



CAPÍTULO IV

Análisis de Resultados

Es preciso mencionar que el objetivo general de esta tesis es determinar los motivos principales y el perfil de consumo de servicios turísticos, de los turistas que visitaron la ciudad de Puebla durante el verano 2008. De la misma manera se consideraron los objetivos específicos y se procedió a obtener los resultados necesarios para sustentar esta investigación.

A continuación se presenta el análisis de los datos recopilados a través del llenado de los cuestionarios utilizados. En la primera parte se muestran los resultados generales conforme fueron organizadas las preguntas dentro del cuestionario previamente elaborado y aplicado a los individuos que integraron la muestra poblacional del estudio. En la segunda parte se presentan los resultados según la variable “origen del visitante” con el objetivo de comparar el perfil de consumo y las motivaciones de los turistas por separado, es decir, tanto nacionales como extranjeros. A continuación se muestran los datos analizados según las variables “género” y “motivos” principales de la visita; esto, con la intención de detectar su relación o vinculación con otras variables. Junto con los resultados de los análisis se incluyen figuras y tablas con la finalidad de hacer más comprensibles al lector los resultados obtenidos.



4.1 Análisis de resultados obtenidos del cuestionario aplicado a turistas nacionales y extranjeros

4.1.1 Datos demográficos

De los cuestionarios aplicados a 178 turistas en la ciudad de Puebla se obtuvo, como primer resultado, que el 71% de los entrevistados eran de procedencia nacional y el 29% restante de procedencia internacional, como se muestra en la figura 4.1

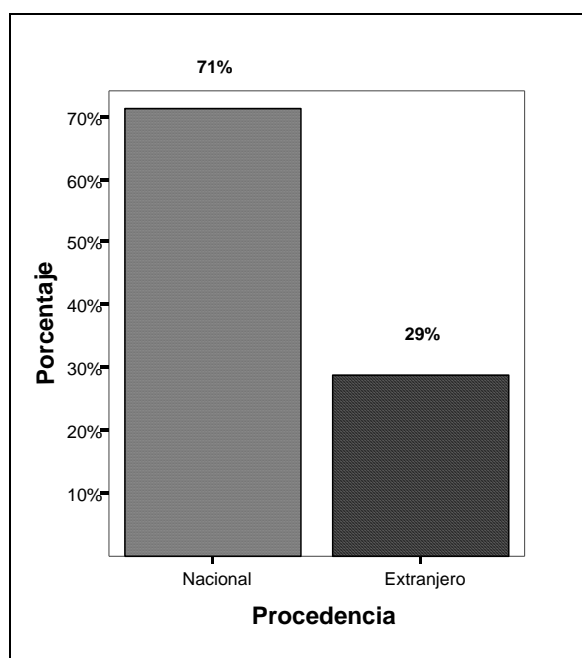


Figura 4.1 Porcentaje de turismo nacional y extranjero

Fuente: Elaboración propia

De dichos turistas encuestados durante el verano 2008, se encontró que los nacionales procedían de lugares como Interior del Estado (11.2%), Distrito Federal (10.1%), Jalisco (2.7%), Veracruz (7.3%) y Oaxaca (5.1%). Y los extranjeros de Estados Unidos (10.1%), España (5.1%) y Canadá (3.9%). Se presenta una información más detallada en la tabla 4.1.



Tabla 4.1 Lugar de procedencia de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nacionales	Aguascalientes	2	1.1%	1.1%
	Baja California Sur	1	0.6%	1.7%
	Chiapas	3	1.7%	3.4%
	Chihuahua	1	0.6%	3.9%
	Coahuila	1	0.6%	4.5%
	Colima	3	1.7%	6.2%
	Distrito Federal	18	10.1%	16.3%
	Durango	1	0.6%	16.9%
	Estado de México	5	2.8%	19.7%
	Guerrero	4	2.2%	21.9%
	Hidalgo	6	3.4%	25.3%
	Interior del Estado	20	11.2%	36.5%
	Jalisco	12	6.7%	43.3%
	Michoacán	2	1.1%	44.4%
	Monterrey	4	2.2%	46.6%
	Morelos	3	1.7%	48.3%
	Nayarit	1	0.6%	48.9%
	Oaxaca	9	5.1%	53.9%
	Querétaro	3	1.7%	55.6%
	Quintana Roo	1	0.6%	56.2%
	San Luis Potosí	1	0.6%	56.7%
	Sinaloa	1	0.6%	57.3%
	Sonora	2	1.1%	58.4%
	Tabasco	1	0.6%	59.0%
Tamaulipas	3	1.7%	60.7%	
Tlaxcala	3	1.7%	62.4%	
Veracruz	13	7.3%	69.7%	
Yucatán	1	0.6%	70.2%	
Zacatecas	2	1.1%	71.3%	
Extranjeros	Alemania	3	1.7%	73.0%
	Argentina	1	0.6%	73.6%
	Canadá	7	3.9%	77.5%
	China	3	1.7%	79.2%
	Cuba	1	0.6%	79.8%
	España	9	5.1%	84.8%
	Estados Unidos	18	10.1%	94.9%
	Francia	5	2.8%	97.8%
	Italia	4	2.2%	100.0%
	Total	178	100%	

Fuente: Elaboración propia



4.1.1.1 Edad y género de los turistas

Respecto a la edad de los visitantes durante esta temporada, estos mostraron en mayor porcentaje tener de 35 a 44 años, seguidos por los que tenían entre 45 a 54 años. Se obtuvo un promedio de la edad de los turistas de 36.3 años, con 11.5 años de desviación en torno a la media, mientras que el valor que mas veces se repitió fue 23 y 25 años, siendo 36 años de edad el valor de la mediana en la población encuestada, asimismo, 17 años fue la edad del turista mas joven y 61 años la del turista de mayor edad.

En cuanto al sexo de los visitantes entrevistados se notó una ligera minoría de las personas del sexo masculino (47.2%) mientras que las personas del sexo femenino mostraron un 52.8%. En la tabla 4.1.1 se puede visualizar de manera más amplia los resultados obtenidos. Es curioso notar que las proporciones de la muestra analizada reflejan las verdaderas proporciones de la población mexicana, aún cuando se incluyen turistas extranjeros en este estudio.

