

# Administración y turismo



**Coordinadores:**  
**María de los Ángeles Cardona Cortés**  
**César Augusto Severino Parra**





# ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

## COORDINADORES

MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS  
CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA

## AUTORES

ADRIANA JANETH GARCÍA CONTRERAS, ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO, ARTURO MENDOZA TALAVERA, ARTURO MORA MATUS, CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, EMILY MARLEN HERNÁNDEZ RAMÍREZ, ERIC MANUEL RAMOS NERI, FRANCISCO DE JESÚS NORIEGA RIANDE, GUSTAVO MENDOZA BARRÓN, ISIDRA IRENE LARRAÑAGA JAUREGUI, LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ, MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS, MARÍA GUADALUPE MONTES DE OCA SÁNCHEZ, MARIO FRANCISCO JIMÉNEZ SUSUNAGA, MEIBY ALESSANDRA ARRES OLGUÍN, NURIA AMPARITO GARCÍA CONTRERAS, VANIA GUADALUPE HERNÁNDEZ FRAGOSO.

## EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2020



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.  
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO  
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.  
CEL 2282386072  
PONCIANO ARRIAGA 15, DESPACHO 101.  
COLONIA TABACALERA  
DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC  
C.P. 06030. MÉXICO, D.F. TEL. (55) 55660965  
[www.redibai.org](http://www.redibai.org)  
[redibai@hotmail.com](mailto:redibai@hotmail.com)

ISBN: 978-607-99111-1-9



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.  
(978-607-99111)  
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.  
No. de ejemplares: 200  
Presentación en medio electrónico digital: Cd-Rom formato PDF 6 MB  
Fecha de aparición 02/04/2021  
ISBN 978-607-99111-1-9

# **ADMINISTRACIÓN Y TURISMO**

## **COORDINADORES**

MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS  
CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA





**ÍNDICE**

**TURISMO Y GASTRONOMÍA: MUNICIPIO DE SOLEDAD DE DOBLADO, VERACRUZ**

DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS, DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA

LAT VANIA GUADALUPE HERNÁNDEZ FRAGOSO

3

**TURISMO SUSTENTABLE: SANTA TERESA, MUNICIPIO DE TUXTEPEC, OAX.**

DR. ERIC MANUEL RAMOS NERI DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA,

LAT ADRIANA JANETH GARCÍA CONTRERAS

27

**TURISMO RURAL: MUNICIPIO DE PLAYA VICENTE, VER.**

DR. FRANCISCO DE JESÚS NORIEGA RIANDE, DR. ARTURO MORA MATUS,

LAT EMILY MARLEN HERNÁNDEZ RAMÍREZ

49

**TURISMO MÉDICO: MUNICIPIO DE JUCHITÁN DE ZARAGOZA, OAX.**

MTRO. GUSTAVO MENDOZA BARRÓN DR. ERIC MANUEL RAMOS NERI

LAT MEIBY ALESSANDRA ARRES OLGUÍN

71

**PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES PARA TENER ÉXITO EN LA  
ACTUALIDAD**

LIC. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ, IQ. ISIDRA IRENE LARRAÑAGA JAUREGUI,

MTRO. ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO, ING. MARIO FRANCISCO JIMÉNEZ SUSUNAGA,

MTRO. ARTURO MENDOZA TALAVERA

93

**ESTUDIO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SU  
INVOLUCRAMIENTO CON LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES EN EL TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO/INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO.**

MTRO. ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO, LIC. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ,

DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, MTRA. MARÍA GUADALUPE MONTES DE OCA SÁNCHEZ

105

**DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO. MUNICIPIO DE TOMATLÁN, VER.**

DR. ARTURO MORA MATUS, DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS

LAT NURIA AMPARITO GARCÍA CONTRERAS

115



## TURISMO Y GASTRONOMÍA: MUNICIPIO DE SOLEDAD DE DOBLADO, VERACRUZ

DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS<sup>1</sup> DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA<sup>2</sup>

LAT VANIA GUADALUPE HERNÁNDEZ FRAGOSO<sup>3</sup>

### RESUMEN

El presente proyecto de investigación es un estudio explicativo y analítico, el cual tiene como finalidad impulsar el turismo mediante el desarrollo de un festival gastronómico sobre los platillos típicos más consumidos en el municipio de Soledad de Doblado, Veracruz y a su vez, beneficiar y aumentar la economía de los habitantes.

Se tiene como objetivo diseñar un festival gastronómico sobre los platillos típicos en Soledad de Doblado, Ver para aumentar el turismo y crear una derrama económica local.

La pregunta de investigación que se contempla en este trabajo de investigación es ¿El diseño de un festival gastronómico sobre los platillos típicos en Soledad de Doblado, Ver para aumentar el turismo creara una derrama económica local? con esto se busca impulsar el turismo y la gastronomía debido estos dos factores impulsados podremos ver los resultados favorables reflejados en la economía local. Los enfoques metodológicos utilizados son cualitativos y cuantitativos. Las técnicas cualitativas aplicadas fueron el Check-List y el análisis FODA, las cuales se requisitaron con apoyo de un habitante del municipio. Los instrumentos del método cuantitativo fueron encuestas aplicadas a los locales del municipio investigado, de igual manera, se realizó una entrevista al director de turismo y cultura del ayuntamiento de Soledad de Doblado. **Palabras clave:** Impulso, turismo, gastronomía típica, tradiciones.

---

<sup>1</sup> PTC Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. acardona@uv.mx

<sup>2</sup> PA Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. cseverino@uv.mx

<sup>3</sup> Estudiante de Administración Turística. Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. vaniahdz1d@gmail.com



## INTRODUCCIÓN

Según el Plan de Nación (2020-2024)<sup>4</sup>, el turismo es clave para aumentar los niveles de crecimiento y reducir el quebranto social en que vive el país, pues constituye una herramienta para fomentar la recuperación del tejido social a través de la convivencia y el intercambio cultural. Menciona que; el gobierno federal puede, a través del impulso al turismo contribuir al desarrollo económico y social de las personas, para ello, las políticas públicas deberán ir encaminadas a invertir y apoyar de manera relevante a poblaciones donde existe históricamente un gran potencial y una participación, y que hoy se encuentran alejadas de los beneficios del desarrollo. Por otro lado, el Programa Sectorial de Turismo (2019-2024)<sup>5</sup> menciona que México posee un territorio con una gran diversidad cultural, natural y biocultural que lo hace único entre las naciones. Es por ello por lo que la riqueza turística de México presenta grandes retos para romper paradigmas e inercias, con el fin de lograr el bienestar de la población y redistribuir sus beneficios de manera equitativa entre la población, las comunidades y las regiones del país.

También, el Plan Veracruzano de Desarrollo (2019-2024)<sup>6</sup> sugiere que Veracruz es una de las primeras opciones del turismo, se destaca por ser uno de los estados principalmente visitado por sus atractivos naturales, culturales, históricos y especialmente las gastronómicas.

En el Plan Municipal de Desarrollo (2018-2021)<sup>7</sup> uno de los objetivos mencionados es preservar el patrimonio cultural del municipio y realizar acciones de promoción de la cultura. Otro de sus objetivos referentes al turismo es incrementar esta actividad en el municipio mediante programas de promoción y aprovechamiento sustentable de sus atractivos turísticos fortaleciendo la plataforma turística para presentar un nuevo rostro al turista.

---

<sup>4</sup> <https://contralacorrupcion.mx/trenmaya/assets/plan-nacion.pdf>

<sup>5</sup> <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>

<sup>6</sup> <http://www.veracruz.gob.mx/proteccioncivil/wp-content/uploads/sites/5/2019/06/Plan-Veracruzano-Desarrollo-2019-2024.pdf>

<sup>7</sup> <http://soledadedoblado.gob.mx/f/121>

## MARCO TEÓRICO

### Definición del turismo

Según Ramírez, R. (2006). El turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para beneficiarse de las bondades de otros lugares, descansar, esparcirse, recrearse y escapar de la monotonía de su vida diaria. Desde la perspectiva de los pueblos, regiones o naciones, emisores y receptores, el turismo es un fenómeno socioeconómico que influye en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, gracias al intercambio de conocimientos, culturas, credos, idiomas y otros.<sup>8</sup>

### Beneficios económicos del turismo

El Turismo como generador de ingresos: La actividad turística, como es de suponer, genera ingresos monetarios para gobiernos, empresarios y comunidades receptoras en distintas partes del mundo. Ahora bien, los ingresos producidos por el turismo no sólo tienen en cuenta al turismo receptor, es decir, el realizado por residentes de un país dentro de las propias fronteras nacionales.<sup>9</sup>

### Impactos ambientales del turismo

El turismo contribuye a acelerar los impactos ambientales por medio de algunas de sus formas de manifestarse. No son raros los casos en los que la actividad si no es considerada como el principal agravante, es vista como la causante de la degradación ambiental local junto con otras actividades económicas como la agricultura o la industria (Lickorish & Jenkins 2000). Krippendorf (2001) explica que el paisaje es el principal motivo para que exista el turismo y afecte su fuerza económica.

---

<sup>8</sup> <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

<sup>9</sup> <http://nulan.mdp.edu.ar/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>

## Tipos de turismo

Turismo gastronómico: Es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.<sup>10</sup>

## Importancia de los festivales

Los festivales tienen algunas ventajas económicas frente a la programación ordinaria. Tres son los motivos fundamentales: a) captan recursos públicos y privados más fácilmente (por su mayor visibilidad); b) pueden generar más ingresos por taquilla al lograr atraer gracias a la singularidad del evento más espectadores y c) los grupos artísticos tienden a aceptar con mayor facilidad descuentos en sus cachés.<sup>11</sup>

## Festivales gastronómicos

Los festivales gastronómicos son una parte importante del turismo gastronómico (Ignatov & Smith, 2006) y son una forma específica de turismo. En este sentido los eventos turísticos tienen otras funciones como el incremento del número de visitantes a la región o a la ciudad, la inyección económica, el incremento del empleo, la mejora de la imagen del destino o la mejora de los beneficios sociales y culturales tanto para la comunidad local como para el visitante. De esta manera, los festivales gastronómicos son una buena oportunidad para que los turistas puedan disfrutar de la cocina local y, por tanto, tener una experiencia diferente en su viaje. Para que se pueda afirmar que un festival es gastronómico, debe ofrecerse alimentos de la especialidad local o actividades y programas con temas gastronómicos locales o regionales (Lee & Arcodia, 2011). En términos generales, los turistas viajan bien porque son empujados por motivos o variables internas, bien porque son atraídos por fuerzas externas del destino.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

<sup>11</sup> [https://www.researchgate.net/publication/237075477\\_Tipologias\\_y\\_modelos\\_de\\_gestion\\_de\\_festivales](https://www.researchgate.net/publication/237075477_Tipologias_y_modelos_de_gestion_de_festivales)

<sup>12</sup> [https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473552033025/html/index.html#redalyc\\_473552033025\\_ref36](https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473552033025/html/index.html#redalyc_473552033025_ref36)



## Gastronomía

La Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. De esta forma se vinculan las Bellas Artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano. El objetivo material de la gastronomía es todo aquello que alimenta al ser humano, la meta es su conservación, y para lograrlo se apoya en la agricultura, ganadería, el comercio, la industria de alimentos y el desarrollo de la creatividad entre muchos otros.<sup>13</sup>

### Gastronomía en México

La gastronomía mexicana es tan diversa como su geografía. Tiene los colores del campo y de la tierra de cada región. Por eso, muchos de los platos típicos que se cocinan en el norte del país no se comen en el sur, y los del sur no se conocen en el este o el oeste.

Las cocinas mexicanas huelen a maíz, chile y frijol. Algunas huelen también a cacao, aguacate, jitomate y vainilla. En los pueblos de la provincia del país, dicen que todas las cocinas de México huelen a historia, porque los ingredientes que se usan actualmente para cocinar son los mismos que los antiguos mexicanos usaban hace miles de años.<sup>14</sup>

### Tendencias gastronómicas

La revalorización del patrimonio no solo como bien simbólico que incide en la construcción de nacionalismo y pertenencia comunitaria, sino también como factor de desarrollo. Las gastronomías ancestrales, tradicionales y locales han comenzado a ocupar un lugar principal al punto de que existe un programa de nivel federal centrado en ellas, el cual recupera diversos valores asociados con la gastronomía como recurso: su valor económico, histórico y cultural. Es decir, hay una tendencia por la gastronomía turística patrimonialista.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Historia\\_de\\_la\\_gastronomia.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia_de_la_gastronomia.pdf)

<sup>14</sup>

[https://www.difusion.com/uploads/telechargements/catalogue/ele/lecturas\\_graduadas/marca\\_america\\_latina/marca\\_america\\_latina\\_cocina\\_mexicana.pdf](https://www.difusion.com/uploads/telechargements/catalogue/ele/lecturas_graduadas/marca_america_latina/marca_america_latina_cocina_mexicana.pdf)

<sup>15</sup> <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456150029006.pdf>

## MARCO CONTEXTUAL

### Soledad de Doblado, Veracruz

Toponimia: Se le dan dos nombres: de La Soledad, nombre de la hacienda de la cual surgió la ciudad actual. De Doblado, en honor del liberal Manuel Doblado (1818-1863), quien firmó en la hacienda los Tratados Preliminares de la Soledad con los representantes de los gobiernos de Inglaterra, Francia y España (19 de febrero de 1862).

#### Geografía

Se encuentra ubicado en la zona semiárida del centro del Estado, en las llanuras del Sotavento, en las coordenadas 19° 03' latitud norte y 96° 25' longitud oeste, a una altura de 100 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Paso de Ovejas, al este con Manlio Fabio Altamirano, al sureste con Jamapa, al sur con Cotaxtla y Carrillo Puerto, al suroeste con Adalberto Tejeda, al oeste con Comapa. Su distancia aproximada al sureste de la capital del Estado, por carretera es de 75 Km.

Extensión: Tiene una superficie de 416.30 Km.2., cifra que representa un 0.58% total del Estado.

Orografía: El municipio se encuentra ubicado en la zona central del estado y dentro de las llanuras del Sotavento, siendo su suelo plano.

Hidrografía: Se encuentra regado por el río Jamapa que, junto con el Cotaxtla, desembocan en el Golfo de México, formando la barra de Boca del Río.

Clima: Su clima es cálido-seco-regular con una temperatura promedio de 25° C; su precipitación pluvial media anual es de 887 mm.<sup>16</sup>



<sup>16</sup> [http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2019/06/Soledad-de-Doblado\\_2019.pdf](http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2019/06/Soledad-de-Doblado_2019.pdf)

## Historia

El pueblo de Soledad se originó como una estancia o venta en el viejo camino colonial que unía al punto de Veracruz con las Villas de Córdoba y Orizaba y la Ciudad de México. El Decreto de 5 de diciembre de 1861 concede el título de Pueblo a la Congregación La Soledad, del Cantón de Veracruz, por Decreto de 22 de junio de 1892 se otorga al pueblo de Soledad de Hernández y Hernández, el título de Villa.

Año	Acontecimiento	Fuente: INAFED
1861	La congregación La Soledad, obtiene el título de pueblo.	
1863	El municipio se denomina Soledad de Hernández y Hernández.	
1884	Extinción del municipio de San Diego, anexando su territorio al de Soledad de Hernández y Hernández.	
1892	El pueblo de Soledad de Hernández y Hernández obtiene el título de Villa.	
1896	La Villa se denomina Soledad de Doblado.	
1931	Designación de Soledad de Doblado, como cabecera del Distrito X Distrito Electoral.	
1937	Creación del municipio de Manlio Fabio Altamirano con congregaciones del de Soledad de Doblado.	
1961	Soledad de Doblado, es elevada a la categoría de Ciudad.	

El 16 de junio de 1896, por Decreto la Villa se denomina Soledad de Doblado, en honor de Manuel Doblado, quien firmó en este lugar, el 19 de febrero de 1862, los tratados preliminares con los representantes de Inglaterra, España y Francia. Por Decreto de 16 de noviembre de 1961 se eleva a la categoría de Ciudad a la Villa de Soledad de Doblado.<sup>17</sup>

## Tradiciones

### Música:

De banda, de cuerdas, duetos de guitarra, requinto y boleros.

### Gastronomía local

#### Festividades

- 2 de febrero feria de la candelaria
- 19 de febrero tratados de soledad
- Carnaval de Soledad
- Feria de la garnacha
- 15 de septiembre
- 20 de noviembre
- 12 de diciembre
- Día de muertos

<sup>17</sup>

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM30veracruz/municipios/30148a.html#:~:text=El%20pueblo%20de%20Soledad%20se,y%20la%20Ciudad%20de%20M%C3%A9xico.&text=Por%20Decreto%20de%2016%20de,Villa%20de%20Soledad%20de%20Doblado>



**METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizó fue cualitativa y cuantitativa. En el método cualitativo las técnicas de recolección de datos que se ejecutaron fue el análisis FODA y el check-list (lista de comprobación), en donde se contó con el apoyo de un habitante que nos pudiera hablar del municipio de Soledad de Doblado, Veracruz. Respecto a los instrumentos de investigación cuantitativa, se aplicaron encuestas conformadas por 10 preguntas de manera digital a los habitantes del lugar como parte de la investigación. También, se realizó una entrevista integrada de igual manera por 10 preguntas al director de turismo y cultura.

<b>ANALISIS FODA “SOLEDAD DE DOBLADO”</b>	
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Variedad gastronómica</li> <li>✓ Cultura</li> <li>✓ Historia</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atractivo gastronómico para los turistas</li> <li>✓ Disposición de innovar los atractivos turísticos</li> <li>✓ Iniciativa para crear una ruta turística</li> <li>✓ Integración de gestión del municipio como “pueblo mágico”</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pocos hoteles</li> <li>✓ Cancelación de festividades</li> <li>✓ No hay rutas turísticas establecidas para el turista</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desinterés de los visitantes por conocer la gastronomía y cultura del municipio</li> <li>✓ Indiferencia de los habitantes para participar en las estrategias para impulsar el turismo en el municipio</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El método FODA permitió realizar un análisis más preciso y detallado sobre la investigación acerca del municipio de Soledad de Doblado, Ver. En nuestra grafica comenzamos puntualizando las “fortalezas” con las que cuenta dicho lugar, es decir, generalizando todas las riquezas que posee la localidad para la realización del festival gastronómico por lo cual, es imprescindible que hablemos de nuestro primer punto que sería variedad gastronómica, como bien sabemos el desarrollo de la propuesta no tendría razón de ser si el municipio no contara con este primer punto, cuenta con las famosas garnachas, las deliciosas gorditas dobles, el mole verde, los langostinos al mojo de ajo, dulces en conserva, etc. De igual manera, tenemos el segundo punto que sería la cultura, Soledad de Doblado, Ver cuenta con un

modesto museo histórico, en este puedes encontrar antigüedades, la cultura de las remojadas y fotos que relatan la historia de este desde los inicios, lo que nos lleva al tercer punto que va de la mano con la cultura de la localidad, la historia, ya que aquí se firmaron los tratados preliminares, como ya mencionamos en el museo se cuenta la historia del municipio, desde que “La congregación de Soledad” obtiene el título de pueblo hasta que le concedieron el título villa y la elevan a la ciudad de “Soledad de Doblado”.

Por otro lado, tenemos las “oportunidades” se comprobó que el municipio está en toda la disposición de crecer y posicionarse como un atractivo turístico. Resaltamos su atractivo gastronómico para los turistas, ya que esta es variada y deliciosa, cabe mencionar que es una ventaja en la competencia con demás pueblos que aspiran a impulsar su economía mediante este medio. Entre estas también destacamos la apertura de los responsables de darle una posición al municipio en cuanto a la innovación de los atractivos turísticos con los que ya cuentan, y de esta manera revivir, edificios y monumentos abandonados. Dentro de las líneas que se planean tomar para la innovación igualmente se halló la creación de una ruta turística diseñada para los turistas ya que por el momento no hay una establecida. Asimismo, se menciona los planes para integrar la gestión del municipio como “pueblo mágico” como se mencionó antes, esta acción le daría a la localidad un impulso entre los pueblos más visitados por los turistas tanto nacionales como internacionales.

En comparación con lo mencionado anteriormente, pasamos a hablar de las “debilidades” del lugar, en la búsqueda se obtuvo un panorama completo que nos indicó que la localidad no cuenta con suficientes establecimientos para el hospedaje de los visitantes lo cual obstaculiza a turistas a estar más de un día visitando el lugar. Ahora bien, conversando con habitantes se averiguó que varias festividades anteriormente celebradas se dejaron de realizar, dichas festividades eran muy atrayentes tanto para los locales como para los visitantes y esto da lugar a la pérdida de turistas. Como ya se había mencionado, el municipio no cuenta con una ruta turística diseñada para los visitantes, dejando a la deriva a futuros turistas que quieran llegar a conocer la localidad sin un guía que los pueda apoyar en su recorrido por las calles del pueblo.

Finalmente, se exponen las “amenazas”, de entrada, existe la desventaja de que no todas las personas quieren conocer más de lo que ya conocen, no se atreven a explorar más allá, es por eso por lo que una de nuestras amenazas para la propuesta es que los externos no se interesen por probar los platillos típicos del municipio. Igualmente, los mismos habitantes locales pueden ser la limitación en este caso al no querer participar en las estrategias para impulsar el turismo y la economía del pueblo que tienen las autoridades planeadas.

Gracias a este análisis podemos rescatar que el municipio tiene gran oportunidad para crecer en materia de turismo, uno de los principales canales de entrada de turismo al municipio es gracias a su gran gastronomía, una forma con la que el municipio podría tener un mayor flujo de turistas y ya una vez puestos mostrar los demás recursos con los que cuenta el municipio.

#### Interpretación de la entrevista

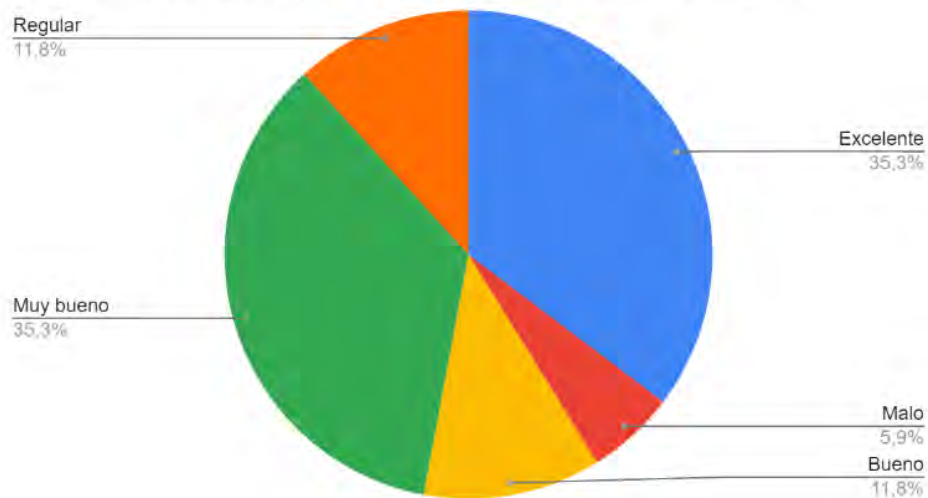
Se realizó una entrevista vía “WhatsApp” al Lic. Omar Octavio López Miranda director de turismo y cultura del Ayuntamiento de Soledad de Doblado, Ver. Se formularon preguntas estratégicas con el fin de obtener respuestas de parte del funcionario que fueran favorables para el proyecto en curso acerca del municipio de Soledad de Doblado, Ver. Para iniciar se solicitó información fundamental, requerimos que nos hablara de la gastronomía típica del municipio, corroboró la variedad que poseen en cuanto a su gastronomía y que él es uno de los que más disfruta de estas delicias. Después preguntamos sobre los alimentos que resaltan más para los visitantes a lo que respondió que ambos, visitantes y lugareños buscan más las garnachas, por eso es el más importante y representativo de la ciudad. El director de turismo y cultura estuvo de acuerdo en que es importante dar a conocer la gastronomía a visitantes y a quienes aún no tienen la dicha de conocer Soledad de Doblado. También habló de que su exquisita gastronomía representa la costumbres y tradiciones de la gente local, es el recuerdo de sus antepasados quienes dejaron la enseñanza y los grandes secretos de la cocina mexicana, especialmente de su natal. Posteriormente, indagamos si consideraba que estos alimentos contribuirían a incrementar el turismo en la localidad a lo que su respuesta fue que por su experiencia ha notado el incremento de la visita de foráneos al lugar

específicamente para comer la comida local, incluso la llegada de extranjeros. El significado cultural que tiene los alimentos tradicionales para él es representativo de su mestizaje y tradición de sus ancestros por sus enseñanzas culinarias, estos tienen un valor cultural muy grande pero aún más importante tiene valor sentimental pues son parte de sus orígenes. Expresó la importancia de la realización del festival gastronómico integrando los platillos típicos del municipio para incrementar la economía local y manifestó la accesibilidad de la alcaldesa a propuestas en beneficio de su desarrollo turístico, de igual manera, el licenciado aseguró el apoyo de ambos para la realización del festival gastronómico.

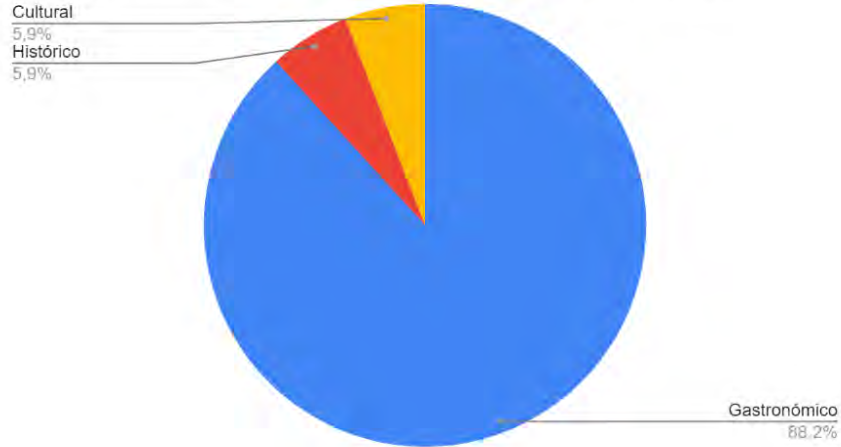
**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOCALES**

Se encuestó a los habitantes sobre la llegada de los turistas al municipio y se pudo evidenciar que en su mayoría tiene buena fluencia, lo que nos da altas expectativas en cuanto a la asistencia al festival que se planea. Por otro lado, el porcentaje mínimo opinó que en su perspectiva no existe un buen flujo de estos.

5. ¿Cómo considera la llegada de turistas al municipio?

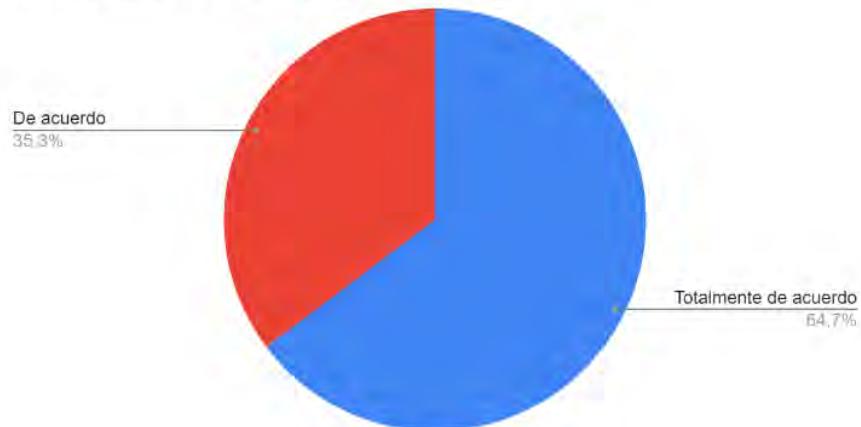


6. Para usted, el turista llega a su municipio por interés...



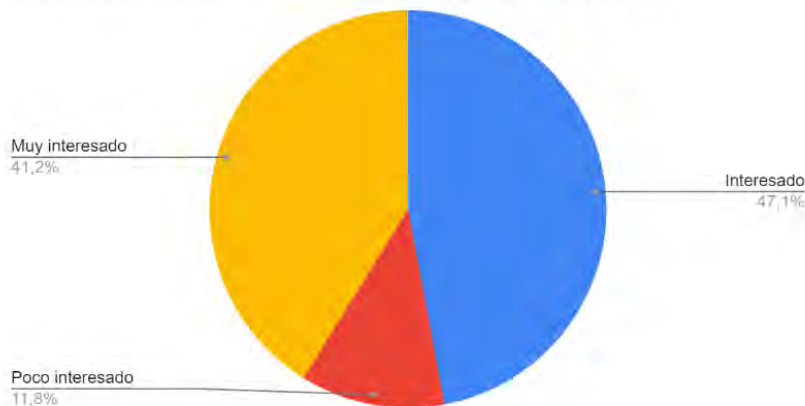
Al preguntarles a los locatarios cuales creían ellos que eran los motivos por los cuales los turistas llegaban al municipio, se obtuvieron buenos resultados al analizar que el mayor porcentaje es por su gastronomía, de ahí el mínimo porcentaje resultó ser por su cultura e historia, que cabe mencionar, estos tres elementos parten de lo mismo, por lo tanto, se llegó a la conclusión que todos los resultados fueron positivos para el proyecto.

7. ¿Cree usted que el municipio de Soledad de Doblado, Ver, tiene potencial turístico-gastronómico?



A continuación, se cuestionó a las personas sobre el potencial de su municipio y se concluyó mediante los favorables porcentajes que, efectivamente, el municipio tiene potencial turístico- gastronómico el cual se puede explotar.

8. ¿Estaría interesado a colaborar con la explotación de este recurso mediante la realización de los platillos típicos?



Se observa que la gran mayoría de los encuestados están interesados en explotar el recurso gastronómico con el que cuentan mediante la realización de los platillos típicos que se tiene pensado presentar, también existe el mínimo porcentaje de los encuestados que no están interesados en explotar este recurso.

