



Vol 7, Nº 16 (junio/junho 2014)

EVALUACIÓN DE LA CULTURA TURÍSTICA QUE TIENEN LOS HABITANTES DE UN DESTINO TURÍSTICO. APLICACIÓN EN EL DESTINO MANZANILLO

L.G.T. Adriana Guadalupe Valencia Betancourt¹
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
valencia_adriana@ucol.mx
M.C. Mauricio Zavala Cordero²
Facultad de Turismo de la Universidad de Colima
mauricio@ucol.mx

RESUMEN

El turismo es un sector muy importante en la actualidad para el mundo en el aspecto económico, pues gracias a la derrama económica que deja éste, el desarrollo turístico va en incremento.

En los últimos años el turismo viene adquiriendo una notoria importancia que se manifiesta no sólo en el aumento del número de personas que se desplazan con fines turísticos de un lugar a otro, sino también en la búsqueda permanente de nuevas modalidades turísticas y en la expansión de la oferta turística que se procesa a través de la formulación de nuevos productos.

A su vez, se advierte un notable interés y preocupación por la preservación y la puesta en valor turístico de objetos y lugares patrimoniales; así, el carácter patrimonial de objetos y lugares es una de las características de los destinos turísticos valorizadas por la demanda actual. En este contexto, desde el ámbito académico, los estudios que abordan la temática de la valorización turística del patrimonio están desarrollándose en forma creciente.

Palabras clave: Ocio-Turismo-Población-Oferta y demanda-Política pública.

¹ Estudiante del programa de Posgrado Especialidad en Dirección de Organizaciones Turísticas de la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima

² Master en Dirección y Gestión Turística por la Universidad de Alicante, España. Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima, Coordinador de los programas de posgrado Especialidad en Dirección de Organizaciones Turísticas (Padrón CONACyT) y Maestría en Competitividad Turística, coordinador de 2 Libros y autor de 8 capítulos de libros y 4 artículos indexados relacionados al turismo

ABSTRACT

Tourism is a major industry today for the world in the economic aspect, because thanks to the economic flow that leaves it, tourism development is on the rise.

In recent years tourism has gained a remarkable importance is manifested not only in increasing the number of people who travel for tourism purposes from one place to another, but also in the constant search for new forms of tourism and the expansion of tourist offer that is processed through the development of new products.

In turn, considerable interest and concern for the preservation and commissioning tourist value of objects and heritage sites are warned; thus the patrimonial character of objects and places is one of the characteristics of tourist destinations valued by current demand. In this context, from academia, studies addressing the issue of development of heritage tourism are developing increasingly

***Key Words:** Leisure-Tourism-Population- Supply and demand-Public policy.

1. INTRODUCCIÓN

Como se ha ido exponiendo, la actividad turística total está compuesta por una combinación de productos y servicios ofertados para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística.

Esta experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado.

“Espacio turístico: es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda”. (Sancho & Buhalis, 1998)

Así como también aporta el un término más, que es ayuda a ir acotando un poco más al concepto objetivo que se desea llegar en ésta parte de la investigación que es, destino turístico.

Destino turístico, “es el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”. Bull (1994)

Numerosos autores Pearce (1998) han destacado la importancia que tiene la interacción entre turistas y residentes, reconociéndose en la actualidad que el éxito y la sostenibilidad de la actividad turística dependen, en gran medida, del apoyo que recibe por parte de la comunidad receptora.

Esta idea no es nueva ya que autores como Ritchie & Crouch (2000) en su modelo de competitividad de destinos turísticos ya la consideran, al proponer como recurso diferencial la hospitalidad. Una predisposición negativa afectaría los niveles de satisfacción de la experiencia turística.

Así como también se consideran muy importantes los resultados del estudio de Sheehan & Ritchie (2005) pues son determinantes en este sentido: los residentes son considerados parte interesada en turismo con elevado potencial para amenazar al destino, requiriendo estrategias de colaboración e implicación con el residente en el proceso de planificación del mismo.

En general la actividad turística hace más interesante y emocionante la vida cotidiana de un destino, aumentan las posibilidades económicas de los residentes, las actividades de ocio, en general la calidad de vida prospera fruto del bienestar causado por el turismo. No obstante, esta idea no es generalizada, existen grupos de residentes según el nivel de aceptación de la actividad turística, debido a la intensidad en el desarrollo de la actividad turística hacia un modelo

determinado que agita la vida del residente, totalmente vinculada a la experiencia turística. Los residentes pueden llegar a experimentar una pérdida de control sobre la comunidad, aumentando la sensación en el residente de sentirse extraño en su sociedad.

