

Tipo de Publicación: Artículo Científico

Recibido: 10/10/2020

Aceptado: 12/12/2020

Autor: Pamela Isabel Uribe Flores

Licenciatura en Administración de Empresas

Maestría en Gestión Financiera

Universidad Mayor de San Andrés

La Paz – Bolivia

 <https://orcid.org/0000-0002-7490-8746>

E-mail: piuribe@umsa.bo

VALORACIÓN DE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL TURISTA; CASO DE ESTUDIO: TURISTA POTOSINO

Resumen

El presente artículo busca compartir con la comunidad científica los hallazgos sobre la valoración de los gustos y preferencias del turista utilizando como caso de estudio al turista potosino que visita la ciudad de La Paz (Turismo Nacional). Se ha tomado en cuenta un enfoque cuantitativo, ya que se caracteriza porque el proceso se aplica secuencialmente y de manera más rígida y estructurada. Se ha definido el alcance como descriptiva, ya que lo que se busca es especificar las propiedades, características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete al análisis (Gómez, 2006). La población tomada en cuenta para el estudio se la define como “Ciudadanos residentes en la ciudad de Potosí que haya visitado la ciudad de La Paz y tiene interés en visitarla nuevamente”. La investigación toma en cuenta el tipo de muestreo no probabilístico, considerando 130 boletas usadas a lo largo de los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre del año 2020. Debido a la Pandemia Covid-19 y la imposibilidad de recolectar la información de manera presencial, se ha optado por enviar los formularios electrónicos a ciudadanos potosinos mediante el uso de la red social Facebook. Los datos hallados se han organizado en tortas con el fin de hacer el correspondiente análisis de tablas de contingencia. Al haber aplicado esta descripción de tablas se ha logrado consolidar información que a simple vista no se tiene en términos descriptivos en cuanto a los resultados, pero lo más importante está reflejado en las tablas de contingencia, las cuales son bases para futuras segmentaciones de mercado con estudios ampliados sobre la población.

Palabras Clave: Turismo, comportamiento del consumidor turístico, turismo nacional.

ASSESSMENT OF THE LIKINGS AND PREFERENCES OF THE TOURIST; STUDY CASE: POTOSINIAN TOURIST

Abstract

This article seeks to share with the scientific community the findings on the assessment of the likings and preferences of the tourist, using as a case study the tourist from Potosí who visits La Paz city (National Tourism). A quantitative approach has been taken into account, since it is characterized in that the process is applied sequentially and in a more rigid and structured way. The scope has been defined as descriptive, since what is sought is to specify the properties, characteristics and important aspects of the phenomenon that is subjected to analysis (Gómez, 2006). The population taken into account for the study is defined as "Citizens residing in the city of Potosí who have visited the city of La Paz and are interested in visiting it again." The research takes into account the type of non-probability sampling, considering 130 ballots used throughout the months of March, April, May, June, July, August and September of the year 2020. Due to the Covid-19 Pandemic and the impossibility after collecting the information personally, it has been chosen to send the electronic forms to citizens of Potosí through the usage of the social network Facebook. The data found have been organized into sharps in order to carry out the corresponding analysis of contingency tables. By applying this description of tables, it has been possible to consolidate information that at first glance is not in descriptive terms in terms of the results, but the most important thing is reflected in the contingency tables, which are bases for future market segmentations with expanded studies on the population.

Keywords: Tourism, behavior of the tourist consumer, national tourism.

Introducción

El presente artículo busca compartir con la comunidad científica los hallazgos sobre la investigación acerca de los gustos y preferencias del turista potosino que visita la ciudad de La Paz. El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (Organización Mundial del Turismo, 2020). Las actividades que realizan estas personas son las actividades turísticas que conllevan a considerar un consumidor turístico. Las propias realizadas por un visitante no conllevan necesariamente una transacción de mercado y pueden ser diferentes de las ejecutadas habitualmente en su vida cotidiana, o similares a las mismas. Si son similares, su frecuencia o intensidad varía cuando se llevan a cabo si las personas están de viaje. Estas acciones representan actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante el mismo (Organización Mundial del Turismo, ob.cit).

Estudiar el turismo y las actividades involucradas implica tomar en cuenta pasos previos como la descripción de actitudes e identificación de gustos y preferencias, para que con base en dicha información un investigador pueda profundizar el

área de su interés.

En este caso se busca identificar los gustos y preferencias de determinados turistas, para que más adelante en investigaciones posteriores se llegue a nivelar el comportamiento de dichos gustos y preferencias con el uso de herramientas más complejas.

