



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

**INDICADORES PARA EL DESARROLLO
DE LA COMUNIDAD DE BACALAR MPIO. O. P. B
EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO
“BAJO UN CONCEPTO DE TURISMO CULTURAL Y
AMBIENTAL”.**

**TESIS RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL GRADO DE
LIC. EN SISTEMAS COMERCIALES**

**PRESENTA
MORAIMA ALEJANDRA TUZ ESCAMILLA**

**DIRECTOR
DR. FRANCISCO J. GÜEMES RICALDE**

Chetumal Quintana Roo junio de 2008

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

TRABAJO DE TESIS ELABORADO BAJO LA SUPERVISIÓN DEL
COMITÉ DE ASESORIA Y APROBADO COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE:

Lic. Sistemas Comerciales

Director: _____
Dr. Francisco J. Güemes Ricalde

Supervisor: _____
M. E. T. S. - Richard Marco

Supervisor: _____
M.C. Abraham Güemez Estrella

DEDICATORIAS

A MI MADRE

Mi alma se estremece cuando te siento hablar y mi pecho se hincha si te siento llegar.

Me diste tus noches y también tu amor ¡cuán poco te he dado por tanto favor!

Si pudiera decirte lo que siente mi alma, tus lágrimas brotarían sin pena, pero con calma.

Me diste la vida sin nada a cambio, hoy quisiera darte el fruto de tu trabajo.

Sé que todas las madres son buenas, pero para mí tú eres la mejor, por eso y mucho más este trabajo es para ti MAMÁ

A MI PADRE

A ti, que eres la persona más maravillosa de la tierra. A ti, que junto a Mamá, supiste estar siempre a nuestro lado. Al lado de tus hijos te queremos con tanto Amor y tanta Dulzura.

Aunque muchas veces, no supimos entenderte y nos enfadábamos contigo.

Pero tu siempre estabas y estas ahí, a nuestro lado, en lo bueno y en lo malo, en nuestras alegrías y tristezas, en los problemas y nuestras dichas.

Por eso a ti Papá... Va dedicado este trabajo... Con todo mi amor.

“Los Quiero mucho Mamá y Papá“

AGRADECIMIENTOS

A DIOS..... Por guiar mis pasos, y ser siempre la luz de la esperanza que no me deja caer, gracias porque me regalaste la vida, mis padres y el don de luchar por mis ideales.

A MIS PADRES..... Quienes me han heredado el tesoro más valioso que puede dársele a un hijo: *AMOR*. A quienes sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme. A quienes la ilusión de su vida ha sido convertirme en persona de provecho. A quienes nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo.

Gracias: por la oportunidad de existir, por su sacrificio en algún tiempo incomprendido, por su ejemplo de superación incansable, por su comprensión y confianza, por su amor y amistad incondicional, porque sin su apoyo no hubiera sido posible la culminación de mi carrera profesional, la cual será la mejor de las herencias, lo reconozco y lo agradeceré eternamente. En adelante pondré en práctica mis conocimientos y el lugar que en mi mente ocuparon los libros, ahora será de ustedes, esto, por todo el tiempo que les robé pensando en mí.

A MIS HERMANAS..... Porque con sus críticas he aprendido a ser una mejor persona y a enfrentar mis miedos.

A MIS ABUELITOS Porque gracias a su cariño y apoyo he llegado a realizar uno de mis anhelos más grandes en mi vida. Con cariño y respeto.

A MIS ANGELITOS..... Abuelitos gracias por cuidarme desde donde están, por animarme a superar cada tropiezo que hay en la vida.

A HECTOR Porque eres de esa clase de personas que todo lo comprenden y dan lo mejor de sí mismos sin esperar nada a cambio... porque sabes escuchar y brindar ayuda cuando es necesario... porque te has ganado el cariño, admiración y respeto de todo el que te conoce.

A todos ustedes, gracias por existir y por formar parte de mi vida

LOS AMO

AGRADECIMIENTO A MIS PROFESORES

No es fácil llegar, se necesita ahínco, lucha y deseo, pero sobre todo apoyo como el que he recibido durante este tiempo. Ahora más que nunca se acreditan mi cariño, admiración y respeto.

A mi Director de Tesis: Dr. Francisco Güemes Ricalde por su asesoramiento científico y estímulo para seguir creciendo intelectualmente.

Al M. E. T. S Richard Marco por su predisposición permanente e incondicional en aclarar mis dudas y por sus substanciales sugerencias durante la redacción de la Tesis,

Al M. C Abraham Güemez Estrella por su apoyo durante la realización del trabajo de tesis, así como dentro del aula de clase, mi más profunda admiración.

A la M. E Jacqueline Ganzo Olivares por su valiosa colaboración y buena voluntad en darme sus sugerencias, observaciones y críticas en la redacción del trabajo.

A la Lic. Lhol-ha Mena Rivas por su apoyo incondicional a lo largo del desarrollo del trabajo, por su amistad y cariño brindados.

A todos y cada uno de los Profesores que a lo largo de estos 4 años de estudio compartieron su conocimiento y aportaron su granito de arena para lograr el día de hoy esta meta.

En especial:

Al M. C Edgar Sansores Guerrero por estar siempre con disposición a brindarme su apoyo incondicional, alentándome siempre a seguir adelante y nunca dejarme vencer.

Al M. C José Luís Granados Sánchez por el apoyo brindado durante los trámites realizados para el intercambio académico y por enseñarme que “querer es poder”.

Al M. C José Luís Zapata Sánchez por su apoyo en la autorización de las materias en cada uno de los semestres cursados,

Pero ante todo gracias a la Universidad de Quintana Roo, por abrirme sus puertas y haberme acogido en ella durante estos años de estudio, gracias porque todo el conocimiento adquirido es gracias a ti y a los profesores que albergas.

Hoy, Mañana y Siempre Muchas Gracias

INDICE DE TEMAS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
Antecedentes	
Información General	
Justificación	
Planteamiento del Problema	
Delimitación del Problema	
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Preguntas a responder con el estudio	
Estrategias para cumplir los objetivos	
Hipótesis	
Metodología	
Titulo de la investigación	
Área de investigación	
Tópicos de la investigación	
Pregunta de Investigación	
Métodos a emplear	
CAPITULO II	13
Marco Teórico	
Zona sur de Quintana Roo municipio de Othón P. Blanco	
Geografía, historia de la comunidad de Bacalar en la zona sur del estado de Quintana Roo	
Situación geográfica	
Suelos	
Orografía	
Clima	
Hidrografía	
Fenómenos Meteorológicos	
Etimología de la palabra Bacalar	
Bacalar Prehispánico	
Conquista y Colonización de Bacalar	
El apogeo comercial de Bacalar en la época colonial	
Los piratas atacan la villa salamanca de Bacalar	
La guerra de castas	
Turismo	
Orígenes y evolución del turismo a nivel internacional	
Turismo a nivel nacional	
Turismo a nivel estatal	
Definición de Turismo	
Clasificación del Turismo	
Patrimonio cultural y natural	

El producto turístico	
Relación entre: clasificación del turismo, patrimonio y producto turístico	
CAPITULO III	38
Fichas Técnicas por zona	
Factores socioculturales y religiosos	
Fichas Técnicas por producto	
Fichas Técnicas por paquete turístico	
CAPITULO IV	59
Análisis de las graficas de acuerdo a las respuestas obtenidas en la investigación	
Análisis Crosstabs	
Análisis Cluster	
CAPITULO V	104
Conclusiones	
Recomendaciones	
GLOSARIO	110
ANEXOS	113
Encuesta	
Cronograma de Actividades	
BIBLIOGRAFÍA	124

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Frecuencia de Visita a Bacalar	60
Tabla No. 2 Motivo de Mayor Frecuencia Para Visitar Bacalar	61
Tabla No. 3 Perfil Perceptual con Mayor Frecuencia con Relación a Bacalar	63
Tabla No. 4 Aspecto histórico de Bacalar que se Conoce Con Mayor Frecuencia	63
Tabla No. 5 Atractivo Turístico de Bacalar Visitado Con Mayor Frecuencia	65
Tabla No. 6 ¿Con Que Frecuencia Obtiene Información Sobre Hospedaje en Bacalar?	65
Tabla No. 7 ¿Cuál Considera El Mayor Atractivo Turístico de Bacalar?	67
Tabla No. 8 Atractivo Turístico Cultural Que Con Mayor Frecuencia se Quisiera Expe.	68
Tabla No. 9 Atractivo Turístico Natural Que Con Mayor Frecuencia se Quisiera Expe.	68
Tabla No. 10 ¿ Como se Considera en Relación a Bacalar?	69
Tabla No. 11 Aspecto Moderno que más se Conoce Sobre Bacalar	70
Tabla No. 12 Frecuencia de edades	71
Tabla No. 13 Genero de Entrevistado	72
Tabla No. 14 Ocupación del Entrevistado	73
Tabla No. 15 Lugar de Procedencia	73
Tabla No. 16 Lugar de Origen	74
Tabla No. 17 Nivel de Ingreso más Frecuente	75
Tabla No. 18 Grupo Étnico que visita Bacalar con mayor Frecuencia	76
Tabla No. 19 Color de Cabello de los visitantes a Bacalar	76
Tabla No. 20 Color de ojos de los visitantes a Bacalar	77
Tabla No. 21 Color de Piel de los visitantes a Bacalar	78
Tabla No. 22 Estatura más frecuente de los visitantes a Bacalar	79
Tabla No. 23 Complejión más frecuente entre los visitante a Bacalar	79
Tabla No. 24 Religión predominante dentro de los visitantes a Bacalar	80
Tabla No. 25 Frecuencia de la visita* Motivo de la visita	81
Tabla No. 26 Frecuencia de la visita*Perfil perceptual del sitio	83
Tabla No. 27 Frecuencia de la visita* Atractivos visitados	85
Tabla No. 28 Frecuencia de la visita*Información sobre hospedaje	85
Tabla No. 29 Motivo de la visita*Perfil perceptual del sitio	87
Tabla No. 30 Motivo de la visita*Atractivos visitados	88
Tabla No. 31 Motivo de la visita*nivel de ingresos	89
Tabla No. 32 Motivo de la vista*como se considera en relación al sitio	90
Tabla No. 33 Frecuencia de la visita*Genero	91
Tabla No. 34 Frecuencia de la visita* Religión	92
Tabla No. 35 Frecuencia de la visita*ocupación	93
Tabla No. 36 Atractivos visitados* Edad entrevistado	94
Tabla No. 37 Atractivo ambiental a experimentar*nivel de ingreso	95
Tabla No. 38 Atractivo ambiental a experimentar* género	96
Tabla No. 39 Atractivo ambiental a experimentar* Edad Entrevistado	97
Tabla No. 40 Atractivo cultural a experimentar*Nivel de ingreso	98
Tabla No. 41 Atractivo cultural a experimentar* Edad entrevistado	99
Tabla No. 42 Atractivo cultural a experimentar* género	100

INDICE DE DONDOGRAMAS

Dendograma No.- 1	101
Dendograma No.- 2	101
Dendograma No.- 3	102
Dendograma No.- 4	103
Dendograma No.- 5	103

INDICE DE FIGURAS

Figura No.- 01 Datos generales sobre la Laguna de Bacalar	16
Figura No.- 1 Mapa de Bacalar	39
Figura No.- 2 Fuerte de San Felipe	41
Figura No.- 3 Laguna de los siete colores	42
Figura No.- 4 Casa de la cultura	43
Figura No.- 5 Casa de la cultura	44
Figura No.- 6 Casa del escritor	45
Figura No.- 7 Balneario ejidal	46
Figura No.- 8 Cenote Azul	47
Figura No.- 9 Cenote Azul	47
Figura No.- 10 Artesanías	48
Figura No.- 11 Artesanías	49
Figura No.- 12 Árbol de Pich	50
Figura No.- 13 Tucán Fauna de Bacalar	51
Figura No.- 14 Centro de Reforestación	52
Figura No.- 15 Plaza Principal de Bacalar	53
Figura No.- 16 Iglesia de Bacalar	54
Figura No.- 17 Club de Vela	55



Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental proporcionar una visión panorámica sobre los atractivos culturales y ambientales de Bacalar, y con ello implementar estrategias de desarrollo de productos que permitan el incremento y crecimiento del sector turístico de la zona sur del estado de Quintana Roo.

Por ello es indispensable la aplicación de métodos de investigación descriptiva, que permita la obtención de datos concretos y representativos para corroborar la hipótesis planteada y detallada en capítulos posteriores.

Actualmente Bacalar es una población dedicada principalmente a la actividad turística, su principal atractivo en el rubro es la laguna, que cuenta con un balneario público en el cual se practica la natación, asimismo, cuenta con pequeñas palapas para descansar y convivir.

En Bacalar también se puede apreciar el museo de La Guerra de Castas que se encuentra en el antiguo fuerte de San Felipe, donde se pueden observar algunos objetos que forman parte de su historia.

Estas páginas son fruto del acercamiento al campo turístico, tanto de la perspectiva del investigador, indagador e inquisitivo, como de la del visitante inquieto y asombrado.

La estructura de la investigación se compone de 5 capítulos, reunidos por razones de analogía.

En un recorrido sinóptico por las páginas de este documento se percibe primeramente, el motivo principal de la realización del trabajo de investigación, la problemática en torno a ella, los objetivos planteados, la hipótesis final a comprobar, la



justificación del tema y la metodología empleada en la elaboración del trabajo de campo que se desarrolló.

En seguida, vienen una serie de temas pertenecientes al terreno del municipio de Othón P. Blanco, específicamente la comunidad de Bacalar, ya conocida como “Pueblo Mágico”, tales como son; sus antecedentes históricos, situación geográfica, clima, suelos, lengua, orografía, entre otros de igual importancia. Asimismo se desglosan temas relacionados con el turismo, su historia, importancia, y clasificación, resaltando en mayor medida el patrimonio ambiental y cultural, los cuales son tema principal de la investigación.

En el tercer capítulo se ilustran cada uno de los atractivos de Bacalar que bien podrían ser los posibles productos turísticos de la comunidad.

En el siguiente capítulo, bajo la rúbrica “Análisis Estadístico de Información” se muestran los resultados obtenidos durante el ejercicio del trabajo de campo, mediante el análisis crosstabs y cluster.

El último capítulo, contiene las estrategias, conclusiones y recomendaciones que fueron posibles rescatar a lo largo de su desarrollo.

Como parte final de la investigación se encuentran los anexos que conforman el cronograma de actividades a seguir, el diseño de la encuesta, glosario de conceptos básicos, fichas técnicas y bibliografía.

Este trabajo de investigación pretende servir de base a futuros acercamientos al tema, asimismo considero es de valiosa importancia para el Estado, en especial para la Secretaría de Turismo, quien tiene a la mano la oportunidad de explotar la información recabada y con ello ampliar los motivos por los que Bacalar se encuentra actualmente en el proyecto denominado “Bacalar, Pueblo Mágico”. Del mismo modo sea de utilidad a estudiantes y ciudadanos que desean conocer un poco más sobre la comunidad de Bacalar y su entorno turístico.

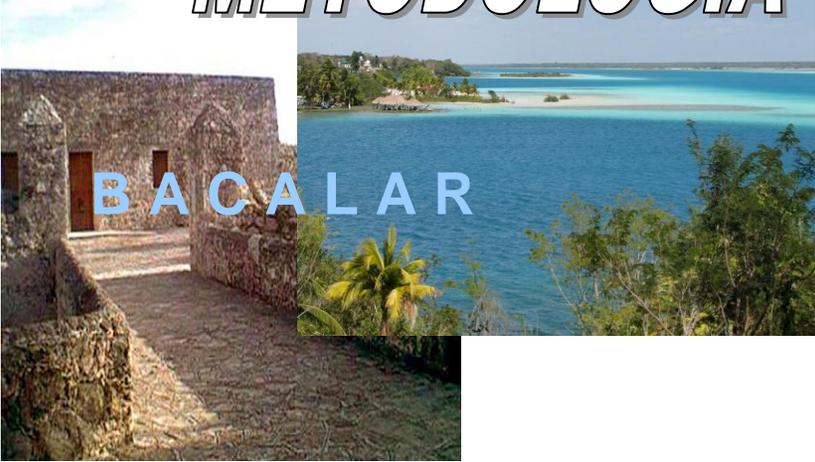


CAPÍTULO I

ELECCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Y

METODOLOGÍA



BACALAR



CAPÍTULO I

ELECCIÓN DEL TEMA A INVESTIGAR

Antecedentes

El poblado de Bacalar se encuentra situado en la rivera de la laguna del mismo nombre, la más importante de las lagunas del sur quintanarroense y gran atractivo turístico.

Bacalar se ubica a 39 km de la ciudad de Chetumal, capital del bello estado de Quintana Roo. Su nombre proviene del maya *Bakhalal* que significa "*Cerca o rodeado de carrizos*".

A lo largo del tiempo Bacalar a pasado a ser parte primordial de la historia Familiar, pues mis padres tuvieron la satisfacción de vivir algunos años en esta comunidad adquiriendo así conocimientos de su historia y disfrutando de la belleza de su laguna, razón por la cual identifican algunos cambios que actualmente son observables.

Tomando en cuenta estas vivencias, así como lo que he observado con las vistas que de manera familiar hemos realizado nació en mí el interés por adentrarme a conocer a fondo lo que esta comunidad nos ofrece como factor determinante en el aspecto turístico.



Otra de las razones que me motivaron a realizar este trabajo de investigación es saber que nuestro Estado, en lo que respecta a la zona Sur, ha sido poco explotado en lo que se refiere a turismo, a pesar, de contar con una enorme gama de elementos factibles a desarrollarse y formar parte del patrimonio turístico de manera conjunta con la parte Norte del mismo.

Uno de estos elementos que posee atractivos turísticos aun desaprovechados es precisamente Bacalar, que cuenta con una zona lagunar conocida como “Laguna de los siete colores” la cual es única y rica en naturaleza.

Asimismo Bacalar cuenta con uno de los cenotes más importantes del mundo “El Cenote Azul” que ocupa el tercer lugar en cuanto a su amplitud.

De igual manera Bacalar representa un lugar histórico muy importante para el estado, pues fue escenario de acontecimientos que forman parte de su origen, entre ellos se destacan la guerra de castas y la conquista.

En Bacalar existe una riqueza cultural y ambiental envidiable lo cual la hace ser una comunidad llena de, vida, ambiente y belleza.

Por ello decidí realizar una investigación que me permita saber y dar a conocer los posibles productos turísticos en Bacalar bajo un concepto de turismo cultural y ambiental.

Información General

En años anteriores se han puesto en práctica algunos proyectos sobre el desarrollo de la comunidad de Bacalar, pero que no han tenido gran impacto en lo turístico, no obstante existe un cambio cuando el actual gobernador del Estado, Félix



González Canto, declara el “Inició del éxito turístico del sur de Quintana Roo”¹, durante la presentación del proyecto de imagen urbana e infraestructura turística de “Bacalar Pueblo Mágico” que tendrá una inversión total de más de 75 millones de pesos. A partir de que la Secretaría Federal de Turismo, incorpora a esta comunidad othonense dentro su programa nacional como “Bacalar Pueblo Mágico”, se coloca en todos los directorios turísticos y en promociones que realiza México en el mundo.

En la primera etapa del proyecto de la imagen urbana de “Bacalar Pueblo Mágico” se invertirán 13 millones 667 mil pesos de manera bipartita entre el Gobierno del Estado y Federal con lo cual se realizarán acciones en las fachadas, letreros de calles, nomenclaturas, iluminación de monumentos, edificios históricos; la construcción y rehabilitación de banquetas y guarniciones en más de mil metros de vialidades de acceso, incluido el acceso sur, así como la infraestructura de la zona adyacente al Fuerte de Bacalar.

Con estas acciones “Bacalar Pueblo Mágico” será un lugar atractivo, un sitio que atraerá más turismo, y que se podrá ofrecer a los miles de turistas que lleguen a Quintana Roo.

Se debe aprovechar la ubicación geográfica de la entidad, por su cercanía con los mercados turísticos como son Estados Unidos de Norte América, Canadá, Belice y Centro América; además de integrar tours a aquellos turistas que viajan a bordo de sus vehículos, a los destinos como Mahahual, Chetumal y hoy “Bacalar Pueblo Mágico”.

¹ Portal del Gobierno del Estado / 2008 / www.QuintanaRoo.gob.mx



Justificación

El presente estudio permitirá desarrollar un modelo de la situación actual de la comunidad de Bacalar la cual es una de las principales en la zona sur del Estado de Quintana Roo y que cuenta con una gran riqueza cultural y ambiental, representativa de una magnífica posibilidad para la zona, trayendo consigo alternativas de empleo para la población.

La elaboración de esta tesis permitirá identificar con mayor claridad cada uno de los atractivos turísticos que se encuentran en la comunidad, los cuales representan una gran oportunidad para ser aprovechados y desarrollados como posibles productos turísticos, que permitan a la zona sur del Estado un incremento económico gracias a la elevada afluencia turística a la comunidad de Bacalar.

El trabajo de tesis tiene como bien servir de base para futuros acercamientos al tema, así mismo considero será de valiosa importancia para el Estado, en especial para la Secretaría de Turismo, quienes tendrán a la mano la oportunidad de explotar la información recabada y con ello engrandecer cada vez más los grandes motivos por los que Bacalar se encuentra actualmente en el proyecto denominado “Bacalar, pueblo mágico”.

En años anteriores se pusieron en marcha cuatro proyectos por parte de SEDETUR los cuales son; Rescate del Centro Histórico de Bacalar, equipamiento e imagen urbana, rehabilitación de capilla colonial como museo comunitario y acondicionamiento de cajero automático en bacalar, los cuales se quedaron en un 25% de desarrollo y que por falta de seguimiento van en decadencia.

Actualmente no se cuentan con proyectos concretos para la comunidad de bacalar, pero existen propuestas como son; crear un anfiteatro a un costado del fuerte de San Felipe y el proyecto de un mirador.



Asimismo la información que en este documento se plasma, será de gran utilidad, para comerciantes, profesores, estudiantes, que deseen conocer un poco más sobre el patrimonio Turístico Cultural y Ambiental de Bacalar.

Planteamiento del Problema

La falta de un plan de desarrollo turístico bien estructurado por parte de las autoridades municipales, federales y estatales, con el cual a través del diagnóstico permita identificar el patrimonio cultural y ambiental de la comunidad de Bacalar, dificulta la posibilidad de desarrollar los posibles productos turísticos que en ella podrían encontrarse.

Existen factores de gran importancia para explotar, dándole un enfoque más de arte cultural en conjunto con un turismo de sol y playa.

Las autoridades del sector turístico si bien la han considerado dentro de la estrategia de “Pueblo Mágico” poco se conoce realmente su patrimonio y como consecuencia no se a identificado dentro de una estrategia de mercadotecnia, para poder dar pie a su desarrollo, como fuente importante de productos turísticos, en la Zona Sur del Estado, municipio de Othón P. Blanco.

Delimitación del Problema

Se estudiará la Comunidad de Bacalar tomando como punto específico su cultura, historia, desarrollo y por supuesto su zona lagunar que es única en riqueza natural, aprovechando de igual forma la presencia de cenotes en la región. Buscando obtener una mayor importancia, a nivel regional, de los posibles productos turísticos que en ella podrían encontrarse.