En general la actividad turística hace más interesante y emocionante la vida cotidiana de un destino, aumentan las posibilidades económicas de los residentes, las actividades de ocio, en general la calidad de vida prospera fruto del bienestar causado por el turismo. No obstante, esta idea no es generalizada, existen grupos de residentes según el nivel de aceptación de la actividad turística, debido a la intensidad en el desarrollo de la actividad turística hacia un modelo determinado que agita la vida del residente, totalmente vinculada a la experiencia turística. Los residentes pueden llegar a experimentar una pérdida de control sobre la comunidad, aumentando la sensación en el residente de sentirse extraño en su sociedad.

Es así que al hablar de la cultura turística estaremos haciendo referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser.

El término "cultura turística" significa el compromiso de las personas y búsqueda de mejores condiciones para que la actividad turística sea posible de realizar. Además Ulloa Reyes menciona algunas particularidades sobre México de este mismo concepto, en las cuales coincide con la SECTUR, (2012).

OMT (1998) afirma que, el problema se diluye cuando se tergiversa en materia de política turística, la cuestión de cultura turística y turismo cultural, el turismo es sólo una faceta de la dimensión cultural del hombre, a través de la carta del turismo cultural, ha establecido que el turismo denominado cultural es originado por el deseo de visitar y conocer las diversas manifestaciones de los patrimonio natural, histórico-monumental y cultural propiamente dicho de las diferentes regiones y países que integran el planeta.

La cultura turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora. SECTUR (2013).

Con esta base, la Cultura Turística incorpora las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas del turismo, orientándose hacia los beneficios comunitarios, pretendiendo resaltar la participación de las comunidades según sus propias características locales.

El objetivo primordial radica entonces, en enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Con respecto a los servicios que conforma a la cultura turística en un destino, menciona Mazón T. (2001) el valor que tienen los servicios turísticos en el ámbito del turismo. En este contexto, las emociones se convierten en el motor de la demanda turística, que consumen determinados servicios no por sus aspectos funcionales, sino por su capacidad de suscitar emociones.

Expone Horovitz, (1991) que en el entorno actual no hay empresas viables sin atención al cliente y sin la calidad del servicio que se debe ofrecer. Por ello, para poder estar presente en un mercado cada vez más competitivo, las empresas tienen que apostar por la calidad de servicios, considerada por muchos autores como la "quinta p" del marketing mix. El autor, partiendo de experiencias reales, demuestra la importancia que tienen la forma en que el cliente percibe la calidad y los medios que existen para satisfacerle (AU).

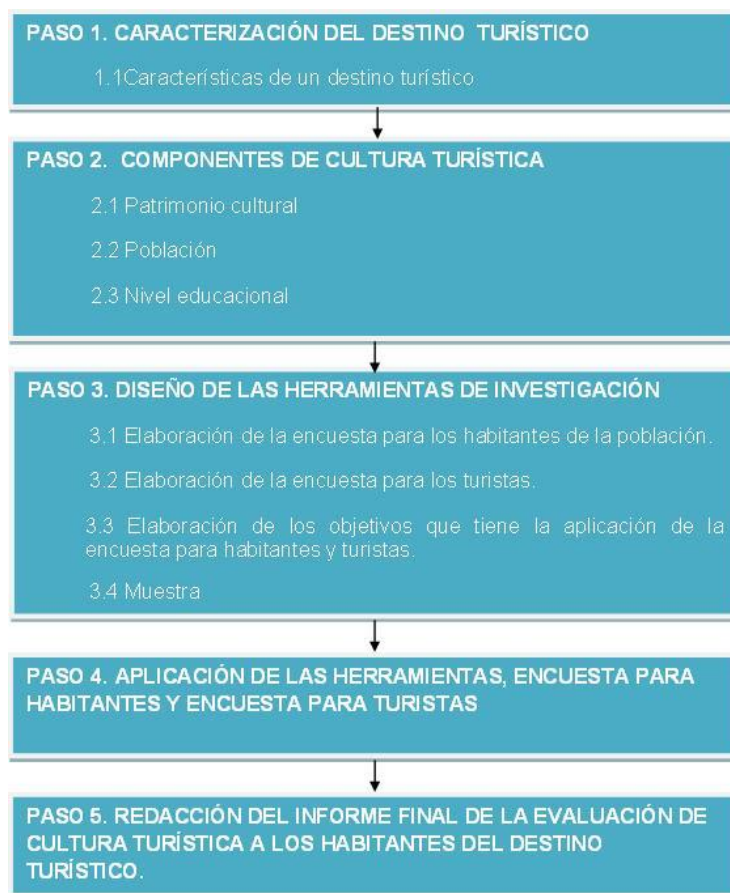
En conclusión la actitud es la respuesta aprendida tras el impacto de diversos elementos (económicos, sociales, culturales y medioambientales) y corregidas en intensidad y sentido por factores, internos y externos al residente.