Tabla 4.1.1 Edad y sexo

Edad	Frecuencia	Porcentaje		Resultados
Menores de 25 años	39	21.9%	Media	36.3
De 25 a 34 años	43	24.2%	Mediana	36
De 35 a 44 años	46	25.8%	Moda	23*
De 45 a 54 años	44	24.7%	Desviación	11.5
De 55 a 64 años	6	3.4%	Mínimo	17
Total	178	100%	Máximo	61
Sexo				
Femenino	94	52.8%		
Masculino	84	47.2%		
Total	178	100%		

Fuente: Elaboración propia



4.1.2 Número de días en la ciudad y número de viajeros

Al hablar del número de días que los viajeros permanecieron en la ciudad de Puebla se tiene que en promedio estuvieron 3.73 días, con una desviación respecto a la media de 2.5 días, mientras que el valor más veces mencionado fue de 2 días, y el valor de la mediana fue de 3 días, es decir aproximadamente la mitad de los turistas encuestados pasaron de 3 a más días en la ciudad. Adicionalmente se obtuvo que como mínimo las personas permanecieron 1 día en la ciudad y máximo 15 días.

En algunos casos el viajero afirmó estar visitando la ciudad en compañía de más gente, en promedio grupos de 4 personas, sin embargo, en la mayoría de los casos se registró que los grupos estaban formados por solo 2 integrantes. También se encontró que el grupo de visitantes más grande fue de 16 personas.

4.1.3 Motivo de la visita

Como se mencionó antes, es importante conocer los principales motivos que impulsaron la visita del turista a la ciudad. Para poder determinar esto, se dio a los encuestados una lista de los diferentes motivos que podrían llegar a tener y se les pidió que de esta lista enumeraran por orden de importancia los 9 motivos presentados, marcando con 9 el motivo más importante y con 1 el menos importante.

Como se muestra en la figura 4.2, el motivo más importante para visitar la ciudad de Puebla son el descanso o placer con un 30.9% y una mediana de 8, lo que significa que la



mitad de los turistas le asignaron valores por debajo de 8 y la otra mitad valores altos, entre 8 y 9. Este motivo es seguido por visita a familiares (19.7% con una mediana de 5) y por motivos de cultura (12.4% con una mediana de 6). Cabe señalar que el motivo de descanso /placer también obtuvo una calificación alta en cuanto a las personas que lo consideraron como el segundo motivo más importante (19.7%).

El tercer motivo más importante, mencionado por los viajeros fue cultura (19.7%), finalmente el motivo de compras se ubicó en el cuarto motivo más importante con un 30.9% y una mediana de 6.

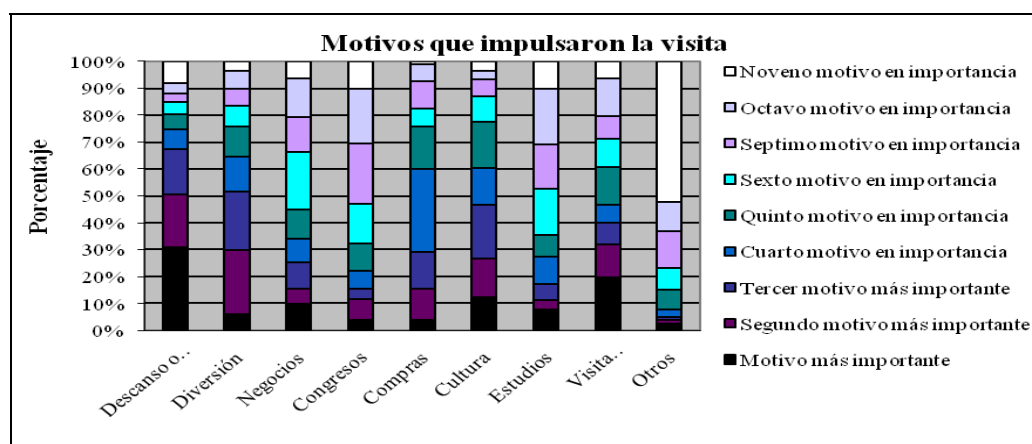


Figura 4.2 Motivos que impulsaron la visita
Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Factores adicionales para decidir la visita

Además de los motivos principales que impulsan al turista, a éste se le preguntó cuales eran los factores adicionales que lo llevaban a reafirmar su decisión en cuanto a venir a la ciudad. De la misma forma que en el caso de los motivos, se le entregó una lista de 10 factores



adicionales indicándole que los enumerara por orden de importancia, asignándole 10 al factor más importante y 1 al menos importante.

Como lo muestra la figura 4.3, el factor recomendaciones fue el primero más importante ya que obtuvo el 23% de las respuestas y una mediana de 7, seguido de visita a familiares con 17.4% con mediana fue de 5. El tercer factor más importante fue el conocimiento previo de este destino al tener una frecuencia de respuesta del 14% y una mediana de 6, seguido por recomendaciones y disponibilidad de tiempo, ambos con 13.5%. En cuarto lugar de importancia se ubicó el factor disponibilidad de tiempo logrando un 19.1% y una mediana de 6, seguido por cercanía del lugar (15.2%) y precios (14.2%) respectivamente.