Objetivo General

Analizar el desarrollo de la comunidad de Bacalar desde la perspectiva de un mercado turístico potencial en el ámbito cultural y ambiental para proponer estrategias que permitan el posicionamiento de los posibles productos turísticos que en ella podrían encontrarse.

Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico para determinar el patrimonio cultural de la comunidad de Bacalar incluyendo los aspectos tangibles e intangibles.
2. Realizar un diagnóstico para determinar el patrimonio ambiental que prevalece en la comunidad de Bacalar susceptible de ser considerado con posibilidades para el mercado turístico.
3. Plantear estrategias mercadológicas para desarrollar productos turísticos en la comunidad de Bacalar.

Preguntas a responder con el estudio

1. ¿Es Bacalar un producto turístico cultural y /o ambiental factible?
2. ¿Cuáles son los principales productos que se pueden comercializar?
3. ¿Cómo y cuál es el principal o mejor concepto de imagen cultural y ambiental para Bacalar?

Estrategias para cumplir los objetivos

- ❑ Estudiar a fondo la Historia de la comunidad de Bacalar.
- ❑ Buscar posibilidades de Inversión para el desarrollo de la comunidad de Bacalar



- ✚ Realizar entrevistas en las instituciones que sean posible fuente de información para el desarrollo de la investigación.
- ✚ Investigar determinantes estadísticos de la población turista en la comunidad de Bacalar.
- ✚ Entrevistar al alcalde, comisario, comité y demás autoridades de Bacalar para obtención de información.
- ✚ Tomar fotografías a los posibles productos turísticos.
- ✚ Aplicar encuestas
- ✚ Realizar el análisis de los resultados de encuestas para determinar posibles productos turísticos.

Hipótesis

Bacalar, una comunidad con potencial que representa una enorme posibilidad de desarrollo de productos turísticos bajo un concepto cultural y ambiental.

METODOLOGÍA

Se planea una metodología o procedimiento ordenado a seguir para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales esta encaminado el interés de la investigación. Encontrando así de manera ordenada el título de la investigación, área de investigación, tópicos de la investigación, pregunta de investigación y por ultimo los métodos a emplear.

Titulo de la investigación

Indicadores para el desarrollo de la comunidad de Bacalar, Mpio. O. P. B en el Edo. De Quintana Roo “Bajo un concepto de turismo cultural y ambiental”.



Área de Investigación

La investigación se realizará en las instituciones que contribuyen al desarrollo turístico del estado de Quintana Roo, también en el comité “Bacalar Pueblo Mágico”, así mismo la fuente de información de mayor importancia será la población misma, pues nadie más que sus habitantes, lugareños y visitantes conocen mejor que nadie su cultura y ambiente.

Tópicos de la investigación

Los principales tópicos serán su riqueza cultural y ambiental, lo que engloba una gama lugares como son, el museo de la ciudad, El Fuerte de San Felipe, La casa del Escritor, Sus noches de danzón, su laguna de los siete colores, el canal de los piratas, el Cenote azul, su fauna, su flora, y muchos más atributos maravillosos de la población.

Pregunta de investigación

¿Existen en Bacalar atractivos naturales y culturales para desarrollar productos turísticos culturales y ambientales?

Métodos a Emplear

Para el ejercicio de este trabajo de investigación se tomó como base el método de investigación descriptiva, es un tipo de investigación conclusiva que tiene como objetivo principal la descripción de algo que por lo general son las funciones, preferencias o características de un mercado. Dentro de los tipos de recolección de datos que maneja dicha investigación se encuentran la encuesta, entrevista, y la investigación documental.



En seguida se enlistan los métodos a seguir para llevar acabo la recopilación de datos útiles en el desarrollo de la investigación.

- ✚ Investigación documental
- ✚ Investigación institucional
- ✚ Entrevistas
- ✚ Encuestas
- ✚ Toma de Fotografías
- ✚ Fichas técnicas
- ✚ Recorridos en la población





CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Este capítulo está dividido en cuatro secciones las cuales conceptualizan las bases teóricas del presente trabajo: en la primera se define la zona sur de Quintana Roo como área geográfica; en la segunda parte se define la situación geográfica, histórica, de la comunidad de Bacalar; en la tercera se comprenden conceptos básicos del turismo, desde su breve historia, su desarrollo en el Estado, y su importancia en un país; finalmente en la cuarta sección se concentra información general relacionadas con la clasificación del turismo, el patrimonio cultural y ambiental.

Zona Sur de Quintana Roo municipio de Othón P. Blanco

La zona sur del estado de Quintana Roo está integrada por el municipio de Othón P. Blanco el cual tiene una superficie de 18 760 Km² que representan el municipio más grande de Quintana Roo con el 36.9%. El municipio limita hacia el norte con los municipios de José María Morelos, al oriente del mar caribe, hacia el sur con Belice y Guatemala, y hacia el poniente con el estado de Campeche.

Geografía, historia de la comunidad de Bacalar en la zona sur del Estado de Quintana Roo

Situación geográfica.

Bacalar pertenece al municipio de Othón Pompeyo Blanco, Quintana Roo. Está situado al lado poniente de la laguna y al noreste de la ciudad de Chetumal, a los 88' 26' de longitud occidental y a los 18' 47' de longitud norte. Limita al norte, con el ejido



“Aarón Merino Fernández”; al sur, con el ejido de “Juan Sarabia”; al este con la Laguna de Bacalar y al oeste, con el ejido de Reforma. El poblado de Bacalar tiene una extensión aproximadamente de 5 Km², puesto que a lo largo abarca 2.5 Km y 2 Km de ancho que vienen siendo 5 millones de m² o el equivalente en 500 hectáreas, Su altura sobre el nivel del mar es de 2 a 8 metros.

Suelos

En Bacalar el suelo es arcilloso y granuloso con buen contenido de cal, hierro y oxidó de aluminio también está la presencia de un terreno delgado y pedregoso de color gris oscuro, calcáreo, permeable y ligero.

Orografía

La orografía en Bacalar es un poco accidentada. La sierra baja llamada PU'UK (en maya significa monte. Sierra, cuesta, loma, cordillera), que se eleva a partir del poblado de Maxcanú Yuc., con 60 m de altura y que cruza la región de los CH'ENES en Campeche, se interna en Quintana Roo y sus estribaciones llegan al poniente del poblado de Bacalar como a 8 Km cerca del Ejido Reforma, de donde se dirige al sur para unirse a las cordilleras de Guatemala y Chiapas.

Clima

Es tropical lluvioso (cálido húmedo), con lluvias torrenciales en verano, escasas en otoño y parte del invierno; con una temperatura máxima en el mes de enero de 20⁰ C, media anual entre 24 y 26⁰ C y mínima en el mes de enero de 20⁰ C, con ligeras diferencias en el transcurso del año.



Hidrografía

En Bacalar no existen ríos superficiales. Todas las aguas pluviales se consumen por absorción o por evaporación debido a lo poroso del suelo y el calor del sol. Solo existe la laguna de origen freático con 52 kilómetros de longitud y 2 kilómetros de ancho aproximadamente con profundidades diversas. (Véase, figura No 1).

DATOS GENERALES SOBRE LA LAGUNA DE BACALAR

-ALTURA SOBRE EL NIVEL DEL MAR	1.5 METROS
-ANCHURA MÁXIMA	2880 METROS
-ANCHURA MEDIA	1128 METROS
-ALIMENTACIÓN: MANANTIAL SUBTERRÁNEO LOCALIZADO EN XUL-HÁ CON ÁFORO DE 7.5 METROS CÚBICOS POR SEGUNDO.	
-PROFUNDIDAD MÁXIMA	31 METROS
-PROFUNDIDAD MEDIA	22.45 METROS
PROFUNDIDAD DE LOS CENOTES.	
-CENOTE AZUL	71 METROS
-HOTEL LAGUNA	50 METROS
-CENTRO REGIONAL DE EDUCACIÓN NORMAL	44 METROS
-COQUITOS	34 METROS

Figura No 1 Fuente: Jesús Morales Rosas

La laguna de Bacalar empieza – de sur a norte – en el poblado de XUL – HÁ y termina a 9 kilómetros más allá del poblado de Buenavista y a 2 kilómetros, al sureste, de la comunidad de Pedo Antonio Santos.

Fenómenos meteorológicos

En Bacalar se registran con frecuencia el paso de ciclones. Cada año al llegar los meses de julio, agosto y septiembre la gente se prepara para recibir las tempestades.



Etimología de la palabra Bacalar

Bacalar proviene de los vocablos del maya yucateco:

BAK', significa:

- Carne
- Partes pudendas del hombre y la mujer
- Conjunto, manada, muchedumbre, multitud, rebaño.
- Cercar, rodeado, o hilos a la redonda.
- Asir, agarrar, abrazar, envolver.

JALAL, significa:

- Carrizos delgados para hacer flechas
- Saeta, flecha, dardo

En su conjunto quiere decir:

- Carne y carrizos delgados para hacer flechas
- Conjunto o multitud de carrizos
- Carrizal
- Conjunto o multitud de flechas o dardos
- Cuatrocientas flechas, dardos o saetas
- Cercado de flechas
- Cercado de carrizos

Bacalar significa:

“Lugar rodeado de carrizos”²

² Ramón Iván Suárez Caamal 1986



Bacalar Prehispánico

De conformidad a la crónica Matichú, parte II, contenida en el libro de los libros de *Chilam Balam* procedentes del petén, del viejo imperio de los Itzáes, en los años 415 – 435 de la era cristiana, descubrieron y fundaron Bacalar poniéndole SIYANKA’AN BAK’JALAL que quiere decir nacimiento de cielo y cerca de carrizos.³

No se ha podido saber si en Bacalar existieron adoratorios mayas para las prácticas religiosas; lo que si se sabe es, que el Fuerte de San Felipe fue construido con las piedras obtenidas de las edificaciones prehispánicas.

Bacalar siendo un pueblo maya debió haberle rendido culto a Zamná, puesto que era su guía desde la salida del Péten hasta casi finales del siglo X (987) de la era cristiana.

Antes de la llegada de los españoles, Bacalar era un pueblo de intercambio de mercancías; una población fuerte de los Itzáes, dominados por los putunes o mayas chontales quienes pagaba tributo al príncipe de Itzamk’anak, capital de ACALAN, localizada cerca de la laguna de términos.

Su comercio lo hacían por agua y consistía en cacao venido de Honduras, maderas finas, oro, miel, algodón, sal, pedernal, cobre, turquesa, plumas, pieles, mariscos y canoas para el transporte. Gonzalo Fernández de Oviedo, menciona a Bacalar como: “Gran proveedor de canoas a los habitantes de la región”.⁴

Además de intercambio de mercancías, había compra venta a través de monedas: el cacao que era la moneda principal cuyo valor era igual a un par de

³ Jesús Morales Rosas 1994

⁴ Ramón Iván Suárez Caamal 1986



mazorcas de maíz grandes y sanas; hachuelas de cobre, conchas rojas, hachas de piedras, plumas, cuentas de piedra, etc.

Conquista y colonización de Bacalar

En 1544 empezó la conquista de Siyan Ka'an Bak'jalal por Gaspar Pacheco: pero se enferma y le encomienda la tarea a su hijo Melchor, quien a mediados de 1544, funda sobre cadáveres y escombros de la antigua Bak'jalal, la villa de Salamanca de Bacalar en acuerdo de la villa española en que nació Montejo y la muralla.

Inmediatamente después que se fundó la Villa de Salamanca de Bacalar, se nombró a Melchor Pacheco como jefe de la municipalidad e integró el ayuntamiento con un alcalde que es el capitán de guerra y dos regidores; el tesorero se encontraba en la ciudad de Mérida. El encomendero tenía en su casa caballos y bastantes armas para el servicio militar.

En tiempos de la conquista y antes de ella Bak'jalal era el poblado mas importante del cacicazgo de Uaymil por ser el punto de transferencias de mercancías, especialmente cacao traído de Honduras mediante canoas, labor que era la fuente de sustento. Pero no sólo había intercambio de productos y materias primas si no también de ideas, formas de organización, modelos de vida, cultura.

Ya repuesto Gaspar Pacheco de su enfermedad regresa, regresa a la Villa de Salamanca de Bacalar en 1548 a cometer muchas atrocidades. Pero su sobrino Alonso Pacheco fue peor. Se dedico a robar los alimentos de los mayas y matar a garrotazos a hombres y mujeres. La sevicia se había apoderado de él. Azuzaba a los perros de la guerra contra los nativos y los desgarraba en pedazos a los pobres indefensos. Cortó los pechos a muchas mujeres y a los hombres les estacaba después de cortarles las manos, narices y orejas. Ataba calabazas a los pies de las mujeres y las arrojaba a la



laguna para que se ahogaran haciéndolo como un pasatiempo y otras ocasiones dignas de cafres.

Con estas actitudes los nativos huyeron de miedo y no sembraron, y la mayoría murió de hambre. Los pocos que quedaron con vida se fueron a vivir al Petén, a la tierra de sus abuelos; otros se remontaron a la selva, lejos de Bacalar. De mil habitantes que habían en algunos poblados, sólo quedaron cien, acabando así con los cacicazgos.

En 1546, recién terminada la campaña militar de la conquista, los mayas de la provincia de Kukul, Sotuta, Kochuj, y Chaktemal consideraron la posibilidad de deshacerse del dominio español porque:

- ❑ Ya no aguantaban la carga tributaria,
- ❑ Los malos tratos,
- ❑ Los trabajos forzados,
- ❑ El control minucioso ejercido por los encomenderos y frailes sobre sus costumbres,
- ❑ La imposición de una nueva religión sobre otra profundamente arraigada

Es por eso que en la noche del 8 de noviembre de 1546, se desató la rebelión llamada de los hechiceros, que tenía como centro la provincia de Kukul. Veinte mil guerreros mayas atacaron Valladolid y dieron muerte a 20 encomenderos y en Chaktemal, los caciques del pueblo de Chanlakán, cerca de Bacalar, aislándola e impidiendo cualquier ayuda del exterior.

En marzo de 1547, los españoles habían vencido la gran rebelión y se inicia nuevamente el sometimiento de la religión. Sólo los cabecillas eran Chilares, los castigos eran más bien de tipo religioso. Sin embargo, como escarmiento, en la provincia de Kukul se hicieron esclavos a más de dos mil hombres, mujeres y niños que fueron trasladados a Champotón y Campeche.



La rebelión trajo serias consecuencias:

- ✚ Los pueblos quedaron desiertos,
- ✚ Se arruinó la agricultura, se desorganizó la vida indígena
- ✚ Grandes contingentes de indios abandonaron sus hogares para emigrar a otras tierras, como ya había sucedido al principio de la conquista. Algunos se fueron al Petén Itzá que todavía era libre.
- ✚ Después del ataque, los mayas seguían abandonando los pueblos y se andaban fundando nuevas aldeas escondidas entre la selva. Y ahí crecieron y vivieron bajo las costumbres de sus antepasados, situación que se conserva todavía en algunas comunidades. Estos pueblos fundados fuera del control español se convirtieron en un reto para la colonia, siendo uno de los más claros antecedentes de lo que sucedería durante la guerra de castas.

En 1555, once años después de haber sido fundada la Villa de Salamanca de Bacalar, Diego López de Cogolludo refiere “La Villa de Salamanca de Bacalar, fundada en la provincia de Bacalar, siempre fue de corta vecindad, y hoy lo es más por haber huído los indios de ella, que apenas quedó quien la habite, habiendo sido tan numerosa la gente y belicosa.”⁵

En 1562, la Villa de Salamanca de Bacalar y todo su territorio fue declarado provincia de la península de Yucatán junto con Mérida, Campeche, Valladolid y

Tabasco. Como se ve, Bacalar tuvo la categoría de provincia y fue la única en lo que hoy es Quintana Roo.

Bacalar, a partir de la conquista y durante la colonia fue siempre muy irregular en su desarrollo por las siguientes causas:

⁵ Careaga Viliesid Lorena 1990



- ❖ El azote de los huracanes,
- ❖ Los saqueos de los piratas,
- ❖ Los desastres de las guerras de inconformidad levadas a cabo con todo el furor de que es capaz una raza agredida en su cultura.
- ❖ La presencia del hambre y
- ❖ El flagelo de la peste.

Así se llega a 1630 en que Salamanca de Bacalar es un lugar pobre, lleno de monte, con 28 habitantes y de ellos, diez son encomenderos que cobran impuestos a unas novecientas personas dispersas en toda la provincia, agrupadas en pequeñas poblaciones de mayas y españoles.

El apogeo comercial de Bacalar en la época colonial

La villa de Salamanca de Bacalar en 1571, fue un puesto de cabotaje por donde pasaban grandes cantidades de mercancías procedentes de todas partes sujetas al derecho mercantil hispano; porque aquí también se había emitido el decreto según el cual se castigaría con la pena capital a toda persona que realizara algún trato comercial con navíos extranjeros. Además de la pena de muerte se procedería a la confiscación total de bienes de todas las personas que violaran la norma.

Lo que se consiguió con ese decreto fue que surgió el contrabando comercial entre México y Belice a través de la laguna de Bacalar, el río Hondo y el río Hass. Así pues el contrabando comercial fue intenso a pesar de las penas que se aplicaban, hecho que se realizó hasta la llegada del siglo XX. En ese tiempo a Salamanca de Bacalar por su gran auge comercial se le llamó “LA BABILONIA DE AMERICA”



Los piratas atacan la Villa de Salamanca de Bacalar

Durante el siglo XVII, Salamanca de Bacalar fue siempre un punto codiciado por los piratas franceses e ingleses provenientes de las islas caribeñas. Diego el Mulato, de origen cubano con 70 hombres de diversas nacionalidades, saquea y destruye la población en 1462, quedando en pie solo la iglesia de “La limpia concepción de nuestra señora, que en 87 años de olvido se cubrió de árboles, hasta que don Antonio de Figueroa vino a rescatarla del abandono, conservándose hasta la fecha.

La guerra de castas

La Guerra de Castas surgió en Yucatán debido a las precarias condiciones de vida de los indios mayas en la península. Los criollos y mestizos se autodenominaban yucatecos y, en general, solían ocupar la parte superior de la escala económica, por lo que los mayas, pertenecientes a las clases más pauperizadas, no se sentían parte de ellos, eran simplemente mayas. La revuelta empezó en 1847 en el poblado de Tepich, al paso del tiempo los mayas lograron tomar la mayor parte de la península y el gobernador Barbachano se vió obligado a solicitar apoyo militar al gobierno mexicano.

En la figura No 2 se muestran en orden cronológico los eventos más importantes durante la guerra de castas.

GUERRA DE CASTAS

Fecha	Evento Histórico
21 de febrero de 1848	Toma de bacalar por los mayas rebeldes
13 de junio de 1848	Bacalar se declaró cerrado y bloqueado para toda clase de comercio
Abril de 1849	Se organiza la Séptima División de Operación para recuperar Bacalar
4 de mayo de 1849	Recuperación de Yucatán por el ejercito Yucateco
15 de mayo de 1849	Los mayas vuelven a tomar Bacalar
30 de mayo de 1849	La Séptima División de Operación vuelve a recuperar Yucatán
23 de abril de	Los mayas vuelven a apoderarse de Bacalar



1851	
------	--

Figura No 2 Fuente: Elaboración propia con datos de investigación

Turismo

La relación entre el turismo y medio ambiente se da en el hecho de que uno suministra al otro. En la gran mayoría de los espacios turísticos de mundo, la oferta fundamental que origina el consumo del turista está sustentada en la oferta de elementos naturales y culturales diversos.

En la región caribeña, la actividad económica esencial desde hace tres décadas es el turismo.

Dado el tema de investigación, en seguida se desarrolla la información correspondiente al turismo, abarcando; sus orígenes y evolución a nivel internacional, el turismo a nivel nacional y estatal, definición, y clasificación.

Asimismo se desglosa la información referente al patrimonio cultural y ambiental.

En última instancia se hace referencia a los productos turísticos, ya que el objetivo fundamental de la investigación es la identificación ellos, en la comunidad de Bacalar.

Orígenes y evolución del turismo a nivel internacional

La historia cuenta que durante el apogeo del Imperio Romano en los meses de verano se producían considerables movimientos de personas que desde Roma se dirigían hasta el campo y hacia los sitios de verano situados a la orilla del mar.

Los romanos visitaban, además, templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Los relatos indican que al principio, en sus grandes viajes,



la gran meta era Grecia, pero posteriormente con la adopción y difusión del cristianismo, numerosos grupos de peregrinos comenzaron a viajar a la tierra santa.

Según los historiadores, ya en esa época se disponía de itinerarios y guías en los cuales se especifican las rutas, los nombres de los caminos, las distancias y los caminos para viajar entre los distintos puntos del imperio.⁶

Obviamente los romanos no identifican estas actividades con el nombre de turismo, pero de acuerdo con la concepción que actualmente tenemos del mismo no cabe ninguna duda que ellas constituyen los antecedentes remotos más claros que se dispone sobre el particular.

En este periodo se destaca la existencia de algunos factores que serían los pilares básicos para el desarrollo del turismo, tales como la disponibilidad de un sistema de comunicación adecuado para la época, a través de las calzadas construidas por los romanos, la paz y la prosperidad lograda por el Imperio.

Con la caída del Imperio Romano y la invasión de los bárbaros, las grandes obras viales se fueron destruyendo y viajar se convirtió en algo peligroso.

Los viajes se vieron retraídos hasta la Edad Media, donde la gente, por razones de seguridad, comenzó a viajar en grupo; especialmente de peregrinos que recorrían grandes trayectos para visitar lugares como Canterbury, Santiago de Compostela y la Tierra Santa.

Sin embargo, no es hasta el Renacimiento cuando se comienzan a emprender viajes por razones distintas de las que motivaban a los peregrinos y a los mercaderes.

⁶ Administración del turismo, Miguel Ángel Acerenza



En el periodo que se inicia en el siglo XVI y que llega hasta casi mediados del siglo XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este periodo tiene su origen el denominado *grand tour*, del que posteriormente se deriva el termino

denominado *turismo*, y es en esa época cuando se empiezan a desarrollar los centros vacacionales, muchos de los cuales perduran.

A mediados del siglo XVIII se publicó una tesis sobre el uso del agua de mar y esto generalizó una nueva moda en los viajes. Moda que perdura hasta el día de hoy.

El turismo, con las características actuales, no obstante, comienza a desarrollarse, en realidad, en la segunda mitad del siglo XIX, como consecuencia de la introducción de otros elementos que, en definitiva, darían a la actividad su conformación actual.

El año más memorable en la historia del turismo es 1841, en el que, por rara coincidencia, comienza sus actividades en este campo Thomas Cook y Henry Wells. El primero de ellos en Inglaterra y el segundo en Estados Unidos de América.

En el corto lapso transcurrido entre el final de La Primera Guerra Mundial y el inicio de la segunda, entre 1918 y 1939, se verifica un nuevo progreso en la evolución del turismo.

Fue, no obstante, el final de la Segunda Guerra Mundial el momento de la aparición del "boom turístico", asociado con el fenómeno del turismo de masas. Los años cincuenta con la generalización de las vacaciones pagadas, la mejora en los sistemas de transporte y el aumento de la renta per capita en los países europeos fueron los factores que impulsaron 'hacer turismo'.

