



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**Tesis que presenta:**

**Propuesta de desarrollo de un inventario para establecer el potencial turístico de  
Jonotla, Puebla.**

**YAZMIN CERVANTES ROJAS**

**Para obtener el título de Licenciado en Turismo**

**Directora**

**Mtra. María Yolanda Rodríguez Ochoa**

# ÍNDICE

## CAPITULO 1

### MARCO CONCEPTUAL

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Turismo.....  | 3  |
| 1.2 Turismo sustentable.....  | 4  |
| 1.2.1 Diferencias entre turismo convencional y turismo alternativo..... | 4  |
| 1.3 Turismo alternativo.....  | 6  |
| 1.3.1 Segmentación del turismo alternativo .....                        | 7  |
| 1.3.1.1 Ecoturismo.....   | 8  |
| 1.3.1.2 Turismo de aventura.....  | 9  |
| 1.3.1.3 Turismo rural.....  | 11 |
| 1.3.1.4 Turismo cultural.....   | 12 |
| 1.3.1.5 Turismo religioso.....  | 13 |
| 1.4 Destino turístico.....  | 14 |
| 1.5 Marketing mix.....  | 15 |
| 1.5.1 Producto.....   | 16 |
| 1.5.2 Precio.....   | 16 |
| 1.5.3 Distribución.....   | 17 |
| 1.6 Mercado.....  | 18 |
| 1.7 Segmentación de mercados.....                                       | 19 |
| 1.7.1 Proceso de segmentación de mercados.....                          | 19 |
| 1.8 Marketing turístico.....  | 18 |

|   |    |
|---|----|
| 1.9 Mercado turístico.....                | 20 |
| 1.9.1 Investigación de mercados.....      | 21 |
| 1.10 Producto turístico.....              | 21 |
| 1.11 Oferta Turística.....                | 23 |
| 1.12 Demanda turística.....               | 23 |
| 1.13 Comunicación.....                    | 24 |
| 1.13.1 Los objetivos de comunicación..... | 24 |
| 1.14 Ventaja Competitiva.....             | 25 |
| 1.15 Calidad.....                         | 25 |
| 1.16 Competitividad.....                  | 27 |
| 1.17 Guía de turistas especializado.....  | 28 |
| 1.17.1 Actividades especializadas .....   | 29 |

## **CAPITULO 2**

### **MARCO METODOLÓGICO**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Planteamiento del Problema.....   | 30 |
| 2.1.1 Descripción del objeto.....     | 31 |
| 2.1.2 Preguntas de investigación..... | 31 |
| 2.2 Justificación.....                | 32 |
| 2.3 Hipótesis.....                    | 33 |
| 2.4 Objetivo General.....             | 33 |
| 2.4.1 Objetivos específicos.....      | 34 |

|   |    |
|---|----|
| 2.5 Marco científico de la investigación.....     | 34 |
| 2.5.1 El concepto de método.....                  | 34 |
| 2.5.2 Concepto de metodología.....                | 35 |
| 2.5.3 Los métodos específicos.....                | 35 |
| 2.5.3.1 Método de observación.....                | 35 |
| 2.5.3.2 Investigación de campo.....               | 36 |
| 2.5.3.3 Observación directa.....                  | 36 |
| 2.5.3.4 Observación indirecta.....                | 36 |
| 2.5.3.5 Método cuantitativo.....                  | 36 |
| 2.5.3.6 Observación cuantitativa.....             | 37 |
| 2.5.3.7 Método estadístico.....                   | 38 |
| 2.5.3.8 Método descriptivo.....                   | 38 |
| 2.5.3.9 Método cualitativo.....                   | 40 |
| 2.5.3.10 Método exploratorio.....                 | 41 |
| 2.5.3.11 Metodológico deductivo.....              | 42 |
| 2.5.4 Tipos de investigación.....                 | 42 |
| 2.5.4.1 Investigación no experimental.....        | 42 |
| 2.5.4.2 Tipos de diseño no experimental.....      | 43 |
| 2.5.4.3 Investigación transversal.....            | 44 |
| 2.5.4.4 diseño transeccionales exploratorios..... | 44 |
| 2.5.5 Método de encuesta.....                     | 44 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.5.6 El cuestionario..... | 46 |
|----------------------------|----|

### **CAPITULO 3**

#### **ESTUDIO DE CASO: JONOTLA, PUEBLA**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Toponimia.....                | 47 |
| 3.1.1 Xonotla en la historia..... | 47 |
| 3.2 Aspectos geográficos.....     | 48 |
| 3.2.1 Extensión.....              | 48 |
| 3.2.2 Orográficas.....            | 48 |
| 3.2.3 Hidrográficas.....          | 49 |
| 3.2.4 Clima.....                  | 49 |
| 3.2.5 Ecosistema.....             | 49 |
| 3.2.6 Evolución demográfica.....  | 50 |
| 3.2.7 Religión.....               | 50 |
| 3.3. Localización.....            | 51 |
| 3.3.1 Colindancias.....           | 51 |
| 3.3.2 Accesibilidad.....          | 52 |
| 3.4 Atractivos culturales.....    | 53 |
| 3.4.1 Grupos étnicos.....         | 53 |
| 3.4.2 Fiestas y tradiciones.....  | 53 |
| 3.4.3 Artesanías.....             | 54 |
| 3.4.4 Gastronomía.....            | 54 |

|   |    |
|---|----|
| 3.5 Atractivos naturales.....                   | 55 |
| 3.6 Infraestructura turística.....              | 55 |
| 3.7 Actividades turísticas que se realizan..... | 56 |
| 3.8 Investigación de campo.....                 | 58 |
| 3.8.1 Gráficas.....                             | 61 |
| 3.8.2 Entrevistas.....                          | 81 |

## **CAPITULO 4**

### **ANALISIS DE CASO: PROPUESTA DE UN INVENTARIO TURÍSTICO DE JONOTLA, PUEBLA**

|   |     |
|---|-----|
| 4.1 Análisis e interpretación de resultados: cuestionarios.....                 | 85  |
| 4.2 Análisis e interpretación de resultados: entrevista.....                    | 86  |
| 4.2.1 Entrevista al Director de Turismo y Cultura del municipio de Jonotla..... | 86  |
| 4.2.2 Entrevista a prestadores de servicio.....                                 | 87  |
| 4.3 Observación directa.....  | 88  |
| 4.4 Inventario turístico.....   | 90  |
| 4.4.1 Alojamiento.....  | 90  |
| 4.4.2 Alimentación.....   | 93  |
| 4.4.3 Atractivos turísticos.....  | 96  |
| 4.4.4 Grutas y cavernas.....  | 99  |
| 4.4.5 Manifestaciones socioculturales.....                                      | 101 |
| 4.4.6 Artesanías y arte tradicional.....  | 107 |
| 4.4.7 Gastronomía típica.....   | 111 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.4.8 Manifestaciones del patrimonio.....                            | 116 |
| 4.4.9 Salud.....   | 120 |
| 4.5 Estrategias para aumentar la afluencia turística en Jonotla..... | 122 |
| Conclusiones.....  | 126 |
| Referencias.....   | 127 |

## INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| <b>1</b>  | Senderismo.....                                  | 7   |
| <b>2</b>  | Parapente.....                                   | 8   |
| <b>3</b>  | Alpinismo.....                                   | 9   |
| <b>4</b>  | Taller de introducción a la vida sostenible..... | 11  |
| <b>5</b>  | Turismo Cultural.....                            | 13  |
| <b>6</b>  | Guía de turistas.....                            | 28  |
| <b>7</b>  | Escudo de Jonotla.....                           | 47  |
| <b>8</b>  | Localización de Jonotla.....                     | 51  |
| <b>9</b>  | Mapa de Jonotla.....                             | 52  |
| <b>10</b> | Carretera hacia Jonotla.....                     | 56  |
| <b>27</b> | Hostal Don Porfirio.....                         | 91  |
| <b>28</b> | Hotel El Rinconcito.....                         | 92  |
| <b>29</b> | Cabañas Los Arcos.....                           | 93  |
| <b>30</b> | Restaurante Los Arcos.....                       | 94  |
| <b>31</b> | Comedor El Peñón.....                            | 95  |
| <b>32</b> | Cafetería Roma.....                              | 96  |
| <b>33</b> | Mirados Cerro del Peñón.....                     | 97  |
| <b>34</b> | Río Apulco.....                                  | 98  |
| <b>35</b> | Río Tozan.....                                   | 99  |
| <b>36</b> | Grutas de Tepetitlán.....                        | 100 |
| <b>37</b> | Cueva del Coro.....                              | 101 |
| <b>38</b> | Iglesia del Peñón.....                           | 102 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>39</b> Iglesia de San Juan Bautista.....                                | 103 |
| <b>40</b> Templo en honor a Santiago.....                                  | 104 |
| <b>41</b> Danza de los Quetzales.....                                      | 105 |
| <b>42</b> Danza de los Santiagos.....                                      | 106 |
| <b>43</b> Danza de los Toreadores.....                                     | 107 |
| <b>44</b> Artesanías de Ecatlán.....                                       | 108 |
| <b>45</b> Artesanías de madera.....  | 109 |
| <b>46</b> Artesanías de jonote.....  | 110 |
| <b>47</b> Artesanías de cera.....  | 111 |
| <b>48</b> Acamayaz.....  | 112 |
| <b>49</b> Pulacla.....   | 113 |
| <b>50</b> Antojitos típicos.....   | 114 |
| <b>51</b> Pan típico.....  | 115 |
| <b>52</b> Dulces típicos.....  | 115 |
| <b>53</b> Vinos típicos.....   | 116 |
| <b>54</b> Casa de cultura.....   | 117 |
| <b>55</b> Palacio Municipal.....   | 118 |
| <b>56</b> Callejón del beso.....   | 119 |
| <b>57</b> Museo KAXUNIK.....   | 120 |
| <b>58</b> Farmacia y consultorio Tosepan.....                              | 121 |
| <b>59</b> Farmacia y consultorio La Guadalupana.....                       | 122 |
| <b>I</b> Diferencias entre turismo convencional y turismo alternativo..... | 5   |

## INTRODUCCIÓN

La trascendencia que ha adquirido el turismo hoy en día en el estado de Puebla ha sido de gran importancia, es notable destacar todas las acciones que se han puesto en marcha para hacer de esta actividad la clave que ha dado a varios municipios la oportunidad de dar a conocer sus tradiciones, sus festividades, su gastronomía y su historia.

Sin embargo es necesario subrayar que estos logros han sido resultado de una amplia planificación que pudo detonar el potencial turístico de cada uno de aquellos municipios que ahora forman parte de la lista de los denominados “Pueblos Mágicos”. De igual manera la sensibilidad por parte de los habitantes ha sido de vital importancia, ya que ellos son el motor principal del turismo.

En conjunto con acciones de promoción, capacitación a prestadores de servicio, mejores rutas de acceso, ha beneficiado a la comunidad involucrada en el desarrollo del turismo.

El turismo es capaz de mejorar la calidad de vida de los habitantes de una forma que todos los elementos que conforman la actividad estén en armonía siempre que se planea de forma responsable.

En este proyecto el que dará la pauta a través de un inventario turístico de conocer el potencial turístico de Jonotla, si existe en el nivel de competitividad capaz de posicionarlo en uno de los destinos más importantes del estado de Puebla, esta investigación consta de cuatro capítulos.

Esta investigación consta de cuatro capítulos.

El primer capítulo es denominado Marco Teórico, el cual describe a detalle aquellos conceptos que serán mencionados para la realización y comprensión de esta investigación.

El siguiente capítulo es el Marco Metodológico, conformado por el planteamiento del problema, hipótesis, objetivos, justificación así como los métodos que se utilizaran para la recolección de datos.

En tercer lugar está el Estudio de Caso: Jonotla, Puebla este capítulo contiene datos y aspectos generales del municipio de interés en este caso nos referimos a Jonotla y por último en el cuarto capítulo el Análisis de Caso. Propuesta de un inventario para establecer el potencial turístico de Jonotla, Puebla en este capítulo se darán a conocer los resultados que se obtuvieron a lo largo de esta investigación, demostraremos si la hipótesis que se planteó desde un inicio se cumplió y se hará la propuesta de las estrategias para que aumente la afluencia turística y por lo tanto la derrama económica.

# CAPITULO 1

## MARCO CONCEPTUAL

### 1.1 Turismo

El turismo como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el período comprendido entre las dos grandes guerras mundiales de éste siglo (1919-1938).

En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como: “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942)

Mathieson y Wall (1982), por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior aunque con algunas modificaciones: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos emprendidos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer necesidades de los turistas”.

Finalmente, hay que destacar la definición que ha sido adoptada por la Organización Mundial de Turismo OMT (1994), que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. Esta es la siguiente: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Escuela Oficial de Turismo ,2009)

## **1.2 Turismo sustentable**

El punto de partida de turismo sustentable está dentro de las teorías referidas al desarrollo sin degradación ni agotamiento de los recursos. Podría decirse que es la conservación de los recursos para que la generación presente y las futuras puedan disfrutar de ellos. En este sentido se define el concepto de sustentabilidad en el informe de Brundtlan (1978), en el que se indica que consiste en: “Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras”

Esto se consigue utilizando más intensivamente los recursos que son renovables o desviando el uso desde los recursos que se generan más lentamente hacia los que lo hacen más rápidamente. Así, los recursos se mantienen para las futuras generaciones.

Pero el desarrollo del turismo sustentable implica la toma de decisiones políticas que pueden ser duras y que, en todo caso, requieren una visión a largo plazo, fundamentalmente a la hora de llevar a cabo el proceso de planificación. (Organización Mundial de Turismo OMT ,2008)

### **1.2.1 Diferencias entre turismo convencional y turismo alternativo**

A continuación en la siguiente tabla se muestran algunos puntos que diferencian el turismo masivo del turismo alternativo.

Tabla I

Diferencias entre turismo convencional y turismo alternativo

| TURISMO CONVENCIONAL   | TURISMO ALTERNATIVO  |
|--|--|
| <b>Es masivo, lo realizan en grupos</b>  | No es masivo, se realiza en grupos pequeños.   |
| <b>La finalidad es descanso o placer</b>   | La finalidad es el disfrute y aprovechamiento racional de las áreas naturales.   |
| <b>Se lleva a cabo en grandes ciudades o en destinos de playa.</b>   | Se lleva a cabo en áreas naturales, (bosques, lagunas, etc.) principalmente dentro de comunidades.   |
| <b>Las actividades principales que se realizan son: conocer museos, visitar zonas arqueológicas, templos y playas.</b> | Las visitas se realizan con guías que explican los atractivos turísticos del destino, instruyen y concientizan a los visitantes sobre la importancia de la conservación de las áreas y de su necesidad de protegerlas. |
| <b>Las visitas se realizan regularmente con guías que explican los atractivos</b>                                      | Las comunidades se hacen partícipes de la actividad económica, empleando personas  |

**turísticos del destino y reconoce su importancia a nivel nacional o mundial.** de la localidad y usando productos y servicios locales tradicionales del lugar.

**Los servicios turísticos se mantienen al margen de la actividad económica de la región donde se desarrolla.** Para publicar y comercializar las actividades de turismo alternativo en áreas naturales se considera las medidas de protección, impacto ambiental y capacidad de carga que se tomen sobre el sitio.

**Se comercializa los productos y servicios en general y sin restricciones.**

Fuente: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/aguilar\\_z\\_jo/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/aguilar_z_jo/capitulo2.pdf)  
Recuperado Octubre de 2013

### **1.3 Turismo alternativo**

El deterioro y las consecuencias sobre la superficie terrestre han dado como resultado la preocupación por el medio ambiente. Por esta razón, surge la necesidad de aprovechar los recursos de una mejor manera, es por esto que el turismo se considera como una de las actividades que pueden ayudar a la conservación del mismo. Ver fig.1

Fig. 1

## Senderismo



Fuente: <http://www.descubrelo.com.mx> Recuperado Octubre de 2013

En consecuencia el turista está tomando conciencia y busca el acercamiento con la naturaleza de una forma más activa y directa. Esto da origen a una nueva preferencia de hacer turismo, que se denomina turismo alternativo.

La Secretaría de Turismo (SECTUR , 2002) define al turismo alternativo como: “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones naturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la preservación de los elementos y recursos naturales y culturales”

### **1.3.1 Segmentación del turismo alternativo**

Debido a estas características el turismo alternativo se divide en tres grandes segmentos:

- Ecoturismo
- Turismo rural
- Turismo de aventura

### 1.3.1.1 Ecoturismo

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza UICN (1993) define al ecoturismo como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, que consiste en viajar o visitar áreas sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la preservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y un beneficio económico de las poblaciones locales.”

Fig. 2

Parapente



Fuente: [http:// www.mexicodesconocido.com.mx](http://www.mexicodesconocido.com.mx) Recuperado Octubre de 2013

Las actividades que mayor se practican en esta categoría son:

- Talleres de educación ambiental: actividades en las que el turista tiene contacto directo con la naturaleza, involucrando las comunidades locales y tiene como fin crear una conciencia ecológica.

- Observación de ecosistemas: su fin es conocer los diferentes componentes de uno o varios ecosistemas.
- Observación de fauna: el turista puede observar a los animales en su hábitat natural.
- Senderismo interpretativo: el turista hace un recorrido a pie o mediante un transporte no motorizado por un camino o campo traviesa y son guiados por personas que conocen el medio.
- Participación en programas de rescate de flora y fauna: su finalidad es el rescate de especies en peligro de extinción.

### **1.3.1.2 Turismo de aventura**

En esta categoría el turista está en búsqueda de un lugar que le ayude a mejorar su condición física, reducir tensiones y por lo tanto tener un mejor estado físico-mental, también le da la sensación de haber superado un reto impuesto por la naturaleza.

Fig. 3

Alpinismo



Fuente: <http://www.revistafortuna.com> Recuperado Octubre de 2013

Para esclarecer este tema, se toma la definición de Troncoso B. (1993) que dice: “el turismo de aventura es aquel donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y en donde se corre muchas veces grandes riesgos”.

Este tipo de turismo se compone por distintas actividades que son agrupadas según el espacio natural y se clasifican por tierra, agua y aire. A continuación se describen las actividades que más se realizan en México.

### **Tierra**

- Caminata
- Espeleísmo
- Escalada en roca
- Ciclismo de montaña
- Rappel
- Cabalgata

### **Agua**

- Descenso en ríos
- Kayakismo
- Pesca recreativa

### **Aire**

Vuelo en globo

### 1.3.1.3 Turismo Rural

Esta categoría es considerada como la más humana del turismo alternativo, ya que da la oportunidad al visitante de interactuar y conocer la forma de vivir de las comunidades que habitan en un ambiente rural.