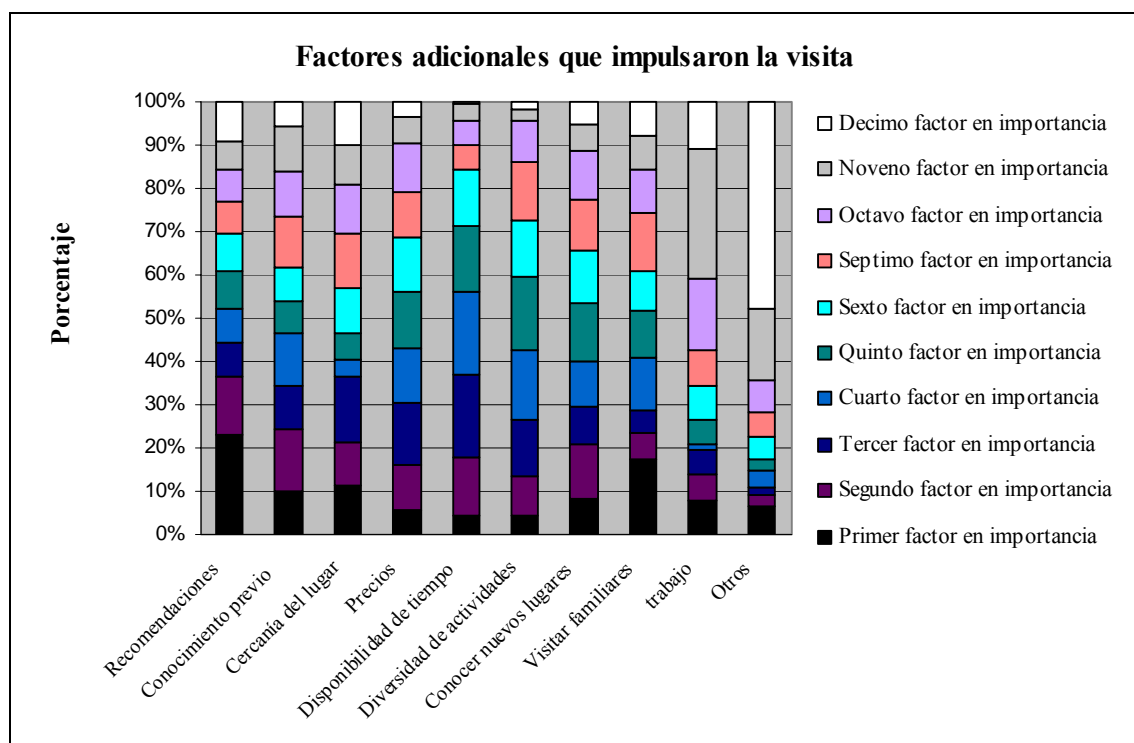


Figura 4.3 Factores adicionales que impulsaron la visita

Fuente: Elaboración propia



4.1.5 Fuentes de información empleadas

En su mayoría, tanto los turistas extranjeros como los nacionales, manifestaron haber obtenido información acerca de la ciudad de Puebla mediante recomendaciones de amistades (25.8%). Con grados de importancia menor se detectaron la publicidad vista en el lugar de origen (19.5%), anuncios en internet (19.1%) y finalmente mediante información recibida en agencias de viaje (18.1%) y por otros (17.6 %).

4.1.6 Medio de transporte utilizado para llegar a la ciudad de Puebla

Así como se muestra en la figura 4.4, en cuanto al medio de transporte ocupado por los visitantes para llegar a la ciudad, se encontró que la mayoría usaron el autobús (55%), el 34% manifestó haber llegado en automóvil propio o rentado y solo el 11% dijo haber llegado en avión.

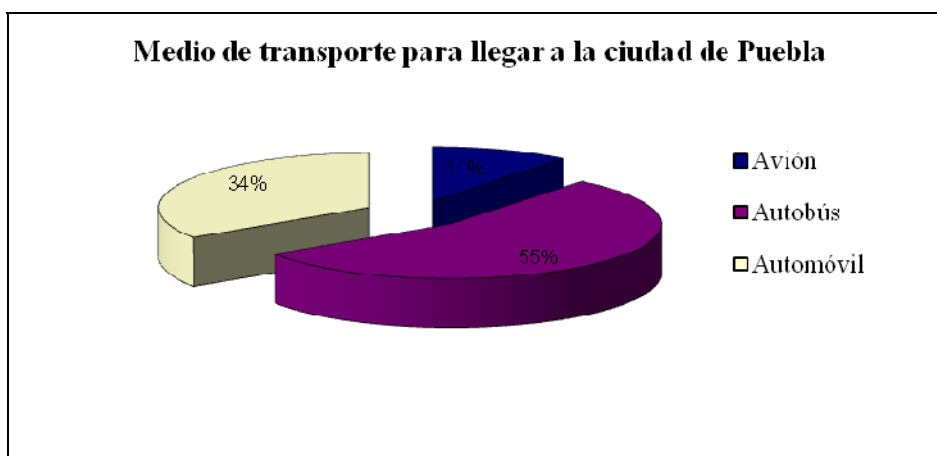


Figura 4.4 Medios de transporte utilizados para llegar a la ciudad
Fuente: Elaboración propia



4.1.7 Reservasiones

En cuanto a las reservasiones, se preguntó a los turistas si reservaron previamente alguno de los servicios de los que hicieron uso durante su estancia, como alojamiento, alimentos y bebidas, medio de transporte, entre otros. En caso de que sí lo hubieran hecho se investigó la manera de reservar, la anticipación de dichas reservasiones, así como la forma de pago. Se encontró que de los 178 turistas encuestados el 62.4% efectuaron algún tipo de reservación y el resto (37.6%) no lo hizo.

Se observó que los que si reservaron solo lo hicieron con una semana de anticipación (23.6%) o dos semanas (12.9%). La forma mas popular de hacer la reservación de sus servicios fue directamente con el hotel o través de una agencia, ambos con 30.3% seguido de internet con 16.9%. El pago se efectuó através de tarjeta de crédito (28.1%) y con efectivo (26.4%). Para consultar la información de manera mas detallada vaya a la tabla 4.1.7

Tabla 4.1.7 Detalles de las reservasiones

Anticipación en reservasiones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No hice reservasiones	67	37.6%	37.6%
1 semana antes	42	23.6%	61.2%
2 semanas antes	23	12.9%	74.2%
3 semanas antes	19	10.7%	84.8%
1 mes antes	19	10.7%	95.5%
mas de un mes antes	8	4.5%	100.0%
Total	178	100%	

Forma de la reservación	Frecuencia	Porcentaje por variable	Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje por variable
Directo	54	30.3%	Efectivo	47	26.4%
Agencia	54	30.3%	Crédito	50	28.1%
Excursión/ Contrato	23	12.9%	Débito	22	12.4%
Internet	30	16.9%	Cheque	10	5.6%



Fuente: Elaboración propia

4.1.8 Tipo de alojamiento

Durante el verano 2008 algunos de los turistas optaron por hacer uso de establecimientos de servicios de hospedaje. Es importante recordar que en la ciudad de Puebla se ofrecen distintos tipos de servicios de alojamiento como son los hoteles, hoteles boutique, mesones, hostales, pensiones, casa de huéspedes, etc. En este punto, el turista mencionó el tipo de servicio del que estaba haciendo uso y el que obtuvo mayor demanda resultó ser el hotel convencional seguido por el hotel boutique. Los establecimientos menos demandados fueron el mesón, el hostel, la casa de huéspedes y la pensión. Sin embargo, si se observa la figura 4.5 se puede notar que hubo cierta cantidad de turistas que no hicieron uso de los servicios de alojamiento ya que se hospedaron en casa de familiares y en menor proporción en casa propia o rentada.