El fin que busca esta descripción es tener un panorama establecido sobre lo que puede ser un nicho de mercado potencial para las empresas de turismo en la ciudad de La Paz, así como para empresas de turismo de la ciudad de Potosí; en ambos casos que trabajen con viajes internos.

Finalmente, los resultados se establecerán como base para estudios más avanzados con poblaciones y muestras más grandes para generar futuros perfiles del turista potosino como consumidor de la ciudad de La Paz, así como generar inferencia estadística futura con la aplicación de la metodología adecuada.

Desarrollo

La investigación desarrollada toma en cuenta la recolección de datos de comportamiento del consumidor turístico. El turismo es un fenómeno cuya presentación estadística lleva consigo desafíos particulares debido a la singular naturaleza (División Estadística. Departamento de Asuntos Exteriores y Sociales, 2010). Para tener un panorama de la actividad que es el turismo y sus

correspondientes componentes desde el punto de vista de la demanda se tomaron en cuenta los siguientes conceptos primero desde el punto de vista turístico para luego ver más adelante aspectos demográficos:

Los siguientes conceptos han sido extraídos de las recomendaciones internacionales para las estadísticas en turismo, con la finalidad de utilizar esta base fundamental para cuantificar actividades de turistas potosinos que visitan la ciudad de La Paz.

Viaje se designa a la actividad de los viajeros; es así que un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. Los viajes realizados dentro de un país por sus residentes se denominan viajes internos. El viaje debe ser de ida y vuelta y se compone de visitas a diferentes lugares. Un viaje interno tiene un destino principal en el país de residencia del viajero. Visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal que no sea ser empleado por una entidad residente del país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos y el turismo hace referencia a la actividad de los visitantes. Por lo tanto, el turismo es un subconjunto de los viajes, y los visitantes un subconjunto de los viajeros. Un visitante se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye pernoctación, o como

visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

El concepto de residencia permite la clasificación de los visitantes de conformidad con su lugar de origen y para la caracterización del su destino. El destino principal de un viaje se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. (Division Estadística. Departamento de Asuntos Exteriores y Sociales, ob.cit) en cuanto a los movimientos de los visitantes internos, en los últimos años se ha tomado cada vez más conciencia de la importancia económica que reviste el turismo interno. Dado que no existen fronteras internacionales que cruzar, la observación de los movimientos del turismo interno exige utilizar diferentes procedimientos estadísticos. Las estadísticas del alojamiento son una importante fuente padrón.

Caracterización de los visitantes turísticos y viajes turísticos

Las características de los visitantes hacen referencia a los siguientes aspectos:

1. Sexo; Edad; Actividad económica; Ocupación; Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales; Educación (División Estadística. Departamento de Asuntos Exteriores y Sociales, ob.cit).

Las características de los viajes turísticos hacen referencia a los siguientes aspectos:

- Motivo principal; tipos de “producto

turístico”; Duración del viaje o de la visita; Origen y destino; Medios de transporte; Tipos de alojamiento. En este caso vale la pena hacer una breve reseña sobre el significado de cada aspecto mencionado.

En cuanto al motivo principal del viaje, este se clasifica en: Motivos personales (Vacaciones, recreo y ocio; Visitas a familiares y amigos; Educación y formación; Salud y atención médica; religión/peregrinaciones; Compras; Tránsito y otros.), negocios y motivos profesionales (reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales, etc.).

Para los tipos de “producto turístico”, este concepto no está relacionado con el concepto de “producto” utilizado en estadísticas económicas, sino más bien con el manejado por los profesionales en las empresas turísticas para comercializar paquetes turísticos o destinos particulares.

En cuanto a la duración del viaje, aquella que incluye una pernoctación se expresa en términos de número de noches. Los viajes que no incluyen una pernoctación deben considerarse excursiones, con independencia de las horas que haya durado el viaje.

Para el origen y destino, de los viajes receptores es fundamental clasificar las llegadas por país de residencia; para los viajes emisores, las salidas deberían clasificarse según el destino

principal del viaje.

En cuanto a los medios de transporte, hacen referencia al medio principal utilizado por el visitante durante su viaje y podría establecerse de diferentes modos y basarse, por ejemplo, en: Medio de transporte en el que viaja el mayor número de millas/ kilómetros; medio en el que se pasa la mayor parte del tiempo; medio que representa el porcentaje más elevado del costo total del transporte.

Para tipos de alojamiento, representan con frecuencia una parte importante de los gastos totales del viaje (División Estadística. Departamento de Asuntos Exteriores y Sociales, ob.cit).

