



**Universidad  
Autónoma de  
Baja California**

**Facultad de Turismo  
y Mercadotecnia**

## La Administración como Promotor de Innovación y Desarrollo en las Organizaciones Turísticas



# CIT

CONGRESO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

---

**Martha Ofelia Lobo Rodríguez**  
**Coordinadora**

---

### **Compiladores**

José Gabriel Ruiz Andrade

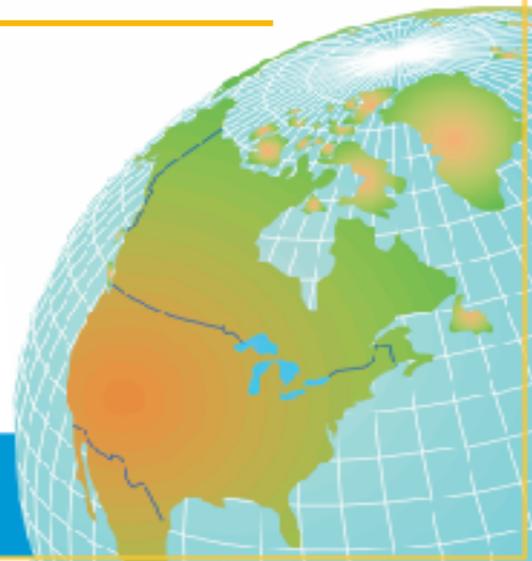
Juan Carlos Flores Trejo

Jorge Carlos Morgan Medina

Omar Leonardo Valladares Icedo

José Luis Vega Raya

**ISBN 978-0-9908236-7-4**



# CONGRESO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA 2014

“La Administración como Promotor de Innovación y  
Desarrollo en las Organizaciones Turísticas”



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA



**Dr. Felipe Cuamea Velázquez**  
**Rector**

**Dr. Édgar Ismael Alarcón Meza**  
**Secretario general**

**Dr. Óscar Roberto López Bonilla**  
**Vicerrector Campus Ensenada**

**Dr. Miguel Ángel Martínez Romero**  
**Vicerrector Campus Mexicali**

**Dr. José David Ledezma Torres**  
**Vicerrector Campus Tijuana**

**Mtro. Ricardo Verján Quiñones**  
**Director de la Facultad Turismo y Mercadotecnia**

# CONGRESO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA 2014

“La Administración como Promotor de Innovación y  
Desarrollo en las Organizaciones Turísticas”

**Coordinadora**  
Martha Ofelia Lobo Rodríguez

**Compiladores**  
José Gabriel Ruiz Andrade  
Juan Carlos Flores Trejo  
Jorge Carlos Morgan Medina  
Omar Leonardo Valladares Icedo  
José Luis Vega Raya

## **eBook**

La Administración como Promotor de Innovación y Desarrollo en las Organizaciones Turísticas

**ISBN 978-0-9908236-7-4**



Primera edición, Noviembre 2014.  
Tijuana, Baja California, México  
Editorial UABC

Copyright © Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Turismo y Mercadotecnia  
Universidad Autónoma de Baja California  
Calzada Internacional 14418  
Parque Industrial, C.P. 22390  
Tijuana, Baja California, México

### **Coordinadora:**

Martha Ofelia Lobo Rodríguez

### **Edición:**

Carlos Alberto Flores Sánchez.  
Ricardo Verján Quiñones.

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta edición.

El contenido y tratamiento de los trabajos que componen este libro electrónico es responsabilidad de cada uno de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la Universidad Autónoma de Baja California ni de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia.

## Dictaminadores

Dra. Belem D. Avendaño Ruiz  
Mtro. Isaac Cruz Estrada  
Dr. Onésimo Cuamea Velázquez  
Dra. Isis Arlene Díaz Carrión  
Dr. Ario R. Estrada Gaxiola  
Dr. Carlos Alberto Flores Sánchez  
Mtro. Juan Carlos Flores Trejo  
Mtra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez  
Dra. Omaira Cecilia Martínez Moreno  
Mtra. Ana María Miranda Zavala  
Dr. Jorge Carlos Morgan Medina  
Mtra. Ma. Teresa Pérez Saucedo  
Mtra. Juan Manuel Perrusquia Velasco  
Mtro. Ricardo Verján Quiñones  
Mtro. Jorge Quiroz Félix  
Mtra. Margarita Ramírez Torres  
Dr. José Gabriel Ruiz Andrade  
Mtro. Omar L. Valladares Icedo  
Mtra. María Ramona Valle Ascencio  
Mtra. Rocío Villalón Cañas