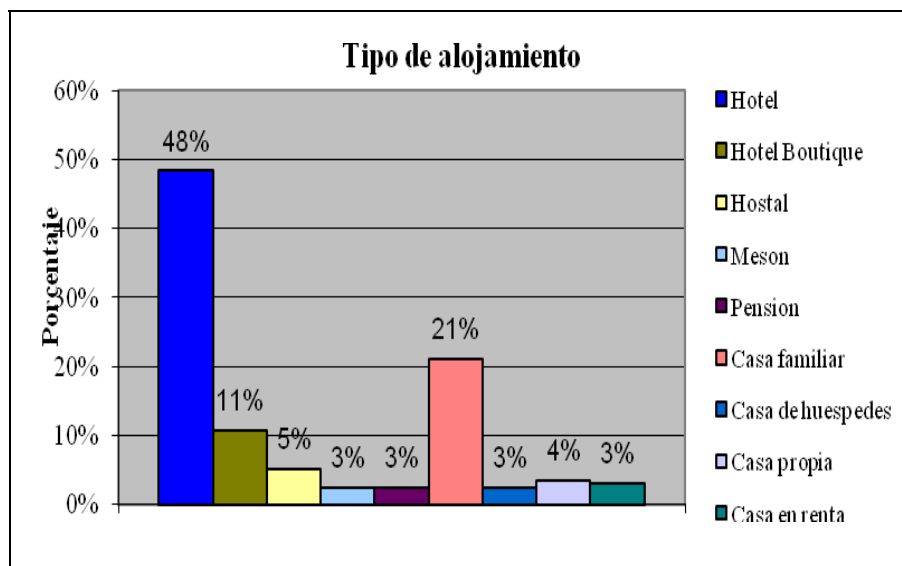


Figura 4.5 Tipo de alojamiento

Fuente: Elaboración propia



De las personas que prefirieron alojarse en hoteles se observó que el 28.3% optaron por un hotel de cinco estrellas, el mayor porcentaje se ubica en los hoteles de cuatro estrellas con un 33.3%, en la categoría de tres estrellas se obtuvo un 30.3% y el resto (8.1%) se ubico dentro de la categoría de dos y una estrellas, además de los que al responder no supieron la clasificación del tipo de hospedaje usado.

4.1.8 Servicios de restauración

Los restaurantes son establecimientos que brindan al público un servicio de alimentos y bebidas a cambio de un precio. Los viajeros gastan una alta proporción de su presupuesto en alimentos eligiendo entre distintos tipos de servicios como pueden ser: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, bares, restaurantes especializados, restaurantes en hoteles y moteles, restaurantes familiares, restaurantes de servicio completo y servicio de alimentos en medios de transporte, entre otros.

Sobre este aspecto, se le pidió al turista que señalara los servicios de restauración de los que estaba haciendo uso o que había usado durante su estancia. Después de este análisis, tal como lo muestra la figura 4.6 se sabe que durante el verano 2008, los turistas eligieron como primera opción los restaurantes étnicos (15%), seguidos de restaurantes de tipo familiar y restaurantes que ofrecen “menú del día” (*Table d’Hôte*) ambos con el mismo porcentaje (14%). También mostraron cierta preferencia (13%) por los restaurantes de especialidades y por los bares y tabernas.

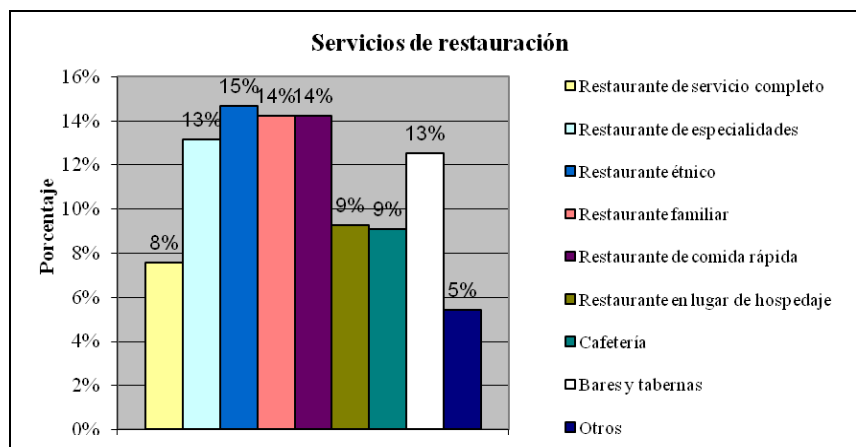


Figura 4.6 Servicios de restauración preferidos
Fuente: Elaboración propia

4.1.9 Medio de transporte usado en la ciudad

En la figura 4.7 puede constatarse que la forma más frecuente para desplazarse en la ciudad de Puebla es el caminar, es decir, que los visitantes disfrutaban más de la ciudad caminando, ya que pueden observar detenidamente sus edificaciones y arquitectura urbana. Para recorrer distancias más largas, el visitante optó por usar taxi, sin embargo una buena proporción ocupó automóvil propio.

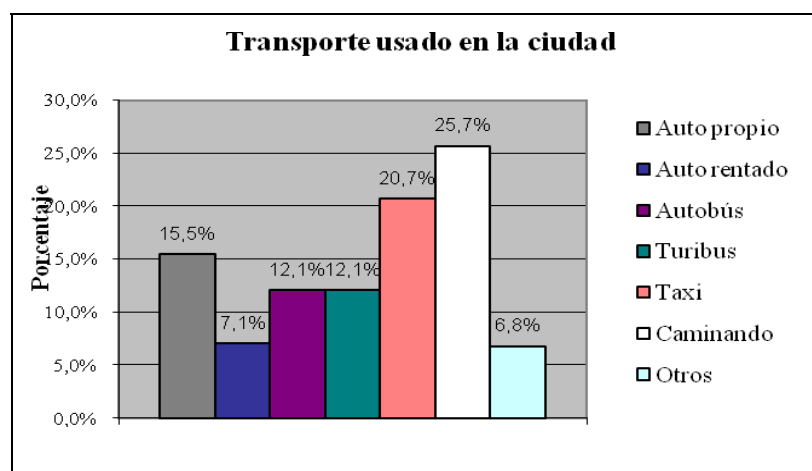


Figura 4.7 Transporte más usado en la ciudad
Fuente: Elaboración propia



4.1.10 Atractivos turísticos

A los turistas encuestados se les dio una lista de los principales atractivos turísticos de la ciudad de Puebla y se les pidió que indicaran para cada uno de los atractivos enlistados el grado de interés por conocerlos dentro de una escala de 5 opciones de respuesta que van desde la opción “muy interesado” hasta la opción “nada interesado”.

El lugar por el que se mostró mayor interés fue la catedral ya que obtuvo una calificación media de 4.56, es decir, que los turistas, en promedio, la consideraron como un atractivo altamente interesante, con una ligera desviación con respecto a la media de .766. La mediana y la moda fueron de 5, con esto se puede afirmar que por lo menos el 50% de los entrevistados consideraron a la catedral de Puebla como un atractivo de gran interés turístico.

