

Cathedra et Scientia

International Journal



ISSN: 2448-5322

VOLUMEN 1. NÚMERO 1

ABRIL-SEPTIEMBRE 2015

REVISTA ELECTRÓNICA DE INVESTIGACIÓN

Órgano de Comunicación Científica de la



UN ESPACIO PARA DIVULGAR EL TRABAJO DE LOS DOCENTES Y ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE MÉXICO E IBEROAMÉRICA.

Cathedra et Scientia. International Journal. Volumen 1. Número 1. Abril-Septiembre 2015. Es una Publicación Semestral editada por la Asociación Nacional de Docentes Universitarios A.C. Joaquín Amaro 408, Col. Figueroa, Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México. C.P. 68070, Tel. (951) 5495923, www.profesoresuniversitarios.org.mx, E-mail: profesoresuniversitariosmx@gmail.com. Editor Responsable: Jorge Everardo Aguilar-Morales. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo Número: 04-2014-0718133441000-203. ISSN: 2448-5322. Ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número Jorge Everardo Aguilar Morales, Joaquín Amaro 408, Col. Figueroa, Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México. C.P. 68000. Fecha de última modificación 30 de abril del 2015. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del Editor de la Publicación. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del editor.

CONTENIDO

Volumen 1. Número 1. 2015

EDITORIAL

- **EDITORIAL**7-9

GESTIÓN DE CENTROS TURÍSTICOS

- **TURISMO Y GESTIÓN PRIVADA EN CENTROS HISTÓRICOS CUBANOS.** Maité Echarri Chávez. Universidad de La Habana. Cuba.11-32
- **LA GESTIÓN INTEGRAL DE UN DESTINO TURÍSTICO: MAHAHUAL, COSTA MAYA, QUINTANA ROO, MÉXICO.** Bonnie Lucía Campos Cámara & María Angélica González Vera. Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Políticas y Humanidades. México.33-48

POTENCIAL TURÍSTICO

- **LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL.** Norma Isabel Aguilar Gaytán. Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. México.49-58
- **POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS TECNOLOGÍAS TRADICIONALES EN UNA COMUNIDAD RURAL DEL SUR DE MÉXICO.** Itzel Suhail Sánchez Maldonado. México.59-65

- **POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS ACTIVIDADES DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE MUERTOS EN UNA COMUNIDAD RURAL DE OAXACA, MÉXICO.** María Amalia García Martínez y *Norma Isabel Aguilar-Gaytán. *Asociación Nacional de Docentes Universitarios A.C. México.....67-75

- **POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS FESTIVIDADES DE AÑO NUEVO Y SEMANA SANTA EN UNA COMUNIDAD DE VALLES CENTRALES EN OAXACA, MÉXICO.** Rosa Gloria Gómez-Hernández. México.....77-83

- **POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS PINTURAS Y ESCULTURAS DE LOS EDIFICIOS PÚBLICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE OAXACA, MÉXICO.** Adriana Isabel Ayuso González y Norma Isabel Aguilar Gaytán. Centro Universitario Casandoo / Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. México.85-91

- **POTENCIAL DE LAS ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS EN EL PARQUE NACIONAL BENITO JUÁREZ EN OAXACA, MÉXICO.** Marcos Antonio Sánchez Cruz y José Luis Melgar Bautista. México.93-98

PATRIMONIO CULTURAL

- **PRINCIPALES ELEMENTOS DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN LA COMUNIDAD DE SAN ANDRÉS SOLAGA, OAXACA, MÉXICO.** Edna Chepi Nolasco y Osiel Villegas. Unidos por Tamazulapam A.C. México.....99-100

NECESIDADES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- **CONSUMO DEL TURISTA EN EL COMERCIO INFORMAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE UNA CIUDAD PATRIMONIO EN MÉXICO.** Zoilo Torres Zenon. México.111-117
- **ATRATIVOS QUE BUSCA EL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO EN LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA, MÉXICO.** Christian Amaya López. México.119-125
- **NECESIDADES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN UN DESTINO RELIGIOSO EN MÉXICO.** José Luis Melgar Bautista y Marcos Antonio Sánchez Cruz. México.127-134
- **CONTROL INTERNO EN VENTAS DE CAFETERÍAS EN UNA ZONA TURÍSTICA.** Alfonso Mallinali Nicolás Sosa. México.135-139

EXPERIENCIA DEL TURISTA

- **EXPERIENCIAS NEGATIVAS Y POSITIVAS DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE OAXACA, MÉXICO.** Marcela Cruz Juárez y *Norma Isabel Aguilar Gaytán /*Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. México.....141-146

ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

- **TITULACIÓN INCORPORADA AL PLAN DE ESTUDIOS: EFICIENCIA TERMINAL, PRODUCTIVIDAD ACADÉMICA Y TRABAJO COLABORATIVO.** Jorge Everardo Aguilar-Morales, Edgar Omar Aguilar-Morales y Jaime Ernesto Vargas Mendoza. Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C./ Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C. México.....147-163
- **Requisitos de publicación.....165-168**
- **Consejo Editorial.....169**

EDITORIAL

En México, después de muchos años de abandono de la ciencia y la educación superior, se ha iniciado un proceso de aparente exigencia de una mayor calidad académica. Como a menudo ocurre, el desconocimiento de las causas que explican el control de la conducta humana, hace que con mucha facilidad, al enfrentar una problemática compleja, se simplifique su análisis y se busquen las causas de la misma en las personas y no en los factores estructurales que condicionan el comportamiento de todos los actores. A menos que se realicen cambios estructurales reales, el proceso de transformación de la educación superior será lento y tortuoso.

La vida universitaria no sólo transcurre en las instituciones académicas de élite. Hay miles de estudiantes y profesores que cada día hacen un esfuerzo honesto por mejorar su formación profesional y la calidad de su ejercicio profesional. Lo realizan incluso sin recibir recursos que apoyen su labor académica y científica. Aún más, el trabajo de investigación, las publicaciones y la participación en eventos científicos en numerosas ocasiones es financiado por los propios profesores y sus estudiantes. El acceso a recursos sin duda facilita la labor del profesor universitario, pero también, algo que se ha discutido en diversos foros, lo somete a políticas y medidas administrativas que no siempre colocan a los criterios académicos como el parámetro rector en la toma de decisiones.

El último obstáculo que deben franquear los docentes que se esfuerzan por realizar sus actividades en forma sistemática es la divulgación de su trabajo. Las revistas científicas y los proyectos editoriales deben ser diversos, abiertos, accesibles y plurales. Es cierto que debe haber publicaciones sumamente especializadas con una calidad técnica elevada, pero también es cierto que el investigador que labora en la frontera de la ciencia, desarrolló sus habilidades a lo largo de muchos años y fue alentado por quienes le brindaron la oportunidad de realizar sus primeras publicaciones.

Desde hace algunos años un grupo de profesores universitarios de todo el país, coincidimos en este diagnóstico general y sin dejar de señalar la responsabilidad de todos los actores y la necesidad de que cambien los factores estructurales, decidimos abrir un espacio de ayuda mutua en donde a través del trabajo colaborativo, todos nuestros colegas y todos nuestros estudiantes tengan la posibilidad de mejorar su actividad profesional, así el 15 de mayo del 2014, se constituyó formalmente la Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. con el objetivo principal de ofrecer servicios de apoyo a la labor docente y alentar una mayor y mejor organización de los profesores universitarios de todo el país.

Una de las formas de cumplir estos objetivos es publicar una revista científica que reúna el trabajo de docentes e investigadores consolidados, pero que también se constituya en un foro abierto para las primeras publicaciones de jóvenes que incursionan en esta área. De antemano los editores y los integrantes de nuestra organización agradecen la humildad y la generosidad de todos los investigadores con una reconocida trayectoria por su disposición para compartir este medio con una nueva generación en plena formación. Tenemos la seguridad que nuevamente serán considerados como maestros ejemplares que deben ser imitados.

Nuestra revista tiene una política abierta a la publicación de todo tipo de trabajos. Y aunque en efecto todos los artículos son evaluados y superan un proceso de arbitraje, nos esforzamos al máximo por respetar el trabajo del autor y por facilitar el proceso editorial. Dejamos en la comunidad universitaria y no en el equipo editorial, la valoración de la trascendencia de los trabajos publicados.

Con este primer número iniciamos una tradición que incluirá la publicación de una serie de volúmenes que seguramente enriquecerán el conocimiento en todos los campos de la vida universitaria profesional. La Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. se enorgullece al presentar esta obra, producto del trabajo colaborativo de todos sus agremiados. Todas y todos deben tener la seguridad que este siempre será un espacio seguro para la difusión de su trabajo.

Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

Abril de 2015

TURISMO Y GESTIÓN PRIVADA EN CENTROS HISTÓRICOS CUBANOS¹

TOURISM AND PRIVATE BUSINESS IN CUBAN PATRIMONIAL CENTRES

Maité Echarri Chávez²
Universidad de La Habana
Cuba

RESUMEN

Reconocida en los flujos turísticos como un destino de sol y playa, Cuba dispone de recursos histórico–culturales asociados a sus centros históricos patrimoniales que resultan sus apuestas principales en cuanto a cultura se refiere, al constituir espacios urbanos de especial interés para turistas foráneos y visitantes nacionales. La actual política económica incentiva el desarrollo de la modalidad de turismo cultural y la puesta en marcha de los lineamientos del Partido Comunista de Cuba en el año 2010 han propiciado la proliferación de negocios privados en estos territorios. En la presente investigación se identifican las particularidades de la gestión privada vinculada al turismo en Cuba, para evaluar las dinámicas generadas en el entorno urbano, económico y social del territorio.

ABSTRACT

Recognized by tourist flows as a sun and sea destination, Cuba has historical and cultural resources associated to its patrimonial centers, which constitutes the country's main bets as an urban space of interest for international tourists and national visitors. The current economic policy that encourages the development of cultural tourism and the implementation in 2010 of the guidelines of the Communist Party of Cuba have propitiated the proliferation of private businesses in this territory. In this research are identified the particularities of private management in relation to tourism in Cuba in order to evaluate the dynamics produced in the urban, economic and social environment of the territory.

PALABRAS CLAVE

Turismo, centros históricos, gestión privada

KEYWORDS

Tourism, historical centers, private management.

¹ Recibido el 14 de mayo y aceptado el 15 de mayo del 2015.

² maite_echarri@ftur.uh.cu

Desde mediados de los años 90 del siglo XX, el turismo ha sido para Cuba una de las principales fuentes de obtención de divisas con un peso importante en el Producto Interno Bruto nacional; una propuesta de sol y playa que se combina con destinos patrimoniales vinculados a los centros históricos, varios de los cuales han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). En cada uno de ellos los valores arquitectónicos, urbanos, sociales e históricos les han propiciado el desarrollo de una oferta cultural que atrae alrededor de miles de turistas anuales. La administración estatal de las ofertas existentes se acompaña en la actualidad de propuestas de gestión privada, apodadas legalmente como trabajo o ejercicios por cuenta propia, favorecidas por la actual coyuntura de desarrollo económico que ha incrementado la actividad no estatal en alojamiento, gastronomía y otros servicios, como oferta turística complementaria a la estatal. Sin embargo, más allá del aumento significativo en el número de licencias otorgadas, el objetivo de la investigación parte de la dinámica asociada a este proceso que no ha sido evaluada, para identificar, caracterizar y reconocer los impactos que hoy generan los emprendimientos privados en turismo, para lo cual se toman como referencia los centros históricos de La Habana y Trinidad por constituir los principales destinos de ciudad de la Isla y los mejor posicionados en el mercado turístico nacional. En ambos casos se seleccionaron las actividades de arrendamiento, paladares y venta de artesanías por ser las que están de manera más directa vinculada a la actividad turística.

Entre las medidas desarrolladas en el contexto cubano para viabilizar el desarrollo de las municipalidades, sumado a una serie de factores externos que golpearon a la economía cubana (caída del Campo Socialista y recrudescimiento del bloqueo económico norteamericano hacia Cuba), se encuentra la aprobación de leyes que impulsan la inversión extranjera, el turismo y el trabajo por cuenta propia en la década del 90 del pasado siglo XX, lo cual posibilitó la evolución de la industria manufacturera y los servicios turísticos, interrumpiendo el descenso del producto interno bruto cubano hacia el año 1994 (González, 1995). El trabajo por cuenta propia (TCP) estimula la descentralización de funciones que estaban a cargo del Estado. Esta descentralización se califica como

“desconcentración”, dado que persigue el objetivo de ser una forma racionalmente eficiente de mantener la legitimidad y el poder del Estado como el líder del desarrollo (Vázquez, 2011). Ha sido característico de este desarrollo la presencia de limitaciones, entre ellas: la escasez de recursos, la falta de autonomía de los municipios que les impide participar en la determinación de medidas de carácter nacional, el excesivo control central de las inversiones, la falta de cultura descentralizadora de los gobiernos territoriales, el incremento de la actividad informal y las dificultades de abastecimiento para la pequeña industria local (actividad por cuenta propia). Para febrero de 2014 el número de licencias otorgadas en solo 3 meses se incrementó 1.03 veces, con un total de 455 577 patentes. Entre ellas, 57 776 para elaboración y venta de alimentos, 47 733 para el transporte de carga y pasajeros, 29 952 para arrendadores de viviendas, espacios y habitaciones y 91 978 son trabajadores contratados asociados fundamentalmente a las dos primeras actividades, siendo estas las más representativas. Del total de cuentapropistas, el 68.0% no tenía vínculo laboral anterior, el 18.0% son trabajadores estatales y el 14.0% son jubilados. Se encuentran afiliados al régimen especial de la seguridad social 302 269 personas, contribuyendo con la cuota mínima el 99.0% de ellos. El 51.0% de los trabajadores por cuenta propia está inscrito en el Régimen de Tributación Simplificado. El TCP en el 2013 representó el 3.0% de los ingresos del Estado, cifra que aumentó desde el 1.0% en 2011.

MÉTODO

PARTICIPANTES

Se trabajó con un total de 81 trabajadores por cuenta propia (TCP), los cuales están directamente vinculados a la actividad turística, y representan al total de TCP cuyos negocios están ubicados en los ejes y corredores turísticos del centro histórico según los planes de ordenamiento vigentes y en correspondencia con sus niveles de centralidad principal. La muestra se consideró de forma intencional dada la necesidad de que estos presentaran características específicas, como la actividad

ejercida, el carácter de dueño o propietario del negocio, los años de trabajo vinculados a la actividad de gestión privada, elementos que se consideraron como criterios de inclusión y para la conformación de los grupos de estudio.

MATERIALES

Se emplearon como principales instrumentos la entrevista y la encuesta. Las entrevistas individuales se aplicaron a directivos del Fondo de Bienes Culturales, inspectores de vivienda, especialistas del Plan Maestro, arrendadores de viviendas, espacios y habitaciones, elaboradores vendedores de alimentos en Paladares y vendedores de artesanía. De estas entrevistas se obtuvo información primaria actualizada. Se caracterizaron por tener un tono informal y amistoso. Además son informativas, debido a que sus objetivos se dirigían a recoger información sobre la actividad no estatal referida a opiniones y actitudes de los entrevistados al respecto. Las mismas fueron realizadas en la etapa previa para conocer el problema a investigar.

Se realizaron encuestas en dos momentos. Inicialmente como parte de una prueba piloto a los arrendadores de viviendas, espacios y habitaciones, a los elaboradores vendedores de alimentos en Paladares y a los vendedores de artesanía de forma personal, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria. La misma contó con preguntas abiertas o no estructuradas con el fin de esclarecer las características principales del TCP, para posteriormente elaborar una encuesta más precisa y con preguntas cerradas a un conjunto de cuentapropistas seleccionados de forma intencional, a fin de lograr una mayor veracidad en los datos obtenidos. Se aplicaron tres modelos de encuestas: para los arrendadores de viviendas y habitaciones, para los trabajadores de los paladares y para los vendedores de las galerías. Dichas encuestas fueron diseñadas y validadas por el grupo de investigación Desarrollo Sostenible de Destinos Turísticos de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana y han formado parte de estudios en los centros históricos de La Habana, Trinidad,

Cienfuegos y Camagüey. Para ello se realizaron dos rondas de expertos que incluyeron académicos y especialistas vinculados a la planificación de los territorios objetos de estudio.

Se utilizó el modelo de “Encuestas aplicadas a los cuentapropistas vinculados a la actividad turística”, el cual consta de 18 preguntas que permiten conocer aspectos relacionados con las características del inmueble donde se ejecuta la actividad, las particularidades del servicio, el tipo de oferta, los canales de distribución/comercialización, ingresos generados y perfil del cliente.

PROCEDIMIENTO

La investigación se desarrolló en tres etapas fundamentales.

Fase 1: Se realizaron tres cálculos muestrales utilizándose las fórmulas propuestas por Hernández, Fernández y Baptista (2006) para el cálculo de una muestra probabilística (Figura 1).

$$n'_1 = \frac{s^2}{V^2} \quad n_1 = \frac{n'_1}{1 + (n'_1/N_1)} \quad \left| \quad n'_2 = \frac{s^2}{V^2} \quad n_2 = \frac{n'_2}{1 + (n'_2/N_2)} \quad \left| \quad n'_3 = \frac{s^2}{V^2} \quad n_3 = \frac{n'_3}{1 + (n'_3/N_3)} \right.$$

Figura 1. Fórmulas para el cálculo de muestras probabilísticas (Hernández et al., 2006).

Luego de sustituir los valores se obtuvo una muestra de $n_1 = 34$ (propietarios de Paladares), una muestra de $n_2 = 33$ (propietarios de casas de renta) y una muestra de $n_3 = 14$ (propietarios de ventas de artesanías).

Fase 2: se corresponde con el trabajo de campo y presenta dos momentos, uno previo en el que se realizó la visita a los centros históricos para observar la realidad de la misma respecto al

comportamiento del TCP y al turismo y para aplicar las primeras encuestas aleatorias y las entrevistas. Posteriormente se procedió a aplicar el modelo de “Encuestas aplicadas a los cuentapropistas vinculados a la actividad turística”.

Fase 3: partió de la tabulación y procesamiento de los datos empíricos obtenidos, estableciendo las generalizaciones apropiadas a partir de ellos, utilizando herramientas como el análisis porcentual, la distribución de frecuencias y las medidas de tendencia central: media, mediana y moda. Para el cálculo de los mismos se utilizaron los programas Microsoft Excel y SPSS versión 18.

RESULTADOS

De acuerdo a la estructura de las encuestas aplicadas, se reflejarán las consideraciones relacionadas a las preguntas realizadas de forma general para los tres tipos de actividades evaluadas.

ENCUESTAS A LOS ARRENDADORES DE HABITACIONES Y VIVIENDAS

A partir de los datos arrojados de las encuestas se percibe que el 100.0% de las viviendas empleadas para el arrendamiento de habitaciones y viviendas presenta un estado constructivo bueno. Además, se evidencia que el espacio donde se desarrolla la actividad es propiedad de los arrendadores, o sea, son viviendas propias en el 100.0% de los encuestados, lo cual se debe a que no está permitido el sobre arrendar la vivienda, aunque el encuestado no reside en la misma, al alquilarla completa. Del 95.0% restante que habita en la vivienda, el 65.0% realiza exclusivamente esta actividad privada, mientras que el 30.0% realiza otra actividad, entre las que se pueden mencionar: galerías, paladares y cafeterías siguiendo un orden descendente. El servicio de alojamiento se brinda en las dos monedas en el 25.0% de los casos y solo en pesos convertibles en el 75.0%. Las habitaciones se componen de dos camas. Cabe señalar que el 42.1% de los arrendadores alquilan solamente una habitación,

seguidos por los que alquilan 2 (31.6%), los que alquilan 3 (21.0%) y el 5.3% que alquila más de 3 habitaciones. Los servicios adicionales que se ofrecen son desayuno en el 90.0% de los casos, comida en el 55.0% y servicio de taxi en el 15.0%, pero algunos cuentapropistas vinculan las estancias con clases de idioma y baile, así como excursiones. Las recomendaciones de sus clientes es el principal canal de comunicación por el que comercializan y distribuyen sus servicios el 65.0% de los arrendadores, el cual es sucedido por la Internet para el 60.0%, lo que se debe a que muchos de estos negocios cuentan con páginas propias y con otras que se utilizan para vender esta oferta no estatal en el municipio y en Cuba, asimismo se encuentran representados en redes sociales. Otros medios utilizados son las guías internacionales en un 35.0%, en las que sus clientes los inscriben como señal de satisfacción hacia los servicios recibidos. Los gestores de alojamiento ocupan un lugar en la distribución con un 20.0%, siendo estos los que reciben a los clientes en la estación de ómnibus del municipio o en la entrada del mismo y los conducen hacia las casas de renta de habitaciones, según los requerimientos de los visitantes. Finalmente, se encuentran las Agencias de Viajes privadas y estatales con un 10.0% respectivamente. El precio promedio de la habitación por noche es 20.00 CUC, constituyendo esta cifra la de mayor repitencia entre los encuestados, para un 68.4%, seguidos por los que cobran 10.00 y 15.00 CUC con un 10.5% cada uno y por los que reciben 30.00 y 40.00 CUC con un 5.3% en cada caso, lo cual coincide con los análisis previos que se realizaron en la zona, en los cuales se determinó que el precio promedio de la habitación es 20.00 CUC aproximadamente, dado que se establecen dos tarifas: una para la temporada de alta y otra para la de baja, cobrándose como media 22.00 CUC en la primera y 14.00 CUC en la segunda. En estudios realizados por la Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT) a esta modalidad de alojamiento, se determinó que el 31.0% de estos aumentó el precio de sus habitaciones en el 2013 respecto a años anteriores.

El 100.0% de los encuestados explican que la estancia promedio de los clientes en las casas particulares es de 1 a 4 días, aun cuando un 15.0% afirma que puede extenderse hasta 7 días; sin embargo en los estudios de campo preliminares mediante la prueba piloto aplicada a los arrendadores de viviendas, espacios y habitaciones se determinó que los clientes permanecían como promedio 2

días en estas instalaciones, lo cual coincide con la estancia promedio en los hoteles de ambos municipios. Los ingresos recibidos por los arrendadores se presentan por mes, o sea, es su ingreso promedio mensual. El 25.0% de los encuestados no responde esta pregunta, el 10.0% declaran los impuestos sobre los ingresos personales que pagan como promedio mensualmente y el 5.0% se encuentra dentro de los tres primeros meses en los que no tiene que pagar impuestos, por lo que no controla la actividad en cuanto a este indicador. El promedio de ingresos brutos mensuales de los arrendadores es 312.10 CUC, oscilando entre 150.00 y 800.00 CUC de ingresos mensuales, siendo 150.00 CUC los ingresos más frecuentes. Tras pagar los impuestos, contribuciones y la seguridad social, se obtiene al mes aproximadamente 170.00 CUC de ingreso neto, lo cual equivale a 4080.00 CUP. Si se compara esta cifra con los 391.10 CUP promedio que se perciben por concepto de salario mensual en el sector hotelero estatal, se constata que los beneficios monetarios que genera el sector privado resultan ser más de 10 veces superiores a los que percibe el trabajador estatal.

El 35.0% de los encuestados plantea que el comportamiento del arribo de clientes se encuentra en ascenso e igual cifra afirma que se encuentra estable, mientras que un 30.0% asegura se encuentra en descenso. Esto confirma lo concluido por la ONAT en estudios realizados a los arrendadores en el 2013, en los cuales establecieron que el 29.0% de estos establecimientos tuvieron mayor ocupación en el pasado período que en años anteriores. El número de turistas alojados en casas particulares hasta el 2013 no había decrecido, pero los encuestados aseguran que el gasto promedio de los clientes es inferior comparado con años anteriores, exigiendo precios más bajos; además permanecen pocos días en la vivienda y no consumen los servicios complementarios que se les ofrecen, como desayunos y cenas, lo cual se debe a la presencia de paladares que brindan estos servicios con una mayor calidad y variedad. Los encuestados refirieron que los clientes que consumen sus servicios son 100.0% extranjeros y en el 40.0% de los casos se reciben en ocasiones acompañados de cubanos. Según afirma el 90.0% de los encuestados, los turistas que se alojan en sus establecimientos son igual número en ambos sexos. El 90.0% de los arrendadores reciben clientes que tienen menos de 40 años, el 85.0% los reciben entre los 41 y 59 años y el 75.0% afirma tienen más de 60 años, lo que

refleja que la edad no es un factor que incida en la selección de este tipo de oferta. El 100.0% de los cuentapropistas acogen a los turistas en parejas, el 75.0% con amigos, y los que vienen en familia o solos representan el 50.0% cada uno. En cuanto a los ingresos de los clientes, el 60.0% afirma no conocer esta información, dado que los clientes permanecen muy pocos días en el establecimiento y la interacción entre el arrendador y el arrendatario se reduce al servicio; otros plantean que los turistas consideran de mala educación preguntar esta información. Sin embargo, basándose en los gastos que realizan en la vivienda y en su comportamiento respecto a los precios de los servicios ofertados, el 35.0% plantea tienen medianos ingresos y el 15.0% bajos y el 5.0% altos. La ocupación de los clientes no fue respondida por el 45.0% de los encuestados, por las razones anteriores, pero el 40.0% revela que los clientes que recibe son obreros, empleados y profesionales, el 25.0% que son estudiantes y el 15.0% que son jubilados y desocupados respectivamente. Los principales mercados emisores que reciben los arrendadores de viviendas y habitaciones, proceden fundamentalmente de Italia, Francia, España, Alemania, Suiza, Holanda, Argentina, Reino Unido, Austria y Estados Unidos. Esto coincide con los mercados que llegan al destino por vías estatales de gestión.

El 50.0% de los arrendadores realizan la actividad hace más de 11 años, mientras que el 45.0% desempeñan esta función hace menos de 5 años y solo el 5.0% llevan entre 6 y 10 años. En el caso de Trinidad, no así para La Habana, la mayoría de estos cuentapropistas no iniciaron la actividad después de las facilidades ofrecidas a partir del año 2010, sino que la desempeñaban desde la apertura de este sector social en el año 1997, con el Decreto-Ley No.171/1997 del Consejo de Estado, con el cual los propietarios de viviendas localizadas en el CHU de Trinidad vieron la posibilidad de tener una fuente de ingresos alternativa, debido a que contaban con viviendas con grandes atractivos asociados a su antigüedad, arquitectura y grado de conservación, favorecido este último gracias a esta forma de gestión. Los cuentapropistas que llevan más de 11 años en la actividad opinan que la llegada de clientes a sus instalaciones se encuentra en ascenso, lo cual permite que empleen a otros trabajadores privados, evidenciándose que el 40.0% de los arrendadores contratan empleados, entre ellos las trabajadoras domésticas. De ellos, el 75.0% tiene un solo empleado, en tanto el 12.5% tiene

2 y esta misma cifra cuenta con 4 empleados. El 87.5% de ellos vive en el municipio y el 12.5% fuera del municipio, lo cual lleva los beneficios más allá de los límites municipales.

En el año 2013 el promedio de trabajadores en el sector hotelero estatal era de 2168, mientras que la pequeña empresa privada de alojamiento suma un total de 3093 trabajadores vinculados a la actividad de alojamiento turística, además, la esfera privada ofrece la posibilidad de empleo a 100 trabajadores domésticas, lo cual se constituye en una fuente de empleo atractiva para los residentes.

ENCUESTAS EN LOS PALADARES

El estado constructivo de las viviendas en las que se realiza la restauración es bueno en un 88.9%, regular para el 5.6% y malo para igual por ciento, lo cual se refleja en los espacios de la vivienda que no son empleados para el fin anterior. Estas afectaciones constructivas se evidencian principalmente en los techos. La actividad se realiza, en el 72.2% de los casos, en espacio propios, o sea en las viviendas de los cuentapropistas, mientras que en el 27.8% de los casos son espacios arrendados a otros propietarios privados, lo cual corrobora lo explicado con anterioridad respecto a la utilización de los espacios con fines de arrendamiento. El uso residencial doméstico de las viviendas se sustituye en el 33.3% de los casos para ser utilizadas totalmente para la restauración, aunque en el 66.7% no se utilice solamente para esta, sino que se destina al uso residencial, y en algunas ocasiones coexisten a su vez con el arrendamiento de habitaciones, galerías u otra actividad privada. En los casos en que se utiliza toda la vivienda para la actividad por cuenta propia los dueños de las mismas se desplazan a otras localizadas fuera del centro histórico, existiendo solo un 5.6% de estos que mantiene una vivienda en esta zona. El servicio se ofrece en CUC en el 72.2% de los paladares, mientras que el 27.8% de los encuestados explican que expenden productos tanto en CUP como en CUC. El promedio de plazas con que cuentan es 49.33, siendo 50 la cantidad más común, aunque se presentan entre 15 y 200 plazas. La Resolución 41/2013 del MTSS solo permite como máximo la utilización de 50

plazas, sin embargo en una vivienda pueden coexistir más de un trabajador privado con la misma licencia, por lo que los familiares que la habitan asumen esta actividad hasta sumar el número de plazas que necesiten, lo cual depende también del tamaño de la vivienda, que en estos casos está favorecido por la distribución de la casa trinitaria, la cual responde como generalidad a una tipología única definida como la casa de patio, lo que permite haya el espacio requerido (Gaceta Oficial, 2013). El tipo de oferta que brindan es, en un 88.9% de los establecimientos, típica o tradicional, en un 77.8% internacional, en un 22.2% especializada y en un 5.6% temática. El precio promedio del plato más caro es 13.05 CUC y el precio más utilizado es 15.00 CUC, presentándose el mismo entre los 5.00 y los 20.00 CUC, siendo los más comunes los menús a base de la langosta para el 41.2%, seguido de los platos mixtos de mariscos en el 35.3%, el camarón para el 11.7% y con un 5.9% el pescado y el cerdo respectivamente.

El plato más barato tiene como precio promedio 4.40 CUC y el precio que más se utiliza es 6.00 CUC, oscilando entre 1.00 y 8.00 CUC. Estos son: el pollo en el 29.4% de los paladares, seguido del espagueti y el sándwich en el 11.7% de los casos respectivamente y en menor cuantía se encuentran los vegetales, cremas, tortillas, croquetas, pizzas, tapas y cerdo. Los suministros para el abastecimiento de estos establecimientos lo obtienen el 100.0% de los encuestados de productores locales del municipio, el 44.4% los adquieren también de otros municipios de la provincia y el 27.8% se desplazan hacia otras provincias. Esto se debe a la alta demanda que existe en el municipio de productos como la cerveza y los refrescos enlatados por parte de los residentes locales, los visitantes y los establecimientos privados como los paladares y los arrendadores de viviendas y habitaciones, imposibilitando la estabilidad de estos en los stocks de las tiendas de comercio minorista. Los canales de comunicación a los que recurren los paladares son Internet en el 66.7% de los negocios y de las casas particulares en el 50.0%, las Agencias de Viajes estatales, con las cuales se encuentran en fase embrionaria y las guías internacionales de viajes en las que los inscriben sus propios clientes en el 16.7% de ellos, las recomendaciones y los gestores privados de alojamiento y restauración con un

11.1% y finalmente, las agencias de viajes privadas y las revistas. Quienes no disponen de estos medios completan un 5.6%.

Los clientes que arriban al 50% de los paladares gastan como promedio de 6.00 a 10.00 CUC, mientras que en el 33.3% gastan menos de 5.00 CUC y entre 11.00 y 20.00 CUC en igual por ciento cada uno de los establecimientos. El bajo gasto de los clientes se debe a que estos ofrecen desayunos con precios económicos. El gasto turístico permite que dichas instalaciones tengan un ingreso bruto mensual promedio de 5 462.50 CUC, ingresando entre 1 200.00 y 15 000.00 CUC. Los negocios que obtienen menos de 3 000.00 CUC tienen una oferta más sencilla, o sea, son establecimientos que no venden platos principales, sino tapas y comida ligera, pero ofertan bebidas alcohólicas, en tanto otros obtienen menores ingresos porque llevan poco tiempo de funcionamiento.

La llegada de comensales a estas instalaciones se mantiene en el 38.9% de las mismas estable, en el 33.3% decrece y en el 27.8% crece, pero los turistas que llegan tienden a gastar menos y sus estancias son muy cortas, por lo que es muy difícil lograr que los clientes se fidelicen. Sin embargo, los cuentapropistas que se encuentran en guías internacionales e Internet mantienen un ritmo estable y creciente.

