

DESARROLLO TURÍSTICO A TRAVÉS DE LA CULTURA TURÍSTICA

DIANA LAURA MARTÍNEZ GARCÍA ¹

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, mtzdiana20@hotmail.com

ALMA RAFAELA BOJÓRQUEZ VARGAS²

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, bojorquezalma@yahoo.com

RESUMEN

La cultura turística se entiende que es la parte orientada a trabajar en la valoración del turismo por medio del conocimiento cultural, el cual se realiza a base de valores de suma importancia para ello. Es entonces la oportunidad de llevar a cabo esta investigación para evaluar el potencial de Ciudad Valles como un destino turístico a través de la cultura turística. En este, se presenta un marco de conceptos claves básicos necesarios que son de ayuda para empezar a desarrollarse como destino. También se encuentra la ubicación del municipio así como el por qué es una buena opción para los viajeros y una buena opción para visitar.

PALABRAS CLAVE

Cultura-cultura turística-turismo-calidez-identidad cultural-profesionalismo-desarrollo

ABSTRACT:

The tourist culture is understood to be the part oriented to work in the valuation of the tourism by means of the cultural knowledge, which is made based on values of utmost importance for it. It is then the opportunity to carry out this research to evaluate the potential of Ciudad Valles as a tourist destination through the tourist culture. In this, we present a framework of basic key concepts necessary that are of help to begin to develop as destiny. You will also find the location of the municipality as well as the why it is a good choice for travellers and a good option to visit.

KEYWORDS

Culture- tourist cultura- tourism.warmness- cultural identity- professionalism- developing.

Tema a debatir: Administración y desarrollo del sector turístico

¹ Estudiante del 8vo semestre de la Licenciatura en Turismo Sustentable en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, en Ciudad Valles, San Luis Potosí, México.

² Profesora Investigadora de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, adscrita a la carrera de Turismo Sustentable en la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, en Ciudad Valles, San Luis Potosí, México.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se hace con la finalidad de conocer y en su caso, mejorar la actividad turística a través de la cultura, es de gran importancia conocer este tema ya que es la base de la región, si la población no cuenta con buen nivel, o conoce sobre este tema no estará preparado para recibir a los turistas; ya que los turistas buscan satisfacer y cumplir las expectativas que tienen de dicho lugar. Depende de los servidores la calidad de la vivencia del visitante, pues este lo que busca es buena atención, servicios eficientes, personalizados y tener una buena interacción con la comunidad.

“Hablar de la "Cultura Turística" estaremos haciendo referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser”. (Meléndez, 2013)

De igual forma la cultura turística es importante para la misma población, ya que ayuda a que se valore las tradiciones, costumbres e historia del lugar. Como población es de primer lugar valorar todo el patrimonio con el que se cuenta, conocer de ello para poder compartir con los visitantes y lograr darle al visitante una grata experiencia.

Por otro lado, si la comunidad no valora o conoce sobre la cultura de la región y no la comparte o pone en alto frente a otras personas corre el riesgo de que minimice su valor o se pierda.

Todo turista llega buscando conocer nuevas culturas, busca indagar por las tradiciones y costumbres, conocer los atractivos principales de la región, la gastronomía; espera recibir calidez, profesionalismo, es por eso que los servidores turísticos, así como la población en general deben estar preparados.

“La imagen general del mexicano ante el turista es el ser: amables, sonrientes y cálidos, pero desafortunadamente, no todos tiene esa actitud positiva; cada día el orden de los valores se ha invertido, lo que a la mayoría le interesa son las cuestiones económicas y se ha dejado a un lado el ser buen anfitrión”. (Olguín, 2011)

Los conceptos que se presentan en la siguiente investigación son de utilidad para comprender lo más importante y adecuado para lograr brindar mejores servicios, la investigación va dirigida al municipio de Ciudad Valles, San Luis Potosí. En esta se busca conocer si las empresas de dicho lugar brindan servicios de calidad a los turistas.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Dentro de múltiples artículos relacionados al tema de la cultura turística, se da a conocer la importancia que tiene el contar con diversos valores dentro de una empresa que se dedica a ofrecer servicios, puesto que concuerdan que estos son indispensables para el buen funcionamiento de la empresa, ya que son la cara de todos los que conforman la misma, aparte de que es algo de suma importancia aprender de ello un poco más y conocer las maneras de ver de un turista es de gran ayuda para el crecimiento de la empresa.

