Vale la pena señalar que Argentina en los últimos cinco años y con énfasis en el año 2012 que concluyó, ha emitido gran cantidad de turistas hacia Centroamérica. En este año 2014 que comenzará, la tendencia es a crecer en el número de visitantes de esta nacionalidad hasta el punto de desplazar al mercado Canadiense en cantidad de turistas, dado que éste último mercado ha sido históricamente el que más ha visitado la zona.

CONCLUSIONES

El Turismo Senior es cada vez más practicado a nivel mundial puesto que las personas de la tercera edad, por lo general, son las que más tiempo poseen para viajar, quienes además de recibir su pensión remunerada por jubilación perciben dinero proveniente de sus familiares e hijos y, por si fuera poco, son personas a quienes les surgen motivaciones diversas y cada vez más crecientes que los motiva o incentiva a viajar por todo el mundo. Esta demostración anterior de cómo analizar el comportamiento de las edades de los clientes que visitan un determinado hotel en una región geográfica, es de gran utilidad para el área Comercial, de Marketing, Ventas y Calidad, Compras, Alimentos y Bebidas, Alojamiento, Relaciones Públicas, Recepción... y para realizar, sobre todo, pronósticos certeros de la demanda turística para el hotel.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

González, A. (2013). Estadística aplicada al Turismo utilizando SPSS y STATGRAPHICS Plus. Guayaquil. Editorial: Centro de Publicaciones Universidad Tecnológica ECOTEC.

Guerra, C. et al. (2004). Estadística. La Habana. Tercera edición, Editorial Félix Varela.

- Gutiérrez, H. y de la Vara, R. (2007).** Control estadístico de la calidad y Seis Sigma. La Habana. Volumen 1. Editorial Félix Varela.
- Hernández, R. (2003).** Metodología de la investigación. Ciudad de México, Segunda edición.
- Levine, D.** et al. Statistics for managers using Microsoft Excel. Brasil. Segunda edición. Editora Prentice-Hall.
- Prieto, L. y Herranz, I. (2005).** ¿Qué significa estadísticamente significativo? España. Editorial Díaz de Santos S.A.
- Pupo, J.** et al. (2004). Análisis de regresión y series cronológicas. La Habana. Tercera edición. Editorial Félix Varela.
- Santos, J. y Muñoz, A.** Fundamentos de estadística aplicados al turismo. Documentos propios del Departamento de Comercial.
- Booking de Recepción y datos históricos proporcionados por el Hotel X.