

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En este capítulo se presentarán los resultados obtenidos en la investigación se hizo una representación graficas de las preguntas que obtuvieron más de 2 opciones.

#### **4.1 Análisis de las encuestas**

Los resultados de la presente investigación arrojaron que la mayoría de los encuestados en el Puerto de Veracruz tiene una edad de 18 a 34 años formando un 66 por ciento, el 27 por ciento tiene entre 35 y 49 años y sólo un 7 por ciento tiene más de 50 años.

Se encontró que un 51 por ciento de las personas entrevistadas es de género femenino. En lo referente al estado civil de los viajeros, un 46 por ciento son solteros y un 45 por ciento casados, como podemos ver la distancia entre estos valores no es significativa.

Con relación a la ciudad y estado de procedencia, la mayoría de ellos son del Distrito Federal formando un 29 por ciento, seguidos por los visitantes del mismo Estado de Veracruz con un 19 por ciento, del Estado de Morelos hubo 15 por ciento de turistas, en cuarto lugar se encontró un 7 por ciento de turistas provenientes del Estado de México. Procedentes del Estado de Puebla hubo un 6 por ciento, al mismo tiempo las encuestas arrojaron que un 5 por ciento de los encuestados eran de: Baja California, Yucatán, Oaxaca, San Luis Potosí, Chiapas, Guanajuato, Tabasco, Nuevo León y Michoacán entre otros.

Otra de las preguntas que corresponden al análisis de datos demográficos es la ocupación de los turistas donde se puede observar que la mayoría de los turistas son profesionistas siendo el 30 por ciento. Un 23 por ciento son empresarios, un 20 por ciento empleados y un 16 por ciento amas de casa. Un 11 por ciento de los turistas se clasificaron en otra ocupación no especificada, las cuales pueden ser muy diversas.

La segunda parte del cuestionario, se busca alcanzar los objetivos de la investigación.

La primera pregunta, tiene por objetivo saber si es la primera vez que el turista visita este destino, en la cual se obtuvo un 43 por ciento de los turistas que **no** habían visitado el Puerto de Veracruz.

Por otro lado la pregunta número dos nos revelo cuál fue el motivo principal por el cual el turista visita el Puerto de Veracruz. Este punto forma parte de uno de nuestros objetivos específico, por lo cual se representa gráficamente.



**Figura 4.1.1 MOTIVO DEL VIAJE**

Lo que se puede observar en la figura 4.2 es que como primer motivo formando un 38 por ciento, se encuentra los turistas que van por cuestiones de descanso o placer, en segundo lugar con un 21 por ciento se encuentran los turistas que viajan a este Puerto por motivos referentes a cultura y visitas a familiares o amigos, en tercer lugar se obtuvo un porcentaje de 19 por motivos de negocios o trabajo y solo 1 por ciento por cuestiones académicas.

La pregunta número 3 la cual tuvo como objetivo principal descubrir quien organiza el viaje. Demuestra que el organizador principal del viaje es el propio turista (38 por ciento). A un 42 por ciento, se los organizo la familia o empresa, por ultimo lugar con un 20 el organizador es la empresa (apéndice B, figura 1).

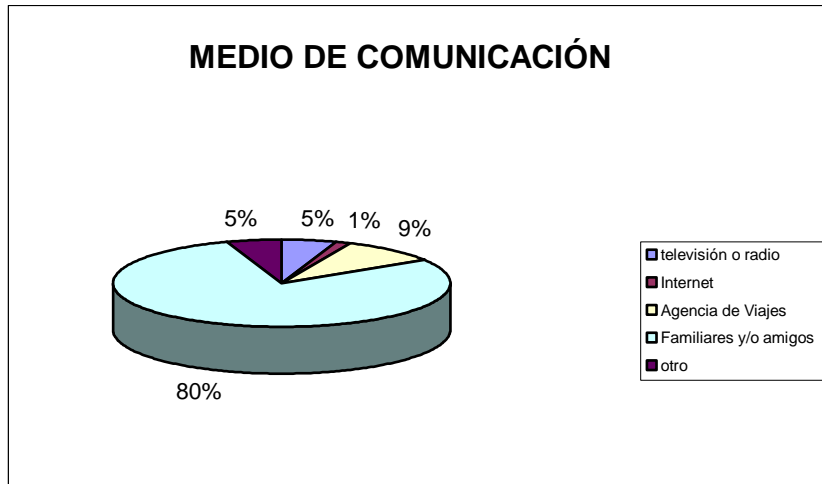
Posteriormente la pregunta número 4 describe el tiempo que se ocupó para la planificación del viaje obteniendo en primer lugar un 49 por ciento de turistas que planearon su viaje con tan solo una semana de anticipación, un 25 por ciento planeó su viaje un mes antes, un 20 por ciento de los turistas lo hizo con 3 meses de anticipación y un 6 por ciento de los viajeros tardó de 6 meses a un año para planearlo (apéndice B, figura 2).