Hasta el momento el análisis de la actitud del residente se ha ido alimentando de diversas muestras en diferentes lugares, modelos turísticos,... en definitiva, aspectos o características que afectan a la actitud del residente, que explican variaciones de la actitud ante la presencia de esos condicionantes en ese preciso instante temporal. Pero queda un largo camino por descubrir en el análisis evolutivo de la actitud, en la consistencia y validez de los impactos y factores inferidos, así como en la respuesta global del residente a lo largo del tiempo.

La actitud tal y como es definida por los investigadores se retroalimenta de forma constante, es una predisposición aprendida, entonces si estamos de acuerdo con esta afirmación los estudios de actitud se podrán confirmar siempre y cuando en sus resultados se considere la evolución temporal en la predisposición del residente.

2. METODOLOGÍA

La metodología de la presente investigación, se resume en lo siguiente:



Esquema 1. Proceso metodológico para la evaluación de la cultura turística de los habitantes de un destino turístico. (Elaboración propia)

PASO 1. CARACTERIZACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

1.1 Características de un destino turístico

Un destino turístico es como ya se ha mencionado con anterioridad según Bull (1994) “*Destino turístico*.es el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”.

PASO 2. COMPONENTES DE CULTURA TURÍSTICA

2.1 Patrimonio cultural

La SECTUR, (2000) define al Patrimonio Cultural, como aquellos sitios en donde prevalecen etnias y costumbres típicas del país o región, generalmente dedicadas a la elaboración de artesanías y conservación de la tradición.

2.2. Población

La población es también un elemento de la cultura turística, el cual es muy importante para llevar a cabo el desarrollo del turismo.

La Población de México de acuerdo con INEGI, (2010) está conformada por personas con características diversas, que comparten entre otras cosas el territorio, la historia, el idioma y algunas costumbres.

2.3. Nivel educacional

Es vital conocer el nivel de educación con que cuenta los habitantes de una población que conforma a cierto destino turístico, ya que como se sabe, entre mayor sea el nivel, mayor será el conocimiento y la aportación con el desarrollo del destino.

PASO 3. DISEÑO DE LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Elaboración de la encuesta para los habitantes de la población.

La herramienta para aplicarse a los habitantes de la población, evaluará aspectos importantes que ayudes a la obtención de información relacionada con la cultura turística que tienen y así como también aquellos aspectos generales de los mismos. Por ejemplo

- Edad
- Genero
- Nivel educacional
- Tiempo que tienen viviendo en el destino
- Conocimiento sobre la cultura general del lugar en que viven
- Importancia del turismo para ellos
- Simpatía o desacuerdo con el desarrollo del destino, etc.

3.2 Elaboración de la encuesta para los turistas.

La encuesta para turistas y visitantes, es también para esta investigación de vital importancia, ya que ellos son quienes desde su punto de vista brindarán información relevante para determinar la evaluación de la cultura que tiene la población receptora del destino turístico.

En esta herramienta se pretende incluir indicadores como:

- Edad
- Genero
- Destino (nacional o internacional)
- Opinión sobre el trato que obtuvieron de los residentes del destino
- Percepción del ambiente turístico durante su estancia en el destino, etc.

3.3. Elaboración de los objetivos que tiene la aplicación de la encuesta para habitantes y turistas.

Anterior a la elaboración de las herramientas que se aplicarán en el destino a evaluar, es necesario plantear una serie de objetivos para cada una de ellas, pues éstos servirán como base para evitar desviaciones en la recolección de información, además de adquirir los datos suficientes para lograr la evaluación de la cultura turística que tienen los habitantes de un destino turístico. Cuya aplicación será al destino turístico de Manzanillo.

3.4 Muestra

La recogida de información durante el trabajo de campo requiere inicialmente un cálculo adecuado de la muestra. Los individuos que se examinarán serán los habitantes del destino turístico Manzanillo.

Se utilizará un método de muestreo probabilístico, según la fórmula estipulada por la Secretaría de Turismo en el Fascículo V "*Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos Exitosos*" de la Serie de Documentos Técnicos de Competitividad.

4. APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS, ENCUESTA PARA HABITANTES Y ENCUESTA PARA TURISTAS

La aplicación de las herramientas de investigación se aplicarán a los habitantes del destino turístico Manzanillo como ya se mencionó en la muestra en los diferentes tipos de personas que conforma a éste, así como también a los turistas y visitantes.

5. REDACCIÓN DEL INFORME FINAL DE LA EVALUACIÓN DE CULTURA TURÍSTICA A LOS HABITANTES DEL DESTINO TURÍSTICO.

Posterior al procesamiento de la información de las herramientas aplicadas, es preciso redactar un informe para mostrar los resultados reales de dicha evaluación, para comparar verificar si se cumplieron o no los objetivos de ésta investigación, además también con la finalidad de corroborar o descartar la hipótesis anteriormente planteada.

3. RESULTADOS

A continuación se hace un análisis descriptivo y explicativo del comportamiento de las variables de la población participante del estudio.

Encuesta habitantes del destino turístico

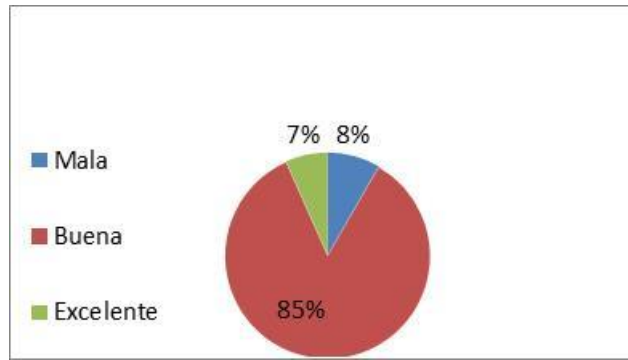


Gráfico 1. Percepción de la interacción de los habitantes con los visitantes y turistas. (Elaboración propia)

Los habitantes de destino de Manzanillo consideran que la interacción que entre el turista y los habitantes, ya que del total de los encuestados un 85% considera buena, un 8% la considera mala y el 7% Excelente, lo que significa que están de acuerdo con la actividad turística, a relacionarse con los visitantes y por tanto a darles un buen trato.

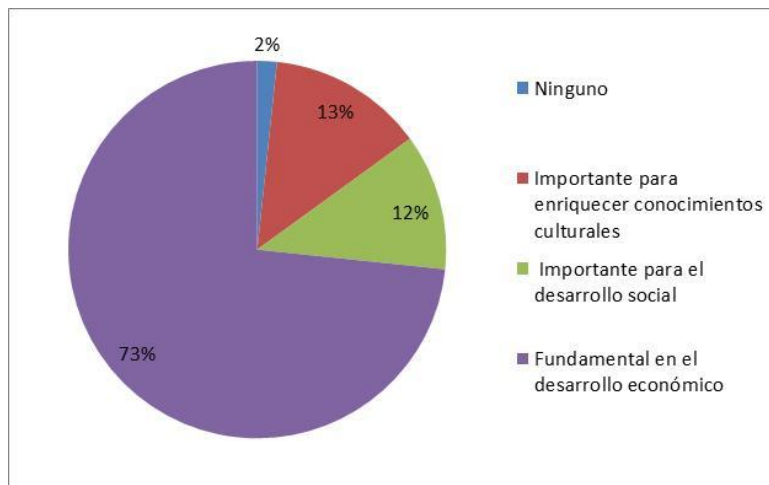


Gráfico 2. Percepción sobre el papel del turista en el desarrollo social y económico. (Elaboración propia)

Para el desarrollo personal de la mayoría de los habitantes del destino turístico, el turista desempeña un papel fundamental en el aspecto económico, un 13% cree que desempeña un papel importante para enriquecer conocimientos culturales, el 12% los considera importante para el desarrollo social, y sólo el 2% dice que no representa ningún papel en su desarrollo personal

