

ANÁLISIS DE LA CULTURA TURÍSTICA Y SUS BENEFICIOS PARA EL TURISMO EN EL PUEBLO MÁGICO DE COMONFORT, GUANAJUATO, MÉXICO.

Dra. Rocío Esquivel Ríos¹

Mtra. María Martha Villaseñor Ramírez²

Mtra. Araceli Martínez Sánchez³

Resumen

El presente artículo trata de mostrar la importancia de la cultura turística y su impacto en el turismo en el Pueblo Mágico de Comonfort, Guanajuato a partir de un estudio de los pobladores, los prestadores de servicios y servidores públicos del lugar que permita identificar si existe, un nivel de involucramiento, interés por formarse en ella y entender su importancia dentro del desarrollo del destino turístico y la atención a turistas y visitantes.

La cultura turística se define como un conjunto de conocimientos y valores que adquieren los anfitriones y turistas de un destino y mediante su práctica, actitudes y costumbres, que favorecen el fomento y el crecimiento de la actividad turística.

Desde su nombramiento como Pueblo Mágico en 2018, la cultura del lugar desarrolla la actividad turística en el municipio con el despliegue de sus costumbres y actividades en sus comunidades rurales y urbanas, otorgándoles un valor agregado como producto turístico, convirtiéndolos así en un atractivo de turismo cultural atrayendo a Comonfort más turismo, por los usos y costumbres cotidianos del municipio, requiriendo una organización turística del espacio, haciendo necesario la comprensión e incorporación del concepto de cultura turística. Sin embargo, identificar hasta donde se ha trabajado en este concepto es algo que se debe estudiar a fin de conocer la situación actual y poder emprender nuevas estrategias de atención a turistas y visitantes.

Por lo anterior el documento se divide en cuatro apartados, comenzando por la definición metodológica que se utilizó para la redacción y compilación de la información. Este es considerado un estudio descriptivo cualitativo transeccional. Identificando las prácticas de la comunidad receptora sobre la cultura turística.

El segundo apartado muestra un resumen de la importancia de la cultura turística en el mundo, en México y aterrizando en el estado de Guanajuato. Teniendo la contextualización de la investigación se aborda el desarrollo y resultados de la investigación.

Concluyendo con las reflexiones finales, que expresan las propuestas que se hacen para mejorar la cultura turística del lugar a partir de los diferentes involucrados, los pobladores, los prestadores de servicios y los servidores públicos y sus alcances en caso de seguirse de manera puntual para realmente alcanzar la consolidación como un pueblo que vive la cultura turística a plenitud.

Palabras clave: Turismo, cultura turística, Comonfort.

¹ Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende – resquivel@utsma.edu.mx, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4000-2732>

² Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende, mvillasenor@utsma.edu.mx

³ Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende, amartinez@utsma.edu.mx

ANALYSIS OF THE TOURIST CULTURE AND BENEFITS FOR TOURISM IN THE MAGIC TOWN OF COMONFORT, GUANAJUATO, MEXICO

Abstract

This article tries to show the importance of tourist culture and its impact on tourism in the Magic Town of Comonfort, Guanajuato based on a study of the inhabitants, service providers and public servants of the place that allows identifying if it exists, a level of involvement, interest in being trained in it and understanding its importance within the development of the tourist destination and the attention to tourists and visitors.

Tourism culture is defined as a set of knowledge and values acquired by the hosts and tourists of a destination and through their practice, attitudes and customs, which favor the promotion and growth of tourism activity.

Since its appointment as Pueblo Mágico in 2018, the culture of the place has developed tourist activity in the municipality with the deployment of its customs and activities in its rural and urban communities, giving them added value as a tourist product, thus making them an attraction of Cultural tourism attracting more tourism to Comonfort, due to the daily uses and customs of the municipality, requiring a tourist organization of the space, making it necessary to understand and incorporate the concept of tourist culture. However, identifying the extent to which this concept has been worked on is something that must be studied in order to know the current situation and to be able to undertake new strategies to assist tourists and visitors.

Therefore, the document is divided into four sections, starting with the methodological definition that was used for the writing and compilation of the information. This is considered a descriptive qualitative transectional study. Identifying the practices of the host community on tourist culture.

The second section shows a summary of the importance of tourist culture in the world, in Mexico and landing in the state of Guanajuato. Taking the contextualization of the research addresses the development and results of the research

Concluding with the final reflections, which express the proposals that are made to improve the tourist culture of the place from the different stakeholders, the residents, the service providers and the public servants and their scope if they are followed in a timely manner to really achieve consolidation as a people that fully lives the tourist culture.

Keys words: Tourism, tourist culture, Comonfort.

1. INTRODUCCIÓN

Para el siglo XV el valle de Chamacuero hoy Comonfort era habitado por la civilización purépecha, quienes otorgaron el nombre a la región, teniendo como significado lugar de ruinas. Se cree que este nombre proviene de las condiciones en las que se encontraba el lugar. Con la llegada de los españoles se agregó el nombre del patrono de la ciudad, San Francisco de Chamacuero.

Posterior a esta época, durante la independencia de México se desarrollaron sucesos importantes debido que de este lugar se obtuvo parte del financiamiento para la guerra y con ello también destacaron hombres y mujeres ilustres, como doña Manuela Taboada y el Dr. José María Luis Mora.

Fue hasta el año de 1933 que el municipio cambia su nombre al de Comonfort. Y es con todo este bagaje histórico que hoy en día Comonfort se ha convertido en el sexto pueblo mágico de Guanajuato y forma parte de los 122 pueblos reconocidos con este título hasta el día de hoy.

Esta distinción otorgada por el gobierno federal se obtiene a partir del cumplimiento estricto del reglamento además de contar con las características y condiciones principales para alojar y alimentar a los turistas, pero sobre todo resaltar la importancia de la cultura originaria de la región y la conservación de la misma.

En ese orden de ideas, el municipio cuenta con una amplia variedad cultural, desde las tortillas ceremoniales, hasta las danzas de los Guamares pasando por la rica gastronomía y sobre todo las fiestas que generalmente tienen un sentido religioso, teniendo en conjunto un destino turístico relevante con grandes atractivos por descubrir.

Sin embargo, es importante hablar de la transformación por la que atraviesa la población del destino, quienes anteriormente se han dedicado a la elaboración de artesanías y al trabajo del campo, sin figurar como un municipio relevante turísticamente. Ahora, comienzan a tener contacto con turistas y visitantes quienes llenan la ciudad los fines de semana, lo cual exige que este contacto se desarrolle bajo los términos correctos de calidad e inminentemente el comportamiento tanto de la comunidad receptora como de los visitantes se dé en el marco de la cultura turística.

A lo largo de este artículo se abordará la creación del nuevo pueblo mágico, contextualizando la ubicación y las principales características culturales que presenta, posteriormente se hace una descripción detallada de la metodología utilizada para con ello realizar un análisis a profundidad que abarca el estudio de la cultura turística (si es que existe en el destino), cómo se aplica y los beneficios obtenidos de la misma. Para finalmente concluir con las reflexiones finales de esta investigación.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El presente documento es considerado una investigación no experimental, de tipo exploratorio y descriptivo, teniendo como característica la recolección de datos en un momento único.

