



CAPITULO V

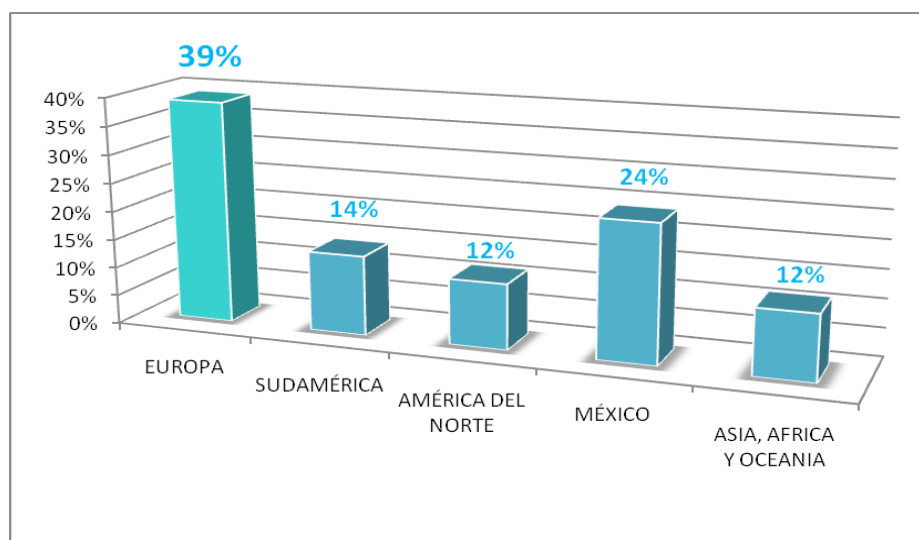
Análisis de Resultados

El objetivo de este capítulo es mostrar de manera clara y ordenada los datos obtenidos para efectos de esta investigación. Para su mayor comprensión se dará una breve explicación y posteriormente la interpretación de los resultados.

5.1 Análisis descriptivo del turismo mochilero en Cholula

A continuación se presenta el estudio estadístico que se realizó, donde se muestran sólo las preguntas que se consideraron significativas. En cuanto a datos demográficos, las preguntas que se consideraron significativas fueron la nacionalidad y la edad del visitante.

En la siguiente gráfica se puede observar que los visitantes encuestados provinieron en su mayoría de Europa, sobresaliendo la nacionalidad francesa y alemana, posteriormente destaca el turismo nacional. En suma se encontró que el 76% de los encuestados provienen del extranjero, mientras que el 24% restante lo conforman turistas nacionales.

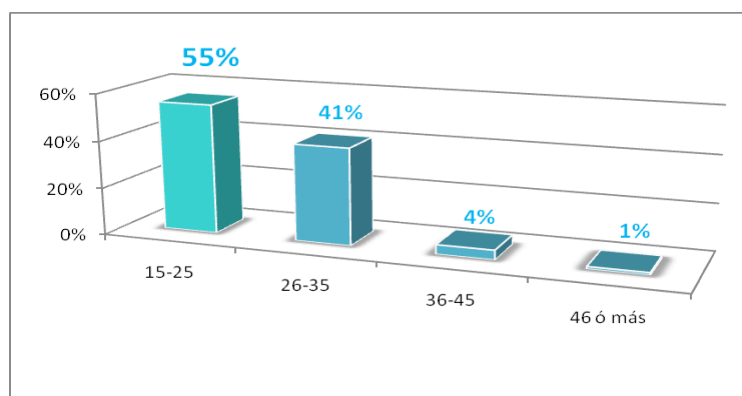


Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.1 Nacionalidad de los encuestados.

.En cuanto a género se encontró que el sexo predominante de los turistas es el femenino, que forma el 55% del total de encuestados. Por otra parte los resultados indican que el 54% de los posibles turistas mochileros, todavía continúan con sus estudios, lo cual se traduce a que su poder adquisitivo no es tan alto como el de las otras profesiones, lo que hace que este sector busque precios económicos.

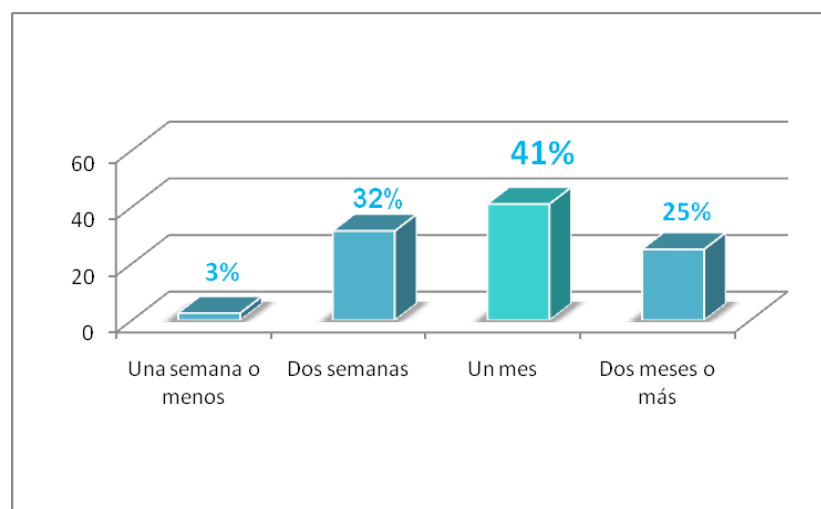
En cuanto a la edad, la siguiente gráfica muestra que el rango señalado con más frecuencia es el de 15 a 25 años, sin embargo el siguiente rango de edad 26 a 35 años no dista mucho del primer grupo, lo que indica que el 96% de los viajeros tiene una edad igual o menor a 35 años.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.2 Edad de los viajeros encuestados.

El siguiente grupo de preguntas se enfocó en el aspecto económico, donde se intentó calcular la estancia y gasto promedio del turista. Como se muestra en la siguiente gráfica los turistas que visitan nuestro país tienen una estancia promedio de un mes, la cual posteriormente nos arrojará una aproximación del impacto mochilero en México, esparcido en los diferentes destinos que visita el viajero.