En seguida se ubicó el zócalo o plaza de armas, con una media de 4.48 y una desviación con respecto a dicha media de .878, la mediana y la moda también fueron de 5, por lo tanto se puede afirmar que mas de la mitad de los turistas demostraron un alto interés por conocer el zócalo de la ciudad.

Los fuertes de Loreto y Guadalupe presentaron una media de 4.04, con una desviación estándar de .9 con respecto a la media, es decir los valores se desvían en promedio .9 unidades de la escala. La mediana y la moda fueron de 4, se puede decir que las puntuaciones tienden a ubicarse de valores medios a elevados.

Algunos de los atractivos turísticos por los que también mostró un alto grado de interés el visitante, son: la biblioteca Palafoxiana, el museo Amparo, el mercado de artesanías El Parían, el palacio municipal, la iglesia de Santo Domingo y la casa de los hermanos Serdán, las medias respectivas fueron 3.94, 3.83, 3.78, 3.75, 3.75, 3.70 respectivamente. Los sitios que obtuvieron menor puntuación, en cuanto al interés del turista



fueron: la Casa del Dean, el Parque Loro, el museo Vida Animal y el museo Imagina. Para consultar los resultados detalladamente puede verse la tabla 4.1.11

Tabla 4.1.8 Grado de interés en los atractivos turísticos

	Media	Mediana	Moda	Desviación
Catedral	4.56	5	5	0.77
Iglesia de Sto. Domingo	3.75	4	5	1.26
Iglesia de Sn Francisco	3.28	3	3	1.11
Iglesia de los Remedios	3.23	3	3	1.20
Iglesia de las Maravillas	3.56	4	5	1.24
Iglesia de la Compañía	3.15	3	3	1.18
Iglesia de la Concordia	2.93	3	3	1.17
Ex convento de Sta. Rosa	3.15	3	3	1.19
Ex convento de Sta. Mónica	3.15	3	3	1.18
Casa del Alfeñique	3.54	4	4	1.12
Casa de los muñecos	3.44	4	4	1.09
Casa de los hermanos Serdán	3.70	4	4	1.16
Casa del Deán	3.07	3	3	1.16
Galería José Luis Bello y Z.	3.10	3	3	1.18
Museo Bello y Gonzáles	3.19	3	3	1.19
Museo Amparo	3.83	4	4	1.10
Museo del ferrocarril	3.17	3	3	1.16
Museo regional de Puebla	3.26	3	3	1.20
Museo de arte virreinal	3.63	4	4	1.15
Casa de la China Poblana	3.55	4	4	1.10
Calle de Sta. Clara	3.35	3	3	1.12
Palacio Municipal	3.75	4	4	1.15
Casa de la cultura	3.72	4	3	1.06
Biblioteca Palafoxiana	3.94	4	5	1.13
Teatro principal	3.56	4	4	1.06
Centro cultural poblano	3.15	3	3	1.14
Fuertes de Loreto y Guadalupe	4.04	4	4	0.95
Zócalo y portales	4.48	5	5	0.88
Barrio de Analco	3.40	3	3	1.08
Barrio del artista	3.61	4	4	1.05
Plazuela de los Sapos	3.53	4	4	1.12
Mercado del Parian	3.78	4	4	1.13
Centro de convenciones	3.46	3	3	1.11
Zoológico Africam Safari	3.56	4	4	1.25
Parque loro	2.96	3	3	1.21
Museo vida animal	2.84	3	3	1.16
Museo Imagina	2.90	3	3	1.28

Fuente: Elaboración propia



4.1.11 Gasto por servicio

El presupuesto que el visitante asigna como gasto a cada servicio turístico se consideró importante en esta investigación, para poder determinar la cantidad que gasta diariamente en promedio por los servicios utilizados. En cuanto al gasto por hospedaje, (ver figura 4.8), el 19.1% de los visitantes respondió no haber ocupado este servicio. Una mayor proporción (23%) pagaron menos de \$500, casi la tercera parte (29.8%) gastaron entre \$500 y \$1000, el 14.6% gastó entre \$1001 y \$2000 y, finalmente, el resto pagó por servicios de hospedaje más de \$2000.

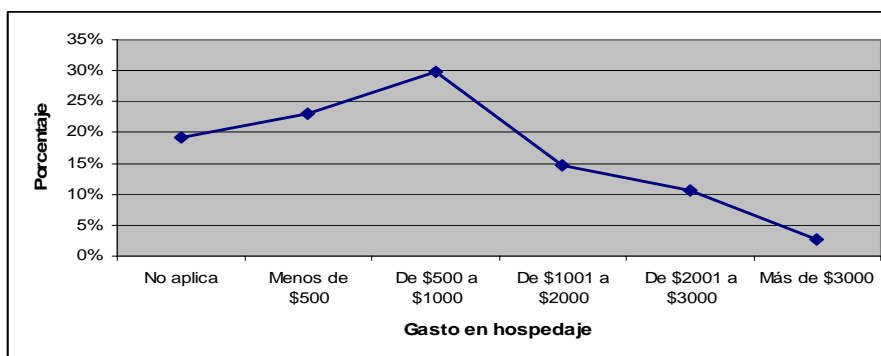


Figura 4.8 Gasto en el servicio de hospedaje
Fuente: Elaboración propia

En la figura 4.9 se puede observar que en alimentos y bebidas el visitante de la ciudad gastó diariamente menos de \$300 (21.9%), un poco menos de la mitad de los encuestados (42.1%) gastó entre \$300 y \$600, casi la cuarta parte (23%) gastó entre \$600 y \$900 y el resto más de \$ 900.

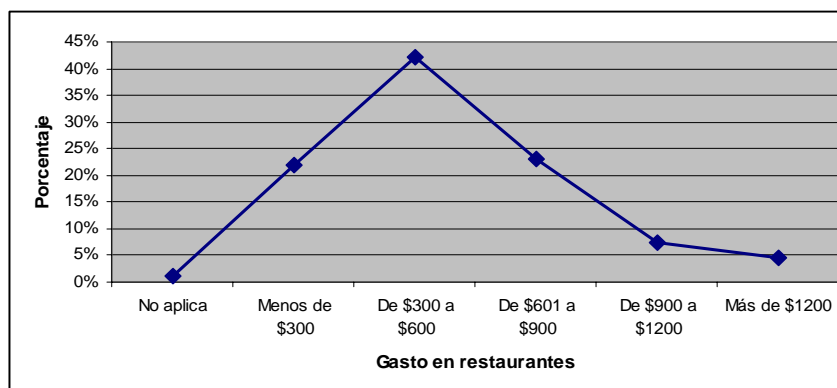


Figura 4.9 Gasto en el servicio de restauración
Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a otro tipo de gastos, hubo ocasiones en que el visitante decidió hacer uso de otros servicios como transporte, pagar entradas a museos y parques, o comprar algún souvenir. Como aparece en la figura 4.10 el gasto en dichos servicios se distribuyó de la siguiente manera: entre 25 y 28% de los encuestados gastaron de forma similar en los 3 servicios, es decir, menos de \$200. Entre \$200 a \$400 pesos si hay diferencias significativas. Por ejemplo: en transporte fue el 42.1% quien gastó esa cantidad, en museos el 36% y en souvenirs el 28.1%. Hubo quienes gastaron entre \$401 y \$600 en transporte (16.9%), en museos (18.5%) y tiendas de souvenirs (18%). Finalmente, los gastos de \$600 o más fueron menos frecuentes en los 3 servicios.

