

## NECESIDADES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN UN DESTINO RELIGIOSO EN MÉXICO<sup>1</sup>

### TOURIST SERVICE'S NEEDS, IN A RELIGIOUS DESTINATION IN MEXICO

---

José Luis Melgar Bautista y Marcos Antonio Sánchez Cruz<sup>2</sup>.  
México

#### RESUMEN

Se les llaman bienes y servicios turísticos a todos aquellos que sean necesarios o estén vinculados con el desplazamiento y la estadía hacia y en los sitios de destino, consumidos por individuos que salen de su área domiciliar habitual (Hernández, 1982, p. 13). De acuerdo a la Secretaría de Turismo los destinos turísticos religiosos de México son poblaciones medianas y pequeñas con gran deficiencia de servicios turísticos (Secretaría de Turismo-SECTUR, 2009, pp. 56-57). A pesar de que entre la comunidad profesional existe un acuerdo general sobre este diagnóstico, no se han realizado estudios sobre la necesidad de servicios turísticos en lugares distintos a los destinos tradicionales (Martínez, 2011, p.36). Esta investigación tuvo como objetivo determinar cuáles son las necesidades de servicios turísticos que manifiestan las personas que visitan destinos religiosos. En este caso se trabajó en el Santuario de la Virgen de Juquila en Oaxaca al Sur de México. Uno de los principales destinos de este tipo en el país. Se realizó un estudio descriptivo. Se encuestaron a 40 visitantes, se utilizó un muestreo de tipo intencional. Los resultados mostraron que el servicio de transporte colectivo es el más necesitado. Se sugieren medidas a nivel local para solventar las carencias identificadas.

#### ABSTRACT

Products and services tourism are called all those are necessary or link to travel and stay towards and in destination sites, consumed by individuals who leave their usual home area (Hernandez, 1982, p. 13). According to the Ministry of Tourism there is a big problem in religious tourist destinations in Mexico because medium and small towns have great deficiency of tourist services (Secretaría de Turismo- SECTUR, 2009, pp.56-57). Although between the professional community there is a general agreement on this diagnosis, no studies have been conducted about the tourism services needs in places different than traditional destinations (Martinez, 2011, p.36). This research aimed to determine what tourist service's needs, show people who visited religious destinations. In this case, we worked in the Sanctuary of the Virgin of Juquila Oaxaca in southern Mexico. One of the main destinations of its kind in the country. A descriptive study was conducted. 40 visitors were surveyed, intentional sampling was used. The results showed that the mass transit service is most needed. Local measures are suggested to resolve the identified deficiencies.

#### PALABRAS CLAVE

Servicio turístico, necesidad, Santa Catarina Juquila, México.

#### KEYWORDS

Tourist service, need, Santa Catarina Juquila, México.

---

<sup>1</sup> Recibido el 20 de abril y aceptado el 24 de abril del 2015.

<sup>2</sup> E-mail: jlnuto@hotmail.com

Se les llaman bienes y servicios turísticos, a todos aquellos que sean necesarios o estén vinculados con el desplazamiento y en los sitios de destino, consumidos mayoritariamente por las personas que salen de su área domiciliaria habitual (Hernández, 1982, p. 13).

Los estudios recientes sobre las organizaciones que comercializan servicios han demostrado cuatro desventajas potenciales dentro de lo que esperan y lo que reciben los clientes: (a) No saber qué es lo que esperan los clientes, (b) especificar estándares de servicio que no reflejen las expectativas del cliente, (c) un desempeño del servicio que no se equipara con las especificaciones, (d) no estar a la altura de los niveles de desempeño del servicio que se promueven a través de las comunicaciones de mercadotecnia (Zeithaml, Berry y Parasuraman como se citó en Universidad Tecnológica del Valle Central Mesquital, 2013). Por lo que la identificación de las necesidades específicas de los usuarios resulta de la mayor importancia para la sobrevivencia de las organizaciones.