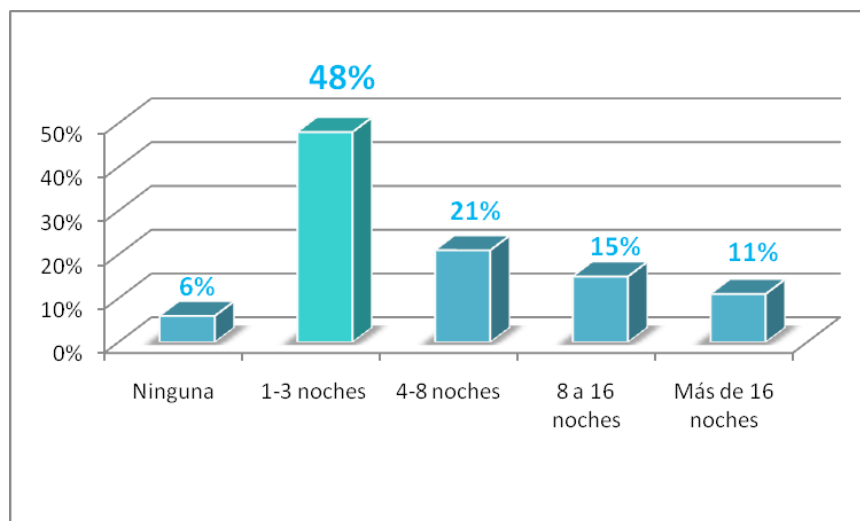


Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.3 Estancia promedio en México de los encuestados.



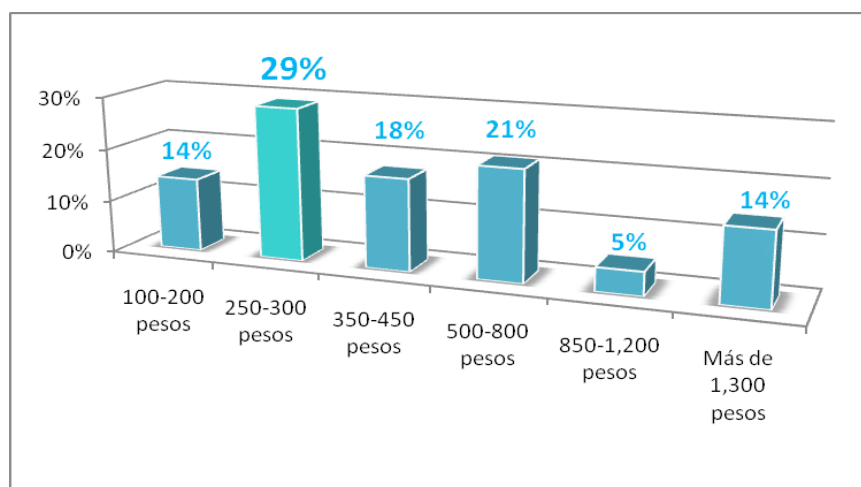
De dicha estancia promedio, la mayor parte de los encuestados afirmaron que planeaban destinar de una a tres noches en la Ciudad de Puebla ó Cholula mientras que un porcentaje muy pequeño afirmó que no pasarán ninguna noche en cualquiera de las dos ciudades.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.4 Estancia promedio en Puebla de los encuestados.

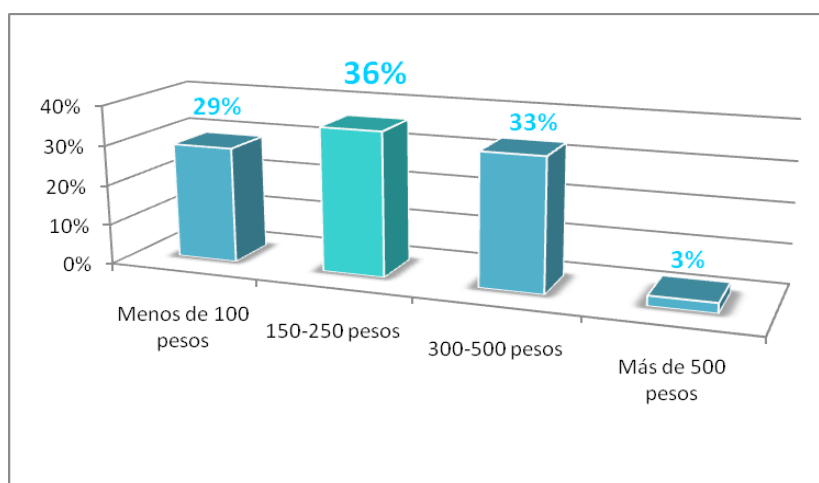
En cuanto a la cantidad de dinero que la mayor parte de los turistas mochileros están dispuestos a gastar al día, incluyendo hospedaje, comida, transporte y otros es de \$250 a \$300 pesos, como se muestra en la siguiente gráfica. De dicha derrama económica se puede estimar el porcentaje que proviene del turismo mochilero, lo cual se presentará posteriormente en este capítulo.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.5 Gasto promedio diario de los encuestados.

De dicho gasto diario, se les preguntó a los viajeros la cantidad que están dispuestos a gastar en servicio de hospedaje, siendo la respuesta más frecuente de \$150 a \$200, no obstante este porcentaje no dista mucho de las otras respuestas, lo que nos indica que existe un gasto promedio muy variado. Los porcentajes se pueden apreciar en la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.6 Gasto promedio diario en hospedaje de los encuestados.



En la siguiente sección se buscó obtener la información necesaria para clasificar a los turistas como Turista Mochilero, Potencial Turista Mochilero, ó Turista No Mochilero.