# Contenido

<b>I. EDUCACIÓN TURÍSTICA.....</b>	<b>10</b>
TENDENCIAS DE LAS POLÍTICAS EDUCATIVAS A NIVEL INTERNACIONAL EN EL AMBITO TURÍSTICO. Guadalupe Olivia Ortega Ramírez; Delfino Daniel Ortiz Guzmán.....	11
CREACIÓN DEL PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN COMPETITIVIDAD TURÍSTICA UNISANGIL, SANTANDER, COLOMBIA. Celmira Pereira Franco; Beatriz Herrera López .....	21
DESARROLLO DE UNA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO A TRAVÉS DEL MODELO DE APRENDIZAJE BLENDED LEARNING. Edith Martin Galindo; Omar Valladares Icedo; Margarita Ramírez Torres.....	49
<b>II. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL TURISMO.....</b>	<b>56</b>
DESARROLLO TURÍSTICO VS RESPONSABILIDAD SOCIAL EN BAHÍA DE BANDERAS, UNA MIRADA DESDE EL PUNTO DE VISTA ANTROPOLÓGICO. María del Carmen Encino Peña; Miguel Navarro Meza; María de los Ángeles Huízar Sánchez.....	57
LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA COMO BASE DEL DESARROLLO SOCIAL EN NAPURAK A TRAVÉS DEL ECOTURISMO. Luz Clara Gonzaga Vallejo; Salvador Cortés García; Alexandra Moncayo Vega.....	64
PROPUESTA DE INDICADORES PARA EVALUAR LA SUSTENTABILIDAD DEL AVISTAMIENTO DE LA BALLENA GRIS EN LA BAHÍA DE TODOS SANTOS COMO PARTE DE UN SISTEMA ECOTURÍSTICO. Nina Christine Soto Critchfield; Marisa Reyes Orta.....	98
EL PAPEL DE LA CONTABILIDAD SOCIAL DENTRO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. Omar Valladares Icedo; Juan Manuel Alberto Perusquia Velasco; Rocío Villalón Cañas.....	114
DIAGNÓSTICO DE LAS LOCALIDADES ALEDAÑAS A LA CORTINA DE LA P.H. AGUAMILPA Y SU POTENCIAL PARA EL TURISMO COMUNITARIO. Rosalía García Ramírez; Fernando Flores Vílchez .....	123
EL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE. EL MINERAL DE NUESTRA SEÑORA, COSALÁ, SINALOA. María Elizabeth Castañeda Corral; Servando Rojo Quintero, José Alfredo Leal Orduño .....	134
<b>III. GESTIÓN INTEGRAL DEL TURISMO.....</b>	<b>152</b>
OPERACIONALIZACIÓN DEL CONSTRUCTO IMAGEN DE DESTINO EN EL DESARROLLO DE UN MODELO EXPLICATIVO DE LA SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL TURISTA EN DESTINOS DE TURISMO URBANO DE OCIO. José Trinidad Olague de la Cruz.....	153
PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ALTERNATIVO: EL CASO DE LA EMPRESA DE BASE COMUNITARIA ECOTURIXTLÁN, IXTLÁN DE JUÁREZ OAXACA, MÉXICO. Miguel Navarro Gamboa; Valente Vázquez Solís .....	167
TURISMO Y TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES. CASO DE ESTUDIO: SAYULITA Y SAN VICENTE, MUNICIPIO DE BAHÍA DE BANDERAS, NAYARIT. Martha Albina Aguiar Jiménez; María Francisca Piña Méendez; Ramón Enrique Aguiar Vera.....	178