Otro punto que se consideró importante fue saber quien acompaña al viajero, lo que revela que un 88 por ciento de los viajeros fueron acompañados por familiares o amigos, un 11 por ciento viajó con colegas y una minoría de 6 por ciento visita el Puerto de Veracruz sin compañía (apéndice B, figura 3).

El número de personas que formaron el grupo de viaje también fue considerado como una característica importante para esta investigación en la cual se concluyó que un 66 por ciento viaja en grupos de 2 a 5 personas, posteriormente hubo grupos de 6 a 10 personas (11 por ciento), un 5 por ciento viajó solo y un 18 por ciento viaja en grupos de 11 a 150 personas, véase el apéndice B (figura 4).

En lo referente al medio por el cual el turista se enteró del Puerto de Veracruz como destino turístico se encontró que un 80 por ciento fueron incentivados o informados por medio de familiares y/o amigos. Por agencias de viajes se enteraron un 9 por ciento de los turistas. Un 5 por ciento se enteró a

través de la televisión y radio. Solo 2 por ciento se entera por medio del Internet y un 5 por ciento sabe sobre este destino a través de otros medios no especificados. (Figura 4.1.2)



**Figura 4.1.2 MEDIO DE COMUNICACIÓN**

Otro punto importante dentro de esta investigación se muestra en el apéndice B, (figura 5) cuyo objetivo es darnos a conocer qué medio de transporte utilizó el turista para trasladarse al Puerto de Veracruz. Un 87 por ciento se trasladaron en autobús, 11 por ciento lo hicieron por medio de avión y un 2 por ciento en automóvil particular.

La pregunta número 9 de las encuestas consistía en investigar si el viajero había contratado algún recorrido turístico o no, la cual revelo que un 43 por ciento si había contratado el servicio de recorridos turísticos.

Otra característica a investigar fue el tipo de establecimiento en el que se hospedo el huésped donde la mayoría (57 por ciento) se hospeda con familiares y/o amigos, un 35 por ciento en departamento o casa propia. Solo un 8 por ciento se hospedo en Hotel y un 1 por ciento en bungalows (apéndice B, figura 6).

Consecuentemente se investigo cuántas noches permaneció el turista en el Puerto de Veracruz en el apéndice B, figura 7 se muestra que un 75 por ciento suele permanecer de 1 a 3 noches en el Puerto de Veracruz. Un 17 por ciento de 4 a 7 noches. Un 4 por ciento van solo durante el día y no se quedan a dormir, de 15 a 27 noches hay un 3 por ciento de turistas que permanecen ese tiempo en el Puerto de Veracruz y solo 1 por ciento dura de 8 a 14 noches.

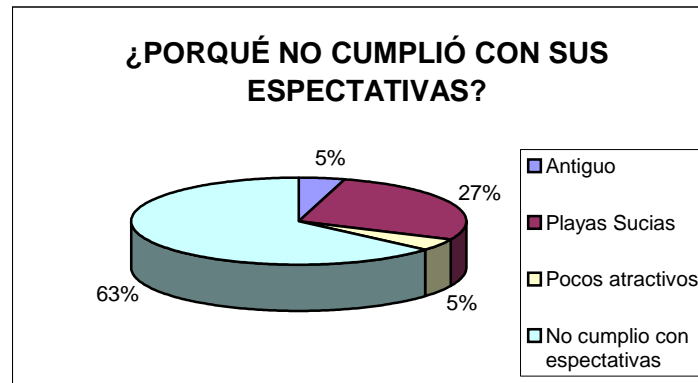
Otro de los tópicos a analizar es la frecuencia con la que el turista que viaja al Puerto de Veracruz. La investigación revela que un 26 por ciento acostumbra a viajar cada 6 meses, un 21 por ciento cada 2 años, un 17 por ciento cada mes, otro 17 por ciento lo hacen cada año. Un 6 por ciento cada 2

años y un 13 por ciento no específico con que frecuencia viajan (apéndice B, figura 8).

