

El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del Estado
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 34

Enero / Junio 2018

Artículo**Autores / Authors:**

Adrián Urióstegui Flores*, Alma Villaseñor Franco** y Blanca Rosa Reyes Nateras***

*Universidad Autónoma de Guerrero. Ex hacienda de San Juan Bautista s/n. Taxco el Viejo, Guerrero.

**Unidad Académica de Ingeniería, Universidad Autónoma de Guerrero. Avenida Lázaro Cárdenas S/N, C.U. Chilpancingo, Guerrero.

***Universidad Autónoma de Guerrero. Ex hacienda de San Juan Bautista s/n. Taxco el Viejo, Guerrero

Correspondencia:

Adrián Urióstegui Flores
a_uriostegui@yahoo.com

Recibido / Receipt:

09/11/2016

Reenvió / Forward:

29/05/2017

Aceptado / Acceptance.

13/11/2017

Páginas:

136 - 163

Evaluación de atributos turísticos de Ixtapan de la Sal, Estado de México

Evaluation of tourist attributes of Ixtapan de la Sal, Estado de México

Adrián Urióstegui Flores

Alma Villaseñor Franco

Blanca Rosa Reyes Nateras

Universidad Autónoma de Guerrero, México.

Resumen: Se hace una evaluación de los atributos turísticos de la ciudad de Ixtapan de la Sal, Estado de México. En la metodología se utilizó muestreo en investigación cualitativa, específicamente en lo que respecta a muestras por conveniencia, y muestras de casos tipo. Los atributos evaluados de manera satisfactoria fueron la conservación de la arquitectura y los lugares históricos y religiosos (15%), así como las fiestas tradicionales (13%). Entre los atributos evaluados de manera no satisfactoria destacaron la seguridad pública y vigilancia (24%), así como el descuido con respecto a la información turística, y la falta de casetas y guías para conocer los lugares importantes de la ciudad (15%).

Palabras claves: Turismo, evaluación, atributos turísticos.

Abstract: In this work is carried out an evaluation of the tourist attributes of the city of Ixtapan de la Sal, Estado de Mexico. In the methodology was used qualitative research sampling, specifically with respect to samples for convenience, and samples of type cases. The findings show that the attributes evaluated satisfactorily were architecture conservation, and historical and religious sites (15%), and traditional festivals (13%). Among the attributes evaluated in an unsatisfactory manner were public safety and surveillance (24%), lack of information about tourist information, and lack of shelters and guides to know and navigate important places in the city (15%).

Keywords: Tourism, evaluation, tourism attributes.



Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una evaluación de los atributos turísticos de la ciudad de Ixtapan de la Sal, Estado de México. Básicamente, se entrevistó a 55 turistas que llegaron a la ciudad el fin de semana en los días 17, 18 y 19 de julio de 2015.

Las principales variables que se midieron fueron el lugar de origen, ocupación, edad, principales razones que motivaron la visita, opinión sobre la atención brindada por parte de autoridades y representantes gubernamentales, promedio total de dinero gastado, sugerencias que se consideraron para mejorar la calidad de atención hacia el visitante, y finalmente, los atributos turísticos evaluados de manera 1) satisfactoria y 2) no satisfactoria. Para esta última variable se tomó en cuenta el diseño de dos ítems de acuerdo con los planteamientos de Hernández *et al.* (2010: 284).

Los hallazgos demuestran que los atributos evaluados de manera satisfactoria fueron la conservación de la arquitectura, y los lugares históricos y religiosos (15%), así como las fiestas tradicionales (13%).

Entre los atributos evaluados de manera no satisfactoria destacaron la seguridad pública y vigilancia (24%), el descuido con respecto a la información turística, así como la falta de casetas y guías para conocer y recorrer los lugares importantes de la ciudad (15%).

Como propuesta prioritaria final, este escrito pretende brindar un marco de guía para que representantes de gobierno (relacionados con la difusión, organización y administración turística), empresarios privados, y organizaciones no gubernamentales vinculadas, puedan atender de manera fundamental los elementos que han sido descuidados, y mejorar la calidad de atención que se ofrece a los diversos visitantes, los cuales sin duda, influyen de manera determinante en la reactivación de las actividades económicas locales.



Básicamente, se parte de los planteamientos de Ruiz *et al.* (2015: 52-53) respecto a la valoración de atributos culturales e históricos como imagen promocional en ciudades como Tijuana. Lo anterior, mediante la aplicación de cuestionarios a turistas y visitantes de la ciudad (2015: 45).

Entre las aportaciones importantes de la obra, destaca la identificación del posicionamiento y atributos que brindan una ventaja competitiva como destino turístico, el análisis de la percepción que los turistas y visitantes tienen sobre la ciudad, así como las estrategias de posicionamiento más adecuadas del destino (Ruiz *et al.*, 2015:51-55).

