



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



**“ESTUDIO DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE  
CHALMA, PARA PROPONER ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A LA  
MEJORA Y APROVECHAMIENTO EN EL POTENCIAL DEL TURISMO  
RELIGIOSO”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN TURISMO**

**P R E S E N T A**

**CYNTHIA LUCERO TORREZ RIVERA**

**DIRECTOR DE TESIS**

**M. en M. MARÍA ELENA DELGADO AYALA**

**ASESOR DE TESIS**

**M. en A. y E.C. BEATRIZ DOMÍNGUEZ CASTAÑEDA**

TENANCINGO, MÉXICO

OCTUBRE 2013

Tenancingo, México, a 12 de septiembre de 2013

**L. EN G. GABRIELA ALEJANDRA AMBROSIO ARZATE**  
**JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL**  
**DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**  
**P R E S E N T E**

Por medio de este conducto, le enviamos un cordial saludo, al mismo tiempo que le comunicamos a **Usted** que el trabajo de tesis titulado: **“Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma, para proponer estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso”**, que presenta la **P.L.T. Cynthia Lucero Torrez Rivera**, ha sido revisado y concluido por segunda vez, por lo cual solicitamos tenga a bien iniciar con los trámites subsecuentes del segundo proceso de revisión.

Sin otro particular por el momento, agradecemos la atención que sirva prestar al presente.

**ATENTAMENTE**

**DIRECTOR DE TESIS:**  
**M. en M. MARÍA ELENA DELGADO AYALA**

**ASESOR DE TESIS:**  
**M. en A. y E.C. BEATRIZ DOMÍNGUEZ CASTAÑEDA**

*Recubi*  
*11/sep/13*

Toluca, México a 05 de Septiembre de 2013.

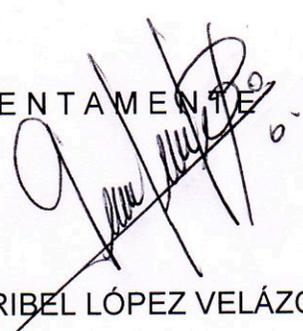
**L. en G. GABRIELA ALEJANDRA AMBROSIO ARZATE**  
**JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**  
**P R E S E N T E**

Por medio de la presente, me permito informar a Usted del dictamen de la **REVISIÓN** del documento de tesis titulado **“Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma, para proponer estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso”** de la pasante de la Licenciatura en Turismo **C. Cynthia Lucero Torrez Rivera**; de la cual fui designada como revisor.

El dictamen para el trabajo es de **APROBADO SIN COMENTARIOS**.

Sin más por el momento, quedo de Usted.

ATENTAMENTE



L. EN T. MARIBEL LÓPEZ VELÁZQUEZ  
PROFESORA DE ASIGNATURA

c.c.p. Interesada

Tenancingo, Estado de México a 17 de septiembre de 2013

**L.G. GABRIELA AMBROSIO ARZATE**

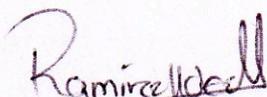
**JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL**

**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**

Por medio de este conducto le informo que se ha concluido la segunda revisión de la Tesis intitulada "Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma, para proponer estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso" que presenta la C. CINTHIA LUCERO TORRES RIVERA

Cabe señalar que el documento se dictamina: APROBADO, por lo que le solicito se dé continuidad en el proceso de titulación en la carrera de Licenciado en Turismo.

Atentamente



M. Marivel Ramírez Hernández

Docente del Centro Universitario UAEM Tenancingo

*Recubi*  
*17/09/13*



Tenancingo, Estado de México; 19 de Septiembre de 2013.

**CYNTHIA LUCERO TORREZ RIVERA**  
**PASANTE DE LA LICENCIATURA EN TURISMO**  
**P R E S E N T E**

Por este conducto comunico a Usted, que con base en el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales de la UAEM que en su Capítulo VIII artículo 120, 121 y 122, así como el Reglamento de Opciones de Evaluación Profesional de la UAEM Capítulo I artículo 6º, puede proceder a realizar la elaboración en formato electrónico del trabajo de tesis denominada **“Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma, para proponer estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso”** y continuar con los trámites y requisitos requeridos para efecto de poder sustentar su examen profesional y obtener el título de **LICENCIADA EN TURISMO**.

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

**Atentamente**

**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**

*“2013, 50 Aniversario Luctuoso del Poeta ~~Herberto Enriquez~~”*

**QUIM. VÍCTOR MANUEL DÍAZ VERÓNICA**  
**SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL CENTRO**  
**UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



C. c. p. L.G. Gabriela A. Ambrosio Arzate.- Encargada del Departamento de Evaluación Profesional.

C. c. p. Archivo  
VMDV/vlr.

## DEDICATORIAS

*“Después de escalar una montaña muy alta, descubrimos que hay otras montañas por escalar”.*  
*Nelson Mandela*

### DIOS

Te doy Gracias, por haberme prestado salud y vida, por la familia y amigos que tengo. Por lo cual he llegado hasta donde me encuentro, dando un gran paso en mi vida profesional. Y te pido, me sigas dando fuerzas para tener éxito en este nuevo camino que empiezo a recorrer profesionalmente.

### PAPÁ, MAMÁ Y HERMANA

Sin su amor, comprensión, apoyo y paciencia, no hubiera podido culminar estos cinco años de carrera universitaria. Porque pese a mis tropiezos, ellos han y seguirán estando ahí para ayudarme, para darme esos ánimos, esa fortaleza para no decaer, para continuar. Porque tu papá, mamá, y hermana, son el motor de mi vida, el que me mueve para lograr mis objetivos, mis metas, mis éxitos. Por esas razones y más les dedico este logro, ya que sin ustedes, esto no hubiera sido posible. Gracias por todo. LOS AMO.

### MIS AMIGOS

Haydeé, Moni, Yaz, Miriam, Javier y Néstor Daniel, porque fueron parte de esa vida de estudiantes, donde se puso a prueba nuestra amistad, viviendo buenos y malos momentos en ese transcurso universitario. Porque unos a otros nos apoyamos, dándonos ánimos para continuar. Gracias por ser parte de mi vida, pero sobre todo, Gracias por seguir siendo mis mejores amigos. Los Quiero.