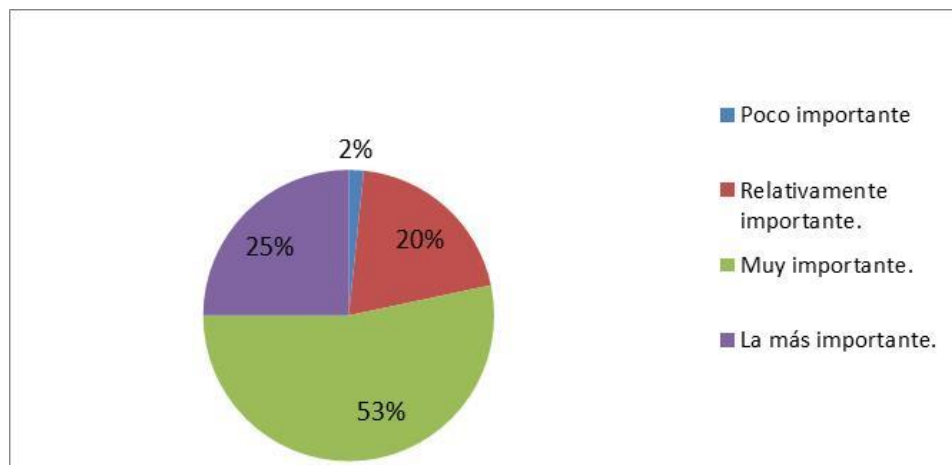


Gráfico 3. importancia que tiene el turismo para el desarrollo del municipio. (Elaboración propia)

Los habitantes en su mayoría (78%), consideran al turismo como una actividad muy importante o la más importante para el desarrollo del municipio solo el 20% mencionó que es relativamente importante.

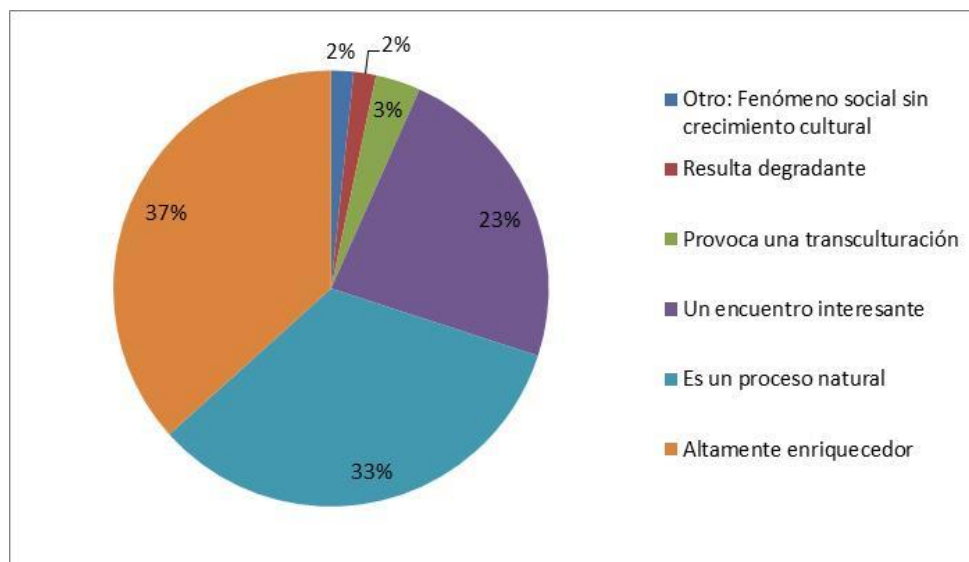


Gráfico 4. Intercambio social y cultural entre habitantes y turistas. (Elaboración propia)

La mayoría de los habitantes opinó que el intercambio social y cultural ellos y los turistas es altamente enriquecedor, pero el 33% de la población considera que es solo un “proceso natural”, por encima de algún dato negativo

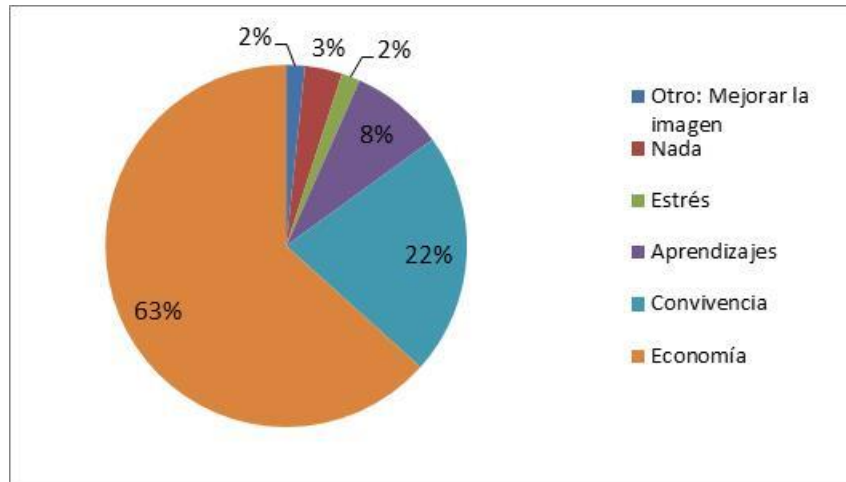


Gráfico 5. Imagen que tiene el habitante del turista. (Elaboración propia)

