

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN  
MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE  
METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS.

EL CASO DE LOS MUNICIPIO DE LA ZONA NORTE DE  
COLIMA, MÉXICO



Rafael Covarrubias Ramírez

Editado por Servicios Académicos Internacionales para eumed.net  
**Derechos de autor protegidos.** Solo se permite la impresión y copia de este  
texto para uso Personal y/o académico.

Este libro puede obtenerse gratis solamente desde  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>  
Cualquier otra copia de este texto en Internet es ilegal.

## Índice

Resumen.....	1
Capítulo I “Conceptualización del potencial turístico”; autores (Rafael Covarrubias Ramírez, Ana Beatriz Durán López) .....	2
Potencial turístico.....	2
Producto Turístico .....	6
Destino Turístico .....	7
Oferta Turística.....	8
Infraestructura Turística.....	12
Atractivo turístico.....	15
Recurso turístico .....	18
Recursos naturales .....	19
Recursos culturales .....	21
Demanda turística .....	22
Perfil del turista.....	24
Tendencias del Turismo.....	26
Capítulo II “Procedimiento para evaluar potencial de municipios turísticos”; autor (Ernesto Manuel Conde Pérez, Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo, Irma Magaña Carrillo) .....	28
Procedimiento metodológico por etapas .....	30
Taller de identificación de recursos naturales, culturales y sitios turísticos .....	31
Recorrido de Inspección para identificar recursos naturales y culturales y sitios turísticos.....	33
Valoración de los recursos culturales.....	35
Valoración del perfil del turista y visitante y las tendencias del turismo a través de encuestas a visitantes .....	36
Tamaño de la muestra.....	38
Inventario turístico de los recursos naturales y culturales y sitios turísticos.....	39
Elaboración de las fichas técnicas de los recursos naturales y culturales identificados .....	40
Capítulo III “Potencial turístico del municipio de Comala”; autores (Ileana Ochoa Llamas, Mauricio Zavala Cordero, Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo).....	42
Las principales actividades productivas del municipio de Comala se destacan las siguientes (Valencia, 2004).....	45
Los recursos del Municipio de Comala.....	46
Recursos con potencial turístico en Comala .....	50

Perfil del visitante y comunidad local .....	52
Percepción del turista y comunidad local .....	53
Capítulo IV “Potencial turístico del municipio de Cuauhtémoc”; autores (Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo, Ernesto Manuel Conde Pérez, Mauricio Zavala Cordero).....	58
Inventario de recursos .....	61
Atractivos naturales .....	61
Atractivos culturales.....	61
Atractivos artificiales:.....	61
Recursos con potencial turístico .....	61
Afluencia turística.....	64
Publicidad y comercialización .....	65
Género.....	65
Tendencia del mercado .....	65
Gasto promedio.....	66
Edad /segmento de mercado .....	66
Imagen/ percepción de Cuauhtémoc.....	66
Ambiente esperado.....	66
Capítulo V “Potencial turístico del municipio de Minatitlán”; autores (Irma Magaña Carrillo, Ileana Ochoa Llamas, Mauricio Zavala Cordero).....	69
Inventario de recursos .....	73
Recursos naturales de Minatitlán .....	73
Recursos culturales del Minatitlán .....	74
Prestadores de servicio y demanda turística en Minatitlán.....	75
Perfil del turista de Minatitlán .....	75
Percepción del turista .....	76
Capítulo VI “Potencial turístico del municipio de Villa de Álvarez”; autores (Omar Ismael Ramírez Hernández, Mauricio Zavala Cordero, Ileana Ochoa Llamas) .....	79
Villa de Álvarez y sus recursos.....	81
Recursos Turísticos Naturales .....	83
Recursos Culturales .....	84
Recursos con potencial turístico en Villa de Álvarez .....	85
Picachos. Por el río San Palmar, propio para paseos ribereños. ....	85
La Laguna de los Pastores. Al norte del municipio, es un sitio de gran atracción turística.....	86
Perfil de los visitantes.....	86

Percepción y opinión de turistas .....	87
Bibliografía .....	95
Tabla 1 Equipamiento y servicios turísticos .....	11
Tabla 2 Infraestructura general.....	13
Tabla 3 Infraestructura turística.....	14
Tabla 4 Visión General de las Atracciones .....	15
Tabla 5 Clasificación de los atractivos turísticos .....	16
Tabla 6 Recursos turísticos naturales.....	20
Tabla 7 Recursos turísticos.....	21
Tabla 8 Perfil y Grado de satisfacción de los turistas 2007 .....	24
Tabla 9 Análisis de las Llegadas internacionales de turistas.....	27
Tabla 10 Formato taller de identificación sitios turísticos de un destino .....	32
Tabla 11 Formato utilizado en el taller de identificación del recurso natural y/o cultural.....	33
Tabla 12 Población finita menos de 100 mil turistas .....	39
Tabla 13 Equipamiento turístico de Comala .....	46
Tabla 14 Recursos Culturales de Comala .....	48
Tabla 15 Recursos Naturales .....	49
Tabla 16 Percepciones del habitante de Comala .....	56
Tabla 17 Equipamiento y servicios.....	81
Tabla 18 Recursos naturales .....	83
Tabla 19 Recursos Naturales .....	84
Ilustración 1 Factores determinantes del potencial turístico.....	3
Ilustración 2 Metodología Integral de la Evaluación .....	4
Ilustración 3 Necesidades básicas .....	14
Ilustración 4 Procedimiento metodológico para evaluar el potencial turístico .....	30
Ilustración 5 Diseño del proceso de taller de identificación .....	32
Ilustración 6 Diseño del proceso del recorrido de inspección .....	34
Ilustración 7 Secciones de la encuesta.....	36
Ilustración 8 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.....	43
Ilustración 9 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.....	59
Ilustración 10 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.....	71
Ilustración 11 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.....	80
Gráfica 1 Percepción del Municipio .....	53
Gráfica 2 Percepción sobre actividades Comala por habitantes.....	54
Gráfica 3 Percepción de la población de los impactos generados por el turismo en Comala .....	55
Gráfica 4 Percepción del turista de Comala .....	56
Gráfica 5 Percepción general del Municipio de Comala .....	57
Gráfica 6 Género .....	65

Gráfica 7 Origen de los turistas .....	65
Gráfica 8 Percepción de Cuauhtémoc .....	66
Gráfica 9 Ambiente esperado por el turista .....	67
Gráfica 10 Satisfacción del Turista .....	68
Gráfica 11 Valoración de ubicación del Municipio de Minatitlán .....	77
Gráfica 12 Percepción del sistema de carreteras y caminos de Minatitlán .....	78
Gráfica 13 Razón principal por la que visita el municipio .....	87
Gráfica 14 imágenes o características de Villa de Álvarez según el visitante .....	88
Gráfica 15 Percepción general de Villa de Álvarez .....	89
Gráfica 16 Características de Villa de Álvarez .....	90
Gráfica 17 Percepción turística de Villa de Álvarez .....	91
Gráfica 18 Otros sitios turísticos que conoce dentro del municipio de Villa de Álvarez.....	93

## Resumen

El libro *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. El caso de los municipios de la zona norte de Colima (México), que el lector tiene entre sus manos, presenta un trabajo de investigación particular pero a la vez con un objetivo divulgativo y didáctico, que me gustaría destacar.

Si bien por el título podría inducir a pensar que estamos ante un libro con una investigación particular y muy concreta, los autores han conseguido que el contenido sea fácilmente entendible para todo tipo de público.

El libro se divide en seis capítulos, los dos primeros de carácter teórico y los otros cuatro en los que se realiza la evaluación del potencial turístico en cuatro municipios de la zona norte del Estado de Colima: Comala, Cuauhtémoc Minatitlán y Villa de Álvarez.

La parte teórica plantea una visión del turismo como parte del proceso de desarrollo económico, dentro de una conceptualización integral y con una visión de que los procesos deben tener en cuenta a los agentes o individuos que forman parte del mismo. Las técnicas participativas incluyen a los agentes en el propio proceso de planeamiento y desarrollo de la actividad turística siendo importante esta vinculación para una valorización del potencial turístico de un área determinada.

Si los procesos de planificación se llevan a cabo sin esta vinculación y sin la toma de conciencia de las consecuencias del proceso de desarrollo turístico, se puede llegar al rechazo de la población, que pierde su identidad y sus referencias, y que lleva aparejado una desvinculación entre población y visitantes y puede provocar incluso la pérdida de las iniciativas turísticas por falta de iniciativas empresariales locales.

La apuesta clara por un modelo turístico diferencial, partiendo de la evaluación del potencial turístico de cada zona de estudio, y que deja planteados los retos para el futuro, con la puesta en marcha de las iniciativas propuestas, el seguimiento de las ya en curso y la mejora de los problemas detectados.

Esta investigación presenta una clara vinculación entre la labor docente de los investigadores y su trabajo científico, lo cual no suele ser usual, y es por ello aún si cabe merecedor de un reconocimiento expreso a los autores. En los momentos actuales es frecuente una desvinculación entre docencia e investigación, siendo a mí entender la misión última de un investigador la divulgación del conocimiento y la Universidad no debería perder esa labor fundamental que es el pilar de su importancia social y de la que en último término, los investigadores formamos parte.

El libro, abre las puertas al debate y plantea para los potenciales lectores el reto de imaginar las múltiples posibilidades que se abren con cada iniciativa, desde la conceptualización de un mundo cambiante y en continua evolución, lleno de preguntas y nuevos desafíos futuros.

Vigo, 16 de septiembre de 2014

Carmen Padín Fabeiro. Profesora de Economía Aplicada, Universidad de Vigo (España).

Palabras claves: Potencial turístico, Evaluación Potencial, Colima, Recursos naturales, Servicios turísticos

## Capítulo I “Conceptualización del potencial turístico”; autores (Rafael Covarrubias Ramírez, Ana Beatriz Durán López)

### Potencial turístico

Para valorar los recursos con los que cuenta un determinado lugar es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y, asimismo, definir qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse a ese destino.

De acuerdo con Maass (2009) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos. Asimismo la SECTUR (2002) afirma que toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra calificada. También se deben evaluar otros factores influyentes en el viaje a la zona, destinos competidores, sentimiento de la comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud y seguridad pública y estabilidad política de la zona (p.29).

Al respecto, Ritchie y Crouch (2005), señalan dos elementos esenciales para determinar el potencial turístico de un destino:

Los recursos y atracciones principales: Fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento, superestructura, así como;

Los factores de apoyo y los recursos: La accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política.

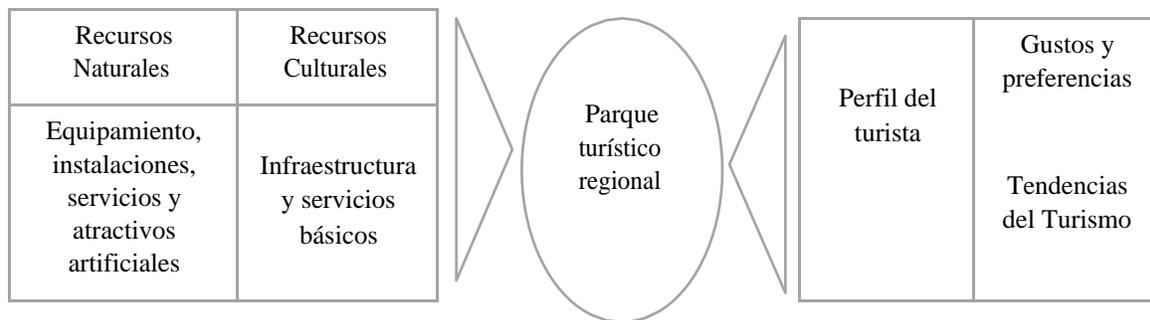
El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales (SECTUR, 2002).

Evaluar el potencial turístico conlleva un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos. De la misma manera ocurre con la demanda turística, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos de ese destino.

Según SECTUR (2002) el potencial turístico de una región o municipio se debe evaluar en forma integral, considerando los factores determinantes tanto de la oferta de servicios turísticos prevalecientes localmente, como de los que definen la demanda actual y esperada de los posibles visitantes de esa región. De esta manera se puede establecer que el potencial turístico de una región o municipio está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular (p.25). Para realizar una evaluación del potencial turístico es necesario primeramente valorar cuál es el desarrollo turístico actual para determinar de qué manera los productos turísticos actuales contribuyen al turismo del destino. Esto permite conocer de qué manera dichos productos

*Ilustración 1 Factores determinantes del potencial turístico*

es que se deben de tomar en cuenta en la evaluación del potencial turístico de un destino, ya que esta permitirá definir que tanto puede desarrollarse turísticamente.



Fuente. Elaboración propia a partir SECTUR, (2002).

Por otro lado Zimmer y Grassman (1996) definen que evaluar el potencial turístico local conlleva tres fases fundamentales:

El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;

El diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la convivencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

Si existe el potencial, definir la estrategia a seguir para el desarrollo turístico en el territorio.

Estas tres fases implican la recogida, tratamiento y explotación de informaciones internas y externas.

Una ventaja de la evaluación del potencial turístico está representada por la innovación ya que al identificar la existencia de dicho potencial se puede analizar y definir nuevas formas para aprovechar la zona y que esta pueda ofrecer productos que satisfagan las necesidades actuales de los clientes anticipándose a las expectativas de ellos, tomando en cuenta las tendencias actuales para tener ventajas ante la competencia.

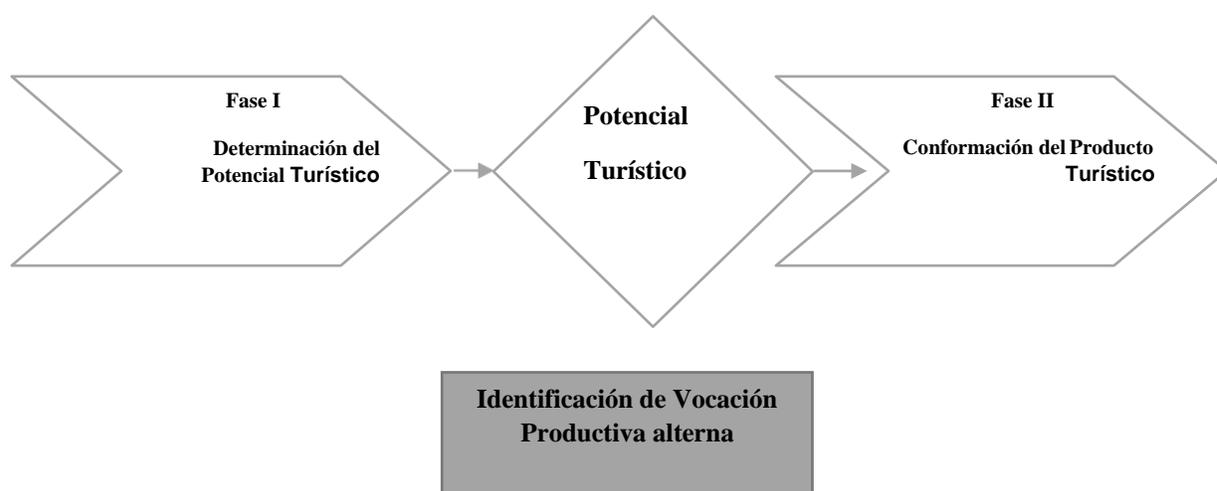
De acuerdo con Zimmer y Grassman (1996: p. 3) la única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la

competencia y las tendencias del mercado, logrando con esto, minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

Es importante evaluar el impacto medio ambiental en cual se requiere saber el potencial con él cuenta para poder desarrollar un sitio turístico apto para actividades turísticas de recreación donde se genere ingresos para mantener el mismo ya que de él depende el desarrollo turístico del destino y la importancia del turismo que visita para detectar necesidades de la demanda y planear estratégicamente la oferta (p.26).

Para poder desarrollar nuevos productos lo primero que se necesita hacer es identificar qué es lo que se puede hacer en ese destino, es decir, en qué áreas pueden realizarse actividades de índole turística, al igual que también se puede analizar cómo podrían mejorar o renovarse aquellas actividades existentes para atraer nueva demanda.

*Ilustración 2 Metodología Integral de la Evaluación*



Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

La SECTUR (2002) menciona que la identificación del potencial turístico de una región o municipio es la base en la toma de decisiones para continuar en la planeación y conformación del producto turístico (figura 2), en caso de validar su posibilidad en una primera evaluación o de enfocar esfuerzos en la detección de otra actividad económica alterna de acuerdo a su vocación productiva, en el evento de carecer de potencial turístico.

Por otro lado Barrera (2006, citado por Blanco, 2008) argumenta que una visión errónea del potencial turístico local puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local), o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida, endeudamiento de los municipios). Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel; el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda

Para poder identificar el potencial turístico de un territorio es necesaria la elaboración de un inventario de los recursos con los que cuenta una zona determinada a fin de conocer las características de estos para posteriormente realizar un análisis de dicho inventario.

Tabares (2003) El inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, etc.

De acuerdo con Blanco (2008) para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del turismo se debe identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluye las fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procesamiento artesanal)
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

La clasificación propuesta por CICATUR citada en Blanco (2008) es la siguiente:

Atractivos naturales:

- Montañas
- Planicies
- Volcanes
- Playas y arrecifes
- Lagos
- Ríos
- Caídas de agua
- Grutas y cavernas
- Sitios de pesca y caza
- Observación de flora y fauna
- Parques nacionales, termas.

Atractivos artificiales

- Museos y manifestaciones culturales: Sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
- Folklore: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
- Realizaciones técnicas y científicas: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.
- Acontecimientos programados: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte,

fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.

Algunos autores también contemplan una tercera categoría, que son los atractivos humanos, que incluyen elementos intangibles como la hospitalidad, limpieza, buena presentación, calidad de los servicios, precios adecuados, identidad cultural, etc.

Cuando se realiza un inventario es necesario no solo enfocarse en los recursos naturales como una prioridad, ya que hoy en día las tendencias turísticas marcan que los turistas buscan un contacto más cercano con las tradiciones, la gente, la cultura de una zona determinada, es por ello que se debe tomar en cuenta otros elementos que pudieran desarrollarse y ser parte de un producto turístico.

Para poder analizar la actividad turística de un destino es necesario primeramente entender algunos conceptos turísticos que permiten constatar la complejidad de este ámbito. Para ello es necesario abordar al turismo desde su contexto, es decir, desde la complejidad de éste, para ello se comenzará con el concepto de sistema turístico.

### Producto Turístico

De acuerdo con Salinas y Medina (2009) los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/ o instalaciones. Deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, y otros, o una combinación de varios de ellos y que además propicien las mejores experiencias (p. 228).

Debido a la globalización que se vive en la actualidad los consumidores se encuentran más informados y son más exigentes, demandan por lo tanto productos innovadores que satisfagan sus necesidades. La globalización ha logrado que los turistas se interesen por nuevos productos y sigan las nuevas tendencias. Los productos turísticos deben de responder a estas nuevas necesidades y por lo tanto diversificarse ofreciendo una gran variedad de oferta turística para lograr motivar la visita del turista. Es importante saber cuáles son los demandantes de estos productos para poder dirigirse la oferta a ellos.

Los productos turísticos por la gran variedad y diversidad de los componentes que lo conforman, resultan de los más complejos entre los productos. Además de diseñarse para satisfacer las necesidades del hombre también deben brindar una experiencia que resulte merecedora de ser recordada.

Entre sus componentes sobresalen:

- Los recursos turísticos (naturales, históricos-culturales y socio-económicos).
- Accesibilidad
- Guías especializados
- Medios de transporte y comunicación
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros

- Equipamiento recreativo de diversos tipos
- Comunidad local
- Atractivos periféricos complementarios (p. 229).

Tabares (2007) afirma que el producto turístico está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un bienestar material y espiritual de forma individual o en una amplia gama de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que se llama turista.

Según Quesada (2005) un producto turístico es el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado. Ejemplos: vacaciones en el campo, tour en bote, la ruta del maíz, la ruta del queso.

El producto turístico se identifica por sus propiedades físicas, por la utilidad o servicio que presta a quien lo posee y por el contenido simbólico que le otorga el comprador, el cual varía de un individuo a otro y se modifica con el paso del tiempo (p. 41).

Tabares (1996) explica que un producto turístico es “todo lo que contribuye a la satisfacción de clientes o consumidores”, añadiendo también la conocida cualidad de los productos. En un análisis final, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de ese producto.

Los productos turísticos deben de tener la cualidad de crear una experiencia inigualable para el turista para poder permanecer en la mente de este. Los productos turísticos deben de ser de calidad para poder satisfacer las necesidades más exigentes. Es importante entender que los individuos son diferentes, por lo cual la experiencia para cada uno será diferente y es por eso que el producto turístico debe de ser muy complejo y bien diseñado para lograr obtener la satisfacción de todo aquel que haga uso de él.

*The Southeast Asia Office of the School of Travel Industry Management, University of Hawaii at Manoa* (2005) especifica que existe una necesidad para trabajar directamente con los individuos o grupos de la comunidad en el desarrollo de productos turísticos que beneficien directamente a los locales. Acciones específicas incluyen: Desarrollo de planes de promoción y programas ejemplo: Proveer de información en actividades de la comunidad, subiendo la calidad de los productos locales mediante un programa de certificación administrado por gubernamentales o no gubernamentales.

Los productos turísticos están dados y desarrollados en cada uno de los destinos turísticos dentro de un sistema.

## Destino Turístico

Según la OMT (2005) un destino turístico es un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado.

Por su parte Ritchie (2009) afirma que los elementos que conforman un destino turístico son: los recursos naturales, la infraestructura y la superestructura, los sectores operativos y los recursos

culturales. Los recursos naturales están constituidos por cualquier área disponible para su uso y que pueda ser disfrutada por los turistas. Incluye clima, geografía de la región, flora, fauna, cuerpos de agua, playas, y belleza natural.

Un destino turístico es el lugar donde se lleva a cabo la actividad turística, es decir, es el lugar donde acuden las personas a hacer uso de la oferta turística y todos los elementos que la conforman. Los destinos turísticos pueden ser de gran diversidad según sea la experiencia que el turista busque ejemplo: Playa, montaña, nieve, histórico, entre otros.

Continuando con el tema principal acerca de la evaluación del potencial turístico de un destino se muestra que el primer componente del potencial turístico es la oferta turística.

### Oferta Turística

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002), en la oferta participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno.

El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas y de la naturaleza. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación y servicios de esparcimiento y recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales. Los habitantes de las localidades tienen un doble papel: aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos. Finalmente, la actuación de las autoridades de los tres niveles de gobierno establece un marco general para el desarrollo de las actividades turísticas, a través de la construcción de infraestructura básica de servicios, así como del marco legal para garantizar la seguridad de los turistas y el clima de negocios apropiado (p. 21).

Como se puede apreciar en el párrafo anterior se describe como la oferta turística se divide, en cuatro elementos que según SECTUR (2002) conforman la oferta turística, ya que al integrarse es así como pueden ofrecer un mayor atractivo que atraiga a la demanda. El medio ambiente por sí solo no puede ofertarse ya que el recurso no se encuentra explotado puesto que existe como tal pero no como un atractivo turístico, para lograr que este recurso se aproveche y sea rentable es necesario integrar los demás servicios que sirven de complemento como, instalaciones físicas, restaurantes, establecimientos de hospedaje, museos, atractivos artificiales, entre muchos otros prestadores de servicios; al igual que se debe de tomar en cuenta que la cultura es uno de los atractivos de un sitio, que las comunidades cuenten con una identidad propia logra interés y curiosidad sobre los turistas, y para brindarles un buen servicio es necesario también contar con una cultura turística que permita a la comunidad servir a los visitantes con gusto, placer y calidad. Por último, las autoridades forman parte de todo este modelo integral ya que establecen leyes para la protección de los turistas y de los empresarios interesados en hacer negocios en el sitio. La oferta turística engloba muchos elementos que deben de manejarse de manera integral.

La Secretaría de Turismo (2002) explica que el análisis de la oferta turística local debe permitir, en primer lugar, hacer un inventario de los siguientes elementos:

Factores naturales:

- Situación geográfica y tamaño del territorio
- Situación geológica y condiciones climáticas
- Hidrografía (mares, ríos, lagos, etc.)
- Paisajes, fauna y flora

Factores socioeconómicos:

- Estructura económica (relevancia de los diferentes
- Campos de actividad, etc.)
- Estructura socio-demográfica (pirámide de edad,
- Emigración, distribución socio profesional, etc.)
- Estructura político-administrativa

Infraestructuras y servicios disponibles:

- Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.)
- Transportes (red de carreteras, red ferroviaria,
- Transportes públicos, etc.)
- Servicios (comercios, servicios de salud, etc.)

Factores culturales:

- Historia
- Costumbres/productos artesanales locales
- Configuración de los lugares
- Monumentos y curiosidades
- Lugares para visitar, visitas guiadas atracciones, manifestaciones culturales, etc.

Oferta: deportes y ocio

- Deportes náuticos, natación
- Aviación
- Equitación
- Senderismo y cicloturismo
- Deportes de invierno
- Golf, petanca
- Otras actividades deportivas y de ocio

Oferta: salud y curas

- Termalismo, curas, curas de salud, puesta en forma, descanso
- Terapias diversas, etc.

Oferta: alojamiento

- Capacidad global
- Distribución de la oferta de camas y de los

- Establecimientos de alojamiento según el tamaño
- Distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tipo de alojamiento
- Distribución local de los establecimientos de alojamiento
- Calidad y precios
- Posibilidades de vacaciones en granjas, en casas rurales
- Evolución de la oferta de alojamiento

Oferta: restauración

- Capacidad global
- Distribución local de los restaurantes
- Calidad y precios

Posibilidades de organizar conferencias y seminarios

- Centro(s) de congresos y exposiciones
- Hoteles que ofrezcan salas para seminarios y
- Equipamientos técnicos correspondientes

La oferta turística según la ha definido Cooper (1993) representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente. Básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales (p.28).

“Para que un lugar pueda participar en el mercado turístico y atraer el mayor número de visitantes, las características de su oferta turística deben ser únicas, muy especiales o suficientemente atractivas para diferenciarse o destacar sobre otros destinos. Asimismo, el éxito en el negocio turístico depende de las características de la oferta turística, (belleza, riqueza, importancia precio, o combinación de todo esto) en síntesis: diferenciación, diversificación y singularidad.”. (SECTUR, 2005)

Complementando con la definición de SECTUR (2005), la oferta turística debe de tener una ventaja competitiva sobre los demás sitios que sean su competencia directa para poder lograr una diferenciación y de esta forma lograr acaparar el interés de los turistas. Un sitio puede ofrecer el mismo atractivo y los mismos servicios que otros, pero debe de tener características que lo hagan diferente de los demás, debido a que una ventaja competitiva puede ser alcanzada por la competencia, ya que es necesario mantenerse de la mano de la innovación para seguir creando manteniéndose a la vanguardia con las tendencias. Es importante de igual manera que el lugar posea todas las facilidades que el turista puede necesitar, desde un lugar para ingerir alimentos y bebidas hasta la accesibilidad de éste. Recalcando lo ya antes mencionado en este capítulo es importante encontrar un equilibrio en todos los elementos que conforman la oferta.

*“Disponer de un atractivo único no siempre es suficiente. Los turistas necesitan opciones y alternativas que les inviten a quedarse más tiempo o a disfrutar más. Hay que tener en cuenta que la oferta de actividades ha de ser compatible con las atracciones principales, y con los recursos naturales y culturales de la zona.” (SECTUR, 2002)*

De acuerdo con Lickorish y Jenkins (2000) aunque los niveles de renta real discrecional son los determinantes principales de la demanda del turismo, también hay factores de la oferta que “tiran” de los turistas hacia un destino específico. Algunos de estos factores viene dados por la oferta de alojamiento y servicios y la facilidad de acceso al destino, la combinación de estos factores puede considerarse una medida del atractivo del destino. El atractivo relativo es un aspecto importante para la elección de un destino, pero siempre estará sometido al presupuesto disponible del turista potencial (p.74-75).

Otros de los puntos importantes a tratar son los servicios con los que cuentan los sitios puesto que son factor determinante para que el turista se interese por el sitio porque no solo se trata de que cuente con riqueza natural sino esté acompañada con facilidades para que se pueda hacer uso de ella, de lo contrario el sitio turístico no existe como tal para los turistas, es por eso que la evaluación del potencial turístico del sitio se debe de hacer para ver cuáles serán sus resultados y con ello se pueda obtener un beneficio económico.

La oferta turística se debe de diversificar con nuevos productos, y con ello diversificar de igual manera la demanda, ya que se podrá satisfacer las distintas necesidades de los turistas. Se debe de tener en cuenta que el sitio turístico puede recibir diferente tipo de demanda, es decir, diferentes segmentos, por lo cual se debe de decidir si el destino se enfocará en solo un segmento y sobre de ese trabajar en el logro de su satisfacción, o si será una misma oferta para una gran cantidad de segmentos y así contar con todos los prestadores de servicios que cubran todas las necesidades de dichos segmentos.

*Tabla 1 Equipamiento y servicios turísticos*

Equipamiento y servicios turísticos			
Alojamiento	Alimentación	Esparcimiento	Otros

Hoteles	Restaurantes	Centros comerciales	Servicio de negocios
Cabañas	Establecimientos de	Clubes deportivos	Avituallamiento de
Búngalows	comida rápida	Centros Spas	embarcaciones
Condominios	Establecimientos de	Parques temáticos	Educación ambiental
Desarrollados	antojitos	Parques de diversión	Guías especializadas
inmobiliarios	Servicios de venta de	Clubes nocturnos	Agencias de viaje
Refugios	paquetes de alimentos	Discotecas	Información
Albergues	para excursión y	Casinos	especializada
Casa de huéspedes	expedición	Bares	Primeros auxilios
Unidades ligeras (tiendas de campaña)			

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

La tabla 1 muestra en forma general como está compuesta la oferta turística de un destino, como se puede observar cada uno de los cuatro elementos que la conforman deben de existir dentro de una zona ya que cada uno de ellos se complementan entre sí para formar una oferta integral que satisface cada una de las necesidades del turista.

La infraestructura turística es uno de los principales componentes de la oferta turística ya que ésta permite el desarrollo de la actividad turística proporcionando bienes y servicios que la apoyen para el desarrollo de una mejor oferta turística.

### Infraestructura Turística

Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste de toda la superficie y el desarrollo de la construcción sobre esta tal. Como son el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales (Goeldener y Ritchie, 2011, p. 329).

Blanco (2008: p. 18) define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.

Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.
- Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la

infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

Tabla 2 Infraestructura general

<b>Infraestructura general</b>			
<b>Transportes</b>		Comunicaciones, servicios urbanos, energía y salud	
<b>TERRESTRE</b>	<b>AÉREO</b>	<b>COMUNICACIONES</b>	<b>SERVICIOS URBANOS</b>
<b>Vías carreteras</b>	Aeropuerto	Oficinas de correos	Abasto de agua
<b>Vías de ferrocarril</b>	Aeródromos	Oficinas de telégrafos	Red de drenaje
<b>Red de calles</b>	Servicios	Centrales telefónicas	Recolección de basura
<b>Terminales ferroviarios</b>	Hangares taller de reparación	Centros de transferencia electrónica	<b>ENERGIA</b>
<b>Terminales de autobuses</b>	Comercio	Servicios	Red electrónica
<b>Señalización</b>	Cafeterías	Distribución de cartas	Abasto doméstico
<b>Servicios</b>	Sanitarios	Telefonía	Abasto de combustible
<b>Transporte</b>	<b>ACUATICO</b>	Internet	Gasolineras
<b>Abasto de combustible</b>	Puertos marinos	Transferencia electrónica de información	Estaciones de gas
<b>Talleres mecánicos</b>	Servicios	<b>SALUD</b>	
<b>Cafeterías</b>	Diques de reparación	Hospitales y clínicas	
<b>Sanitarios</b>	Cafeterías	Servicios	
	Sanitarios	Médicos	
		Paramédicos	
		Ambulatorios	

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

La tabla 2 presenta cada uno de los componentes que integran la infraestructura básica general de cualquier destino, mismos elementos que son indispensables para facilitar la estancia de los turistas.

Tabla 3 Infraestructura turística

Infraestructura turística		
Transporte/ servicios		
Terrestre	Aéreo	Acuático
Acceso especiales a distintos turísticos	Servicios especiales de	Servicios especiales de
Montaña	transporte aéreo	transporte acuático
Litoral		
Áreas naturales protegidas		
Cuerpos de agua		
Accesos y espacios para la instalación		
de paraderos carreteros		
Módulos de información turística		

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

De acuerdo con la Secretaría de Turismo (2005) la infraestructura turística debe estar a disposición de todas las personas que integran una comunidad, sean residentes o visitantes, su función básica es satisfacer las necesidades de la comunidad.

Necesidades: Salud, educación, recreación, accesibilidad, agua, electricidad, saneamiento, etc., cuando se habla de infraestructura (p. 76).

Ilustración 3 Necesidades básicas



Fuente. Elaboración propia a partir de la SECTUR (2005)

Otro de los componentes de la oferta turística son los atractivos turísticos los cuales son el motivo principal del desplazamiento de los turistas.

### Atractivo turístico

La Secretaría de Turismo (2002) afirma que los atractivos realmente auténticos son aquellos que no han sido “inventados”, paisajes naturales o aspectos de la cultura local que son únicos, no se pueden copiar y constituyen una ventaja competitiva. Por el contrario, hay regiones que dependen de atracciones creadas por el hombre tales como casinos o parques temáticos. Dicho tipo de atracciones presentan un mayor riesgo ante la competencia porque no ofrecen nada que no pueda ser replicado en otro lugar y han de introducir cambios constantemente para mantener su posición competitiva (p. 30).

Asimismo, la Secretaría de Turismo (2002) explica que para que los recursos se conviertan en atracciones turísticas es necesario un cierto grado de desarrollo que los haga atractivos, accesibles y visitables (p.33).

Gartner, William (1996) menciona que las atracciones tienen el poder de “atraer” visitantes y pueden estimular el crecimiento turístico. Sin atracciones que generen visitas, el potencial de un destino quedará sin explotar. Las atracciones pueden ser muy diferentes y atraerán la atención de segmentos diferentes de la demanda aunque, las condiciones del entorno en que se encuentra, así como el modelo de desarrollo turístico (tipo y densidad de construcciones, etc.), también tendrán una influencia en el atractivo final del destino.

Law (1993) señala que dos factores contribuyen al atractivo de una región turística. Primeramente aparecen el clima, ecología, tradiciones culturales, arquitectura tradicional, y las formaciones de la tierra. Segundo los destinos son el desarrollo introducido específicamente para turistas, como hoteles, transportación, actividades y atractivos (p. 14).

Tabares (2007) explica que dentro de los atractivos turísticos es importante estudiar su jerarquización, ya que ésta determina la calidad de los mismos, o sea, la razón principal de la inversión. Desde luego, si son de baja calidad la productividad será escasa debido a la poca demanda (p.14).

Goeldener y Ritchie (2011) citan a Gum (1972) quien opina que sin atracciones turísticas no habría turismo. Sin turismo no habría atracciones turísticas (p.291).

Asimismo, Goeldener y Ritchie (2011) explican que las atracciones se pueden clasificar en diferentes maneras (figura 7). Una de las categorías que primero se vienen a la mente es parque temático o de diversiones. Los antecedentes de estas atracciones datan desde Europa medieval, cuando los jardines de placer fueron creados. Estos jardines fueron los precursores de los parques de hoy en día, juegos de feria, fuegos artificiales, baile y juegos (p.211).

*Tabla 4 Visión General de las Atracciones*

### Visión General de las Atracciones

Atracciones				
Atracciones Culturales	Atracciones Naturales	Eventos	Recreación	Atracciones de Entretenimiento
Sitios Históricos	Paisajes	Mega eventos	Observación de paisaje	Parques temáticos
Sitios Arquitectónicos	Marina	Eventos comunitarios	Golf	Parques de diversiones
Arquitectura	Parques	Festivales	Natación	Casinos
Cocina	Montañas	Eventos religiosos	Tenis	Cine
Monumentos	Flora	Eventos deportivos	Senderismo	Instalaciones para compras
Sitios Industriales	Fauna	Eventos comerciales	Ciclismo	Centros de presentación de arte
Museos	Costa	Corporativo	Deportes de invierno	Complejo deportivo
Etnias	Islas			
Conciertos				
Teatro				

Fuente. Elaboración propia a partir de Boullón (2004)

La tabla 4 presenta otra clasificación de atractivos turísticos propuesta por Boullón (2004) la cual se divide en 4 principales categorías conformadas por un gran número de atracciones turísticas.

*Tabla 5 Clasificación de los atractivos turísticos*

Clasificación de los atractivos turísticos	
Categoría	Tipo
Sitios naturales	Montañas
	Planicies
	Costas

	<p>Lagos, lagunas y esteros</p> <p>Ríos y arroyos</p> <p>Caídas de agua</p> <p>Grutas y cavernas</p> <p>Lugares de observación de flora y fauna</p> <p>Lugares de caza y pesca</p> <p>Caminos pintorescos</p> <p>Termas</p> <p>Parques nacionales y reservas de flora y fauna</p>
Museos y manifestaciones culturales históricos	<p>Museos</p> <p>Obras de arte y técnica</p> <p>Lugares históricos</p> <p>Ruinas y sitios arqueológicos</p>
Folklore	<p>Manifestaciones religiosas creencias populares</p> <p>Ferias y mercados</p> <p>Música y danza</p> <p>Artesanías y artes populares</p> <p>Comidas y bebidas típicas</p> <p>Grupos étnicos</p>
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.	<p>Explotaciones mineras</p> <p>Explotaciones agropecuarias</p> <p>Explotaciones industriales</p> <p>Obras de arte, técnica</p> <p>Centros científicos y técnicos</p>

Fuente. Elaboración Propia a partir de Boullón (2004)

Según Gartner (1996) una atracción turística puede ser un lugar singular o varias atracciones pequeñas agrupadas. Casi cualquier cosa se puede convertir en una atracción turística con la dosis adecuada de imaginación, planificación y desarrollo. Es por ello que existen tres posibles estrategias:

1. Desarrollar atracciones totalmente artificiales, por ejemplo:

- Equipamientos tales como parques temáticos, resorts vacacionales (hotel club, curhoteles), campos de golf, palacios de congresos, acuarios, waterfronts, etc.

- Eventos especiales: Los festivales anuales o eventos diversos pueden generar flujos significativos de turistas aunque sea en un plazo corto de tiempo.

2. Promover la práctica de actividades recreativas en lugares con cierto atractivo, pero que quizá por sí solos no justificarían un viaje. Esta opción puede requerir el desarrollo de pequeñas infraestructuras y medios organizativos (puentes, senderos, pasarelas, muelles, observatorios de pájaros, etc.) que faciliten la práctica de actividades deportivas y recreativas tales como: ciclismo, senderismo, pesca, observación de pájaros, etc.

3. Agrupar atracciones del mismo tipo o relacionadas para crear una ruta o marca de destino que aumente el valor del conjunto, ejemplos: Tesoros Coloniales del centro de México o la Ruta Maya. Como dice Gartner “un edificio antiguo es un edificio antiguo, pero diez edificios antiguos forman un casco histórico”. De este modo, atracciones que por sí solas no tendrían suficiente poder de atracción, pueden agruparse con otras similares y pasar a convertirse en una atracción primaria para estancias o turismo itinerante. Ello no sólo incrementará su poder de atracción, sino que disminuirá los costes de promoción (economías de escala) y mejorará la oferta de actividades. Otros ejemplos de este tipo de enfoque son: la Ruta del Esclavo (África), Ruta de la Seda (Asia), Camino de Santiago (España), Ruta del País Cátaro (Sur de Francia), etc.

### Recurso turístico

De acuerdo a la SECTUR (2002) los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico (p. 32).

Los recursos turísticos de un sitio son todas aquellas que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Cada sitio turístico cuenta con recursos pero es su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda. Los recursos existen en todos lados, pero lo que es importante es que estos se exploten y se saque su mayor provecho.

Se puede agrupar los recursos turísticos en varios grandes grupos:

- Naturaleza: Parques naturales o marinos, playas, lagos, miradores, etc. La mayoría de ellos dependen del sector público y necesitan protección para protegerlos de un desarrollo que podría ser dañino.
- Patrimonio histórico: Museos, sitios históricos, catedrales, ciudades monumentales, etc. Muchos de estos lugares necesitarán restauración, gestión de visitas y mantenimiento. Buena parte de estos recursos también suelen depender del gobierno.
- Manifestaciones de la cultura tradicional y moderna: Arte, gastronomía, folklore, música, arquitectura, estilo de vida, etc. A menudo, la población local no se da cuenta de las diferencias entre su cultura y la de los visitantes, y del interés que despierta. Es importante que la gente local no se sienta explotada por el turista y que se proteja la integridad de la comunidad local.

- Ciudades: Los centros gubernamentales, tales como la capital de una región o país, suelen resultar atractivos porque llevan asociados una variedad de cosas que hacer o ver. El turismo generado puede ser de negocios o vacacional. Las reuniones, congresos y convenciones constituyen buena parte del turismo de ciudad.

No obstante, la simple existencia de recursos naturales o culturales no implica que sea posible practicar cierto tipo de actividades y atraer turistas de manera inmediata (p.33).

Los recursos turísticos existen en diferentes sitios pero la correcta investigación y análisis puede lograr obtener de los recursos turísticos un aprovechamiento. Los recursos turísticos se deben dirigir estratégicamente a un cierto tipo de segmento para lograr así la satisfacción de ellos.

### Recursos naturales

Los recursos naturales son el producto turístico a desarrollar en un determinado sitios turístico ya que conforman el conjunto de elementos naturales que se encuentran en la naturaleza de forma no modificada, así estos cuentan con las características necesarias que eligen los turistas para vacacionar y ser parte de lo que estos demandan por lo que es determinante para ofertar los servicios y satisfacer las necesidades. Asimismo, los recursos naturales forman parte de la posición económica del municipio y el mismo estado por lo que la biodiversidad de flora y fauna también conforman al recurso natural haciéndolo parte de un solo producto turístico natural que puede tener un gran potencial turístico y beneficiar integralmente al sitio.

A continuación algunos autores describen lo que es un recurso natural a continuación se citan algunos.

Goeldener y Ritchie (2011) mencionan que un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares (p. 329).

La demanda turística de un determinado sitio turístico depende del atractivo conformado en éste. Como mencionan Goeldener y Ritchie (2011) los recursos naturales también se pueden encontrar en cualquier área natural y están disponibles para su uso, pero sin embargo al desarrollar un producto con potencial que disfruten los visitantes es importante que se tenga en cuenta la importancia del cuidado y mantenimiento para que sigan existiendo en el futuro.

De acuerdo con Tisdell (2003) los recursos naturales usados para el turismo son típicamente mezclados y poseen un valor económico para múltiples propósitos. Por consecuencia, hay pocos recursos naturales que son solamente recursos turísticos y normalmente esto debe de tomarse en cuenta cuando evaluando los recursos naturales usados para el turismo (p.7).

Una vez que los recursos naturales se han evaluado estos tienen un valor económico incalculable porque de ellos depende la existencia del turismo en el destino, es uno de los sustentos más

importantes del país que muy difícilmente pueden tener otros países y explotados turísticamente para un desarrollo económico, social, cultural.

Según el autor Bassols (2000) los recursos naturales son- según la más nueva definición- aquellos muy variados medios de subsistencia de las gentes, que estas obtienen directamente de la naturaleza. Entonces por un lado, se indica que dichos recursos son muchos y muy variados; que su valor reside en ser medios de subsistencia de los hombres que habitan el planeta y por otro lado, se hace hincapié en el hecho de utilizar esas riquezas en forma directa, ya sea para usarlos conservando el mismo carácter en que la naturaleza los ofrece o bien transformándolos parcial o completamente en esa su calidad original y convirtiéndolos en nuevas fuentes de energía o en subproductos y mercancías manufacturadas (p.18).

Ramírez (1992) menciona que los recursos naturales son todos aquellos factores que la naturaleza ofrece al hombre para su disfrute (clima, mares, lagos, ríos, montañas, bosques, praderas, playas, etc.). No se requiere por ello, que sean un determinado tipo de hechos naturales sino en general todos pueden ser aprovechados como recursos turísticos, siempre que el ingenio humano encuentre la forma de hacerlos suficientemente atractivos como para originar el viaje. Como se ve la actividad turística en este sentido es creadora e ingeniosa, y la capacidad de una comunidad receptora de turismo, es la que determinará el grado de aprovechamiento de los recursos o elementos naturales, como recursos turísticos (p.62).

Es importante recalcar la importancia de la innovación dentro del recurso natural para poder ser aprovechado de una forma adecuada, ya que el visitante busca obtener una experiencia nueva en el sitio que visita. Independientemente de lo que el tipo de recurso natural sea, la manera de ofertarlo es la manera como determinará si los recursos naturales se aprovechan adecuadamente.

Existe una gran diversidad de recursos turísticos naturales, esta diversidad depende de factores climáticos principalmente, por ello se presenta en la tabla 6 la clasificación de estos recursos:

*Tabla 6 Recursos turísticos naturales*

<b>Recursos turísticos naturales</b>			
Zonas de Litoral	Zonas de Montaña	Áreas Naturales Protegidas	Cuerpos de Agua
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Playas</li> <li>• Arrecifes</li> <li>• Cuencas, grutas, cenotes y cavernas</li> <li>• Flora y fauna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montañas</li> <li>• Sierras</li> <li>• Cañadas</li> <li>• Cañones</li> <li>• Cuevas y grutas</li> <li>• Géiser</li> <li>• Volcanes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reservas de la biosfera</li> <li>• Parques nacionales</li> <li>• Monumentos naturales</li> <li>• Áreas de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lagos y lagunas</li> <li>• Ríos y arroyos</li> <li>• Cascadas y caídas de agua</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas para la realización de actividades acuáticas turísticas diversas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valles</li> <li>• Bosques</li> <li>• Flora y fauna</li> <li>• Áreas desérticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• protección de recursos</li> <li>• Áreas de protección de flora y fauna</li> <li>• Otras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esteros</li> </ul>
--	--	---	---

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

Otro de los recursos que muchas veces motivan el desplazamiento de las personas son aquellos que guardan un valor cultural muy importante y trascendental para un determinado destino.

### Recursos culturales

Los recursos culturales son indicadores de la variedad de actividades con los que cuentan la sociedad ya que existen vínculos entre la historia y la evolución de un sitio determinado. Es por esto que los recursos naturales constituyen la identidad de las comunidades y de esta manera es de suma importancia cuidar ya que son únicos y representativos del patrimonio turístico que hacen posible un producto turístico de calidad.

Montero (2010) explica que los recursos culturales tangibles pueden fundamentar una oferta diferenciada de productos turísticos culturales. En estos casos se configuran como elementos motivadores que generan desplazamiento de visitantes con expectativas culturales tangibles de los municipios. Desde esta perspectiva el patrimonio cultural tangible de los municipios se convierte en un elemento básico para el diseño de las estrategias de marketing turístico, de acuerdo a la especificidad del destino y a su posicionamiento competitivo.

Blanco (1992) menciona que los recursos culturales son el resultado de la creatividad humana. Dentro de este tipo caben, en general, todas aquellas manifestaciones socioculturales como son:

Las obras de creación estética (pintura, escultura, música, danza, artesanías, arquitectura, etc.) pasadas y presentes.

Las obras derivadas de la técnica y de la experimentación científica, en todo el ámbito de la civilización antigua y moderna (edificios, presas, diques, puentes, viaductos, caminos subterráneos, otros medios y vías de comunicación y transporte, complejos urbano-industriales, centros deportivos, artísticos, de exposiciones, enseñanza e investigación, congresos, seminarios, desfiles, etc.)

Los eventos y espectáculos, públicos y privado, permanentes o eventuales (p.62).

Tabla 7 Recursos turísticos

## Recursos turísticos

Patrimonio	Comunidades	Expresiones
Artístico	Tradicionales	contemporáneas
Monumental		
Zonas arqueológicas	Grupos étnicos	Obras de arte
Fósiles	Expresiones artísticas folclóricas	Centro científicos y técnicos
Pinturas rupestres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Música y danza</li> </ul>	Explotaciones mineras
Ciudades coloniales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía</li> <li>• Artesanías y artes populares</li> </ul>	Plantaciones agropecuarias
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centros históricos</li> <li>• Edificios y monumentos históricos y religiosos</li> <li>• Cascos de hacienda</li> </ul>	Ferias y mercados tradicionales Eventos folklóricos	Complejos industriales
Pueblos antiguos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnavales</li> <li>• Fiestas anuales</li> </ul>	
Sitios patrimonio de la humanidad	Eventos históricos y religiosos	
Santuarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peregrinaciones</li> <li>• Representaciones</li> </ul>	

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

### Demanda turística

La demanda turística es el segundo componente que dentro del potencial turístico necesita ser analizado para poder definir el nivel de compatibilidad entre la oferta y la demanda turística.

Ritchie (2009) propone que la demanda incluye cifras de gran relevancia como lo son cuántos visitantes arriban al destino, el tipo de transportación utilizado, los días de estadía y qué tipo de hospedaje que utilizaron y finalmente el dinero gastado por turista.

De acuerdo a lo que propone el autor Ritchie (2009) donde describe la relevancia de de saber cuántos visitantes arriban a un destino con el fin de realizar estadísticas que permitan arrojar información específica de la cantidad exacta de la demanda actual para poder ofertar servicios que les permitan cubrir toda la demanda. También es indispensable que un destino considere y analice los días de estadía promedio ya que al obtener dicha información se puede realizar un plan estratégico para que los turistas tengan más actividades de recreación y con ello puedan incrementar el número de actividades para que los turistas extiendan su estadía beneficiando con esto al desarrollo del destino.

Mathieson and Wall citado por C. M. Hall and S. J. Page (2002) la demanda turística es el total de personas que viajan, o desean viajar, usar facilidades turísticas, y servicios en lugares lejos de sus lugares de trabajo y residencia (p. 61).

Tabares (2007) agrega que la demanda puede clasificarse en: histórica, futura, potencial, objetiva y local. La histórica es la registrada por las estadísticas respecto a los visitantes actuales, en tanto

que la demanda futura es la que se calcula a partir de los datos estadísticos; por su parte la demanda potencial es la que se puede capturar por encima de la demanda futura, se trata de turistas que nunca han visitado el lugar, pero mediante un plan de mercadotecnia pueden convertirse en demanda real o histórica. En lo que respecta a la demanda objetiva es la que ha sido considerada como mercado meta para ser captado por proyectos de promoción y de segmentación de mercado. Finalmente la demanda local se encuentra en el destino.

De acuerdo a lo expuesto por Tabares (2007), es importante mencionar y explicar la demanda histórica, ya que ésta ayuda a tener datos estadísticos que permita tener un antecedente histórico de la evolución que ha tenido los turistas a comparación de datos actuales y así analizar la demanda. Por otra parte la demanda potencial se refiere a tener un objetivo de visitantes que pueden aprovecharse para acaparar el mercado potencial. La demanda objetiva permite saber cuál es el visitante ideal, el que muestra interés al sitio turístico y tiene el perfil de lo que se oferta y éste pueda consumir sin ningún problema y lanzar proyectos de mercadotecnia que incremente considerablemente la demanda.

Sapag y Sapag, (2007) mencionan que conocer el comportamiento futuro del mercado en precios, demanda, producción y otras variables, constituye un elemento fundamental en el análisis preinversional. Para ello existen diversas técnicas de proyección, tanto de carácter cualitativo y cuantitativo. Determinar cuál es más conveniente depende básicamente de la disponibilidad de información, la calidad de ella, la precisión deseada del pronóstico, el costo del procedimiento, los beneficios del resultado, los períodos futuros que desee pronosticar, el tiempo disponible para hacer el estudio y el ciclo de vida del producto. (p. 10).

Conocer a la futura demanda y sus comportamientos de compra, de elección y de gastos es muy importante ya que permite hacer una investigación más precisa de lo que espera un visitante en determinado lugar, y aprovechar el análisis de esta información permite crear un panorama más claro de lo que se debe de hacer y a que segmento dirigirse en el mercado.

Sin embargo, la aplicación de distintas técnicas puede ser un trabajo complementario, es decir, es posible estudiar el comportamiento esperado de una variable en función de su desempeño histórico, y complementarlo con información primaria obtenida a través de otras técnicas (p. 10).

“El número de demanda para viajar a un destino en particular es de gran interés para cualquiera dentro del turismo. La data vital demanda: (1) cuantos visitantes llegan. (2) Porque medio de transporte (3) cuanto tiempo se quedan y en qué tipo de hospedaje, y (4) cuánto dinero van a gastar” (Goeldener y Ritchie, 2011).

“La demanda potencial indica la oportunidad de negocio turístico que hay con determinados grupos o mercados turísticos, al comparar nuestra oferta turística, nuestra demanda actual y las tendencias que se aprecian en el turismo a nivel general” (SECTUR, 2005).

Asimismo, Boullón (2004) expresa que la demanda turística de un país se obtiene de la suma de las demandas correspondientes a cada uno de los centros turísticos de cada región. Estas sumas surgen a partir de las variables total de turistas en la región, ingresos generados, gasto promedio por turista, etc. Según el autor, conocer la demanda señalada más la realización de estudios sobre el consumidor y sus experiencias o expectativas en el destino, serán elementos que garanticen

mayor facilidad para saber qué es lo que debe hacerse o construirse para aumentar la demanda de todos y cada uno de los servicios de los centros turísticos.

Teniendo en cuenta los factores determinantes de cómo obtener datos verídicos de la demanda y una vez analizados es más fácil saber qué, cómo y cuándo garantizar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes.

La demanda está determinada por el perfil de los turistas que refleja sus gustos y preferencias, los cuales además son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial. (SECTUR, 2002).

Lickorisch y Jenkins (2000) señala que el presupuesto es un elemento que siempre estará ligado al concepto de demanda, pues la mayor parte de los turistas realizan sus presupuestos tomando en cuenta todos los gastos y, sin poner en riesgo sus vacaciones, eligen el destino.

Todas las personas tienen necesidades como las de viajar y elegir un destino que sea apto y que vaya de acuerdo a su perfil.

Existe una serie de factores precisos, los cuales determinan el nivel o grado de la demanda turística, la cual a través de diversos factores se logra definir. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) plantea que los factores que determinan la demanda pueden agruparse en cinco grandes grupos:

- Económicos.
- Relativos a las unidades demandadas.
- Aleatorios.
- Relativos a los sistemas de comercialización.
- Relativos a la producción.

### Perfil del turista

El perfil del turista se refiere a las preferencias que muestren ya sea por su forma de ser, por las tendencias actuales por determinada o por las actividades desempeñan en su vida diaria y se complementan con el gusto de viajar.

Existen diferentes determinantes de la conducta, los cuales influyen en la decisión de compra o consumo de los turistas. Determinados principalmente por la personalidad de cada persona, nivel social, edad, sexo, etc. (SECTUR, 2002),

La Secretaría de Turismo (2008), ha designado un perfil en el que se especifica las características específicas del turista nacional, mismas que pueden apreciarse en la siguiente tabla.

Tabla 8 Perfil y Grado de satisfacción de los turistas 2007

Perfil y Grado de satisfacción de los turistas 2007		
Perfil del turista nacional que viaja a México		
Género	57%	Masculina

Edad	35 años	Media
Escolaridad	67%	Universidad o más
Ocupación	27%	Empleado
Tamaño del grupo de viaje	4 personas	Promedio
Tipo de hospedaje	48%	Hotel
Estancia promedio	4 noches	Promedio
Motivo principal	23%	Sol y playa
Medio por el que se enteró del destino	35%	Ninguna, ya lo conocía
Ingreso	33%	De 6,500 a 12,999 pesos.

Fuente. Elaboración propia a partir de SECTUR (2008)

La SECTUR (2002) menciona las características del perfil del turista:

- Es multiconsumidor perfecto a lo largo de un período determinado, adopta casi todas las figuras del consumo turístico: excursionista, vacacionista de corto y largo viaje.
- Consume sin despilfarrar, además de juzgar con rigor el valor del entretenimiento.
- Dispone de mayor información, lo que lo hace ser más exigente en la selección del producto y del destino. Exige seguridad y garantía en la compra del producto.
- Requiere una satisfacción personalizada de las necesidades, mediante su integración al producto que adquiere.
- Reclama una estructuración de producto en función de una serie de valores periféricos y complementarios.
- Fragmenta más sus vacaciones, permitiéndole viajar con mayor frecuencia.
- Reclama productos a la medida, considerando productos que le permitan descubrir una mayor gama de atractivos y actividades posibles.
- Desarrolla mayor conciencia medioambiental.

El perfil del turista es determinante, ya que de éste se puede saber rápidamente de lo que se puede ofertar y determinar la demanda, porque el turista cuando viaja lo primero que refleja son los gustos, preferencias de lo que espera en el destino.

Lickorish y Jenkins (2000) mencionan que los viajeros de ocio son el determinante económico principal de la demanda para el turista potencial es la disponibilidad de un nivel suficiente de renta real discrecional. La renta real discrecional es una medida utilizada para seguir la pista del poder adquisitivo de los ingresos, es esa proporción de la renta disponible que se puede gastar (o ahorrar) como la persona desee. En suma, se puede afirmar que lo determina la demanda del turismo es la disponibilidad de renta discrecional (p. 73).

La demanda del turismo de ocio es de los principales mercados que se debe de enfocar la oferta ya que este perfil de turistas es exigente en cuanto al servicio y las nuevas tecnologías.

Es importante conocer las tendencias actuales del turismo para poder identificar y analizar cuáles serán los próximos comportamientos y gustos de los visitantes y así adelantarse a esas nuevas necesidades y crear una oferta anticipada que cubra sus expectativas y complete su satisfacción.

## Tendencias del Turismo

De acuerdo con el informe “Turismo: Panorama 2020” de la Organización Mundial de Turismo, las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el año 2020 las llegadas de turistas internacionales se ubicarán por encima de 1.60 millones, en tanto que los ingresos turísticos alcanzarán los dos billones de dólares.

Con ello las llegadas de turistas internacionales observarán una tasa media de crecimiento anual del 4.1% en tanto que los ingresos se incrementarán al 6.7% anual.

No obstante, la magnitud de estas cifras se reconoce que el turismo internacional aún tiene mucho potencial por explorar, ya que la población real que estará en condiciones de viajar en el año 2020 será el equivalente al 7% del total de habitantes a nivel mundial.

América ocupará el tercer lugar regional con más llegadas superada por Europa y Asia Oriental y el Pacífico, perdiendo con ello el segundo lugar que ocupa en la actualidad y disminuyendo en un punto porcentual su cuota en el total.

Aunque el turismo intrarregional seguirá siendo importante, habrá un crecimiento significativo en las llegadas de larga distancia que pasarán del 18% de todas las llegadas en 1995, al 24% en el 2020, destacando que en el caso de la región americana estas pasarán del 23% que representaron en 1995 al 38% para el año 2020.

Diversos factores concurren a sostener el crecimiento del turismo a largo plazo. La creación de bloques comerciales y la creciente integración de la economía mundial se constituyen en fuerzas que apoyarán la expansión del turismo, más aun si van acompañadas de eliminación de barreras y de regulación del transporte.

Cabe señalar que las nuevas tecnologías de la información permitirán conocer a fondo los mercados y facilitarán el diseño de estrategias para captar segmentos, impulsar productos personalizados y monitorear su comportamiento para ajustar estrategias y acciones.

Por otra parte los adelantos en las tecnologías del transporte, además de mejorar su eficiencia y seguridad favorecerán la aparición de modalidades adecuadas a diversos mercados en términos de costo. En contra posición se prevén cuellos de botella en la capacidad de la infraestructura del transportes aéreo, lo cual podría alentar el crecimiento de otras modalidades de traslados.

Los cambios demográficos en los principales países emisores de turismo internacional desempeñarán un papel muy importante en la estructuración del mercado en los siguientes años.

Al parecer el envejecimiento de la población y la reducción de la población activa en los países más avanzados inducirán un mayor volumen de viajes de placer, presionando a la creación de productos turísticos adecuados a estos segmentos.

Las transformaciones sociales también tendrán un impacto en la aparición de nuevas ofertas turísticas. Serán más comunes las vacaciones mono parentales, de padre o la madre con sus hijos; grupos de afinidad no necesariamente familiares. La aparición de estos segmentos abre nuevas posibilidades de negocio que será necesario evaluar en términos de atractividad.

El turismo se dirige hacia una economía de la experiencia que sustituirá paulatinamente a la economía de los servicios. El empeño estará orientado a favorecer experiencias únicas (p. 9).

Goeldener y Ritchie (2011) explican que la recepción del turismo internacional creció más que el intercambio mundial en los 80, y ahora constituyen una alta proporción de valor de las exportaciones mundiales que todos los demás sectores más que el petróleo crudo, productos de petróleo y vehículos motorizados, partes y accesorios.

El resultado es que el turismo en los 90 era un sector muy largo y dinámico dentro de la economía. Por el rápido crecimiento y cambio del pasado, se puede inclinar en creer que el turismo ha alcanzado hoy una fase madura de su desarrollo en donde la tarifa del cambio y expansión decrecerá. Por otra parte un acercamiento realístico del futuro probable sugiere que el turismo preferentemente va a continuar creciendo y desarrollándose más rápidamente y más dinámicamente que otros sectores por muchos años.