## A MÍ

Y porque no, también me la auto dedico. Si bien todas estas personas que forman parte de mi vida y que han sido parte fundamental en la cosecha de este gran fruto, yo soy la pieza principal, soy la persona que ha recorrido este camino donde se me han presentado diferentes situaciones, porque he aprendido que en esta vida no importan todos los obstáculos o tropiezos que se nos presenten en el camino, mientras uno tenga bien edificados sus objetivos y metas, cualquier error queda atrás, siempre y cuando haya quedado bien aprendida la lección. Porque todo, me ha hecho ser una mujer más fuerte, una mujer que tiene más cimentado lo que quiere en la vida, tanto en lo personal, profesional, familiar y social. Por todo esto, me auto dedico este esfuerzo, el cual primeramente Dios, será el primero de muchos más.

## AGRADECIMIENTOS

Les agradezco a las maestras María Elena Delgado Ayala y Beatriz Domínguez Castañeda, por haber confiado en mí y darme la oportunidad de trabajar junto con ellas. Porque no sólo se trata de ir aconsejando, guiando en una investigación, sino el de ir dejando un aprendizaje, transmitiendo sus conocimientos. Además de que no dudaron de mi capacidad, al contrario fortalecieron esa seguridad en mí, me mostraron que puedo ser capaz de muchas cosas, de las cuales a veces uno sin querer las contiene.

## ÍNDICE

|                    |    |
|--------------------|----|
| INTRODUCCIÓN.....  | 10 |
| ANTECEDENTES.....  | 12 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 15 |
| HIPÓTESIS.....     | 16 |
| OBJETIVOS.....     | 16 |
| VARIABLES.....     | 16 |
| METODOLOGÍA.....   | 17 |

### **CAPÍTULO I: “MARCO TEÓRICO”**

|  |    |
|--|----|
| 1.1. TURISMO.....                              | 23 |
| 1.2. ACTORES DEL TURISMO.....                  | 25 |
| 1.2.1. Turista.....                            | 25 |
| 1.2.2. Visitante.....                          | 26 |
| 1.2.3. Excursionista.....                      | 26 |
| 1.3. TURISMO RELIGIOSO.....                    | 27 |
| 1.4. POTENCIAL TURÍSTICO.....                  | 29 |
| 1.5. EQUIPAMIENTO TURÍSTICO.....               | 32 |
| 1.6. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO.....             | 34 |
| 1.6.1. Hoteles.....                            | 34 |
| 1.6.2. Moteles.....                            | 35 |
| 1.6.3. Hosterías y Posadas.....                | 36 |
| 1.6.4. Pensiones.....                          | 37 |
| 1.6.5. Aparthoteles.....                       | 38 |
| 1.6.6. Condominios (unidades o conjuntos)..... | 38 |

|   |    |
|---|----|
| 1.6.7. Casas (unidades o barrios).....  | 39 |
| 1.6.8. Cabañas.....   | 39 |
| 1.6.9. Albergues.....   | 39 |
| 1.6.10. Trailer Parks.....  | 40 |
| 1.6.11. Campings.....   | 40 |
| 1.6.12. Camas en Casas de Familia.....  | 41 |
| 1.6.13. Casa de huéspedes.....  | 41 |
| 1.7 SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.....  | 42 |
| 1.7.1. Restaurantes.....  | 43 |
| 1.7.2. Cafeterías.....  | 43 |
| 1.7.3. Quioscos.....  | 44 |
| 1.7.4. Comedores Típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)... 44 |    |
| 1.8. ESPARCIMIENTO.....   | 44 |
| 1.8.1. Nigth Clubs.....   | 44 |
| 1.8.2. Discotecas.....  | 45 |
| 1.8.3. Bares.....   | 45 |
| 1.8.4. Casinos.....   | 45 |
| 1.8.5. Cines y Teatros.....   | 46 |
| 1.8.6. Otros Espectaculares Públicos.....   | 46 |
| 1.8.7. Clubes Deportivos.....   | 46 |
| 1.8.8. Parques Temáticos.....   | 47 |
| 1.9. OTROS SERVICIOS.....   | 47 |
| 1.9.1. Agencias de Viajes.....  | 47 |
| 1.9.2. Información.....   | 48 |

|  |    |
|--|----|
| 1.9.3. Guías.....                                  | 48 |
| 1.9.4. Comercio.....                               | 49 |
| 1.9.5. Cambios de Moneda.....                      | 49 |
| 1.9.6. Dotación para Congresos y Convenciones..... | 50 |
| 1.9.7. Transportes Turísticos.....                 | 51 |
| 1.9.8. Primeros Auxilios.....                      | 51 |
| 1.9.9. Guarderías.....                             | 52 |
| 1.9.10. Estacionamientos.....                      | 53 |

## **CAPÍTULO II: “MARCO REFERENCIAL”**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS..... | 55 |
| 2.2. ASPECTOS CULTURALES.....  | 57 |
| 2.3. ASPECTOS ECONÓMICOS.....  | 58 |
| 2.4. ASPECTOS TURÍSTICOS.....  | 59 |

## **CAPÍTULO III: “ANÁLISIS DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE CHALMA”**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA.....       | 65 |
| 3.2. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA..... | 66 |
| 3.2.1. Características del Establecimiento.....  | 67 |
| 3.2.2. Ubicación.....  | 67 |
| 3.2.3. Tipo de Hotel.....  | 68 |
| 3.2.4. Tipo de Alojamiento.....  | 68 |
| 3.2.5. Tipo y Número de Habitaciones.....  | 69 |

|   |    |
|---|----|
| 3.2.6. Categoría Solicitada.....  | 71 |
| 3.2.7. Servicios Adicionales Ofrecidos.....   | 71 |
| 3.3. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE CHALMA..... | 72 |
| 3.3.1. Tipo de Establecimiento.....   | 73 |
| 3.3.2. Ubicación.....   | 73 |
| 3.3.3. Tipo de Servicio.....  | 74 |
| 3.3.4. Tipo de Comida.....  | 75 |
| 3.3.5. Tipo de Espectáculo.....   | 75 |
| 3.3.6. Captación de Mercado.....  | 76 |
| 3.3.7. Servicios Complementarios.....   | 77 |
| 3.4. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE OTROS SERVICIOS EN LA COMUNIDAD DE CHALMA.....           | 77 |
| 3.4.1. Agencias de Viajes.....  | 78 |
| 3.4.2. Información.....   | 78 |
| 3.4.3. Guías.....   | 78 |
| 3.4.4. Comercio.....  | 79 |
| 3.4.5. Cambios de Moneda.....   | 79 |
| 3.4.6. Dotación para Congresos y Convenciones.....                                      | 80 |
| 3.4.7. Transporte Turístico.....  | 80 |
| 3.4.8. Primeros Auxilios.....   | 80 |
| 3.4.9. Guarderías.....  | 81 |
| 3.4.10. Estacionamientos.....   | 82 |