Los habitantes encuestados relacionan directamente la palabra turista con economía (63%) ya que la actividad turística es una de las principales en el destino, un 22% se decidió como un aspecto sociológico (convivencia) y solo el 8% considera que puede tener algún tipo de aprendizaje. Para los residentes del destino el turista representa dinero, por el hecho que la mayoría o gran parte de ellos se dedican a trabajar en la actividad, por lo que lo familiarizan con economía y al mismo tiempo la convivencia del durante la prestación del servicio.

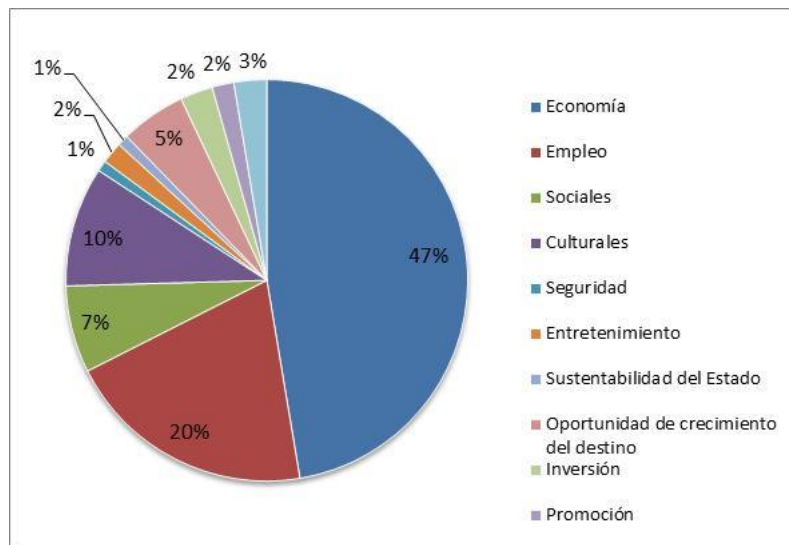


Gráfico 6. Ventajas del turismo para la población. (Elaboración propia)

De las ventajas que trae el turismo a la población, un 47% de los encuestados dijo que es la economía, el 20% empleo, un 10% ventajas culturales, además de las sociales. Lo anterior expresa que para los residentes del destino el turismo provoca una derrama económica que beneficia al lugar y con la temporada alta se generan empleos temporales, lo que posteriormente ocasiona la interacción con los turistas y el intercambio cultural y social.

Encuesta turistas / visitantes

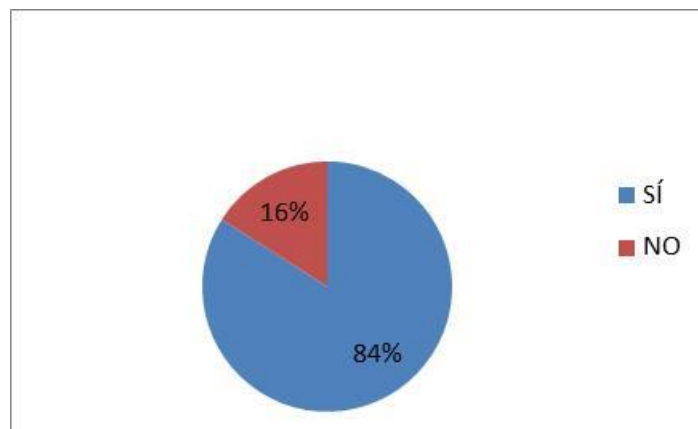


Gráfico 7. Cumplimiento de las expectativas del destino Manzanillo. (Elaboración propia)

De acuerdo con los turistas en relación al destino turístico, se puede corroborar que Manzanillo sí cumplió con sus expectativas, ya que el 84% es fueron quienes expresaron lo anterior y sólo para el 16% no fue así.