### **DISEÑO DE UN FESTIVAL GASTRONÓMICO SOBRE LOS PLATILLOS TÍPICOS DE SOLEDAD DE DOBLADO, VERACRUZ**

Como parte de la estructuración de un festival gastronómico se debe conocer el principal protagonista de este evento “el recurso tangible” (la gastronomía) que es la que nos brindará una mayor derrama económica en la localidad siendo parte del plan. En la propuesta del diseño del festival gastronómico, se tiene pensado la venta de platillos típicos de la localidad realizado por los mismos habitantes en el municipio de Soledad de Doblado, Ver, con el propósito de aumentar el flujo turístico en el pueblo ocasionando un incremento económico con las personas foráneas interesados en el evento.

Para ello en esta investigación se proponen diversas actividades que puedan ser de interés tanto para locales como para visitantes, en las cuales puedan participar aquellos que quieran integrarse y ser parte de la tradición.



Soledad de Doblado está ubicado en la zona semiárida del centro, en las llanuras del sotavento en el estado de Veracruz del que se encuentra aproximadamente a 45 minutos.

En la imagen se muestra el municipio de Soledad de Doblado desde una perspectiva más cercana, donde se ubica el zócalo de esta misma, y donde será realizado el festival gastronómico.



Vista satelital del zócalo de Soledad de Doblado.

**Fuente:** Google Maps

Por otro lado, a continuación, se mencionan los recursos intangibles de esta localidad, es decir, los platillos típicos elementales que se estarán presentando en el festival gastronómico;

1. Garnachas “Choleñas”



Garnachas de Soledad de Doblado.  
Platillo típico

**Fuente:** Google Maps

## 2. Tamales de masa y elote



Tamal de elote

**Fuente:** México en mi cocina



Tamal de masa

**Fuente:** Más México

## 3. Barbacoa



Barbacoa de res

**Fuente:** La Michoacana Meat Market

### Estructura del festival y requerimientos para llevarlo a cabo

Respecto a la planeación de este proyecto, se ha aplicado un programa basado en los recursos anteriormente mencionados, es decir, se planea un programa bien estructurado, y de esta manera se le dará un “plus” al festival gastronómico en cuestión.

Es por esto por lo que se pensó en un perfil generalizado para los posibles asistentes al evento;

PERFIL GENERAL DEL TURISTA DESEADO	
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ De mente abierta</li> <li>▪ Culto</li> <li>▪ Respetuoso</li> <li>▪ Curioso</li> </ul>
<b>Motivaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deseo por conocer tradiciones y culturas diferentes a las suyas</li> <li>▪ Asombro</li> <li>▪ Aventurero</li> </ul>
<b>Gustos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gastronomía mexicana</li> <li>▪ Cultura</li> <li>▪ Tradiciones</li> <li>▪ Historia</li> </ul>

### Recomendaciones

- Ropa y calzado cómodos.
- Respetar las tradiciones y costumbres de los demás.
- Mantener las distancias con los demás a causa de la nueva normalidad.
- Uso de cubrebocas.
- Constante uso de gel anti-bacterial.

### Responsables

- Omar Octavio López Miranda – director de turismo y cultura
- Martha Ximena Rodríguez Utrera – alcaldesa del municipio de Soledad de Doblado, Ver



## Precios

La inscripción para participar como comerciante en el evento no tendrá costo alguno, ya que, es un evento organizado por el municipio para brindar apoyo a la economía de los habitantes. El ayuntamiento de Soledad de Doblado se compromete a proporcionar y mejorar todos los materiales necesarios para la realización de este. De igual manera, la entrada al festival gastronómico no tendrá costo, es gratis para todo aquel que desee llegar. Sin embargo, los platillos sí tendrán un costo, costo que será determinado por los comerciantes a su conveniencia.



## Convocatoria

Se lanzará una convocatoria dirigida a los habitantes del municipio que quieran participar con la venta de uno de los tres platillos que se estarán presentando. Para esto, se realizaron posters para llamar la atención de los locatarios y quieran integrarse en este proyecto.

### Difusión del evento

Referente a lo anterior se pensó en una forma de llegar a las personas fuera del municipio y se llegó a la conclusión de que la manera más eficaz de darle difusión a nuestro evento es mediante las redes sociales que en este caso sería Facebook y es por esto por lo que se elaboró un poster para llegar hasta ellos.

De igual manera se pensó en hacer la invitación a los locatarios que no participaran en la venta de los platillos típicos de su municipio para que de alguna manera se integren y participen en la impulsión del turismo. Se crearon llamativos volantes que los habitantes no podrán rechazar.



Fuente: Elaboración propia

Programa

Hora	Actividad	Lugar
13:00 hrs	Inauguración	Zócalo del municipio
13:10 hrs	Presentación de los platillos	Zócalo del municipio
16.00 hrs	Clausura del evento	Zócalo del municipio

**CONCLUSIÓN**

Se puede concluir que el municipio de Soledad de Doblado, Veracruz, es un lugar rico y privilegiado por su gastronomía y esto es debido a su cultura y a la población que hasta el día de hoy conserva sus tradiciones y atesora las herencias gastronómicas que sus antepasados les transmitieron de generación en generación. Es toda esta valiosa sucesión la que hace posible el aumento del turismo en el municipio, que esta se involucre con la población local, sus tradiciones, costumbres y cultura, y, por consecuente, el aumento de los ingresos económicos locales.

Por esta razón, se ideó el diseño de un festival gastronómico sobre los platillos típicos de Soledad de Doblado, Veracruz, para el crecimiento del turismo y la economía en la localidad, este sólo será realizado una vez al año permitiendo a los visitantes hacer sus actividades turísticas en un día, sin la necesidad de buscar un hospedaje para una larga visita.

Dicho lo anterior, podemos decir que por medio de la convocatoria se reúne a las personas locales interesadas en participar en la propuesta, se atraen gracias a los posters llamativos que se diseñaron para esto. Una vez localizadas se les va a explicar de qué trata nuestro festival y se preguntará el platillo con el que desean participar, ya que se espera que los visitantes disfruten con estos deleites gastronómicos, que serán explotados para la gestión del proyecto.

De esta manera, se realizará un exitoso festival gastronómico con la ayuda de los habitantes, las autoridades y los que no pueden faltar, los turistas, para después establecerlo cada año oficialmente



## BIBLIOGRAFÍA

Azcué, I., Cruz, G., Varisco, C. (2018). Impactos económicos del turismo. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>

Bonet, L. (2011). Tipologías y modelos de gestión de festivales. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/237075477\\_Tipologias\\_y\\_modelos\\_de\\_gestion\\_de\\_festivales](https://www.researchgate.net/publication/237075477_Tipologias_y_modelos_de_gestion_de_festivales)

Colección marca américa latina. Audio libro. La cocina mexicana. Recuperado de: [https://www.difusion.com/uploads/telechargements/catalogue/ele/lecturas\\_graduadas/marca\\_america\\_latina/marca\\_america\\_latina\\_cocina\\_mexicana.pdf](https://www.difusion.com/uploads/telechargements/catalogue/ele/lecturas_graduadas/marca_america_latina/marca_america_latina_cocina_mexicana.pdf)

Gutiérrez, C. (2012). Historia de la gastronomía. Recuperado de:

[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Historia\\_de\\_la\\_gastronomia.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia_de_la_gastronomia.pdf)

INAFED. Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Recuperado de:

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM30veracruz/municipios/30148a.html#:~:text=El%20pueblo%20de%20Soledad%20se,y%20la%20Ciudad%20de%20M%C3%A9xico.&text=Por%20Decreto%20de%202016%20de,Villa%20de%20Soledad%20de%20Doblado>.

López, A., Pérez, C., Guzmán, C. y Hernández, R. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=456150029006>

Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Muñoz, A., Uribe, C., Pérez, J. y Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. Recuperado de:

[https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473552033025/html/index.html#redalyc\\_473552033025\\_ref36](https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473552033025/html/index.html#redalyc_473552033025_ref36)

Organización mundial del turismo. OMT. (2019). Definiciones de turismo. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Plan de Desarrollo Municipal (2018-2021). Recuperado de:

<http://soledadedoblado.gob.mx/f/121>

Plan de Nación Morena (2018-2024). Recuperado de:

<https://contralacorrupcion.mx/trenmaya/assets/plan-nacion.pdf>

Plan Veracruzano de Desarrollo (2019-2024). Recuperado de:

<http://www.veracruz.gob.mx/proteccioncivil/wp-content/uploads/sites/5/2019/06/Plan-Veracruzano-Desarrollo-2019-2024.pdf>

Programa Sectorial de Turismo (2020-2024). Recuperado de:

<https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>

Sistema de información municipal. Cuadernillos municipales. *Soledad de Doblado*. (2019). Recuperado de:

[http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2019/06/Soledad-de-Doblado\\_2019.pdf](http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2019/06/Soledad-de-Doblado_2019.pdf)

## **ANEXOS**

Anexo 1:

Entrevista

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Veracruzana, facultad de Administración, Región Veracruz de la carrera de Administración Turística.

Le agradezco que me haya brindado un espacio de su tiempo, para conversar sobre el municipio de Soledad de Doblado.

1. ¿Conoce la gastronomía típica de su municipio? Platíquenos de ella...
2. ¿Ha probado la gastronomía de Soledad de Doblado, Ver?
3. ¿Cuáles son los alimentos que considera resaltan más?
4. ¿Considera que es necesario exhibir estos alimentos en un festival gastronómico?
5. ¿Qué significado cultural representa para usted los alimentos del municipio?
6. ¿Considera que estos alimentos contribuirían a incrementar el turismo en la localidad? ¿Por qué?
7. ¿Qué significado en términos culturales tienen los alimentos tradicionales?
8. ¿Qué valor en términos culturales representan los alimentos tradicionales?
9. ¿Considera que la realización de un festival gastronómico donde se integren los platillos típicos de Soledad de Doblado incrementará la economía en el municipio?
10. ¿Estaría de acuerdo en apoyar a realizar un festival gastronómico para atraer a los turistas con la exhibición de los platillos típicos?

Muchas gracias por el tiempo dedicado a realizar esta encuesta.

Los datos recabados en este instrumento serán tratados con un nivel de confidencialidad, y solo serán utilizados para fines académicos.

## Anexo 2:

### Encuesta a los locales.

Buen día, soy alumna de la Universidad Veracruzana, Región Veracruz, facultad de administración de la carrera de Administración Turística. Estoy obteniendo información para un proyecto de mi área de extensionismo municipal y me ayudaría mucho que me apoyara contestando la siguiente encuesta.

**Favor de contestar la siguiente encuesta. La información proporcionada será utilizada para fines educativos.**

#### Datos informativos

- Género: Femenino                      Masculino
- Edad:

Entre 18 y 25    Entre 26 y 35    Entre 36 y 45    Entre 46 y 65    Más de 65 años

1. ¿Cuál es su nivel Educativo?

Primaria            Secundaria            Licenciatura            Maestría            Ninguna

2. ¿Cuál es tu situación laboral actual?

a) Empleo de medio tiempo    b) Empleo de tiempo completo    c) Desempleado    d) Trabajador por cuenta propia    e) Estudiante    f) Retirado

3. ¿Ha tomado alguna capacitación de los siguientes cursos?

a) Inglés            b) Gastronomía    c) Atención al cliente    d) Otra: \_\_\_\_\_

4. ¿Está de acuerdo en pagar una cuota de recuperación para participar en un festival gastronómico?

a) Totalmente de acuerdo    b) De acuerdo    c) En desacuerdo    d) Totalmente en desacuerdo

5. ¿Cómo considera la llegada de turistas a la localidad?

a) Excelente    b) Muy bueno    c) Bueno    d) Regular    e) Malo

6. Para usted el turista: "llega a su municipio por interés..."

a) Histórico    B) Cultural    c) Gastronómico    d) Ecológico/ Natural    e) Todas las anteriores

7. ¿Cree usted que el municipio de Soledad de Doblado, Ver tiene potencial turístico-gastronómico?

a) Totalmente de acuerdo    b) De acuerdo    c) En desacuerdo    d) Totalmente en desacuerdo

8. ¿Estaría interesado a colaborar con la explotación de este recurso mediante la realización de los platillos originarios de su municipio?

a) Muy interesado    b) Interesado    c) Poco interesado    d) Desinteresado

9. ¿Ha trabajado anteriormente en actividades relacionadas con el turismo gastronómico?

a) Siempre            b) Algunas veces    c) Pocas veces            d) Nunca

Si la respuesta fuera positiva ¿Cuál ha sido su ocupación? \_\_\_\_\_

Muchas gracias por el tiempo dedicado a realizar esta encuesta.

Los datos recabados en este instrumento serán tratados con un nivel de confidencialidad, y solo serán utilizados para fines académicos.



## TURISMO SUSTENTABLE: SANTA TERESA, MUNICIPIO DE TUXTEPEC, OAX.

DR. ERIC MANUEL RAMOS NERI<sup>1</sup> DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA<sup>2</sup>

LAT ADRIANA JANETH GARCÍA CONTRERAS<sup>3</sup>

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico, en el cual se encontró una oportunidad de mejora de vida para esta localidad, aprovechando la riqueza que se tiene en la comunidad en cuanto a la producción del plátano macho, se tiene como objetivo general diseñar un festival de plátano macho en la localidad de Santa Teresa, Tuxtepec, Oaxaca para dar a conocer sus variedades de uso y consumo generando así una derrama económica para los habitantes, para ejemplificar tal se busca realizar un festival gastronómico en donde se den a conocer los diversos platillos que se pueden realizar con este fruto, ofreciéndoles a los turistas innovación y un ambiente agradable para visitar la localidad.

La pregunta de investigación que se contempla en este trabajo de investigación es ¿El diseño de un festival de plátano macho para dar a conocer sus variedades de uso y consumo generará una derrama económica para los habitantes de Santa Teresa, Tuxtepec, Oaxaca? permitirá a los habitantes generar conciencia de la riqueza con la que se cuenta en la comunidad, esto abrirá paso a estimular el emprendimiento de los residentes ofreciéndoles la oportunidad de darse a conocer en el festival y generando así ingresos tanto para los participantes del festival como para los proveedores del plátano macho que en este caso son los productores del municipio.

Los enfoques metodológicos utilizados son cualitativos y cuantitativos técnicas cualitativas empleadas fueron el checklist y el FODA, estas se completaron por medio de observación directa en la localidad mencionado. Los instrumentos del

---

<sup>1</sup> PTC Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. erramos@uv.mx

<sup>2</sup> PA Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. cseverino@uv.mx

<sup>3</sup> Estudiante de Administración Turística. Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana lat.contreras5@gmail.com



método cuantitativo fueron encuestas aplicadas a la población local por medio de Google formularios y así mismo, se realizaron entrevistas al agente municipal y el comisariado ejidal, quienes son los que están al frente de la comunidad.

**Palabras clave:** Festival- Gastronomía-Turismo sustentable-Plátano macho-Turismo Alternativo

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (OMT,2020)<sup>4</sup>

Para el Gobierno Federal los principios rectores del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 orientan al turismo para su consolidación como un sector fundamental en la economía del país y como el que más promueve el crecimiento el nuevo propósito de la política turística es abolir la concentración de la infraestructura y los servicios en pocos destinos, particularmente de sol y playa, incluyendo más localidades y fomentando el desarrollo equilibrado de regiones poco atendidas, donde paradójicamente se encuentra la mayor riqueza cultural y natural.

Así mismo podemos encontrar en el plan estatal de desarrollo de Oaxaca 2016-2022 que se plantea una importante línea de acción para tomar en consideración “desarrollar programas de actividades culturales, ecoturísticas, gastronómicas y artesanales, elaborados para su difusión oportuna en medios locales, nacionales e internacionales, con la finalidad de aumentar la visita a los destinos turísticos estatales y romper con la estacionalidad.” (Gobierno del estado de Oaxaca)<sup>5</sup>. Esto nos lleva a considerar que las riquezas naturales y culturales que tienen las localidades no han sido aprovechadas.

---

<sup>4</sup> <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

<sup>5</sup> [https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan\\_Estatal\\_de\\_Desarrollo\\_2016-2022.pdf](https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de_Desarrollo_2016-2022.pdf)

El Plan rector sistema producto plátano del estado de Oaxaca asegura que en la actualidad Santa Teresa es una de las localidades con mayor producción en la cuenca del Papaloapan. (Comité del sistema del producto del plátano, 2012)<sup>6</sup>

### **MARCO TEÓRICO**

El turismo sustentable debe considerar una participación social incluyente para democratizar las decisiones y asumir las responsabilidades que conlleva la conservación del patrimonio natural y cultural de una localidad o región.

Su fundamento es la distribución equitativa de las ganancias, la responsabilidad de la conservación del patrimonio turístico y, particularmente, la participación de toda la sociedad involucrada en esta actividad (gobierno, empresarios, ONG, trabajadores turísticos y comunidad local), sin perder de vista que debe ser capaz de generar un beneficio real para quienes participan en esta actividad.

Se trata de salvaguardar los recursos naturales en el presente para que futuras generaciones puedan aprovecharlos; al mismo tiempo se procura el crecimiento social, cultural y económico de la población local.

La Carta del Turismo Sustentable del año 1995 plantea que para que el turismo sea sostenible, tendrá que ser soportable ecológicamente, viable económicamente y equitativa para una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

La definición de desarrollo integra al menos tres componentes:

- Económico
- Sociocultural
- Cultural

El turismo de naturaleza es una actividad económica que promueve el aprovechamiento sustentable de los recursos, una alternativa sólida para la generación de empleos, una estrategia para el desarrollo de comunidades y un medio para la difusión del patrimonio natural y cultural de México.

---

<sup>6</sup> *dev.pue.itesm.mx*

En México, el Ecoturismo es la modalidad más ofertada y donde destacan productos, servicios y actividades turístico-recreativas muy competitivas. De acuerdo con el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, se pondrá en marcha la estrategia denominada “México Renace Sostenible” en donde se tiene como objetivo la creación de una nueva generación de circuitos turísticos de bienestar social, la armonía con la naturaleza y el desarrollo integral de las localidades, para la conformación de destinos sostenibles.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo el turismo alternativo se define como aquel que realiza actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que la envuelven, con una actitud y compromiso de respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Su objetivo general es generar un desarrollo integral del ser humano (físico, mental, social, cultural y espiritual), además de producir beneficios económicos a la población local y propiciar un turismo comprometido con los principios del desarrollo sustentable.

De acuerdo con el Compendio de Estadísticas Ambientales, Indicadores clave, de Desempeño Ambiental y de Crecimiento Verde editado por SEMARNAT y SECTUR en 2018, el turismo alternativo tiene tres grandes segmentos:

- Ecoturismo.
- Turismo de aventura.
- Turismo rural.

La Real academia española define un festival como un conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte. Los festivales han estado presentes en todas las épocas de la humanidad [Falassi, 1987].<sup>7</sup>

Estos eventos sirven para que una comunidad o región puedan expresar su individualidad, lo que los define, su cultura, etc. Existen muchos tipos de festivales tales como: Festivales étnicos, festivales de arte, festivales gastronómicos, festivales deportivos, etc. Entonces los festivales servirán para poder identificar los

---

<sup>7</sup> <https://www.scribd.com/document/404015787/Alessandro-Falassi-Time-Out-of-Time-Essays-on-the-Festival-1987-University-of-New-Mexico-P|ress-pdf>

gustos, habilidades, cualidades de una comunidad y como estos quieren proyectarse hacia el exterior. Los festivales son considerados como atracciones turísticas, aunque su significado social se extiende más allá del turismo.

Para llevar a cabo un festival se cuenta con 4 etapas, que se deben seguir para tener un evento con éxito:

**Etapas:**  
Etapa 1: Planificación. Es la primera etapa y se deben realizar diversas actividades para planificar un festival en un periodo mínimo de 6 meses

Etapa 2: Organización e Integración de Comisiones

Etapa 3: Integración y ejecución del Festival Las actividades para considerar en la realización del festival, al igual que los comités se conformarán en reuniones realizadas previas al evento

Etapa 4: Evaluación y Documentación. La documentación contribuye a la gestión del conocimiento con la finalidad de mejorar la ejecución de resultados de futuras actividades y promover el empoderamiento popular, la autogestión y el desarrollo sostenible del evento.

Se habla que las actividades disponibles en los festivales de comida proporcionan entretenimiento fácil para todos los grupos demográficos debido a la estrecha asociación entre la vida cotidiana de los individuos y la comida Para, Folgado-Fernández, Hernández Mogollón & Duarte (2017)<sup>8</sup>, la lealtad a los eventos gastronómicos se correlaciona positivamente con la marca del evento y la marca e imagen del destino. Estos elementos juntos tienen una relación positiva con la lealtad del destino. Cada vez más reconocida como un elemento vital del mercado del turismo cultural, la comida se ha convertido en un importante punto de interés, especialmente para los lugares rurales.

Un festival de comida es siempre una buena oportunidad para que los turistas puedan disfrutar de la cocina local y tener nuevas experiencias, y también una forma para promocionar el destino, lo confirman así Hubbard, Mandabach y Vanleeuwen :

---

<sup>8</sup> <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2016.1221181>

*“Los festivales son un buen lugar para reforzar la identidad regional / local y permiten a la comunidad mostrar sus productos” (Hubbard, Mandabach, McDowall & Vanleeuwen, 2012)<sup>9</sup>*

### MARCO CONTEXTUAL

El municipio de Tuxtepec, Oaxaca Se localiza en la región del Papaloapan, al norte del Estado, en las coordenadas 96°08' longitud oeste y 18°05' latitud norte, a una altura de 20 msnm (metros sobre el nivel del mar).

Limita al norte con el estado de Veracruz y el municipio de San Miguel Soyaltepec, al sur con los municipios de Santiago Jocotepec y Loma Bonita, al poniente con los municipios de Santa María Jacatepec, San Lucas Ojitlán y San José Chiltepec, al oriente con el municipio de Loma Bonita. (INAFEB,2018) <sup>10</sup>



Tuxtepec, toponímico de indudable filiación náhuatl, proviene de la expresión Tochtépec conformado por las voces tochtli/ conejo, tépetl/cerro y de la terminación “c”/en; **significa “en el cerro del conejo”** De ahí deriva **que en el escudo se representa un conejo sobre un cerro color verde** que representa la esperanza, la fe, la amistad, servicio y respeto Santa Teresa se localiza en la cuenca del Papaloapan. La

cabecera del municipio está situada en la margen izquierda del Río Santo Domingo, antes de su confluencia con el Río Tonto, ambos formadores del Papaloapan.

<sup>9</sup> <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.735962>

<sup>10</sup> <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20184a.html>

Su clima es caluroso, con temperatura media de 25°C y la precipitación pluvial que se presenta es variable.

La flora del municipio consta de especies como el ámate, higo, guapinol, aguacatillo, roble, cedro, lináloe, palma, ceiba, hormiguillo y pastizales y la fauna del municipio consta de especies silvestres que existen son el puerco espín, armadillo, mapache, venado, temazate, venado cola blanca, zorra gris, aguililla y gavián

Las fiestas de San Juan Bautista se celebran el 23 y 24 de junio en honor al Santo Patrón. También en el mes de diciembre, durante 10 días se realiza la feria de Tuxtepec, la más importante de la región, expidiendo los principales productos de la región.

Se realizan diversos actos religiosos, acompañados con música de banda, entre ellos: peregrinaciones, procesiones, rosarios, misas, mañanitas, elección de la reina de la feria, desfiles de carros, alegóricos, juegos artificiales, bailes populares, charreadas, carreras de caballo, sobresalen los bailes folklóricos, en especial la danza de la flor de piña.

La gastronomía de la región es muy variada y como ya es conocida de las más ricas del país entre las cuales se puede encontrar: Plátanos rellenos, plátanos fritos, niño envuelto, mole negro y rojo, amarillo, tlayudas con mole o asiento, las tortillas de maíz, quesadillas de elote, tamales de diferentes moles, chapulines asados, machuco, como se puede observar unas de las principales bases de la alimentación es el plátano macho.

El municipio ofrece extensas opciones para los visitantes, que se puede aprovechar a visitar una vez culminado el festival del plátano macho como lo son Centro ecoturístico Vega del Sol, centro ecoturístico Monte Flor y Cascadas de Betania. Estos tres lugares son los más visitados por los turistas sin embargo se cuenta con una variedad muy grande de lugares por visitar: las cuevas que se encuentran en comunidades cercanas : Cueva del diablo, cueva encantada, Cueva del Gallo y cueva Mazín, por otra parte las actividades que se consideran como atractivos turísticos es asistir a las visitas guiadas que ofrecen las fábricas del municipio de Tuxtepec como lo son la fábrica de etanol, fábrica de papel, fábrica de cerveza, procesadora de hule e ingenio azucarero y de igual manera visitar los recorridos



que ofrecen los productores de la región por ejemplo por las empacadoras de chile y de piña, el iguanario y la más fundamental para la el trayecto por las fincas plataneras.

Cada año en el mes de octubre se llevan a cabo dos competencias náuticas de gran importancia en la presa de Cerro de Oro.

Una de ellas es de nivel profesional con participantes de talla internacional; a la otra competencia es más regional, el escenario lo conforman el río Papaloapan, el río Tonto, la presa de Cerro de Oro y la Presa Temazcal.

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología que se utilizó fue cualitativa y cuantitativa. En el método cualitativo las técnicas de recolección de datos que se ejecutaron fueron el checklist y el FODA, en donde se utilizó la observación directa. En cuanto a la instrumentación utilizada en investigación cuantitativa, se aplicaron encuestas integradas por 10 preguntas a 50 residentes y personas que han visitado Santa Teresa como muestra de la investigación, a través de Google formularios y se realizaron dos entrevistas a los líderes gubernamentales la Martina López Trejo la agente municipal y el comisariado ejidal el ciudadano Ignacio Hernández García

El método cualitativo en este análisis fue de mucha utilidad para identificar a que nos enfrentamos para llevar a cabo la propuesta, cuáles son los servicios que ofrece el municipio para el turista, cuáles son las características que forman parte de esta localidad, en qué condiciones se encuentra el acceso, conocer si existen programas o proyectos que busquen impulsar el turismo o la economía de lo localidad, así mismo como saber cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la localidad de Santa Teresa, Municipio de Tuxtepec, Oaxaca.

Análisis FODA

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cuenta con una riqueza de atractivos turísticos naturales y en buenas condiciones</li> <li>2 Visitas guiadas por las grandes empresas del municipio</li> <li>3 Experiencia en festivales gastronómicos por parte de algunos emprendedores</li> <li>4 Amplia variedad en establecimientos de alimentos y bebidas típicos de la región</li> <li>5 Diversa variedad en establecimientos de alojamiento en comunidades rurales</li> <li>6 Distintos ventos culturales en el municipio que involucran a niños, jóvenes y adultos a participar</li> </ol>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Impulsar el consumo local aprovechando los productos y servicios que ofrecen los habitantes</li> <li>2 Atracción de los habitantes locales por aprender y participar en el ámbito turístico</li> <li>3 Intereses en la población por capacitarse para otorgar un mejor servicio a los turistas.</li> <li>4 Aprovechar los atractivos turísticos naturales con los que cuentan el municipio.</li> <li>5 Crecimiento de nuevas propuestas turísticas que destaquen la gastronomía, festividades y riquezas de las comunidades.</li> <li>6 Existencia de festivales gastronómicos realizados por emprendedores locales, por ejemplo “El festival del mole”</li> </ol>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 desinterés por parte de las autoridades municipales para realizar actividades turísticas</li> <li>2 graves problemáticas de violencia e inseguridad</li> <li>3 accesos a los atractivos turísticos sin mantenimiento y en malas condiciones</li> <li>4 falta de festivales o ferias gastronómicas para fomentar el turismo local</li> <li>5 carencia de información y publicidad para los turistas</li> <li>6 contingencia sanitaria COVID- 19 ya que no permite hacer una investigación de campo adecuada</li> </ol>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 inclinación de los habitantes por un turismo masivo y no tanto por un turismo sustentable</li> <li>2 insuficiencia de desarrollo de proyectos o programas para aprovechar las riquezas que podrían explotar</li> <li>3 poca motivación por parte de los directivos del turismo para impulsar el turismo sustentable y gastronómico de la región</li> </ol>

Análisis FODA

Utilizando esta técnica permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del municipio desde los aspectos internos del municipio de Tuxtepec y los externos que nos sirve para identificar los aspectos que nos pueden impactar ya sea de manera positiva o negativa en el diseño del festival del plátano macho.

Una de las ventajas principales para realizar el festival del plátano macho es el acceso a la comunidad Santa Teresa que es donde se llevará a cabo ya que cuenta

con dos accesos por carreteras federales de Oaxaca: Tuxtepec-Cosamaloapan y de Veracruz: Veracruz - Córdoba/México.

De igual manera se pudo observar manera la accesibilidad que ofrecen los productores al permitir el acceso a las cosechas de chile, plátano y piña, ya que la agricultura es la actividad económica principal del municipio, de la misma manera en la investigación que se hizo virtualmente, los agricultores se muestran muy interesadas en poder formar una ruta por sus cosechas y ofrecerles un valor agregado a las personas que desean visitar el municipio.

Continuando con el análisis se identifican las debilidades existe una muy importante que es primordial para la propuesta y es que se cuenta con poco interés de las autoridades de la comunidad y del municipio, no obstante, hay que mencionar que la contingencia sanitaria COVID-19 se encuentra en semáforo amarillo en el estado de Oaxaca, y eso hace que la investigación no sea tan amplia ya que muchas comunidades tienen el acceso cerrado al público o en el caso de no poder hacer una investigación de campo por el hecho de no acercarse a los habitantes.

#### Checklist

Se eligió y se implementó el checklist con el objetivo de conocer a fondo el municipio, con el interés de saber las características que componen la zona donde se llevara a cabo el festival del plátano macho en este caso los visitantes asistirán a la localidad de Santa Teresa al festival, pero una vez finalizado querrán conocer más lugares y es ahí donde se considera el municipio de Tuxtepec.

Este formato de checklist se encuentra compuesto por diferentes aspectos en forma de pregunta que sirve para alimentar la propuesta y llevar un control sobre si el lugar cuenta o no con los ciertos puntos marcando estos con paloma o equis, depende la situación y tiene un recuadro extra nombrado “observaciones y/o comentarios” para ser más específicos con las respuestas.

