

Percepción del ciudadano ante el turismo. Caso Guanajuato

Rodolfo Eduardo González López (1), Mónica Isabel Mejía Rocha (2), Abraham Rivera Rodríguez (3)

1 [Nivel Medio Superior, Universidad de Guanajuato] | [edurgl_97@hotmail.com]

2 [Gestión y Dirección de Empresas, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato, Institución] | Dirección de correo electrónico: [monica_mr47@hotmail.com]

3 [Nivel Medio Superior, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [mexican68@hotmail.com]

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad el mostrar un poco sobre la percepción que tiene el habitante de la ciudad de Guanajuato sobre el desarrollo de la actividad turística en esta ciudad. Se realizó una revisión teórica y posteriormente trabajo de campo aplicando encuesta, cara a cara, a pobladores de la ciudad de Guanajuato. Dentro de los resultados generales se encontró que la muestra encuestada dijo que aun cuando consideran que el desarrollo de la actividad turística en el municipio beneficia a la población consideran que es necesario intervenir y mejorar en servicios públicos para beneficio de turistas y habitantes.

Abstract

This work aims to explain a bit about the perception of the persons who live in Guanajuato city, about the development of tourism in this city. A theoretical review was made and subsequently applying fieldwork survey, face to face, to resident of the city of Guanajuato. Within the overall results found that the surveyed said that even when considering that the development of tourism in the municipality benefits the population consider necessary to intervene and improve public services for the benefit of tourists and inhabitants.

Palabras Clave

Turismo, Habitantes, Beneficios, Malestar, Ciudad.

INTRODUCCIÓN

A partir de mediados del siglo pasado, después del término de la Segunda Guerra Mundial, el turismo se ha convertido posicionado cada vez más como una actividad de gran crecimiento en favor de las economías [1].

Al hablar de desarrollos turísticos sostenibles, se debe de garantizar el resguardo de la biodiversidad así como la autenticidad cultural del destino, y de manera paliativa el garantizar la rentabilidad y utilidad de la actividad turística a corto y largo plazo [2].

El desarrollo turístico se asocia al modelo de explotación de mano de obra local, principalmente jóvenes, que a un verdadero sistema de distribución de riquezas entre las sociedades donde se realiza la actividad turística [3].

El turismo es un claro ejemplo de cómo no siempre el crecimiento económico, significa desarrollo, pues esta actividad genera también cambios negativos significativos en el medioambiente o inflación de la localidad donde se desarrolla el turismo [4].

La práctica del turismo debe de cerciorarse que los beneficios sociales y económicos se vean reflejados de manera primordial y directa en las comunidades receptoras de visitantes [5].

En muchos países, el turismo es considerado como un motor de desarrollo en las economías, entre otros aspectos, genera 235 millones de empleos directos, es decir uno de cada doce del mundo son generados por la actividad turística. En países en vías de desarrollo, el turismo puede ser la opción mas viable para su crecimiento [6].

Turismo en Guanajuato

En el estado de Guanajuato, durante el periodo vacacional de Semana Santa (Secretaria de Turismo del municipio de Guanajuato, 2014), recibió aproximadamente 47, 000 turistas,

proyectando una derrama económica superior a los 758 millones de pesos. Así mismo dentro de los destinos más solicitados de este Estado, fueron Guanajuato, León y San Miguel de Allende, donde el primero de estos, durante el periodo antes mencionado, registro una ocupación aproximada del 72% en establecimientos de hospedaje, recibiendo aproximadamente a 13 mil visitantes y suponiendo una derrama económica de 84.4 millones de pesos.

Para el presente año el Director de Turismo Municipal de Guanajuato, pronostico una derrama económica en la ciudad de Guanajuato de poco más de mil 900 millones de pesos como resultado de los visitantes que llegan a la entidad durante el año 2015. Asegurando además, que durante el fin de semana largo de Semana Santa esta actividad dejo en la ciudad de Guanajuato 43 millones de pesos como derrama; poco menos, 40 millones de pesos se reflejaron, según el funcionario, durante el puente del mes de mayo.

MATERIALES Y MÉTODOS

Después de una revisión teórica se diseñó un instrumento con diez reactivos a fin de identificar el perfil de los residentes encuestados así como su percepción sobre el impacto que considera que el desarrollo de la actividad turística en el municipio de Guanajuato deja a sus habitantes y a la ciudad en general. Las encuestas se aplicaron de persona a persona en la ciudad de Guanajuato. La tabla 1, muestra la conformación de la muestra encuestada y de la cual se expresan más adelante los resultados encontrados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La población encuestada se integró por 150 personas entre 20 y cuarenta años de edad; del género femenino y masculino; estudiantes, empleados, ama de casa y un jubilado; así como personas con formación primaria, secundaria, bachillerato, licenciatura y/o posgrado, en la

misma tabla 1 se muestra la distribución de la muestra por características mencionadas.