PRODUCTO TURÍSTICO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL MEDIANTE EL IMPULSO DEL TURISMO RURAL EN LA COSTA NORTE DE NAYARIT: CASO ISLA JAGUAR. Gabriela Socorro Navarro Medina; Armida Margarita Rodríguez García, Salvador Chavarín Rodríguez .....	186
POLÍTICAS DE TURISMO EN EL SIGLO XXI: NOTAS ACERCA DEL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y DE LA GOBERNANZA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. Fabiola Cristina Costa de Carvalho .....	197
LOS FACTORES EXÓGENOS, QUE INHIBEN LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR HOTELERO DE TIJUANA, B.C. MÉXICO. Ario Refugio Estrada Gaxiola; Jorge Carlos Morgan Medina, Onésimo Cuamea Velázquez .....	205
APORTACIONES METODOLÓGICAS DE LAS CIENCIAS AMBIENTALES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN ÁREAS NATURALES Y RURALES. Marisa Reyes Orta; Julio César Montiel Flores .....	216
<b>IV. MERCADOTECNIA TURÍSTICA .....</b>	<b>226</b>
EL RIESGO PERCIBIDO, LA SATISFACCIÓN Y LA FIDELIDAD DE LOS TURISTAS HACIA EL DESTINO TURÍSTICO. María Magdalena Solís Radilla; Lucio Hernández Lobato; Héctor T. Pastor Durán .....	227
MÉTODOS DE ANÁLISIS PARA EL RESTAURANTE TIPO TURISTA: PINK STORE EL PRODIGIO EN PALOMAS, CHIHUAHUA, MÉXICO – COLUMBUS, NUEVO MEXICO, ESTADOS UNIDOS. María del Consuelo Medina García; Norma Rebeca Martínez, Tomás Cuevas Contreras .....	238
POSICIONAMIENTO Y SU RELACION EN EL CONSUMO CULTURAL ARTISTICO. CASO DE ESTUDIO: BARRIO DEL ARTISTA EN PUEBLA, MEXICO. Ramón Sebastián Acle Mena; José Ernesto Domínguez y López; Mario Antonio Burguete García.....	251
ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES UBICADOS EN EL DISTRITO GASTRONÓMICO DE LA CIUDAD DE TIJUANA. Alejandro Zazueta Valenzuela; Martha Ofelia Lobo Rodríguez; Carlos Alberto Flores Sánchez.....	267
ESTUDIO DE PERFIL Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA CD. OBREGÓN POR MOTIVO EMPRESARIAL O PROFESIONAL. Irma Guadalupe Esparza García; Yessenia Clark Mendívil; Javier Mauricio Pinto Valverde	282
EL FACTOR HUMANO Y SU IMPACTO EN EL SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA. Tania Elizabeth Ceballos Álvarez; Luiz Vicente Ovalles Toledo .....	290
<b>V. DESARROLLO TURÍSTICO .....</b>	<b>302</b>
EL CRM COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y SU INFLUENCIA EN LA MEJORA DEL PROCESO DE MERCADOTECNIA Y EN EL DESARROLLO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE TIJUANA, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO. Isaac Cruz Estrada, María Ramona Valle Ascensio, María Teresa Pérez Saucedo ...	303
PARQUES TEMÁTICOS Y SU IMPACTO EN LA REGIÓN BINACIONAL DE LAS CALIFORNIAS. ESTUDIO DE OPORTUNIDADES PARA EL MEJORAMIENTO DEL PAISAJE CULTURAL EN EL MUNICIPIO DE TECATE, BAJA CALIFORNIA. Juan Antonio Pitones Rubio .....	313
PRODUCTO DE AVANCES DE INVESTIGACIÓN EN POTENCIALIDAD TURÍSTICA. PRIMER FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA ZAPOTLÁN, 2014. Carlos Hernández Vega; José Alejandro Juárez González; Pedro Pablo Villafanía Góngora .....	321
DESARROLLO Y TURISMO EN UN PUEBLO MÁGICO DEL NOROESTE DE MÉXICO: ÁLAMOS SONORA. Cristina	

Martínez ..... 335

LA ZONA DIAMANTE PRODUCTO DE EXPOLIO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO OBTURANDO LA  
SUSTENTABILIDAD DE ACAPULCO, MÉXICO. Hernando Avilez Pineda; Ma. Elvia Chavarría Solís; Teresa de  
Jesús Rivas Pérez..... 346

## **PRODUCTO DE AVANCES DE INVESTIGACIÓN EN POTENCIALIDAD TURÍSTICA. PRIMER FERIA NACIONAL DE LA BIRRIA ZAPOTLÁN, 2014**

*Carlos Hernández Vega<sup>1</sup>*

*José Alejandro Juárez González<sup>2</sup>*

*Pedro pablo Villafania Góngora<sup>3</sup>*

### **RESUMEN**

Este es un proyecto de investigación que se compone de dos etapas, en la número uno sólo se considera la metodización de los recursos con potencial turístico del municipio de Zapotlán el Grande, la percepción de turistas y de la población local sobre el turismo. La etapa dos corresponde a la percepción de los prestadores de servicios, académicos del turismo y gobierno municipal y estatal.

De la etapa uno, la cual ya se realizó, se toma en cuenta para esta presentación, las recomendaciones y percepción de los turistas y pobladores, además de las observaciones llevadas a cabo en la metodización y levantamiento del inventario de recursos con el fin de diversificar la oferta de turística del municipio, para ello, se presentan avances de este trabajo investigativo en colaboración con la Universidad de Guadalajara, a través del Centro Universitario del Sur con sede en Ciudad Guzmán, Jalisco y el H. Ayuntamiento de Zapotlán el Grande, Jalisco.

Así mismo y en seguimiento a los resultados que se van generando del proyecto de investigación mencionado, se presentan también algunos de los impactos percibidos por los visitantes locales y foráneos de la Primera Feria Nacional de la Birria, Zapotlán, 2014, la cual se considera como el primer producto turístico resultante de la investigación-vinculación entre universidad, gobierno y empresarios del ramo turístico gastro-hotelerero.

Con lo anterior se justifica la creación de la feria, su seguimiento para el año 2015 y las modificaciones convenientes para su mejora.