Así mismo se capta como desventaja el poco mantenimiento e interés que se le otorga a los accesos de los diferentes atractivos turísticos, no se cuenta con un transporte público que permita a los usuarios acceder al menos que lleven un vehículo propio agregándole que las carreteras están realmente dañadas, no existen señalamientos, guías o algunos módulos de atención sobre los atractivos turísticos e información sobre el plátano macho para el visitante.

Es importante mencionar que, aunque se han realizado dos ferias/festivales gastronómicos, los habitantes se encuentran carentes de experiencia. Al contrario del lado de las oportunidades para el desarrollo de esta propuesta se encuentra la aceptación que se recibe por parte de los habitantes de la comunidad y de otras comunidades vecinas, dado que hay un porcentaje alto de personas que quieren emprender, y ya cuentan con ideas y prototipos realizados tanto de artesanías como de servicios, dicho esto se puede aprovechar para incrementar el consumo local si se los muestran a los turistas en los diferentes festivales gastronómicos.

Además, que los habitantes saben con el gran potencial con el que se cuenta y está dispuesto a aprovechar todos los recursos que se le ofrecen para poder llevar a cabo esta propuesta y el crecimiento de nuevas propuestas turísticas que destaquen la gastronomía, festividades y riquezas de las comunidades y apoyen la economía local.

Se seleccionaron dos métodos: la entrevista y la encuesta en donde se busca definir cuál es la postura de las autoridades municipales y de los habitantes de la localidad y el municipio de Tuxtepec ante la propuesta del diseño de un festival gastronómico en la localidad de Santa Teresa y conocer que tanto es su interés.

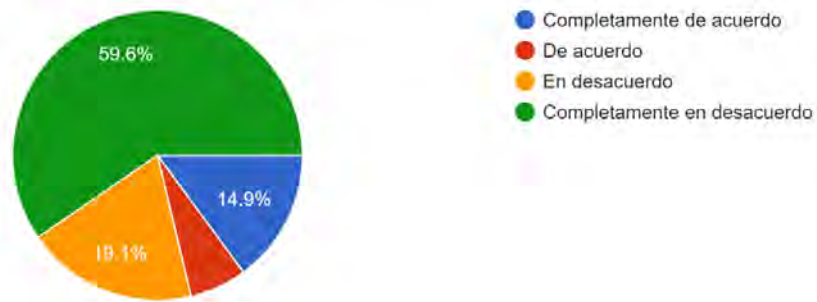
Se tuvo la oportunidad de expandir las encuestas ya que fueron aplicadas de manera digital y enviadas a través de redes sociales, y la contestaron un total de 47 personas, ya que debido a la contingencia no se puede hacer la investigación de campo como anteriormente es establecida.

Ciertamente los habitantes saben la importancia con la que cuenta el plátano macho en su localidad, pero están muy conscientes que ni ellos mismos se les ha dado la oportunidad de poder emprender con una alternativa diferente a la que se viene practicando habitualmente.

Con todos estos datos se concluye que la propuesta y desarrollo de un festival gastronómico, simboliza una gran oportunidad para el desarrollo social, turístico y económico en la localidad que beneficiarían a la valoración de la importancia de contar con riquezas naturales y culturales con los que se cuentan.

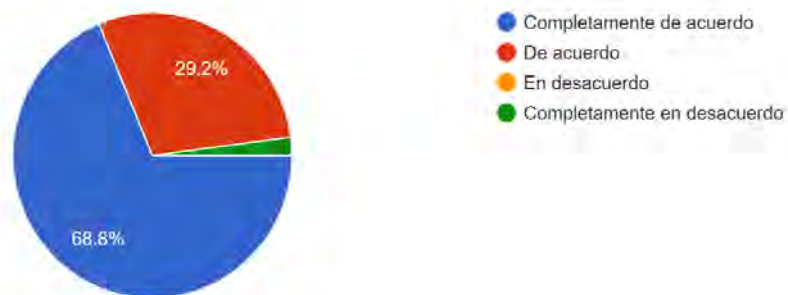
¿Usted considera que se le ha dado la importancia al plátano macho en la comunidad?

47 respuestas



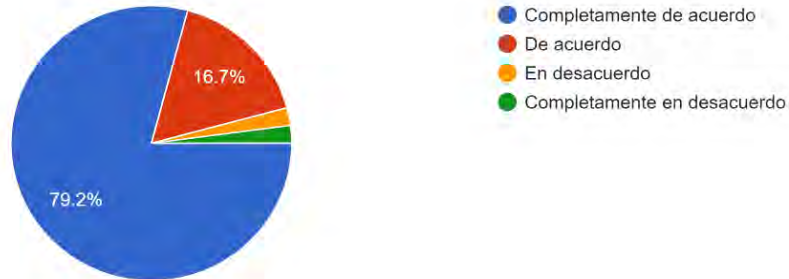
6. ¿Considera que un festival del plátano macho podría ser una oportunidad para auto emplearse en la comunidad de Santa Teresa?

48 respuestas



7. ¿Estaría dispuesto a tomar platicas de inducción hacia el emprendimiento y a conocer toda la diversidad de productos que se pueden lograr con el plátano macho?

48 respuestas



9. Selecciona una opción ¿Con qué producto le gustaría emprender si se diera un festival del plátano macho?

48 respuestas



### DISEÑO DEL FESTIVAL GASTRONÓMICO DEL PLÁTANO MACHO DE SANTA TERESA, MUNICIPIO DE TUXTEPEC, OAXACA.

La propuesta de realizar un festival gastronómico es con el objetivo de ofrecer a la comunidad diferentes alternativas de emprendimiento, dejándoles conocimientos básicos sobre el turismo y una guía para que anualmente los turistas lleguen, el crecimiento económico aumente, los habitantes se vean beneficiados y se le dé la importancia al plátano macho en la comunidad ejidal de Santa Teresa, Tuxtepec, Oaxaca.

Uno de los principios que se busca con esta propuesta es que la comunidad se vuelva auto sustentable, contando con los habitantes de la localidad de Santa Teresa, se puede lograr que las personas realicen cada una microempresa para mostrar sus productos o servicios en el festival logrando así auto emplearse, desarrollar habilidades y conocimientos emprendiendo, y generando una derrama económica para ellos mismos o sea para comunidad y municipio.

Como parte del contenido del desarrollo del diseño del festival gastronómico se encuentra un objetivo general, algunos objetivos específicos, hay que tomar en la cuenta que para llevar a cabo un festival se cuenta con 4 etapas, que se deben seguir para tener un evento con éxito dentro de ellos se encuentra elaborar un perfil del festival, quienes serán los encargados de dirigir los stands, además de las autoridades municipales, ayudar y formar equipos de trabajo entre los habitantes de la comunidad, la logística: a quienes está dirigido, las bases para poder participar en el festival, el espacio donde se llevara a cabo. Además de elaborar un presupuesto detallado, que indique los aportes de todas las personas involucradas, delegar responsabilidades y elaborar comisiones ya sea finanzas, Logística, y las que se consideren necesarias.

En el desarrollo de esta propuesta, es de vital importancia la participación de los habitantes, así como de los directivos del turismo quienes con su ayuda se le dará una difusión masiva en todo el municipio siempre cuidando el tema de la sustentabilidad, podría ser publicándolo en sus redes sociales, en páginas oficiales del gobierno y demás. El festival gastronómico propuesta para la comunidad de Santa Teresa se pretende que sea el evento que impulse la cultura y el turismo sustentable a través de la presentación de su gastronomía con el plátano macho, generando no solo ingresos económicos sino la recuperación del valor culinario de los alimentos que se cultivan en este sector.

Al realizar ese festival los turistas podrán disfrutar de la gastronomía, y también aprovechando los atractivos naturales y culturales de la región, dejando a su paso un consumo en establecimientos de alimentos, bebidas y hospedaje y Tuxtepec lograra el reconocimiento de sus atractivos.



### Objetivo general de la propuesta

Elaborar un manual para organizar el Festival Gastronómico del plátano macho en la comunidad de Santa Teresa para promover sus variedades de uso y consumo generando una derrama económica.

### Objetivos específicos

- Elaborar un programa que les permita a los usuarios planificar y organizar el festival del plátano macho de manera adecuada.
- Guiar con una serie de pasos a los habitantes para llevar un correcto orden en la elaboración de un festival gastronómico.
- Lograr que la comunidad participe generando actividades y sean parte del desarrollo del festival con sus platillos típicos.

El diseño del festival de plátano macho está enfocado en primera instancia a los agricultores del plátano macho al ser los proveedores de los productos con los cuales se elaboran los platillos típicos de la región , los pobladores que estén interesados en participar en este festival y generar ingresos extras al presentar los platillos o artesanías que elaboran con el plátano macho, dándole paso a que podrán vender sus productos a los visitantes : prestadores de servicios, comerciantes de establecimientos de alimentos y bebidas, hospedaje, balnearios, líderes de comunidades rurales, emprendedores turísticos, estudiantes y público en general.

### Perfil del turista (Usuarios)

- ✓ Excursionista nacional que buscan servicios económicos que puedan cubrir su presupuesto.
- ✓ Excursionistas deseosos de conocer la cultura del municipio, vivir experiencias diferentes de lo que observan en sus ciudades de procedencia
- ✓ De cualquier género y edades entre 15-65 años
- ✓ Visitantes que poseen una formación cultural y académica y visitantes de nivel socioeconómico medio bajo
- ✓ Excursionistas que requieren y buscan lugares de recreación y esparcimiento
- ✓ Usuarios que busquen un turismo sustentable, ambientes seguros, sencillos, rurales y de trato amable

- ✓ Personas que busquen la manera de concientizar en un turismo responsable

## Etapas del festival del plátano macho

### Etapa 1: Planificación

Las actividades que se pondrán a continuación son las que se deberán llevar a cabo, este programa está diseñado para que se elabore el festival en un periodo de 6 meses de acuerdo con la planificación.

Etapa 2: Organización e Integración de Comisiones Las actividades a realizar para organizar el Festival Gastronómico son:

#### 1. Formar equipos o comisiones de trabajo

Se tendrá que identificar las necesidades de recurso humano, y se organizan comisiones que tendrán que seguir las funciones que se marcan en el plan de trabajo.

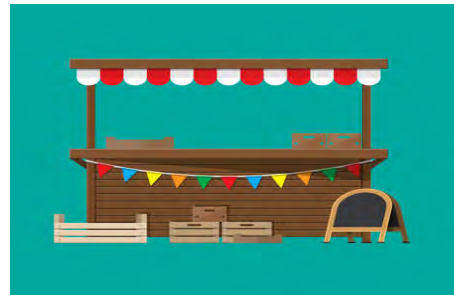
- Lugar donde se realizará

El festival gastronómico del plátano macho se llevará a cabo en el parque municipal, que se encuentra ubicado en el centro de la localidad, ya que tomando la decisión con los directivos es el lugar con el espacio y mejor accesibilidad para los turistas.

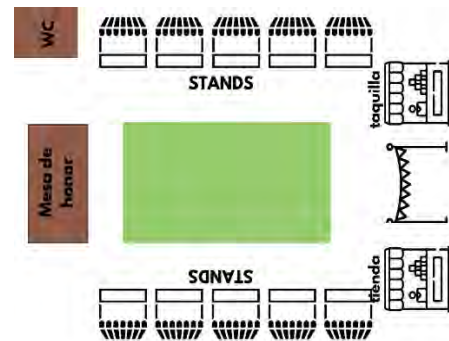


- Diseño de stands

Cada empresa o producto tendrá un espacio de 3 m de largo, 3 m de ancho y 2.5 m de alto. La decoración va a depender de cada emprendedor y producto a vender. Y a cada uno se le otorgará un stand como se presenta a continuación



- Distribución de las ubicaciones de los stands



Etapa 3: Integración y ejecución del Festival Las actividades a considerar en la realización del Festival Gastronómico del plátano macho al igual que los comités se conformarán en reuniones realizadas previas al evento.

Etapa 4: Evaluación y Documentación

Una vez terminando el festival, cada comité se encargará de reunir evidencias, formatos, encuestas, y demás documentación para realizar un archivo final

1. Objetivos de la documentación

La documentación contribuye a la gestión del conocimiento con la finalidad de:

- Conservar la información
- Mejorar la ejecución de resultados de futuras actividades
- Promover el empoderamiento popular, la autogestión y el desarrollo sostenible
- Contribuir al entendimiento mutuo y a la cooperación
- Fortalecer la capacidad organizacional
- Facilita la sistematización del proceso

Programa del festival gastronómico del plátano macho

DIA/HORA	ACTIVIDADES
20 de mayo 03:00 PM	Montaje de carpa y stands
21 de mayo 06:00 am	Montaje de sonido
07:00 am	Posicionamiento de los stands por parte de los participantes
08:30 am	Los participantes comienzan con la preparación de sus alimentos
9:30 am	Degustación de los platos por parte de los invitados.
10:00 am	inauguración del festival gastronómico por parte del agente municipal de Santa Teresa
10:30 A.M.	Presentación del plato típico por cada stand.
11:00 am	presentación de los bailes típicos de la región
12:30 pm	Presentaciones de artistas que se invitaran al evento
03:00 pm	presentación por parte de los principales productores de plátano macho de la región

<b>04:00 pm</b>	Platica informativa sobre el turismo impartida por alumnos de la Universidad Veracruzana para los habitantes y visitantes a
<b>05:00 pm</b>	Se premia al ganador del mejor platillo típico en innovación y sabor
<b>05:30 pm</b>	Entrega de reconocimientos a los participantes del stand
<b>06:00 pm</b>	Clausura del festival gastronómico

Fuente elaboración propia

## CONCLUSIÓN

Tal como se ha expuesto en el documento para que un destino turístico sea sustentable, la comunidad receptora debe estar informada con todo lo relacionado al turismo y también de los recursos que posee y el valor de estos, dado así no se puede dar ese reconocimiento que merece cada destino sin la participación de la comunidad habitante.

Esta condición pretende ser considerada en la comunidad de Santa Teresa de Ávila, potencia en producción de plátano macho; Donde el plátano macho, más allá de formar parte de la dieta diaria de la población, transfieren sus significados a la cotidianidad social, donde no sólo funge como una de las principales fuentes económicas, sino además se ha convertido en la materia prima de todos los platillos típicos, cabe mencionar que el plan rector sistema producto plátano del estado de Oaxaca asegura que en la actualidad Santa Teresa es la localidad número uno con mayor producción en la cuenca del Papaloapan.

Dentro de este marco se busca que las personas conozcan el valor agregado que se puede tener, haciendo un festival gastronómico en donde se muestre la amplia variedad del plátano macho desde cocina gourmet hasta aprovechar la hoja del plátano que se puede utilizar para hacer artesanías, textiles ofreciéndole a la comunidad diferentes alternativas para poder emprender, dejándoles conocimientos básicos sobre el turismo y una guía para que anualmente los turistas lleguen, el crecimiento económico aumente, los habitantes se vean beneficiados y se le dé la importancia que merece esta riqueza natural convirtiendo así Santa Teresa, en una comunidad sustentable.

## Bibliografía

- Grupo Intersectorial de Turismo de Naturaleza [SECTUR, SEMARNAT, FONATUR, UNAM, ICTUR, SUSTENTUR], Diagnóstico del Turismo de Naturaleza en México Octubre, 2016. Obtenido de:[http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibi\\_apps/WFServlet?IBIF\\_ex=D2\\_R\\_TURISMO02\\_04&IBIC\\_user=dgeia\\_mce&IBIC\\_pass=dgeia\\_mce](http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibi_apps/WFServlet?IBIF_ex=D2_R_TURISMO02_04&IBIC_user=dgeia_mce&IBIC_pass=dgeia_mce)
- Plan Estatal de Desarrollo de Oaxaca 2016-2022. GOBIERNO DEL ESTADO DE OAXACA. Obtenido de:  
[https://www.finanzasoaxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan\\_Estatal\\_de\\_Developmento\\_2016-2022.pdf](https://www.finanzasoaxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de_Developmento_2016-2022.pdf)
- Plan Rector Sistema Producto Estatal Oaxaca Plátano. Obtenido de:  
[dev.pue.itesm.mx](http://dev.pue.itesm.mx) › PR\_PLATANO\_OAXACA\_2012
- SEMARNAT (2017) *Turismo Sustentable en México*. Obtenido de:  
<https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/Libros2013/C002793.pdf>

## **ANEXOS**

Anexo 1:

Entrevista

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Veracruzana, facultad de Administración, Región Veracruz de la carrera de Administración Turística.

Le agradezco que me haya brindado un espacio de su tiempo, para conversar sobre el municipio de Soledad de Doblado.

1. ¿Conoce la gastronomía típica de su municipio? Platíquenos de ella...
2. ¿Ha probado la gastronomía de Soledad de Doblado, Ver?
3. ¿Cuáles son los alimentos que considera resaltan más?
4. ¿Considera que es necesario exhibir estos alimentos en un festival gastronómico?
5. ¿Qué significado cultural representa para usted los alimentos del municipio?
6. ¿Considera que estos alimentos contribuirían a incrementar el turismo en la localidad? ¿Por qué?
7. ¿Qué significado en términos culturales tienen los alimentos tradicionales?
8. ¿Qué valor en términos culturales representan los alimentos tradicionales?
9. ¿Considera que la realización de un festival gastronómico donde se integren los platillos típicos de Soledad de Doblado incrementará la economía en el municipio?
10. ¿Estaría de acuerdo en apoyar a realizar un festival gastronómico para atraer a los turistas con la exhibición de los platillos típicos?

Muchas gracias por el tiempo dedicado a realizar esta encuesta.

Los datos recabados en este instrumento serán tratados con un nivel de confidencialidad, y solo serán utilizados para fines académicos.

## Anexo 2:

### Encuesta a los locales.

Buen día, soy alumna de la Universidad Veracruzana, Región Veracruz, facultad de administración de la carrera de Administración Turística. Estoy obteniendo información para un proyecto de mi área de extensionismo municipal y me ayudaría mucho que me apoyara contestando la siguiente encuesta.

**Favor de contestar la siguiente encuesta. La información proporcionada será utilizada para fines educativos.**

Datos informativos

- Género: Femenino                      Masculino
- Edad:

Entre 18 y 25    Entre 26 y 35    Entre 36 y 45    Entre 46 y 65    Más de 65 años

1. ¿Cuál es su nivel Educativo?

Primaria            Secundaria            Licenciatura            Maestría            Ninguna

2. ¿Cuál es tu situación laboral actual?

a) Empleo de medio tiempo    b) Empleo de tiempo completo    c) Desempleado    d) Trabajador por cuenta propia    e) Estudiante    f) Retirado

3. ¿Ha tomado alguna capacitación de los siguientes cursos?

a) Inglés            b) Gastronomía    c) Atención al cliente    d) Otra: \_\_\_\_\_

4. ¿Está de acuerdo en pagar una cuota de recuperación para participar en un festival gastronómico?

a) Totalmente de acuerdo    b) De acuerdo    c) En desacuerdo    d) Totalmente en desacuerdo

5. ¿Cómo considera la llegada de turistas a la localidad?

a) Excelente    b) Muy bueno    c) Bueno    d) Regular    e) Malo

6. Para usted el turista: "llega a su municipio por interés..."

a) Histórico    B) Cultural    c) Gastronómico    d) Ecológico/ Natural    e) Todas las anteriores

7. ¿Cree usted que el municipio de Soledad de Doblado, Ver tiene potencial turístico-gastronómico?

a) Totalmente de acuerdo    b) De acuerdo    c) En desacuerdo    d) Totalmente en desacuerdo

8. ¿Estaría interesado a colaborar con la explotación de este recurso mediante la realización de los platillos originarios de su municipio?

b) Muy interesado    b) Interesado    c) Poco interesado    d) Desinteresado

9. ¿Ha trabajado anteriormente en actividades relacionadas con el turismo gastronómico?

b) Siempre            b) Algunas veces    c) Pocas veces            d) Nunca

Si la respuesta fuera positiva ¿Cuál ha sido su ocupación? \_\_\_\_\_

Muchas gracias por el tiempo dedicado a realizar esta encuesta.

Los datos recabados en este instrumento serán tratados con un nivel de confidencialidad, y solo serán utilizados para fines académicos.





## TURISMO RURAL: MUNICIPIO DE PLAYA VICENTE, VER.

DR. FRANCISCO DE JESÚS NORIEGA RIANDE,<sup>1</sup> DR. ARTURO MORA MATUS,<sup>2</sup>

LAT EMILY MARLEN HERNÁNDEZ RAMÍREZ.<sup>3</sup>

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico, tiene como finalidad la implementación de una oportunidad con derrama económica teniendo como objetivo general la realización de un taller de huaraches y morrales en el municipio de Playa Vicente, Ver., usando como base las actividades rurales en la localidad que mantienen a muchas familias, se adaptó el turismo rural como un impulso a los locales y visitantes dando así una valoración cultural de Playa Vicente.

La pregunta de investigación para este trabajo es ¿El diseño de un taller de elaboración de huaraches y morrales artesanales en el municipio de Playa Vicente, Ver., impulsará el turismo rural y generará una derrama económica en la región? con el propósito de beneficiar al municipio con un nuevo sector económico y se vea reflejados en las familias playavicentinas.

Como técnicas de investigación son cualitativas y cuantitativas, usando así de las cualitativas la bitácora, el análisis FODA y el Check-list, por otra parte, los instrumentos de recopilación de datos que se utilizaron fueron la entrevista realizada al presidente municipal, la secretaria de turismo y el secretario de cultura, asimismo la aplicación de encuestas a locales y cuestionarios aplicados a los posibles turistas.

**Palabras claves:** derrama económica, taller de huaraches y morrales, actividades rurales, turismo rural, valoración cultural.

---

<sup>1</sup> PTC Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. fnoriega@uv.mx

<sup>2</sup> PTC Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. artmora@uv.mx

<sup>3</sup> Estudiante de Administración Turística. Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. emilymarlenhdezr@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

El turismo es clave para aumentar los niveles de crecimiento y reducir el quebranto social en que vive el país, pues constituye una herramienta para fomentar la recuperación del tejido social a través de la convivencia y el intercambio cultural. El gobierno federal puede, a través del impulso al turismo contribuir al desarrollo económico y social de las personas, en especial los jóvenes, los pequeños empresarios y proveedores de servicios, artesanos y mujeres. (PN 2018-2024) <sup>4</sup>

La SECTUR (Secretaría de Turismo) pretende emerger con el turismo rural y trabajar con personas que son emprendedoras es hacer posible que a través de sus atributos las comunidades encuentren vocación productiva; el turismo arraiga, genera sentido de orgullo y pertenencia, y forja condiciones para que florezcan las habilidades emprendedoras y empresariales de las personas.<sup>5</sup>

Veracruz es una de las elecciones principales del turismo nacional, compitiendo a la par con Ciudad de México, Puebla, Acapulco, Guadalajara y Cancún, con un promedio de 1.32 noches por turista durante los periodos vacacionales de invierno y verano, Semana Santa, y fines de semana largos. (PVD 2019-2024)<sup>6</sup>

En Playa Vicente, la mayor fuente económica es la agricultura y ganadería, son actividades importante para el comercio y sustento de muchas familias, a pesar que los visitantes mayormente busca los ríos que tiene el municipio, sus atractivos culturales y varias haciendas que rodean el pueblo, la nueva propuesta como lo es el turismo rural, pretende que se ayuden las familias que poseen este tipo de lugares, abran puertas a este público y se realicen actividades de tipo agrícolas con las personas que los visiten, puesto que son una nueva oferta turística buscando nuevo segmento para los visitantes.

---

<sup>4</sup> <https://contralacorrupcion.mx/trenmaya/assets/plan-nacion.pdf>

<sup>5</sup> <http://www.sectur.gob.mx/sectur/blog-de-la-secretaria/>

<sup>6</sup> [http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd\\_2019\\_2024/Gac2019-224\\_Miercoles\\_05\\_TOMO\\_II\\_Ext\\_\(PLAN\\_VERACRUZANO\\_2019\\_2024\).pdf](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/Gac2019-224_Miercoles_05_TOMO_II_Ext_(PLAN_VERACRUZANO_2019_2024).pdf)

## MARCO TEÓRICO

La OMT (2006) especifica que el “turismo” se refiere a todas las actividades de los visitantes, incluidos los turistas y los excursionistas o visitantes del día, durante una estadía inferior a 12 meses. Según Gurría (2004) basado en la OMT, los visitantes (persona que visita una localidad donde no tiene fijada su residencia) se dividen en dos categorías: turistas y excursionistas. Los turistas son visitantes que pernoctan o permanecen, o cuya estancia es superior o igual a 24 horas en la localidad visitada, por razones de recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes o negocios. Los excursionistas son los visitantes cuya estadía es inferior a 24 horas, incluyendo los viajeros de cruceros y excluyendo a los viajeros ilegales en un país. (Morillo, 2011) <sup>7</sup>

El turismo rural es una actividad relativamente nueva, tanto en el ámbito rural como en el propio sector turístico. Existen diversas versiones de actividades de turismo en el espacio rural. Conocido con diferentes nombres, según el país de que se trate, el “turismo rural” es el turismo en las áreas rurales desarrollado en el medio rural (Crosby, 1995), ya se refiera a alojamientos de diferentes escalas de desarrollo horizontal o vertical, (como por ejemplo Centros de montaña o deportes de invierno, mejor denominados que las antiguas estaciones de esquí), restauración, animación, naturaleza, cultura, etc. (Valdez & Ochoa, 2015) <sup>8</sup>

El “efecto derrame”, “teoría del goteo” o “trickle down effect” consiste en que, al producirse un crecimiento económico, parte de éste necesariamente llegará a las capas sociales inferiores. Esto podría explicarse dado que el crecimiento genera gradualmente mayor empleo, más ingresos y mayor consumo. Habría cierta convergencia y, por tanto, una reducción de la desigualdad. Esta “teoría del derrame” estaba muy extendida durante los años noventa. (Saéñz, Morillo & Rodríguez, S/F) <sup>9</sup>

La definición de cultura se amplía hacia todo aquello que el hombre y la mujer añaden a la naturaleza y la transforma produciendo bienes materiales a partir de procesos individuales y colectivos creando civilización. La UNESCO define el

---

<sup>7</sup> <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

<sup>8</sup> <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>

<sup>9</sup> [http://campus.usal.es/~ehe/anisi/Modelizacion\\_II/Laura/trabajos/creciendo\\_y\\_desigualdad.pdf](http://campus.usal.es/~ehe/anisi/Modelizacion_II/Laura/trabajos/creciendo_y_desigualdad.pdf)

concepto cultura como: Conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional comprendiendo el arte y literatura, los estilos de vida, los modos de vida común, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias. Se defina a la cultura como el conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y efectivos que nos caracterizan como sociedad o grupo social. (UNESCO Office San José, 2012)<sup>10</sup>

La valoración cultural, partiendo de la exposición de las discrepancias entre valor y precio de los bienes y servicios procedentes del sector cultural en sentido estricto, en el artículo se expone que aquellos productos comparten con los bienes y servicios ambientales la capacidad de generar beneficios externos para la colectividad donde se generan y distribuyen. Por ello, se sintetizan los principales intentos de aplicar, al ámbito cultural, las técnicas del análisis económico neoclásico en presencia de externalidades; estas últimas justifican adicionalmente la financiación pública de políticas de desarrollo cultural y el destino de mayores fondos públicos al fomento de la cultura sostenible. (Pérez & Yábar, 2010)<sup>11</sup>

La artesanía es el conjunto de actividades que se hacen con las manos; por lo tanto, en su elaboración no se usan medios mecánicos (ningún tipo de máquina), pero sí herramientas que facilitan el trabajo. Antiguamente, cuando no existían las máquinas, todos los objetos se realizaban de manera artesanal; por eso la artesanía no se consideraba ni se considera un arte. Las artesanías están asociadas con la economía campesina, ya que surgieron como un satisfactor de necesidades que ha pasado a ser objeto turístico por su rusticidad, colorido y diversidad. (Rivera, Manzanares & Vázquez, 2008)<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>[https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef\\_0000228345&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach\\_import\\_e0a4838c-3396-409b-a62b-6f32a7099ff1%3F\\_%3D228345spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000228345/PDF/228345spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A32%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2Cnull%2Cnull%2C0%5D](https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000228345&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_e0a4838c-3396-409b-a62b-6f32a7099ff1%3F_%3D228345spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000228345/PDF/228345spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A32%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2Cnull%2Cnull%2C0%5D)

<sup>11</sup> <https://core.ac.uk/download/pdf/38809144.pdf>

<sup>12</sup> <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n46/v15n46a10.pdf>

El término taller proviene de la palabra francesa “atelier”, que refiere al lugar donde trabaja un artista plástico o escultor, y que reúne a artistas concedores de determinada técnica u obra fin de compartir lo que conocen al respecto, o bien a los discípulos de dicho artista a fin de aprender del maestro. A su vez, el término “atelier” proviene de “astelle” (“astilla”), en referencia a los astilleros, lugares donde se construyen o arreglan los barcos. (Cano, 2012)<sup>13</sup>

La carta descriptiva, por definición, es aquel documento que se utiliza para describir los contenidos ofertados en un curso, taller o gestión de ámbito académico y que facilita la observación y el orden de los diferentes procesos de planificación y del desarrollo de las actividades docentes implicadas. A lo largo de la carta descriptiva, se irán desglosando las distintas etapas que marcarán el correcto desarrollo, los objetivos marcados, los contenidos impartidos, de manera clara y ordenada, y las políticas de actuación respecto a sistema de aprendizaje, de seguimiento y de evaluación final.

Disponer de una planificación y de un orden de contenidos permite tanto a los docentes como a los propios alumnos adaptarse de manera particular al curso taller o asignatura impartida.<sup>14</sup>

### **MARCO CONTEXTUAL.**

Playa Vicente. Municipio perteneciente a la Región Veracruz-Boca del Río, en la organización del Programa Veracruzano de Desarrollo (PVD) 2016-2018. También es conocido como “La Joya Escondida del Papaloapan”, tierra poseedora de una amplia actividad ganadera y agrícola, es, además, uno de los municipios más representativos de la Cuenca del Papaloapan.