A pesar de su importancia existen destinos turísticos en México en donde no se han estudiado con suficiente detalle las necesidades de sus visitantes. El Santuario de la Virgen de Juquila en Oaxaca, al sur de México es uno de ellos. Este Santuario recibe en promedio 1 millón de visitantes y genera una derrama económica anual en la población de aproximadamente 360 millones de pesos (Gobierno del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, 2014, p. 201), lo que demuestra el enorme potencial que tiene la localidad. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar cuáles son las necesidades de servicios turísticos que manifiestan las personas que visitan el santuario referido, de tal manera que se cuente con información para planificar proyectos empresariales y se brinde a los inversionistas o al gobierno en sus diferentes niveles, un panorama de la situación actual que sirva de guía para la canalización de los recursos económicos disponibles para estimular el desarrollo económico de la región.

## MÉTODO

---

### PARTICIPANTES

Se encuestó a 40 visitantes que visitaron el Santuario de Santa Catarina Juquila Oaxaca, México; con motivo de la coronación de la virgen (08 de octubre del 2014), se utilizó un muestreo de tipo intencional.

### MATERIALES

Se empleó un cuestionario con 13 preguntas en el que se cuestionó a los visitantes sobre las necesidades de servicios que tuvieron durante su visita. Un juicio de expertos fue utilizado para determinar la validez del mismo.

### PROCEDIMIENTO

Fase 1.- La muestra fue integrada por 40 turistas nacionales que se encontraban en el Santuario de la Virgen de Santa Catarina Juquila Oaxaca, México el día de su coronación.

Fase 2.- Para la recolección de los datos la encuesta fue aplicada en forma individual.

Fase 3.- Los datos fueron analizados mediante un diagrama de afinidad y se obtuvieron las frecuencias relativas de los datos.

## RESULTADOS

---

En la Figura 1 se pueden ver las necesidades de servicios turísticos que manifiestan los turistas encuestados.