**PALABRAS CLAVE:** Potencialidad turística, Productos turísticos, Feria de la Birria

---

<sup>1</sup> Unidad Académica Centro Universitario del Sur, Universidad de Guadalajara, [chhernand@cusur.udg.mx](mailto:chhernand@cusur.udg.mx)

<sup>2</sup> Unidad Académica Centro Universitario del Sur, Universidad de Guadalajara, [ajuarez@cusur.udg.mx](mailto:ajuarez@cusur.udg.mx)

<sup>3</sup> Unidad Académica Centro Universitario del Sur, Universidad de Guadalajara, [pedro.villafania@cusur.udg.mx](mailto:pedro.villafania@cusur.udg.mx)

## INTRODUCCIÓN

En el municipio de Zapotlán el Grande Jalisco, se cuenta con numerosos y variados recursos naturales y culturales idóneos<sup>16</sup> para el desarrollo del turismo en la región en considerables modalidades, sin embargo, estos no han sido aprovechados por diversas razones que van desde el desconocimiento del valor de su potencial, hasta la falta de integración de los actores del turismo en función de un trabajo cooperativo.

Entre sus sitios naturales destaca el Parque Nacional, Volcán Nevado de Colima, La Laguna de Zapotlán, sitio RAMSAR y el Parque Ecológico las Peñas, lugar en proceso de declaratoria de sitio protegido por el municipio. En el área cultural se acentúa entre otros, la Casa Taller Juan José Arreola, (escritor y cronista), la casa de nacimiento de Consuelito Velázquez, (compositora y cantante), la Casa Museo José Clemente Orozco (muralista), todos ellos oriundos de Zapotlán, además de distintas manifestaciones arquitectónicas religiosas y habitacionales distribuidas a lo largo del Centro Histórico.

En el área de Folklore, aún se evidencia su gastronomía regional en comida y bebida, como el caso de la Birria, la Cuachala, el Chile de Uña, las Palanquetas, el Mezcal y el Ponche de Granada aunado a sus expresiones religiosas propias del sur de Jalisco, orientadas a las distintas manifestaciones telúricas por la cercanía al actual Volcán de Colima, macizo montañoso distinto al Nevado de Colima, pero cercanos el uno del otro.

Los actores sociales del turismo (Población, prestadores de servicios turísticos, gobiernos y académicos del turismo y turistas), manifiestan haber realizado algunos trabajos de comunicación para dar a conocer el municipio, sin embargo, lo han hecho de manera aislada, particular y específica de sus negocios. Por su parte el gobierno municipal ha destinado sus trabajos hacia la promoción principalmente y en baja escala a la generación de nuevos productos. (Villegas, 2013).

---

Nota de los Autores, se usa el término idóneo, refiriéndose a la aptitud que se tiene en función de sus características que se tiene para aprovecharse en las modalidades del turismo alternativo con principios de sustentabilidad.

**FIGURA 1.- ACTORES SOCIALES DEL TURISMO**



**FUENTE:** Elaboración propia.

De acuerdo con (Macías, 2010), el sur del estado de Jalisco es una región con gran riqueza en recursos ambientales y culturales, pero también con grandes heterogeneidades en sus actividades económicas y pronunciados contrastes en sus niveles de desarrollo socioeconómico. Así como existen poblaciones que cuentan con las condiciones de infraestructura y oportunidades económicas para aspirar a tener un nivel de bienestar alto, también existen otras comunidades totalmente alejadas de las tendencias de desarrollo, con niveles de pobreza elevados y con grandes deficiencias en materia de infraestructura.

Ante esta situación, y en un trabajo colegiado, El Centro Universitario del Sur, de la Universidad de Guadalajara, con sede en Ciudad Guzmán, capital del municipio en estudio y el H. Ayuntamiento de Zapotlán, mediante un convenio de colaboración, han acordado realizar de manera conjunta, proyectos de colaboración en pro del turismo que van desde la investigación hasta la vinculación, como el caso del proyecto: Potencialidad turística del municipio de Zapotlán el Grande en función de la Sustentabilidad y la Primera Feria Nacional de la Birria, Zapotlán 2014.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Conocer y analizar los recursos naturales, culturales y de servicios del municipio de Zapotlán el Grande en conjunto con la percepción de la población local y los turistas con el fin de identificar su potencial turístico para proponer, diseñar y poner en marcha la creación de nuevos productos turísticos como el caso de diversas ferias de orden gastronómico cultural.

## **ANTECEDENTES**

En términos de investigación, vinculación sobre el turismo y sus potencialidades en el municipio esta es la primera ocasión que se lleva a cabo su documentación, mientras que en el área de organización de eventos de carácter gastronómico cultural, se tiene registro de la realización de una *Expo Birria*, en el año de 1995, con fines exclusivos de comercialización sin pensar en su impacto en el turismo o como estrategia turística para dar a conocer la región.