Las playas del Río Tesechoacán, mejor conocidas como Playa Azul, ubicada debajo del puente colgante que conecta con La Candelaria y la playa La Pisa, la más grande y concurrida del municipio, llamada así por la extracción de materiales pétreos, cómo arena, piedra y grava. Las aguas sulfurosas de Arroyo Zacate, conocidas como El Azufre, además de su arroyo Centro Recreativo: La Cabaña, ubicado en la

---

<sup>13</sup> [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5653/pr.5653.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5653/pr.5653.pdf)

<sup>14</sup> <https://modelo-carta.com/la-carta-descriptiva/>

col. La Guadalupe Salón: Las Albercas, en el centro de Playa Vicente Restaurante: Providencia, cuenta con alberca, ubicado en Miguel López, el arroyo y nacimiento en la localidad de El Nigromante, conocido como Huatulco, llamado irónicamente así por su belleza, la playa de San Gabriel y el arroyo de Tomate, Río Manso, el arroyo de Zanja de Caña, cuenta con un nacimiento de agua, las playas en el puente Las Yaguas, ubicadas en La Victoria, el arroyo de La Nueva Era, las playas del río La Lana, en la zona Mazateca de Playa Vicente: Nuevo Ixcatlán, Nuevo San Martín, Nuevo Raya Caracol, el arroyo Dehesa, ubicado en la localidad del mismo nombre el arroyo San Pedro, ubicado en la localidad del mismo nombre, el arroyo de la Col. Guadalupe Victoria, cerca de Abasolo del Valle.

Las principales actividades agropecuarias que se realizan en el municipio de Playa Vicente, Ver. son; cultivo de maíz, hule hevea y caña. También se realiza la cría de ganado porcino, bovino, caprino, ovino, ave (z) y guajolotes.

La actividad agropecuaria integra el sector primario de la economía, pues explota productos de la naturaleza (suelos destinados a agricultura, ya sea con cultivos perennes como los de banana o café, o anuales como los cereales; forestación o ganadería, bovina caprina u ovina; y pesca) sin hacer en ellos cambios, que pueden sin embargo, servir como materias primas a las industrias, que constituyen el sector secundario, económicamente hablando.

Existen en el municipio 16,743 hablantes de lengua indígena, 8,340 hombres y 8,403 mujeres, que representa el 33.77% de la población municipal. La principal lengua indígena es el zapoteco. El II Censo de Población y Vivienda del 2005, reporta que un total de 9,346 personas hablan alguna lengua indígena.

Tiene como actividades culturales:

- Marzo 18-21 Abasolo del Valle: Fiestas del santo patrono San José.
- Festival del Son indígena y mestizo, exposición de artesanías; bailes populares; desfile de carros alegóricos, juegos mecánicos.
- Día 15 Nuevo Ixcatlán: Fiestas de San Isidro con toreadas, jaripeos, procesiones, bandas, danzas, fandango y bailes populares.
- Junio: Día 6 El Zapotal: Fiestas de la Santísima Trinidad con bandas, danzas, torneos deportivos, bailes populares.

- Días 28 y 29 Arroyo Zacate: Fiestas de San Pedro.
- 22 Julio Playa Vicente: Festival del Tesechoacán, música tradicional de todo el país, pintura, teatro, son jarocho, fandango, exposición de libros.
- Día 15 Chilapa del Carmen, Fiesta de la Virgen del Carmen
- Día 2 agosto Playa Vicente: Aniversario de la creación del Municipio Libre.
- Día 15 y 16 septiembre: ceremonia del Grito de la Independencia con juegos pirotécnicos y bailes populares.
- Octubre Día 2: Foro Estudiantil “Mártires de Tlatelolco” Día 31: Aniversario del ballet folclórico Tepochcalli
- 1 y 2 noviembre: día de todos Santos con danza de muertos TOXO - HO, altares.
- Día 12 diciembre: fiestas de la Virgen de Guadalupe, 16 inicio de posadas y el 31 fin de año. (PMD Playa Vicente 2018-2021)<sup>15</sup>

El Nigromante está situado en el Municipio de Playa Vicente, tiene 2594 habitantes, cuenta con una clínica, parque, salón de fiestas, 2 jardines de niños, 3 escuelas primarias (1 Federal y 2 Estatales), 1 telesecundaria, 1 telebachillerato, en la música tiene 4 grupos 2 de ellos de fama regional, 3 bandas filarmónicas que ejecutan música tradicional Zapoteca. La comunidad cuenta con 6 iglesias. Los hombres se dedican a la agricultura y la ganadería. El 70% de la población tiene teléfonos fijos, hay cobertura celular y cuenta con Internet satelital, tiene 2 cementerios.(PMD Playa Vicente 2018-2021)<sup>16</sup>

Es el pueblo más poblado en la posición número 4 de todo el municipio. El Nigromante está a 140 metros de altitud.

El 89,86% de la población es indígena, y el 50,77% de los habitantes habla una lengua indígena. El 2,47% de la población habla una lengua indígena y no habla español.<sup>17</sup>

<sup>15</sup><http://playavicente.gob.mx/uploads/transparencia/73c3539761e99983a9a6a5b870de855b.pdf>

<sup>17</sup> <https://mexico.pueblosamerica.com/i/el-nigromante/>



## METODOLOGÍA

La metodología que se utilizó fue cualitativa y cuantitativa. En el método cualitativo las técnicas de recolección de datos que se ejecutaron fueron el análisis FODA y la bitácora y el Check-list los cuales proporcionaron información directa para saber sobre las condiciones que se pueden percibir a primera vista del municipio de Playa Vicente.

En el método cualitativo, la matriz FODA se utilizó para analizar la situación actual en la que se encuentra Playa Vicente municipio del Estado de Veracruz, para así poder tomar decisiones que impacten de manera positiva en la propuesta.

<b>Análisis FODA, Playa Vicente, Ver.</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad organizada con negocios propios</li> <li>• Tiendas de abarrotes</li> <li>• Panaderías</li> <li>• Tortillerías</li> <li>• Farmacias</li> <li>• Franquicias de tiendas departamentales</li> <li>• Escuelas de diversos grados educativos</li> <li>• Servicios básicos (agua potable, drenaje, luz eléctrica)</li> <li>• Visión emprendedora</li> <li>• Diversidad cultural</li> <li>• Arraigo y respeto por zonas indígenas</li> <li>• Diversificación de distintos pueblos indígenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción en la agricultura</li> <li>• Crecimiento en nuevos negocios pequeños para el sustento familiar</li> <li>• Implementación de diversos programas por parte del ayuntamiento a familiar para empezar sus negocios.</li> <li>• Producción ganadera</li> <li>• Superación de los locales en aspectos económicos y sociales.</li> <li>• Prevaler la cultura y las tradiciones por parte de los locales.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déficit en el sector salud del municipio</li> <li>• Carencia en lugares turísticos cerca del municipio</li> <li>• Falta de programas de desarrollo económico para la población</li> <li>• Pocas oportunidades de desarrollo educativo a nivel universitario</li> <li>• Escasa urbanización en las localidades que conforman el municipio</li> <li>• Aislamiento del municipio por lejanía y geografía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos económicos en el municipio</li> <li>• Futuro incierto por parte de las familias del municipio, producto de la marginación</li> <li>• Carencia en los apoyos de diversos organismos estatales y federales destinado al municipio</li> <li>• Decadencia económica y rezago.</li> <li>• Brotes de violencia</li> <li>• Inseguridad</li> <li>• Contingencia higiénica COVID-19</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

La bitácora en su totalidad ayudo en un posible desarrollo de la propuesta, con diversos elementos que dieron lugar a comparar la funciones, el ambiente y su comportamiento en base a lo que se iba viendo con el paso de los días.

El Check-list se elaboró para corroborar que sea un municipio que cuente con cierto circulo de servicios es decir que sea un destino que de una oferta rural para sus visitantes dando la visión de donde queremos partir para que la propuesta sea una idea productiva y que el municipio sea un lugar cómodo para los visitantes.

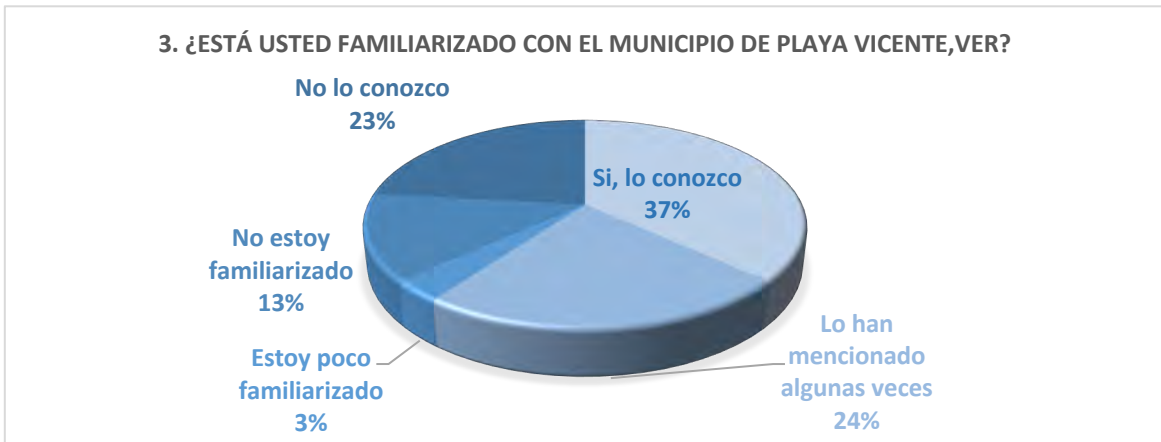
Se implementaron del metodo cuantitativo tres técnicas las cuales son la entrevista, el cuestionario y la encuesta para obtener resultados objetivos.

Las entrevistas se aplicaron al presidente municipal el Lic. Gabriel Antonio Álvarez López, la secretaria encargada de turismo la Lic. Patricia Barradas Saldaña y al secretario de cultura el Sr. Arturo Barradas Benítez quienes compartieron su punto de vista referente a la propuesta que se quiere implementar en el municipio de Playa Vicente, Ver. La entrevista está compuesta de 10 preguntas abiertas, las cuales se realizaron con la mayor disponibilidad por parte de las autoridades.

Los cuestionarios fueron aplicados a 30 turistas potenciales, con el fin de obtener su punto de vista acerca del municipio de Playa Vicente Ver., para disfrutar del turismo rural y sobre todo saber su interés por las artesanías. Este cuestionario está compuesto de 10 preguntas de opción múltiple. Se realizó de manera digital mediante el formulario de GoogleForm enviándose mediante links para que un grupo al azar entre mujeres y hombres que sean visitantes lo pudieran requisitar de manera pertinente.

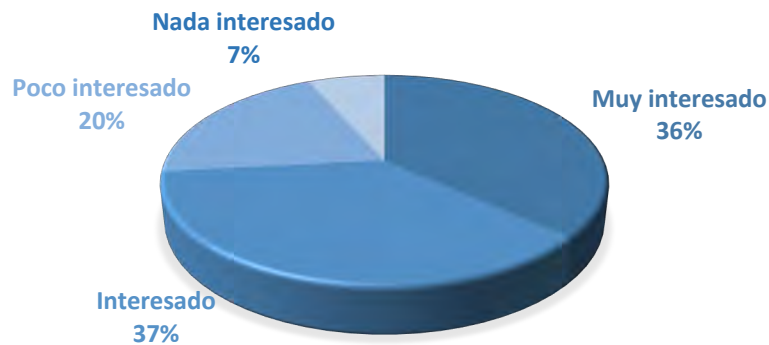
Las encuestas se aplicaron a 30 personas de la localidad para obtener información sobre las condiciones el municipio y su situación cultural, económica y turística. Compuesta de 8 preguntas de opción múltiple y se aplicaron manera digital mediante el formulario de GoogleForm enviándose mediante links entre una población de entre 18 a 65 años al azar a todas aquellas personas que quisieran colaborar con la propuesta.

- Resultados de cuestionarios a turistas potenciales



Gráfica 1: Elaboración propia

8. ¿ESTARÍA INTERESADO EN VISITAR PLAYA VICENTE PARA ASISTIR A UN TALLER ARTESANAL?



Gráfica 2: Elaboración propia

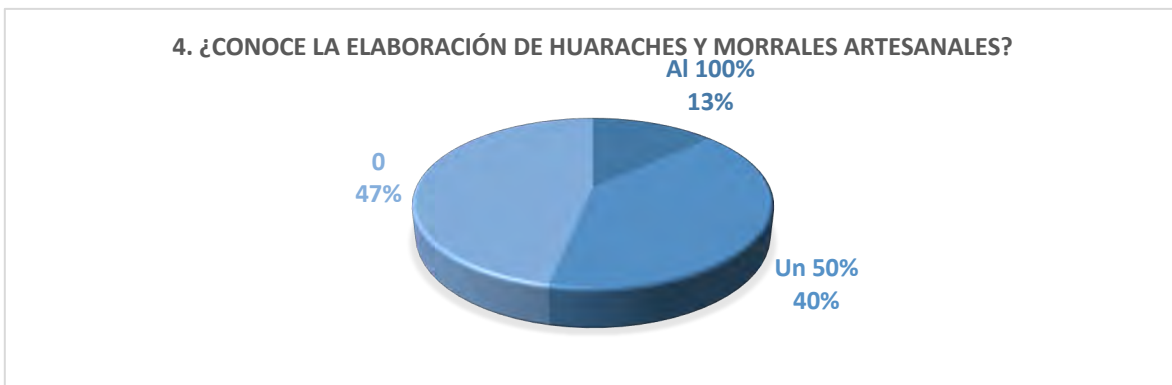


Gráfica 3: Elaboración propia

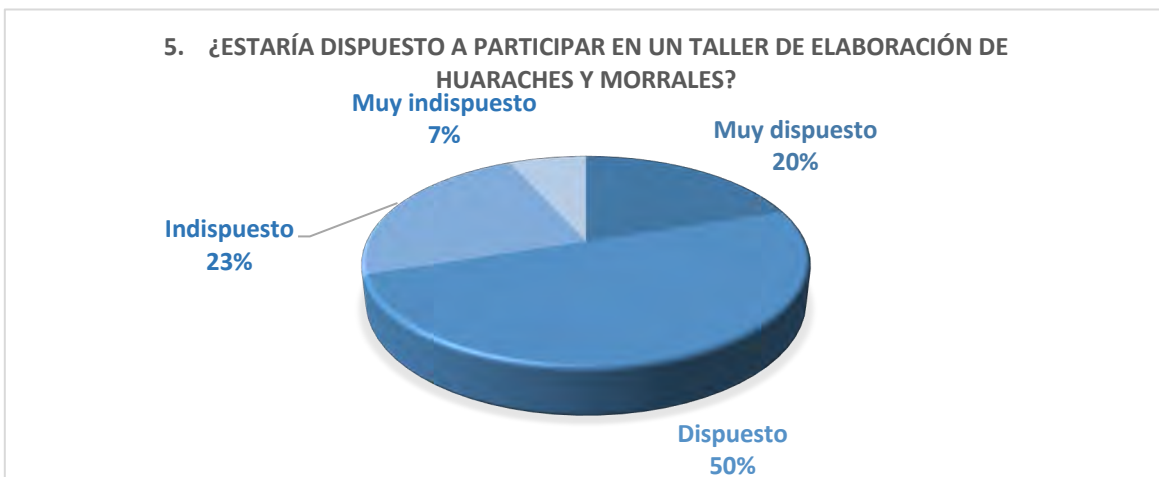


Gráfica 4: Elaboración propia.

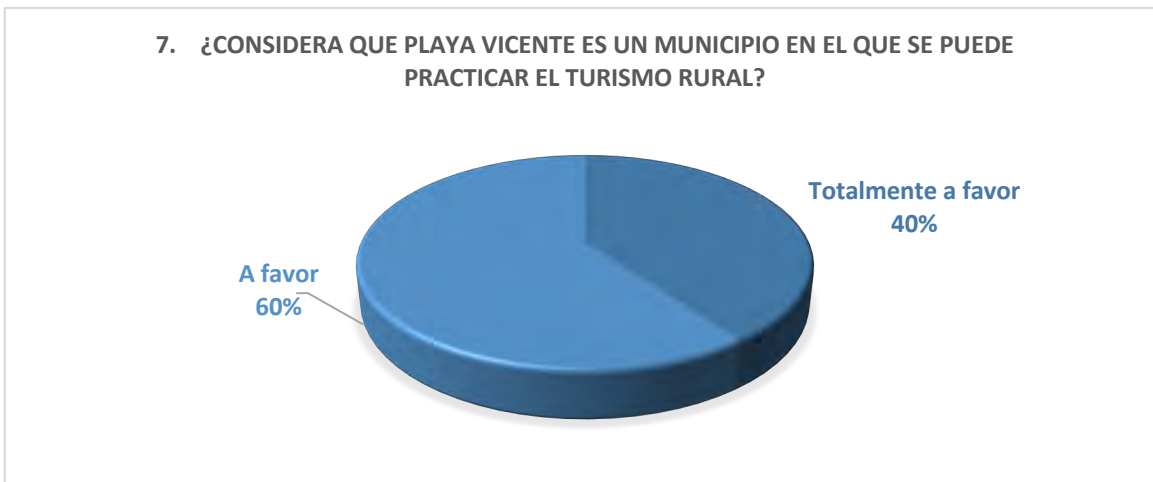
- Resultados de encuestas a locales.



Gráfica 1: Elaboración propia.



Gráfica 2: Elaboración propia.



Gráfica 3: Elaboración propia.



Gráfica 4: Elaboración propia.

**TALLER DE HUARACHES Y MORRALES ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE PLAYA VICENTE, VER.: IMPULSO AL TURISMO RURAL.**

Para el municipio de Playa Vicente Ver., se propone diseñar un taller para la elaboración de morrales como producto artesanal en el municipio de Playa Vicente, Ver., para impulsar el turismo rural generando una derrama económica para los locales.

Con esta propuesta se pretende impulsar el turismo rural con el que cuenta el municipio y así apoyar a los playavicentinos emprendiendo a diversas actividades que puedan implementar para el sustento de sus familias.

El taller constará en la elaboración de huaraches y morrales, será impartido por las señoras Margarita Gabino Ramírez y Xóchitl Ruiz Cortés, originarias de la localidad de “El Nigromante”, donde se considera que es una cuna de cultura puesto que se originan de este lugar variados artículos que son representativos del municipio.

Debido a la pandemia y la higiene que se debe llevar con esto, solo se tomaran los pasos para elaborar los morrales, debido a que los huaraches son de control de higiene, las ponentes se sienten mas seguras al presentar solo la elaboración de morrales. La cuota de recuperación este taller será de **\$100.00** ayudando a la adquisición de los materiales, costeados previamente.

Para el fomento del turismo rural y a manera que los turistas puedan tener acceso a actividades rurales, el taller se llevara acabo en el rancho “Los Pérez” ubicado en la localidad de “El Nigromante” a 15 min. del municipio, el traslado constará de camionetas tipo Van donde su centro de reunión será en la calle 2 de abril, colonia Centro en Playa Vicente, se llegará a la colonia, cabe de mencionar que estas camionetas están disponibles todos los días y salen cada 30 minutos a esta colonia. La reunión en dicho lugar será a las 8:45 am dando 10 minutos de tolerancia y partiendo 8:55 am hacia el destino, donde se espera estar en un aproximado de 9:10 am, posteriormente, se dará un recorrido en el rancho mostrando a nuestros visitantes las diversas actividades realizadas en el lugar, se visitara la granja donde se ordeñan y se prepara la leche que se utilizara para la realización de quesos que se hacen en la localidad, ahí podrán ver y comprar el queso que está listo para su venta, después de esto, 09:40 am se trasladara a los turistas a la localidad

Considerando que el rancho es una excelente ubicación para la realización del taller y teniendo al alcance diversos elementos que nos apoyan a su realización, se considera que se den 30 minutos para actividades rurales, el personal del rancho “Los Pérez” prestará a los caballos para recorridos de los turistas y que puedan ver las diversas actividades que se realizan para el sustento de familias que se dedican a este tipo de actividades agrícolas.

Posteriormente, a las 10:00 am se llevará a cabo la presentación de quien impartirá el taller a los visitantes y se pondrá en marcha la preparación de lo que es el morral artesanal. Todos los materiales ya serán previamente adquiridos y estarán a la disposición de nuestros turistas.

Teniendo en cuenta un horario, se estiman 4 horas para su realización, esto quiere decir que a alrededor de las 02:00 pm. se estarían listos los morrales. Dando tiempo a que nuestros visitantes hagan un último recorrido en el rancho y a la localidad, la camioneta tipo Van se tomaría en donde se tuvo el primer contacto en El Nigromante 02:30 pm

Y por ultimo 02:45 pm se arribaría al municipio de Playa Vicente Ver., dando por finalizado este taller. Se pretende que los visitantes aprendan al hilaje y en la comodidad de sus hogares continúen con el presente, y las ponentes les darán un morral de recuerdo.

**CARTAS DESCRIPTIVAS.**



**Carta descriptiva**

**No. de Sesión 1/1**

**Nombre del taller:** Taller de elaboración de morrales artesanales como recurso artesanal del municipio de Playa Vicente, Ver.

**Lugar y fecha del taller:** Loc, El Nigromante, Playa Vicente, Ver. viernes 11 de dic. del 2020.

**Nombre del facilitador:** Sras. Margarita Gabino Ramírez y Xóchitl Ruiz Cortés

**Perfil de los/las participantes:** Personas visitantes al municipio y que busquen incrementar su ingreso económico con base en la venta de morrales artesanales a los visitantes.

**Objetivo General:** Se busca dar a conocer el procedimiento de elaboración de morrales artesanales en Playa Vicente, Ver. para el impulso del turismo rural.



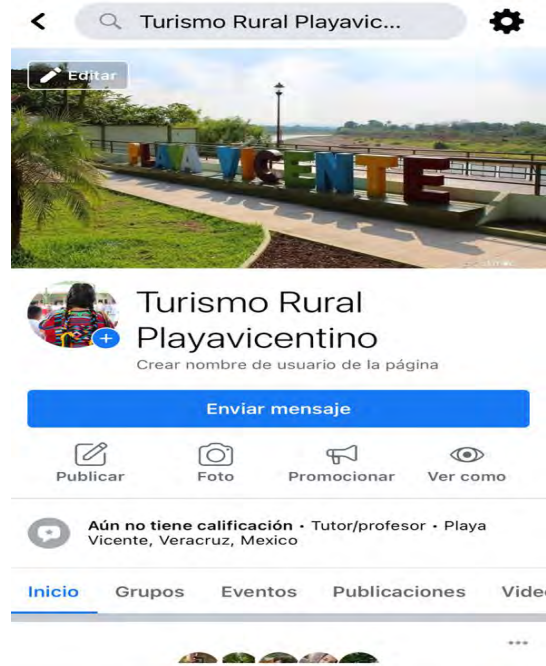
Resultados de aprendizaje	Temas	Estrategias de aprendizaje o actividades a desarrollar		Técnica instruccional	Material	Tiempo (minutos)
		Facilitadora	Participantes			
<b>Presentación, generar integración grupal y dar a conocer a los participantes el objetivo del taller.</b>	Presentación del grupo, expectativas del taller.	La facilitadora dará la bienvenida, se presenta y da a conocer la metodología del taller.	Se presentan.  Se integran en grupos de 2.	Expositiva  Vivencial		5 min.
	Presentación de los materiales a usar.	La facilitadora presentará los materiales que se usarán en el taller, tales como son los materiales.	Escuchan y se familiarizan con los ingredientes que se encuentran en sus mesas de trabajo	Expositiva  Vivencial	Bastidor, hilo de cañamo, agujas.	5 min.
<b>Proceso de elaboración de los morrales</b>	Preparación del hilo de cañamo	La facilitadora presentará el manejo del hilo. Mostrará el proceso y dará los pasos a seguir.	Los participantes escuchan el proceso.	Expositiva  Vivencial	Mesa de trabajo para los materiales.	20 min.
			Llevar a cabo las instrucciones de la facilitadora y comienzan con la elaboración de los morrales	Demostrativa  Experimental		
	Colocación del hilo de cañamo en el bastidor	La facilitadora explicará el paso a paso para la colocación del hilo en el bastidor. Se comenzará a elaborar el hilaje.	Escuchan	Expositiva  Vivencial	Hilo, bastidor.	30 min.
			Comienzan a elaborar el hilaje siguiendo los pasos de la facilitadora.	Demostrativa  Experimental		
	Hilaje.	La facilitadora dará a conocer el medio con el que se envuelve el hilo mediante el bastidor. Mostrará el proceso a seguir y explicará sus inicios culturales	Escucharán  Seguirán los pasos de la facilitadora en el hilaje.	Expositiva  Experimental  Vivencial	Hilo, bastidor y ahuja	30 min.

No. total de participantes:	Mujeres:	Hombres:
-----------------------------	----------	----------

Resultados de aprendizaje	Temas	Estrategias de aprendizaje o actividades a desarrollar	Técnica instruccional		Material	Tiempo (minutos)
			Facilitadora	Participantes		
	Elaboración del morrales	Una vez que se obtengan los materiales para elaborar el morral. La facilitadora dará a conocer el modo de enlace de hilos para elaborar el morral. Demostrará los pasos a seguir y ayudará a los participantes para seguir la costura.	Los participantes verán el proceso para elaborar el morral. Escucharán atentos las indicaciones de la facilitadora y las seguirán los pasos para la costura del hilo de cañamo.	Expositiva Vivencial Experimental	Hilo de cañamo, bastidor.	30 min. desglose del hilo.  120 min, Para el hilaje.
	Degustación	Se avisará a los participantes sobre la degustación sobre platillos típicos de la región	Degustarán unos bocadillos durante el tiempo posterior a un avance del morral.			
<b>Tiempo total: 240 min. (4 horas)</b>						

Imagen: Promoción del taller.

Imagen: Promoción del taller en facebook.



Fuente: elaboración propia.

**CONCLUSIÓN.**

Considerando que el taller es lo esencial para darse a conocer las artesanías como la capacidad cultural que Playa Vicente alberga, teniendo en cuenta que pueden mejorar la capacidad de ventas y sobretodo de tener una competitividad en el mercado turístico mostrando así los diversos productos que puede ofrecer este municipio al Estado. Teniendo en cuenta que con esta investigación lo principal son las actividades rurales también se busca que el turismo de cultura y gastronómico sobresalga, como ya se ha mencionado la diversa cultura que se encuentra en el municipio es capaz de ofrecer una amplia gama de atractivos al visitante.

Se debe agregar que se mantuvo siempre la búsqueda de los beneficios que más se pudieran destacar para el municipio, se utilizaron técnicas de investigación que siempre mantuvieran las condiciones de la realización del proyecto para saber cómo, cuando y por qué es importante la propuesta para Playa Vicente.

## Bibliografía

- Cano (2012) *La metodología de taller en los procesos de educación popular*. Argentina. Revista latinoamericana de metodología de las ciencias sociales. Obtenido desde: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5653/pr.5653.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5653/pr.5653.pdf)
- Morillo (2011) *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Venezuela. Visión General. Obtenido desde: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Peréz y Yábar (2010) *El valor económico de los bienes culturales y ambientales. Cultura, desarrollo y sostenibilidad*. Madrid, Obtenido: <https://core.ac.uk/download/pdf/38809144.pdf>
- Plan municipal de desarrollo, Playa Vicente, Veracruz (2018-2021) obtenido desde: <http://playavicente.gob.mx/uploads/transparencia/73c3539761e99983a9a6a5b870de855b.pdf>
- Plan Veracruzano de desarrollo 2019-2024. Obtenido de: [http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd\\_2019\\_2024/Gac2019-224\\_Miercoles\\_05\\_TOMO\\_II\\_Ext\\_\(PLAN\\_VERACRUZANO\\_2019\\_2024\).pdf](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/Gac2019-224_Miercoles_05_TOMO_II_Ext_(PLAN_VERACRUZANO_2019_2024).pdf)
- Proyecto de Nación 2018- 2024. Obtenido de: <https://contralacorrupcion.mx/trenmaya/assets/plan-nacion.pdf>
- Saézn, Morillo y Rodríguez (S/F) Crecimiento y desigualdad. Obtenido desde: [http://campus.usal.es/~ehe/anisi/Modelizacion\\_II/Laura/trabajos/crecimiento\\_y\\_desigualdad.pdf](http://campus.usal.es/~ehe/anisi/Modelizacion_II/Laura/trabajos/crecimiento_y_desigualdad.pdf)
- Rivera, Manzanares y Vazquéz (2008) *La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco*. México. CONVERGENCIA Revista de ciencias sociales. Obtenido desde: <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n46/v15n46a10.pdf>
- UNESCO (2012) *Mis derechos son nuestros derechos culturales*. Honduras. UNESCO. Obtenido desde: [https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef\\_0000228345&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach\\_import\\_e0a4838c-3396-409b-a62b-6f32a7099ff1%3F\\_%3D228345spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000228345/PDF/228345spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A32%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2Cnull%2Cnull%2C0%5D](https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000228345&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_e0a4838c-3396-409b-a62b-6f32a7099ff1%3F_%3D228345spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000228345/PDF/228345spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A32%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2Cnull%2Cnull%2C0%5D)

Valdez y Ochoa (2015) *Turismo rural*. México. ITSON. Obtenido desde:  
<https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>

Gobierno de México, Blog de la secretaria. Sitio Web, Obtenido desde:  
<http://www.sectur.gob.mx/sectur/blog-de-la-secretaria/>

Modelo-carta (S/F) Carta descriptiva, Sitio web modelo-carta.com. Obtenido desde:  
<https://modelo-carta.com/la-carta-descriptiva/>

PueblosAmerica.com (S/F) El Nigromante, Ver, Sitio web PueblosAmerica.com.  
Obtenido desde: <https://mexico.pueblosamerica.com/i/el-nigromante/>

**ANEXOS****Cuestionario**

Buen día, soy estudiante de la Universidad Veracruzana Región Veracruz, Facultad de Administración de la carrera de Administración Turística.