3.5 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA PERSPECTIVA DE LOS TURISTAS  
SOBRE EL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA... 83

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA..... 94

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS EN LA COMUNIDAD DE CHALMA..... 94

CONCLUSIONES..... 96

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 98

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS..... 100

ANEXOS..... 101

## **ÍNDICE DE GRÁFICAS**

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICA 1. Ubicación del establecimiento de hospedaje.....  | 67 |
| GRÁFICA 2. Tipo de Hotel.....   | 68 |
| GRÁFICA 3. Tipo de Alojamiento.....   | 69 |
| GRÁFICA 4. Tipo y Número de Habitaciones.....   | 70 |
| GRÁFICA 5. Categoría Solicitada.....  | 71 |
| GRÁFICA 6. Servicios Adicionales.....   | 72 |
| GRÁFICA 7. Tipo de Establecimiento de Alimentos.....  | 73 |
| GRÁFICA 8. Ubicación del Establecimiento de Alimentos.....  | 74 |
| GRÁFICA 9. Tipo de Servicio.....  | 74 |
| GRÁFICA 10. Tipo de Comida.....   | 75 |
| GRÁFICA 11. Tipo de Espectáculo.....  | 76 |
| GRÁFICA 12. Captación de Mercado.....   | 76 |
| GRÁFICA 13. Servicios Complementarios.....  | 77 |
| GRÁFICA 14. Edad.....   | 84 |
| GRÁFICA 15. Género.....   | 84 |
| GRÁFICA 16. Escolaridad.....  | 84 |
| GRÁFICA 17. Procedencia.....  | 84 |
| GRÁFICA 18. La Comunidad de Chalma es un lugar con Potencial Turístico.....                             | 85 |
| GRÁFICA 19. Valor calificativo del Equipamiento Turístico en la Comunidad de Chalma.....                | 86 |
| GRÁFICA 20. Valor calificativo en el Servicio del Equipamiento Turístico de la Comunidad de Chalma..... | 87 |
| GRÁFICA 21. Valor calificativo en el Servicio de Alojamiento de la Comunidad de Chalma.....             | 87 |

|  |    |
|--|----|
| GRÁFICA 22. Valor Calificativo en el Servicio de Alimentos de la Comunidad de Chalma.....            | 88 |
| GRÁFICA 23. La Comunidad de Chalma cuenta con Problemas de Insalubridad.....                         | 89 |
| GRÁFICA 24. Conocimiento sobre si la comunidad de Chalma cuenta con Servicios de.....                | 90 |
| GRÁFICA 25. Valor calificativo en el Servicio de Transporte Turístico de la Comunidad de Chalma..... | 91 |
| GRÁFICA 26. Satisfacción con el Servicio de Equipamiento Turístico de la Comunidad de Chalma.....    | 92 |
| GRÁFICA 27. Estrategias propuestas para la mejora del Equipamiento Turístico en Chalma.....          | 93 |

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

|   |    |
|---|----|
| IMAGEN 1. Cuadro Equipamiento turístico.....                            | 18 |
| IMAGEN 2. Cuadro Oferta Turística.....                                  | 30 |
| IMAGEN 3. Cuadro Demanda de Servicios Turísticos.....                   | 31 |
| IMAGEN 4. Cuadro Equipamiento Turístico.....                            | 32 |
| IMAGEN 5. Mapa de la Comunidad de Chalma.....                           | 56 |
| IMAGEN 6. Atractivos Turísticos de Chalma.....                          | 60 |
| IMAGEN 7. Atractivos Turísticos de Malinalco.....                       | 62 |
| IMAGEN 8. Atractivos Turísticos de Ocuilan.....                         | 63 |
| IMAGEN 9. Cuadro Comparativo Estacionamientos.....                      | 82 |
| IMAGEN 10. Cuadro Equipamiento Turístico en la Comunidad de Chalma..... | 94 |

## **INTRODUCCIÓN**

México es poseedor de grandes atractivos turísticos naturales y culturales, en los cuales se puede apreciar belleza y exuberancia, además de tener características favorables como variedad en su clima y en sus paisajes. México es un lugar que goza de una gama de destinos turísticos, los cuales cuentan con una infraestructura y planta turística de buena calidad para complementar la estadía de quien los visita.

Son estos algunos de los elementos que permiten desarrollar una gama de actividades turísticas; contribuyendo al progreso y desarrollo económico de los diferentes sitios que conforman este país, a través del turismo.

Como parte de esta idea de destinos turísticos que cuenten con una infraestructura y planta turística de buena calidad; se presenta la siguiente investigación de tesis que se llevó a cabo en uno de los lugares turísticos potenciales, siendo uno de los principales visitados por el turismo religioso de nuestro país.

La comunidad de Chalma, se encuentra ubicada en el municipio de Malinalco, Estado de México; donde se ubica el Santuario del Señor de Chalma, el cual recibe a lo largo del año millones de visitantes a través de peregrinaciones en sus distintas ferias que se presentan.

No obstante, también cuenta con otros atractivos como son el Parque Agua de Vida, la Terraza de los Peregrinos, el Balneario Las Guitarras, y la venta de artesanías, artículos religiosos y dulces típicos.