Con respecto al gasto promedio que tiene los turistas cuando visitan el puerto de Veracruz se encontró que un 26 por ciento gasta de 400 a 850 pesos diarios, un 21 por ciento tiene un gasto diario de 1000 a 2000 pesos diarios, un 17 por ciento gasta de 150 a 135 pesos al día, otro 17 por ciento gasta de 3000 a 6000, con un gasto de 7000 a 12000 pesos diarios hay un 13 por ciento y un 6 por ciento gasta 100 o menos pesos diarios (apéndice B, figura 9).

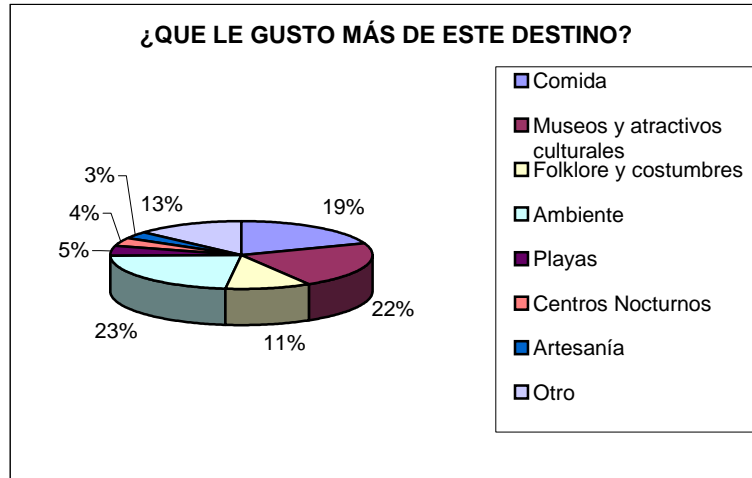
Otra de las preguntas que cumple con los objetivos fue el saber si el puerto de Veracruz cumple con las expectativas de los turistas, y con respecto a esto se obtuvo que un 85 por ciento si esta satisfecho con lo que esperaba y sólo un 15 por ciento no cumple sus expectativas. Del 15 por ciento que respondió que Veracruz no cumplió con sus expectativas, un 27 por ciento tiene como motivo para no estar satisfecho, la suciedad de las playas, un 5 por ciento piensa que el Puerto de Veracruz es antiguo, otro 5 por ciento revelo que hacen falta más atractivos y un 63 por ciento no específico las razones (figura 4.1.3).





**Figura 4.1.3 FALTA DE SATISFACCIÓN**

Consecuentemente se preguntó si al turista le gustaría regresar al destino o no, obteniendo como resultado que un 93 por ciento si regresaría y solo un 7 por ciento no. De los factores que al turista le gustan más se encontró un 23 por ciento que prefiere el Puerto de Veracruz debido al ambiente, un 22 por ciento prefiere los museos y atractivos culturales, la gastronomía, también jugó un papel muy importante en los gustos del turista, con un 19 por ciento. El porcentaje de personas a las que le gusta más los centros nocturnos, playas y artesanías fue muy parecido (11 por ciento) Véase la figura 4.1.4.

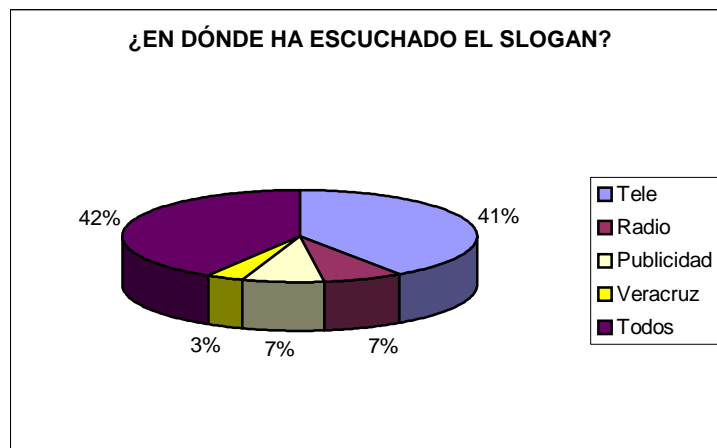


**Figura 4.1.4 GUSTOS DEL TURISTA**

En lo referente al ingreso mensual de los turistas se obtuvo un porcentaje de 30 con ganancias de 3000 a 8000 pesos al mes, un 21 por ciento tienen un ingreso de 8000 a 14 000 pesos. Con un ingreso de 30 000 a 40 000 se encontró un porcentaje de turistas del 16, un 13 por ciento gana de 30 000 a 50 000 pesos al mes, un 8 por ciento tiene un ingreso de 3000 o menos y solo un 12 por ciento no especifica el ingreso el cual puede ser una cantidad muy diversa (apéndice B, figura 10).