Considerando que Hernández, *et. al* (2014) menciona que una investigación no experimental es aquella que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

El tipo de la investigación corresponde al exploratorio y descriptivo, ya que estas indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, considerándolos estudios puramente descriptivos (Hernández *et. al*, 2014).

Este diseño en la investigación se sustenta en lo mencionado por Mertens (2010) citado en Hernández *et. al* (2014) quien señala que la investigación no experimental es apropiada para variables que no pueden o no deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo.

En ese sentido es oportuno mencionar que la cultura turística no se puede manipular, únicamente se observan los elementos de la misma para con ello identificar el comportamiento de la comunidad receptora frente a los turistas y obtener áreas de oportunidad.

Atendiendo a las fases de desarrollo esta investigación se llevó a cabo en tres momentos diferentes, en el primero de ellos se realizó la investigación de gabinete, en donde se revisaron fuentes primarias para sustentar bibliográficamente la cultura turística.

En el segundo periodo de la investigación se realizó una investigación de campo, a través de encuestas de fines de semana en la plaza pública para identificar la relación entre la comunidad receptora y turistas.

El tercer momento de la investigación consistió en plasmar lo anteriormente observado, de tal forma que se puntualizara en la cultura turística en Comonfort, detectando las fortalezas y debilidades de la comunidad para ser anfitriones.

Siguiendo el orden anterior, a continuación, se desarrolla el marco teórico.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Contexto de estudio

El municipio de Comonfort es reconocido por la riqueza histórica y cultural con que cuenta, ya que se ha identificado que fue lugar de asentamiento de la civilización Chichimeca, teniendo también influencia de Tarascos, Otomíes, Pames, Guamares, Cuachichiles y Jonaces. Cada una de estas civilizaciones habitando en distintas épocas, pero dejando un importante legado para la sociedad y principalmente para la gastronomía de la región.

Parte de esta riqueza se debe en gran medida a la ubicación estratégica del municipio. Según datos del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, (INAFED), el municipio de Comonfort se encuentra ubicado en la región IV Sureste del estado de Guanajuato con una altura promedio de 884 metros sobre el nivel del mar. Teniendo una extensión territorial de 485.39 kilómetros cuadrados, lo que corresponde al 1.60% de la superficie total del estado.

Comonfort cuenta con 62 comunidades aledañas en donde las artesanías y la práctica de la cocina tradicional son pilares fundamentales de sus actividades cotidianas, además de las artesanías, como los tradicionales molcajetes.

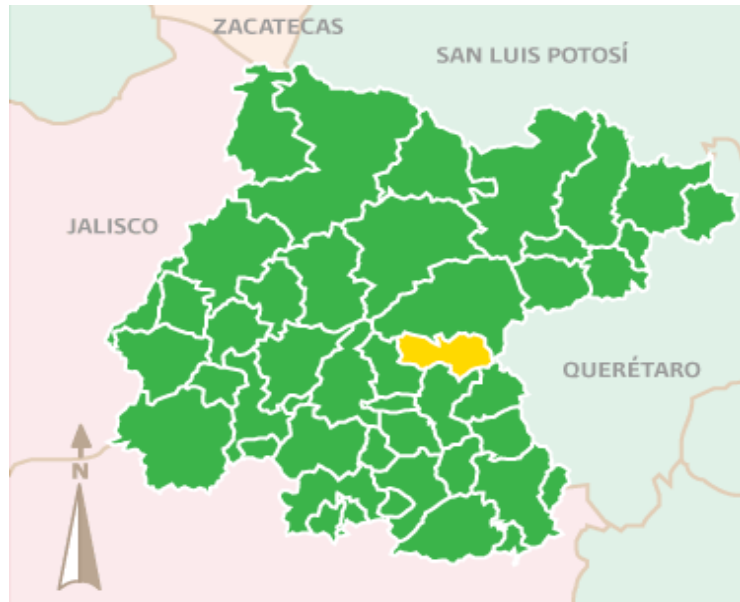
El trabajo realizado por los artesanos es arduo, desde extraer la piedra volcánica a base de golpes continuos con un martillo y marro, apoyados con una palanca y en algunas ocasiones dinamita para poder fragmentar la piedra. En cada uno de estos pasos los artesanos ponen en riesgo su vida, pues cuentan con muy poca protección.

Después de haber extraído la pieza necesaria continúan golpeando con hasta darle la forma deseada para finalmente ofrecer sus obras de arte a visitantes y turistas.

Todo este legado milenario ha dejado huella en los comonforenses a través de su patrimonio. De manera tangible, en construcciones como la parroquia de San Francisco de Asís, edificación que cuenta con cinco retablos bañados en oro, además de la riqueza en arte sacro que ella alberga.

Los vestigios prehispánicos forman parte de este legado. La zona arqueológica de los Remedios es un ejemplo de ello, lugar emblemático que cuenta de manera callada la historia del nuevo pueblo mágico.

Figura 1: Ubicación geográfica de Comonfort



Fuente: Extraído de INAFED (2019)

Las fiestas y tradiciones son hoy en día un atractivo más, legado de los antepasados, como la danza de los Guamares. A los Guamares se les considera la nación más valiente, belicosa, traidora y dañosa de todos los chichimecas y la más apuesta y vigorosa (De Santa María, 2003). Esta danza representa el sincretismo religioso de la época, los colores, la vestimenta y los instrumentos utilizados forman parte de la cultura guerrera de la civilización.

Por otro lado, la gastronomía de Comonfort ha sobresalido por su variedad y sobre todo por la riqueza no solo en el sabor sino cultural. Las tortillas tradicionales son un claro ejemplo de ello. Estas representan parte de la cultura otomí, es una tortilla de maíz hecha a mano a la cual a media cocción se le coloca una imagen a partir de un pedazo de madera tallada y pintada con pigmento natural a base de muicle (planta medicinal que se da en la región). La imagen plasmada está relacionada con el simbolismo religioso perteneciente a la civilización otomí.

Además de las tortillas ceremoniales, la fruta de horno⁴, las gorditas de maíz y las nieves de diferentes sabores son solo algunos de los alimentos que se pueden disfrutar en el destino.

La riqueza del patrimonio tangible e intangible con que cuenta Comonfort ha despertado la curiosidad de turistas originarios del estado y lugares más alejados para conocer y disfrutar.

⁴ Pan exquisito, delicado y variado (trocante, empanadas de picadillo, volován, gaznate, polvorones, campechanas, entre otros) que se elaboran de manera artesanal, originalmente para celebraciones y fines de semana, hoy en día se pueden degustar todos los días de la semana.

Figura 2: Tortilla ceremonial



Fuente: Autoría propia

Es relevante observar tan solo un poco de la extensa riqueza con la cuenta el municipio de Comonfort, dejando despejada cualquier duda al respecto del título recibido como “pueblo mágico”, sin embargo, algo de lo que poco se habla es el proceso o transformación social que está viviendo la comunidad receptora. ¿Cómo aceptan la convivencia diaria con los turistas?, ¿quién los capacita para dar una atención de calidad a los turistas? ¿cómo entienden el cambio que se está viviendo?

Los cuestionamientos anteriores, así como nuevos cuestionamientos surgen con el paso del tiempo y con la misma actividad. Parte de las respuestas a las anteriores preguntas se encuentran en la cultura turística, tema que se desarrolla a continuación.