A partir de 1970 se inicia una nueva etapa en el desarrollo del turismo. Es entonces cuando numerosos países estimulados por los beneficios evidentes que el



turismo redituaba a las comunidades receptoras, fundamentalmente en el aspecto económico, comienzan a fomentarlo mediante la creación de centros turísticos

planificados contando para ello con el decidido apoyo de organismos internacionales de desarrollo.

El turismo no es ya una simple forma de distracción, si no que se ha convertido en un derecho adquirido por la sociedad para su expansión, física, moral, e intelectual.

La participación de la sociedad en el turismo da origen a toda una serie de actividades; transportes, alojamiento, alimentación y distracción, las cuales generan a su vez, toda una serie de efectos sobre el medio ambiente en el cual se desarrollan.

Turismo a nivel nacional

Desde principios de la década de los sesenta, el turismo se ha convertido para México en una de sus principales actividades económicas, productivas y proveedoras de divisas. Ha pesar de que no ha alcanzado el nivel de desarrollo que tiene en los países europeos, sí ha logrado una amplia diversificación geográfica, así como una variada oferta de servicios. Por Ello no es de extrañar que el Gobierno Federal haya intervenido siempre para regular, fomentar y desarrollar todas las actividades involucradas con esta industria de servicio.

Los noventa consolidaron la afluencia turística nacional e internacional, y dieron el impulso definitivo que necesitaban algunos centros turísticos para consolidarse en el mercado nacional e internacional. Sin embargo, la presente década requiere de una mayor consolidación, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello se deben tomar en cuenta cuando menos algunos aspectos como la integración total de cada uno de los destinos iniciados, las campañas de promoción a nivel nacional e internacional, fomentar en el turismo nacional la diversificación de actividades de recreación, para



llegar a todas las regiones del país, mantener una actitud más competitiva en la prestación de los servicios turísticos, incrementar la infraestructura en carreteras y

ferrocarriles y mantener una política de precios más competitiva a nivel nacional e internacional.

La afluencia turística en México ha crecido en los últimos años a un ritmo superior al 3.2 % anual, para convertirse en una de las actividades más dinámicas del sistema económico mexicano. Sin embargo, en captación de divisas nos encontramos en el decimosexto lugar, debajo de países como Australia y Singapur, que reciben entre tres y cinco veces menos turistas que nosotros, pero captan más divisas.

México ocupa el séptimo lugar en el ámbito mundial en captación de turistas y el segundo en América después de Estados Unidos, lo que lo convierte en una potencia turística.

La oferta hotelera del país es la quinta más amplia en el mundo y la segunda en América, por lo que México se ha convertido en altamente competitivo con respecto a otros países.

México posee varias regiones que tienen bases suficientes para lograr un desarrollo turístico de magnitud, como son: Los cabos, Loreto, Ixtapa, Huatulco, Puerto Vallarta y el Caribe, en donde es fácil realizar proyectos turísticos, ya que existen instalaciones adecuadas que permiten incrementar esta oferta. Acapulco y Cancún, se encuentran fuera de este panorama porque ya poseen un desarrollo turístico sostenido y constante.

Turismo a nivel estatal



Según el informe de 1999 de la Organización Mundial de Turismo, Quintana Roo es el principal estado Receptor de Turismo en el País con el 24% de afluencia total de visitantes extranjeros (OTM, 1997 – 1999); a escala del turismo ha generado una actividad líder en el sector terciario.

La zona turística más importante de México es Cancún, cabecera municipal del municipio de Benito Juárez, en el estado peninsular de Quintana Roo. El atractivo principal de la zona es su playa de fina arena blanca – resultado de la erosión del coral ocurrida desde hace cientos de miles de años – y sus aguas cristalinas color verde turquesa.

Al hacer un poco de historia, nos encontramos con que el inicio del auge turístico quintanarroense se dio en los años setenta con la puesta en marcha del proyecto Cancún. Lo que hoy conocemos como el centro turístico más exitoso del país fue hasta hace poco más de 30 años un pueblo de pescadores desconocido por muchos, perteneciente al municipio de Isla Mujeres y poblado por apenas unas cuantas familias.

Fue a través del Banco de México y del ingeniero Carlos Nader, encargado de su compra, que estas tierras pasarían posteriormente a Fonatur, para su administración y la realización del “Proyecto constitutivo de Cancún como polo de desarrollo turístico integralmente planeado.”⁷

Como resultado, el número de visitantes creció vertiginosa y constantemente. En 1975, el número de visitantes era de aproximadamente 100,000. En 1984, este número había aumentado a 700,000. Hoy, llegan a Cancún más de cuatro millones de turistas internacionales.

Conviene señalar que Cancún hoy en día se enfrenta a competidores internacionales grandes como Cuba, que ha empezado a resurgir como una

⁷ Turismo, Medio Ambiente y cooperación internacional en el caribe, Rafael Romero Mayo, Juan Carlos Arriaga Rodríguez



competencia directa y, sin ir tan lejos, en el mismo estado de Quintana Roo desde hace algunos años ha tenido que competir con Playa del Carmen y la Riviera Maya, lugares

que son solicitados cada vez más por el turismo europeo y el sudamericano, principalmente.

“El turismo es una de las actividades del sector productivo más importantes para el desarrollo del Estado y del país debido al gran número de empleos directos e indirectos que se generan y al importante porcentaje de divisas que ingresan al país por este concepto, sin embargo el desarrollo de la actividad turística no ha crecido de manera uniforme en la geografía estatal, lo cual ha propiciado que cuando hablamos de turismo implícitamente nos remitamos a la zona norte.”⁸

Definición de Turismo

La necesidad del hombre por hacer buen uso de su tiempo libre no es novedad. Ya en los tiempos antiguos, el tiempo libre era dedicado a la cultura, la religión, el deporte y la diversión. El ser humano tiene la tendencia a cambiar de sitio, y a su vez se beneficia de las bondades que le ofrecen los lugares distintos de donde habita usualmente: cualquier desplazamiento temporal, con causas ajenas al lucro es: *TURISMO*

El Turismo es interpretado por cada quien dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para hacer posible el TURISMO y las relaciones que surgen

⁸ (Plan Básico de Gobierno 1999 – 2005, II.- Desarrollo Económico y Sustentable, II.1 Promoción de la Oferta turística)



de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de una persona por visitar un lugar para satisfacer sus necesidades de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

“El turismo, es la actividad que involucra el desplazamiento temporal de personas de su lugar de origen (turistas), y la recepción de los visitantes por una cierta comunidad (anfitriones)”⁹

Clasificación del turismo

El turismo se clasifica de acuerdo a las preferencias e intereses del consumidor turista, dicha clasificación se desglosa a continuación:

Turismo Interno o nacional.-

Desplazamientos que realizan los residentes de un país, fuera de su lugar de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país.

Los motivos del viaje pueden agruparse en:

1. tiempo libre, recreo, vacaciones, deportes.
2. negocios, familia, misión, reunión, congreso, salud, estudio, religión.

Turismo Externo o internacional.-

Desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual.

Según el motivo de viaje.-

⁹ Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas



Consiste en identificar a turismo según el motivo principal del viaje o por el propósito de la visita, a un determinado destino. De acuerdo a este criterio el turismo puede ser clasificado de tres diferentes maneras, las cuales a su vez se dividen en toda una gama de tipos.

Estas categorías son las siguientes:

1. turismo convencional o de tipo vacacional
2. turismo especializado
3. turismo de afinidad o de interés común

El turismo convencional o de tipo vacacional es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación. Por ejemplo puede ser dividido, entre otros, turismo cultural, turismo de sol y playa, turismo de nieve, etc.

El turismo especializado es el que responde a motivaciones ligadas con expectativas de emoción y aventura o con el interés científico. Por ejemplo puede dividirse en turismo de montaña, turismo de ríos y turismo científico.

El turismo de afinidad o de interés común es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica. Puede dividirse en turismo de congreso, turismo religioso o de incentivos.

Según la forma de viaje.-

Puede ser clasificado como;

1. turismo individual
2. turismo de grupo

Según el tipo de viaje.-



En consideración a la forma como se hayan efectuado los arreglos relativos al viaje, el turismo puede ser clasificado en;

1. turismo dependiente.- el propio turista es el que compra en forma directa, y además por separado, cada uno de los componentes que lo integran.
2. turismo organizado.- el turista adquiere en un solo acto de compra todos los servicios por un solo precio global.

Según el tipo de operación.-

Las empresas que integran la ya mencionada industria de viajes, para efectos de una mejor identificación del campo de los negocios turísticos, en los cuales se encuentran involucradas, lo clasifican en:

1. turismo receptivo.- se entiende a todo aquel turismo que llega a donde la empresa esta afincada, y presta sus servicios, independientemente del punto de origen del visitante, el cual puede provenir del exterior, como de cualquier otro punto localizado en el propio territorio nacional. Puede ser clasificado como turismo de importación.
2. turismo emisor.- el que tiene su origen en el lugar donde esta establecida la empresa o situado en sus alrededores, y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero. Puede ser clasificado como turismo de exportación.

Según la permanencia en el lugar de destino.-

De acuerdo con el tiempo que dure la permanencia del turista en el lugar de destino el turismo puede ser clasificado en;

1. turismo itinerante.- se caracteriza por tener una permanencia muy corta en el lugar de destino y normalmente esta relacionada con un tour, un package – tour o con un circuito, aunque, de hecho, puede dirigirse a un solo destino.



2. turismo residencial o de estadía.- se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente, esta asociado al uso de sistemas de alojamiento extrahoteleros.

Turismo de masas.-

Se trata de identificar por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros de receptores.

Turismo selectivo.-

Turismo que realizan, ciertos sectores de la sociedad. Turismo que realizan grupos reducidos de personas pertenecientes a distintos estratos sociales, independientemente de sus niveles de ingresos.

Turismo popular.-

Se utiliza para identificar al turismo que llega a tener gran aceptación por parte de la población

Turismo social.-

Se utiliza para identificar al turismo que realizan los sectores de menores ingresos de la población: empleados, obreros, estudiantes, jubilados, y en general, los sectores económicamente menos favorecidos.

Turismo alternativo.-

Es la gama de alternativas de viajes que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Dichas alternativas de viaje incluyen, entre otras, turismo cultural, turismo de aventura, turismo rural y turismo ecológico.

Patrimonio Cultural y Natural



Después de haber analizado la clasificación del turismo se presentan las definiciones de lo que se denomina Patrimonio cultural y natural.

Patrimonio Cultural.-

El patrimonio cultural comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores e intelectuales, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias,

los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

De esta forma, el patrimonio cultural tiene dos vías de manifestación: la material, como edificaciones u objetos, y la inmaterial, como procesos, lenguas y técnicas. México cuenta con uno de los patrimonios culturales más ricos del planeta.

“La cultura es el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y organización social, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a las siguientes”¹⁰

El patrimonio cultural es un referente para las identidades de nuestros pueblos y es tan diverso como nuestras culturas. A lo largo de los procesos históricos, estos referentes de identidad adquieren mayor relevancia y significado, trascendiendo el ámbito regional hasta convertirse en patrimonio cultural de la nación.

¹⁰ www.unesco.org



Por ello, es responsabilidad del Estado promover políticas públicas de conservación, de investigación, de preservación y difusión del patrimonio cultural, todo lo cual no sería viable sin la apropiación social que las comunidades otorgan al patrimonio proporcionándole significado y vigencia.

Patrimonio Natural.-

Los monumentos naturales contruidos por formaciones físicas y biológicas o por los grupos de esas formaciones que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico son considerados patrimonio natural.

Las formaciones geológicas o fisiológicas y las zonas estrictamente delimitadas constituyendo él habitat de especies de animales y vegetales amenazados de desaparición que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación.

“Los sitios naturales y las zonas naturales estrictamente delimitados que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o la conservación.”¹¹

El producto turístico

El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio pero es algo más.

El producto turístico tal cual se lo conoce hoy, tiene su origen a mediados del 50 en Europa y lo define de la siguiente manera:

“Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un

¹¹ www.conaculta.org



conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”¹²

Pero este producto en particular tiene características que lo diferencian del resto. El primer aspecto, es la división entre “oferta original”, el poder que genera el atractivo, “la oferta derivada” las facilidades de infraestructura que hacen posible la estadía del viajero. Estos elementos se interrelacionan y son una de las características que diferencia la producto turístico del resto de los productos. En segundo lugar, surgen los requisitos de la demanda, aparece la figura del transporte como medio que permite el traslado de los consumidores hacia el lugar de consumo. A diferencia de otros sectores, el turista consume el producto una vez arribado al centro receptor.

Relación entre; clasificación del turismo, patrimonio y producto turístico

El patrimonio es todo aquello que forma parte de la riqueza de una comunidad, ciudad o nación, puede ser material e inmaterial, y comprende lo que conocemos como patrimonio cultural y ambiental, estos a su vez son considerados parte de un producto turístico, que consisten en prestaciones que se ofrecen para satisfacer las necesidades de un turista, estos productos turísticos se determinan de acuerdo a la clasificación de turismo, anteriormente mencionada. Es por ello que estos tres conceptos conforman en si uno solo de vital importancia para la actividad turística.

¹² Acerenza M. , Promoción Turística 2002



CAPÍTULO III

FICHAS TÉCNICAS

DE

POSIBLES PRODUCTOS

TURÍSTICOS



CAPÍTULO III

FICHAS TÉCNICA POR ZONA

En este capítulo se desglosan las características de cada uno de los posibles productos turísticos que podrían encontrarse en la comunidad de Bacalar.

Zona: Bacalar

Delimitación: extensión aproximada de 5km cuadrados.

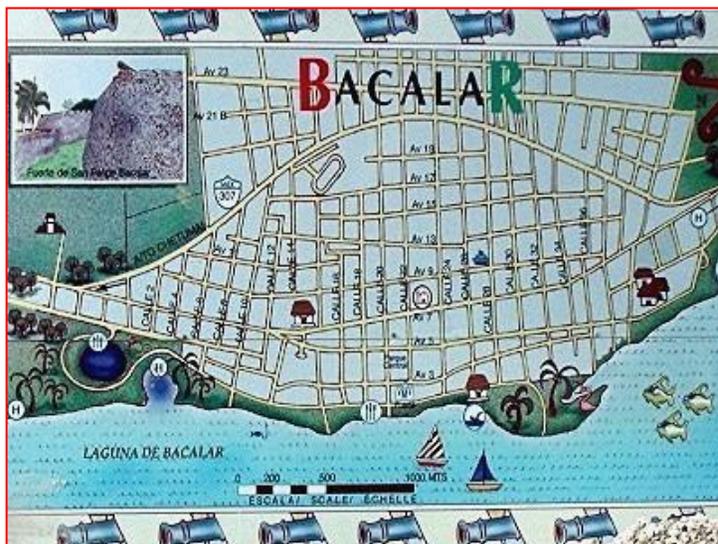


Figura No. 1 Fuente: www.bacalar.net

Tipo de turismo a desarrollar:
viajes de interés general

- **Turismo cultural.**- Historia, gastronomía, cultura
- **Naturaleza:** sol, playa, paisaje, aventura

Principales Atractivos.-

- Fuerte de San Felipe
- Laguna de los 7 colores
- Casa de la cultura
- Casa del escritor
- Balneario ejidal



- Cenote Azul
- Artesanías
- Árbol de Pich o Parota
- San Felipe (fauna)
- Centro de reforestación
- Plaza central
- Iglesia
- Club de vela

Factores Socioculturales y Religiosos

Gastronomía.- cultura de comida típica yucateca y mariscos.

Costumbres, ferias, tradiciones y religión.- Feria de san Joaquín, carnaval, la religión está a tono con los tiempos modernos, cualquier credo tiene cabida, porque sus habitantes son concientes y respetuosos de la fe de cada uno.

Vestimenta.- Estilo criollo

Lenguaje.- Maya, Español.

Literatura, poesía, mitos y leyendas.-

1. Poemas de Selene Isolda Dosamantes Carrasco; esperanzas, ahorcada en la laguna, imágenes, entre otros.
2. Cuentos; Takasba niña, Ensueño de laguna, árbol de lirio, entre otros.
3. Mitos y Leyendas: La serpiente de mar, Castigo ejemplar, El sisimite, El cura sin cabeza, la bruja, los duendes del monte, etc.

Música.- Laguna de Bacalar, Fuerte de San Felipe.



Patrimonio (edificios, museos).- casa de la cultura, casa del escritor, dos bibliotecas públicas, museo del Fuerte se San Felipe, y taller de artesanías.

Personajes clave (nombre y localización).-

1. Conquista; capitán Alonso Dávila, Gaspar Pcheco y Fancisco de Montejo.
2. Guerra de castas; Cecilio Chí, Venancio Pec, Jacinto Pat y los Cruzo'ob.

FICHAS TÉCNICAS POR POSIBLE PRODUCTO TURÍSTICO

Atractivo: Fuerte de San Felipe



Figura No. 2 Fuente: Fotografía Propia, fuerte de San Felipe

Características principales:

Estructura colonial, riqueza histórica,

Infraestructura disponible y uso

actual: construcción sólida, con todos los servicios necesarios. Su uso actual es como museo de historia de Bacalar.

Sector al que pertenece: Sector Público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: podía ser empleado como escenario para la realización de representaciones históricas de Bacalar, o como centro para contar cuentos y leyendas a los turistas.

Necesidades de capacitación: mayor atención por parte de autoridades, para fomentar publicidad sobre el Fuerte y los eventos que en el se acontecen, para que el servicio sea de manera mas personalizada.



Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Pertenece al sector público• Buena estructura física e instalaciones• Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por conocer la historia de Bacalar• Ubicación céntrica en el poblado• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura turística por parte de los lugareños.• Baja aceptación del turista.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	--

Atractivo: Laguna



Figura No.- 3 Fuente: Fotografía Propia,
Laguna de los siete colores

Características principales:

escenario del primer maratón náutico Chetumal – Río Hondo – Bacalar, sus siete colores la hacen ser única a nivel nacional, aguas poco profundas, con arena blanca y suave.

Infraestructura disponible y uso actual: aguas poco profundas que actualmente son usadas como balneario público.

Sector al que pertenece: sector público



Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: como escenario para realizar actividades turísticas de acuerdo al gusto y preferencia del turista, entre estos están paseos en lancha, pesca deportiva, motonáutica, paseo en cayac, etc.

Necesidades de capacitación: inversión para mejora de infraestructura en el balneario, mayor promoción e implementación de productos turísticos.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Pertenece al sector público• Riqueza natural única• Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por la naturaleza y actividades de playa.• Interés por parte del turista a actividades de aventura• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad.• Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura turística por parte de los lugareños.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	---

Atractivo: Casa de la cultura



Características principales: biblioteca pública, decoración con pinturas representativas de la historia del pueblo.

Figura No.- 4 Fuente: Fotografía Propia, Casa de la Cultura



Infraestructura disponible y uso actual: espacio ocupado como oficina y biblioteca pública con jardín espacioso y teatro.

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: ideal para aprovecharse en la implementación de actividades culturales para turistas, niños y personas en general que gusten de aumentar sus conocimientos y saciar su interés sobre el poblado. Realizar actividades recreativas, festival, clases o talleres de música gregoriana, baile y/o pintura.



Figura No.- 5 Fuente: Fotografía Propia, Casa de la Cultura

Necesidades de capacitación: inversión necesaria para modelación y cuidado de la casa de la cultura, para aprovechar sus instalaciones y espacio.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza cultural importante • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por actividades culturales. • Interés por parte del turista a actividades recreativas y que proporcionen e incrementen su conocimiento. • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad e interés por los mismos encargados. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	---



Atractivo: Casa del escritor



Figura No.- 6 Fuente: Fotografía Propia, Casa del escritor

Características principales: es un lugar tranquilo, amplio e ideal para relajarse

Infraestructura disponible y uso actual: espacio amplio, cuartos individuales, tranquilo, comedor, áreas verdes.

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: cuenta con espacios suficientes para fomentar la escritura, para aquellas personas que gustan de la poesía, y pueden implementarse cursos o talleres de redacción, poesía o gramática.

Necesidades de capacitación: inversión para mejora de las instalaciones, fomento de la cultura por la escritura, incremento de apoyo gubernamental.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Pertenece al sector público• Riqueza cultural• Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por espacios tranquilos y para actividades como la escritura.• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad.• Falta de proyectos turísticos culturales e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura turística por parte de los lugareños.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
---	--



Atractivo: Balneario ejidal



Figura No.- 7 Fuente: Fotografía Propia, Balneario ejidal

Características principales: es parte importante de la laguna de Bacalar, áreas verdes hermosas.

Infraestructura disponible y uso actual: palapas para quienes lo visitan, sanitarios, restaurante. Actualmente no se encuentra en uso.

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: como escenario para realizar actividades turísticas de acuerdo al gusto y preferencia del turista, entre estos se pueden mencionar paseos en lancha, pesca deportiva, motonáutica, paseo en cayac, etc.

Necesidades de capacitación: inversión para mejora de las instalaciones, fomento de la cultura turística, incremento de apoyo gubernamental.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza natural única • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por la naturaleza y actividades de playa. • Interés por parte del turista a actividades de aventura • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad. • Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura turística por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	--



Atractivo: Cenote Azul



Características principales: 90 metros de profundidad, y uno de los de mayor extensión y diámetro, habitada con una abundante variedad de peces.

Infraestructura disponible y uso actual: cuenta con un restaurante, sanitarios, alberca, su uso actual es visual y atractivo para quienes lo visitan.

Figura No - 8 Fuente: Fotografía Propia Cenote Azul

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: actividades como nadar, proporcionando chalecos salvavidas y bajo supervisión profesional, buceo y snorkel. Mantener en uso la alberca para los niños mientras sus padres realizan alguna otra actividad, también se podría implementar un instructor de clavados.

Necesidades de capacitación: inversión para desarrollo de nuevos productos turísticos.

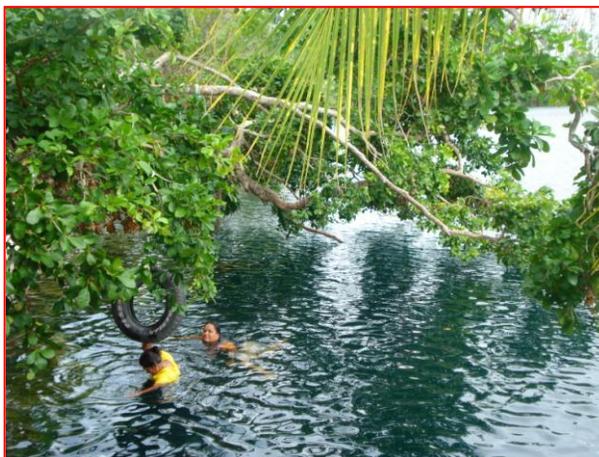


Figura No.- 9 Fuente: Fotografía Propia, Cenote Azul



Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza natural única y abundante fauna marina • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por la naturaleza. • Interés por actividades de aventura como buceo o snorkel. • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad. • Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura turística por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	--

Atractivo: Artesanías



Figura No.- 10 Fuente: Fotografía Propia, Artesanías

Características principales: elaboradas por artesanos de la comunidad, a base de palo de tinte, madera, y piedras.

Infraestructura disponible y uso actual: se cuenta con solo dos puntos de venta uno en el fuerte de San Felipe y el otro en el Cenote Azul.