Finalmente queda conceptualizar los gustos y preferencia de los turistas, como parte fundamental del análisis del comportamiento del consumidor. Para esto es importante determinar que estos gustos son factores individuales que están afectados por características personales como la edad, los ingresos, la educación, la identificación profesional, la personalidad y las actitudes hacia los riesgos (Kotler & Armstrong, 2012, p. 174).

Metodología

Formulación de Objetivos

El objetivo de la investigación es valorar los gustos y preferencias del turista utilizando como caso de estudios al Turista potosino que visita la ciudad de La Paz (Turismo Nacional). La finalidad

de dicho objetivo es usar tablas descriptivas simples y de contingencia para tener un panorama sobre un potencial perfil, siendo así este documento una base para estudios posteriores. Por otro lado, será un soporte para que las agencias de turismo como operadoras puedan direccionar sus esfuerzos de marketing en cuanto a turismo nacional.

Diseño

Para que el presente artículo tenga el respaldo suficiente sobre la información que comparte, se ha establecido trabajar con una metodología que permita validar los resultados al alcance que describe. Es así que se toma en cuenta la formulación de objetivos, el diseño de la investigación, la población y muestra, y las consideraciones éticas.

Para ello, se realiza un enfoque cuantitativo, ya que se caracteriza porque el proceso se aplica secuencialmente y de manera más rígida y estructurada. Definiendo el alcance como descriptiva, ya que lo que se busca es especificar las propiedades, características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete al análisis (Gómez, 2006).

Población y Muestra

La población es cualquier conjunto de elementos que tenga una o más propiedades comunes definidas por el investigador; pudiendo ser

desde toda la realidad hasta un grupo muy reducido de fenómenos (Díaz, Rodríguez, Vásquez, & Velásquez, 2012). De esta forma la población tomada en cuenta para el estudio se la define como: “Ciudadanos residentes en la ciudad de Potosí que haya visitado la ciudad de La Paz y tiene interés en visitarla nuevamente”.

La muestra es una parte de la población o universo a estudiar. (Gómez, ob.cit), en este caso se ha optado por el muestreo no probabilístico también llamada muestra dirigida, la cual supone un procedimiento de selección informal en la que el investigador decide a quienes encuestar (Gómez, ob.cit).

Resultados

Los resultados serán aquellos datos recolectados, presentación y análisis de los mismos, con la finalidad de exponer la información hallada.

Recolección de Datos

La investigación toma en cuenta el tipo de muestreo no probabilístico, considerando 130 boletas usadas a lo largo de los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre del año 2020. Debido a la Pandemia Covid-19 y la imposibilidad de recolectar la información de manera presencial, se ha optado por enviar los formularios electrónicos a ciudadanos potosinos

mediante el uso de la red social Facebook.

Presentación y análisis de los datos

Los datos hallados se han organizado en tortas con el fin de hacer el correspondiente análisis estando las tablas disponibles en Anexos para cualquier referencia. Se desarrollan las tablas simples en primera instancia y más adelante las tablas cruzadas para extraer información más específica.

Sexo



Gráfico 1. Sexo

Fuente: Construcción propia

La población consultada mostró una distribución parcialmente equitativa en la que los varones representan un 53.85 de la población y las mujeres un 46.15%. De este modo a pesar de no ser una muestra probabilística, se usará esta información para entender cómo se comporta el consumidor turístico interno en relación a gustos y preferencias, iniciando dicha descripción con este resultado.

Edad

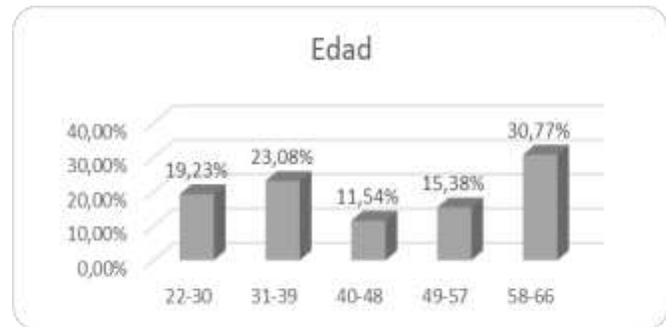


Gráfico 2. Edad

Fuente: Construcción propia

En caso de la edad, la distribución muestra que la edad predominante para el grupo consultado es de 58 a 66 años, con un 30.77%. Lo que, con ayuda de la segmentación por edades, podemos entender que las características que se vayan a describir más adelante, pertenecen a los del segmento Baby Boomers, considerando a las personas nacidas entre el año 1946 y 1964 (Schiffman & Lazar, 2010, p. 394).