3.2 La cultura turística

En gran medida el hecho de obtener la distinción de pueblo mágico radica en la conciencia colectiva, en los intereses económicos y sociales de los planificadores sociales, gran parte de ellos pertenecientes a la misma comunidad. Con la visión de convertir aquel territorio abandonado en recursos aptos para el desarrollo de actividades turísticas. Como lo menciona Santana (2003) para que esto pudiera suceder debieron haberse vinculado dos factores, el medio ambiente físico (la naturaleza) y el medio ambiente cultural (patrimonial identitario), logrando con ello la potenciación del desarrollo turístico.

Habiendo obtenido el reconocimiento por parte de SECTUR ahora corresponde trabajar en el desarrollo y posicionamiento del destino. No solo con anuncios atractivos, o con coloridos espectaculares ni mucho menos con campañas publicitarias costosas. Lo importante es concientizar

a la comunidad de la responsabilidad que este título significa y el gran trabajo que tienen que desarrollar en conjunto, para ello la cultura turística juega un papel fundamental.

La cultura turística se puede entender como la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras (SECTUR, 2014).

Una segunda definición menciona que la cultura turística representa la dimensión de la cultura general integral de todos los ciudadanos, bajo la cual reconocen el turismo como fenómeno socioeconómico complejo históricamente condicionado e integrado al ambiente que ocupa y del cual debe formar parte. (González, 2014).

El origen de la cultura turística proviene de la hospitalidad que poseían los pueblos prehispánicos desde antes de la llegada de los españoles, como lo menciona Alemán (1983), la historia hace referencia a los antiguos pueblos que solían abastecer sus casas para proveer de alimentación y hospedaje a los viajeros, como una muestra de buena acogida. Este recibimiento era principalmente por la estima que se le tenía a los viajeros o visitantes, tal vez por ello es que las comunidades latinas se caracterizan por la calidez que brindan.

Aunque las civilizaciones evolucionaron y se adaptaron a los cambios que el entorno fue marcando, el concepto y la práctica de la hospitalidad no desaparecieron y mejor aún en el año de 1964 el presidente de la República Mexicana Miguel Alemán Valdés por primera vez mencionó el término Conciencia Turística, haciendo referencia a este como el carácter personal del turista y el anfitrión.

Alemán (1983), en su libro 15 lecciones de turismo hace referencia a la cultura turística como la necesidad de que los residentes de un destino turístico comprendan la importancia que tiene el turismo para el desarrollo de su localidad, haciendo énfasis en el valor del patrimonio local.

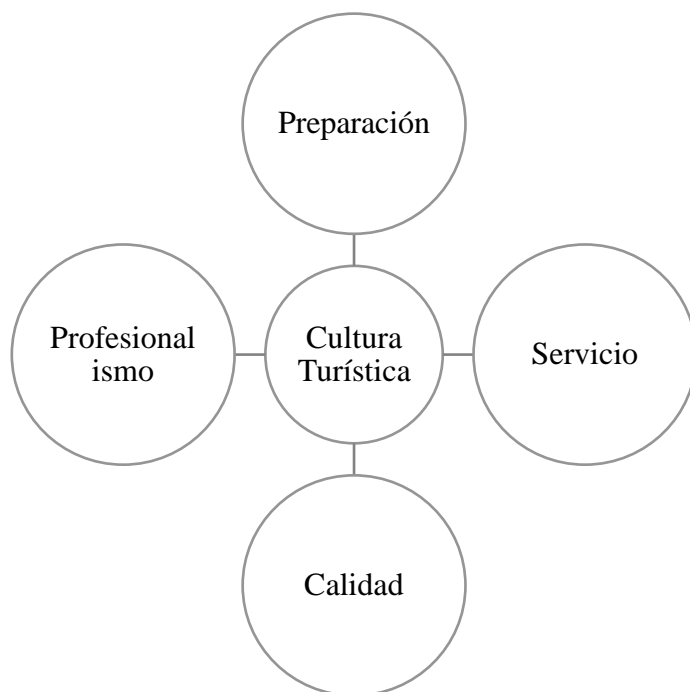
A partir de este momento el termino fue acuñando diversas definiciones, en donde se destacan principalmente características como la orientación de los habitantes de un destino turístico para conservar en estado favorable los bienes y servicios turísticos que se ofrecen, haciendo una crítica a las malas prácticas, como la deshonestidad, mala educación, falta de cortesía e indiferencia con el turista.

Es hasta el año de 1992 que surge el término "cultura turística" a partir de la necesidad de incluir nuevos elementos al termino de conciencia turística, adoptando el fundamento del turismo sustentable teniendo como objetivo dirigir la actividad turística de cualquier destino turístico hacia el éxito, basado en la atención al turista y obteniendo un mejoramiento de la calidad de vida de la población, sustentando ese desarrollo en cuatro dimensiones fundamentales: social, cultura, ambiente y económica.

Con todo lo mencionado anteriormente se puede decir que la cultura turística es la manera correcta de brindar servicio a los turistas, sin dejar de lado la importancia de la comunidad receptora.

Para ello es necesario identificar los elementos de la cultura turística:

Figura 3: Elementos de la cultura turística



Fuente: Elaboración propia basada en el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica (2010)

Cada uno de los elementos anteriores juega un papel importante dentro de la actividad.

- **Preparación:** Dentro de la actividad turística la preparación se refiere a las tareas diarias que se realizan para que las empresas se mantengan vigentes, calificados y actualizados para interactuar con los turistas.
- **Servicio:** debe ser ofrecido de manera cordial, eficaz, desinteresado, buscando siempre la satisfacción del turista. Siempre ver la profesionalización del servicio.
- **Calidad:** El servicio, la atención y todas las actividades turísticas deben estar relacionadas con garantizar la satisfacción de los turistas.
- **Profesionalismo:** Todos los servicios ofrecidos deben ser calificados como óptimos por los turistas.

Lo primordial de la cultura turística es ofrecer servicios de calidad que superen las expectativas de los visitantes, haciéndolos vivir una experiencia inolvidable. Entendiendo que la calidad en la actividad turística involucra tanto a los servicios ofrecidos, como a las organizaciones y por ende también a las instalaciones (alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, cruceros, etc.) y al mismo tiempo desde dos perspectivas diferentes, la individual que hace referencia a un servicio o empresa en particular o bien una perspectiva general que podría ser todo un destino o un sector como el hotelero.

Como bien se menciona en la página de SECTUR (2014) “no hay empresas ni destinos de calidad sin personas de calidad; y no solo calidad en términos de profesionalización, sino también calidad humana”, esto es, la calidez del personal de contacto, de aquellos que brindan la hospitalidad para lograr la satisfacción de los turistas.

Ahora bien, que se necesita realizar en el nuevo destino turístico de Guanajuato para implantar la cultura turística.

3.2.1 Principios básicos de la cultura turística

Según la Dirección Nacional de Turismo del Ministerio de Turismo del Perú (MINCETUR) los diez principios básicos de la cultura turística son:

- Recibe al visitante con calidez y amabilidad
- Trátalo como a ti te gustaría que te traten
- Ofrece siempre un servicio o apoyo rápido y confiable
- Interesante por capacitarte y estudiar continuamente
- Promueve con orgullo los atractivos del destino
- Conoce tu localidad y sus atractivos para que brindes una orientación oportuna y confiable
- Cuida las zonas de interés de tu localidad
- No abuses del turista
- Comenta con tus familiares y amigos la importancia de tratar bien a los turistas
- Tu mejor cara será siempre una sonrisa.