El 27.8% de los establecimientos acoge solamente extranjeros, pero el resto acoge a clientes nacionales y extranjeros. El 88.9% de los encuestados asegura que los turistas que arriban a sus instalaciones son tantos del sexo femenino como del masculino, en tanto el 11.1% establece que son mayormente hombres. Las edades de estos, según el 83.3% de los cuentapropistas, están entre los 41 y los 59 años, para el 77.8% de estos son menores de 40 años, mientras que el 66.7% explica son mayores de 60 años. El 100.0% de los trabajadores afirman que sus clientes vienen en parejas, el 83.3%, van acompañados de sus familiares, el 77.8% están con amigos y el 72.2% llegan solos. El 66.7% plantea que los ingresos de sus clientes son medianos, el 27.8% que son bajos y el 22.2% que son altos.

Los turistas extranjeros que reciben los paladares proceden fundamentalmente de los mercados emisores Italia, Francia, España, Alemania, Canadá, Argentina, Reino Unido, Holanda, Rusia y Suiza; concordando, como se planteaba anteriormente, con los mercados que más frecuentan al municipio, presenciándose a su vez que el turista canadiense aunque no se aloje en establecimientos privados del centro histórico realiza actividades culturales complementarias, lo cual permite que se desarrolle la oferta extrahotelera privada y estatal.

El 100.0% de los encuestados llevan menos de 5 años realizando este TCP, lo que ratifica el hecho de que la paralización de la actividad de los paladares iniciada en el año 1994 repercutió en el municipio haciendo desaparecer esta actividad que es rescatada con la política trazada en el 2010, lo que ha permitido que se generen nuevas formas de empleo, que a su vez, en el 88.9% de los casos contratan a trabajadores. Como promedio cuentan con 6 trabajadores, siendo 4 la cantidad más usual, teniendo de 4 hasta 10 trabajadores. El 100.0% de los empleados viven en el municipio, mientras que el 31.3% de ellos vive específicamente en el CHU, lo cual permite que los ingresos que genera la actividad en el centro de la villa se reinviertan o utilicen en todo el municipio.

ENCUESTAS EN LAS GALERÍAS

El estado constructivo de la vivienda es bueno y regular para el 41.2% de los encuestados, mientras que el 17.6% se ubica en un domicilio en mal estado. El 58.8% de estos se encuentran en sus casas, en tanto el 41.2% son arrendatarios de dichos espacios, propiedad de arrendadores privados. Solo el 5.9% de estos utiliza toda la vivienda para la actividad, residiendo en las afueras del centro histórico. En el 23.5% de estas instalaciones se realizan otras actividades por cuenta propia, siendo las cafeterías, el servicio de masaje y el alquiler de habitaciones las más frecuentes.

Los productos se venden en CUC en el 47.1% de los establecimientos, el 41.2% de ellos los ofrece en las dos monedas y el 11.8% en moneda nacional. Las ofertas son de artesanía en el 88.2% de las galerías, de bordados y tejidos y de plástica en el 35.3%, de tejidos de guano y modistas en el 29.4% y de alfarería en el 17.6%. La menor presencia de productos de alfarería en el CHU se debe a que, a pesar de la fuerte tradición que existe en la ciudad de alfareros, estos se encuentran ubicados en las afueras del centro de la villa, aunque en el último año han ido aumentando su presencia en este entorno. Con el fin de apreciar la variedad de la oferta en las galerías se seleccionaron determinados productos; estos son: las maracas, presentes en el 52.9% de los establecimientos, así como las tallas en madera de pequeño formato; la bisutería se distribuía en el 47.1% de las galerías, las claves en el 35.3%, las estolas y magnetos en el 29.4% de las mismas, los bolsos de guano, llaveros y sombreros en el 23.5% y en menor medida se encontraron las blusas, pinturas pequeñas y tambores con un 11.8%, lo cual refleja que existen productos que se ofrecen en la mayoría de los establecimientos, aunque puede afirmarse que existe variedad en la oferta.

Los productos más demandados entre los clientes son las maracas para el 41.2% de los encuestados, la bisutería para el 35.3% y los sombreros para el 17.7%; se encuentran también con menos demanda los bolsos de guano, las claves, los llaveros, los magnetos y las tallas en madera, apreciándose que el precio promedio de estos artículos oscila entre 1.00 y 4.00 CUC. La oferta se constituye de producciones propias de los cuentapropistas en el 82.4% de los casos, de productores locales en igual por ciento, el 35.3% de esta es suministrada de otras provincias y el 29.4% de otros municipios de la provincia espinosa. El 88.4% de estos trabajadores no utilizan ningún medio para la promoción y distribución de sus servicios, mientras que el 5.9% de ellos son recomendados y promovidos por las casas particulares.

El ingreso promedio mensual que reporta esta actividad es de 371.10 CUC, oscilando entre 80.00 y 750.00 CUC, siendo 300.00 CUC el ingreso más común entre los cuentapropistas. Sin embargo, aunque los ingresos sean sustanciales en comparación con la retribución en el sector estatal, el 64.7%

de los encuestados afirma que el arribo de clientes a sus galerías ha descendido y solo el 17.6% de ellos afirma se encuentra estable o aumenta, lo cual puede ser la causa por la que el sector estatal se mantiene en la preferencia al brindar seguridad y estabilidad laboral y monetaria, aunque los ingresos sean cuantitativamente inferiores.

Es importante indicar que al 70.6% de estos establecimientos arriban clientes nacionales y extranjeros, en tanto al 23.5% de los mismos solo arriban extranjeros y el 5.9% de ellos afirma solo recibe nacionales. Los países de los que estos proceden son Italia, Francia, España, Alemania, Canadá, Argentina, Rusia, China, Suiza, México, Reino Unido, Australia y Dinamarca. El 76.5% de los encuestados afirma que vienen en igual magnitud clientes de los dos sexos, mientras el 11.8% de ellos asegura son mayoría hombres e igual cifra que son mayoría mujeres, lo cual refleja que existe un equilibrio entre ambos sexos. El 88.2% de los cuentapropistas plantean se encuentran entre los 41 y 59 años, el 70.6% afirma que son menores de 40 y el 58.8% que son mayores de 60. Asimismo afirman que el 82.4% vienen en parejas, el 76.5% con amigos o solos y el 64.7% en familia. La ocupación de los mismos no la responden el 29.4% de los encuestados, al plantear que su contacto con los clientes se limita al servicio, no obstante el 58.8% de estos opina que sus clientes son obreros y empleados, el 52.9% que son estudiantes, el 35.3% que son profesionales y jubilados y el 23.5% que son desocupados. En cuanto a los ingresos de los clientes el 58.8% plantea que son bajos y medianos y 17.6% que son altos.

Por otra parte, en lo que respecta al tiempo, el 88.2% de los artesanos realizan la actividad hace menos de 5 años, en tanto el 11.8% de estos llevan entre 6 y 10 años desempeñándose como tal. El 58.8% de estos trabajadores contrata mano de obra, aunque en la mayoría de los casos solo tienen un empleado, contratando hasta dos. De los establecimientos que tienen trabajadores contratados, el 50.0% proceden del municipio, el 40.0% del CHU y el 10.0% tiene empleados de ambas locaciones.

DISCUSIÓN

A modo de comparación, las diferencias más significativas están relacionadas con las galerías y ventas de artesanías. El estado constructivo de la vivienda es bueno en los hostales y paladares, sin embargo en las galerías existe un 41.2% que se encuentra en estado regular y un 17.6% que está en mal estado. Esto se debe a que esta actividad se realiza en el 88.2% de las galerías hace menos de 5 años, desde las facilidades ofrecidas en el 2010, por lo que todavía no se han adquirido suficientes ingresos o estabilidad para enfrentar las reparaciones en las viviendas, como lo hicieron los arrendadores de viviendas quienes desarrollan la actividad en el 50.0% de los casos hace más de 10 años, lo que les ha permitido restaurar sus viviendas, recuperar los murales de las paredes y adquirir artículos de la época de construcción del inmueble para enriquecer el valor de la vivienda y su atractivo para el turismo.

La actividad privada se localiza, en el caso de las casas particulares, en la vivienda de los cuentapropistas dado que, como se afirmaba en epígrafes anteriores, no está permitido sobrearrendarla, sin embargo en el 27.8% de los paladares y en el 41.2% de las galerías se ubican en espacios arrendados a propietarios privados, lo cual refleja que se invierten capitales provenientes de las afueras del CHU, permitiendo que el mismo se enriquezca en cantidad, variedad y calidad de la oferta extrahotelera privada, la cual complementa a la estatal.

Estas actividades por lo general no ocupan toda la vivienda, sin embargo una modalidad de alojamiento lo constituye el arrendamiento de la vivienda entera y la restauración va ganando espacio en este sentido, dado que el 33.3% de los paladares analizados utilizan toda la vivienda para la actividad, ya sea propia o arrendada.

Los clientes por lo general provienen de otras casas particulares y los medios de promoción y comercialización más utilizados por estos dos son la Internet y las recomendaciones, mientras que el 88.2% de las galerías no emplea ninguna de estas vías para promover su negocio.

El comportamiento de la llegada de visitantes a los establecimientos privados ha sido irregular, debido a que en las casas particulares y paladares se encuentran prácticamente en igual medida los que han ascendido, los que están estables y los que han presenciado un descenso, lo cual refleja que la ubicación que los mismos presentan no les exime de tener bajos ingresos y ocupación, debiendo buscar vías a través de las cuales promover sus servicios y mejorar la calidad de su oferta.

Esta forma de empleo no estatal mantiene un alto atractivo dado que el promedio de ingresos mensuales de estos establecimientos es 312.10 CUC para los hostales, 5 462.50 CUC para los paladares y 371.10 CUC para las galerías. Si se comparan los 312.10 CUC que equivalen a 7490.40 CUP con los 391.10 CUP que se pagan como media mensual a los trabajadores del sector hotelero, se observa que este último representa el 5.2% del ingreso de las casas particulares, por tanto es más beneficiosa económicamente que la oferta de empleo estatal.

La mayoría de los paladares y galerías se crearon después de la puesta en marcha de los lineamientos del VI Congreso del PCC, sin embargo el 55.0% de las casas particulares analizados se encontraba desarrollando estas funciones desde antes del 2010, lo cual refleja que esta es una actividad que se encuentra enraizada, constituyendo una ventaja ante la nueva oferta, ya que estas viviendas se encuentran posicionadas en sus mercados objetivos mediante la utilización fundamentalmente de la Internet.

La utilización de empleados es otro aspecto que permite se mejore la calidad de la oferta, por lo que el 88.9% de los paladares y el 58.8% de las galerías emplean mano de obra, y en el caso de las casas

particulares el 40.0% de ellas la utiliza también, el resto de los arrendadores son, por lo general, amas de casa que alquilan una sola habitación, por lo que no requieren de apoyo.

Las características de los clientes coinciden en el hecho de que el sexo no sea un factor para consumir la oferta privada, adquiriendo estos servicios en igual medida tanto los hombres como las mujeres. Las edades de estos clientes en el caso de las casas particulares son fundamentalmente menores de 40 años, mientras que para los paladares y las galerías se encuentran principalmente entre los 41 y 59 años, destacándose entre ellos los obreros y empleados, los profesionales y los estudiantes. La mayoría de ellos vienen en parejas y sus ingresos según opinan los cuentapropistas son por lo general medios.

El trabajo por cuenta propia después del triunfo de la Revolución cubana ha tenido diferentes momentos de reanimación, pero no es hasta el año 2010, con la puesta en marcha de la Resolución 32/2010 dictada para dar cumplimiento a los lineamientos de VI Congreso del Partido y la Revolución, que alcanza una mayor presencia al permitir la incorporación a este sector de todas las ramas de la sociedad. En el caso de los destinos turísticos patrimoniales en Cuba, se comparten recursos históricos, patrimoniales, arquitectónicos y naturales bajo las formas de gestión estatal y no estatal, jerarquizando determinados sectores dentro del centro histórico, en el cual se concentran la mayoría de los recursos patrimoniales y entidades turísticas del sector privado. La identificación de los impactos que genera el trabajo por cuenta propia relacionado con el turismo en Centros Históricos Patrimoniales cubanos permitió evaluar su dinámica en el entorno urbano, económico y social evidenciándose que los arrendadores de viviendas y habitaciones, los paladares y las galerías son las actividades más relacionadas a la actividad turística, siendo los paladares y las galerías los más favorecidos con la reapertura del trabajo por cuenta propia en el año 2010, en tanto los arrendadores de viviendas y habitaciones han mantenido una presencia más estable en el tiempo, con una experiencia en dichas funciones de más de 10 años. Los impactos de mayor significación están asociados a la recuperación y al mejoramiento de las fachadas e inmuebles, la diversificación de las fuentes de empleo, la mayor

remuneración económica para propietarios y trabajadores contratados, la mayor presencia femenina y de cuentapropistas comprendidos en la edad laboral así como el desarrollo de movilidades laborales, de abastecimiento y financieras desde y hacia el centro histórico, incentivando los flujos monetarios y sociales de trabajadores y propietarios.

REFERENCIAS

- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, (82), 157-171.
- Echarri, M. & Alcebo, C. (2007). Turismo cultural. En: H. Ayala (Ed), *Apuntes sobre modalidades turísticas. Características y situación actual* (pp. 130-162). La Habana: Félix Varela.
- *Gaceta Oficial de la República de Cuba, Consejo de Ministros, Decreto No. 152 Ext.* La Habana, Cuba, No. 12, (21-10-1994).
- *Gaceta Oficial de la República de Cuba. Consejo de Ministros. Decreto No. 118* del “Reglamento para la ejecución de la ley de protección al patrimonio cultural”. La Habana. Cuba (3- 11-1983).
- González, A. (Enero-Marzo 1995). La economía cubana en 1994 y escenarios para 1995. *Cuba: Investigación Económica*, (1), 2-20.
- González, R. (2007). La asociatividad como estrategia de competitividad de microemprendimientos turísticos en el departamento Minas zona norte de la provincia de Neuquén. *Libro de Ponencias: Jornadas de Investigación y Extensión* (pp. 177-184). Neuquén: Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.
- Mallor, E., González-Gallarza, M. & Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 269-284.
- Salinas, E. (2013). Uso turístico del sitio, En: G. Bezoari, E. Salinas & N. Benítez (Eds), *San Isidro en el Valle de los Ingenios*. Segrate: Maggioli Editore.

- Troitiño, M. (2007). Estrategias sostenibles en destinos patrimoniales: de la promoción a la gestión integrada e innovadora. *Estudios Turísticos*, 172-173 (8) 225-232.
- Vázquez, M. (2011). Reflexiones en torno a la recaudación de recursos financieros para el desarrollo local, y la equidad impositiva, su evaluación en Santiago de Cuba. *Observatorio Iberoamericano del desarrollo local y la economía social*, 5(10).
- Vázquez-Barquero, A. (2009) Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Universitas Forum*, 1(2), 24-26.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS CUENTAPROPISTAS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Estimados/as: Por su experiencia en la actividad privada solicitamos nos ayuden con los siguientes cuestionarios. Le agradecemos de antemano por su ayuda.

1. Estado constructivo del inmueble: Bueno Regular Malo
2. Servicio en: moneda nacional pesos convertibles
3. Cantidad de habitaciones disponibles para arrendar: _____
4. Camas por habitación: _____
5. Precio por noche y por persona: _____
6. Otros servicios que brindan:
 Desayuno Comidas Excursiones y recorridos
 Taxi Clases de idioma Clases de baile
 Ninguno Otro ¿Cuál? _____
7. Características del espacio donde se encuentra la actividad privada en el inmueble:
 Propio Arrendado a un propietario privado Arrendado al Estado
8. ¿Se utiliza todo el inmueble para el negocio? Sí No
En caso de no, qué otras actividades se realizan en el mismo:
 Residencial Otra actividad ¿Cuál? _____
 Otra actividad por cuenta propia ¿Cuál? _____
9. Si se promocionan por alguna vía: Recomendaciones
 Páginas amarillas de ETECSA En Internet AAVV estatal
 Gestor privado Casas particulares AAVV privada
 Ninguna Otra ¿Cuál? _____
10. Ingreso medio (puede ser semanal, mensual, anual. A al menos cuanto se tributa por concepto de impuesto): _____
11. ¿Cómo ha sido el comportamiento de las llegadas de turistas a su vivienda en los últimos años?
 Ascenso Estabilidad Descenso
12. Origen de los clientes:
12.1 Nacionales: Del mismo municipio De otros municipios

- 12.2 Extranjeros:
- | | | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Italia | <input type="checkbox"/> España | <input type="checkbox"/> Holanda | <input type="checkbox"/> México | <input type="checkbox"/> Alemania |
| <input type="checkbox"/> EE.UU. | <input type="checkbox"/> Suiza | <input type="checkbox"/> Turquía | <input type="checkbox"/> Bélgica | <input type="checkbox"/> Reino Unido |
| <input type="checkbox"/> Francia | <input type="checkbox"/> Austria | <input type="checkbox"/> Australia | <input type="checkbox"/> Rusia | <input type="checkbox"/> Dinamarca |
| <input type="checkbox"/> China | <input type="checkbox"/> Brasil | <input type="checkbox"/> Costa Rica | <input type="checkbox"/> Corea | <input type="checkbox"/> Groenlandia |
| <input type="checkbox"/> Namibia | <input type="checkbox"/> Japón | <input type="checkbox"/> Jamaica | <input type="checkbox"/> Canadá | <input type="checkbox"/> Venezuela |
| <input type="checkbox"/> Finlandia | <input type="checkbox"/> Argentina | <input type="checkbox"/> Sudáfrica | <input type="checkbox"/> Otro país | ¿Cuál? _____ |
13. ¿Cuáles son las características fundamentales de sus clientes?
- 13.1 Sexo: Mayoría mujeres Mayoría hombre Independiente del sexo
- 13.2 Edad: Menores de 40 De 41 a 59 Más de 60
- 13.3 Grupo: Parejas Familia Amigos Solos
- 13.4 Ingresos: Altos Medianos Bajos
- 13.5 Ocupación: Desocupados Estudiantes Obreros y empleados
 Profesionales Jubilados
14. Estancia promedio de los clientes:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> De 1 a 3 noches | <input type="checkbox"/> De 4 a 7 noches | <input type="checkbox"/> De 8 a 15 noches |
| <input type="checkbox"/> Más de 15 noches | | |
15. ¿Viven los dueños en el centro histórico? Sí No
16. Tiempo que lleva realizando esta actividad:
- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Menos de 5 años | <input type="checkbox"/> De 5 a 10 años | <input type="checkbox"/> Más de 10 años |
|--|---|---|
17. ¿Tiene empleados contratados? Sí No
- En caso de sí, cuántos: _____
18. ¿Dónde viven los empleados?
- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> En el Centro Histórico | <input type="checkbox"/> En el Municipio | <input type="checkbox"/> Fuera del Municipio |
|---|--|--|

LA GESTIÓN INTEGRAL DE UN DESTINO TURÍSTICO: MAHAHUAL, COSTA MAYA, QUINTANA ROO, MÉXICO¹

INTEGRATED MANAGEMENT OF A TOURIST DESTINATION: MAHAHUAL, COSTA MAYA, QUINTANA ROO, MEXICO

Bonnie Lucía Campos Cámara & María Angélica González Vera ²
Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Políticas y Humanidades.
México

RESUMEN

La gestión integral es un tema de gran importancia para los diferentes actores vinculados a un destino turístico. Las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad de base de gestión. Mahahual es un destino turístico ubicado al sur del estado de Quintana Roo analizado como unidad base de gestión de acuerdo a lo expuesto por Valls (2004). Se realiza una reflexión y se plasma una propuesta de modelo sistémico de Mahahual tratando de expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Aún falta incrementar estos estudios por la academia, además es necesario que se transfiera la poca información generada a todos los niveles de gobierno para los tomadores de decisiones con la finalidad de que sean aplicados. Mahahual como nuevo destino turístico tiene la posibilidad de no repetir el modelo que se observa en Cancún, la Riviera Maya y Cozumel.

ABSTRACT

Integral management is a topic of relevant importance for the different actors linked to a tourist destination. Tourist politics found in destination basic unit of management. Mahahual is a tourist destination situated in the south of the Quintana Roo state, which is analyzed as a base unit of management according to Valls (2004). This article presents a reflection of the current situation in Mahahual and a proposal of its stated from a systemic model of Mahahual trying to enumerate the elements that are part of the touristic system, its interrelationships and its relationship with the external environment is shown. It is necessary to increase this type of studies by experts in this topic and the information generated should be spread at all levels of government so decision takers can apply the knowledge gained. Mahahual as a new tourist destination has the possibility of not repeating the model that can be observed in Cancún, la Riviera Maya and Cozumel.

PALABRAS CLAVE

Gestión integral, Destino turístico, Modelo sistémico.

KEYWORDS

Integrated management, tourist destination, systemic model.

¹ Recibido el 10 de junio y aceptado el 11 de junio del 2015.

² E-mail: bonniecamoscamara@gmail.com y bonnie@uqroo.edu.mx

MARCO CONCEPTUAL PARA ABORDAR LA GESTIÓN INTEGRAL DE UN DESTINO TURÍSTICO

De acuerdo con Valls (2004) las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad base de gestión. Para ello existen una serie de características que se deben tener presentes:

(1) Espacio geográfico homogéneo: Espacio común, capaz de soportar objetivos de planificación, se identifica al destino con una localidad o con un núcleo turístico, una zona turística, un municipio, una región o cualquier espacio geográfico. El destino turístico se puede asociar a cualquier unidad territorial que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla. (2) La segunda característica del destino es que debe adquirir centralidad, es decir, que debe ser un territorio que los viajeros tomen como objetivo de visita, por lo que el hecho de desplazarse constituye un elemento determinante de la experiencia turística. El criterio de centralidad que atrae a la gente se deduce de la necesidad de que se produzca una masa crítica suficiente de turistas y visitantes que posibilite su desarrollo; donde cada destino deberá decidir cuál es la capacidad de carga que quiere para su territorio. (3) La tercera característica, es a partir de los atractivos y recursos disponibles y puestos en valor, el destino debe presentar una oferta estructurada al servicio de algunas determinadas satisfacciones de los clientes. Es decir, un sistema integrado en el que los recursos, los atractivos y las empresas se ofrecen en conjunto a los turistas, una serie de instalaciones y servicios que han sido diseñados para su satisfacción; la puesta en valor de los atractivos y activos de un lugar, se ordena en función de unas determinadas satisfacciones buscadas por los clientes. (4) La cuarta característica del destino es que debe existir una Marca que se presente en forma de imagen atractiva que simbolice toda la oferta y facilite su identificación en los mercados. (5) La quinta refiere sobre la función comercializadora, es decir, la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre la base de una visión estratégica o un plan conjunto.

Considerando estas características, un destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar, se define como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y comercializándose teniendo en cuenta su carácter integral (Valls, 2004, p.19).

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (Marketing...una herramienta más para el turismo, 2015).

Sin embargo, Jafari (2000) condiciona su existencia a la presencia de los siguientes tres aspectos: grandes unidades geográficas agrupadas o áreas que disponen de atracciones y servicios; población que durante la temporada turística aumenta extraordinariamente gracias a los visitantes, y economía dependiente, en un elevado porcentaje, de las transacciones que realizan los turistas.

En este trabajo es importante partir de un modelo de enfoque sistémico para entender la funcionalidad de un destino turístico.

Modelo de enfoque sistémico

Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística. Algunos

casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda.

Según Petrocchi (2001) el modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes.

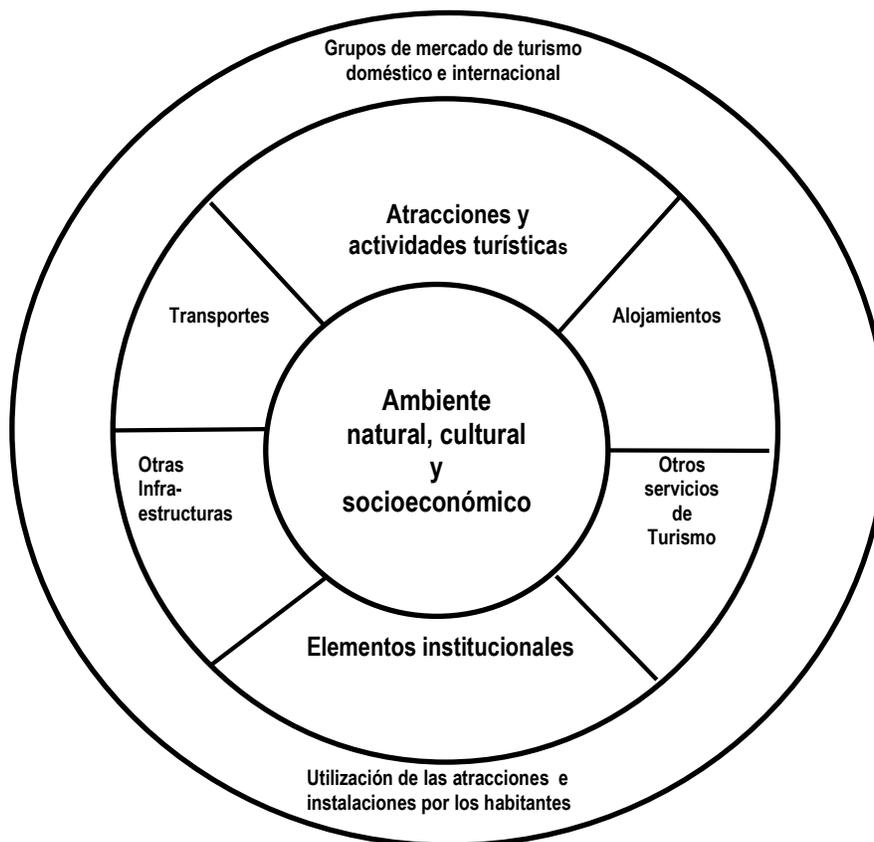


Figura 1. Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep (Petrocchi, 2001, p.18).

Existe el modelo estructural de origen brasileño propuesto por Beni en su tesis de doctorado (1998), donde el autor propone un complejo Sistema de Turismo (SISTUR).

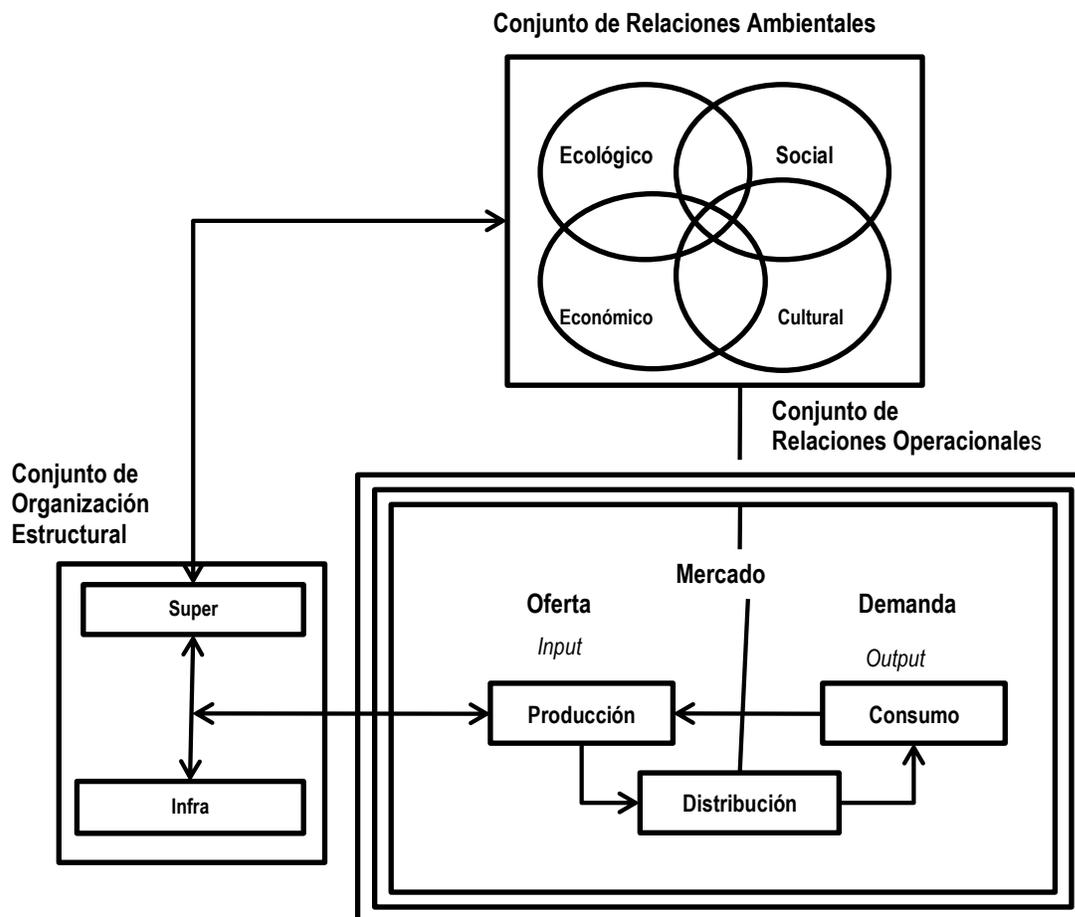


Figura 2. Modelo teórico de enfoque estructural de Beni (1988, p. 44).

El modelo de Beni selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados. Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural y de las Relaciones Operacionales.

Para este trabajo queda claro que los destinos turísticos deben caracterizarse con un enfoque integral y para ello se debe considerar su funcionalidad.

Funciones de un destino turístico

Los destinos configuran estructuras urbanísticas, sociales, culturales, etc. en forma de red, a fin de alcanzar la mejor calidad de vida de los consumidores internos.

De acuerdo con Valls (2004) las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos:

- (1) Calidad de vida de sus ciudadanos, refiere aspectos como el uso del espacio para vivir, el uso del espacio para el intercambio; el uso del espacio para producir actividades económicas, uso del espacio para crear, compartir raíces y enriquecerse con otras, es el desarrollo cultural y formación, y el uso del espacio para desarrollar actividades de diversión, deporte, ocio y turismo. (2) Competitividad internacional, se relaciona con exportar, atraer capitales, convertirse en centro de acontecimientos de ámbito mundial ser vanguardista en tecnología y redes y atraer turistas y visitantes. (3) Desarrollo económico superior; el crecimiento de la industria del turismo y del ocio en el ámbito internacional permite deducir que la organización parcial o total de un territorio a su servicio permitirá un nivel de desarrollo superior a cualquiera de las combinaciones posibles de los distintos factores productivos. (4) Satisfacción; los destinos deben presentar paquetes de experiencia, entendidas como satisfacciones que los consumidores internos y externos alcanzan a través de los productos de naturaleza, patrimonio y cultura, deporte, aventura, descanso, cuidado del cuerpo, relación con la gente, etc., convenientemente estructurados.

La importancia de los Indicadores de Gestión Integral del Destino

Es importante considerar que los indicadores actúan como testigos de la evolución y la consecución de objetivos concretos de planificación. Se trata de identificar los más adecuados para cada destino, de modo que, analizando su evolución de forma periódica, se pueda precisar si las medidas aplicadas son las adecuadas y si se alcanzan las metas parciales establecidas.

Este tipo de indicadores se ha circunscrito a los siguientes grupos: (a) Indicadores económicos, (b) Indicadores sociales, (c) Indicadores medioambientales.

El Caso de Estudio: Mahahual, Costa Maya

La región denominada corredor Costa Maya, localizada en la franja costera de Punta Herrero a Xcalak, en el municipio de Othón P. Blanco, estado de Quintana Roo, presenta ecosistemas de gran biodiversidad susceptibles de ser aprovechados para el desarrollo sostenible de las actividades productivas. Regionalmente la costa maya está rodeada de áreas naturales protegidas de carácter federal y estatal (o en su caso las incluye parcialmente), tan importantes como la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an, la Reserva de la Biósfera banco Chinchorro, Arrecifes de Sian Ka'an, Uaymil y la Reserva Estatal santuario del manatí Bahía de Chetumal.

Mahahual forma parte de la Costa Maya, que hasta fines del siglo XX fue una pequeña villa de pescadores poco conocida. Actualmente, es un destino turístico analizado como unidad base de gestión de acuerdo a lo expuesto por Valls (2004), basándose en las características que las políticas turísticas presentan:

(1) Espacio geográfico homogéneo: Cumple al 100% con esta característica toda la Costa Maya de la cual forma parte y soporta los objetivos de planificación que el gobierno del estado de Quintana Roo presenta en el Decreto mediante el cual se reforma el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial

de la Región Costa Maya, Quintana Roo (2006) y en el Programa de Desarrollo Urbano (2005, desarrollado por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, Gobierno del estado de Quintana Roo, Administración 2011-2016). La idea gubernamental es generar fuentes de empleo y desarrollo social con base en la apertura de oportunidades empresariales que aprovechen la fortaleza de la biodiversidad local como potencial para nuevos segmentos turísticos, y la condición de zona estratégica en la cuenca del Caribe y frontera con los países de Centroamérica (Ver figura 3).