*Tabla 9 Análisis de las llegadas internacionales de turistas*

Análisis de las llegadas internacionales de turistas mundialmente y por regiones 2010-2020		
	(millones)	
Regiones	2010	2020
Europa	527	717
Este de Asia / Pacífico	231	438
Américas	195	284
África	46	75
Medio Este	37	69
Asia del sur	11	19
Mundo	1,047	1,602

Fuente. Elaboración propia a partir de World Tourism Organization (2005)

Según la SECTUR (2005) ahora, el turista exige elegir el lugar y las condiciones en las que desea invertir su tiempo y su dinero, las tendencias en turismo apuntan a una oferta turística que debe evitar la masificación y defender una actitud de respeto al ambiente, de modo que las nuevas tendencias en turismo apuntan a una oferta turística que deben evitar la masificación y defender una actitud de respeto al medio ambiente, de revalorización de la herencia cultural y de contacto con lo auténtico (p.16).

## Capítulo II “Procedimiento para evaluar potencial de municipios turísticos”; autor (Ernesto Manuel Conde Pérez, Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo, Irma Magaña Carrillo)

Para evaluar el potencial turístico de un territorio se precisa de analizar la situación existente desde la perspectiva turística, donde se tienen como elementos esenciales, los recursos, la oferta, demanda, servicios y la infraestructura turística; con la información recopilada se identifican las oportunidades de desarrollo existente, sus amenazas, así como las fortalezas y debilidades, posteriormente se definirán las estrategias.

Las funciones que busca cumplir esta metodología son:

- Desarrollar un modelo investigativo que sea capaz de integrar herramientas e instrumentos de investigación que permitan lograr una evaluación del potencial turístico de un destino.
- Poner a prueba dicho modelo aplicado a un destino en específico para conocer sus alcances y sus resultados.
- Plantear una valoración específica de las características que tienen los recursos naturales, culturales y sitios turísticos para poder analizar cuál es su nivel de potencial turístico.

Esta metodología propone la medición de distintos indicadores correspondientes a la oferta y demanda turística lo cual permitirá identificar el nivel de potencial con el que cuenta el destino. Es muy importante mencionar que el diseño de esta metodología se debe aplicar primordialmente a estudios turísticos exploratorios es decir cuyo objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado. Se considera pertinente mencionar que es preferible la aplicación de esta metodología en sitios en los cuales su nivel de desarrollo turístico o su impulso turístico es bajo.

El diseño de esta metodología tiene como característica principal la complementariedad entre técnicas de investigación diferentes:

- Documental: Revisión de la bibliografía para la confección de un marco de referencia mismo que permite la comprensión de la metodología expuesta en este capítulo. Cabe destacar que para esta investigación ha sido creado ya un marco teórico.
- Observación: Esta metodología incluye la observación ya que es necesaria para poder obtener información tanto cualitativa como cuantitativa. De acuerdo con Fernández (2004) la observación es una técnica que permite obtener información mediante el registro de las características o comportamientos de un colectivo de individuos o elementos sin establecer un proceso de comunicación por tanto sin la necesidad de colaboración por parte de lo analizado. Dentro de esta metodología se aplicarán dos distintos tipos de observación. La observación cualitativa la cual plantea un proceso semiestructurado o nada estructurado de captación de información general sobre la conducta o el comportamiento con el fin de realizar un análisis cualitativo de la

información. Y a su vez se realizará una observación cuantitativa por medio de la cual se obtendrá información que será procesada por una base de datos y posteriormente analizada estadísticamente.

- Herramientas investigativas como encuestas: Permitirán la obtención de información necesaria para complementar la metodología. Para Baker (1997) la investigación por encuesta es un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas.

Así mismo esta metodología debe cumplir con los objetivos específicos como son:

- Analizar los antecedentes y situación actual sobre potencial turístico y evaluación de recursos naturales y culturales de un destino, a partir de una revisión detallada de la literatura y de diferentes documentos.
- Identificar los diferentes modelos de evaluación de potencial turístico y casos de aplicación de dichos modelos en diferentes destinos.
- Elaborar un inventario de la oferta turística del destino.
- Analizar y definir la demanda turística del destino.
- Aplicar y evaluar los resultados obtenidos a través de las herramientas investigativas.
- Realizar un informe final a través de fichas técnicas de cada recurso evaluado.

Evaluar el potencial turístico conlleva un análisis completo íntegro con vistas a definir si un destino o una zona en específica pueden tener la capacidad de ser desarrolladas turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar turísticamente, se puede iniciar en el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, así mismo si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir la oferta turística que permita una diferenciación. De la misma manera ocurre con la demanda turística, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos de ese destino.

A continuación se muestran los indicadores que forman parte de esta metodología para ser evaluados:

#### Oferta turística

- Recursos naturales y culturales: Los recursos naturales son el producto turístico a desarrollar en un determinado sitios turístico por que conforman el conjunto de elementos naturales que se encuentran en la naturaleza de forma no modificada, ya que cuentan con las características necesarias que eligen los turistas para vacacionar y ser parte de lo que estos demandan.
- Infraestructura turística: Esta debe ser evaluada tomando en cuenta todos los diferentes bienes y servicios que la componen. Blanco (2008: p. 18) define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.
- Prestadores de servicios turísticos: Los prestadores de servicios turísticos son todas aquellas personas naturales o jurídicas que se dedican o realicen actividades turísticas.

#### Demanda turística

- Perfil del turista: El perfil del turista se refiere a las preferencias que tengan por determinada forma de ser y actividades que desempeñan en su vida diaria y se complementan con el gusto de viajar.
- Tendencias del turismo: Las tendencias del turismo son cambios en los gustos, preferencias y acciones que se presentan de forma global determinada por diferentes segmentos de mercado los cuales provocan variaciones en el sector turístico.

Como herramientas investigativas a utilizar en los indicadores de la oferta turística se propone:

- Taller participativo con prestadores de servicios y líderes de comunidades para la identificación de los recursos naturales y culturales y sitios turísticos de un destino.
- Recorridos de inspección para identificar las características de los recursos naturales, culturales y sitios turísticos.

En el caso de los indicadores de la demanda turística se aplicará encuestas a los visitantes.

### Procedimiento metodológico por etapas

La ilustración 4. Representa el procedimiento metodológico por etapas que se llevará a cabo en la investigación

*Ilustración 4 Procedimiento metodológico para evaluar el potencial turístico*



Fuente: Elaboración propia.

El procedimiento diseñado se sustenta en los siguientes principios:

1. Mejoramiento continuo: se contempla en el reinicio de etapas ya realizadas con el objetivo de ir mejorando diferentes aspectos que puedan presentarse con deficiencias.
2. Adaptabilidad: es lo suficientemente general como para ser aplicado en destino turístico similares.
3. Aprendizaje: contiene métodos de trabajo en equipo, encuestas, inventarios y fichas técnicas. Para lograr esto se requiere de una capacitación en las técnicas a aplicar y de un enfoque participativo.
4. Parsimonia: la estructuración del procedimiento, su consistencia lógica y flexibilidad permiten llevar a cabo un proceso complejo de forma relativamente simple.
5. Pertinencia: la posibilidad que tiene el procedimiento de ser aplicado integralmente en las condiciones que presenta el turismo actualmente.
6. Flexibilidad: potencialidad de aplicarse a otros destinos con características no necesariamente idénticas.
7. Suficiencia: referida a la disponibilidad de toda la información (y su tratamiento) que se requiere para su aplicación en estos procesos.
8. Consistencia lógica: en función de la ejecución de sus pasos en la secuencia planteada, en correspondencia con la lógica de ejecución de este tipo de estudio.
9. Perspectiva o generalidad: dada la posibilidad de su extensión como instrumento metodológico para ejecutar estos estudios en otros destinos similares.

### Taller de identificación de recursos naturales, culturales y sitios turísticos

Como primer paso se encuentra la realización de una reunión con diferentes prestadores de servicios turísticos, representantes de gobierno y de las comunidades del destino, con el fin de identificar los atractivos turísticos, productos turísticos existentes y los recursos naturales y culturales que pueden tener potencial turístico dentro de un sitio. La determinación de estos criterios permitirá desarrollar las siguientes etapas, puesto que son la base para la investigación.

Para poder organizar la reunión es necesario contactar a aquellos participantes que se crea pueden ser clave para poder obtener la información tanto de lo que ya existe turísticamente hablando y lo que puede tener potencial turístico.

La reunión es llevada a cabo mediante la organización de equipos de trabajo que debe estar integrado por todos los prestadores de servicios turísticos del sitio y las zonas, por los representantes de gobierno y de las comunidades. Contar con un equipo integrado por los prestadores de servicios turísticos permitirá obtener información de sus negocios.

Entre la información requerida que se espera obtener de ellos se tiene el giro de su negocio, características tales como horario, ubicación, días que operan, que servicios ofrecen, a quien va dirigido su negocio, entre otras. Esta información servirá para los siguientes pasos.

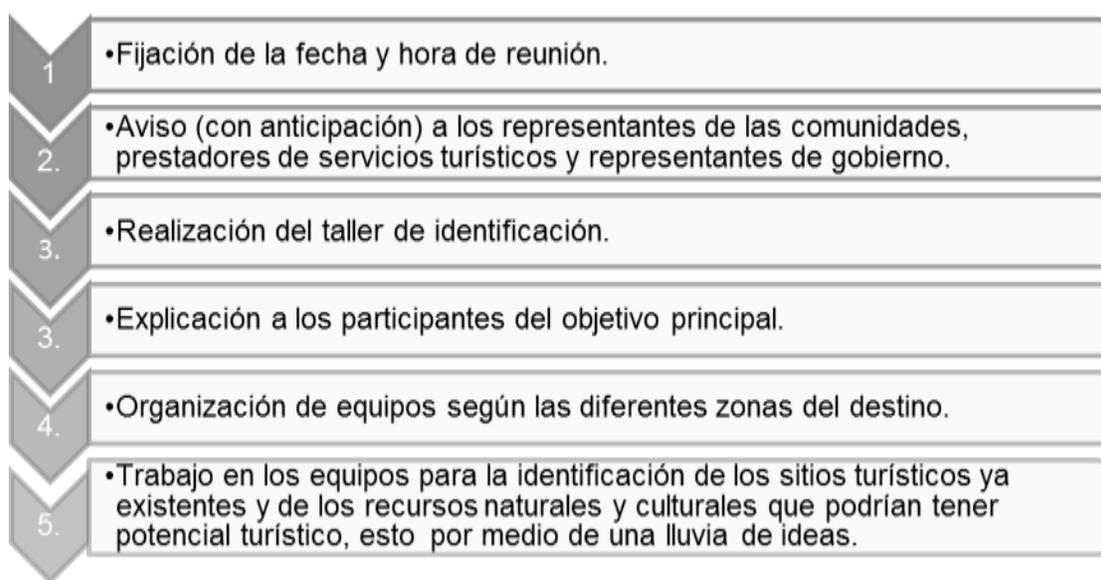
El equipo de representantes de gobierno funciona como moderadores de la junta y son los encargados de hacer la convocatoria de esta junta, su participación es de vital importancia ya que es necesario conocer sus puntos de vista acerca del potencial turístico.

Por último los representantes de las comunidades serán los portavoces de aquellos recursos naturales y culturales que existan en sus comunidades, definiendo sus características tales como ubicación, criterios específicos y el contacto para llegar a esos recursos.

Es necesario fijar la fecha y hora de la reunión, los encargados avisan a las comunidades anticipadamente, prestadores de servicios turísticos y representantes de gobierno. Al llevarse a cabo la reunión el encargado o encargados del proyecto de investigación dan una explicación a los participantes del objetivo principal, se divide a los participantes de acuerdo a las diferentes zonas del destino y posteriormente se trabaja en los equipos para la identificación de los sitios turísticos ya existentes y de los recursos naturales y culturales que podrían tener potencial turístico, esto por medio de una lluvia de ideas, las cuales se anotan en formatos específicos diseñados por el o los investigadores.

Zimmer y Grassman (1996) mencionan que dentro del análisis a la oferta es necesario tomar en cuenta a la población debido a que ellos son, de manera indirecta parte de la oferta turística de un destino o municipio en el que se practica la actividad.

*Ilustración 5 Diseño del proceso de taller de identificación*



Fuente: Elaboración propia.

La tabla 10 muestra el formato utilizado para complementar cada uno de los cuadros con la información obtenida de los atractivos turísticos y productos existentes. Como se muestra en la ilustración 5 se identifica el nombre del sitio turístico, su ubicación, características propias y el contacto es decir la persona que será el medio para llegar al sitio turístico.

*Tabla 10 Formato taller de identificación sitios turísticos de un destino*

Nombre del sitio turístico	Ubicación	Características	Contacto

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 11 Formato utilizado en el taller de identificación del recurso natural y/o cultural*

Nombre del recurso natural y/o cultural	Ubicación	Características	Contacto

Fuente: Elaboración propia.

Una vez identificados los recursos naturales y culturales en este taller de identificación, se utiliza el formato anterior para plasmar aquellos recursos naturales y culturales susceptibles a ser evaluados y de esta manera poder identificar si cuentan con potencial turístico, de igual manera se plasma su ubicación, características y contacto. Se precisa de capturar la información generada en una base de datos ya que será necesaria su utilización en el siguiente paso.

### Recorrido de Inspección para identificar recursos naturales y culturales y sitios turísticos

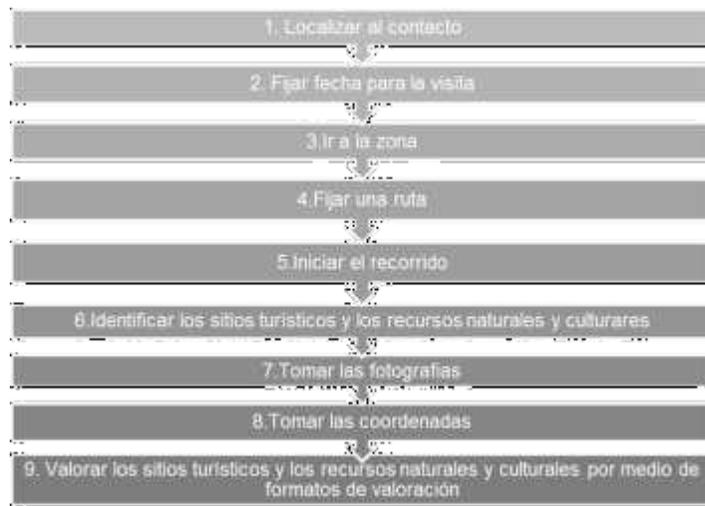
En este paso procede la organización y realización de recorrido de inspección en las diferentes zonas y comunidades del destino para identificar tanto la oferta turística como los recursos naturales y culturales, sus características y ubicación. Para este recorrido de inspección es necesario contactar a las personas que están registradas en el taller de identificación del potencial turístico para que guíen en este recorrido.

Durante la inspección es indispensable contar con equipo fotográfico para obtener evidencias de los recursos naturales y culturales así como de los sitios turísticos existentes que posteriormente se utilizarán. Es posible que mediante este recorrido de inspección se puedan identificar otros recursos naturales o culturales que no fueron registrados en el taller de identificación que pueden ser incluidos.

Los recorridos deben de ser primeramente fijados en día y hora para que las personas de las comunidades participantes estén enteradas y participen. Se define una ruta que incluya a todos los recursos con potencial para el ahorro de tiempo y el desgaste físico.

La ilustración 6 muestra los pasos para llevar a cabo el recorrido de inspección.

Ilustración 6 Diseño del proceso del recorrido de inspección



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los recursos naturales acuáticos se incluirán ríos, lagunas, bordos de agua, nacimientos de agua, lagos, norias, y de los cuales se tomarán en cuenta las siguientes características:

- Tipo de recurso natural acuático: Es decir cómo se mencionó en el párrafo anterior si es un río, una laguna, un arroyo, etc.
- Comunidad o zona: Lugar específico donde se encuentra este recurso dentro del destino.
- La ubicación geográfica: En esta se deben tomar las coordenadas por medio de un aparato GPS especial por medio del cual se tome su ubicación y su altura sobre el nivel del mar.
- Altura: Saber a qué altura esta sobre el nivel del mar.
- Condiciones del terreno: En qué condiciones se encuentra el lugar, si esta descuidado.
- Transparencia del agua: Nivel de claridad.
- Acceso físico: Si es fácil llegar a ese lugar.
- Distancia en Km: Cuantos kilómetros hay desde el sitio principal hasta ese lugar.
- Distancia en minutos: Cuantos minutos se hace en vehículo desde el sitio principal hasta ese lugar.
- Actividades: Que actividades podrían desarrollarse ahí.
- Estado de conservación: Si está muy bien conservado naturalmente.
- Vegetación: Cuanta vegetación hay alrededor.
- Calidad del entorno: Calidad visual del lugar y su entorno.
- Contaminación: Nivel de contaminación existente en ese recurso.
- Vigilancia: Si es abierto al público o es privado.

Cada una de las características mencionadas debe ser medida de acuerdo a ciertos valores los cuales se deben establecer mediante un análisis previo.

A continuación se muestran las características a evaluar para los recursos naturales terrestres mismos que incluyen barrancas, senderos, cerros, montañas, áreas de acampar, de descanso, entre otras.

- Tipo de recurso natural terrestre: Hace referencia al tipo de recurso, si es barranca, sendero cerro, montaña, área para acampar, de descanso, entre otras.
- La ubicación geográfica: Identificación de las coordenadas
- Comunidad o zona: Nombre del lugar donde se encuentra el recurso natural terrestre.
- Altura: Saber a qué altura esta sobre el nivel del mar.
- Condiciones del terreno: En qué condiciones se encuentra el lugar, si se encuentra inclinado, pedregoso, etc.
- Acceso físico: Si es fácil llegar a ese recurso.
- Distancia en Km: Cuantos kilómetros hay desde el sitio principal hasta ese lugar.
- Distancia en minutos: Cuantos minutos se hace en vehículo desde el sitio principal hasta ese lugar.
- Actividades: Que actividades podrían desarrollarse ahí.
- Estado de conservación: Si está muy bien conservado.
- Vegetación: Cuanta vegetación hay alrededor y en qué estado se encuentra.
- Calidad del entorno: Calidad visual del recurso, como se ve a simple vista.
- Contaminación: Nivel de contaminación existente en ese recurso.
- Vigilancia: Si es abierto al público o es privado.

De igual manera se evaluarán los sitios turísticos existentes como son restaurantes, hoteles, hostales, y demás que existan en el municipio. Para ello se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- Nombre del sitio: Como se llama el sitio turístico.
- Ubicación geográfica: Coordenadas de ubicación.
- Altura Sobre Nivel del Mar.
- Infraestructura e Instalaciones: Como es su infraestructura, descripción y características.
- Servicios: Servicios que ofrece.
- Distancia en Kilómetros: Distancia del sitio principal a ese sitio.
- Distancia en Minutos: Distancia en minutos.
- Actividades: Actividades que se hacen en ese sitio.
- Seguridad: Que seguridad tiene el sitio.

### Valoración de los recursos culturales

Como ya se ha mencionado otro de los recursos a evaluar para medir el potencial turístico de un destino son los recursos culturales, es decir todas aquellas manifestaciones, costumbres, monumentos, edificios que representen la historia y la cultura de ese destino mismo que en algunas ocasiones sean el motivo de visita de un turista, otros de los recursos culturales que se debe tener presente son las festividades o tradiciones propias del lugar, las cuales serán evaluadas mediante diferentes criterios.

## Valoración del perfil del turista y visitante y las tendencias del turismo a través de encuestas a visitantes

Como tercer paso es necesario valorar el perfil del turista o visitante para conocer cuáles son sus preferencias y las tendencias actuales, aplicándolas así a esta investigación para poder relacionar esa valoración dentro de la evaluación del potencial turístico de un sitio. Cabe mencionar que anteriormente ha quedado definido que es el perfil del turista.

El perfil del turista se refiere a las preferencias que tenga este rigiéndose por una determinada personalidad y actividades que desempeña en su vida diaria y se complementa con el gusto de viajar.

Existen diferentes determinantes de la conducta, los cuales influyen en la decisión de compra o consumo de los turistas. Determinados principalmente por la personalidad de cada persona, nivel social, edad, sexo, etc. (SECTUR, 2002).

Para la valoración del perfil del turista y las tendencias del turismo es necesaria la aplicación de las herramientas investigativas como son las encuestas. La realización de encuestas a los visitantes y turistas que arriban al destino tiene como fin definir el tipo de perfil del visitante así como el posicionamiento que tiene el municipio. Las encuestas deben aplicarse a los visitantes de los diferentes sitios turísticos del destino.

La encuesta consta de varias secciones que se detallan en la ilustración 7

*Ilustración 7 Secciones de la encuesta*



Fuente: Elaboración propia.

Se ha dividido la encuesta en 4 secciones para abarcar tanto el perfil del visitante como la percepción de este hacia el posicionamiento del turismo. Al evaluar el perfil se está determinando

de igual manera cuales son las tendencias del turismo, puesto que los visitantes estarán definiendo cuáles son sus gustos y preferencias actuales en cuanto a ocio y recreación se refiere.

Es necesario establecer un rango de edad para tener límites dentro de la encuesta y de igual manera es necesario tomar en cuenta los visitantes mayores de 18 años a los 65 años. Respecto al país de origen o estado se busca tener una idea más amplia de qué lugar de procedencia va la mayoría de la afluencia turística hacia el destino.

Por otro lado en la sección de posicionamiento del destino se opta por preguntas abiertas que incluyen sobre los medio por los que recibió información destino, imágenes o características que se le viene a la mente cuando piensa en el destino, y la descripción del ambiente del destino.

La información que se busca sobre el medio por el cual el visitante se enteró del destino es para conocer cuál es el papel de la promoción turística en ese destino o si existe otro medio alternativo por el cual este posicionado ese destino.

Las imágenes o características que el visitante tiene en su mente busca interpretar la identidad y lo que lo hace característico al lugar mismo que pudiera utilizarse como recurso natural, cultural o turístico potencial para ser desarrollado o ser mayormente impulsado.

La tercera sección pertenece a la percepción que tiene el visitante del destino en general. Por ello se incluyen preguntas que lleven a la obtención de la siguiente información.

- Valoración de la ubicación del destino
- Valoración del sistema de carreteras que conduce al destino
- Valoración de la señalización de las carreteras del destino
- Valoración de la infraestructura local
- Valoración de la señalización urbana
- Valoración de la calidad del transporte público del destino

De igual manera se toma en cuenta otras características en las cuales el visitante decide si el destino es: Feo, Bonito, Aburrido, Divertido, Estresante, Emocionante, Desagradable, Agradable, Intranquilo, Tranquilo, Ordinario y Extraordinario

Esta valoración es muy importante porque un destino necesita tener atributos que despierten el interés de los turistas y visitantes

Por último se busca información turística del destino de acuerdo a la percepción del visitante tomando en cuenta que tan satisfecho ha quedado de acuerdo a los criterios que a continuación se mencionan: Calidad del servicio, relación precio-calidad, amabilidad/eficiencia de los empleados, hospitalidad de los habitantes, seguridad persona, limpieza, diferencias culinarias, clima, accesibilidad, sitios turísticos históricos/museos, relajación y descanso, oportunidad de aventura, escenarios naturales variados y atractivos, flora y fauna diversa y otros

Por último es necesario preguntarle al visitante:

- Qué otros sitios turísticos conoce del destino y que fue lo que más le gustó, para conocer ha tenido interés o tiene conocimiento sobre otros lugares dentro del destino.

- Punto de vista acerca del número de actividades de ocio y de recreo, para conocer si es necesario que se desarrollen más lugares turísticos o si se necesita mejorar lo que ya hay.
- Su satisfacción al haber visitado el sitio. Este es un punto muy importante ya que por medio de este se puede observar el nivel de su satisfacción y así analizar si se está trabajando en el destino respecto al ámbito turístico.
- Si el recomendaría ese destino. Esta pregunta viene como consecuencia de la pregunta referente a la satisfacción del visitante ya que como se conoce una técnica de promoción es el boca a boca es decir si las personas que lo visitan hablarían bien a otras personas de ese lugar.
- Y por último si este volvería a visitar ese sitio. Pregunta muy importante ya que ese es el objetivo turístico de cualquier destino, crear clientes fieles y tener una preferencia ante otros destinos.

Como se ha visto estas últimas preguntas son la clave para valorar el nivel desarrollo turístico que tiene el sitio de acuerdo a la percepción del visitante.

Es necesario que la aplicación de la encuesta tenga como objetivo que el visitante entienda lo que se pregunta, es decir el diseño de esta encuesta debe utilizar un lenguaje acorde a los visitantes para que se sientan confiados de contestar correcta y sinceramente, ya que si se usa un lenguaje muy recatado los visitantes o turistas no contestarán lo que se espera de esa pregunta o simplemente no contestarán, por lo contrario si se usa un lenguaje muy simple la encuesta no estará al nivel de la investigación.

En esta metodología los datos se tratarán como ordinales para lo cual se necesitará sacar la mediana o la moda sumando las respuestas de los elementos teniendo en cuenta que todos los elementos midan lo mismo.

### Tamaño de la muestra

Para la aplicación de las encuestas es necesario definir el tamaño de la muestra, esto es importante ya que es necesario estimar un parámetro determinado que permita definir un nivel de confianza deseado. Al establecer un tamaño de muestra permite detectar diferencias entre los grupos de estudio ya que esto garantizará que se esté eligiendo el número correcto de visitantes. Hacer esto representa una gran ventaja ya que se reducen costos y se aumenta la rapidez del estudio.

El tamaño de la muestra se determina para obtener una estimación apropiada de un determinado parámetro poblacional.

Así mismo el tamaño de la muestra depende de cuatro factores, el primero de ellos depende del tamaño del universo o población total que entra como los posibles encuestados, en este caso como son menos de 100 mil personas es conocido como población finita. Además depende del nivel de confianza que el investigador decida, pero por lo general se acostumbra utilizar un nivel de confianza igual a 95.5%. De igual manera es necesario que se determine el error muestral.

El tamaño de la muestra se definirá investigando en datos estadísticos la afluencia turística la cual tiene que ser procesada por medio de la fórmula que se muestra en la figura, la cual se aplica para menos de 100 mil personas sean habitantes y/o turistas.

El tamaño de la muestra juega un papel importante para determinar la probabilidad de error así como en la precisión de la estimación, por ello es necesario tomar en cuenta diferentes factores a la hora de esta determinación.

Existen diferentes métodos de muestreo y a continuación se menciona el muestreo para poblaciones finitas menores a 100 mil turistas, como ya se mencionó anteriormente, esta metodología está enfocada principalmente para destinos pequeños.

Tabla 12 Población finita menos de 100 mil turistas

POBLACIÓN FINITA MENOS DE 100 MIL TURISTAS
Grado de confianza
$N = \frac{3.84 * N * p * q}{[E^2(N-1) + (3.84 * p * q)]}$
Donde: *p=50% (o´ participación del segmento). *q=50% (o´ 1 menos la participación del segmento). *n= tamaño de la muestra. *N=universo ó población. *E= error de estimación, sugerido ubicarlo entre 2% y 6%. *3.84 es el valor constante obtenido de la tabla de áreas bajo la curva normal tipificada de 0 a Z, con base en el valor máximo de error.

Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que como se va a evaluar el potencial turístico de un sitio turístico es lógico observar que su afluencia turística no es muy elevada y por ello puede existir la falta de información estadística de esa afluencia por lo que de acuerdo a la determinación del tamaño de la muestra para esos casos se deben aplicar 384 encuestas, el cual es el número máximo que arroja la muestra.

Se recomienda que para mayor efectividad el grado de confianza sea de un 99 a un 95% y un error mínimo de 5%.

### Inventario turístico de los recursos naturales y culturales y sitios turísticos

Una vez realizada la reunión y el recorrido de inspección, al igual que la captura de esta información se presentará el siguiente paso que es el diseño de un inventario turístico del destino que incluya los diferentes recursos naturales, culturales y sitios turísticos. Por ello es muy importante remarcar lo que significa un inventario turístico.

De acuerdo con Tabares (2003) el inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, etc.

De acuerdo con Blanco (2008) para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del turismo se debe identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber:

Atractivos naturales:

- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluye las fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procesamiento artesanal)
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

Por otro lado la clasificación propuesta por CICATUR citada en blanco (2008) es la siguiente:

Atractivos naturales

- Se incluye: montañas, planicies, volcanes, playas, arrecifes, lagos, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas; sitios de pesca y caza, observación de flora y fauna, parques nacionales, termas, etc.

Atractivos artificiales:

- Museos y manifestaciones culturales: Sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
- Folklore: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
- Realizaciones técnicas y científicas: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.
- Acontecimientos programados: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.

Por ello el inventario turístico de esta metodología se diseñara con base a estas clasificaciones propuestas por los autores mencionados anteriormente.

### Elaboración de las fichas técnicas de los recursos naturales y culturales identificados

El producto final de esta metodología es la realización de fichas técnicas de los recursos naturales y culturales que se observaron dentro del destino, por medio de ellos se evaluará el nivel de potencial turístico que estos tengan de acuerdo a sus características.

Las fichas técnicas son pequeñas hojas-resúmenes que describen diferentes procesos o temas. La realización de estas fichas está en función de la demanda de información y buscan brindar información concreta en diferentes temas.

Dentro de esta metodología cada ficha técnica contendrá la siguiente información:

Para los recursos naturales acuáticos y terrestres se debe incluir:

- Tipo de recurso: Los tipos de recursos fueron mencionados anteriormente en las valoraciones de cada uno de ellos y sus características.
- Comunidad donde se encuentra: Lugar específico donde se encuentra el recurso acuático.
- Ubicación exacta (geoposicionamiento): Coordenadas geográficas.
- Imagen (fotografía o video): Imagen del recurso.
- Descripción de las características físicas, ecológicas, etc. del recurso.
- Actividades turísticas que se pueden realizar o se podrían desarrollar dentro del recurso acuático.

Para los recursos culturales como monumentos y edificaciones se debe incluir la siguiente información dentro de las fichas técnicas:

- Nombre del recurso cultural: Especificar el nombre del recurso cultural ya sea que este dedicado a alguien como los monumentos o los edificios culturales.
- Imagen: Representación fotográfica del recurso.
- Ubicación geográfica: Establecimiento de las coordenadas geográficas.
- Vínculos históricos: Que historia tiene ese recurso cultural.

Y la última ficha técnica corresponde a manifestaciones culturales y festividades

- Nombre
- Imagen
- Fecha de realización
- Motivo
- Lugar de realización
- Descripción
- Características y particularidades
- Actividades que se pueden desarrollar

## Capítulo III “Potencial turístico del municipio de Comala”; autores (Ileana Ochoa Llamas, Mauricio Zavala Cordero, Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo)

### Introducción

El turismo desde sus inicios y con el paso de los años ha pasado por diferentes etapas de su inicio hasta la actualidad, dicho desarrollo ha convertido a la actividad y la industria turística en algo más especializado y demandante de conocimiento y planeación por parte de ambas partes, por una parte los destinos y por el otro los turistas o la demanda que acude a dichos sitios.