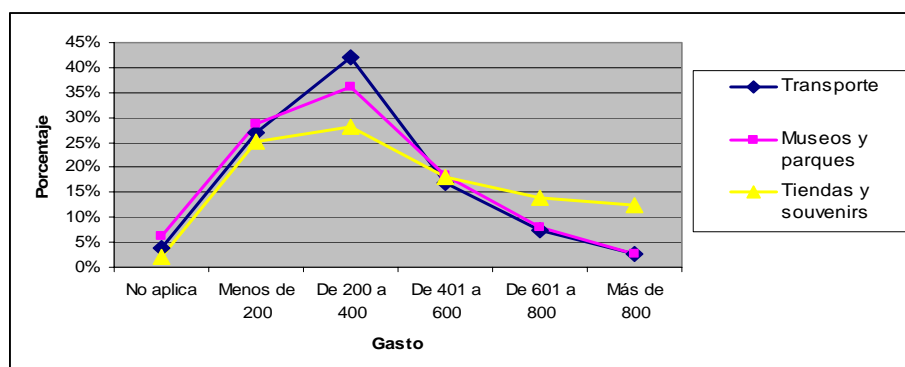


Figura 4.10 Otros gastos
Fuente: Elaboración propia



4.2 Por lugar de origen

Una vez presentados los resultados generales, se procederá a presentar los resultados obtenidos para los turistas nacionales y extranjeros de forma separada con el fin de conocer y analizar su perfil y las motivaciones de visita dependiendo de su lugar de procedencia (ver tabla 4.2).

El visitante nacional resultó ser en su mayoría del sexo femenino (55.1%) mientras que los extranjeros muestran un ligero aumento en las personas del sexo masculino. En relación con la edad, los extranjeros muestran ser más jóvenes, acumulando un porcentaje de 64.4% en los rangos menores de 25 años y de 25 a 34 años, con una media de de 31.6 años. Por el contrario, los nacionales reunieron 56.7% en los rangos de 35 a 44 años y de 45 a 54 años, con una media de 38.1 años. Al comparar ambas medias, mediante una prueba t se puede concluir que esta diferencia es estadísticamente significativa ($t= 3.53$, $\text{sig.}=0.001 < .050$).

Respecto a los días que los turistas pasaron en la ciudad, los nacionales permanecieron 3 días (24.4%) con un promedio de 4 días y los extranjeros 2 días (51%) con un promedio de 2.9 días. Se realizó una prueba t para comparar estos valores y el resultado demuestra que si existe una diferencia significativa ($t= 2.54$, $0.012 > 0.05$) entre ambos tipos de visitantes en cuanto a los días que permanecieron en la ciudad de Puebla.

Tanto mexicanos como extranjeros manifestaron viajar en pareja, aunque los nacionales obtuvieron una media de 3.3 personas, y los extranjeros de 5.5 lo que quiere decir que los extranjeros llegaron a la ciudad en grupos más grandes. Al comparar las medias de estos valores, el resultado demuestra que cada grupo, en promedio viajó con un diferente número de personas ($t= - 4.34$, $0.012 > 0.05$).

El visitante nacional manifestó como motivos principales para venir a la ciudad descanso o placer (14.6%), diversión (13.2%) y visita a familiares (13.2%). Los motivos que



impulsaron a los extranjeros fueron descanso o placer (15.7%), cultura (14.6%) y finalmente diversión (13.7%).

Dentro de los factores adicionales que ayudaron a reafirmar la decisión de visitar la ciudad ambos grupos manifestaron tener disponibilidad de tiempo, así mismo los nacionales indicaron haber decidido la visita debido a la cercanía de su lugar de procedencia con respecto a la ciudad de Puebla y finalmente los extranjeros por las recomendaciones recibidas.

Los dos grupos recibieron información de la ciudad por medio de amistades, los nacionales en un 54.1% y los extranjeros con un 32.4%. De la misma forma ambos grupos manifestaron haber llegado a la ciudad en autobús y la caminata como el medio de desplazamiento en la ciudad.

En el ámbito de reservaciones, los turistas nacionales reservaron en un 49.6% sus servicios a ocupar, haciéndolo en su mayoría con una semana de anticipación, el modo de reservar fue por contacto directo con los hoteles y la forma de pago en efectivo. Los turistas extranjeros reservaron más que los nacionales, siendo un 94.1% los que si lo hicieron, de estos la mayoría efectuaron sus reservas con 1 mes de anticipación y la forma de pago predominante fue la tarjeta de crédito.

Por otro lado, el hotel es el tipo de alojamiento que muestra mayor frecuencia de uso por ambos visitantes, sin embargo los extranjeros lo ocuparon un 55.8% y los nacionales tan solo un 45.8%. De los servicios de restauración los nacionales prefirieron los restaurantes de tipo familiar y los extranjeros los de tipo étnico.

La catedral y el zócalo fueron los dos atractivos turísticos por los que se mostró mayor interés tanto de turistas extranjeros como de nacionales, es en el tercer atractivo por orden de preferencia, donde estos grupos difieren, ya que los visitantes nacionales mostraron



interés por conocer los fuertes de Loreto y Guadalupe y los extranjeros por conocer el Palacio Municipal.

En cuanto a hospedaje, el gasto diario de los nacionales se situó entre \$500 y \$1000 (33.3%), en los servicios de restauración gastaron entre \$300 y \$600 (38.6%), en las entradas a museos y parques gastaron entre \$200 y \$400 (38.6%) en transporte fue entre \$200 y \$400 (38.6%) y finalmente, en souvenirs menos de \$200 (31.5%). Analizando los resultados observados para los extranjeros, el 33% gastaron en alojamiento entre \$500 a \$1000, en servicios de restauración entre \$300 y \$600 (51%), en asistencia a museos y parques entre \$400 y \$600 (35.3%), en transporte entre \$200 y \$400 (51%) y finalmente en souvenirs y tiendas entre \$400 y \$600 (27.6%).