Figura 3. Ubicación del área de estudio, Región Costa Maya: Mahahual, Quintana Roo, México.

(2) En cuanto a que el destino turístico debe adquirir centralidad, cumple al 100% tomando en consideración que el acceso terrestre se ha mejorado con el paso de los años al ampliar la carretera principal Cafetal-Mahahual y Mahahual-Xcalak, sustituyendo al antiguo camino de terracería aledaño a la zona costera. El acceso marítimo a la zona se logró a través de la construcción del muelle de

cruceros en el 2000, que empezó operaciones en el 2002, de ahí que el turismo masivo de sol y playa es muy importante por lo que respecta a la capacidad de carga para el destino. En la Tabla 1 se observa cómo el arribo de pasajeros ha ido en aumento y solamente existen descensos en arribo cuando la vulnerabilidad ambiental del destino se hace presente como con la llegada del huracán Dean en 2007, que destruyó el muelle poniéndose nuevamente en operación hasta finales del 2008; otra situación fue la influenza, enfermedad que en 2009 ocasionó a nivel internacional una crisis económica para la actividad turística.

Tabla 1.
 Movimiento de pasajeros y arribos de Cruceros 2002-2012.

Año	Concepto	Totales
2002	Pasajeros	292,556
	Arribos	141
2003	Pasajeros	374,464
	Arribos	175
2004	Pasajeros	550,427
	Arribos	241
2005	Pasajeros	650,263
	Arribos	294
2006	Pasajeros	749,068
	Arribos	365
2007	Pasajeros	553,069
	Arribos	266
2008	Pasajeros	66,307
	Arribos	35
2009	Pasajeros	328,703
	Arribos	133
2010	Pasajeros	655,189
	Arribos	223
2011	Pasajeros	560,625
	Arribos	215

(continúa)

Año	Concepto	Totales
2012	Pasajeros	2,286,278
	Arribos	989

Fuente: Adaptado de Gobierno del estado de Quintana Roo (2013).

(3) La tercera característica, se presenta a partir de los atractivos y recursos disponibles, ante ello, el destino presenta una oferta aún no estructurada, es decir, no es un sistema integrado en el que los recursos, los atractivos y las empresas ofrezcan en conjunto a los turistas, una serie de instalaciones y servicios que hayan sido diseñados para su satisfacción, aún falta elaborar por las instituciones de gobierno (Secretaría de Turismo y Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo) los estudios pertinentes para obtener la información respecto a las necesidades de los clientes que visitan dicho lugar. (4) En cuanto a la cuarta característica, se puede afirmar que como Marca, el destino presenta una imagen atractiva que facilita su identificación en los mercados internacionales y nacionales, esta se conoce como Grand Costa Maya, refiriéndose a toda la región ubicada al sur del estado de Quintana Roo, donde Mahahual resalta por su accesibilidad. (5) Finalmente, la última característica se dirige a la función comercializadora para el destino, efectivamente existe en el gobierno del estado una visión estratégica que aplica en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino (desde Pulticub hasta Xcalak).

MÉTODO

Existe para el estudio de caso la investigación realizada por Castillo-Villanueva et al. (2012), el cual tuvo como objetivo del proyecto generar un Modelo de Desarrollo Sustentable de la Zona Turístico-Costera: La Región Costa Maya, Mahahual, Quintana Roo, México, cuyo diseño formará parte de una propuesta para el monitoreo del desarrollo sustentable costero.

La elaboración de los indicadores de desarrollo sustentable utilizados en este proyecto tuvo como base la metodología del esquema Presión Estado Respuesta (PER). Para ello, se definieron 24 variables que fueron clasificadas en cuatro dimensiones (social, económica, ambiental e institucional) y, según su tipo, en indicadores de presión, estado o respuesta.

Para obtener los resultados se trabajaron las dimensiones económica, social, ambiental e institucional del desarrollo sustentable, dando como resultado la obtención de índices que permiten la elaboración del Modelo de Desarrollo Sustentable para la zona turística-costera de Mahahual.

En la elaboración de los diferentes escenarios para la zona de estudio se hicieron evidentes muchas necesidades, por ejemplo, la falta de información fue la más visible para cada una de las dimensiones del área de estudio, por lo que se sugiere la necesidad de realizar en un futuro cercano estudios más detallados de la zona.

Además, al identificar los impactos ambientales, sociales y económicos que ocasionan los desarrollos turísticos y los fenómenos derivados del proceso de urbanización, hacen de ellos asuntos importantes que es necesario sean incorporados a la agenda ambiental con la finalidad de poder llevar a cabo en la zona costera acciones en la toma de decisiones apegadas a la realidad que presenta el territorio y tomando en cuenta la percepción de la comunidad.

MODELO DE ENFOQUE SISTÉMICO DE MAHAHUAL

Para entender la funcionalidad de Mahahual como un destino turístico bajo el enfoque sistémico es necesario considerar lo plasmado en la Figura 4, en este modelo de sistema turístico se consideran en primer plano las dimensiones del desarrollo sustentable: lo económico, lo ambiental, lo social e institucional; en segundo plano todo lo concerniente a las actividades turísticas y finalmente en un tercer plano los fenómenos hidrometeorológicos y las tendencias económicas internacionales

(globalización). Es importante mencionar que el enfoque con el que se construyen los diferentes planos responde tanto a lo interno (endógeno) como a lo externo (exógeno).

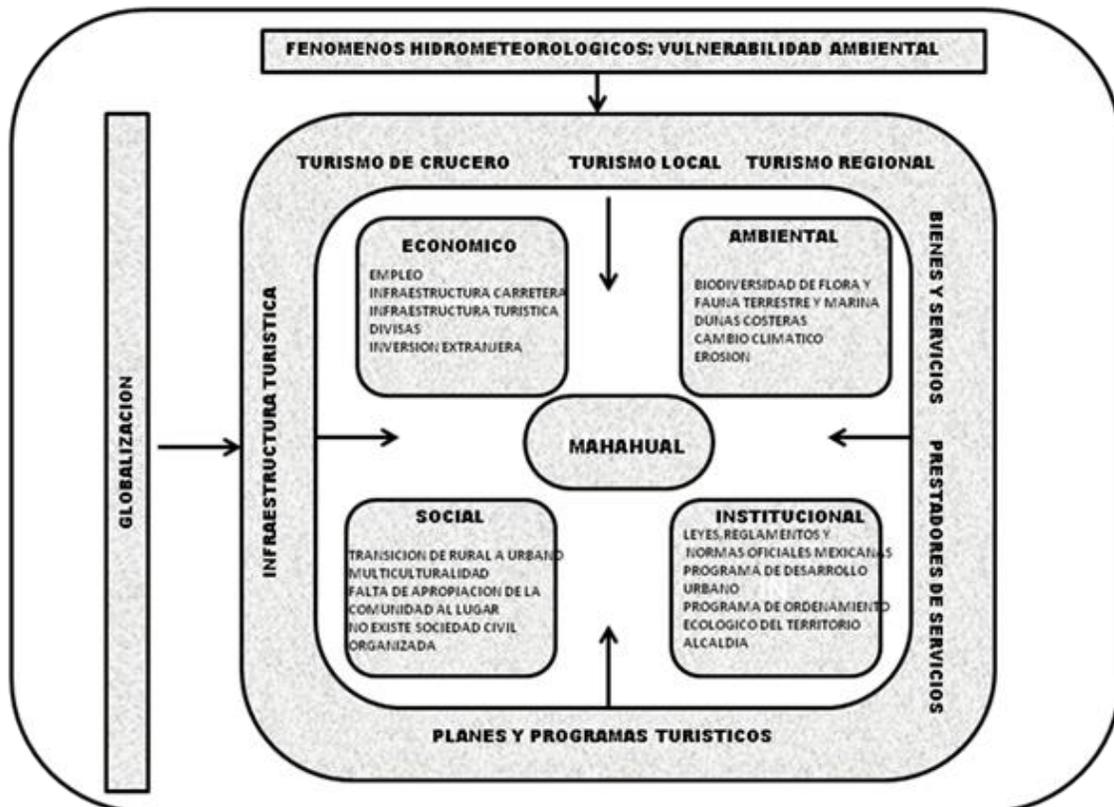


Figura 4. Propuesta de Modelo de Sistema Turístico de Mahahual, Quintana Roo, México. Castillo-Villanueva et al. (2012).

DISCUSIÓN

La realidad expresada en esta propuesta pone en evidencia que es necesario considerar que la estructura urbanística, social, cultural, ambiental y política que se podría configurar en Mahahual, a fin de alcanzar la mejor calidad de vida, aún no se ha logrado. De acuerdo con Valls (2004), quien

menciona que las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos, en Mahahual como en otras ciudades costeras, el mantenimiento de la infraestructura productiva y el crecimiento urbano está generando procesos que ambientalmente son faltos de sustentabilidad, haciendo que la comunidad exija una mayor atención gubernamental en los ámbitos de gestión e institucionalidad ambiental y marcos legales, acordes con la dinámica económica de la región.

LA IMPORTANCIA DE LOS INDICADORES DE GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO EN MAHAHUAL

No existen investigaciones publicadas a la fecha que mencionen indicadores de gestión integral del turismo de Mahahual, sin embargo como se mencionó anteriormente en la investigación de Castillo-Villanueva et al. (2012), en prensa quienes concluyen que el reto para todos los involucrados en el manejo de la zona costera en Mahahual es enorme, los resultados del proyecto lo avalan. Es un hecho que las instancias gubernamentales relacionadas al sector turístico, carecen de indicadores básicos para dar seguimiento y medir la actividad turística.

Por lo que el desafío de Mahahual como destino turístico es: (a) En la dimensión institucional, entre otros: el diseñar políticas públicas ambientales, la correcta aplicación de los instrumentos normativos y de planeación del territorio, así como elaborar indicadores turísticos; (b) para la dimensión social, mejorar la calidad de vida de la comunidad y esta deberá participar activamente en todos los procesos que le afecten; (c) para la dimensión económica la falta de ordenamiento de las actividades en el ambiente marino y la carencia de un ordenamiento territorial turístico.

En consecuencia, para poder trabajar por una verdadera gestión integral del destino es importante considerar las dimensiones que el modelo sistémico aporta ya que permitiría generar una verdadera planeación participativa y articulación entre los actores involucrados.

Se debe incentivar la difusión y desarrollo de los modelos teóricos aplicados al turismo con el fin de elevar hacia un nivel superior la gestión de la actividad turística.

La teoría es esencial para el estudio del turismo, contribuyendo a que los gestores y estudiosos del tema actúen de forma más profesional, responsable y eficiente.

Si bien aún falta incrementar estos estudios por la academia, sería importante que la información generada se transfiera a todos los niveles de gobierno para los tomadores de decisiones con la finalidad de que sean aplicados en beneficio de la sociedad. Lamentablemente aún se vislumbra lejos de lograr esta situación, sin embargo se observa una apertura a nivel local (ayuntamientos y alcaldías) de trabajar en corresponsabilidad sector gobierno, empresarios, académicos y comunidad.

Mahahual como nuevo destino turístico tiene la posibilidad de no repetir el modelo que se observa en Cancún, la Riviera Maya y Cozumel. Que si bien han sido exitosos, se han basado de manera primordial en el turismo masivo de sol y playa; por esta razón, se requiere la diversificación de la oferta y mayor gestión en esta área, lo que llevaría a alcanzar un verdadero desarrollo turístico sustentable integral en el destino.

Se necesita voluntad política y gobernanza para involucrarse en su planeación y este proceso implica el fortalecimiento de las capacidades regionales para definir sus propias modalidades de desarrollo reflejando la diversidad ambiental, social, institucional y económica de la región Costa Maya.

REFERENCIAS

- Beni, M. (1998). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.

- Castillo-Villanueva, L., González-Vera, M., Aguilar-Hernández, M., Campos-Cámara, B., Velázquez-Torres, D., Laguna-Coral, M. & Yeladaqui-Tello, M. (2012). *Modelo de Desarrollo Sustentable de la Zona Costera: Indicadores ambientales en Mahahual, municipio Othón P. Blanco, Quintana Roo, México*. México: Universidad de Quintana Roo.
- *Decreto mediante el cual se reforma el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial de la Región Costa Maya, Quintana Roo*. (2000 actualizado al 2006). México.
- Gobierno del estado de Quintana Roo. (2013). *Indicadores Turísticos Enero - Marzo 2013*. Recuperado el 25 de septiembre de 2013 de Gobierno del estado de Quintana Roo: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2013/Indicadores%20Turisticos%20Marzo%202013.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). *Censo de Población y Vivienda*. México: Autor.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- *Marketing...una herramienta más para el turismo*. (2015). *Destino turístico*. Recuperado el 18 de Agosto de 2015, de *Marketing...una herramienta más para el turismo*: http://markturis.mex.tl/frameset.php?url=/802699_Destinos-Turisticos.html
- Observatorio de Violencia Social y de Género de Benito Juárez, Q. Roo (2009). *Diagnóstico de la Violencia en los municipios de Benito Juárez, Felipe Carrillo Puerto, Solidaridad y Othón P. Blanco, Quintana Roo*. México: Universidad del Caribe.
- Organización Mundial de Turismo (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Madrid: Autor.
- Pearce, D. (1988). *Desarrollo turístico, su planificación y su ubicación geográfica*. México: Trillas.
- Pérez, G. (2008). *Puerto Vallarta, la evolución de un destino turístico*. México: Universidad de Guadalajara.
- Petrocchi, M. (2001). *Gestão de pólos turísticos*. São Paulo: Futura.
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda. Gobierno del estado de Quintana Roo. Administración 2011-2016. (2015). *08 Programa de Desarrollo Urbano Mahahual 17 marzo 2005*. Recuperado el 02 de septiembre de 2015, de Gobierno del estado de Quintana Roo. Administración 2011-2016:

<http://seduvi.qroo.gob.mx/index.php/programas-de-desarrollo-urbano-pdu-s/descargas/pdu/08-pdu-mahahual-17-marzo-2005/detail>

- Valls, J. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. España: Gestión 2000.
- Varisco, C. & Mantero, J. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa (Tesis de Maestría)*. Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata.

LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL¹

ASSESSMENT OF CULTURAL HERITAGE TOURIST POTENTIAL

Norma Isabel Aguilar Gaytán y Jorge Everardo Aguilar Morales².

Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

México

RESUMEN

Toda entidad que desee utilizar de manera sustentable sus recursos para la actividad turística debe realizar una evaluación sistemática de su potencial. Este artículo resume la metodología y los resultados obtenidos de una serie de estudios sobre el potencial turístico de Oaxaca, México. El artículo expone las actividades que tienen mayor potencial turístico y propone una serie de recomendaciones generales para su aprovechamiento.

ABSTRACT

Each entity wishing to use its resources in a sustainable way for the touristic activity, must do a systematic evaluation of its potential. This article summarizes the methodology and results obtained in a series of studies about Oaxaca's touristic potential. The article shows the activities with most touristic potential and it proposes a series of general recommendations for their use.

PALABRAS CLAVE

Potencial turístico, recursos turísticos Oaxaca

KEYWORDS

Touristic potential, touristic resources, Oaxaca.

¹ Recibido el 25 de junio de 2015 y aceptado el 17 de junio del 2015

² E-mail: mtra.norma@hotmail.com, jorgeever@yahoo.com.mx

El término potencial turístico de un territorio se ha definido como la evaluación de la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y las características o “vocación” del mismo para la actividad turística (Blanco, 2007, p. 3), también hace referencia a la capacidad que tienen los productos turísticos regionales o municipales para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes de una región en particular (Secretaría de Turismo-SECTUR, 2011, p. 25). Respecto al patrimonio cultural, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (1972) menciona en su primer artículo la definición del término:

Artículo primero: A los efectos de la presente Convención se considerará “patrimonio cultural”:
Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

Para Zimmer & Grassmann (1996) el turismo puede ayudar en el desarrollo de diversas zonas, permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, posibilita el empleo a jóvenes de zonas rurales con lo que se evita el éxodo rural aunque, es evidente que no es la única solución a la problemática de un lugar, sería un error considerar este sector como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local; de ahí la importancia de determinar si un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique determinadas inversiones a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. Es un hecho que una sólida evaluación del

potencial turístico de un territorio constituye una excelente base para la toma de decisiones ya que permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

En este sentido, toda zona que desee desarrollar o ampliar su actividad turística debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos, es decir atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona aunque, es importante también establecer con qué actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos se cuenta, es necesario determinar en la evaluación, el funcionamiento de esos servicios turísticos, la infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra cualificada que se tiene. También se deben analizar otros factores como destinos competidores, sentimiento de la comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud, seguridad pública y estabilidad política de la zona (Secretaría de Turismo, 2014). En general el turismo debería fomentar proyectos encaminados a la revaloración, conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos y atractivos naturales, así como del patrimonio cultural de las zonas en las que se desarrolle (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-CDI, 2008, p. 42).

Para evaluar el potencial de un territorio existen diversas técnicas cuyo proceso de planificación turística varía en su número de pasos o fases dependiendo del autor que la propone (Blanco, 2007; MINCETUR-Viceministerio de Turismo-Perú, 2006; Sánchez-Martín et al., 2015; Secretaría de Turismo, 2014; Zimmer & Grassmann, 1996), estas estrategias incluyen evaluaciones multicriterio, pairwise, sistemas de Información Geográfica (como el clima, o estudios del paisaje), análisis estadísticos multivariados (aplicación de la técnica factorial) o modelos de respuesta múltiple, etc. Aunque existan gran diversidad de técnicas, todas buscan la simplicidad y facilidad de uso para abordar el estudio del potencial disponible de manera sintética y objetiva. Pese a la gran variedad de metodologías, hay un nexo de unión entre la mayor parte de los métodos de evaluación, ya que suelen tomar un inventario de recursos o de atractivos turísticos como punto de partida (Sánchez-Martín, Campesino-Fernández, Sánchez-Rivero & Rengifo-Gallego, 2015). Diversos autores coinciden

entonces en que el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realice de los recursos con que cuenta una localidad (Franco-Maass, Osorio-García, Nava-Bernal & Regil-García, 2009; Covarrubias-Ramírez, 2015; Benckendorff & Pearce, 2003; Secretaría de Turismo, 2014). Es decir, un punto de partida para evaluar el potencial de un territorio es analizar, definir y caracterizar los atributos con los que cuentan sus recursos, lo que permitirá determinar si son viables para ser desarrollados turísticamente y, qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse en ese destino (Covarrubias-Ramírez, 2015). Lo anterior significa que se puede evaluar el potencial turístico de cualquier actividad que presente algún aspecto de la cultura humana o de los recursos naturales del entorno.

Con relación a los elementos del patrimonio de los cuales se han hecho análisis, en Europa específicamente en España se han desarrollado varios trabajos para evaluar el potencial turístico de diversos recursos a través de la elaboración de inventarios (Centro Virtual Cervantes, 1997; Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011). En América Latina se tiene el reporte de proyectos que han permitido realizar un diagnóstico de las posibilidades de desarrollo de una región (Organización de los Estados Americanos-OEA, 1978), o del desarrollo turístico en áreas naturales (Figuroa y Rotarou, 2013). Existen algunos estudios también, sobre el tema del patrimonio material específicamente de tecnologías tradicionales (Rabey, 1987, pp. 5-9; Djordjevic, 2013; Urquiza, 2000), en la construcción de techos (Camino, Intriago y Mendoza, 2012, p.3) o sobre saberes tradicionales en Guatemala y México (Rodríguez, 2011, p. 29).

En lo que se refiere a México los bienes y recursos naturales y culturales se han regulado a través de la Ley General de Turismo (2009) en donde se contemplan los elementos para establecer la planeación y programación de la actividad turística tomando en cuenta el beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equitativo para que las comunidades de todo el país se vean beneficiadas, además de aclarar los pasos para que se conserven, mejoren, protejan y se aprovechen dichos atractivos, recursos y/o patrimonio finalizando con la preservación y la estabilidad ecológica. De la misma manera se han desarrollado trabajos sobre el análisis comparativo y

evaluación-multicriterio de los recursos en los parques nacionales (Franco-Maass, Osorio-García, Nava-Bernal, & Regil-García, 2009), por otro lado existen también evaluaciones sobre el potencial turístico de recursos culturales, gastronómicos y naturales en el estado de Guadalajara, así como sus respectivos inventarios (Medina y Ramírez, 2004) o se han elaborado rutas turísticas que abarcan recorridos culturales como es el caso de Puebla (Berzunza, 2003), México D.F.; Guanajuato, entre otras localidades.

En el estado de Oaxaca (México) se han llevado a cabo algunos primeros estudios para conocer el potencial turístico de algunos destinos de playa, en los cuales se han realizado análisis integrales de los elementos del sistema (Pérez, 2011). Pero también se han llevado a cabo investigaciones sobre el *Potencial de las actividades ecoturísticas en el parque Nacional Benito Juárez Oaxaca, México* por ejemplo (Sánchez-Cruz & Melgar-Bautista, 2015). Sin embargo hace falta aún una cantidad considerable de trabajo sistemático para documentar los recursos con que cuenta este estado, sobre todo si se consideran las características del mismo: diversidad de climas, diversidad cultural, riqueza biológica, etc.

Para cubrir esta laguna de información, durante dos años un equipo de jóvenes investigadores condujeron una serie de estudios que tuvieron como objetivo general evaluar el potencial turístico del patrimonio con que cuenta el estado de Oaxaca. Los resultados de esos estudios por separado se reportan en este mismo número. Dichos trabajos de investigación, aunque modestos respecto al alcance de sus conclusiones, constituyen una primera evaluación integral del potencial turístico de la entidad y permiten contar con un panorama general que facilita la toma de decisiones. Enseguida se presenta un resumen de la metodología utilizada, de los hallazgos obtenidos y de las estrategias que de manera general deben ser implementadas para resolver las áreas de oportunidad identificadas.

Estos trabajos evaluaron el potencial turístico de tecnologías tradicionales (Sánchez-Maldonado, 2015), de celebraciones religiosas (García-Martínez & Aguilar Gaytán, 2015; Gómez-Hernández,

2015), de obras artísticas (Ayuso-González, 2015) y de recursos naturales (Sánchez-Cruz y Melgar-Bautista, 2015).

En todos estos se utilizó una metodología común. Mediante una revisión documental se determinaron las características de una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible que sirvió de base para elaborar una ficha técnica propia que agrupara las características de cada actividad cultural. La ficha técnica de cada actividad se rellenó acudiendo a fuentes documentales, entrevistas a líderes de opinión y habitantes de la comunidad de estudio. Los datos obtenidos fueron agrupados utilizando un diagrama de afinidad. Con base en los resultados del diagrama, se elaboró un cuestionario de evaluación sumaria que le permitiera a un grupo de turistas seleccionados mediante un muestreo estratificado evaluar el potencial turístico de cada actividad. Con la información obtenida en el cuestionario se obtuvieron las frecuencias relativas de las actividades evaluadas, los cuales reflejan su potencial turístico.

Los estudios realizados muestran que: (1) es posible desarrollar en la entidad actividades turísticas en las que se involucre a los turistas en el conocimiento de las tecnologías tradicionales: casas de adobe, hornos de pan, instrumentos de cocina tradicional (Sánchez-Maldonado, 2015); (2) también es posible desarrollar el turismo de experiencias al involucrar a los turistas en la organización de festividades tradicionales (religiosas en algunos casos como en el día de muertos, año nuevo, semana santa), por ejemplo instalar un altar de muertos, preparar comidas y bebidas tradicionales (tejate), visitar los tianguis, participar en la demostración de bailes tradicionales, entre otras (García-Martínez, & Aguilar-Gaytán, 2015; Gómez-Hernández, 2015); y (3) existe el potencial para desarrollar actividades en las que se promuevan las obras artísticas que se encuentran en el Centro Histórico de la ciudad (Ayuso-González & Aguilar-Gaytán, 2015).

Cabe aclarar que el desarrollo de los trabajos citados anteriormente son solo un primer paso de muchos que deben darse para la planificación turística de un territorio, todavía hace falta analizar otros elementos de la oferta además de su patrimonio, es decir, y como se mencionó al inicio de este trabajo,

es indispensable al desarrollar un proyecto turístico conocer otros elementos como las actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones, servicios turísticos con los que se cuenta y su funcionamiento, infraestructura de transporte, disponibilidad de mano de obra cualificada, destinos competidores, sentimiento de la comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud, seguridad pública y estabilidad política de la zona. Sin embargo los primeros datos obtenidos permiten suponer que es posible desarrollar un mayor número de actividades turísticas fuera de las que tradicionalmente se han realizado en la entidad, que las distintas localidades analizadas tienen su propio potencial por lo que sería conveniente desarrollar un plan de trabajo para crear la infraestructura necesaria y que a la luz de los cambios recientes en el tipo de experiencias que buscan los turistas, en lo que se ha llamado turismo experiencial o emocional, es posible ofrecer un oferta amplia dadas las características que existen en el estado.

REFERENCIAS

- Ayuso-González, A. & Aguilar-Gaytán, N. (2015). Potencial turístico de las pinturas y esculturas de los edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca. *Cathedra et Scientia. International Journal*, 1(1) 85-91.
- Benckendorff, P. & Pearce, P. (Agosto 2003). Australian Tourist Attractions: The Links between Organizational Characteristics and Planning. *Journal of Travel Research*, 42, 24-34.
- Berzunza, A. & Mejía, N. (2003). *Puesta en valor del patrimonio de San Pedro Cholula a través de rutas turísticas culturales*. Puebla: Universidad de la Américas Puebla.
- Blanco, M. (2007). *Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- IICA.
- Camino, M., Intriago, A. & Mendoza, A. (2012). *Aplicación de Tecnologías Tradicionales mejoradas en la vivienda rural de interés social del sitio el Aromo del cantón Manta*. Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

- Centro Virtual Cervantes. (1997). *Plan curricular*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Centro virtual Cervantes: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/niveles/10_referentes_culturales_inventario.htm
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas- CDI. (2008). *Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas- CDI*. Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de Turismo Alternativo en zonas indígenas: <http://www.cdi.gob.mx/evaluaciones/2007/evaluacionfinal2007ptazi.pdf>
- Covarrubias-Ramírez, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Recuperado el 11 de julio de 2015, de Eumed.net : <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/alvarez.htm>
- Djordjevic, B. (2013). Las tecnologías tradicionales de cerámica y sus orígenes europeos como potencial etnoarqueológicos. En L. Girón, M. Lazarich, & M. Conceição, *Actas del I Congreso Internacional sobre Estudios Cerámicos* (pág. 393). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Figueroa, E. & Rotarou, E. (2013). Impactos ambientales y desafíos del desarrollo turístico en Isla de Pascua. *Gran tour* (7), 39-59.
- Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G. & Regil-García, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca - Méxicomar./abr. 2009. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2).
- García-Martínez, M. & Aguilar- Gaytán, N. (2015). Potencial turístico de las actividades de la celebración del día de muertos en una comunidad rural de Oaxaca, México. *Cathedra et Scientia. International Journal*, 1(1) 67-75.
- Gómez-Hernández, R (2015). Potencial turístico de las festividades de Año Nuevo y Semana Santa en una comunidad de Valles Centrales en Oaxaca, México. *Cathedra et Scientia, International Journal*, 1(1) 77-83.
- Ley General de Turismo (2009).México
- Medina, J. & Ramírez, M. (2004). *Inventario de recursos culturales, gastronómicos y naturales en Cuautla, Ejutla y Tonaya, para su aprovechamiento turístico sustentable*. Guadalajara: CUCSUR.
- MINCETUR-Viceministerio de Turismo - Perú. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Recuperado el 26 de octubre de 2013, de MINCETUR -

- Viceministerio de Turismo - Perú: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (2011). *Guía de lector. Turismo cultural*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Ministerio de Educación Cultura y Deporte: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/biblioteca-y-centros-de-documentacion/cdcul/publicaciones/guia-lector/guialector14/guialector14.pdf>
 - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO. (1972). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural 1972*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
 - Organización de los Estados Americanos-OEA. (1978). *República de Nicaragua- Programa de descentralización y desarrollo de la Región del Pacífico*. Recuperado el 20 de enero de 2014, de Organización de los Estados Americanos-OEA: <https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea47s/begin.htm#Contents>
 - Pérez, F. (2011). *Evaluación del potencial turístico de Barra Copalita, Municipio de San Miguel Puerto, Oaxaca*. México: Universidad del Mar.
 - Rabey, M. (1987). Tecnologías tradicionales y tecnología occidental: un enfoque ecodesarrollista. *Revista de antropología* (8), 98-119.
 - Rodríguez, G. (2011). Tecnologías tradicionales aplicadas por comunidades locales para su seguridad alimentaria. En U. A. Chiapas, *Actas Iberoamericanas de Conservación Animal*. México: Instituto de Estudios Indígenas. Universidad Autónoma de Chiapas.
 - Sánchez-Cruz & Melgar-Bautista (2015). Potencial de las actividades ecoturísticas en el Parque Nacional Benito Juárez Oaxaca, México. *Cathedra et Scientia. International Journal*, 1(1) 96-102
 - Sánchez-Maldonado, I. (2015). Potencial turístico de las tecnologías tradicionales en una comunidad rural del sur de México. *Cathedra et Scientia. International Journal*, 1(1) 62-68.
 - Sánchez-Martín, J., Campesino-Fernández, A., Sánchez-Rivero, M. & Rengifo-Gallego, J. (2015). *Metodología de evaluación del potencial turístico*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Área de Geografía Humana-Facultad estudios Empresariales y Turismo: <http://imsturex.unex.es/index.php/component/content/article/79-vinculos/2-metodologia>

- Secretaría de Turismo. (2014). *Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas-CDI: http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf
- Secretaría de Turismo-SECTUR. (2011). *Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios*. Fascículo 8. México: SECTUR.
- Urquiza, N. (Julio de 2000). Tecnologías Tradicionales y conocimientos locales, un tema relevante en la lucha contra la desertificación. *Latin America-LEISA Revista de Agroecología*, 8.
- Zimmer, P. & Grassmann, S. (1996). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. España: Observatorio europeo LEADER.

POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS TECNOLOGÍAS TRADICIONALES EN UNA COMUNIDAD RURAL DEL SUR DE MÉXICO ¹

TOURIST POTENTIAL OF TRADITIONAL TECHNOLOGIES IN A RURAL COMMUNITY IN THE SOUTHERN OF MEXICO

Itzel Suhail Sánchez Maldonado ²
México

RESUMEN

El potencial turístico de un territorio es la evaluación de la oferta, demanda, competencia, tendencias del mercado y las características o "vocación" del mismo para esta actividad (Blanco, 2007, p. 3). Las tecnologías tradicionales son herramientas ancestrales desarrolladas a partir de los recursos locales de una comunidad y que de cierta manera caracterizan a cada sistema sociocultural (Rabey, 1987, p. 4). Su estudio es importante para el registro y para la conservación del patrimonio de la comunidad, además de que constituye un paso previo para el desarrollo del turismo tradicional y rural en la zona. Existen algunos pocos estudios en Latinoamérica, sobre el tema específicamente en la construcción de techos de barro y paja o en el comercio de artesanías (Rabey, 1987, pp. 5-9) pero, no hay estudios similares en el estado de Oaxaca (ubicado al Sur de México). Esta investigación tuvo como objetivo determinar cuál es el potencial turístico de las tecnologías tradicionales de una comunidad rural en el área mencionada. Se evaluó el potencial turístico de 8 tecnologías tradicionales. Las casas de adobe fueron evaluadas con la puntuación más alta por turistas nacionales y extranjeros.

ABSTRACT

The tourist potential of an area is the assessment of supply, demand, competition, market trends and characteristics or "vocation" of the same for this activity (Blanco, 2007, p. 3). Traditional technologies are ancient tools developed from local resources of a community and in this way characterize each sociocultural system (Rabey, 1987, p. 4). Its study is important for the registration and preservation of the heritage of the community, and that is a prerequisite for the development of traditional and rural tourism in the area. There are a few studies in Latin America, on the subject specifically in the construction of roofs made of mud and straw or about trade of crafts (Rabey, 1987, pp. 5-9), but there are no similar studies in the state of Oaxaca in the south of Mexico. This research aimed to determine the tourism potential of traditional technologies in a rural community in that area. The tourist potential of 8 traditional technologies was evaluated. The adobe houses were evaluated with the highest score by domestic and foreign tourists.