En el turismo rural, los turistas no son considerados sólo como personas que van a estar un día de paseo, sino que no son tomados en cuenta como parte activa de la comunidad. Durante su estancia los visitantes se instruyen y participan en la preparación de los alimentos habituales, aprenden lenguas y dialectos ancestrales, conocen la técnica que se aplica para la elaboración de artesanías, además del uso de plantas medicinales, y finalmente percibe y valora las creencias religiosas.

Por todo esto Gurría, M (1996) define turismo rural como: “el disfrute de un espacio turístico que se encuentra fuera de las poblaciones urbanas y constituye el espectro más amplio del turismo ecológico”

Fig. 4

Taller de introducción a la vida sostenible



Fuente: <http://www.blogdeturismorural.com> Recuperado Octubre de 2013

Entre las distintas actividades que se pueden realizar en este tipo de turismo se encuentran las siguientes:

- Etnoturismo
- Agroturismo
- Talleres gastronómicos
- Vivencias místicas
- Eco arqueología
- Talleres artesanales (Francisco Manuel ,2008)

#### **1.3.1.4 Turismo cultural**

El Turismo Cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" .El Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, son la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos. Aprovechando, la extensa y variada oferta cultural de México, SECTUR ha identificado varios subsegmentos que complementan la importancia del Turismo Cultural, entre los que destacan: El Turismo Religioso \* El Turismo Gastronómico \* El Turismo Idiomático. (Ripoll ,2006) Ver fig. 5

Fig. 5

### Turismo Cultural



Fuente: <http://www.portalunesco.org.com> Recuperado Octubre de 2013

#### 1.3.1.5 Turismo religioso

El turismo con motivos religiosos resulta ser un turismo fiel a los destinos de visita que los turistas tradicionales o con otras motivaciones. El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita.

Dentro de la gama de posibilidades de aprovechamiento de la actividad turística de carácter religioso, se pueden sumar la activación o reactivación de ciertas actividades como la artesanal. En otro contexto, el turismo religioso, puede representar alternativas de usos recreativos y de esparcimiento a la población local. Para lo cual se sugieren tres vertientes:

- **Recorridos a los Santuarios:** Muchos de ellos poseen un gran valor histórico cultural, que por falta de identidad y desconocimiento general de la población se ven

deteriorados en su patrimonio .Por lo que la posibilidad de crear recorridos recreativos para los turistas compuestos por temas de historia del arte, temas religiosos y arte popular, podrían incentivar la promoción de los sitios y a su vez preservar el patrimonio del lugar.

- **Recorridos por el Templos con Valor Histórico:** Bajo el mismo esquema anterior, considerando los temas de historia del arte y temas religiosos, se pueden sumar diferentes expresiones de arte como son: conciertos de música adecuada al tema, obras de teatros y obras de artes visuales.
- **Recorridos por Fiestas Populares:** Retomar la importancia de las fiestas populares, apoyaría a alimentar estas tradiciones y preservarlas como parte del patrimonio cultural intangible, que es parte del valor cultural de la región. (Haulot ,2002).

#### **1.4 Destino turístico**

Para Bull (1994) es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”. Otros autores (Cooper, 1993), definen el destino turístico como la “concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”. Esta última acepción resulta adecuada, ya que introduce un elemento dinámico en el concepto.

El destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. El desplazamiento es uno de los elementos determinantes de la experiencia turística. El lugar o enclave hacia el que se dirige puede estar dimensionado como núcleo turístico. (Organización Mundial de Turismo OMT ,2008)

## 1.5 Marketing Mix

Siguiendo lo establecido por Kotler (1988) se puede definir el Marketing Mix, como el “conjunto de herramientas de marketing que utilizan las empresas para conseguir sus objetivos comerciales con relación a un público objetivo”. La organización, en definitiva, busca conectar e influir en su público objetivo para que éste adquiera su producto y, para ello, entran en juego una serie de factores. Estas variables o factores que pueden ser controladas por la empresa para influir en la decisión del comprador son verdaderamente herramientas de marketing. Las comúnmente admitidas son las que estableció McCarthy, conocidas como las 4 P’s:

**Producto:** desarrollo del producto o servicio destinado a satisfacer las necesidades o los deseos de los consumidores.

**Precios:** decisiones destinadas a la fijación del precio del producto o del servicio, y la forma en que éste será administrado durante el proceso de comercialización.

**Plaza:** definir la forma en que dicho producto o servicio se hará llegar al mercado para que los clientes puedan adquirirlo.

**Promoción:** acciones de promoción tienen como finalidad el diseño de las campañas de publicidad y promoción de venta, destinadas a informar, motivar y estimular la compra del producto o servicio. (Acerenza, 2004)

Estos términos resumen las actividades de marketing que han de ser implementadas por la empresa, tras haber realizado el proceso previo de investigación de mercado, que es necesario para determinar las necesidades del público objetivo seleccionado.

### **1.5.1 Producto**

Un producto es cualquier bien o servicio que se ofrece a un mercado para uso o consumo y que satisface una necesidad, una carencia o un deseo. El concepto de producto incluye objetivos tangibles (productos), intangibles (servicios), personas, organizaciones o ideas.

El concepto de producto es mucho más que sólo los materiales que lleva, y un servicio es algo más que resultados. El producto debe ser el total de satisfactores psicológicos, físicos, estéticos y espirituales que se derivan de la compra y uso de consumo. Esto significa que un producto o servicio debe ser concebido desde una perspectiva global y no sólo por los elementos físicos que lo componen. Por tanto todo producto se forma con las siguientes tres partes:

- El núcleo del producto, que se compone de los elementos esenciales que lo constituyen. En otras palabras: el núcleo es lo que el consumidor o usuario está comprando.
- Los atributos del producto son las características adicionales de éste, que lo hacen atractivo psicológicamente y manejable. Estos atributos pueden ser la calidad, el empaque, el envase, el estilo y la marca.
- Los servicios adicionales, que pueden constar de garantía, crédito y entrega, si lo requiere: instalaciones, reparaciones y repuestos. (Eyssautier, 2000)

### **1.5.2 Precio**

El precio es el valor que se intercambia por productos en transacción de marketing. En la mayor parte de las situaciones de marketing el precio es muy evidente, y los compradores y

vendedores deben estar enterados del monto del valor que cada uno debe sacrificar con el fin de completar el intercambio.

Desde el punto de vista del consumidor, el precio es la diferencia entre la utilidad del mismo, la satisfacción de sus necesidades y la cantidad de dinero que tiene que darse a cambio de éste. Algunos de los determinantes adicionales a tomar en cuenta en la fijación del precio son la competencia existente en el mercado, los niveles tradicionales de precios, las cotizaciones del mercado y el grado en que el producto o servicio satisface una necesidad en el consumidor.

Los precios también se fijan por línea de producto, que son los grupos de artículos destinados a usos semejantes y con características físicas similares.

El precio final de venta se establece de acuerdo con el lugar de venta y con el consumidor final.

### **1.5.3 Distribución**

Kotler (1981) lo define como “las distintas actividades que se desarrollan para comunicar los méritos de los productos y persuadir a su público objetivo para comprar”.

Aunque se suele decir que el producto turístico es producido y consumido al mismo tiempo, en la experiencia turística existen canales de distribución, ya que previamente al consumo, el producto turístico debe estar disponible y debe ser accesible para el consumidor.

Cabe señalar las siguientes características en la distribución de la actividad turística:

- La actividad turística implica el acto de compra, el viaje del consumidor al destino y la participación del consumidor en los procesos de producción y consumo. Por lo

tanto, las técnicas de venta y el entorno en la que ésta se produce también forman parte de la experiencia turística.

- Debido a que los servicios no pueden ser almacenados para su consumo posterior y que las ventas realizadas son ventas que no pueden recuperarse jamás, la distribución en las estrategias de Marketing Mix adquiere un papel especialmente importante para hacer llegar el producto al segmento adecuado, en el momento adecuado.

En el sector turístico los principales distribuidores son los mayoristas o tour operadores, creadores de los paquetes turísticos; y los minoristas o agencias de viajes. (Organización Mundial de Turismo OMT ,2008)

## **1.6 Mercado**

En la práctica se conocen diferentes definiciones de mercado; éstas varían de acuerdo al área de conocimiento y a los criterios de los autores en la búsqueda de una definición adecuada. Desde el punto de vista de la economía, madre de la mercadotecnia, un mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes, y es en el mercado donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. Para efectos de la mercadotecnia, un mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Esta definición se complementa con los siguientes tres elementos:

- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades a cambio de una remuneración.

## **1.7 Segmentación de mercados**

La segmentación de mercados es el proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneo, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores.

Los elementos de cada submercado son similares en cuanto a preferencias, necesidades y comportamientos; por lo anterior, tiene que elaborarse un programa de mercadotecnia para cada uno de ellos.

Antes de segmentar un mercado deben realizarse estudios acerca de éste para determinar qué parte es potencial y dirigirse a ella con un producto específico. Probablemente exista algún segmento que no se haya cubierto o descubierto por lo que es necesario obtener información de sus características.

### **1.7.1 Proceso de segmentación de mercados**

El proceso implica:

- Conocer las necesidades del consumidor.
- Crear un producto y un programa de mercadotecnia para alcanzar ese submercado y satisfacer sus necesidades.
- Producir una variedad del mismo producto para cada segmento del mercado. (Cárdenas ,2008).

## **1.8 Marketing Turístico**

En la actualidad parece claro que el marketing de servicios, en el que se engloba el sector turístico, tiene unos fundamentos y objetivos claramente diferenciados a los del marketing de producto que se viene utilizando tradicionalmente en la industria de bienes de consumo.

Según Krippendorf (1991) el marketing turístico es la “adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado”.

Del análisis de esta definición se derivan las siguientes consideraciones fundamentales:

- Se deben elegir ciertos grupos de consumidores, esto es, segmentos de demanda que aun siendo diferentes sean compatibles entre sí para que la satisfacción sea óptima.
- El objetivo final debe ser económico, es decir, debe suponer un beneficio para la organización, ya sea en términos privados (rentabilidad económica) ya sea en términos públicos (efecto multiplicador en la economía de la zona) (Muñoz ,2010)

## **1.9 Mercado turístico**

Está formado por personas nacionales y extranjeras que requieren un servicio turístico y que pueden adquirir toda clase de productos en el territorio nacional. El turismo extranjero que

llega a la República Mexicana es una importante fuente de divisas. En este mercado se manifiesta un incremento en diferentes épocas del año, es decir, los servicios de transporte terrestre y aéreo, hoteles, restaurantes, etc., tienen más demanda en los meses de vacaciones escolares, navidad, fin de año y semana santa.

### **1.9.1 Investigación de Mercado**

La investigación de mercados es una función empresarial que emplea la información como elemento indispensable para llegar al conocimiento de la realidad del mercado y sus tendencias, para asegurar que la organización está gestionando sus recursos, que suelen ser limitados de la manera más eficiente posible y que realmente está creando servicios adecuados a las necesidades de los consumidores. Tales conocimientos luego son trasladados a la Dirección de Marketing de la empresa, para que se puedan tomar decisiones pertinentes en lo que concierne a sus responsabilidades. En este sentido Kotler, define la investigación de mercados como “el diseño, obtención, análisis y comunicación sistemáticos de los datos y hallazgos relacionados con un problema específico de marketing que afronta la compañía”

La empresa debe conocer previamente el entorno en la que está operando, donde coexisten elementos internos, como son, canales de distribución, los proveedores, etc., y elementos externos, tales como las características sociodemográficas de los consumidores, las tendencias, la competencia, etc. (Muñoz ,2010)

### **1.10 Producto Turístico**

Para tratar el tema, resulta fundamental, en una primera instancia, definir que se entiende por producto, en términos generales. El economista Juan Luis Colaiácouo comenta al respecto: “El concepto de producto constituye la base para cualquier elaboración científica que se

pretenda hacer en marketing”, “En una concepción amplia, producto constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes y consumidores”. En un análisis final, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de éste producto.

El producto turístico se compone por:

- Producto
- Atractivos
- Facilidades
- Accesibilidad

Fuente: Cárdenas (2009)

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viajes y en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas. Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión o automóvil. Los tres componentes del producto turístico reflejan claramente por lo cual constituye un error realizar su promoción por separado ya que en el fondo implica desintegrar el producto. Por tanto se defino al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor, al que se le llama turista. (Cárdenas ,2009)

### **1.11 Oferta Turística**

Ésta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consume”.

En un destino turístico la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen que se genera del destino etc.

### **1.12 Demanda turística**

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Mathieson y Wall (1995) ofrecen una definición con connotaciones geográficas: “El número de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual.”

Esta definición es bastante amplia, ya que incluye tanto a los que viajan como a los no lo hacen por alguna razón. Cooper, basándose en esta distinción, clasifica la demanda turística en dos grandes grupos:

La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.

La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquellos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc). (Organización Mundial de Turismo OMT ,2008)

### **1.13 Comunicación**

Una vez que se definen las estrategias sobre la estructuración del producto, los servicios a implantar, los canales de mercadeo y el precio al que se ofertarán, sólo resta definir las estrategias de comunicación por las cuales se darán a conocer al segmento de mercado meta, los beneficios del producto turístico.

La estrategia de comunicación se basa principalmente en dar a conocer y acercar al segmento de mercado meta con la oferta de los productos, mediante la utilización de diversos medios.

Dentro de todo esquema de comunicación podemos identificar cuatro elementos muy importantes para lograr un impacto sobre el mercado meta.

#### **1.13.1 Los objetivos de comunicación**

Una vez que se ha evaluado la percepción del consumidor frente al producto ofertado, se debe decidir qué respuesta se requiere del mercado meta.

Al analizar la audiencia, se debe considerar la evaluación que tiene el mercado meta sobre los destinos, los productos y las organizaciones, debido a que el consumidor condiciona en gran medida su elección dependiendo de la percepción que de aquellos tenga. (Secretaría de Turismo SECTUR ,2009)

### **1.14 Ventaja Competitiva**

La ventaja nace de muchas actividades discretas que se ejecuta al diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar un producto. Cada una de ellas contribuye a su posición relativa en costos y sienta las bases de la diferenciación.

Para analizar las fuentes de la ventaja competitiva se necesita un medio sistemático de examinar todas las actividades que se realizan y su manera de interactuar, la cadena de valor es la herramienta básica para ello. La diferencia que muestran las cadenas de valor de las empresas en una industria reflejan su historial, sus estrategias y éxito en la instauración. El hecho de atender sólo a un segmento de la industria permite adaptar la cadena de valor a ese segmento, reduciéndose así los costos o diferenciándose la atención que se le da a la competencia.

Por último, puede lograrse una ventaja competitiva mediante las interrelaciones cuando se compite en industrias afines provistas de cadenas coordinadas de valores. Requiere la coordinación de cadenas de valores con los socios, ampliando así el alcance efectivo de la cadena. Porter (2006)

### **1.15 Calidad**

Los consumidores de productos y servicios relacionados con el turismo están cambiando significativamente. En su comportamiento influyen nuevos valores, como el respeto por el medio ambiente o la búsqueda de experiencias auténticas. En definitiva, los turistas son a la vez más exigentes y más libres a la hora de elegir.

En este marco las organizaciones y los destinos turísticos deben centrarse en ser competitivos. Ante las duras condiciones del entorno turístico perfiladas por la Nueva Era del Turismo, la Calidad Total la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores.

Así el concepto moderno de calidad comúnmente aceptado puede definirse como “la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido y percibido.

Asimismo, en función del grado de satisfacción que pueden aportar los atributos de un producto o servicio, la calidad tiene dos dimensiones: calidad obligatoria y calidad atractiva. La calidad obligatoria se refiere a aquellos aspectos que son esperados por el cliente; si no los encuentra, se siente insatisfecho. La calidad atractiva, por el contrario, hace referencia a los aspectos que van más allá de lo esperado y que sorprenden al cliente; pero, si no se dan, no se siente defraudado.

Implementar la Calidad Total en el turismo requiere observar cuidadosamente las características de éste sector. Por tanto, hablar de calidad en turismo puede hacerse bien desde una perspectiva individual (calidad del entorno físico, calidad de un hotel, calidad de los servicios públicos, etc.) o desde una perspectiva general (calidad del transporte aéreo, calidad de un destino turístico, etc.) la mejora de la calidad de los aspectos físicos del turismo no difiere mucho de otras industrias; se trata de cumplir con especificaciones como salubridad

del agua, limpieza del aire, higiene de las instalaciones, de conservación del entorno, el nivel de polución la contaminación acústica, la calidad de los restaurantes. (Ramírez ,2008)

### **1.16 Competitividad**

La competitividad, entendida como la capacidad para vender un producto en un mercado en el cual existen otros similares, y sostener a dicho cliente en el tiempo, engloba el potencial de la empresa desde un aspecto principalmente mercadotécnico. Esto es, una empresa con un área mercadotécnica creativa, ágil, moderna y actualizada, será capaz de desplazar un producto aun cuando éste no sea de buena calidad, ni se haya creado un uso eficiente de los recursos, y por tanto su precio de venta sea más elevado. Dependerá tan sólo de sus aspectos publicitarios, sus esquemas de distribución y estrategias de atención al cliente, así como las características competitivas del mercado.

La competitividad es un concepto y una práctica que se establece en función de la existencia de competidores; consiste en la capacidad de un sector para mantener y aumentar su participación en el mercado, en términos de volumen y/o de ingresos. La competitividad resulta de un conjunto de esfuerzos que conducen al sector a una posición favorable sostenida en los mercados.

La competitividad actual también está determinada por la capacidad de integración del sector turismo, para crear sinergias que potencien sus estrategias en el contexto de mercados globales en los que es muy difícil obtener logros actuando por separado.

En otro campo, la competitividad actual no está influida solo por la importancia de los atractivos, como sucedía anteriormente, sino por el valor agregado que se le incorpora en

términos de tecnología de gestión, de actividades y de la relación precio-valor. (Mercado ,2009)

### **1.17 Guía de turistas especializado**

Un guía de turistas especializado es una persona física que proporciona al turista nacional o extranjero orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, puede prestar sus servicios en actividades específicas, ya que tiene conocimiento y/o experiencia acreditable sobre las mismas.