También trabajos de Cuevas *et al.*, realizan evaluaciones para determinar la percepción de las comunidades aledañas a Sacalaca, Quintana Roo, con el objeto de identificar el interés en adoptar la estrategia de empresa sustentable (2016: 206).

Aquí destaca el reconocimiento que tienen los habitantes sobre la importancia de este tipo de propuestas para el crecimiento económico en la región delimitada:

Las condiciones de alta marginación de la microrregión de Sabán han permitido que los habitantes vean como gran oportunidad la actividad turística, debido a que puede generar mejores oportunidades laborales y económicas para las familias. Las comunidades circunvecinas se verían beneficiadas directa o indirectamente por la afluencia de visitantes a la región, misma que contribuiría para vender con mayor facilidad los productos y artesanías que elaboran (Cuevas *et al.*, 2016: 221).

En el mismo sentido, se han hecho evaluaciones de 56 atractivos turísticos en 17 municipios del Estado de Tabasco, México (Guzmán y Mayo, 2016). Destaca en este tipo de escritos la aplicación de cuestionarios con escala Likert, y la confirmación de las dificultades y aprietos en que se encuentra actualmente dicho rubro: “Los atractivos turísticos de Tabasco pasan por una severa crisis ante la falta de iniciativas gubernamentales para el desarrollo del turismo” (Guzmán y Mayo, 2016, 159).



Autores como Olguín *et al.* (2015) han realizado una valoración de los agentes turísticos estratégicos del destino, tales como el *branding* y marca en Hermosillo, Sonora. Entre las aportaciones prioritarias destaca básicamente, el “consenso en la existencia de atributos que identifican a la ciudad de Hermosillo con la posibilidad de un destino turístico” (Olguín *et al.*, 2015:6).

Asimismo, se han propuesto evaluaciones de tipo multicriterio de los recursos turísticos en lugares como el Parque Nacional Nevado de Toluca (Franco *et al.*, 2009). Mediante este tipo de evaluaciones se distinguen los recursos con mayores atributos para su uso recreativo (2009: 224).

En la misma vía, también se han hecho evaluaciones multicriterio de los recursos turísticos del Parque Estatal Sierra de Nanchititla, del Estado de México (Enríquez *et al.*, 2010). Utilizando una matriz y un listado de recursos y atributos se definen así los rubros con mayor potencial turístico, tales como el río El Salto (Enríquez *et al.*, 2010: 28).

En trabajos de Monterrubio *et al.* (2013) se evalúan los impactos sociales del *spring break* en Acapulco. En dichos escritos es posible distinguir el impacto que genera esta específica categoría de excursionistas, y fundamentar propuestas de planeación: “Identificar los impactos de tipos determinados de turismo es de relevancia para diseñar e implementar medidas específicas de gestión acorde con el segmento en cuestión (Monterrubio *et al.*, 2013: 41).

Aquí destaca la prioridad que tiene la esfera turística como alternativa de desarrollo: “El turismo ha sido adoptado por muchas economías nacionales, regionales y locales como una alternativa de desarrollo y, para algunos, como la panacea ante la pobreza y las limitadas oportunidades económicas” (Monterrubio *et al.*, 2013: 43).



Orgaz y Moral (2016) analizan las potencialidades turísticas en provincias tales como Dajabón, en República Dominicana. Vale la pena mencionar las propuestas para impulsar empresas locales: “Motivar a los residentes con la creación de empresas relacionadas con el ámbito turístico, apoyados por las facilidades para adquirir recursos financieros, con el fin de impulsar la empresa turística en el destino” (Orgaz y Moral, 2016).

A esta lista de obras se puede agregar a Millán (2012), quien aborda cuestiones de planificación y gestión de los espacios turísticos litorales de la Región de Murcia:

Como métodos de análisis se recurre a las aportaciones de la Geografía de la Percepción y a la técnica de la encuesta; finalmente, como resultado cabe señalar las notables diferencias entre la realidad objetiva de estos ámbitos turísticos, mostrada en medios de difusión, y la percepción de quienes se sienten vinculados a ellos por razón de proximidad geográfica o de afectividad hacia el espacio vivido (2012: 37).

Asimismo, Luyano *et al.* (2016) evalúa y estudia la viabilidad del programa Pueblos Mágicos desde el enfoque del capital social en el Pueblo Mágico de Tapijulapa, Tabasco. Lo anterior mediante la aplicación de cuestionarios en las siete colonias que conforman dicho lugar.

Finalmente, en las obras de Ibarra y Velarde (2016) se explica el impacto de los eventos el “Cosaltazo” y “Cosalazo” que se desarrollan en la comunidad de Cosalá, Sinaloa. De acuerdo con los mismos autores, se ratificó la falta de comunicación entre los tomadores de decisiones a nivel gubernamental y empresarial con los habitantes de la comunidad (Ibarra y Velarde, 2016).