PALABRAS CLAVE

Tecnologías tradicionales, patrimonio cultural tangible.

KEYWORDS

Traditional Technologies, Tangible Cultural Heritage.

¹ Recibido el 18 de marzo y aceptado el 22 de marzo del 2015.

² E-mail: mitzij20@hotmail.com

De manera sintética se puede decir que el potencial turístico de un territorio es definido como la evaluación de la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del mismo para la actividad turística (Blanco, 2007, p. 3).

Las tecnologías tradicionales son herramientas ancestrales desarrolladas a partir de los recursos locales de una comunidad y que en cierta manera caracterizan a cada sistema sociocultural (Rabey, 1987, p. 4).

Gómez, Ruiz y Bravo (1999, pp. 129-130) explican que las tecnologías tradicionales pueden ser utilizadas para el mejoramiento de la producción rural, estas tecnologías rescatan los valores socioculturales por lo que contribuir a su recuperación permite la resolución de algunos problemas en la comunidad, es por ello que se deben considerar los siguientes puntos para su conservación: (1) prolongar la experiencia empírica que se adquiere de generación en generación de las culturas que las practican; (2) mantener contacto entre las actividades agrícolas y demás actividades que se relacionen; (3) transmitir los conocimientos culturales de manera oral y con la práctica productiva y (4) englobar el acervo cultural de la población indígena que las acuña.

El registro de las tecnologías tradicionales puede ser un primer paso para el desarrollo del turismo en las comunidades rurales y para mostrar a las nuevas generaciones la riqueza cultural con la que cuenta cada entidad, así como despertar en sus habitantes el deseo de preservar la riqueza de su patrimonio cultural.

Rodríguez (2011, p. 29) explica la importancia que tiene el conocimiento tradicional que se ha adquirido por medio de la herencia familiar, cabe resaltar que estudios recientes sobre las tecnologías tradicionales en Guatemala y México (Chiapas) mencionan que las mujeres de comunidades indígenas son quienes han acumulado este conocimiento empírico, por ejemplo realizando herbolaria veterinaria (en Guatemala) o en el caso de las pastoras tsotsiles en Chiapas conservando el conocimiento para saber qué ovejas generan mejor lana, este conocimiento empírico tradicional se va

transmitiendo de generación en generación, lo que permite desarrollar y crear bienes, servicios y productos para una comunidad.

Por otra parte, también se han hecho estudios sobre las tecnologías tradicionales en Europa en lugares como Matera en Italia (Urquiza, 2000, p. 8) o con la intención de conocer si en los lugares productores de alfarería tradicional existen aportaciones arqueológicas (Djordjevic, 2013). También se han realizado estudios en América específicamente en la ciudad de Manta, Ecuador, sobre las tecnologías tradicionales en la construcción de techos (Camino, Intriago y Mendoza, 2012, p.3). En México se han desarrollado trabajos sobre las tecnologías agrícolas tradicionales en la producción del mezcal y tequila, pero no se han realizado estudios en el estado de Oaxaca sobre el potencial turístico de las mismas en comunidades específicas.

Por esa razón este trabajo tuvo como objetivo investigar cuál es el potencial turístico de las tecnologías tradicionales de una comunidad rural de Oaxaca en el Sur de México, de tal manera que se pudiera establecer un primer registro de las mismas.

MÉTODO

TECNOLOGÍAS EVALUADAS

Se seleccionaron 8 tecnologías tradicionales que todavía se utilizan en una comunidad rural en el estado de Oaxaca, en el Sur de México.

MATERIALES

Para determinar las características de cada tecnología tradicional, se utilizó una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural tangible adaptada por Bautista-Cruz, Ventura-Mendrano, Vásquez-García y Aguilar-Gaytán (en Bautista-Cruz, 2014), de los instrumentos propuestos por MINCETUR-Viceministerio de Turismo - Perú (2006, p. 5) y Valseca (2009, pp. 6-7).

Con los datos obtenidos de las tecnologías tradicionales que se utilizan en la comunidad, se elaboró un cuestionario de evaluación sumaria para turistas nacionales y extranjeros. La validez del mismo se determinó mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se elaboró una ficha técnica y su instructivo, para el registro de patrimonio cultural tangible mediante una revisión documental. La ficha técnica para cada tecnología tradicional se rellenó acudiendo a fuentes documentales y entrevistas con 5 habitantes de más de 60 años de la comunidad. Los datos de la ficha técnica relativos a las tecnologías tradicionales de la comunidad evaluada fueron agrupados mediante un diagrama de afinidad.

Fase 2.- Con base en los resultados del diagrama, se elaboró un cuestionario de evaluación sumaria en español y en inglés. El cuestionario fue aplicado a 20 turistas nacionales y 20 extranjeros quienes evaluaron el potencial turístico de las tecnologías tradicionales. Se utilizó un muestreo aleatorio estratificado.

Fase 3: Con la información obtenida en el cuestionario se obtuvo la frecuencia relativa de las 8 tecnologías tradicionales identificadas.

RESULTADOS

En la tabla 1 se puede observar el potencial turístico atribuido a cada tecnología de acuerdo al origen de los turistas, tomando como referencia una escala del 0 al 10.

Tabla 1.
Potencial turístico de las tecnologías evaluadas.

Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
Tipo de tecnología	Promedio	Tipo de tecnología	Promedio
Casas de adobe	8.2	Casas de adobe	8.0
Horno de pan	7.8	Comal	7.5
Metate y Mano de metate	7.1	Horno de pan	7.0
Comal	7.1	Molcajete y Tejolote	6.8
Molino	6.9	Metate y Mano de metate	6.8
Chilmolera	6.8	Chilmolera	6.5
Trapiche	6.1	Molino	6.2
Molcajete y Tejolote	6.0	Trapiche	5.6

Por otra parte, al cuestionar a los turistas sobre la posibilidad de acudir a la comunidad para conocer las tecnologías evaluadas, los turistas nacionales reportaron una probabilidad de 85% y los extranjeros de 74%.

DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que las tecnologías tradicionales con más alto promedio en el caso de los turistas nacionales y extranjeros fue la casa de adobe (para nacionales 8.2

y para extranjeros 8.0). Llama la atención que la tecnología menos atractiva fue el molcajete para turistas nacionales (5.8) y el Trapiche para turistas extranjeros (5.6).

Sería conveniente evaluar en el futuro la factibilidad de realizar actividades turísticas tanto en la comunidad de estudio como en otras comunidades del Sur de México que incluyan en su oferta experiencias interculturales con las tecnologías tradicionales identificadas. De hecho ya se han elaborado proyectos en los que además de colaborar con la comunidad (participando en la construcción de casas para personas de escasos recursos), los turistas disfrutaban de los atractivos locales. La promoción y el desarrollo de una infraestructura deberían ser metas inmediatas para desarrollar un proyecto como el que se sugiere, en dicho proyecto tendrían que participar autoridades municipales, comerciantes locales y demás miembros de la comunidad.

REFERENCIAS

- Bautista-Cruz, B. (2014). *Potencial turístico de las actividades de 4 celebraciones en Santa Lucía Ocotlán, Oaxaca*. Oaxaca: Casandoo.
- Blanco, M. (2007). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. San José, Costa Rica: PRODAR.
- Camino, M., Intriago, A. & Mendoza, A. (2012). *Aplicación de Tecnologías Tradicionales mejoradas en la vivienda rural de interés social del sitio el Aromo del cantón Manta*. Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Djordjevic, B. (2013). Las tecnologías tradicionales de cerámica y sus orígenes europeos como potencial etnoarqueológicos. En L. Girón, M. Lazarich, & M. Conceição, *Actas del I Congreso Internacional sobre Estudios Cerámicos* (pág. 393). Cádiz: Universidad de Cádiz.

- Gómez, G., Ruiz, J. & Bravo, S. (1999). Tecnología tradicional indígena y la conservación de los recursos naturales. En J. Ordóñez, *Balance y perspectivas del derecho social y los pueblos indios de Mesoamérica* (pág. 197). México: Universidad Autónoma de México.
- MINCETUR-Viceministerio de Turismo - Perú. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Recuperado el 26 de octubre de 2013, de MINCETUR - Viceministerio de Turismo - Perú: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Rabey, M. (1987). Tecnologías tradicionales y tecnología occidental: un enfoque ecodesarrollista. *Revista de antropología* (8), 98-119.
- Rodríguez, G. (2011). Tecnologías tradicionales aplicadas por comunidades locales para su seguridad alimentaria. En U. A. Chiapas, *Actas Iberoamericanas de Conservación Animal*. México: Instituto de Estudios Indígenas. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Urquiza, N. (2000). Tecnologías Tradicionales y conocimientos locales, un tema relevante en la lucha contra la desertificación. *Latin America-LEISA Revista de Agroecología*, 8.
- Valseca, M. (2009). *Innovación y experiencias educativas. Inventarios de recursos turísticos*. Recuperado el 20 de enero de 2013 de Central Sindical Independiente y Funcionarios: http://www.csicsif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_20/MARIA%20DEL%20PILAR_VALSECA_MARTIN01.

POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS ACTIVIDADES DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE MUERTOS EN UNA COMUNIDAD RURAL DE OAXACA, MÉXICO¹

TOURIST POTENTIAL FOR THE ACTIVITIES ON THE DAY OF THE DEAD CELEBRATION IN A RURAL COMMUNITY OF OAXACA, MEXICO

María Amalia García Martínez y Norma Isabel Aguilar-Gaytán* ²

*Asociación Nacional de Docentes Universitarios

México

RESUMEN

A pesar de que existen experiencias para estudiar el potencial turístico de ciertas zonas específicas, aún son escasos los estudios para evaluar el potencial de actividades culturales. Este trabajo tuvo como objetivo determinar cuál es el potencial turístico de las actividades culturales de la celebración del día de muertos en una comunidad rural del estado de Oaxaca. Se realizó un registro de patrimonio cultural intangible, se trabajó con 21 habitantes a través de un muestreo de tipo intencional y con 40 turistas en la ciudad de Oaxaca a través de un muestreo estratificado. Para el análisis estadístico se utilizó un diagrama de afinidad y se obtuvieron frecuencias relativas. Los resultados mostraron que la actividad preferida para turistas nacionales es la repartición de téjate (tipo de bebida) y para turistas extranjeros es armar un altar en la casa de la familia anfitriona. Se discute acerca de la importancia de desarrollar una actividad sustentable no invasiva.

ABSTRACT

Although there are experiences to study the tourism potential of specific areas, they are still few studies to assess the potential of cultural activities. This study aimed to determine the tourism potential for cultural activities celebrated on the Day of the Dead in a rural community in the state of Oaxaca. A register of intangible cultural heritage was done; we worked with 21 residents through an intentional sampling and with 40 tourists visiting Oaxaca City via a stratified sampling. For statistical analysis, an affinity diagram was used and relative frequencies were obtained. The results showed that domestic tourists preferred the activity *distribution of tejate* (kind of drink) and for foreign tourists is to build an altar in the house of the host family. The importance of developing a sustainable activity noninvasively is discussed.

PALABRAS CLAVE

Potencial turístico, actividades culturales, Celebración.

KEYWORDS

Tourist potential, Cultural activities, celebration

¹ Recibido el 03 de enero y aceptado el 28 de marzo del 2015.

² E-mail: Garcia_24.b@hotmail.com.mx, mtra.norma@hotmail.com

El término potencial turístico hace referencia a la capacidad que tienen los productos turísticos regionales o municipales para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes de una región en particular (Secretaría de Turismo-SECTUR, 2011, p. 25). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (1982) define la cultura como el conjunto de rasgos específicos tanto espirituales como materiales, intelectuales y expresivos que caracterizan a una sociedad. También el arte, las letras, formas de vida, el derecho fundamental del ser humano, el sistema de valores y la tradición forman parte de una cultura.

En América Latina son relativamente frecuentes los proyectos que han permitido realizar un diagnóstico de los recursos de una comunidad, tal es el caso de Nicaragua que desarrolló el Programa de descentralización y desarrollo de la región del pacífico (Organización de los Estados Americanos-OEA, 1978), el cual incluyó un inventario de recursos naturales. En México también se han realizado evaluaciones sobre el potencial turístico de recursos culturales, gastronómicos y naturales en la localidad de Cuautla, Ejutla y Tonaya, en el estado de Guadalajara, así como sus respectivos inventarios (Medina y Ramírez, 2004); en el sur de México, en Oaxaca se realizó uno en la región costa, en el cual se desarrolló un inventario turístico de la zona (Vidal, 2011). De la misma manera se realizó una evaluación del potencial turístico con su respectivo inventario en Barra de Copalita Municipio de San Miguel del Puerto, Oaxaca (Pérez, 2011). Pero no se han enfocado específicamente al diagnóstico del potencial turístico en actividades culturales. Por esa razón este trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar cuál es el potencial turístico de las actividades culturales de la celebración del día de muertos, en una comunidad de Oaxaca, México. De tal manera que se cuente con un registro del patrimonio de la comunidad estudiada, lo que puede contribuir a la preservación y conocimiento de sus recursos culturales, por otro lado esta información puede servir de base para llevar a cabo diversas acciones de planificación turística que ayuden a fortalecer la economía teniendo como base datos objetivos.

MÉTODO

CELEBRACIONES EVALUADAS

Se evaluó el potencial turístico de las actividades culturales de la celebración del día de muertos en una comunidad rural del estado de Oaxaca, México.

MATERIALES

Para determinar las características de las actividades culturales de la celebración de Todos Santos, se utilizó una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible adaptada de Bautista-Cruz, Ventura-Medrano, Vásquez-García y Aguilar-Gaytán (en Bautista, 2014), de MINCETUR Perú (2006, p 5), Valseca (2009, p. 6), UNESCO (2003) y el Proyecto de elaboración de un inventario de los recursos y equipamientos culturales de Jerez (Ruiz, 2004, p. 16).

Con los datos obtenidos de la celebración de Todos Santos en la comunidad de estudio y de acuerdo a las entrevistas a 21 habitantes de la comunidad, se elaboró un cuestionario para turistas nacionales y extranjeros. La validez del mismo se determinó mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se determinaron las características de una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible y se elaboró su instructivo de llenado. La ficha técnica sirvió de base para determinar las actividades desarrolladas en las celebraciones analizadas.

Fase 2.- La ficha técnica para la festividad se elaboró acudiendo a fuentes documentales, entrevistas a líderes de opinión (como el comisariado bienes comunales, ex autoridades municipales y el cronista) y habitantes de la comunidad (21 personas en total).

Fase 3.- Los datos de la ficha técnica relacionados con las actividades que se desarrollan en la celebración fueron agrupados mediante un diagrama de afinidad.

Fase 4.- Con base en el resultado del diagrama, se elaboró un segundo cuestionario en español e inglés.

Fase 5.-El cuestionario fue aplicado de manera individual a 20 turistas nacionales y 20 turistas extranjeros que se encontraban visitando el Centro Histórico de la Ciudad de Oaxaca en el momento de desarrollar la encuesta. Los encuestados evaluaron el potencial turístico de las actividades culturales de la celebración de Todos Santos en la comunidad seleccionada.

Fase 6.-Con la información obtenida en el cuestionario se obtuvieron los promedios de cada actividad que reflejan el potencial turístico.

RESULTADOS

En la Tabla 1 se puede observar el promedio obtenido de las actividades culturales de la celebración del día de muertos en una comunidad rural del estado de Oaxaca, México.

Tabla 1

Promedio obtenido de las actividades realizadas en la celebración del día de muertos (evaluadas) en una comunidad rural del estado de Oaxaca, México, para los turistas nacionales y extranjeros encuestados.

Turistas Extranjeros		Turistas Nacionales	
Actividad	Promedio	Actividad	Promedio
Armar un altar en la casa de la familia anfitriona.	9.4	Repartir el tejate	9.6
Comer con la familia la comida tradicional de día de muertos	9.3	Ver la danza de los viejitos	9.5
Escuchar misa en el panteón	9.1	Armar un altar en la casa de la familia anfitriona.	9.4
Comprar en el tianguis de la comunidad	9.0	Visitar al municipio (para iniciar la comparsa)	9.4
Convivir en el panteón	9.0	Ver el baile típico en el panteón	9.4
Repartir el tejate	9.0	Visita al altar en el panteón	9.3
Ver la danza de los viejitos	8.8	Comer con la familia la comida tradicional de día de muertos	9.3
Ver el baile en el panteón	8.8	Convivir en el panteón	9.2
Visitar el altar en el panteón	8.8	Iniciar la actividad "baile de los viejitos"	9.0
Visitar el municipio (para iniciar la comparsa)	8.5	Comprar en el tianguis de la comunidad	8.4
Iniciar la actividad "baile de los viejitos"	8.2	Escuchar misa en el panteón	7.5

En la tabla 2 se muestra el promedio obtenido de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros para la pregunta de qué tan atractivo les resulta visitar la localidad si las actividades se realizan en una comunidad rural de Oaxaca, México.

Tabla 2

Qué tan atractivo resulta para el turista visitar la localidad si las actividades se realizan en una comunidad rural del estado de Oaxaca, México localizada sobre la Carretera Federal. Núm. 131 Oaxaca-Sola de Vega aproximadamente a 57 kilómetros (2 horas) de la capital.

Turistas	Promedio
Nacionales	8.8
Extranjeros	8.9

DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se observa que la actividad preferida para turistas nacionales es la repartición de tejate (9.6) y para turistas extranjeros es armar un altar en la casa de la familia anfitriona (con un promedio de 9.4). Llama la atención que la actividad menos atractiva para turistas nacionales es la misa en el panteón (7.5) y para turistas extranjeros es el inicio de la actividad “baile de los viejitos” (8.2).

Es difícil comparar los resultados obtenidos en esta investigación con los encontrados en la literatura, debido a que los trabajos que se han hecho hasta ahora solo mencionan los nombres de los recursos naturales y culturales con los que cuenta una comunidad, pero no se hace un análisis de las actividades desarrolladas durante las festividades (recursos culturales).

Es probable que a los turistas extranjeros les llame la atención realizar actividades que involucren una experiencia con la comunidad anfitriona, y en el caso de los turistas nacionales es probable que les atraiga la comida porque en general “la cocina mexicana es producto de una rica tradición y un enorme patrimonio” (Ruiz, 2014). Con relación a la poca preferencia por actividades religiosas como las misas, en otros estudios sobre el análisis del Potencial turístico de las actividades de cuatro celebraciones en una población de los valles centrales de Oaxaca (Bautista, 2015), se menciona en los resultados que las misas son las actividades menos atractivas para los turistas encuestados.

Los resultados de la ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible aplicada mostraron que el rubro de grado de vitalidad de la fiesta de la comunidad, actualmente se encuentra en estancamiento, el visitante no tiene acceso a información que promocionen las actividades de la comunidad por parte de las autoridades, tampoco está incluida en itinerarios turísticos. Además no se cuenta con servicios para personas discapacitadas como: personal capacitado para atenderlas, acceso para silla de ruedas, plazas disponibles en estacionamiento (adecuado), no se tienen baños públicos apropiados ya que los existentes se encuentran en el ayuntamiento pero no están adaptados para personas con necesidades especiales, tampoco hay excursiones al destino con programas especiales, ni información turística en braille o presencia de personal médico (privado) solo se cuenta con un centro de salud administrado por el estado de Oaxaca. El servicio de alojamiento se proporciona en casas particulares ya que en la comunidad no se cuenta con hoteles, cabañas o posadas. En el lugar existen 4 comedores pero no hay establecimientos de alimentos y bebidas como restaurantes, cafeterías o bares, de igual forma, no se cuenta con guías de turistas en la zona. Se observó que en la comunidad analizada, existen servicios de transporte público como autobús y taxis colectivos desde la cabecera municipal. Hay acceso por carretera de manera general para camionetas, automóviles, motos o bicicletas. Sería conveniente estudiar con mayor detenimiento la factibilidad de proporcionar los servicios que hacen falta en virtud del interés existente observado en los datos encontrados. No se incluyó en este trabajo el estudio sobre el potencial turístico de los recursos naturales de la comunidad estudiada, pero podrían ser evaluados de tal manera que se pueda desarrollar una oferta amplia.

Los datos recabados pueden facilitar la planificación turística, para promover y aprovechar ese recurso cultural, lo que traería como consecuencia que se aumentara la derrama económica de la comunidad. No se trata de alentar únicamente la actividad turística “depredadora”, los datos ilustran que una actividad importante a desarrollar puede consistir en incorporar al turista a la vida comunitaria lo que

le puede dar un mayor acercamiento a la cultura y exige el establecimiento de límites a la cantidad de personas que pueden ser incluidas en dichas festividades.

REFERENCIAS

- Bautista-Cruz, B. (2014). *Potencial turístico de las actividades de cuatro celebraciones en la población de Santa Lucía Ocotlán, Oaxaca*. México: Centro Universitario Casandoo.
- Medina, J. & Ramírez, M. (2004). *Inventario de recursos culturales, gastronómicos y naturales en Cuautla, Ejutla y Tonaya, para su aprovechamiento turístico sustentable*. Guadalajara: CUCSUR.
- MINCETUR-Viceministerio de Turismo – Perú. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Recuperado el 26 de octubre de 2013, de MINCETUR - Viceministerio de Turismo - Perú: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2003). *Cultura*. Recuperado el 06 de julio de 2013, de Propuesta de plan para confeccionar un inventario de los elementos del patrimonio cultural inmaterial: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00266>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (1982). *Declaración de México sobre las políticas culturales*. México: UNESCO. Recuperado el 06 de junio de 2014, de Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura- UNESCO: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf
- Organización de los Estados Americanos-OEA. (1978). *República de Nicaragua- Programa de descentralización y desarrollo de la Región del Pacífico*. Recuperado el 20 de enero de 2014, de

Organización de los Estados Americanos-OEA:<https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea47s/begin.htm#Contents>

- Pérez, F. (2011). *Evaluación del potencial turístico de Barra Copalita, Municipio de San Miguel Puerto, Oaxaca*. México: Universidad del Mar.
- Ruiz, C. (2014). *Gastronomía mexicana*. Recuperado el 28 de 03 de 2015, de Secretaría de turismo-SECTUR: <http://www.sectur.gob.mx/2014/09/05/gastronomia-mexicana/>
- Secretaría de Turismo. (2011). *Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios. Fascículo 8*. México: Autor.
- Valseca, M. (Julio de 2009). *Inventario de recursos turísticos. Innovación y experiencia educativa* (20), 2.
- Vidal, J. (2011). *Potencial turístico en la región de la costa del estado de Oaxaca*. México: UNAM. http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf

POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS FESTIVIDADES DE AÑO NUEVO Y SEMANA SANTA EN UNA COMUNIDAD DE VALLES CENTRALES EN OAXACA, MÉXICO¹

TOURIST POTENTIAL ON NEW YEAR'S DAY AND EASTER HOLIDAYS IN A CENTRAL VALLEY COMMUNITY IN OAXACA, MEXICO

Rosa Gloria Gómez-Hernández ²
México

RESUMEN

En general el turismo debería contribuir al desarrollo de la población indígena a través del aprovechamiento de los atractivos naturales así como de su patrimonio, impulsando el desarrollo social, la organización comunitaria y la conservación de su entorno (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-CDI, 2008, p.42). Esta investigación tuvo como objetivo determinar el potencial turístico de las actividades culturales de las festividades de año nuevo y semana santa en una comunidad de Valles Centrales en Oaxaca. Se realizó un registro del patrimonio de la comunidad y se aplicó una encuesta a 40 turistas nacionales e internacionales. Las actividades que se realizan en ambas festividades poseen un atractivo que podría ser utilizado para fomentar la actividad económica y fortalecer la vida cultural de la comunidad estudiada.

ABSTRACT

Tourism should to contribute to the development of the indigenous population through the use of natural attractions and its heritage, promoting social development, community organization and conservation of the environment (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-CDI, 2008, p.42). This research aimed to determine the tourism potential of the cultural activities for the festivities on New Year's Day and Easter in a community of Central Valleys in Oaxaca. A record of the assets of the community was conducted and a survey was applied to 40 national and international tourists. The activities carried out in both festivals have an appeal that could be used to promote economic activity and strengthen the cultural life of the studied community.

PALABRAS CLAVE

Actividad cultural, potencial turístico, patrimonio.

KEYWORDS

Cultural activity, tourist potential, heritage.

¹ Recibido el14 de abril y aceptado el 18 de abril del 2015.

² E-mail: nickrosy09@live.com.mx

En general el turismo debería contribuir al desarrollo de la población indígena o de cualquier comunidad a través del aprovechamiento de los atractivos naturales así como de su patrimonio, impulsando el desarrollo social, la organización comunitaria y la conservación de su entorno (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-CDI, 2008, p.42). El acercamiento de los habitantes de distintos pueblos puede además facilitar la integración y la valoración de las culturas involucradas. En lugar de fomentar un turismo invasivo se puede considerar a la actividad turística como una invitación de la comunidad anfitriona para compartir lo que ella valora.

En Oaxaca, en el Sur de México se han realizado estudios para conocer el potencial turístico de algunos destinos de playa, en los cuales se han realizado análisis integrales de los elementos del sistema (Pérez, 2011). Sin embargo, es frecuente en distintas comunidades de la entidad realizar actividades culturales vinculadas a las festividades religiosas, por ejemplo: las festividades de fin de año y semana santa. Sin embargo no ha sido valorado el potencial turístico de las mismas.

Por esa razón este trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar cuál es el potencial turístico de las actividades culturales que se realizan en una comunidad de los Valles Centrales del estado, de tal manera que en primer lugar se obtuviera un registro de ese patrimonio cultural que permita su preservación y conocimiento y, en segundo lugar se conozca la posibilidad real de aprovechar esa riqueza cultural para beneficio económico de la población.

MÉTODO

FESTIVIDADES ANALIZADAS

Se seleccionaron las actividades culturales de dos festividades que se realizan en el Cerro del Calvario de San Bartolomé Quíalana Tlacolula, en los valles centrales de Oaxaca, al sur de México. Las cuales

fueron: la festividad de año nuevo y la fiesta de Semana Santa. Se entrevistó a 6 pobladores que son reconocidos como conocedores de las tradiciones de la comunidad seleccionada. A partir de los resultados se elaboró una encuesta que fue aplicada a 40 turistas nacionales y extranjeros.

MATERIALES

Para determinar las características de las actividades culturales de las dos celebraciones, se utilizó una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible adaptada de Bautista-Cruz, Ventura-Medrano, Vásquez-García y Aguilar-Gaytán (Bautista, 2014), de MINCENTUR-Viceministerio de Turismo- Perú, (2013, p.5), Valseca (2009, p. 6), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (2003) y el proyecto de elaboración de un inventario de los recursos y equipamientos culturales de Jerez (Ruiz, 2004, p.16).

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Mediante una revisión documental se determinaron las características de una ficha técnica para el registro de patrimonio cultural intangible.

Fase 2.- La ficha técnica para cada festividad se rellenó acudiendo a fuentes documentales, entrevistas a líderes de opinión como el presidente municipal, coordinadora de oración de la iglesia y habitantes de la comunidad de estudio, a los cuales se entrevistó para que proporcionaran los datos necesarios para documentar cada festividad.

Fase 3.- Los datos de la ficha técnica relativos a las actividades que se desarrollan en cada festividad fueron agrupados de acuerdo a las características descritas en la ficha mediante un diagrama de afinidad.

Fase 4.- Con base en los resultados del diagrama, se elaboró una encuesta.

Fase 5.- La encuesta fue aplicada de manera individual a 20 turistas nacionales y 20 extranjeros que se encontraban en el centro histórico de la ciudad de Oaxaca en el momento de realizar la encuesta mediante un muestreo estratificado, los encuestados evaluaron el potencial turístico de cada actividad descrita en la encuesta.

Fase 6.- Con la información conseguida se obtuvieron los promedios de las actividades evaluadas, los cuales reflejan su potencial turístico.

RESULTADOS

En la Tabla 1 se muestra el promedio obtenido de cada actividad cultural de las 2 festividades evaluadas en la comunidad seleccionada.

Tabla 1

Promedio obtenido para cada actividad cultural incluida en las 2 festividades (Semana Santa y año nuevo)

Turistas nacionales		Turistas extranjeros	
Actividad	Promedio	Actividad	Promedio
Repartición de aguas frescas	8.9	Baile	8.1
Pedimento	8.7	Pedimento	8.1
Baile	8.7	Repartición de aguas frescas	7.3
Intercambio de figuras de barro por billetitos de juguete	8.6	Salida al cerro	6.9

(continúa)

Turistas nacionales		Turistas extranjeros	
Actividad	Promedio	Actividad	Promedio
Representación de la crucifixión de Jesús	7.6	Intercambio de figuras de barro por billetitos de juguete	6.95
Quema de toritos (figuras de pirotecnia)	7.4	Peregrinación del viacrucis	6.3
Salida al cerro	7.4	Quema de toritos	6.1
Quema de cohetes y cebollitas	7.3	Quema de cohetes y cebollitas	5.7
Peregrinación del viacrucis	7.3	Representación de la crucifixión de Jesús	5.6

De la misma manera al cuestionar a los turistas nacionales y extranjeros acerca de qué tan atractivo resulta para los encuestados visitar la localidad si las actividades se realizan en San Bartolomé Quíalana Oaxaca, México, los nacionales señalaron en promedio que les resultaría atractivo en 85% y los extranjeros en un 79%.

DISCUSIÓN

Las 3 actividades preferidas para turistas nacionales y extranjeros fueron: la repartición de aguas frescas, pedimento y baile, con diferentes porcentajes. Para los turistas nacionales la actividad con mayor potencial es la repartición de las aguas frescas y para el turista extranjero el baile. Llama la atención que la actividad menos atractiva en ambos segmentos fueron las ceremonias propiamente religiosas. Es difícil comparar los resultados con los encontrados en la literatura, debido a que los trabajos anteriores que se han realizado solo mencionan los recursos turísticos naturales y culturales de los destinos estudiados. Sin embargo se observa qué actividades en las que hay interacción con la comunidad pueden ser de interés para personas de otras entidades. Los pobladores de la comunidad podrían utilizar este atractivo para desarrollar la actividad turística, sin embargo el municipio de la localidad debería trabajar para brindar un mayor confort a los turistas que deseen visitarla. Es

necesario diseñar un producto específico, promocionar las actividades que se realizan, incluirlas en los catálogos o calendarios de festividades, instrumentar servicios para personas con discapacidad, así como trabajar en el desarrollo de la infraestructura necesaria que permita retener al turística por más tiempo, así como desarrollar un programa de sensibilización para toda la comunidad. Las autoridades municipales, estatales y federales en coordinación con la iniciativa privada y la comunidad (pobladores), podrían abrir una posibilidad para ofrecer una fuente de empleo e ingresos para ellos.

REFERENCIAS

- Bautista-Cruz, B. (2015). *Potencial turístico de las actividades de 4 celebraciones en la población de Santa Lucía Ocotlán, Oaxaca*. Oaxaca: Casando.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas. (2008). *Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas- CDI*. Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de Turismo Alternativo en zonas indígenas: <http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/programa.html>
- MINCETUR-Viceministerio de Turismo - Perú. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Recuperado el 26 de octubre de 2013, de MINCETUR - Viceministerio de Turismo - Perú: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2003). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura-UNESCO*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Líneas generales: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Pérez, F. (2011). *Evaluación del potencial turístico de Barra de Copalita, municipio de San Miguel del Puerto, Oaxaca*. Oaxaca: Universidad del Mar.
- Ruiz, C. (2014). *Gastronomía mexicana*. Recuperado el 28 de 03 de 2015, de Secretaría de turismo-SECTUR: <http://www.sectur.gob.mx/2014/09/05/gastronomia-mexicana/>

- Secretaría de Turismo-SECTUR. (2011). *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios*. México: Autor.
- Valseca, M. (2009). *Innovación y experiencias educativas. Inventarios de recursos turísticos*. Recuperado el 20 de enero de 2013, de Central Sindical Independiente y Funcionarios: http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_20/MARIA%20DEL%20PILAR_VALSECA_MARTIN01.