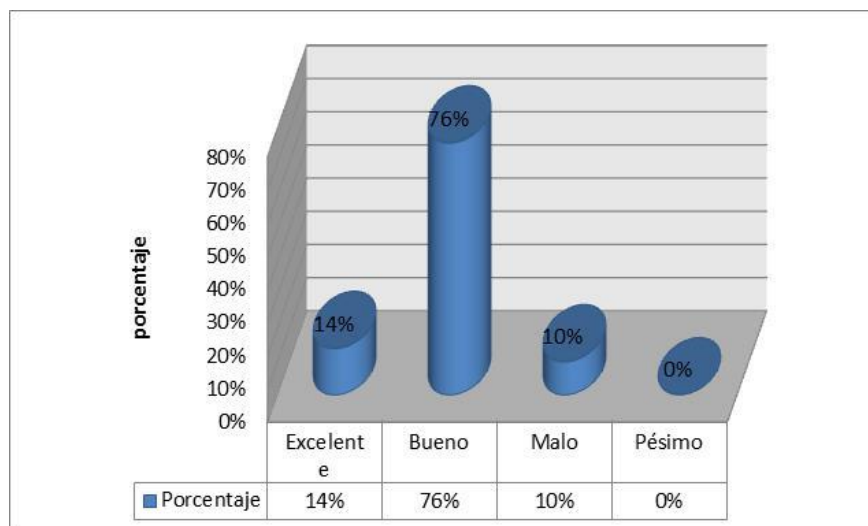


Gráfico 8. Calidad de los servicios ofrecidos al turista. (Elaboración propia)

Del total de los turistas encuestados al 76% le pareció que los servicios en general ofrecidos en el destino fueron buenos, el 14% mencionó que excelentes y un 10% contestó que le parecieron malos. Los servicios que se le proporcionan a los turistas son buenos y fue uno de los factores que ayudan a lograr el cumplimiento de las expectativas de los turistas sobre el destino.

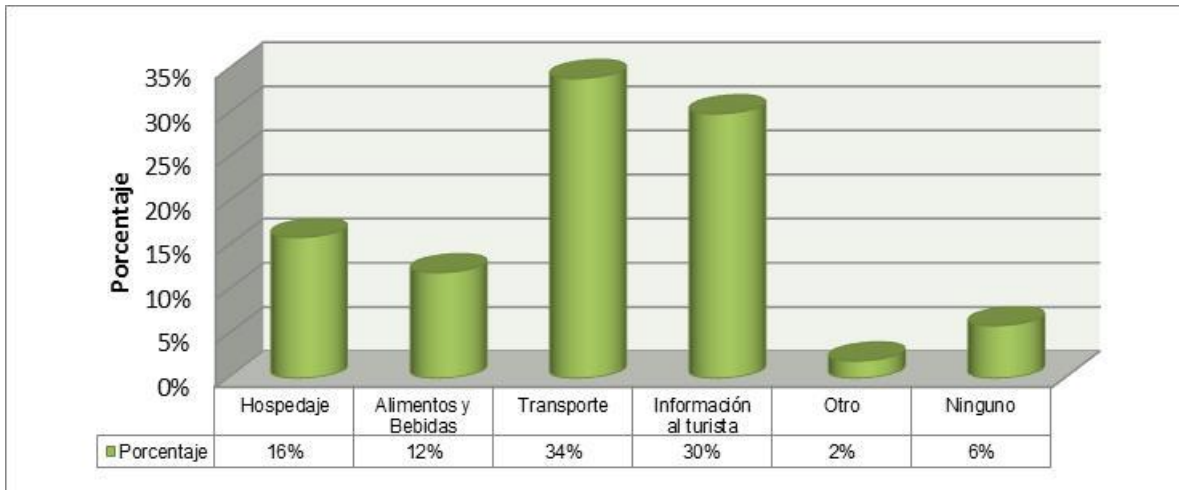


Gráfico 9. Servicios que se deben mejorar. (Elaboración propia)

Con respecto a las respuestas obtenidas por los turistas encuestados sobre los servicios que deben mejorar a pesar de que ya se me confirmó que para la mayoría el destino cumplió con sus expectativas por los servicios que percibieron, el 34% dijo que el transporte, el 30% la información al turista. Con estas respuestas, es posible darse cuenta que tanto los habitantes como los turistas han coincidido con el hecho de que el hospedaje y la información al turista son los principales focos rojos para la mejora en el desarrollo del destino y que es importante darles la prioridad que requieren.