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: turismo cultural que consiste en ofertar más las artesanías y aprovechar la mano de obra de los artesanos.



Necesidades de capacitación: inversión para apoyar a los artesanos de la comunidad.



Figura No.- 11 Fuente: Fotografía Propia, Artesanías

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Pertenece al sector público• Riqueza cultural importante• Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por adquirir productos artesanales.• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad e interés por los mismos artesanos. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura por parte de los lugareños.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	--



Atractivo: Árbol de Pich o Parota



Figura No.- 12 Fuente: Fotografía Propia, Árbol de Pich

Características principales: importancia histórica pues era representativo para los mayas.

Infraestructura disponible y uso actual: no tiene ningún uso

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: turismo cultural histórico, puede ser considerado dentro de un recorrido por las zonas históricas o representación del culto, explicando las creencias de los mayas con respecto al árbol.

Necesidades de capacitación: apoyo de los lugareños y gobierno para aumentar la cultura de turismo

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Pertenece al sector público• Gran representativo histórico• Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por conocer la historia de Bacalar• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura turística por parte de los lugareños.• Baja aceptación del turista.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
---	--



Atractivo: San Felipe (fauna)



Figura No.- 13 Fuente: www.google.com,

Características principales: centro dedicado a la protección de la fauna de Bacalar, aproximadamente a 15 minutos del poblado.

Infraestructura disponible y uso actual: paisaje natural, con las principales especies animales y aviario.

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: tours organizados para que el turista conozca la fauna y las maravillas de Bacalar.

Necesidades de capacitación: inversión en proyectos de tours

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Riqueza natural única y abundante fauna.• Patrimonio del pueblo• Abundantes especies animales. <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés del turista por la naturaleza, paisaje y la fauna.• Interés por actividades de aventura como conocer la fauna de la región.• Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Poca responsabilidad por parte de las autoridades.• Poca publicidad.• Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura turística por parte de los lugareños.• Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	---



Atractivo: Centro de reforestación

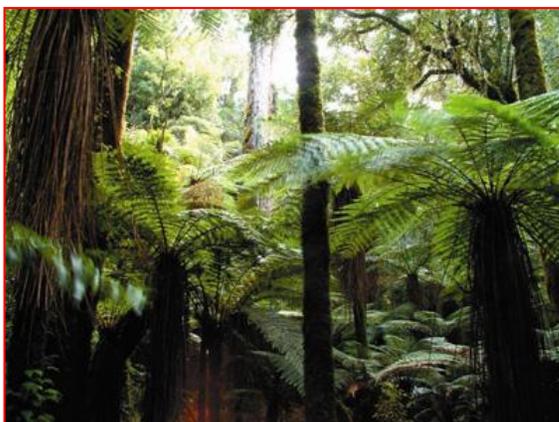


Figura No.- 14 Fuente: www.google.com

Características principales: cuidados de las principales plantas representativas de la región.

Infraestructura disponible y uso actual: función única como centro de reforestación

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: turismo de naturaleza, podría contemplarse dentro de tours que permitan conocer la riqueza natural de la región.

Necesidades de capacitación: inversión en proyectos de tours

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riqueza natural única y abundante flora. • Patrimonio del pueblo • Abundantes especie forestal. <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por la naturaleza, paisaje y la flora. • Interés por actividades de aventura como conocer la flora de la región. • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad. • Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura turística por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
---	--



Atractivo: Plaza central



Figura No.- 15 Fuente: Fotografía Propia, Plaza principal de Bacalar

Características principales: Plaza principal de poblado, amplitud, y ubicación

Infraestructura disponible y uso actual: bancas, alumbrado público, pavimento, kiosco, usado para desarrollar la feria del pueblo y como centro de reunión para jóvenes.

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: puede ser utilizado para realizar eventos culturales, y representativos (noches de danzon), así mismo puede usarse como punto de venta de artesanía o para eventos de música grecorromana.

Necesidades de capacitación: inversión por parte del gobierno y apoyo de los lugareños para el desarrollo de productos turísticos.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza cultural importante • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por actividades culturales. • Interés por parte del turista a actividades recreativas y que proporcionen e incrementen su conocimiento. • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad e interés por los mismos encargados. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	---



Atractivo: Iglesia



Figura No.- 16 Fuente: Fotografía Propia, Iglesia de Bacalar

Características principales: importancia histórica

Infraestructura disponible y uso actual: construcción antigua, áreas verdes, teatro

Sector al que pertenece: sector público

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: como monumento histórico y parte del turismo cultural.

Necesidades de capacitación: inversión para proyectos de turismo cultural.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza cultural importante • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por actividades culturales. • Interés por parte del turista a actividades recreativas y que proporcionen e incrementen su conocimiento. • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad e interés por los mismos encargados. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	---



Atractivo: Club de vela



Figura No.- 17 Fuente:
www.bacalar.net

Características principales: se encuentra cerca del Fuerte de San Felipe y la plaza central

Infraestructura disponible y uso actual: restaurante

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: puede ser aprovechado como un atractivo turístico natural y aventura para personas que gusten del deporte de vela.

Necesidades de capacitación: inversión por parte del gobierno para desarrollo de productos turísticos y mejora de las instalaciones.

Análisis FODA

<p>Fortalezas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece al sector público • Riqueza natural única • Patrimonio del pueblo <p>Oportunidades.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés del turista por la naturaleza y actividades de playa. • Interés por parte del turista a actividades de aventura • Se encuentra en un lugar en desarrollo turístico. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca responsabilidad por parte de las autoridades. • Poca publicidad. • Falta de proyectos turísticos e inversión <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura turística por parte de los lugareños. • Cambios climatológicos y temporadas vacacionales.
--	--



Fichas técnicas por paquete turístico

Atractivo: Tours por Bicicleta

Infraestructura disponible: atractivos naturales y culturales

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: producto turístico deportivo, consiste en un tour a través de bicicleta, para explicar al turista los atractivos culturales de Bacalar, partiendo de la plaza central, el fuerte, el árbol de pich, la casa del escritor, la iglesia y la casa de la cultura, de tal manera que en cada punto se de a conocer las actividades y productos turísticos que se ofrecen.

Necesidades de capacitación: inversión por parte del gobierno para mejora de pavimentación y seguridad vial.

Atractivo: Tours en bicicleta

Infraestructura disponible: atractivos naturales y culturales

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar: producto turístico deportivo, para conocer los atractivos turísticos naturales de Bacalar, es decir, el cenote, el balneario ejidal, el club de vela y el balneario público, de igual manera expliqué en cada punto las actividades y productos turísticos que se ofrecen.



Necesidades de capacitación: inversión por parte del gobierno para mejora de pavimentación y seguridad vial.

Atractivo: Paquetes turísticos

Sector al que pertenece: sector privado

Tipo de producto turístico que se puede desarrollar:

1. **Paquete uno.-** conocer el balneario público, donde se pueda ofrecer al turista, un paseo en lancha en el cual pueda practicar la pesca, se le ofrezca conocer los cenotes que se encuentran en la laguna, la isla de los piratas y ver como bajan las aves a comer a esta isla, ofrecerles alimento, tiempo para relajarse y disfrutar de las hermosas aguas de la laguna.
2. **Paquete dos.-** una mañana en el balneario público, con tiempo libre para el turista y que realice actividades como cayac, motonáutica y pesca, partiendo después al cenote donde se les ofrezca alimento y un rato de buceo o instrucción de clavados.
3. **Paquete tres.-** conocer el balneario ejidal, dar un tiempo acorde para disfrutar de la laguna, visitar el club de vela para quienes gustan de ese deporte, con alimentación incluida.
4. **Paquete cuatro.-** visita al Fuerte de San Felipe visitando el museo mientras se les explican los acontecimientos sucedidos, posteriormente visita al árbol de pich y explicación por parte del guía de turistas, regreso a la plaza central para la compra de artesanía y consumo de alimentos.
5. **Paquete cinco.-** visita al fuerte de San Felipe, visita al balneario, con tiempo libre para alimentos y actividades de preferencia del turista, tiempo de descanso en hotel, visita a la casa de a cultura para ver representaciones históricas y finalmente terminar con las noches de danzon en la plaza central.



Pudiendo así crear gran numero de paquetes turísticos para todas aquellas personas que visitan la comunidad de Bacalar.

Necesidades de capacitación: inversión por parte del gobierno para mejora de pavimentación y seguridad vial.

Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de creación de proyectos• Aprovechamiento de los recursos naturales y culturales• Riqueza ambiental e histórica• Paisaje único e inigualable• Tranquilidad y a la vez el sentimiento de aventura de la comunidad <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Inversión de capital por parte del gobierno• Los cruceros que arriban a la zona de Mahahual.• Los visitantes a la zona libre de Belice• El apoyo de los lugareños para los proyectos turísticos deseados	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de interés por empresarios para invertir en este tipo de proyectos.• Desacuerdos entre autoridades para el desarrollo de productos turísticos.• Instalaciones inadecuadas para el desarrollo de dichos proyectos y productos turísticos. <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de interés por el turista al no recibir la información sobre los productos que se ofrecen.• Fenómenos meteorológicos como huracanes.• Disminución de interés por este tipo de turismo por parte de los visitantes.• Dudas de calidad de productos y servicio al ser nuevos en Bacalar
---	--





CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE GRÁFICAS DE ACUERDO A LAS RESPUESTAS OBTENIDAS EN LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo tiene como fin plasmar un análisis estadístico de los resultados obtenidos a lo largo del trabajo de investigación, que se llevó a cabo, para determinar el desarrollo de la comunidad de Bacalar desde la perspectiva de un mercado turístico potencial.

Asimismo se puede interpretar un diagnóstico del patrimonio cultural y ambiental que prevalece en la comunidad de Bacalar, susceptible de ser considerado parte del mercado turístico.

En base a las estadísticas determinadas, el 30.8% del total de la muestra de la población encuestada afirma que en el momento de haber sido interrogada, fue en el momento de su primera visita al pueblo mágico de Bacalar, seguido de este encontramos que el segundo criterio de importancia se constituye por el 20.8% de la muestra, que consiste en persona cuya afirmación indica que realizan visitas el sitio, al menos una vez por mes, como se muestra en la *tabla estadística No 1*.

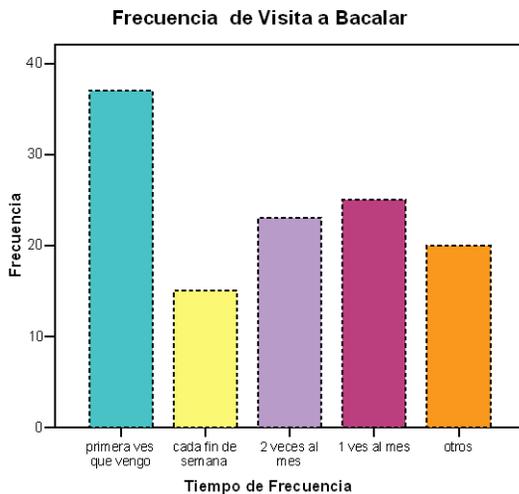
Tabla No1.- Frecuencia De Visita A Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Primera ves que vengo	37	30.3	30.8	30.8
	Cada fin de semana	15	12.3	12.5	43.3
	2 veces al mes	23	18.9	19.2	62.5
	1 ves al mes	25	20.5	20.8	83.3
	Otros	20	16.4	16.7	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



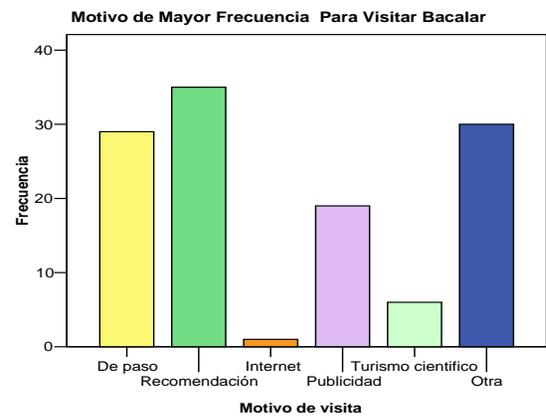
Lo anterior se plasma de manera más clara en el *gráfico No. 1*, el cual nos permite observar la frecuencia de visita que presenta la comunidad de Bacalar, quedando así en el siguiente orden; en primer lugar se encuentra: la primera visita, en segundo lugar 1 vez al mes, en tercer lugar 2 veces al mes, el cuarto lugar se encuentra ocupado por otros lapsos de tiempo que van desde 1,2 o 3 veces al año y en última instancia se encuentran las visitas realizadas cada fin de semana, lo cual es un dato sumamente importante para posteriormente la realización de conclusiones y estrategias.

Gráfico No.- 1



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No 2



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Tabla No.- 2 Motivo De Mayor Frecuencia Para Visitar Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Opción	De paso	29	23.8	24.2	24.2
	Recomendación	35	28.7	29.2	53.3
	Internet	1	.8	.8	54.2
	Publicidad	19	15.6	15.8	70.0
	Turismo científico	6	4.9	5.0	75.0
	Otra	30	24.6	25.0	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



Los principales motivos por los que se realiza la visita a Bacalar se encuentran especificados por rango de frecuencia y porcentaje en la *Tabla estadística No. 2*, en la cual se observa como principal motivo las recomendaciones realizadas por terceras personas ocupando esta un 29.2%, tenemos también que el segundo lugar lo ocupan otros motivos alternos como bien pueden ser; visitar familiares, vacaciones, y distracción en familia con el 25%, en tercer lugar con un 24.2% encontramos que el motivo de visita es porque está de paso, al momento de dirigirse a algún otro destino.

El *gráfico No.- 2* nos permite observar el comportamiento del turista con relación a los motivos por los cuales es más frecuente la visita al Pueblo de Bacalar, es importante recalcar que entre los últimos motivos se encuentra la publicidad, el Internet y el turismo científico, representando esto un grave problema para la zona como mercado turístico, pero dicho punto será tratado más adelante.

Algo muy importante para el estudio es la percepción que el turista presenta en el momento de encontrarse en dicho lugar, es decir, emociones y sentimientos que el entorno del medio le transmite.

Como se observa en el *gráfico No.- 3* para aproximadamente el 50% de la muestra de la población, Bacalar es sinónimo de Tranquilidad, seguido de naturaleza, paisaje y aventura, siendo estas las principales emociones transmitidas por el lugar.

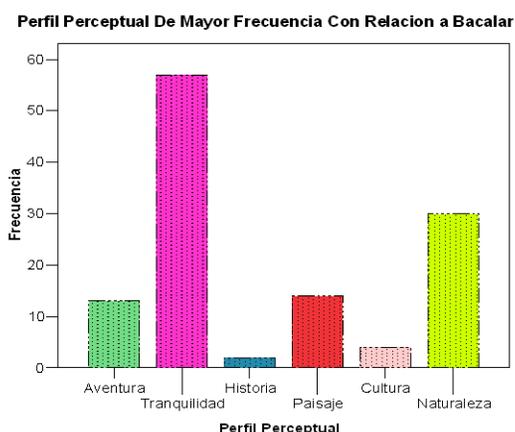
El 47.5% de la muestra percibe el lugar por su tranquilidad, ya que se conserva un ambiente relajado y agradable, para el 25% representa un área inigualable gracias a la naturaleza que predomina, para el 11.1% predomina lo maravilloso de su paisaje, el 10.8 % lo percibe como un lugar lleno de aventuras nuevas que experimentar, y así van en descenso la historia y la cultura, tal y como se muestra en la *tabla estadística No. 3*.



Tabla No.- 3 Perfil Perceptual De Mayor Frecuencia Con Relación a Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Aventura	13	10.7	10.8	10.8
	Tranquilidad	57	46.7	47.5	58.3
	Historia	2	1.6	1.7	60.0
	Paisaje	14	11.5	11.7	71.7
	Cultura	4	3.3	3.3	75.0
	Naturaleza	30	24.6	25.0	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

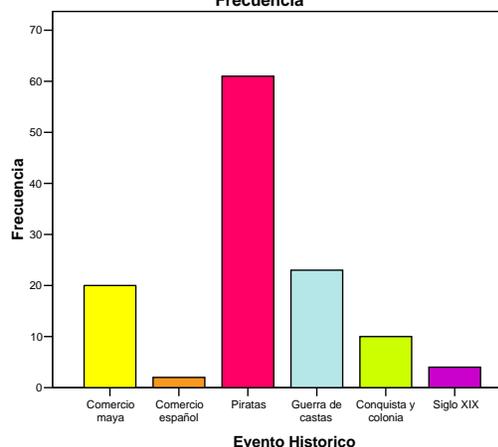
Gráfico No. 3



Fuente: Elaboración Propia con datos de investigación

Gráfico No 4.-

Aspecto Historico De Bacalar Que Se Conoce Con Mayor Frecuencia



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Tabla.- 4 Aspecto Histórico De Bacalar Que Se Conoce Con Mayor Frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Comercio maya	20	16.4	16.7	16.7
	Comercio español	2	1.6	1.7	18.3
	Piratas	61	50.0	50.8	69.2
	Guerra de castas	23	18.9	19.2	88.3
	Conquista y colonia	10	8.2	8.3	96.7
	Siglo XIX	4	3.3	3.3	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



El pueblo mágico de Bacalar es rico en cultura, ambiente e historia, ya que encierra grandes sucesos históricos que se desarrollaron en ciertos momentos. En la tabla No 4 se mencionan los principales acontecimientos históricos, así como la frecuencia con que son conocidos por los turistas que visitan esta zona actualmente.

Es notable que con un 50.8% la historia comprendida por piratas, es el principal tema de la cual se tiene conocimiento, seguido de la guerra de castas y posteriormente el comercio maya.

El gráfico No.- 4, presenta mediante barras los porcentajes de conocimiento de cada uno de los criterios detallados con anterioridad en el recuadro número 4.

Como se observa, la historia de los piratas es el principal hecho histórico conocido, seguida de la guerra de castas, el comercio maya, la conquista y colonia, el siglo XIX y en último lugar el comercio español.

Además de los acontecimientos históricos que encierra Bacalar, nos ofrece un gran número de atractivos que pueden ser catalogados como atractivos turísticos, entre estos se encuentran los citados en la tabla No 5, nos indica cuales son los más frecuentados.

La laguna de Bacalar es considerada como el principal atractivo turístico. Y con base a la investigación realizada se observa que si cubre esas expectativas obteniendo como resultado que un 40.8% total de la población encuestada la favorece, teniendo en segundo término el Fuerte de San Felipe.

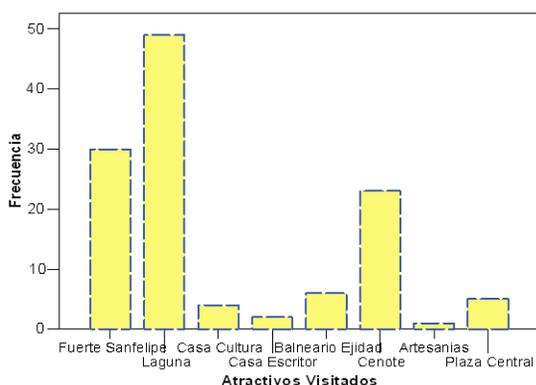


Tabla No. 5 Atractivo Turístico De Bacalar Visitado Con Mayor Frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	fuerte sanfelipe	30	24.6	25.0	25.0
	laguna	49	40.2	40.8	65.8
	casa cultura	4	3.3	3.3	69.2
	casa escritor	2	1.6	1.7	70.8
	balneario ejidad	6	4.9	5.0	75.8
	cenote	23	18.9	19.2	95.0
	artesanias	1	.8	.8	95.8
	plaza central	5	4.1	4.2	100.0
	Total	120	98.4	tab100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Gráfico No.- 5

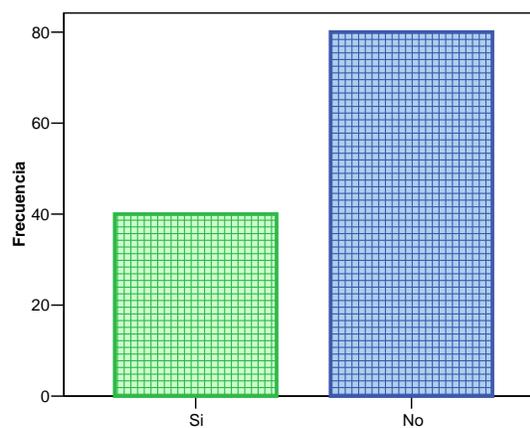
Atractivo Turístico De Bacalar Visitado Con Mayor Frecuencia



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 6

¿Con Que Frecuencia Obtiene Información Sobre Hospedaje En Bacalar?



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Tabla No.- 6 ¿Con Que Frecuencia Obtiene Información Sobre Hospedaje En Bacalar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Si	40	32.8	33.3	33.3
	No	80	65.6	66.7	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



El gráfico No 5 describe de manera sencilla las preferencias de los turistas que visitan Bacalar, respecto a sus atractivos, así como la frecuencia con que los visitan y el orden de acuerdo a la atracción de éstos.

Un factor de gran importancia en Bacalar es el hospedaje, ya que a pesar de ser una zona con grandes atractivos turísticos y ser una zona apta para ser visitada por gran número de turistas, a simple vista no se nota la existencia de información sobre hospedaje para aquellos que llegan de visita al lugar. Por tanto se analiza en la tabla No.- 6 el porcentaje de turistas que en alguna ocasión han recibido información sobre hospedaje, confrontándolo con el porcentaje de turistas que niegan haber obtenido dicha información quedando de la siguiente manera; el 33.3 % a recibido información sobre hospedaje mientras que mas del 50 % no ha recibido ningún tipo de información de este tipo.

Los datos de la tabla No.- 6 se encuentran en el gráfico No.- 6 en el cual es notable la gran diferencia entre personas que han y no han recibido información de hospedaje en Bacalar.

Después de haber analizado en la tabla No 5 los atractivos turísticos más visitados en Bacalar, en el cuadro No 7 observamos la prioridad que le dan a cada uno de éstos, ocupando el lugar principal la laguna con un 52.5%, como también se puede observar en la tabla No.- 5 e el más visitado por su atracción, en segundo lugar se encuentra el cenote con un 22.5% seguido del fuerte de san Felipe con el 19.2%.

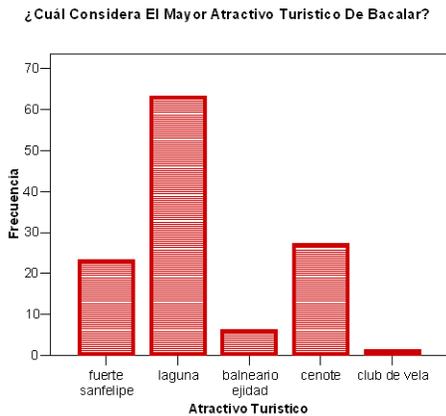


Tabla No.- 7 ¿Cuál Considera El Mayor Atractivo Turístico De Bacalar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Fuerte san Felipe	23	18.9	19.2	19.2
	Laguna	63	51.6	52.5	71.7
	Balneario ejidad	6	4.9	5.0	76.7
	Cenote	27	22.1	22.5	99.2
	Club de vela	1	.8	.8	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
	Missing	System	2	1.6	
Total		122	100.0		

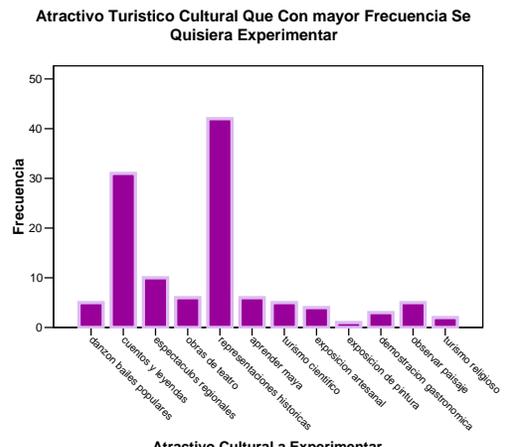
El gráfico No. 7 muestra la frecuencia de los que se consideran principales atractivos turísticos de Bacalar.