Fig. 6

Guía de turistas



Fuente: <http://www.gtocapital.gob.mx> Recuperado Octubre de 2013

Las nuevas tendencias de la demanda turística de aventura exigen contar con guías altamente capacitados, en este sentido la Norma Oficial Mexicana NOM-09-TUR-2002, previene esquemas definidos para la obtención de la credencial de reconocimiento, considerando en la formación de guía la necesidad de reconocer los niveles mínimos de

seguridad, información y respeto al medio ambiente, al patrimonio natural y cultural, con lo que los turistas deben desarrollar estas actividades y de las cuales el guía de turistas forma parte.

#### **1.17.1 Actividades especializadas**

Los guías de turistas se podrán especializar en varias actividades, para ello deberán presentar los debidos requisitos para cada actividad y los que de forma general se establecen en la NOM-09-TUR-2002, para poder desempeñarse de manera adecuada.

## CAPITULO 2

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Planteamiento del Problema

El municipio de Jonotla localizado en la Sierra Norte, colinda con los Pueblos Mágicos Zacatlán y Cuetzalán con los cuales comparte características similares en cuanto a clima, relieve, naturaleza y gastronomía, lo que permite potencializar el sector turístico del municipio. Sin embargo la cercanía con los mismos presenta, una gran desventaja, puesto que la captación de turistas es percibida en su gran mayoría por estos dos municipios, enfocando todo el apoyo por parte del sector público hacia estos lugares.

Existe una falta de competitividad por parte de los prestadores de servicio, derivada de la falta de promoción para dar a conocer el municipio, siendo esta exclusiva para la promoción de la feria patronal del mismo, debido a que por dicho evento acude un número de turistas en un lapso de 2 a 3 días durante el mes de octubre, que podría multiplicarse a lo largo del año si se llevarán a cabo acciones de promoción sin embargo haciendo a un lado éste evento, no se hace algún esfuerzo por invitar a las personas a conocer los atractivos de Jonotla.

Todo esto se convierte en un efecto multiplicador, si el turismo no conoce el lugar, por consecuente las rutas de acceso no son adecuadas para su uso, y por tanto las líneas de autobuses que tienen acceso directo al municipio son escasas, e incluso se puede afirmar que para arribar al municipio es necesario hacer escala en municipios cercanos. Los servicios de

hospedaje y alimentación no cuentan con los lineamientos necesarios para ofrecer un servicio de calidad a los turistas, los pobladores aún no se han percatado de todos los beneficios que conlleva el desarrollo de ésta actividad económica, ya que muestran una actitud poco accesible hacia los turistas que visitan por primera vez el municipio, y esto impide llevar con éxito una visita por sus alrededores y atractivos y es difícil lograr que pernocten en Jonotla debido a que no se cuenta con la infraestructura adecuada, y en cuanto a los alimentos solo existen fondas de higiene dudosa, aunado a esto no existen actividades recreativas que permitan una derrama económica por parte de los turistas.

### **2.1.1 Descripción del objeto**

Conocer las acciones que se están llevando a cabo en materia de promoción para difundir la riqueza natural y cultural del municipio, así como, tendencias en los turistas, estadísticas en cuanto a llegadas y promedio de estancias de los turistas, condiciones en las que se encuentran los establecimientos de alojamiento y alimentos, el estado de las rutas de acceso, para así lograr el desarrollo de un inventario que permita conocer la infraestructura turística y atractivos naturales y culturales del municipio a fin de analizar el grado óptimo de su situación para llevar a cabo la práctica del turismo en sus diferentes ramas.

### **2.1.2 Preguntas de investigación**

¿Se cuenta con algún inventario que permita conocer la infraestructura de Jonotla?

¿Existen vías de acceso adecuadas?

¿Jonotla cuenta con la infraestructura hotelera y restaurantera necesaria?

¿Los recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio son lo suficientemente atractivos para desarrollar la actividad turística?

Los habitantes de Jonotla así como los prestadores de servicio ¿están conscientes de la importancia del turismo como factor de desarrollo para la comunidad?

## **2.2 Justificación**

El turismo se está convirtiendo rápidamente en una de las mayores actividades económicas del mundo, muchos países están empezando a reconocer los beneficios que el turismo puede aportar a sus economías. Sin embargo el turismo de masas ha demostrado tener efectos negativos por falta de planificación en los destinos se deterioran los recursos naturales y culturales, se produce contaminación. Por fortuna, hoy en día existen nuevas tendencias de desarrollo turístico, tal es el caso del turismo alternativo.

A través del desarrollo de un inventario se podrá conocer las condiciones en las que se encuentra los hoteles del municipio y su capacidad de alojamiento, de los establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas, y de los atractivos naturales y culturales propios de Jonotla, a fin de detectar el grado de competitividad del municipio para llevar a cabo actividades cuyo detonador principal sea el turismo.

Por otro lado, la práctica de ésta actividad contribuye a la creación de un marco favorable para la competitividad del destino mediante la estimulación y apoyo para la creación de pequeñas empresas, cuyo resultado será favorable, viéndose reflejada en la oportunidad de otorgar empleos a la comunidad, sin correr el riesgo de una pérdida de identidad, ya que lo que se pretende es justamente la conservación y preservación de su riqueza cultural, a través de la enseñanza de sus tradiciones, dialecto y de aquellas

características que en conjunto forman su identidad, a los turistas que visiten Jonotla. (SECTUR ,2010)

Este proyecto la herramienta dará lo posibilidad de analizar las condiciones en las que se encuentra el municipio de Jonotla en el ramo turístico, es decir nos permitirá examinar la capacidad hotelera que tiene y de igual forma conocer las aptitudes de servicio del personal y las características de las instalaciones ya que al realizar la investigación para este proyecto será indispensable observar con detenimiento este tipo de detalles. Así mismo se examinara los establecimientos que ofrezcan el servicio de alimentos y bebidas, en si se investigara si cuenta con las instalaciones, atractivos turísticos y los servicios necesarios para ofrecer a los visitantes una opción más como destino turístico.

Es esta investigación que dará la pauta para conocer el potencial turístico del que dispone en el municipio de Jonotla, Puebla.

### **2.3 Hipótesis**

Mediante la elaboración de un proyecto basado en la creación de un inventario turístico, que permita establecer el potencial turístico del municipio de Jonotla, se podrán determinar estrategias para que aumente la afluencia turística y por lo tanto la derrama económica beneficiando directamente a los habitantes al mejorar su nivel de vida.

### **2.4 Objetivo General**

Diseñar un inventario turístico que permita establecer el potencial turístico de Jonotla, Puebla a través de un análisis cualitativo y cuantitativo de los elementos que hacen posible la práctica del turismo.

### **2.4.1 Objetivos Específicos**

- Identificar atractivos culturales y naturales propios del municipio a los que sea recomendable ser visitados.
- Observar de manera indirecta el comportamiento por parte de los habitantes, en particular de los prestadores de servicio para con los visitantes.
- Conocer la opinión que tienen los visitantes acerca de las rutas de acceso al municipio, el medio por el cual conocieron el lugar, la percepción que tienen del trato brindado por los habitantes y la opinión que tienen sobre los lugares atractivos del municipio.
- Realizar un recorrido sistemático que permita reconocer: hoteles, fondas, restaurantes, hospitales, atractivos, todo aquello que sea indispensable para desarrollar el turismo en el municipio.
- Conocer la opinión de algún prestador de servicio sobre la situación en la que se encuentra posicionado turísticamente Jonotla.

### **2.5 Marco científico de la investigación**

A continuación se mencionan los métodos y tipos de investigación que se utilizarán en el desarrollo de este proyecto.

#### **2.5.1 El concepto de método**

Etimológicamente, la palabra método proviene del término griego *methodus* que significa el cambio hacia algo. Vulgarmente se entiende por método al modo de decir o hacer con orden una cosa: regla o norma. En un sentido general, la palabra método puede significar la ruta o camino que sigue para alcanzar cierto fin que se haya propuesta de antemano.

## **2.5.2 Concepto de metodología**

La palabra metodología tiene varias definiciones y significados:

Metodología es un cuerpo de conocimientos que describe y analiza los métodos, indicando sus limitaciones y recursos, clarificando sus supuestos y consecuencias y considerando sus limitaciones para los avances de la investigación. Por tanto el objetivo de la metodología es el mejoramiento de los procedimientos y los criterios en la conducción de la investigación científica.

## **2.5.3 Los métodos específicos**

Son aquellos que se utilizan dentro del proceso de investigación científica y que, en algunos casos, pueden ser también empleados de manera interdisciplinaria, pueden utilizarse al inicio de un proceso de investigación científica, tanto en las ciencias naturales como en las ciencias sociales.

### **2.5.3.1 Método de observación**

Observar es la acción de mirar detenidamente una cosa para asimilar en detalle la naturaleza investigada, su conjunto de datos, hechos y fenómenos. En las ciencias naturales, la observación se puede limitar al laboratorio. En las ciencias sociales, el objetivo de estudio es la observación de las conductas del ser humano en sociedad. Dentro de este método, se presentan algunos tipos de observación:

### **2.5.3.2 Investigación de campo**

La investigación de campo es aquella en la que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador; el cual recoge directamente los datos de las conductas observadas. A su vez se divide en:

#### **2.5.3.3 Observación directa**

La observación directa consiste en interrelaciones de manera directa con el medio y con la gente que lo forman para realizar los estudios de campo. El convivir con los grupos sociales otorga material de estudio para el trabajo.

#### **2.5.3.4 Observación indirecta**

La observación indirecta consiste en tomar nota de un hecho que sucede ante los ojos de un observador, midiendo el comportamiento externo del individuo en sociedad. La investigación de mercados utiliza la observación indirecta para medir el comportamiento de los consumidores ante estímulos dados, como productos nuevos, anuncios, carteles o colores vistosos.

#### **2.5.3.5 Método cuantitativo**

Este método usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Tiene las siguientes características.

- a) Plantea un problema de estudio delimitado y concreto.
- b) Una vez planteado el problema, se revisa lo que se ha investigado anteriormente, a esta actividad se le conoce como revisión de la literatura.

- c) Sobre la base de la revisión de la literatura, se construye un marco teórico (la teoría que habrá de guiar el estudio).
- d) De esta teoría deriva una hipótesis (cuestiones que van a probar si son ciertas o no).
- e) La hipótesis se somete a prueba, mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados. Si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con éstas, se aporta evidencia en su favor. Si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas explicaciones.
- f) Para obtener tales resultados, se recolectan datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que se estudian y analizan mediante procedimientos estadísticos. Este conjunto de pasos, es denominado proceso de investigación cuantitativo.

#### **2.5.3.6 Observación cuantitativa**

La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiestos. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Puede servir para determinar la aceptación de un grupo de respecto a su profesor, así como para analizar conflictos familiares, eventos masivos, la aceptación de un producto en un supermercado, el comportamiento de deficientes mentales, etcétera.

Los pasos para construir un sistema de observación son:

1. Definir con precisión el universo de aspectos, eventos o conductas a observar. Por ejemplo, si nuestro interés es conocer los recursos con que cuentan las escuelas de un distrito escolar, debemos definir lo que concebimos como “recurso escolar”.

Un universo sería el comportamiento verbal y no verbal de un grupo de alumnos durante un semestre. Otro universo serían las conductas de un grupo de trabajadores durante sus sesiones en círculos de calidad o equipos para la calidad.

2. Extraer una muestra representativa de aspectos, eventos o conductas a observar.  
Un repertorio suficiente de conductas para observar.
3. Establecer y definir las unidades de observación. El concepto de unidad de análisis es el mismo en la recopilación y en el análisis de contenido, sólo que en la observación se trata de conductas, eventos o aspectos.
4. Establecer y definir las categorías y subcategorías de observación. Estas categorías son similares a las definidas para el análisis de contenido. Y la observación también consiste en asignar unidades a categorías y subcategorías de observación.

#### **2.5.3.7 Método estadístico**

Este método particular, que también se maneja como técnica de investigación, se utiliza para recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos y de su posterior organización, análisis e interpretación. La utilidad de este método se concentra en el cálculo del muestreo y en la interpretación de los datos recopilados.

#### **2.5.3.8 Método descriptivo**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o

componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos.

Los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren. Desde luego, pueden integrar las mediciones o información de cada una de las variables o conceptos para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés; su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas.

Así como los estudios exploratorios se interesan fundamentalmente en descubrir y prefigurar, los descriptivos se centran en recolectar datos que muestran un evento, una comunidad, un fenómeno, hecho, contexto o situación que ocurre.

En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se va a medir o sobre qué se habrán de recolectar los datos. Aunque a veces, sobre todo en las investigaciones cualitativas, durante el trabajo de campo surgen nuevos tópicos o situaciones sobre los cuales es imperativo recabar información. Asimismo, es necesario especificar quiénes deben estar incluidos en la medición, o recolección o qué contexto, hecho, ambiente, comunidad o equivalente habrá de describirse. La descripción puede ser más o menos profunda, aunque en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito, o en la recolección de datos sobre éste y su contexto o en ambos aspectos.

Los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de predicciones o relaciones aunque sean poco elaboradas.

### **2.5.3.9 Método cualitativo**

El enfoque cualitativo, a veces referido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Sus características más relevantes son:

- a) Se plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido.
- b) Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación.
- c) Bajo la búsqueda cualitativa, se comienza examinando el mundo social y en este proceso se desarrolla una teoría coherente con lo que se observa, con frecuencia denominada teoría fundamentada. Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general.
- d) El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados. No se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico. La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. Se realizan cuestiones generales y abiertas, se recaban datos expresados a través del lenguaje escrito y verbal, así como visual, se describen y analizan, convirtiéndolos en temas, esto es, conduce a la indagación de una manera subjetiva.

- e) Se necesita conocer o tener la mayor cantidad de información sobre la realidad objetiva. Se necesita conocer la realidad del fenómeno y también los eventos que lo rodean a través de sus manifestaciones.

### **2.5.3.10 Método exploratorio**

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes. Por ejemplo, si alguien desea investigar lo que opinan los habitantes de alguna ciudad sobre su nuevo alcalde o gobernador, y cómo piensa resolver los problemas de ella, revisa la literatura y encuentra que se han hecho muchos estudios similares, pero en otros contextos (otras ciudades del mismo país o del extranjero)

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinadas áreas para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y .

Esta clase de estudios son comunes en la investigación sobre en situaciones donde existe poca información. Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el “tono” de

investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas. Se caracterizan por ser correlacionales o explicativos. Asimismo, implican un mayor riesgo y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

Las investigaciones cualitativas con frecuencia se asocian con los estudios exploratorios.

#### **2.5.3.11 Método Lógico Deductivo**

Se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:

- a. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya.
- b. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos que la fórmula de la velocidad es  $v=e/t$ , podremos calcular la velocidad de un avión. La matemática es la ciencia deductiva por excelencia; parte de axiomas y definiciones. (Eyssautier ,2008)

#### **2.5.4 Tipos de investigación**

Existen varios tipos de investigación, en los siguientes puntos se describen los métodos de investigación utilizados en este proyecto.

##### **2.5.4.1 Investigación No Experimental**

La investigación no experimental es una investigación parteaguas de un gran número de estudios cuantitativos, cualitativos y mixtos, incluyendo las biografías y los estudios de caso.

La investigación no experimental, son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural, para después analizarlos. En un estudio experimental los sujetos pertenecen a un grupo o nivel determinado de la variable independiente por autoselección.

La investigación no experimental es investigación sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural.

#### **2.5.4.2 Tipos de diseño no experimental**

Se clasifican en distintas categorías: por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo, en los cuales se recolectan los datos.

En alguna ocasiones la investigación se centra en: a) analizar cuál es el nivel, estado o la presencia de una o diversas variables en un momento dado; b) evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo, y c) determinar o ubicar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento. En estos casos el diseño apropiado es el transversal. Ya sea que su enfoque sea cuantitativo cualitativo o mixto; y su alcance inicial o final sea exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo.

Otras veces, en cambio, la investigación se centra en: a) estudiar cómo evolucionan una o más variables o las relaciones entre ellas, y b) analizar los cambios a través del tiempo de un evento, una comunidad, un fenómeno, una situación o un contexto. En situaciones como ésta el diseño apropiado es el longitudinal.

Dicho de otro modo, los diseños no experimentales se pueden clasificar en transeccionales y longitudinales.

#### **2.5.4.3 Investigación transversal**

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Puede abarcar varios grupos o subgrupos de persona, objetos o indicadores, así como diferentes comunidades, situaciones o eventos.

#### **2.5.4.4 Diseño transeccionales exploratorios**

El propósito de estos diseños es comenzar a conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación, una variable o un conjunto de variables. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos, y constituyen el preámbulo de otros diseños (Sampieri ,2009)

#### **2.5.5 Método de encuesta**

El método de encuesta consiste en someter a un grupo o aun un dividuo a un interrogatorio, invitándoles a contestar una serie de preguntas de un cuestionario. Éstas son cuidadosamente preparadas con el problema que se investigan y las hipótesis que se quieren comprobar. Las respuestas son reflejadas en el mismo cuestionario.

- a) Encuestas de hechos. Este tipo de encuestas está formado por preguntas que requieren de respuestas de hechos concretos, previamente, determinados, limitándose el encuestador a transcribir fielmente las respuestas otorgadas por el encuestado.

- b) Encuestas de opiniones. Para este tipo de encuestas el entrevistado debe reflejar su postura, opinión o juicio respecto a un tema determinado.

### **2.5.6 El cuestionario**

Un cuestionario es definido como una hoja de cuestiones o preguntas ordenadas y lógicas que sirven para obtener información objetiva de la información. Las características que debe contener cualquier cuestionario de investigación son las siguientes:

1. Deberá contener una introducción apropiada y una explicación breve de su finalidad.
2. Iniciar con preguntas que interesen al encuestado y que capten su atención.
3. Las primeras preguntas deben ser sencillas.
4. Las preguntas estarán en una secuencia lógica.
5. Las preguntas abiertas dan la opción de contestar ampliamente al encuestado.
6. Las preguntas cerradas no dan opción de contestar ampliamente; éstas son opciones dadas entre alternativas.
7. Evitar preguntas ambiguas y confusas. (Rocha ,2001)

### **2.5.7 La entrevista**

La entrevista es un intercambio conversacional entre dos o más personas con la finalidad de obtener información, datos o hechos sobre el problema y la hipótesis. La entrevista puede ser estructurada o informal.

La entrevista estructurada o dirigida es aquella que requiere de una serie de preguntas preparadas de antemano por el entrevistador; la entrevista deja la iniciativa total al entrevistado, permitiéndole que se manifieste en forma espontánea. Este método tiene la finalidad de obtener información de primera mano sobre el problema a investigar y las hipótesis que hay que comprobar. Estas entrevistas son aplicadas tanto a los directivos de la organización, como también al personal clave.

