



CAPITULO VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones finales

El crecimiento e importancia del turismo han sido objeto del nacimiento de nuevas formas de turismo, nuevas tendencias y nuevos patrones de conducta, lo cual diversifica cada vez más al sector turístico y reta a los prestadores de servicios avanzar a pasos agigantados.

Considerado junto con el transporte de pasajeros, el turismo se ubica al frente de todas las categorías de comercio internacional. Pronto, con las nuevas tecnologías de la información se podrán conocer a fondo los mercados y facilitarán el diseño de estrategias para captar segmentos, impulsar productos personalizados y monitorear su comportamiento para ajustar estrategias y acciones (Organización Mundial del Turismo, 2006).

Por esta misma razón se eligió al turismo mochilero como sujeto de estudio, ya que es un sector que promete ser un fenómeno mundial y que conlleva a la atracción de turistas en todo el mundo, aportando grandes beneficios a la economía y al desarrollo de los países. Los mercados que notablemente están enfocados al backpacking, como son Europa, Estados



Unidos y Canadá, han promovido las ventajas que tiene este tipo de turismo, por lo que cada vez es más popular.

Si bien es cierto que este sector no tiene un gasto diario alto, como señalan los estudios de Galani-Moutafi, 2001, citado por Maoz (2006), en el presente estudio se comprobó que estos viajeros tienen una estancia promedio de un mes, lo que provoca una mayor derrama económica que la de otros segmentos turísticos. Esta duración les permite visitar varios destinos turísticos en el país, y simultáneamente se obtienen beneficios de este estilo de viaje, ya que generan constantes consumos de productos y servicios.

No obstante, los viajeros sólo planean destinar de una a tres noches en la Ciudad de Cholula ó de Puebla, lo que, aunado a la información de su gasto promedio diario nos proporcionó una cifra muy similar a la que calculó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática en el 2006, cifra que se utilizó para calcular el impacto económico del turismo mochilero. Esta cantidad calculada en más de cien millones de pesos se consideró una fuerte aportación de capital para el destino, convirtiendo al turismo de mochila en un sector prometedor.

Haciendo énfasis en el punto anterior, el sector mochilero demostró ser un segmento digno de capturar la atención de los hoteleros no sólo en Cholula, sino en todo el país. De igual importancia, se calculó que la mayor parte del presupuesto de los viajeros está destinado



al hospedaje, lo que permite asegurar que la Industria de la Hospitalidad es el sector más beneficiado por el turismo.

Con el fin de lograr una mejor comprensión y un análisis objetivo de los resultados, se hace referencia al objetivo general de este estudio, que es realizar un análisis del impacto económico que tiene el turismo mochilero en la Ciudad de Cholula, con el fin de comprobar que este sector es un mercado potencial para un hostel afiliado a la red internacional de hospedaje de bajo costo, Hostelling International.

Para poder entender mejor al mercado que visita los hostales, se buscó conocer los datos demográficos de los viajeros, los que, según las frecuencias encontradas, se llegó a la conclusión de que las personas que realizan backpacking son en su mayoría estudiantes, de género predominante femenino y en un rango de edad de quince a veinticinco años. De manera continua, las evidencias confirman que los países de proveniencia predominante de los turistas que visitan Cholula son los que se encuentran en el continente europeo, predominando Francia y Alemania. Además los viajeros europeos son más propensos a realizar el tipo de viaje de mochila ya que según los hallazgos el 20% de los denominados Viajero Mochilero provenían de ciudades de ese continente. El backpacking es una consecuencia de los patrones de viaje que según el estudio de Fernández (2006) nació en Europa precisamente.



Los datos anteriores describen el mercado meta de los hostales en Cholula, cuya información es muy importante para la realización del diseño y planeación de un hostel, lo que según la presente investigación, tendría un 48% de afluencia de visitantes.