POTENCIAL TURÍSTICO DE LAS PINTURAS Y ESCULTURAS DE LOS EDIFICIOS PÚBLICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE OAXACA, MÉXICO¹

TOURIST POTENTIAL OF PAINTINGS AND SCULPTURES ON HISTORICAL CENTER, IN OAXACA MEXICO PUBLIC BUILDINGS

Adriana Isabel Ayuso González y *Norma Isabel Aguilar Gaytán ²
*Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.
México

RESUMEN

Las motivaciones que impulsan al turismo son amplias e incluyen la curiosidad por conocer lo histórico y cultural de un lugar determinado, gracias a ello se promueve la conservación de su riqueza, y se da valor a dicho patrimonio fomentando su rescate y conservación (Borrega, 2009 p. 2), en Oaxaca (México) existe un importante patrimonio cultural y artístico cuyo potencial para la actividad turística no ha sido evaluado. Este estudio tuvo como objetivo determinar el potencial turístico de las pinturas y esculturas que se encuentran en los edificios públicos del Centro Histórico de la ciudad capital, se aplicó una encuesta a 50 turistas que visitaron la entidad, utilizando un muestreo estratificado. Los resultados mostraron que los turistas encuestados participarían con una alta probabilidad en una actividad que incluyera pintura y escultura en el centro Histórico como parte de un recorrido guiado (88% nacionales y extranjeros 100%).

ABSTRACT

The motivations that boost tourism are wide and include curiosity about know historical and cultural of a certain place, thanks to that, conservation of this wealth is promoted, and gives value to this heritage by encouraging their rescue and maintenance (Borrega, 2009 p. 2), In Oaxaca (Mexico) there is an important cultural and artistic heritage whose potential for tourism has not been evaluated. This study aimed to determine the tourism potential of paintings and sculptures existing in public buildings in the historic center of the capital city, a survey of 50 tourists visiting the entity was applied using a stratified sampling. The results showed that respondents will participate with a high probability in an activity that included painting and sculpture at the historic center as part of a guided tour (nationals 88% and foreign 100%).

PALABRAS CLAVE

Potencial turístico, pintura, escultura

KEYWORDS

Tourism potential, painting, sculpture.

¹ Recibido el 05 de mayo y aceptado el 11 de mayo del 2015.

² E-mail: adri0708_92@hotmail.com, mtra.norma@hotmail.com

En México en distintos estados se han desarrollado rutas turísticas que abarcan recorridos culturales como es el caso de Puebla (Berzunza, 2003). La Secretaría de Turismo - SECTUR y el Centro de Estudios Superiores en Turismo – CESTUR (2002) reconocen en su Estudio Estratégico de Viabilidad para el Segmento de Turismo Cultural en México que es necesario “generar un sistema eficiente y de largo plazo de monitoreo y evaluación de destinos, políticas y acciones aplicadas a nivel intersectorial” lo que demuestra que hay una necesidad profunda en el desarrollo de estudios en áreas específicas de cultura, además de que aun cuando en algunos estados ya se aprovechan elementos del arte como la pintura y escultura de edificios públicos, no se sabe de estudios específicos sobre el potencial turístico de estas expresiones artísticas en diversas zonas de México. Por esa razón este trabajo de investigación se planteó como objetivo determinar cuál es el potencial turístico de las pinturas y esculturas que se encuentran en los edificios públicos del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca de Juárez, México. De tal manera que se puedan ofertar al turista recorridos que se ajusten a sus diversas necesidades, al mismo tiempo que se valore y promueva el amplio patrimonio cultural de la entidad.

MÉTODO

PARTICIPANTES

Se trabajó con 25 turistas nacionales y 25 turistas extranjeros, que se encontraban en el Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca (México) al momento de realizar la encuesta. Se utilizó un muestreo aleatorio estratificado.

MATERIALES

Para la recopilación de la información se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas. El cual midió el potencial turístico de las pinturas y esculturas del Centro Histórico de Oaxaca (México). La validez del mismo se determinó mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se seleccionaron las pinturas y esculturas que se encuentran en 7 edificios públicos en el centro histórico de la ciudad de Oaxaca (México) para determinar su potencial turístico.

Fase 2.- Se elaboró un folleto que contenía datos relevantes sobre las pinturas y esculturas de 7 edificios públicos para el análisis de su potencial (recorrido turístico).

Fase 3.- Se elaboró un cuestionario en inglés y español que permitiera determinar el potencial turístico de las pinturas y esculturas.

Fase 4.- Se aplicaron los cuestionarios a 50 turistas (25 nacionales y 25 extranjeros) que se encontraban en el Centro histórico de Oaxaca en el momento de aplicar la encuesta, los cuales evaluaron el potencial turístico de las pinturas y esculturas que se encontraban descritas en el tríptico que se utilizó.

Fase 5.- Con la información conseguida en el cuestionario se obtuvieron los porcentajes del potencial turístico de las pinturas y esculturas evaluadas.

RESULTADOS

En la tabla 1 es posible ver el porcentaje de encuestados a los que les gustaría realizar un recorrido turístico que incluyera ver las pinturas y esculturas que se encuentran en edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca.

Tabla 1
Porcentaje de encuestados a los que les gustaría realizar un recorrido para observar las diferentes pinturas y esculturas que se encuentran en edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca, México.

Encuestados	Sí %	No %
Extranjeros	100	0
Nacionales	88	12
Promedio	94	6

La Tabla 2 contiene los datos de cuánto estarían dispuestos a pagar los turistas encuestados por hacer un recorrido turístico que incluyera observar las diferentes pinturas y esculturas que se encuentran en edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca, México.

Tabla 2
Cantidad que pagarían los encuestados por hacer un recorrido turístico que incluyera observar las diferentes pinturas y esculturas que se encuentran en edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca, México.

Monto	Encuestados nacionales %	Encuestados extranjeros %	Promedio %
\$50.00	73	16	42
\$100.00	27	60	45
\$150.00	0	24	13
Total	100	100	100

En la tabla 3 se observa cuál es el horario en el que el encuestado podría hacer el recorrido turístico que incluyera observar pinturas y esculturas en edificios públicos del Centro Histórico de Oaxaca.

Tabla 3
Horario en el que les gustaría que se brindara el recorrido

Horario	Encuestados nacionales %	Encuestados extranjeros %	Promedio %
Mañana	55	44	49
Tarde	45	56	51
Noche	0	0	0
Total	100	100	100

DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que en promedio el 94% de los turistas encuestados realizarían un recorrido que incluyera la visita y explicación de las pinturas y esculturas que se encuentran en los edificios públicos del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca de Juárez, en México (potencial turístico).

Es interesante observar que el 88% de turistas nacionales y el 100% de extranjeros participarían en un recorrido turístico como el que se propone. Además, resalta el hecho de que la mayoría de los turistas encuestados (45%) pagarían en promedio \$100.00 por un recorrido de este tipo. De hecho se puede apreciar también que nuevamente es el turista extranjero el que encabeza la preferencia en cuanto a ese costo (60%).

Los resultados coinciden con los estudios desarrollados por Blancas y Buitrago (2005, p. 97) en los cuales se menciona que el turismo que visita Sevilla (España) prefiere las actividades culturales a las de sol y playa sobre todo cuando sus lugares de origen son más lejanos. En ambos casos se puede observar que el turista extranjero se interesa de manera importante por la cultura del destino visitado. En el caso de la pintura y escultura destaca el hecho de que varios estados de la República Mexicana ya ofrecen este tipo de recorridos, se debe agregar que a nivel internacional los ya mencionados son frecuentes en ciudades como: Nueva York, Londres y Roma.

Es sabido también que México posee una gran diversidad cultural pues según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, México es depositario de “32 sitios culturales y naturales en la lista del Patrimonio Mundial, cuenta con 7 manifestaciones incorporadas en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial y 9 elementos reconocidos con valor documental excepcional en el Programa de Registro Memoria del Mundo” (2014). Entonces, este país está desaprovechando una excelente oportunidad de crecimiento económico.

Sería importante desarrollar futuras investigaciones en las que se estudiaran otros elementos culturales que serían atractivos para los turistas que visitan la ciudad de Oaxaca, o en la que se entrevistara a personas locales, pues también podrían estar interesados en los recorridos turísticos culturales.

En el terreno de la mercadotecnia turística, ahora se saben algunas características de un producto cultural específico que prefieren los turistas que visitan la ciudad de Oaxaca, México, sin embargo, aún no es posible determinar otros elementos de dicho producto como duración del recorrido, elementos temáticos o rangos de edades que se pudieran incluir en las visitas.

REFERENCIAS

- Berzunza, A. & Mejía, N. (2003). *Puesta en valor del patrimonio de San Pedro Cholula a través de rutas turísticas culturales*. Puebla: Universidad de la Américas Puebla.
- Blancas, F. & y Buitrago, E. (2005). *Estructura y política turística de Sevilla*. España: Eumed.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. San José, Costa Rica: IICA.
- Borrega, Y. (2009). *El patrimonio y su relación con el turismo*. San Andrés: U.M.S.A.
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2014). *Delegación Permanente de México ante la UNESCO*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de México y la UNESCO: <http://mision.sre.gob.mx/unesco/index.php/es/presencia-de-mexico-en-la-unesco>
- Secretaría de Turismo - SECTUR y Centro de Estudios Superiores en Turismo - CESTUR. (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad para el Segmento de Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo*. México: Autor.

POTENCIAL DE LAS ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS EN EL PARQUE NACIONAL BENITO JUAREZ EN OAXACA, MÉXICO¹

ECOTOURISM ACTIVITIES POTENTIAL IN THE BENITO JUAREZ NATIONAL PARK OF OAXACA MEXICO

Marcos Antonio Sánchez Cruz y José Luis Melgar Bautista ²
México.

RESUMEN

Las reservas naturales son especialmente sensibles a la actividad turística. El estudio sistemático de las posibilidades de aprovechamiento sustentable de zonas que pueden ser de interés para el desarrollo de actividades ecoturísticas debe ser una prioridad para los estudios del área. En este documento se reporta la evaluación del potencial de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el Parque Nacional Benito Juárez en Oaxaca. El estudio implicó un registro del patrimonio y enseguida la aplicación de una encuesta a turistas que visitaron la zona, utilizando un muestreo estratificado. Los resultados mostraron que las actividades ecoturísticas con mayor potencia para los turistas (extranjeros) fueron el taller etnobotánico sobre plantas medicinales y el senderismo interpretativo (nacionales). Se discute acerca de la importancia de fomentar la actividad turística en estas zonas sin descuidar los aspectos relacionados con la conservación.

ABSTRACT

Nature reserves are particularly sensitive to tourism. The systematic study of the possibilities of sustainable use of parts that may be of interest for the development of ecotourism activities should be a priority for area studies. In this document is reported the evaluation of ecotourism activities potential which can be performed in Benito Juarez National Park in Oaxaca. The study involved a record of the assets and then applying a survey of tourists visiting the area, using a stratified sampling. The results showed that the ecotourism activities with the greatest potential (foreigners) were the ethnobotanical workshop on medicinal plants and interpretive hiking (national). It discusses the importance of promoting tourism in these areas without neglecting aspects of conservation.

PALABRAS CLAVE

Potencial turístico, actividades ecoturísticas

KEYWORDS

Tourism potential, ecotourism activities

¹ Recibido el 05 de junio y aceptado el 11 de junio del 2015

² E-mail: Koyo_04@hotmail.com , Shermin_k_9999@hotmail.com, jlnuto@hotmail.com

La Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental-LGEEPA (2014) en su artículo 50 menciona que los parques nacionales son áreas de “uno o más ecosistemas que se signifiquen por su belleza escénica, su valor científico, educativo, de recreo, su valor histórico, por la existencia de flora y fauna, por su aptitud para el desarrollo del turismo, o bien por otras razones análogas de interés general”. Por su parte, las reservas naturales son especialmente sensibles a la actividad turística, por esa razón el estudio sistemático de las posibilidades de aprovechamiento sustentable de zonas que pueden ser de interés para el desarrollo de actividades ecoturísticas debe ser una prioridad para los estudiosos del área.

Se han realizado diversos estudios en América Latina sobre el potencial turístico y sobre los impactos ambientales y desafíos del desarrollo turístico en áreas naturales (Figuroa y Rotarou, 2013). En México se han llevado a cabo trabajos sobre el análisis comparativo y evaluación-multicriterio de los recursos en los parques nacionales (Franco, Osorio, Nava y Regil, 2009, pp.208-226). En lo que se refiere al estado de Oaxaca, México, previamente se hizo una investigación para evaluar el potencial turístico en un Área Natural Protegida (Huerta y Sánchez, 2011); sin embargo aún hace falta desarrollar estudios para zonas específicas como es el caso del Parque Nacional Benito Juárez. Por esa razón este trabajo de indagación se planteó como un primer objetivo investigar cual es el potencial de las actividades ecoturísticas del parque nacional Benito Juárez en Oaxaca, a fin de contar con un registro de las posibilidades de desarrollar o ampliar esta actividad en la zona estudiada.

MÉTODO

ZONA EVALUADA

Se evaluó el potencial turístico del Parque Nacional “Benito Juárez” en Oaxaca, México, para lo cual se encuestó a 20 habitantes de la ciudad de Oaxaca, así como a 20 turistas nacionales y 20 extranjeros que se encontraban visitando dicha ciudad. Se utilizó un muestreo aleatorio estratificado.

MATERIALES

Se empleó un cuestionario que midiera el potencial de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el Parque Nacional Benito Juárez en Oaxaca. La validez del instrumento se logró mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se determinaron las actividades ecoturísticas que pueden realizarse en el Parque Nacional Benito Juárez de acuerdo a la Norma Mexicana de Ecoturismo 2006 (*Requisitos y Especificaciones de Sustentabilidad del Ecoturismo NMX-AA-133-SCFI-2006*) y a una revisión documental.

Fase 2.- Con base en los datos obtenidos se elaboró una encuesta en español e inglés.

Fase 3.- La encuesta fue aplicada a 20 habitantes de la ciudad de Oaxaca, así como a 20 turistas nacionales y 20 extranjeros que se encontraban visitando el Centro Histórico de dicha ciudad, los cuales evaluaron el potencial de las actividades ecoturísticas descritas en dicho instrumento.

Fase 4.- Con la información obtenida en la encuesta se determinó el potencial de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el Parque Nacional Benito Juárez en Oaxaca, México.

RESULTADOS

La Tabla 1 contiene los promedios que reflejan el potencial de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el Parque Nacional Benito Juárez en Oaxaca, México.

Tabla 1.
Potencial de las actividades ecoturísticas que se pueden realizar en el Parque Nacional “Benito Juárez”, en Oaxaca, México.

Extranjeros		Nacionales		Locales	
Actividades	Promedio	Actividades	Promedio	Actividades	Promedio
Taller etnobotánico sobre plantas medicinales	8.5	Senderismo interpretativo	9.25	Visita al Parque Nal. Benito Juárez	8.8
Visita a miradores	8.45	Paseo endémico	9.1	Safari fotográfico	8.35
Visita al Parque Nal. Benito Juárez	8.35	Paseo interpretativo para niños	9.05	Taller etnobotánico sobre plantas comestibles	8.2
Taller etnobotánico sobre plantas comestibles	8.25	Taller etnobotánico sobre plantas medicinales	8.9	Recorridos en bicicleta	8.15
Paseo endémico	7.85	Taller etnobotánico sobre plantas comestibles	8.85	Campismo	8.15
Campismo	7.55	Visitar el Parque Nal. B. J.	8.65	Visita a miradores	8.05
Senderismo interpretativo	7.25	Visita a miradores	8.5	Paseo endémico	8.05
Talleres educación ambiental	7.05	Talleres educación ambiental	8.5	Taller etnobotánico sobre plantas medicinales	8
Paseo interpretativo para niños	6.9	Observación de aves	8.35	Talleres educación ambiental	7.9
Observación de aves	6.9	Safari fotográfico	8	Fogatas	7.85
Recorridos en bicicleta	6.7	Recorridos en bicicleta	7.8	Paseo interpretativo para niños	7.4
Safari fotográfico	6.6	Campismo	7.5	Senderismo interpretativo	7.15
Fogatas	6.25	Fogatas	6.7	Observación de aves	6.4

DISCUSIÓN

Las actividades ecoturísticas con mayor potencial para los turistas extranjeros fueron: el taller etnobotánico sobre plantas medicinales así como la visita a miradores. Por otra parte para los turistas nacionales fueron: en primer lugar el senderismo interpretativo, en segundo lugar el paseo endémico y para los habitantes de la ciudad de Oaxaca las actividades con mayor potencial fueron la visita al parque nacional y el safari fotográfico.

Es importante mencionar que el Parque Nacional Benito Juárez cuenta con una gran riqueza en cuanto a flora y fauna. En las actividades ecoturísticas propuestas, se plantea el conocimiento y contemplación de esta riqueza natural, por otra parte también se puede decir que uno de los aspectos importantes es la cercanía a la mancha urbana ya que esto facilita el desplazamiento de los turistas y los habitantes de la ciudad de Oaxaca.

Ahora que se conoce el potencial es importante realizar un análisis de las zonas más factibles para la realización de las actividades dentro del parque nacional Benito Juárez. El estudio realizado denota la madurez del mercado y la aceptación de este tipo de actividades. Debe desarrollarse una planeación sistemática de este modelo de actividades, de tal manera que pueda realizarse de manera sustentable y contribuyan a la conservación de estos espacios.

REFERENCIAS

- Figueroa, E. & Rotarou, E. (2013). Impactos ambientales y desafíos del desarrollo turístico en Isla de Pascua. *Gran tour* (7), 39-59.

- Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G. & Regil-García, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos Parque Nacional Nevado de Toluca - México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(2), 208-226.
- Huerta, M. & Sánchez, A. (2011). Evaluación del potencial ecoturístico en áreas naturales protegidas del municipio de Santa María Huatulco, México. *Cuadernos de turismo* (27), 541-560.
- *Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al ambiente*. (2014). México.
- *Requisitos y Especificaciones de Sustentabilidad del Ecoturismo NMX-AA-133-SCFI-2006*. México.

PRINCIPALES ELEMENTOS DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN LA COMUNIDAD DE SAN ANDRÉS SOLAGA, OAXACA, MÉXICO ¹

MAIN ELEMENTS OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN THE COMMUNITY OF SAN ANDRES SOLAGA, OAXACA, MÉXICO

Edna Chepi Nolasco y *Osiel Villegas-Clemente ²
*Unidos por Tamazulapam A.C.
México

RESUMEN

De acuerdo con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) de la UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial se define como "los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural" (párr. 1). La comunidad de San Andrés Solaga ubicada en la Sierra Norte del Estado de Oaxaca cuenta con una variedad de elementos de este tipo de patrimonio, en el 2008 el Instituto Nacional de Desarrollo Social, realizó una "Antología de saberes comunitarios" de esta población, sin embargo, solo contiene algunos elementos, por lo que el objetivo de esta investigación fue determinar cuáles son los principales elementos del patrimonio cultural inmaterial de San Andrés Solaga, Oaxaca. Se realizó una investigación descriptiva que contempló la entrevista a 15 personas originarias de la comunidad mayores de 50 años, los resultados muestran la existencia de 8 danzas, 3 canciones, 11 tradiciones y 9 platillos tradicionales. Se discuten los factores que han ocasionado el debilitamiento de estas prácticas culturales y se señala la importancia de que autoridades locales, instituciones educativas y población en general creen estrategias de rescate, conservación y promoción de los mismos; el turismo pudiera ser una de ellas.

ABSTRACT

According to the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (2003) of UNESCO, the intangible cultural heritage is defined as "the practices, representations, expressions, knowledge and techniques- as well as the instruments, objects, artifacts and cultural spaces associated with there, that communities, groups and, in some cases, individuals recognize as an integral part of their cultural heritage "(p. 1). The community of San Andrés Solaga located in the northern "Sierra" from Oaxaca has a variety of elements of this heritage, in 2008 the National Institute of Social Development, made an "Anthology of community knowledge" of the population, however, it only contains some elements, that's why the objective of this research was to determine what the main elements of Intangible Cultural Heritage of San Andrés Solaga, Oaxaca. A descriptive study that looked at the interview of 15 people from the community older than 50 years was conducted; the results were analyzed using descriptive method, which show the existence of eight dances, 3 songs, 11 traditions and 9 traditional dishes. The factors that have caused the weakening of these cultural practice are discussed, and is noted the importance that local authorities, educational institutions and the public in general must to create strategies to rescue, preserve and promote them; tourism could be one of these strategies.

PALABRAS CLAVE

Patrimonio cultural inmaterial, San Andrés Solaga

KEYWORDS

Intangible cultural heritage, San Andrés Solaga

¹ Recibido el 09 de junio y aceptado el 12 de junio del 2015.

² E-mail: nolas_che@hotmail.com

De acuerdo con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial se define como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (párr. 1). Por su parte, el Instituto del Patrimonio Cultural (IPC) de Venezuela lo define como:

las manifestaciones vivas, en constante evolución, expresadas a través de tradiciones orales, creencias, música, actos festivos, ritos, prácticas sociales o conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y las costumbres que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural (Gobierno Boliviano de Venezuela, Sección “Clasificación de Patrimonio Cultural”, 2012).

El patrimonio cultural inmaterial no solamente consiste en la manifestación cultural, sino también en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es adaptado según los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados (UNESCO, 2012, Sección ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?). Además en la Conferencia de Nara sobre Autenticidad, se mencionó que todas las culturas y las sociedades están enraizadas en formas y medios particulares de expresión, tangibles e intangibles que constituyen su patrimonio y que deberían ser respetados (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos, 1994, párr. 7).

Por las características culturales de nuestro país, en México, el Patrimonio Cultural Inmaterial tiene especial relevancia. En la “Convención sobre el patrimonio mundial, cultural y natural”, la comunidad

internacional manifestó su reconocimiento hacia el patrimonio cultural de México, ya que desde 1994 cuenta con once sitios culturales y dos naturales inscritos en la Lista del patrimonio mundial, entre ellos se encuentran las zonas arqueológicas de Teotihuacán, Palenque, Chichén-Itzá, Tajín y las pinturas rupestres de la Sierra de San Francisco (B.C.S.); las ciudades históricas de Guanajuato, Morelia, Puebla y Zacatecas; México-Xochimilco y Oaxaca-Monte Albán, como sitios históricos y prehispánicos, y Sian Ka'an (Quintana Roo) y los refugios de ballenas del Vizcaíno (B.C.S.), como sitios naturales (IASA Comunicación, 2015, párr. 4).

Registrar el Patrimonio Inmaterial es importante porque en la Conferencia General de la UNESCO de la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, en su 17ª reunión celebrada en París en 1972, se señaló que “están cada vez más amenazados de destrucción, no sólo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más terribles” (p. 1). De la misma manera en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, se indica que el patrimonio “debe ser preservado, realizado y transmitido a las generaciones futuras como testimonio de la experiencia y de las aspiraciones humanas, a fin de nutrir la creatividad en toda su diversidad e inspirar un verdadero dialogo entre las culturas” (Art. 7). Además se debe:

respetar y proteger los sistemas de conocimiento tradicionales, especialmente los de los pueblos indígenas; reconocer la contribución de los conocimientos tradicionales, en particular por lo que respecta a la protección del medio ambiente y a la gestión de los recursos naturales, y favorecer las sinergias entre la ciencia moderna y los conocimientos locales (Anexo II, párr. 14).

Para Luna (2009) y Santiago (2012), el registro del patrimonio inmaterial es un elemento importante para las comunidades, ya que éste ayuda a fortalecer su identidad. Para Chávez (2011), la conservación de los recursos naturales de una comunidad, de sus usos y costumbres y de su identidad

sociocultural, puede facilitar la creación de empleos, la participación igualitaria en el desarrollo socioeconómico y la integración con otras culturas (p. 70).

En México se han realizado estudios sobre el registro del patrimonio inmaterial en Tamazulápam del Progreso, Oaxaca (Santiago, 2012) y Santa María Huatulco, Oaxaca, (Luna, 2009), pero aún no se ha documentado el patrimonio con que se cuenta en la Sierra Norte del estado. Este estudio tuvo como objetivo realizar el registro del patrimonio inmaterial en la comunidad de San Andrés Solaga, ubicada en la Sierra Norte del Estado de Oaxaca. El trabajo resulta novedoso pues aborda la problemática desde una perspectiva social, porque forma parte de la metodología para un turismo ambientalmente planificado, en la fase del ordenamiento antroponatural, que significa tener conocimiento de qué recursos existen en el lugar, cuál es su calidad y cantidad, y cómo podrían ser aprovechados turísticamente sin dañar al medio ambiente (Chávez, 2011, pp. 94-95).

MÉTODO

PARTICIPANTES

Se entrevistaron a 15 habitantes de la comunidad de San Andrés Solaga, mayores de 50 años, tanto nativos como residentes. Durante la investigación el tipo de muestra que se utilizó fue intencional.

MATERIALES

Se diseñó una ficha técnica para el registro de los elementos del patrimonio cultural inmaterial de San Andrés Solaga, que contiene nombre del elemento, descripción, nombre de la fuente y nombre del recolector.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se integró una muestra de 15 habitantes mayores de 50 años, el tipo de muestreo fue intencional.

Fase 2.- Para la recolección de los datos se realizaron entrevistas a los habitantes seleccionados, previa solicitud por escrito a la Autoridad local.

Fase 3.- Los elementos se concentraron en las fichas técnicas, omitiéndose los que se repetían.

Fase 4.- Se trataron los datos con estadística descriptiva.

RESULTADOS

En la Tabla 1 se hace un concentrado resumido de los 31 elementos del Patrimonio Cultural Inmaterial identificados en la comunidad de estudio.

Tabla 1.

Elementos del Patrimonio Cultural Inmaterial de San Andrés Solaga. Oaxaca, México.

No.	Nombre	Tipo	Descripción	Observaciones
01	La Conquista	Danza	Participan personas disfrazadas de indígenas y españoles (soldados). Se representa la guerra entre estos dos grupos. Se realiza en fiestas patronales y de los barrios.	Ya no se representa en la actualidad.
02	San Marcos	Danza	Esta danza trata sobre la evangelización y la introducción de la religión católica a las comunidades indígenas. Se conforma de 2 grupos: los cristianos y los judíos.	Es una de las danzas más antiguas.

(continúa)

No.	Nombre	Tipo	Descripción	Observaciones
03	Huenches Viejos	Danza	En ella se representa a los personas de edad avanzada. Su propósito es agradecer a la naturaleza por las lluvias en tiempos de sequía.	
04	La Malinche	Danza	Trata de la época de la conquista, en ella un grupo de mujeres representa a la Malitzin y uno de hombres a Moctezuma.	Se sigue preservando
05	Huenche nene o San José	Danza	Representación bíblica, los personajes son María, José y un bebé que representa a Jesús; acompañados por 8 hombres con trajes de terciopelo.	Últimamente ya no se ha presentado en la comunidad, pero sí en comunidades vecinas
06	Los Cantinflas	Danza	Es una danza – parodia sobre los borrachitos del pueblo, donde participan únicamente niños.	Parece ser que su objetivo es hacer conciencia sobre el alcoholismo.
07	Los changuitos	Danza	Danza para concientizar sobre el cuidado de la fauna nativa. Participan en ella 8 personas disfrazadas de esta especie, bajo los acordes de la banda de música de viento.	
08	La Pastorela	Danza	Se lleva a cabo el 24 de diciembre, consiste en un grupo de niños vestidos de pastores y con juguetes de “animalitos” en las manos, bailan y cantan canciones navideñas.	
09	Fiestas del 3 de Mayo.	Tradición	Realizada en honor a la Santa Cruz se realizan ofrendas, rezos, procesiones, misas y convivencia en el cerro “Iho ya’che Xhanchho”.	La asistencia de personas ha disminuido en los últimos años.
10	Donación de vela.	Tradición	Previo a todas las festividades de barrio y patronales, el mayordomo o voluntarios donan las velas que se ocuparán, motivo por el cual se hace una comida especial y bailes con música de banda	Es exclusiva de las festividades religiosas.

(continúa)

No.	Nombre	Tipo	Descripción	Observaciones
11	La Boda Solagueña.	Tradición	Es una tradición que se realiza en 4 partes: (1) La pedida de mano, (2) el día anterior a la boda, donde se reparte regalos a la familia de la novia, (3) la boda y (4) el recalentado en la casa del novio.	Últimamente ya no se realiza con estas características.
12	Fiestas patronales	Tradición	Son dos fiestas principales las que se celebran: una el 16 de julio en honor a la Virgen del Carmen y la otra el 30 de Noviembre en honor a San Andrés Apóstol. La duración de estas es de 5 días. Hay misas, danzas, baile popular, jaripeo, juegos deportivos y comida en casa de la Comisión de Festejos.	Las fiestas son una de las tradiciones que más se conservan aunque sí han tenido algunos cambios en los últimos años.
13	Fiesta de los barrios	Tradición	Realizadas en los tres barrios principales: Los Remedios, La Exaltación y La Soledad. Se realizan misas y calendas. Los barrios están representados por sus mayordomos y son los encargados de organizar las fiestas.	En los últimos años la asistencia de personas a estas celebraciones ha disminuido.
14	Ofrendas a la naturaleza	Tradición	El día primero de cada año en el Cerro "Iho Ya'a nhal" (el más alto de la comunidad) las nuevas autoridades se encargan de dar ofrendas a la madre tierra, a los 4 puntos cardinales.	Esta tradición está fuertemente arraigada y parece ser que continuará por muchos años.
15	Asamblea de acuerdos para la fiesta patronal	Tradición	Cuando se aproxima la fiesta patronal, en una asamblea general se nombra a la comisión que se encargará de organizar la fiesta, las actividades que se realizarán y la cantidad de dinero que cada ciudadano aportará.	Esta tradición está fuertemente arraigada y parece ser que continuará por muchos años.
16	Tequios	Tradición	Al igual que en muchos pueblos del Estado de Oaxaca, esta tradición consiste en que los ciudadanos aportan trabajo sin remuneración en beneficio de la comunidad.	Esta tradición está fuertemente arraigada y parece ser que continuará por muchos años.

(continúa)

No.	Nombre	Tipo	Descripción	Observaciones
17	La Siembra	Tradición	La siembra es una actividad que tradicionalmente se acostumbraba a efectuar a principios de marzo en las montañas, a mediados de abril en tierra caliente (terrenos bajos) y en mayo – junio en los terrenos dentro de la población. En cada siembra se ofrece mezcal a la tierra.	Actualmente las fechas de siembra han cambiado porque las lluvias llegan a destiempo.
18	Ayuda mutua o gozona	Tradición	Es el apoyo que la gente hace a otra, como en las fiestas, en el colado de casas, o cuando muere alguna persona, este apoyo consiste en dinero efectivo, especie o apoyo físico.	Esta tradición está fuertemente arraigada y parece ser que continuará por muchos años.
19	Ofrendas de pedimento.	Tradición	Existen lugares en la comunidad en donde la gente le lleva regalos a la naturaleza para el bienestar de su familia o para pedir algo material; generalmente se hace en el Cerro “Ya’ Che Xhanchho”.	Algunos lugares ya no son conocidos, ya que la gente adulta es la única que asiste a realizar este tipo de actividad.
20	Salsa al pastor	Comida	Es una comida sencilla que se prepara regularmente en el campo para las personas que van a trabajar, que consiste en una salsa con: camarones, tomates, cebolla, aguacate, frijol en polvo, chintesle o chile verde, limones, sal y agua.	Puede consumirse fría o caliente, al hervirla se le puede agregar epazote.
21	Frijol con granos de elote (revoltijo).	Comida	Es un platillo cotidiano a base de: frijol negro, epazote, ajo, cebolla, granos de elote, sal y agua; se le puede agregar jugo de limón con chile.	Está fuertemente arraigada.
22	Tamales de frijol.	Comida	Los tamales de frijol consisten en masa de maíz, con pasta de frijol envuelto en hojas de aguacate y hojas de milpa seca.	Se ofrece en todas las fiestas.