2.1 Valores y conceptos de la cultura turística.

Todos estos valores en conjunto logran hacer notar la cultura que existe dentro de la empresa.

Y por cultura turística se entiende que “el modo de hacer las cosas propio de una comunidad humana, por lo general determinado por sus características singulares de tiempo, espacio y tradición. Así, al hablar de cultura lo hacemos también de la manera de ver la vida de una comunidad humana, su modo de pensarse a sí mismos, de comunicarse, de construir una sociedad y una serie de valores trascendentes, que pueden

ir desde la religión, la moral, las artes, el protocolo, la ley, la historia, la economía y un largo y variopinto etcétera. Según algunas definiciones, todo lo que el humano haga es cultura". (Raffino, 2019)

Como lo dice en su definición existen varios enfoques, puesto que cada quien o en su caso cada empresa tiene necesidades diferentes y objetivos distintitos. Dentro de la cultura se encuentran varios aspectos que la conforman como por ejemplo sus características:

2.1.1 Características de cultura:

Creencias. "Un conjunto de ideas sobre cómo operan la vida y el universo, sobre el propio ser humano y su lugar en el mundo, y le dan propósito y dirección a la vida". (Raffino, 2019)

Símbolos. "Emblemas, formas o signos que contienen un significado potente dentro de la cultura, representando su modelo de vida o su tradición ancestral, o algún elemento considerado icónico e identificativo de la misma, como es la cruz del cristianismo". (Raffino, 2019)

Idioma. "El código compartido de sonidos que permite comunicarse, junto con el modo específico de hablarlo, derivarlo, cambiarlo y emplearlo creativamente (literatura), forman parte vital del acervo de una cultura. Se dice que el lenguaje es el espejo de la cultura". (Raffino, 2019)

Dentro de este concepto se encuentra la cultura turística que por definición lleva:

"Aquella parte de la cultura de una sociedad orientada al conocimiento y valoración de este fenómeno, que busca la satisfacción de los viajeros y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas" (Casanova, 2010)

Como lo dice su definición esta busca satisfacer a los turistas en base a servicios de calidad, aprovechando los recursos con los que se cuente actuando de una manera responsable, es decir, la administración de los recursos son para que haya satisfacción tanto para los turistas como para los anfitriones, ya que esta se basa en el desarrollo sustentable,

Dentro del país se han realizado algunos estudios en donde se valora la cultura turística de un lugar; como lo es en el caso de Tulum y Colima.

➤ 2.1.2 Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en colima

"Se presentan datos sobre visitantes a los atractivos culturales en México, demostrando que la política turística tradicional del país los relega a segundo plano frente a los atractivos de sol y playa, orientados fundamentalmente al consumo de la población anglosajona del continente. También se muestra que la pobreza generalizada en materia de cultura turística ha ocasionado un aprovechamiento limitado de los recursos turísticos de México, situación que se agrava en el caso de la oferta turística cultural" (Carlos Mario, 2006, págs. 9-33)

➤ 2.1.3 El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006

"En Tulum esta propuesta se presenta de modo incompleto, pues en la práctica se detectan escasos conocimientos y políticas de atención enfocados a intereses económicos, así como procesos de capacitación que resultan superficiales, orientados a quienes se emplean en este mercado, y a los cuales se denomina capacitación turística." (Casanova, 2010)

Estos estudios son de gran importancia ya que ayudan a valorar el nivel de cultura turística de un lugar, así como mostrar a los prestadores de servicios como deben actuar ante un turista, que principios o características son con las que deben contar.