En otras palabras, lo anterior significa que la comunidad receptora debe habituarse a vivir y convivir de forma cotidiana con los turistas y tratarlos de forma amable. Es necesario que como comunidad receptora conozcan los atractivos turísticos con que cuenta el destino para que se ofrezca información confiable a los turistas, sin necesidad de pedir algo a cambio (propina).

Tiene mayor impacto la publicidad que hace la misma comunidad que una campaña mercadológica, es por ello por lo que los propios residentes deben ser los portavoces de los atractivos y la riqueza que guardan.

Así también se debe tener conciencia de cuidar los espacios públicos, considerando que a partir de estos la riqueza comenzará a distribuirse en la comunidad.

Con lo anterior la comunidad comenzará a construir una cultura turística enfocada a recibir a los turistas, darles una experiencia de calidad durante su visita al pueblo mágico y sobre todo comenzará la consolidación de la comunidad como un destino turístico, dejando de ser con ello solo una comunidad de artesanos, combinando ambas actividades para beneficio de la misma sociedad.

Todo lo anterior prevé un panorama prometedor para la comunidad y el crecimiento turístico y por ende económico, sin embargo, como lo menciona Talavera (2003), para algunos, el hecho de comercializar la cultura y el patrimonio cultural de una comunidad trae como resultado una caricatura de la propia comunidad y sus recursos tradicionales, así como un estilo de vida clónico del de sus visitantes.

Esta visión hace parecer a las comunidades y al turismo cultural como un fenómeno estático sin la capacidad de adaptarse a los cambios que el entorno está marcando constantemente, como si estuviesen obligados a no cambiar nada de lo poseen para poder permanecer en el gusto de los turistas.

Es por estas visiones que se debe visualizar al turismo como una forma de intervención en la reconstrucción de las identidades locales (Franklin & Crang, 2001), concibiéndolo como motor de cambio.

La cultura turística es parte de dicho motor de cambio, sirviendo como el conducto oportuno para adaptar a la comunidad a las exigencias del entorno, sin dejarla inmóvil como algunos lo perciben.

3.3 Comonfort en el contexto turístico

El concepto de pueblo mágico de acuerdo SECTUR (2017) es aquel pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible, con ello sus atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentales y la cotidianidad se vuelven una gran oportunidad para aprovechamiento turístico.

A partir de este nombramiento los comonforenses se encuentran en el proceso de transición de comunidad artesanal a prestadora de servicios turísticos. Es así como se enmarca parte de la problemática actual, en donde es necesario dar un vertiginoso giro para darse a conocer, brindar servicios de calidad y colocarse en la preferencia de los turistas.

La cocina tradicional como gorditas de maíz quebrado, las tortillas ceremoniales, enchiladas. Las artesanías como los textiles, la cestería, las figuras de piedra y sobre todo los molcajetes⁵ son parte de la identidad y atractivos turísticos que este destino ofrece.

Cada una de estas actividades se desarrollan en las comunidades aledañas al centro de la ciudad, como son Orduña de Arriba y Orduña de Abajo, en donde la cestería es la principal actividad económica de los pobladores, en Delgado de Abajo se tiene a la señora Consuelo Venancio, cocinera tradicional, la mayor exponente de la comida Otomí de la región, en Camacho se encuentran los artesanos de molcajetes, mientras que la medicina tradicional y los rituales en los temazcales se practican en algunas otras comunidades, logrando con ello que turistas y visitantes se desplacen hacia estas localidades y con ello desarrollar turismo rural.

Cada uno de los elementos anteriores ha sumado para lograr que Comonfort se convierta en un destino turístico. Para el año 2019 Comonfort comenzó a consolidarse como destino cultural principalmente de fines de semana. Según el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG) para el año 2019 el destino contaba con:

Tabla 1: Plataformas de hospedaje en Comonfort

MUNICIPIO	VIVIENDAS ACTIVAS	TASA DE OCUPACIÓN	TARIFA PROMEDIO DIARIA	CUARTOS PROMEDIO	HUÉSPEDES PROMEDIO
Comonfort	10	3%	\$4,396.91	3.40	9.6

Fuente: Extraído del OTEG (2019)

⁵ Su nombre se deriva del náhuatl molli que significa salsa y cáxítl que significa taza o cajete. Utensilio mexicano de la cocina indígena para moler condimentos, parecido a un mortero de piedra con tres patas cortas su uso es habitual en México y América Latina. (Véase: Sánchez, 2016).

Asimismo, el primer año de Comonfort como destino turístico dio pie a identificar el perfil de los turista y visitantes, destacando las principales características:

El 47% son hombres, mientras que el 53% mujeres con una edad promedio de 37 años, De los cuales el 91% son excursionistas y solo el 9% turistas. 23% de procedencia nacional y el 77% estatal.

Dentro de los segmentos de turismo identificados se enlistan:

- 44% cultural
- 41% Recreación
- 7% Religioso
- 4% Negocios
- 3% Gastronómico
- 0.5% Compras
- 0.5% Deporte/aventura

Por último, como parte de la identificación del perfil del turista, se contabilizó para el año 2019, 90 mil visitantes con 139 habitaciones y 7 establecimientos de hospedaje, dejando una derrama económica de 48.9 millones de pesos.

Las cifras anteriores muestran el notable crecimiento que ha tenido el destino en dos aspectos principales, el primero de ellos en el número de visitantes a la ciudad y el segundo la derrama económica derivada de estas visitas.

Sin embargo, aun siendo visible este impulso y crecimiento al turismo es importante identificar la manera de operar de los establecimientos, en cuestión de cultura turística, principalmente por lo que representa para la satisfacción de los turistas.

El alcance de la cultura turística en Comonfort alberga lo esencial del turismo, como la atención de los prestadores de servicios, la aceptación de la comunidad receptora hacia la convivencia con los turistas, el atenuante enfrentamiento a los fenómenos sociales, el contar con la infraestructura necesaria para albergar a los visitantes y contar con una formación profesional para el desarrollo de los futuros profesionistas del turismo, la investigación del fenómeno turístico y la planeación de esta actividad de manera responsable.

Ante el panorama anterior, se determinó el estudio de la cultura turística a partir de la percepción de prestadores de servicios, comunidad receptora y turistas.

3.4 Análisis de la cultura turística en Comonfort

Para el desarrollo del análisis de la cultura turística en el destino en cuestión se utilizó la fórmula de universo finito:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

- N =Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada
- q = $1 - p$ ($1-0.05 = 0.95$)
- d = precisión

Tomando en consideración que el total de la población corresponde a 11,763 personas laboralmente activas en el área de servicios. Considerando esta característica de la población debido a que el interés principal de la investigación es conocer el grado de cultura turística en la comunidad, bajo ese contexto los sujetos encuestados tienen contacto directo con la actividad turística en mayor o menor grado, sin embargo forman parte de la actividad.

A través de esta fórmula se obtuvo un valor total de 73 encuestas dirigidas a la comunidad de Comonfort, aunado a ellas se aplicaron 21 encuestas a prestadores de servicios y 65 encuestas a turistas y visitantes.

Lo anterior con la finalidad de conocer la percepción de los turistas con respecto a la ejecución de la cultura turística. Mientras que las encuestas dirigidas a la comunidad identifican la aplicación de la cultura turística a nivel destino y los prestadores de servicio de forma particular en sus establecimientos.