Tabla 4.2. Por lugar de origen

Variable	Nacionales				Extranjeros				t	χ^2	Sig.
	Resultados más importantes	Frecuencia	Frecuencia acumulada	\bar{X}	Resultados más importantes	Frecuencia	Frecuencia acumulada	\bar{X}			
Género	Fem.	55.1%	100%		Fem.	47,1%	100.0%				
	Mas	44.9%			Mas	52,9%					
Edad	De 45 a 54 años	29.1%	56.7%	38	De 25 a 34 años	33,00%	64.40%	32	0,001		
	De 35 a 44 años	27.6%			Menores de 25 años	31,40%					
Días en la ciudad	De 3 a 4 días	37.8%	37.8%	4	De 1 a 2 días	54,90%	54.90%	3	0,012	27.8	.002
Número de viajeros	De 1 a 2 personas	40.2%	40.2%	3.3	De 1 a 2 personas	27,50%	27.50%	5.5	0,000	32.0	.000
Motivos principales	Descanso o placer	14.62%	41.03%		Descanso o placer	15,70%	43.98%				
	Diversión	13.23%			Cultura	14,62%					
	Visita a familiares*	13.18%			Diversión	13,66%					
Factores adicionales	Disponibilidad de tiempo	11.4%	22.7%		Recomendaciones *	14,06%	27.47%			*26.9	.024
	Cercanía del lugar *	11.3%			Disponibilidad de tiempo	13,41%				*23.9	.004
Información de la ciudad	Amistades	54.10%	54.1%		Amistades	32,43%	32.43%				



Análisis de Resultados

Transporte para llegar a la ciudad	Autobús	48.0%	48.0%		Autobús	32,50%	32.50%			11.2	.004
Reservaciones	Si reservaron	49.6%	49.6%		Si reservaron	94,1%	94.1%				
Anticipación	1 semana	31.5%	31.5%		1 mes antes	35,30%	35.30%			103	.000
Medio	Directo	52.3%	52.3%		Agencia	24%	24%			33.9	.000
Forma de pago	Efectivo	47.7%	47.7%		Crédito *	38,70%	38.70%			*12.7	.000
Alojamiento	Hotel	45.80%	45.8%		Hotel	55,77%	55.77%				
Restauración	Restaurante familiar	18.80%	18.8%		Restaurante étnico	19,28%	19.28%			9.35, 4.3	.009, .002
Transporte ocupado en la ciudad	Caminando	22.60%	22.6%		Caminando	27.94%	27.94%			10.9	.001
Atractivos turísticos	Catedral	69.30%	69.3%	4.5	Catedral	64.70%	64.70%	4.6			
Gasto hospedaje	Zocalo	61.40%	61.4%	4.4	Zócalo	74.50%	74.5%	4.7	0.017		
	Fuertes de Loreto y Gpe.	35.4%	35.4%	3.9	Palacio municipal	51%	51%	4.4			
	\$500 a \$1000	33.30%	33.0%		\$500 a \$1000	33.30%	33.30%				
Gasto en restaurantes	\$300 a \$600	38.60%	38.60%		\$300 a \$600	51.00%	51.00%				
Gasto museos y parques	\$200 a \$400	38.60%	38.60%		\$400 a \$600	35.30%	35.30%			21.2	.001
Gasto en transporte	\$200 a \$400	38.6%	38.60%		\$200 a \$400	51.00%	51.00%			11.7	.04
Gasto en Souvenirs	Menos de \$200	31.50%	31.50%		\$400 a \$600	27.60%	27.6%			19.2	.002

Fuente: Elaboración propia

Para verificar la existencia de diferencias significativas entre los turistas nacionales y los extranjeros con función de las variables del estudio, se realizaron pruebas de Chi Cuadrada (χ^2). Como resultado de estos análisis se encontraron relaciones importantes entre el origen de los visitantes y los días de permanencia en la ciudad ($\chi^2= 27.8$, sig.= 0.002< 0.05), el número de viajeros ($\chi^2= 32$, sig.= 0.00.< 0.05), los motivos de visita ($\chi^2=25.6$, sig.= 0.001< 0.05), las recomendaciones ($\chi^2= 26.9$, sig.= 0.024< 0.05), la cercanía del lugar de origen ($\chi^2 = 23.9$, sig.=.004<.05), el tipo de transporte ($\chi^2=11.2$, sig.= 0.004< 0.05), la reservación anticipada de servicios ($\chi^2=103$, sig.= 0.000< 0.05), y el gasto diario realizado



por los turistas en visita a museos y parques ($\chi^2=21.2$, sig.= 0.001< 0.05), en transporte ($\chi^2=11.7$, sig.= 0.040< 0.05) y en la compra de souvenirs ($\chi^2=19.2$, sig.= 0.002< 0.05).

4.3. Por género

Los resultados obtenidos se analizaron acorde al género de los visitantes, tal como se muestra en la tabla 4.3 las mujeres provinieron en su mayoría del interior del estado de Puebla y de Estados Unidos y los hombres llegaron también del interior del estado y del Distrito Federal. En el ámbito de la edad las personas del sexo femenino resultaron ser más jóvenes que los del sexo masculino, las primeras dentro del rango de menos de 25 años y los últimos de 45 a 54 años. Los dos géneros expresaron que su motivo principal para visitar la ciudad era descanso o placer, dentro de los factores adicionales las mujeres lo hicieron por recomendaciones y los hombres por disponibilidad de tiempo.

Las agencias fueron el medio de información por el cual los visitantes de ambos sexos se enteraron de la ciudad, de la misma forma, el autobús fue el medio de transporte más utilizado para llegar a la ciudad por los dos grupos y el caminar fue la forma de trasladarse dentro de la ciudad. En relación con las reservaciones, los hombres (64.3%) reservaron en mayor proporción que las mujeres (60.6%) y tanto unos como otras lo hicieron con tan solo una semana de anticipación y de manera directa. En cuanto a la forma de pago, las mujeres prefirieron hacerlo en efectivo en una proporción del 43.1%, en tanto que los hombres lo hicieron con tarjeta de crédito en una proporción del 46.9%.

El hotel fue el tipo de alojamiento más usado por hombres y mujeres. En cuanto a los servicios de alimentos y bebidas, el sexo femenino prefirió comida rápida y el sexo



masculino restaurantes étnicos. El zócalo y la catedral fueron los atractivos turísticos que más llamaron la atención tanto en hombres como en mujeres.