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO DE CASO: JONOTLA, PUEBLA

#### 3.1 Toponimia

Se compone de las radicales náhuatl Xonotl, jonote (corteza correosa), y Tla, desinencia abundancial, significa "donde abunda el jonote".

Fig. 7

Escudo de Jonotla



Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Jonotla> Recuperado Enero de 2014

##### 3.1.1 Xonotla en la historia

Las relaciones geográficas ordenadas por el Rey de España en el siglo XVI, nos relatan que Xonotla fue conquistado en el año 1180 por un guerrero llamado IXOCELOTL nombre que en idioma náhuatl significa “Cara de Tigre”.

Desde la época prehispánica Xonotla reunió en su población habitantes de origen náhuatl y totonaco, lo que dio al lugar características únicas. Durante la época Colonial el Corregidor en turno ejercía el poder de acuerdo con el gobernador de Naturales ya que los

habitantes originarios únicamente obedecían a su Señor. La descendencia de IXOCELOTL llegó de acuerdo a los documentos en el Archivo Histórico de Xonotla hasta los años de 1600. Estos archivos señalan que en 1592 el territorio Xonoteco correspondía desde Hueytamalco y Tenampulco hasta el hoy Tetela de Ocampo.

### **3.2 Aspectos geográficos**

A continuación se mencionaran los aspectos geográficos del municipio de Jonotla tales como: extensión, clima, condiciones orográficas e hidrográficas etc.

#### **3.2.1 Extensión**

Tiene una superficie de 73.99 kilómetros cuadrados que lo ubica en el lugar 144 con respecto a los demás municipios del Estado.

#### **3.2.2 Orográficas**

Jonotla se localiza en un enclave muy cercano al estado de Veracruz, en la Sierra Norte de Puebla, esta provincia consiste fundamentalmente en un conjunto de sierras formadas por estratos plegados.

La población de Jonotla, a 990 msnm, está asentada en la parte alta de un pliegue de orientación norte-sur, de pendiente moderada con lados fuertemente accidentados, y presenta una formación –el Peñón- muy peculiar producto de una falla normal que corre de norte a sur, desde Buenavista, pasando bajo Ecatlán, en la parte este el pueblo de Jonotla y termina en Tepetitlá.

### **3.2.3 Hidrográficas**

El municipio pertenece a la vertiente septentrional del estado de Puebla, formada por las distintas cuencas parciales de los ríos que desembocan en el Golfo de México, y que se caracteriza por sus ríos jóvenes e impetuosos, con una gran cantidad de caídas, destacan los siguientes: El río Apulco en el territorio de San Antonio Rayón, cuya cuenca inicia desde Lázaro Cárdenas, Tlaxcala, en las cercanías de Apizaco, pasando por Ixtacamaxtitlán, Xochiapulco, Zacapoaxtla y Cuetzalan, donde se formó el embalse de la presa La Soledad, y sigue su curso hasta unirse con el río Zempoala.

### **3.2.4 Clima**

El municipio se ubica en la transición climática de los templados de la sierra norte y los cálidos del declive del golfo, presenta dos climas:

- ✓ Clima semicálido subhúmedo con lluvias todo el año
- ✓ Clima cálido húmedo con lluvias todo el año

### **3.2.5 Ecosistema**

La flora está compuesta por especies como el chalahuite, jonote, sangre de grado, encino, carboncillo, cedro, caoba y una gran variedad de arbustos de hoja perenne. Cuenta con una variedad abundante de helechos, inclusive arborescentes, orquídeas, camelias, azucenas y tulipanes.

La mayor parte del territorio presenta cafetales, así como áreas reducidas de pastizal cultivado y áreas aún más pequeñas donde se siembra maíz.

Jonotla cuenta con una amplia variedad de especies como son: armadillo, jabalí, zorrillo, marto, coyote, tejón, conejo, ardilla, palomas, chachalacas, pájaros varios y de vistosos colores, reptiles como: coralillo, nauyaca, mazacuate, voladora, acuática, trucha, bagre, langostino, pez bobo, acamaya, entre otros. Ver fig. 16

### **3.2.6 Evolución demográfica**

El municipio cuenta de acuerdo al Censo de Población 2010 del INEGI, con 4,559 habitantes, con una densidad de población de 71 habitantes por kilómetro cuadrado y una tasa de crecimiento anual de 2.36%. Se calcula que para el año 2020 la población ascienda a 5,865 por lo que tendrá una densidad de 79 habitantes por kilómetro cuadrado.

Cuenta con un índice de marginación de 0.926 por lo que es considerado como alta, por lo que se ubica en el lugar 54 con respecto a los demás municipios del estado. Tiene una tasa de natalidad de 28.4 por ciento, una tasa de mortalidad de 5.5 por ciento y una tasa de mortalidad infantil de 38.8 por ciento.

De acuerdo a los resultados que presenta el II Censo de Población y Vivienda del 2005, el municipio cuenta con un total de 4,678 habitantes.

### **3.2.7 Religión**

La religión predominante es la católica (95%), seguido de la religión evangélica o protestante (5%).

### 3.3 Localización

El municipio de Jonotla se localiza en la parte noreste del estado de Puebla. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 20° 01' 24" y 20° 09' 12" de latitud norte y 97° 26' 54" y 97° 36' 00" de longitud occidental.

Fig. 8

Localización de Jonotla



Fuente: <http://www.e-local.gob.mx/puebla/municipios/21158.html> Recuperado enero de 2014

#### 3.3.1 Colindancias

- ✓ **Al Norte:** con Tuzamapan de Galeana.
- ✓ **Al Este:** con Cuetzálán del Progreso,
- ✓ **Al Sur:** con Zoquiapan y Nauzontla.
- ✓ **Al Oeste:** con Caxhuacan y Huehuetla. Ver fig. 9

Fig. 9

Mapa de Jonotla



Fuente: <http://www.verfotosde.org/mexico/mapa.php?Jonotla&id=1591> Recuperado enero de 2014

### 3.3.2 Accesibilidad

De Puebla y la Ciudad de México, viajamos por la autopista Amozoc – Perote, cercana a la ciudad de Oriental encontraremos la bifurcación que indica Teziutlán y en esa dirección encaminamos nuestros pasos hasta salir a la ciudad de Zaragoza, seguimos los señalamientos rumbo a Zacapoaxtla en esta ciudad comienza la Sierra, continuamos en dirección a Cuetzalan y al llegar al punto llamado Equimita los diversos señalamientos indican Jonotla, apenas iniciado el camino se advierte el imponente Peñón y el Santuario de las Dos Culturas morada de Santa María de Guadalupe.

Visitantes provenientes del vecino Estado de Veracruz, encontrarán dos rutas, la primera por la ciudad de Martínez de la Torre a Teziutlán y por la autopista hasta Zaragoza, la segunda viniendo de Tuxpan, Poza Rica y Papantla por carretera federal desde el Chote hasta Zozocolco de Guerrero y de este punto en 35 minutos estarán en Xonotla.

### **3.4 Atractivos culturales**

Iglesia dedicada a la Virgen de Guadalupe. Templo reciente, con la imagen sobre piedra de la Virgen de Guadalupe, cuya aparición el 22 de octubre se festeja cada año.

Iglesia dedicada a San Juan Bautista en Jonotla. Templo Religioso del siglo XVI, cuyo diseño es semejante a los que ordenó Felipe II en aquella época, pues la Torre del Campanario está separada de la bóveda unos 25 metros frente a la puerta de la entrada, justo en donde termina el atrio.

Santuario del Peñón, ubicado a unos 400 metros del centro de la cabecera municipal. El Palacio municipal con sus murales y la Casa de la Cultura que en su interior se encuentra el Museo de Restos Fósiles Marinos.

#### **3.4.1 Grupos étnicos**

El grupo étnico que predomina es el náhuatl seguido del totonaco. De acuerdo a los resultados que presenta el II Censo de Población y Vivienda del 2005, en el municipio habitan un total de 2,535 personas que hablan alguna lengua indígena.

#### **3.4.2 Fiestas y tradiciones**

- El 24 de junio se celebra la fiesta patronal en honor a San Juan Bautista de Jonotla
- El 22 de Octubre en Jonotla se festeja la fiesta con motivo de la aparición de la Virgen de Guadalupe en el cerro del peñón (22 de octubre de 1922): hay celebraciones religiosas, feria popular, fuegos artificiales, baile, música y danzas típicas”.

- Día de Muertos de acuerdo a la tradición las familias preparan la comida de sus difuntos para que disfruten de ella durante su visita en estos días.
- El 12 de diciembre, fiesta en honor a nuestra Santísima Virgen de Guadalupe, hay celebraciones religiosas y peregrinaciones de la región y estados vecinos.

### **3.4.3 Artesanías**

Tejido de figuras con jonote, huacales, maceteros, canastas, fruteros, servilleteros, sonajas, collares de semillas, figuras de madera, cera artesanal, llaveros tejidos, diademas, cigarreras, figuras de hoja de totomoxtle.

### **3.4.4 Gastronomía**

- Mole de olla
- Tamales en hoja de papatla
- Torta de haba
- Exkijit
- Chilpozonte de pollo, res o puerco
- Acamayaz
- Cecina húmeda con frijoles con xocoyoles

### **3.5 Atractivos naturales**

Cerro el mirador, ubicado aproximadamente a 1 kilómetro de la cabecera municipal; las cascadas y los ríos que delimitan a Jonotla con los pueblos de su alrededor como son el río Tozan, Apulco, Ixtacatl y Poscoyón.

Grutas de Tepetitlán se descubren hace 90 años que anteriormente los vecinos, por las creencias pensaban que adentrarse a una cueva se encontraba el mal, por lo que hasta hace 50 años fue más explorada en la actualidad es sorprendente admirar esta gruta que cuenta con 3 salas el recorrido es de 250 mts. Aproximadamente esta gruta continuaba pero hubo un derrumbe el cual impide la continuación de mencionada gruta, en esta gruta encontramos estalactitas, estalagmitas, estalactitas excéntricas, estalactitas tipo bandera, columnas, las diferentes formaciones que no se imagina uno que hay en las entrañas de la tierra. Estas grutas son de fácil acceso se encuentran en la comunidad de Tepetitlán, Jonotla, Pue a 50 metros de la población

La cueva del poscoyón se ubica en la parte norte del municipio colindando con el guayabal, zoquiapan, a un costado de la carretera federal equimita- tuzamapan, de la carretera a unos 200 metros encontramos esta atractiva cueva que en su interior fluye el río del poscoyón, internamente se pueden admirar figuras caprichosas, como un extraterrestre petrificado, un espejismo, una caída de agua, y las caprichosas formaciones hechas por el agua.

### **3.6 Infraestructura turística**

El municipio cuenta con un gran potencial como un centro turístico en virtud de que cuenta con un pasado que se guarda dentro del municipio sitios históricos. Actualmente, en el Peñón

de Jonotla está uno de los santuarios de rituales indígenas más significativos de la Sierra. Cuenta con bellezas naturales como grutas, ríos, espacios naturales, cumbres y espacios con vistas únicas.

Esta administración considera que es muy posible lograr un proyecto Ecoturístico que proyecte a Jonotla y que genere empleos que tanta falta hacen.

Figura 10  
Carretera hacia Jonotla



Fuente: Elaboración propia el 14 de febrero de 2014

### **3.7 Actividades turísticas que se realizan**

En la localidad de Jonotla no se realizan actividades turísticas como tal, pues no existe ninguna empresa privada que realice algunos recorridos por el municipio o lleve a cabo actividades ecoturísticas o de turismo rural o de aventura que por la geografía del lugar se pueden realizar.

Tampoco el Gobierno Municipal ha llevado propuestas para impulsar más el turismo y para que la comunidad sea más competitiva.

Las únicas actividades turísticas que se podrían tomar en cuenta que existen en Jonotla son sus fiestas. Aunque ellos no las realizan con el aspecto de atraer turismo a la localidad, sino por rendir fruto a los santos de la comunidad.

Por eso decidimos que es muy importante que se lleve a cabo un levantamiento de inventario y la propuesta de actividades que podrían llevarse a cabo pues nuestras propuestas buscan hacer competitivo por medio de la creación y diseño de productos turísticos creativos e innovadores a Jonotla sin alterar sus tradiciones ni sus atractivos, únicamente dar a conocer las bellezas del lugar.

### **3.8 Investigación de campo**

A continuación se mostrará el cuestionario piloto, el cual se aplicó a turistas nacionales y extranjeros que visitaron el municipio de Jonotla.

#### **3.8.1 Cuestionario**

HOLA BUEN DÍA SOY ALUMNA DE LA BUAP Y ESTOY HACIENDO UNA INVESTIGACION EN REFERENCIA DEPONER EN PRACTICA UN PROYECTO DE TURISMO ALTERNATIVO Y QUISIERA SABER SI PUDIERAN CONTESTARNOS UNAS PREGUNTAS. GRACIAS

**LUGAR DE PROCEDENCIA:**\_\_\_\_\_

**EDAD:** \_\_\_\_\_

**SEXO:**

**M    F**

**OCUPACIÓN:**\_\_\_\_\_

**¿Cómo se enteró de la existencia de Jonotla?**

- a) Internet          b) Agencia de viajes          c) Recomendación          d) Otros

**¿Qué medio de transporte utilizó para acceder a Jonotla?**

- a) línea de autobús          b) automóvil

**¿Cómo considera las rutas de acceso al municipio?**

- a) buena          b)regular          c) mala

**¿Cuántos días permanecerá en Jonotla?**

- a) 1- 2                      b) 2- 3                      c) 3-4                      d) más

**¿Cuál es el motivo de su visita?**

- a) motivos familiares      b) descanso y distracción      c) trabajo      d) otros

**¿En qué condiciones encuentra los establecimientos de hospedaje y alimentos?**

- a) buena                      b) regular                      c) mala

**¿Cómo considera que es el trato que le ha brindado la gente de la comunidad?**

- a) bueno                      b) regular                      c) malo

**¿Cómo considera que es el trato que le ha los prestadores de servicio?**

- a) bueno                      b) regular                      c) malo

**¿Conoce los atractivos turísticos de Jonotla?**

- a) Si                              b) No

**¿Cuáles?**

- a) Santuario del Peñón                      b) Cascada de Teponahuas                      c) Río Apulco  
d) Mirador del Peñón                      e) Grutas de Jonotla                      f) Imagen de la Virgen del  
Peñón

**¿Le gustaría practicar actividades relacionadas con el turismo alternativo?**

- a) Si                              b) No

**¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría realizar?**

a) Senderismo interpretativo      b) Torrentismo      c) Alpinismo      d)

Kayak

e) Ciclismo de montaña      f) Observación sideral      g) Tirolesa

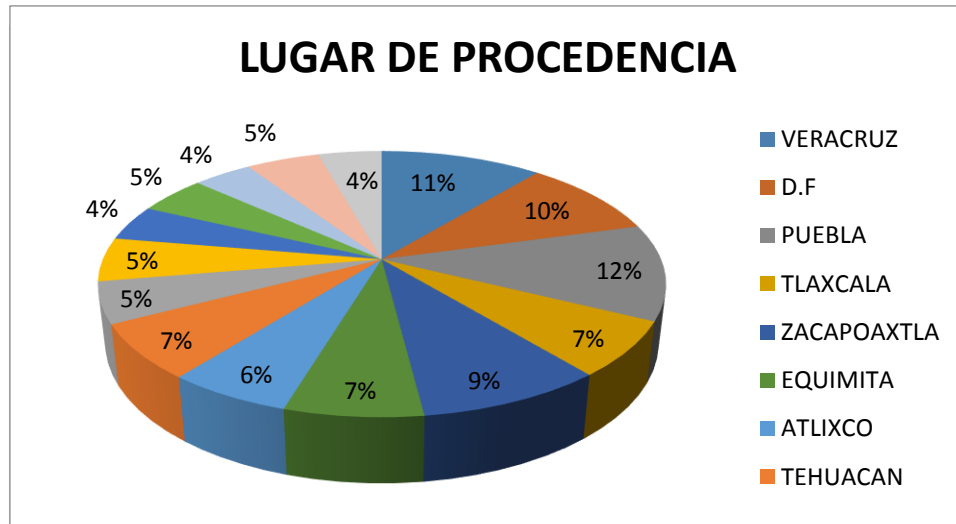
**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que incluya transporte, hospedaje y la práctica del turismo alternativo?**

a) 1500-2000      b) 2000 -2500      c) 2500-3000      d) 3000-3500

### 3.8.1 Gráficas

| <b>LUGAR DE PROCEDENCIA</b> |            |
|-----------------------------|------------|
| ATLIXCO                     | 18         |
| CD. SERDÁN                  | 15         |
| D.F.                        | 29         |
| EQUIMITA                    | 20         |
| HIDALGO                     | 16         |
| JALISCO                     | 12         |
| MICHOACAN                   | 14         |
| MORELOS                     | 15         |
| OAXACA                      | 13         |
| PUEBLA                      | 35         |
| TEHUACAN                    | 20         |
| TLAXCALA                    | 20         |
| TOLUCA                      | 13         |
| VERACRUZ                    | 33         |
| ZACAPOAXTLA                 | 27         |
| <b>TOTAL</b>                | <b>300</b> |

Figura 11  
Gráfica

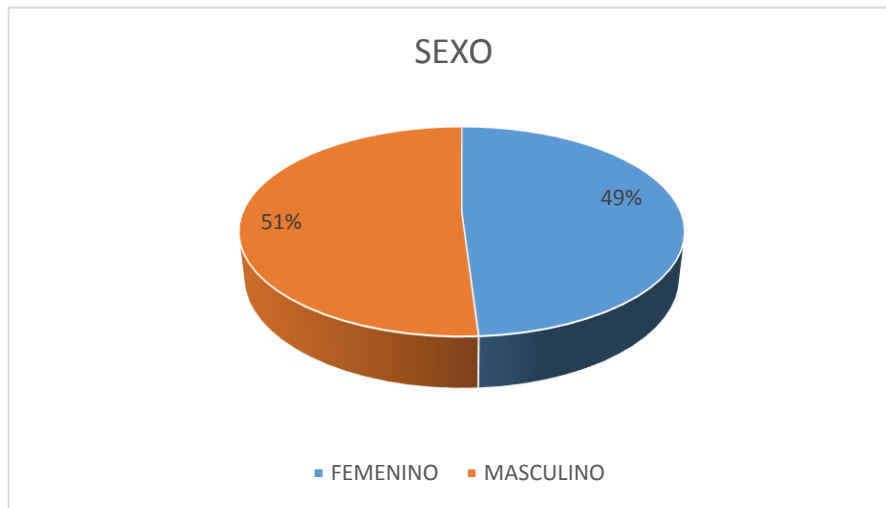


La procedencia de las personas que visitan Jonotla en su mayoría corresponde a aquellos lugares cercanos al municipio, teniendo a los tres principales: Puebla con el mayor de los porcentajes 12%, siguiendo Veracruz con un 11% y en tercer lugar el D.F con un 10%

Sexo:

| <b>SEXO</b>  |            |
|--------------|------------|
| MASCULINO    | 153        |
| FEMENINO     | 147        |
| <b>TOTAL</b> | <b>300</b> |

Figura 12  
Gráfica



Con una diferencia del 2%, la gráfica nos muestra que las personas del sexo masculino son los que más visitan Jonotla, siendo en segundo lugar las mujeres con un 49%.