Con respecto a la promoción que se maneja en el Puerto de Veracruz por medio de la secretaría de Turismo se está dando a conocer el Slogan “Solo Veracruz es Bello” por lo cual dentro de nuestra investigación se cuestiona si los turistas conocen esta promoción. Se obtuvo que un 73 por ciento **sí** conoce el

Slogan lo cual es una cantidad representativa. A estas personas también se les pregunto sobre el lugar donde escucharon dicha promoción, dando como respuestas diversas opciones como tele, radio, espectaculares y el mismo Puerto. La figura 4.1.5 representa que un 42 por ciento escucho el slogan por parte de todos los medios mencionados anteriormente, un 41 por ciento solo lo escucho por medio de la tele, sumando un 17 por ciento se encontraron el radio y los espectaculares y por ultimo un 3 por ciento escucho el slogan en el mismo Puerto de Veracruz.



**Figura 4.1.5 SLOGAN “SOLO VERACRUZ ES BELLO”**

Otro punto importante en la investigación es investigar si en realidad el turista conoce que tipo de promoción realiza el gobierno del Estado de Veracruz. Como resultado se obtuvo que un 61 por ciento no conoce la promoción y un 49 si la conoce, de este 49 por ciento que conoce la promoción un 96 por ciento

respondió que conocen el slogan “solo Veracruz es bello” y la canción de el interprete Byron “ven a ver” y sumando un cuatro por ciento los turistas mencionaron que la promoción se aplica a las playas y en el internet pero no supieron especificar de que forma.

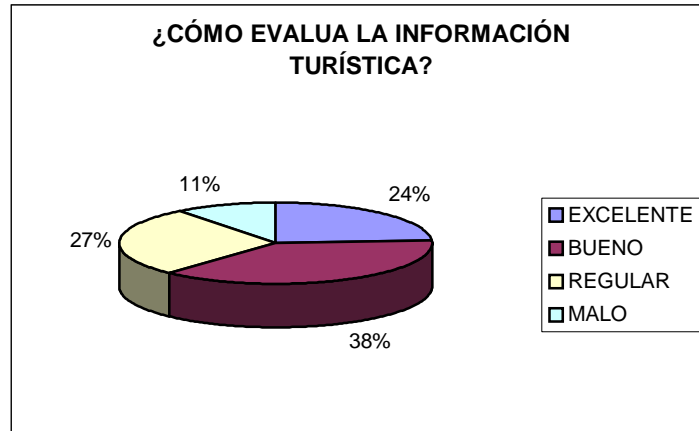
En cuanto a la evaluación de cada uno de los servicios que se ofrecen en el Puerto de Veracruz se considero importante investigar como es calificado el servicio de hospedaje, en el cual se obtuvo un 48 por ciento que lo califico como bueno, un 31 por ciento opinó que es excelente, un 18 por ciento lo considero regular y solo un 3 por ciento menciona que el servicio en hospedaje fue malo (apéndice B, figura 11).

En el apéndice B, Figura 12 se muestra como fue calificado el servicio de alimentos dando un porcentaje de 47 que expresaron que el servicio es bueno, un 31 por ciento lo califico excelente, un 17 por ciento regular y un 5 por ciento malo.

Ocupando un porcentaje alto (38 por ciento) los turistas opinaron que los servicios de diversión que ofrece el Puerto de Veracruz son buenos, un 35 por ciento los califico como excelentes, un 21 por ciento regular y solo un 6 por ciento dijo que eran malos.

La hospitalidad de la gente que reside en el puerto de Veracruz juega un papel muy importante dentro de la decisión de los turistas para visitar dicho destino ya que como se menciono anteriormente en los gustos preferentes del turista se encuentra el ambiente, por lo cual se pidió al turista que evaluara la hospitalidad y se encontró que un 42 por ciento la considera excelente, un 36 por ciento opina que es buena, un 17 por ciento regular y un 5 por ciento la califico mala (apéndice B, figura 13).

La información turística es un punto muy importante a analizar dentro de esta investigación ya que de esto depende que el turista conozca realmente todo lo que se ofrece dentro del Puerto de Veracruz y al mismo tiempo podrá sacar mayor provecho a su viaje. Los turistas Evaluaron los servicios de información turística. La investigación revela que un 38 por ciento la consideran buena, un 24 por ciento excelente, un 27 opino que la información para los turistas fue regular, y un 11 por ciento la considero mala (figura 4.1.6).