Estamos realizando este cuestionario que va dirigido hacia los turistas potenciales para ayudarnos a obtener información confiable, acerca de un interés que pueda existir sobre una artesanía en el municipio de Playa Vicente, Ver.

El cuestionario tomará pocos minutos.

Instrucciones: Encerrar la opción con un círculo.

Género:  M  F

Edad:

1. ¿Ha comprado alguna artesanía de algún destino que ha visitado?
  - a) Siempre
  - b) Alunas veces
  - c) Pocas veces
  - d) Nunca
2. ¿Ha asistido a algun taller rural?
  - a) Siempre
  - b) Alunas veces
  - c) Pocas veces
  - d) Nunca
3. ¿Está usted familiarizado con el municipio de Playa Vicente, Ver?
  - a) Si, lo conozco
  - b) Lo han mencionado algunas veces
  - c) Estoy poco familiarizado
  - d) No estoy familiarizado
  - e) No lo conozco
4. ¿Cree que es importante que un municipio cuente con artesanías hecha por los locales?
  - a) Muy importante
  - b) Importante
  - c) Poco importante
  - d) Nada importante
5. ¿Para usted es importante conocer la cultura, trabajo artesanal y tradiciones de un municipio?
  - a) Muy importante
  - b) Importante
  - c) Poco importante
  - d) Nada importante
6. ¿Ha escuchado hablar de huaraches o morrales artesanales?
  - a) Siempre
  - b) Alunas veces
  - c) Pocas veces
  - d) Nunca
7. ¿Ha comprado alguna vez uno de estos artículos?
  - a) Siempre
  - b) Alunas veces
  - c) Pocas veces
  - d) Nunca
8. ¿Estaría interesado en visitar Playa Vicente para asistir a un taller artesanal?
  - a) Muy interesado
  - b) Interesado
  - c) Poco interesado
  - d) Nada interesado
9. ¿Conoce usted sobre el turismo rural?
  - a) Mucho
  - b) Algo
  - c) Poco
  - d) Nada
10. ¿Estaría interesado en visitar un destino para experimentar qué es el turismo rural?
  - a) Muy interesado
  - b) Interesado
  - c) Poco interesado
  - d) Nada interesado

Muchas gracias por su participación.

Los datos recabados serán usados exclusivamente para fines académicos.

## Encuesta

Buen día, soy estudiante de la Universidad Veracruzana Región Veracruz, Facultad de Administración de la carrera de Administración Turística.

Hoy estoy haciendo una encuesta acerca de turismo rural y artesanías en el municipio de Playa Vicente, Ver. ¿Podría hacerle unas preguntas?

1. Edad
  - 18 a 29 años
  - 30 a 44 años
  - 45 a 64 años
  - Más de 65 años
2. ¿Cuántos años lleva siendo residente de la comunidad?
  - Menos de dos años
  - De 2 a 6 años
  - De 7 a 10 años
  - De 11 a 20 años
  - Más de 20 años
3. ¿Conoce usted huaraches y morrales artesanales?
  - Si la conozco
  - He escuchado hablar de ella, pero no la conozco
  - No la conozco
4. ¿Conoce la elaboración de huaraches y morrales artesanales?
  - Al 100%
  - Un 50%
  - 0%
5. ¿Estaría dispuesto a participar en un taller de elaboración de huaraches ya morrales?
  - Muy dispuesto
  - Dispuesto
  - Poco dispuesto
  - Indispuesto
6. ¿Conoce alguna de estas actividades agropecuarias que se realizan en el municipio, o por lo menos a realizado alguna?
  - Cultivo de granos, cereales y semillas oleaginosas
  - Cultivo de hortalizas
  - Cultivos frutales
  - Cultivos de invernaderos y viveros
  - Floricultura
  - Silvicultura
  - Ganadería bovina
  - Ganadería porcina
  - Ganadería avícola
  - Ganadería ovina y caprina
  - Ganadería de camélidos
  - Otras formas de ganadería
  - Actividades de apoyo ganadero
  - Piscicultura y granjas piscícolas
  - Apicultura y recolección de miel



7. ¿Considera que Playa Vicente es un municipio en el que se puede practicar el turismo rural?
- Si
  - No estoy familiarizado con esa actividad
  - No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
8. ¿Cuál es su postura acerca de la llegada de turistas al municipio?
- Totalmente a favor
  - A favor
  - En contra
  - Totalmente en contra

Gracias por participar en la encuesta.

La información recabada será utilizada con fines exclusivamente académicos

## TURISMO MÉDICO: MUNICIPIO DE JUCHITÁN DE ZARAGOZA, OAX.

MTRO. GUSTAVO MENDOZA BARRÓN<sup>1</sup> DR. ERIC MANUEL RAMOS NERI<sup>2</sup>

LAT MEIBY ALESSANDRA ARRES OLGUÍN<sup>3</sup>

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico, que tiene como finalidad impulsar el turismo médico en el municipio de Juchitán de Zaragoza, Oax., mediante el diseño de una página web de planificación de paquetes turísticos médicos que brindará las facilidades a los posibles turistas de conocer la oferta turística existente en el ámbito médico del municipio antes mencionado. Además, funcionará como una herramienta para que dichos turistas lleven a cabo de forma más sencilla la planificación de viajes de turismo médico.

La pregunta de investigación que se contempla en este trabajo de investigación es: ¿El diseño de una página web de planificación de paquetes turísticos médicos en el municipio de Juchitán de Zaragoza, Oax., impulsará el turismo médico? Ya que se busca utilizar los recursos con los que cuenta el municipio que no están siendo debidamente aprovechados, para aumentar la demanda de turistas en el lugar, aprovechando al máximo los beneficios que nos brinda la tecnología.

Los enfoques metodológicos utilizados fueron cualitativos y cuantitativos. Para el enfoque cualitativo se utilizó el análisis FODA para conocer las ventajas y desventajas que se presentan en el desarrollo de la propuesta, y el check list para conocer los servicios con los que cuenta el municipio. Para el enfoque cuantitativo se utilizó la entrevista, el cuestionario y la encuesta para conocer la opinión de los principales participantes en el turismo.

**Palabras claves:** Turismo médico – Página web – Turista – Municipio – Planificación.

---

<sup>1</sup> TA Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana, gusmendoza@uv.mx

<sup>2</sup> PTC Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana, acardona@uv.mx

<sup>3</sup> Estudiante de Administración Turística. Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana, meibyarres@gmail.com

## Introducción

El Proyecto de Nación (2018-2024) busca aprovechar la fortaleza que tiene el sector turístico para generar un desarrollo turístico regional equilibrado que permita consolidar los puntos turísticos existentes y ampliar el potencial turístico del país en beneficio de todos. De esta manera, se busca impulsar el crecimiento económico contribuyendo a la generación de empleo e incrementando el ingreso de las personas que directa o indirectamente tienen relación con la industria del turismo. Según el Plan Estatal de Desarrollo (2016-2022), uno de los estados en México que tiene mayor potencial en el turismo es Oaxaca. Su oferta turística es considerada como una de las más ricas y amplias del país. Sin embargo, el estado de Oaxaca, al ser muy importante como destino turístico del país, requiere de cambios en sus estrategias y acciones con el objetivo de ascender en su posicionamiento dentro de los principales mercados de turismo de México y el mundo.

Una forma de turismo que el Proyecto de Nación busca impulsar es el turismo médico, ya que México tiene una ventaja comparativa en términos de costos y calidad con los Estados Unidos.

El turismo médico es el flujo internacional de viajeros con el fin de recibir servicios médicos. Involucra uno o varios procesos: consulta, intervención, hospitalización (o atención clínica) y provisión de medicamentos.

Cualquier médico que quiera participar en la cadena de valor de Turismo Médico, debe cumplir con las normas y regulaciones vigentes en México. En el caso de los médicos especialistas, deben contar con las certificaciones vigentes avaladas por la Corporación Nacional de Certificación de Especialistas Médicas (CONACEM).

En adición y en virtud de la importancia de la confianza que los participantes deben de dar a los turistas internacionales, es fundamental asegurar estándares internacionales de calidad y servicio. (Secretaría de Turismo, 2018)

## Marco teórico

### Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) dice que “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. A esas personas se les puede denominar viajeros, turistas o excursionistas; que bien pueden ser residentes o no residentes, y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

Para que el turismo exista, es importante que el lugar cuente con una oferta turística. Socratelli (2013), define la oferta turística como “el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas”.

“La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que corresponda a las características del mercado meta, es lo que se define como producto turístico”.

El turismo se clasifica según el motivo de viaje y las actividades a realizar. Según Morillo (2011, citando a Acerenza, 2001), “el turismo puede clasificarse en turismo vacacional, deportivo, de negocios, de convenciones, gastronómico, de salud, científico, cultural, religioso, estudiantil, de aventura y familiar o de amigos. Todos estos tipos de turismo corresponden a una clasificación que suele agruparse en tres categorías: turismo vacacional, especializado y de afinidad”.

### Turismo de salud

Ross (2004) arguye que el turismo de salud ocurre cuando las personas viajan de su lugar de residencia por razones de salud. El turismo de salud es un concepto afortunado que describe la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven. La definición internacional de turismo de salud dice que es el proceso en el cual una persona viaja por fuera de su lugar de residencia con el objetivo de recibir servicios de salud o de bienestar.

Dentro del turismo de salud existen dos clasificaciones: el turismo de bienestar y el turismo médico. Para Smith, Martínez y Rupa (2011), “el turismo médico es la práctica de viajar a otro país con el fin de obtener cuidado de la salud a manera de cirugía, tratamiento dental, tratamiento reproductivo, trasplante de órganos, chequeos médicos, etc. Esto excluye el turismo de bienestar, que se refiere a spas, tratamientos homeopáticos o terapia tradicional. La nota distintiva entre el turismo médico y el turismo de bienestar es, que el primero implica una intervención médica específica”.

### Promoción turística

Ollague (2015) citando a Acerenza (1996) indica que “la promoción es una actividad formada por acciones e instrumentos que desempeñan la función de beneficiar los estímulos para el levantamiento y adelanto del turismo por todo el mundo, así mismo como el crecimiento y mejora de trabajo de la industria que se benefician con los fines de la explotación económica”.

Mientras tanto, Castillo y Castaño (2014) citando a Ejarque (2005) definen la promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”.

“La promoción turística puede ser llevada a cabo mediante las técnicas tradicionales: la publicidad, los folletos, la multimedia y la información visual. Y las nuevas técnicas que son los advergames móviles y el cine”.

Uno de los lugares en donde más se suele llevar la promoción turística en la actualidad es en la red mediante la creación de sitios web.

Piñeiro e Igartua (2013) dicen que “para cualquier región o comunidad autónoma es esencial que sus principales municipios estén presentes en la red. Una de las maneras más fáciles y eficientes de hacer es a través de un sitio web institucional, en el cual cada municipio pueda ofrecer información sobre sus mayores atractivos, especialmente aquellos que estén relacionados con el turismo, una de las industrias más importantes”.

“Es innegable el hecho de que el turista actual, desgastadas las fórmulas tradicionales del turismo en masas (básicamente, sol y playa), ha abandonado su tradicional pasividad para transformarse en un agente más dinámico y participativo, por lo que, en muchos casos, busca activamente información sobre posibles destinos turísticos a través de internet, practicando lo que podríamos denominar e-turismo”.

“En definitiva, y con el auge de este medio y la total implementación de la cultura digital en nuestra sociedad, resulte imprescindible para los municipios estar presentes en la red y promocionar sus productos turísticos, ofreciendo información actualizada y detallada a un gran público y a bajo coste. Constituye a su vez, una inmejorable forma de fomentar la actividad turística de cualquier región”.

#### Sitios web

García (2002) define los sitios web como “estructuras de información como tantas otras, con las singularidades que aportan las características que le son propias como: la hipertextualidad, la forma gráfica, el acceso y la interactividad. En consecuencia, al igual que cualquier otro documento deben ser pensados críticamente y concebidos en términos de proyecto”.

“Existen en la actualidad, enormes facilidades para la edición de los sitios web, resulta muy sencillo crearlos y colocarlos a dominio público. En consecuencia, la web está poblada de muchos sitios de escaso valor, rigor y calidad, ya sea por su contenido o por deficiencias de estructura y formato”.

## Marco contextual

Juchitán de Zaragoza, Oaxaca

### Ubicación

El municipio de Juchitán de Zaragoza, Oax. está comprendido en la región del istmo de Tehuantepec al suroeste del estado de Oaxaca, en las coordenadas latitud norte 16°26' con una longitud al oeste de 95°01' y con una altitud de 30 metros sobre el nivel de mar, para llegar al lugar se toma la carretera internacional Oaxaca-Chiapas y a la altura del kilómetro 110, se localiza esta población la cabecera municipal, es una de las ciudades importantes del distrito de Juchitán.

### Reseña histórica

Se fundó en 1480 por soldados del monarca zapoteco Cosijopí y el Congreso Local lo declaró municipio el 15 de marzo de 1825 por el decreto número 47.

La historia de Juchitán se perdió en la oscuridad de los tiempos, pues solo consta que en 1484 era conocido por los mexicanos con el nombre Ixta-Cuachitlán, que fue conquistado por Axayacat rey de México, después de Cosijoeza, Rey de Zaachila, quien lo mandó a poblar como una colonia de Zaachila; se pobló por los zaachileños en 1502.

### Festividades y tradiciones

En el mes de mayo se celebra al Santo Patrón de San Vicente Ferrer y comprende una serie de velas, la semana principal de estas actividades se inicia el segundo sábado del mes de mayo con la vela Biadxi, vela del Calvario, vela Angélica Pipí, vela de San Isidro, vela San Vicente Chico, vela San Vicente Grande (Gola), la vela Cheguigo. En total son 26 velas y empiezan en el mes de abril y terminan el 5 de septiembre con la vela conmemorativa del triunfo del batallón juchiteco en 1866.

Antes de las velas se celebran misas, conviven en la casa de los mayordomos, regadas de frutas, soltada de toros, fuegos artificiales, velada y baile popular.

En el caso de las bodas, el rapto es una manera típica de los juchitecos para contraer matrimonio, el cual consiste en raptar a la novia, informando a la familia a través de sus familiares de esta, que estará depositada en casa del novio. A más tardar en una semana se lleva a cabo la boda por lo civil y en fechas posteriores se lleva a cabo la boda por la iglesia donde se baila el 'mediu' xiga'. O media taza,



durante el cual los familiares y amigos depositan cooperaciones económicas en los recipientes que sostienen los novios y de cuyo importe se da a conocer a los presentes y esta pasa a ser el primer patrimonio con que inician los novios su vida matrimonial.

#### Monumentos

En Juchitán de Zaragoza se encuentra el templo de San Vicente Ferrer, el cual se distingue por sus características de construcción correspondientes al siglo XIX. El monumento de la batalla del 5 de septiembre de 1866, teniendo la figura de Don Benito Juárez.

El palacio municipal fue edificado en 1860, en el jardín central, se encuentra colocado el busto de Don Benito Juárez y en la parte poniente del jardín el busto de Doña Margarita Maza de Juárez, entre otros monumentos.

#### Atractivos turísticos

Entre los atractivos turísticos del municipio se encuentran:

- **Las artesanías.** En el municipio se hacen artículos de orfebrería, talabartería, cestería, hojalatería, alfarería, tejido de palma, textil, curtiduría, cerámica, platería, confección de ropa típica.

En el mercado 5 de septiembre ubicado en la parte posterior del palacio municipal, se expenden productos artesanales como son hamacas de hilo de seda, bolsas de cuero, artículos de palma, joyería de oro, artículos de carrizo y mimbre, guaraches, jicalpextles y los famosos trajes istmeños.

En la avenida Juárez, atrás del templo de San Vicente se localiza el mercado de artesanías de barro, tal como ollas, jarros, alcancías, macetas, comales, hornos, muñecas tehuanas (vasha o manonas) elaborados con la técnica de modelado a mano y en torno con un terminado natural de color naranja.

- **La gastronomía.** Entre los alimentos que se consumen está el mole negro o rojo, los tamales de mole negro o rojo envueltos en hoja de plátano, el pan de manteca, el marquesote y las garnachas.

- **Centros turísticos.** El municipio cuenta con las playas de Santa María del Mar, Santa Cruz Primero de Mayo, Estero Guíe y Vicente localizada a 3 kilómetros al suroeste del municipio. También se encuentra la casa de la cultura en donde son exhibidos los diferentes trabajos de la región.

## **METODOLOGÍA**

### Enfoque cualitativo

Las técnicas que se utilizaron para recolectar datos sobre el municipio son el check list y el análisis FODA. Los resultados fueron útiles para conocer las ventajas y desventajas con las que cuenta el municipio para poder desarrollarse como un destino de turismo médico.

Con el análisis FODA se pudieron observar las fortalezas que tiene el municipio y se pudo concluir que cuenta con lo necesario para ser un destino de turismo médico, ya que cuenta con diversas clínicas de especialidades médicas que, aparte de ofrecer tratamientos de calidad, los precios son muy accesibles a comparación de otros municipios dentro y fuera del estado.

Gracias al check list se pudo observar que el municipio cuenta con los servicios básicos que necesita un turista al visitar un lugar, así como también cuenta con una diversidad gastronómica muy atractiva y festividades, tradiciones y monumentos que también resultan muy atractivos para los visitantes.

A pesar de contar con diversas debilidades y amenazas, lejos de ser una desventaja, estas se pueden convertir en una oportunidad con el desarrollo de la propuesta.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con servicios de hospedaje.</li> <li>• Cuenta con servicios de alimentos y bebidas.</li> <li>• Existen diversas clínicas de especialidades médicas.</li> <li>• El transporte dentro del municipio es muy económico.</li> <li>• Tiene diversidad gastronómica.</li> <li>• Se llevan a cabo tradiciones y fiestas muy atractivas para los turistas.</li> <li>• Calidad en el servicio de los médicos especialistas.</li> <li>• Oferta de precios muy accesibles en los tratamientos médicos especializados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con información al turista.</li> <li>• No cuenta con señalización turística.</li> <li>• No existen agencias de viajes dentro del municipio.</li> <li>• No cuenta con una oferta turística enfocada al turismo médico.</li> <li>• Sólo las personas de municipios aledaños tienen conocimiento sobre la calidad del servicio médico especializado.</li> <li>• Algunos monumentos importantes fueron derrumbados tras el temblor del 2017.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencias de viajes en municipios aledaños.</li> <li>• Interés de una agencia de viajes en tener oferta turística para el municipio.</li> <li>• La fidelización de los clientes con los que ya cuenta la agencia de viajes.</li> <li>• Necesidad de muchas personas en recibir atención médica especializada a mejores precios.</li> <li>• El internet.</li> <li>• Turistas que constantemente buscan ofertas turísticas mediante el internet.</li> <li>• Una gran cantidad de público en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo por los desastres naturales que suele recibir esta región.</li> <li>• Falta de interés del ayuntamiento para la reconstrucción de monumentos que solían ser atractivos turísticos.</li> <li>• Destinos con mayores atractivos según la percepción del turista.</li> <li>• Clínicas especializadas más cercanas al turista.</li> <li>• Médicos especialistas más conocidos en otras regiones a pesar de tener precios menos accesibles.</li> <li>• Prolongación de la contingencia por Covid-19.</li> </ul>

### Enfoque cuantitativo

Se utilizaron tres instrumentos de recopilación de información: la entrevista, el cuestionario y las encuestas. Estos se utilizaron con el propósito de analizar los datos que puedan ser favorecedores para el desarrollo de la propuesta.

Se realizó una entrevista al Licenciado Apolo Juan Bonilla Martínez, gerente de ventas de la agencia de viajes “Turismo el Convento de Oaxaca”. El propósito de la entrevista fue conocer acerca del nivel de efectividad de la promoción de paquetes turísticos en internet y la manera en la que se lleva a cabo, todo esto enfocado en el estado de Oaxaca, ya que, para el desarrollo de la propuesta es fundamental tener el apoyo de una agencia de viajes debido al funcionamiento de esta.

La entrevista constó de 6 preguntas abiertas enfocadas en la oferta de servicios turísticos en Oaxaca.

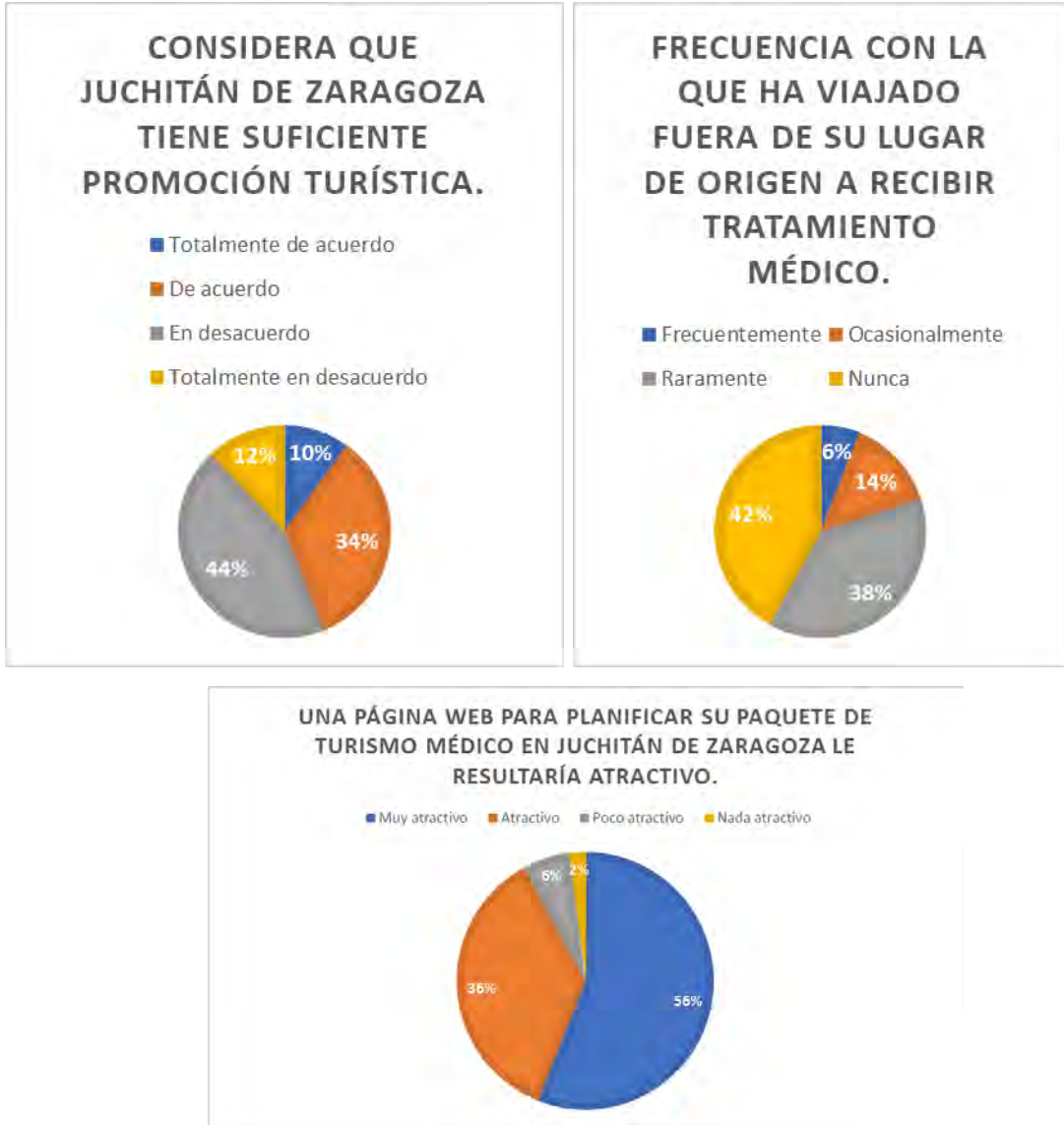
Con base en las respuestas del Licenciado Apolo Bonilla se puede afirmar que el internet se ha vuelto vital para las agencias de viaje, pues es el medio en donde, con mayor frecuencia se brinda atención a los turistas que están interesados en contratar un paquete turístico.

También, se llegó a la conclusión de que, a pesar de que Oaxaca es un estado que recibe a muchos turistas, hay municipios como Juchitán de Zaragoza que no cuentan con suficiente oferta turística, por lo tanto, no muchas agencias ofrecen viajes hacia dicho municipio, ya que, según el Licenciado Apolo Bonilla, los turistas no suelen solicitarlo con frecuencia.

En el caso de las encuestas, se aplicaron 50 encuestas a personas que alguna vez han visitado Oaxaca para saber su opinión acerca del destino y el turismo médico.

Se tuvo un resultado favorecedor ya que, pese a que la mayoría no suele realizar turismo médico, la mayoría mostró interés en la propuesta.

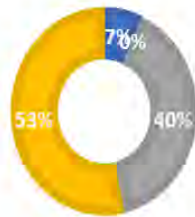




También se aplicaron 30 cuestionarios a los habitantes de Juchitán de Zaragoza, Oax., para conocer su opinión acerca del municipio como destino turístico, con lo que se llegó a la conclusión de que Juchitán de Zaragoza tiene lo necesario para desarrollarse como destino de turismo médico.

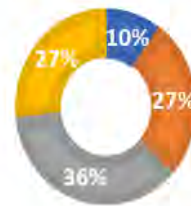
**¿QUÉ ATRACTIVOS CONSIDERA USTED QUE PODRÍA SER VISITADO POR UN TURISTA DURANTE SU ESTADÍA?**

- Casa de la cultura
- El templo de San Vicente Ferrer
- La Playa Vicente
- La fiesta al Santo Patrón San Vicente Ferrer



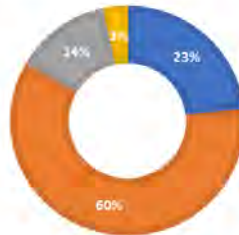
**¿CONSIDERA QUE LOS SERVICIOS DE LOS MÉDICOS ESPECIALISTAS SON CONOCIDOS FUERA DEL MUNICIPIO?**

- Absolutamente
- Medianamente
- Lo desconozco
- No son conocidos



**¿CÓMO CALIFICARÍA LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS MÉDICOS ESPECIALISTAS DE SU MUNICIPIO?**

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala



**¿CONSIDERA QUE EXISTE UNA VARIEDAD DE LUGARES DE DESCANSO PARA TURISTAS?**

- Absolutamente
- Medianamente
- Lo desconozco
- No existe



## **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

La propuesta para el municipio de Juchitán de Zaragoza, Oax., consiste en el diseño de una página web en donde los turistas puedan conocer las especialidades médicas disponibles, así como el hospedaje y atractivos turísticos y posteriormente, armar su propio paquete de acuerdo con sus necesidades.

La finalidad de esta propuesta es brindar una plataforma en la que las personas puedan conocer la oferta turística del municipio enfocada al turismo médico y que, al mismo tiempo, tengan la facilidad de planear su viaje armando su paquete turístico.

Para esta propuesta, es necesaria la participación de una agencia de viajes que ya tenga reconocimiento y cuente con la confianza de varios clientes, debido a que será la encargada de manejar el sitio web, ya que, al contar con la experiencia de ofrecer servicios turísticos sabrá llevar a cabo el adecuado funcionamiento del sitio. Además de que, al contar con la fidelidad de los clientes, será más fácil que la oferta llegue a más personas.

Información general del sitio web

Nombre: Medicina del Istmo

Enlace: <https://meibyarrres.wixsite.com/medicinadelistmo>

Plataforma: Wix

Página de inicio

En la página de inicio se podrá encontrar el encabezado, en el que estará escrito el nombre del sitio y abajo el nombre del municipio, con el fin de que los turistas sepan que los servicios que ofrece la página son de Juchitán de Zaragoza, Oax.

En la esquina superior derecha del encabezado se podrá leer la página web de la agencia de viajes que manejará el sitio de Medicina del Istmo.





En el mismo encabezado se podrán encontrar los distintos apartados que manejará el sitio, los cuales son importantes que el turista consulte antes de armar su paquete. Los apartados que se encuentran en el sitio serán: inicio, especialidades médicas, hospedaje, guía de viaje y arma tu paquete.

Más abajo en la página de inicio, se podrá leer un texto en el que se explica en pocas palabras el funcionamiento y finalidad del sitio web.

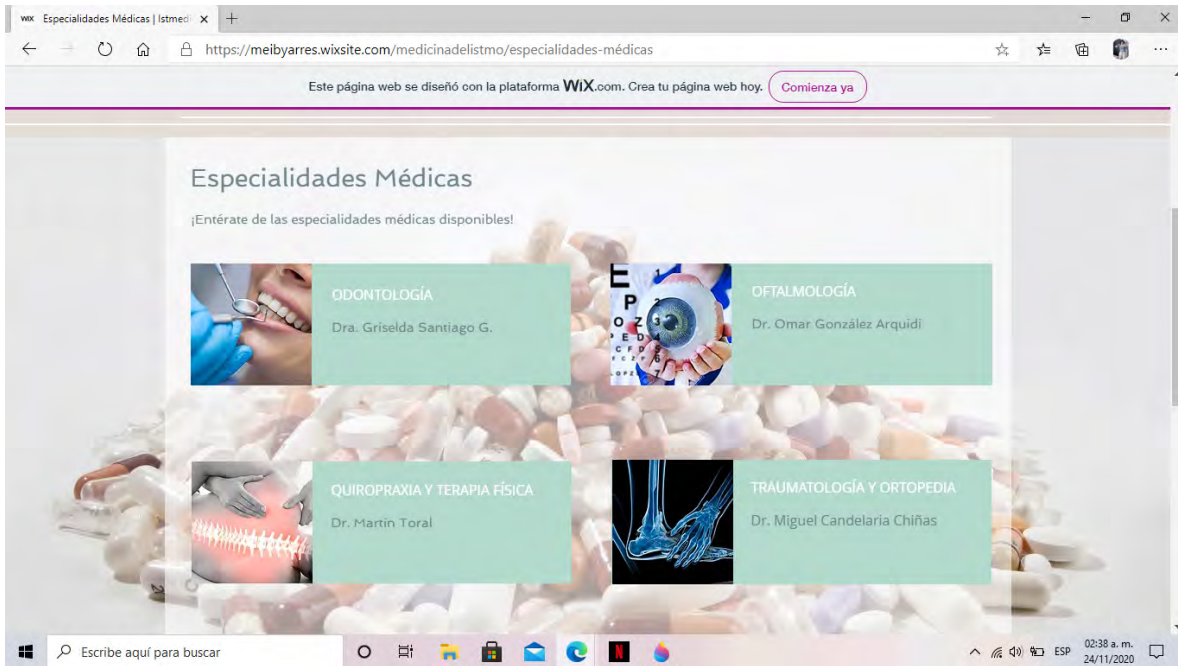
En la parte inferior se podrá encontrar la información de contacto y ubicación de la agencia de viajes Turismo el Convento de Oaxaca, quien manejará el sitio web.