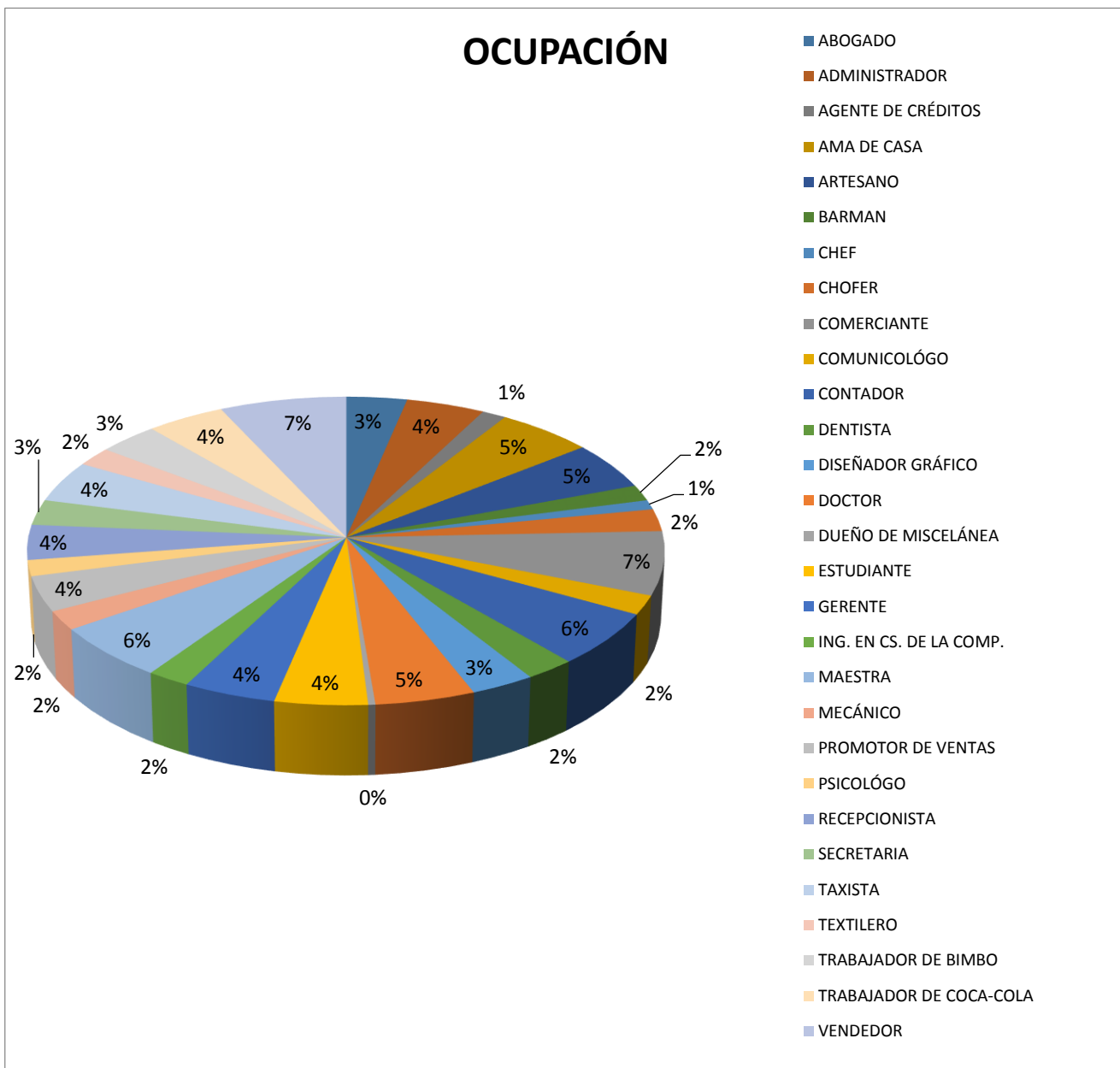
Ocupación:

| OCUPACIÓN          |    |
|--------------------|----|
| ABOGADO            | 10 |
| ADMINISTRADOR      | 13 |
| AGENTE DE CRÉDITOS | 4  |
| AMA DE CASA        | 16 |
| ARTESANO           | 15 |
| BARMAN             | 5  |
| CHEF               | 3  |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| CHOFER                                | 7  |
| COMERCIANTE                           | 20 |
| COMUNICOLÓGO                          | 6  |
| CONTADOR                              | 17 |
| DENTISTA                              | 7  |
| DISEÑADOR GRÁFICO                     | 9  |
| DOCTOR                                | 14 |
| DUEÑO DE MISCELÁNEA                   | 1  |
| ESTUDIANTE                            | 13 |
| GERENTE                               | 13 |
| INGENIERO EN CS. DE LA<br>COMPUTACIÓN | 6  |
| MAESTRA                               | 17 |
| MECÁNICO                              | 6  |
| PROMOTOR DE VENTAS                    | 11 |
| PSICOLOGO                             | 5  |
| RECEPCIONISTA                         | 11 |
| SECRETARIA                            | 8  |

|                         |            |    |
|-------------------------|------------|----|
| TAXISTA                 |            | 13 |
| TEXTILERO               |            | 6  |
| TRABAJADOR DE BIMBO     |            | 10 |
| TRABAJADOR DE COCA-COLA |            | 13 |
| VENDEDOR                | 21         |    |
| <b>TOTAL</b>            | <b>300</b> |    |

Figura 13  
Gráfica

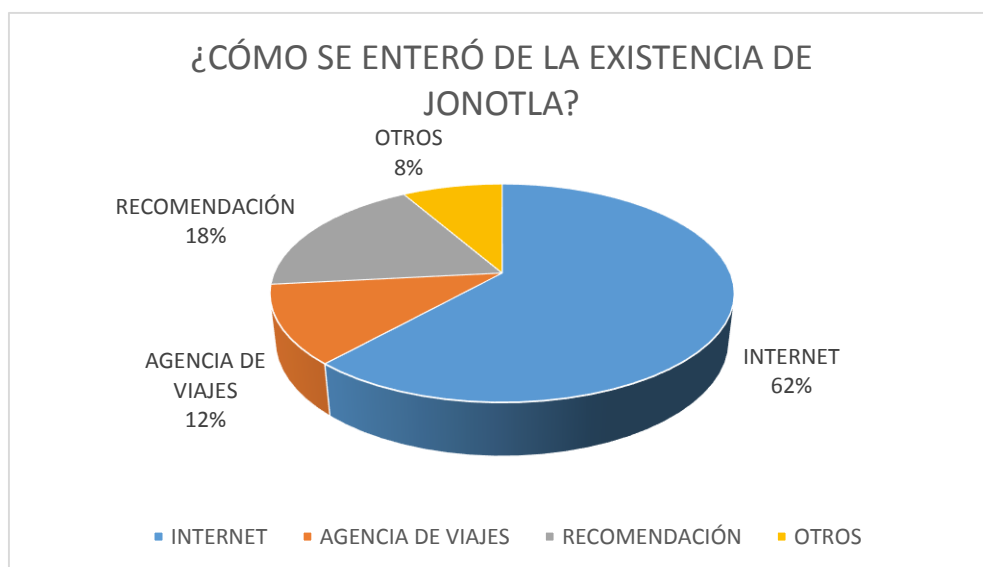


Las personas que visitan Jonotla según describe la gráfica son personas que en su mayoría cuentan con una profesión, son gente con preparación, en búsqueda de nuevas experiencias.

Pregunta 1

| ¿CÓMO SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE JONOTLA? |            |
|--|------------|
| INTERNET                                     | 185        |
| AGENCIA DE VIAJES                            | 35         |
| RECOMENDACIÓN                                | 55         |
| OTROS  | 25         |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>300</b> |

Figura 14  
Gráfica

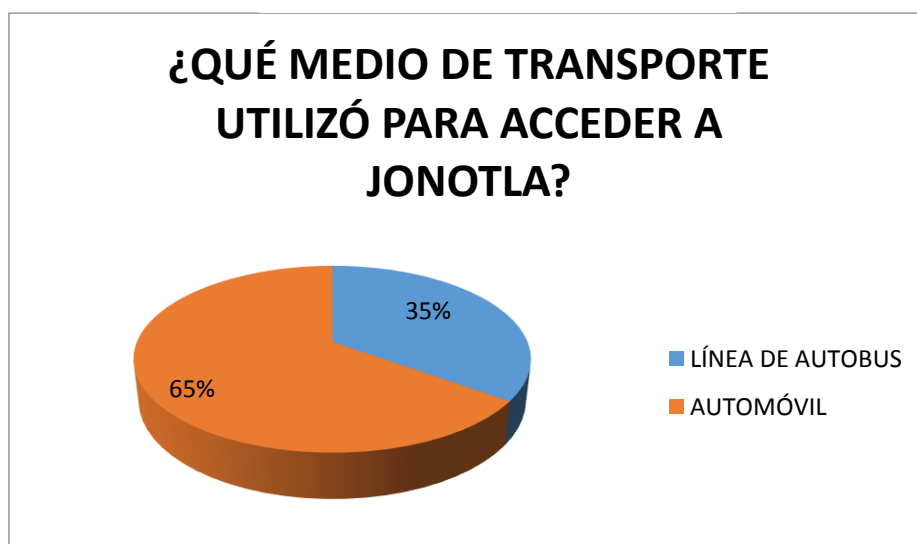


El medio de comunicación por el cual los turistas conocen Jonotla, es a través del internet, la recomendación es otra forma por la cual el municipio se da a conocer, aunque aún las agencias de viaje entran en juego para promocionar el municipio.

Pregunta 2:

| <b>¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA ACCEDER A JONOTLA?</b> |            |
|---|------------|
| LÍNEA DE AUTOBUS  | 36         |
| AUTOMÓVIL   | 264        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>300</b> |

Figura 15  
Gráfica

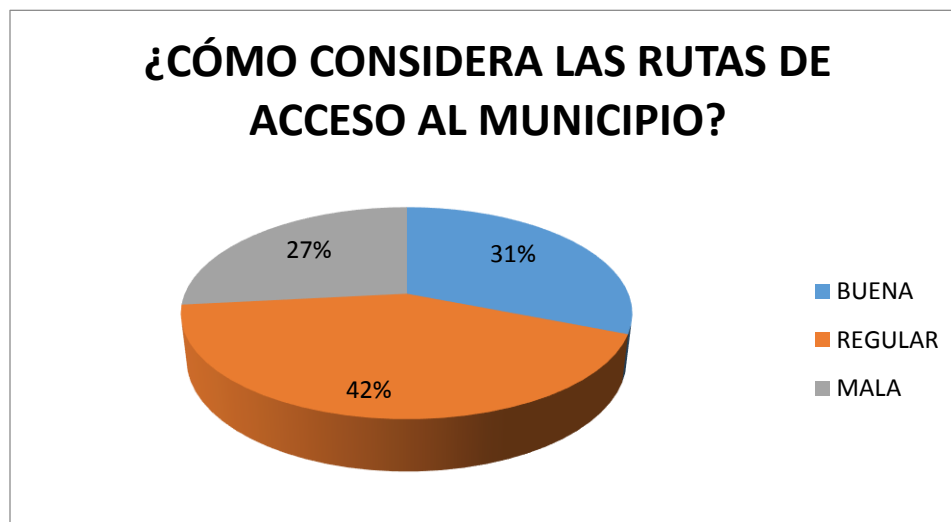


Debido a que existen pocas líneas de autobús, el medio de transporte por el cual la gente accede al municipio es a través del automóvil.

Pregunta 3:

| <b>¿CÓMO CONSIDERA LAS RUTAS DE ACCESO AL MUNICIPIO?</b> |            |
|--|------------|
| BUENA  | 93         |
| REGULAR  | 127        |
| MALA   | 80         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>300</b> |

Figura 16  
Gráfica



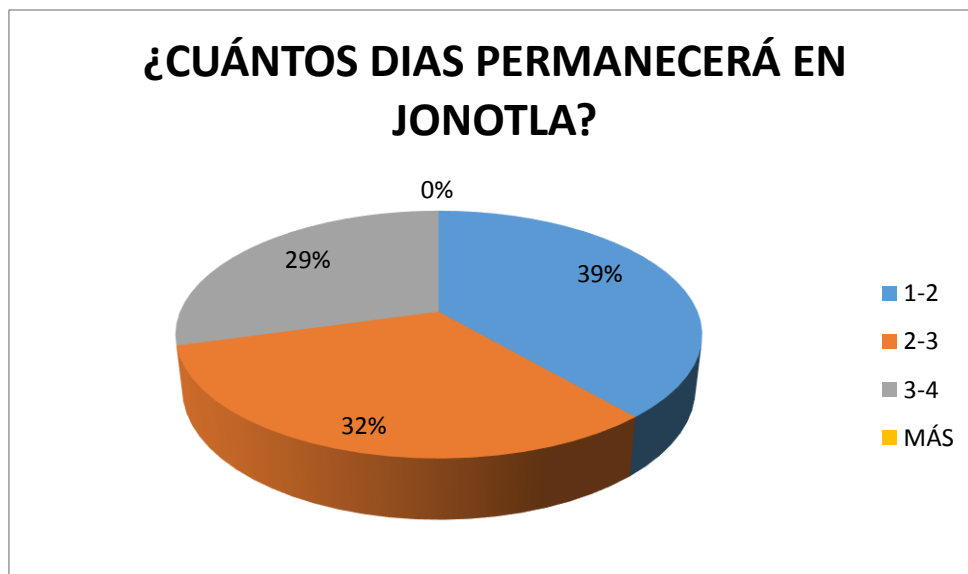
En cuanto a las condiciones en las que se encuentran las rutas de acceso, la mayoría coincidió, en un estado regular, pues existen inconvenientes como baches que dificultan el acceso.

Pregunta 4:

| <b>¿CUÁNTOS DÍAS PERMANECERÁ EN JONOTLA?</b> |            |
|--|------------|
| 1-2  | 116        |
| 2-3  | 96         |
| 3-4  | 88         |
| MÁS  | 0          |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>300</b> |

Figura 17

Gráfica

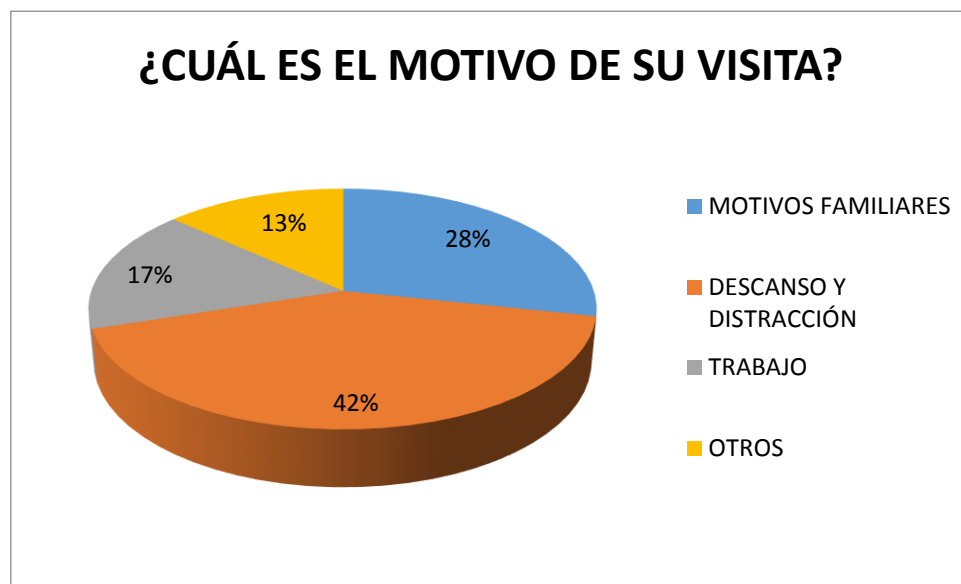


El promedio de estancia de los turistas se encuentra en un rango de 1 a 2 días con, lo cual demuestras que no existen las actividades necesarias para prolongar su estancia.

Pregunta 5:

| ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU VISITA? |            |
|----------------------------------|------------|
| MOTIVOS FAMILIARES               | 25         |
| DESCANSO Y DISTRACCIÓN           | 211        |
| TRABAJO                          | 11         |
| OTROS                            | 53         |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>300</b> |

Figura 18  
Gráfica



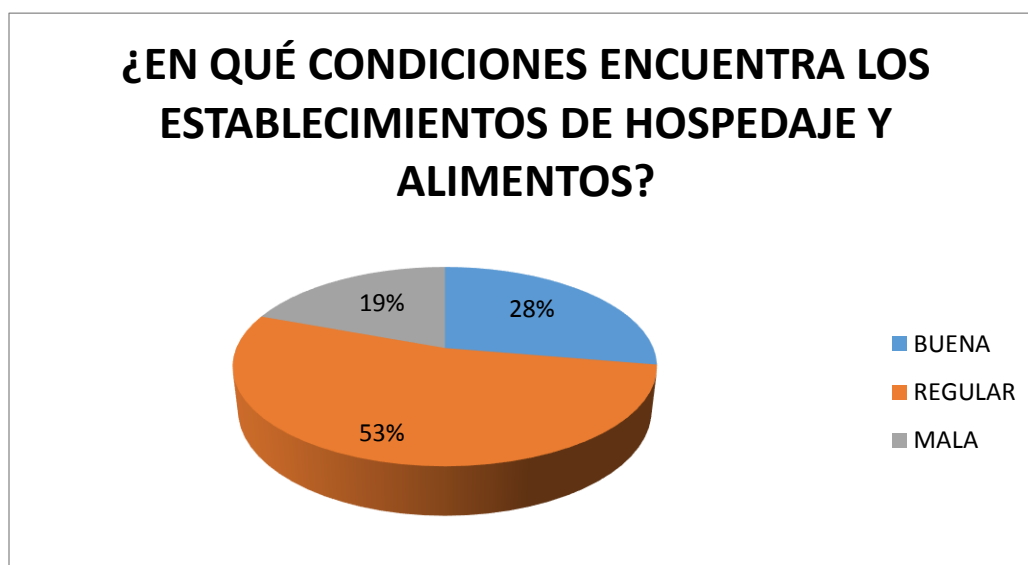
Aunque el promedio de estancia es bajo, las razones por las cuales se desplazan los turistas al municipio son por descanso y distracción, lo cual muestra al municipio como una opción para los turistas

Pregunta 6:

| <b>¿EN QUÉ CONDICIONES ENCUENTRA<br/>LOS ESTABLECIMIENTOS DE<br/>HOSPEDAJE Y ALIMENTOS?</b> |            |
|---|------------|
| BUENA   | 83         |
| REGULAR   | 159        |
| MALA  | 58         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>300</b> |

Figura 19

Gráfica



Sin embargo con respecto a las condiciones en las que se encuentran los establecimientos de hospedaje y alimentos no son tan buenos para ofrecer un servicio de calidad a los turistas, por lo cual se necesita una mejora en ellos.