4. CONCLUSIONES

Gracias al análisis de los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a los habitantes del destino Manzanillo y la que se les realizó a los turistas del destino, las cuales fueron las herramientas que se utilizaron para la evaluación de la cultura turística de los habitantes del destino turístico Manzanillo, mismas que determinaron que, la población receptora está de acuerdo con que la actividad turística se lleve a cabo y se desarrolle aún más como destino turístico ya que le hace falta al lugar la mejora de algunas áreas de oportunidad que se detectaron en las que se detectó trabajar para incrementar la mejora y posteriormente el desarrollo. Puesto que en su mayor parte los habitantes tienen noción de la importancia económica, turística, cultural y social que trae el turismo para ellos mismos, el destino y hasta el propio estado de Colima.

A recibir visitantes / turistas en su lugar de residencia, se genera empleo y aún en mayor cantidad con la temporada alta esto por la cantidad de personas que visitan el destino, lo mismo que por consecuencia secundaria da pie a la interacción entre los actores receptores y los visitantes, generando a su vez empatía, convivencia y hasta algún tipo de relación entre los mismos y como resultado de lo anterior lo está la derrama económica, el enriquecimiento de conocimientos culturales, el desarrollo social, entre otros beneficios en general que influyen tanto en los habitantes como en el destino y Estado.

Además de lo anterior, se considera importante brindarle apoyo a la población para ampliar su nivel de cultura turística, ya que la imagen o concepto que tienen de los turistas es dinero o economía, por tanto se enfocan no todos pero si la mayoría en venderles un producto o servicio en el momento pero sin preocuparse por darle seguimiento y también en agregar algo que es fundamental, el tacto y la sensibilidad para tratarlos como personas que vienen a vivir experiencias en las que esperan sentirse cómodos y en un ambiente agradable, y no verlos simplemente como una fuente de empleo y desarrollo económico.

También se requiere enriquecer los conocimientos que los residentes tienen sobre su lugar de residencia, ya que por más buenas intenciones que tengan de brindarles información y apoyo a los turistas sobre el destino durante su estancia, no les será tan fácil o posible, por las limitaciones de conocimientos.

Finalmente se considera importante resaltar que, la opinión que los turistas tienen sobre el destino es que sí llenó las expectativas que ellos tenían sobre el lugar, y consideran que los servicios recibidos y el trato fueron buenos. Sin embargo comentaron que sería pertinente prestar atención en los servicios de transporte, información al turista y de hospedaje, que fueron los que les parecieron más relevantes para darles prioridad y atender.

5. BIBLIOGRAFÍA

Albrecht, K. (1990). La revolución del servicio. (F. d. Legis, Ed.) ISBN.

Barrado Timón, D. A. (2004). El concepto de destino Turístico. Una aproximación geográfico-territorial.

Bourdieu, P. (1999). La distinción. crítica social de judgement, minuit, París. En N. García Canclini, Los usos sociales del Patrimonio Cultural (págs. 16-33). Andalucía.

Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1999). La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza. En N. García Canclini, LOS USOS SOCIALES DEL PATRIMONIO CULTURAL (págs. 16-33). Ixtapalapa.

Díaz Armas, R., & Gutiérrez Taño, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. Pasos, 431-444.

Garay Tamajón, L. A. (2007). El ciclo de evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Barcelona.

García Carreira, A. (2008). Una aplicación metodológica para el estudio de la Imagen de Marca de un destino turístico. pasos, 1-10.

González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. Dialnet, 111-128.

Grotanelli, V. L. (2006). La cultura. En F. Lerma Martínez, La cultura y sus procesos: antropología cultural : guía para su estudio (pág. 27). Ediciones Laborum.

Horowitz, J. (1990). La Calidad del Servicio. A La conquista del cliente. Madrid: McGraw Hill, 105.

INEGI. (2010). inegi.org. Recuperado el 01 de noviembre de 2013, de inegi.org: <http://cuentame.inegi.org.mx/Poblacion/default.aspx?tema=P>

López Sánchez, J. A., Garrido, A., Manuel, Micossi, V., & Cano Marzana, M. (2013). Modelo-guía de valoración turística del patrimonio religioso: los templos de Jerez de la frontera. pasos, 147-157.

Pacheco C., V., Carrera B, P., & Almeida F, K. (2011). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE PROYECTOS DE TURISMO COMUNITARIO. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana. Gestión Turística, 21-46.

Real Academia Española. (2013). Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado el 2013, de Diccionario de la Real Academia Española.

Sancho, A., & Buhalis, D. (01 de marzo de 1998). Introducción al Turismo.

Secretaría de Turismo. (2012). SECTUR. Recuperado el octubre de 2013, de SECTUR: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura

SECTUR. (2004). Guía para el desarrollo de servicios turísticos básicos en sitios naturales. (L. Rueda, Ed.)