En base a los resultados también se puede concluir que la selección del destino de los viajeros de mochila no está influenciada por el tipo de país. Esto nos muestra que tanto países de Primer Mundo como los denominados en vías de desarrollo tienen las mismas probabilidades de atraer a los mochileros, y por lo tanto de gozar sus beneficios. Sin embargo también es cierto que el país en cuestión debe contar con la infraestructura necesaria para atraer al turismo, cualidad que nuestro país sigue desarrollando.

Una característica importante de la red de hospedaje enfocada en la presente investigación es el afán de proteger el medio ambiente utilizando medidas de operación que tengan poco impacto ecológico. Así mismo se comprobó que la mayor parte de los visitantes encuestados prefieren una localización cercana a la naturaleza, que les permita estar en contacto con la gente local. Aunado esto al porcentaje de personas encuestadas que consideran importante la existencia de áreas verdes en el lugar de hospedaje, se coincide con las aseguraciones de Herbig y O'Hara (2005). En su estudio se indica que el sector mochilero en repetidas ocasiones es considerado como un viajero ecoturista.



En base a los hallazgos de este estudio, se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados se puede considerar Viajero Mochilero. Seguida por la clasificación de Potencial Turista Mochilero y por último el tipo de Viajero No Mochilero, respectivamente.

Estos datos ayudaron a estimar la probabilidad de que los viajeros utilicen los hostales en Cholula, y particularmente, uno afiliado a la red de Hostelling Internacional. Dando por hecho que los denominados Turista Mochilero tienen una alta probabilidad de asistir, los Potencial Turista Mochilero una probabilidad media, mientras que los Turista No Mochilero presentan una probabilidad muy baja de visitar estos lugares.

Aunado a lo anterior, se observó que un porcentaje significativo de los considerados turistas mochileros tiene conocimiento de la existencia de dicha red de hospedaje, lo que significa que Hostelling International está bien posicionado en la mente del consumidor.

Enfatizando este punto, el presente estudio demostró que existe una tendencia a que las personas que afirmaron conocer dicha marca, indicaron que si se hospedarían en un hostel afiliado. Lo que afirma una vez más que sí existe un mercado importante para la realización de un proyecto de hostel perteneciente a Hostelling International y confirma que el modelo ECSI, estudiado por Chitty, Ward y Chua (2007) si tiene una aplicación en cuanto a la lealtad y satisfacción en los Youth Hostels.



En dicho modelo se asegura que la imagen de un Youth Hostel tiene gran influencia en las percepciones de los backpackers y en su lealtad, además de que facilita la decisión y ayuda a disminuir el riesgo al seleccionar a un proveedor. En el presente estudio, paradójicamente, las encuestas mostraron que la percepción de los backpackers en cuanto a la importancia de la marca de un hostel no es tan importante. Sin embargo, al conocer sus preferencias de hospedaje, destacaron tres aspectos fundamentales para ellos y que a su vez son las fortalezas de Hostelling International, como son la facilidad en reservaciones, la sociabilidad y los precios bajos.

Hostelling International, como principal proveedor mundial de alojamiento económico, es reconocido por su facilidad en reservaciones desde cualquier parte del mundo, las que se realizan vía Internet principalmente, ofreciendo la opción de varios idiomas, además de tener rapidez de acceso. Esto le da una ventaja competitiva sobre todos los hostales de una región que no cuenten con este tipo de facilidad, ya que según Weber y Roel, 1991, citado por Bernstein y Awe (1999) uno de cada cuatro usuarios de Internet está realizando una reservación de viajes.

Otra característica de un hostel afiliado, que se ha vuelto también en una ventaja competitiva, es el estimular el entendimiento mundial y buscar una cultura de paz. Logrando esto con la promoción de la amistad y el sentido comunitario de los huéspedes de todas las nacionalidades por medio de áreas comunes y las actividades recreativas, que permiten la convivencia en los hostales.