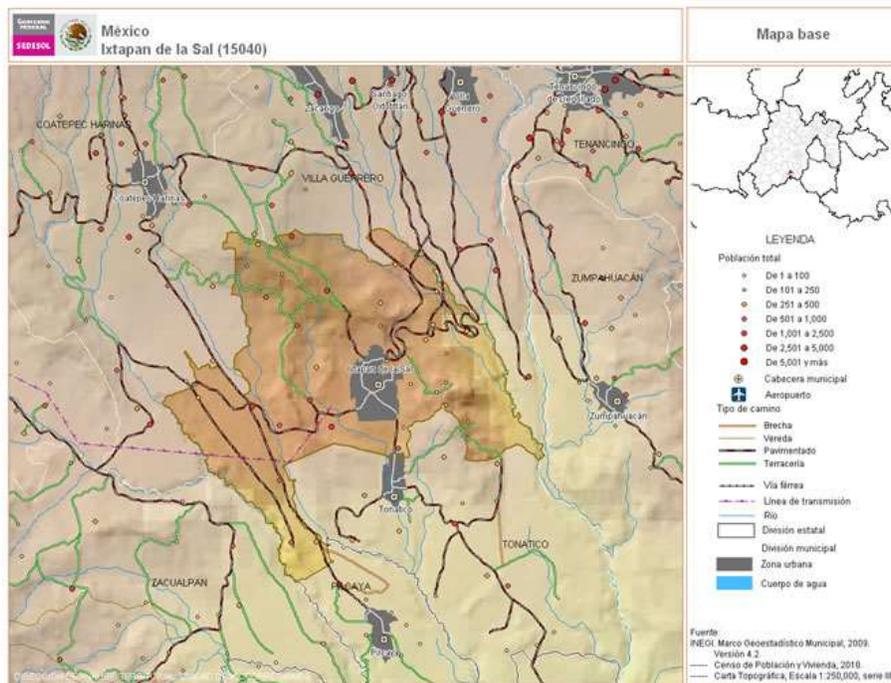


La ciudad de Ixtapan de la Sal

Como fue posible confirmar, para el 2010 la ciudad de Ixtapan de la Sal contaba con 17 460 habitantes, mientras que en el municipio se registraron 33 541 habitantes (Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos-Secretaría de Desarrollo Social, 2013).

Dicha ciudad se localiza al sur del Estado de México (figura 1), y cuenta con una amplia gama de atractivos naturales, culturales e históricos. Aquí destaca el Balneario Municipal, en donde se ofrece desde fisioterapia y masaje, mascarillas, tinas de hidromasajes y toboganes, hasta albercas de barro y de aguas termales (ricas en sales minerales) (Gobierno del Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido, 2015).

Figura 1. Ubicación de la ciudad y municipio de Ixtapan de la Sal, Estado de México



Fuente: Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos-Secretaría de Desarrollo Social, 2013.



También es posible visitar el Parque Acuático Ixtapan, el cual cuenta con balneario, SPA, parque acuático, baños de tinas romanas de aguas termales, servicios de masajes y fisioterapia, toboganes, albercas techadas y de olas, paseos en lancha con motor y remos, montaña acuática, juegos infantiles, campo de golf, paseos a caballo, hasta inclusive, una zona comercial (Gobierno del Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido, 2015).

En la localidad sobresalen edificios de arquitectura colonial, tales como la Parroquia de la Asunción construida por frailes franciscanos en el siglo XVI, así como la arquitectura moderna (la Fuente Cibernética, la Diana, o el Corredor Turístico), la Gran Reserva Ixtapan Country Club (que incluso tiene lago interior, golf, raquet club, club hípico, SPA y gimnasios), o bien, un mercado donde se venden artesanías de alfarería, y talladas en madera de copalillo, coamoque, guamúchil y cedro (Gobierno del Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido, 2015).

Aquí vale la pena resaltar la gastronomía; desde los chilacayotes en pipián y carne de cerdo, el mole rojo con guajolote, el menudo, el agua de lima, hasta los dulces de pepita de calabaza y los jamoncillos de leche (Gobierno del Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido, 2015).

Cerca de la comunidad de Ixtapan de la Sal se encuentran otros sitios de interés turístico, tales como la población de Tonatico, Coatepec Harinas, Villa Guerrero, Tenancingo, Tecomatepec, el Parque del Sol, las Grutas de la Estrella, el Templo del Señor de la Misericordia, o bien, el Templo del Señor del Calvario (Gobierno del Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido, 2015).



Metodología

El trabajo se realizó en la ciudad de Ixtapan de la Sal, Estado de México. Se consideró el planeamiento de muestreo en investigación cualitativa, específicamente en lo que respecta a muestras por conveniencia (Hernández *et al.*, 2010:392-404). Este tipo de muestras se refieren específicamente a “los casos disponibles a las cuales tenemos acceso” (Hernández *et al.*, 2010: 401). La muestra abarcó un total de 55 turistas que visitaron la ciudad el fin de semana en los días 17, 18 y 19 de julio de 2015.