Así como los dos ejemplos antes mencionados existen algunos otros, los cuales abordan el mismo tema, pero en distintos enfoques. Dichos estudios arrojan las necesidades que tiene cada sitio y será tarea del

prestador llevar a cabo ciertos esfuerzos para poder cumplirlas y este consciente de que valores debe procurar desarrollar más a la hora de prestar un servicio.

En 1964 según, Don Miguel Alemán Valdés en su libro "15 Lecciones de Turismo", abordó por primera vez el concepto Conciencia Turística, denotando entre otros factores, el perfil personal del turista y del anfitrión, reconociendo la importancia de la adecuada atención hacia éste último, porque es parte importante para lograr el desarrollo de su localidad, valorando el patrimonio local. (Olguin, 2011)

El siguiente concepto se ve necesario dentro de esta investigación ya que está enfocada a su desarrollo y para lo cual se debe conocer lo más posible, especialmente dentro de la zona de interés.

Se trata del turismo el cual "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado." (SECTUR, 2019)

Además de la importancia de conocer la actividad turística de un lugar es necesario contar con un perfil del turista, es decir, tener siempre presente las necesidades y gustos que tiene el visitante, esto además de que para asegurar que el cliente regrese se requiere estar en constante cambio, para que el servicio no se vuelva una rutina, siempre y cuando el cambio que se realice sea para una mejor atención al turista. Para esto estar informado de las tendencias o los hábitos de consumo que realizan los visitantes es una estrategia que es de ayuda para mejorar.

De igual manera, va de la mano de muchos valores que se requieren para la obtención de un mejor servicio, siempre empezando primero por los integrantes de la empresa llamados prestadores de servicios un aspecto importante es el de la calidez la cual se refiere "al trato que recibe un cliente por parte de la persona que lo atiende. Un trato amable, la buena predisposición para escucharlo y entender sus problemas o inquietudes, en definitiva, el hacerlo sentir "en casa". (Pizzo, 2016)

"En cambio, el concepto de Calidad es mucho más amplio, y si bien incluye a la calidez en una de sus dimensiones, la calidad se orienta más a la funcionalidad del servicio. Es decir, a resolver aquello que impulsó al cliente a acercarse a la empresa. Si el cliente es bien tratado, pero sale de la empresa sin solucionar su problema, no podemos decir que haya habido calidad en ese servicio". (Pizzo, 2016)

Es necesario que el prestador de servicios cuente con este valor ya que de la manera en como trate al turista demostrará su profesionalismo y de igual manera dará una primera buena impresión al turista del lugar.

De igual importancia es preservar todo aquello que identifica al lugar, manteniendo siempre presentes todas aquellas costumbres y tradiciones para entender un poco más sobre esto se entiende identidad cultural a: "El sello distintivo de un pueblo, su historia, tradición y costumbres, en el marco de una determinada geografía".

"La identidad cultural se relaciona con la capacidad de asociarse y sentirse como parte de un grupo, a partir de su cultura. Si bien habitualmente la cultura remite al idioma, a la raza, la herencia, la religión, la identidad cultural, también se asocia a la clase social, la localidad, la generación u otros tipos de grupos humanos". (Cajal, s.f)

Es importante tener una buena base de información sobre el lugar en donde se presta el servicio y de esta manera poder cubrir las necesidades del cliente. Pues muchos turistas acuden a los sitios por su historia. Esta información va desde, datos generales del lugar, antecedentes, datos geográficos, algunas características, etc.