Gráfico No.- 7



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 8



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Asimismo como parte importante del análisis se encuentra la tabla No. 8 la cual nos presenta los atractivos turísticos culturales que los turistas quisieran experimentar en el pueblo mágico de Bacalar, entre estos atractivos se encuentran en primera instancia las representaciones históricas de la historia del poblado con un 35%, le siguen los cuentos y leyendas con el 25%, los espectáculos regionales con el 8.3% y así sucesivamente hasta llega a la exposición de pintura con el .8%. En el gráfico No 8 se representa de manera más exacta el comportamiento de los atractivos turísticos culturales mencionados anteriormente.



Tabla No.- 8 Atractivo Turístico Cultural Que Con Mayor Frecuencia Se Quisiera Experimentar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Danzon bailes populares	5	4.1	4.2	4.2
	Cuentos y leyendas	31	25.4	25.8	30.0
	Espectáculos regionales	10	8.2	8.3	38.3
	Obras de teatro	6	4.9	5.0	43.3
	Representaciones históricas	42	34.4	35.0	78.3
	Aprender maya	6	4.9	5.0	83.3
	Turismo científico	5	4.1	4.2	87.5
	Exposición artesanal	4	3.3	3.3	90.8
	Exposición de pintura	1	.8	.8	91.7
	Demostración gastronómica	3	2.5	2.5	94.2
	Observar paisaje	5	4.1	4.2	98.3
	Turismo religioso	2	1.6	1.7	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Tabla No.- 9 Atractivo Turístico Natural Que Con Mayor Frecuencia Se Quisiera Experimentar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje comunicativo
Opción	Nadar en la laguna	34	27.9	28.3	28.3
	Nadar en cenote	19	15.6	15.8	44.2
	Paseo en lancha	20	16.4	16.7	60.8
	Observar flora y fauna	15	12.3	12.5	73.3
	Turismo científico	1	.8	.8	74.2
	Kayacs	7	5.7	5.8	80.0
	Buceo	14	11.5	11.7	91.7
	Relajación y paisaje	10	8.2	8.3	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



En cuanto al atractivo natural que con mayor frecuencia quisiera ser experimentado por los turistas, se señalan en la tabla y gráfico No.- 9 en las cuales encontramos que en primera instancia esta nadar en la laguna con el 28.3%, después el paseo en lancha con un 16.7%, seguido de nadar en el cenote con el 15.8%, buceo con 11.75%, así sucesivamente.

Gráfico No.- 9

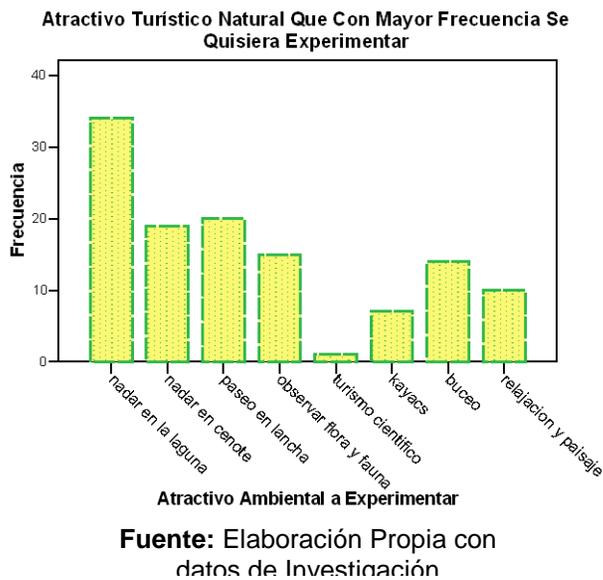


Gráfico No.- 10

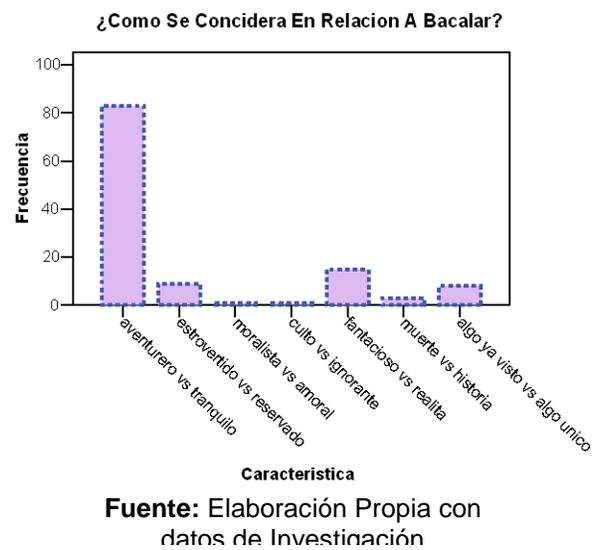


Tabla No.- 10 ¿Como Se Concidera En Relacion A Bacalar?

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Aventurero vs tranquilo	83	68.0	69.2	69.2
Extrovertido vs reservado	9	7.4	7.5	76.7
Moralista vs amoral	1	.8	.8	77.5
Culto vs ignorante	1	.8	.8	78.3
Fantasiioso vs realita	15	12.3	12.5	90.8
Muerte vs historia	3	2.5	2.5	93.3
Algo ya visto vs algo único	8	6.6	6.7	100.0
Total	120	98.4	100.0	
Missing System	2	1.6		
Total	122	100.0		



Todo lugar es representativo de sentimientos y percepciones, la tabla No.- 10 nos enseña como se consideran los turistas que visitan Bacalar en relación al sitio, se observa que el principal criterio es la relación aventurero vs tranquilo con un 69.2%, lo cual nos permite identificar que la mayoría de los turistas ven Bacalar como un lugar lleno de aventura y a la ves tranquilo para relajarse y disfrutar de la naturaleza.

Considerando estos aspectos se permite conocer realmente que es lo que el turista que visita Bacalar espera del lugar. El gráfico No.- 10 representa de una manera bastante clara las respuestas obtenidas a lo largo de la investigación, en ella observamos la gran diferencia que existe entre el criterio de aventurero vs tranquilo en comparación con los demás.

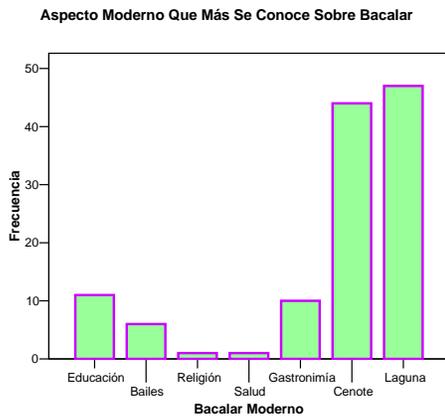
Así como existen aspectos históricos muy importantes en Bacalar los existen modernos y estos se encuentran en la tabla y gráfico No- 11 los que más se conocen son; la laguna con en 39.2%, el cenote con 36.7% y así van en decremento hasta llegar al ultimo que en este caso es la religión y salud.

Tabla No 11 Aspecto Moderno Que Más Se Conoce Sobre Bacalar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Educación	11	9.0	9.2	9.2
	Bailes	6	4.9	5.0	14.2
	Religión	1	.8	.8	15.0
	Salud	1	.8	.8	15.8
	Gastronomía	10	8.2	8.3	24.2
	Cenote	44	36.1	36.7	60.8
	Laguna	47	38.5	39.2	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

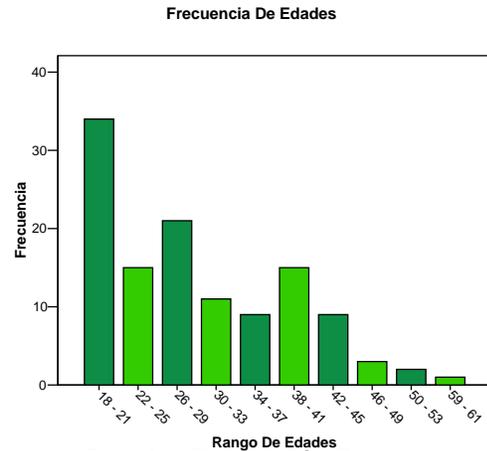


Gráfico No.- 11



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 12



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

La tabla y gráfico No.- 12 muestra los rangos de edad de las personas que visitan con mayor frecuencia Bacalar, en este caso encontramos que la población joven entre 18 y 21 años son quienes frecuentan más la zona, posteriormente están las personas entre 26 y 29 años, seguidos de jóvenes entre 22 y 25 años. En la tabla encontramos los porcentajes promedio que representan cada uno de estos rangos de edad.

Tabla No.- 12 Frecuencia De Edades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	18 – 21	34	27.9	28.3	28.3
	22 – 25	15	12.3	12.5	40.8
	26 – 29	21	17.2	17.5	58.3
	30 – 33	11	9.0	9.2	67.5
	34 – 37	9	7.4	7.5	75.0
	38 – 41	15	12.3	12.5	87.5
	42 - 45	9	7.4	7.5	95.0
	46 - 49	3	2.5	2.5	97.5
	50 - 53	2	1.6	1.7	99.2
	59 - 61	1	.8	.8	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

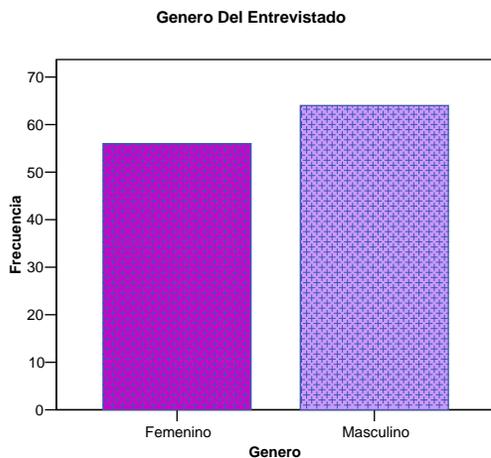


El mayor número de visitantes de Bacalar es de sexo masculino con un 53.3%, tal como se ve en la tabla y grafica No.- 13, el sexo femenino ocupa el 46.7%.

Tabla No.- 13 Género Del Entrevistado

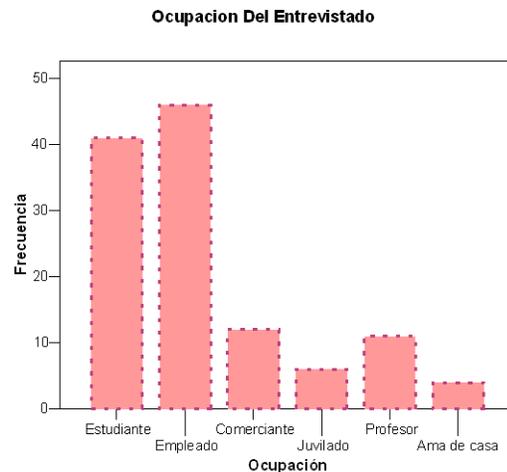
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Femenino	56	45.9	46.7	46.7
	Masculino	64	52.5	53.3	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Gráfico No.- 13



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 14



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

En la tabla No.- 14 se describen en % la ocupación que tiene cada uno de los visitantes a Bacalar, el 38.3% es empleado es decir cuenta con un ingreso personal cuando decimos empleado nos referimos a que cuenta con un empleo estable desde un licenciado hasta un trabajador de gobierno o de la iniciativa privada. El 34.2% son estudiantes, el 10% son comerciantes,



Tabla No.- 14 Ocupación Del Entrevistado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Estudiante	41	33.6	34.2	34.2
	Empleado	46	37.7	38.3	72.5
	Comerciante	12	9.8	10.0	82.5
	Jubilado	6	4.9	5.0	87.5
	Profesor	11	9.0	9.2	96.7
	Ama de casa	4	3.3	3.3	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

El gráfico No.- 14 es una representación grafica de los datos detallados en la tala No 14.

En la tabla y gráfico No.- 15 se puede observar el lugar de procedencia de la mayor parte de los visitantes a bacalar, teniendo como resultado que el 66.7% proceden del mismo estado específicamente de la ciudad de Chetumal.

Tabla No.- 15 Lugar De Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Opción	Puebla	7	5.7	5.8	5.8
	Df	6	4.9	5.0	10.8
	Chetumal	80	65.6	66.7	77.5
	Extrangero	10	8.2	8.3	85.8
	Veracruz	4	3.3	3.3	89.2
	Tabasco	5	4.1	4.2	93.3
	Yucatan	8	6.6	6.7	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

El gráfico No.- 15 así mismo nos señala a amplia diferencia que existe en cuanto al lugar de procedencia de los visitantes a Bacalar, se puede observar como la ciudad de Chetumal del estado de Quintana Roo ocupa el primer lugar y las demás estados son un porcentaje mínimo.

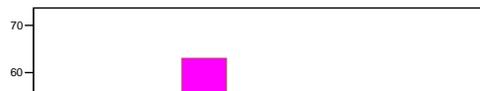
Gráfico No.- 15

Lugar De Procedencia



Gráfico No.- 16

Lugar de Origen





La tabla No.- 16 que se muestra a continuación representa el lugar de origen de los visitantes a Bacalar, es notable que la mayor parte de los visitantes son del estado de Quintana Roo pues ocupan un 52.5%

Tabla No.- 16 Lugar De Origen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Puebla	7	5.7	5.8	5.8
	Df	14	11.5	11.7	17.5
	Quintana roo	63	51.6	52.5	70.0
	Extranjero	10	8.2	8.3	78.3
	Veracruz	5	4.1	4.2	82.5
	Tabasco	4	3.3	3.3	85.8
	Yucatán	17	13.9	14.2	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

El gráfico No.- 16 nos deja ver la gran diferencia existente en cuanto al lugar de origen de los visitantes a Bacalar, se recalcan los datos ilustrados en la tabla No.- 16.

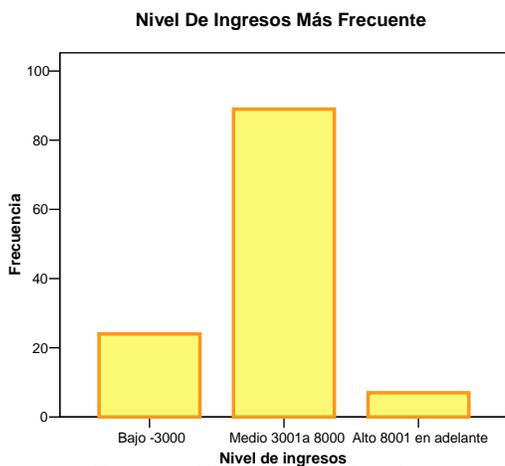


Otro de los criterios que forman parte del análisis es el nivel de ingresos de los visitantes a Bacalar la mayor parte de los ellos, es decir, el 74.2% cuentan con un nivel medio es decir ingreso quincenal de \$3500 a \$7000. lo cual está representado en la tabla y el gráfico No.- 17.

Tabla No.- 17 Nivel De Ingresos Más Frecuente

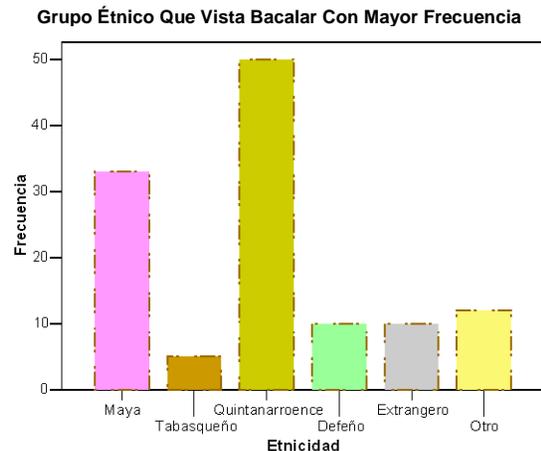
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Bajo	24	19.7	20.0	20.0
	Medio	89	73.0	74.2	94.2
	Alto	7	5.7	5.8	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Gráfico No.- 17



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 18



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Como se mostró en graficas anteriores la mayoría de los visitantes a Bacalar son de origen Quintanarroense, en el cuadro y el gráfico No.- 18 se muestra el grupo étnico al que pertenecen los visitantes a Bacalar, es de notar que predomina el grupo étnico de la cultura maya, a la cual pertenece el estado de Quintana Roo aunque por la época actual se denominan como Quintanarroenses, y ocupan un 41.7%.



Tabla No.- 18 Grupo Étnico Que Visita Bacalar Con Mayor Frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Maya	33	27.0	27.5	27.5
	Tabasqueño	5	4.1	4.2	31.7
	Quintanarroense	50	41.0	41.7	73.3
	Defeño	10	8.2	8.3	81.7
	Extranjero	10	8.2	8.3	90.0
	Otro	12	9.8	10.0	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Los rasgos físicos de los turistas que frecuentemente visitan Bacalar se describen porcentual y gráficamente en las tablas y gráficos 19 a 24 que se desglosan a continuación el primer gráfico y tabla (19) nos muestra que el 44.25 de los visitantes poseen cabello negro, el 28.7% castaño oscuro, así sucesivamente.

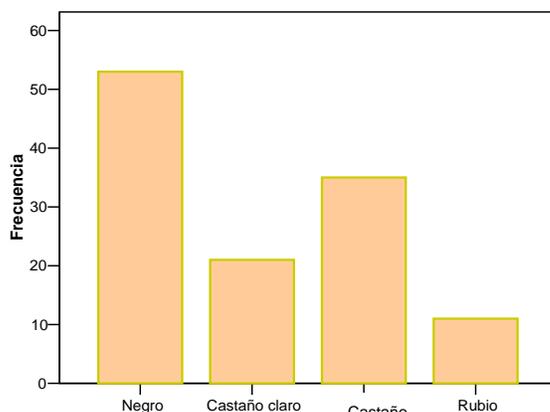
Tabla No.- 19 Color De Cabello De Los Visitantes En Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Negro	53	43.4	44.2	44.2
	Castaño claro	21	17.2	17.5	61.7
	Castaño oscuro	35	28.7	29.2	90.8
	Rubio	11	9.0	9.2	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



Gráfico N.- 19

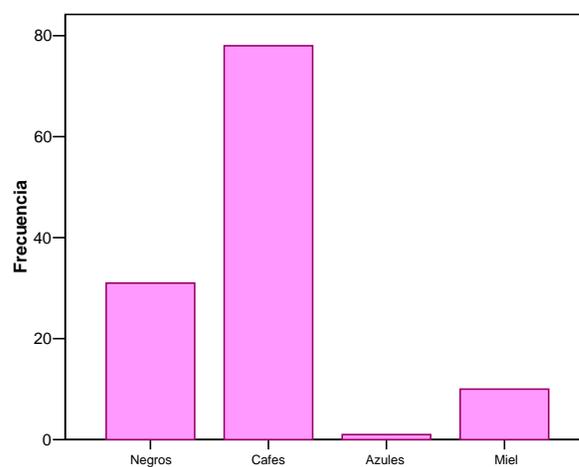
Color De Cabello De Los Visitantes En Bacalar



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 20

Color De Ojos De Los Visitantes A Bacalar



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Lo que se refiere al color de ojos de los visitantes se especifica en la tabla No.- 20. Se observa que la característica predominante entre los visitantes es el color de ojos cafés con un 65.0%.

Tabla No.- 20 Color De Ojos De Los Visitantes A Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Negros	31	25.4	25.8	25.8
	Cafés	78	63.9	65.0	90.8
	Azules	1	.8	.8	91.7
	Miel	10	8.2	8.3	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

El gráfico No.- 20 comprende el esquema de la tabla anterior, es decir en ello se logra distinguir con exactitud que el color de ojos predominante entre los visitantes a Bacalar es el café, como analizamos en la tabla No.- 20.

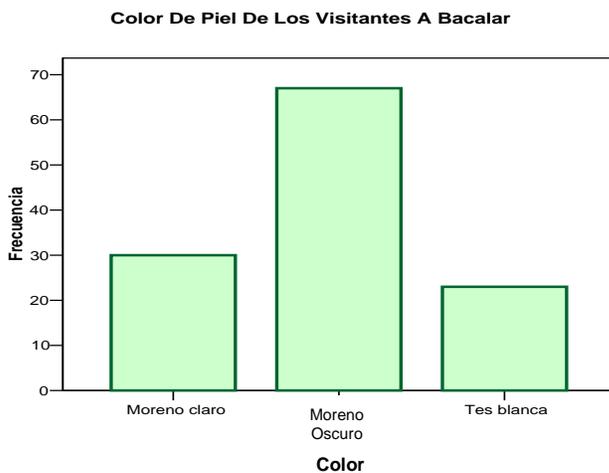


Otro rasgo físico distintivo entre los visitantes que frecuentan Bacalar es el color de su piel. La tabla y gráfico No.- 21 nos muestra que el 55.8% es de tez moreno oscuro, seguido por el moreno claro con un 25% y la blanca con un 19.2%.

Tabla No.- 21 Color De Piel De Los Visitantes A Bacalar

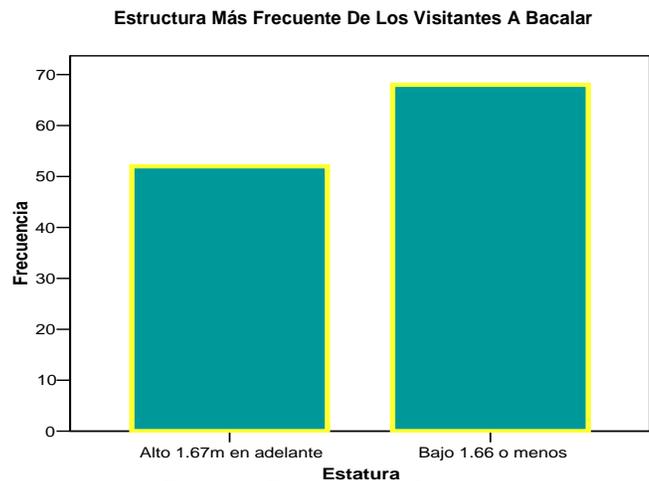
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Moreno claro	30	24.6	25.0	25.0
	Moreno oscuro	67	54.9	55.8	80.8
	Tes blanca	23	18.9	19.2	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

Gráfico No.- 21



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 22



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



Otros rasgo distintivo es la estatura, la tabla No. 22 muestra que el 56.7% de los visitantes es de estatura baja, es decir menos de 1,66 metros, el 43.3% restantes es de estatura arriba de 1.67 metros.

Tabla No.- 22 Estatura Más Frecuente De Los Visitantes A Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Alto	52	42.6	43.3	43.3
	Bajo	68	55.7	56.7	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		

El gráfico No.- 22 describe de manera ilustrada los datos anteriormente mencionados.