Los atributos turísticos fueron evaluados de manera 1) satisfactoria y 2) no satisfactoria, tomando en cuenta el diseño de dos ítems de acuerdo con Hernández *et al.* (2010: 284). Asimismo, también se utilizó la muestra de casos tipo (Hernández *et al.*, 2010: 397) para los empleados de hoteles y personal de la Secretaría de Turismo. Básicamente, se entrevistó a 5 encargados de diferentes hoteles, y a los 3 únicos integrantes del personal administrativo de la Secretaría de Turismo local que se encontraban disponibles.

Se aclara que el método utilizado para evaluar no representó a la población total. No se pretendió realizar afirmaciones generales con rigor estadístico sobre dicho universo. Fue un muestreo no probabilístico. Se consideraron los planteamientos de Álvarez (2013) respecto a la investigación cualitativa, así como la propuesta de Martínez (2012) referente al muestreo en investigación cualitativa.

En el cuestionario de entrevista dirigido a los turistas se incluyeron variables como lugar de origen, ocupación, edad, opinión sobre la atención brindada por parte de autoridades y representantes gubernamentales, promedio total de dinero gastado, sugerencias que se consideraron para mejorar la calidad de atención hacia el visitante, y los atributos evaluados de manera satisfactoria y no satisfactoria.



Para las entrevistas en hoteles se diseñaron interrogantes tales como el nombre del hotel, el promedio de ocupación en los últimos 6 meses, los problemas que expresaron las personas que se hospedaron, y las sugerencias que se tuvieron para resolver dichos obstáculos.

En las entrevistas al personal administrativo de la Secretaría de Turismo se abarcaron preguntas relacionadas con el puesto que se tenía en el ayuntamiento, la escolaridad, los programas o estrategias actuales enfocadas al turismo, las principales dificultades vinculadas con dicha actividad, y las sugerencias para mejorar los proyectos vigentes y la atención hacia los visitantes.

Resultados

Como fue posible confirmar en el fin de semana que abarcó los días 17, 18 y 19 de julio de 2015, la mayor cantidad de turistas llegaron del Estado de México (33%), Morelos (22%), y Puebla (11%). Aunque en mínima cantidad, destacaron visitantes de España (4%) y Argentina (4%) (cuadro 1).

Cuadro 1. Lugar de origen de los turistas

<i>Lugar de origen</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
D.F.	4	7 %
Chihuahua (Ciudad Juárez)	1	2 %
Estado de México (Tenango, Toluca, Malinalco, Zolotepec, Chapultepec)	18	33 %
Morelos (Cuernavaca, Cautla, Huayapan)	12	22 %
Puebla	6	11 %



<i>Lugar de origen</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Guerrero (Taxco)	2	4 %
Veracruz	1	2 %
Michoacán (Morelia)	1	2 %
Querétaro	3	5 %
Jalisco	3	5 %
España	2	4 %
Argentina	2	4 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

Las ocupaciones de dichos turistas fueron variadas: ingenieros (11%), pedagogía o profesores (9%), arquitectos (7%), abogados (7%), y artesanos (7%), por mencionar algunos ejemplos (cuadro 2).

Cuadro 2. Ocupaciones

<i>Ocupación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Agronomía	1	2 %
Carpintería	1	2 %
Pedagogía	5	9 %
Ingeniería	6	11 %
Artesano	4	7 %
Abogado	4	7 %
Gastronomía (Chef)	1	2 %
Secretaría	2	4 %
Ganadería	1	2 %
Estudiante	2	4 %
Medicina general, Medicina de especialidad (pediatría)	3	5 %



<i>Ocupación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Contaduría	3	5 %
Diseño gráfico	2	4 %
Comerciante	3	5 %
Arquitectura	4	7 %
Ama de casa	3	5 %
Psicología	1	2 %
Dentista	1	2 %
Fotógrafo	1	2 %
Veterinario	1	2 %
Construcción	1	2 %
Chofer	1	2 %
Empleado	2	4 %
Negocios	2	4 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

Respecto a la edad, el mayor porcentaje de visitantes se ubicó en el rubro de 30 a 40 años (51%), seguido del rango de 20 a 30 años (24%) (cuadro 3).

Cuadro 3. Edad

<i>Edad (años)</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
20 a 30	13	24 %
30 a 40	28	51 %
40 a 50	12	22 %
50 a 60	1	2 %
60 a 70	1	2 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).



Básicamente, entre las principales razones de visita a la ciudad destacó el descanso y recreación (33%), por trabajo (13%), y la visita a familiares, amigos, o conocidos (13%). También se registraron muchas respuestas con varias opciones, las cuales pueden observarse con mayor detalle en el cuadro 4.