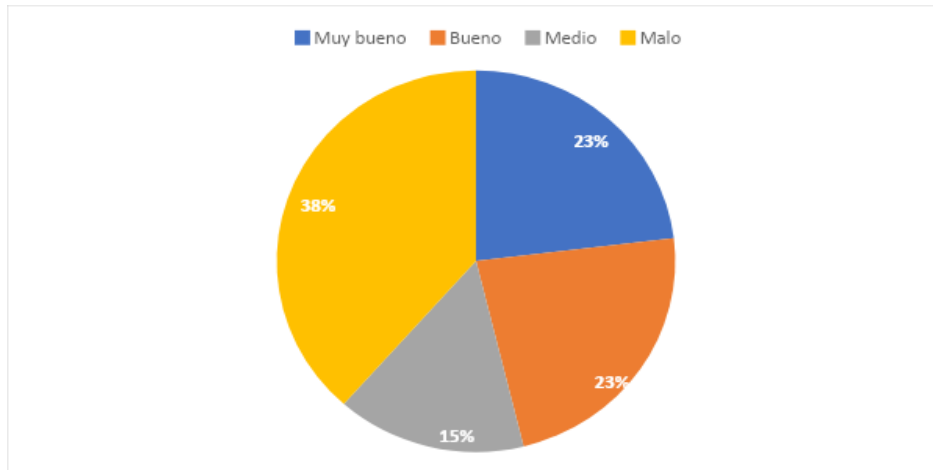
Cabe mencionar que las encuestas se elaboraron con una redacción de forma simple utilizando escala de Likert con cinco opciones de respuestas posibles. Asimismo, la encuesta se divide en cuatro apartados principales, cada uno de ellos con elementos particulares para su estudio:

- a) Servidores públicos
 - Conocimientos sobre el turismo
 - Inserción del turismo en el desarrollo local
- b) Prestadores de servicios
 - Actuación hacia el turismo
- c) Turistas
 - Oferta turística
 - Motivo de visita
 - Trato al visitante
- d) Habitantes
 - Percepción del turismo

Los resultados obtenidos se muestran a continuación.

Con respecto a las personas entrevistadas, prestadoras de servicios se obtuvo respuesta de establecimientos de alimentos y bebidas, artesanías, hospedaje y comercio en general.

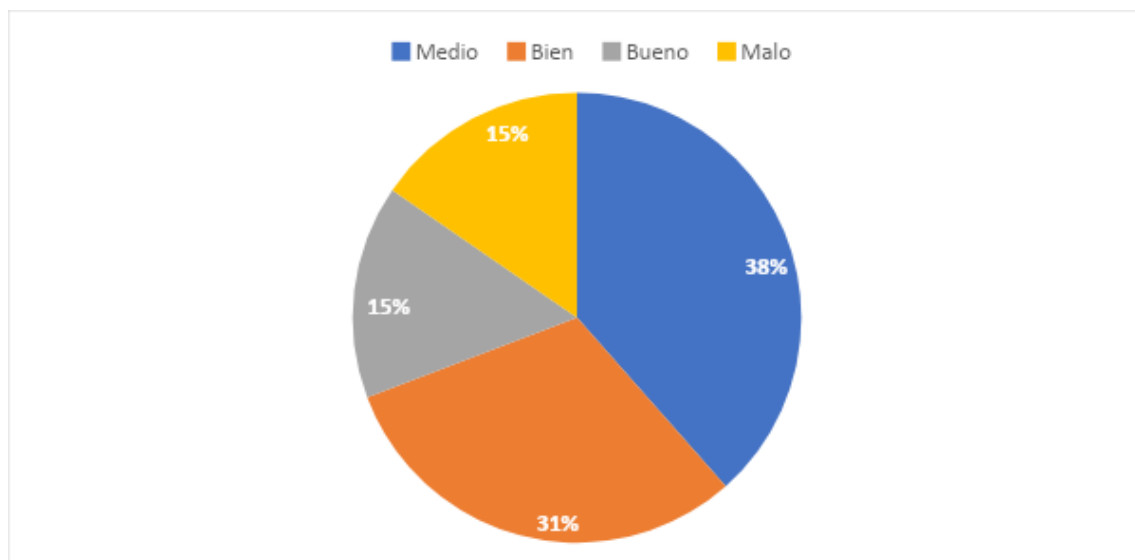
Gráfica 1: Participación en la actividad turística



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

Se le realizó un cuestionamiento con respecto a la participación de sus actividades en la actividad turística del destino. El 23.1% mencionó que su participación en la actividad turística es buena, otro 23.1% mencionó que su participación es muy buena, el 38.5% mencionó tener una participación media mientras que el 15.4% aceptó tener una participación deficiente.

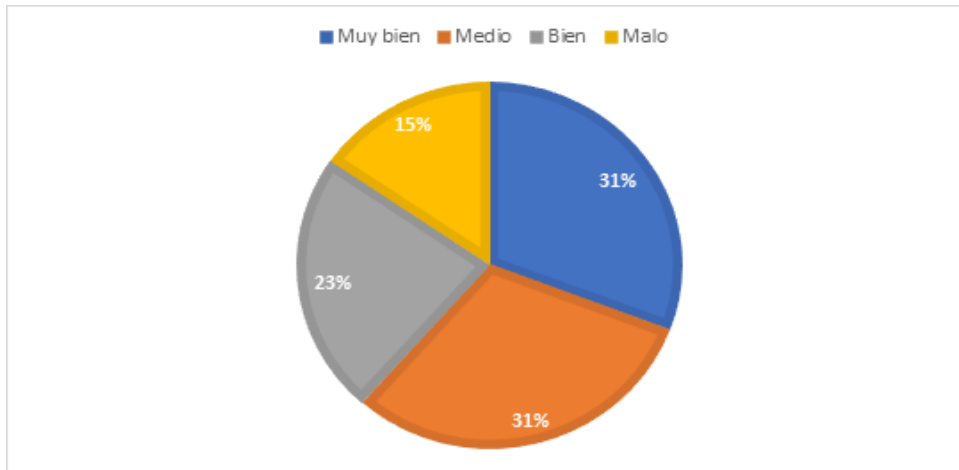
Gráfica 2: Práctica turística



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

Asimismo, se cuestionó con respecto a sus prácticas turísticas, es decir, si realizan prácticas en favor del fomento de la actividad turística en el destino. Al respecto el 38.5% de los prestadores de servicio mencionaron tener prácticas turísticas de mediano impacto, el 30.8% mencionó realizar buenas prácticas turísticas, mientras el 15.4% mencionó tener muy buenas prácticas turísticas y el otro 15.4% malas prácticas.