Se les preguntó a los viajeros que si alguna vez habían experimentado el estilo de viaje de mochila ó backpacking, pregunta en la que el 69% de los encuestados afirmaron haber viajado en el estilo de viaje de mochila, mientras que el 31% dieron una respuesta negativa. Ninguno de los encuestados ignoró en qué consistía este estilo de viaje. A los viajeros que no han experimentado el tipo de viaje de mochila, se les preguntó que si lo experimentarían, el 91% aseguró que en determinado momento sí lo haría. Este dato indica que la mayor parte de los encuestados que no han realizado el backpacking no lo ha hecho por que no ha tenido la oportunidad o en los viajes que ha realizado no se ha prestado la ocasión.

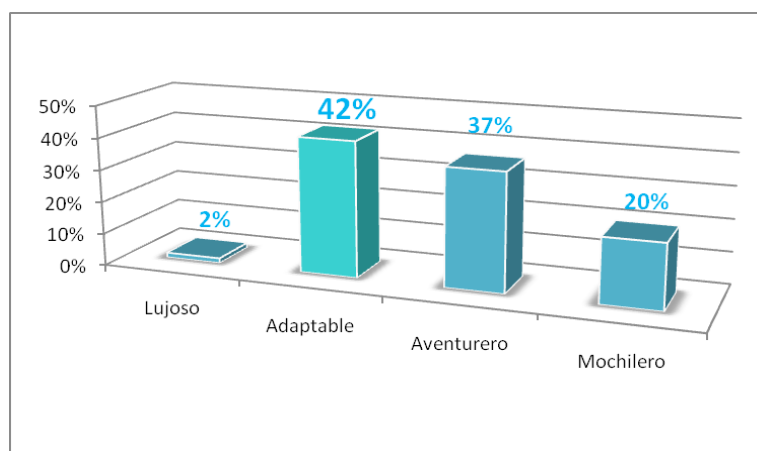
Con el objetivo de conocer las preferencias del sector mochilero se preguntó el tipo de países visitarían realizando este tipo de viaje, refiriéndose a países desarrollados y en vías de desarrollo. El 76% contestó que en ambos tipos lo haría, mientras que de manera casi equitativa se respondieron las dos opciones restantes, lo que nos indica que no tiene importancia el tipo de país para realizar los viajes de mochila.

Con el mismo objetivo se preguntó por las preferencias en cuanto a localización de un lugar de hospedaje. El 59% de los encuestados se inclinó más por la localización cercana a la naturaleza, con tranquilidad, precios bajos y contacto con los locales, mientras que el porcentaje restante prefiere un lugar en el centro de la ciudad, cercano a los atractivos



turísticos, con actividad, comodidad y donde puedan convivir con los otros turistas. Estos resultados nos dan una idea de la localización que buscan los posibles turistas mochileros, que puede ser una información relevante al iniciar un proyecto de hospedaje económico en Cholula.

Con el fin de poder clasificar a los viajeros en Turista Mochilero, Potencial Turista Mochilero y Turista No Mochilero, se les preguntó a los viajeros el tipo de viajero que se consideran, cuyos resultados se encuentran en la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.7 Tipo de viajero que se consideran los encuestados.

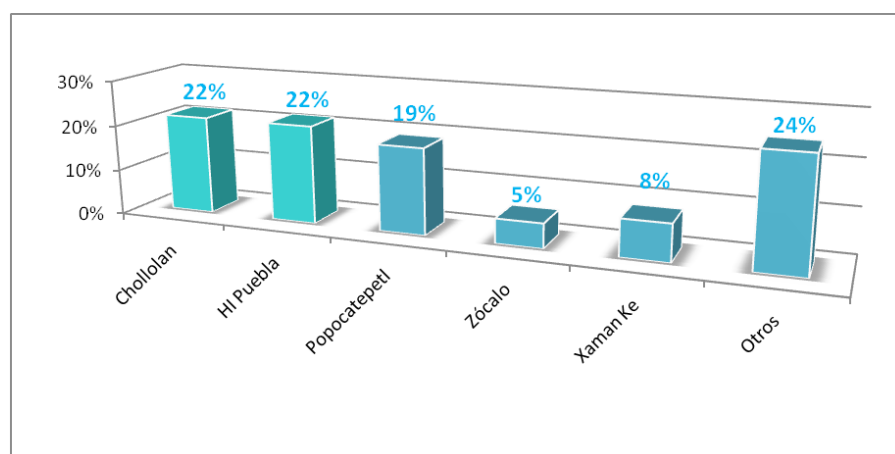
Como se puede ver en la gráfica anterior, el tipo de viajero predominante es el adaptable, los cuales según la definición, visitan los atractivos turísticos más populares, prefieren la comodidad pero estarían dispuestos a experimentar el hospedaje comunitario si las condiciones y la situación lo amerita.



Por otra parte, el 37% de los encuestados se considera a sí mismo como un viajero aventurero cuyas características son el buscar conocer el estilo de vida del lugar que visitan además de preferir el hospedaje económico.

Mientras que un 20% de los encuestados se considera un viajero mochilero, tipo de turista que busca el contacto con lo auténtico de la región y el contacto con la naturaleza. Un porcentaje mínimo es el que se consideró a si mismo como viajero lujoso, el cual prefiere los tours organizados y normalmente viaja con mucho equipaje.