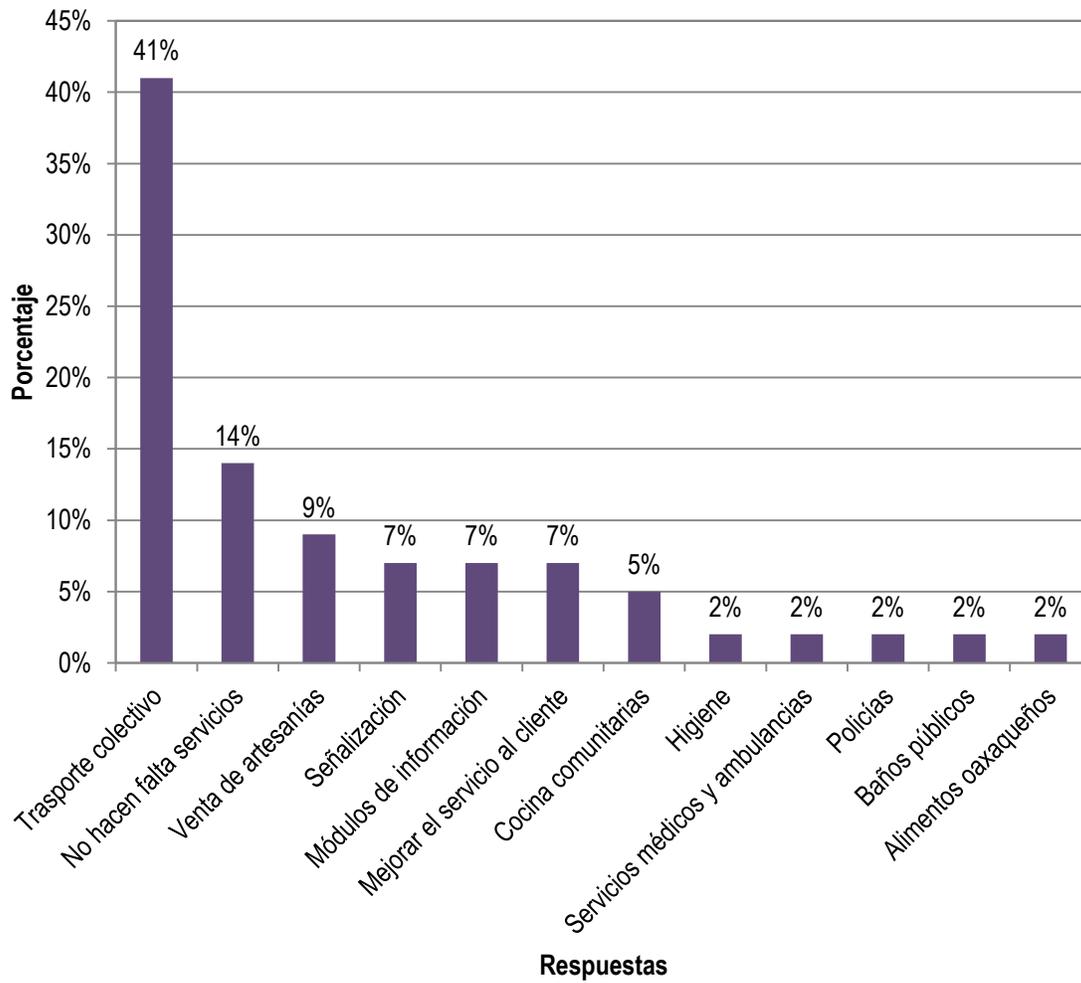


Figura 1. Necesidades de servicios turísticos.

En la Figura 2 se pueden ver las necesidades de servicios complementarios que manifestaron los encuestados.