Existen una gran cantidad de lugares por todo el mundo, en donde la actividad turística se desarrolla de manera empírica, o en el peor de los casos, sin darse cuenta del desarrollo turístico que se está dando; al final, esta ignorancia puede resultar perjudicial para un sitio que desee obtener los beneficios del turismo como una posibilidad para el crecimiento económico de un sitio. La base para el desarrollo turístico de algún lugar se encuentra en el potencial o aptitud de dicho sitio para ofrecer aspectos interesantes y los servicios necesarios a los visitantes, en conjunto con un interés por parte de la demanda de consumir los “productos” con los que cuenta.

Esta preocupación y la evolución de la industria turística, seguida por las actitudes de adaptación, ha dado lugar a numerosas investigaciones o modelos de investigación que pueden ser aplicados a distintos destinos con interés en este tipo de desarrollos, dependiendo de las necesidades de conocimiento es el tipo de investigación o el modelo investigativo al que se recurre.

Dentro del estado de Colima existen 2 grandes sitios turísticos o, nunca mejor aplicado, polos turísticos, se dice esto porque por una parte se encuentra el municipio de Manzanillo, un típico destino de sol y playa con gran afluencia y actividad portuaria, mientras que más hacia el norte se localiza Comala, un destino de tranquilidad con una gran historia y cultura para ofertar turísticamente.

La presente investigación consiste en evaluar la aptitud turística de uno de los ya mencionados “polos turísticos” del estado de Colima, Comala, para determinar si dicho sitio cuenta o no con las características necesarias para convertirse o funcionar como un destino turístico apto dentro del competitivo mercado del turismo mundial en el que se encuentra hoy en día.

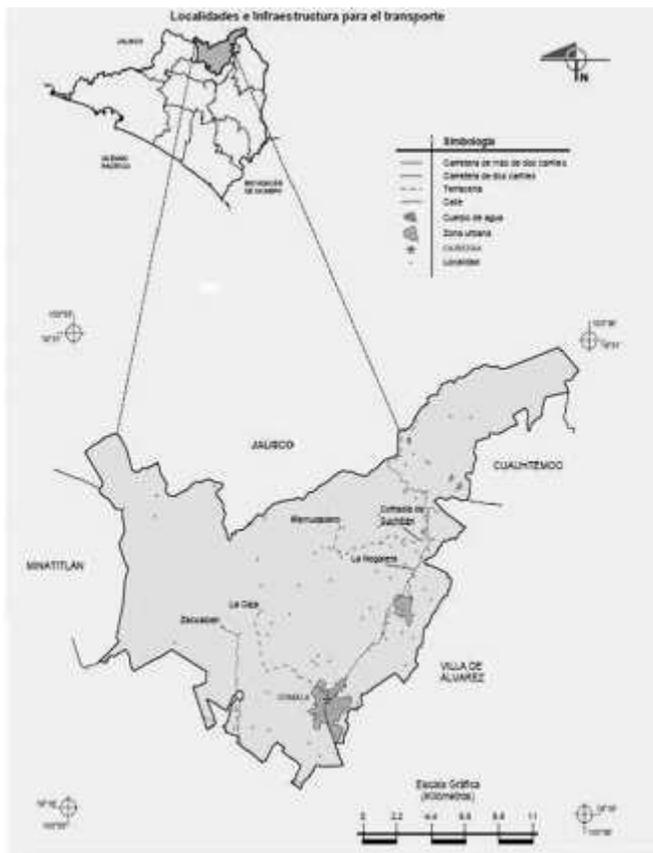
### Comala

Los orígenes de Comala se sitúan aproximadamente 3 000 años antes de nuestra era, siendo las culturas más sobresalientes de la región los olmecas, los nahuas (500 a.C.), los toltecas, los chichimecas (1154-1429 d.C.) y, finalmente, los purépechas, que fue el pueblo que encontraron los españoles asentado en este lugar en el siglo XVI (Valencia, 2004).

En 1815 es instituida como República de Indios con un gobernador como autoridad principal. En 1820 se consolida el ayuntamiento de Comala y se nombra como alcalde a Cayetano Pizarro. Nombramiento que fue revalidado en 1857 de acuerdo con la legislación de la república federal. En 1883 se instaura la primera hacienda cafetalera en Comala, la Hacienda San Antonio, gracias al empresario alemán Arnoldo Vogel. En 1906 se construye El Remate, primera planta generadora de energía eléctrica de Colima, mediante la cual se proporcionaría este servicio a las localidades de Comala, Villa de Álvarez y la capital del estado. En 1910 se introduce el ferrocarril Colima-Lumber, que transportaba madera desde Cerro Grande, sitio en el que se estableció una rinconada de cristeros en el año de 1926, durante la Cristiada. En 1918 se funda el ejido de Suchitlán (INEGI, s.f.).

En la actualidad, el municipio de Comala se sitúa al Norte del estado de Colima. El municipio tiene una superficie asignada de 254 kilómetros cuadrados, representando el 5.20% de la superficie total del Estado. Colinda al norte con el estado de Jalisco, al sur con el municipio de Villa de Álvarez, al este con el estado de Jalisco y los municipios de Cuauhtémoc, Villa de Álvarez y Colima y al oeste con los municipios de Villa de Álvarez y Minatitlán, Colima y el estado de Jalisco.

Ilustración 8 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1.  
Fuente: INEGI.



Entre las principales localidades que podemos encontrar en el municipio se encuentran:

- Comala
- Suchitlán
- Zacualpan
- El Remate
- Cofradía de Suchitlán
- La Caja
- Nogueras
- Campo 4 y Lagunitas

El municipio abarca un rango de altitud que parte de los 600 hasta los 3,820 metros sobre el nivel del mar, lo que significa que el municipio cuenta con una superficie en donde predominan los lomeríos, cañadas e innumerables arroyos que descienden, en forma de abanico, hasta las partes bajas del Valle de Colima.

En lo que respecta a la hidrología del municipio, el río armería lo atraviesa de norte a sur por la parte Occidental, este río, al igual que la totalidad de los afluentes que recibe van tomando nombres distintos, según el lugar por donde pasa su cauce.

La ubicación del municipio hace que éste tenga un clima más benigno que otros del estado, ya que por su cercanía con las principales zonas más altas, como lo son el Volcán, Sierra de Manantlán, Cerro Grande, Cerros Hijos y Cerro de Juripichi influyen en la existencia de climas: cálido subhúmedo, semicálido subhúmedo, templado subhúmedo y semifrío subhúmedo; teniendo como temperatura media 24.7 grados centígrados.

La flora en el municipio se compone principalmente de la comunidad arbórea denominada bosque subtropical caducifolio, llamado así porque permanece sin hojas en temporada seca. Las especies de este bosque casi siempre tienen una altura que varía entre los cuatro y los diez metros. También se encuentran una vegetación formada por higuera, rosa morada, primavera, tepemezquite, huizache, guásima, ciprés, fresno, pino. En frutales: mango, ciruelo, guamúchil, nance, chico zapote y mamey. Las especies más significativas son el fresno, encino y librillo y otras de igual o mayor importancia como la primavera y la parota. El área principal de explotación forestal se localiza en el Cerro Grande.

En lo relativo a fauna, en la actualidad, en el municipio se encuentra una gran variedad de animales entre los cuales se encuentran: codorniz, paloma, halcón, venado cola blanca, jabalí, zorra, coyote, ardilla, rata de campo, topo, tlacuache, armadillo, zorrillo, víbora de cascabel, coralillo alicante, lagartos entre los que se comprenden las iguanas; así como gran variedad de animales domésticos, tales como gallináceas, porcinos, asnos, caballares y caprinos.

De acuerdo con el INEGI (2010), el municipio de Comala tiene una población de 20,888 habitantes, 10,543 hombres y 10,345 mujeres, los cuales residen en casas-habitación típicamente pueblerinas, especialmente las que se encuentran ubicadas en el centro histórico de la cabecera municipal; éstas fueron construidas (la mayoría) a finales del siglo XIX, con materiales de adobe, teja, otate y madera; por esa razón no pueden ser modificadas para “modernizarlas”, pues se debe respetar su diseño que las preserva por su valor histórico y arquitectónico (de acuerdo al decreto presidencial de 1988, en el que expresamente se señala a las 3 calles principales –Madero, Hidalgo y Juárez–, que conforman el “casco viejo” del pueblo como “no modificables” en sus fachadas). Justamente esto es lo que hace a Comala uno de los centros turísticos más atractivos del estado: la estampa de lo rústico en sus construcciones, el aire provinciano que se emana al recorrer las calles. Esta característica también fue un factor determinante para que se incluyera a Comala como “Pueblo mágico de México”.

El municipio cuenta con sistemas de comunicación tradicional: teléfono, telégrafo y correos (1 oficina de administración y 7 agencias o buzones públicos); aunado a esto, el avance tecnológico ha propiciado la aceptación, entre algunos grupos de la población (sobre todo jóvenes), de medios de comunicación contemporáneos como el correo electrónico y la telefonía celular. De la misma forma, a Comala llegan varios medios de comunicación impresa (los periódicos Ecos de la Costa, Avanzada, Diario de Colima, entre otros) provenientes de la capital del estado.

En cuanto a las vías de comunicación terrestre, destaca la carretera de cuatro carriles Comala–Villa de Álvarez, que tiene una longitud de 6.5 kilómetros, sistema de iluminación eléctrica (en malas

condiciones) y camellón central, uniendo a la ciudad de Villa de Álvarez con la cabecera municipal de Comala. También es importante la carretera pavimentada que cubre la ruta que va de la cabecera municipal a la localidad de San Antonio y La Becerrera, la cual comunica a las poblaciones de Suchitlán, La Nogalera y Cofradía de Suchitlán; además, esta carretera es la salida ordinaria hacia el sur de Jalisco, y el acceso a, por lo menos 4 localidades más del municipio. Otros tramos carreteros importantes son el pavimento Carrizalillos-Quesería y el tramo pavimentado con cinta asfáltica de 16 kilómetros que entronca de la carretera Villa de Álvarez–Minatitlán hasta la población de Zacualpan. Existen 20 kilómetros de caminos de empedrado, huella de rodamiento y terracería que unen el circuito de localidades Comala-La Caja-El Remate-Cofradía de Suchitlán-Comala. De hecho, Comala está interconectado con todas sus localidades con accesos de diferente material, pero ninguna se encuentra aislada o inaccesible, pues si bien la comunidad de Lagunitas es la más alejada (casi 3 horas de recorrido), tiene caminos rústicos que la unen a la red de vías de comunicación.

Por otro lado, Comala posee una sola línea de auto-transporte colectivo Colima-Comala y viceversa, la cual se creó hace casi 50 años como una cooperativa, con un funcionamiento eficiente. Recientemente (menos de 5 años) apareció también una ruta de microbuses que interconectan a todas las colonias de la cabecera municipal, en virtud del crecimiento habitacional que se ha ido dando en los últimos 10 años.

Las principales actividades productivas del municipio de Comala se destacan las siguientes (Valencia, 2004):

**Agricultura.** Se cultiva principalmente la producción de maíz, café, frijol y hortalizas (jitomate, tomate verde, pimiento verde, chiles serranos, etc.), así como algunos frutales: papaya, naranja, mamey, tamarindo (sobre todo en la zona protegida denominada “Las huertas”).

**Ganadería.** La crianza de ganado bovino se basa en la explotación de carne y leche, mayoritariamente, así como ganado porcino y caprino.

**Industria.** En Comala son comunes las pequeñas industrias, las cuales pueden girar en torno a actividades o comercios transmitidos de generación en generación, y que mucho tienen que ver con la oferta de servicio dentro del sector turismo. Estas pequeñas industrias se dedican a la producción de artesanías variadas (predominando las trabajadas en madera), así como a la producción, industrialización y comercialización de café, pan y ponche. De hecho, recientemente se ha instituido una pequeña feria que engloba a estos tres típicos productos locales, denominada justamente así: “Feria del pan, ponche y café”, en el cual exponen los fabricantes sus productos en las diferentes variedades y presentaciones.

**Turismo.** Es clásica ya la oferta gastronómica de antojitos y botanas muy variadas acompañados de cerveza, ponche, refrescos u otras bebidas en los afamados “Portales de Comala”, cuya demanda se ha extendido a otros restaurantes-bares del mismo género (y propietarios) a la entrada de Comala, los cuales brindan los mismos servicios culinarios pero con mayor espacio.

Es así como Comala se ha potenciado cada vez con mayor fuerza, en lo que al sector turismo se refiere, gracias a su incorporación al programa “Pueblos mágicos” de México; pero no sólo por

“Los Portales”, sino por su belleza arquitectónica de singular encanto, por sus costumbres y tradiciones y por su clima, por supuesto, entre otros atractivos; en razón de ello, recientemente ha proliferado una mayor cantidad de otros servicios que no existían o eran incipientes; tal es el caso de los hostales (concepto traído de Europa, que consiste en ofrecer al turismo nacional o extranjero, 3-4 habitaciones –máximo en casas grandes, antiguas, bien conservadas, amplias y remozadas).

### Los recursos del Municipio de Comala

Después del municipio de Colima (capital del Estado), Comala es el municipio que tiene la más diversa oferta en cuanto a recursos se refiere; estos se encuentran a disposición de los habitantes del municipio, pero son sobre todo turistas (nacionales y extranjeros) quienes más la aprecian, aprovechan y disfrutan. Asimismo, entre el equipamiento y servicios turísticos que se puede encontrar dentro del municipio son los siguientes establecimientos:

*Tabla 13 Equipamiento turístico de Comala*

Restaurantes, Bares y Cafés	Tiendas de artesanías	HOTEL GRAN TURISMO
Comala	Jaimes'n	Hotel Hacienda de San Antonio
Los Portales	Mexicanías	HOSTALES
Don Comalón	Artesanía Regional de Comala	Casa Blanca
Rancho Don Comalón	Cooperativa Artesanías Pueblo Blanco	Casa Alvarada, Bed & Breakfast
Campestre Fundador	La Tiendita Rangeliana	Hostal Pueblo Blanco
Antigua Comala	Artesanías Verduzco	Hostal Comalli
Coligrafo	La Casa de los Recuerdos	Hostal El Naranja – Finca Los Volcanes
El Pueblito	Las Iguanas Encantadas	Hostal El Tío Jorge
Mirarte	Artesanías Pinto	Hostal Los Juanés
Fonda Jardín La Lupita	La Yerbabuena	Hostal Cerro Verde
El Zaguán	La Casa de la Abuela Chuy	Hostal Posada Comala

Campestre San Martín	La Tienda de Angélica	Hostal La Cabaña de Don Desi
Los Portales de Suchitlán	Rutas turísticas	Hostal La Parroquia Bed and Breakfast
Santuario	La Ruta del Café	Hostal Los Toros B & B
Las Fumarolas II	Turismo alternativo	TOUR OPERADORA
Tiro Loco	Granja La Lomita Agroturismo	Admire México Tours
Campestre Suchitlán	Aventura Extrema Pista Polaris	Fuego Bike Turismo Alternativo
Casa Nogueras	Barranca de Suchitlán	TURISMO DE SALUD
Las Magnolias	Centros recreativos	Temazcal Nido de Águila
El Zaguán de Don Miguel	Laguna de Carrizalillo	El Temazcal de Chimino
Quisqueya Eco-Arte-Café	Laguna La María	Centro Holístico Soleil
Cafeto Colima	Montes Azules	Comalli Spa
Parador Gastronómico de La Nogalera	Manantiales de Zacualpan	Aquavit
El farolito	Tour operadoras	AGENCIA DE VIAJES
Puro Café	Admire México Tours	Admire México Tours
La Terracita	Fuego Bike Turismo Alternativo	PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CAFE
La Cocina de Doña Esther	Turismo de salud	Café Nogueras
Estación de Café El Viejo	Temazcal Nido de Águila	Café La Flor de Suchitlán

Laguna La María	El Temazcal de Reina	Expendio de Café La Trinidad
Montes Azules	Centro Holístico Soleil	Expendio de Café del Volcán
Manantiales de Zacualpan	Comalli Spa	Café Colimotl
Cenaduría Fuentes	Agencia de viajes	Productores y comercializadores de pan
Lonchería Don Chava	Admire México Tours	Panadería La Guadalupana
Productores y comercializadores de ponche	Productores y comercializadores de ponche	Panadería La Trinidad
Ponche Los Potrillos	Ponche Don Tavo	
Ponche El Chino	Ponche El Mezcalero	
Ponche La Güera	Ponche El Original	
Ponche Hacienda Media Luna	Ponche Comala Ponche Don Mere	
Ponche las Comaltecas	Ponche Pueblo Mágico	

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, el municipio de Comala cuenta con diversos establecimientos especializados en las actividades turísticas, los cuales pueden fungir para recibir el turismo que arriba al Municipio. Sin embargo, aunque es un número considerable de equipamiento turístico de dentro del municipio, se pueden apreciar distintos recursos culturales y naturales, donde es posible hallar los siguientes:

*Tabla 14 Recursos Culturales de Comala*

Carpintería y artesanías	Jardines	Edificios Culturales
--------------------------	----------	----------------------

Mobiliario "Rangeliano"	Jardín principal	Casa de la Cultura de Comala
Equipales estilo "Suchitlán"	Jardín escultórico "Juan Soriano"	Centro Cultural Nogueras- Museo "Alejandro Rangel Hidalgo"
Gastronomía	Museos	Centro Cultural Zacualpan
Botanas	Museo comunitario de Suchitlán	Palacio municipal
Dulces	Museo comunitario La Caja	Portales de Comala
Café	Museo de sitio "El Remate: donde se hizo la luz"	Hacienda de San Antonio
Ponche (bebida alcohólica)	Puentes	Acueducto de San Antonio
Iglesias/capillas	Puente Hidalgo	Ex - Hacienda de Nogueras
Capilla del Remudadero	Festividades	Comunidad de Nogueras
Capilla de Suchitlán	Eventos religiosos o tradicionales	Comunidad de Suchitlán
Templo de San Miguel	2 de Febrero "Día de la Candelaria"	
Capilla del Refugio		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15 Recursos Naturales

Ríos	Áreas Naturales
Río Zacualpan	Producción de alcatraces en Cofradía
Río San Antonio	Barranca de Suchitlán
Río Nogueras	Áreas naturales/artificiales

Río Suchitlán	Las Parotas
Lagunas	Zona Mágica
Laguna de Carrizalillos	
Laguna La María	
Laguna El Remate	

Fuente: Elaboración propia.

El municipio es rico en equipamiento, recursos naturales y culturales; sin embargo, no todos pueden tener un potencial turístico debido a diferentes características. Por esta razón, se debe hacer hincapié en los recursos que pueden recibir visitantes y turistas, tomando en cuenta la accesibilidad, equipamiento turístico y oferta turística.

### Recursos con potencial turístico en Comala

Comala ofrece posibilidades de entretenimiento para gustos variados, ya que es uno de los lugares predilectos del estado para salir a divertirse, ya sea a los múltiples restaurantes que ofrecen servicio durante el mediodía y otros por las noches, o bien a los centros turísticos. Sin embargo, no todos los lugares antes mencionados son susceptibles a recibir visitantes, por lo que se ha decidido enlistar los sitios con este potencial:

Jardín principal, presidencia municipal y portales aledaños; parroquia de San Miguel del Espíritu Santo. Espacios públicos recientemente remozados con el proyecto “Pueblo mágico”, así como con organización clérigo-civil (para la parroquia); en ambos casos se llevó a cabo bajo la coordinación y asesoría del INAH estatal para preservar el estilo decimonónico de la arquitectura del corazón de Comala. Mural en la presidencia municipal de artistas locales.

Casa de la Cultura de Comala. Alberga una biblioteca pública, un auditorio de usos múltiples, un taller de danza y el museo “Alberto Isaac”, que presenta una colección permanente de pinturas, grabados, esculturas, cerámicas y cartones realizados en vida por este prolífico artista; también contiene carteles originales de algunas de sus películas que filmó en Comala, como fueron: Los días del amor, El rincón de las vírgenes, Tiempo de lobos y Mujeres insumisas.

Centro Cultural Noguerras-Museo “Alejandro Rangel Hidalgo”. Pertenece a la Universidad de Colima y se encuentran ubicado en la comunidad de Noguerras, a 5 minutos del centro de Comala; alberga en sus instalaciones aulas para cursos y talleres, salas de exposiciones; destaca en el museo la sala de cerámica prehispánica (única en su género dentro de un museo), las exposiciones permanentes del trabajo artístico de Alejandro Rangel Hidalgo y el Eco-Parque Noguerras.

Jardín escultórico “Juan Soriano”. Ubicado a un costado del paraje conocido como La Parotera (en la entrada a Comala); se exhiben al aire libre y de manera permanente, piezas escultóricas de artistas locales, nacionales e internacionales. Destaca entre ellas “Pájaro sobre ola”, del escultor Juan Soriano, quien la donó y que motivara precisamente la creación de este espacio.

Museo comunitario La Caja. Coordinado por la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado y el ejido del mismo nombre; busca preservar la vocación agrícola de la región.

Museo de sitio "El Remate: donde se hizo la luz". Coordinado también por la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado, la Universidad de Colima y Comisión Federal de Electricidad; ubicado en la parte de lo que fue el cuarto de máquinas de la primer planta hidroeléctrica del estado y otra en el área de estanques. Paso eco-turístico.

Centro Cultural Zacualpan. Igualmente coordinado por la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado; pretende conservar las raíces culturales e imagen étnicos–populares de la comunidad indígena de Zacualpan (actualmente desmantelado debido al sismo del 21 de enero de 2003).

Museo comunitario de Suchitlán. Coordinado también por la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado y el ejido del lugar; intenta rescatar la cultura popular y las artesanías típicas de la región (actualmente desmantelado).

Las fiestas religiosas se realizan para conmemorar el aniversario de la aparición de la Virgen de Guadalupe (el 12 de diciembre); éstas se denominan "Fiestas Charro-Taurinas" y su carácter es "profano-religioso". Se llevan a cabo del 1 al 12 de diciembre de cada año. Tienen una característica bastante peculiar, ya que son muchos los jóvenes que participan de manera ferviente vistiéndose con atuendos que usaron los indígenas en épocas pasadas ("salen de indios"). Otras de las fiestas bastante concurridas a nivel municipal son las que se efectúan en Suchitlán, en honor de la Virgen de la Candelaria; el día 2 de febrero como máximo día de celebración; mientras que en Zacualpan se honra al Santo Santiago y en La Caja se celebra a San Isidro (en mayo). Todas estas festividades religiosas (peregrinaciones, carros alegóricos y danzantes de Suchitlán y de la cabecera municipal, rosarios y misas especiales –como la de "Los hijos ausentes"-) son acompañadas en su parte "profana", por las clásicas cabalgatas a mediodía (en la noche sólo una vez: el día que dan inicio), serenatas nocturnas en el jardín principal de cada localidad, así como jaripeadas, eventos populares en los jardines principales (kermeses, maratón del "Día del taco", juegos pirotécnicos: quema de "castillos" y "toritos", etc.), bailes y eventos deportivos. Fiestas pueblerinas, más que nada.

Carnaval de Suchitlán. Se realizan movimientos callejeros y festivos, donde los hombres utilizan una indumentaria especial y las mujeres portan nijayote, pinole, lodo azul y pedazos de naranjas agrias en vistosas jícaras. El ritual se ha distinguido porque se efectúa como una bienvenida; consiste en recibir a las personalidades con coronas y cetro de pan, flores y collares, pero sobre todo, empolvarles la cara con pinole (como señal de que son bien recibidos); también se les ofrecen unas palabras en náhuatl que dan al evento emotividad, solemnidad y distinción.

Lagunitas. Es el sitio habitado más alto del estado (aprox. 2,200 msnm). Turismo ecológico-alternativo. Zona boscosa y fría. Proyectos de cabañas ecológicas.

Lagunas de "Carrizalillos" y "La María". Estas lagunas se encuentran al norte del municipio, en plena región montañosa, de abundante vegetación y clima fresco. Existen en sus alrededores cabañas comedores y servicio de restaurantes; ambas son muy visitadas por los propios habitantes de Comala o por gente del resto del estado o incluso turistas nacionales.

Parque Nacional "Volcán de Colima". Se localiza al norte del estado, limitando con Jalisco; tiene una extensión de 22,200 hectáreas y es ideal para practicar excursionismo, alpinismo (en los volcanes), o bien acampar en alguna de sus laderas (siempre y cuando no haya alerta "amarilla" debido a las constantes erupciones del Volcán de Fuego, uno de los más activos del mundo, el cual también es motivo de atracción turística, y de investigaciones científicas y monitoreo, por supuesto). Es una zona declarada como "de reserva", pues existen venados "cola blanca" y otras variedades de fauna en peligro de extinción.

Laguna del Jabalí. Uno de los sitios lacustres más hermosos del municipio; se encuentra dentro de la zona privada del Hotel Hacienda San Antonio y al cual se accede sólo para los turistas de ese exclusivo centro de veraneo o bien, solicitando un permiso especial (para público en general).

Adicionalmente, al identificar los sitios con un importante potencial turístico, es de sumo interés conocer la opinión que el turista tiene con respecto al sitio, ya que estos dan un valor agregado al lugar.

### Perfil del visitante y comunidad local

Para conocer la percepción que los visitantes tienen con respecto al municipio, se tomaron en cuenta diversos factores a evaluar, entre ellos el perfil sociodemográfico para identificar qué perfil de turista visita Comala. Por ello, se encuestó un total de 120 visitantes. Entre la información recolectada se destacan los siguientes:

70% mujeres y 30% hombres

Las personas que arriban a Comala lo hacen en conjunto con su familia, y en su mayor parte mujeres de entre 18 a 35 años.

Los motivos principales por los que visitan el municipio son: porque van se pasó a otro destino, por conocer el lugar, o visitar algún amigo o familiar.

El 65% de los visitantes tiene una escolaridad de preparatoria contra un 30% que tiene un grado superior y 5% nivel secundaria.

El lugar de origen de los visitantes en un 97% son mexicanos y el resto Extranjeros.

La derrama económica varía de \$1 a \$1000 por visitante, esto ocurre mayormente en los establecimientos de alimentos y bebidas que son a donde los visitantes locales acuden y consumen en ellos, al igual que los visitantes de fuera del estado; aunque los establecimientos de hospedaje únicamente se utilizan de manera moderada en temporada alta y en algunas festividades del pueblo.

Además de establecer el perfil del turista, se debe hacer mención a la comunidad local, por la importancia que ésta tiene en el desarrollo funcional u obstaculización del turismo (Monterrubio, 2009). Por esta razón, se encuestó a 388 habitantes del municipio de Comala, para poder conocer sus percepciones acerca del turismo, saber si están de acuerdo en que el municipio se desarrolle turísticamente y cuáles son sus intereses al respecto. Se tomó en cuenta tres rangos de edades para así poder determinar con mayor exactitud el perfil del habitante y poder tomar en cuenta las

respuestas dadas en las encuestas. Dichos rangos de edades fueron clasificados de la siguiente manera:

18 a 35 años: las personas dentro de este rango de edad generalmente son estudiantes de preparatoria o de un nivel superior, tienen una percepción diferente que las personas que pertenecen a rangos de edades mayores, ya que pueden observar aspectos nuevos, como las últimas remodelaciones y adaptaciones del pueblo, además de otros factores como la diversión nocturna y nuevos sitios de interés que posean potencial turístico

36 a 50 años: son personas que han vivido en Comala durante mucho más tiempo, y conocen algunas reseñas históricas y han vivido más la evolución y en el cambio que ha sufrido el entorno de la entidad.

51 a 65: es el segmento de la muestra que más experiencia tiene y conoce como se ha ido desarrollando turísticamente, con qué recursos naturales y culturales cuenta y contaba el estado.

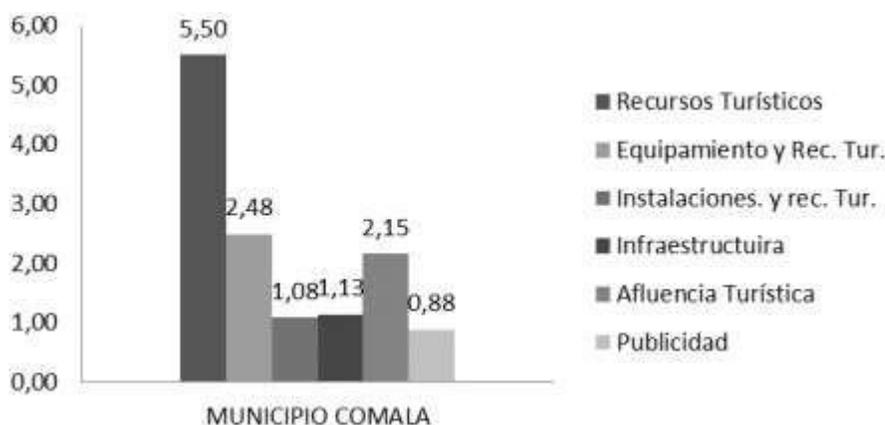
Entre las ocupaciones que destacan dentro del municipio son la de estudiante y empleado. Aunado a esto, Comala tiene fama por la venta de artesanías, por lo que se muestra que los empleados, en su mayoría, prestadores de servicios de los diversos establecimientos turísticos con los que el lugar cuenta, lo cual nos habla un poco de la buena aceptación que tiene la actividad turística dentro de la población en general.

Aunque los perfiles antes mencionados jugarán un papel importante en la opinión que se genere con respecto al sitio de estudio, es de vital importancia conocer la percepción del turista que visita el municipio de Comala.

### Percepción del turista y comunidad local

Para proseguir con el análisis de los recursos potencialmente turísticos es necesario conocer la percepción del turista entorno al municipio, por tal motivo se muestra una representación de los datos (gráfica 1), la cual permitió conocer lo que divisan los visitantes llegan al municipio.