Gráfica 3: Calidad en el servicio

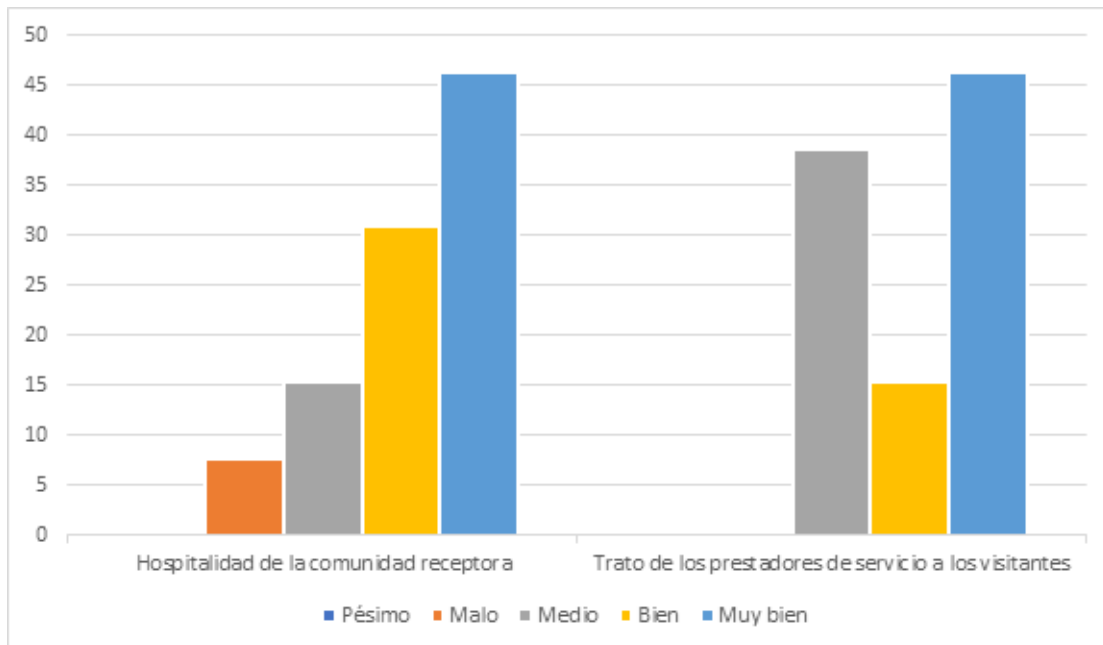


Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

Con respecto a la calidad del servicio que brindan el 30.8% mencionó ofrecer un muy buen servicio, otro 30.8% afirma ofrecer un servicio de calidad media, el 23.1% considera que su servicio es bueno mientras que el 15.4% admite tener un mal servicio.

Para finalizar la percepción de los prestadores de servicios con respecto a la hospitalidad que brinda la comunidad receptora hacia los visitantes es positiva, el 46.2% menciona que la comunidad ofrece una hospitalidad muy buena, por otro lado, el 46.2% también afirma que el trato proporcionado por la mayoría de los prestadores de servicios hacia turistas y visitantes es muy bueno.

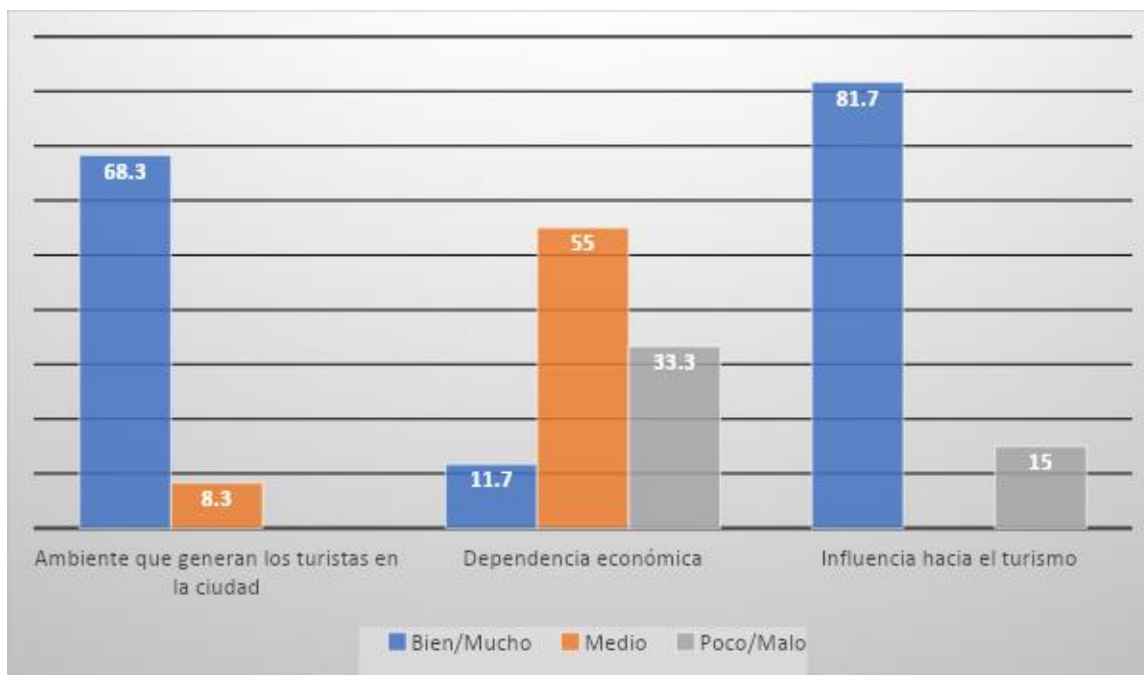
Gráfica 4: Percepción hacia los turistas



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

En términos generales la percepción de los prestadores de servicio con respecto a la actividad turística del destino turístico de Comonfort, es favorable aceptando gran parte de ellos que se puede mejorar. Por otro lado, la comunidad receptora coincide con respecto a la percepción favorable sobre la actividad turística en el destino.

Gráfica 5: Percepción de la comunidad receptora



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

El 68.3% menciona estar de acuerdo en el desarrollo de la actividad turística en el municipio y consideran que los turistas generan un ambiente favorable para los habitantes. Asimismo, el 11.7% de los habitantes encuestados afirman vivir directamente del turismo y el 55% dependen de esta actividad de mediana forma, teniendo como segunda opción económica el comercio en caso de no depender del turismo.

El 81.7% está consciente de que el trato que se le brinde a los turistas y visitantes es factor predominante para el retorno de los mismos.

Dentro de la gestión y dirección de la actividad turística en el destino existe una dependencia encargada, a través de la cual se brinda atención a los visitantes. Al respecto de esta oficina se tuvo acercamiento con ellos mencionando que tienen total conocimiento de la importancia del turismo y los problemas sociales que genera, sin embargo, no mencionaron los ya existentes en la comunidad. Afirman tener como principal beneficio del turismo el incremento en ventas de los comerciantes y por ende las ganancias económicas de los mismos. Identifican los diversos tipos de turismo existente, sin embargo, no mencionan los practicados en el destino.

En términos generales, la oficina de atención a turistas tiene una percepción 100% favorable de la actividad turística, sin embargo, se limitaron en la explicación de las respuestas. Por otro lado, la comunidad receptora y los prestadores de servicios tienen una percepción positiva con respecto

al desarrollo de la actividad turística en la ciudad, aunque ellos no tengan contacto directo, dependencia económica o desempeñen una actividad directamente con el turismo el panorama es favorable, ya que ven en el turismo un futuro desarrollo económico y un crecimiento de la ciudad.

Más allá de lo que los habitantes y tomadores de decisiones en el ámbito turístico puedan percibir, se encuentra la opinión y percepción de los turistas, ya que son ellos quienes hacen uso de los servicios, realizan actividades y ejecutan la actividad turística. Al respecto de los turistas, a continuación, se desglosan sus respuestas.