Por todas estas características y elementos favorables de la comunidad de Chalma, se ha realizado esta investigación donde se proponen estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo, con el objetivo de analizar el equipamiento turístico de este lugar.

Para esto se realizó un estudio empezando por el capítulo I, el cual engloba conceptos que permiten tener conocimiento sobre los aspectos del equipamiento turístico, de los cuales se hace mención. Posteriormente, está el capítulo II, donde se da a conocer información respecto a la comunidad, iniciando por el aspecto geográfico, aspectos culturales, económicos, y turísticos de este sitio. Seguido, se encuentra el capítulo III, presentando un análisis del equipamiento turístico de Chalma, así como del potencial del turismo religioso, y el grado de opinión de los turistas respecto al equipamiento turístico de Chalma. Más adelante se menciona la propuesta de estrategias para la mejora del equipamiento turístico de este lugar, así como las conclusiones obtenidas de esta investigación, mismas que representan la síntesis de los resultados.

Finalmente se abordan las referencias bibliográficas y electrónicas consultadas a lo largo de todo el proceso de la investigación; y como parte de un apoyo visual se encuentran los anexos.

## **ANTECEDENTES**

Hoy en día el turismo ha pasado a ser una de las actividades económicas que más divisas genera a nivel mundial. Algunos países han adoptado al turismo como fuente principal de ingresos para su economía. México ha apostado al turismo y ve una gran oportunidad de crecimiento en el sector económico, político, social y cultural. Por lo que se auguran verdaderos frutos en la economía mexicana. Los recursos naturales y culturales con los que cuenta nuestro país, han permitido el desarrollo de la actividad turística y se han diversificado las posibilidades de viaje, así como también los servicios turísticos forman parte primordial en el proceso turístico, puesto que satisfacen las necesidades del turista o visitante, conformándose éstos en un equipamiento turístico, definido por Maldonado como la estructura o equipamiento conformado por las empresas dedicadas al ramo turístico, tales como: empresas de hospedaje, de restaurantes, centros de deportes, diversión y recreación. Además de aquellas empresas denominadas complementarias, que sin ser su giro especialmente dedicado al sector turismo, de alguna manera se ven involucrados (bancos, hospitales, tiendas departamentales, etcétera) al solicitar los turistas estos servicios (Maldonado, 2012:12).

Como se mencionó anteriormente para el desarrollo turístico en nuestro país es muy importante contar con recursos. El Estado de México cuenta con recursos turísticos culturales y naturales, donde sus lagunas, valles, montañas, iglesias y su gente forman un lugar con gran patrimonio. Gracias a esto, se pueden realizar los diferentes tipos de turismo, como turismo de aventura, ecoturismo, rural, religioso, entre otros.

Bajo este contexto, existen diversos motivos que impulsan al ser humano a desplazarse a otros entornos, uno de ellos; es la fe que se profesa hacia un ser divino dentro de la religión católica y la milagrosidad que se atribuye a los santos y

vírgenes, lo cual impulsa a desplazarse hacia recintos religiosos donde se puede tener un encuentro cercano con éstos seres.

Por ello el turismo religioso ha existido desde tiempos ancestrales y los visitantes se mueven por motivos religiosos a un destino considerado sagrado, ya sea por la devoción hacia un ser divino dentro de la religión católica y lo milagroso que se le atribuye a los santos y vírgenes; o también pueden ser debido a penitencia, cumplir un voto, una promesa, dar gracias por un beneficio ya recibido. Este tipo de turismo, “representa una oportunidad para el desarrollo o fortalecimiento de los sitios turísticos, ya que éste hace viajes repetidos al mismo sitio en un periodo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita” (SECTUR, s.f.).

Retomando al Estado de México, en él se encuentra la comunidad de Chalma conocido como un centro de peregrinaje religioso hacia un santuario, donde se venera al Señor de Chalma. De acuerdo a la Secretaría de Turismo del gobierno federal (SECTUR, 2009: 112): “Chalma está localizado en el municipio de Malinalco en el Estado de México, a 11 km. de la cabecera municipal. Chalma dista de Toluca, la capital del estado, unos 65 kilómetros y 95 kilómetros de la Ciudad de México”.

El Santuario del Señor de Chalma, se encuentra situado en el fondo de una barranca; al cual asisten devotos a pedir, agradecer o venerar al Cristo que se alberga en el interior del templo, generando una gran afluencia de visitantes por motivos religiosos, desplazándose a pie, en bicicleta, automóvil o transporte público. La comunidad de Chalma, es uno de los centros religiosos más visitados en México; debido a las diferentes fiestas que se realizan, primordialmente en honor al Señor de Chalma y a las celebraciones de la iglesia católica.

Generalmente las personas visitan este lugar por su santuario, sus pinturas y recibir bendiciones o realizar juramentos.

Debido a esto, la comunidad receptora se ve sumamente beneficiada por la gran demanda que presenta, a pesar de que los visitantes estén pocas horas y se limiten sólo a conocer el lugar y comprar algunos recuerdos, sin embargo, hay una parte de visitantes que si hacen uso de los servicios turísticos que ofrece la población, a pesar de ello, Chalma no tiene el equipamiento turístico suficiente para atender adecuadamente las necesidades de todos los visitantes que recibe. Cuenta con grandes problemas como lo son la insalubridad, esto se puede observar al caminar por las calles aledañas al santuario, la zona de comida presenta una pésima condición de higiene, el manejo de basura y contenedores es deficiente, existe falta de ordenamiento vial y pocos estacionamientos, hay poca señalización, el equipamiento turístico con el que cuenta la comunidad es con pequeñas fondas o restaurantes en cuanto a alimentación se refiere, el alojamiento está conformado principalmente por casas de hospedaje y en segunda por hoteles, los cuales son mínimos.

Además existen casas de asistencia con servicios de baja calidad, el ambulante se ha apropiado de las calles impidiendo el paso hacia el templo, pero uno de los principales problemas es por parte de las autoridades locales, porque no tienen una planeación urbana y ordenamiento para el bien de la comunidad; por lo tanto existe una falta de cultura turística tanto de visitantes como de la comunidad local, capacitación en el servicio e instalaciones para atender al turismo religioso. De ahí que la presente investigación se enfoque en los servicios de alojamiento, alimentación y otros servicios; en ese sentido, se hace el cuestionamiento ¿Cuenta Chalma con el suficiente equipamiento turístico que permita el aprovechamiento del potencial del turismo religioso y que atienda adecuadamente las necesidades del mismo?