Estado Civil

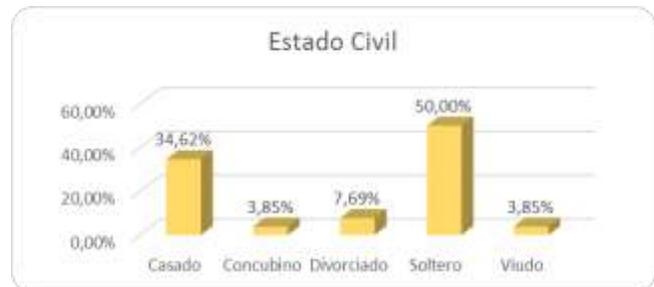


Gráfico 3. Estado civil

Fuente: Construcción propia

Es curioso que el grupo seleccionado presente esta distribución, la mitad de todos los consultados responden ser solteros y recién el 34.62% son casados. Por lo tanto, los resultados que se describan

más adelante, pertenecen a “baby boomers” solteros en su mayoría.

Tenencia de hijos

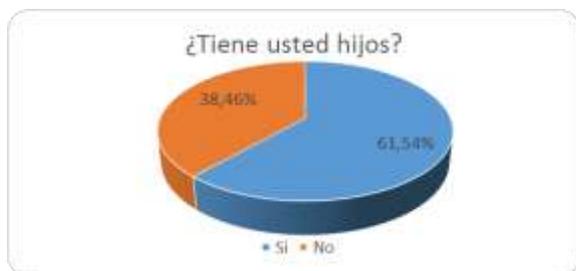


Gráfico 4. Tenencia de hijos
Fuente: Construcción propia

Es interesante encontrar una distribución que presenta en su mayoría un estado civil soltero y en este caso hay un 61.54% de padres. Sin embargo, el tema de analizar si los padres son solteros o no lo veremos más adelante en las tablas de contingencia.

Grado de Instrucción



Gráfico 5. Grado de Instrucción
Fuente: Construcción propia

Respecto al grado de instrucción el 42.31% del grupo consultado responde tener educación universitaria completa. El 34.62% presenta estudios de posgrado. Por lo tanto, es un grupo en su mayoría

con estudios superiores.

Lugar de residencia

En el caso del lugar de residencia, se ha decidido mantener este ítem porque es una pregunta que parte de la metodología utilizada. Sin embargo, al ser un estudio específicamente lanzando a una población que reside en Potosí, lógicamente la respuesta fue un 100% de residentes en la ciudad de Potosí.

Ingresos económicos por mes

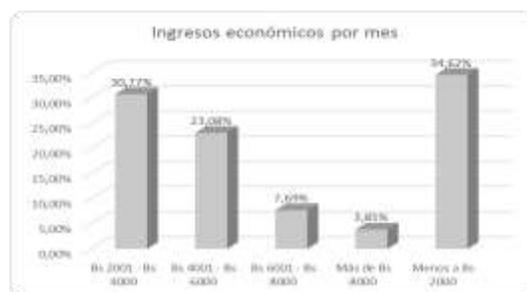


Gráfico 6. Ingresos económicos por mes
Fuente: Construcción propia

En cuanto a los ingresos económicos el 34.62% responde tener menos de Bs 2000. Le sigue un 30.77% con un ingreso entre Bs 2001 y Bs 4000. Entonces los grupos más representativos tienen ingresos inferiores a Bs 4000.

Tiempo de planificación del viaje



Gráfico 7. Tiempo de planificación del viaje
Fuente: Construcción propia

Para el tema de la planificación del viaje, el estudio revela que el 42.31% viaja al destino sin planificación previa. Y un 30.77% responde planificar anticipadamente con una semana o menos. Es interesante la posible interpretación que se puede hacer al respecto, como por ejemplo el tema de promoción. Considerando que existe un grupo que no planifica su viaje, realizan las promociones de hospedaje, servicios y comida en los centros de llegada de transporte como son los aeropuertos, terminales e incluso vallas de carretera.

Motivo del viaje

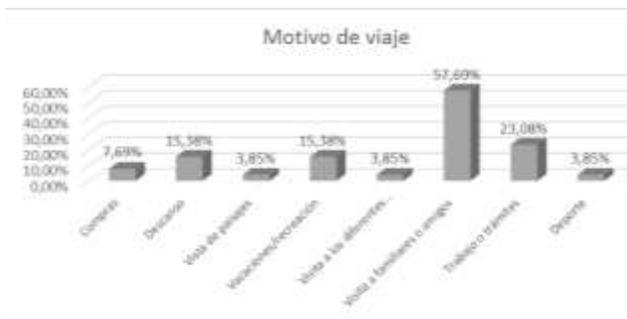


Gráfico 8. Motivo del viaje
Fuente: Construcción propia

En cuanto al motivo de viaje, el porcentaje mayor pertenece a visita a familiares o amigos con un 57.69%. y el siguiente porcentaje pertenece a trabajo o trámites, con un 23.08%. Ahora será interesante saber qué tipo de hospedaje utilizaron las personas que visitaron amigos y familiares, que se verá más adelante en las tablas de contingencia.