**Figura 4.1.6** INFORMACIÓN TURÍSTICA

La secretaría de turismo menciona que a pesar de que las playas no son muy bonitas, Veracruz no deja de ser un destino de playa y que hay gente que sigue acudiendo a este destino por este motivo, por lo cual se considero importante investigar cómo son evaluadas las playas en lo cual se obtuvo que un 37 por ciento la clasifico como regular, un 35 por ciento opinó que están bien, un 11 por ciento las consideró excelentes y un 17 por ciento opina que las playas están mal.

Otra característica importante fue la calificación que le otorgan los viajeros a los atractivos turísticos ya que estos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación (Lundberg,

1986). Se encontró un 51 por ciento que los califica como buenos, un 29 por ciento regulares, un 19 por ciento dijo que son excelentes y solo un 1 por ciento menciona que eran malos.

La seguridad que ofrece el Puerto de Veracruz juega un papel de suma importancia ya que para que el turista se sienta libre de disfrutar de todos los atractivos que ofrece el destino necesita sentir que está seguro y que el riesgo que experimenta al salir es mínimo, por lo cual se investigó la calificación que le otorga el turismo a los servicios de seguridad, donde se obtuvo un 48 por ciento que opinan que es buena, un 25 por ciento lo evalúan como excelente, un 20 por ciento dijo que este servicio era regular y solo un 7 por ciento opinó que la seguridad es mala.

El puerto de Veracruz cuenta con diferentes servicios públicos como el de taxis, camiones, correo, entre otros por lo cual se investigó si el turista los considera excelentes, buenos, regulares o malos. En donde se encontró que un 54 por ciento los considera buenos, un 23 por ciento los calificó como regulares, para un 19 por ciento son excelentes y solo un 4 por ciento dijo que los servicios públicos son malos.

Con respecto a los precios los turistas fueron críticos con ellos y se encontró que un 36 por ciento los considera buenos, un 29 por ciento los evaluó como regulares, un 10 por ciento dijo que los precios son excelentes y un 5 por ciento los encontró malos.

#### **4.2 Análisis de entrevistas**

En el mes de abril al realizarse la entrevista con la Licenciada Bárbara Hebrard de Navarro Directora de Turismo y Relaciones Públicas del Puerto de Veracruz comentó que la promoción se estaba realizando a nivel estado, dirigiéndose a todos los tipos de mercado sin preferencia alguna. Sin embargo, en el mes de agosto se hizo otra entrevista en la cual comentó que por el momento la promoción se enfoca en especial al turismo de negocios.

Debido a que las encuestas se realizaron antes del cambio de la promoción se decidió realizar entrevistas en los Hoteles del Puerto de Veracruz, para investigar que porcentaje se obtiene de turismo de negocios o placer tanto en temporada alta como baja.



En el Hotel Emporio se entrevistó al Ingeniero Miguel Medieta Rodríguez Gerente de división cuartos, revelando que en la actualidad su Hotel tiene un 93 por ciento de turistas de negocios tanto en temporada alta como baja.

Como segunda opción se entrevisto a la Doctora Gabriela Bringas, Gerente de división cuartos del Hotel Howard Jonson la cual comunico que en temporada baja obtienen aproximadamente un 50 por ciento de turistas de negocios y en temporada alta el porcentaje reduce a 40 en este tipo de turistas.

En el Hotel Novo Mar el Licenciado Javier Palacios Morales informó que el Hotel en temporada baja, de los turistas que tienen, un 60 por ciento es de negocios y en temporada alta este porcentaje reduce a un 30.

La Gerente General Cecilia Freda del Hotel Concha dorada de los Portales del Puerto de Veracruz comunicó que en temporada baja el Hotel obtiene solo un 10 por ciento de turistas de negocios y en temporada alta (100 por ciento) todos sus turistas son de placer.

Posteriormente se visitó el Hotel Mar y Tierra donde el Gerente General José Manuel Padávila López reveló que tanto en temporada alta como en temporada baja el Hotel tiene un 50 por ciento de turismo que van por cuestiones de negocios.

El Gerente de división cuartos Fabián Bravo Camacho del Hotel Ruiz Milán informó que en temporada baja el Hotel cuenta con un 80 por ciento de turismo de negocios y un 20 por ciento de turismo de placer y en temporada alta solo un 15 por ciento son de turistas de negocios y un 85 por ciento por placer.