En el último punto se aborda la sociabilidad como parte de los aspectos que un servicio de hospedaje económico debe tener. Esta es vista por más de la mitad de los encuestados como un punto importante, lo que influye directamente en la decisión de los turistas y coincide con el estudio realizado por Maoz (2006). Dicho estudio asegura que la motivación principal de los backpackers para la realización de este estilo de viaje es acumular un capital cultural para la creación de una nueva identidad forjada por sus experiencias personales alrededor del mundo, en lugar de formarse de acuerdo a paradigmas de sociedad. Logrando esto por medio de la interacción y el intercambio de ideas con gente de todo el mundo.

Como lo aseguraron Hecht y Martin (2006) en su estudio sobre las preferencias de hospedaje del sector mochilero, este tipo de viajero es muy sensible al precio y es un aspecto que va a influenciar enormemente en la elección del hospedaje. La red de hospedaje económico enfocada en el presente estudio está muy conciente de este dato, ya que sus precios, aunque varían de país a país, se mantienen bajos. En México el precio oscila entre los cien y ciento cincuenta pesos por noche, obteniendo el precio más bajo los miembros de dicha red.

En cuanto a la experiencia en lugares de hospedaje económico que han tenido los visitantes de Cholula, inesperadamente se encontró que la mayor parte no han visitado un hostel, lo que se puede deber a varias razones. Una de ellas es que se encontró que varios extranjeros realizan un intercambio académico de larga duración, por lo que obviamente optan



por otro tipo de hospedaje. Por otra parte, muchos mencionaron que se hospedan con amistades u conocidos, mientras que otros afirmaron haberse hospedado en hoteles.

En referencia a lo anterior, se buscó medir el grado de satisfacción de aquellos que sí han visitado un hostel. De los datos generados se concluyó que los establecimientos de hospedaje de bajo costo no han satisfecho por completo las necesidades y expectativas de los turistas. Este dato que incita a una mejora general de estos establecimientos y lo que da también lugar a la aparición de nuevos lugares de hospedaje. En este caso, los nuevos establecimientos deben tener un conocimiento y entendimiento profundo del modelo ESCI ó cualquier otro que explique los factores que afectan la satisfacción de un cliente y que por lo tanto se convierte en lealtad a un proveedor.

En términos de mercadotecnia se encontró que este sector se encuentra muy apegado a la publicidad o recomendaciones que encuentran en los libros de viaje, seguida por la publicidad de la Web y posteriormente lo que llamamos publicidad word-of-mouth o publicidad boca-oído.

La red Hostelling International se basa en dichos métodos publicitarios, que al igual que su competencia busca ser la marca con más participación en los libros de viaje más conocidos como Lonely Planter y Let's Go Travel Guides, entre otros, además de ser la primera opción en aparecer en los buscadores de la Web.



Conclusiones y Recomendaciones

Según los resultados de la encuesta, el que un lugar de hospedaje sea típico del lugar donde se encuentra juega un rol también considerado importante. Esto coincide una vez más con las aseguraciones de Maoz (2006) sobre la característica de los backpackers por buscar el contacto con lo auténtico de la localidad.

En términos generales, se puede concluir que aún hace falta en México un conocimiento de la importancia que tiene el turismo mochilero sobre el impacto económico de un área, una ciudad ó en un país. Es notorio lo importante que es que existan lugares de hospedaje que se ajusten a sus preferencias y necesidades. Es por esto que los hoteleros en Cholula deben de percatarse de la gran oportunidad que tienen de ofrecer productos y servicios buscados por este sector ya que el destino mismo tiene todas las características buscadas por los viajeros de mochila.

Al ser jóvenes viajeros preocupados por el medio ambiente y la sana interacción y entendimiento entre las culturas, son un mercado que además de traer beneficios económicos puede traer beneficios culturales y sociales, que impulsen el desarrollo de nuestra sociedad.