## **JUSTIFICACIÓN**

El fenómeno turístico ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia, apuntando que en un futuro seguirá un ritmo ascendente. Esto ha generado que la industria turística sea más competitiva en productos y destinos turísticos.

El crecimiento del turismo en el destino turístico va de la mano con la calidad del equipamiento turístico que ofrece el lugar, haciendo que la calidad ofrecida en los servicios nos permita conocer el grado de satisfacción del cliente.

Sin embargo, no basta con contar con la infraestructura turística, sino también con los servicios complementarios como son hospitales, guarderías, transporte, estacionamientos, información, etc., formando parte estos también del equipamiento turístico que se oferta en los destinos turísticos.

Teniendo en cuenta todo lo que constituye el equipamiento turístico, se debe de implicar y concientizar a todos los participantes de la actividad turística, mostrándoles la importancia de la prestación de un turismo de calidad y hacerles ver las ventajas que se pueden obtener al tener un turismo bien planificado.

Por estas razones, es que surge el interés de realizar el “Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma para proponer estrategias que contribuyan a la mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso”. Tomando en cuenta que este lugar es un destino ya establecido que tienes turistas que le son fieles, ya que regresan año con año a visitar el Santuario del Señor de Chalma.

Además de ser considerado este lugar como uno de los santuarios más importantes a nivel nacional por la devoción hacia la fe que le tienen los mexicanos al Señor de Chalma, evidenciando con ello que la religión mueve masas y teniendo como resultado la presencia del Turismo Religioso en estos tipos de sitios.

## **HIPÓTESIS**

El equipamiento turístico de la Comunidad de Chalma es insuficiente, por lo tanto no se atienden adecuadamente las necesidades del turismo religioso y no se aprovecha el potencial del lugar.

## **OBJETIVOS**

### General

Analizar el equipamiento turístico de la comunidad de Chalma con el objeto de proponer estrategias para su mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso.

### Específicos

- Identificar el potencial del turismo religioso de Chalma.
- Analizar los servicios de alojamiento, alimentación y otros servicios de la comunidad de Chalma, para comprobar si son aptos para el aprovechamiento del potencial turístico.
- Proponer estrategias de mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso, a partir del análisis sobre el equipamiento turístico de Chalma.

## **VARIABLES**

Las variables a estudiar fueron el potencial del turismo religioso, alojamiento, alimentación y otros servicios, ya que los aspectos de alojamiento y alimentación son los que están encargados de proporcionar los servicios básicos, de la misma manera permiten que el turista satisfaga el consumo de actividades turísticas. Otros servicios, están vinculados directamente con el desarrollo de las actividades turísticas. Y el potencial del turismo religioso, es el resultado en cuanto a la correcta aplicación de los servicios prestados, satisfaciendo las necesidades del turista o visitante.

## **METODOLOGÍA**

Para poder cumplir con los objetivos de este estudio es necesario establecer qué tipo de diseño de investigación se implementará. Hernández, Fernández y Baptista, (2003:184) refieren que el término “diseño” se describe como “el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea”. Así que un diseño de investigación adecuado debe responder a la pregunta o preguntas de investigación que se han establecido.

De acuerdo a estos autores se adopta la siguiente clasificación: investigación experimental e investigación no experimental; que a su vez la experimental se divide acorde a Hernández (Citada en Campbell y Stanley, 1966:187) “en pre experimentos, experimentos puros y cuasi experimentos”, (Hernández et al, 2003:187).

La investigación no experimental se divide en diseños transeccionales o transversales, y diseños longitudinales, y dentro de éstos hay diseños específicos.

Examinando las características de cada uno de los diseños de investigación que establecen estos autores; para el presente documento se utilizó el diseño de investigación no experimental, ya que este tipo de estudio se realiza sin manipular variables, no se construye ninguna situación, para Hernández (2003:267) “es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural y así poder analizarlos”. Se estudiaron, analizaron y se describieron las variables de alojamiento, alimentación, y otros servicios, así que no se construyó alguna situación, no hubo manipulación intencional ni asignación al azar; llevándose a cabo de la siguiente manera:

El potencial del turismo religioso, se obtuvo a través del estudio y análisis de los datos publicados de un documento llamado “Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México” de la SECTUR. Además de que se realizó una muestra no

probabilística dirigida a los turistas, dando a conocer su grado de opinión respecto al equipamiento turístico de Chalma.

La muestra no probabilística de acuerdo a Hernández (2003:326-328) también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Siendo de gran valor, pues logran si se procede cuidadosamente y con una profunda inmersión inicial en el campo obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos. Esta muestra se utiliza en estudios exploratorios y en investigaciones de tipo cualitativo, donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización. Este tipo de muestra no probabilística se realizó con la intención de tener la perspectiva que tienen los turistas de acuerdo al equipamiento turístico de Chalma; por lo tanto el haber realizado esta actividad permitió enriquecer los datos de la presente investigación, pues el objetivo central fue el equipamiento turístico, no los turistas.

En relación con el equipamiento turístico este se sustentó bajo la clasificación de Roberto Boullón (1990:41), el cual está categorizado de la siguiente manera. Sin embargo, para el estudio de esta investigación sólo se consideraron las categorías de alojamiento, alimentación y otros servicios, por lo que se omitió la categoría de esparcimiento por no encontrarse en el lugar de estudio.