Cuadro 4. Razones de visita a la ciudad

<i>Razones de visita a la ciudad</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Trabajo	7	13 %
- Descanso y recreación	18	33 %
- Trabajo		
- Visita a familiares, amigos, o conocidos	1	2 %
- Fiestas en la ciudad		
- Visita a familiares, amigos o conocidos	2	4 %
- Fiestas de la ciudad		
- Descanso y recreación		
- Visita a familiares, amigos o conocidos	3	5 %
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes.		
- Visita a familiares, amigos, o conocidos.	7	13 %
-Trabajo.		
- Fiestas de la ciudad.	1	2 %
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes.	2	4 %
- Descanso y recreación.		
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes	1	2 %
- Descanso y recreación.		
- Fiestas de la ciudad.	1	2 %
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes.	2	4 %
- Fiestas de la ciudad.		
- Descanso y recreación.	2	4 %



<i>Razones de visita a la ciudad</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes. - Fiestas de la ciudad.		
- Descanso y recreación. - Visita a familiares, amigos, o conocidos	1	2 %
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes. - Fiestas de la ciudad.		
- Visita a familiares, amigos, o conocidos. - Fiestas de la ciudad.	1	2 %
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes - Fiestas de la ciudad.		
- Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes.	1	2 %
-Visita a familiares, amigos conocidos. - Conocer los lugares históricos, culturales o religiosos importantes	2	4 %
- Descanso y recreación. - Visita a familiares, amigos o conocidos.	1	2 %
- Otro (visita a la incubadora de pollos).	1	2 %
- Consulta médica	1	2 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

Respecto a la calidad de atención que brindan las autoridades y representantes del ayuntamiento hacia los turistas, el mayor número de visitantes consideró como buena (73%) dicha calidad de atención (cuadro 5).



Cuadro 5. Consideraciones ante la calidad de atención que brindan las autoridades y representantes del ayuntamiento hacia los turistas

Calidad de la atención	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	13 %
Buena	40	73 %
Regular	8	15 %
Mala	-	-
Pésima	-	-
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

También se consideró como rubro importante registrar el promedio de dinero total gastado en un fin de semana cotidiano (lo que incluyó casetas y/o pasajes de autobús, gasolina, hotel, comidas, gasto en artesanías, ropa, o costo de entrada a balnearios). La mayor proporción de los visitantes desembolsó un promedio de \$1000 a \$1500 pesos (18%), así como también, de \$2500 a \$3000 (15%), y de \$500 a \$1000 pesos (15%) (Cuadro 6).

Es interesante resaltar cómo el 5% (3 visitantes) manifestaron invertir de \$10,000 a \$20,000 pesos, y el 2% (1 caso) entre \$20 000 a \$25 000 mil pesos (cuadro 7). Lo anterior se relacionó con el tiempo de estadía, ya que dichos visitantes manifestaron encontrarse de vacaciones por una semana o más.

Dicha derrama monetaria enfatiza la gran importancia que tienen los bienes y servicios turísticos que existen y que se ofertan en dicha ciudad.



Cuadro 6. Promedio de dinero gastado en la visita a Ixtapan en un fin de semana de julio del 2015

<i>Promedio de dinero gastado (pesos mexicanos)</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
\$ 100 a \$ 500	1	2 %
\$ 500 a \$ 1000	8	15 %
\$ 1000 a \$ 1500	10	18 %
\$ 1500 a \$ 2000	6	11 %
\$ 2000 a \$2500	7	13 %
\$ 2500 a \$ 3000	8	15 %
\$ 3000 a \$3500	4	7 %
\$ 3500 a \$4000	3	5 %
\$ 4000 a \$4500	1	2 %
\$4500 a \$ 5000	1	2 %
\$ 5000 a \$ 10, 0000	2	4 %
\$ 10, 000 a \$ 20,000	3	5 %
\$ 20, 000 a \$25, 000	1	2 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

Asimismo se registraron una gran cantidad de sugerencias para mejorar la atención al turista, lo que abarcó desde 1) la necesidad de crear un comité para dar recorrido a la gente, 2) el fomento de promociones en restaurantes, hoteles, y lugares de recreación, 3) bajar los costos del balneario (ya que se consideraron muy elevados), o bien 4) facilitar el material informativo a las personas que llegan, entre muchas otras consideraciones (cuadro 7).



Cuadro 7. Sugerencias para mejorar la atención al turista

<i>Sugerencias</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Mejorar la calidad de atención y la guía de recorridos para los turistas.	1	2 %
- Mejoramiento y creación de más parques o zonas de albercas.	1	2 %
- Crear un comité de turismo para dar recorrido a la gente.	1	2 %
- Crear lugares atractivos para la gente.	1	2 %
- Promociones en restaurantes y hoteles, y lugares de recreación y diversión para niños.	1	2 %
- Mejorar los lugares atractivos y de reunión y diversión.	1	2 %
- Mejorar lugares recreativos y gastronómicos.	1	2 %
- Mayor vigilancia.	4	7 %
- Más promoción de las áreas turísticas.	1	2 %
- Más transporte (combi, otros).	1	2 %
- Mayor seguridad para los visitantes y la comunidad en general.	1	2 %
- Más información sobre los lugares importantes.	1	2 %
Mayor vigilancia y más información.	1	2 %
- Bajar los precios, que sean más accesibles y mejorar la vigilancia.	1	2 %
- Mayor promoción de los lugares para visitar.	1	2 %
- Más transporte.	2	4 %
- Mayor información sobre lugares turísticos.	1	2 %
- Centros de comida.	1	2 %
- Falta de hoteles.	1	2 %
- Más guías de turistas, transportes, y hoteles.	1	2 %
- Estacionamiento.	2	4 %
- Más guías de turistas.	2	4 %
- Limpieza y hoteles.	1	2 %
- Crear más centros turísticos.	1	2 %
- Limpieza.	1	2 %
- Orientación y más información sobre las guías turísticas.	2	4 %