Pregunta 7:

| <b>¿CÓMO CONSIDERA QUE ES EL TRATO QUE LE HA BRINDADO LA GENTE DE LA COMUNIDAD?</b> |            |
|---|------------|
| BUENO   | 146        |
| REGULAR   | 129        |
| MALO  | 25         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>300</b> |

Figura 20

Gráfica



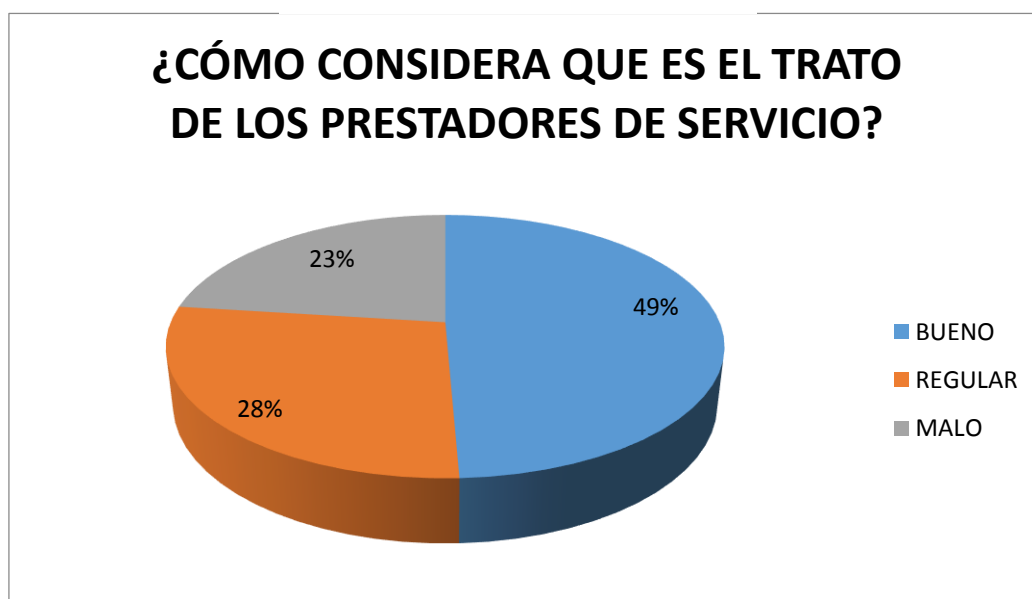
La actitud que muestra la gente de Jonotla hacia los turistas es buena, sin embargo hubo algunos que opinaron lo contrario, que no era tan bueno el trato que recibieron, fueron muy pocos aquellos que opinaron el haber recibido un mal trato hacia ellos.

Pregunta 8:

| <b>¿CÓMO CONSIDERA QUE ES EL TRATO DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO?</b> |            |
|--|------------|
| BUENO  | 138        |
| REGULAR  | 93         |
| MALO   | 69         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>300</b> |

Figura 21

Gráfica

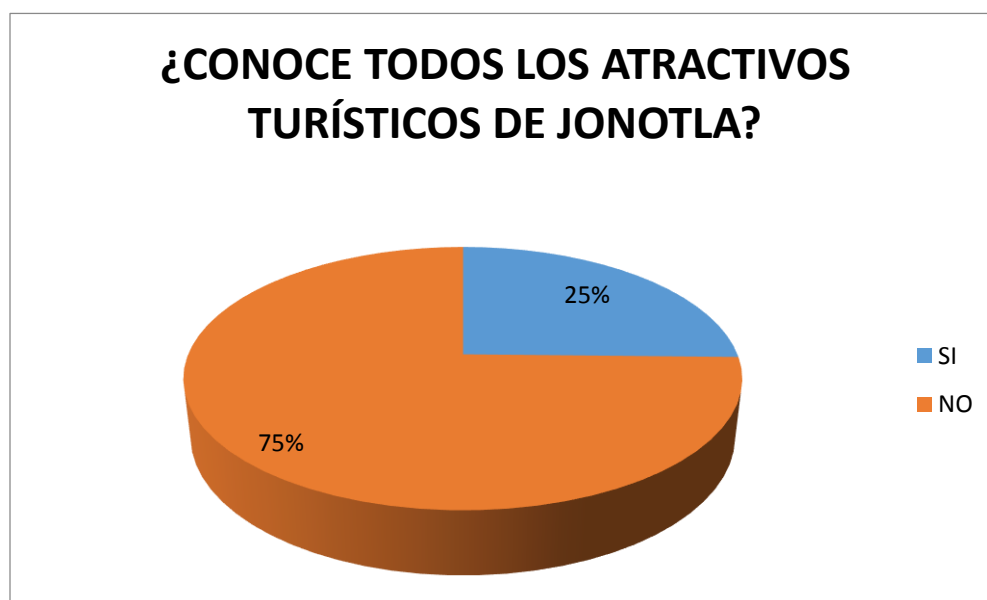


La conciencia que muestran los prestadores de servicio en cuanto a la importancia que tiene el turismo para el desarrollo del municipio se ve reflejado en la actitud de servicio que muestran hacia los turistas, pues la mayoría opinó haber recibido un muy buen trato.

Pregunta 9:

| <b>¿CONOCE TODOS LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE JONOTLA?</b> |            |
|--|------------|
| SI   | 76         |
| NO   | 224        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>300</b> |

Figura 22  
Gráfica

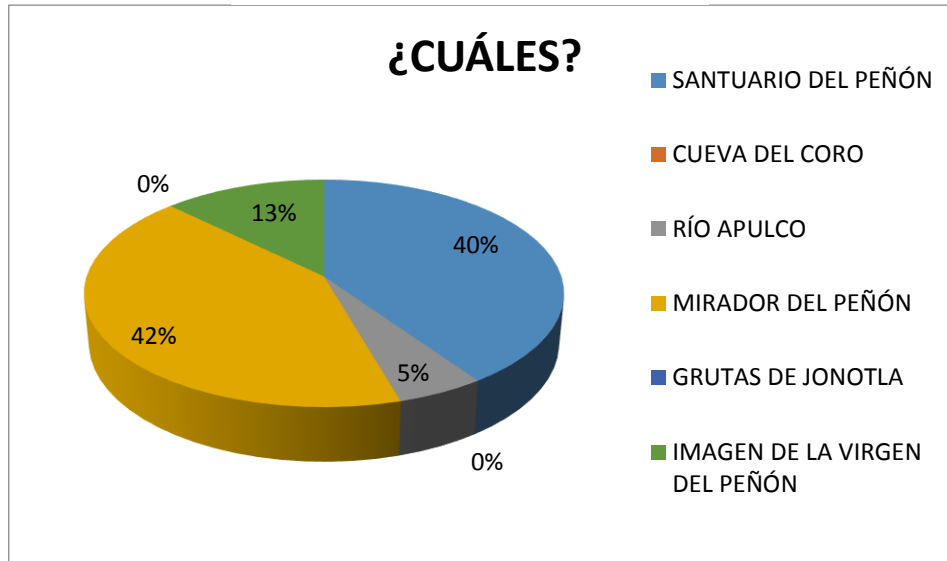


El conocimiento que tienen los turistas acerca de los atractivos turísticos que tiene Jonotla es muy poco, lo cual se traduce en la carencia de acciones que se tienen para la promoción del mismo.

Pregunta 10:

| <b>¿CUÁLES?</b>               |            |
|-------------------------------|------------|
| SANTUARIO DEL PEÑÓN           | 86         |
| CUEVA DEL CORO                | 0          |
| RÍO APULCO                    | 11         |
| MIRADOR DEL PEÑÓN             | 89         |
| GRUTAS DE JONOTLA             | 0          |
| IMAGEN DE LA VIRGEN DEL PEÑÓN | 114        |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>300</b> |

Figura 23  
Gráfica



Aquellas personas que contestaron conocer alguno de estos atractivos, en su mayoría son lugares que atraen el turismo religioso. Por lo que surge la necesidad de diversificar las actividades turísticas y así aumentar la oferta.

Pregunta 11:

| <b>¿LE GUSTARÍA PRACTICAR ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO ALTERNATIVO?</b> |            |
|--|------------|
| SI   | 256        |
| NO   | 44         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>300</b> |

Figura 24  
Gráfica



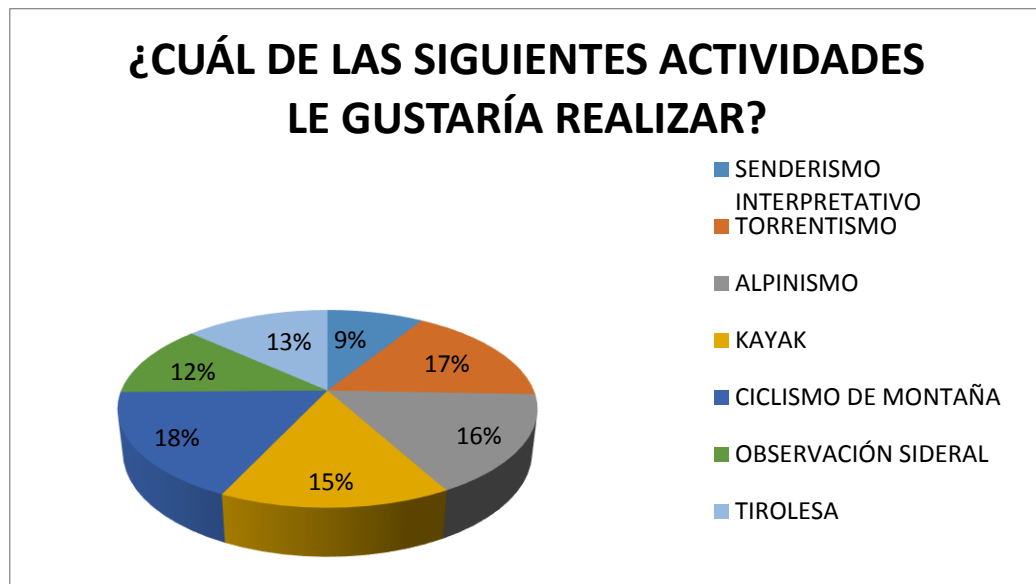
Se muestra un interés bastante optimista por parte de los turistas para practicar actividades del turismo alternativo, siendo una opción viable que permita la captación de más turistas.

Pregunta 12:

| <b>¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR?</b> |    |
|--|----|
| SENDERISMO<br>INTERPRETATIVO                                     | 26 |
| TORRENTISMO  | 49 |
| ALPINISMO  | 48 |
| KAYAK  | 44 |

|                     |            |
|---------------------|------------|
| CICLISMO DE MONTAÑA | 52         |
| OBSERVACIÓN SIDERAL | 35         |
| TIROLESA            | 46         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>300</b> |

Figura 25  
Gráfica



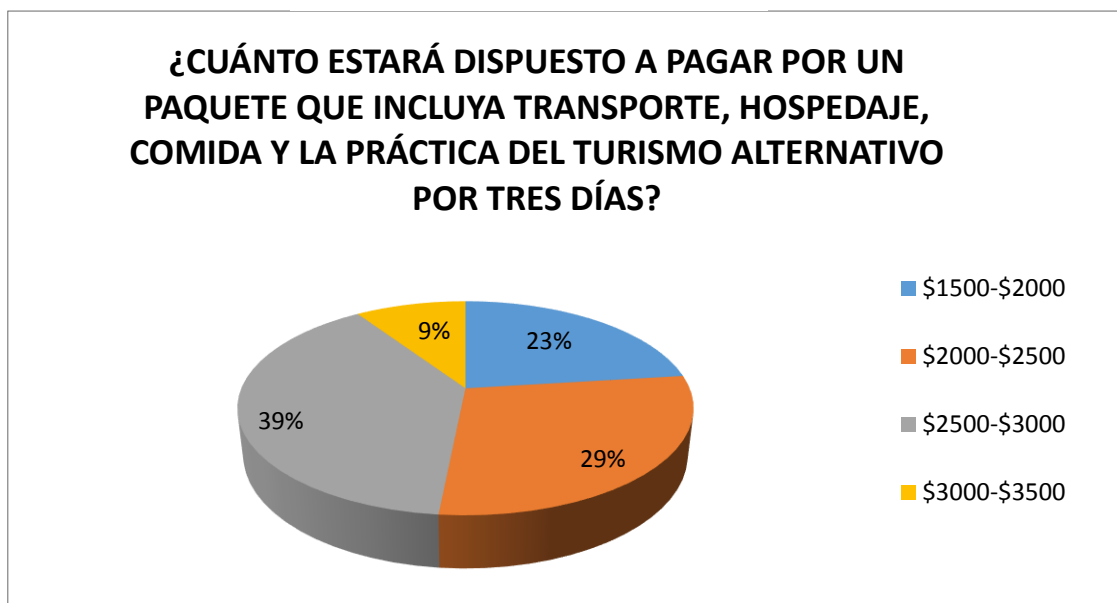
De las opciones que se les mostraron a los turistas, hubo una inclinación hacia aquellas actividades que implican la aventura y los retos, sin embargo existe una buena aceptación por las demás opciones sugeridas.

Pregunta 13:

| <b>¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE QUE INCLUYA TRANSPORTE, HOSPEDAJE Y LA PRÁCTICA DEL TURISMO ALTERNATIVO POR TRES DÍAS?</b> |            |
|--|------------|
| \$1500-\$2000  | 59         |
| \$2000-\$2500  | 73         |
| \$2500-\$3000  | 100        |
| \$3000-\$3500  | 24         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>256</b> |

Figura 26

Gráfica



La gente se muestra optimista y dispuesta a pagar un paquete que incluye alojamiento, transporte y actividades turísticas en un precio que oscila entre los \$2500 a los \$3000

### **3.8.2 Entrevistas**

Entrevista realizada a Daniel Guerrero Pérez, director de Turismo y Cultura de Jonotla, la cual se llevó a cabo el 15 de febrero del presente año, en la cual comentó lo siguiente:

El municipio recibe apoyo de la Secretaria de Turismo del Estado de Puebla es a través de la publicación de imágenes e información que se les proporciona para que sean difundidas en las diferentes páginas de internet: puebla.travel y a través de facebook. También se hace la difusión a través del canal de televisión Tv Puebla y se llegó a un acuerdo con el programa de radio La Hora Nacional para promocionar el municipio, de igual forma tenemos una cuenta propia en facebook la cual es Turismo de Jonotla, donde se suben fotos e información del municipio, como los hoteles con los que se cuenta, su gastronomía y los atractivos que tenemos. También se cuenta con las radiodifusoras locales de Cuetzalán, Zacatlán y Teziutlán para darnos a conocer.

Por parte del gobierno sólo se ha recibido apoyo para mejorar los señalamientos, pero hasta el momento no se ha recibido apoyo para mejorar la infraestructura del municipio.

En cuanto a los prestadores de servicio, se reúnen conmigo para establecer las tarifas de los servicios a fin de tener un control sobre ellas, cada año se actualizan estas tarifas y cada quien invierte su propio dinero para darse a conocer.

En el tema turístico se cuentan con las estadísticas que me permiten tener la noción de nuestras fechas fuertes, cuando vienen más turistas a visitarnos, estas fechas son en Semana

Santa, las fiestas que se realizan los pueblos cercanos la gente aprovecha para visitarnos, el 24 de Junio, el 12 de Diciembre y la más importante en la feria del 22 de Octubre. La procedencia de los turistas en su mayoría son de los estados de Puebla, Veracruz y del Distrito Federal así como de los pueblos cercanos a Jonotla, y el promedio de días que permanecen aquí en esas fechas es de 2 a 3 días, pero en los días que no hay feria sólo se quedan un día o a veces sólo nos visitan por horas.

El turismo que se lleva a cabo aquí en Jonotla, es el turismo alternativo, realizamos caminatas de montaña, rappel, tirolesa, espeleología, y un poco de ecoturismo como es el cultivo del café pero no contamos con el dinero necesario ni con un grupo establecido que se encargue de realizar todas estas actividades.

### **Entrevista a Maura Cabrera Carrera propietaria del hotel El Rinconcito**

La razón principal de ser dueña de un hotel en un municipio donde el turismo no tiene una gran afluencia es porque años atrás Jonotla no contaba con este tipo de establecimientos, y no habiendo competencia alguna decidí ser dueña de mi propio hotel, llevo ya algunos años en el negocio, pero ha sido difícil mantenerse pues no hay muchos turistas y los pocos que hay solo se quedan uno o dos días y se van, cuando nos va bien es en la fiesta del pueblo, el 22 de Octubre, en esas fechas el hotel está lleno y todo el pueblo está lleno de gente que viene de Veracruz, del D.F y en su mayoría de los pueblos cercanos a nosotros, hay gente que año con año viene acá, y ya es costumbre que se hospeden con nosotros, pues porque ya nos conocen.

Me gustaría tener más apoyo por parte del gobierno, que nos hagan más promoción, pues todos los que nos dedicamos a esto o que tenemos un negocio nosotros mismos ponemos nuestro dinero para hacernos promoción y con ayuda del Director de Turismo nos reunimos

para ponernos de acuerdo en los precios o cuando se acerca la feria del pueblo pues nos organizamos y vemos que más se puede hacer.