En la siguiente sección de preguntas, se buscó encontrar experiencias de hospedaje que el visitante pudiera haber tenido en la ciudad de Puebla ó de Cholula, por lo que se preguntó a los visitantes si se habían hospedado en algún lugar de Puebla ó Cholula. El 81% de los encuestados indicó que no se ha hospedado en ningún hostel, mientras que al 19% restante se le pidió que indicara que hostel ha visitado, teniendo como resultado la siguiente gráfica:

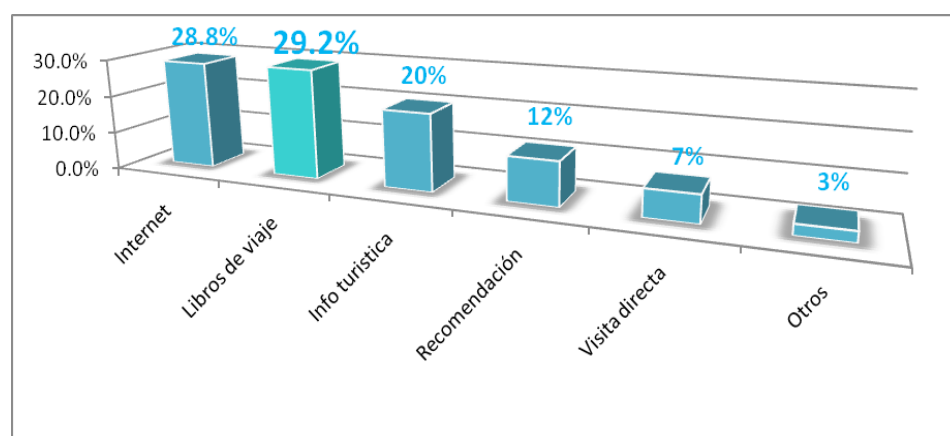


Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.8 Hostales más visitados por los encuestados.



Con el fin de conocer los patrones de organización de viajes de los turistas encuestados se les pidió que especificaran si realizaron una reservación antes de llegar al lugar y por qué medio la realizaron. En suma el 65% aseguró que si realizó una reservación previa, predominando el Internet como medio de reservación con un 70 %. En cuanto a los medios utilizados para encontrar hospedaje se presenta la siguiente gráfica.



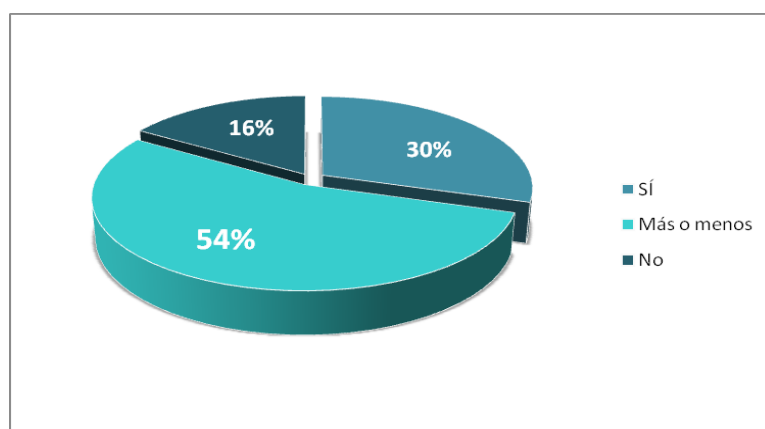
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.9 Medios por los que los viajeros obtienen información en cuanto a lugares de hospedaje.

En las formas de obtener información de hospedaje sobresalen los libros de viaje como principal fuente de información de este tipo, seguida por el Internet, lo que concuerda con las aseguraciones de Bernstein y Awe (1999), en su estudio sobre el turismo en el comercio electrónico donde aseguran que los lugares de hospedaje que cuentan con una página Web y son recomendados por los buscadores tienen mayor porcentaje de reservaciones.



Para conocer el grado de satisfacción de los turistas en cuanto a los lugares de hospedaje ofrecidos en Cholula, se les preguntó si el lugar donde se quedaron había satisfecho sus necesidades y expectativas. Los resultados se presentan en la siguiente gráfica.

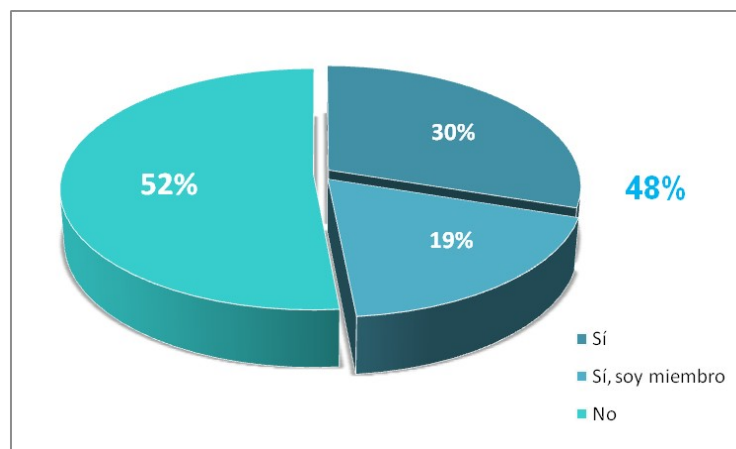


Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.10 Grado de satisfacción de los encuestados de los hostales en Puebla y Cholula.

Más de la mitad de las personas que se han hospedado en un hostel en la ciudad de Puebla ó Cholula, afirmó que el lugar de hospedaje no satisfizo sus necesidades y expectativas por completo, en contra de un 30% que quedó satisfecho con el producto y servicio recibido.

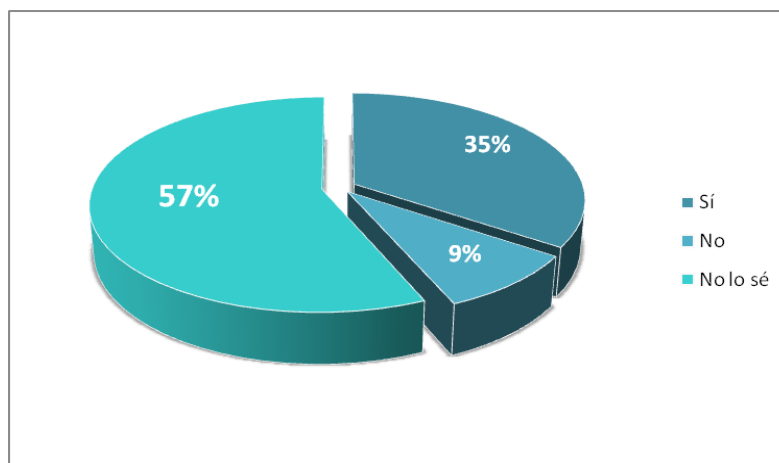
La sección de preguntas que se presenta a continuación se enfocó al conocimiento de los turistas sobre la marca Hostelling International, así como sus percepciones del mismo, por lo que se le preguntó a los viajeros si conocían dicha red de hospedaje. Los resultados se presentan en la gráfica a continuación.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.11 Grado de conocimiento de Hostelling Internacional.