<i>Sugerencias</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Información al turismo sobre la cultura local.	1	2 %
- Facilitar el material informativo al turismo que llega.	2	4 %
- Mejorar la información.	4	7 %
- Fomentar proyectos productivos e informativos.	1	2 %
- Orientación sobre elementos culturales recreativos	1	2 %
- Información y orientación sobre oferta turística.	1	2 %
- Facilitar material de promoción, informativo, o de publicidad.	2	4 %
- Bajar los costos de cobro en casetas.	1	2 %
- Señalización de los atractivos y guías para que muestren la ciudad.	1	2 %
- Comida cara y mal hecha.	1	2 %
- Más accesos para discapacitados.	1	2 %
- Faltan casetas de información.	1	2 %
- Diversión nocturna.	1	2 %
- Bajar los costos del balneario, ya que están muy elevados.	1	2 %
- Crear accesos para discapacitados, mejorar la información.	1	2 %
- Mapas de la ciudad.	1	2 %
- Crear más señalamientos.	1	2 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

Para los *atributos evaluados de manera satisfactoria* también se registraron muchas respuestas con varias opciones (cuadro 8). Aquí destacó la conservación de la arquitectura, y los lugares históricos y religiosos (15%), así como las fiestas tradicionales (13%).



Cuadro 8. Atributos evaluados de manera satisfactoria

<i>Atributos evaluados de manera positiva</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Aguas termales		
- Equitación (viajes guiados en caballos)	1	2 %
- Artesanías		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos	1	2 %
- Fiestas tradicionales		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos	1	2 %
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	1	2 %
- Artesanías		
- Tranquilidad de la comunidad		
- Fiestas tradicionales	1	2 %
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Gastronomía	1	2 %
- Artesanías		
- Tranquilidad de la comunidad		
- Clima		
- Fiestas tradicionales	1	2 %
- Eventos automovilísticos (exposiciones, carreras de autos y/o motos).		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos	8	15 %
- Fiestas tradicionales	7	13 %
- Artesanías	1	2 %
- Aguas termales	3	5 %
- Aguas termales		
- Equitación (paseos en caballos) - Artesanías	1	2 %
- Clima		
- Aguas termales	1	2 %
- Gastronomía	1	2 %
- Tranquilidad de la comunidad		
- Clima	1	2 %
- Aguas termales		



<i>Atributos evaluados de manera positiva</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Clima		
- Aguas termales		
- Equitación (paseos en caballos)	1	2 %
- Artesanías		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	1	2 %
- Equitación (paseos en caballos) - Artesanías		
- Aguas termales		
- Fiestas tradicionales	1	2 %
- Equitación (paseos en caballos)		
- Equitación (paseos en caballos)	1	2 %
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	2	4 %
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Clima	2	4 %
- Fiestas tradicionales		
- Tranquilidad de la comunidad		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos	2	4 %
- Aguas termales		
- Fiestas tradicionales		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	1	2 %
- Fiestas tradicionales		
- Tranquilidad de la comunidad		
- Clima		
- Aguas termales	1	2 %
- Fiestas tradicionales		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	1	2 %
- Gastronomía		
- Clima	3	5 %



<i>Atributos evaluados de manera positiva</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Aguas termales		
- Gastronomía		
- Clima		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos	1	2 %
- Artesanías		
- Arquitectura, lugares históricos y religiosos		
- Aguas termales	2	4 %
- Gastronomía		
- Tranquilidad de la comunidad	4	7 %
- Aguas termales		
- Tranquilidad de la comunidad		
-Clima	1	2 %
- Aguas termales		
- Aguas termales		
- Equitación (paseos en caballos)	1	2 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).

En el mismo sentido, *los aspectos evaluados de manera no satisfactoria* por los visitantes fueron básicamente la seguridad pública y vigilancia (24%), el descuido con respecto a la información turística, casetas y guías para conocer y recorrer los lugares importantes de la ciudad (15%), o bien, la promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes, y balnearios locales (13%), por citar sólo algunos ejemplos. Cabe señalar que en esta categoría también se registraron múltiples respuestas (cuadro 9).