Búsqueda de información previa al viaje

Búsqueda de información previa al viaje

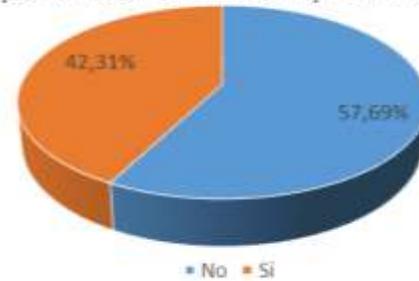


Gráfico 9. Búsqueda de información previa al viaje
Fuente: Construcción propia

En el caso de la búsqueda de información previa al viaje, pese a que se vio que el 42.31% de la población viaja sin planificación previa, se puede apreciar que el 42.31% busca información al respecto. En el siguiente Gráfico se podrá apreciar los medios que utiliza para recabar dicha información. Por otro lado, cabe recalcar que no se tiene constancia de que el 42.31% de la población que viaja sin planificación sea el mismo que la población que sí busca información.

Medio de búsqueda de información

Medio de búsqueda de información

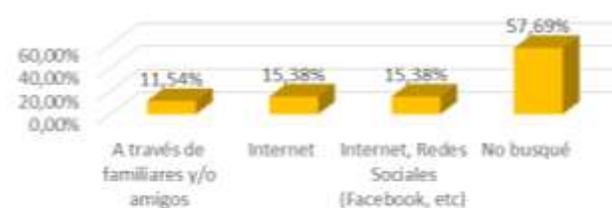


Gráfico 10. Medio de búsqueda de información
Fuente: Construcción propia

Tal y como refleja el Gráfico 10, el 42.31% de la población que sí buscó información antes del viaje se distribuye de la siguiente manera: 11.54% se informó a través de familiares y/amigos; 15.38% se informó mediante internet en general y el otro 15.38% se enteró por Redes Sociales. Es interesante entender que el 30.76% en sí se entera por internet, lo que considerado sólo los resultados de los que sí buscaron información llega a representar el 72.70%. Por lo tanto, es importante tomar en cuenta el dato a la hora de pensar en informar o promocionar a los potenciales clientes sobre los servicios para turismo nacional en la ciudad de La Paz.

Organización del viaje

Viaje por cuenta propia (Sin utilizar servicios de agencia de viaje)

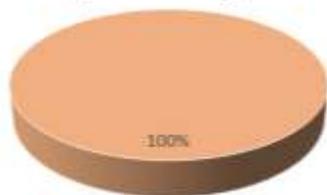


Gráfico 11. Organización del viaje
Fuente: Construcción propia

En cuanto al tema de la organización del viaje tomando en cuenta si la persona lo hace sola o requiere de los servicios de una agencia de turismo para considerar un viaje organizado, el 100% de la población consultada afirma viajar por cuenta propia.

Medio de transporte utilizado



Gráfico 12. Medio de transporte utilizado
Fuente: Construcción propia

Con respecto al medio de transporte utilizado por la población consultada, el 80.77% reporta usar el Bus. El 11.54% reporta usar Avión y el restante 7.69% movilidad propia. Ahora bien, las razones no están dadas, pero se podría considerar que en la ruta La Paz Potosí hay pocas frecuencias de viaje aéreo programadas a lo largo de la semana, por lo que podría ser un factor que influye en el alto porcentaje atribuido al Bus como medio de transporte principal.

Estadía

Estadía en número de días



Gráfico 13. Estadía
Fuente: Construcción propia

En el caso de la estadía, el estudio refleja que el 26.92% de la población consultada se queda 5 días en el destino. Y los siguientes dos porcentajes más representativos son 19.23% para una estadía de 3 días; 15.38% para una estadía de 2 días. Por lo

tanto, la estadía promedio que interesa al investigador como posible información útil para servicios de hospedaje es de 3.33 días.

Tipo de hospedaje utilizado



Gráfico 14. Tipo de hospedaje utilizado
 Fuente: Construcción propia

Con respecto al tipo de hospedaje utilizado, los porcentajes representativos son hotel con 46.15% y casa de familiares/amigos con un 38.46%. Es así que, si bien existe un gran número de personas que visita el destino con el motivo de vista a familiares/amigos, se observa en el Gráfico anterior que también existe un porcentaje representativo que utiliza los servicios de Hoteles.