Otro valor de importancia para la cultura es actuar con profesionalismo al momento de servir a los visitantes, dando un buen trato a las personas logrando obtener satisfacción por su parte y así dejando al lugar o la empresa en buenos términos, ayudando a que esta sea recomendada y logre captar más visitantes potenciales a visitar el sitio. Este tiene como definición: "El profesionalismo se define a menudo como el

estricto apego a la cortesía, la honestidad y la responsabilidad cuando se trata de individuos u otras empresas en el entorno empresarial.” (Vitez, s.f)

2.2 El turismo y la cultura

Primeramente se definirá lo que es el turismo Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.” (Pérez Porto & Gardey, 2012)

El turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio que se tiene para generar recursos, siempre y cuando este sea utilizado de manera responsable para conseguir su preservación y poder disfrutar de él más tiempo.

Normalmente el turismo se le analiza desde enfoques económicos, de negocios y geográficos, ente otros. En este caso se realiza desde un enfoque cultural del turismo, en el que se visita lugares un poco mas culturales, o que en la hora de planear un viaje se busca este enfoque únicamente, por supuesto que en él también se visitan lugares, se conoce la cultura del destino, las costumbres, tradiciones, etc. Estos destinos cuentan con más patrimonios culturales, es decir, que cuentan con un valor monumental o simbólico para el lugar.

“El turismo cultural en México mostró una llegada total de viajeros en el primer trimestre de 7 millones 312, lo que significó un crecimiento de 3.6 por ciento en comparación al mismo período del año pasado.” (Valadez, 2019)

“En el informe se especificó que la llegada de visitantes a los museos fue 2 millones 972 mil, con lo cual se dio un incremento de 18.5 por ciento. En tanto, al arribo a zonas arqueológicas se ubicó en 4 millones 340 mil, un descenso de 4.5 por ciento.” (Valadez, 2019)

Así como el turismo cultural está creciendo en museos, de igual manera se registran visitas en demás lugares de interés cultural.

Algunos destinos culturales con los que cuenta México son:

- Ciudad de México
 - Guadalajara, Jalisco
 - Zona Arqueológica de Tulum, Quintana Roo
 - Oaxaca
 - Mérida, Yucatán
 - San Miguel Allende
- (González, 2013)

En el país se cuenta con muchos y variados destinos de interés cultural, los cuales año con año son visitados por turistas nacionales e internacionales. En ellos pueden disfrutar de todo lo que estos ofrecen permitiendo conocer un parte de lo que es la cultura mexicana.

2.3 Destino turístico

“El Grupo de Expertos en Gestión de Destinos de la OMT, en reunión celebrada en Madrid, España, en diciembre de 2002, intentó zanjar el asunto con la siguiente definición: “Un destino turístico local es un espacio físico en el cual un turista está al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores.” (Fariñas, 2011)

Como lo dice su definición en este espacio se realizan la mayor parte de las actividades de consumo turístico tales como de naturales, culturales y demás.