Gráfica 1 Percepción del Municipio

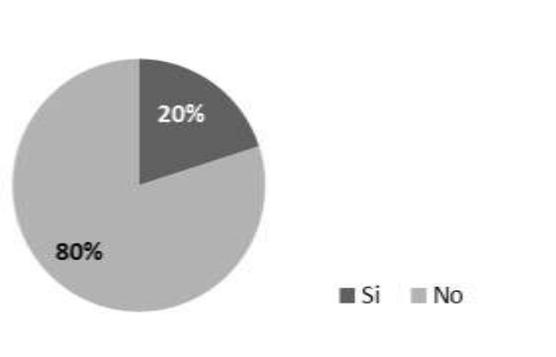


De acuerdo a la información recopilada a través de los cuestionarios, los resultados de la evaluación reportan una oferta turística incompleta (tomando en cuenta la escala de: 0 como mínima y 6 como máxima). De los cuatro componentes que integran el producto turístico de la región sólo los recursos naturales y culturales registran una puntuación aceptable para el desarrollo de la actividad turística y solo en las categorías de zonas de montaña, cuerpos de agua y comunidades tradicionales. Por su parte, la infraestructura refleja una situación de existencia pero con grandes limitaciones para la prestación de servicios turísticos. En la medida en que la región carece de equipamiento e instalaciones, la oferta es incompleta, por lo que el sistema de medición asigna una calificación ponderada menor a la unidad. Es decir, la oferta turística tiene grandes carencias para el desarrollo de la actividad. Por otra parte, los resultados de la evaluación muestran que existe una demanda ya establecida para los atractivos turísticos del municipio de Comala, aun cuando no representan la primera opción de visita para los turistas. Es decir, estos atractivos son complementarios a otros sitios del municipio, por lo que algunas localidades son una segunda opción de visita, y el sistema de medición registra una calificación promedio de "1.98" para la demanda de servicios turísticos de esta zona.

Por otro lado, se preguntó sobre los sitios turísticos se visitan dentro del municipio; a lo que respondieron, con más interés, los destinos naturales, como "Carrizalillos" siendo este el más mencionado de todos(24%), seguido por "Las marías"(13%), las lagunas y zonas volcánicas(6%) y demás atractivos sin un porcentaje relevante; adicionalmente se observó que los turistas son gustosos de visitar todos los sitios turísticos del municipio e incluso intentaba conocer nuevos sitios para conocer. Los nombres que aparecieron concretamente fueron: Nogueras y Suchitlán. Sin embargo, al preguntar a la comunidad local, sobre otros sitios de interés turístico que podrían a los que podrían asistir los visitantes se menciona que "no hay más", ya que la mayoría de los sitios que ellos consideran que pueden ser utilizados para el turismo ya están siendo desarrollados y la otra parte de estos lugares, generalmente esta privatizados.

En un diferente aspecto, se ha preguntado si las actividades en Comala son variadas y suficientes, en donde el visitante de Comala percibe que son insuficientes. De la misma forma algunos de los habitantes encuestados, como prestadores de servicios turísticos, indican que las personas que visitan el municipio, generalmente lo hacen en periodos no mayores a un día, debido a la falta de actividades, o en su caso a la falta de comunicación que se tiene con el visitante que no sabe de la diversidad con la que cuenta el municipio, y en este caso también el habitante expresa que las actividades podrían incrementarse en número y en calidad en ciertas ocasiones.(Gráfica 2).

Gráfica 2 Percepción sobre actividades Comala por habitantes

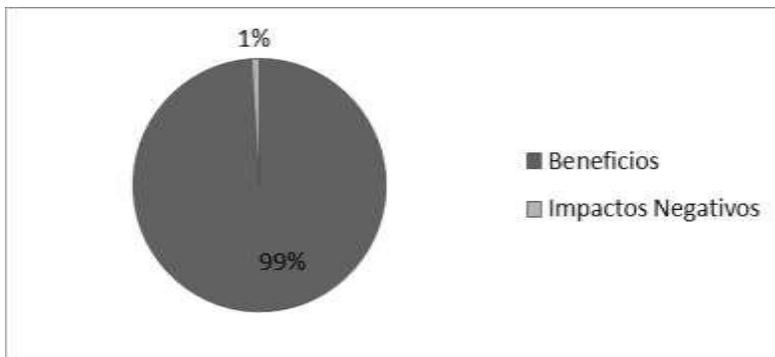


Es por la anterior razón, que se les pregunto a la comunidad local si el ramo de actividades realizables en Comala son bastas o escasas; en este caso los encuestados respondieron, en su mayoría sin saber el motivo por el cual contestaron, que Comala carece de actividades(53%), alta inversión(18%), no hay limpieza(4%), hay poca variedad(4%), falta seguridad(8%), la falta de vida nocturna (3%), la falta de atención(3%), y por último se respondió que solamente hay comida en Comala (5%).

En Comala no existen grandes desarrollos turísticos como en otras partes del país, es decir, la actividad turística y la oferta hacia el turismo se da principalmente en manera de pequeñas empresas por parte de los habitantes del municipio que tienen interés de invertir su capital, sus fondos y recursos en el desarrollo turístico de dicho lugar. La base de este indicador se encuentra en el inventario de recursos turísticos de Comala que, como ya se comentó, es un producto directo de la investigación de campo llevada a cabo en el municipio y sus localidades.

Para el desarrollo turístico de un municipio, lo más importante es la percepción de las personas que habitan en el lugar, este es un buen indicador para conocer el comportamiento de la población con el turista y la aceptación de la actividad turística en el municipio en el que habitan (gráfica 3).

*Gráfica 3 Percepción de la población de los impactos generados por el turismo en Comala*



Como es posible observar en al grafica anterior, la gran mayoría de la comunidad local contestó que son mayores los beneficios que los impactos negativos, de igual manera manifestaron que el principal beneficio de la actividad turística en el municipio es económico, mientras que los impactos negativos, según su apreciación, no son tan graves como para que demeriten u opaquen los beneficios.

Por otra parte, los visitantes expresaron en repetidas ocasiones una falta de información turística en el municipio, lo que hace pensar en que esa necesidad, ya que un lugar turístico que no cuenta con información de sus sitios, no se puede desarrollar turísticamente y como consecuencia las personas no pueden visitar algo que no conocen, no saben cómo llegar o que hay en él, o en el peor de los casos, no saben que existe.

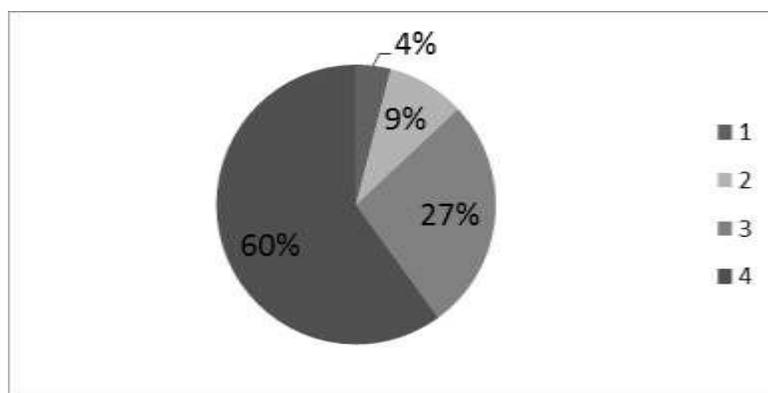
De esta manera, las opiniones o percepciones de la comunidad local con respecto a su municipio juegan un papel importante. Los aspectos que se toman en cuenta concretamente son: percepción del lugar en general y turísticamente.

Tabla 16 Percepciones del habitante de Comala

Calificación	Percepción del lugar	Percepción del sitio turísticamente
4	62.15%	59.34%
3	25.06%	26.26%
2	8.57%	10.50%
1	4.22%	3.91%

La tabla 1 basa su sistema de medición en cuatro valores, siendo 4 cuando consideran que la situación está bien o están satisfechos y el 1 es totalmente lo contrario, creen que se debe mejorar mucho en ese aspecto o no están satisfecho con él. Después de establecer los criterios, se puede ver que la gente percibe a Comala como un lugar bueno para vivir y para practicar el turismo y con servicios turísticos regulares, solamente un poco más de la mitad de personas califico con 4 este rubro. Es por lo anterior, que todos los encuestados recomendarían a Comala como destino turístico. Sin embargo, la percepción de los visitantes, se contrasta con la de los habitantes.

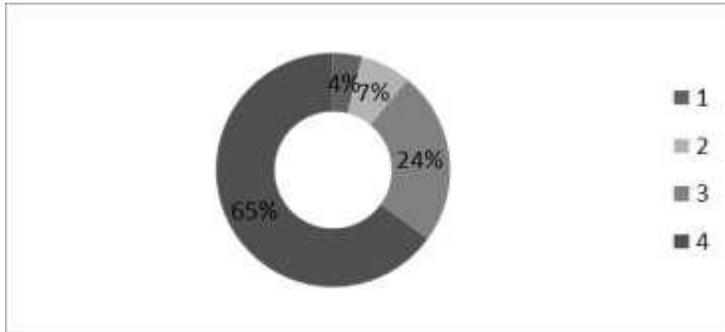
Gráfica 4 Percepción del turista de Comala



Los valores de esta escala van de manera ascendente, donde califican su satisfacción con los servicios turísticos del municipio del 1 al 4, siendo el 4 la satisfacción total después de haber visitado el municipio. En la gráfica anterior se muestra la percepción del turista, en donde se puede observar que gran parte de los turistas están satisfechos con Comala como destino turístico; es decir, les gusta el municipio como un lugar para invertir su dinero y su tiempo libre, mientras que solo una pequeño porcentaje opina que ciertos aspectos del turismo en el municipio deben ser mejorados o desarrollados para tener un mejor destino turístico.

Por otro lado existe la percepción u opinión del municipio como tal, si piensan que es bonitos o feo, tranquilo o intranquilo y demás aspectos que se pueden ver más claramente en las encuestas de visitante. Esta percepción no incluye nada del destino turísticamente hablando, pero es igualmente importante ya que el municipio es la base del turismo.

Gráfica 5 Percepción general del Municipio de Comala



Los turistas consideran a Comala un lugar bonito, relajado, tranquilo, etc. no obstante el resultado es muy parecido con la percepción de la comunidad local cuando se acercan al uno, casi nadie piensa lo contrario del municipio y la mayoría de las personas se podría decir que están de acuerdo basándonos en estos resultados. Es por ello, que cuando se llegó a la última pregunta de la encuesta, donde debían responder si le recomendarían Comala a sus conocidos, amigos o familiares; el 100% de los turistas encuestados respondió que sí, y sus principales razones fueron la tranquilidad y el clima.

Al apreciar los resultados es posible decir que la identificación del potencial turístico de una región o municipio es la base en la toma de decisiones para continuar en la planeación y conformación del producto turístico, en caso de validar su posibilidad en una primera evaluación o de enfocar esfuerzos en la detección de otra actividad económica alterna de acuerdo a su vocación productiva, en el evento de carecer de potencial turístico.

Se debe decir que Comala brinda diferentes recursos y atractivos turísticos, los cuales se han desarrollado a través del tiempo, dichos recursos le han permitido desarrollar la actividad turística, a pesar que el principal polo de atracción se localiza en las costas del Estado, principalmente en Manzanillo.

Las características particulares del municipio de Comala representan parte del atractivo turístico en sí, ya que la ubicación geográfica y el entorno físico forman los principales atractivos del municipio, los cuales se localizan en diferentes localidades. Estas características tan peculiares y únicas con las que cuenta el sitio forman parte fundamental del potencial turístico, además del conjunto de actividades y atractivos.

De igual manera, la identificación de los sitios con potencial turístico dentro del municipio facilitara en gran medida la creación de programas que permitan desarrollar de forma positiva a las localidades de acuerdo a su aptitud o vocación turística, de acuerdo a sus características y atributos físicos, culturales, históricos, etc., permitiendo un mejor aprovechamiento de la población y una mayor demanda de turistas.

## Capítulo IV “Potencial turístico del municipio de Cuauhtémoc”; autores (Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo, Ernesto Manuel Conde Pérez, Mauricio Zavala Cordero)

### Introducción

Hoy en día, el turismo ha tomado relevancia, debido a que contribuye en gran parte al desarrollo económico y social del país. Como respuesta al hecho de que la actividad turística aporta al desarrollo en la economía nacional, la Secretaría de Turismo como representante del Gobierno y encargada de todo lo relacionado con el turismo, ha tomado acciones que tienen como finalidad fortalecer y potencializar este rubro que se encuentran dentro del PND (Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006), en el cual el turismo juega un papel muy importante ya que en México representa el tercer eje de desarrollo nacional dentro del cual se presentó el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, el cual propone estrategias y visiones para el desarrollo sobre el crecimiento de esta actividad.

En el estado de Colima se ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, los cuales están incluidos en los planes y programas antes mencionados logrando aportar con el estudio anterior de manera directa a la actividad turística. Actualmente existen varios programas sobre la actividad turística los cuales contribuyen fuertemente al desarrollo y fortalecimiento de nuevos destinos y empresas del ámbito turístico.

En la actualidad el municipio de Cuauhtémoc cuenta con diversos recursos y atractivos turísticos dentro de los que destacan los recursos históricos, culturales, naturales y complementarios, los cuales se han ido desarrollando pero no de una forma integral lo cual sería lo ideal.

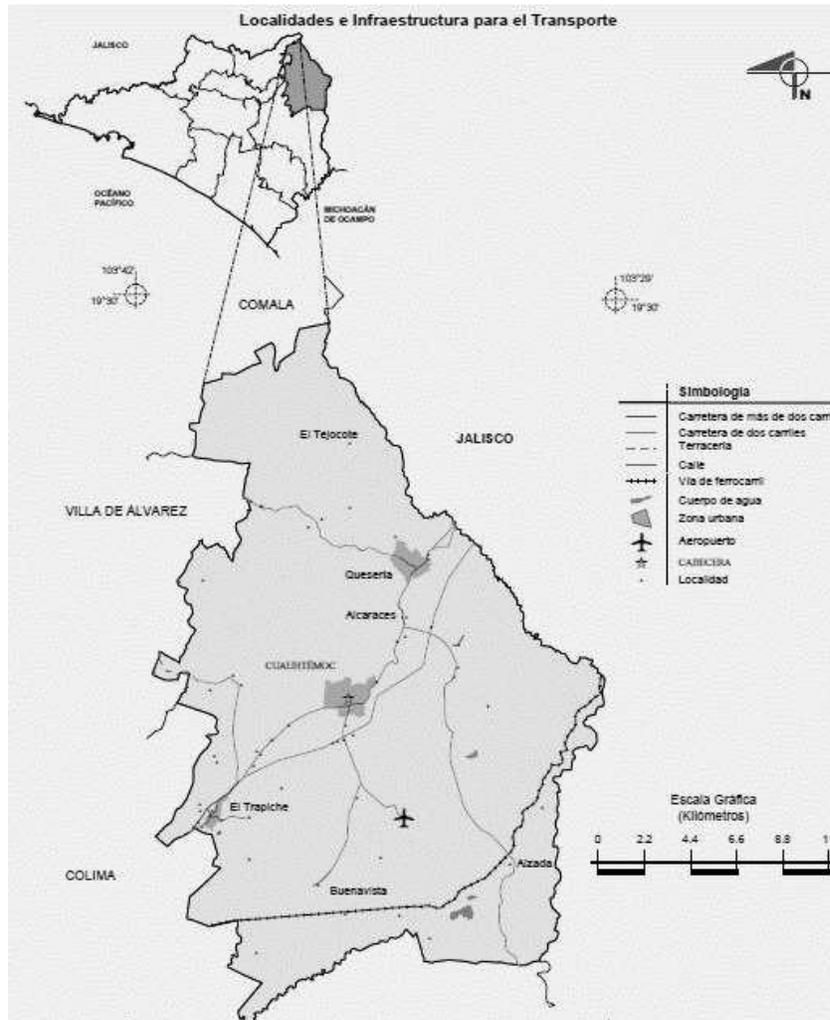
Por tal motivo el presente estudio tiene como objetivo identificar el potencial turístico del Municipio de Cuauhtémoc a través de cada uno de sus recursos naturales y culturales que lo conforman.

### Cuauhtémoc

En la época prehispánica las tierras que comprenden el municipio estuvieron habitadas por diversos núcleos indígenas que procedían del centro. Después de la conquista de México (1521) se estableció el Virreinato siendo su primer virrey D. Antonio de Mendoza, quien dispuso la construcción de la brecha llamada desde sus orígenes Camino Real de Colima de México Tenochtitlán hasta el Puerto de Manzanillo. Esta histórica vía pasa por el centro de lo que hoy es la cabecera y Municipio de Cuauhtémoc.

A principios del siglo XIX, a orillas del Camino Real, se establecieron pequeñas rancherías cuyos habitantes prestaban servicios a los arrieros y transeúntes; estos asentamientos humanos fueron creciendo poco a poco al grado que, para el año de 1850, esta zona era conocida con el nombre de

Ilustración 9 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.



Los Ranchos de San Jerónimo. En 1879, vecinos de estos ranchos solicitaron al H. Congreso del Estado, elevarlo a la categoría de Pueblo, lo cual se logró bajo el nombre de Guatimotzín, cuyo gobernador del estado en esa época fue Doroteo López. Años más tarde, correspondió al gobernador Juan Felipe Valle, elevar el pueblo a la categoría de Municipio Libre con el nombre oficial –como hasta ahora se le conoce– de Cuauhtémoc. Fue en territorio cuauhtemense donde dio inicio la Revolución Cristera, un 23 de enero de 1927 con la batalla en el rancho La Arena (INEGI, 2010). La Enciclopedia de Municipios de México, (2005) menciona que el municipio de Cuauhtémoc se encuentra situado al

noreste del estado, limitando en este punto con el estado de Jalisco particularmente con el municipio de Tonila; al este con Pihuamo Jalisco; al sur y sureste con Colima y al oeste con Comala y Villa de Álvarez. Cuenta con una superficie de 3, 732 kilómetros cuadrados.

El municipio cuenta con favorables condiciones en cuanto a las vías de comunicación, mantiene una conexión importante por tierra y por aire. Vía terrestre, la carretera nacional Manzanillo - Guadalajara que atraviesa el municipio, además como característica principal tiene el que cuenta con cuatro carriles que permiten el vínculo entre el Municipio y la Capital de Estado, y a su vez con centro del país. Posee caminos pavimentados y terracería que unen a todas las comunidades del Municipio.

La línea de ferrocarril Guadalajara -Manzanillo cruza el municipio de Noreste a Sureste; en esta ruta están las estaciones Alzada y Buenavista pertenecientes al Municipio. Respecto a la comunicación aérea, Cuauhtémoc ostenta el moderno Aeropuerto de Buenavista con varias líneas aéreas de pasaje y comercio que dan servicio al Municipio y al Estado, con conexiones a distintos destinos del país. Existe servicio de taxis en las principales comunidades. El municipio alberga una población de 27,107 habitantes, en donde 13,483 son hombres y 13,624 son mujeres.

El municipio está conformado por varias comunidades, entre las que destacan las siguientes:

Cerro Colorado	La Parotita	Quesería	
			Alcaraces
Chiapa	Montitlán	San Joaquín	
			Alzada
El Cóbano	Ocotillo	El Trapiche	
			Bajío de la Leona
El Parian	Palmillas	Buenavista	

Los principales cuerpos de agua presentes en la región se caracterizan por arroyuelos caudalosos en verano que provienen de Jalisco principalmente. Los principales ríos son el río Salado que nace en Palo Alto, Río Colima en el Naranjal, Río Cardona que absorbe los ríos Idea y Cóbano, y los ríos las Grullas, Quesería, Cordobán y Naranjo de menor importancia. El Municipio cuenta con 5 pequeñas presas, un sistema de bordos que han servido de abrevaderos y para riego de necesidad agrícola.

Los climas del Municipio son de acuerdo al grado de humedad, sub-húmedos, y con relación a su temperatura, cálidos. La temperatura media anual se encuentra entre los 23.7º C.

Cuauhtémoc presenta en forma generalizada la zona boscosa que consiste en 30% de la superficie total municipal, en esta zona se concentran principalmente especies arbóreas como las pináceas de gran altura y grueso tronco. Los fresnos, encinos, nogales, caoba, rosamorada, parotas, primavera, huitzilacates, guamúchiles, higueras, guácimas, anonas, zalates, huizaches, chamizos, tepanes, etc., el resto de la superficie está ocupada por cultivos agrícolas, frutícolas y pastizales.

La fauna, pese a la destrucción del bosque, se considera de las más abundantes del Estado, tomando en cuenta un gran número de especies: Jaguares, onzas, puma americano, coyotes, zorros, gatos montés, cacomiztles, tejones (cuatí), mapaches, tlacuaches, venados, ardillas, conejos, serpientes diversas y roedores. Existe, además, una extensa variedad de aves como: Zopilotes, águilas, cuervos, gavilanes, lechuzas, tecolotes, jilgueros, tzentzontles, gorriones, mirlos, golondrinas, jardineros, tordos, palomas, codornices, torcacitas, zanates y peces en estanques y ríos.

La economía del municipio se basa principalmente en los siguientes rubros:

**Agricultura:** Cuauhtémoc posee el primer lugar en el cultivo de la caña de azúcar a nivel estatal, debido a la abastecedora del Ingenio Quesería. En la zona del valle, especialmente en Buenavista, se cultiva arroz de alta calidad, producción que se destaca en el Estado de Colima. En menor escala se produce maíz, frijol, sorgo grano, jícama, Jamaica, camote, árboles frutales y pastizales. Además se cultiva de manera cíclica, jitomate, sorgo, tomate verde, pepinos, jícama y camote; también algunos árboles perennes como tamarindo, aguacate, cereza, guayaba, mango, limón, macadamia y nopales.

**Ganadería:** La ganadería cobra una importancia a la par de la agricultura en el Municipio, se presenta en mayor medida la crianza de ganado bovino (para la explotación de carne y leche principalmente), así como ganado porcino, ovino, equino y caprino, entre algunas aves, peces y abejas.

**Industria:** una de las actividades más sobresalientes en la industria del Municipio es la azucarera del Ingenio Quesería, que funge como la principal fuente de trabajo. Otra de las más representativas empresas en las la peletizadora de Alzada que transforma millones de pelets. La embotelladora Aga del Trapiche y pequeñas empresas que elaboran herramientas agrícolas, jarciería, etc.

### Inventario de recursos

Aunque el municipio no tiene una vocación turística plenamente visualizada, es posible encontrar en el territorio diversos atractivos, los cuales se enlistan a continuación:

#### Atractivos naturales:

Montitlán, Arroyo Libertad, Barranca del Frijol, El Parián, Río Naranjo, Río Tuxpan, Vista a los Volcanes, Río Salado, Río San Jerónimo, Río Colima, Río la Idea, Río el Cóbano, Río Cardona, Río Las Grullas, Río Quesería, Río Cordobán.

#### Atractivos culturales:

Parroquia de Nuestra Sra. De la Mar, Museo de la Azúcar, Museo del Arroz, Casa de la Cultura, Templo San Rafael, Curato San Rafael, Ex Hacienda Quesería, Ex Hacienda Alcaraces, Ex Hacienda San Joaquín, Ex Hacienda de Montitlán, Ex Hacienda de Chiapa, Calle Libertad, Calle Madero, Camino Real, Ex Hacienda Los Toros.

#### Atractivos artificiales:

La presa de los cigarros, Callejón Libertad, Parque Principal, Presidencia Municipal, Centro Quesería, Centro Alcaraces, Ingenio de Quesería.

### Recursos con potencial turístico

**Casa de la Cultura:** Edificio histórico que se encuentra en la zona denominada “Camino Real”, es utilizada para dar distintas clases como danza, taekwon do, fotografía, etc. Se pretende que en un futuro sea utilizada como parte de un proyecto cultural en Cuauhtémoc, en el que se convierta en museo. Se puede considerar desperdiciada en la cuestión cultural, puesto que los salones con los que cuenta se encuentran desocupados. Además de que las instalaciones han sido utilizadas para hacer piñatas.

**Callejón Libertad:** El callejón Libertad se encuentra ubicado cerca de la zona centro del municipio de Cuauhtémoc, lo cual indica que cuenta con el estilo clásico de las casonas antiguas que caracterizan al municipio de Cuauhtémoc. Dicho lugar es visitado diariamente por los habitantes de la localidad, así como por los visitantes y turistas que se dan cita para recorrer este pacífico lugar, en él se pueden encontrar algunos vendedores de antojitos y bebidas típicas de la región.

**Templo San Rafael:** Siendo la religión católica la que más se profesa en el municipio de Cuauhtémoc, se pueden encontrar varias capillas relacionadas a esta religión, teniendo como la más representativa al templo de San Rafael, la cual se ubica en el centro del municipio y cuenta con un estilo de neoclásico el cual se puede encontrar también en el centro de la Ciudad de Colima. El nombre que lleva el templo, es en honor al santo patrono de la localidad y la fiesta principal se suscitan en el mes de octubre en honor a este patrono, atrayendo con ello recibimientos, jaripeos de toros, toro de once, cabalgatas, etc.

**Parque Plaza Principal:** El parque o plaza principal se traduce en naturaleza, tranquilidad, belleza e historia. Atractivo histórico y cultural de la cabecera municipal del municipio sirve como imán que atrae a propios y extraños a dar vueltas alrededor del jardín y del quiosco que cuenta con una hermosa arquitectura que data del siglo pasado cuando el municipio recibía su nombramiento como tal en el año de 1919. Durante las fiestas del santo patrono, el parque alberga a la gran afluencia de visitantes que vienen a disfrutar de estas festividades.

**Presidencia Municipal:** La presidencia municipal es un recinto histórico construido de cantera rosa, cuenta con la estructura original desde el inicio de su construcción en el siglo pasado, solo recibiendo algunos retoques debido al deterioro del tiempo y los movimientos sísmicos que afectan al estado. Dentro del recinto se encuentran algunas pinturas y murales que sirven de atractivo para la gente que desee conocer un poco más de la historia de este hermoso municipio.

**Ex Hacienda el Cóbano:** La ex Hacienda del Cóbano, una de las haciendas más reconocidas y con más historia no solo del municipio sino del estado, hoy en día se encuentra remodelada pero conservando su diseño original. Fue adquirida por la Universidad de Colima, la cual usa la hacienda para preparar a los estudiantes de la Facultad de Turismo utilizándola como un Hotel – Escuela. Cuenta con una gran extensión de terreno en el cual los visitantes o turistas pueden disfrutar del clima fresco y agradable con el que cuenta Quesería, Cuauhtémoc, así como también de los diversos paisajes que la naturaleza provee como barrancas, montañas y unas espectacular vista de los volcanes de Colima.

**Ex Hacienda de Chiapa:** Construida en el año de 1835 por la familia del General Manuel Álvarez, la ex hacienda cuenta con una gran historia, siendo una de las más antiguas y más grandes de todo el estado de Colima con una extensión de 30 mil metros de los cuales solo 3500 se encuentran fincados. Su principal actividad productiva fue la molienda de caña con la cual se producía cachaza, alcohol y piloncillo, ya que contaba con un pequeño molino el cual se encuentra un poco deteriorado por el paso del tiempo y los sismos que afectan al estado. La familia Peralta Cabrera adquirió la hacienda en el año de 1935 siendo el actual propietario el Señor Jorge Peralta quien emprendió un proyecto turístico lo que llevo a la remodelación del recinto.

**Museo del Azúcar:** En la casa de la Cultura se encuentra albergado el museo del azúcar en la localidad de Quesería, el principal productor de caña y azúcar del estado gracias al ingenio en el

cual se realizan todos los procesos de extracción de los derivados de la caña, la cual es recolectada a los alrededores de la comunidad por los mismos habitantes de la región que cuentan con dichos cañaverales. En el museo se puede encontrar todo tipo de información referente a los procesos que se llevan a cabo en el ingenio, desde como inicia la recolección de la caña hasta llegar al producto final que es el azúcar, además de contar la historia que tiene este lugar.

Montitlán: es una de las localidades del municipio de Cuauhtémoc con mayor nivel de altitud, cuenta con un clima excepcional, debido a esto cuenta con un tipo de vegetación boscosa lo que conlleva a que en este lugar se realicen algunos deportes extremos como el rapel, entre otras como senderismo, gotcha, etc. Además de tener estos recursos naturales, cuenta con algunos establecimientos complementarios como los restaurantes que ofrecen alimentos típicos de la región lo cual atrae a mucha gente para probar tan exquisitos platillos. Otra de sus principales actividades es la venta de plantas de temporada criadas en viveros, por ejemplo, las Noche buena y las rosas.

Aunque el municipio no cuenta con los atractivos antes mencionados, se puede hallar aspectos positivos en el área de recursos turísticos, entre los cuales es posible encontrar:

Amplia diversidad de especie de flora y fauna endémicas, conservación de los hábitats y mínima contaminación en el suelo y aire.

Áreas sin contaminación del agua.

Montañas conservadas con mínima contaminación.

Superficie forestal con abundantes especies y mínima contaminación.

Cañadas conservadas o restaurantes con mínima contaminación

Volcanes conservados en su estructura geológica y seguridad para los turistas en riesgos naturales y personales.

Valles sin erosionar que conservan su biodiversidad

Bosques conservados o reforestados y confiables para las visitas de turistas.

Áreas naturales que conservan sus ecosistemas y hábitats, con amplia diversidad de especies de flora y fauna endémicas.

Centros históricos, edificios y monumentos así como cascos de haciendas conservados o restaurados y con atención continua para prevenir el deterioro.

Atención permanente a la conservación de la línea arquitectónica e imagen de los pueblos antiguos.

Expresiones artísticas y folclóricas intactas, auténticas o rescatadas.

Continúa realización y autenticidad de ferias típicas y la existencia de mercados tradicionales.

Realización de eventos tradicionales y especiales, así como la conservación de eventos históricos y/o religiosos autóctonos.

Con estos puntos positivos del apartado de recursos con potencial turístico, se puede decir que Cuauhtémoc cuenta recursos potencialmente turísticos. Asimismo puede apreciarse que dentro de los atractivos turísticos culturales y naturales en el municipio se fusionan, destacando edificios con zonas de montaña, flora y fauna abundante, lo que lleva a pensar que el municipio podría desarrollar esas áreas de manera que se ayude al desarrollo turístico de la zona.

Por otra parte, dentro del área de equipamiento turístico y servicios turísticos, podemos observar que la oferta de alojamiento en el municipio es mínima, lo cual ayuda a responder la causa de la estadía promedio tan baja, puesto que no existe una infraestructura de alojamiento que permita una gran capacidad de turistas en la zona.

En lo que a alimentos y bebidas respecta, se puede observar que Cuauhtémoc, a pesar de ser un municipio pequeño, si cuenta con restaurantes típicos con servicios adecuados para los turistas, entre estos restaurantes destacan aquellos que incluyen en su mayoría carnes asadas.

Por otro lado, se debe hacer mención que el municipio cuenta con la tradición de realizar eventos y expresiones que conservan la autenticidad del municipio, dentro de los cuales se pueden mencionar las fiestas de San Rafael, el festival de invierno o la fiesta de la caña entre otras, que por su devoción religiosa se convierten en una parte importante de la cultura de Cuauhtémoc. Es por eso que este apartado cuenta con una calificación bastante desfavorable de 0.39.

En el apartado de instalaciones y servicios turísticos se obtuvo una calificación de 0.73, esto gracias a que en el municipio de Cuauhtémoc obtuvo un buen puntaje en el área de ecoturismo y turismo rural, sin embargo, en lo que turismo cultural, de salud y náutico el municipio cuenta prácticamente con una calificación nula, esto es ausencia de atractivos turísticos de ese tipo.