Las dos últimas características analizadas son: la complexión que se encuentra en la tabla y gráfico 23, la siguiente característica es la religión expresada en la tabla y grafica 24. En cuanto a la complexión más frecuente se encuentra en primera instancia la complexión delgada con un 43.3%. En cuanto a la religión la tiene mayor presencia es la católica con un 62.5%.

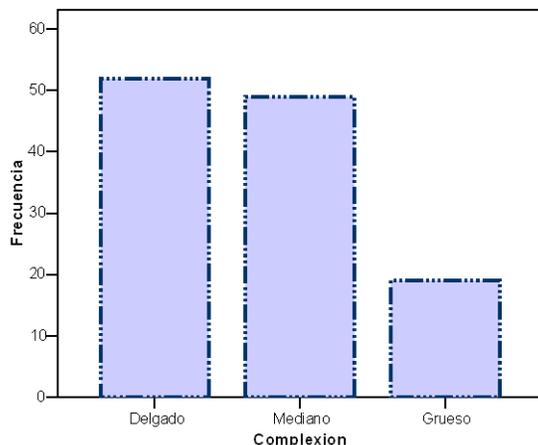
Tabla No.- 23 Complexión Más Frecuente Entre Los Visitantes A Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Delgado	52	42.6	43.3	43.3
	Mediano	49	40.2	40.8	84.2
	Grueso	19	15.6	15.8	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



Gráfico No.- 23

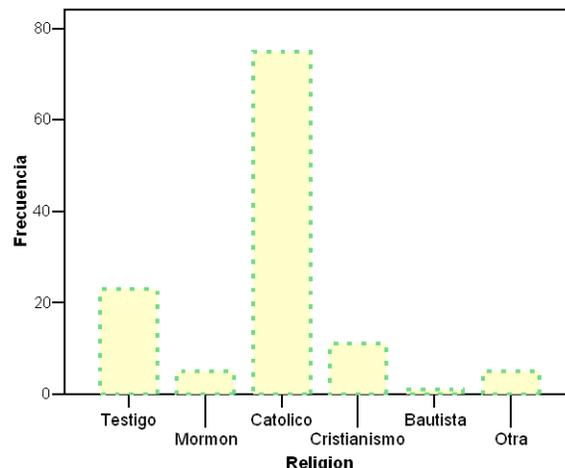
Complejion Más Frecuente Entre Los Visitantes A Bacalar



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Gráfico No.- 24

Religión Predominante Dentro De Los Visitantes Bacalar



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Tabla No.- 24 Religión Predominante Dentro De Los Visitantes A Bacalar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Opción	Testigo	23	18.9	19.2	19.2
	Mormon	5	4.1	4.2	23.3
	Católico	75	61.5	62.5	85.8
	Cristiano	11	9.0	9.2	95.0
	Bautista	1	.8	.8	95.8
	Otra	5	4.1	4.2	100.0
	Total	120	98.4	100.0	
Missing	System	2	1.6		
Total		122	100.0		



Análisis Crosstabs

Un análisis más profundo nos permite conocer a fondo las situaciones que se presentan en torno al Pueblo mágico de Bacalar y la investigación realizada con el propósito de identificar las posibles estratégicas a implementar para el logro de los objetivos propuestos.

A continuación se detalla la relación que existe entre el motivo y frecuencia de visita a la comunidad de Bacalar por parte de los turistas, como se muestra en la tabla y gráfico No.- 25, de las 35 personas que afirman haber visitado el lugar por una recomendación la mayoría es la primera vez que la visitan, de las personas que mencionan haber visitado el lugar porque es su lugar de paso, comentan visitar el lugar una vez al mes, así se desglosa la relación entre ambos criterio.

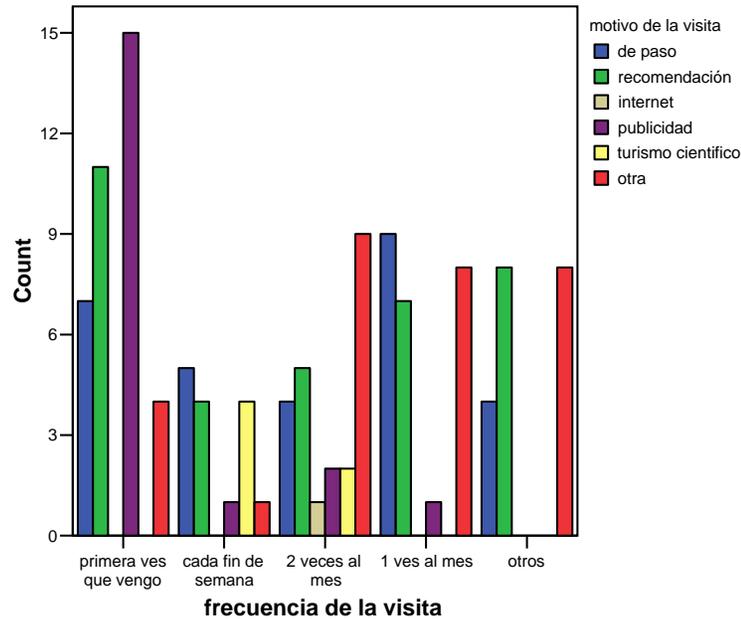
Es importante recalcar que en cuanto a Internet únicamente una persona menciona que el motivo de su visita es debido a este factor.

Tabla No.- 25 Frecuencia De La Visita * Motivo De La Visita

		Motivo De La Visita						Total
		De paso	recomendación	Internet	publicidad	turismo científico	otra	
Frecuencia De La Visita	primera vez que vengo	7	11	0	15	0	4	37
	cada fin de semana	5	4	0	1	4	1	15
	2 veces al mes	4	5	1	2	2	9	23
	1 vez al mes	9	7	0	1	0	8	25
	Otros	4	8	0	0	0	8	20
Total		29	35	1	19	6	30	120



Gráfico No.- 25 Frecuencia De La Visita * Motivo De La Visita



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Otros de los factores de importancia son la relación que se encuentra presente entre la frecuencia de visita y el perfil perceptual que el turista posee sobre Bacalar, lo cual se relaciona mediante el gráfico y la tabla No.- 26.

De acuerdo a los datos que se presentan de las 57 personas aseguran ver Bacalar como un sitio tranquilo, 18 afirman ser la primera vez que se encuentran en el, lo cual nos ayuda a deducir claramente que la tranquilidad es una característica distintiva del pueblo mágico.

De igual manera podemos observar para las 23 personas que visitan Bacalar dos veces al mes el perfil perceptúa es de igual manera la tranquilidad, al igual que aquellas que realizan sus visitas al menos una vez al mes.

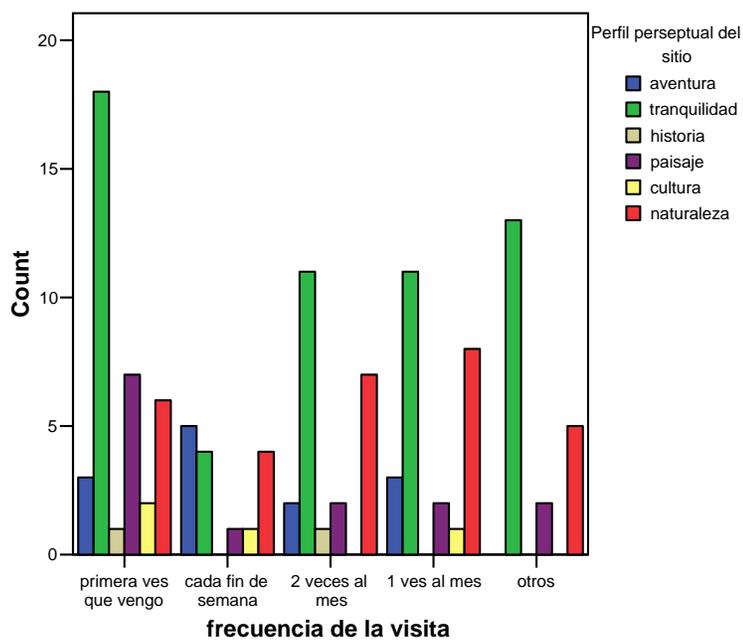


Cabe recalcar que en segundo lugar se encuentra el perfil aventura que aunque es en menor rango es parte fundamental del sitio pues es representativo para aquellas personas que afirmaron realizar visitas a Bacalar una vez por semana.

Tabla No.- 26 Frecuencia De La Visita * Perfil Perceptual Del Sitio

		Perfil Perceptual Del Sitio						Total
		Aventura	tranquilidad	historia	paisaje	cultura	Naturaleza	
Frecuencia de la visita	primera vez que vengo	3	18	1	7	2	6	37
	cada fin de semana	5	4	0	1	1	4	15
	2 veces al mes	2	11	1	2	0	7	23
	1 vez al mes	3	11	0	2	1	8	25
	Otros	0	13	0	2	0	5	20
Total		13	57	2	14	4	30	120

Gráfico No.- 26 Frecuencia De La Visita * Perfil Perceptual Del Sitio

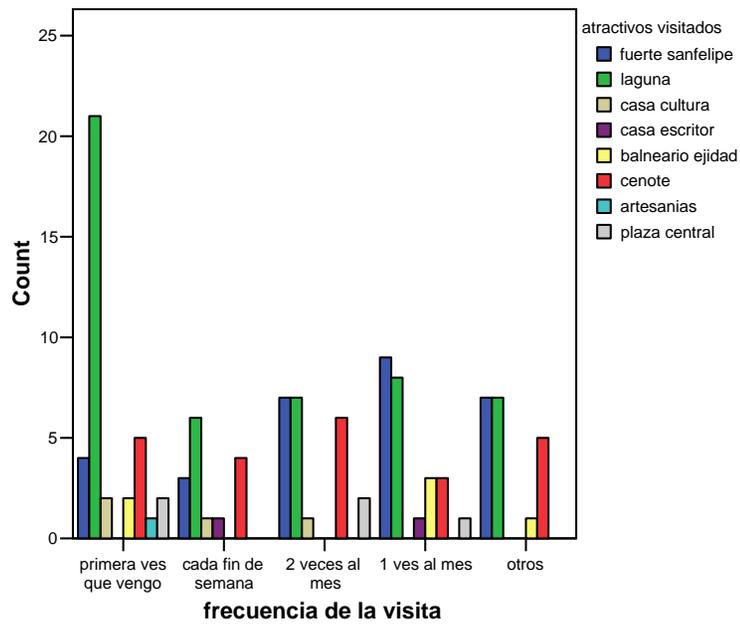


Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



La relación existente entre la frecuencia de visita y los atractivos turísticos visitados, es un elemento sumamente esencial al realizar el análisis de la situación del sitio. Lo anterior se muestra detalladamente en la tabla y gráfico No.- 27.

Gráfico No.- 27 Frecuencia De La Visita * Atractivos Visitados



Fuente: Elaboración Propia con dato de Investigación



Tabla No.- 27 Frecuencia De La Visita * Atractivos Visitados

		Atractivos Visitados							Total	
		Fuerte San Felipe	laguna	casa cultura	casa escritor	balneario ejidal	cenote	artesanías	plaza central	
Frecuencia De La Visita	primera vez que vengo	4	21	2	0	2	5	1	2	37
	cada fin de semana	3	6	1	1	0	4	0	0	15
	2 veces al mes	7	7	1	0	0	6	0	2	23
	1 vez al mes	9	8	0	1	3	3	0	1	25
	Otros	7	7	0	0	1	5	0	0	20
Total		30	49	4	2	6	23	1	5	120

Tabla No.- 28 Frecuencia De La Visita * Información Sobre Hospedaje

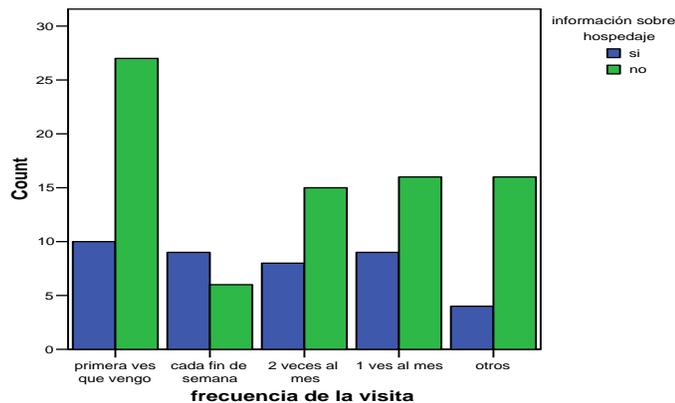
		Información Sobre Hospedaje		Total
		si	no	
Frecuencia De La Visita	primera vez que vengo	10	27	37
	cada fin de semana	9	6	15
	2 veces al mes	8	15	23
	1 vez al mes	9	16	25
	Otros	4	16	20
Total		40	80	120



Como se puede ver en la tabla y gráfico No.- 27 que se mencionaron con anterioridad, el principal atractivo visitado es la laguna que se encuentra relacionado con aquellos turistas que visitan por primera ocasión el pueblo mágico de Bacalar. Esto nos podría ayudar a deducir una nueva estrategia para el desarrollo y logro de los objetivos, lo cual se analizará mas adelante.

La frecuencia de visita y la búsqueda de información de hospedaje que se encuentran en la tabla y gráfico No.- 28 , nos deja observar que la falta de información de hospedaje puede ser uno de los principales factores que influyen en la poca frecuencia de visita de los turistas. Ejemplo claro es que de las personas que confirman visitar por primera vez Bacalar mas del 50% niega haber obtenido algún tipo de información referente a alojamiento u hospedaje.

Gráfico No.- 28 Frecuencia De La Visita * Información Sobre Hospedaje



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

Simultáneamente a lo anterioridad donde se analizaron los posibles factores que influyen en la frecuencia de visita se encuentran a continuación los probables factores que influyen en el motivo de visita. Uno de estos, posiblemente es el perfil perceptual del sitio el cual se desarrolla en la tabla y gráfico No.- 29. Se presenta que el principal motivo de visita es por la recomendación de parte de una tercera persona así mismo estas personas perciben el lugar como tranquilo, lo cual nos permite catalogar que el principal motivo de visita se ve influenciado por la tranquilidad.

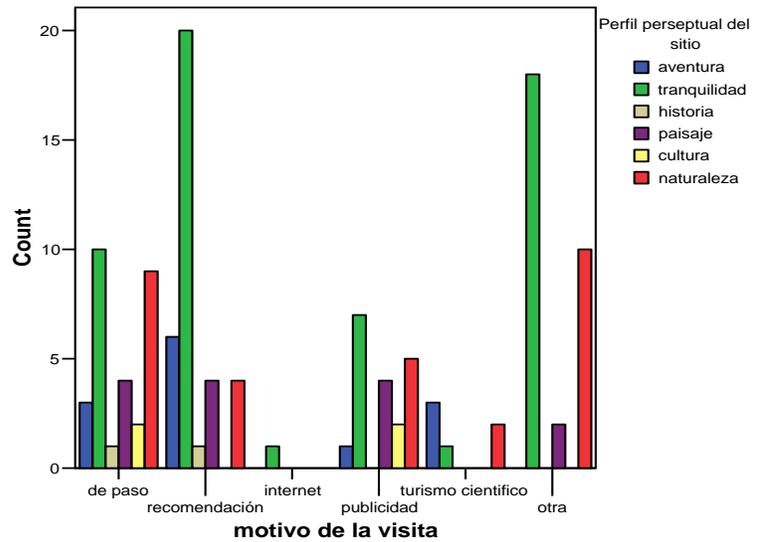


Tabla No.- 29 Motivo De La Visita * Perfil Perceptual Del Sitio

Motivo De La Visita	Perfil Perceptual Del Sitio						Total
	aventura	Tranquilidad	Historia	paisaje	cultura	naturaleza	
de paso	3	10	1	4	2	9	29
recomendación	6	20	1	4	0	4	35
Internet	0	1	0	0	0	0	1
Publicidad	1	7	0	4	2	5	19
Turismo científico	3	1	0	0	0	2	6
Otra	0	18	0	2	0	10	30
Total	13	57	2	14	4	30	120

Gráfico No.- 29 Motivo De La Visita * Perfil Perceptual Del Sitio

Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



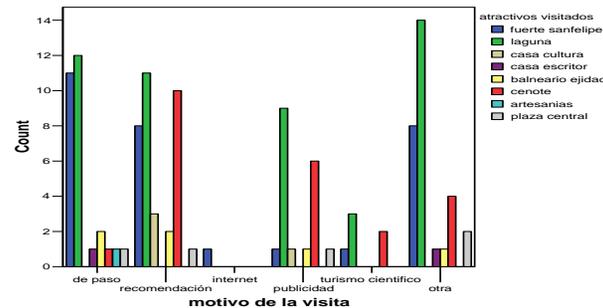


La tabla y gráfico No.- 30 contiene datos estadísticos de información específica entre la relación que presenta el motivo de visita a Bacalar con los atractivos turísticos visitados. Se deduce que tanto para las personas que visitan Bacalar porque esta es su paso y a quienes se lo recomiendan, el principal atractivo visitado es la laguna y el Fuerte de San Felipe. Estos datos pueden ser considerados fuertes motivos para visitar el pueblo mágico.

Tabla No.- 30 Motivo De La Visita * Atractivos Visitados

Motivo De La Visita	Atractivos Visitados									Total
	Fuerte San Felipe	laguna	casa cultura	casa escritor	balneario ejidal	Cenote	artesanías	plaza central		
de paso	11	12	0	1	2	1	1	1	29	
Recomendación	8	11	3	0	2	10	0	1	35	
Internet	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
Publicidad	1	9	1	0	1	6	0	1	19	
Turismo científico	1	3	0	0	0	2	0	0	6	
Otra	8	14	0	1	1	4	0	2	30	
Total	30	49	4	2	6	23	1	5	120	

Gráfico No.- 30 Motivo De La Visita * Atractivos Visitados



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

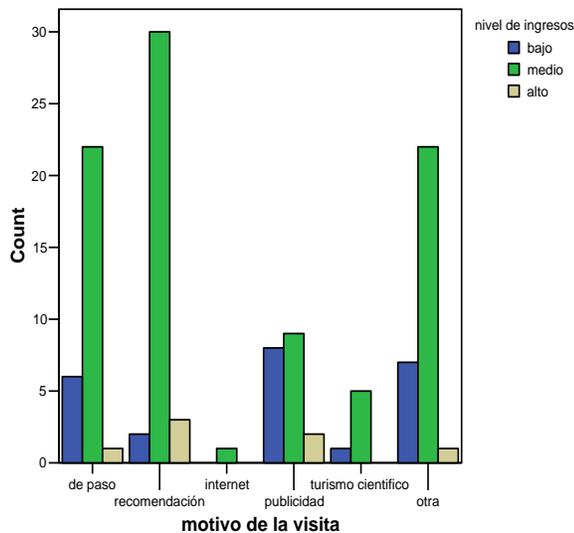


Las tablas y gráficos No.- 31 y No.- 32, describen los dos últimos factores relacionados con el motivo de visita a Bacalar, estos factores son: el nivel de ingresos el cual indica que el mayor número de personas visitantes del lugar poseen un sueldo medio de \$3500 pesos a \$6000.

Tabla No.- 31 Motivo de visita * nivel de ingresos

		Nivel De Ingresos			Total
		Bajo	medio	Alto	
Motivo De La Visita	de paso	6	22	1	29
	Recomendación	2	30	3	35
	Internet	0	1	0	1
	Publicidad	8	9	2	19
	turismo científico	1	5	0	6
	Otra	7	22	1	30
Total		24	89	7	120

Gráfico No.- 30 Motivo De La Visita * Atractivos Visitados



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

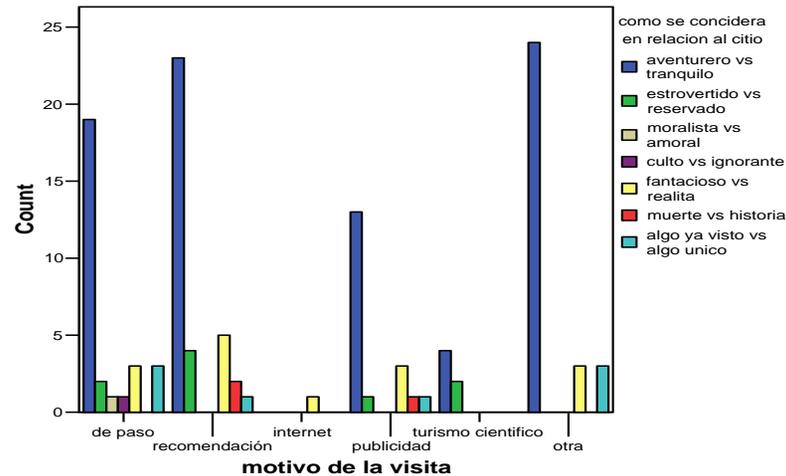
En cuanto a la tabla y gráfica No.- 32 encontramos la relación motivo de visita y como se considera con relación al sitio, que nos recalca las preferencias del turista por un lugar lleno de aventura y tranquilidad, que les permita disfrutar de un ambiente natural y un paisaje único.



Tabla No.- 32 Motivo De Visita * Como Se Considera En Relación Al Sitio

Motivo De La Visita	Como Se Considera En Relación Al Sitio							Total
	aventurero vs tranquilo	extrovertido vs reservado	moralista vs amoral	culto vs ignorante	fantasioso vs realita	muerte vs historia	algo ya visto vs algo único	
de paso	19	2	1	1	3	0	3	29
Recomendación	23	4	0	0	5	2	1	35
Internet	0	0	0	0	1	0	0	1
publicidad	13	1	0	0	3	1	1	19
Turismo científico	4	2	0	0	0	0	0	6
Otra	24	0	0	0	3	0	3	30
Total	83	9	1	1	15	3	8	120

Gráfico No.- 32 Motivo De Visita * Como Se Considera En Relación Al Sitio



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



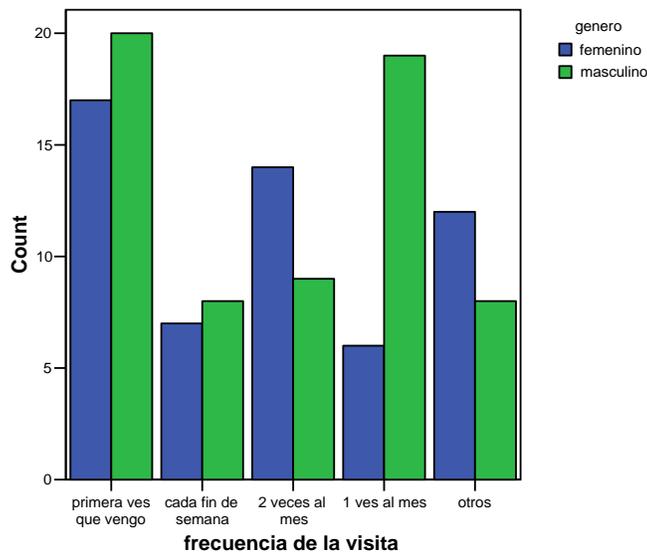
Otros factores de influencia en relación a la frecuencia de visita, son el género, la religión y la ocupación.

En primera instancia encontramos el género que nos permite hacer alusión que la frecuencia de visita esta relacionada principalmente con el género masculino para quienes visitan el sitio por primera vez y para quienes la visitan al menos una vez al mes, tal como se muestra en la tabla y grafico No.- 33.