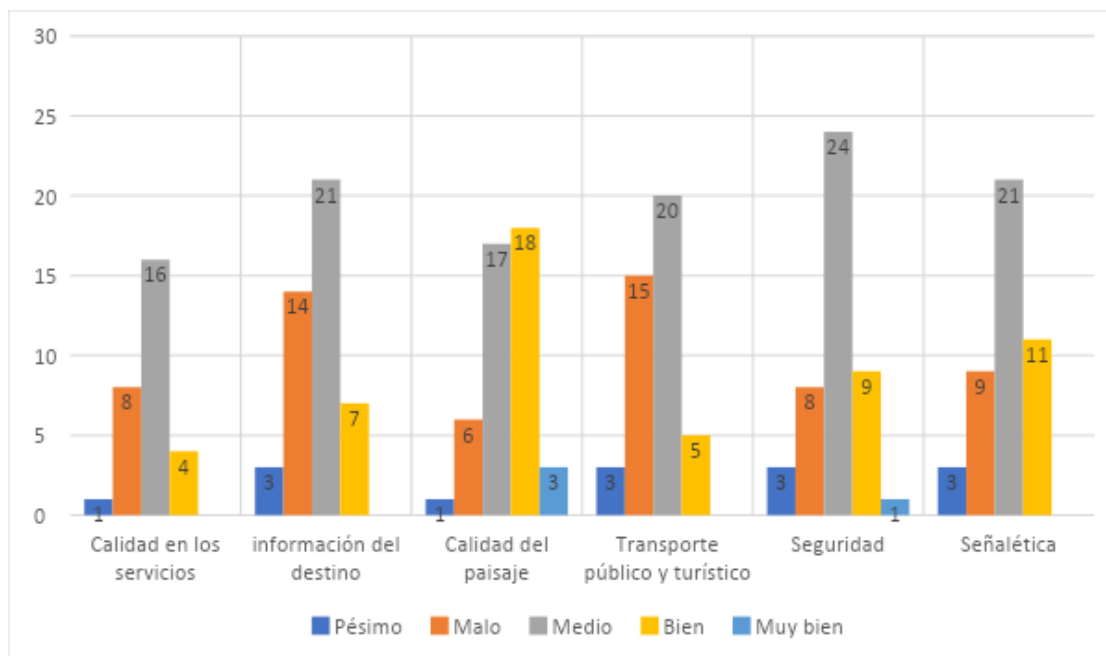
Con respecto al perfil de los turistas entrevistados, el 13.3% corresponde a un rango de edad de los 20 a los 30 años, el 33.3% de 30 a 40 años, el 28.9% oscila entre 40 a 50 años, y el 20% es de 50 a 60 años.

El mayor porcentaje de turistas y visitantes proceden del estado de Guanajuato, de los municipios de Celaya, San Miguel de Allende, Salamanca y Juventino Rosas principalmente, considerando que son los municipios colindantes a Comonfort, mientras que de otros estados provienen de CDMX, Oaxaca y San Luis Potosí.

El principal motivo de visita a la ciudad es por ocio y esparcimiento con un 54.5%, el 22.7% por trabajo mientras que el 18.2% por visita familiar.

El primer cuestionamiento realizado a los turistas y visitantes radica en su percepción con respecto a la valoración de la ciudad como un destino turístico, evaluando aspectos como la calidad de los servicios turísticos, la calidad del paisaje, información sobre los atractivos turísticos, transporte público y turístico, seguridad y señalética.

Gráfica 6: Valoración de Comonfort

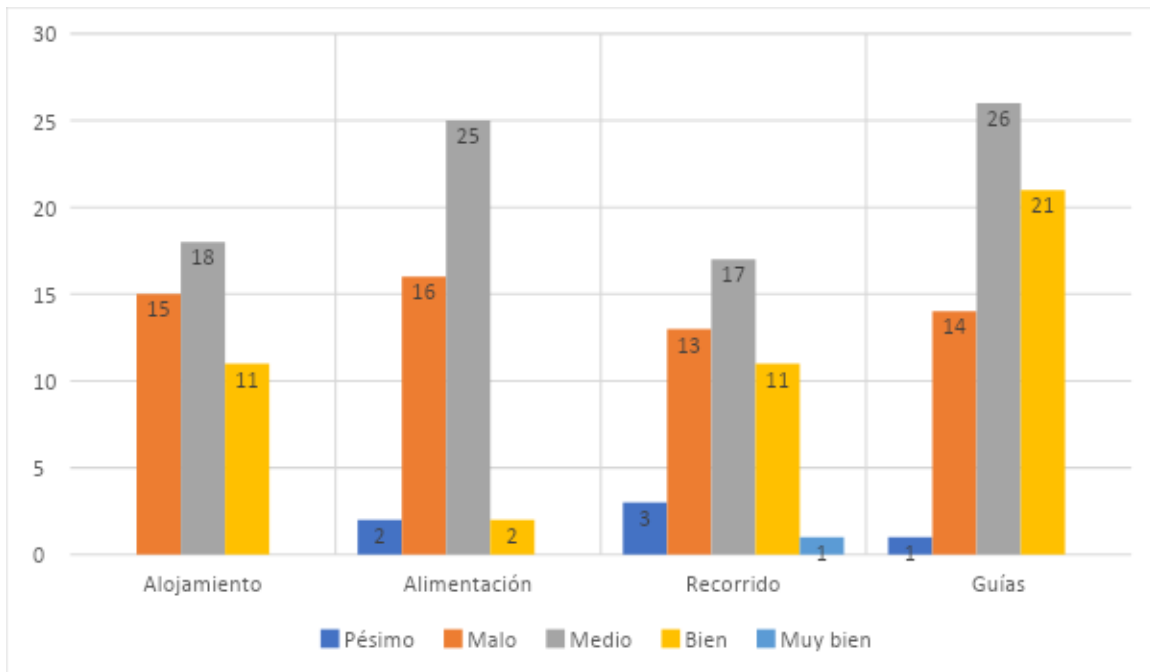


Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

Como se observa en la gráfica anterior en cinco de los seis elementos evaluados los turistas otorgan una calificación media, únicamente en la calidad del paisaje, la puntuación mayor corresponde a bien o buena, mientras que la calidad en el paisaje y seguridad obtienen un porcentaje bajo con valoración de muy bien.

Con respecto a la oferta turística se evaluaron elementos integrantes de la misma como son el alojamiento, establecimientos de A&B, recorridos y guías de turistas. Las respuestas obtenidas no tuvieron grandes variaciones con respecto a las anteriores.