Con respecto a la infraestructura general y servicios el municipio de Cuauhtémoc obtuvo un puntaje de 0.92 por lo que podemos inferir que no alcanza ni el 50% del puntaje posible, debido a que presenta una deficiencia en el transporte aéreo, transporte acuático, así como en la infraestructura de comunicación. En general, el municipio cuenta con recursos naturales e históricos importantes; sin embargo, no se han potencializado debido a los demás componentes del destino turístico. Podemos observar que lo que concierne al gobierno y al ayuntamiento no está en un óptimo desarrollo y esa ausencia, sumada a la carencia de atractivos como lo son las playas propicia que Cuauhtémoc no cuente con un inventario muy amplio de sitios turísticos.

La demanda en el municipio de Cuauhtémoc

Para poder de proporcionarle un valor numérico a la demanda turística se estudiaron dos variables, las cuales son:

#### Afluencia turística:

Dentro de la afluencia turística actual, se pudo observar que el municipio de Cuauhtémoc presenta en su mayoría una afluencia turística internacional (gráfica 1), esto debido a que los habitantes del municipio de Cuauhtémoc cuentan con familiares en el extranjero, así que llegan al municipio a hospedarse por varios días o semanas. A diferencia de los visitantes nacionales, que en su mayoría asisten al municipio en el periodo de las fiestas patronales.

### Publicidad y comercialización:

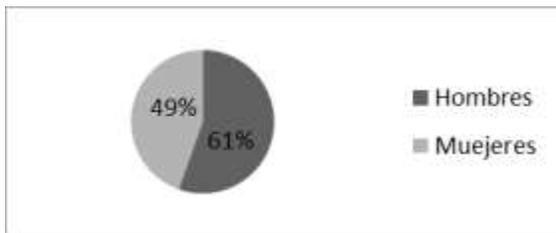
Por otro lado, es posible observar que dentro del municipio no existe una mercadotecnia específica que trate de venderlo como destino turístico, lo que nos lleva a pensar en la necesidad de darle difusión al sitio turístico, como medio para aumentar la afluencia turística del lugar.

Después del trabajo de campo se obtuvieron los siguientes datos:

### Género:

De acuerdo con los visitantes entrevistados para la evaluación del potencial turístico de Cuauhtémoc, llegamos a la conclusión de que hay más visitantes del género masculino que del femenino, en pocas palabras hay más demanda masculina.

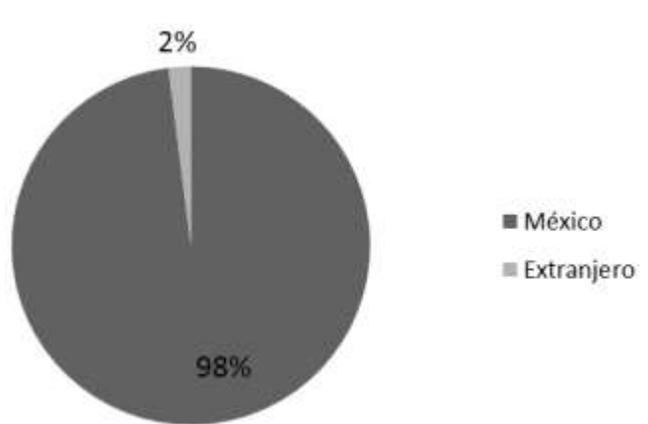
Gráfica 6 Género



### País de origen

De los visitantes que pasean en Cuauhtémoc la mayor parte su país de origen es México, esto nos dice que en el municipio se tiene que explotar más el turismo internacional dar a conocer este municipio mediante la publicidad y la comercialización.

Gráfica 7 Origen de los turistas



### Tendencia del mercado

Los visitantes encuestados en su mayoría viajan con familias para apreciar los paisajes y comer en los restaurantes típicos del municipio. Cuando viajan con amigos es solo por motivos de las famosas fiestas de san Rafael, entrada de la música o los toros de once etc.

### Gasto promedio

Se pudo apreciar que el gasto promedio de los visitantes no es numeroso la mayoría no pasa de 500 pesos y esto es porque la mayoría de los visitantes solo van a las fiestas por un día y solo unas horas. Viéndolo por el lado positivo este municipio es accesible económicamente hablando por lo que se vuelve accesible para cualquier bolsillo.

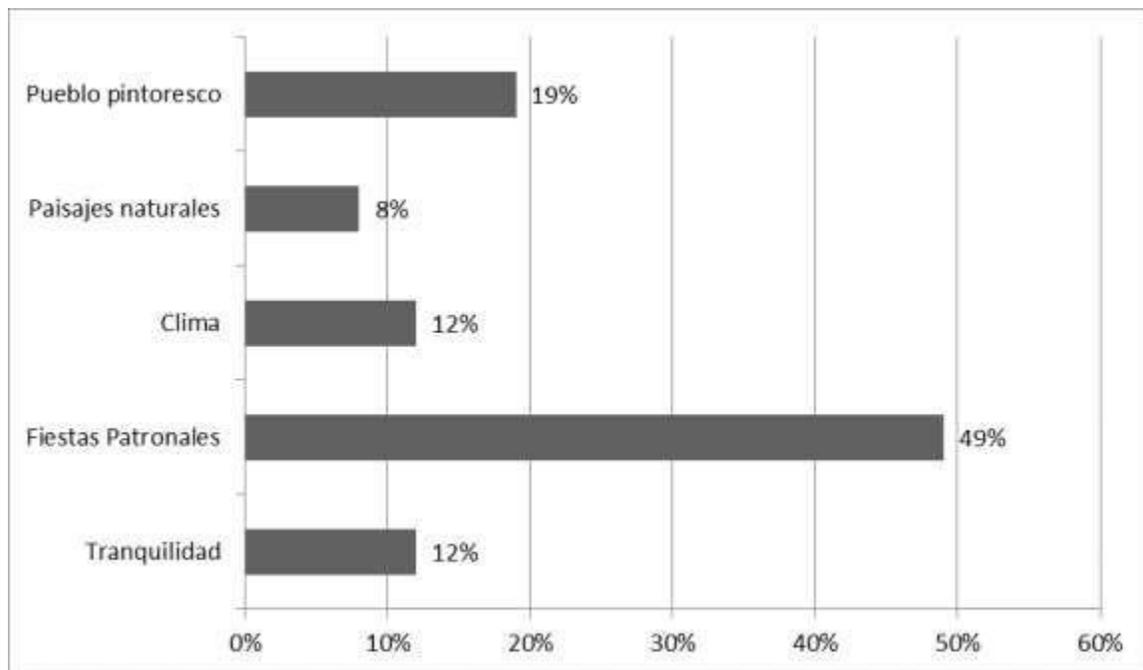
### Edad /segmento de mercado

Como se menciona anteriormente, la mayoría de los visitantes en Cuauhtémoc asisten al municipio por sus famosas fiestas, es por ello que podemos observar que el rango de edad es de 18 a 35 años, ya que sólo son jóvenes y adultos jóvenes, los turistas mayormente encontrados gracias a las fiestas patronales.

### Imagen/ percepción de Cuauhtémoc

Como se ha mencionado, Cuauhtémoc es más conocido por sus fiestas y tradiciones que por lo histórico que hay que resaltar de este se puede ver que es un pueblo que los visitantes van porque ser tranquilo y por contar con un clima muy agradable (gráfica 8).

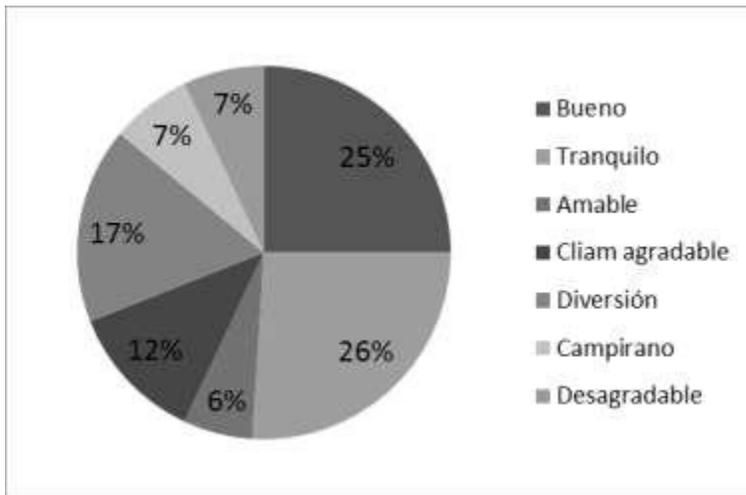
Gráfica 8 Percepción de Cuauhtémoc



### Ambiente esperado

El ambiente esperado por los visitantes de Cuauhtémoc es tranquilo y agradable, además su gente se caracteriza por su hospitalidad y amabilidad. De la misma forma, se destaca el ambiente campirano y la diversión brindado específicamente por las fiestas (gráfica 9).

Gráfica 9 Ambiente esperado por el turista



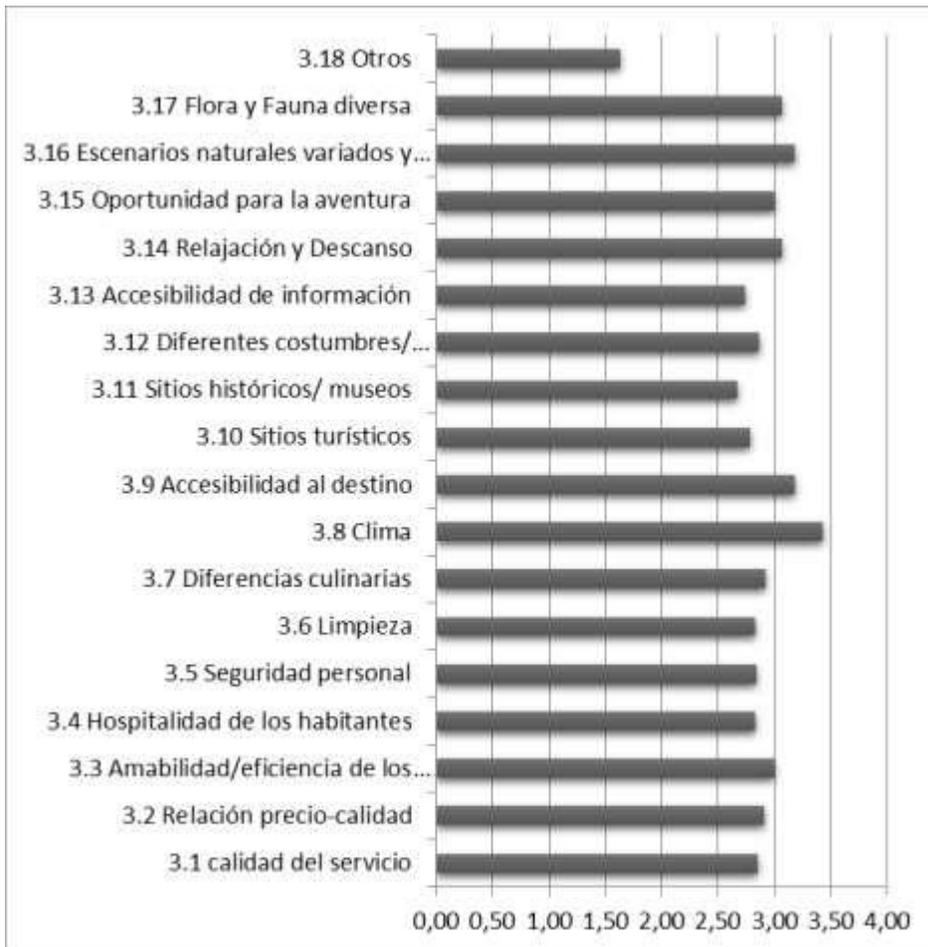
#### Satisfacción media del turista

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del visitante" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de estos y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada visitante».

Por este motivo, resulta de vital importancia que, todas las personas que trabajan para satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes de una región o municipio, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del visitante, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del turista.

En este caso, tomando una escala de "0" como nivel menor de satisfacción y "4" como el grado de mayor bienestar, Cuauhtémoc el rubro de agrado más importante para el turista es su clima, ya que este es agradable, logrando que los visitantes lo prefieren también por sus escenarios naturales y por ser un municipio de descanso y relajación; los visitantes van para salir de la rutina y relajarse y más que nada a obtener un trato amable por parte de las personas de Cuauhtémoc.

Gráfica 10 Satisfacción del Turista



En la actualidad el municipio de Cuauhtémoc cuenta con diversos recursos y atractivos turísticos, dentro de los que destacan los recursos: históricos, culturales, naturales y complementarios, los cuales se han ido desarrollando pero no de una forma integral lo cual sería lo ideal.

Para concluir, una vez que se evaluó el potencial turístico del municipio de Cuauhtémoc, se determinó que el municipio tiene un cierto potencial, esto con base en el mapa de potencialidades turísticas propuesto por la Secretaría de Turismo. Esta aseveración es por resultado arrojado por el trabajo de campo, el cual muestra que si existe una afluencia de visitantes al destino, a pesar de esto, es claro observar que el municipio no se ha desarrollado en su totalidad limitando así el desarrollo exponencial de Cuauhtémoc.

## Capítulo V “Potencial turístico del municipio de Minatitlán”; autores (Irma Magaña Carrillo, Ileana Ochoa Llamas, Mauricio Zavala Cordero)

### Introducción

Desde hace algunos años el turismo en el estado de Colima se ha convertido en una actividad importante para la economía del estado y la de sus habitantes, motivo por el cual, expertos e investigadores se han dado a la tarea de realizar intensos estudios investigativos acerca del turismo para comprender su comportamiento y descubrir nuevas formas de innovar; que además permitan modificar y mejorar los servicios que se brindan en los diferentes destinos.

El municipio de Minatitlán, localizado en el estado de Colima, cuenta con una de popularidad inferior dentro del estado, a pesar de su gran diversidad natural y cultural, aunque sus características particulares ya que a pesar de sus características particulares no ha tenido un despegue turístico importante y, por consecuencia se ha quedado rezagado dentro de la industria turística. De igual manera, no existe evidencia de una evaluación de potencial turístico de los recursos naturales y culturales del municipio.

El presente proyecto tiene como objetivo identificar el Potencial Turístico del Estado de Colima a través de cada uno de los municipios que lo conforman. Durante el desarrollo de este capítulo se presentan los resultados de una investigación realizada en el municipio de Minatitlán, en la cual fue posible identificar el potencial de este municipio, así como la percepción de los turistas que han tenido la oportunidad de visitar dicho lugar. Cabe hacer mención, que antes se hace una breve y detallada descripción sobre algunas generalidades (ubicación, historia, actividades económicas, gastronomía, etc.) importantes acerca del municipio.

### Caracterización del municipio

De acuerdo con la página web de la Secretaria de Turismo de Colima (n.d) el municipio de Minatitlán se localiza a 55 kilómetros de Colima; limita al sur con los municipios de Manzanillo y Coquimatlán; al oriente con Villa de Álvarez y Comala; al poniente con el Estado de Jalisco. La cabecera municipal se encuentra entre los paralelos 19° 23' latitud norte, y a 104° 03' de longitud oeste. Tiene una altura de 740 metros sobre el nivel del mar. El municipio tiene una extensión territorial de 215 kilómetros cuadrados.

Respecto a la historia del municipio, el H. Ayuntamiento de Minatitlán Col. (2009-2012) explica que históricamente en el año de 1551 siendo Oidor-Juárez y Alcalde Mayor de Nueva Galicia el Licenciado Lorenzo Lebrón de Quiñones, fue otorgada en Encomienda al soldado español Francisco de Santos, una región del occidente de la provincia de Colima llamada Tlalahualstla, la que según el ilustre Felipe Sevilla del Río significa “Lugar donde abunda o se fabrican Cerbatanas”.

Esta región estaba habitada por indígenas nahuas y otomís, que al paso de los años y debido a la sobre explotación, huyeron a las serranías del Telcruz y Tocxin. Las tierras entonces pasaron a ser

propiedad de la iglesia representada por el curato de la Purísima Sayula cuyo apoderado fue el señor Pantaleón Rubio.

En el año de 1833 atacó a México el cólera morbus. Con el propósito de huir de esta enfermedad y buscar pastos para ganado, salió de Zacatecas una familia de apellido Figueroa, la cual llegó a Sayula (Jalisco) y rentó el Rancho del Mamey; junto con esta familia se avecindaron don Felipe Mancilla, don Francisco Virgen y otros más. Para 1849 este asentamiento se convierte en un pueblo en el que José Figueroa funge como comisario de policía.

Después, al noroeste de lo que es hoy la cabecera municipal, existió un gran árbol que era el paraje obligado para los arrieros y sus recuas de carga que transitaban de San Gabriel a Manzanillo.

Posteriormente de la promulgación de las Leyes de Reforma, las tierras pasaron a ser propiedad de la Nación y fueron adjudicadas al señor José María González, quien las heredo a don Ceferino Cárdenas, su yerno, formándose así la Hacienda "El Mamey".

En 1862 se nombró al primer comisario de policía que fue don José Figueroa llamado "El viejo". Para 1884 se contaba con 65 habitantes, por lo cual le concedieron llevar un libro de Registro Civil. El 6 de febrero de 1891 el Padre Víctor Álvarez en compañía de algunos vecinos compró la mitad de la Hacienda. Poco después, en 1903, otra sociedad encabezada por don J. Jesús Núñez Figueroa, compró la otra mitad a sus antiguos dueños.

El único hecho histórico relacionado con la participación del municipio en la Revolución Mexicana, fue un brote de rebeldía encabezado por el "jefe Juan José", acompañado por varios de sus hombres llamados Juanes. En honor a ellos existen dos cerros en la región con sus nombres, uno Los Juanes y el otro Los Juanillos. Por decreto del 25 de junio de 1912, el gobernador del estado J. Trinidad Alamillo erigió el municipio del Mamey, categoría que en 1914 es suprimida y paso a ser comisaria, dependiendo de la Villa de Almoloyan.

El 6 de julio de 1917 por gestiones del ilustre minatitlense diputado Elías Arias Figueroa ante el gobernador Felipe Valle, le devuelve la categoría de municipio; es nombrado como presidente de la Junta de Gobierno Celedonio Bejarano, y Adolfo Ruiz Arraiga como secretario; de esta forma, el primer ayuntamiento constitucional tomo posesión el 18 de enero de 1918.

En 1920 se le cambio el nombre de Mamey por Minatitlán. Durante la Revolución cristera, en el año de 1927 se formaron dos bandos: el cristero encabezado por los señores Anselmo y Miguel Figueroa (alias El Correo) y el movimiento dirigido por José Larios y por Epifanio Rodríguez, quienes se aliaron con el indígena Arnulfo Elías, de Ayotitlan, Jalisco, para hacer frente a los cristeros.

En 1928 por decreto del 5 de octubre, Minatitlán pierde nuevamente la categoría de municipio. Gracias a las gestiones de otro ilustre minatitlense el Dip. Profr. Porfirio Gaitán Núñez ante el gobernador Salvador Saucedo, se restituye la categoría de municipio en forma definitiva, desde entonces quedo adscrito al segundo distrito electoral federal con sede en Manzanillo.

Al municipio lo han azotado 3 ciclones, el primero en 1864 llamado "La lluvia grande de San Miguel", el segundo en 1881 y el tercero en 1959 llamado "Ariel", mismo que arrasó con las 2

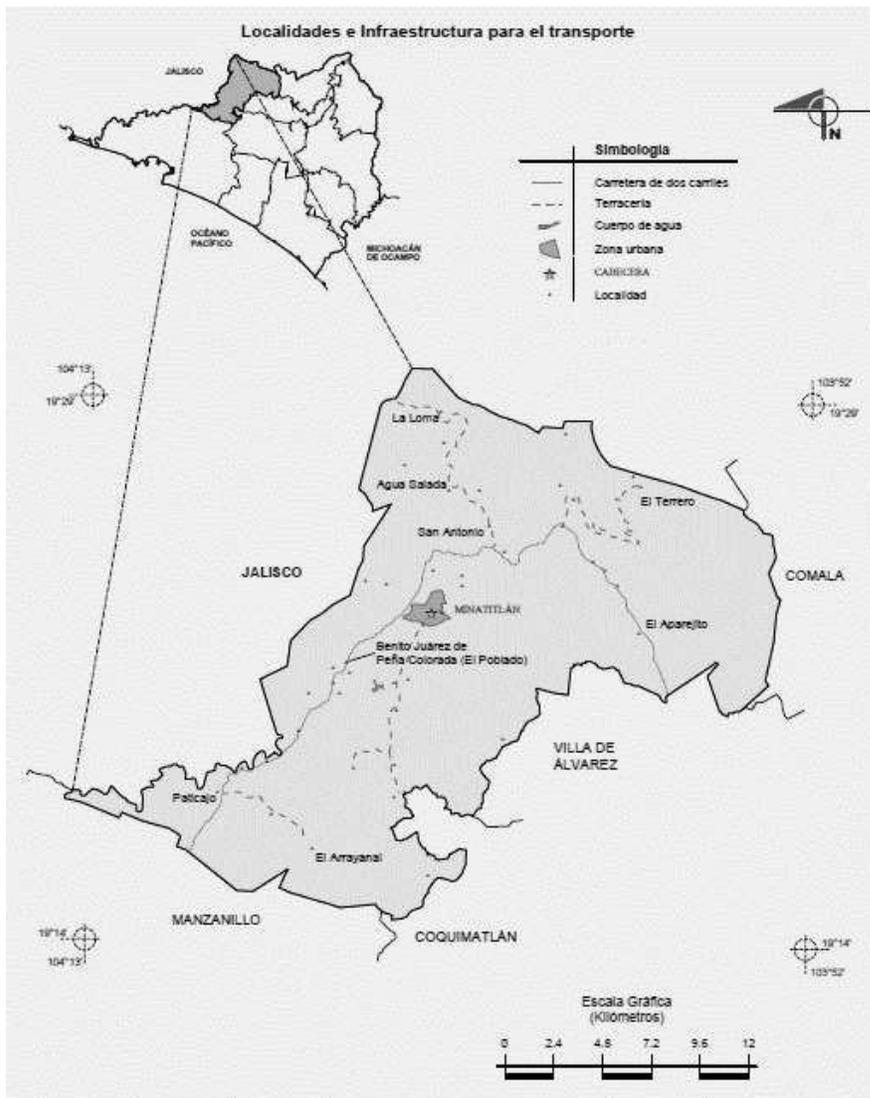
terceras partes de la cabecera municipal (88 casas) y más de 300 personas, a cuya memoria se tiene un monumento histórico en la Avenida Hidalgo de esta población.

Por otra parte, el mismo H. Ayuntamiento de Minatitlán Col. (2009-2012) menciona que Minatitlán es parte del territorio occidental de Colima, que desde 1551, se distinguió por su vasta riqueza natural y que de acuerdo al vocablo náhuatl, significa “Lugar dedicado a Mina”.

En el municipio predomina el clima cálido sub-húmedo, con una temperatura promedio de 23°C y mil 674.5 milímetros anuales de precipitación pluvial.

Dada su geografía, Minatitlán ostenta una vegetación variada y boscosa, su fauna es basta en la que predominan: el jaguar, puma onza, tigrillo, jabalí, venado, conejo, ardilla e iguana, principalmente. Con más de 8 mil 700 habitantes, se considera que en Minatitlán habita el 1.70% de la población del Estado de Colima.

Ilustración 10 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI.



En lo que respecta a los servicios públicos en el municipio, se considera que el cien por ciento de la población cuenta con agua potable y el noventa por ciento con alumbrado público. El municipio cuenta con seguridad pública, transporte, instalaciones deportivas, además de recibir la señal de diversos medios de comunicación y tener adecuadas vías de acceso.

Respecto a las vías de acceso, el municipio de Minatitlán cuenta con la carretera federal Manzanillo-Minatitlán, que cruza el municipio de sur a norte, y la carretera Minatitlán-Villa de Álvarez, ambas representan las principales

comunicaciones terrestres que enlazan al municipio con Manzanillo y Colima. Con las demás localidades hay comunicación por medio de brechas y caminos rurales.

En cuanto a las actividades económicas del municipio, la explotación minera ocupa un lugar muy importante debido a que Minatitlán cuenta con el depósito mineral más grande del país, calculado en 200 millones de toneladas. Parte de la actividad minera en 1967 se fundó el Consorcio Minero “Benito Juárez, Peña Colorada, S.A” y desde la década de los 50, se explotan minerales de las mismas minas: Las pesadas, El Astillero y Cerro del Ocote.

La agricultura y la ganadería son otras de las actividades económicas primordiales que realizan los habitantes del municipio. Principalmente se cosecha maíz, frijol, cítricos (naranja), sorgos, caña de azúcar, hortalizas y café; este último es considerado como un producto orgánico debido a que no utiliza agroquímicos. En la ganadería predomina la producción bovina, porcina, equina, caprina y de aves. Cabe resaltar, que no existe una raza pura ni explotación sistemática de leche y carne. El ganado es el resultado de la cruce de varias razas, principalmente el Suizo, Cebú, Holstein, Charoleé, etc.

Antiguamente existían otras actividades económicas en Minatitlán, las cuales surgieron debido al aislamiento del municipio sobre el resto del estado; debido a este hecho los habitantes se vieron obligados a desarrollar pequeñas industrias, sin tomar en cuenta la producción de cereales.

Dichas actividades fueron la curtiduría de pieles de diferentes animales, para utilizarlos en la hechura de huaraches, sillas de montar a caballo, albaradones, cubiertas, armas de cuero, arreos, etc. Actualmente, sólo se conservan las pilas en donde se curtían las pieles. Otra actividad importante para la región fue la producción de alcohol y azúcar en la hacienda de Agua Zarca, la cual fuera clausurada después de un tiempo; con este suceso en la región se inició con el funcionamiento de los “trapiches” o “molinos” para caña, cuya producción básica era la panocha o piloncillo, miel y otros derivados.

Actualmente, se siguen practicando algunas actividades económicas que desde hace muchos han existido, como es el caso de la apicultura, cuya miel que se produce es de alta calidad, debido a la floración de la vegetación en la región. En menos escala existen otras actividades productivas para el consumo de la región y dentro del estado como artesanías de otate y cerámica. Sin dejar de mencionar la alfarería y la orfebrería, para las cuales se cuenta con el yacimiento más importante de este material en el país.

El turismo es una más de las actividades económicas del municipio de Minatitlán, para su practica la región cuenta con varios paisajes turísticos, como la cascada “El Salto” y “El Terrero”; además, es posible encontrar un pequeño vaso lacustre llamado el Ojo de Mar, ubicado a cuatro kilómetros al sur de la cabecera municipal. Existen otros sitios turísticos como el Rebaje, Agua Fría, Peñitas y Juanillos; en estos y los anteriores sitios los turistas pueden realizar diversas actividades, tales como: el senderismo, campismo, rappel y escalada, caminata, ciclismo de montaña, espeleísmo, observación de fósiles de flora y fauna.

Otro aspecto importante del municipio de Minatitlán son sus tradiciones, estas están encabezadas por La Feria del Café y Minería, que se celebra del 8 al 16 de enero. La artesanía Minatitlense es otra tradición que por años se ha conservado, se basa principalmente en la elaboración de

artículos de barro, además del tejido y tallado de canastos de otate de madera, así como la fabricación de cabezas reducidas, estilo amazonas, hechas de piel de chivo.

La gastronomía forma parte importante de la distinción del municipio de Minatitlán, la cual es típica del Occidente del país. Se cocina principalmente la birria, el pozole y la cecina con una sazón muy colimense, además de la elaboración de dulces hechos a base de arrayán y limón, así como la degustación de café, arábigo y de mojo.

Anteriormente, se mencionó al turismo como una de las actividades económicas importantes para el desarrollo del municipio de Minatitlán; lo que despierta un especial interés de estudio para muchos investigadores del área social; ejemplo de esto es el presente capítulo, mediante el cual se exponen los resultados obtenidos durante el desarrollo de una investigación realizada en Minatitlán con el objetivo de identificar el Potencial Turístico de este, mismos que se presentan a continuación.

Durante el trabajo de campo se logró obtener información referente al Potencial Turístico del municipio de Minatitlán, dicha información fue proporcionada por turistas y prestadores de servicios. Como resultado se obtuvo que el Potencial Turístico de Minatitlán se encuentre conformado principalmente por recursos naturales y recursos culturales, los cuales se complementan con el área empresarial turística integrada en su mayoría por prestadores de servicios y la infraestructura del municipio.

## Inventario de recursos

### Recursos naturales de Minatitlán

Minatitlán cuenta con seis recursos naturales principalmente: el Ojo de Mar es uno de ellos, se localiza a siete kilómetros de la cabecera municipal, está constituido de una pequeña laguna en la que usualmente se puede practicar la pesca de tilapia en su mayoría. Una característica de este lugar es que el lago no aumenta ni disminuye su capacidad, además de existir un sinfín de leyendas sobre este.

Otros recursos naturales son: El Cafetal y La Cascada, se encuentran ubicados a noventa kilómetros del centro de Minatitlán en el interior de una localidad llamada el Arrayanal en donde la principal actividad económica es el cultivo y producción del café. La Cascada, es un sitio en proceso de acondicionamiento a cargo de uno de sus habitante, este sitio consta principalmente de bancas y hamacas que su mayor atractivo es ofrecer al visitante tranquilidad y descanso. Sin embargo, es poca la afluencia turística con que cuenta el lugar; cabe señalar que esto último puede deberse al difícil acceso que existe para llegar hasta ella. Cabe señalar, que La Cascada es un sitio que ofrece una gran área de oportunidad, que una vez acondicionada puede sumar al Potencial Turístico del municipio y hacer de este un lugar competitivo turísticamente.

El Cañón, es un recurso natural ubicado entre Peñitas y El Salto , en el que se encuentran tanques y una cascada; por otra parte como ya se mencionó al salto, el cual representa quizá el más importante recurso natural del municipio, se ubica dentro de los principales balnearios del estado de Colima. Se encuentra localizado a diez kilómetros de la cabecera municipal, y está constituido por albercas mesas y sillas de descanso y convivencia, cuenta con una tirolesa infantil, baños públicos, un área para acampar, estos servicios se encuentran complementados por un pequeño restaurante.

El sexto y último recurso natural con que cuenta el municipio de Minatitlán, es el conocido como La Cueva del Epazote ubicada en la localidad de La Loma, en donde la principal actividad es la práctica del espeleísmo debido a la profundidad de la cueva.

#### Recursos culturales del Minatitlán

La riqueza turística del municipio de Minatitlán se encuentra constituida, además por recursos naturales, tales como: la comunidad del Convento, lugar caracterizado por el cultivo de café, miel y berrys; siendo estas las principales fuentes económicas del sustento familiar de la comunidad. Por otra parte, a la economía familiar de la comunidad del Convento se suma la producción del café orgánico.