Posteriormente se intentó obtener información de las percepciones de los viajeros en cuanto a Hostelling Internacional, además de ver la posibilidad de que se hospeden en un hostel afiliado a la red, por lo que se les preguntó que si hubiera un establecimiento en Cholula se hospedarían ahí. La siguiente gráfica nos muestra sus respuestas.



Fuente: Elaboración propia.

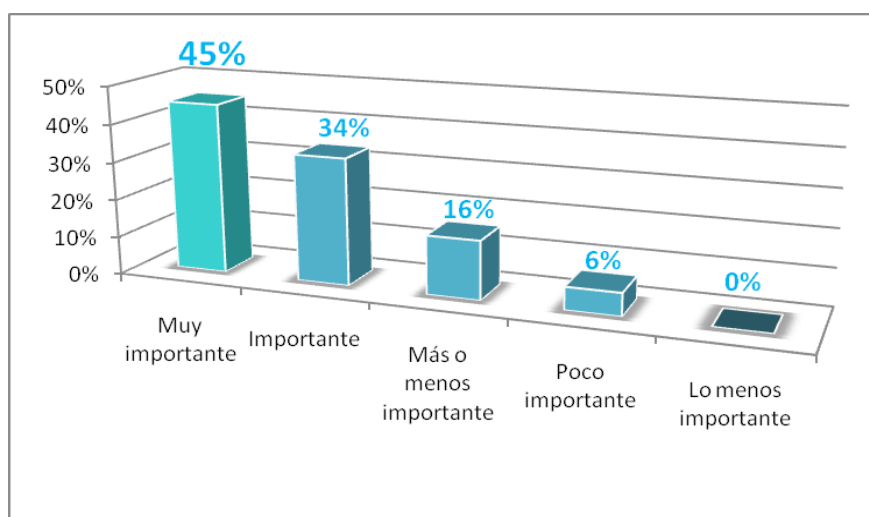
Gráfica 5.12 Probabilidad de que los encuestados se hospeden en un hostel afiliado a Hostelling Internacional en Cholula.



La gráfica anterior nos indica que de haber un establecimiento afiliado a Hostelling International, el 35% de los turistas afirman que preferirían hospedarse ahí, mientras que la mayor parte de los viajeros no sabrían si se hospedarían ahí o no. El porcentaje alto de encuestados indecisos acerca de una estancia en un hostel de Hostelling Intenational en Cholula se deriva del porcentaje similarmente alto de personas que no conocen la marca.

Esto se puede traducir a que la confiabilidad de una marca depende del grado de control de calidad que se tenga en cada establecimiento, por lo que la siguiente sección de preguntas es también de vital importancia para conocer a fondo este sector turístico.

En dicha sección se preguntó en escala tipo Likert los aspectos que consideran más importantes al momento de elegir un lugar de hospedaje. En primer lugar se mencionó el servicio, la gráfica a continuación muestra los porcentajes de frecuencia.



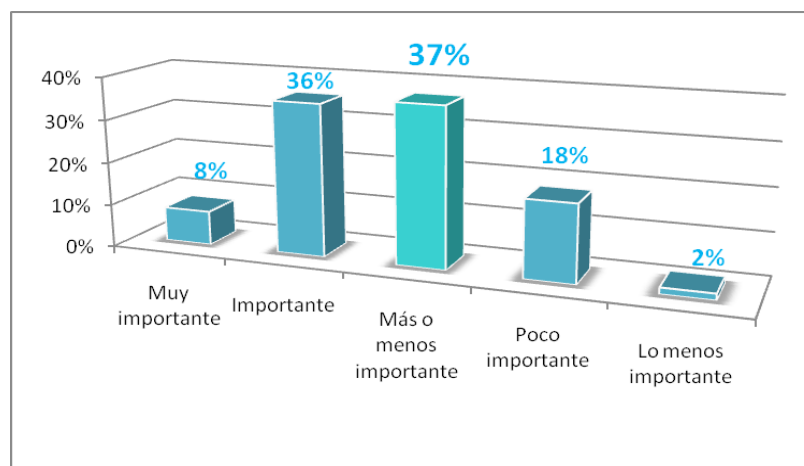
Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.13 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia del servicio.



Lo que se puede concluir de esta gráfica es que para el turista mochilero es muy importante que un hostel tenga limpieza, que la actitud del personal sea de servicio, que existan servicios complementarios y que el personal pueda proveer información sobre la localidad y las actividades recreativas del sitio, es decir, aspectos que engloba un buen servicio.

A continuación se preguntó por la importancia del diseño de un lugar de hospedaje, lo que se refiere a que el lugar esté bien ubicado y que cuente con áreas agradables y cómodas. No obstante la mayor parte de los encuestados no emitió juicio, el 44% indicó que es importante el diseño, como se muestra en la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración propia.

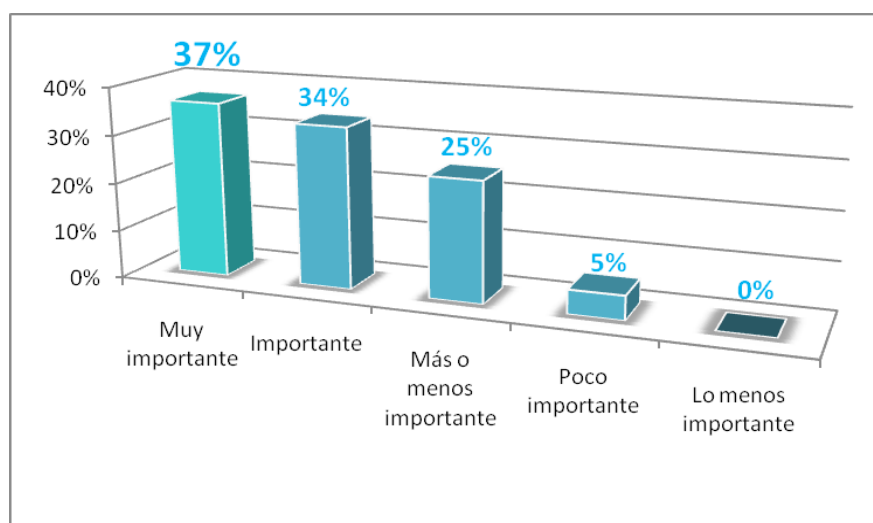
Gráfica 5.14 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia del diseño de un lugar de hospedaje.