En referencia al gasto por diversos servicios, el sexo femenino y el masculino gastaron aproximadamente lo mismo, en hospedaje (entre \$500 y \$1000), en restaurantes entre \$300 y \$600 y finalmente en transporte, museos y parques entre \$200 y \$400.

En la penúltima columna de la tabla 4.3 se presentan los valores obtenidos para la prueba de Chi Cuadrada realizada entre las variables género de los votantes, anticipación en las reservaciones, forma de pago y servicios de restauración utilizados.

Tabla 4.3 Por género

Variable	Mujeres		Hombres		χ^2	Sig.
	Resultados más importantes	Frecuencia	Resultados más importantes	Frecuencia		
Lugar de origen	Interior del Edo.	9.6%	Interior del Edo.	13.1%		
	Estados Unidos	9.9%	Distrito Federal	11.9%		
Edad	Menores de 25 años	30.9%	De 45 a 54 años	30.5%		
Motivos principales	Descanso o placer	15.3%	Descanso o placer	14.4%		
Factores adicionales	Recomendaciones	12.2%	Disponibilidad de tiempo	11.8%		
Información de la ciudad	Agencias	24.0%	Agencias	23.3%		
Transporte para llegar a la ciudad	Autobús	54.3%	Autobús	56.0%		
Reservaciones	Si reservaron	60.6%	Si reservaron	64.3%		
Anticipación	1 Semana antes	25.5%	1 Semana antes	1.40%	12.1	0.033
Medio	Directo	40.0%	Directo	36%		
Forma de pago	Efectivo	43.1%	Crédito	46.90%	4.5	0.032
Alojamiento	Hotel	50.5%	Hotel	46.20%		
Restauración	Comida rápida	18.0%	Restaurante étnico	15.10%	8.08	0.004
Transporte ocupado en la ciudad	Caminando	25.7%	Caminando	23.10%		
Atractivos turísticos	Catedral	67.0%	Catedral	69.00%		
	Zócalo	66.0%	Zócalo	64.30%		
Gasto en hospedaje	De \$500 a \$1000	29.8%	De \$500 a \$1000	29.8%		



Gasto en restaurantes	De \$300 a \$600	44.7%	De \$300 a \$600	39.30%		
Gasto museos y parques	De \$200 a \$400	39.4%	De \$200 a \$400	32.10%		
Gasto en transporte	De \$200 a \$400	42.6%	De \$200 a \$400	41.70%		
Gasto en souvenirs	De \$200 a \$400	29.8%	Menos de \$200	27.40%		

Fuente: Elaboración propia

4.4 Por motivos

4.4.1 Descanso o placer

El motivo más importante que impulsó la visita de los turistas a la ciudad fue el descanso o placer, presentando una correlación significativa con las variables recomendación del destino ($\chi^2=100.7$, sig.= 0.014 < 0.05), disponibilidad de tiempo ($\chi^2=111.7$, sig.= 0.002 < 0.05) y la información sobre el destino a través de agencias de viaje ($\chi^2=16.3$, sig.= 0.037 < 0.05). Para más detalles, ver la tabla 4.4.1

Tabla 4.4.1 Descanso o placer

Descanso o placer			
VARIABLES	RESULTADO	χ^2	Sig.
Factores adicionales	Recomendaciones	100.7	0.014
	Disponibilidad de tiempo	111.7	0.002
Medios de información	Agencias	16.3	0.037
Gastos	Hospedaje	55.7	0.050
Atractivos turísticos	Catedral	62.1	0.001
	Iglesia Sto. Domingo	46.9	0.043
	Museo de Arte Virreinal	62.9	0.001
	Palacio Municipal	49.3	0.025
	Biblioteca Palafoxiana	48.6	0.030
	Zócalo	67.8	0.000

Fuente: Elaboración propia



4.4.2 Visitar a familiares

El segundo motivo más importante para visitar la ciudad de Puebla fue la visita a familiares, el cual, presenta algunas correlaciones significativas con otras variables como la procedencia de los visitantes ($\chi^2=25.6$, sig.= 0.001< 0.05), el alojamiento en hoteles ($\chi^2=24.9$, sig.= 0.002 <0.05) o en la casa de familiares ($\chi^2=51.6$, sig.= 0.000< 0.05), los servicios de restauración utilizados ($\chi^2=15.7$, sig.= 0.046< 0.05), y los gastos en visita a museos y parques ($\chi^2=62.8$, sig.= 0.012< 0.05) entre otras. Esta información se presenta en la tabla 4.4.2.

Tabla 4.4.2 Visitar a familiares

Visita a familiares			
VARIABLES	RESULTADO	χ^2	Sig.
Procedencia		25.6	0.001
Reservaciones	Anticipación reservaciones	68.8	0.003
Medio de la reservación	Agencia	21.2	0.007
Alojamiento	Hotel	24.9	0.002
	Casa familiares	51.6	0.000
Restauración	Restaurante de especialidades	15.7	0.046
Transporte en la ciudad	Automóvil	19.2	0.014
	Turibus	18.1	0.020
Gastos	Hospedaje	76.6	0.000
	Museos y parques	62.8	0.012
Atractivos turísticos	Iglesia de las Maravillas	48.8	0.029
	Museo Amparo	53.2	0.10
	Casa de la China Poblana	54	0.009
	Palacio Municipal	50.3	0.020
	Zócalo	53.6	0.010

Fuente: Elaboración propia



4.4.3 Cultura

La cultura se mostró como el tercer motivo más importante para visitar la ciudad de Puebla. El motivo cultural mostró también tener correlaciones significativas con los medios de información utilizados, el tipo de alojamiento empleado, el tipo de transporte utilizado para desplazarse en la ciudad, el tipo de alojamiento empleado y los atractivos turísticos de mayor preferencia. Estas correlaciones se muestran en la tabla 4.4.3.

Tabla 4.4.3 Cultura

Visita a familiares			
VARIABLES	RESULTADO	χ^2	Sig.
Procedencia		25.6	0.001
Reservaciones	Anticipación reservaciones	68.8	0.003
Medio de la reservación	Agencia	21.2	0.007
Alojamiento	Hotel	24.9	0.002
	Casa familiares	51.6	0.000
Restauración	Restaurante de especialidades	15.7	0.046
Transporte en la ciudad	Automóvil	19.2	0.014
	Turibus	18.1	0.020
Gastos	Hospedaje	76.6	0.000
	Museos y parques	62.8	0.012
Atractivos turísticos	Iglesia de las Maravillas	48.8	0.029
	Museo Amparo	53.2	0.010
	Casa de la China Poblana	54	0.009
	Palacio Municipal	50.3	0.020
	Zócalo	53.6	0.010

Fuente: Elaboración propia