El sitio web permitirá a las personas acceder a las distintas páginas de dos maneras, mediante los apartados que se encuentran en el encabezado y mediante los apartados en donde se explican los pasos a seguir, haciendo click en el botón de “ver más”.

#### Página “Especialidades médicas”

En la página “Especialidades Médicas” se encontrarán las especialidades médicas disponibles en el municipio con el respectivo nombre del Médico que atiende dicha especialidad.

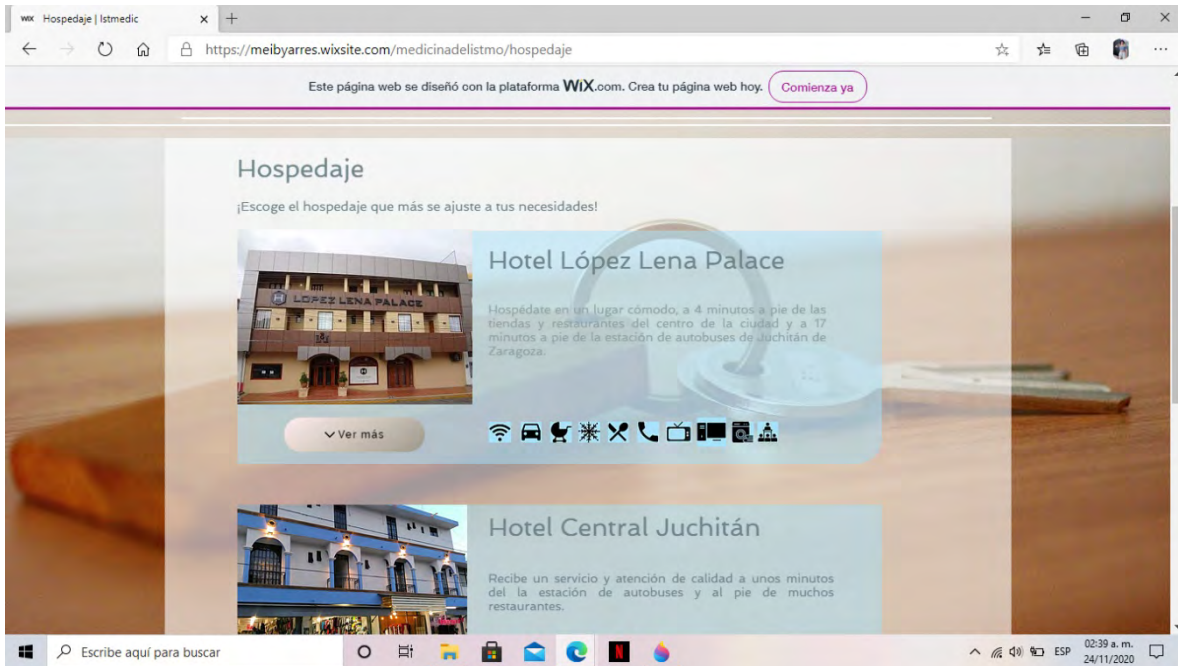
Las especialidades encontradas en el sitio serán: Odontología, Oftalmología, Quiropraxia y Terapia física, Traumatología y Ortopedia, Cirugía dental, Cirugía colorrectal, Ginecología y Obstetricia y Cardiología.



### Página “Hospedaje”

En la página de hospedaje se podrán encontrar las distintas opciones de hospedaje que existen en el municipio, en este caso se tomaron en cuenta hospedajes basados en la distancia y calidad. Los hoteles que se encontrarán en el sitio serán: Hotel López Lena Palace, Hotel Central Juchitán y Hotel Express Inn.

Se podrá observar una breve descripción del hotel, así como unos íconos que indican los servicios que ofrecen y al hacer click sobre el botón de “ver más” se podrá leer la información acerca de las habitaciones acompañadas de fotografías de las mismas.



### Página “Guía de viaje”

En esta página se podrá encontrar una guía de viaje conformada por cuatro infografías con información relevante sobre los atractivos turísticos de Juchitán de Zaragoza. Las personas conocerán los lugares que pueden visitar, los platillos que pueden probar y además recomendaciones acerca del transporte y cómo llegar desde la estación de autobuses a los hoteles que ofrece el sitio.

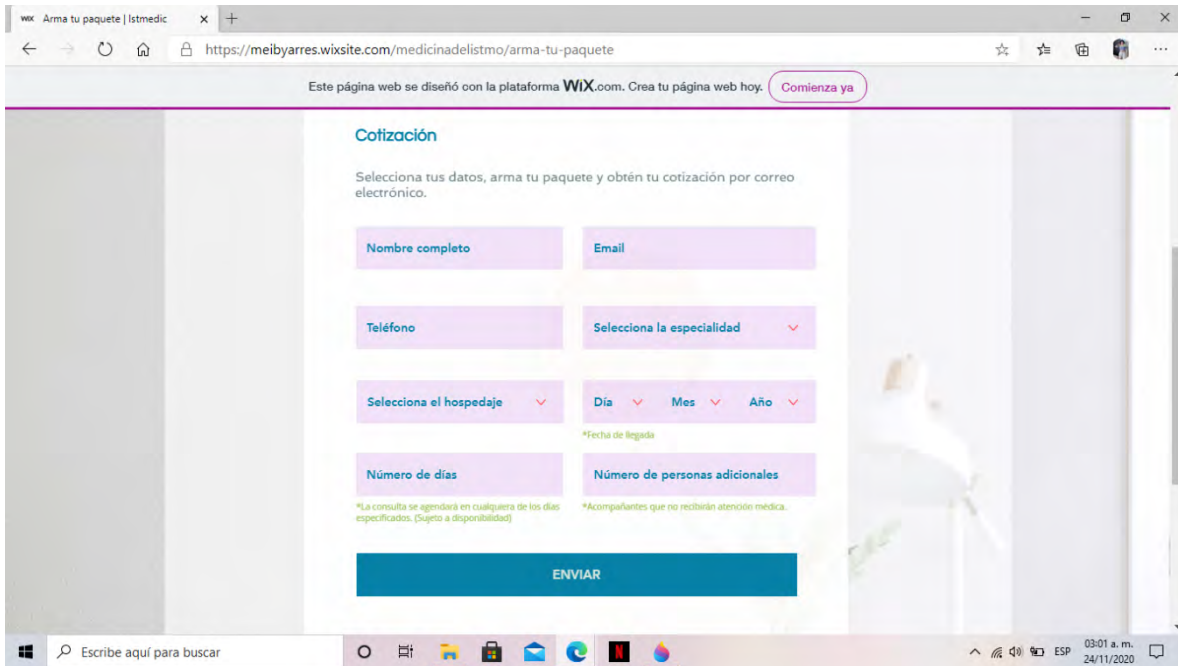
En la parte inferior se encontrará un botón de descarga, en el que se podrá descargar la información guía que se encuentra en la página.



### Página “Arma tu paquete”

Después de haber decidido la especialidad médica y el hospedaje, los turistas accederán a este apartado para armar su paquete. Deberán requisitar sus datos de contacto: nombre, correo electrónico y teléfono. Esto para poder contactarlos y hacerles saber la cotización del servicio. Posteriormente deberán seleccionar la especialidad médica, el hospedaje, la fecha de llegada, número de días que pasarán en el municipio y número de personas adicionales. Por último, harán clic en el botón de “enviar”, aparecerá el mensaje “en breve te contactaremos” y cuando esté lista la cotización, esta se enviará por correo electrónico y en caso de no recibir respuesta, se contactará vía telefónica.





## Costos

La plataforma de Wix cuenta con cuatro planes distintos y cada uno tiene sus diferentes beneficios y costos. Los planes que ofrece Wix son: VIP, Ilimitado, Combo y Conectar dominio. Sus precios y beneficios son los siguientes:

VIP	Ilimitado	Combo	Conectar Dominio
Atención al cliente prioritaria	Emprendedores y freelancers	Para uso personal	Lo más básico
<b>300</b> MXN /mes	<b>165</b> MXN /mes	<b>109</b> MXN /mes	<b>55</b> MXN /mes
Ancho de banda <b>ILIMITADO</b>	Ancho de banda <b>ILIMITADO</b>	Ancho de banda 2GB	Ancho de banda 1GB
Almacenamiento de <b>20GB</b>	Almacenamiento de <b>10GB</b>	Almacenamiento de <b>3GB</b>	Almacenamiento de <b>500MB</b>
Conecta tu dominio	Conecta tu dominio	Conecta tu dominio	Conecta tu dominio
Elimina los anuncios de Wix	Elimina los anuncios de Wix	Elimina los anuncios de Wix	Este plan muestra anuncios de Wix.
Dominio gratis por 1 año	Dominio gratis por 1 año	Dominio gratis por 1 año	
2 horas de video	1 hora de video	30 minutos de video	
App Site Booster - Valor US\$60	App Site Booster - Valor US\$60		
App Visitor Analytics - Valor US\$60	App Visitor Analytics - Valor US\$60		
Logo profesional - Valor US\$50			
Archivos de logos para redes sociales			
Respuesta prioritaria			
Ayuda prioritaria			

## **CONCLUSIÓN**

El desarrollo de una página web como impulso al turismo médico puede ser beneficioso para el municipio de Juchitán de Zaragoza, Oax. Dicha propuesta fue bien recibida por las personas encuestadas debido a la falta de difusión como destino turístico y la necesidad de una gran cantidad de personas de recibir atención médica de calidad.

La página web es considerada como una oportunidad para el desarrollo y crecimiento de Juchitán de Zaragoza, dado al gran potencial turístico que este posee y que actualmente no se está aprovechando, ya que el aumento de la demanda turística en el municipio podría despertar un interés en la autoridad municipal para realizar mejoras en el desarrollo urbano. Asimismo, representa una herramienta para brindar la facilidad a los turistas para acceder a información que antes no conocían y planear sus próximos viajes para recibir tratamiento médico.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Arias Aragonés, F. J., Caraballo Payares, A. M., & Matos Nava, R. E. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clío América*, 72-98. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5114831>
- Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2014). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 737-757. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- García de León, A. (2002). Etapas en la creación de un sitio Web. *BIBLIOS Número 14*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=293019>
- Gobierno de México. (S/F). Obtenido de Gobierno de México: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20043a.html>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión general*, 135-158.
- Ollague Andrade, N. M. (2015). Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón de Cantón Guayaquil. *Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8291/1/TESIS%20ORIGINAL%20NANCY.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (S/F). Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Piñeiro Naval, V., & Igartua, J. J. (2013). El análisis formal del sitio web y papel en la promoción del e-turismo. *Revista Comunicación N° 11*, 82-98. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Juan\\_Jose\\_Igartua/publication/260572133\\_El\\_analisis\\_formal\\_de\\_sitios\\_web\\_y\\_su\\_papel\\_en\\_la\\_promocion\\_del\\_e-turismo/links/0a85e5319ba0e802e5000000/El-analisis-formal-de-sitios-web-y-su-papel-en-la-promocion-del-e-turismo](https://www.researchgate.net/profile/Juan_Jose_Igartua/publication/260572133_El_analisis_formal_de_sitios_web_y_su_papel_en_la_promocion_del_e-turismo/links/0a85e5319ba0e802e5000000/El-analisis-formal-de-sitios-web-y-su-papel-en-la-promocion-del-e-turismo)
- Plan Estatal de Desarrollo. (2016-2022). Obtenido de [https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan\\_Estatal\\_de\\_Desarrollo\\_2016-2022.pdf](https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de_Desarrollo_2016-2022.pdf)
- Plan Municipal de Desarrollo. Juchitán de Zaragoza, Oax. (2008-2010). Obtenido de [https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/inversion\\_publica/pmds/08\\_10/043.pdf](https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/inversion_publica/pmds/08_10/043.pdf)

*Proyecto de Nación. (2018-2024).* Obtenido de <https://contralacorrupcion.mx/trenmaya/assets/plan-nacion.pdf>

*Secretaría de Turismo. (24 de Mayo de 2018).* Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/consejo-consultivo-de-turismo-medico>

Socatelli P., M. A. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios - productos y destinos turísticos sostenibles.* Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>





## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES PARA TENER ÉXITO EN LA ACTUALIDAD

LIC. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ,<sup>1</sup> IQ. ISIDRA IRENE LARRAÑAGA JAUREGUI,<sup>2</sup>  
MTRO. ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO,<sup>3</sup> ING. MARIO FRANCISCO JIMÉNEZ SUSUNAGA,<sup>4</sup>  
MTRO. ARTURO MENDOZA TALAVERA<sup>5</sup>

### RESUMEN

Muchas personas quieren ser emprendedores en la actualidad, sin embargo, la mayoría de ellas no logran hacer realidad aquellas ideas que tienen en sus mentes, y algunas otras, aunque lo logren, no tienen el éxito que desean alcanzar, es por ello que este trabajo busco investigar sobre cuales son aquellas características que deben tener los emprendedores para tener éxito en la actualidad.

En dicha investigación se realizó como instrumento una encuesta que se aplicó a 180 emprendedores jóvenes dueños de negocios consolidados en la zona conurbada de Veracruz, Boca del Río y Medellín, teniendo como resultado que las características principales que deben tener los emprendedores para que su idea de negocio no sucumbe en el mar de la incertidumbre y el fracaso fueron la autoestima, ser visionarios, tener sus valores bien definidos, ser estrategas y ser innovadores. Resaltan algunas otras características, pero son las mencionadas en el párrafo anterior las principales con las que se debe contar a la hora de llevar a la realidad tu emprendimiento.

**Palabras claves:** Emprendimiento, Autoestima, Estrategas

### INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es hoy en día uno de los temas más importantes para el desarrollo de los diversos países, y esto se da por las dificultades de los mismos de poder generar condiciones de vida dignas a sus pobladores, el desempleo trae

---

<sup>1</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, lieb3@hotmail.com

<sup>2</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, isidralarranaga@bdelrio.tecnm.com

<sup>3</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, arzamudio73@hotmail.com

<sup>4</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, mariojimenez@bdelrio.tecnm.mx

<sup>5</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, amendozatal@gmail.com

consigo muchos otros problemas como la inseguridad, la pobreza, hambre, entre otras cosas, y todo esto acentúa más la importancia de que existan en todos los países personas que sean capaces de emprender sus ideas de negocios y se aventuren en este mundo del emprendimiento.

Las altas tasas de mortalidad de las empresas que emprenden, que en algunos países llegan a alcanzar el 80 % en los primeros tres años de vida (Marzocchi et al., 2013; OCDE & CEPAL, 2013), evidencian que el proceso de creación y mantenimiento de una empresa es complejo y complicado. En este contexto, la figura del emprendedor adquiere una elevada importancia, por cuanto es quien asume el riesgo que implica emprender y, por consiguiente, debe enfrentar la complejidad de los mercados para sobrevivir (Veciana, 2005).

Ante la importancia para los países del surgimiento de personas con espíritu emprendedor, surgen las preguntas, ¿El emprendedor nace o se hace? (Kent, 1990) señala que el emprendedor puede ser por factores genéticos, o del entorno, pero que la abundancia de las evidencias nos sugiere que es mayor el número de personas que son emprendedores en potencia, llegando a afirmar que la educación entonces es responsable de la identificación y desarrollo de éstos, los cuales pueden llegar a ser los agentes de cambio en las próximas décadas, y ¿Cuáles son las características principales que deben tener los emprendedores para alcanzar el éxito?

#### **DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO**

Es una investigación de carácter descriptivo porque se pretende medir o recoger información sobre las variables que participan en el problema sujeto a estudio como es la autoestima de los emprendedores, que abarca aspectos cuantitativos y cualitativos.

Se aplican encuestas vía correo electrónico a una muestra de la población de emprendedores de micros y pequeños negocios y se realizan entrevistas dirigidas a informantes clave por medio de la plataforma Zoom (Emprendedores jóvenes dueños de negocios). En total se recopilan 180 encuestas. Es un proyecto de intervención porque la finalidad que persigue es producir modificaciones sobre una

situación determinada a través de cursos o talleres para mejorar la autoestima de los emprendedores. Para Lira, A. et. al,(2007) un proyecto de intervención es aquel que desarrolla acciones sociales, individuales o grupales, buscando cambios en una determinada realidad que involucra y afecta a un grupo social determinado. Su intención debe ser generar un cambio positivo en el contexto donde se lleve a cabo. En la elaboración de un proyecto de intervención es necesaria la creación de un plan de intervención, innovador y elaborado desde y en el lugar donde ocurren los hechos. Se recolectaron datos a lo largo de la intervención en su contexto natural, mediante encuestas y cartas descriptivas a los emprendedores seleccionados como muestra, teniendo como propósito el describir variables y analizar su incidencia e interrelación. El método utilizado para la recolección de información es a través de trabajo de campo y la técnica es la encuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2006) en Quijano, R. et. al, (2012).

Se identifica el problema (objeto de estudio), se plantean interrogantes, se determina objetivo general y específico, se crea el plan de intervención, se implementa y se va haciendo una evaluación a lo largo y al final del proyecto que permita que los objetivos sean alcanzados.

**INSTRUMENTO**

<b>INSTRUMENTO PARA IDENTIFICAR LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR</b>		
Este Test tiene la finalidad de conocer cuales son las principales características que deben poseer los emprendedores para alcanzar el éxito.		
1. Señala del 1 al 5 de entre las alternativas que se te dan cuales consideras son las principales características que deben tener los emprendedores		
<input type="checkbox"/> Honesto	<input type="checkbox"/> Visionario.	<input type="checkbox"/> Tener valores
<input type="checkbox"/> Motivador	<input type="checkbox"/> Inteligente.	<input type="checkbox"/> Entusiasta
<input type="checkbox"/> Sociables	<input type="checkbox"/> Con buena autoestima	<input type="checkbox"/> Innovador
<input type="checkbox"/> Ser estrategia	<input type="checkbox"/> Creativo	<input type="checkbox"/> Arriesgado
<input type="checkbox"/> Aventurero.	<input type="checkbox"/> Analítico	<input type="checkbox"/> Buen líder
<input type="checkbox"/> Apasionado.	<input type="checkbox"/> Originales.	<input type="checkbox"/> Ético
<input type="checkbox"/> Conocedor de las tecnologías	<input type="checkbox"/> Perceptivos	Otro: _____

2. Explica brevemente porque consideras importantes las 5 características																					
<p>3. Señala del 1 al 5 de entre las alternativas que se te dan cuales consideras son las características que pudieran prescindir los emprendedores</p> <table> <tr> <td><input type="checkbox"/> Honesto</td> <td><input type="checkbox"/> Visionario.</td> <td><input type="checkbox"/> Tener valores</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Motivador</td> <td><input type="checkbox"/> Inteligente.</td> <td><input type="checkbox"/> Entusiasta</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sociables</td> <td><input type="checkbox"/> Con buena autoestima</td> <td><input type="checkbox"/> Innovador</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ser estrategia</td> <td><input type="checkbox"/> Creativo</td> <td><input type="checkbox"/> Arriesgado</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Aventurero.</td> <td><input type="checkbox"/> Analítico</td> <td><input type="checkbox"/> Buen líder</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Apasionado.</td> <td><input type="checkbox"/> Originales.</td> <td><input type="checkbox"/> Ético</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Conocedor de las tecnologías.</td> <td></td> <td><input type="checkbox"/> Perceptivos</td> </tr> </table> <p>Otro: _____</p>	<input type="checkbox"/> Honesto	<input type="checkbox"/> Visionario.	<input type="checkbox"/> Tener valores	<input type="checkbox"/> Motivador	<input type="checkbox"/> Inteligente.	<input type="checkbox"/> Entusiasta	<input type="checkbox"/> Sociables	<input type="checkbox"/> Con buena autoestima	<input type="checkbox"/> Innovador	<input type="checkbox"/> Ser estrategia	<input type="checkbox"/> Creativo	<input type="checkbox"/> Arriesgado	<input type="checkbox"/> Aventurero.	<input type="checkbox"/> Analítico	<input type="checkbox"/> Buen líder	<input type="checkbox"/> Apasionado.	<input type="checkbox"/> Originales.	<input type="checkbox"/> Ético	<input type="checkbox"/> Conocedor de las tecnologías.		<input type="checkbox"/> Perceptivos
<input type="checkbox"/> Honesto	<input type="checkbox"/> Visionario.	<input type="checkbox"/> Tener valores																			
<input type="checkbox"/> Motivador	<input type="checkbox"/> Inteligente.	<input type="checkbox"/> Entusiasta																			
<input type="checkbox"/> Sociables	<input type="checkbox"/> Con buena autoestima	<input type="checkbox"/> Innovador																			
<input type="checkbox"/> Ser estrategia	<input type="checkbox"/> Creativo	<input type="checkbox"/> Arriesgado																			
<input type="checkbox"/> Aventurero.	<input type="checkbox"/> Analítico	<input type="checkbox"/> Buen líder																			
<input type="checkbox"/> Apasionado.	<input type="checkbox"/> Originales.	<input type="checkbox"/> Ético																			
<input type="checkbox"/> Conocedor de las tecnologías.		<input type="checkbox"/> Perceptivos																			
4. Explica brevemente porque consideras se pueden prescindir de las 5 características seleccionadas en la pregunta anterior:																					

## DESARROLLO DE CONTENIDOS

**Un emprendedor es** una persona que detecta una oportunidad de negocio y la pone en práctica con la intención de convertirla en un modelo empresarial. Este proyecto se basa en la innovación y en la aplicación de los recursos actuales que Internet nos trajo. También **recupera los valores humanos y sociales** que se abandonaron en el s.XX.

Sería muy limitante decir que un emprendedor se convierte en tal sólo como respuesta a la falta de empleabilidad. Detrás hay toda una filosofía en la forma de entender la vida, en la conciliación familiar, en la crisis del sistema capitalista en el que hemos vivido siglos y que ya toca a su fin.

Para entender **qué es un emprendedor** seguramente te ayuda serlo y mirar tu interior (tu mente y tu corazón) o conocer a alguno y charlar con él largo y tendido.

### Diferencia entre emprendedor y empresario

Entre emprendedor y empresario hay una diferencia evolutiva, es la consecuencia lógica de un proyecto empresarial de éxito.

En el momento en que dejas de ser una figura fiscal personal y creas una sociedad empresarial, pasas a ser empresario. Aunque también es verdad que no todos los empresarios empiezan siendo emprendedores y se saltan esa etapa.

Podemos decir que el empresario es el que desarrolla ese negocio bajo una nueva forma fiscal.

La palabra “empresario” tiene muy mala fama porque está relacionada directamente a la deshumanización y exaltación del dinero. Pero yo creo que esto va a cambiar con el tiempo porque, no olvidemos, que una de las bases del emprendimiento es garantizar el protagonismo de los valores humanos y esto debería reflejarse en las futuras empresas, hoy en día muchos emprendedores realizan proyectos sociales de la mano de sus proyectos económicos, esto pudiera ser parte de las características de los nuevos emprendedores.

Cada ser humano, es un universo en sí mismo. Conformado por ideas, sentimientos, deseos y necesidades, se relacionan con el mundo a partir de experiencias vividas en las diversas etapas de la vida, y por experiencias que han sido trasladadas en el tiempo por medio de la familia, la cultura y la sociedad. Desde esta perspectiva, podríamos señalar que tu pleno desarrollo como persona, depende del grado de auto conocimiento que poseas y la capacidad de reconocer ideas limitantes o creencias rígidas e inamovibles que dificultan el logro de objetivos de la más diversa índole.

Quienes han decidido emprender y hacer del emprendimiento una gran parte de su vida, y si este es tu caso, por supuesto que no están ajenos a este proceso. Ser emprendedor corresponde a una parte o dimensión de una persona, al igual como lo es ser padre o madre, parte de una relación de pareja, hijo o hija, etc. Con esto queremos señalar que en un emprendedor habitan también estos aspectos que lo vinculan con el mundo y obtener de la suma de estas vivencias, una idea o concepto de la vida.

Pero qué ocurre cuando detectamos que el proceso de emprendimiento encuentra obstáculos y no nos referimos a problemas de financiamiento, sino a situaciones personales del emprendedor: falta de confianza o falta de liderazgo para guiar a un equipo de trabajo, poca tolerancia al fracaso, (que deberíamos cambiar de una vez

por todas por *aprendizaje*), o autoestima baja por mencionar algunos. Lo más probable es que estos factores limitantes se manifiesten cuando el proceso de emprendimiento o idea de negocio ya esté en marcha y haya que recurrir, si es que además está la posibilidad, a un coach que asista al equipo o al emprendedor para ayudarlo a sortear sus límites.

Por lo tanto, realizar un proceso de auto-conocimiento y entrenamiento de habilidades humanas, se hace vital para un buen desarrollo personal y del emprendimiento como consecuencia. Acompañado de un coach o facilitador, se definen los aspectos a trabajar a partir de un diagnóstico que requiere de ti una actitud sincera y honesta, que ayude a reconocer tus límites y condicionamientos que luego habrá que trabajar.

Este camino no está exento de dificultades y resistencias internas al cambio, por lo tanto será una prueba para ti, un desafío, quizás el más importante del proceso de emprendimiento. La base de esta nueva forma de mirar la vida y emprender, estará sustentada sobre una autoestima sana, una actitud positiva ante los obstáculos, confianza en tus habilidades y capacidades, y liderar tu vida con propósito y objetivos claros.

En ese sentido fue la aplicación de la encuesta, con la finalidad de conocer cuales consideraban los empresarios eran las características principales que deberían tener los emprendedores para que pudieran alcanzar el tan deseado éxito.

Los resultados de los empresarios encuestados fueron los siguientes:

La característica que respondieron los empresarios es la más importante para que los emprendedores tengan éxito en sus ideas de negocios es la autoestima.

La autoestima se puede definir como la valoración que nos damos a nosotros mismos de acuerdo a nuestras creencias, percepciones, evaluaciones y pensamientos. Esta se construye a partir de las experiencias vividas y que determinan como nos juzgamos, es decir, un juicio propio. La autoestima no nace con nosotros, sino que va evolucionando a medida que vamos creciendo, pero también es transitoria, es decir, si tenemos autoestima baja podemos subirla o viceversa, todo depende de lo que hagamos y como nos juzguemos a nosotros mismos.

Tener una autoestima estable nos permite motivarnos a luchar por el éxito y saber cómo tomar el rechazo sin sentirnos fracasados sino sabiendo que dimos lo mejor de nosotros y que si no funcionó es porque simplemente no está destinado para nosotros.

El autoestima nos sirve para tener éxito y para aprender de los fracasos, lo que le permite crecer a los emprendedores y les da fuerzas para intentarlo nuevamente las veces que sean necesarias.

El valor de la autoestima es de gran importancia ya que significa amarse a uno mismo con nuestros defectos y fortalezas, es por eso que los empresarios encuestados comentaron que los emprendedores exitosos cuentan con una autoestima alta ya que son capaces de afrontar retos dando lo mejor de sí y aceptar el fracaso más como un aprendizaje que como una derrota.

Dentro de las respuestas que mas nos encontramos en las respuestas de la encuesta la autoestima fue la mas mencionada.

Otra característica muy comentada por los encuestados es ser visionarios.

La mayor responsabilidad para la/el emprendedor o líder empresario es partir una visión clara y compartida de la empresa y comprometerse fuertemente a lograr esa visión.

La investigación ha demostrado que las empresas que se desempeñan bien durante un largo período tienen líderes que impulsan una visión convincente en la empresa, mientras que la empresa es relativamente pequeña.

La visión corporativa proporciona un contexto en el que la gente puede tomar decisiones en todos los niveles. Una visión compartida es como tener una brújula y un destino lejano en la montaña.

Si le das a un grupo de personas un punto de destino y luego los dejas en la montaña para que lleguen a ese destino, es probable que encuentren una manera de llegar allí.

Puede que en el camino encuentren obstáculos y hasta se pierdan, pero con la dirección general de la brújula, un objetivo final claro, y la convicción de que están trabajando para lograr un destino digno, lo más probable es que alcancen el objetivo.



La visión compartida crea cohesión, trabajo en equipo y un sentido de comunidad. Tener objetivos comunes muy claros y un conjunto subyacente de principios y valores mantienen al equipo en conjunto.

Sin una visión compartida, cualquier organización puede degenerar fácilmente en diversas facciones, agendas dispares, y prevalecen las guerras por el territorio, y las pequeñas políticas; todas luchas destructivas que drenan las energías de la gente en lugar de trabajar por un objetivo común y por el fortalecimiento de la empresa.

En ese contexto se hace imposible mantener un sentido comunitario fuerte y positivo.

La visión permite a la empresa evolucionar, evolucionar y dejar de depender de unos cuantos individuos clave.

En las primeras fases de una organización, la visión de una empresa viene directamente de sus primeros líderes, de sus fundadores, es mucho más su visión personal.

Sin embargo, para mantenerse saludable a través de varias generaciones, una empresa debe avanzar y dejar atrás la dependencia excesiva en uno o unos cuantos individuos clave.

La visión debe ser compartida como una comunidad e identificarse principalmente con la organización, más que con ciertos individuos claves de la organización. La visión en realidad debe trascender los fundadores.

Otra característica que los empresarios consideran de las más importantes para que los emprendedores tengan éxito es que estos cuenten con sus valores bien definidos y los empleen a la hora de llevar a cabo su emprendimiento.