(continúa)

No.	Nombre	Tipo	Descripción	Observaciones
23	Quelites (kwan zet)	Comida	Es un platillo cotidiano y se necesita: quelites, un poco de masa, ajo y agua; es muy sencillo de preparar. Se sirve caliente y se puede acompañar con limón.	
24	Yintaw yela (mole de plátano).	Comida	Los ingredientes son frijol negro (za'tope), 6 chiles de árbol, ajo, hierba santa, plátano negro no maduro, masa y sal. Se sirve caliente.	Ya pocas personas realizan este platillo.
25	Champurrado (Chocolate)	Comida	Se necesita chocolate, panela, masa y agua.	Esta es la bebida principal en las festividades.
26	Caldo de res o Caldo de gato.	Comida	Se ocupa carne de res, cebolla, chile guajillo, ajo, comino, clavo, cilantro y verduras como ejote, papa, zanahorias, col y garbanzo.	Es el platillo que se sirve en el día principal de las fiestas
27	Za lhill (ejote o frijol seco)	Comida	Es una comida cotidiana que depende de la disponibilidad de frijoles secos, que crecen junto con la milpa, solo se ponen a hervir con sal y agua, algunos tardan en cocerse más que otros.	Platillo poco común.
28	Amarillo de nopales.	Comida	Platillo cotidiano; para el amarillo se necesita: tomates, nopales, ajo, chile guajillo, hoja de aguacatillo o epazote, masa y sal al gusto.	Es un platillo muy común en la actualidad.
29	Solaga mi bello pueblo (canción)	Música	En esta canción se describe a las mujeres del pueblo, con sus trajes típicos y sobre la calidez de su gente.	El autor aún vive
30	Solaga de mis amores.	Música	En esta canción describe la belleza del pueblo y el orgullo de pertenecer a esta comunidad.	Esta canción fue un arreglo del maestro Jeremías Ríos A.
31	Periko xtil (canción en Zapoteco)	Música	Es una canción en zapoteco que utiliza el juego de palabras y cuenta la historia de un perico español.	Únicamente las personas mayores la conocen

DISCUSIÓN

De manera general se puede observar que en la comunidad de estudio se tiene una variedad de elementos del patrimonio cultural inmaterial. La mayoría de estas actividades son religiosas. Se aprecia que los entrevistados refieren que en algunas festividades ya no concurre la cantidad de gente como en años anteriores, lo que significa que debe haber una preocupación para evitar que desaparezcan estos elementos en el corto o mediano plazo. Sin embargo, algunos elementos están fuertemente arraigados y se les identifica como perdurables por varios años más. También se resalta el hecho que todavía existan elementos relacionados con la naturaleza que parecen ser herencia de la época prehispánica. Hallazgos parecidos fueron encontrados en el estudio realizado en Tamazulapam del Progreso Oaxaca (Santiago, 2012), donde la autora hace un registro detallado de las festividades y tradiciones de esta comunidad a partir de entrevistas a líderes de opinión locales. Es probable que la cantidad y variedad de elementos del Patrimonio Cultural Inmaterial en esta comunidad se deba al mestizaje, herencia de las culturas mesoamericana y europea, principalmente por la evangelización católica; además anteriormente las personas mostraban mayor respeto y culto a la naturaleza. La permanencia de estos elementos probablemente se deba al reciente interés de adultos y jóvenes de la comunidad que los han valorado, rescatado y promovido. Desafortunadamente también se observa que algunos elementos son débiles, esto debido a la transculturación resultado de la migración a otros estados de la República y sobre todo a Estados Unidos de Norteamérica. Un fenómeno similar seguramente ocurre en otras comunidades de la Región Sierra Norte y en el resto del estado de Oaxaca, estudios al respecto deben ser conducidos.

Los datos recabados permiten visualizar a una comunidad con amplia diversidad cultural, un estudio como el que se reporta pudiera replicarse en casi cualquier comunidad del Estado de Oaxaca, donde haya indicios de Patrimonio Cultural Inmaterial. Un paso más adelante sería desarrollar estudios posteriores para determinar si la actividad turística es viable como opción de desarrollo; en el primero se evaluarían otros aspectos sociales, ecológicos y políticos; y en el segundo se estudiaría a los

turistas potenciales. Así se tendrían mayores elementos para realizar la planeación del desarrollo turístico para la comunidad.

REFERENCIAS

- Chávez, J. (2011). *Ecoturismo TAP*. México: trillas.
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos. (1994). *Conferencia de Nara sobre autenticidad*. Nara, Japón: ICOMOS.
- Gobierno Boliviano de Venezuela. (2012). *Instituto del Patrimonio cultural*. Recuperado el 07 de Abril de 2014, de Clasificación del patrimonio cultural en el RPC-Venezuela: www.ipc.gob.ve/index.php/rpc-venezuela/clasificacion-del-patrimonio-cultural-en-el-rpc-venezuela
- IASA Comunicación. (2015). Historia de la conservación del patrimonio cultural de México. Recuperado el 11 de septiembre de 2015, de *México desconocido*: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/historia-de-la-conservacion-del-patrimonio-cultural-de-mexico.html#comments>
- Instituto Nacional de Desarrollo Social; Red de Servicios para el Desarrollo Comunitario A,C. Centro de Estudios y Desarrollo de las Lenguas Indígenas de Oaxaca. (2008). *Escribiendo y leyendo la vida de nuestros Pueblos Originarios. Antología de saberes comunitarios*. Oaxaca: Autor.
- Luna, M. (2009). *Evaluación de los Recursos Turísticos Culturales de la Cabecera Municipal de Santa María Huatulco, Oaxaca, para ser aprovechados como atractivos turísticos*. Oaxaca: Universidad del Mar Campus Huatulco.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. París: Autor.

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. La Conferencia General.* París: Autor.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.* París: Autor.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-UNESCO (2012). *Patrimonio Cultural Inmaterial.* Recuperado el 20 de Junio de 2014, de ¿Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial?: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>
- Santiago, E. (2012). *Ñuu Ma'o (Nuestro Pueblo) Fiestas y tradiciones en Tamazulapam del Progreso, Oaxaca.* Oaxaca: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes .
- Secretaría de Gobernación. (2010). e-local. Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de Sitio oficial e-local: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_oaxaca

CONSUMO DEL TURISTA EN EL COMERCIO INFORMAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE UNA CIUDAD PATRIMONIO EN MÉXICO¹

TOURIST'S CONSUMPTION IN INFORMAL TRADE ON HISTORICAL CENTER OF A HERITAGE CITY IN MEXICO

Zoilo Torres Zenon ²
Centro Universitario Casandoo
México

RESUMEN

El comercio informal se ha definido como aquel tipo de comercio que está representado por actividades que a pesar de ser fielmente lícitas y convenientes, deseables en un país, se sirven de medios ilícitos para llevarse a cabo (Díaz y Corredor, 2008). A pesar de las críticas hacia esta actividad, su estudio es relevante debido a que los trabajadores informales proporcionan materias primas a bajo costo a los sistemas de producción globales aunque la mayoría de ellos son excluidos de las oportunidades que ofrece la globalización y solo se mueven en mercados limitados (Comisión Mundial sobre la Dimensión Social de la globalización, 2004, p. 65). Este trabajo tuvo como objetivo investigar los productos que consume el turista en el comercio informal de la ciudad de Oaxaca. Dos encuestas fueron aplicadas a 120 turistas utilizando un muestreo aleatorio estratificado. Se determinó que los productos que más prefieren los turistas tanto nacionales como extranjeros, son los alimentos y las bebidas, seguidos por las artesanías y las prendas típicas.

ABSTRACT

Informal trade is defined as the kind of trade that is represented by activities despite being faithfully lawful and appropriate, desirable in a country, they use illegal resources to take place (Díaz & Corredor, 2008). Despite criticism of this activity, their study is relevant because the informal workers provide low-cost raw materials to global production systems although most of them are excluded from the opportunities offered by globalization and just move on limited markets (Comisión Mundial sobre la Dimensión Social de la globalización, 2004, p. 65). This work aimed to investigate the products that tourists consume in informal trade of Oaxaca City. Two surveys were applied to 120 tourists using stratified random sampling. It was determined that the preferred products by domestic and foreign tourists, are foods and drinks, followed by typical handicrafts and typical clothes.

PALABRAS CLAVE

Comercio informal, turismo.

KEYWORDS

Informal trade, tourism.

¹ Recibido el 18 de marzo y aceptado el 22 de marzo del 2015

² E-mail: je_vargas@yahoo.com.mx

El comercio informal se ha definido como aquel tipo de comercio que está representado por actividades que a pesar de ser fielmente licitas y convenientes, deseables en un país, se sirven de medios ilícitos para llevarse a cabo (Díaz y Corredor, 2008). De acuerdo a Flores y Noel (2003, p.II) la economía informal también es conocida como economía escondida o subterránea puesto que generalmente son actividades ilegales o que no se encuentran dentro de la contabilidad nacional. Esto tiene como resultado que gran parte de la población del país genere ingresos no regulados por el estado. En Octubre del 2014 en el boletín núm. 528/14 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI (2014) se muestra que en el estado de Oaxaca (México) hay un 3.14% de población desocupada (desempleada al 2014). Se puede deducir por datos del INEGI, que del 95.35% de la población ocupada en México, el 57.59 % se encuentra dentro de la informalidad, esto quiere decir que más de la mitad de la población mexicana tiene una dependencia laboral que no es reconocida como fuente de trabajo, se desenvuelven en micro negocios no registrados y son trabajadores que laboran sin la protección de la seguridad social.

Específicamente sobre el tema del comercio informal en la actividad turística de México, se han desarrollado trabajos como el de Gámez, Ivanova, y Wilson (2011) titulado *Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en los Cabos, Baja California Sur, México*, en dicha investigación se encontró al fenómeno como un sector favorable para la creación de oportunidades de trabajo para los habitantes del destino visitado, ya que aporta a su crecimiento económico aun cuando es parte de un fenómeno social polémico. Por esa razón este trabajo de investigación se planteó como objetivo determinar qué productos consume el turista en el comercio informal del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca, en México.

El desarrollo del estudio permitirá determinar las preferencias del turista sobre los productos que se ofertan en el comercio informal y con ello se podrá saber qué ofertar en el comercio formal en ese espacio turístico, además los datos recabados podrán ser el punto de partida para investigar la importancia que el turista le da al sector informal como parte del entorno cultural.

MÉTODO

PARTICIPANTES

Se trabajó con 120 turistas (60 nacionales y 60 extranjeros), en ambas categorías se tomó como criterio de inclusión que tuvieran una estancia en la ciudad de Oaxaca de por lo menos una noche, se utilizó un muestreo aleatorio estratificado.

MATERIALES

Se utilizaron dos encuestas que evaluaban los productos que consume el turista en el comercio informal del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca. En la primera encuesta se cuestionó sobre lo que consumían y al determinar que los alimentos y bebidas eran el producto más consumido, en la segunda encuesta se cuestionó de manera específica sobre ellos. La validez de los instrumentos se determinó mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se seleccionaron mediante un muestreo estratificado a 120 turistas (60 nacionales y 60 extranjeros) que se encontraban comprando o ya habían consumido productos en el comercio informal del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca.

Fase 2.- La encuesta fue aplicada en forma individual en un sitio de comercio informal.

Fase 3.- Los datos obtenidos en el cuestionario se agruparon mediante un diagrama de afinidad.

Fase 4.- Con la información recabada se obtuvieron los porcentajes de la preferencia de los productos consumidos por los turistas en el comercio informal de la ciudad de Oaxaca.

RESULTADOS

En la Tabla 1 se pueden ver los porcentajes de productos que prefieren consumir los turistas en el comercio informal del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca.

Tabla 1
Productos que más consumen los turistas encuestados en el comercio informal del Centro Histórico de la Ciudad de Oaxaca

Turista Nacional	% Total	Turista Extranjero	% Total
Alimentos y bebidas	80	Alimentos y Bebidas	47
Prendas de vestir	47	Prendas de vestir	33
Artesanías	37	Artesanías	27
Accesorios	33	Papelería	17
Textiles	17	Accesorios	10
Cigarros	17	Cigarros	10
Papelería (Libros, cuadernos, separadores)	10	Monederos / bolsos	7
Monederos /bolsos	10	Textiles	7
CD (Películas, música)	10	CD (Películas, música)	3
Artículos para el hogar	7	Flores naturales	3
Marihuana	3	Hamacas	3
Calzado típico	3		
Periódicos	3		
Flores naturales	3		

En la Tabla 2 es posible observar el porcentaje de los alimentos que prefieren consumir los turistas en el Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca.

Tabla 2
Alimentos que más consumen los turistas encuestados en el comercio informal del Centro Histórico de la Ciudad de Oaxaca.

Turista Nacional	% Total	Turista Extranjero	% Total
Tlayudas (Tortilla de maíz)	45	Tlayudas (Tortilla de maíz)	41
Molotes	26	Fruta	31
Empanadas	23	Vegetariana	17
Memelitas	19	Nieves (Helado)	17
Quesadillas	19	Quesadillas	17
Chapulines	16	Tacos	14
Tamales	16	Memelitas	14
Tostadas	13	Empanadas	10
Elotes	13	Elotes	10
Tacos	10	Tamales	10
Semillas	6	Mole	10
Atole	6	Atole	7
Nieves (Helado)	6	Chocolate	7
Pan	6	Chapulines	7
Fruta	6	Pizza	7
Aguas frescas	6	Quesillo	7
Tejate	6	Tostadas	3
Jugos	3	Verduras	3
Chicharrines	3	Tortillas	3
Enchiladas	3	Sopa	3
Raspados	3	Dulces típicos	3
Coctel de fruta	3	Crepas	3
Mezcal	3	Molotes	3
Nicuatole	3	Hamburguesas	3
Café	3	Churros	3
Mole	3	Elotes	3
Buñuelos	3	Semillas	3
Chocolate	3	Café	3
Barbacoa	3	Pan	3
Sal de gusano	3		

DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros el producto que tiene más demanda son los alimentos y bebidas. Dentro de esta categoría se encontró que para los turistas nacionales el alimento más consumido en el comercio informal es la tlayuda (con un 45%), un alimento típico en la ciudad de Oaxaca, seguida por los molotes, empanadas, memelitas, quesadillas, chapulines, entre otros. Por otro lado, los turistas extranjeros reportan también consumir la tlayuda en el primer lugar con un 41%, continuando con las frutas.

Las prendas típicas seguidas por las artesanías ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente como productos de mayor adquisición, después de los alimentos y bebidas.

Este reporte constituye uno de los primeros estudios que se realizan en los que se vincula la interacción del turista con la economía informal. Los resultados brindan una fotografía inicial de la realidad y sirven como un diagnóstico de oportunidades comerciales, así como elementos que se deben tomar en cuenta al regular localmente este tipo de comercio.

Sería interesante conocer en un estudio posterior las razones económicas, sociales, o hasta ideológicas por las que los turistas consumen en el comercio informal o las diferencias existentes entre el consumo en establecimientos formales o informales. Ya que como señalan los datos y algunos estudios similares, el comercio informal no necesariamente resulta algo molesto o negativo para el turista e incluso puede resultar atractivo (Gámez, Ivanova, y Wilson, 2011).

Adicionalmente sería conveniente desarrollar futuras investigaciones en las que se estudiara el mismo fenómeno en otros destinos turísticos y en otras épocas vacacionales.

El comercio informal forma parte de la realidad oaxaqueña, sería conveniente estudiar este tipo de actividad desde diversas ópticas y ajustar los mecanismos administrativos que los regulan a la realidad buscando el beneficio de toda la comunidad y garantizando los derechos de los usuarios.

REFERENCIAS

- Comisión Mundial sobre la Dimensión Social de la globalización. (2004). *Por una globalización justa: crear oportunidades para todos*. Suiza: Organización Mundial del Trabajo-ILO.
- Díaz, G. & Corredor, C. (2008). El comercio informal y su regulación en el ordenamiento jurídico venezolano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana* (105).
- Flores, D. & Noel, J. (2003). *Tamaño del sector informal y su potencial de recaudación en México*. Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Gámez, A., Ivanova, A. & Wilson, T. (2011). Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en los Cabos, Baja California Sur, México. *Turydes*, 4(9).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI. (2014). *Boletín de prensa núm. 528/14*. México: Autor.

ATRATIVOS QUE BUSCA EL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO EN LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA, MÉXICO¹

TOURIST ATTRACTIONS THAT NATIONAL AND FOREIGN TOURIST ARE LOOKING FOR, IN THE CENTRAL VALLEY OF OAXACA, MEXICO

Christian Amaya López ²
México

RESUMEN

Un atractivo turístico es el espacio en un país, región o ciudad con elementos o recursos turísticos e infraestructura que motivan al desplazamiento (Martínez y Rojo, 2013, p. 6). A pesar de la vocación turística del estado de Oaxaca son escasos los estudios que informen acerca de qué atractivos buscan los turistas en una región específica de la entidad. La presente investigación tuvo como objetivo determinar qué atractivos busca el turista (nacional y extranjero) en los Valles Centrales de Oaxaca. Se realizó un estudio de tipo descriptivo. Se trabajó con 70 turistas, se utilizó un muestreo aleatorio estratificado. Los resultados mostraron que los atractivos culturales y naturales que más atraen a los encuestados son aquellos para los que tradicionalmente ha existido apoyo y promoción por la relevancia que tienen: Monte Albán, Hierve el Agua y Mitla, sin embargo también se observa un creciente interés por el ecoturismo

ABSTRACT

One attraction is the space in a country, region or city with elements or tourism resources and infrastructure that motivate the displacement (Martínez and Rojo, 2013, p. 6). Despite the tourist potential of the state of Oaxaca are few studies to determine the attractions in a specific region of the state that tourists are looking for. This research aimed to determine which tourist attractive (domestic and foreign) seeks in the Central Valleys of Oaxaca. Descriptive study was conducted. We worked with 70 tourists; a stratified random sampling was used. The results showed that cultural and natural attractions that are attractive to respondents are those for which traditionally there has been support and promotion for their relevance: Monte Alban, hierve el agua and Mitla, however, a growing interest is also observed by ecotourism

PALABRAS CLAVE

Atractivo turístico, región.

KEYWORDS

Attraction tourist, region.

¹ Recibido el 20 de abril y aceptado el 24 de abril del 2015.

² E-mail: amaya_lopez@hotmail.com

Los atractivos turísticos son los principales motivadores para la realización de la actividad turística, son lugares que llaman la atención y, por tanto, motivan al desplazamiento de personas para apreciarlos y disfrutar de nuevas experiencias (Quesada, 2010, p. 170). Para su estudio, han sido clasificados de la siguiente manera: (a) sitios naturales (playas, lagos y montañas), (b) museos y manifestaciones culturales (ruinas arqueológicas), (c) folklore (gastronomía, artesanías), (d) realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas (como el tren metropolitano, planetario, pinturas) y (e) eventos programados (como festivales, torneos deportivos) (Fundación por la Socialdemocracia de las Américas, 2008, p. 17).

Oaxaca es un estado con vocación turística, que recibe una amplia derrama económica por este concepto, casi la mitad de ese ingreso lo genera Bahías de Huatulco, en tanto que la ciudad de Oaxaca genera 30% (Instituto Mexicano para la Competitividad-IMCO, 2010 p. 3). A pesar de lo anterior, es necesario desarrollar estudios para identificar aquellos elementos que resultan ser atractivos para el turismo, a fin de poder realizar una mejor planificación que beneficie a diferentes actores de este sector económico como: (a) a prestadores de servicios turísticos, (b) a organismos públicos, y (c) al propio turista. En este documento se reporta un estudio realizado con dicho propósito.

MÉTODO

PARTICIPANTES

Se trabajó con 70 turistas (30 nacionales y 40 extranjeros), se tomó como criterio de inclusión que fueran mayores de edad y que hubieran disfrutado de al menos de 3 atractivos turísticos en los Valles Centrales de Oaxaca en su última visita, se utilizó un muestreo aleatorio estratificado.

MATERIALES

Para la recopilación de la información se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas. El cual determinó qué atractivos visitaba el turista a su llegada a los Valles Centrales de Oaxaca. La validez del mismo se determinó mediante el juicio de expertos.

PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se integró una muestra de 70 turistas (30 nacionales y 40 extranjeros) que hubieran visitado por lo menos 3 atractivos turísticos en los Valles Centrales de Oaxaca. La muestra se seleccionó de una zona de conocida afluencia turística en la ciudad.

Fase 2.- Los cuestionarios fueron aplicados de forma individual.

Fase 3.- Los datos obtenidos en el cuestionario se agruparon mediante un diagrama de afinidad.

Fase 4.- Con la información recabada se obtuvo la frecuencia relativa de los atractivos que visitaron los turistas a su llegada a los Valles Centrales de Oaxaca.

RESULTADOS

En las siguientes tablas (1 y 2) se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento para poder determinar los atractivos que les interesa visitar en los Valles Centrales de Oaxaca a los turistas nacionales y extranjeros encuestados.

Tabla 1.
Atractivos culturales y naturales en los Valles Centrales de Oaxaca que les interesa visitar a los turistas nacionales y extranjeros encuestados.

Nacionales		Extranjeros	
Sitio preferido	Porcentaje	Sitio preferido	Porcentaje
Monte Albán	19.6	Monte Albán	25
Hierva el Agua	15	Hierve el agua	13
Mitla	10.9	Mitla	12
Árbol del tule	7.6	Museos	6
Museos	7.6	Festividades	5
Casa de las artesanías	6.5	Gastronomía	5
Gastronomía	5.4	Árbol del Tule	5
Iglesias	5.4	Iglesias	4
Ruta del mezcal	3.3	Centro histórico	4
Centro histórico	3.3	Ruta del mezcal	3
Tlacolula	2.2	Zócalo	3
Mercados	2.2	Jardín botánico	2
San Bartolo	2.2	Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca	2
Etla	1.1	Mercados	2
Ocotlán	1.1	Tlacolula	2
Arrazola	1.1	Casa de la Ciudad	1
Las calendas	1.1	Teotitlán	1
Turibus	1.1	Mercado de artesanías	1
Antros	1.1	Andador turístico	1
Yagul	1.1	Cerro del fortín	1
Dainzú	1.1	Dainzú	1
		Yagul	1
Total	100	Total	100

La siguiente tabla muestra los atractivos turísticos que les gustaría encontrar a los encuestados en su visita a los Valles Centrales de Oaxaca.

Tabla 2
Atractivos que les gustaría encontrar al visitar los Valles Centrales a los turistas nacionales y extranjeros encuestados

Nacionales		Extranjeros	
Sitio preferido	Porcentaje	Sitio preferido	Porcentaje
Ecoturismo	22.6	Ecoturismo	14
Actividades culturales	14.3	Museos	10.7
Parques de esparcimiento	9.1	Artesanías	7.1
Pintura	4.5	Gastronomía	7.1
Centros de artesanías	4.5	Conciertos	7.1
Restaurantes	4.5	Cursos de comida	3.6
Tours a playas	4.5	Presentaciones de agricultura	3.6
Guelaguetza (presentada más frecuentemente)	4.5	Cabalgata	3.6
Recorridos a comunidades	4.5	Hierve el Agua	3.6
Ex conventos	4.5	Conocer personas que viven alrededor de la ciudad	3.6
Auditorio de eventos	4.5	Centros culturales gratuitos	3.6
Centros acuáticos o balnearios	4.5	Tranvías	3.6
Otras respuestas		Globos aerostáticos	3.6
Mejores vías de acceso	9	Renta de cuatrimotos	3.6
Presentación de edecanes	4.5	Ferias	3.6
		Eventos musicales	3.6
		Centros recreativos	3.6
		Otras respuestas	
		Paz social	3.6
		Más promoción turística	3.6
		Mejorar el transporte a Hierve el Agua	3.6
Total	100	Total	100

DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que los atractivos culturales y naturales que les interesa visitar a los turistas nacionales y extranjeros encuestados en los Valles Centrales de Oaxaca son Monte Albán, Hierve el Agua y Mitla. Llama la atención que los tres atractivos para ambos segmentos son los mismos y en el mismo orden de importancia. Respecto a los atractivos que les gustaría encontrar, la mayor parte de los mencionados señalan actividades que pueden ser implementadas y que contribuyen además a realizar un uso alternativo del tiempo libre. Es necesario ampliar la promoción turística de aquellas actividades o lugares que son menos conocidas pero que pueden atender una necesidad específica de los turistas. También es conveniente iniciar acciones que fomenten el desarrollo de experiencias integrales y no limitarse al turismo tradicional, por ejemplo deben llevarse a cabo actividades que permitan la convivencia real entre habitantes de la ciudad o de las zonas urbanas y los turistas como parte del involucramiento de estos en una actividad específica: preparar alimentos, preparar festividades. Esto permitiría un mejor conocimiento de la cultura local y un mayor intercambio cultural y beneficio económico para los habitantes.

Es lamentable que los turistas nacionales hayan referido la necesidad de contar con edecanes femeninas y hayan especificado el tipo de vestimenta que desean que utilicen. En este sentido, es importante promover prácticas incluyentes y con enfoque de género entre los visitantes. De hecho este comentario debe motivar estudios y acciones para prevenir situaciones socialmente indeseables como el turismo sexual.

A pesar de que el estudio cuestionó únicamente sobre los atractivos, fue evidente entre las respuestas de los encuestados la necesidad que existe en la entidad de mejorar la infraestructura de los servicios turísticos, especialmente en lo que se refiere a las vías de acceso y la promoción.

La preocupación relativa a la paz social entre los visitantes debe motivar propuestas más amplias para su solución que superen la visión fragmentada de los problemas sociales en donde se atribuye el

problema a determinado grupo, y en su lugar desarrollar esfuerzos serios para compartir la toma de decisiones en un ambiente democrático y el fortalecimiento de un sistema de justicia que facilite la solución apropiada de conflictos. Además, debe estudiarse más adelante el potencial de las actividades mencionadas por los turistas, sobre todo aquellas de tipo ecoturístico, es probable que exista un potencial para su desarrollo.

REFERENCIAS

- Fundación por la Socialdemocracia de las Américas, A. (2008). *Turismo Sustentable*. Recuperado el 3 de Abril de 2014, de Fundación por la Socialdemocracia de las Américas, A.C.: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Instituto Mexicano para la Competitividad-IMCO. (2010). *IMCO*. Recuperado el 12 de Enero de 2010, de Oaxaca Análisis de Competitividad 2010: http://imco.org.mx/indice_estatal_2010/PDFS/20.Oaxaca.pdf
- Martínez, B. & Rojo, R. (2013). *Destinos Turísticos*. España: Paraninfo.
- Organización Mundial de Turismo -OMT. (1980). *BIDAIETIKO*. Recuperado el 16 de Enero de 2014, de Declaración de Manila sobre El Turismo Mundial: <http://bidaietiko.files.wordpress.com/2010/12/declaracion-de-manila1.pdf>
- Quesada, R. (2010). *Elementos del turismo; teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

NECESIDADES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN UN DESTINO RELIGIOSO EN MÉXICO¹

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

José Luis Melgar Bautista y Marcos Antonio Sánchez Cruz².
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.

¹ Recibido el 20 de abril y aceptado el 24 de abril del 2015.

² 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.

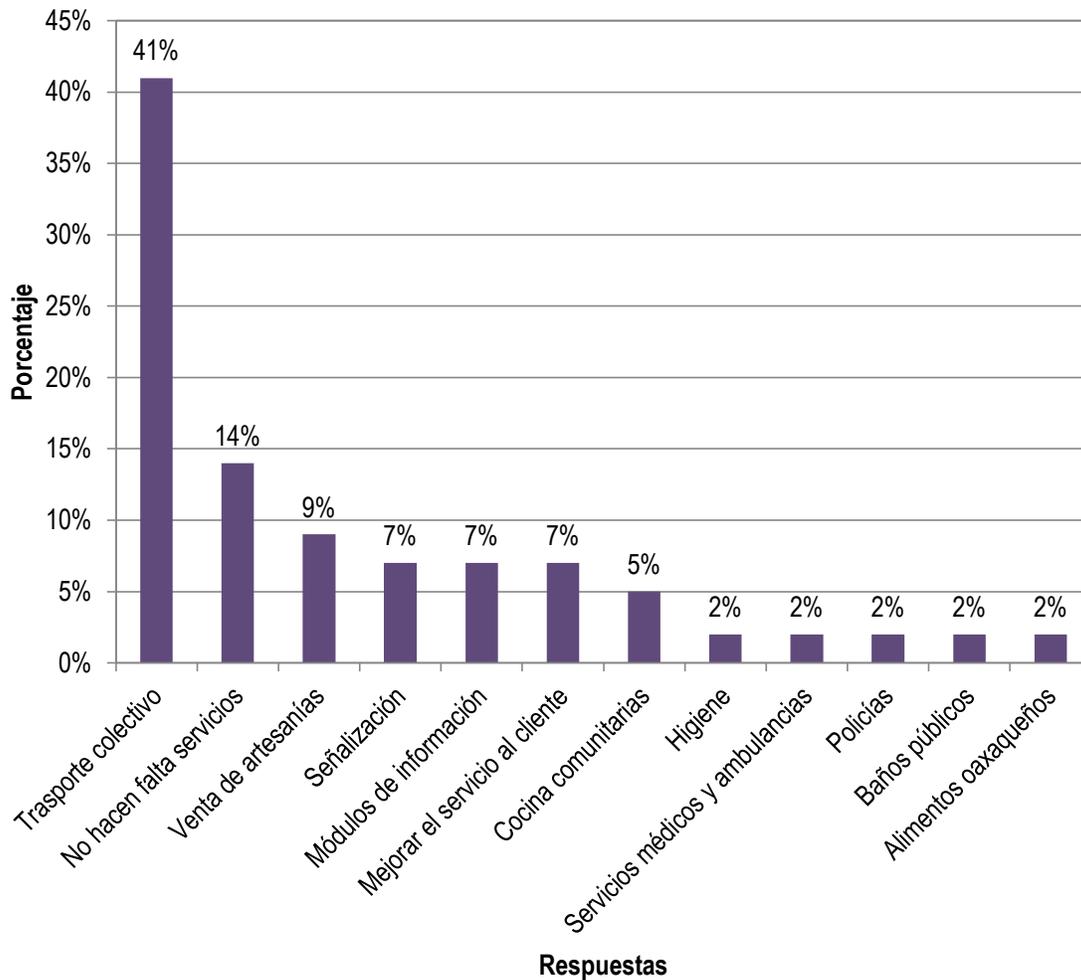


Figura 1. Necesidades de servicios turísticos.

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

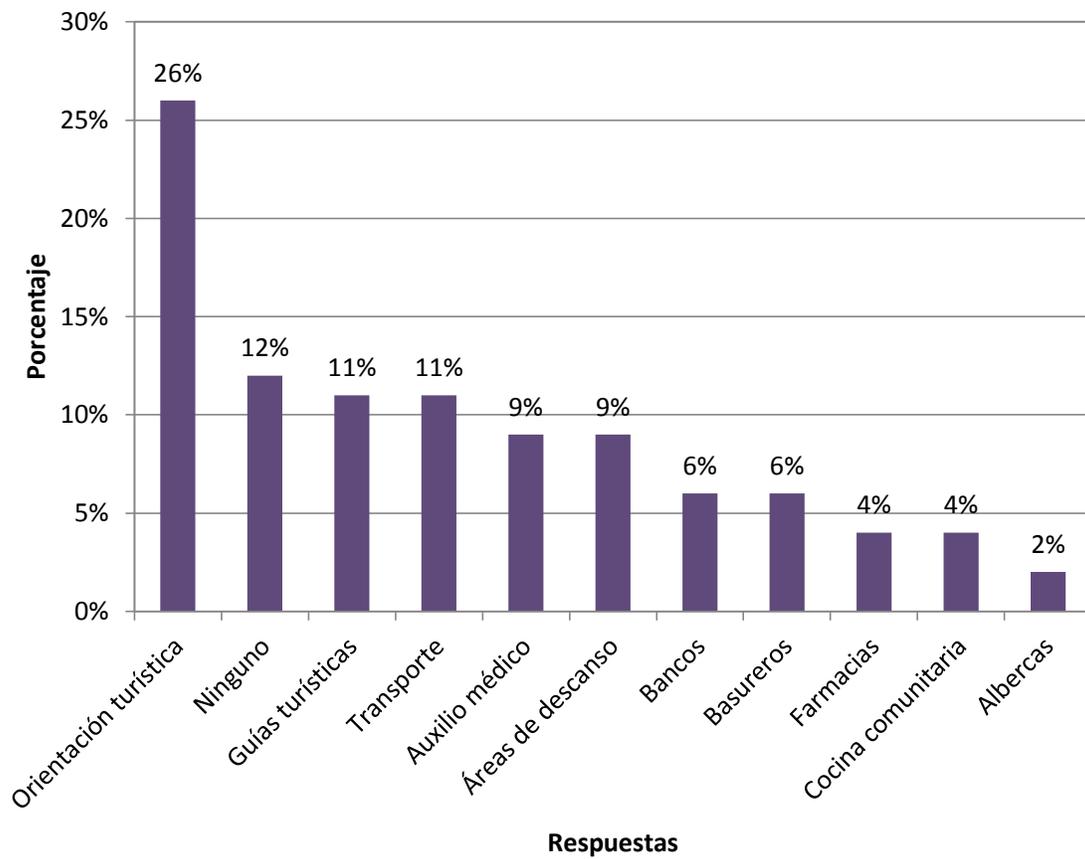


Figura 2. Necesidades de servicios complementarios que manifestaron los encuestados.