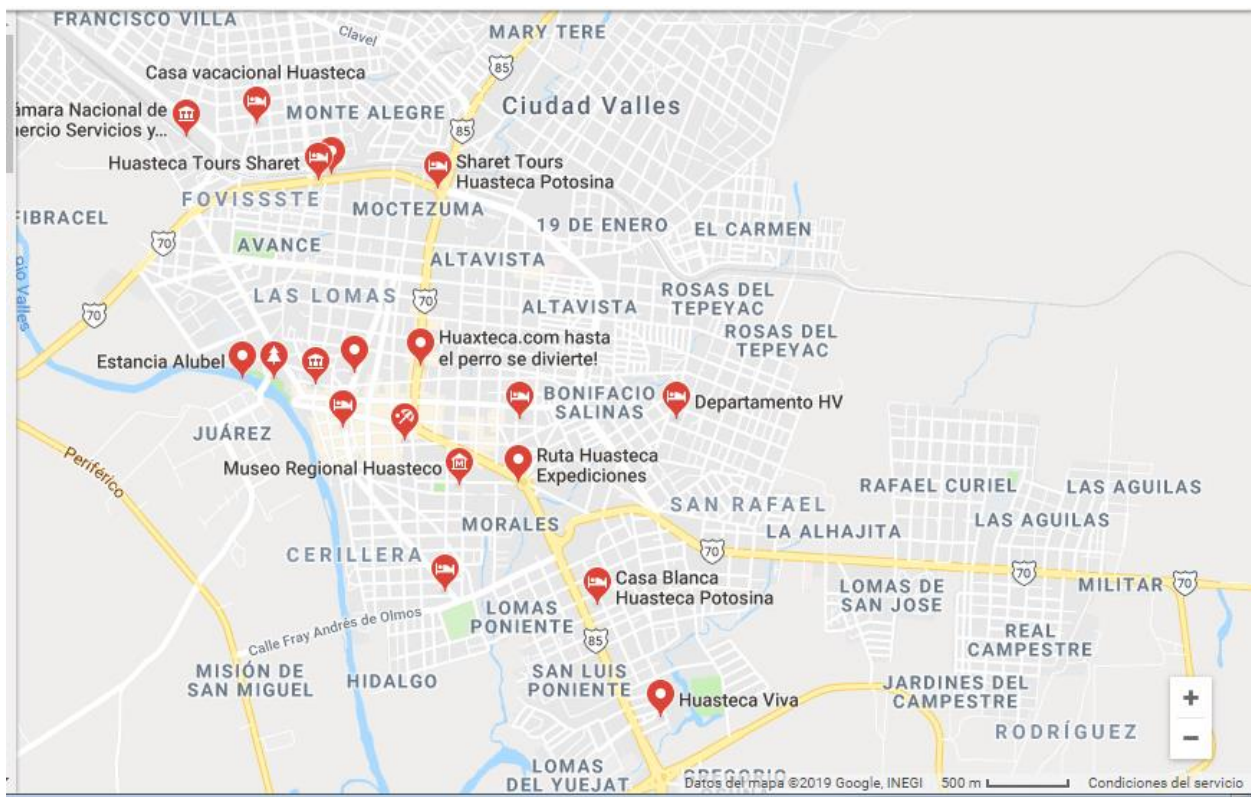
Muchos de los destinos no han recibido la atención que merecen pues son definidos de forma simple como un producto en donde se consume el turismo, mas sin embargo estos deben de ser bien planificados y lograr hacer de él un lugar de preferencia de muchos turistas.

2.4 Ubicación y potencial turístico del municipio de Ciudad Valles.

El municipio se encuentra localizado en la parte este del estado, en la zona huasteca, la cabecera municipal tiene las siguientes coordenadas: 99°01" de longitud oeste y 21°59" de latitud norte, con una altura de 70 metros sobre el nivel del mar. Sus límites son: al norte, Tamaulipas; al este Tamuín; al sur, Aquismón y Tanlajás; al oeste, Tamasopo; al noroeste, El Naranjo.

Ciudad valles cuenta con diversas empresas que hacen un papel importante dentro del turismo, ya sea en forma directa o indirecta. Pero con la misma responsabilidad de jugar un buen papel frente al turista. Es un municipio muy competitivo dentro de la región en virtud a su infraestructura, cultura y demás atractivos que ofrece, que lo hacen atractivo para los turistas.

Muchos de los turistas que viajan a la región escogen a ciudad valles como destino pues este favorece al turista en cuanto a las actividades que desea realizar, puesto que cuenta con más infraestructura y hacen más sencillo trasladarse a otros sitios o municipios de la región.



Mapa turístico Ciudad Valles San Luis Potosí

Fuente: Google, INEGI (2019)

3. NECESIDAD DE MAYORES INVESTIGACIONES SOBRE EL DESARROLLO TURISTICO ATRAVES DE LA CULTURA TURISTICA

Este tipo de investigaciones son de importancia ya que son una herramienta que ayuda a valorar y conocer sobre algún tema en específico.