IMAGEN 1: Cuadro Equipamiento Turístico

| CATEGORÍA             | TIPO   |
|-----------------------|--|
| <b>1. Alojamiento</b> | 1.1 Hoteles<br>1.2 Moteles<br>1.3 Hosterías y posadas<br>1.4 Pensiones<br>1.5 Aparthoteles |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <ul style="list-style-type: none"><li>1.6 Condominios (unidades o conjuntos)</li><li>1.7 Casas (unidades o barrios)</li><li>1.8 Cabañas</li><li>1.9 Albergues</li><li>1.10 Trailer parks</li><li>1.11 Campings</li><li>1.12 Camas en casas de familias</li></ul> |
| <b>2. Alimentación</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>2.1 Restaurantes</li><li>2.2 Cafeterías</li><li>2.3 Quioscos</li><li>2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)</li></ul>  |
| <b>3. Esparcimiento</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>3.1 Night Clubs</li><li>3.2 Discotecas</li><li>3.3 Bares</li><li>3.4 Casinos</li><li>3.5 Cines y Teatros</li><li>3.6 Otros espectaculares públicos</li><li>3.7 Clubes deportivos</li><li>3.8 Parques temáticos</li></ul>   |
| <b>4. Otros servicios</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>4.1 Agencias de viajes</li><li>4.2 Información</li><li>4.3 Guías</li><li>4.4 Comercio</li><li>4.5 Cambios de moneda</li><li>4.6 Dotación para congresos y</li></ul>  |

|  |                            |
|--|----------------------------|
|  | convenciones               |
|  | 4.7 Transportes turísticos |
|  | 4.8 Primeros auxilios      |
|  | 4.9 Guarderías             |
|  | 4.10 Estacionamientos      |

Fuente: Planificación del Equipamiento Turístico. Roberto Boullón, 1990.

Asimismo, el análisis y descripción del alojamiento y alimentación se realizó a través del levantamiento de cédulas que específicamente la SECTUR ha establecido en un formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo.

Finalmente, en cuanto a los otros servicios, el análisis se obtuvo a través de la observación en el lugar, cuestionarios y entrevistas.

El alcance en el que se basó este documento consistió en el transeccional el cual “se encarga de recolectar datos en un sólo momento, en un tiempo único, y su propósito es describir variables” (Hernández, et al. 2003:270). Éste a su vez se subdivide en exploratorios, descriptivos y correlacionales causales. Para el fin de este documento fue el descriptivo, el cual tiene como objetivo “Indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables o ubicar, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación” (Hernández et al, 2003:273). Por lo tanto, el alcance de la investigación fue transeccional descriptivo, ya que son estudios puramente descriptivos.

Los enfoques a utilizar son cuantitativos y cualitativos. En el cuantitativo se realizó un recuento del equipamiento turístico, por otro lado, el enfoque cualitativo ayudó a recolectar y analizar los datos mediante la observación y las descripciones, reconstruyendo la realidad y así poder entenderla.

Concluyendo, el diseño de la investigación para verificar si Chalma tiene un suficiente equipamiento turístico, fue no experimental, transeccional descriptivo, usando ambos enfoques cualitativo y cuantitativo.

Respecto al diseño de la muestra y para poder proporcionar la información necesaria para el estudio de esta investigación y de la misma manera lograr los objetivos establecidos, no se consideró en específico una muestra representativa de la población sino se realizó al cien por ciento de ésta, ya que el equipamiento turístico con el que cuenta la comunidad de Chalma no es grande, y por ello la necesidad de recopilar toda la información de la población para tener un mejor estudio y con ello óptimos resultados.



## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. TURISMO**

El turismo es una actividad que se ha ido practicando desde hace años atrás. Actualmente genera una diversidad de impactos en la población receptora, como derrama económica, inversiones en infraestructura y servicios, generación de empleos; pero por otro lado puede provocar un desgaste en el entorno cuando no se tiene una planificación turística. Continuando con el término turismo, éste se define etimológicamente “Proviene de *tour* o *turn*, derivado del verbo latino *tornare* que se deriva a su vez del sustantivo *tornus*, que significa volver, girar o retornar, en suma quiere decir ir y volver”, (Gurría, 1991:14).

Por su parte De la Torre Padilla, (1997), citado en Gurría, (1991), define al turismo como: es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural, (Gurría, 1991:14).

Como se puede apreciar en esta definición se retoman algunos conceptos como recreación, descanso, cultura, salud, sin embargo, hace alusión a que no puede ser una actividad con fines lucrativos. Por lo que la Organización Mundial del Turismo (2007) si considera esa posibilidad, así que lo define de la siguiente manera.

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de

residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus atractivos, de las cuales algunas implican un gasto turístico”.

Como se puede apreciar hay una contradicción entre dichos autores. La OMT menciona que las personas se pueden desplazar por motivos de negocios, y a su vez Gurría menciona que no se debe de efectuar el viaje con fines de lucro. Sin embargo, sabemos que la persona que viaja por negocios realiza un tipo de turismo, obteniendo un fin lucrativo. Ya que éste, hace uso de los medios y servicios turísticos, siempre y cuando no tenga que residir en el lugar visitado.

Con base en las definiciones citadas anteriormente, se puede deducir que:

Turismo es un fenómeno social que implica que las personas se desplacen voluntariamente de su residencia habitual a otro, para permanecer ahí temporalmente, el cual comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias implicando un gasto turístico, con fines de ocio, por negocios, descanso, placer, salud, conocimiento, cultura y recreación, aunque puede estar también relacionado con otro tipo de actividad, produciendo relaciones sociales, económicas, políticas y culturales; con el fin de satisfacer sus necesidades de turista.

Además tomando en cuenta el lugar de residencia, puede clasificarse como turismo nacional (interno o doméstico), siendo el desplazamiento dentro de los límites geográficos de su país; o turismo internacional o externo, son los viajes que efectúan los nacionales hacia otro país distinto al de su residencia habitual. Sin embargo, el turismo puede ser clasificado de distintas formas de acuerdo hacia donde esté orientado.

## **1.2. ACTORES DEL TURISMO**

Como la OMT lo menciona en su definición de turismo, las personas que viajan a un destino turístico pueden ser turistas, visitantes, o excursionistas, ya que cada uno de estos tiene un distinto tiempo de estadía en el lugar. Para comprenderlo más a fondo se definirán a continuación.

### **1.2.1. Turista**

El turista, es la pieza importante para la existencia de la actividad turística, siendo aquella persona que visita puntos distintos de su país o de otros. La diferencia que tiene con un visitante o excursionista es que el turista pernocta en el lugar visitado.