A pesar de lo anterior, coincidiendo con el estudio de Fernández (2006), el gobierno federal, ó más directamente, la Secretaría de Turismo (SECTUR) no se ha preocupado por proporcionar al sector hotelero información valiosa que les indique las necesidades y requerimientos básicos del turismo mochilero. De la misma manera, el gobierno del Estado de Puebla tampoco ha sido un apoyo para este mercado, lo que ha ocasionado la falta de lugares



de hospedaje de bajo costo que cuenten con estándares y control necesarios, aspecto que probablemente podría ofrecer la marca Hostelling International.

Finalmente, se puede asegurar que el turismo de mochila se está volviendo cada vez más conocido y practicado, las tendencias de este sector se están volviendo patrones de consumo generalizados que exigen ser conocidos y valorados para poder ser satisfechos. Este sector turístico representa un mercado importante y ya tiene un interés en visitar Cholula lo que abre una puerta de oportunidades para hoteleros que deseen invertir en esta ciudad.

6.2 Recomendaciones

En base a la importancia que el turismo de backpacking demostró tener, el sector hotelero de la ciudad de Cholula debe de conocer los beneficios económicos y sociales de este mercado. Esto tendría como consecuencia un mayor interés en conocer al mercado mochilero, así como sus preferencias de hospedaje para poder gozar de sus beneficios tanto económicos como sociales y culturales.

De igual manera, se debe de impulsar el crecimiento de este tipo de turismo en todo el mundo, empezando por fomentarlo en nuestro propio país. Enfocarse en zonas que cuenten con las características que buscan los mochileros, que tienen gran potencial turístico, pero que tal vez no se han dado a conocer nacional o internacionalmente; zonas que cuenten con atractivos naturales que deseen proteger, pero al mismo tiempo buscan ser visitados, admirados y beneficiados por el turismo.



Se recomienda estudiar más a fondo la posibilidad de ofrecer un hostel que esté afiliado a la marca Hostelling International que demostró ser conocida por sus fortalezas en ámbitos internacionales y que le permite a México contribuir en su búsqueda por un mejor entendimiento entre las naciones y a la creación de una cultura ecológica.

Una vez afiliado un hostel, se deben de ofrecer programas de capacitación del personal, así como de la administración, para que el recurso humano entienda los estándares que deben de tener y la importancia de mantenerlos activos. En cuanto a Hostelling International, debe de mantener un sistema que permita una revisión constante de la calidad para que todos sus hostales cuenten con la calidad prometida y evitar a toda costa fallas en el servicio que afectan su prestigio internacional.

Se deben ajustar las estrategias publicitarias para atraer a cada vez más viajeros mochileros a la zona en cuestión, realizando una correcta segmentación de mercado y conociendo cuáles son los métodos más efectivos para darse a conocer tanto nacional como internacionalmente.

Se recomienda realizar un plan de promoción de un Youth Hostel con alcance global para analizar los costos del mismo, conocer los medios más efectivos de publicidad y conocer los pasos a seguir para su correcta aplicación. Además es importante innovar los servicios y los aspectos tangibles en los hostales para que de manera creativa puedan superar las



expectativas de los consumidores y mantenerse siempre al día de las nuevas tendencias y necesidades.

Es recomendable que el gobierno estatal apoye y contribuya a la mejora de servicios de transporte público, además de optimizar las vialidades, todo esto con el fin de atraer más volumen de turistas a Cholula y que los mismos puedan moverse con facilidad y eficiencia, siendo éste un beneficio también para los autóctonos.

Para concluir, en una sociedad globalizada como la nuestra, los viajeros de todas las nacionalidades buscan satisfacer sus necesidades de hospedaje con proveedores reconocidos por sus altos estándares de calidad y su capacidad de adaptarse a cada sociedad. Es importante reconocer que la tendencia actual es que los servicios sean cada vez más personalizados, que conozcan las preferencias y exigencias de los visitantes. Llevando esto a la Industria de la Hospitalidad a ser cambiante y camaleónica, lo cual debe ser visto como un reto para los prestadores de servicio e impulsarlos a aceptar y conocer nuevas formas de viaje.