A partir del año 2013, se llevó a cabo el Festival de la Tostada, otro platillo típico de la región con su característica de “Chile de Uña” aludiendo a su elaboración mestiza que se cortaba con las uñas de las manos de las señoras que lo elaboraban y una peculiar tostada tres veces más gruesa que la normal.

De ahí en más, el mayor escenario que se ha tenido por tradición es el de la Feria de Zapotlán, donde, como de en las demás ferias del país se vende todo lo típico de la región estado y país.

De acuerdo con el Consejo de Promoción Turística de México, empresa de participación estatal mayoritaria, define en su Reglamento para la participación en Ferias Internacionales que, FERIA es toda muestra o exhibición pública que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos. (Consejo, 2014).

Las Ferias como estrategia comercial, emanan inicialmente de los principios básicos de la administración y de la mercadotecnia, así para Kotler es una herramienta de comunicación en la que existen numerosas plataformas que van desde catálogos, muestras, rebajas, embalaje, y ferias entre otras. (Kotler, 2006).

## **METODOLOGÍA**

Son dos estudios de investigación en dos momentos diferentes, por lo que se muestra el proceso del proyecto de investigación del cual resulta un proyecto de vinculación, que a su vez se rige con otra metodología de medición de los impactos.

Es decir uno es el proyecto de investigación denominado Potencialidades turísticas del municipio de Zapotlán el Grande, cuyos resultados generaron el proyecto de vinculación universidad, gobierno y empresarios al cual se denomina Primera feria Nacional de la Birria, Zapotlán 2014

La investigación es aplicada de carácter descriptivo, basada en métodos cuantitativos y cualitativos con un alcance transversal en los años 2013 y 2014, mediante investigación documental y de campo. (Levin, 2010)

El instrumento que se ha estado utilizando es:

- a) Técnicas de entrevistas a especialistas del sector turístico del estado, a representantes de las cámaras empresariales, así como a académicos vinculados a la formación en turismo.
- b) Encuestas a los visitantes, habitantes y prestadores de servicio de Zapotlán el Grande, para conocer su percepción respecto al turismo.

## **MUESTRA**

Para el cálculo de la muestra, se utilizó el probabilístico, según la fórmula estipulada por la Secretaría de Turismo en el Fascículo V “Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos Exitosos” de la Serie de Documentos Técnicos de Competitividad: (Conde, 2010)

Fórmula para la población infinita (más de 100, 000)

$$n = (3.84 * p * q) \div E^2$$

Fórmula para la población finita (menos de 100, 000)

$$n = (3.84 * N * p * q) \div [E^2(N-1) + (3.84 * p * q)]$$

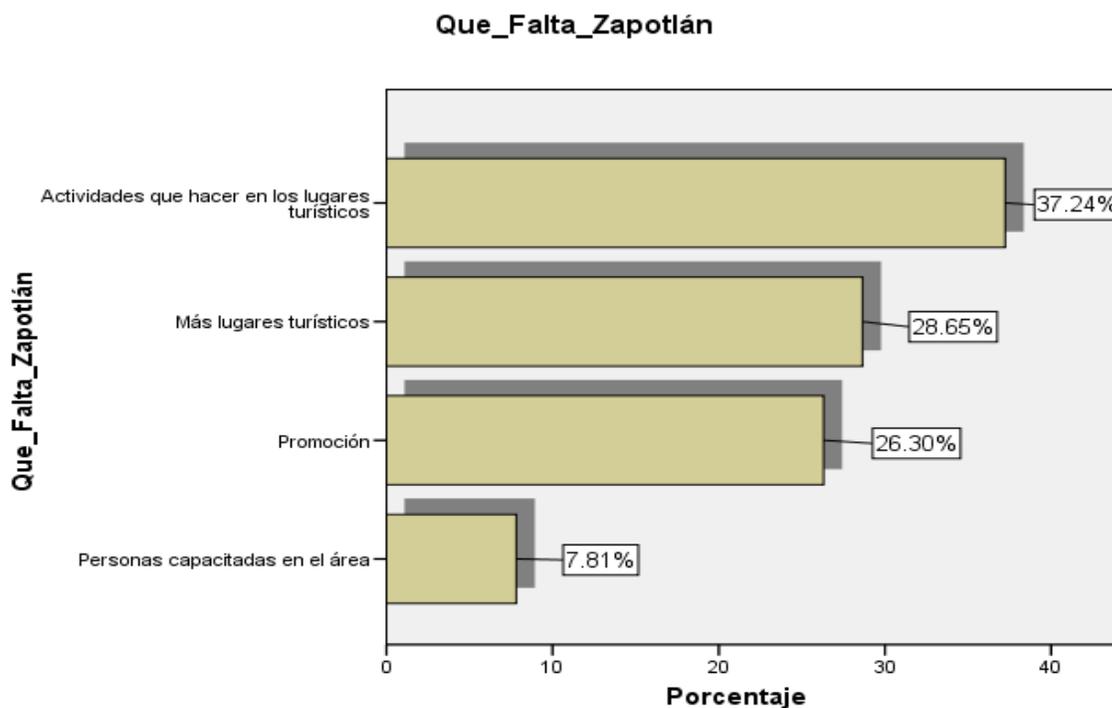
**p = 50% (ó participación del segmento).**  
**q = 50% (ó 1 menos la participación del segmento).**  
**n = tamaño de muestra.**  
**N = Universo o población (total de turistas captados por la región).**  
**E = error de la estimación**  
**3.84 es un valor constante obtenido de la tabla de áreas bajo la curva normal tipificada de 0 a Z, con base en el valor máximo de error.**