Gasto promedio total del viaje



Gráfico 14. Gasto promedio total del viaje
 Fuente: Construcción propia

En cuanto al gasto promedio de la población consultada el 23.08% reporta gastar en promedio por toda la visita Bs 2000. El siguiente porcentaje es

de 19.23% reportando un gasto promedio por toda la visita de Bs 500 y finalmente 11.54% de la población reporta gastar un promedio de Bs 200. Para entender mejor cómo se distribuye este gasto, más adelante se cruzará información entre gasto promedio y tipo de hospedaje en las tablas de contingencia.

Frecuencia de viaje a la ciudad de La Paz



Gráfico 15. Frecuencia de viaje a la ciudad de La Paz
 Fuente: Construcción propia

Para el tema de la frecuencia con que visita el destino, se tiene que el 30.77% de la población reporta hacerlo una vez al año. En similares porcentajes con 19.23% están las opciones de dos veces por año, tres veces por año y una vez al mes.

Número de personas que conforman el viaje



Gráfico 16. Número de personas que conforman el viaje
 Fuente: Construcción propia

El número de personas que conforman los viajes de la población consultada es 2 con un

30.77%. En porcentaje similares con 23.08% están 3 personas y una persona.

Análisis de tablas de contingencia

Se presenta el análisis de las tablas de contingencia para entender un poco más del comportamiento de los turistas con información más específica. Al desarrollar la primera parte de las tablas simples, fueron surgiendo preguntas que sólo una tabla cruzada puede responder considerando toda la información recolectada.

Estado civil y edad

		Edad					Total
		22-30	31-39	40-48	49-57	58-66	
Estado civil	Casado			3,8%	11,5%	19,2%	34,6%
	Concubino					3,8%	3,8%
	Divorciado			7,7%			7,7%
	Soltero	19,2%	23,1%		3,8%	3,8%	50,0%
	Viudo					3,8%	3,8%
Total		19,2%	23,1%	11,5%	15,4%	30,8%	100,0%

Tabla 1. Estado civil y edad
Fuente: Construcción propia

La curiosidad por conocer los resultados de esta Tabla está en la distribución de estado civil y edad porque se identificó un alto porcentaje de solteros y la distribución de edades lanzaban un mayor porcentaje a los adultos de entre 58 y 66 años. Sin embargo, ya analizando la tabla de contingencia se observó que del 50% de solteros identificados en el estudio, 19.2% pertenecen a un rango de 22 a 30 años y el otro 23.1% a un rango de entre 31 y 39 años. Otro resultado interesante es que todos los jóvenes de entre 22 y 39 años encuestados son solteros. Eso aclara la duda que surge al encontrar

un amplio número de solteros, encontrándose porcentajes bastante bajos para estado de soltería entre 49 y 66 años.

Estado civil y tenencia de hijos

		¿Tiene usted hijos?		Total
		Si	No	
Estado civil	Casado	34,6%		34,6%
	Concubino		3,8%	3,8%
	Divorciado	7,7%		7,7%
	Soltero	15,4%	34,6%	50,0%
	Viudo	3,8%		3,8%
Total		61,5%	38,5%	100,0%

Tabla 2. Estado civil y tenencia de hijos
Fuente: Construcción propia

Ahora bien, otra curiosidad que surgió fue sobre el estado civil y la tenencia de hijos, basados en el porcentaje elevado de solteros, considerando un análisis posteriori sobre el poder adquisitivo de los solteros jóvenes. Sin embargo, al cruzar las Tablas se halló que del 50% de solteros que refleja la distribución, sólo el 15.4% indica tener hijos. Por otro lado, se observa que el 100% de los casados reportan tener hijos. Nuevamente el interés sobre este resultado está enfocado en analizar posibles comportamientos relacionados al poder adquisitivo de las personas de acuerdo a cada estado civil y la tenencia de hijos.

Planificación del viaje y trabajo como motivo de viaje

% del total		trabajo como razones para visitar la ciudad de La Paz		Total
		Si	No	
¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su viaje a La Paz?	1 día	3,8%		3,8%
	Cuando se puede		3,8%	3,8%
	Dos semanas	3,8%	7,7%	11,5%
	Más de dos meses		3,8%	3,8%
	Un mes		3,8%	3,8%
	Una semana o menos	3,8%	26,9%	30,8%
	Viajo sin planificar	11,5%	30,8%	42,3%
Total		23,1%	76,9%	100,0%

Tabla 3. Planificación del viaje y trabajo como motivo de viaje
Fuente: Construcción propia

En cuanto a la Tabla anterior, el interés radica en entender si existe alguna relación entre la no planificación del viaje y el motivo de trabajo o trámites que suelen darse de un día para el otro, considerando que el destino es también la sede de gobierno del país y por lo tanto aglomera gran cantidad de instituciones. El análisis de la Tabla 3, refleja que dentro de las personas que contestaron que es el trabajo las razones para visitar el destino, el 11.5% afirma que viaja sin planificar. Ahora bien, si usamos el total de las personas que afirmativamente viajan por motivos de trabajo tendríamos que el 49.78% viaja sin planificar y por lo tanto se considera un alto porcentaje.