Tabla No.- 33 Frecuencia De La Visita * Genero

		Genero		Total
		femenino	masculino	
Frecuencia De La Visita	primera vez que vengo	17	20	37
	cada fin de semana	7	8	15
	2 veces al mes	14	9	23
	1 ves al mes	6	19	25
	Otros	12	8	20
Total		56	64	120

Gráfico No.- 33 Frecuencia De La Visita * Genero



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

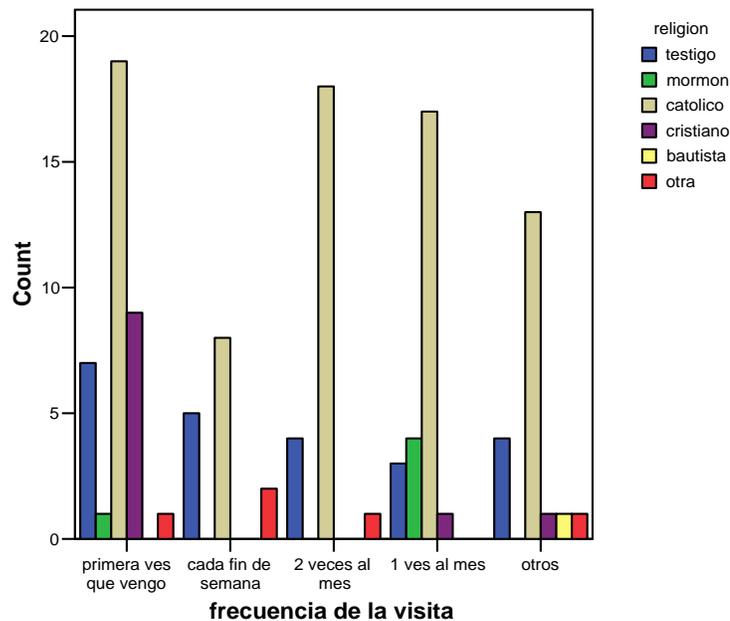


Analizando lo referente a la religión observamos que la mayor parte de las personas que visitan Bacalar por primera vez o al menos una o dos veces al mes son de religión católica lo cual indica que la religión predominante es la ya mencionada. Esto se observa en el gráfico y la tabla No.- 34

Tabla No.- 34 Frecuencia De La Visita * Religión

		Religión						Total
		Testigo	mormon	católico	cristiano	Bautista	otra	
Frecuencia De La Visita	primera ves que vengo	7	1	19	9	0	1	37
	cada fin de semana	5	0	8	0	0	2	15
	2 veces al mes	4	0	18	0	0	1	23
	1 ves al mes	3	4	17	1	0	0	25
	Otros	4	0	13	1	1	1	20
Total		23	5	75	11	1	5	120

Gráfico No.- 34 Frecuencia De La Visita * Religión



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

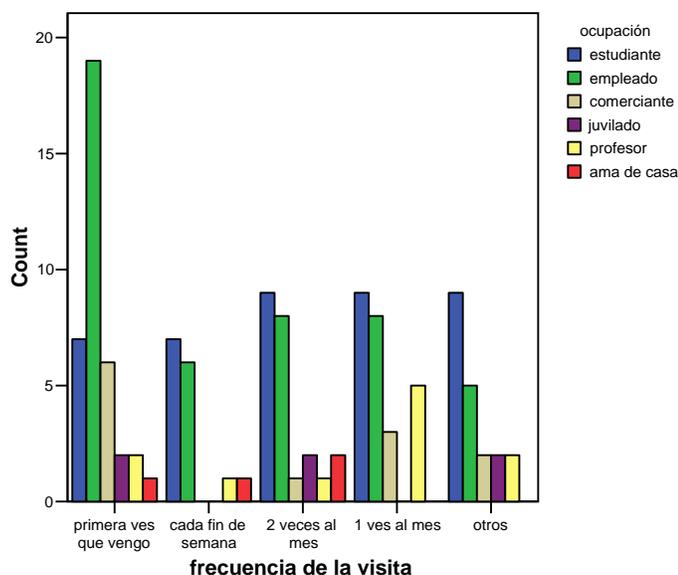


El gráfico y la tabla No.- 35 muestra la relación existente entre la frecuencia de visita y la ocupación del visitante, se detalla por tanto que del total de personas que visitan Bacalar por primera ocasión la mayoría son empleados en el sector público o privado. Los que visitan con más frecuencia Bacalar, al menos una o dos veces al mes son estudiantes, lo cual muestra que la frecuencia de visita se relaciona con la edad.

Tabla No.- 35 Frecuencia De La Visita * Ocupación

		Ocupación						Total
		estudiante	empleado	comerciante	jubilado	profesor	Ama de casa	
Frecuencia De La Visita	primera vez que vengo	7	19	6	2	2	1	37
	cada fin de semana	7	6	0	0	1	1	15
	2 veces al mes	9	8	1	2	1	2	23
	1 ves al mes	9	8	3	0	5	0	25
	Otros	9	5	2	2	2	0	20
Total		41	46	12	6	11	4	120

Gráfico No.- 35 Frecuencia De La Visita * Ocupación



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

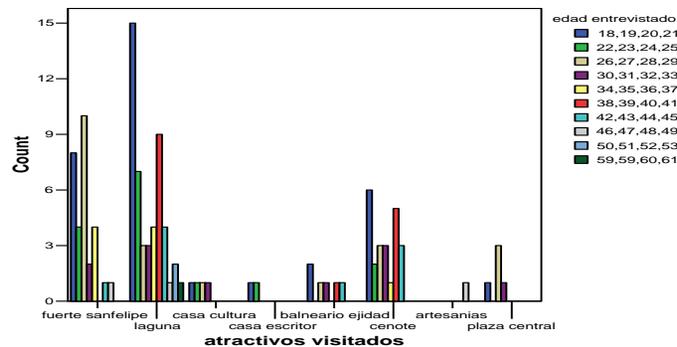


Si se conoce que atractivos turísticos son más visitados de acuerdo a la edad, se permite implementar estrategias a cordes a cada segmento de mercado, es por ello que se analiza la tabla y grafico No.- 36

Tabla No.- 36 Atractivos Visitados * Edad Entrevistado

		Edad Entrevistado									Total	
		18 - 21	22-25	26-29	30 - 33	34-37	38-41	42 -45	46-49	50-53	59-61	
Atractivos Visitados	fuerte San Felipe	8	4	10	2	4	0	1	1	0	0	30
	Laguna	15	7	3	3	4	9	4	1	2	1	49
	casa cultura	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	4
	casa escritor	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	balneario ejidal	2	0	1	1	0	1	1	0	0	0	6
	Cenote	6	2	3	3	1	5	3	0	0	0	23
	Artesanías	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	plaza central	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	5
	Total	34	15	21	11	9	15	9	3	2	1	120

Gráfico No.- 36 Atractivos Visitados * Edad Entrevistado



Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

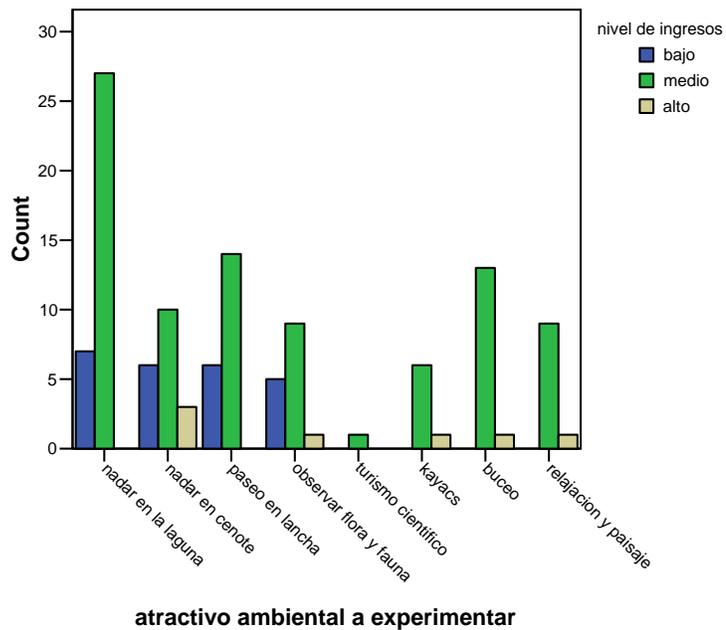


Las tablas y gráficos No.- 37, 38 y 39, contienen datos relacionados al atractivo ambiental a experimentar por parte de los turistas, esto dependiendo del nivel de ingreso, la edad y el género.

Tabla No.- 37 Atractivo Ambiental A Experimentar * Nivel De Ingreso

		Nivel De Ingresos			Total
		bajo	medio	Alto	
Atractivo Ambiental A Experimentar	nadar en la laguna	7	27	0	34
	nadar en cenote	6	10	3	19
	paseo en lancha	6	14	0	20
	observar flora y fauna	5	9	1	15
	turismo científico	0	1	0	1
	Kayacs	0	6	1	7
	buceo	0	13	1	14
	relajación y paisaje	0	9	1	10
Total	24	89	7	120	

Gráfico No.- 37 Atractivo Ambiental A Experimentar * Nivel De Ingreso



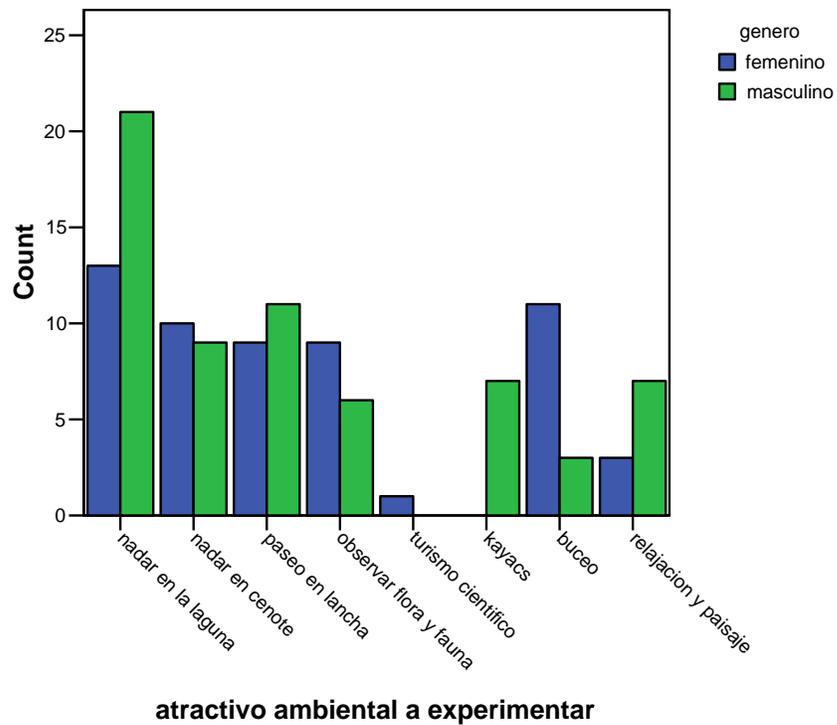
Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



Tabla No.- 38 Atractivo Ambiental A Experimentar * Género

		Genero		Total
		femenino	Masculino	
Atractivo Ambiental A Experimentar	nadar en la laguna	13	21	34
	nadar en cenote	10	9	19
	paseo en lancha	9	11	20
	observar flora y fauna	9	6	15
	turismo científico	1	0	1
	Kayac	0	7	7
	Buceo	11	3	14
	relajación y paisaje	3	7	10
Total	56	64	120	

Gráfico No.- 38 Atractivo Ambiental A Experimentar * Género



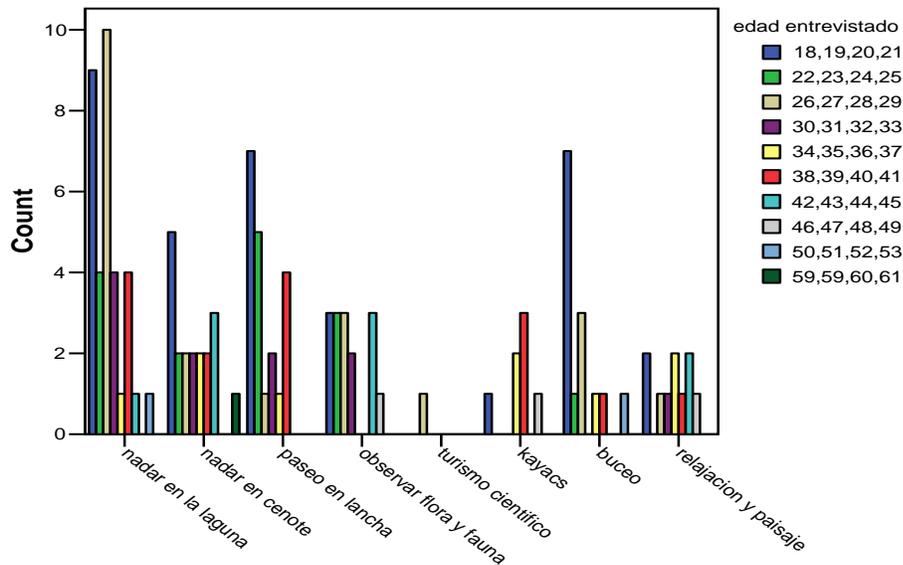
Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



Tabla No.- 39 Atractivo Ambiental A Experimentar * Edad Entrevistado

		Edad Entrevistado										Total
		18-21	22-25	26-29	30-33	34-37	38-41	42-45	46-49	50-53	59-61	
Atractivo Ambiental A Experimentar	nadar en la laguna	9	4	10	4	1	4	1	0	1	0	34
	nadar en cenote	5	2	2	2	2	2	3	0	0	1	19
	paseo en lancha	7	5	1	2	1	4	0	0	0	0	20
	observar flora y fauna	3	3	3	2	0	0	3	1	0	0	15
	turismo científico	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	kayac	1	0	0	0	2	3	0	1	0	0	7
	buceo	7	1	3	0	1	1	0	0	1	0	14
	relajación y paisaje	2	0	1	1	2	1	2	1	0	0	10
Total		34	15	21	11	9	15	9	3	2	1	120

Gráfico No.- 39 Atractivo Ambiental A Experimentar * Edad Entrevistado



atractivo ambiental a experimentar

Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación

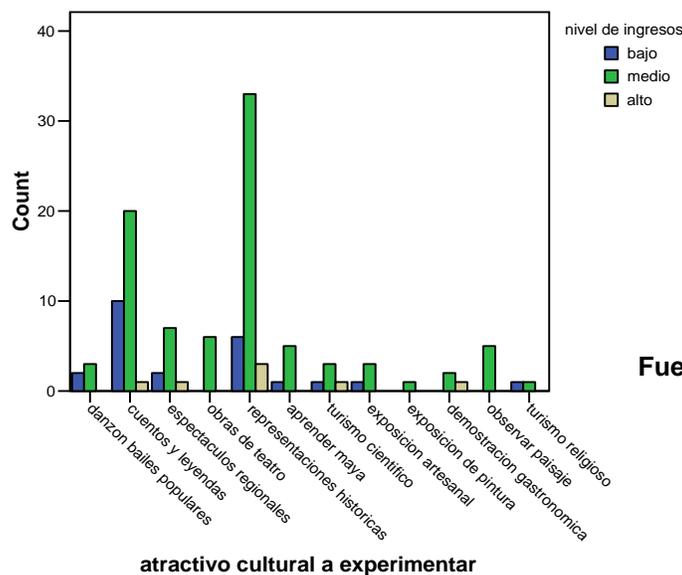


Las tablas y gráficos No.- 40, 41 y 42, contienen datos relacionados al atractivo cultural a experimentar por parte de los turistas, esto dependiendo del nivel de ingreso, la edad y el género.

Tabla No.- 40 Atractivo Cultural A Experimentar * Nivel De Ingreso

		Nivel De Ingresos			Total
		bajo	medio	alto	
Atractivo Cultural A Experimentar	danzon bailes populares	2	3	0	5
	cuentos y leyendas	10	20	1	31
	espectáculos regionales	2	7	1	10
	obras de teatro	0	6	0	6
	representaciones históricas	6	33	3	42
	aprender maya	1	5	0	6
	turismo científico	1	3	1	5
	exposición artesanal	1	3	0	4
	exposición de pintura	0	1	0	1
	demonstración gastronómica	0	2	1	3
	observar paisaje	0	5	0	5
	turismo religioso	1	1	0	2
	Total		24	89	7

Gráfico No - 40 Atractivo Cultural A Experimentar * Nivel De



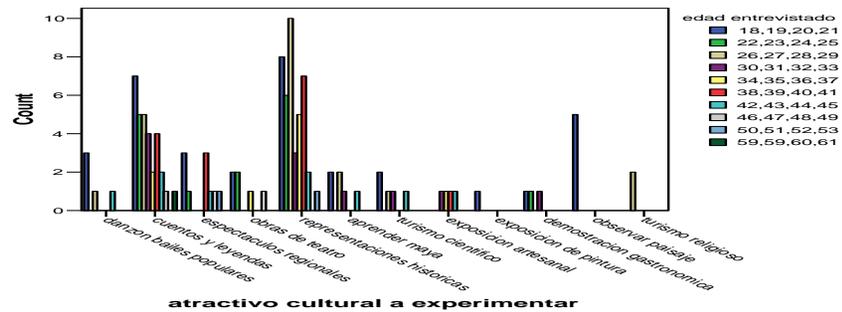
Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



Tabla No.- 41 Atractivo Cultural A Experimentar * Edad Entrevistado

		Edad Entrevistado										Total
		18-21	22-25	26-29	30-33	34-37	38-41	42-45	46-49	50-53	59-61	
Atractivo Cultural A Experimentar	danzon bailes populares	3	0	1	0	0	0	1	0	0	0	5
	cuentos y leyendas	7	5	5	4	2	4	2	1	0	1	31
	espectáculos regionales	3	1	0	0	0	3	1	1	1	0	10
	obras de teatro	2	2	0	0	1	0	0	1	0	0	6
	representaciones históricas	8	6	10	3	5	7	2	0	1	0	42
	aprender maya	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0	6
	turismo científico	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	5
	exposición artesanal	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	4
	exposición de pintura	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	demonstración gastronómica	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3
	observar paisaje	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	turismo religioso	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Total		34	15	21	11	9	15	9	3	2	1	120

Gráfico No.- 41 Atractivo Cultural A Experimentar * Edad Entrevistado



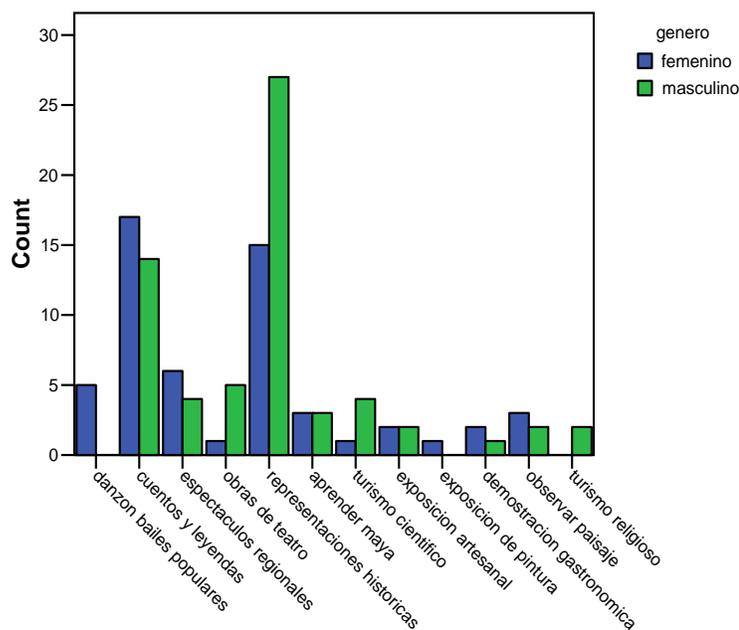
Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigación



Tabla No.- 42 Atractivo Cultural A Experimentar * Genero

		Genero		Total
		femenino	masculino	
Atractivo Cultural A Experimentar	danzon bailes populares	5	0	5
	cuentos y leyendas	17	14	31
	espectáculos regionales	6	4	10
	obras de teatro	1	5	6
	representaciones históricas	15	27	42
	aprender maya	3	3	6
	turismo científico	1	4	5
	exposición artesanal	2	2	4
	exposición de pintura	1	0	1
	demostración gastronomica	2	1	3
	observar paisaje	3	2	5
	turismo religioso	0	2	2
Total		56	64	120

Gráfico No.- 42 Atractivo Cultural A Experimentar * Genero



atractivo cultural a experimentar

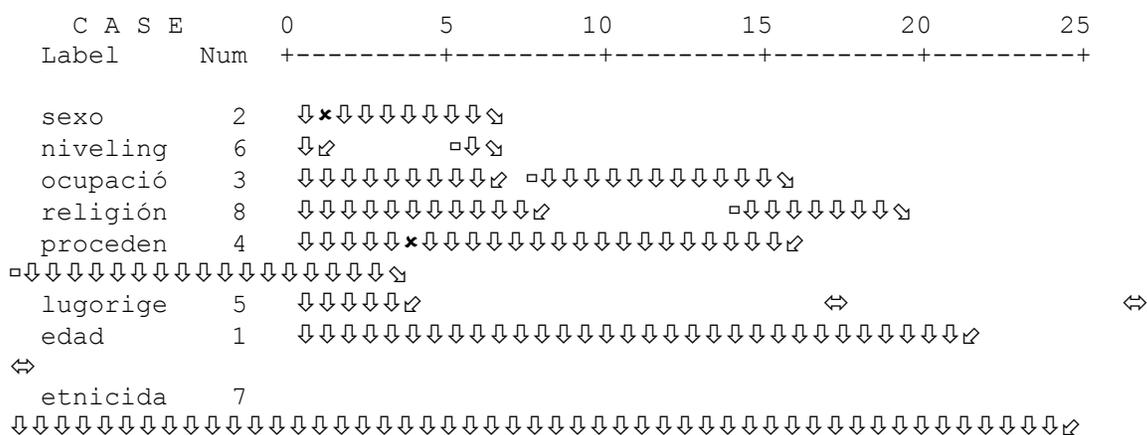
Fuente: Elaboración Propia con datos de Investigacion



En el dendograma número 3 observamos la gran relación que existe entre el género al que pertenece el visitante y su nivel de ingreso, lo cual hasta cierto punto es lógico, también notamos la relación entre la ocupación y los términos mencionados con anterioridad.

Dendograma No.- 3

Rescaled Distance Cluster Combine



El Dendograma número 4 al igual que el anterior nos demuestra la relación estrecha entre el nivel de ingreso, el sexo, la ocupación y la religión, sin embargo, señala también que estos factores están en constante relación con la frecuencia de visita a Bacalar por parte de los turistas.

Como es lógico la relación entre el lugar de origen y el lugar de procedencia se encuentra presente en el dendograma número 4.

La edad del turista y la etnicidad son los factores mas alejados de la relación entre todos os demás factores, con ello y lo mencionado con anterior se podrá deducir una estrategia de posicionamiento.



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con base a los resultados alcanzados durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, se obtuvieron las siguientes conclusiones.