Los resultados de los avances sobre las encuestas aplicadas se procesaron en el programa SPSS 14, del cual se tiene un resultado general y el seguimiento a una de las recomendaciones de la población local y los turistas que a continuación se explica:

En una de las preguntas de la encuesta aplicada a la población, se deduce:

“Se ha mencionado con anterioridad que Zapotlán el Grande cuenta con potencial turístico, pero ¿Qué hace falta?, para poder decir que es así, según la población como se muestra en la figura, comentan que falta realizar más actividades de recreación para el visitante (turistas) en los espacios existentes del municipio como primera mención. En segundo más lugares turísticos, además de una buena promoción de dichos espacios y por último, tener personas capacitadas en cada una de las áreas del turismo.

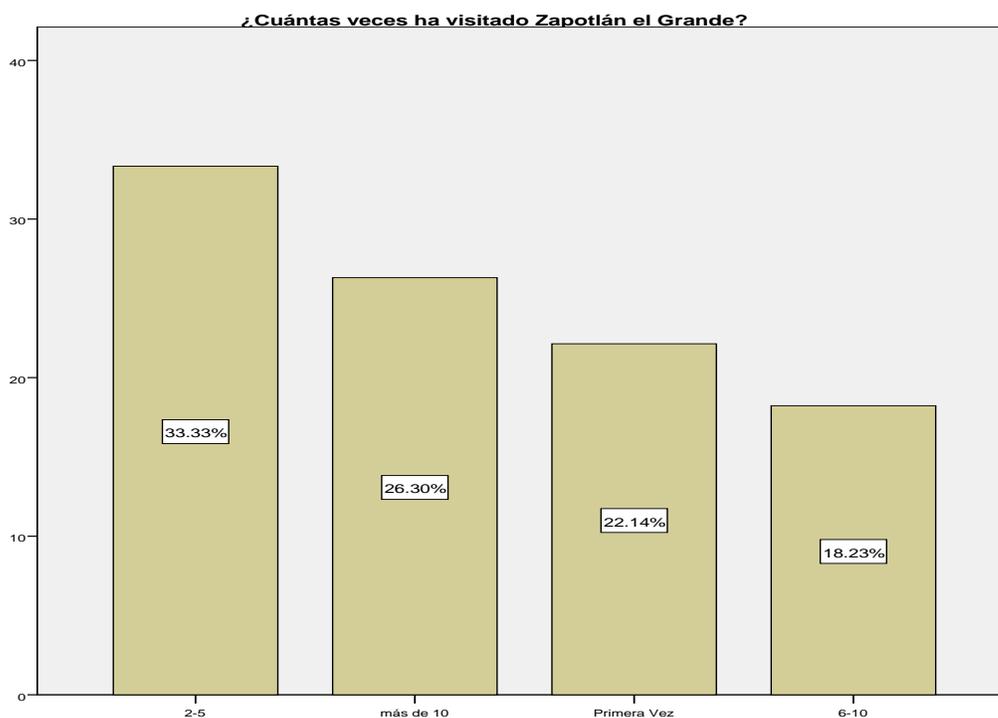
Se puede notar por lo tanto la necesidad de un inventario turístico que permita visualizar la potencialidad con que cuenta el municipio para ofrecer más espacios turísticos y en diferentes épocas del año, en otras palabras la diversificación de la oferta turística”.