Visita a familiares/amigos como motivo de visita y tipo de hospedaje utilizado

% del total		Tipo de alojamiento utilizado			
		Casa de familiares/amigos	Casa de hospedaje pagada	Hotel	No precisa categoría
familiares y amigos en destino como razones para visitar la ciudad de La Paz	Si	34,6%	7,7%	15,4%	
	No	3,8%	3,8%	30,8%	3,8
Total		38,5%	11,5%	46,2%	3,8

Tabla 4. Visita a familiares/amigos como motivo de visita y tipo de hospedaje utilizado
Fuente: Construcción propia

Otra curiosidad que surge, es el tema de los motivos por los que visita el destino en el que se ve un alto porcentaje que visita a familiares/amigos. Entonces surge la cuestión sobre el tipo de hospedaje que se utiliza, esto con fines de conocer si realmente esta visita genera recursos en el destino. El resultado refleja que el 46.2% de las personas que visitan el lugar con el motivo mencionado recurren a hospedarse a un centro hotelero y en segundo lugar con un porcentaje cercano recurre a casa de familiares/amigos.

Planificación del viaje y búsqueda de información previa al viaje

% del total		¿Buscó información turística antes de salir de viaje a La Paz?		Total
		No	Si	
¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su viaje a La Paz?	1 día	3,8%		3,8%
	Cuando se puede		3,8%	3,8%
	Dos semanas		11,5%	11,5%
	Más de dos meses	3,8%		3,8%
	Un mes	3,8%		3,8%
	Una semana o menos	15,4%	15,4%	30,8%
	Viajo sin planificar	30,8%	11,5%	42,3%
Total		57,7%	42,3%	100,0%

Tabla 5. Planificación del viaje y búsqueda de información previa al viaje
Fuente: Construcción propia

El motivo que llevo a analizar la anterior Tabla fue verificar que porcentaje de la población que viaja sin planificar recurre a buscar información. El resultado fue que del 42.3% de población encuestada que viaja sin planificar, el 30.8% no busco información ante del viaje. Como anticipábamos en el análisis simple, es probable que la información sobre el destino se encuentre en el destino mismo. Y considerando que el medio de transporte más utilizado es el Bus, se sugeriría incluso que los medios de información claves de la ciudad destino sean en la terminal de Buses.

Estadía y tipo de hospedaje utilizado

% del total		Tipo de alojamiento utilizado				Tot
		Casa de familiares/amigos	Casa de hospedaje pagada	Hotel	No precisa categoría	
	¿Cuántos días se quedó en La Paz?					
	1	3,8%			3,8%	
	2			15,4%		15,4%
	3	3,8%		15,4%		19,2%
	4			3,8%		3,8%
	5	3,8%	11,5%	11,5%		27,1%
	6	3,8%				3,8%
	7	7,7%				7,7%
	10	7,7%				7,7%
	15	3,8%				3,8%
	60	3,8%				3,8%
	Total	38,5%	11,5%	46,2%	3,8%	100%

Tabla 6. Estadía y tipo de hospedaje utilizado
Fuente: Construcción propia

En este caso surge el interés de conocer cómo se distribuye el tipo de hospedaje utilizado en función a la estadía se descubre que el 46.2% que representa los hoteles está distribuido de la siguiente forma: el 15.4% de usuarios de hotel se queda 2 días,

el otro 15.4% de usuarios de hotel se queda 3 días y el 11.5% de usuarios de hotel se queda 5 días, entre los porcentajes más relevantes. Estos datos coinciden con las estadías más representativas, por lo que nuevamente se confirma que existe una buena cantidad de usuarios de hoteles y considerando que el visitante no busca información en su ciudad de residencia se sugiere a los establecimientos hoteleros promocionar sus servicios en la terminal de buses.