Esta investigación se enfoca en desarrollar un estudio para saber que tanto conoce la gente que se dedica a prestar algún servicio turístico sobre la cultura turística y si la aplica en su día a día, así mismo sirve para saber en qué aspectos se tiene que mejorar en cuanto al servicio que presta a un turista.

De igual manera, como se sabe la cultura se tiene que aplicar no solo cuando se recibe a algún turista, si no, también entre el mismo personal de la empresa; tener cultura es demostrar los valores con los que cada uno cuenta, por ejemplo, siempre se debe tratar a las personas con respeto, este es un aspecto muy importante ya que de no tratarse así podrían surgir problemas y esto se verá reflejado en el servicio que ellos brinden. Esto es otro punto de importancia ya que si no se demuestra ante el turista un buen trato podría afectar la imagen de la empresa y no saldría beneficiada.

Puede darse el caso en que en algunas empresas exista una falta de conocimiento ante este tema, por la que tal vez no tienen éxito o tienen malas recomendaciones. Hablando dentro de una empresa, la cultura no es algo individual si no que esta necesita socializarse, porque tienen que ver las manifestaciones de identitarias de cada persona del equipo de trabajo, conocer su manera de ser; esto es responsabilidad de cada uno, expresarse.

Las manifestaciones de todo el equipo son la forma de exteriorizar el contexto en el que se trabaja, por esto es que se dice que la cultura sirve de base en la sociedad.

Una empresa no se puede construir una cultura buena si las personas que trabajan en ella no aportan valores buenos.

Las empresas reconocidas, tienen éxito gracias a que dentro de ella se encuentran personas cuentan con valores y buenas actitudes, muchas de estas empresas son realmente especiales a la hora de elegir sus candidatos pues deben acreditar saber trabajar en equipo para lograr que todo marche de buena manera y poder brindar servicios de calidad.

Como se menciono, esta investigación puede ser de gran ayuda para aquellas empresas que aun no tienen el éxito deseado, puedan aprender y distinguir e que están fallando o que les hace falta para poder cumplir sus metas propuestas.

Bibliografía

- Cajal, A. (s.f). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/identidad-cultural/>
- Carlos Mario, A. M. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 9-33.
- Casanova, W. M. (2010). El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. *Scielo*.
- Fariñas, R. R. (2011). DESTINOS TURISTICOS. REALIDAD Y CONCEPTO. *TURyDES*.
- González, W. (13 de 08 de 2013). *MéxicoDestinos.com*. Obtenido de <https://www.mexicodestinos.com/blog/2013/08/6-destinos-para-vacaciones-culturales-en-mexico/>
- Meléndez, O. M. (12 de Abril de 2013). *SECTUR*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf
- Olguín, I. S. (15 de noviembre de 2011). *Cultura turistica - mercadotecnia* . Obtenido de <http://culturistica2.blogspot.com/2011/11/concepto-de-cultura-turistica.html>
- Olguín, I. S. (15 de Noviembre de 2011). *Cultura Turistica- Mercadotecnia*. Obtenido de <http://culturistica2.blogspot.com/2011/11/concepto-de-cultura-turistica.html>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *Definicion de*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo/>
- Pizzo, M. (18 de octubre de 2016). *Formula en los negocios*. Obtenido de <http://www.formulaenlosnegocios.com.mx/diferencias-y-puntos-de-encuentro-entre-calidez-y-calidad-en-el-servicio/>
- Raffino, M. E. (28 de 02 de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/cultura/>
- SECTUR. (2019). *GOB.MX*. Obtenido de https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_Turistico
- turistico, E. (2019). *Entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>
- Valadez, R. (09 de 05 de 2019). *Milenio* . Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/turismo-cultural-crecio-3-6-mexico>
- Vitez, O. (s.f). *La Voz*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/significado-de-profesionalismo-y-tica-del-trabajo-4375.html>