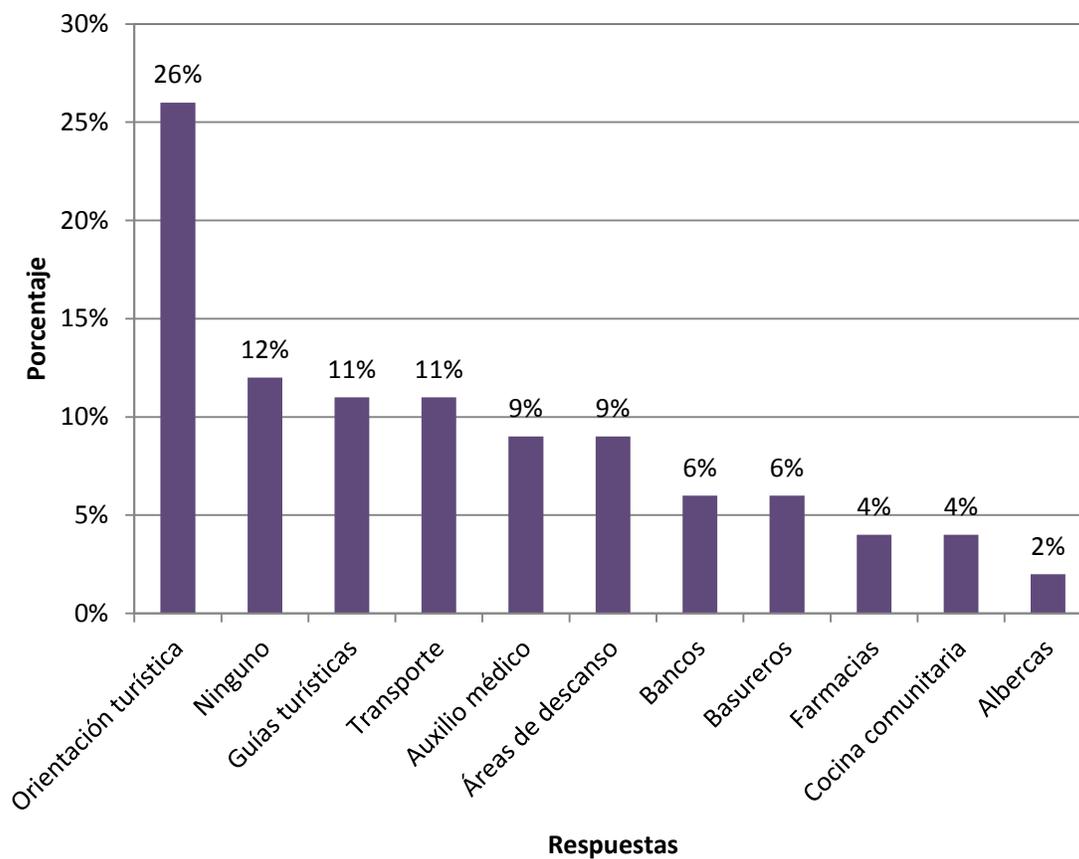


Figura 2. Necesidades de servicios complementarios que manifestaron los encuestados.

La Figura 3 muestra qué otro tipo de experiencias les hubiera gustado tener en su visita en Santa Catarina Juquila Oaxaca, México, a los turistas encuestados.