**FUENTE:** Investigación Directa

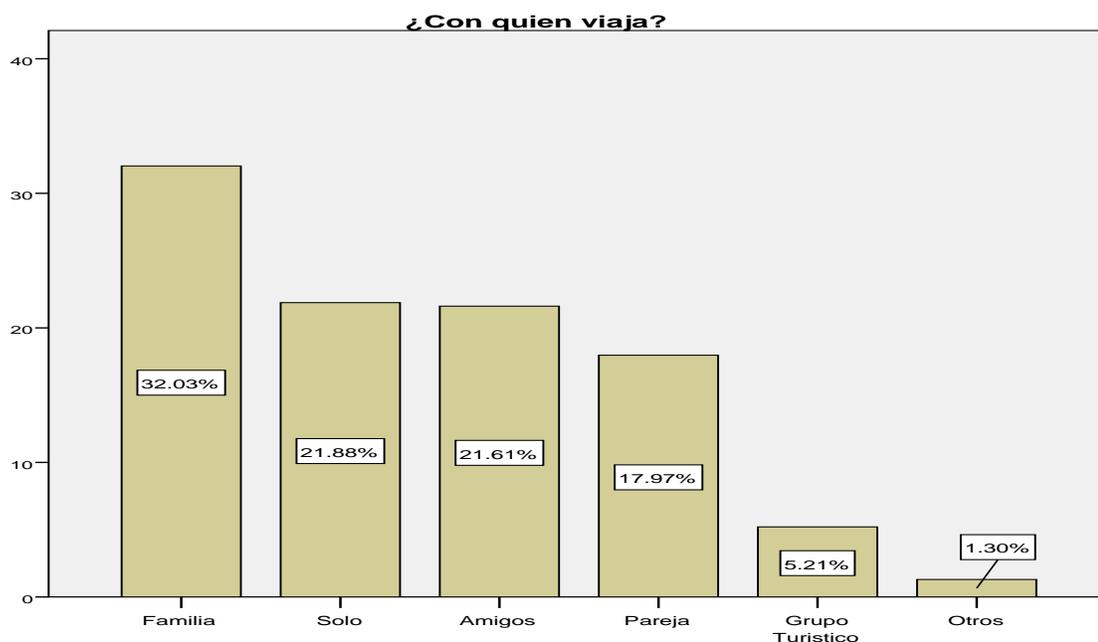
Por otro lado, en la encuesta realizada a los turistas se ha detectado lo siguiente:

La captación de nuevos turistas sólo se da en un 22.14%, con su primera vez de paseo, es decir, que los productos turísticos existentes son de agrado a quienes ya los conocen por lo que se puede considerar a expandirse a nuevos mercados, ajenos a los que ya nos conocen, sin embargo, se cae en el riesgo de no captar otros segmentos de turistas si no crean nuevos productos atractivos e innovadores.



**FUENTE:** Investigación Directa

En otra pregunta realizada a los turistas, se detecta que en su mayoría viajan en familia (32.03%), aspecto que admite equiparar con el porcentaje de personas que viajan por motivos de visitar a sus familias, mismos que cuentan con necesidades específicas de recreación, lo que a su vez, comparando con el inventario de recursos turísticos, realizado en investigación de campo como primera etapa de este proyecto, permite identificar que se cuenta con condiciones idóneas para el diseño de productos acorde a sus necesidades, es decir el municipio tiene en su haber suficientes recursos naturales y culturales para el turismo familiar.



**FUENTE:** Investigación Directa

En cuanto a la forma de viaje, del 100% de turistas entrevistados, el 69.27% gustan de viajar acompañados, en un promedio de 2 o 4 personas, le siguen los que viajan en pequeños grupos de 5 a 7 personas, y en mucho menor medida los grandes grupos. Este aspecto de viaje en pequeños grupos es una característica de los destinos familiares, por lo que es necesario repensar en el diseño de nuevos productos de carácter familiar recreativo.

En seguimiento a las anteriores recomendaciones expresadas por los turistas y la población local, y prevista como hipótesis en la investigación, y además a un 60% de avances de la investigación, se ha optado por recurrir a entre otras cosas a la creación de nuevos productos turísticos con interés familiar.



### **PRIMER PRODUCTO DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.**

Se realizó la Primera Feria Nacional de la Birria, Zapotlán 2014 del 12 al 16 de septiembre. Los miembros del Comité Organizador fueron:

Universidad de Guadalajara, H. Ayuntamiento de Zapotlán el Grande, Cámara de Comercio, Instituto Tecnológico de Ciudad Guzmán, Centro de Estudios Regionales en Educación Normal y FENABITO 2013.

### **RESUMEN**

Concepto	Cantidad	Observación
Visitantes	40,000	Aproximado en función del número de platillos vendidos
Cantidad de dinero generado	\$4,000,000.00	Venta de birria, bebida y componentes.
Ventas extras	\$1,000,000.00	Venta de postres, libros, artesanías, rebozos, tequila, cerveza y otros.
Número de personas en la organización:	300	Alumnos, profesores, personal del Ayuntamiento y de la Cámara de Comercio.
Número de personas vendiendo	250	30 puestos atendidos por personas

		diversas.
Artistas y personal de atención a niños y personas con discapacidad.	200	Cantantes, y dos puestos especiales, uno dedicado a personas con discapacidad de nominado TURISCLUYENTE, y otro para niños denominado MIS RAICES

Con el fin de detectar y correlacionar los resultados de la investigación sobre el potencial y la percepción de los visitantes a la Feria, se realizó una encuesta, dirigida a una muestra de 100 personas locales y 60 turistas, resultando lo siguiente:

#### **POBLACIÓN LOCAL:**

La edad de los encuestados fluctuó entre los 18 y 61 años, con mayor presencia del rango entre 51 y 60 y el más bajo con 36 y 40 años. El medio de mayor difusión de la feria fue el cartel y el más bajo fue la prensa. (Periódico). Para el 98% de los encuestados, el lugar de la feria (Centro Histórico) fue el adecuado.