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.

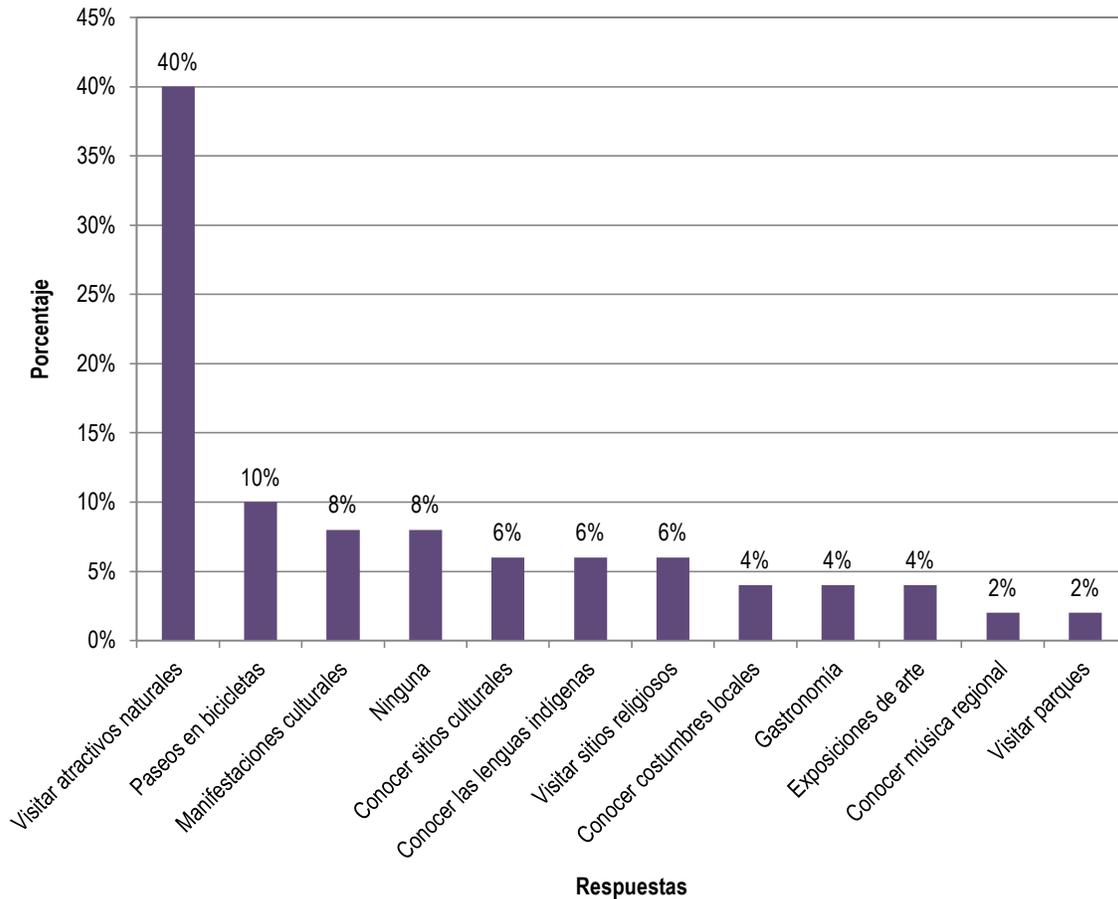


Figura 3. Experiencias alternas que les hubiera gustado tener en su visita a Santa Catarina Juquila Oaxaca, México, a los turistas encuestados.

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

CONTROL INTERNO EN VENTAS DE CAFETERÍAS EN UNA ZONA TURÍSTICA¹

INTERNAL CONTROL IN SALES OF CAFETERIA IN A TOURIST AREA

Alfonso Mallinali Nicolás Sosa y Patricia Álvarez Mejía ²
México

RESUMEN

El control interno permite a una organización obtener información confiable sobre su desempeño. En las áreas de ventas el control interno es especialmente importante porque permite el registro de entradas y la identificación de necesidades. Este estudio evaluó la existencia del control interno en cafeterías ubicadas en una pequeña comunidad turística en el estado de Oaxaca, México. Se encuestó a 12 de ellas. Apenas un 48% de ellas cuentan con control interno. Todas lo realizan en forma manual. Se destaca la importancia de capacitar a estos pequeños negocios para que fortalezcan sus procesos administrativos.

ABSTRACT

Internal control allows an organization to obtain reliable information about their performance. In the areas of sales internal control is especially important because it permits to record entries and to identify needs. This research evaluated the existence of internal control in cafeterias located in a small resort community in the state of Oaxaca, Mexico. 12 of them were surveyed. Just a 48% of them have internal control. This control is done by hand. The importance of training all of these small businesses in order to strengthen their administrative processes is emphasize.

PALABRAS CLAVE

Control Interno, Ventas, Microempresas

KEYWORDS

Internal Control, Sales, Microenterprises.

¹ Recibido el 15 de junio y aceptado el 17 de junio de 2015.

² E-mail: ponchos_ams@hotmail.com

El término control interno hace referencia al plan de organización que adopta una empresa pública, privada o mixta para obtener una información confiable de su desempeño, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y la adhesión a su política administrativa (Moreno, 2004, p.2; Gaitán, 2006).

El área de ventas de una organización es clave no solo porque en ella se generan los ingresos de la misma, sino porque adicionalmente es en esta área en la que se identifican las necesidades de los consumidores de un área determinada. Por lo que resulta esencial tener un eficiente control interno que garantice ambos procesos.

Para Flores-Calderón e Ibarra-García (2006) el contar con un control interno adecuado a cada tipo de empresa permite maximizar la utilización de recursos con calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, para obtener mejores niveles de productividad; y para contar con recursos humanos motivados, capacitados, comprometidos con su organización y dispuestos a brindar al cliente servicios de calidad (p. 26). Sin embargo, el hecho de que existan formalmente políticas o procedimientos de control, no necesariamente significa que éstos estén operando efectivamente (Orozco-Colín, 2002). Por lo que resulta de suma importancia determinar en cualquier organización si existen procedimientos formales de control interno y enseguida determinar la manera en que la entidad ha aplicado las políticas y procedimientos establecidos, su uniformidad de aplicación y finalmente, basado en dicha evaluación, concluir si están operando efectivamente.

No todas las organizaciones tienen sistemas eficientes de control interno, para Zorrilla (2003) la gran mayoría de microempresas no tienen un control interno adecuado debido a que la mayor parte de las PyMES son empresas familiares y no cuentan con profesionales que puedan guiarles en esos aspectos (p. 59). A pesar de eso han existido diferentes intentos de crear modelos de control interno útiles para pequeñas organizaciones (Flores-Calderón e Ibarra-García, 2006).

En Oaxaca, México, aún son escasos los trabajos que se han desarrollado para estudiar este rubro en las organizaciones, por esa razón en la presente investigación se buscó contribuir al estudio

sistemático de este tipo de operaciones, determinando el porcentaje de microempresas que usan algún tipo de control interno, que cuentan con un sistema de control interno de venta, en este caso se decidió trabajar con las cafeterías locales.

MÉTODO

Se trabajó con 12 microempresas dedicadas al área de cafeterías y venta de alimentos de baja producción y se utilizó una muestra de tipo intencional. Se seleccionaron empresas ubicadas en el municipio de Sta. María Atzompa dadas de alta ante las autoridades correspondientes que tuvieran como mínimo 2 años de haber iniciado sus actividades. Se empleó una encuesta breve en la que se preguntó sobre la existencia y tipo de sistemas de control interno. La encuesta se aplicó de forma individual a los responsables de las cafeterías seleccionadas.

RESULTADOS

En la Figura 1 se observa el porcentaje de cafeterías que cuentan con algún control interno para el registro de sus ventas.

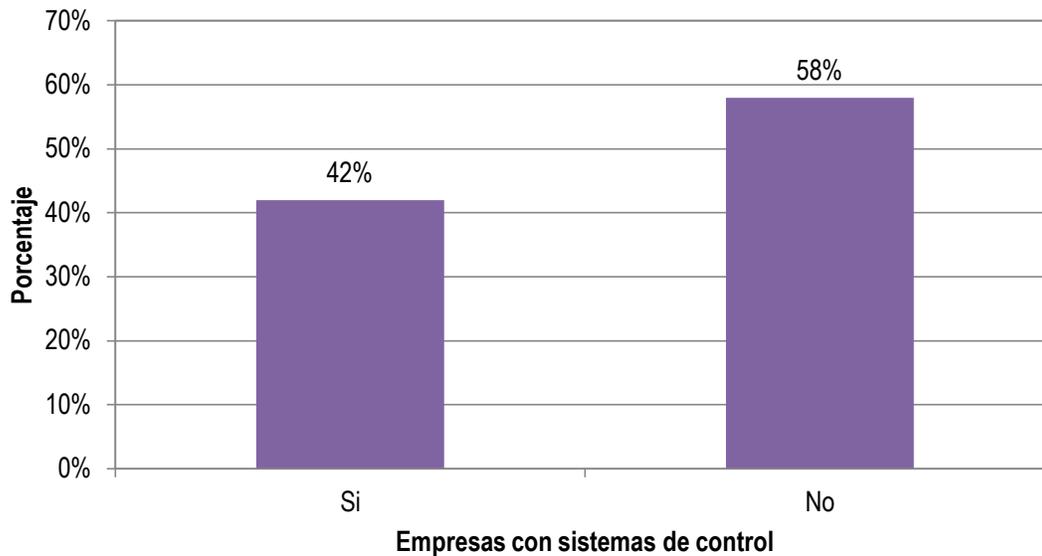


Figura 1. Porcentaje de cafeterías que cuentan con sistema de control interno.

De la misma manera los encuestados reportaron que el 100% de las cafeterías que cuentan con sistemas de control, utilizan procedimientos manuales.

DISCUSIÓN

De manera general, en el estudio se puede observar claramente que en la mayoría de las microempresas analizadas hay una falta de controles y protocolos. Es muy probable que esta administración “empírica” que realizan las empresas estudiadas provoque un desequilibrio entre los resultados esperados y los obtenidos. El tipo de empresas y su volumen de ventas pueden explicar la situación encontrada, sin embargo es evidente que existe una necesidad de capacitación para estos pequeños negocios. Las autoridades del ramo deberían conducir este tipo de esfuerzos. De la misma manera las instituciones educativas deberían vincularse con dichas empresas y ayudarlas a fortalecer sus procesos como parte de su responsabilidad con el desarrollo económico de la comunidad. El presente estudio es limitado en cuanto al tamaño de la muestra por lo que sería muy conveniente

desarrollar futuras investigaciones en las que se estudiara con mayor detenimiento un número superior de microempresas, y por ende utilizando otras aéreas geográficas, analizando tanto el nivel socioeconómico como la densidad de la población. Los resultados permiten vislumbrar una problemática que debe ser atendida en el corto plazo y que forma parte del rezago en la profesionalización de las distintas actividades económicas que se realizan en la entidad.

REFERENCIAS

- Cepeda, G. (1997). *Auditoría y Control Interno*. Colombia: MC Graw Hill.
- Gaitán, R. (2006). *Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales*. Bogotá: Ecoe.
- Flores-Calderón, Y. & Ibarra-García, G. (2006). *Control interno para la pequeña y mediana empresa*. Hidalgo: Universidad Autónoma del estado de Hidalgo
- Moreno, A. (2004). *Fundamentos de Control Interno*. México: Thomson.
- Orozco-Colín, A. (2002). *Dictámenes sobre sueldos y salarios*. México: Muy ediciones fiscales ISEF
- Pirela, A. (2005). Estudio de un caso de control interno. *Telos* 7(3). 483-495.
- Rivero, F. (2001). *La promoción integral de la microempresa; Guía de mercadeo para las organizaciones promotoras*. Madrid: Popular.
- Valencia, J. (2010). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. Cengage Learning.
- Zorrilla, M. (2003). *Implementación de un plan estratégico en la industria de impermeabilizantes y pinturas ubicada en la ciudad de Oaxaca*. México: Universidad de las Américas Puebla.

EXPERIENCIAS NEGATIVAS Y POSITIVAS DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE OAXACA, MÉXICO¹

NEGATIVE AND POSITIVE EXPERIENCES OF TOURIST VISITING OAXACA CITY, MEXICO

Marcela Cruz Juárez y Norma Isabel Aguilar Gaytán*².

*Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

México

RESUMEN

Recientemente la promoción de la actividad turística ha cambiado su perspectiva de trabajo, centrándose ahora en la experiencia del turista y el desarrollo de una actividad sustentable que permita el contacto cultural (Delgado, 2011). La evaluación de la experiencia del turista ha cobrado cada vez mayor relevancia (Losada, 2011). Este trabajo tuvo como objetivo analizar las experiencias positivas y negativas de los turistas que visitan la ciudad de Oaxaca, México. Se trabajó con 20 turistas extranjeros y 20 nacionales mayores de 18 años, ocupándose un muestreo aleatorio estratificado. La participación en actividades culturales y la calidez de las personas fueron las experiencias mayormente reportadas como positivas por los turistas nacionales e internacionales respectivamente, mientras que los bloqueos o la lluvia fueron reportados como experiencias, sin embargo un 29% de los internacionales no reportó ninguna experiencia negativa. Se proponen algunas estrategias generales para enriquecer la experiencia de los visitantes.

ABSTRACT

Recently the tourism promotion has changed their perspective of work, now focusing on the tourist experience and the development of a sustainable activity that allows cultural contact (Delgado, 2011). The evaluation of the tourist experience has become increasingly its importance (Losada, 2011). This study was aimed to analyze the positive and negative experiences of tourists visiting the city of Oaxaca, Mexico. We worked with 20 foreign tourists and 20 national older than 18 years old, stratified random sampling was used, participation in cultural activities and the warmth of people's experiences were mostly reported as positive by domestic and international tourists respectively. roadblocks or rain were reported as negative by national and international tourists experience, however 29% of international reported no negative experience. Some general strategies are proposed to enhance the visitor experience.

PALABRAS CLAVE

Experiencias positivas, experiencias negativas, turista

KEYWORDS

Positive experiences, negative experiences, tourist

¹ Recibido el 08 de junio y aceptado el 12 de junio del 2015.

² E-mail: marcela_c.j@hotmail.com, normita0218@hotmail.com

Recientemente la promoción de la actividad turística ha cambiado su perspectiva de trabajo, centrándose ahora en la experiencia del turista y el desarrollo de una actividad sustentable que permita el contacto cultural. Ha surgido incluso un turismo denominado experiencial, en el cual el participante abandona su papel de espectador y se involucra en la actividad que está desarrollando (Académica. Comunidad digital de conocimiento, 2013).

Esta tendencia representa un desafío para la industria del turismo, en el sentido de poder desarrollar productos y servicios que cubran las expectativas de quienes buscan el desarrollo de nuevas experiencias culturales (Secretaría de turismo-SECTUR, 2014). En ese sentido la evaluación de la experiencia del turista se torna cada vez más relevante (Losada, 2011).

En Oaxaca (México) se han desarrollado algunos estudios al respecto, Gris (2007) realizó en Huatulco, población de la costa oaxaqueña, una medición del grado de satisfacción de los turistas que la visitan y un análisis de sus efectos sobre los fenómenos de retorno y recomendación, sin embargo en la ciudad capital aún no se han desarrollado trabajos similares.

Es por lo anterior que esta investigación tuvo como objetivo analizar cuáles son las experiencias (positivas y negativas) que reportan los turistas que visitan la ciudad de Oaxaca. El desarrollo de este estudio permitirá determinar de manera general qué elementos hay que corregir o fortalecer para mejorar la experiencia de los visitantes en este destino.

MÉTODO

Se trabajó con 20 turistas extranjeros y 20 nacionales que eran mayores de 18 años, y que por lo menos habían estado 24 hrs. en la ciudad de Oaxaca. Se utilizó un muestreo estratificado y se aplicó de manera individual un cuestionario de preguntas abiertas a los turistas que se encontraban en el Centro Histórico de dicha ciudad del 25 de octubre al 02 de noviembre del año 2014. El instrumento empleado midió las experiencias positivas y negativas reportadas por estas personas, su validez se

determinó mediante juicios de expertos. Por último, para el análisis de los datos, se obtuvieron medidas de frecuencia relativa.

RESULTADOS

En la tabla 1 se pueden ver las experiencias positivas que tuvieron los turistas nacionales y extranjeros encuestados.

Tabla 1
Experiencias positivas de los turistas encuestados.

Nacionales		Extranjeros	
Experiencia	Porcentaje	Experiencia	Porcentaje
Participar en actividades culturales	26.5	Percibir calidez de las personas	26
Observar la arquitectura	17.6	Disfrutar de la gastronomía	22
Conocer e interpretar el arte	14.8	Participar en actividades culturales	22
Disfrutar de la gastronomía	11.8	Conocer Monte Albán	6
Percibir calidez de las personas	11.8	Asistir a conferencias (sobre textiles)	4
Conocer Monte Albán	5.9	Disfrutar la luz de Oaxaca (sol)	4
Caminar por las calles del centro histórico	2.9	Caminar por las calles del centro histórico	4
Conocer el Jardín Etnobotánico	2.9	Conocer el Jardín Etnobotánico	4
Asistir a conferencias (sobre textiles)	2.9	Disfrutar el Clima lluvioso	2
Disfrutar el ambiente en los bares	2.9	Visitar museos	2
		Visitar la comunidad San José del Pacífico	2
		Observar las calendas	2

La tabla 2 muestra las experiencias negativas de los turistas encuestados.

Tabla 2.
Experiencias negativas de los turistas encuestados.

Nacionales		Extranjeros	
Experiencia	Porcentaje	Experiencia	Porcentaje
Bloqueos	17.3	No tuvo experiencias negativas	28.6
Clima lluvioso	17.3	Clima lluvioso	14.1
No tuvo experiencias negativas	17.3	No contestó	14.1
Artesanía industrial	9	Bloqueos	4.8
No contestó	9	Puestos ambulantes en el zócalo	4.8
Puestos ambulantes en el zócalo	4.3	Tráfico	4.8
Tráfico	4.3	Trato con migración	4.8
Intolerancia de los guardias en los museos	4.3	Que haya Office- Depot	4.8
Fumadores en espacios cerrados	4.3	Personas machistas	4.8
Falta de hoteles abiertos a las 5:00 am	4.3	Conductores que manejan muy mal	4.8
Ciudad sucia	4.3	Falta de información turística	4.8
Inseguridad	4.3	Mala organización de los tours	4.8

DISCUSIÓN

La participación en actividades culturales, la calidez de las personas, la observación de la arquitectura y el arte local, el disfrute de la gastronomía, visitar los sitios arqueológicos y caminar por las calles del centro histórico, disfrutar del clima soleado, asistir a conferencias sobre textiles, son las experiencias positivas reportadas con mayor frecuencia por los turistas nacionales e internacionales. Deberían promoverse actividades que involucren estos elementos y, que a su vez, sean estas interactivas de manera que la experiencia se torne aún más gratificante.

Como se ha propuesto por distintos autores, la actividad turística debe ser integralmente planteada, en este sentido los bloqueos, resultado de los conflictos sociales de la entidad, deben resolverse de

manera global, es decir fortaleciendo la democracia, la planeación participativa y la justicia social, de otra forma se puede caer en una visión reduccionista del problema. Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad es una forma de invertir en turismo.

Cabe señalar que es necesario indicar con claridad, en la información turística, las condiciones climáticas en la entidad; también pueden implementarse actividades en las que la lluvia pueda ser planteada como un atractivo adicional en lugar de un inconveniente. Es interesante observar el alto porcentaje de turistas internacionales que no reportan experiencias negativas, sin embargo se deben tomar medidas para regular el comercio ambulante, resolver los problemas viales, mejorar el servicio por parte de los proveedores y de los representantes gubernamentales, así como profesionalizar lo referente a la organización de recorridos.

Las experiencias reportadas muestran que falta desarrollar actividades interactivas, por ejemplo: cocinar comida oaxaqueña, involucrarse en la organización de una actividad (una calenda), etc. Este tipo de labores deberían ser promovidas porque facilitarían el contacto cultural y se tendría una mayor derrama económica en toda la población, además de mejorar la experiencia del visitante.

REFERENCIAS

- Académica Comunidad digital de conocimiento. (2013). *Tipos de turismo*. Recuperado el 05 de junio de 2015, de Académica comunidad digital de conocimiento: <http://www.academica.mx/blogs/tipos-turismo>
- Delgado, M. (2011). *Desarrollo profesional y personal. Coaching., Inteligencia emocional, programación neurolingüística*. Recuperado el 4 de junio de 2015, de Mauro Delgado Wordpress: <https://maurodelgado.wordpress.com/2011/01/04/%C2%A1solo-existen-4-tipos-de-experiencia/>
- Gris, M. (2007). *Medición del grado de satisfacción de los turistas que visitan Bahías de Huatulco, Oaxaca y análisis de sus efectos sobre los fenómenos de retorno y recomendación*. Bahías de Huatulco, Oaxaca: Universidad del Mar.

- Losada, J. (2011). *Turismo Experiencial*. Recuperado el 4 de junio de 2015, de Comunidad Hosteltur:<http://comunidad.hosteltur.com/post/2011-03-22-nuevo-modelo-para-el-turismo-economia-de-la-experiencia-turistica>
- Secretaría de turismo. (2014). *Mercados especializados*. Recuperado el 5 de junio de 2015, de Secretaría de turismo-SECTUR: <http://www.sectur.gob.mx/programas/innovacion-del-producto-turistico/mercados-especializado>.

TITULACIÓN INCORPORADA AL PLAN DE ESTUDIOS: EFICIENCIA TERMINAL, PRODUCTIVIDAD ACADÉMICA Y TRABAJO COLABORATIVO¹

CURRICULUM: TERMINAL EFFICIENCY, ACADEMIC PRODUCTIVITY AND COLLABORATIVE WORK

Jorge Everardo Aguilar-Morales y Edgar Omar Aguilar-Morales.²

Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

México.

RESUMEN

La gestión del comportamiento organizacional es una herramienta eficiente para mejorar los procesos y procedimientos organizacionales. La investigación en el nivel universitario ha resultado ser un proceso en el que se logran los objetivos con mucha dificultad. En este documento se reporta la experiencia de aplicar la gestión del comportamiento organizacional en los procesos de titulación universitaria. Se presentan de manera general las acciones y los resultados positivos obtenidos. Se discuten los requerimientos adicionales que exige este proceso y las posibilidades de utilizar la gestión del comportamiento organizacional en otros procesos académicos.

ABSTRACT

Organizational behavior management is an efficient way to improve organizational processes and procedures. Research at the university level is a process in which the objectives are achieved with great difficulty. In this paper the application of Organizational Behavior Management in the process of university qualifications is reported. In the article the actions and the positive results are presented. Additional requirements demanded by this process and the possibilities of using the Organizational Behavior Management in other academic processes is discussed.

PALABRAS CLAVE

Titulación, eficiencia terminal, productividad académica, trabajo colaborativo

KEYWORDS

Curriculum, terminal efficiency, academic productivity and collaborative work

¹ Recibido el 24 de junio de 2015 y aceptado el 26 de junio de 2015. Los autores agradecen el apoyo de la Licenciada Diana Ibeth Rodríguez Cipriano en la recolección y sistematización de los datos.

² E-mail: jorgeever@yahoo.com.mx

La gestión del comportamiento organizacional (OBM) es definida como la aplicación de los principios conductuales con individuos y grupos en el ámbito de los negocios, la industria, el gobierno y equipos de trabajo. Tiene sus raíces en el campo del análisis conductual aplicado que es la aplicación de los procedimientos operantes y respondientes para producir cambios en la conducta humana que resulten socialmente significativos (Wilder, Austin y Casella, 2009).

Principalmente la gestión del comportamiento organizacional involucra aquellos procedimientos de desarrollo y evaluación del desempeño que utilizan los principios de la modificación de conducta, buscando la mejora del desempeño individual y grupal a través de la modificación del comportamiento. La predicción y el control de la conducta humana en escenarios organizacionales son su objetivo principal. El énfasis se pone en la búsqueda de variables ambientales que afecten el desempeño personal directamente en forma observable y verificable (Patrick & Riggan, 1985; Wilder, Austin y Casella, 2009).

Las intervenciones realizadas en la gestión del comportamiento organizacional pueden ser clasificadas en dos categorías: Las intervenciones basadas en los antecedentes y las intervenciones basadas en las consecuencias. Las primeras incluyen la clarificación de tareas, la modificación del equipo, el establecimiento de metas y el entrenamiento. Las segundas comprenden la retroalimentación, el reconocimiento y los incentivos (Wilder, Austin y Casella, 2009).

Este tipo de gestión ha tenido éxito en solucionar problemas diversos, pues se ha utilizado exitosamente en la capacitación y desarrollo, en la identificación de problemas, en el ausentismo y retardo, en la evaluación de personal, en la contabilidad, la prevención de accidentes, los problemas organizacionales, la mejora de la productividad, la calidad, la cultura organizacional, etc. (De Wildt, 2003; Patrick & Riggan, 1985).

Utilizando los principios derivados del análisis de la conducta, la productividad y la satisfacción del personal mejora de manera dramática, aumentando en tasas superiores al 30% (Abernathy, 2000).

La gestión del comportamiento organizacional incluye numerosas aplicaciones: “Gestión del Desempeño”, “Análisis de Sistemas Conductuales”, “Seguridad Basada en el Comportamiento”, “Sistemas de Desempeño Totales”, “Pago por desempeño”, “liderazgo positivo”, “Diseño de Ambientes de Trabajo Positivos”, “Ventas de Precisión”, “Administración sin supervisión” y “Modelos de cambio organizacional”.

Por su parte, las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen tres funciones principales: la enseñanza, la investigación y la difusión. Sin embargo los problemas de la productividad en las universidades mexicanas han sido reconocidos por diversos actores. La solución propuesta ha sido la certificación (acreditación), un proceso que aunque se ha vuelto la solución más popular puede ser cuestionado desde un punto de vista político y técnico.

La titulación universitaria es un proceso que ejemplifica con mucha claridad, los problemas que se presentan en la gestión educativa. Los índices de eficiencia terminal son bajos, los procesos administrativos lentos y engorrosos y la interacción entre asesores y asesorado no siempre resulta cordial, de hecho existe un uso extensivo de la coerción y la violencia.

La eficiencia terminal calculada a partir de los índices de titulación es considerablemente baja. Los porcentajes varían según la escuela y la generación. Las escuelas con menores índices titulan solo al 4.5% de sus egresados. Las escuelas promedio titulan del 20 al 40% de sus egresados y aquellas que se encuentran arriba del promedio titulan del 60 al 70%. Pero en cifras generales y como promedio nacional, de cada 100 alumnos que inician estudios de licenciatura, entre 50 y 60 concluyen las materias del plan de estudios, cinco años después y, de éstos, tan sólo 20 obtienen su título. De los que se titulan, solamente un 10%; es decir 2 egresados, lo hacen a la edad considerada como deseable (24 ó 25 años); los demás el 90%, lo hacen entre los 27 y los 60 años.

El proceso de titulación es de suma importancia sobre todo porque es una acción que permite que el estudiante se involucre en la actividad investigativa y que en su aprendizaje desarrolle múltiples habilidades.

Sin embargo, tradicionalmente en lugar de resolver el problema que conlleva la titulación a través de la investigación y la elaboración de documentos recepcionales, se han diseñado opciones para evitarlos. Así para titularse las universidades actualmente ofertan numerosas opciones: promedio, examen de CENEVAL, curso de titulación, etc. Aún con eso, en términos generales todas estas modalidades han sido poco eficaces.

Al diseñarse una Institución de Educación Superior de nueva creación, se tuvo la oportunidad de utilizar la gestión del comportamiento organizacional en el proceso de titulación. En este documento reportamos la metodología aplicada y los resultados obtenidos.

MÉTODO

De manera general al diseñar el proceso de titulación las siguientes acciones fueron realizadas:

1. Se determinaron las conductas finales del proceso: elaboración de un trabajo recepcional, presentación del trabajo en un evento científico y ante un jurado integrado por docentes universitarios, así como la publicación de informes de investigación en libros y revistas científicas.
2. Se realizó un análisis de las tareas necesarias para desarrollar estas conductas finales.
3. Se ajustaron objetivos de aprendizaje para las materias de metodología de investigación que se imparten a partir de quinto semestre de tal manera que se fueran desarrollando gradualmente cada una de las tareas asignadas.
4. Se elaboraron guías de aprendizaje para cada una de las tareas.
5. Se elaboraron ejemplos de los documentos más importantes: proyectos de investigación y tesis, entre otros.
6. Se realizaron los ajustes administrativos para adaptarlos a las necesidades del proceso de titulación.

7. Se elaboraron manuales de procedimientos y políticas de todos los procesos implicados en la titulación.
8. Se seleccionaron y contrataron asesores para el proceso de titulación.
9. Se asignaron asesores individuales para la elaboración de proyectos y tesis.
10. Se implementaron sesiones individuales de asesorías para la elaboración de tesis desde el quinto semestre.
11. Se implementó un programa de formación de investigadores utilizando el coaching como sistema de entrenamiento y acompañamiento durante todo el proceso.
12. Se estableció un sistema de evaluación de los docentes no coercitivo que tomó como referencia principal el número de estudiantes que concluyeron las metas del proceso.
13. Se desarrollaron en los docentes habilidades técnicas para el trabajo de investigación pero se puso especial énfasis en el desarrollo de prácticas culturales que favorecen el trabajo colaborativo: el reconocimiento como una forma de influir en las personas, el comportamiento respetuoso de la diversidad, la toma de decisiones democráticas y la solución colaborativa de conflictos (Mattaini, 2008). En cada sesión de trabajo se establecieron los objetivos de las reuniones, se recordaban las conductas que se valoraban en el proceso, se realizaban lecturas o materiales audiovisuales que promovieran dichos comportamientos, se revisaban los objetivos logrados y se brindaba reconocimiento hacia el logro de las metas, se hizo también especial énfasis en la intención de disminuir la interacción coercitiva y fomentar el trabajo colaborativo.

RESULTADOS

Dos objetivos generales del proceso fueron establecidos: (a) Desarrollar habilidades de investigación en estudiantes preuniversitarios; y (b) Aumentar el trabajo colaborativo y la interacción positiva entre estudiantes y asesores. La Figura 1 muestra las conductas finales definidas para cada semestre.

Respecto a los programas, se reestructuraron los planes de estudio de cinco licenciaturas. Se han diseñado 30 guías de estudio. Cada estudiante recibió en promedio, en el sistema escolarizado, 360 horas de asesoría grupal y 90 horas de asesoría individual, y en el sistema no escolarizado de 152 horas de asesoría grupal y 90 de asesoría individual.

En lo referente al proceso administrativo se han descrito cerca de 40 tareas administrativas.

En cuanto a los asesores, se seleccionó y capacitó a un equipo de 29 de investigadores y 5 líneas de investigación están en marcha. En el momento de incorporarse al proyecto, los asesores tenían una experiencia en investigación reducida. Se observó que en promedio cada asesor necesitó alrededor de 312 horas de capacitación para tener un desempeño esperado al puesto. Debido al costo que representa, se diseñó un sistema de coaching conductual que facilitó el proceso. El sistema de coaching incluyó asesoría individual al asesor y sesiones colectivas para compartir experiencias.

Respecto al proceso de investigación, al concluir cuatro años de la implementación del programa se han desarrollado 536 proyectos de investigación, 224 proyectos han sido concluidos y 312 se están ejecutando actualmente.