Para su mayor comprensión serán citados diversos autores dando su propia definición de turista.

Turista es el visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros; tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes), negocios, familia, misiones o reuniones, (Gurría, 1991:15).

Gurría hace hincapié en algunos rubros por las cuales el turista realiza su viaje, sin embargo Ramírez menciona otros que podrían ser el complemento de éste.

Aquel que hace un viaje; el que viaja por recreación, el que viaja por placer o cultura, visitando ciertos lugares por sus objetos, escenarios o por gusto, (Ramírez, 1992: 29).

Retomando estos dos conceptos se puede decir que el turista es aquel que realiza un viaje por motivos ya sean de recreación, salud, religión, cultura, negocios, etc., pero siempre con la finalidad de pernoctar por lo menos 24 horas.

### **1.2.2. Visitante**

El visitante de igual manera que el turista realiza un desplazamiento de su lugar habitual. Sin embargo, su visita puede prolongarse por más tiempo siempre y cuando no pernocte por más de un año sino su condición pasara a ser la de un residente, además de que no debe de realizar actividades que causen remuneración alguna. Para hacer sustento de esta investigación, se citan autores que dan su definición de visitante.

La Organización Mundial del Turismo (2007) lo define como:

Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.

De igual manera Gurría siendo el siguiente retoma algo de este concepto, sin embargo lo hace más concreto.

Persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada, (Gurría, 1991:15).

Como se puede apreciar, estos dos autores están de acuerdo en que él visitante no tiene que desempeñar una ocupación, no debe de ser empleado, ya que no puede obtener remuneración alguna del lugar visitado.

### **1.2.3. Excursionista**

El excursionista, es aquella persona que se desplaza de su lugar habitual, siendo el motivo de su viaje el estudio de un lugar para hacer ejercicio físico como travesías en rutas de senderismo, montañismo, o simplemente con un fin recreativo. Para complementar esta información se citan algunos autores a continuación.

Visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado. Incluye a los viajeros de crucero, (Gurría, 1991:16).

Como se puede observar, Gurría hace su definición muy concreta, sin embargo menciona que el excursionista permanece menos de 24 horas en el lugar visitado. Por lo contrario Jafari a continuación la hace más extensa, menciona algunas razones por las que realizan el viaje.

El excursionista es un viajero que realiza un viaje breve, por motivos de ocio o recreo, en el que normalmente no se pasa ninguna noche fuera de casa. Los excursionistas viajan a menudo en grupo y a veces disfrutan de tarifas reducidas. Se parecen a los turistas pero, debido a la brevedad de sus estancias, el uso que hacen de las instalaciones turísticas es más limitado, (Jafari, 2000:262).

Con estos conceptos se deduce que un excursionista viaja por motivos de ocio o recreo, viajando por lo regular en grupos y no pernoctando en el lugar a visitar.

### **1.3. TURISMO RELIGIOSO**

En México se han dado manifestaciones religiosas, principalmente la católica; ya se trate de un santuario o una imagen, una fiesta, una peregrinación o quizás creencias y devociones; la religión ha ido dejando huella en la historia de la humanidad; la cual ha originado que las personas dejen su lugar habitual para poder encontrar un mejor sentido y acercamiento con su vida espiritual teniendo así una renovación de fe; la cual sólo será alcanzada estando en el templo, santuario o el espacio que es considerado sagrado de acuerdo a sus creencias religiosas; esto es una forma de desplazamiento tanto antiguo como moderno. Siendo un sector con gran auge en algunas partes del país, por lo tanto el turismo religioso resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita. Por estas razones, algunos investigadores se han enfocado en este tipo de turismo, tal es el caso de Maldonado, quien define al turismo religioso como: “A las personas que efectúan

desplazamientos hacia lugares donde existe la presencia de un atractivo espiritual o religioso, y que no necesariamente estos tiene que profesar una religión”, (Maldonado, 2012:18).

Esta autora menciona que no es necesariamente profesar una religión; eso es algo cierto, ya que en algunos países muchas personas los visitan atrayéndolos en ocasiones los rituales de sanación que se llevan a cabo, aunque esto tampoco quiere decir que sea por motivo de salud, o salvación espiritual sino, porque los atrae la curiosidad de vivir nuevas experiencias.

De igual manera y con base en esta autora, (Citado en Fernández, 1985): “El turista religioso es aquél que acude en peregrinaciones o en romerías a los centros de atracción turística o cultural, el móvil de este viaje es la salvación del alma”.

Como se ha mencionado antes, no siempre la razón del turista religioso será algo espiritual, también puede ser por vivir nuevas emociones.

Por características propias de esta investigación, el enfoque está dirigido al turismo religioso, el cual consiste en realizar viajes, peregrinaciones, o estancias en lugares espirituales o religiosos, realizando actividades que de acuerdo a los practicantes de cada religión son causa de un fervor. Ejemplo de ello, está el Santuario del Señor de Chalma, en el Estado de México, el cual hoy en día es un centro religioso importante, gracias a sus tradiciones y festividades que transcurren durante todo el año, además de que recibe a millones de visitantes, la mayoría de ellos en las diferentes peregrinaciones que llegan a esta comunidad.

Conforme a esto, todo santuario, templo o espacio sagrado; ejerce una influencia en un área geográfica determinada. Presentando una gran oportunidad de desarrollo, una posibilidad de que la comunidad receptora sea rentable, así como generar una derrama económica. Además de que puede llegar a beneficiar al sector privado, así como también a las autoridades políticas. De esta manera, el

turismo religioso, está ligado al sector de servicios, alojamiento, alimentación, transportes, y comercio de todo tipo.

Un ejemplo de ello es la población de Chalma, considerado un centro religioso importante en el país, cuenta con equipamiento turístico como son casas de huéspedes, hoteles, restaurantes, estacionamientos, transporte, y comercio como es la venta de artesanías, elaboradas en la misma población y dulces típicos de la región.

Generando así que la comunidad cuente con una gran afluencia turística a lo largo del año, lo cual a su vez, genera derrama económica en el lugar. Sin embargo, no sólo es importante esto, sino también es la conservación del patrimonio cultural con el que se cuenta. Los actores principales para la conservación corresponden desde las autoridades locales, las instituciones públicas y religiosas, el sector privado, la comunidad receptora y los visitantes o turistas.