El 86 % de la muestra de los pobladores que asistieron a la feria, lo perciben como bueno, cuyo gasto promedio no rebasó los quinientos pesos, mientras que el resto, es decir el 11% gastó entre 500 y mil por familia tomando en cuenta 3 miembros. Lo que más les gusto a los visitantes locales fue la variedad de birrias y lo que menos les gusto fue que se terminaba la comida muy temprano, además del clima con constante lluvia por el huracán *Odile*.

## ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS LE GUSTO DE LA FERIA DE LA BIRRIA?



### LOS TURISTAS

El 44% de los visitantes provienen de la región cercana a la sede de la Feria y sólo un 4% proviene del extranjero. El 45% del total viajaron a Ciudad Guzmán por motivo de estar en la Feria.

El lugar de hospedaje con mayor porcentaje fue el de casa de familiares y sólo un 10% se hospedó en hoteles.

El medio de difusión con mayor impacto, fue el de comentarios de amigos y el 98% considera que lugar del evento fue el adecuado. Para la mayoría es decir el 67% ellos, su gasto promedio no rebasó los \$500 pesos por familia día en toda su visita a la ciudad.

El 90% no utilizó ningún servicio turístico en la Ciudad, a excepción de los que se hospedaron, sin embargo lo que más les gustó fue la variedad de birrias, seguido de los eventos culturales, mientras que lo no les gusto fue las condiciones climáticas por la lluvia, aun así el 99% opinión que si volvería a la segunda edición de la feria en el 2015.

Conocer y analizar los recursos naturales, culturales y de servicios del municipio de Zapotlán el Grande en conjunto con la percepción de la población local los turistas con el fin de identificar su potencial turístico para proponer, diseñar y poner en marcha acciones de mejora de aprovechamiento turístico y creación de nuevos productos turísticos como el caso de diversas ferias de orden gastronómico cultural.

## **CONCLUSIÓN**

Los avances de los trabajos de investigación sobre el potencial turísticos del municipio de Zapotlán el Grande, han ido permeando en la sociedad Zapotlense para efectos del desarrollo del turismo mediante la vinculación universidad-gobierno-empresarios del ramo turístico gastro-hotelero en la creación de nuevos productos turísticos, tal como la Feria de la Birria, Festival de la Granada (sin medición), Feria de la Tostada y otros nuevos eventos.

Estos evidencian que son de agrado tanto a población local como a turistas y que en su caso, contribuyen a posicionar al Sur de Jalisco, como destino turístico gastronómico que coadyuve a diversificar la oferta turística a más de las fechas ya reconocidas como el temporal de nieve y la Feria de Zapotlán en honor a San José (religiosa) en el mes de octubre.

Además se evidencia que la unificación de los actores del turismo, permiten mejorar condiciones de vida turística a más bajos costos de carácter, social, ambiental y económico, con lo cual se está en mejores condiciones de iniciar acciones hacia la sustentabilidad.

## REFERENCIAS

- Conde, Pérez Ernesto Manuel (2011). Ponencia Diseño e implementación de un observatorio turístico en los Destinos de Manzanillo y Comala. XIII Nacional y VII Congreso de Investigación Turística. SECTUR. México.
- Hernández, S. R., Fernández-Collado, C. y Baptista, L. P. (2006). Metodología de la investigación. (4 ed.) Mc Graw Hill. México.
- Kotler, P. (2006). Dirección de marketing. Madrid: Prentice Hall.
- Levin, R. I. y Rubin, D. S. (2010). Estadística para Administración y economía. (7 ed.). PEARSON. México.
- Macías, Macías, Alejandro (2010). Sur de Jalisco. De cara al siglo XXI / Guadalajara, Jal. : Editorial Universitaria, 2008. (Colección Jalisco)
- Villegas Héctor. (2013). Dirección de turismo municipal de Zapotlán el Grande. Entrevista al Director realizada en el mes de diciembre de 2013.

### RED MUNDIAL

PNT, Plan Nacional de Desarrollo del Turismo, (2007). México  
<http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>

Consejo de Promoción Turística

<http://www.cptm.com.mx/work/models/CPTM/Resource/8022/9/ReglamentoFeriasInternacionales2014.pdf> consultada en octubre de 2014.

Conde, M. Covarrubias. (2010). <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/prf.htm>