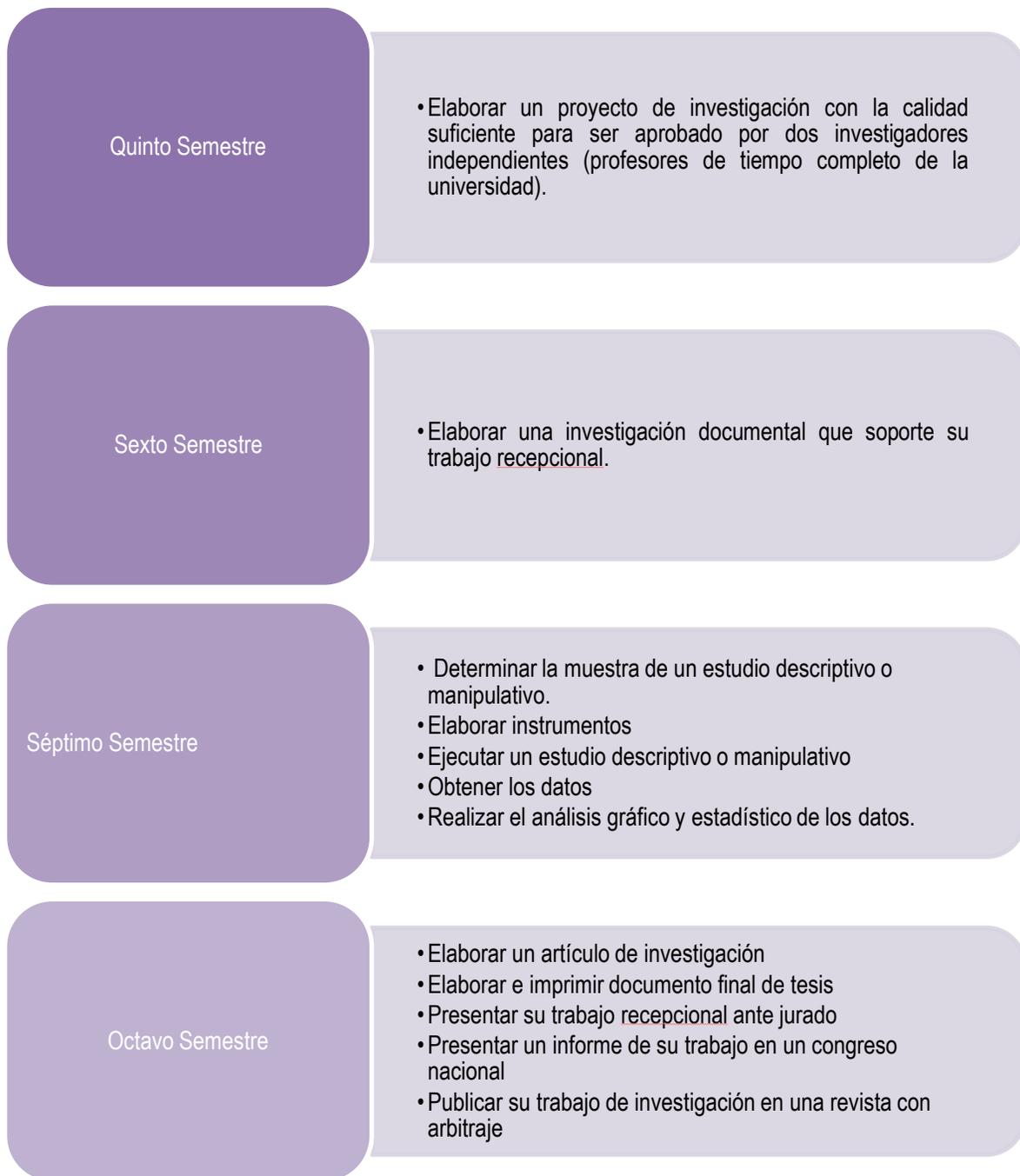


Figura 1. Conductas finales para el proceso de investigación.

En la figura 2 se puede observar el porcentaje de proyectos y trabajos de investigación concluidos y el porcentaje de exámenes profesionales realizados en las primeras generaciones.

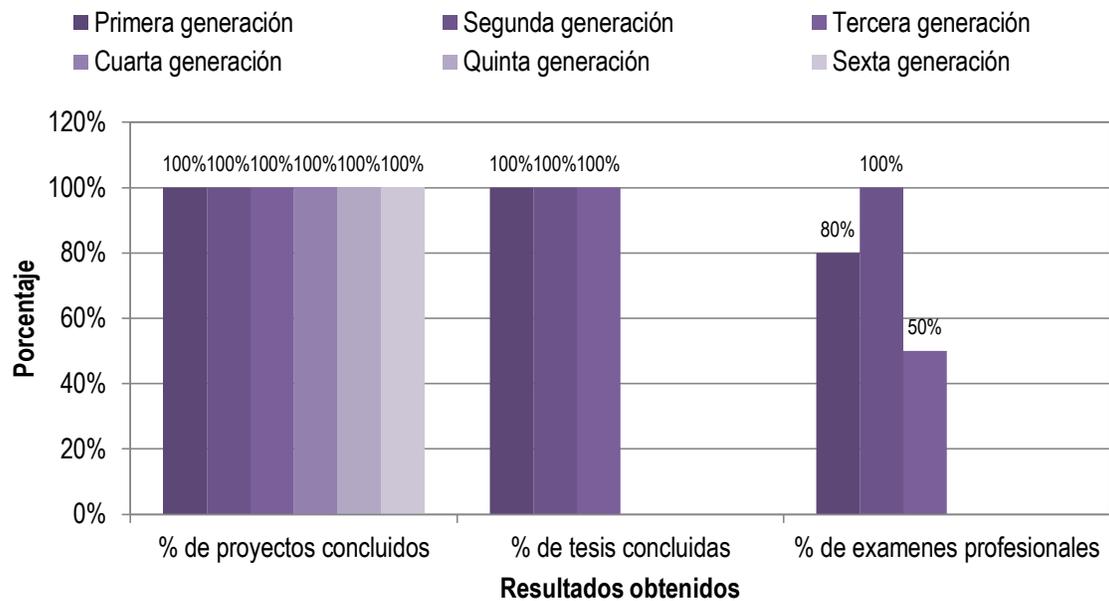


Figura 2. Proyectos, tesis y exámenes profesionales concluidos

Respecto al índice de deserción de estudiantes que han participado en el proyecto, actualmente solo se ha presentado una deserción del 5%. Es decir, al implementar el proyecto no aumentó la deserción más allá de los porcentajes usuales en estos semestres.

Actualmente se cuenta con equipo de 29 investigadores y 5 líneas de investigación están en marcha.

En la Figura 3 se muestran las participaciones en congresos por parte de los estudiantes en los primeros cinco años. Cabe hacer mención que del 2013 al 2015 no se tienen los registros completos en virtud de que los comprobantes de la participación en congresos los presentan los estudiantes en el momento de su acto de titulación lo que desfasa su registro.

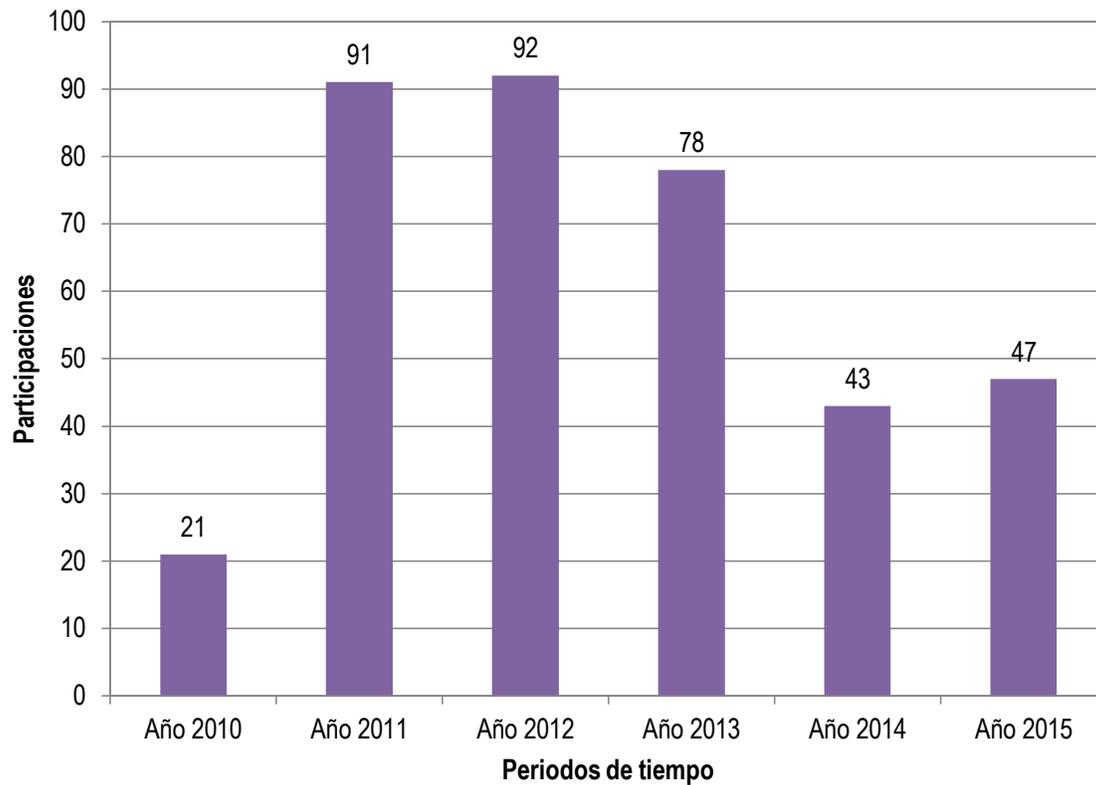


Figura 3. Participaciones en congresos.

En la Figura 4 se muestra el tipo de congreso al que han asistido los estudiantes y docentes de la universidad.

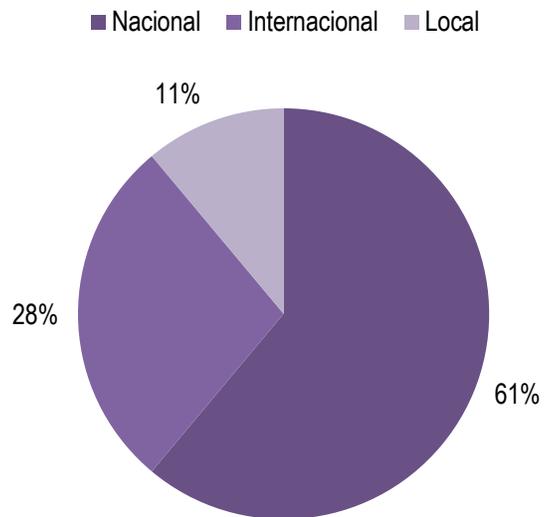


Figura 4. Tipo de congreso al que se ha asistido

En la Figura 5 se observa cómo se distribuye la participación de docentes y estudiantes en los congresos a los que han asistido.

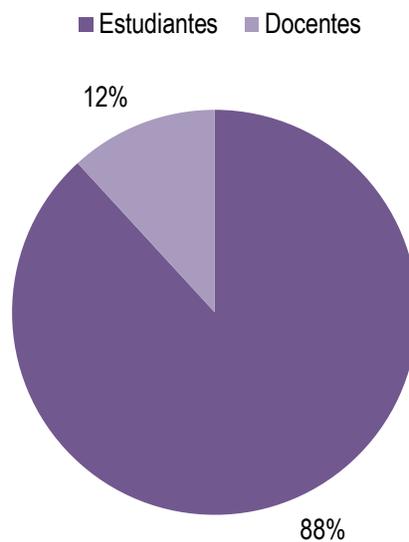


Figura 5. Asistencia a congreso por estatus académico.

En la Figura 6 se muestra el tipo de participación que se ha tenido en los congresos científicos.

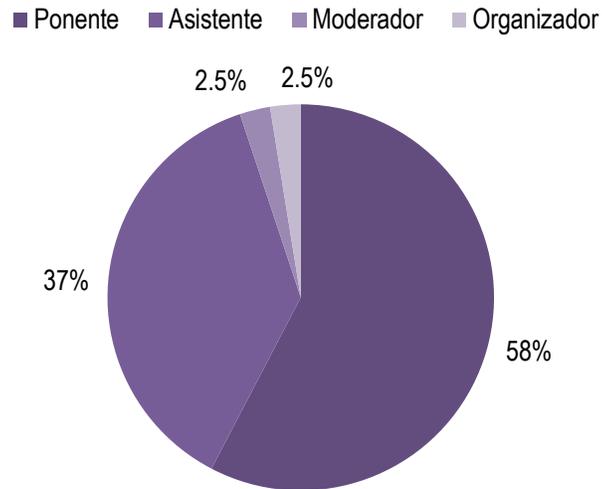


Figura 6. Tipo de participación en congresos.

En promedio cada estudiante egresado tuvo 1.2 participaciones como ponente en un evento científico.

En la Figura 7 se observa la cantidad de publicaciones por año.

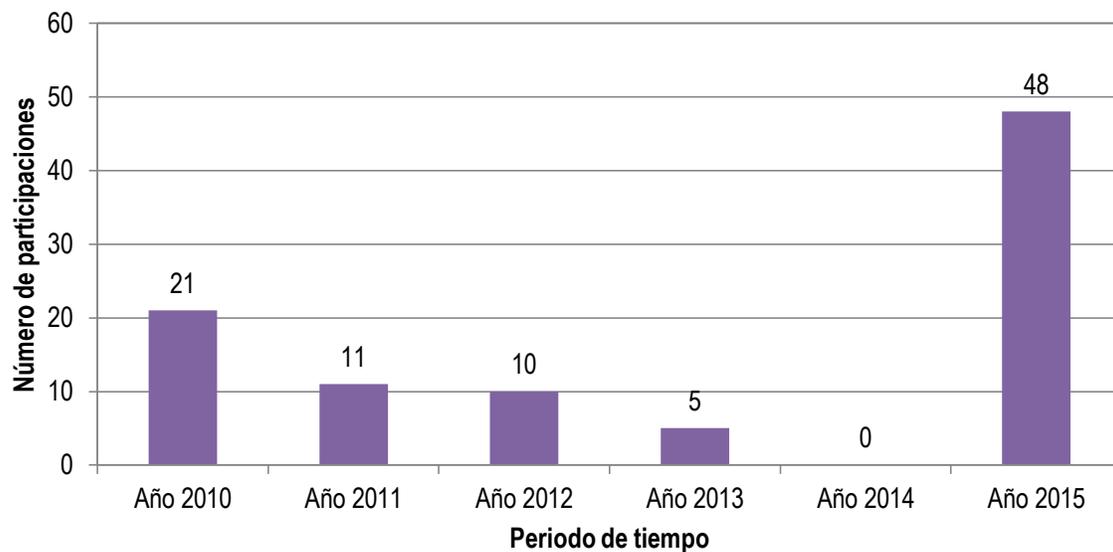


Figura 7. Publicaciones por año.

En la figura 8 se muestran el tipo de publicaciones realizadas por estudiantes y docentes

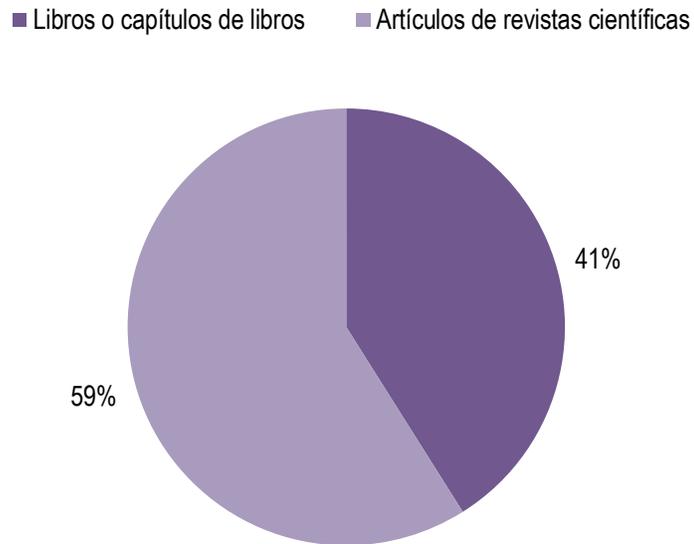


Figura 8. Tipo de publicaciones.

Es importante mencionar que el trabajo colaborativo ha sido un factor importante en los resultados obtenidos en este proceso la interacción. La Figura 9 muestra el tipo de interacción que se ha tenido durante las reuniones de academia de asesores e investigadores.

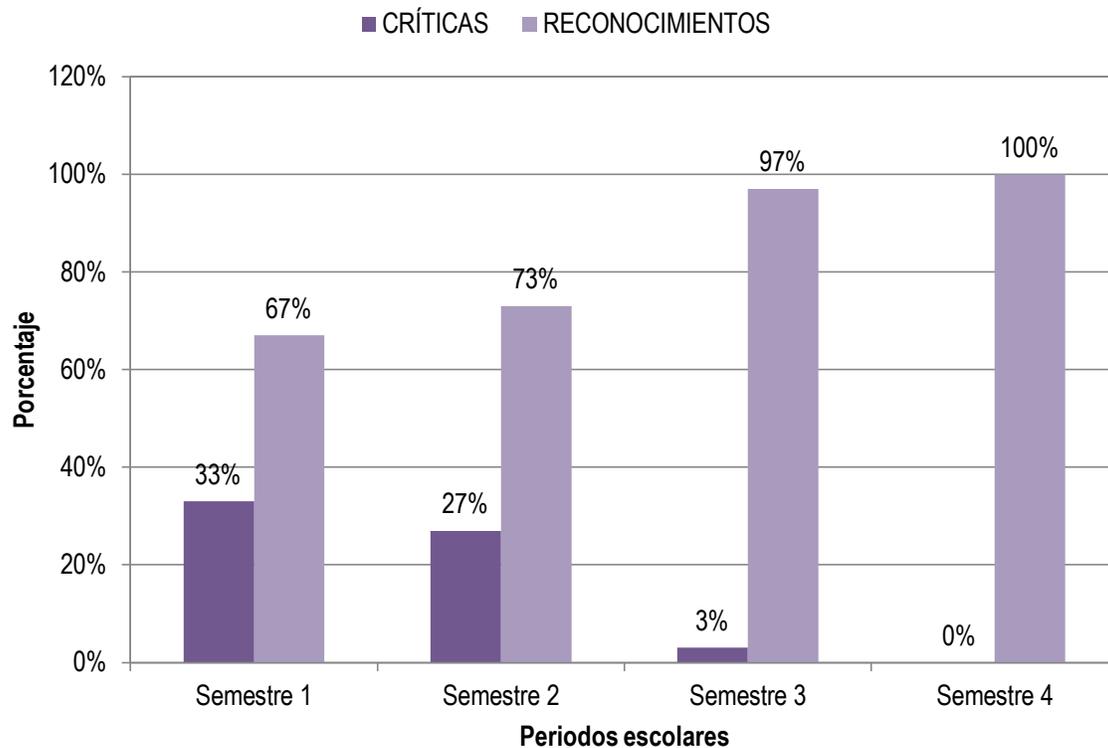


Figura 9: Tipo de interacción durante las reuniones de academia de asesores e investigadores

DISCUSIÓN

La especificación de los objetivos generales ha servido como criterios para orientar el desarrollo del proceso, en tanto que las conductas finales han permitido establecer parámetros para evaluar la eficacia del proceso, además reorientó la enseñanza centrándose en funciones profesionales como las que ha propuesto el Consejo Nacional de Escuelas y Programas Profesionales en Psicología (NCSPP) de los Estados Unidos (Kenkel & Peterson, 2009). De tal manera que los contenidos de aprendizaje se fueron revisando en función de las operaciones que necesitan realizar los estudiantes para cumplir con la conducta meta. De esta manera se abandonó en este proceso la formación enciclopédica tradicional.

El arbitraje de los proyectos y las tesis permitió el cumplimiento de estándares mínimos en la calidad del trabajo. Adicionalmente, el requerimiento para que un informe de la investigación se presente en un congreso nacional y se publique como artículo de una revista científica aseguró que la calidad del trabajo estuviera a la altura de la exigencia que a nivel nacional se tiene hacia estos documentos. En los hechos, los trabajos han superado al menos ocho revisiones, cuatro internas y cuatro externas.

El desglose de las tareas administrativas involucradas en el proceso facilitó la respuesta a las múltiples dudas que este tipo de actividades generan en todos los involucrados. El mismo resultado tuvieron las guías de estudio que permitieron establecer acuerdos mínimos entre los asesores acerca de los requerimientos que deberían cumplir los trabajos de investigación. No se han concluido todos los materiales de estudio que el programa requiere pero gradualmente se avanza en su desarrollo. El ajuste de todo el sistema administrativo al proceso de investigación y la descripción de tareas ha facilitado el desarrollo de la actividad. Han surgido múltiples situaciones administrativas que no se tenían contemplados en el proceso original pero cada una de ellas ha sido resuelta tomando como referencia su apoyo a los procesos de aprendizaje, la promoción del trabajo colaborativo también ha facilitado el manejo de las problemáticas que han surgido.

El trabajo a través del coaching conductual o acompañamiento, optimizó los recursos disponibles para la formación de investigadores y disminuyó las implicaciones administrativas y económicas que tienen los procesos de formación presenciales. El equipo de asesores ha cumplido con éxito su tarea, y gradualmente ha incrementado su propia producción científica. Sin embargo las instituciones educativas deberían estar preparadas para realizar una inversión importante que permita a los investigadores participar en eventos internacionales. El hecho de que tanto profesores como estudiantes logren las metas trazadas obliga a las instituciones a responder con el mismo nivel de eficiencia, al mejorar el desempeño de los docentes y estudiantes se hace evidente el apoyo directivo a las actividades académicas o la ausencia de este. Aunque una ventaja adicional de esta intervención fueron los costos que la hicieron posible, este no debería ser el criterio único para decidir implementar esta propuesta en otras instituciones, puesto que el éxito de este tipo de proyectos requiere un compromiso directivo real.

La incorporación del proceso de titulación al plan de estudios aseguró que todos los que concluyeron sus estudios profesionales también concluyeran su trabajo recepcional. Es necesario aún realizar ajustes al proceso administrativo, puesto que a pesar de que los estudiantes han cumplido los requisitos académicos no todos han avanzado con el proceso de titulación debido sobre todo a los costos. Debería desarrollarse un programa de apoyo al proceso de titulación que los redujera al mínimo posible.

El éxito del programa ha generado el interés del consejo administrativo y de la academia de profesores por aplicar el mismo modelo en la enseñanza de otras habilidades profesionales. Por ejemplo en la elaboración de proyectos arquitectónicos en la licenciatura en arquitectura o en la apertura de empresas como parte de la formación que reciben los licenciados en turismo. Actualmente se está trabajando en la re-estructuración del plan de estudios de todas las licenciaturas de la universidad, con una perspectiva como la propuesta en esta experiencia.

El porcentaje de egresados que ha concluido su trabajo recepcional es elevado. Si se toma como referencia el porcentaje de titulados que tienen las escuelas del país con mejores resultados, el proyecto logro mejorías de entre el 30 y 40%. Si se toma como referencia el promedio nacional el porcentaje de la institución se encuentra por encima en un 60%. Aún se tienen que mejorar la complejidad de las investigaciones, concretar la edición de las revistas y cumplir con el proyecto editorial que la institución se ha trazado, pero parece ser que se transita por el camino indicado. Adicionalmente, la titulación incorporada al plan de estudios, ha posicionado a la universidad entre la oferta educativa regional, ha influido de manera positiva en el número de estudiantes que se matrícula cada semestre, y ha hecho que otras instituciones educativas tengan que buscar formas de responder para no encontrarse en una desventaja comercial.

En cuanto al uso de estrategias conductuales, en este reporte se detallan los cambios a las condiciones antecedentes, sin embargo el refuerzo social también fue aplicado de manera sistemática para mejorar la interacción entre docentes y estudiantes, con resultados también positivos. Aquí solo

se menciona cómo se mejoró la interacción entre docentes en las reuniones de academia, pero dicha interacción se generalizó también con los estudiantes, las quejas reportadas de estudiantes hacia sus asesores fueron mínimas. El planteamiento claro de las conductas esperadas, el modelamiento de dichos comportamientos y la retroalimentación positiva resultaron importantes.

Aún son escasas las intervenciones en el campo de la gestión del comportamiento organizacional que en nuestro país se han reportado. Al ponerse en práctica esta experiencia, se tuvieron que utilizar ciertas estrategias de comunicación organizacional que evitaran el rechazo de los profesores al proyecto derivado de prejuicios sobre el análisis de la conducta.

Desde nuestra experiencia de los dos objetivos planteados: la construcción de ambientes armónicos requiere mayores esfuerzos que la enseñanza de herramientas metodológicas para el trabajo de investigación. Sin duda el apoyo completo de la autoridad administrativa resulta esencial para los resultados obtenidos y para que se sostengan en el largo plazo. Es probable que intervenciones conductuales en las que se mejore un proceso, tengan más probabilidades de prosperar que aquellas en las que se busca la mejora de todos los procesos y de todas las áreas.

En este caso, además de otros proyectos de mejora en el aspecto académico, se han iniciado proyectos de mejora en áreas administrativas de la propia institución: el servicio al cliente, ventas, cobranza, etc. El uso del análisis de la conducta en ambientes organizacionales puede facilitar la generación de empleos para analistas de la conducta y la formación de analistas nuevos entre el propio personal que se ve involucrado en los proyectos que se ponen en marcha. La experiencia reportada resulta alentadora para implementar la gestión del comportamiento organizacional en otros escenarios y en otros procesos.

REFERENCIAS

- Abernathy, W. (2000). *Managing Without Supervising: Creating an Organization-wide Performance System*. Memphis, TN: PerfSys Press.
- Kenkel, M. & Peterson R. (2009). *Competency-Based Education for Professional Psychology*. USA: APA.
- Mattaini, M. (2008). Evidence-Based Tools for a Culture of Nonviolence. Recuperado de <http://www.peacepower.info/Home.html>
- Patrick, D. & Riggat, T. (1985). Organizational Behavior Management: Applications for Program Evaluation. *Journal of Rehabilitation Administration*, 9(3), 100-105.
- Wilder, D., Austin, J. & Casella, S. (2009). Applying Behavior Analysis in Organizations: Organizational Behavior Management. *Psychological Services*, 6(3), 202-211.

REQUISITOS DE PUBLICACIÓN

1. Todos los artículos deberán dirigirse al Editor de la revista *Cathedra et Scientia. International Journal*, al correo electrónico: profesoresuniversitariosmx@gmail.com, con el asunto: "revista" Se acusará recibo de los textos por vía electrónica.

2. La revista publica cuatro números anuales uno en el mes de mayo, agosto, diciembre, marzo en su sitio de internet:

http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/index_catedra_ciencia_international_journal.html

Por lo que una vez aceptado el trabajo se emitirá una carta de aceptación y se remitirán separatas de los artículos aceptados por vía electrónica una vez que hayan sido editados.

3. Deberán adjuntarse a los textos la dirección para recibir correspondencia de cada uno de los autores, el número de teléfono y fax de la institución donde laboren y de su domicilio particular, así como sus direcciones electrónicas.

4. La revista recibe trabajos en las modalidades de reportes de investigación, informes, artículos monográficos, reseñas bibliográficas, analíticas o comentadas, en todas las disciplinas y áreas del conocimiento, **la revista tiene como objetivo aumentar la visibilidad de la producción científica de los profesores universitarios y sus estudiantes. Se prefieren los trabajos que reporten datos empíricos y aquellos artículos que incluyan estrategias para mejorar la práctica profesional. Se aceptan trabajos con diversas posiciones metodológicas siempre que los diversos elementos del reporte sean congruentes entre sí.**

5. Aun cuando la revista publica en idioma español, también se aceptan trabajos en inglés y portugués, los autores deberán acompañar sus artículos de un resumen en español y en inglés; cuando el artículo este en inglés y en portugués, el artículo se deberá acompañar con un resumen en español. En el

resumen se deberán utilizar un máximo de seis descriptores o palabras clave que indiquen el contenido temático del texto en ambos idiomas.

6. El envío de los artículos implica la aceptación de su publicación en formato electrónico en el portal de la Asociación Nacional de Docentes Universitarios, sin ningún tipo de retribución económica para los autores. Los autores deberán enviar el artículo acompañado del formato de cesión de derechos correspondientes. Los autores son libres de publicar posteriormente sus artículos en los sitios o medios que considere más conveniente. La asociación agradece se le indique el lugar en donde se publiquen adicionalmente los artículos.

7. La revista acepta artículos inéditos y originales. En el caso de artículos publicados anteriormente el autor deberá señalar las razones por las que desea su publicación en nuestra revista. Los artículos enviados no deberán postularse al mismo tiempo a otra revista para su evaluación.

ARBITRAJE

8. Los artículos se someterán de manera anónima a la revisión de dos árbitros independientes, de cuyo dictamen dependerá su publicación. En el proceso de evaluación, se guarda reserva de los nombres de los autores y de los evaluadores. La decisión de aceptar, revisar o rechazar artículos finalmente es tomada por el Comité Editorial, basándose en los informes de los evaluadores y comunicada al autor principal por el Editor de la revista.

PRESENTACIÓN

9. Los artículos deberán ser enviados en formato de archivo Word o RTF, con letra arial narrow 12 con espacio de 1.5.

10. Se seguirán, en todos los casos, las indicaciones que al efecto ha formulado la Asociación Psicológica Americana en la última versión de su Manual de Publicaciones.

11. Con relación al título del artículo, éste no debe exceder de quince palabras y describirá el contenido clara, exacta y concisamente, en inglés y en español.
12. El nombre y el apellido del autor o autores se anotará inmediatamente abajo del título, omitiendo su grado académico o profesión. Enseguida se anotará el nombre de la institución en que laboran los autores y el país. En nota al pie se indicará la dirección a la que pueden solicitarse copias del artículo.
13. Los cuadros, tablas o figuras se presentarán en Word y deberán estar intercalados en el lugar que correspondan dentro del artículo.
14. Es posible incluir en el artículo materiales multimedia o enlaces a dichos materiales.
15. Para una mejor comprensión del estilo de la publicación se sugiere consultar la guía para autores y la plantilla de los artículos en la página web de la revista http://profesoresuniversitarios.org.mx/index_catedra_ciencia_internacional_journal.html. En virtud de las necesidades de formación de investigadores la guía de autores trata de ser también un instrumento de aprendizaje para nuevos investigadores.

CUOTAS

15. Los autores de los trabajos aceptados para su publicación deberán realizar una aportación de \$150.00 usa dollar. Estos cargos cubren parte de los costos de producción de la revista, la disponibilidad en línea, hosting y archivado y permite una mayor circulación de la revista, así como la disponibilidad inmediata en línea para su descarga de datos ilimitada en todo el mundo. La Asociación Nacional de Docentes A. C. tiene una beca para publicación para todos sus afiliados. Los afiliados a la asociación no realizarán ninguna aportación independientemente del número de trabajos que envíen. Cuando la publicación forme parte de las memorias de un congreso científico los autores no

deberán hacer ningún pago adicional a la cuota que hubieran realizado en su inscripción a dicho congreso.

SUSCRIPCIONES

15. Para los lectores nuestra revista es gratuita, digital y de libre acceso pero si desean recibir los artículos lo pueden solicitar a profesoresuniversitariosmx@gmail.com.

COMUNICACIÓN

16. Toda la comunicación para efectos de envío de artículos, canjes, suscripciones, etc. deberá dirigirse a:

Asociación Nacional de Docentes Universitarios A.C.

Joaquín Amaro 408, Col. Figueroa Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México. C.P. 68070

Tel. (951) 5495923

www.profesoresuniversitarios.org.mx

E-mail: profesoresuniversitariosmx@gmail.com

CONSEJO EDITORIAL

Editores Generales

Jorge Everardo Aguilar Morales
Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

Tania Alfaro Flores
Hospital Juárez de Especialidades –
Secretaría de Salud
Fundación Bariátrica Mexicana

CONSEJO EDITORIAL POR DISCIPLINAS CIENTÍFICAS

Turismo

Norma Isabel Aguilar-Gaytán
Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.
México

Maité Echarri Chávez.
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

Políticas Públicas

Gustavo Urbano Curiel-Avilés
Instituto Tecnológico de Oaxaca
México

Arquitectura

María Teresa Hernández-García
Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C.

Joel Hernández-Ruiz
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

Ciencias Químicas

Leobardo Reyes Velasco
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

Adriana Moreno Rodríguez
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

Economía

José Ramón Ramírez Peña
Instituto de Estudios Superiores de Oaxaca

Ciencias del Comportamiento

Jaime Ernesto Vargas Mendoza A. C.
Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C.

Edgar Omar Aguilar-Morales
Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C.

Educación

Edith Elizabeth Aguilar-Morales
Instituto Estatal de Educación Pública de Oaxaca

Alary Pereyra Martínez
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

Nadia Ramírez Toledo
Centro Universitario Casandoo

Dulce Magaly Pérez Alvarado
Centro Universitario Casandoo

Aura Lorena Cristóbal Galván
Centro Universitario Casandoo

Ingeniería Industrial

Arturo González Torres
Instituto Tecnológico de Tláhuac