Gráfica 7: Oferta turística

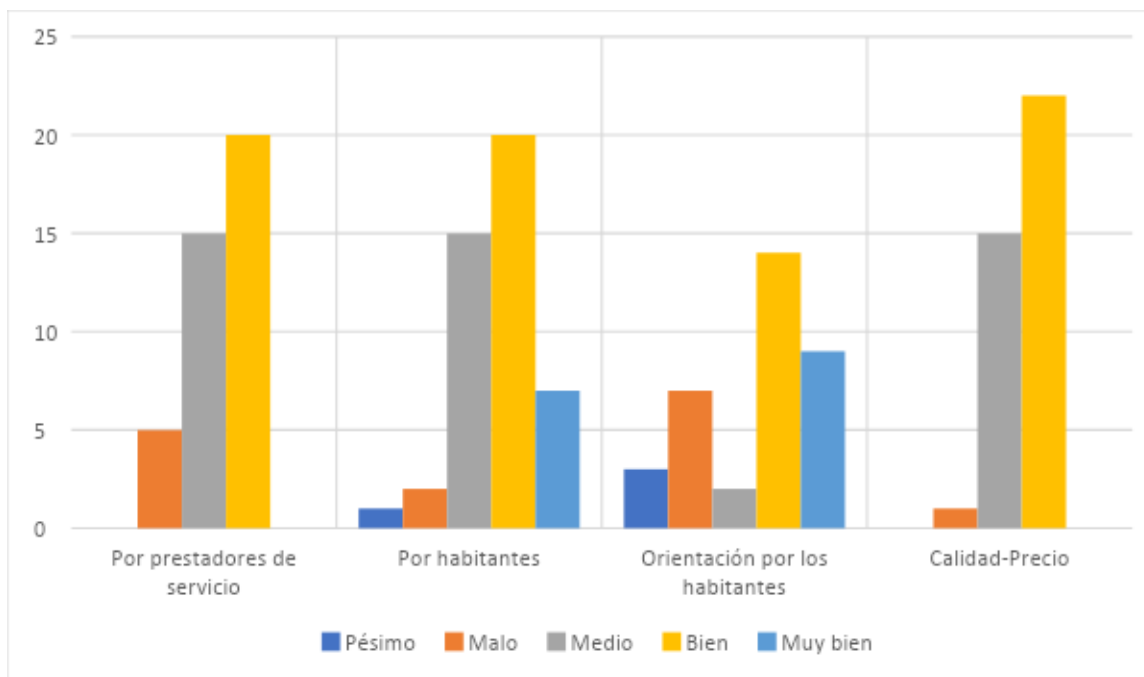


Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

En cuanto al alojamiento, la percepción de los establecimientos es de nivel medio, la alimentación es considerada con una evaluación media, en este aspecto es importante recordar que el destino cuenta con cocineras tradicionales reconocidas a nivel internacional, favoreciendo con ello la gastronomía y variedad de la misma, algo que los turistas reconocen y disfrutan. Mientras que los recorridos y los guías de turistas fueron evaluados con una calificación media.

El último de los cuestionamientos se encuentra dirigido al trato que reciben como visitantes por parte de los prestadores de servicios, por los habitantes, la orientación recibida en caso de haber preguntado y la relación calidad-precio, al respecto de estos cuestionamientos los sujetos encuestados resaltaron en todos los casos un buen trato.

Gráfica 8: Percepción de turistas y visitantes



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta (2020)

En términos generales la percepción de turistas y visitantes es favorable, con oportunidad de mejora, lo anterior derivado de las respuestas obtenidas ya que la mayoría de ellas, se inclina por una valoración media, en algunos otros casos se obtuvo una valoración buena y en muy pocos una evaluación muy buena.

4. REFLEXIONES FINALES

El documento muestra un análisis sobre la percepción de la comunidad receptora, los prestadores de servicios y los turistas en Comonfort, Guanajuato. A partir de este análisis fue posible identificar puntos de oportunidad y fortalezas con los que cuenta el destino.

Una de las fortalezas identificadas es el interés por conocer el destino que ha despertado en la sociedad a nivel nacional el reconocimiento obtenido de "Pueblo Mágico", este acontecimiento es el motivo por el cual a partir del año 2018 ha aumentado el flujo turístico. Sin embargo, este interés no es suficiente, pues se deben considerar todos los factores para atender a los visitantes, ofrecerles una experiencia inolvidable y una estadía placentera, basada en el reconocimiento y fortalecimiento de la riqueza cultural que posee.

Atendiendo a los puntos de oportunidad identificados es posible mencionar que aún falta mucho trabajo por realizar referente a la importancia y responsabilidad de la actividad turística, de tal forma que la comunidad se sienta identificada con ella y sea capaz de brindar una buena atención a los visitantes y turistas.

Con respecto a la cultura turística, es notable que las personas que habitan en el destino tienen conocimiento sobre la importancia del desarrollo de la actividad turística, sin embargo estos conocimientos los han adquirido a través de estar inmersos en la práctica, más no a través de programas de concientización o acercamiento de la oficina gestora de la actividad, lo cual es indicativo de la falta de acercamiento hacia la comunidad para realizar un trabajo en conjunto en beneficio del turista y también de la sociedad en general.

La percepción de los turistas ha sido favorable con respecto al destino en general, sin embargo muchos de ellos aún se siguen cuestionando ¿en dónde se encuentra la magia del destino?, interrogante que genera un punto de análisis para las personas encargadas de la gestión turística debido a la carencia de actividades por realizar y sobre todo el bajo índice de pernocta y retorno que se tiene, por la poca infraestructura turística con la que cuenta el lugar y el desconocimiento del turista de esta información, haciendo necesario la señalización turística de los servicios que se ofrecen.

A partir de esta investigación se puede observar la estrecha relación que se requiere entre las autoridades y la población local para el fortalecimiento del destino, a través de programas de capacitación en cultura turística y creación de productos turísticos que fortalezcan y muestren la riqueza natural y cultural del lugar y poder aprovechar el potencial de la región.

BIBLIOGRAFÍA

Alemán, M. (1983). *15 lecciones de turismo*. México: Editorial Diana.

De Santa María, G. (2003). *Guerra de los Chichimecas: (México 1575-Zirosto 1580)*. México: El Colegio de San Luis.

Dirección Nacional de Turismo MINCETUR. (2011). Primera etapa de la campaña de Cultura Turística del MINCETUR. Recuperado de: <https://culturaturistica.wordpress.com/culturaturistica/> consultado el 28 de octubre de 2020.

Franklin, A. & Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 5(2), 5-22.

González, R. (2014). *Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica*. Temas Latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura. Brasil: INMOD

SECTUR. (2017). *Guía para la integración documental Pueblos Mágicos 2017*. Secretaría de Turismo. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Guia_a_2017_de_Incorporacion_2017.pdf

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill

INAFED (2019). *Estado de Guanajuato, Comonfort*. Recuperado de: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM11guanajuato/municipios/11009.html>

Journal of Tourism and Heritage Research (2021), vol. 4, nº 1, pp. 49-68, Esquivel, R., Villaseñor, M. M. & Martínez, A. "Analysis of the tourist culture and benefits for tourism in the magic town of comonfort, Guanajuato, Mexico."

Sánchez, M. (2016). *Efecto sensorial y bromatológico del empleo de utensilios tradicionales (molcajete) con respecto a utensilios contemporáneos (licuadora, mixer, procesador y mortero) en la preparación de salsa verde*. Tesis de Licenciatura. Universidad Autónoma del Estado de México.

Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*. 9(20).

SECTUR. (2014). *Breviario de cultura turística*, Recuperado de: https://www.academia.edu/32795788/BREVIARIO_DE_CULTURA_TUR%C3%8DSTICA_A.

SECTUR. (2015). *Turismo Cultural*. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

SECTUR. (2016). *Programa de Pueblos Mágicos*. Recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

OTEG, (2019). *Comonfort Perfil del Visitante 2019*. Observatorio Turístico de Estado de Guanajuato, Sectur Guanajuato Recuperado de http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/1fd6a-Perfil-Comonfort-2019_OT.pdf consultado el 03 de noviembre de 2020.

Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20).