Gasto promedio de la visita y tipo de hospedaje utilizado

% del total		Tipo de alojamiento utilizado				Total
		Casa de familiares/amigos	Casa de hospedaje pagada	Hotel	No precisa categoría	
	¿Cuánto fue el gasto promedio por su persona (Incluye costo de transporte, alojamiento, comida y entretenimiento)?					
	100			3,8%		3,8%
	150	3,8%				3,8%
	200	7,7%				7,7%
	250			3,8%		3,8%
	400	3,8%				3,8%
	500		3,8%	11,5%	3,8%	19,1%
	700					3,8%
	1000			11,5%		11,5%
	1500					3,8%
	2000	15,4%	3,8%	3,8%		23,0%
	2500		3,8%			3,8%
	3000	3,8%				3,8%
	4000	3,8%				3,8%
	Total	38,5%	11,5%	46,2%	3,8%	100%

Tabla 7. Gasto promedio de la visita y tipo de hospedaje utilizado

Fuente: Construcción propia

Con la exposición de la Tabla anterior se tiene una aproximación de la distribución del gasto. Sin embargo, sorprende que el mayor porcentaje de personas encuestadas que reportan gastar Bs 2000 indican usar casa de familiares/amigos para el hospedaje. Suele suceder que, dentro de la distribución del gasto el hospedaje ocupe un mayor

porcentaje, pero en este caso es interesante ver que la población que reporta mayor gasto durante el viaje indica hospedarse en casa de familiares/amigos.

Conclusiones

La investigación desarrollada cumple con el objetivo planteado, el cual es valorar los gustos y preferencias de los turistas utilizando un caso de estudio específico como los turistas potosinos que visitan la ciudad de La Paz (turismo nacional). Tal y como se indicó en el objetivo, la finalidad del mismo fue usar las Tablas descriptivas de la información recolectada, así como las tablas de contingencia.

Al haber aplicado esta descripción de Tablas se ha logrado consolidar información que a simple vista no se tiene. Se ha alcanzado información sencilla en términos descriptivos en cuanto a los resultados, pero lo más importante está reflejado en las tablas de contingencia, las cuales son bases para futuras segmentaciones de mercado con estudios ampliados sobre la población.

Entre los hallazgos más importantes están que a simple vista hay una distribución predominante del rango de edad de 58 a 66 años con un 30.77% y una predominancia de solteros con 50% de representación. Entonces se puede determinar que la población está compuesta por personas solteras de las edades señaladas. Pero la Tabla cruzada 1 sobre

edad y estado civil, revela la verdadera distribución de la población consultada en la que el 100% de los jóvenes analizados entre 22 y 30 años son solteros. De este modo se demuestra la utilidad de las Tablas de contingencia y cómo estas pueden mostrar información que a simple vista puede ser errónea.

Otro dato curioso fue la tenencia de hijos, el estudio revela en las descripciones simples que el 61.54% de los consultados tienen hijos y ya al cruzar esta información con estado civil se encontró que el 100% de las personas casadas por ejemplo declaraban tener hijos, este dato afecta el tema de comportamiento en cuanto a actividades, gastos promedios y poder adquisitivo. Sin embargo, si uno lee los datos simples nada más, puede mal interpretar que hay una población concentrada en personas entre 58 y 66 años, en su mayoría solteros y con hijos; siendo la realidad diferente.

Finalmente, demostrado en el estudio la importancia de trabajar con tablas simples, y de contingencia y a la vez su utilidad para valorar los gustos y preferencias de los turistas, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Realizar estudios similares para los 9 departamentos considerando turismo tanto receptivo como emisor a nivel nacional; es decir que, así como se ha analizado la información para el destino La Paz con turistas potosinos, replicar el estudio para

turistas de la ciudad de La Paz con destino de viaje la ciudad de Potosí. De este modo la información puede llegar a ser muy valiosa para decisiones de planificación y promoción del destino.

2. Al haberse desarrollado un muestreo no probabilístico, no es posible realizar inferencia estadística y por lo tanto no se pueden generalizar los resultados a toda la población, por lo que se sugiere realizar estudios con muestra más grandes o bien considerar la posibilidad de aplicar metodologías que incluyan el muestreo probabilístico para reflejar mejor información de la población en su conjunto.

Disponible:

<https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

Organización Mundial del Turismo. (23 de mayo de 2020). UNWTO. [Documento en línea] Disponible:

<https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>

Schiffman, L., & Lazar, L. (2010). Comportamiento del consumidor. México: PrenticeHall.

Referencias

Díaz, T., Rodríguez, E., Vásquez, L., & Velásquez, G. (2012). Guía metodológica para la elaboración de la tesis de grado en Turismo. La Paz: IPIST.

División Estadística. Departamento de Asuntos Exteriores y Sociales. (2010). Recomendaciones Internacionales para las estadísticas de Turismo. Madrid: Naciones Unidas.

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba: Brujas.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. México: Pearson Educación.

Organización Mundial del Turismo. (23 de mayo de 2020). UNWTO. [Documento en línea]