El Sauz, es otro sitio perteneciente al municipio de Minatitlán en donde los visitantes y turistas pueden disfrutar de los recursos culturales, ya que ofrece la fabricación de artesanías que va desde la elaboración de canastas hasta la confección de chiquigüites, estos hecho de otate, material que se produce en la misma comunidad.

La comunidad de Paticajo, al igual que las anteriores cuenta con recursos culturales que suman al Potencial Turístico del municipio de Minatitlán, aportando a este la alfarería como principal actividad artesanal de los habitantes, quienes principalmente elaboran sus piezas de barro; como jarrones, figuras, vasijas, entre otros. Por otra parte, existe la conocida Ex hacienda ubicada en la comunidad de Agua Salada en donde la producción de café, la siembra de zarzamora y la elaboración de quesos son las principales actividades practicadas por los habitantes, dichas actividades son consideradas como parte de los recursos culturales del municipio.

Como parte de los recursos culturales de Minatitlán, se consideran las Fiestas Tradicionales, que consisten en celebrar durante determinadas fechas a santos patronos en cada comunidad, propiciando la convivencia de los habitantes y al mismo tiempo de los turistas; permitiéndoles a estos últimos ser parte de celebraciones tan importantes para el municipio y cada una de sus comunidades.

Al Potencial Turístico del municipio de Minatitlán se suma el único museo existente en la región ubicado en el centro del municipio, el cual lleva el nombre del Profesor Porfirio Gaitán Núñez, el museo fue inaugurado el 17 de octubre de 2000, en él se resguardan vestigios históricos que la sociedad y el pueblo de Minatitlán han aportado para conocer los antecedentes de la historia.

Además, existe la zona habitacional conformada por cien unidades, pero que desafortunadamente no se encuentra en condiciones de uso, lo que deja entrever que en el municipio de Minatitlán no existe ningún tipo de establecimiento de hospedaje al que puedan llegar los turistas. Finalmente, la Mina Peña Colorada, es parte de los recursos culturales del municipio.

Como se puede observar, el municipio de Minatitlán cuenta con recursos culturales suficientes para conformar un potencial turístico; sin embargo, cabe señalar que hasta el momento las autoridades competentes no han desarrollado el trabajo ni las estrategias necesarias que apoyen la explotación de dicho potencial a favor de un mayor desarrollo turístico y económico tanto para el municipio como para sus mismos habitantes.

En la actualidad, está claro que el turismo para muchos países es la alternativa de desarrollo económico, sobre todo en comunidades donde hay pocas actividades económicas que permiten a

sus habitantes tener un estilo de vida con calidad; por lo que el turismo como actividad económica en el municipio de Minatitlán, no es la excepción y menos cuando se ha demostrado mediante la presente investigación que cuenta con los recursos suficientes para ofrecer actividades turísticas a sus visitantes.

#### Prestadores de servicio y demanda turística en Minatitlán

Cualquiera que sea el destino turístico siempre habrá una oferta y una demanda, la primera está conformada por los prestadores de servicio, los cuales deben responder a la demanda, es decir, las diferentes necesidades de los turistas y, que cabe señalar, cada vez son de mayor exigencia debido al crecimiento de la actividad turística. Importante mencionar lo que dice Hedding, B, (2000) sobre la oferta turística, quien menciona que:

*“el interés creciente de la demanda turística por disfrutar de la cultura y sus espacios está planteando una reconversión sectorial a gran escala de la oferta turística de acuerdo con los nuevos requerimientos y demandas en virtud de que se observa una presión cada vez mayor para visitar lugares y culturas que no están adecuadamente preparadas para recibir visitantes y gestionar recursos”.*

Da la impresión que es el caso de Minatitlán, ya que conforme pasa el tiempo la demanda turística en el estado de Colima y sus municipios va en aumento, sin embargo algunos, municipios como Minatitlán no están implementando estrategias que incrementen la oferta turística, y así lograr satisfacer el crecimiento acelerado de la demanda. Lo anterior, no significa que Minatitlán no cuente con servicios turísticos, sino que son limitados e incompletos; razón por la que puede ser poco atractivo para los turistas, al no contar con una oferta turística completa, mediante la cual puedan satisfacer sus necesidades. Durante el desarrollo de esta investigación, se identificaron los servicios turísticos que conforman la oferta turística del municipio.

La oferta turística de Minatitlán, principalmente se encuentra integrada por establecimientos de alimentos y bebidas, cenadurías, así como algunos de esparcimiento como billares. Respecto a establecimientos de hospedaje, como ya se mencionó anteriormente, Minatitlán no cuenta con este tipo de servicio. Lo que representa una gran desventaja económica, ya que los turistas pasan muy poco tiempo en el municipio, propiciando una baja derrama económica. Pero, a su vez, esta falta de oferta turística representa una gran área de oportunidad y mejora para las autoridades del municipio y sus mismos habitantes.

#### Perfil del turista de Minatitlán

La demanda turística, al igual que la oferta fue analizada e identificada con la ayuda de la aplicación de encuestas a turistas del municipio de Minatitlán. La demanda se analizó de acuerdo con el perfil de turista que la Secretaría de Turismo (2005) propone, el cual contempla características generales como la edad, el sexo, el gasto promedio y la estancia promedio; además, se tomaron en cuenta los gustos y preferencias de los mismos turistas. Al término del trabajo de campo de la investigación, se logró la aplicación de un total de 202 encuestas mediante las cuales fue posible analizar la demanda turística que visita el municipio de Minatitlán.

De acuerdo con el perfil establecido por la secretaria de turismo para el análisis de la demanda, se identificó que esta se encuentra conformada en su mayoría por mujeres predominando las edades de entre los 18 y los 35 años de edad; es importante que la Secretaria de Turismo del estado de

Colima, así como las autoridades competentes del municipio cuentan con esta información, ya que con base en ella se puede planificar la oferta turística que tanta falta hace en Minatitlán.

También, se identificó que la demanda turística de Minatitlán proviene en su mayoría del interior de la República Mexicana, seguida de turistas estadounidenses. Los turistas procedentes de México son en su mayoría locales, es decir, del estado de Colima y demás municipios, posteriormente de Jalisco, Michoacán y estados vecinos de Colima. Esto indica que las autoridades del municipio deben hacer un fuerte esfuerzo para promover a Minatitlán a nivel nacional, valiéndose de los recursos naturales y culturales con que cuenta.

La mayoría de la demanda turística que visita el municipio de Minatitlán son estudiantes que viajan regularmente en compañía de su familia o amigos, teniendo una estadía promedio de un día lo que representa un gasto de entre \$1 a \$500.00. El resultado de esta investigación permite obtener datos cuantitativos poco favorables para el municipio, que a su vez son el resultado de la poca oferta turística con la que cuenta el municipio, ya que al no contar con establecimientos de hospedaje la gente no puede estar más de un día en el lugar, por lo tanto, el beneficio económico es menor.

La problemática de la poca afluencia turística en el municipio de Minatitlán y el poco impacto que ha tenido el turismo como opción de desarrollo económico, no se debe únicamente a los pocos servicios turísticos que existen, sino que además, por mucho tiempo ha existido un significativo descuido integral en cuanto al turismo por parte de las autoridades y personas a cargo de esta importante actividad.

Ante estos resultados obtenidos en las encuestas realizadas y, estando en total acuerdo con Hedding, B, (2000) “el sector público está llamado a desempeñar un papel crucial promoviendo leyes adecuadas, realizando una planeación integral, garantizando el desarrollo y difusión de tecnologías eficientes, así como integrando efectivos mecanismos de concertación y gestión” que apoye el aprovechamiento del Potencial Turístico del municipio de Minatitlán como actividad estratégica y prioritaria para el desarrollo económico del municipio, del estado de Colima y de México como país.

Para lograr que Minatitlán cuente con una oferta turística de calidad que satisfaga la demanda, es necesario que la gente, las empresas, las instituciones y los organismos oficiales estén conscientes de que la derrama económica por concepto del turismo no se limita a los prestadores de servicios directos, como aerolíneas y hoteles, sino que provoca un efecto en cascada que alcanza a los más diversos sectores económicos del país (Hedding, B, 2000). Y con el mismo efecto en cascada, es que se da el beneficio de la derrama económica del turismo representando una alternativa económica para la comunidad y sus habitantes.

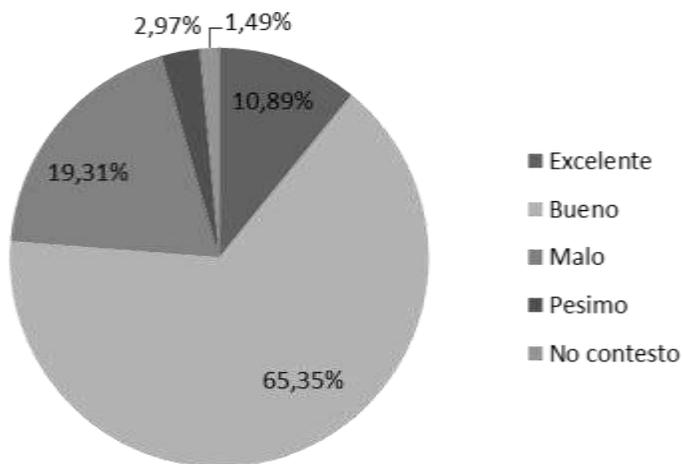
#### Percepción del turista

La infraestructura de servicios básicos es de vital importancia para que los turistas disfruten de su estancia en el lugar de elección y así tengan experiencias satisfactorias. Al hablar de servicios básicos se refiere a la ubicación, sistemas de carretera, señalización de carreteras, infraestructura, señalización urbana y transporte público.

El objetivo de analizar la infraestructura de servicios básicos fue conocer la percepción que tienen los turistas sobre estos, para ello se les preguntó a través de una encuesta, mediante la cual fue posible la obtención de la información necesaria para llevar a cabo dicho análisis. Los resultados sobre el cuestionamiento de los seis servicios básicos que se tomaron en cuenta son los siguientes:

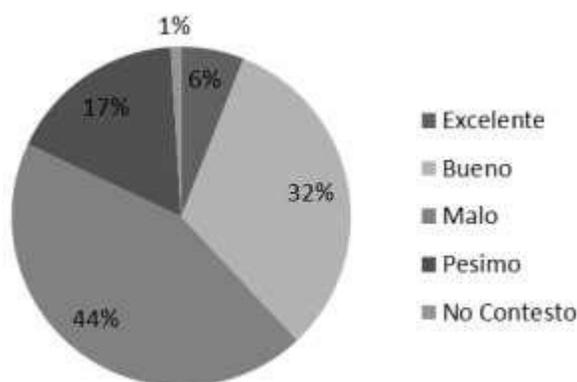
Respecto a la ubicación, la mayoría de los encuestados respondieron que es buena (gráfica 11); por lo tanto, los resultados obtenidos acerca de la valoración que se tiene, con respecto al sistema de carreteras no fue muy favorecido, ya que el 44% del total de encuestados lo valoran como mal, de la misma forma el 17% dice que es pésimo, mientras que el 32% lo valoran como bueno, el 6% menciona que es excelente y el 1% se limitó a responder.

Gráfica 11 Valoración de ubicación del Municipio de Minatitlán



Por otro lado, los visitantes consideran que el sistema de carreteras que brinda el acceso al municipio es malo, indicando que en este existe un buen sistema de señalización lo que facilita la llegada de los turistas al municipio. Como ya se ha analizado y señalado la infraestructura de Minatitlán está limitada, pero a pesar de esto la poca que existe es considerada por los turistas como buena lo mismo pasa con los dos aspectos restantes el transporte público y la señalización urbana (gráfica 12).

Gráfica 12 Percepción del sistema de carreteras y caminos de Minatitlán



A pesar de que los turistas opinan que la infraestructura de servicios básicos es buena, es importante que las autoridades municipales destinen presupuestos para mejorar lo que ya existe e incrementar tanto la oferta turística como los servicios básicos con que debe contar el municipio con el objetivo de brindar experiencias de placer a los turistas, y así poder incrementar la afluencia turística.

Mediante el desarrollo de la presente investigación se logró identificar y analizar el Potencial Turístico del municipio de Minatitlán, el cual se encuentra conformado principalmente por recursos naturales y culturales; que a pesar de existir durante muchos años no se les ha dado un ideal aprovechamiento desde el turismo, lo que ha impedido que el municipio obtenga los beneficios económicos que representa y brinda la actividad turística; lo que no debe preocupar ya que representa una importante área de desarrollo a favor de las comunidades del municipio y de sus habitantes. Cabe mencionar que el turismo es un fenómeno que conforme pasa el tiempo va ganando terreno, convirtiéndose en una de las actividades económicas de desarrollo más importante para muchos países. Por lo que se deben buscar alternativas y estrategias que permitan obtener los beneficios y ventajas de este.

Cada año se incrementa el número de personas viajando por el mundo por lo que según Hedding, B. (2000) “todos los países quieren participar en esta derrama de turistas y divisas. Para ello, realizan importantes inversiones y se organizan bajo esquemas novedosos que involucran todos aquellos que tienen que ver con la actividad turística”. Ya lo dice el autor, es necesario que todos aquellos que quieran obtener los beneficios del turismo realicen fuertes inversiones cosa que debe hacer Colima y sus municipios pero desde un concepto integrador que involucre el potencial que cada uno de sus municipios tiene, para lograr ser un destino turístico lo suficientemente competitivo con otros estados de la República Mexicana; esto porque el turista está adquiriendo cada vez más experiencia, lo que lo hace más exigente en su elección.

## Capítulo VI “Potencial turístico del municipio de Villa de Álvarez”; autores (Omar Ismael Ramírez Hernández, Mauricio Zavala Cordero, Ileana Ochoa Llamas)

### Introducción

El turismo en México es una de las principales actividades económicas que impulsan el desarrollo del mismo, al existir una gran riqueza natural y cultural en el país se genera una diversidad en la conformación y el desarrollo de diferentes tipos de productos turísticos, esta conformación se obtiene mediante el análisis del potencial turístico con el que cuenta un destino para su posterior desarrollo. Es por ello la importancia de evaluar aquellos destinos que cuenten con recursos naturales y culturales para determinar si estos tienen el potencial turístico necesario para convertirse en productos turísticos integrales que le otorguen beneficios directos a los residentes.

De esta forma, se ha elegido el municipio de Villa de Álvarez para evaluar el potencial turístico de sus recursos naturales, culturales y sitios turísticos, ya que aunque este cuenta con una gran diversidad de estos recursos no existen proyectos enfocados a hacia este tipo de evaluación. Esta investigación permitirá la generación de conocimientos para determinar aquel potencial turístico que no ha sido identificado y que permitiría el desarrollo turístico de Villa de Álvarez.

Por otra parte, el objetivo principal que enmarca el presente escrito fue identificar y analizar cada uno de los recursos con los que cuenta el municipio, permitiendo la evaluación de los recursos, además de la valoración que los visitantes y los residentes del municipio hacen de su patrimonio.

### Villa de Álvarez

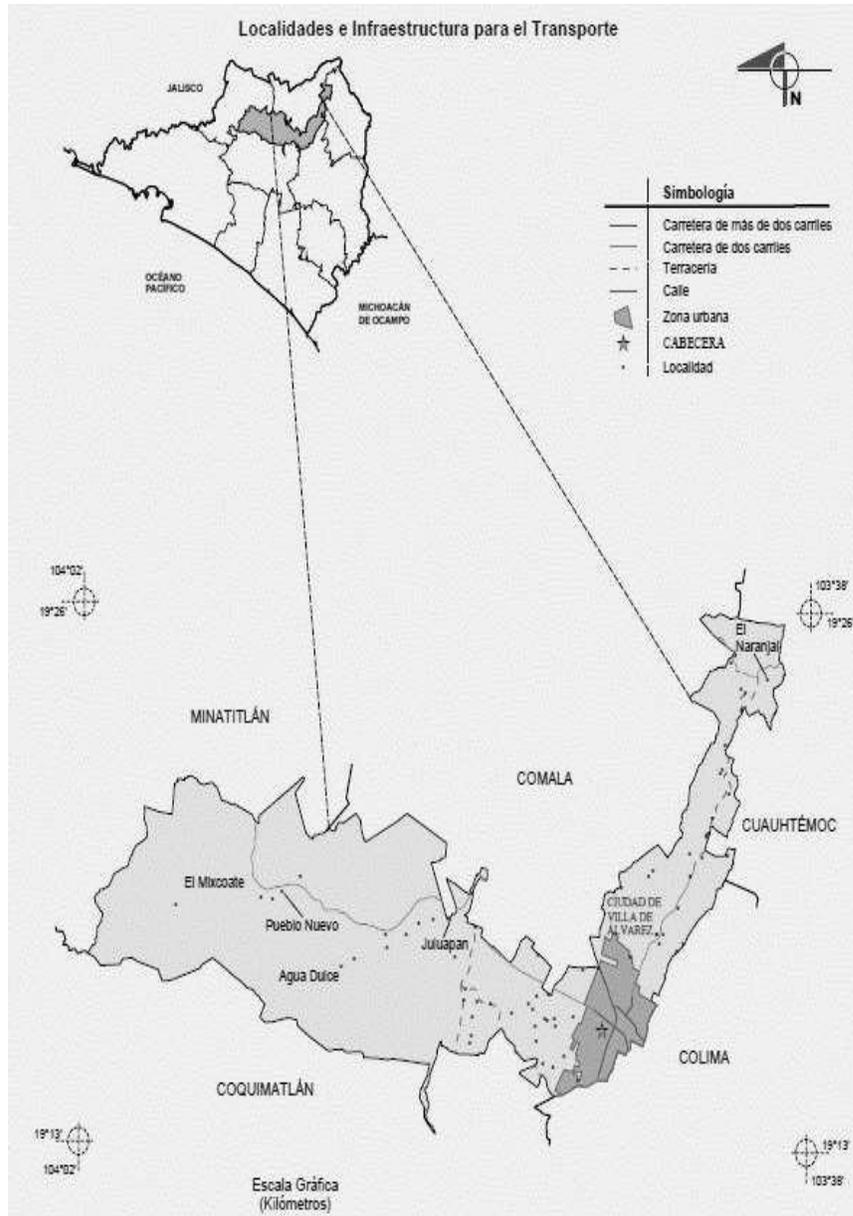
El municipio Villa de Álvarez, antes de la llegada de los españoles era un poblado indígena llamado Molone, Molonia ó Almolonia. El municipio recibe su actual designación de dos fuentes distintas. El título de Villa lo hereda del pueblo de San Francisco de Almoloyan, fundado en 1553 y elevado a Villa de San Francisco de Almoloyan el 10 de Septiembre de 1824. Posteriormente, el 15 de Septiembre de 1860 su nombre cambia a Villa de Álvarez, en honor al gobernador del Estado de Colima, Manuel Álvarez, asesinado tres años antes (H. Ayuntamiento de Villa de Álvarez, 2009-2012).

Actualmente, Villa de Álvarez es uno de los diez municipios pertenecientes al estado de Colima. Limita al norte con el municipio de Comala; al suroeste, con el de Colima; al noroeste, con el de Minatitlán; al suroeste, con el de Coquimatlán y al este con el municipio de Cuauhtémoc.

La superficie total del municipio es de 428.4 kilómetros cuadrados, representando el 7.8% de la superficie estatal, y el quinto lugar entre los diez municipios del estado. Se divide en localidades, entre las cuales podemos encontrar: Juluapan, Picachos, Agua Dulce, Pueblo Nuevo, Mixcoate, El sauz, Peñitas, Chivato, Joyitas, La lima, Nuevo Naranjal, El Naranjal, El Carrizal, Pastores. La mayor parte del suelo pertenece al régimen de propiedad privada, la parte restante es suelo ejidal. El uso del suelo en su mayoría es de uso forestal.

La cabecera municipal es conurbada con la capital del estado. La ciudad de Villa de Álvarez, está comunicada por carretera, por terracería en buen y mal estado y por brechas cortas. El municipio cuenta con servicio de autobuses foráneos y la transportación urbana realizada por medio de taxis y autobuses públicos.

Ilustración 11 Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1. Fuente: INEGI



De acuerdo con el INEGI (2010), Villa de Álvarez cuenta con una población de 119,956 habitantes, siendo 58,357 los hombres y 61,599 mujeres. En 1998 en la localidad existían 61 personas que hablan alguna lengua indígena de las cuales 42 eran hombres y 19 mujeres. Esta población únicamente representa el 0.1% del total del municipio y son de origen náhuatl. Sin embargo, en la actualidad no se encuentran datos del número exacto de personas que hablen una lengua indígena.

Por otra parte, la principal actividad económica de Villa de Álvarez es la agricultura. En donde, los principales cultivos cíclicos son: Sandía, melón, arroz, chile verde, jitomate, pepino, jamaica, maíz y sorgo. Y los cultivos perpetuos corresponden a:

Tamarindo, café, papaya, guanábana, ciruela, nopales, caña de azúcar y mango.

Otra de las actividades económicas del municipio es la ganadería, donde los principales animales son: Bovino, porcino, ovino, abejas, caprino, equino, aves, guajolotes. Además de las anteriores actividades, se suma la piscicultura como tercera actividad económica, ya que parte de las localidades del municipio se dedica a la cría de peces, por lo cual se tiene un estanque para la cría de peces en las localidades Pueblo Nuevo, Mixcoate y en Agua Dulce. Adicionalmente, en el Nuevo Naranjal se cuenta con estanques para la acuicultura.

La industria, es otro aspecto muy importante en la economía de Villa de Álvarez. Dentro de esta rama, se encuentran empresas que se dedican al cultivo y procesamiento de vegetales. De la misma forma, también se pueden hallar industria minera y manufacturera que juegan un papel importante dentro de la economía local.

En lo que respecta al comercio, en la ciudad de Villa de Álvarez se han instalado importantes tiendas de cadenas tanto nacionales como transnacionales: Soriana (supermercado con otros locales pequeños y medianos alrededor), Famsa (mueblería), Bodega Aurrerá (tienda de autoservicio/supermercado), City Club, Coppel, etc.), así como un sinnúmero de tiendas de ropa, calzado, muebles, ferreterías, panaderías, materiales para construcción, gasolineras, entre otros;

En el aspecto turismo, el municipio cuenta con poca infraestructura hotelera pero con un amplia gama de restaurantes, centros de diversión y de transporte turístico, consultorías profesionales, entre otros. Cabe destacar, que el giro de empresas que predominan en la región es de alimentos y bebidas. Es por eso que Villa de Álvarez es conocida por sus famosos sopitos; además, del tejuino, tuba, las conocidas paletas de la Villa y las empanadas que se pueden encontrar en el centro de la ciudad.

### Villa de Álvarez y sus recursos

Aunque es sustancioso el número de empresas turísticas dedicadas al rubro de alimentos y bebidas, es de vital importancia realizar un inventario turístico de los diferentes recursos existentes en el municipio, es por eso que dichos recursos se enlistan en las siguientes categorías:

#### Equipamiento y servicios turísticos

*Tabla 17 Equipamiento y servicios*

Hoteles	Agencias de viajes	Clubes deportivos
<b>Montroi + Fitness</b>	Zariviz Tour	QR
	Viajes Jafet	Unidad deportiva de Villa de Álvarez
Parques y jardines	Tour operadora admire México Tours	
<b>Jardín Independencia</b>		Iglesias
<b>Jardín de Villascalli</b>	Pizzerías	Iglesia de San Francisco de Asís
	Rossetis Pizza	
Cenadurías	Pizza Happy	Taquerías

<b>Mercedes</b>	Pizza House	Los orientales
<b>Julia</b>	Benedeti's Pizza	Memo's tacos
<b>Juanita</b>	Espartacos	Los árabes
<b>La cabaña de Elisa</b>		Tacos el gordo
<b>Lidia</b>	Comida rápida	Tacos don rafa
<b>Katy</b>	Vikingos Hamburguesas	Tacos Pancho
<b>El triangulo</b>	KFC	Tacos Pepe
<b>Sofía</b>	El Caporal	Los pioneros
	Lonchería la Preferida	Taquería Villalvarese
Pollos		Tacos El cesar
<b>Pollo Norteño</b>	Pescados y Mariscos	Carnitas Sahuayo
<b>Pollo Rico</b>	Restaurante "Silva"	El rey del taco
<b>Pollo Feliz</b>	Trópicos	
<b>El Pechugón</b>		Comida regional
<b>Pollos Arreola</b>	Carnes	Las mentadas
<b>Pollos el Gallino</b>	Carnes Gaitán	Menudería "La Jiménez"
<b>El Sinaloense</b>	Carnes Cocolo	Hacienda real
<b>Don Chuy</b>		
		Postres
Internacional	Clubes Nocturnos	Paletas de la Villa
<b>Ay Te Voy</b>	Danza Disco	Thrifty
	Bar La Gaviota	Nevería Chaska
Centros Comerciales y Tiendas de Autoservicio	Bar PK2	
<b>Soriana</b>	Bar el Mesón de Villa	
<b>Bodega Aurrera</b>	Bar Michevecha	
<b>Kiosco</b>		
<b>Oxxo</b>		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la Tabla 17, la estructura turística que alberga Villa de Álvarez, contempla diversos elementos para la satisfacción del visitante. Sin embargo, la comunidad local hace uso de ella para complacer sus necesidades, lo que deja en claro que la estructura no es de utilización exclusiva para el turismo.

## Recursos Turísticos Naturales

Tabla 18 Recursos naturales

Cerros	Valles
Cerro Grande (población Agua Dulce)	El Pochote
Cerro Chiminila	Las Codornices
Cerro de barranca verde	El Pedregal
Cerro Chino	Valle de Pastores
Cerro el Espinito	Áreas de protección de flora y fauna
Cerro corral de piedra	Ecogranja
Cerro de Platanitos	Venadarío
Cerro Carrillo	Reserva de la biosfera
Cerro de la piedra de Juluapan	Reserva de la biosfera de manantlán
Ríos y arroyos	Lagos y lagunas
Río El Fresnal	Laguna del Naranjal
Río San Palmar	Laguna de Pastores
Río de Pereyra	Piletas de las granjas de pescados
Río el Zapote	

Fuente: Elaboración propia

Como es posible observar en la tabla 18, la mayor parte del territorio que compone el municipio presenta una geografía accidentada y montañosa; adicionalmente, en el área se presentan diversos ríos, los cuales juegan un papel importante en la vista geográfica del lugar, afectando en singular manera los asentamientos humanos.

## Recursos Culturales

Tabla 19 Recursos Naturales

Zonas arqueológicas	Pinturas rupestres	Centro histórico
La Campana	Los muros del Naranjal	Centro histórico de Villa de Álvarez
Edificios culturales	Monumentos	Haciendas
Casa de la Cultura	Monumento a Manuel Álvarez "El Mono"	Ex hacienda del Carmen
Presidencia municipal	Torito	Hacienda el Pedregal
Portales de Villa de Álvarez	Perritos	Ex hacienda el Centenario
Plaza de toros la Petatera	Monumento a don miguel Hidalgo	Ex hacienda Rancho Blanco
	Diosa del Agua	Ex hacienda Trapichillos
Pueblos	Diana Cazadora	Ex hacienda de Juluapan
Mixcoate		Fiestas anuales
Agua fría	Expresiones artísticas folclóricas	Fiestas Charrotaurinas
Agua dulce	Gastronomía	
Picachos	Sopitos	Eventos religiosos o tradicionales
Juluapan	Paletas	2 de Febrero "Día de la Candelaria"
Pueblo Nuevo	Empanadas	4 de Octubre "Día de las Empanadas"
El Chivato		

Joyitas	Ferias y Mercados tradicionales	
El Naranjal	Feria de Villa de Álvarez	
El nuevo Naranjal	Tianguis principal (domingos)	
La Lima		

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla anterior, se deja claro que son numerosos los recursos culturales con los que cuenta el municipio, pudiendo establecer que Villa de Álvarez podría ser un lugar para desarrollar el turismo cultural, ya que esta tipología de turismo es entendida como: “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales. Por ende, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región” (Richards, 2000, pág. 72).

### Recursos con potencial turístico en Villa de Álvarez

Se debe hacer énfasis, en cuales de los recursos mencionados podrían presentar un verdadero potencial para recibir la llegada de turistas. Es por esa razón, que se describen a continuación los siguientes recursos, lo cuales podrían atraer visitantes:

**El Agua Fría.** Manantial de agua transparente a temperatura ambiente; forma una fosa rodeada de abundante vegetación ideal para nadar y cuenta con comedores para esparcimiento sano y familiar. Se encuentra a 17 kilómetros de la ciudad de Villa de Álvarez.

**La Piedra de Juluapan.** Localizada a 5 kilómetros de la ciudad de Villa de Álvarez. Esta piedra encierra varias leyendas: Una de ellas dice que detrás de ella el Rey de Coliman escondió sus tesoros y que él fue enterrado ahí. Otra, menciona también que ahí está escondido el tesoro del “Indio Alonso”, famoso bandolero-chamán (del que se cuentan infinidad de historias, mitos y leyendas), puesto que esa zona fue su guarida durante muchos años, ya que se decía que ahí escondía celosamente los botines de sus múltiples saqueos y robos perpetrados en toda la región. Este lugar es ideal para ir de excursión eco-turística y cultural.

**La Campana.** Zona arqueológica que tiene su origen en épocas muy tempranas, ya que se han detectado vestigios que dan cuenta de una ocupación prehispánica que data del año 1500 de nuestra era. Hoy es visitado por grupos de turistas nacionales y extranjeros, y en donde, además, se llevan a cabo ceremonias en los equinoccios y solsticios de cada año; se localiza por la avenida Tecnológico de Colima.

**Picachos.** Por el río San Palmar, propio para paseos ribereños.

**El Jardín.** El jardín principal es muy tradicional porque aún conserva su aire provinciano a pesar del crecimiento poblacional desmesurado de este municipio; en este jardín es clásico ir a comprar y disfrutar tranquilamente de las famosas “Paletas de la Villa” elaboradas con leche o con agua en una gran variedad de sabores, cuya receta ha perdurado inalterable a través de varias décadas; los

jóvenes las disfrutan para apagar la sed, mientras descansan y platican con pareja o amigos. También este espacio es el que alberga la añeja costumbre de vender las empanadas (de leche y otros sabores) el día 4 de octubre de cada año, en honor de San Francisco.

[La Laguna de los Pastores](#). Al norte del municipio, es un sitio de gran atracción turística Fiestas charro-aurinas. Las festividades tradicionales dentro de la cabecera municipal resultan un verdadero atractivo para los jóvenes no solamente del municipio, sino de otros lugares, pues las Fiestas Charro-aurinas, que desde hace más de trescientos años se vienen realizando –todos los años durante el mes de febrero– en honor a San Felipe de Jesús (Santo patrono de la ciudad de Colima también), son las de más arraigadas costumbres y mejor organizadas en todo el estado. Tienen características y actividades que las hacen únicas, como la plaza de toros conocida como la petatera, que es construida exclusivamente con patates y que se monta y desmonta anualmente, convirtiéndose en un atractivo más para los propios y extraños y que, de acuerdo a la tradición, es así elaborada y reelaborada cíclicamente como una “manda” de los feligreses dedicada a este santo, con la intención de pedir de sus favores para evitar que se repitan terremotos en el estado (dado que Colima es una zona altamente sísmica).