En eso de la capacitación pues si estaría bien así habría más turistas, pues nuestro servicio sería mejor y así entonces se quedarían más tiempo, aquí en el pueblo no hay así capacitación como tal, eso se da allá en Cuetzalán y a veces no nos avisan con tiempo para ir. A la gente de aquí pues le da igual si hay turistas o no, pero una como dueña de un hotel pues depende de eso, de los turistas, y si me gustaría que hubiera más, y que la gente de aquí se diera cuenta de que es bueno que se haga el turismo aquí, yo he visto como otros pueblitos están mejor ahora que son Pueblos Mágicos, y si se llega a tener el apoyo necesario por parte del gobierno pues sería igual de mi parte apoyar con lo que se pueda y mejorar para bien.

### **Entrevista a Clemencia Rodríguez Bonilla propietaria del restaurante y cabañas Los Arcos**

Soy dueña de este restaurante y de las cabañas, mi negocio se llama Los Arcos, entre mi marido y yo atendemos este lugar, ye tenemos bastantitos años aquí, pero en los últimos maños cada vez la gente que nos vista es menos, nos ha afectado bastante ahora que los pueblitos de por acá cerca ahora que son los famosos pueblos mágicos pues toda la gente se para allá y aquí nos tienen un poco abandonados. La poca gente que llega a entrar vive aquí mismo y pues mi esposo y yo aquí vivimos y de esto vivimos, lo que se ofrece a la gente es comida de casa para que la gente se sienta a gusto y pues lo que hacemos es tratarlos como se debe. No hay mucha gente de otros lados, pero cuando si hay muchísima gente es en la feria de la Virgen, el pueblo se llena de gente por todos lados y buscan donde comer y donde quedarse a dormir y es cuando aprovechamos esos días, y es cuando mejor nos va. Con eso de la publicidad pues aquí cada quien hace su luchita, no nos apoyan en eso, nos juntamos

con la gente encargada de llevar eso del turismo para que los precios no estén muy caros y sea parejo, pero si estaría bien que hubiera más gente, y apoyarnos más entre y así salimos ganando todos

## CAPITULO 4

### ANALISIS DE CASO: PROPUESTA DE UN INVENTARIO TURÍSTICO DE JONOTLA, PUEBLA

#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados: cuestionarios

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la aplicación de los cuestionarios se determinó que la afluencia de turistas percibida por Jonotla provienen de los municipios y ciudades colindantes al municipio, en este caso estamos hablando de Zacapoaxtla, Cuetzalán, Puebla, Veracruz y el Distrito Federal, en su mayoría los turistas supieron de la existencia de Jonotla a través del internet y algunos otros por recomendación, ya que cuentan con familiares que viven cerca del lugar. Sin embargo la accesibilidad que se tiene para llegar al destino carece de dos aspectos, la primer son líneas de autobús que lleguen de forma directa a Jonotla y la segunda es el mal estado en la que se encuentran las rutas de acceso.

Es vital señalar que los motivos por los cuales es visitado Jonotla son la búsqueda del descanso y la distracción, sin embargo, el turista no permanece más de un día en el destino debido a que no se cuenta con las actividades turísticas necesarias para poder prolongar su estancia. En lo que respecta al alojamiento y a los responsables de brindar el servicio, se puede decir que la opinión de los turistas es buena, por otro lado la percepción que tuvieron acerca del trato brindado por la comunidad no fue tan aceptable.

Para concluir con el análisis de estos resultados se establece que el turista muestra optimismo por adquirir paquetes que incluyan alojamiento y transporte y aún más por la puesta en marcha de del turismo alternativo en Jonotla, puesto que los únicos atractivos de los cuales tienen noción son los ya conocidos por la gran mayoría.

## **4.2 Análisis e interpretación de resultados: Entrevista**

A través de las entrevistas que se hicieron se obtuvieron los siguientes resultados:

### **4.2.1 Entrevista al Director de Turismo y Cultura del municipio de Jonotla**

El Director de Turismo del municipio conoce la importancia los beneficios que tiene la práctica del turismo, y aún más de lo que podría beneficiar a la comunidad de Jonotla, sin embargo las acciones que lleva a cabo para lograrlo aún no han alcanzado el éxito que él quisiera, es muy poco el apoyo que reciben por parte de la Secretaria de Turismo, pues ya han sido varias las ocasiones en las que han intentado ser tomados en cuenta para ser pueblo mágico, pero el apoyo y el interés por parte de la Secretaria ha sido escasa. Los mismos prestadores de servicio invierten en la poca promoción que tienen para darse a conocer, ya que el gobierno no los otorga el apoyo económico para realizar estas acciones, el único apoyo que reciben es por parte de SECTUR, quienes suben a las redes sociales imágenes e información que el mismo director les hace llegar. Un punto a favor es que conoce las estadísticas de llegadas de turistas, de donde provienen y cuantos días permanecen en el municipio, el director es quien regulariza las tarifas de los prestadores de servicio, quienes se reúnen cada año para actualizarlas y establecerlas, de igual forma buscan la forma de ofrecer un mejor servicio a través de cursos de capacitación que se realizan en los pueblos mágicos cercanos al municipio (Cuetzalán, Zacatlán, etc...). La intención de atraer turismo a Jonotla la tiene el director de turismo, sin embargo no cuenta con los recursos necesarios para lograrlo.

#### **4.2.2 Entrevista a la propietaria del hotel El Rinconcito Maura Cabrera Carrera**

La postura que tiene acerca de lograr que a Jonotla lleguen más turistas es aceptada de manera favorable, pues siendo ella la dueña de un hotel comentó que resultaría, magnífico incrementar el turismo, pues la ocupación de sus habitaciones aumentaría, se efectuaría un efecto multiplicador al incrementar el turismo en Jonotla. Por otro lado, la dueña del hotel comentó que la fecha en la cual todas sus habitaciones están llenas es el 22 de Octubre, fecha en la cual la comunidad de Jonotla celebra la aparición de la Virgen de Guadalupe en el cerro del Peñón, y es la oportunidad perfecta para incrementar los precios en las tarifas de sus habitaciones pero que es la única ocasión que eso sucede, pues en los demás meses la ocupación es muy baja.

Otro aspecto a analizar es la capacitación, pues comentaba que en el municipio no se cuenta con ese tipo de preparación y es necesario trasladarse a los municipios que ya cuentan con la certificación de “Pueblo Mágico” y que no le era posible acudir pues en la mayoría de las ocasiones no se enteraba a tiempo de la fecha exacta en la que se impartirían los cursos de capacitación.

Es claro que las personas dedicadas a proporcionar un servicio en el ramo turístico pretenden a través de los pocos conocimientos que tienen, tratar de impulsar el turismo y brindar un buen servicio, a fin de obtener un beneficio tanto para el visitante como para ellos, su actitud se muestra optimista en ser partícipes al impulso de Jonotla como un municipio turístico que no tenga que depender de los demás a su alrededor. Sin embargo son muchos los esfuerzos que en conjunto deben realizarse para el alcance de este objetivo.

#### **4.2.3 Entrevista a Clemencia Rodríguez Bonilla propietaria del restaurante Los Arcos.**

La señora Clemencia se mostró optimista en la posibilidad de aumentar la llegada de turistas a Jonotla, está consciente de los beneficios que conlleva sobre todo en el aspecto económico, sabe que si la situación cambia los beneficios directos para el municipio serían mucho mejores. Por otro lado sabe que el apoyo que se les da no es suficiente para alcanzar estos objetivos, que por beneficiar a unos se perjudicaron a otros y por la tanto la situación no es igual para todos los municipios y a pesar de eso no se ha hecho nada para impulsar lugares como Jonotla, que cuentan con el potencial turístico y con las disponibilidad de sus habitantes para convertirlo en un destino turístico importante del estado de Puebla. Entre ellos mismos se organizan para tener un control en tarifas, alguna promoción, los esfuerzos están ahí solo falta que sean impulsados correctamente y en conjunto para que los beneficios sean para todos.

#### **4.3 Observación directa**

Mediante este instrumento de recolección de datos, se obtuvo la siguiente información.

Al comenzar el viaje que se realizó el 15 de febrero del presente año, con dirección a Jonotla pude percatarme que algunos tramos que conducían al municipio de Cuetzalán, se encontraban en reparación y dificultaba la circulación pues la carretera se redujo a un solo carril, que si en buen estado las vías de acceso son estrechas, estando en reparación hacían mucho más complicada la circulación. Sin embargo conforme avanzábamos, al llegar al tramo Equimita-Jonotla, noté que la carretera estaba bastante descuidada, había bastantes baches y grietas que hacían el viaje un poco golpeado, pero sin mayor contratiempo se pudo llegar al municipio.

Al recorrer el lugar, sobre todo aquellos que son del interés de los turistas, se pudo observar que la afluencia turística era muy poca, fue en el Mirador del Peñón donde pudimos encontrar a la mayoría de ellos, pero ninguno de procedencia extranjera, al seguir con el recorrido, El Parián, como es llamado el lugar indicado para encontrar las artesanías típicas del lugar, sus vinos e información turística, se encontraba cerrado, todo el conjunto de locales que lo conformaban, se encontraban cerrados. Por otro lado, al detenernos en los establecimientos de alimentos, los cuatro que se tienen contemplados para ofrecer el servicio, solo 3 de ellos se encontraban disponibles (Restaurante Los Arcos, Comedor El Peñón y el Mercado Municipal) ya que la cafetería Roma, también se encontraba cerrada, incluso los dos días que tuve la oportunidad de estar en Jonotla. Retomando el tema, tanto el restaurante como el comedor a simple vista parecían estar en buenas condiciones para ofrecer este servicio, más no las adecuadas para brindar un servicio de calidad a los turistas, pues dentro de ellos se percibía un olor desagradable, y algunas de las mesas se encontraban sucias. En cuanto al Mercado Municipal, las condiciones higiénicas deseaban mucho que desear, pues la comida estaba expuesta al aire libre, algunas de las mesas de algunos puestos de antojitos estaban muy sucias, y los platos igual, y varios perritos callejeros rondaban los puestos, dando un mal aspecto a la comida, no daba confianza comer ahí.

En cuanto al alojamiento, se identificaron tres opciones: Hostal Don Porfirio, Hotel El Rinconcito (donde me hospede) y el Hotel Ixcocelot, de los cuales el último se encontraba totalmente abandonado, y peligroso para hospedar a turistas, si es que aún se encuentra en funcionamiento, pues también se encontraba cerrado, las otras dos opciones restantes, las condiciones de los establecimientos eran buenas, pues no ponían en riesgo el bienestar de los turistas y el trato del personal fue bueno, cordial y atento a los intereses de sus huéspedes,

sin embargo ninguno de los dos contaba con la accesibilidad adecuada y necesaria para personas con alguna discapacidad: rampas, barandales, señalética.

En lo que respecta a la gente propia del municipio, continuaban con su vida normal, su rutina, pues se pudo observar que el turismo no representaba una opción viable para poder vivir y satisfacer sus necesidades.

#### **4.4 Inventario turístico**

##### **4.4.1 Alojamiento**

-Hostal

Hostal Don Porfirio

- Gerente general: Porfirio Contreras Santillana.
- Domicilio:
- Reservaciones: 01 233 31 70 200
- Capacidad: 30 persona
- Costo por noche: 600 pesos
- Página web: [www.lacasonadedonporfirio](http://www.lacasonadedonporfirio).
- La Casona de Don Porfirio Hotel-Restaurant-Boutique, con actividades eco turísticas, cuyo objetivo principal es el apoyo a la comunidad de Jonotla reactivando su economía a través del turismo. Ver fig.27

Figura 27

Hostal Don Porfirio



Fuente: Elaboración propia en Febrero de 2014

-Hotel

Hotel El Rinconcito

- Propietaria: Maura Cabrera Carrera
- Domicilio: Calle Juan Crisóstomo Bonilla no. 13
- Habitaciones:16
- Servicios: tv, agua, caliente, factura, estacionamiento.
- Costo por cuarto: \$200.00 (dos personas cama matrimonial)
- Capacidad: 58 personas

- Horario: 24 horas.
- Teléfono: 01 (233) 31 701 14

Figura 28

Hotel El Rinconcito



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Cabañas

Cabañas Los Arcos

- Propietario: Rubén Martínez Moreno
- Domicilio: Avenida Independencia #12
- Cuartos: 5
- Servicios: baño
- Costo: \$100 por persona
- Capacidad: 12 personas

- Horario: 8:00 am-8:00 pm
- Teléfono: -----

Figura 29  
Cabañas Los Arcos



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### 4.4.2 Alimentación

-Restaurante

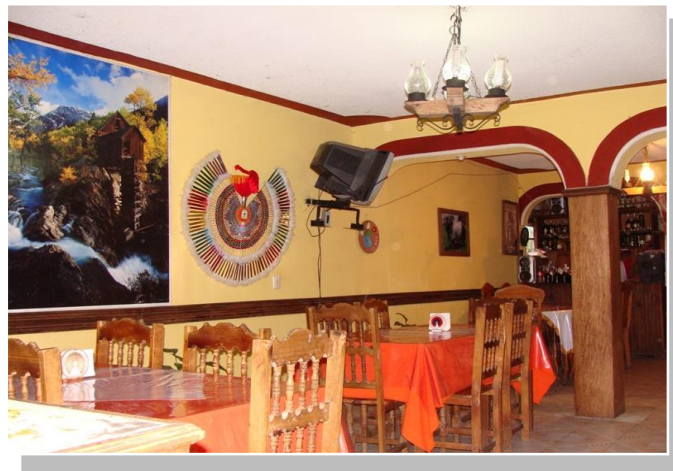
Restaurante: Los Arcos

- Propietaria: Clemencia Rodríguez Bonilla
- Dirección: Avenida Independencia no. 12
- Venta de comida corrida
- Precio:\$ 30.00 por persona

- Cupo: 40 personas
- Horario 8:00 am-7:00 p.m.
- Teléfono: no cuenta con este servicio

Figura 30

Restaurante Los Arcos



Fuente. Elaboración propia en febrero de 2014

-Comedor

Comedor El Peñón

- Propietaria: María del Rocío Calleja Domínguez.
- Domicilio: Avenida Independencia no.17
- Servicio: comida corrida, comida regional, pollo rostizado,
- Costo: \$30.00 comida corrida.
- Capacidad: 50 personas

- Horario: 9:00 am-8:00 pm los 365 días del año.
- Teléfono: 01 (233) 31 700 51

Figura 31

Comedor El Peñón



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Cafetería

Café Roma

- Propietario: Diego Rodríguez Martínez
- Domicilio: Calle Ignacio Zaragoza
- Horario: 10:00 am- 8:00 pm todos los días
- Capacidad: 15 personas

- Teléfono: 01 (233) 31 701 81
- Servicios: cafés, tortas, jugos, desayunos y comida ligera.

Figura 32  
Cafetería Roma



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### 4.4.3 Atractivos Turísticos

-Montañosos

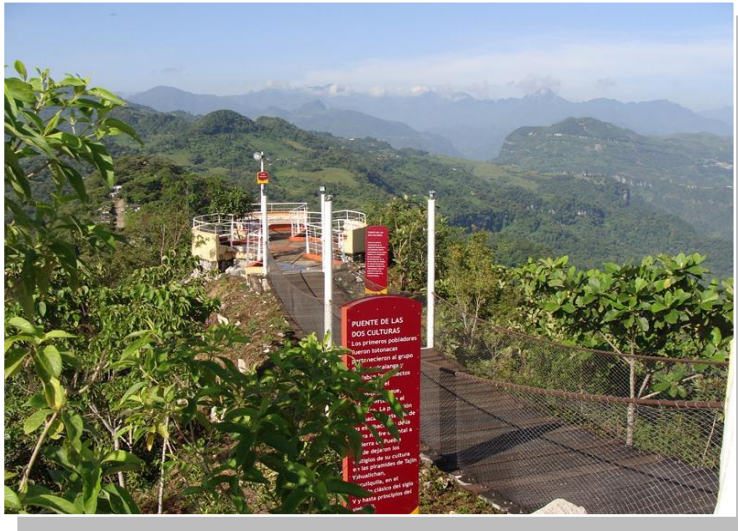
-Cerros

Es un excelente lugar para admirar la naturaleza, desde lo alto puede observarse las comunidades circunvecinas y los impresionantes ríos y cascadas.

- Domicilio: Avenida Independencia s/n
- Horario: todos los días del año de 7:00 am-7:00 pm. Ver fig.33

Figura 33

Mirador Cerro del Peñón



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Ríos

Rio Apulco

Este río se origina en Zautla y cruza varios municipios de poniente a oriente. Es un río de poco caudal que depende de las condiciones de lluvia, su ancho aproximadamente es de 8 a 10 metros y su vegetación dominante está formada por pino, oyamel, sabino y ocote.

Ver fig. 34

Figura 34

Rio Apulco



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 (yosoypuebla.com)

#### -Rio Tozan

El río Tozan, que nace en la porción meridional y recorre el municipio de sur a norte, uniéndose posteriormente al Zempoala. También cuenta con algunos acueductos y arroyos intermitentes que se unen a los ríos mencionados. Ver fig. 35

Figura 35

Rio Tozan



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 (yosoypuebla.com)

#### **4.4.4 Grutas y cavernas**

##### **-Grutas de Tepatitlán**

Estas grutas se descubrieron hace 90 años, en ellas podemos encontrar estalactitas y estalagmitas. Es de fácil acceso, ya que se encuentra a unos 50 metros de Jonotla, en la comunidad de Tepatitlán. Ver fig. 36

Figura 36

Grutas de Tepatitlán



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 (yosoypuebla.com)

-Cueva del Coro

La cueva del coro se encuentra en dirección a la comunidad del tozan a unos 500 metros de Jonotla, se llega solo a pie, en esta cueva se aprecia una figura hecha por la naturaleza la cual tiene su leyenda que antiguamente le rendían culto los antepasados al dios “Xolotl” Ver fig. 37

Figura 37

Cueva del Coro



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 (yosoypuebla.com)

#### **4.4.5 Manifestaciones Socioculturales**

-Feria

Feria en honor a la Virgen del Peñón

La historia cuenta que un 22 de octubre de 1922 se le apareció a un lecherito llamado Alejandro en el peñón de Jonotla la imagen de la Virgen de Guadalupe, A partir de entonces cada año se celebra la aparición de la Virgen de Guadalupe en el municipio de Jonotla.