En seguida se buscó conocer la importancia de la privacidad en cuanto a baño y habitación privada, de lo que se puede concluir la habitación como baño privado son percibidos por el sector como aspectos importantes con casi un 50% en ambas preguntas, sin



embargo, según el resultado de los tipos de viajeros que se consideran los encuestados, se respondió en su mayoría que el hospedaje comunitario es aceptable.

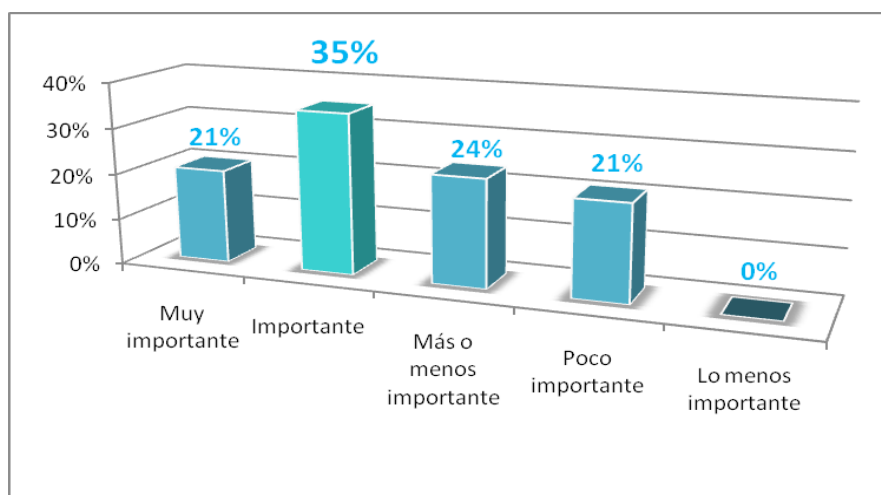
En la siguiente pregunta se hizo referencia a la importancia de los precios bajos en el hospedaje arrojándonos un 71% que considera que es un aspecto muy importante, indicando que es un sector que es muy sensible al precio, pero que busca una relación precio-calidad como cualquier turista.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.15 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia de que un lugar de hospedaje tenga precios bajos.

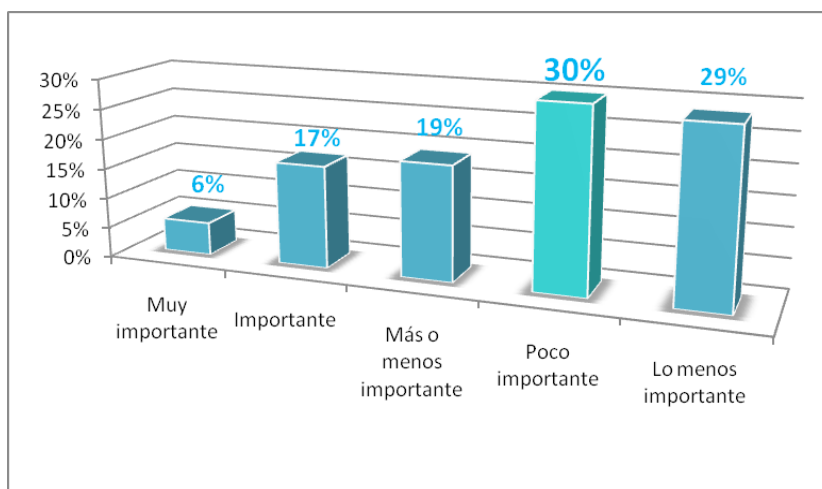
En cuanto a la sociabilidad es vista también como un aspecto importante, lo cual indica que los encuestados buscan que el hostel donde se hospeden cuente con áreas comunes donde puedan interactuar con los demás huéspedes y puedan hacer nuevas amistades. Los porcentajes se muestran a continuación.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.16 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia de la sociabilidad en un lugar de hospedaje.

Con el fin de buscar el impacto de la imagen del nombre ó marca de un hostel en la mente de los consumidores se preguntó la importancia de este aspecto en la elección del hospedaje, lo que nos arrojó los siguientes resultados.

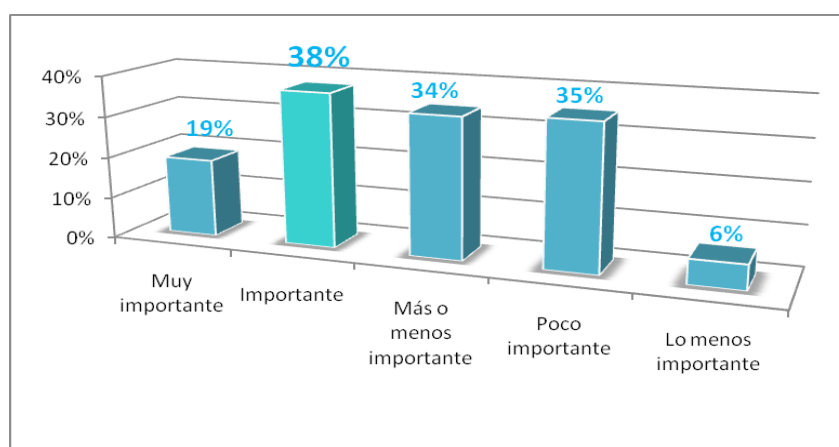


Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.17 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia del nombre o la marca de un lugar de hospedaje.