Es común que se piense que un negocio bueno en el sentido ético, es un mal negocio en el sentido económico.

Se busca sacar ventaja muchas veces a costa de la ingenuidad o ignorancia de la otra parte.

De esta manera se instaura la idea que la ética no es un factor favorable para triunfar en los negocios, no estoy hablando de legalidad, prefiero hablar de conducta ética no asociada a quebrantamiento de la ley, ya que ello se definiría como delito.

«Hay que valorizar las actitudes empresariales, de tal manera que se comprenda que la ética en la empresa es una necesidad y no una virtud. Por el contrario, si se busca el enriquecimiento acelerado y sobre bases ilícitas, la empresa se condena a sí misma.»

**Ser estratega** es la cuarta característica mencionada en orden de importancia para que los emprendedores consigan tener éxito.

El **planeamiento estratégico** para un **emprendedor** es una parte fundamental de lo que tiene que llevar a cabo antes de comenzar la actividad. Una idea muy buena y económicamente viable es un comienzo, pero debemos saber hacia donde queremos llegar con esa idea y crearnos un marco de actuación para cuando esa idea ya no sea tan buena.

Toda la organización tiene que conocer la **estrategia** de la **empresa**, puesto que va a ser la referencia que va a marcar a los demás planes departamentales que se realicen.

Cuando se piensa en abrir una empresa, la **estrategia** de negocio suena como algo muy particular y, por qué no decir, incluso como algo subjetivo, pareciendo más un juego de adivinación que una fórmula matemática. Pero algunos consejos simples pueden ayudar a trazar estrategias viables, evitando que ellas se transformen en uno de aquellos papeles que van para el cajón con plazo indeterminado para salir de allá.

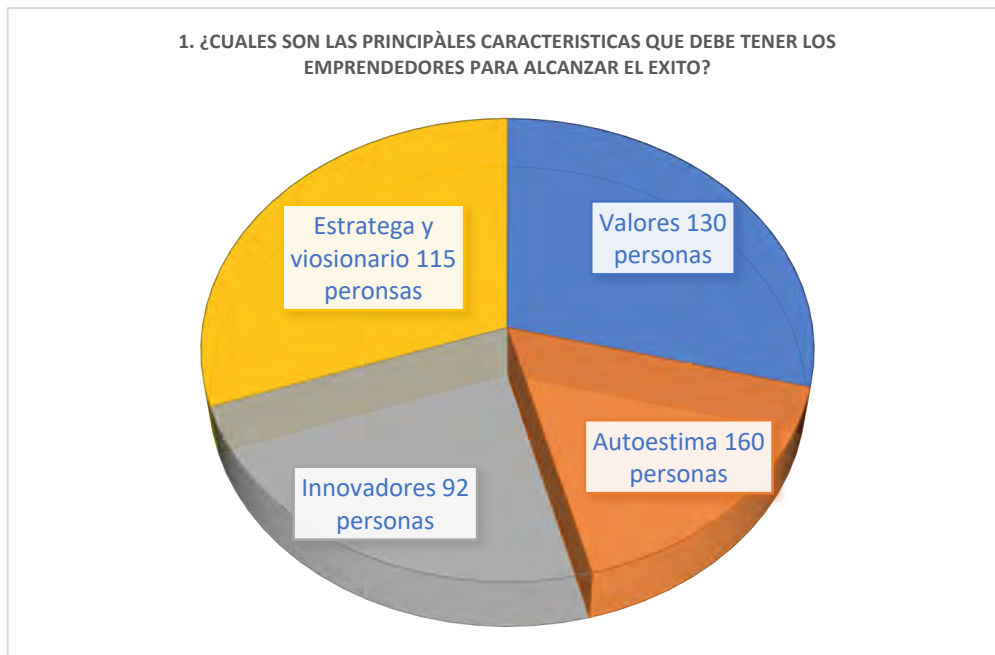
Otra característica mencionada por la mayoría de los empresarios encuestados es el **ser innovador**.

El término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

El emprendedor es un innovador por excelencia, ya que la creación de nuevos productos no solo debe considerarse como una innovación; también lo es el valor agregado que éste le imprime a sus productos buscando abrir nuevos mercados.

De hecho, un emprendedor que busca innovar tiene habilidades muy particulares, entre ellas un sentido de anticipación a lo que espera el mercado, lo que lo vuelve capaz de tomar riesgos necesarios para traducir esta anticipación en un producto que colme la necesidad que muestra el consumidor.

Emprendimiento e innovación son términos que se han establecido con mucha fuerza en prácticamente todo el mundo, por lo que México no es la excepción. En los últimos años hemos visto cómo los diversos medios de comunicación masiva resaltan notas relacionadas con estos temas, y si bien la agenda comunicacional ha estado copada con asuntos más coyunturales (relevantes, sin duda), el denominador común de estas noticias sobre tales términos es que resaltan la importancia que estas tienen para el desarrollo del país. Entonces, si cada vez más personas hablan de estos temas, ¿qué debemos entender por emprendimiento e innovación?



## CONCLUSIÓN

Los emprendedores de hoy en día dependen en gran medida de sus objetivos individuales, el sector en el que operan y los productos o servicios que ofrecen para lograr el éxito con su empresa. Sin embargo, las características que tienen entre sí todos los emprendedores exitosos son extremadamente similares, sin tener en cuenta dónde trabajan. Dado que son personas que empiezan por su cuenta, los emprendedores deben poseer al mismo tiempo múltiples habilidades y rasgos personales que los diferencien del resto.

La Autoestima, Ser visionario, tener los valores bien definidos, ser estrategas e innovadores son las características que más resaltaron los empresarios encuestados como elementos necesarios para que los emprendedores logren alcanzar éxito en el emprendimiento de su idea de negocio.

Sumadas a estas características también hicieron mención de algunas otras que a continuación se describen:

**Son audaces y directos:** para los emprendedores no hay mejor que **romper barreras y descubrir nuevas cosas e ideas** para ser mejores. También prefieren comunicarse con claridad y ser directos, ¡las cosas como son!

**Son racionales y prácticos:** ante las nuevas ideas te gustan **las cosas concretas y al grano** por lo que si alguna junta o discusión se vuelve divagante, sientes que podrías aprovechar tu tiempo en otras cosas.

**Les gusta la originalidad:** suelen mirar un problema **desde varios ángulos hasta encontrar su solución** y no temen aplicar nuevos puntos de vista.

**Son muy perceptivos:** los emprendedores **pueden ver cuando las cosas necesitan un cambio** para abrir nuevas posibilidades. Les gusta aprender y por lo mismo son grandes observadores de cómo son las personas y cómo conectar con ellas en caso de buscar alianzas o negocios.

**Son sociables:** como líderes usan las interacciones sociales **para crear nuevas oportunidades** o formar redes de trabajo.

**BIBLIOGRAFÍA**

ALCARAZ, R.R. (2011); “El emprendedor de éxito”, McGrawHill, pp. 4.

ALCARAZ, R.R. (2011); “El emprendedor de éxito”, McGrawHill, pp. 25.

BRANDEN, N (2012; “Como mejorar su autoestima”,

[www.ttmib.org/documentos/Branden-Autoestima.pdf](http://www.ttmib.org/documentos/Branden-Autoestima.pdf)

GARTNER, W.B. (1988): “‘Who Is an Entrepreneur?’ Is the Wrong Question”,  
American Journal of Small Business, 12 (4), 11-32.

KENT, C. (1990): “Introduction: educating the heffalump. In Kent Eds.  
Entrepreneurship education: current developments, future directions. Pp (1-  
26). New York, NY: Quorum Books

VECIANA, J.M. (1988): “Empresari i procés de creació d’empreses”, Revista  
Econòmica de Catalunya, 8, 53-67.  
<https://glosarioinversionimpacto.wordpress.com/>

## **ESTUDIO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SU INVOLUCRAMIENTO CON LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES EN EL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO/INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO.**

MTRO. ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO,<sup>1</sup> LIC. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ<sup>2</sup>,  
DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA<sup>3</sup>, MTRA. MARÍA GUADALUPE MONTES DE OCA SÁNCHEZ<sup>4</sup>

### **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene por objeto medir el compromiso laboral del personal administrativo y su involucramiento con los objetivos institucionales en el Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río, con la intención de conocer mediante un estudio descriptivo de corte cualitativo las determinantes de los niveles de compromiso del personal administrativo. El instrumento que se utiliza para esta investigación es la escala de compromiso organizacional (ECO) consta de seis reactivos con un anclaje de respuesta tipo Likert. El estudio abarca una población de 68 sujetos del personal Administrativo del Instituto. Los resultados muestran que el 90% del personal administrativo se siente comprometido con la misión, valores, metas y objetivos de la organización y solo el 10% no siente así, en referencia al sentimiento de lealtad y fidelidad hacia la institución, se manifiesta estar comprometido en un 87% y demuestra una falta de compromiso solo en un 13%.

**Palabras clave:** compromiso, personal administrativo, involucramiento.

### **INTRODUCCIÓN**

El Instituto Tecnológico de Boca del Río, es una Institución de Educación Superior, con personal docente y administrativo, quienes junto con una población estudiantil superior a los dos mil quinientos alumnos, forman parte conjunto social que

---

<sup>1</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, arzamudio73@hotmail.com

<sup>2</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, lieb3@hotmail.com

<sup>3</sup> Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río, rditboca@hotmail.com

<sup>4</sup> Colegio de Estudios Avanzados de Iberoamerica, mmontes55@hotmail.com

compone la organización, es decir, con individuos y grupos, integrados de diversas maneras para cumplir con ciertos roles y actividades. Esta institución tiene características particulares, pues aunque forma parte del Tecnológico Nacional de México el cual consta de mas de doscientas sesenta instituciones en el país, originalmente era integrante del pequeño grupo de seis instituciones que tenían un enfoque hacia las actividades acuaticas, estando dentro de su propuesta académica una diversidad de carreras y posgrados muy variados en comparación con todas las demas instituciones del sistema nacional.

La institución esta conformada en su segmento administrativo por personal que en un amplio porcentaje tienen un perfil superior a los requisitos del puesto que desempeñan, los puestos administrativos de mayor responsabilidad, indican como requisito maximo ser pasante de una carrera profesional o tener carrera trunca y es el caso de muchos miembros del personal que cuentan con licenciatura y en algunos casos grado de maestro en alguna rama de estudio, esto plantea varios retos a la administración, pues es necesario fomentar actividades y apoyos que ayuden al involucramiento del personal.

Al analizar el instituto se observa, que es probable que se haga referencia a la satisfacción del personal, a su desarrollo personal, a su interes por formar parte de los procesos y cambios, en algunos casos el manejo de sus capacidades que se hacen obsoletas por el avance tecnológico, sus necesidades de sentirse seguros y su inconformidad por un sentimiento de inconformismo salarial, el cual no depende de la administración del instituto.

Debido a lo anterior, la administración debe de mostrar interés y escuchar a su personal, con la finalidad de adaptarse a los cambios e iniciar un proceso de vinculación entre los objetivos personales y los institucionales.

En este trabajo, se busca analizar el compromiso laboral del personal administrativo, considerándolo de vital importancia para el instituto, ya que si no existe dicho compromiso por parte del personal, pueden aparecer situaciones tales como: descontento, ausentismo, indiferencia al realizar las actividades, quejas por parte de los clientes, deficiencia en la atención, lo cual impactaría de manera negativa en el buen manejo del instituto.

Determinar el grado de compromiso del personal administrativo, permitirá a la administración implementar las estrategias necesarias para obtener resultados positivos en la satisfacción de dicho personal, junto con una alineación de los objetivos institucionales, buscando que se aporte un extra, logrando así el compromiso requerido con el instituto, en la búsqueda de dar un mejor servicio a los alumnos.

## **METODO**

El presente trabajo está orientado a la discusión y a la crítica del fenómeno de estudio, investigación mixta a nivel descriptivo. El estudio abarca una población de 68 sujetos del personal Administrativo del Instituto Tecnológico de Boca del Río, activos en el momento de la aplicación de la encuesta. La Población para la encuesta de "impacto del compromiso" se conforma por 21 directivos y funcionarios del Instituto Tecnológico de Boca del Río.

El instrumento que se utiliza para esta investigación es el utilizado en las Ciencias Sociales para medir características muy diversas de los fenómenos sociales en la forma más objetiva posible, la escala de compromiso organizacional (ECO) consta de seis reactivos con un anclaje de respuesta tipo Likert. Para el desarrollo de la escala, se realizó una exhaustiva revisión de literatura para identificar las principales dimensiones del constructo compromiso organizacional. Se utilizó como marco teórico base para la redacción de los reactivos, la taxonomía de compromiso organizativo desarrollada por Porter, Steers, Mowday & Boulian (1974).

La base de este procedimiento consiste en pedir al sujeto que señale, dentro de una serie graduada de ítems, aquellos que acepta o prefiere. Frente a los tests, las escalas de compromiso presentan dos polos extremos y no existe una respuesta válida. *El Cuestionario de compromiso*, elaborado para este estudio, se considera que se adapta a la investigación a realizar, pues es un instrumento confiable, que permite obtener información veraz de las personas a las que se les aplicará, el rango que abarca del cuatro valores, genera confianza en la medición de la variable compromiso, este cuestionario fue sometido a un análisis de consistencia interna para determinar su confiabilidad. Para ello se utilizó el coeficiente Alpha de



Cronbach. Los resultados mostraron un índice de confiabilidad que fluctúa en al 92%. Queda claro que si el resultado es más alto, el compromiso organizacional es mayor por parte del encuestado.

*Cuestionario de Impacto del compromiso:*

Al igual que en el cuestionario anterior, se considera que se adapta a la investigación a realizar, pues es un instrumento confiable, que permite obtener información veraz de las personas a las que se les aplicará, el rango que abarca del uno al diez, genera confianza en la medición de variables tan amplias. Son 10 efectos los analizados en la Encuesta de Directivos y Funcionarios.

- 1.- Efecto de Involucramiento y Compromiso.
- 2.- Efecto: Retiro Psicológico del trabajador
- 3- Efecto: Retiro Físico del trabajador
- 4.- Efecto: Abandono de la labor
- 5.- Efecto: Asistencia Forzada
- 6.- Efecto: Evasión de Reglas

**ENCUESTA DE ACTITUDES**

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad identificar el compromiso laboral que se manifiesta en el Personal Administrativo del Instituto Tecnológico de Boca del Río.

**Departamento a que pertenece:** \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente los siguientes enunciados y marque con una “x” el recuadro en la escala de respuestas que se aproxime más al grado en que usted se identifique.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Me siento comprometido con la misión, valores, metas y objetivos de la organización para la cual trabajo.				
2. Siento el éxito y el triunfo de esta organización como si fuera el mío propio.				
3. Pertenercer y permanecer trabajando en esta organización es un asunto de beneficio para mi vida, por lo que no pienso irme				
4. Siento lealtad y fidelidad hacia la organización para la cual trabajo.				
5. Me siento comprometido a continuar trabajando por el bienestar de la organización y de todos los que la integran.				
6. Me siento emocionalmente vinculado con la organización para la cual trabajo				

**ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS Y FUNCIONARIOS  
DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO**

**Objetivo:** Identificar *los posibles Efectos que tiene el compromiso organizacional del Personal Administrativo* en el Instituto Tecnológico de Boca del Río.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente los siguientes enunciados y encierre en un círculo el número que se aproxime más al grado en que usted identifique el escenario indicado.

1.-Considero que cuando el personal no está satisfecho con su trabajo, falta involucramiento con éste y no asumen compromisos con el Instituto.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	No considero que cuando el personal no está satisfecho con su trabajo, falte involucramiento con éste y no asuman compromisos con el Instituto.
2.-El personal Administrativo incurre en un retiro psicológico, es decir, divagan durante el trabajo.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	El personal Administrativo no incurre en un retiro psicológico, es decir, no hay divagación durante el trabajo.
3.-Existe un retiro físico en el personal Administrativo, es decir, salidas temprano, largas pausas, bajo ritmo de trabajo.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	No existe un retiro físico en el personal Administrativo, es decir, sin salidas temprano, largas pausas, sin bajo ritmo de trabajo.
4.- Se presenta un abandono en el desempeño de su labor, impidiendo la conclusión oportuna de la tarea.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	No se presenta un abandono en el desempeño de su labor, concluyendo oportunamente la tarea.
5- Ocurre el fenómeno de la Asistencia forzada, afectando de manera sustancial su rendimiento en el trabajo.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	No ocurre la Asistencia forzada, hay un rendimiento en el trabajo.
6.- Hay Evasión de reglas, intencionalmente el personal interpreta las políticas del Instituto para obtener ventajas personales.	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	No hay Evasión de reglas, el personal no interpreta las políticas del Instituto para obtener ventajas personales.

**RESULTADOS.**

*Manifestación de compromiso organizacional del personal administrativo*

En relación al compromiso con la misión, valores, metas y objetivos de la organización, el personal administrativo se manifiesta en un 63% totalmente de acuerdo, en un 27% de acuerdo, en un 7% en desacuerdo y en un 3% totalmente desacuerdo.

Al analizar el compromiso con el éxito y triunfo de la organización el personal administrativo se indica estar en 57% totalmente de acuerdo, en un 25% de acuerdo, en un 13% en desacuerdo y en un 5% totalmente desacuerdo.

Al tocar el punto de deseo de permanecer en la institución pues consideran que es en beneficio para ellos, el personal administrativo indica que estar en un totalmente de acuerdo en un 54%, de acuerdo en un 21%, en desacuerdo 12% y totalmente de acuerdo en un 3%.

En cuanto al sentimiento de lealtad y fidelidad hacia la institución, el personal administrativo manifiesta estar totalmente de acuerdo en un 63%, de acuerdo en un 24%, en desacuerdo en un 12% y totalmente en desacuerdo en un 1%.

Los resultados que se observan en respuesta a continuar trabajando por el bienestar de la organización y de todos los que la integran, el personal administrativo manifiesta estar totalmente de acuerdo en un 57%, de acuerdo en un 28%, en desacuerdo en un 10% y totalmente en desacuerdo en un 5%.

El último resultado de la encuesta al personal administrativo, es en relación a si se sienten emocionalmente vinculados con la organización para la cual trabajan, generandose los siguientes resultados, totalmente de acuerdo en un 62%, de acuerdo en un 29%, en desacuerdo en un 6% y totalmente en desacuerdo en un 3%.

#### *Directivos y funcionarios*

Al analizar los respuestas de los directivos y funcionarios el primer indicador marca falta de involucramiento y compromiso con el puesto de su personal en un 57%, mientras que los directivos y funcionarios restantes señalan un 43% de involucramiento y compromiso con el puesto.

Así también indican a través de sus resultados, que consideran la existencia de un retiro psicológico por parte del personal a su cargo en un 67%, de manera complementaria el personal directivo considera que en un 33% no existe el mencionado retiro psicológico por parte de su personal.

Respecto al retiro físico de los trabajadores administrativos, los directivos y funcionarios mencionan en sus encuestas que el 39% presenta la existencia de dicho retiro físico como complemento el 61% de los encuestados indica que no existe tal retiro físico por parte de su personal.

Los directivos y funcionarios perciben que existe la asistencia forzada en un 24% de su personal, por lo tanto la percepción de dichos directivos y funcionarios de que no hay asistencia forzada que afecte el rendimiento de su personal es de un 76%.

Por último, los directivos y funcionarios expresan que existe la evasión de reglas de su personal en un 48% del mismo, por otro lado el resto considera que no existe la evasión de reglas de su personal en un 52%.

### **CONCLUSIONES**

Al revisar los resultados que arroja la encuesta se puede determinar que el personal administrativo del Instituto Tecnológico de Boca del Río, se encuentra comprometido con la misión, valores, metas y objetivos de la organización, indicando además que el éxito y triunfo de la misma representa algo importante para ellos, pues forma parte de su vida diaria.

Lo mencionado previamente se ve fortalecido con un fuerte deseo de permanecer en la institución pues consideran que es en beneficio para ellos, indicando con esto el valor que le dan a su entorno laboral y la manera en que se conducen a través de él.

Así también manifiestan un alto sentido de lealtad y fidelidad hacia la institución, lo cual permite pensar que es posible confiarles una mayor responsabilidad en su trabajo y una participación más activa en la toma de decisiones.

Cuando se analiza el hecho de continuar trabajando por el bienestar de la organización y de todos los que la integran, el personal administrativo manifiesta estar dispuesto a participar en los proyectos que se le proponga en la búsqueda de la mejora institucional, comprometiéndose a dedicarle tiempo y energía.

Es importante mencionar que el personal administrativo se siente emocionalmente vinculado con la organización, este estado de ánimo positivo se influencia al compartir elogios, retocar el ambiente con un sentido del humor, es decir, en su mayoría, se manifiesta un ambiente de trabajo agradable, que fomenta la interacción social.

Después de concluir el compromiso del personal administrativo, se procede a mencionar las conclusiones de algunos de los efectos a que da lugar la manifestación del mismo.

Es de llamar la atención la percepción que tienen los directivos y funcionarios de la falta de involucramiento y compromiso con el puesto de su personal, pues más de la mitad considera su personal no se involucra ni se compromete con su puesto, contrastando con los resultados de las encuestas realizadas al personal administrativo.

Además, los funcionarios y directivos consideran la existencia de un retiro psicológico por parte del personal a su cargo, lo cual impacta de manera negativa al momento de realizar las tareas y actividades encomendadas por sus superiores. En relación al retiro físico de los trabajadores administrativos, los directivos y funcionarios que poco más de la tercera parte incurre en ello, generando la necesidad de estar sustituyendo las funciones de alguno de los ausentes con personal que tiene encomendadas otras actividades, impactando así en la calidad del servicio.

Los directivos y funcionarios consideran solo existe la asistencia forzada en poco más de una quinta parte de su personal, lo cual se ve reflejado en la poca inexistencia que reporta mes con mes el área de recursos humanos.

Por último, los directivos y funcionarios expresan que casi la mitad de su personal tiende a evadir las reglas establecidas, situación que puede ser generada por el hecho de percibir que se tiene una muy fuerte estabilidad laboral, la que les permite tener la sensación de seguridad y respaldo por parte de la representación sindical.

Es importante considerar medidas que permitan mejorar la percepción que tienen los directivos y funcionarios de su personal y a su vez generar actividades de integración, que ayuden al fortalecimiento de las relaciones del personal administrativo con sus superiores, se recomienda concientizar al personal administrativo como con el directivo, a través de pláticas y cursos que generen confianza y seguridad en cada uno de ellos, en la búsqueda de mejorar el ambiente laboral. Además, se propone:

Evaluar el trabajo de los directivos y funcionarios del instituto, pues en base a los resultados de sus encuestas, existe la posibilidad de que dichos directivos y funcionarios no conozcan en su totalidad las áreas que están a su cargo y por lo tanto, se considera necesario analizar el desempeño de los mismos, pues de existir dicho desconocimiento, este puede ser uno de los factores que fundamenta alguna de las inconformidades del personal administrativo. También se recomienda revisar las actividades del personal, para establecer si tiene una correcta carga de trabajo, en caso contrario sería necesario realizar una reestructura de las tareas diarias de cada uno de los puestos del personal administrativo por departamento y de ser necesario por subdirección.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Ansa, P.M., & Acosta, A. (2008, abril). La actitud hacia el trabajo del personal administrativo en el Núcleo Humanístico de la Universidad del Zulia. Revista de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011673010>
- Arnold John, Randall Ray (2006) "Psicología del Trabajo: Comportamiento humano en el ambiente laboral". (México). Pearson
- Dorwin Cartwighr (2003) "Dinámica de Grupos". México. Trillas
- Dubrin Andrew. (2003) "Fundamentos de comportamiento organizacional" México. THOMSON. Segunda edición.
- Duro Martin Antonio (2004) "Psicología de la calidad laboral". México. Piramide
- Goleman Daniel (2003) "Liderazgo". México. Ediciones B
- González Nuñez J. De Jesús (2000) "Dinámica de Grupos". México. Pax
- Hellriegel Slocum (2009) "Comportamiento Organizacional". México. CENGAGE. 12ª.ed..
- INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO. (2005). "Por nuestros mares responderemos" Edición Conmemorativa por el 30 Aniversario. Edición Color Xpress. México.
- Lafarga Corona Juan. (2006) "Desarrollo del Potencial Humano". México. Trillas
- Levon Gustave (2007) "Psicología de las masas". México. Morata
- Martin Seligman (2008) "La autentica felicidad". México. Zeta Bolsillo
- Newstrom John W. (2007). "Comportamiento Humano en el trabajo". México. Mc Graw Hill. Duodécima edición
- Robbins Stephen P. (2013) "Comportamiento Organizacional". México. PEARSON. Decimoquinta edición
- Shultz Duane P. (2008) "Psicología Industrial". México. Mc Graw Hill. Segunda Edición
- Veray-Alicea, J. (2016). Escala de Compromiso Organizacional (ECO). Instrumento no publicado.
- Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Jaime\\_Veray-Alicea](https://www.researchgate.net/profile/Jaime_Veray-Alicea)

## DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO. MUNICIPIO DE TOMATLÁN, VER.

DR. ARTURO MORA MATUS<sup>1</sup> DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS<sup>2</sup>

LAT NURIA AMPARITO GARCÍA CONTRERAS<sup>3</sup>,

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico, el cual tiene como finalidad implementar una feria turística; artística y cultural, en el municipio de Tomatlán, Veracruz; para impulsar el desarrollo económico y turístico de la localidad. Puesto que al verse afectado el turismo no solo de manera mundial si no también regional tras la pandemia ocasionada por el SARS-CoV 2, se busca la implantación de nuevas estrategias para atraer turistas.

La pregunta de investigación contemplada en este trabajo es ¿la implementación de una feria turística: artística y cultural, en el municipio de Tomatlán, Veracruz; impulsará el desarrollo económico y turístico de la localidad?, dando una breve descripción de esta pregunta, el desarrollo económico impulsado por el turismo, es algo importante para las localidades, ya que al hacerse de esta manera, se benefician dos sectores importantes, además de beneficiar a los habitantes de la comunidad.

Para el desarrollo de la propuesta se utilizaron los enfoques metodológicos cualitativos y cuantitativos. Dentro de los primeros mencionados encontramos el análisis FODA y el check list con el propósito de analizar la situación del municipio de Tomatlán, Ver. Y con ello llevar a cabo un mejor planteamiento de lo que se quiere proponer.

---

<sup>1</sup> PTC Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. artmora@uv.mx

<sup>2</sup> PTC Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. acardona@uv.mx

<sup>3</sup> Estudiante de Administración Turística. Facultad de Administración, Región Veracruz, Universidad Veracruzana. garcia.contreras.na@gmail.com



Cabe destacar que al conocer el municipio fue más fácil el poder requisitar dichas técnicas. Dentro del enfoque cuantitativo se utilizaron tres instrumentos de recopilación de información; entrevista, encuesta, cuestionario. Esto con el fin de poder llevar a cabo una investigación efectiva una vez analizados los resultados y generalizar o englobar los datos obtenidos para un resultado unánime, conociendo los puntos de vista del alcalde, los habitantes de las comunidades y los posibles turistas.

**Palabras clave:** turismo, feria turística, arte, cultura, desarrollo turístico y económico.

## INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994)<sup>4</sup>, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

De acuerdo con el Proyecto de Nación (2018-2024: 304)<sup>5</sup> se busca aprovechar la fortaleza del sector turismo y, a partir de ello, generar un desarrollo turístico regional equilibrado que permita consolidar los puntos turísticos existentes y ampliar el potencial turístico del país en beneficio de todos. Es por ello, que el desarrollo de éste proyecto, ayudará notablemente a poder cumplir con ese aprovechamiento buscado dentro de la comunidad establecida, ya que se buscará impulsar a los mismos habitantes de la localidad esto con el objetivo de amplificar la entrada de turistas.

---

<sup>4</sup> <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

<sup>5</sup> <http://morenabc.org/wp-content/uploads/2017/11/Plan-de-Nacion-de-Morena.pdf>.

En el Plan Veracruzano de Desarrollo (2019-2024: 113) <sup>6</sup>se menciona que los retos económicos que enfrenta Veracruz en el futuro inmediato y en el largo plazo implican la conjunción de esfuerzos individuales y colectivos, vinculados a procesos de planeación estructurados, en los cuales las prioridades estarán dirigidas a fortalecer la economía de nuestro Estado, incentivar sus riquezas culturales y materiales, generar las oportunidades de ingreso.

Tomatlán Veracruz, es un municipio con una extensa cultura, en el lugar denominado como Mixcalco, fue donde habitaron los primeros pobladores que dieron origen a Tomatlán. En esta región se han hallado restos de la cultura Totonaca del llamado Horizonte Preclásico.

Es un municipio lleno de vida, arte y cultura. Tiene una extensa variedad de tradiciones, así como de talento que va desde música, pintores, escultores, bailarines, herreros, carpinteros, etc.

#### **MARCO TEÓRICO. DESARROLLO TURÍSTICO Y ECONÓMICO: MUNICIPIO DE TOMATLÁN VER.**

Según la UNESCO (1982)<sup>7</sup> la cultura puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

La UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un modelo de desarrollo humano integral y sostenible. Es considerada una actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Patrimonia Consultores, 2011: 5-6).<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> [http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd\\_2019\\_2024/PVD\\_COLOR.p](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/PVD_COLOR.p)

<sup>7</sup> [https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/ABC\\_patrimonio/abc\\_patri.pdf](https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/ABC_patrimonio/abc_patri.pdf)

<sup>8</sup> <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/657/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El turismo cultural contribuye al desarrollo económico de un destino, pero también a la integración social y al acercamiento entre los diferentes pueblos.

La otra gran ventaja que tiene el turismo cultural es su falta de estacionalidad ya que se desarrolla a lo largo de todo el año. Esto fomenta que el empleo asociado al turismo cultural sea más estable que en otros segmentos.

Pero el desarrollo turístico de estos recursos patrimoniales e históricos, se tiene que hacer de una forma planificada, responsable y controlada, para no poner en peligro el futuro de los recursos disponibles. En definitiva, es fundamental desarrollar una **gestión sostenible** del turismo cultural.