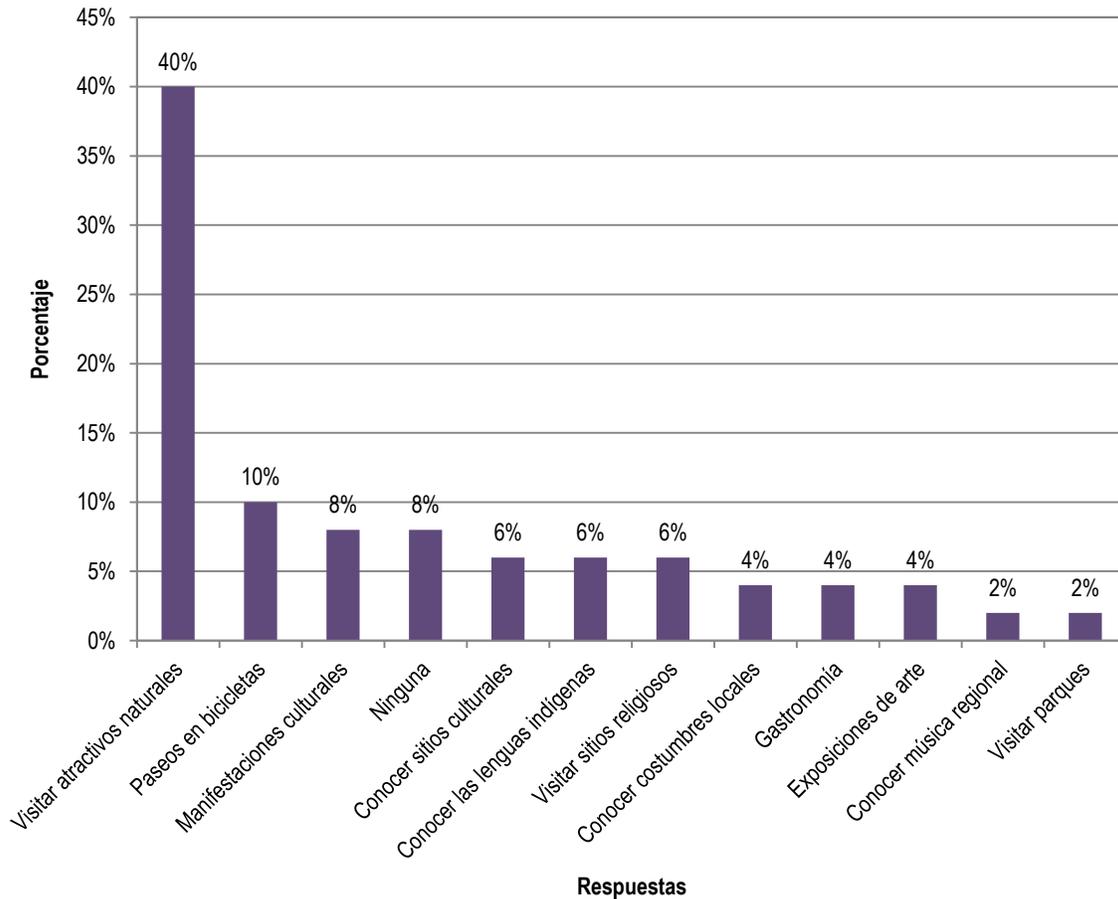


Figura 3. Experiencias alternativas que les hubiera gustado tener en su visita a Santa Catarina Juquila Oaxaca, México, a los turistas encuestados.

## DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que los servicios turísticos que requieren los turistas que visitan Santa Catarina Juquila Oaxaca, México en primer lugar son: servicio de transporte, aunque de igual forma les gustaría encontrar artesanías. Es importante, de acuerdo a lo reportado por

los encuestados mejorar la señalización en las calles y establecer módulos de información para poder orientar a los turistas. Un programa para mejorar la calidad del servicio turístico también debe ser impulsado. Del mismo modo debe de establecerse un programa que asegure el brindar servicios básicos: seguridad, baños públicos, servicios médicos, cocinas comunitarias, etc.

Algunos datos coinciden con los datos reportados por la SECTUR (2009, pp.55-56) en los cuales se señala que en los destinos de fe, hace falta planeación, ordenamiento y equipamiento; como vialidades, estacionamiento, drenaje, limpieza, seguridad, señalización, servicios médicos, sanitarios públicos y agua potable. Es probable que los resultados obtenidos con respecto al servicio de transporte se deban a que en la comunidad solo existe el servicio de taxis y moto-taxis pero no es suficiente para abastecer las necesidades del número de visitas al año. Posiblemente, de acuerdo a los datos recaudados, la venta de artesanías y no solo de souvenirs religiosos pueda tener una demanda importante de los visitantes.

Todos los destinos turísticos buscan ampliar el número de días que permanecen los turistas en la localidad, en este caso esto podría realizarse si se promueven los recursos naturales o culturales de la comunidad, por ejemplo el río o las cascadas cercanas a la comunidad. Un estudio de impacto ambiental debe conducirse para asegurar que se pueda desarrollar este tipo de actividades sin afectar el entorno.

El estudio, aunque modesto, permite de manera rápida visualizar las necesidades prioritarias de los turistas que visitan la zona y puede orientar el desarrollo de un plan de trabajo que pueda beneficiar a la población y a los visitantes de la zona.

## REFERENCIAS

---

- Gobierno del Estado Libre y Soberano de Oaxaca. (2014). *Cuarto informe de gobierno 2010- 2016*. Recuperado el 23 de marzo de 2015, de Transparencia presupuestaria Oaxaca: <http://www.transparenciapresupuestaria.oaxaca.gob.mx/pdf/04/03/Anexo%20estadistico.pdf>
- Hernández, E. (1982). *Planificación turística: Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Martínez, R. (2011). *Turismo espiritual: una alternativa de desarrollo para las poblaciones*. México: Universidad de Guadalajara.
- Secretaría de Turismo-SECTUR. (2009). *Dimensionamiento del turismo espiritual en México*. México: SECTUR.
- Universidad Tecnológica del Valle Central Mesquital. (2013). *Milenio.com*. Recuperado el 15 de octubre de 2014, de Importancia de conocer las expectativas y necesidades de los turistas: [http://www.milenio.com/firmas/universidad\\_tecnologica\\_del\\_valle\\_del\\_mezquital/Importancia-conocer-expectativas-necesidades-turistas\\_18\\_193360730.html](http://www.milenio.com/firmas/universidad_tecnologica_del_valle_del_mezquital/Importancia-conocer-expectativas-necesidades-turistas_18_193360730.html)