Continuando con la búsqueda de patrones de organización de viajes de los individuos, se buscó conocer la importancia que tiene la facilidad de reservaciones al momento de la selección, cuyos resultados se presentan en la gráfica posterior, la cual nos muestra que para el 57% de los turistas es importante que un lugar de hospedaje tenga una página de Internet donde pueda realizar una reservación desde cualquier parte del mundo, además de que esté bien formulada y diseñada que permita su rápida utilización.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5.18 Percepción de los encuestados en cuanto a la importancia de la facilidad de reservaciones de un lugar de hospedaje.

Por último se buscó conocer la importancia de la existencia de aéreas verdes y opción de camping, el 34% de los encuestados mostraron interés en que exista la opción de acampar, lo que también se traduce a que buscan hospedaje económico, no obstante el resto indicaron que no es tan importante en su elección.



4.3 Análisis correccional por variables

Para efectos de realizar una interpretación objetiva y enfocada a realizar un panorama general del turismo mochilero, se realizó un análisis correccional de las variables más representativas para conocer el impacto económico que atrae este tipo de turistas, su conocimiento de Hostelling International así como sus patrones de comportamiento y preferencias.

La primera correlación analizada muestra las coincidencias entre la variable nueve y trece, las cuales son de vital importancia para determinar la clasificación de los diferentes viajeros.

Pregunta nueve: ¿Has experimentado alguna vez el estilo de viaje de mochila o backpacking?

Pregunta trece: ¿Qué tipo de viajero te consideras?

El 42% de los turistas encuestados se consideran viajeros adaptables, los cuales en determinado momento pueden experimentar el hospedaje comunitario. Para que estos turistas puedan considerarse como Potencial Turista Mochilero deben cumplir con las características de considerarse viajero adaptable y además haber viajado en el estilo de viaje de mochila.

Para relacionar dichas variables se utilizó la distribución Chi.Square (X^2) con un nivel de significancia de .0001, prueba con la cual se puede afirmar que el 29% de los turistas que afirmaron haber experimentado el tipo de viaje de mochila se consideran viajeros adaptables. Cumpliendo con las dos características necesarias se concluye que el 20% de los encuestados se les puede clasificar como Potencial Turista Mochilero.



Un significativo 57% de los encuestados se definió a sí mismo como turista aventurero o mochilero, los cuales tienen en común el interés de conocer el estilo de vida del lugar al que visitan, además de preferir el estilo de viaje económico. Las coincidencias de las variables independientes de cada pregunta, afirman que el 69% de los encuestados que se consideran viajeros aventureros o mochileros han experimentado el estilo de viaje de mochila.

Cumpliendo con los requisitos impuestos en este estudio, a estos visitantes se les puede llamar Turista Mochilero, sector en el que se enfoca el mismo. En suma se puede afirmar que el 68% de los encuestados pertenece a esta clasificación.

El 2% de los encuestados contestó que se considera viajero lujoso, los cuales se caracterizan por viajar con equipaje grande y preferir la comodidad sin afectarles mucho el precio. Para ser considerados en el grupo de Turista No Mochilero, con el simple hecho de seleccionar esta respuesta se les incluyó dentro de este grupo. Sin embargo, existe otra característica que puede determinar si los encuestados son mochileros y esta es el no haber experimentado el estilo de viaje backpacking ni tener intenciones de hacerlo, es decir, la correlación de las preguntas nueve y diez.

Pregunta nueve: ¿Has experimentado alguna vez el estilo de viaje de mochila o backpacking?

Pregunta diez: Si la respuesta a la pregunta anterior fue negativa ¿lo experimentarías?

Al relacionar las variables entre las preguntas nueve y diez se concluyó que el 16% de las personas que no ha experimentado el viaje de mochila contestó que tampoco lo haría,



cumpliendo con la segunda característica para pertenecer a la población Turista No Mochilero. Así, se puede afirmar que el 12 % de los encuestados pertenece a ese grupo.

La tercera correlación fue encontrada entre las variables doce y trece, las cuales indican la localización que prefieren los viajeros en referencia al tipo de viajero que se consideran.

Pregunta doce: ¿Qué localización prefieres para un lugar de hospedaje?

Pregunta trece: ¿Qué tipo de viajero te consideras?

El 23% de los viajeros indicaron que se consideran tipo de viajero adaptable prefieren el tipo de localización cercano a la naturaleza, donde puedan encontrar precios bajos y tener contacto con la gente de la localidad.

De la misma manera se encontró una correlación significativa entre las variables dieciocho y diecinueve, las que hacen referencia al conocimiento de Hostelling International y la probabilidad de que se hospeden en un hostel en Cholula afiliado a dicha red.

Pregunta dieciocho: ¿Conoces la red de hospedaje Hostelling International?

Pregunta diecinueve: Si hubiera un establecimiento en Cholula afiliado a esta red ¿te hospedarías ahí?



Las personas que sí conocen la red internacional conforman el 48% de los encuestados, además el 35% del total de los encuestados asegura que si se hospedaría en un Hostal afiliado a Hostelling International.

La relación entre las variables indica que las personas que conocen dicha red son más propensas a hospedarse en un hostel afiliado, por lo que se puede asegurar que la imagen que tiene dicha red si afecta directamente en la toma de decisiones de los viajeros. Esto significa que sí existe un mercado para un hostel afiliado a Hostelling International en la Ciudad de Cholula, lo que cumple con los objetivos de la presente investigación.

Esta correlación también indica que el 38% de los viajeros que conocen la red son simultáneamente miembros de la misma, por lo que al encontrar un hostel en cualquier destino existe una probabilidad del 70% que elijan un establecimiento donde puedan obtener los descuentos de su afiliación, además de gozar los beneficios que les ofrece dicha marca.