Bacalar es sin duda una fuente llena de riqueza natural y ambiental por explorar y explotar, mediante la creación de nuevos productos turísticos,

Como resultado de la investigación realizada, a lo largo de varios meses de recopilación de datos se obtuvieron resultados interesantes gracias a la colaboración de los turistas que se encontraban de visita en Bacalar.

Los resultados nos permiten deducir que Bacalar a pesar de ser un lugar maravilloso característico de la zona sur del estado, identificado por su tranquilidad, historia y espíritu de aventura, se encuentra parcialmente en abandono, ya que no cuenta con suficientes incentivos que le permitan crecer y desarrollarse en el ámbito turístico.

La presencia de grandes atractivos de Bacalar como la Laguna de los siete colores, el cenote azul, el Fuerte de San Felipe, entre otros, son elementos sobresalientes para la atracción del turismo, pues según las estadísticas recopiladas estos son considerados como los principales atractivos de Bacalar.

Cabe mencionar que la mayor parte de turismo que visita la comunidad es proveniente del mismo estado de Quintana Roo, a pesar de ello se desconoce la historia que trae consigo este paraíso escondido.



Es curioso darnos cuenta que aunque Bacalar es un lugar histórico y con gran atractivo cultural, es visto mayormente como un sitio relacionado con la naturaleza, lo cual recalcar que no se ha explotado el patrimonio cultural con que cuenta la comunidad. El cual es Fuente importante en el desarrollo turístico, pues existen productos turísticos que se pueden rescatar y aprovechar como tal.

Como prueba a lo anterior tenemos que, a un gran número de los visitantes a Bacalar les gustaría experimentar actividades culturales en el entorno, al mismo tiempo que disfrutar la naturaleza que encierra la comunidad.

Bacalar es catalogado como un lugar tranquilo por la mayoría de los visitantes, esto se refleja al corroborar que al encontrarse en la comunidad perciben un sentimiento de tranquilidad y aventura. Lo cual es también una ventaja importante para fomentar la creación de productos turísticos bajo un concepto cultural y ambiental como se maneja a lo largo de la investigación.

Asimismo es notable la falta de publicidad y promoción a la comunidad de Bacalar, ya que no se encuentra posicionada en la mente de los turistas como un posible destino turístico vacacional.

Otro dato característico es la poca afluencia turística extranjera con la que se cuenta en Bacalar lo cual está íntimamente relacionado con la falta de promoción y publicidad.

Algo sorprendente es la escasa promoción vía Internet, el cual es el principal medio publicitario para el mercado europeo, quienes son un mercado potencial, pues gustan de una estancia en un lugar tranquilo, donde puedan apreciar y aprender una nueva cultura y asimismo disfrutar un paisaje hermoso gracias a la naturaleza.



El desarrollo de la comunidad de Bacalar desde la perspectiva de un mercado turístico potencial y ambiental se ve obstaculizado hasta el momento, aun teniendo las bases suficientes para llegar a ser un destino turístico importante para la zona sur del estado. Prueba de ello son las estadísticas obtenidas sobre los posibles productos turísticos que las personas esperarían experimentar. Así mismo, el factor hospedaje es punto clave en esta investigación ya que como se indica existe poca información de éste rubro en la comunidad, esto disminuye el volumen de turistas. Es decir, si existiera mayor difusión de dicho factor la afluencia turística podría ir en incremento.

En base a los objetivos planteados podemos deducir que Bacalar cuenta con un gran patrimonio cultural para explotar, lo cual se confirma al realizar la investigación y darnos cuenta de los productos turísticos culturales que podrían ponerse en marcha como son, bailes, representaciones históricas o contar cuentos y leyendas.

En cuanto al patrimonio ambiental es también extenso pudiendo implementar productos como son, paseos en lancha, Kayacs, buceo, entre otros.

Claro está que Bacalar es visto más como un turismo ambiental pues sus mayores atractivos turísticos se relacionan a éstos, pero existe la curiosidad por conocer un poco más sobre turismo cultural.

Es importante recalcar que no existe una clara estrategia de posicionamiento del lugar ya que mayormente los visitantes que llegan son siempre de paso y por recomendación para comer o visitar el cenote a un costado de la carretera, solo así llega a conocer el lugar.

Finalmente, la estrategia de incorporar Bacalar en el programa federal de Pueblo Mágico, si bien está trayendo algunos beneficios de inversión, dista mucho de representar una oportunidad real de desarrollo turístico en las condiciones que actualmente se está organizando la gente que debiera estar interesada.



Recomendaciones

En base a las conclusiones establecidas puedo deducir las siguientes recomendaciones:

- Lo primero sería fomentar la cultura de turismo entre los lugareños pues es indispensable para dar la imagen de producto turístico.
- Implementar un módulo de información turística en la cual se pueda obtener toda la información necesaria sobre los productos que se ofrecen, y actividades culturales a realizar.
- Implementar paquetes turísticos para facilitar el acceso a los productos.
- Implementar más difusión de hospedaje.
- Manejar guía de turistas que expliquen recorridos para dar a conocer la historia y cultura de Bacalar.
- Aprovechar la plaza central como punto de venta artesanal o como escenario para hacer representaciones históricas.
- Manejar recorridos en pontones con servicio de alimento mientras se cuenta la historia de Bacalar por la ruta de los piratas.
- Enseñar el idioma maya,
- Realizar paseos en lancha y práctica de pesca.
- Implementar el buceo, el sistema de tirolesas.
- Crear una estrategia de posicionamiento en base al ingreso, género, ocupación y religión.
- Incrementar la promoción y publicidad vía Internet para abarcar más el mercado mundial. También, imprimir y difundir trípticos del lugar.
- Mayor inversión por parte del gobierno para mejora y mantenimiento de la casa de la cultura y la casa del escritor.
- Fomentar el torneo de vela, y realizar las noches de danzon y actividades culturales, pintura, música, lectura.
- Inversión del gobierno para apoyar a los artesanos de la comunidad.
- Y sobre todo buscar siempre vender aventura, sensaciones y experiencias.

GLOSARIO

Tour: recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Ruta: vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Itinerario: recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Estructura: conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Infraestructura: conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

Recursos Turísticos: aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Balanza Turística: Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Producto Turístico: conjunto de aspectos tantos naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita.

Valores Turísticos: aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

Conciencia Turística: conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión.

Núcleo Receptor: zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Corriente Turística: conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

Mercado Turístico: relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Guía de Turismo: Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte.

Cultura.- conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Patrimonio cultural: comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores e intelectuales, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

Patrimonio Natural: Los monumentos naturales construidos por formaciones físicas y biológicas o por los grupos de esas formaciones que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Religión.- (del latín *religiō*: cuidado, en el sentido de prácticas de culto) a veces usada como sinónimo de fe o sistema de creencias, se define comúnmente como creencia. Abarca lo que concierne a la relación del hombre con lo sacro, lo divino o con una realidad trascendente

Vivienda.- Es un edificio cuya principal función es ofrecer refugio y habitación a las personas, protegiéndolas de las inclemencias climáticas, el frío de la noche, la calor de algunos días y de otras amenazas naturales.

Pavimentación.- (del latín *pavimentu*), en arquitectura, es la base horizontal de una determinada construcción (o las diferentes bases de cada nivel de un edificio) que sirve de apoyo a las personas, animales o cualquier pieza de mobiliario. Un pavimento puede tener diversos tipos de revestimiento (madera, cerámica, etc.).

Salud.- refleja la necesidad de funcionar adecuadamente y de disfrutar del entorno, como sensación y percepción placentera y agradable, como garantía y disfrute de una sobre vivencia digna a través de la satisfacción de necesidades básicas, emocionales y sociales de un individuo, para favorecer el desarrollo de su personalidad

Ambiente.- entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del hombre y en las generaciones venideras.

Cenote.- es una dolina inundada de origen kárstico que se encuentra en algunas cavernas muy profundas, como consecuencia de haberse derrumbado el techo de una o varias cuevas. Ahí se juntan las aguas subterráneas, formando un estanque más o menos profundo.

Laguna.- Laguna es la denominación que recibe cualquier extensión natural de agua estancada, sea esta dulce o salada. La diferencia con los lagos no es muy precisa, salvo que se supone que una laguna tiene menor extensión y profundidad. Las lagunas que se encuentran cercanas al litoral y están asociadas a un origen marino se llaman marismas.

ANEXOS

Cuestionario

Como estudiante Tesista de la Universidad de Quintana Roo realizo la siguiente investigación de campo para validar que tan factible es la comunidad de Bacalar como Producto Turístico Cultural y Ambiental. De antemano agradezco su tiempo prestado, ya que su apoyo me ayudará a desarrollar de la mejor manera mi trabajo de Investigación y con ello poder llegar a la resolución de la Hipótesis Planteada.

1. ¿Con qué frecuencia visita la comunidad de Bacalar?

- Primera vez que vengo
- Cada fin de semana
- 2 veces al mes
- 1 vez al mes
- Otra. ¿Cada cuando? _____

2. ¿Cuál es el motivo de su visita a Bacalar?

- Está de paso
- Alguien me lo recomendó, ¿Quién? _____)
- Lo vi en INTERNET
- Está en publicidad impresa (trípticos, poster, etc.).
- Turismo científico
- Otro ¿Cuál?

3. Perfil perceptual del sitio. Dígame por favor que es lo primero que se le viene a la mente al visitar Bacalar:

- Aventura
- Tranquilidad
- Historia
- Paisaje
- Cultura
- Naturaleza
- Gastronomía
- Leyendas
- Otro: ¿Cuál? _____

4. ¿Qué Conoce sobre la historia de la comunidad de Bacalar?

- Comercio de los mayas
- Comercio español
- Piratas
- Guerra de Castas
- Conquista y colonización de Bacalar
- Comercio de madera y palo de tinte del siglo XIX
- Arbol de Pich.

Bacalar Moderno:

- Educación
- Bailes
- Religión
- Salud
- Gastronomía
- Cenote
- Laguna
- Otro ¿Cuál? _____

5. De los siguientes atractivos turísticos con que cuenta Bacalar subraye los que ha visitado

- Fuerte de San Felipe
- Laguna de los 7 colores
- Casa de la cultura
- Casa del escritor
- Balneario ejidal
- Cenote Azul
- Artesanías
- Árbol de Pich o Parota
- San Felipe (fauna)
- Centro de reforestación
- Plaza central
- Iglesia
- Club de vela
- Otro ¿Cuál? _____

6. ¿Ha obtenido información sobre hospedaje disponible para usted en la comunidad de Bacalar?

Si _____ NO _____ ¿Porqué? _____

7. ¿Cuál considera el mayor atractivo turístico de Bacalar, califique en orden porfavor?

- Fuerte de San Felipe
 - Laguna de los 7 colores
 - Casa de la cultura
 - Casa del escritor
 - Balneario ejidal
 - Cenote Azul
 - Artesanías
 - Árbol de Pich o Parota
 - San Felipe (fauna)
 - centro de reforestación
 - Plaza central
 - Iglesia
 - Club de vela
 - Otro ¿Cuál? _____
-

8. ¿Enumere en orden de importancia, qué atractivos turísticos le gustaría experimentar en Bacalar como sitio cultural (siendo el numero 1 el de mayor importancia)?

- Noche del danzón y bailes populares
- Escuchar cuentos y leyendas
- Ver espectáculos regionales
- Asistir a obras de teatro
- Ver representaciones de la historia de Bacalar (piratas, guerra de castas, comercio maya, etc.
- Comprar libros
- Aprender lengua maya
- Aprender idiomas
- Escribir
- Turismo científico
- Exposiciones artesanales
- Exposiciones de pintura
- Demostraciones gastronómicas
- Observación del paisaje en sitios gastronómicos
- Turismo religioso
- Otra ¿Cuál? _____

9. ¿Enumere en orden de importancia qué atractivos turísticos le gustaría experimentar en Bacalar como sitio ambiental (siendo el numero 1 el de mayor importancia)?

- Nadar en Laguna
- Nadar en cenote
- Paseos en lancha
- Observación de flora y fauna
- Turismo científico
- Salud
- Kayacs
- Buceo
- Relajación y paisaje
- Otro ¿Cuál? _____

10. ¿Cómo se considera Ud en relación al sitio?

- Aventurero vs tranquilo
- Extrovertido vs reservado
- Moralista vs amoral
- Culto vs ignorante
- Tangible vs intangible
- Fantasioso vs realista
- Muerte vs Historia
- Arrogancia vs humildad
- Decepción vs interés
- Algo ya visto Vs Algo único

DATOS Generales:

Edad _____
Género _____
Ocupación _____
Procedencia _____
Lugar de Origen _____
Nivel de ingresos _____

Etnicidad:

_____ Maya
_____ Norteño
_____ Tabasqueño
_____ Campechano
_____ Quintanarroense
_____ Defeño
_____ Extranjero
_____ Otro ¿Cuál? _____

Color de cabello: _____

Color de ojos: _____

Color de piel _____

Estatura _____

Complexión _____

Otro: Cultura: _____

religión _____

Questionnaire

As Tesista student at the University of Quintana Roo perform the following field research to validate how feasible is the community as Bacalar Environmental Cultural and Tourist Product. In advance thank your time provided, and that their support will help me to develop to the best of my research work and thus able to bequeath to the resolution of the assumptions raised.

1. How often do you visit the community of Bacalar?

- First time I come
- Every weekend
- 2 times a month
- 1 every month
- Another Every time? _____

2. What is the purpose of your visit to Bacalar?

- It's step
- Someone I recommended, (Who? _____)
- I saw on the Internet
- It's in print advertising (brochures, poster, etc..).
- Tourism scientist
- Another What? _____

3. Profile perceptual site. Please tell me that is the first thing that comes to mind when visiting Bacalar:

- Adventure
- Tranquility
- History
- Landscape
- Culture
- Nature
- Eating
- Legends
- Other: What ? _____

4. What do you know about the history of the community of Bacalar?

- Trade of the Maya
- Spanish Trade
- Pirates
- Caste War
- Conquest and colonization of Bacalar
- Trade wooden stick and dyeing of the nineteenth century
- Tree Pitch.

Bacalar Modern:

- Education
 - Dances
 - Religion
 - Health
 - Eating
 - Cenote
 - Lagoon
- Another What? _____

5. Of the following tourist attractions available to highlight the Bacalar who has visited

- Fort San Felipe
 - Laguna de los 7 colors
 - House of Culture
 - House writer
 - Spa ejidal
 - Cenote Azul
 - Handicrafts
 - Tree Pitch or Parota
 - San Felipe (wildlife)
 - Center for reforestation
 - Central Square
 - Church
 - Club sailing
- Another What? _____

6. He obtained information on lodging available to you in the community of Bacalar?

Yes NO Why? _____

7. What considered the largest tourist attraction of Bacalar, qualify in order please?

- Fort San Felipe
 - Laguna de los 7 colors
 - House of Culture
 - House writer
 - Spa ejidal
 - Cenote Azul
 - Handicrafts
 - Tree Pitch or Parota
 - San Felipe (wildlife)
 - Center reforestation
 - Central Square
 - Church
 - Club sailing
- Another What? _____
-

8. Do List in order of importance, what tourist attractions would like to experiment in Bacalar as cultural site?

- Night of danzon and folk dances
 - Listen to stories and legends
 - View shows regional
 - Attend plays
 - See performances in the history of Bacalar (pirates, caste war, trade Maya, and so on.
 - Buy books
 - Learning Maya language
 - Learning languages
 - Write
 - Tourism scientist
 - Craft Exhibition
 - Painting Exhibition
 - Demonstrations gastronomic
 - Observing sites gastronomic landscape
 - Religious Tourism
- Another What? _____

9. Do List in order of importance what tourist attractions would like to experiment in Bacalar as environmental site?

- Swimming Lagoon
 - Swim in cenote
 - Trips by boat
 - Observer flora and fauna
 - Tourism scientist
 - Health
 - Kayacs
 - Diving
 - Relaxation and landscape
- Another What? _____

10. How are you considered in relation to the site?

- Adventurer vs. quiet
- Extrovertido vs. reserved
- Moralista vs. amoral
- Worship vs. ignorant
- Tangible vs. intangible
- Fantasioso vs. realistic
- Death vs. History
- Arrogance vs. humility
- Deception vs interest
- Something Vs already seen only

DATA General:

Edad _____
Género _____
Ocupación _____
Procedencia _____
Place of Origen _____
Level ingresos _____

Ethnicity:

_____ Maya
_____ Northerners
_____ Tabasqueño
_____ Campechano
_____ Quintanarroense
_____ Defeño
_____ Foreign
Another _____ What? _____

Hair color : _____
Eye color : _____
Color piel _____
Estatura _____
Complexión. _____
Another: Culture : _____ religión _____

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	Tiempo estimado/real	2007					2008							
		AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN		
Búsqueda del tema	E													
	R													
Información del tema	E													
	R													
Entrevistas	E													
	R													
Elaboración del protocolo	E													
	R													
Revisión del protocolo	E													
	R													
Elaboración de fichas Técnicas	E													
	R													
Elaboración de encuesta	E													
	R													
Revisión de encuesta	E													
	R													
Corregir encuesta y toma de fotografías	E													
	R													
Aplicación del instrumento para recopilar información	E													
	R													
captura de la información recabada	E													
	R													
Obtención de los resultados	E													
	R													
Interpretación de los resultados	E													
	R													

ACTIVIDADES	Tiempo estimado/real	2007					2008									
		AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN				
Análisis de la Información	E															
	R															
Redacción de la información	E															
	R															
Revisión del trabajo de investigación	E															
	R															
Impresión del trabajo final	E															
	R															
Entrega del trabajo de investigación	E															
	R															
Presentación del trabajo de investigación	E															
	R															

BIBLIOGRAFÍA

CORNEJO GÓMEZ ALONDRA Y SALASAR PALMA YAMAIRA VALERIA
El turismo un factor de polarización en el desarrollo regional. Análisis y perspectivas de la zona sur, norte y centro.

Editor.- 2006 pp. 5, 17,23

CAB LUGO JOSÉ VALENTIN

Plan turístico promocional para la zona sur de Quintana Roo

Editor.- 1999 pp. 25, 36, 37, 38

DOMINGUEZ ESTRADA JOSÉ FRANCISCO

Turismo y medio ambiente en el caribe mexicano

Editor.- 2004 pp. 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12....

MORALES ROJAS JOSÉ JESUS

Bacalar XVI siglos de historia

Editor.- casa del escritor 1994 pp. 5 -110

CEH CHAN DALIA ELIZABETH

Turismo: dos caras de una moneda en la Riviera Maya

Editor.- 1994 pp. 7, 8 ,9 , 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17.

ARZAIZ STELLA

El turismo y los cambios de la globalización

Editores.- Quintana Roo los retos del fin de siglo 1992

Revista Mexicana del Caribe

Editores.- 2004

FONDO DE PUBLICACIONES Y EDITORES DE QUINTANA ROO

Mágico Bacalar

Editores.- 1991 pp. 9, 10

RAMÓN IVÁN SUÁREZ CAAMAL

Bajo el signo del árbol

Editores.- 1986

LOUND DAVID L.

Comportamiento del consumidor

Editor. - Mc. Graw Hill pp. 322 – 344

GARCIA BARRIOS RAUL

Lagunas

Editor.- colegio de México pp. 36, 39, 40

BORREGO ARTURO

Entrevista

Editor.- Presidente de comité Bacalar Pueblo mágico

ALVAREZ CORAL JUAN

Historia de Quintana Roo

Editor.- Quintana Roo 1971 pp. 15, 21, 23, 25, 26, 30, 32, 51, 52, 57, 101

BAUTISTA PEREZ FRANCISCO

Efemérides Quintanarroenses

Editor.- 1988 pp. 21, 30, 32, 38, 59, 204, 207, 208

Sr. MONTALVO director de Pueblo Mágico Bacalar

Entrevista

Editor.- Encargado de Fuerte de San Felipe

www.quintanaroo.gob.mx

Pueblo mágico

Editor Portal del gobierno del Estado

CONVENCIÓN PARA LA PROTECCION DEL PATRIMONIO MUNDIAL, CULTURAL Y NATURAL.

www.unesco.org

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES

El Abc del patrimonio cultural y turismo

Editor.- www.conaculta.org

MARTINEZ ROSS JESUS

El popol Vuh tiene razón

Editor.- Orión 1976 pp. 27 y 146

ESCOVAR NAVA ARMANDO

Quintana Roo Síntesis Monográfica

Editor.- Gobierno del Estado de Quintana Roo 1990 pp. 48, 56, y 60

ESCOBAR NAVA ARMANDO

Atlas del Estado de Quintana Roo

Editor.- 1981 pp. 28, 29, 102

SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO

CAREAGA VILIESID LORENA

Textos te la historia de Quintana Roo

Editor.- 1990b

CAREAGA VILIESID LORENA

Quintana Roo Monografía estatal

Editor.- SEP pp. 15, 16, 17, 18, 111, 112, 112, 114, y 115

CONACULTA

Seminario sobre Patrimonio Cultural y Turismo

Editor.- 2003 www.conaculta.org

XACUR MAIZA JUAN ÁNGEL
Enciclopedia de Quintana Roo
Editor.- Enciclopedias de México pp. 6798 – 6819

XACUR MAIZA JUAN ÁNGEL
Bacalar Fuerte de San Felipe
Editor.- FONAPAS 1982

SELENE ISOLDA DOSAMANTES CARRASCO
Bacalar Sueño de Agua
Editor.- Instituto de la Cultura y las Artes

ENTREVISTA
Ingeniero Pedro Chargoy.

THR

PRODESUR

MESAS DE TRABAJO
Desarrollo de Productos Turísticos
CANACO

CUAUHTÉMOC ANDA GUTIERREZ
Quintana Roo Coloso Mexicano del Caribe

VICTORIA CHENAUT
Aventureros en la Frontera Sur
Editor.- CIESAS

MIGUEL ANGEL ACERENZA
Promoción Turística un Enfoque Metodológico
Editor.- TRILLAS junio 2002

MONICA CABO NABAL , IABEL MILIO BAUNZA
Comercialización de Productos y Servicios Turísticos
Editor.- PARANINFO THOMSON LEARNING

LUIS CAASOLA
Turismo y Ambiente
Editor.- TRILLAS agosto 2002

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
El turismo urbano y la cultura

MIGUEL ANGEL ACERENZA
Administración del turismo, conceptualización y organización
Editor.- TRILLAS julio 2003

JORGE DAHDÁ
Elemento de turismo
Editor.- TRILLAS septiembre 2003
RAFAEL ROMERO MAYO, JUAN CARLOS ARRIAGA RODRIGUEZ

Turismo, medio ambiente y cooperación en el caribe
Editor.- PLAZA Y VALDEZ

MARIO TAMAYO Y TAMAYO
El proceso de la investigación científica
Editor.- LIMUSA 1990

CONGRESO IBEROAMERICANO SOBRE PATRIMONIO CULTURAL
Patrimonio cultural y turismo
Editor.- CONACULTA 2003

NARESH K. MALHOLTRA
Investigación de mercados
Editor.- PEARSON PRENTICE HALL 2004

ESTA OBRA SE TERMINO DE IMPRIMIR Y EMPASTAR EL DÍA

14 DE JUNIO DE 2008

EN LA CIUDAD DE CHETUMAL QUINTANA ROO

LA EDICIÓN CONSTA DE 9 EJEMPLARES