A los entrevistados se les indago sobre la percepción en varios aspectos, cuando se pregunto acerca de la manera en la que ellos perciben el impacto directo del turismo en cuanto a la limpieza de la ciudad, estos aseguraron que la ciudad se mantiene más limpia (30%) durante la estancia el visitante; el 64%, aseguro que la ciudad se muestra cada vez más sucia con el desarrollo de la actividad turística en el municipio; mientras que 6% restante, considero que no existe ninguna varianza en cuanto al estado de limpieza de la ciudad ante la presencia o no de turistas.

De la muestra encuestada, el 64%, más de la mitad de la población, dijo está de acuerdo en que la gente de la ciudad tiene acceso a la recreación que se origina con el desarrollo de la actividad turística en la entidad, contrario a esto lo afirmaron el 36%, que dijo no poder disfrutar como habitante de la localidad de la recreación que se genera en la ciudad para el turista. Muy similares fueron las respuestas en cuanto se les pregunto acerca de que si consideran que como oriundos de la ciudad pueden disfrutar del desarrollo de la actividad turística en el municipio, el 66% de la muestra encuestada dijeron estar de acuerdo mientras que el 34% restante, aseguro no disfrutar del desarrollo de esta actividad en el municipio de Guanajuato.

Aun cuando de la muestra encuestada, el 92% aseguro que la economía de la entidad se veía favorecida con el desarrollo de la actividad turística, el resto afirmo lo contrario; el 40% de esta muestra aseguro que el turismo impacta en el desarrollo de problemas sociales en la ciudad.

En cuanto a las acciones que los habitantes consideran necesarias para que el turismo se desarrolle con beneficios más favorables para los ciudadanos se considera necesario que se gestione la mejora de los servicios públicos (68%), es decir, limpieza, seguridad, alumbrado, alcantarillado; el 32%, restante aseguro que sería

necesario incrementar la publicidad de la ciudad para recibir más visitantes.

Con lo anterior, se puede ver que la gente de la localidad representada por la muestra encuestada dijo considerar lo dicho por la OMT y otros autores revisados en el trabajo, que el turismo tiene beneficios representativos en la localidad en la que se promueve y se desarrolla dicha actividad.

CONCLUSIONES

Como conclusión general de esta investigación es que a lo largo del desarrollo de esta me pude dar cuenta que el turismo en la ciudad de Guanajuato tienes sus ventajas y desventajas dependiendo del ámbito laboral en el que te desempeñes.

La gran parte del sustento económico de la ciudad es en base al turismo por la cantidad de establecimientos que hay a lo largo de la ciudad que se dedican al comercio.

Al igual que trae una diversidad cultural y un enriquecimiento que ayuda al desarrollo de la ciudad y sus habitantes.

Considero que este tipo de indagaciones a la ciudadanía son necesarias pues es necesario ver el acto turístico como evento sistémico en el cual no solo el turista tiene voz sino también el residente de la localidad que es el que recibe al visitante sea de manera directa o indirecta y considero que a través de este tipo de diagnósticos las entidades gubernamentales encargadas de regular dicha actividad turística en el municipio pueden, si se atienden las observaciones de la comunidad, acercar de manera más cordial al turista y al habitante de la ciudad donde se desarrolle la actividad turística.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco enormemente a mi Alma Mater, Universidad de Guanajuato por la experiencia de investigar y de conocer un poco más de cerca

sobre este trabajo tan interesante, el de generar nuevo conocimiento en favor de mi sociedad.

REFERENCIAS

Libro:

[4] Castañeda, E. (2007). Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica. Gascón.

Artículo:

[1] Quintero, J.L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. Anales del Museo de América, volumen (12), pp. 263 – 274.

[2] García, M. G. y Sancho, P. A. (1999). Un estudio de los impactos que genera el turismo sobre la población local.

[3] Martín, H. F. (2009). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. OBSERVATORIUM: Revista Electrónica de Geografía, volumen (1), pp. 105 – 123.

[5] OMT (2011). Las comunidades locales deben de asegurarse mayores beneficios del turismo. Madrid.

[6] OMT (2010). El turismo y la atenuación de la pobreza. Madrid.

Tabla 1: Integración de la muestra

Tamaño de la muestra: 150 personas	Rangos(%)
1. Edad	20 – 25 (38%) 26 – 30 (12.66%) 31 – 35 (8.66%) 36 – 40 (40.66%)
2. Genero	Femenino (52.66%) Masculino (47.3%)
3. Ocupación	Estudiante (24%) Empleado (64%) Ama de casa (11.3%) Jubilado (1.3%)
4. Formación	Primaria (11.33%) Secundaria (20%) Bachillerato (37.33%) Licenciatura (26%) Posgrado (4%)