El 30% de los miembros de la red no está seguro si se hospedaría en ese lugar, lo cual se puede deber a que los viajeros no han tenido siempre buenas experiencias con los establecimientos afiliados, debido probablemente al mal manejo de algunos de ellos. Las evaluaciones de Internet de el Hostal Santo Domingo en Puebla, único miembro de dicha red en el estado, demuestran un nivel muy bajo de satisfacción de los turistas que se han hospedado ahí (Ver anexo 11). Dichas evaluaciones negativas en Internet pueden deberse al hecho de que un cliente satisfecho normalmente no se toma el tiempo para entrar a Internet



para hacer una evaluación positiva, sino que la podría llegar a registrar en el libro de visitantes. En dicho libro se encontraron principalmente evaluaciones positivas lo cual demuestra que las evaluaciones por Internet no necesariamente son representativas de un lugar.

La siguiente correlación significativa se encontró entre las preguntas siete y nueve, las cuales tuvieron un enfoque en el impacto económico.

Pregunta siete: Aproximadamente ¿Cuánto piensas gastar al día?

Pregunta ocho: De este gasto diario ¿Cuánto planeas destinar al hospedaje?

La mayor coincidencia de las variables se encontró en que la mayoría de los viajeros que piensan gastar entre \$250 a \$300 pesos al día, planean destinar al hospedaje el 67% de ese gasto, es decir, \$150 a \$200 pesos.

Esta cifra del gasto diario, multiplicada por la estancia promedio en Cholula, calculada en dos días según el presente estudio, para posteriormente multiplicar el resultado por 246 mil, número de extranjeros que visitan la Ciudad de Cholula el año, según los datos obtenidos por el instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática en el 2006, nos arroja la cantidad aproximada de \$147.6 millones de pesos en derrama económica por parte del sector turístico. Esta cifra no dista mucho de los datos arrojados por los Indicadores Básicos de la Actividad Turística en el 2006, los que aseguraron que la derrama económica proveniente del turismo en el 2006 en Cholula fue de \$139 millones de pesos, la cual crece año con año.



Al conocer la relación de las variables y sabiendo que el 67% de este gasto está destinado al hospedaje, se puede calcular que \$9.8 millones de pesos es la cifra que los turistas que visitan la ciudad de Cholula dejan al año a establecimientos de hospedaje.

Como resultado de la correlación de las variables nueve y trece, que nos arrojó los porcentajes de la clasificación de los viajeros, en adición al cálculo de la derrama económica de los encuestados, se puede estimar entonces el impacto del sector mochilero.

Tomando en cuenta que el 68% de los encuestados pertenece al tipo Viajero Mochilero y proyectando el mismo porcentaje a la población de turistas que presentó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática en el 2006, consecuentemente se puede afirmar que 245,932 es el número aproximado de viajeros de mochila que visitan Cholula al año, que como resultado, son responsables de más de 100 millones de pesos de derrama económica total del turismo de la ciudad.

La siguiente correlación se encontró en las variables cinco y seis, las cuales se refieren a la estancia promedio del turista.

Pregunta cinco: ¿Alrededor de cuanto tiempo durará tu viaje en México?

Pregunta seis: ¿Cuántas noches planeas pasar en la Ciudad de Puebla o Cholula?

La relación de las variables indica que el 49% de las personas que visitan nuestro país por periodo de un mes indicaron que sólo pasarán de una a tres noches en la Ciudad de Puebla



o de Cholula. De manera similar, los turistas que aseguraron que la duración de su viaje en el país sería de aproximadamente dos semanas, coinciden con la misma estancia promedio en Puebla, conformando el 57% en su grupo.

Para la siguiente correlación de variables se utilizó el método estadístico Análisis de Varianza (ANOVA), obteniendo el valor significativo de P igual a .0001. La coincidencia entre las variables trece y veinticuatro hacen referencia a la importancia del precio según el tipo de turista que se consideren los viajeros.

Pregunta trece: ¿Qué tipo de viajero te consideras?

Pregunta veinticuatro: ¿Qué aspectos consideras que son los más importantes al elegir tu hospedaje?: Precios bajos

El resultado de esta prueba nos muestra que los patrones de consumo de los considerados viajeros lujos son similares a los que se consideran viajeros adaptables. Esto significa que, para estos dos tipos de viajeros el precio no es un aspecto tan importante en la elección de sus lugares de hospedaje. En contraste, el grupo de los viajeros aventureros junto con el de los viajeros mochileros demostraron ser un sector muy sensible al precio. Consecuentemente, para este tipo de viajeros los precios bajos juegan un papel muy importante al momento de elegir su hospedaje.



Enseguida se presenta el análisis realizado para contrastar las variables trece con la veintisiete, con el que se buscó encontrar pautas que indicaran las coincidencias en cuanto a la percepción de la importancia de que un lugar de hospedaje tenga facilidad en reservaciones en relación al tipo de viajero.

Pregunta trece: ¿Qué tipo de viajero te consideras?

Pregunta veintisiete: ¿Qué aspectos consideras que son los más importantes al elegir tu hospedaje?: Facilidad en reservaciones.

Como resultado del análisis de ambas variables se pudo observar que para el grupo formado por los viajeros lujosos, la facilidad de reservaciones tiene la misma importancia que para los viajeros de mochila. Esto se puede explicar de la siguiente manera: los viajeros lujosos realizan en su mayoría viajes muy organizados, donde no buscan correr el riesgo de quedarse una noche sin un lugar seguro y cómodo donde dormir. Por esto muy importante que el lugar de hospedaje cuente con un sistema de reservaciones efectivo, ya sea que lo realicen ellos mismos, ó más probable, lo organice su agente de viajes o tour operador.

Por otra parte los viajeros de mochila, según Maoz (2006), se caracterizan por tener un plan con múltiples destinos, viajan de manera independiente, por lo que ellos mismos obtienen la información de viaje y realizan sus reservaciones por Internet (Weber y Roel, 1999, citado por Bernstein y Awe, 1999). Es por esto que es importante para ellos que los lugares de hospedaje cuenten con una página Web de fácil uso.