- Dirección: Prolongación de la Avenida Independencia s/n. Ver fig. 38

Figura 38  
Iglesia del Peñón



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### -Feria Patronal de Jonotla

El nombre cristiano que los Franciscanos dieron Jonotla fue San Juan Bautista, probablemente la construcción de este templo se inició en el año de 1550. Se festeja el 24 de junio. Ver fig. 39

Domicilio: Calle Cuauhtémoc no. 1

Figura 39

Iglesia de San Juan Bautista



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Feria de Ecatlán

La fiesta de Ecatlán es el 25 de julio, se celebra al señor Santiago apóstol. Esta feria está llena de religión, misticismo encerrado en la fuerte devoción al santo patrón. Ver fig. 40

Figura 40

Templo en Honor a Santiago



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en: (<http://es.wikipedia.org/wiki/Jonotla>)

-Danzas

Danza de los Quetzales

Esta danza es de origen tolteca, cuyo significado era rendir culto al sol, en la actualidad es ejecutada con su contexto original por los miembros de los grupos indígenas nahuas y totonacos. Se llevan a cabo en la cabecera municipal las fechas 24 de junio, 28 de octubre y el 12 de diciembre. Ver fig. 41

Figura 41

Danza de los Quetzales



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en: (<http://es.wikipedia.org/wiki/Jonotla>)

#### -Danza de los Santiagos

Es una danza representación de la época de las cruzadas, para la reconquista de la Tierra Santa. Fue difundida entre los indígenas por los misioneros católicos. La fiesta patronal es celebrada el 25 de julio, Día de Santiago, en la comunidad de Ecatlán, Jonotla, a 3.5 km de la cabecera municipal.

Figura 42

Danza de los Santiagos



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en: (<http://es.wikipedia.org/wiki/Jonotla>)

-Danza de los Toreadores

El significado de esta danza es rendir una ceremonia al animal "el toro" antes de ser sacrificado, se baila y juega con él pero sin desatar su ira, pues se cree que consigo traería problemas. Se celebra en la comunidad de El Tozan, Jonotla a unos 30 minutos de la cabecera municipal, La mayor expresión de esta celebración puede ser admirada el 15 de Mayo fiesta patronal de la comunidad. Ver fig.43

Figura 43

Danza de los Toreadores



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en: (<http://es.wikipedia.org/wiki/Jonotla>)

#### **4.4.6 Artesanías y Arte Tradicional**

-Tejidos

Artesanías de Ecatlán

El origen de las artesanías de Ecatlán, Jonotla data de hace muchos años, de generación en generación se ha heredado este arte, hecho totalmente a mano.

Se elaboran diádemas, llaveros, ceniceros, aretes, collares, pulseras, etc. Estas artesanías se pueden encontrar en Avenida Independencia no. 86. Ver fig. 44

Figura 44  
Artesanías de Ecatlán



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Madera

-Artesanías de madera

En artesanías "Espejo" se pueden encontrar artesanías elaboradas en madera, recibe este nombre "Espejo" en honor a la abuelita del propietario del lugar Patricio Gutiérrez.

Domicilio: Calle Independencia no. 23 Ver fig. 45

Figura 45  
Artesanías de madera



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Artesanías de Jonote

Desde años atrás se descubrió un uso más del árbol jonote, especie característica de este municipio. La corteza de este árbol se ponía a agriar para hacer posteriormente un lazo (fibra vegetal) con el que se hacen diversos accesorios.

Su elaboración es manual y realizada por indígenas de la Sierra Nororiental.

Ver fig.46

Figura 46  
Artesanías de jonote



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Cera

-Artesanías de cera

En el municipio de Jonotla hay personas que se dedican a la artesanía de la cera propias de la región. Se pueden encontrar estas artesanías en calle Guadalupe Victoria no.20. Ver fig.

47

Figura 47  
Artesanías de cera



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### 4.4.7 Gastronomía Típica

-Acamayas

Crustáceo que viven en aguas dulces o de baja salinidad, anteriormente se atrapaban en el río Zempoala con el tiburón -una artesanía hecha con la raíz del jonote- en el que le ponían un poco de carnada. La acamaya podía entrar, pero ya no podía salir. Preparados con chilpozonte son típicos de la Sierra Norte. También se puede preparar en chiltepín y a la diablo. Ver fig.

48

Figura 48  
Acamayas



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en ([www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino\[\]=270](http://www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino[]=270))

-Pulacla

Similares a los tamales, son una comida tradicional totonaca originaria de Sierra Nororiental y Sierra Norte. Ingredientes: Frijol negro, xocoyoles, tequelite, cilantro, cebollina, ajo, chiles, ajonjoli, espinosos tiernos, masa. Ver fig. 49

Figura 49

Pulacla



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en ( [www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino\[\]=270](http://www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino[]=270))

-Antojitos típicos

Tayoyos: toritas de masa rellenas de alverjón, pueden ser degustadas en el mercado municipal de Jonotla. Ver fig. 50

Figura 50  
Antojitos típicos



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### -Pan típico

Es elaborado tradicionalmente en horno de leña muy reconocido regionalmente por su sabor y presentación, normalmente se comercializa en gran cantidad en las ferias regionales, locales y la venta por mayoreo. Ver fig. 51

Figura 51

Pan típico



Fuente: Recuperado en febrero de 2014 en ( [www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino\[\]=270](http://www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino[]=270))

-Dulces típicos

Turrones, cocadas, polvorones y dulces elaborados con arroz con leche son típicos de la región de Jonotla

Figura 52

Dulces típicos



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Vinos típicos

Esta bebida típica elaborada con distintas frutas como: maracuyá, anís pueden ser degustadas en

Figura 53

Vinos típicos



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### **4.4.8 Manifestaciones del Patrimonio**

-Obras de arte y técnicas

-Arquitectura

Casa de Cultura

En casa de cultura se opera lo siguiente talleres culturales, corte y confección, cultivo de hongo, proyecto de elaboración de mermelada, alberga un pequeño museo de fósiles marinos encontrados en el peñón, información turística, exposición de artesanías del municipio.

- Domicilio: Av. Independencia s/n
- Horario: 9:00 am-6:00 pm. de lunes a viernes

Figura 54  
Casa de Cultura



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Palacio Municipal

Resguarda el archivo municipal, biblioteca pública, registro civil, DIF municipal, auditorio municipal, policía municipal, oficinas del ayuntamiento y cubículos de los regidores,

- Horario de atención: 9:00 horas-14:00horas y de 15:00 a 18:00 hrs de lunes a viernes.
- Domicilio: Avenida Independencia no. 1
- Teléfono: 01 233 31 700 68 / 70. Ver fig. 55

Figura 55  
Palacio Municipal



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Callejón del Beso

Este lugar era conocido como pila vieja ha mantenido por mucho tiempo el suministro del vital líquido a Jonotla, se conectaba con un pequeño manantial que permanentemente tenía agua a un costado en la actualidad se ha remodelado dándole por nombre el Callejón del beso.

Domicilio: Entre calle Santos Degollado y Leona Vicario. Ver fig. 56

Figura 56

Callejón del beso



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

-Museos

-Museo Kaxunik

En el Museo KAXUNIK se alberga fósiles marinos pertenecientes al período Mesozoico y Triásico, éstos fósiles fueron encontrados en el cerro del Peñón.

- Domicilio: Casa de Cultura
- Horario: 9:00 am-6:00 p. m. de lunes a viernes
- Acceso: gratuito Ver fig. 57

Figura 57

Museo KAXUNIK



Fuente: elaboración propia en febrero de 2014

#### 4.4.9 Salud

-Servicios médicos

-Farmacia y consultorio TOSEPAN

- Propietario: Viola Gisela Pérez Bonila
- Costo por consulta: \$25
- Domicilio: Calle Niños Héroes s/n
- Horario: 9:00 am-4:00 pm
- Teléfono: no cuenta con este servicio      Ver fig. 58

Figura 58

Farmacia y consultorio  
TOSEPAN



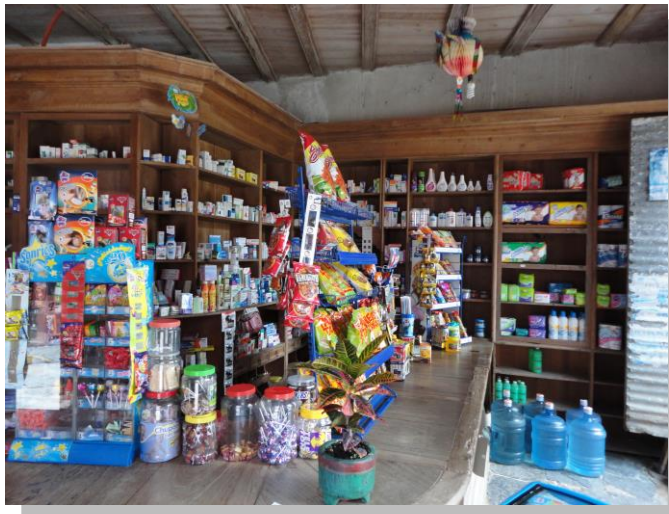
Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

Farmacia La Guadalupana

- Propietario: Alfredo Gómez Aguilar
- Costo por consulta: \$100
- Domicilio: Calle Zaragoza no. 3
- Horario: 11:00 am-8:00 pm
- Teléfono: 01 (233) 31 170 02 Ver fig. 59

Figura 59

Farmacia y consultorio La  
Guadalupana



Fuente: Elaboración propia en febrero de 2014

#### 4.5 Estrategias

De acuerdo a los resultados obtenidos se han establecido las siguientes estrategias en base a los conceptos de competitividad, rentabilidad, sustentabilidad y comparabilidad, indispensables en el desarrollo de un producto turístico.

##### Competitividad

- Elevar el potencial turístico del municipio a través de un plan integral que permita el manejo eficiente de los recursos disponibles.
- Brindar capacitación continua y certificación a los prestadores de servicio con el objetivo de brindar un servicio de calidad y conseguir la confianza y el retorno de los turistas.
- Ejecutar la creación de ventajas competitivas que permitan retener al mercado meta, a través de la innovación, de la investigación sobre las nuevas tendencias y un mejoramiento en la calidad de los servicios.

- Ejecutar un plan de marketing, capaz de motivar
- Realizar evaluaciones continuas que permitan detectar fallas en los procedimientos al brindar un servicio y así mismo realizar las mejoras necesarias, de igual manera detectar los logros obtenidos
- Llevar a cabo viajes de familiarización a personajes de la televisión, radio, aquellos personajes que su opinión tenga un alto impacto en la población que se desea atraer.
- Proponer el proyecto “Jonotla, como destino turístico” a dependencias de gobierno que otorguen el financiamiento para poner en el mercado una opción más en el ramo del turismo alternativo.

#### Rentabilidad

- Impulsar la creación de empresas especializadas en el turismo alternativo, adquiriendo equipo de buena calidad y durabilidad, permitiendo ofrecer calidad y seguridad al turista y la empresa ahorro y eficiencia.
- Contar con el personal adecuado y especializado para el manejo de las finanzas en los proyectos que estén en puerta, esto evitará un mal manejo de los recursos financieros que a largo plazo se verá reflejado en un crecimiento eficaz.
- Establecer a corto, mediano y largo plazo objetivos reales, que permitan a la medición del éxito obtenido en los proyectos establecidos, hablando en el sentido económico.
- Desarrollar actividades, itinerarios que no permitan tener al turista estático, logrando de esta forma sea un consumidor constante del servicio/producto

- Establecer políticas de precios que no sobrepasen el de los competidores, de forma que los visitantes se percaten que el único que se pretende es ofrecer un servicio de calidad a un precio justo
- Implementar actividades específicas para segmentos específicos que impliquen un costo más elevado.

### Comparabilidad

- Conocer la fuerza que tienen los competidores en el mercado.
- Establecer una comunicación constante con la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla, con el fin de estar al tanto de programas que beneficien al municipio.
- Adaptar aquellos procesos y/o estrategias que han funcionado para los municipios “competidores” cercanos con el fin de hacer más eficiente y productivo el destino.
- Tener conocimiento de las empresas turísticas que representen una competencia directa, el segmento del mercado al cual están dirigidos, con el objetivo de establecer las estrategias adecuadas para impulsar a Jonotla como un destino potencialmente turístico.

### Sustentabilidad

- Elaborar reglamentos que permitan la conservación de la riqueza natural y cultural del municipio, así como determinar la capacidad de carga de cada uno de los atractivos.

- Estructurar un organismo enfocado en impulsar el turismo en la comunidad, que dé a conocer los beneficios que conlleva esta actividad y de igual forma regularizar y vigilar que los reglamentos establecidos sean cumplidos.
- Fomentar el desarrollo de actividades turísticas congruentes con el paisaje.
- Concientizar al turismo el buen uso y cuidado del patrimonio a través de vivencias que les permita comprender la importancia de conservar nuestros recursos.
- Colocar botes para basura reciclable y no reciclable en habitaciones de hoteles, establecimientos de comida, en calles y en todo lugar donde la afluencia de personas sea alto.
- Aprovechar al máximo la energía solar que es percibida en el municipio instalando celdas solares como una opción alternativa a la energía eléctrica.
- Determinar la capacidad de carga de cada uno de los lugares que serán visitados por los turistas, evitando de esta forma algún daño en su esencia original (aprovechamiento racional de los recursos naturales).
- Capacitar y emplear a la comunidad para desempeñar las actividades relacionadas con el turismo, con el fin de hacer conciencia en la importancia de preservar los recursos naturales y culturales del municipio.
- Incentivar a estudiantes del turismo a realizar prácticas o servicio social en el municipio, de esta forma se creara un círculo virtuoso del aprendizaje entre la comunidad y los estudiantes, siendo los primeros quienes tienen el conocimiento de Jonotla y los estudiantes los conocimientos teóricos del turismo, siendo ellos los responsables en la enseñanza para brindar un servicio de calidad al turista.

## CONCLUSIONES

La investigación que se llevó a cabo arrojó las siguientes conclusiones.

El municipio de Jonotla, es un lugar que cuenta con los elementos básicos para llegar a ser un destino turístico importante, sus atractivos, sus prestadores de servicio, su ubicación y algunos de sus establecimientos tanto de hospedaje como de alimentación, juegan un papel muy importante para determinar que Jonotla es un municipio con potencial turístico. Por lo tanto se determina que la hipótesis planteada se comprobó, al igual que los objetivos, pues las acciones propuestas para llevar a cabo esta investigación se realizaron, es decir se realizaron recorridos de reconocimiento para determinar las condiciones en los que se encontraban tanto vías de acceso, establecimientos como sus atractivos culturales y naturales. Se desarrolló un cuestionario que permitió conocer la opinión tanto de turistas como de los prestadores de servicios y de esta forma conocer las fortalezas y debilidades del municipio para posteriormente desarrollar las estrategias a seguir y así poder aumentar la afluencia turística.

Por otro lado los beneficios obtenidos, una vez que se ha comprobado la hipótesis que Jonotla si cuenta con el potencial turístico, para ser un destino más en el estado de Puebla se verán reflejados en el nivel y calidad de vida de sus habitantes, generando un efecto multiplicador importante en el municipio, a través de la generación de empleos directos e indirectos y sobre todo de la derrama económica generada por los turistas.

## REFERENCIAS

Acerenza M. A., (2000). *Administración*. México: Trillas

Albert Piñole I., (2002). *Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes*, Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces.

Boullón R., (2003). *Los municipios turísticos*, México: Trillas.

Cárdenas Tabares F., (2001). *Producto turístico*. México: Trillas.

Dahdá J., (2003). *Elementos de turismo* .México: Trillas.

De Borja Solé L., (2002). *El consumidor turístico*, Madrid, España: ESIC.

De la Torre F., (2002). *Agencias de viajes y transportación*. México: Trillas

Escuela Oficial de Turismo., (2000). *50 Años del Turismo Español: Un análisis histórico y estructural*. Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces

Hernández Sampieri R., (2005). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill

Michael Parquin G. E., (2001). *Macroeconomía versión para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Mochon F., (2008). *Economía y turismo*. Madrid, España: Mc Graw Hill.

Molina S., (2002). *Turismo y ecología*. México: Trillas.

Organización Mundial del Turismo., (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: OMT.

Palafox Muñoz A., (2005). *Turismo*. México: Turismo Cuerpo Académico.

Porter M., (2005), Ventaja Competitiva. México: Compañía Editorial Continental

Zamorano Casal F. M., (2008). *Turismo alternativo*. México: Trillas.

## **PÁGINAS WEB**

Listado de Maravillas Naturales disponible en

[http://\(www.puebla.turista.com.mx/listado+de+maravillas+naturales+en+puebla-viewarticle-65.html\)](http://(www.puebla.turista.com.mx/listado+de+maravillas+naturales+en+puebla-viewarticle-65.html) recuperado en Noviembre 2013

Yo Soy Puebla disponible en: [http://\(www.yosoypuebla.com/jonotla/\)](http://(www.yosoypuebla.com/jonotla/)) recuperado en Noviembre 2013

Jonotla disponible en : [http://\(www.yosoypuebla.com/jonotla/\)](http://(www.yosoypuebla.com/jonotla/)) recuperado en Noviembre 2013

Puebla Travel Tradición en la cocina Poblana en Jonotla disponible en: [http://\(www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino\[\]=270\)](http://(www.puebla.travel/es/dormir-comer/tradicion-en-la-cocina-poblana/search?destino[]=270)) recuperado Diciembre 2013

Rescate de recetas de cocina autóctonas 2 disponible en: [http://\(es.scribd.com/doc/146434495/RESCATE-DE-RECETAS-DE-COCINA-AUTOCTONAS-2\)](http://(es.scribd.com/doc/146434495/RESCATE-DE-RECETAS-DE-COCINA-AUTOCTONAS-2)) recuperado en Diciembre de 201

México Desconocido, Recorriendo la Sierra Norte de Puebla disponible en: [http://\(www.mexicodesconocido.com.mx/recorriendo-la-sierra-norte-de-puebla.html\)](http://(www.mexicodesconocido.com.mx/recorriendo-la-sierra-norte-de-puebla.html)) recuperado en Diciembre 2013

D'Ecatlán, Ecatlán Pueblo con Magia disponible en:

[http://\(decatlan.blogspot.mx/2012\\_08\\_01\\_archive.html\)](http://(decatlan.blogspot.mx/2012_08_01_archive.html) recuperado en Febrero 2014

SCT, Cómo llegar a Jonotla disponible en:

[http://\(deaplicaciones4.sct.gob.mx/sibuac\\_internet/ControllerUI?action=cmdSolRutas\)](http://(deaplicaciones4.sct.gob.mx/sibuac_internet/ControllerUI?action=cmdSolRutas))

recuperado Febrero 2014