El uso contemporáneo del término Arte alude a las manifestaciones de la actividad humana en el orden del sentimiento y la imaginación, como la poesía, la pintura o la música, e inclusive, en un sentido más estricto, se designa por Arte el conjunto de creaciones dirigidas a conmover por intermedio de los ojos, tales como la arquitectura y la escultura (Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana, s/f: 1)<sup>9</sup>

Las ferias de turismo son eventos de carácter público y periódico que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización (Fayo, Sancho, Sánchez, s/f).<sup>10</sup>

En los últimos años el turismo ha cobrado mayor importancia en el estudio de la economía. La capacidad que ésta actividad tiene para crear eslabonamientos hacia atrás y hacia adelante con otros sectores productivos de la economía, su fuerte potencial para fomentar la generación de empleo y el impacto positivo que tiene sobre el crecimiento y desarrollo económico, han logrado que muchos gobiernos apoyen y promuevan el desarrollo del sector turístico en sus estados. (Soriano, 2015).<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> <https://revistas.uax.es/index.php/saberes/article/download/769/725>

<sup>10</sup> <https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-114.pdf>

<sup>11</sup> file:///C:/Users/Daniel/Downloads/3-29-2-PB.pdf

**MARCO CONTEXTUAL:****TOMATLÁN, VER.**

Del náhuatl que significa "Lugar de tomates".

En el lugar denominado como Mixcalco, fue donde habitaron los primeros pobladores que dieron origen a Tomatlán. En esta región se han hallado restos de la cultura Totonaca del llamado Horizonte Preclásico, que se fecha del año 1,200 al 1,500 antes de la era. Sin embargo, es innegable la presencia de los Olmecas en el horizonte Clásico del año 1 al 900 de la era, cuyos restos dejan notar la influencia Teotihuacana. Durante la época virreinal se denominaba a este pueblo San Miguel Quechultengo Tomatlán.

En efecto Mixcalco, fue el primer centro poblacional en donde dejaron grandes muestras de Arquitectura y alfarería.

Cuenta la tradición que, por problemas surgidos, ésta tribu tuvo que abandonar esos terrenos y que divididos en dos grupos uno se dirige al éste y otro al oeste.

**2.7.1 Atractivos turísticos.**

- Parque Benito Juárez.
- Puente de piedra.
- Puente de arco.
- La junta.
- Cuevas del Carón.
- Represa el chorro.
- La yerbabuena.

**2.7.2 Patrimonio cultural.**

Monumento 1-a ( fracción de un personaje olmeca), que se encuentra en exposición en la Zona Arqueológica "La Yerbabuena"; representa en su carta trapezoide delantera, un personaje de perfil que mira a la derecha del espectador, esta esculpido a manera de estela en bajo relieve.

La iglesia de San Miguel, es un monumento que durante varios años ha guardado historia.

Su música está basada en instrumentos de viento.

La gastronomía típica es el mole de olla, tamales rancheros y de dulce, caldo de res, patitas de puerco a la vinagreta, chiles rellenos, chilatole, tejocotes en dulce, duraznos en dulce, natilla, arroz con leche, chayote en dulce, atole de masa, barbacoa de cerdo.

Las festividades tanto cívicas como culturales se inician a partir del mes de febrero con la celebración del día de la Bandera, en abril el día del niño y se realiza una representación en vivo de la pasión de Jesucristo en la Semana Santa; el 29 de septiembre la fiesta de San Miguel Arcángel, patrono del lugar, con juegos pirotécnicos, danzas y feria, se realiza un desfile para conmemorar a los días de muertos, el 20 de noviembre se realiza un espectacular desfile cívico-deportivo, para rendir homenaje a los héroes de la Revolución, también se llevan a cabo posadas, y festividades decembrinas (Veracruz.mx, s/f).<sup>12</sup>

#### 2.7.3 Patrimonio artístico.

Tomatlán está repleto de artistas y talento. Algunos de los habitantes de la localidad llamados tomatecos, se dedican a diferentes oficios como la pintura, herrería, carpintería, talabartería, escultores. También la música está presente con tríos, una orquesta llamada jarochesta, mariachis, grupos de viento, entre otros.

Así mismo dentro del municipio hay danzas autóctonas de moros y cristianos, doce pares de Francia, danza de los negros, mojigangas, así como danzas folclóricas.

#### 2.7.4 Nuestros artistas

Algunos artistas destacados son:

Esteban Huerta.

Oscar Hernández.

Fam. Flores.

Marcial Bañuelos.

Ángel Fitta.

---

<sup>12</sup> <https://veracruz.mx/destino.php?Municipio=186>

Trío Falcón.

Mariachi loco.

Jarochecha.

Danza folclórica fiesta, arte y color.

Los nietos del Chiltepec.

Entre otros.

### **METODOLOGÍA**

Se utilizaron dos técnicas de recolección de datos como lo son el análisis FODA y el check list con el propósito de analizar la situación del municipio de Tomatlán, Ver.

Análisis FODA.

Al ser un municipio aledaño a dos pueblos mágicos, ubicado cerca del Pico de Orizaba, con acceso por carretera, señalizaciones, servicio de alimentos y bebidas, atractivos naturales, culturales artísticos e históricos, medios de transporte, entre otros. La implementación de la feria turística propuesta, puede causar un impacto positivo en la entrada de turistas así como en la demarra económica que estos ocasionan; ya que muchos de ellos buscan experiencias únicas, con destinos tranquilos y alejados de la ciudad.

La gente de la localidad es participativa; con la creación de la feria turística se pueden crear empleos ocasionales, así como la generación de ingresos para aquellas personas que se dediquen al sector de alimentos y bebidas, pequeños negocios locales, artesanos, músicos, entre otros.

En cuanto al trabajo en equipo, el ayuntamiento puede diseñar campañas de capacitación y con ello fortalecer las habilidades directivas de los habitantes interesados y de los artesanos.

Check list

Mediante la aplicación del check list, pudimos notar que Tomatlán, es un destino en donde los turistas podrían llegar sin problema alguno, pero cabe mencionar que no cuenta con servicio de hospedaje, por lo que se puede llegar a un acuerdo con el municipio de Coscomatepec de Bravo, ya que al estar cerca puede ser una buena alternativa y así beneficiamos al turismo en dos municipios vecinos. Dentro del

municipio de Tomatlán se pueden deleitar distintos platillos en los distintos establecimientos de alimentos y bebidas. No obstante, al ser una localidad con acceso a señal telefónica, facilita la comunicación de los turistas en su periodo de visita a este municipio. Cabe mencionar que la comunidad también cuenta con servicio de un cajero automático en caso de que se decida prolongar la estadía o bien hacer mayor consumo dentro de la misma comunidad.

Una feria turística como la que se propone, sería bien recibida, ya que al contar con gran parte de lo que busca un turista, se puede ayudar a los locales al generar derrama económica, impulsando a Tomatlán como un destino turístico rural.

Se utilizaron tres instrumentos de recopilación de información; entrevista, encuesta, cuestionario. Esto con el fin de poder llevar a cabo una investigación efectiva una vez analizados los resultados.

Análisis de los resultados de la entrevista al director de cultura.

En la entrevista hecha al director de cultura, se puede rescatar que para el municipio el desarrollo de la actividad turística es de gran importancia, ya que es una fuente de ingresos para la comunidad, con el paro de la actividad turística ocasionado por el SARS-CoV2 se busca generar estrategias de acuerdo al semáforo del Covid-19. La comunidad se ve apoyada en el sector artístico-cultural mediante el uso de las TIC'S, un claro ejemplo es la difusión que se está haciendo por parte del ayuntamiento al crear videos promocionales en el centro de cultura. Se debe mejorar la actitud de servicio, general un turismo responsable en cuanto a los espacios naturales, así como la creación de un método alternativo en caso de fenómenos no controlables como una pandemia.

Encuesta

Para la mayoría de los habitantes de la comunidad el turismo es considerado muy importante o importante como generador de ingresos dentro de la localidad, por lo cual puede ser una fuente de desarrollo económico viable.

Los habitantes de la localidad dicen estar de acuerdo o totalmente de acuerdo que la cultura es parte importante para atraer turistas, porque habla de las raíces de un destino turístico, Tomatlán, Ver, sin duda alguna es un municipio lleno de arte y cultura.

Por parte de los ciudadanos de Tomatlán, se mostró una buena aceptación a la propuesta ya que no hubo alguien que estuviera en desacuerdo que una feria turística de arte y cultura, es una buena manera de aumentar el número de turistas que llegan al municipio.

#### Cuestionario

Los turistas consideran importante la cultura de un lugar antes de visitarlo, la cultura no sólo engloba a lo tangible, sino también a la manera de ser de los residentes, su estilo de vida, sus costumbres y tradiciones, entre otros factores. Este evento busca apoyar no sólo a la cultura del municipio, sino también el arte, para generar una experiencia única en los turistas y ser reconocidos no solo en el sector regional o nacional, sino también de manera internacional.

Dentro de la comunidad, existen personas con talento artístico, por ejemplo, pintores, carpinteros, herreros, grupos musicales como bandas de viento, mariachis, tríos musicales, una orquesta, ballets folklóricos, entre otros. Los turistas están de acuerdo que un evento de este tipo puede ayudar a atraer más turistas, ya que es una actividad novedosa que les brindara una experiencia única, dentro de los resultados se puede observar que una persona votó en desacuerdo, pero comentó que fue por error, pero que está totalmente de acuerdo en que puede ser algo favorable para el municipio.

La feria turística puede ser aceptada por parte de los turistas regionales, nacionales e incluso internacionales

#### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Tomatlán, Ver. Es un municipio rico en servicios, desde lugares llenos de cultura, arte e historia hasta los destellos de modernidad y urbanización, cuidando siempre su esencia.

Es por ello, que como método para aumentar la llegada de turistas y generar ingresos, se propone una feria turística de arte y cultura, ya que dentro del municipio estas dos vertientes tienen mucho que ofrecer.



Con esta propuesta no solo se busca darles a los turistas una experiencia inolvidable, si no también generar derrama económica, tanto para los artesanos, artistas, así como el municipio en general.

Para el desarrollo de ésta propuesta, se lanzará una convocatoria dirigida al público en general, haciendo énfasis en aquellas personas que cuenten con alguna actividad artística o cultural, con un costo de inscripción de \$200.

La fecha está a disposición del alcalde, puesto que si continuamos viviendo esta pandemia, es un poco complicado el hacer eventos.

Se darán a conocer los flyers y cronograma de actividades de la feria en redes sociales, así como en las principales entradas al municipio y establecimientos.

Para los invitados especiales, participantes y autoridades, se les hará llegar una invitación al evento.

Para los participantes, se les hará llegar su reconocimiento por participación a la feria.

El espacio con el que cuenta el parque, estará distribuido de manera equitativa en los stands de los participantes, contará con un escenario para las presentaciones culturales, de baile y musicales.

De igual manera, se hará un coste aproximado de los gastos que conllevara la realización del evento, haciendo mención que la primera vez que se lleve a cabo no tendrá un costo de entrada, esto con motivo de hacer una prueba piloto y observar si obtenemos una respuesta favorable por parte de los habitantes, participantes y por supuesto de los turistas.

Diseño de la convocatoria.



EL H. AYUNTAMIENTO DE TOMATLÁN, VER.  
CONVOCA:

**FERIA TURÍSTICA DE  
ARTE Y CULTURA:  
TOMATLÁN, VER.**

Para todas aquellas personas con talento  
artístico: canto, ballet folklórico, danza de  
santiagos, artesanos, pintores, escultores,  
carpinteros, herreros.

MARZO 12 Y 13, 2021  
5:00 PM - 10:00 PM  
PARQUE MUNICIPAL  
INSCRIPCIONES AL  
2294778347

Costo de  
inscripción \$200



Elaboración propia.

Diseño de los flyers y cronograma de actividades de la feria turística.



Fotografía por Alan García Peña.

Elaboración propia.



### Feria turística de arte y cultura: Tomatlán Ver.

¡VIVE, CONOCE Y DISFRUTA DE NUESTRA FERIA!

ENTRADA: GRATIS  
¡No pierdas la oportunidad!

- Día 12 de marzo  
5:00 pm a 5:30 pm: Inauguración de la feria turística a cargo del alcalde municipal y de la ciudadana Nuria Amparito García Contreras.  
5:30 pm a 6:00 pm: Presentación musical.  
6:00 pm a 6:30 pm: Presentación del Ballet Folklórico Municipal.  
6:30 a 7:00 pm: Relato de las costumbres y tradiciones del municipio.  
7:00 pm a 7:30 pm Presentación musical.  
7:30 pm a 8:00 pm: Narración de leyenda local.  
8:00 pm a 11:00 pm: Baile por el grupo "Jarochesta"

12 Y 13 DE MARZO DEL 2021 / DE 05:00 P. M. A 10:00 P. M.  
PARQUE MUNICIPAL

Para mas informacion al 2294778347



### Feria turística de arte y cultura: Tomatlán Ver.

¡VIVE, CONOCE Y DISFRUTA DE NUESTRA FERIA!

ENTRADA: GRATIS  
¡No pierdas la oportunidad!

- Día 13 de marzo  
5:00 pm a 5:30 pm: Presentación musical.  
5:30 pm a 6:00 pm: Conversatorio entre los artistas que participan en la feria..  
6:00 pm a 6:30 pm: Presentación del Ballet Folklórico Fiesta Arte y Color.  
6:30 a 7:30 pm: Rueda de prensa de los actores participes en la representación de semana santa.  
7:30 pm a 8:00 pm Presentación musical.  
8:00 pm a 11:00 pm: Baile por el grupo "Jarochesta"

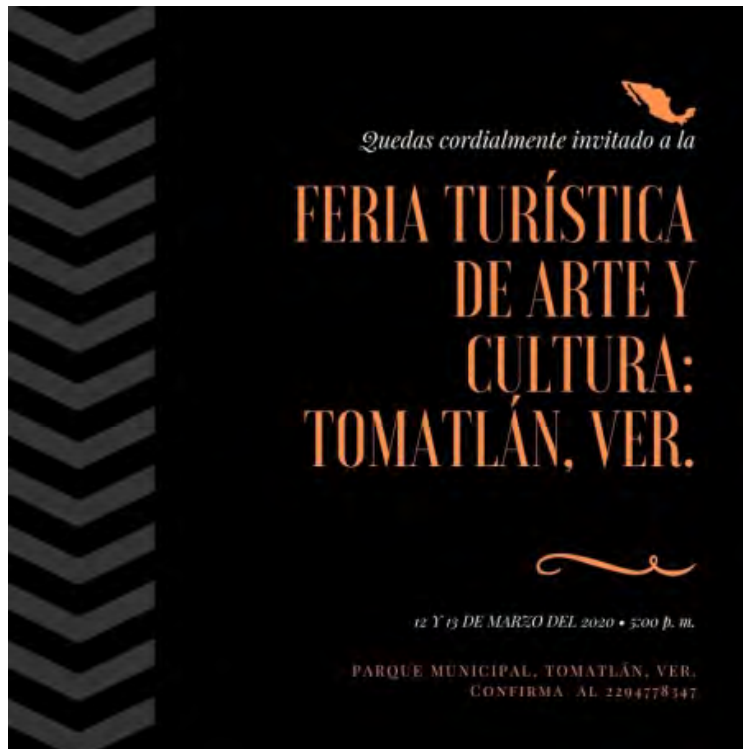
12 Y 13 DE MARZO DEL 2021 / DE 05:00 P. M. A 10:00 P. M.  
PARQUE MUNICIPAL

Para mas informacion al 2294778347

Fotografías por Alan García Peña.

Elaboración propia.

Diseño de las invitaciones para los invitados especiales, participantes y autoridades.



Elaboración propia.



Diseño del reconocimiento por participación a la feria turística

Como protocolo del evento, al término se les hará llegar un certificado de reconocimiento por la participación a la feria, el cual irá firmado por la directora general y fundadora de la feria la ciudadana Nuria Amparito García Contreras, el alcalde municipal el ciudadano Nicolás Prado Morales y el director de cultura el ciudadano Edui Prado González.



Elaboración propia.

Croquis.

Para tener un mejor control del espacio se pretende tener una correcta asignación de los stands, de acuerdo a las medidas del parque Benito Juárez, así como la implementación de un foro en el cual se harán las presentaciones de grupos musicales, ballet folklórico, conversatorio, rueda de prensa, entre otras actividades. La asignación del espacio será a cargo del ayuntamiento, una vez se tenga el número de participantes inscritos.

Coste aproximado de los gastos para la feria turística

MATERIALES	COSTO	TOTAL
Equipo de sonido (iluminación, tripies, micrófonos, cables) Cotizado con sonido drako	\$30,000	\$30,000
Carpas para stand	\$200 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Lonas	\$100 c/u	\$300
Sillas	\$50 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Mesas	\$100 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Arañas	\$80 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Escenario	\$800	\$800
Podio	\$500	\$500
Carpetas	\$2 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Reconocimientos	\$10 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Invitaciones	\$ 5 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Flyers	\$20 c/u	\$1,000
Espectaculares	\$400 c/u	\$2,100
Convocatoria	\$20 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Botellas de agua	\$5 c/u	NO SE TIENE EL DATO DE PARTICIPANTES APROXIMADO
Lapiceros	\$3 c/u	\$300
<b>Hojas</b>	\$70	\$70
<b>TOTAL</b>		\$35,070

Los costos son un aproximado de gastos, todos están sujetos a disponibilidad.

## **CONCLUSIÓN**

Se concluye que el proyecto realizado a lo largo de estos meses, nos da la oportunidad de incrementar el número de turistas que llegan de visita al municipio de Tomatlán, Ver. Así mismo, esto puede ser benéfico para acrecentar los ingresos del municipio por la llegada de un mayor número de visitantes.

Una feria turística de arte y cultura, es un evento en el cual, se puede impulsar al municipio como destino turístico y por consecuencia darlo a conocer y propagar a otros lugares el talento que tienen los habitantes de la comunidad, puesto que dentro de la población se poseen pintores, carpinteros, herreros, músicos, bailarines; además de una extensa multiculturalidad.

Es por ello que el objetivo: implementar una feria turística; artística y cultural, en el municipio de Tomatlán, Veracruz; para impulsar el desarrollo económico y turístico de la localidad, es un mercado al que se le puede sacar una gran ventaja, puesto que el colindar con dos pueblos mágicos se puede convertir en una oportunidad para que esos turistas que visitan aquellos lugares sientan interés por visitar la comunidad con ayuda de este evento.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Patrimonia Consultores (2011). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Patrimonia Consultores. Chile. Obtenido de: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/657/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo, CONACULTA (1992). *El ABC del Patrimonio Cultural y Turismo*. Alianza. México. Obtenido de [https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/ABC\\_patrimonio/\\_patri.pdf](https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/ABC_patrimonio/_patri.pdf)
- Fayo, Sancho, Sánchez. (s/f). *Ferias Internacionales De Turismo ¿Algo Más Que Un Instrumento Comercial?* Universidad de Valencia. España. Obtenido de: <https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-114.pdf>
- García C. (2019) *Plan De Desarrollo Veracruzano*. Repositorio.Veracruz.Gob. Obtenido de: [http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd\\_2019\\_2024/PVD\\_COLOR.pdf](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/PVD_COLOR.pdf)
- Proyecto de Nación (2018-2014). México. Obtenido de: <http://morenabc.org/wp-content/uploads/2017/11/Plan-de-Nacion-de-Morena.pdf>
- Restrepo (2005). *La definición clásica del arte*. Revista Saberes. España. Obtenido de: <https://revistas.uax.es/index.php/saberes/article/download/769/725>
- Soriano, N. (2015) *La contribución del turismo al crecimiento económico de Oaxaca*. México. Obtenido de: <file:///C:/Users/Daniel/Downloads/3-29-2-PB.pdf>
- <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- <https://veracruz.mx/destino.php?Municipio=186>



## **ANEXOS**

### **ENTREVISTA**

Buen día.

Soy estudiante de la Universidad Veracruzana, de la Región Veracruz de la Licenciatura en Administración Turística, el motivo de ésta entrevista es recopilar información sobre la importancia de turismo, el arte y la cultura en la comunidad de Tomatlán, Ver.

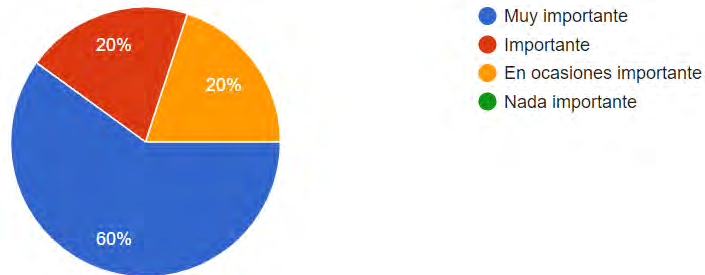
1. ¿Considera que el turismo es una de las actividades más rentables de la comunidad? Justifique su respuesta.
2. ¿Cuáles con los asuntos relacionados con el turismo que tratan en sus reuniones con la comunidad o algún líder de la misma?
3. ¿Cuáles son los apoyos que la comunidad recibe en cuanto al sector turístico?
4. ¿Cuáles son las habilidades que aún tienen que desarrollar los prestadores de servicios turísticos para dar un mejor servicio a los turistas?
5. ¿Cuáles considera usted que son los atractivos turísticos por los cuales podríamos atraer a más turistas?
6. ¿Considera que el turismo es un factor de desarrollo para la comunidad o solo es una actividad alterna? Justifique su respuesta.
7. ¿Considera que los habitantes de Tomatlán tienen habilidades artísticas? Justifique su respuesta.
8. Si la respuesta anterior fue sí, ¿cuál considera que es la manifestación de arte más significativa en la comunidad? Justifique su respuesta.
9. ¿Considera que la cultura del municipio puede atraer turistas? Justifique su respuesta.
10. ¿Considera que Tomatlán puede ser impulsado mediante el arte y la cultura? Justifique su respuesta.

La información será tratada con fines académicos. Agradezco de ante mano su tiempo y colaboración.

Encuesta

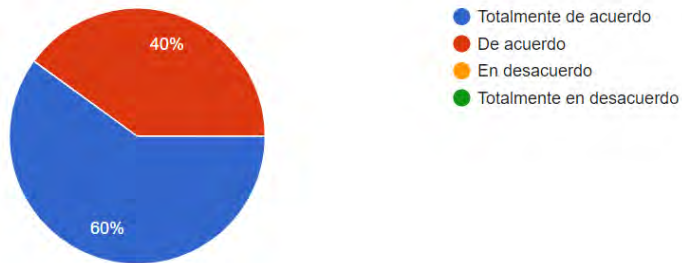
1. ¿Considera que el turismo es importante para el ingreso de los habitantes de la comunidad?

20 respuestas



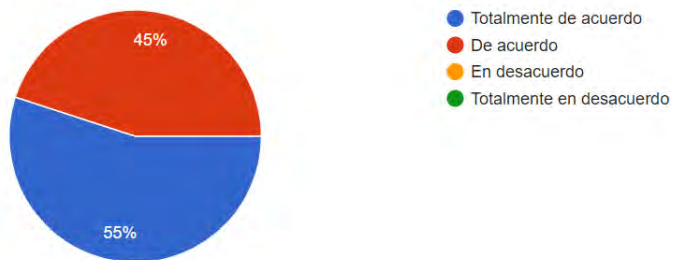
8. ¿Está de acuerdo que el arte y la cultura de la comunidad es una buena forma de atraer turistas?

20 respuestas



9. ¿Está de acuerdo que una un evento como lo es una feria turística puede aumentar el número de entrada de turistas a Tomatlán?

20 respuestas



## CUESTIONARIO

Buenos días/tardes:

Soy estudiante de la Universidad Veracruzana, de la Región Veracruz de la Licenciatura en Administración Turística.

Este cuestionario va dirigido a los turistas que visitan la comunidad de Tomatlán, Ver. Con el fin de recopilar información sobre sus intereses y necesidades a la hora de elegir un destino turístico.

1. ¿Cuáles son los principales atractivos por los que visita Tomatlán, Ver?
  - a) Gastronomía
  - b) Atractivos naturales
  - c) Atractivos culturales
  - d) Acontecimientos programados
  - e) Atractivos artísticos
2. ¿Prefiere que las características del atractivo sean natural o cultural?
  - a) Natural
  - b) Cultural (arte, festividades, tradiciones)
3. ¿Usted considera la cultura de un lugar antes de visitarlo?
  - a) Siempre
  - b) Algunas veces
  - c) Pocas veces
  - d) Nunca
4. ¿Prefiere visitar Tomatlán, Ver., los días festivos, los fines de semana o en eventos programados por el Municipio?
  - a) Días festivos
  - b) Fines de semana
  - c) Eventos programados
5. Está de acuerdo que Tomatlán cuenta con talento artístico:
  - a) Muy de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo

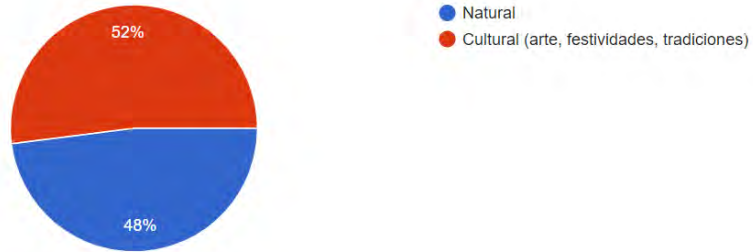
6. ¿Las vías de acceso para llegar a la comunidad o atractivos consideran que son accesibles?
  - a) Muy accesibles
  - b) Accesibles
  - c) Poco accesibles
  - d) Nada accesibles
7. ¿Está de acuerdo que los servicios turísticos que ofrece la comunidad son suficientes?
  - a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo
  - d) Totalmente en desacuerdo
8. ¿Está de acuerdo que las actividades recreativas que ofrece la comunidad son suficientes?
  - a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo
  - d) Totalmente en desacuerdo
9. ¿Está de acuerdo que la implementación de una feria turística de arte y cultura sería de ayuda para atraer a más turistas?
  - a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo
  - d) Totalmente en desacuerdo

La información será tratada con fines académicos. Agradecemos de ante mano su tiempo y colaboración.

## Cuestionario

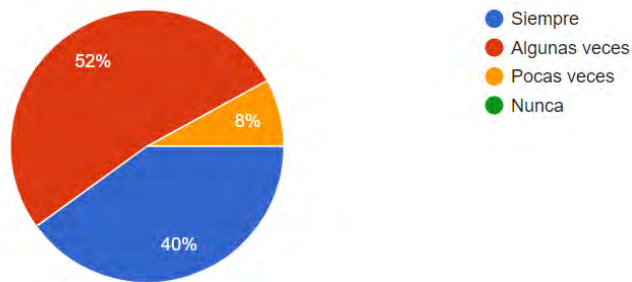
2. ¿Prefiere que las características del atractivo sean natural o cultural?

25 respuestas



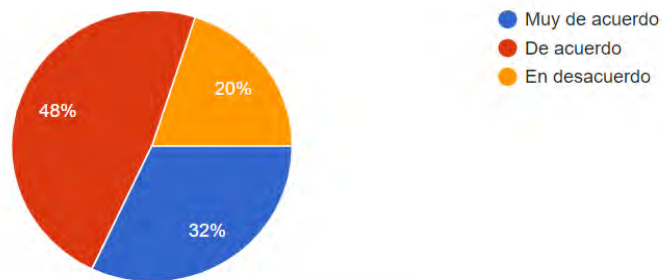
3. ¿Usted considera la cultura de un lugar antes de visitarlo?

25 respuestas



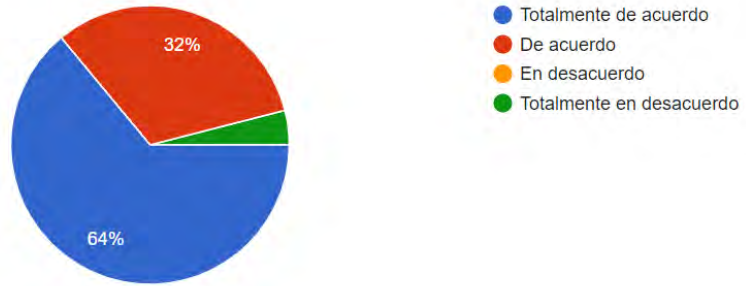
5. Está de acuerdo que Tomatlán cuenta con talento artístico:

25 respuestas



9. ¿Está de acuerdo que la implementación de una feria turística de arte y cultura sería de ayuda para atraer a más turistas?

25 respuestas





EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C  
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO  
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.  
CEL 2282386072  
PONCIANO ARRIAGA 15, DESPACHO 101.  
COLONIA TABACALERA  
DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC  
C.P. 06030. MÉXICO, D.F. TEL. (55) 55660965  
[www.redibai.org](http://www.redibai.org)  
[redibai@hotmail.com](mailto:redibai@hotmail.com)

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-99111)

Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.

No. de ejemplares: 200

Presentación en medio electrónico digital: Cd-Rom formato PDF 6 MB

Fecha de aparición 02/04/2021

ISBN 978-607-99111-1-9

Derechos Reservados © Prohibida la reproducción total o parcial de este libro en cualquier forma o medio sin permiso escrito de la editorial.



# **ADMINISTRACIÓN Y TURISMO**

## **COORDINADORES:**

MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS  
CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA

## **AUTORES**

ADRIANA JANETH GARCÍA CONTRERAS, ÁNGEL RENE ZAMUDIO PRIETO, ARTURO MENDOZA TALAVERA, ARTURO MORA MATUS, CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, EMILY MARLEN HERNÁNDEZ RAMÍREZ, ERIC MANUEL RAMOS NERI, FRANCISCO DE JESÚS NORIEGA RIANDE, GUSTAVO MENDOZA BARRÓN, ISIDRA IRENE LARRAÑAGA JAUREGUI, LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ, MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS, MARÍA GUADALUPE MONTES DE OCA SÁNCHEZ, MARIO FRANCISCO JIMÉNEZ SUSUNAGA, MEIBY ALESSANDRA ARRES OLGUÍN, NURIA AMPARITO GARCÍA CONTRERAS, VANIA GUADALUPE HERNÁNDEZ FRAGOSO.