Cuadro 9. Aspectos evaluados de manera no satisfactoria

<i>Aspectos evaluados de manera no satisfactoria</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales. - Áreas de la ciudad donde la infraestructura es muy deficiente.	1	2 %
- Seguridad pública y vigilancia. - Limpieza de la comunidad.	1	2 %
- Seguridad pública y vigilancia. - Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales.	1	2 %
- Información turística, casetas y guías para conocer y recorrer los lugares importantes de la ciudad.	8	15 %
- Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales.	7	13 %
- Áreas de la ciudad donde la infraestructura es muy deficiente.	1	2 %
- Seguridad pública y vigilancia.	13	24 %
- Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales. - Información y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	3	5 %
- Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales, - Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad. - Áreas de la ciudad donde la infraestructura es muy deficiente.	1	2 %
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad. - Limpieza de la comunidad.	1	2 %
- Áreas de la ciudad donde la infraestructura es muy deficiente.	2	4 %



<i>Aspectos evaluados de manera no satisfactoria</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	1	2 %
- Seguridad pública y vigilancia.		
- Limpieza de la comunidad.	1	2 %
- Precios de bienes y servicios (muy elevados o caros).	1	2 %
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	2	4 %
- Seguridad pública y vigilancia.		
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	2	4 %
- Seguridad pública y vigilancia.		
- Promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes y balnearios locales.	2	4 %
- Seguridad pública y vigilancia.		
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	1	2 %
- Información turística y guías para recorrer los lugares importantes de la ciudad.	1	2 %
- Costos de cobro en casetas.	1	2 %
- Precios y calidad de los alimentos.	1	2 %
- Áreas de la ciudad donde la infraestructura es muy deficiente (sobre todo los lugares para discapacitados).	1	2 %
- No contestó.	2	4 %
Total	55	100 %

Fuente: Elaboración propia (2015).



Por otra parte, lo más destacado en las entrevistas de empleados en los hoteles fue sobre todo, la observación de un decremento en el número de turistas (desde hace aproximadamente 4 o 5 años hasta la fecha), la necesidad urgente de incrementar la seguridad, la baja constante de las ventas, así como los problemas recurrentes que tienen los excursionistas, tales como carencia de agua potable, la falta de labores recreativas en las tardes, las escasas o nulas actividades nocturnas para las personas mayores y de la tercera edad, la carencia de información especializada, de señales y de mapas turísticos en la vía pública, así como la insuficiente asesoría a los visitantes.

Entre las sugerencias sobresalió el énfasis en aumentar y mejorar la seguridad (sobre todo los fines de semana), anexar módulos de información, la elaboración de mapas en esquinas, intersecciones y puntos estratégicos importantes, anexar información en otros idiomas y símbolos de fácil entendimiento, la creación de un módulo de guías por parte del ayuntamiento, fomentar las promociones y el descenso en el impuesto al hospedaje por parte de los dueños de hoteles, o bien, la promoción planeada en ciudades importantes tales como el D.F., Toluca o Cuernavaca.

En las entrevistas con el personal administrativo de la Secretaría de Turismo se confirmó cómo no existen programas relacionados con dicho rubro, excepto el denominado “Turismo de Reuniones” de nivel estatal, y el cual incluye a Toluca, Valle de Bravo, Teotihuacán e Ixtapan de la Sal. En este sentido y según los comentarios de dicho personal, Ixtapan de la Sal es considerado actualmente como uno de los 54 destinos agendables en competitividad.



Dichos informantes mencionaron cómo a pesar de no contar con un proyecto representativo vigente, se realizan campañas de promoción en medios de comunicación, y la participación en tianguis turísticos de ciudades como Puebla, Cancún, D.F. y Toluca; aquí básicamente se promueven los atractivos del municipio y se difunden trípticos con las características de los sitios que se recomienda conocer.

Los principales obstáculos observados relacionados con la actividad en cuestión se resumen básicamente en la falta de comunicación con los prestadores de servicios, la deficiente promoción, la carencia de cultura cívica de los habitantes hacia los visitantes, la necesidad de una mayor participación por parte de dichos prestadores de servicios, y el rechazo de estos últimos hacia los programas de modernización.

En las sugerencias se distinguió la necesidad de fomentar cursos y capacitación relacionados con los servicios disponibles, mejorar la cultura turística de la población, planeación para atraer más inversionistas, capacitación constante del personal de hoteles y restaurantes, y la búsqueda de mayores inversiones de recursos económicos mediante campañas publicitarias.

Conclusiones

Los planteamientos de Ruiz *et al.* (2015) respecto a la valoración de atributos culturales e históricos en Tijuana, Baja California, sentaron las bases para diseñar y proponer el presente escrito relacionado con la evaluación de atributos turísticos en la comunidad de Ixtapan de la Sal, Estado de México.