La ex hacienda de El Carmen. Donde existen muchas antigüedades incluyendo una hermosa capilla. Actualmente el inmueble fue remodelado en su estructura original y se usa para eventos sociales.

El centro de la ciudad de Villa de Álvarez. Conocida por sus antojitos regionales.

Por lo tanto, una vez identificados los recursos naturales, culturales y sitios turísticos con potencial, es de vital importancia conocer la opinión de los turistas y/o visitantes del municipio, ya que estos les darán el valor turístico que realmente tienen los diferentes recursos.

#### [Perfil de los visitantes](#)

Para conocer la opinión de las personas que visitan y viven en el municipio, fue necesario levantar una encuesta, utilizando en dicho proceso un cuestionario, el cual fue aplicado a 384 personas en los lugares representativos de Villa de Álvarez. De esta forma, se obtuvo un perfil del informante con las siguientes características específicas:

La mayoría de los visitantes de Villa de Álvarez son mujeres.

El rango de edad de los visitantes en su mayoría son personas entre los 18 y los 35 años de edad

Se identificó que en su gran mayoría las personas que visitan Vila de Álvarez son nacionales. Teniendo en cuenta que el mayor número de visitantes proceden del mismo estado, mientras que porcentaje restante pertenece a regiones cercanas al municipio, como lo son: Michoacán, Jalisco, Nayarit.. Por otra parte, el porcentaje que corresponde a los extranjeros es muy reducido. Este tipo de visitantes llegan con el afán de visitar a familiares y no exclusivamente a visitar al municipio como destino turístico.

Se observa que las personas que asisten a este destino son personas de clase media-alta, media y baja

La principal ocupación de los visitantes de Villa de Álvarez es estudiante ya que como se mencionó anteriormente la mayoría de las personas que visitan el municipio son jóvenes, por lo cual se

deduce que en su mayoría deberían ser estudiantes. De igual manera se presentan otras ocupaciones con menor porcentaje como profesores o comerciantes lo cual se relaciona con las estadísticas del municipio ya que Villa de Álvarez y el estado en sí están dedicados al comercio y a los servicios.

La mayoría de los visitantes tienen una Licenciatura. Otra gran parte de los visitantes solo cuenta con preparatoria y una minoría con secundaria o posgrado.

El perfil de los visitantes de Villa de Álvarez en su mayoría viaja con su familia y amigos lo cual permite de igual manera definir que los sitios turísticos existentes permiten la recreación y la convivencia adaptada a cualquier tipo de edad.

El gasto promedio es un gasto promedio de los visitantes es de \$1 a \$500.

La gran mayoría de los visitantes llega en automóvil propio y autobuses.

El principal medio que les permite enterarse a los visitantes del municipio es por los amigos y familiares.

Como se observó anteriormente, los datos psicosociográficos jugarán un papel importante en el análisis de resultados, ya que estos determinarán la percepción u opinión que tengan con respecto al municipio de Villa de Álvarez.

#### Percepción y opinión de turistas

Para proseguir con el análisis de los recursos potencialmente turísticos es necesario conocer el motivo por lo que se visita Villa de Álvarez. A continuación se muestra una representación de los datos (gráfica 13), la cual permitió conocer cada una de las razones por las que los visitantes llegan al municipio.

Gráfica 13 Razón principal por la que visita el municipio



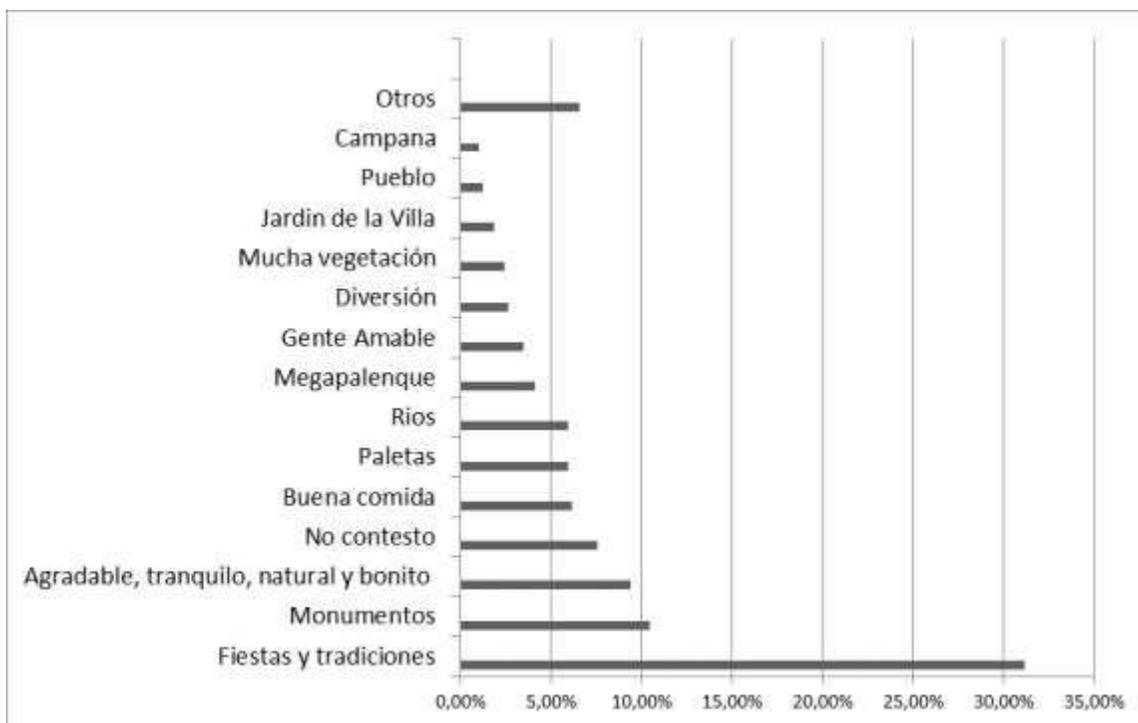
Elaboración propia

Como se muestra en la gráfica la mayoría de las personas visitan los diferentes sitios turísticos por que viven cerca del municipio o en el estado de Colima y les resulta fácil y rápido llegar a éste. Otra de las razones es porque vienen a visitar familiares y amigos y así aprovechan para conocer este municipio. Se analiza también que a una cantidad significativa de personas les gusta el municipio por diferentes características o atributos que lo hacen atractivo, bonito y satisfactorio.

De la misma forma, se observa, en este caso, cuando una persona siente la necesidad de dirigirse a un destino principalmente es porque busca relajación, diversión y descanso mismas características que se analizaron respecto al ambiente que esperaba encontrarse el visitante en Villa de Álvarez. Por ello, se obtiene como principal resultado que el municipio es un ambiente agradable, bonito, cómodo, tranquilo y bueno. Lo cual permite conocer que el visitante se dirige a este sitio en busca de las características mencionadas.

Por otro lado, en la investigación se busca conocer cómo se identifica el municipio Villa de Álvarez a través de la óptica del turista, es decir, que es lo que lo caracteriza y lo hace atractivo para el visitante (gráfica 14).

Gráfica 14 imágenes o características de Villa de Álvarez según el visitante



Elaboración propia

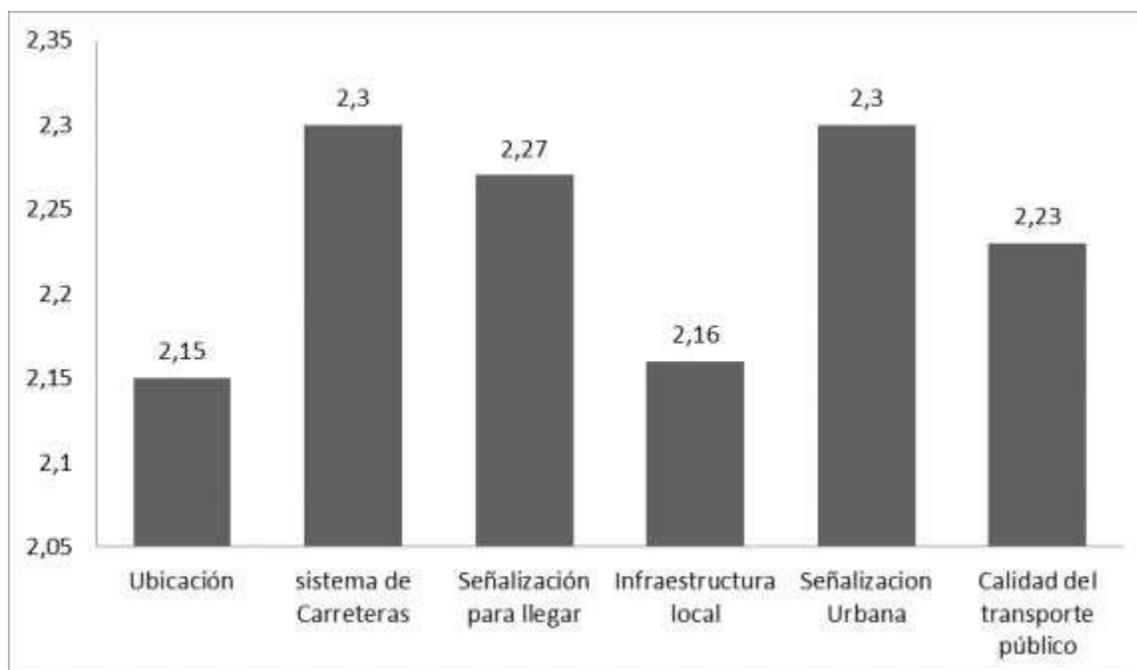
Como se muestra en la gráfica, la principal característica de Villa de Álvarez percibida por el visitante son las festividades y tradiciones del municipio, haciendo referencia a que esta es verdicamentemente la principal característica que tiene el municipio, por lo que se diferencia y lo posiciona en el estado de Colima. Asimismo, Villa de Álvarez es un municipio que cuenta con una

gran diversidad de monumentos dentro de su territorio, dando realce a la ciudad, ya que estos son representativos para el lugar por los vínculos históricos que existen.

Por otra parte, se considera necesario saber si Villa de Álvarez es un destino principal o complementario, es decir, si es el destino final y el que motiva la visita de las personas, o es el que los visitantes eligen como complementario, es decir, que se dirigen a otro pero pasan por este municipio y llegan a conocerlo. A esta cuestión, la mayoría de los visitantes afirman que Villa de Álvarez es su principal destino, recayendo en este sentido una ventaja para el lugar.

Después de conocer el posicionamiento de Villa de Álvarez, es importante analizar la percepción general del municipio, es decir, como observa el visitante las características generales y los servicios así como su infraestructura general. Por lo cual, se obtuvieron resultados respecto al conocimiento que el visitante tiene de más sitios turísticos dentro de Villa de Álvarez (gráfica 15).

Gráfica 15 Percepción general de Villa de Álvarez



Elaboración propia

Los atributos que se mostrados en esta gráfica se calificaron de la siguiente manera: 1 representa “pésimo”, 2 “mal”, 3 “bien”, y 4 “excelente”, para una mejor apreciación se buscó la media del total de las respuestas.

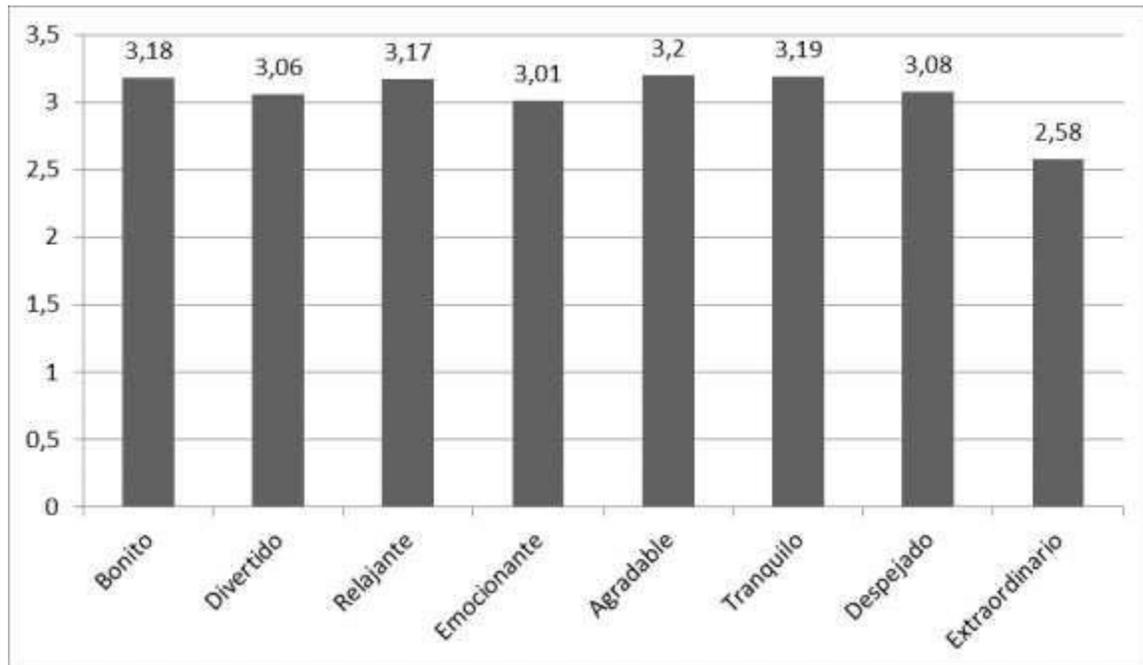
Una vez realizado un análisis sobre la percepción de Villa de Álvarez se puede concluir que hace falta verificar e intervenir en la mejora del sistema de carreteras que conducen a Villa de Álvarez, ya que uno de los factores que puede afectar en la percepción de las personas es la falta o mala señalización de las carreteras puesto este fue otro de los atributos que fue identificado como “mal”. Es importante trabajar sobre esto, ya que son las vías de acceso que se tienen para llegar al municipio entonces lo más probable es que las visitas sean menos. Estos dos factores, mencionados anteriormente, pueden ser la causa por la cual, la ubicación del municipio es

también considera mala, se debe de estar alerta de que un factor conduce a toda una cadena de errores que se deben de corregir. Contar con una buena señalización tanto de calles como de salidas, entradas y de sitios es importante para hacer más fácil y cómoda la estancia y/o el recorrido del visitante.

De la misma forma, la infraestructura local del municipio fue considerada mala por lo cual se debe de trabajar arduamente en cambiar esta percepción que se tiene sobre la infraestructura local, debido a que es lo que las personas observan del municipio. Debido a que algunos de los visitantes y habitantes utilizan el transporte público es importante trabajar sobre esto ya que es parte del municipio y parte de la imagen de éste. El transporte público es considerado malo por los encuestados, por lo cual se concluye que se debe mejorar la calidad no solo del producto, es decir, camiones, taxis, etc., sino también la calidad del servicio de los prestadores de estos servicios.

Una vez analizada la percepción general de Villa de Álvarez respecto a su infraestructura y transporte, otro aspecto por analizar fue la apreciación de características propias del municipio.

Gráfica 16 Características de Villa de Álvarez



Elaboración propia

Al igual que en los dos gráficos anteriores para una mejor apreciación se buscó la media de las respuestas dadas por un total de 384 personas que representan un 100%. En términos generales, se pudo analizar que el municipio es visto como un lugar bonito, divertido, relajante, emocionante, agradable, tranquilo y despejado pero ninguno de estos atributos fue calificado como su máximo aunque si entran dentro del rango aceptado.

Es necesario trabajar en lograr que el municipio ofrezca una satisfacción total a sus visitantes para lograr que la apreciación turística sea la máxima. Algunas de las acciones que se pueden implementar son la búsqueda de nuevas alternativas de entretenimiento para los visitantes y

habitantes logrando así tener actividades que logren despertar el interés de estos y lograr una satisfacción total en su necesidad por una mayor diversidad de entretenimiento y diversión, de esta misma forma se puede aumentar la diversión y hacer el sitio más emocionante.

En lo que respecta a incrementar la apreciación del lugar sobre el atributo “bonito”, se debe de trabajar sobre los atributos de la infraestructura local, para lograr una mejor percepción del sitio.

Los elementos concernientes a la relajación, la tranquilidad y lo despejado del municipio son factores que van de la mano, por ello los encuestados hacen mención constante de que algunos motivos de su viaje y de su regreso al municipio es por su relajación y tranquilidad ya que aseguran que este es un municipio que hasta el día de hoy sigue siendo despejado y muy seguro. Para aumentar el nivel de percepción que se tiene sobre estos factores se necesita trabajar en la construcción y apertura de sitios dedicados a ofrecer servicios de este tipo (relajación y descanso) así como para mejorar la tranquilidad del visitante se debe de mejorar en la seguridad del destino en este caso la seguridad del municipio de Villa de Álvarez.

Se puede observar que uno de los atributos que se encuentra por debajo de los demás fue el de ordinario o extraordinario, lo cual indica que el sitio necesita lograr una ventaja competitiva que logre que el municipio se diferencie de su competencia para de esta forma lograr ser único y extraordinario y esto por consecuencia atraerá más visitantes.

Otro de los puntos importantes analizados fue respecto a la percepción turística que el visitante tiene del municipio, es decir, que tanto conoce de éste y como lo califica en materia de desarrollo turístico.

Gráfica 17 Percepción turística de Villa de Álvarez



Elaboración propia

Con el fin de saber cuál es la percepción que los visitantes tienen sobre el destino en el ámbito turístico es necesario identificar cuál es el nivel de satisfacción sobre algunos atributos del municipio de Villa de Álvarez; para ello se definieron 4 valores: el número 1 tiene un valor de “muy insatisfecho”, el 2 “insatisfecho”, el 3 “satisfecho” y el 4 “muy satisfecho”. En la gráfica se puede observar como el total de los atributos oscilan en 3 el cual representa una calificación de satisfecho en cuanto el atributo “otros” se encuentran en un nivel de 1 que representa muy insatisfecho.

Se realizaron una serie de preguntas que desglosan los servicios y atributos del sitio. Analizando la gráfica, se observa que en general el municipio se percibe como un lugar que ofrece un servicio de calidad con habitantes amables y hospitalarios. La anterior variable, es constantemente mencionada en comentarios finales a la aplicación del instrumento, debido a que se encuentra dentro de las principales razones por las que visitan el municipio

La relación de precio-calidad no es considerada mala pero tampoco está al mismo nivel de satisfacción que los demás atributos por lo cual se puede concluir que las personas consideran que los precios no tienen una relación respecto a los productos que no ofrecen calidad debido a que al momento de preguntar por la amabilidad de los empleados de los sitios turísticos estos respondieron que era satisfactoria lo que quiere decir que los prestadores de servicios se encuentran desempeñando un buen trabajo de calidad y servicio pero la falla está en la calidad de los productos que ofrecen.

Por otra parte, la información que brinda Villa de Álvarez no es suficiente para los visitantes y habitantes esto es algo que concierne ya que de ahí se deriva la poca visita de personas al municipio, debido a que no saben que pueden hacer, donde y cuando realizar actividades y no conoce los sitios turísticos entre otros aspectos. Es por ello que hace falta que las autoridades realicen mercadotecnia turística para lograr llegar a las personas que viven en el estado y en la región.

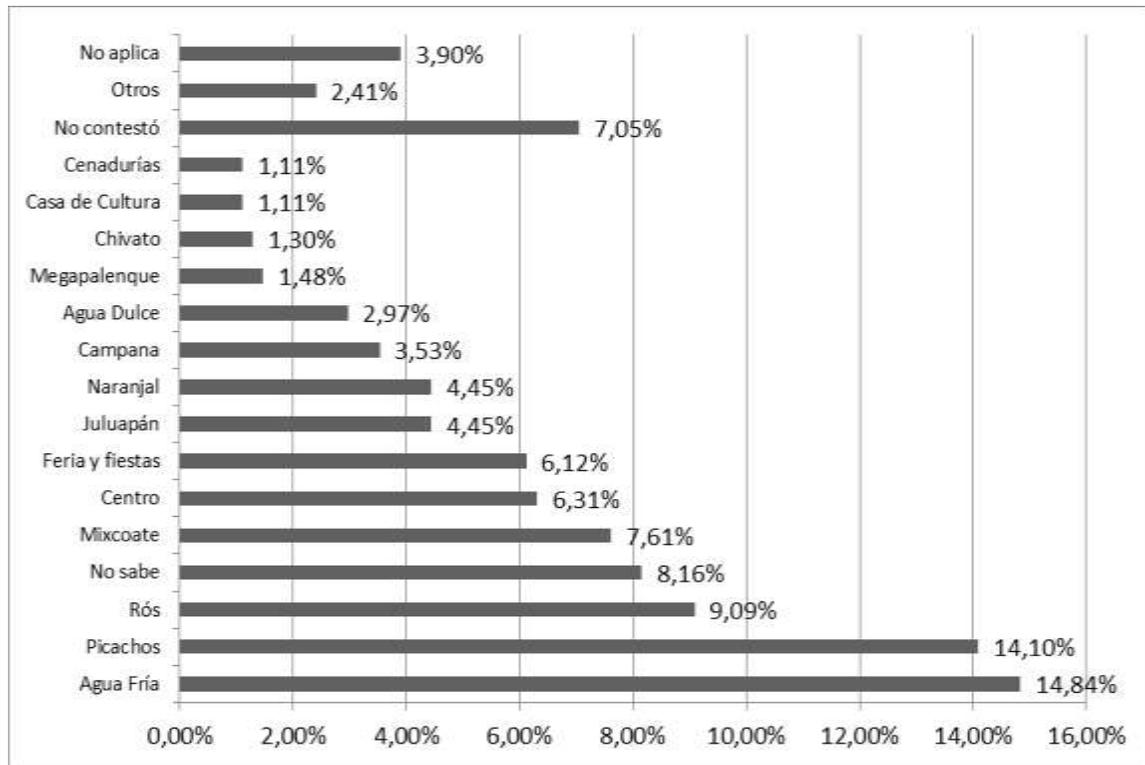
El municipio de Villa de Álvarez cuenta con excelentes escenarios naturales y culturales así como una gran diversidad de flora y fauna lo cual logra crear un grado de satisfacción en los visitantes que vienen en busca de lugares hermosos. El municipio es relacionado por las personas con la naturaleza y vegetación.

Se puede observar que en el último atributo en el cual se preguntó por “otros”, el nivel de satisfacción fue de 1 el cual representa muy insatisfecho, la razón de que este atributo obtuviera tan baja calificación se debe a que ocasionó confusión en los encuestados ya que la dejaron sin contestar 249 personas de las 384 encuestadas y al momento de buscar la media arrojó un número muy bajo.

Se puede identificar y concluir que en general el destino de Villa de Álvarez se encuentra en un nivel de satisfacción en la percepción general del municipio lo cual indica que se encuentra en buenas condiciones, pero que al igual tiene áreas de oportunidad que se puede explotar ya que la calidad de los servicios y productos que ofrece es posible mejorarse para alcanzar un nivel máximo de satisfacción en las necesidades de los visitantes y habitantes.

Adicionalmente a los elementos anteriormente citados, se considera de vital importancia dar seguimiento a los lugares del municipio que cuentan con mayor conocimiento por parte de los visitantes.

Gráfica 18 Otros sitios turísticos que conoce dentro del municipio de Villa de Álvarez



Elaboración propia

Como se observa el sitio turístico más popular entre los encuestados es Agua Fría, ya que es el que tiene más promoción dentro del municipio; además sus características lo hacen atractivo para todas las edades. De igual manera, se observa que en segundo lugar se encuentra el balneario Picachos el cual es otro de los lugares turísticos más desarrollados en el municipio. Otros encuestados optaron por mencionar la palabra ríos sin especificar algún nombre posiblemente porque no se le vino a la mente ningún nombre o porque sabe de la existencia de varios ríos en el municipio. Es importante mencionar existe una minoría de visitantes que no reconocen cuales son los sitios turísticos pertenecientes al municipio de Villa de Álvarez por factores como la falta de promoción.

Para que Villa de Álvarez sea un destino atractivo por la diversidad de oferta turística es necesario el desarrollo y mejoramiento de actividades recreaciones aptas para cada tipo de edad. Por ello conocer la importancia de estas es fundamental para saber si el visitante considera que las que existen son suficientes y que razones dan a sus respuestas.

Analizando los resultados se observó que la mayoría de los visitantes creen que si son suficientes porque hay una diversidad para todas las edades o que son las adecuadas para el tamaño del municipio ya que se cuenta con diferentes tipos de recursos que permiten desarrollar diferentes

actividades. Por otra parte la minoría que afirma que no son suficientes dieron razones como la falta de lugares para divertirse y que no se tiene conocimiento de lo que existe por falta de promoción.

Todo destino busca tener turistas satisfechos, los cuales hablen bien del lugar y sus componentes turísticos, y por consiguiente que regrese a ese lugar; es por ello la importancia de analizar la fidelidad de los visitantes en Villa de Álvarez.

Es muy importante conocer si las personas están satisfechas con la visita al municipio ya que esto quiere decir que el destino cumple con las expectativas de los visitantes. Y se observa que Villa de Álvarez es un destino que satisface a la mayoría de sus visitantes ya que estos se adaptan a lo que el municipio ofrece y están conformes con su visita. La satisfacción de su visita viene de razones como por su tranquilidad, porque esta bonito, relajante, hay mucha naturaleza, diversión y gente amable. De igual manera la minoría de visitantes que no estuvieron satisfechos con su visita presentan razones como la falta de existencia una gran diversidad de actividades y atractivos turísticos para visitar y eso lo hace que no sea tan interesante o divertido.

Cuando un visitante o turista está satisfecho la siguiente etapa es que este recomiende a demás personas este sitio. Por ello se observa que la mayoría de los visitantes si recomendarían a Villa de Álvarez porque tiene características propias del destino como son por ser bonito, agradable o por que le gustó. También se observaron características como relajante, tranquilo y seguro, es decir, el visitante se siente con la confianza de poder conocer los lugares que Villa de Álvarez ofrece. De igual manera se presentaron pocos visitantes que no recomendarían al municipio ya que no es muy turístico y le falta diversidad de actividades ya que solo cuenta con balnearios como atractivos turísticos.

Un aspecto fundamental que todo destino desea conocer, es el saber si sus visitantes o clientes serán fieles y volverán a este lugar. Por ello, el visitante presentó casi en su totalidad una afirmación que si volvería a este lugar por razones sustentadas en resultados anteriores que demuestran que es un buen lugar, tranquilo y cercano a los que lo visitan en su mayoría.

## Bibliografía

- Bassols Angel. Recursos Naturales de México, Editorial Nuestro Tiempo. México, D.F. 2000.
- Boullón, R. C. (2004). Planificación del espacio turístico. México: Trillas
- Cárdenas Tabares, Fabio (2006). Proyectos turísticos: localización e inversión. México: Trillas.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. (1993): Tourism Principles and Practice, Pitman Publishing, Great Britain.
- García Blanco, Ángela (1992): "El museo como centro de investigación del público". En Política Científica, 34. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. Secretaría de Estado de Universidades e Investigación. Pp. 27-32.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA. Quinto informe de gobierno. Obtenido de la red mundial el 24 de Noviembre del 2011: <http://www.planeación.gob.mx/informes/2008/ANEXO/Económico/10-turismo.swf>
- Goeldner, J. Charles and Ritchie, J.R (2011). Tourism: Principles, practices, philosophies. Estados Unidos de America: John Wiley and Sons, inc.
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2002). Geography of tourism and recreation. New York, Routledge.
- H. Ayuntamiento de Minatitlán (2009-2012). Historia. Tomado el día 13 de abril de 2011 desde: <http://www.minatitlancol.gob.mx/historia/historia.html>
- H. Ayuntamiento de Minatitlán (2009-2012). Minatitlán, Col. Tomado el día 13 de abril de 2011 desde: <http://www.minatitlancol.gob.mx/municipio/minatitlan.html>
- H. Ayuntamiento de Villa de Álvarez. (2009-2012). H. Ayuntamiento de Villa de Álvarez. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de <http://www.villadealvarez.gob.mx/>
- Hedding, B, (2000). El potencial de las ciudades patrimoniales como atractivo turístico. Ponencia 3. Sexto Taller de Imagen Urbana. Tomado el día 25 de abril de 2011 desde: <http://www.cnmh.inah.gob.mx/ponencias/530.html>
- INEGI. (2010). Censo de población y vivienda. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía en Informática.
- INEGI. (s.f.). Instituto Nacional de Estadística y Geografía Archivo Histórico de localidades. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de <http://mapserver.inegi.gob.mx/AHL/realizaBusquedaurl.do?cvegeo=060050001>
- Law, C. (1993): Urban Tourism, Routledge, London.
- Lickorish, L. y Jenkins, C. (2000) "Introdução ao turismo". Campus, Rio de Janeiro.
- Marvin Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. (Convenio de colaboración entre el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

(IICA) Costa Rica y Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR)). Costa Rica: Grupo técnico PRODAR- IICA. Documento electrónico: <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>

Monterrubio, J. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *GESTIÓN TURÍSTICA* (11), 101-111.

Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España.: Egraf

Ramírez-Guillén, P., 1992, "Aprovechamiento de fauna silvestre entre las comunidades Mayas del centro de Quintana Roo", *Amigos de Sian Ka'an*, 10: 6-8 pp.

Richards, G. (2000). Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo. En L. Herrero, *El Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza* (págs. 69-96). Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.

Sapag Chain, N. y Sapag Chain, R. (2007). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill.

Secretaria de Turismo (2005). *Componentes de la oferta turística; serie de documentos técnicos en competitividad*. México.

Secretaria de Turismo (2005). *Definición de potencial turístico; serie de documentos técnicos en competitividad*. México.

Secretaria de Turismo (2005). *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios; serie de documentos técnicos en competitividad*. México.

Secretaria de Turismo, Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

SECTUR Colima (2009). *Oferta turística del estado de Colima*. Obtenido el día 7 de mayo de 2009 desde: <http://www.colima-estado.gob.mx/2006/turismo/index.php>

SECTUR Colima (n.d). *Cómo llegar al municipio de Minatitlán*. Tomado el día 13 de abril de 2011 desde: <http://www.visitacolima.com.mx/minatitlan/comoLlegar.html>

Tisdell, C. (2003). Socioeconomic causes of loss of animal genetic diversity: analysis and assessment. *Ecological Economics*, 45(3): 365–376

Valencia, S. (2004). *Monografía Comala*. Gobierno del Estado de Colima: Secretaria de Cultura.

William C. Gartner (1996). *Tourism Development: Principles, Processes, and Policies*. US: Wiley.