Tomando en cuenta lo anterior, es indispensable monitorear los aspectos evaluados de manera satisfactoria (tales como la conservación de la arquitectura y los lugares históricos y religiosos, y las fiestas tradicionales), y fortalecer y mejorar los rubros evaluados de manera no satisfactoria (principalmente la seguridad pública y vigilancia, el descuido con respecto a la información, la falta de casetas y guías para conocer y recorrer los lugares importantes, o bien, la promoción y difusión de tipos, ofertas y costos en hoteles, restaurantes, y balnearios locales), sobre todo con el fin de mantener, conservar e incrementar la constante y continua llegada de visitantes.

También se distinguieron sugerencias prioritarias que manifestó el personal de hoteles y empleados de la Secretaría de Turismo para mejorar el rubro en cuestión.

Al tomar una postura del determinismo económico, se confirma la gran importancia que tuvo la derrama monetaria que realizaron los excursionistas entrevistados; aquí el mayor porcentaje 18% (10 casos) gastó entre \$1000 a \$1500 pesos. Un alto porcentaje también invirtió de \$2500 a \$3000 (15%, 8 casos), y de \$500 a \$1000 pesos (15%, 8 casos) en dicha visita. También destacó cómo un 5% (3 casos) empleó entre \$10,000 a \$20,000 pesos en gastos totales.

A manera de hipótesis, se considera que dichos beneficios monetarios pueden impactar en variadas esferas; desde comercios formales e informales, restaurantes, hoteles, bares, servicios de transporte y filiales de grandes cadenas comerciales, hasta en el ingreso de habitantes de poblaciones de la región que acuden a vender todo tipo de productos artesanales, textiles y alimenticios. Sin embargo, y debido a su complejidad, el estudio científico del posible impacto económico (a nivel local y regional) mencionado en el párrafo anterior se deja para estudios posteriores.



El análisis de los resultados del presente trabajo puede servir de base para difundir (de manera planeada y en una escala territorial más amplia), las riquezas naturales, culturales, históricas, artesanales y gastronómicas con que cuenta la comunidad.

Finalmente, se considera que es indispensable tratar de preservar y resguardar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, por lo tanto, es necesario fomentar estudios de competitividad turística (ver a Amaya *et al.*, 2015) en esta privilegiada ciudad mexicana.

Referencias

- Álvarez, J.L. (2013). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- Amaya, C.M., Zizaldrá, I., Mundo R. (2015). Examen del fenómeno del turismo contemporáneo y la competitividad en la frontera del conocimiento. *El Periplo Sustentable*, 28, 81-114.
- Cuevas, V.B., Moo, F.J. y Sauri, M. (2016). Percepción social para la implementación de un proyecto de turismo cultural en la comunidad de Sacalaca, Quintana Roo. *El Periplo Sustentable*. (30), 206-224.
- Enríquez, M. A., Osorio, M., Franco, S., Ramírez, I.L. y Nava, G. (2010). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos del Parque Estatal Sierra de Nanchititla, Estado de México. *El Periplo Sustentable*. (18), 7-35.
- Franco, S., Osorio, M., Nava, G., y Regil, H. H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca, México. *Estudios y perspectivas en turismo*. 18 (2), 208-226.



- Gobierno de los Estados Unidos-Secretaría de Desarrollo Social (2013). *Unidad de microregiones. Cédulas de información municipal (SCIM). Economía*. [En línea]. Disponible en <http://www.microrregiones.gob.mx/zap/datGenerales.aspx?entra=nacion&ent=15&mun=040de>, [17 de abril de 2017].
- Gobierno del Estado de Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido (2015). *Mapas temáticos del Estado de México. Ixtapan de la Sal*. México: Gobierno del Estado de Estado de México-Secretaría de Turismo-México Desconocido.
- Guzmán, A. y Mayo, A. (2016). Evaluación de los atractivos turísticos de Tabasco, México. *International Journal of Scientific Managment Tourism*, 2 (2), 151-161.
- Hernández, R., Fernández, C. y Pilar, B. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ibarra, J.P., Velarde, M. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. *El Periplo Sustentable*. 16 (31), julio-septiembre.
- Luyando, J.R., Sandoval, L., Ortega, E. (2016). El capital social como factor para el desarrollo en el Pueblo Mágico de Tapijulapa. *El Periplo Sustentable*. (31), julio-septiembre.
- Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*. 17 (3), 613-619.
- Monterrubio, J.C., Mendoza, M. M., Huitrón, T. K. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del “spring break” en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*. (24), 41-65.
- Millán, M. (2012). Percepción de la Planificación y Gestión de los Espacios Turísticos Litorales de la Región de Murcia. *El Periplo Sustentable*. (22), 37-70.



- Olguín, B. R., Zizaldra, I. y Loera, E. (2015). Valoración de los agentes turísticos estratégicos del destino: el *branding* y marca en Hermosillo, Sonora. *El Periplo Sustentable*. (28), 6-30.
- Orgaz, F., Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*. 16 (31), julio-septiembre.
- Ruiz J. G., Martínez O. C., Verján R. (2015). Valoración de atributos culturales e históricos en la imagen promocional de la ciudad de Tijuana como destino turístico. *El Periplo Sustentable*. 28, 31-58.