#### **1.4. POTENCIAL TURÍSTICO**

El potencial turístico es el que identifica si en la zona turística hay existencia de atractivos, recursos, si tiene los productos turísticos necesarios para los turistas, visitantes o excursionistas, ya sean nacionales o extranjeros que visitan un lugar determinado.

Para una mayor comprensión SECTUR (2006), menciona que el Potencial Turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales, (SECTUR, 2006:21).

Con esta perspectiva, se puede notar que los participantes del potencial turístico es la oferta y la demanda. Por su lado la oferta turística, es la que está integrada por los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y las instalaciones de

recreación y esparcimiento); además de las comunidades locales y las autoridades locales, estatales y federales. En el siguiente cuadro se explican más detalladamente.

IMAGEN 2: Oferta Turística



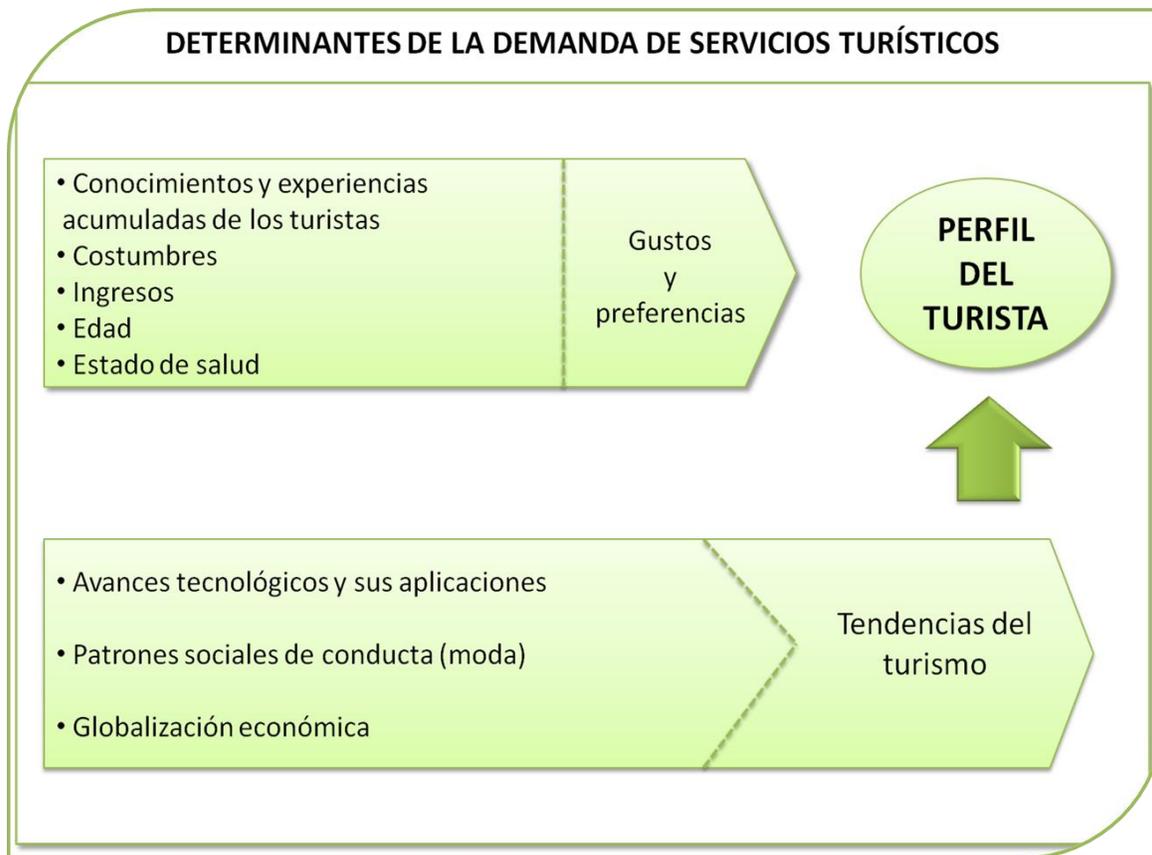
Fuente: Secretaría de Turismo, 2006.

En el cuadro se pueden observar los actores en la actividad turística, siendo cada uno de ellos importantes para que un lugar tenga una gran demanda turística.

Por lo tanto la demanda turística es generada por el perfil de los turistas nacionales y extranjeros que visitan un lugar determinado para disfrutar de sus atractivos turísticos, los cuales deben de cubrir sus gustos y preferencias.

En el siguiente cuadro se observan los determinantes de la demanda turística, explicando el perfil del turista.

IMAGEN 3: Demanda de Servicios Turísticos



Fuente: Secretaría de Turismo, 2006.

La oferta y la demanda turística van de la mano, ya que los gustos y preferencias de los turistas se encuentran en continua evolución, haciendo que la oferta se esté innovando constantemente con el objeto de cubrir las necesidades de los viajeros. Sin embargo, para poder lograr una satisfacción favorable de los turistas, es importante conocer cuáles son sus conocimientos, experiencias obtenidas, sus preferencias, en sí, saber el perfil del turista para poder lograr ofertar el mejor servicio de acuerdo a sus necesidades.

## **1.5. EQUIPAMIENTO TURÍSTICO**

Como consecuencia de la actividad turística, las necesidades y deseos de los turistas, surge el equipamiento turístico, del cual Boullón menciona que incluye todos los establecimientos administrativos por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos, (Boullón, 1997:42).

De igual manera, crea un cuadro (mostrado anteriormente en la metodología), donde hace una sencilla clasificación del equipamiento turístico, resumido de la siguiente manera. Acorde al cuadro establecido por Boullón, para fines de esta investigación se omitió la categoría de esparcimiento en el trabajo de campo por no encontrarse en el lugar de estudio; respecto a las categorías de alojamiento, alimentación y otros servicios son elementos ofertados por la comunidad de Chalma, de ahí el motivo por el que se trabajó con ellos, asimismo en la categoría de alojamiento se agrega el tipo casa de huéspedes, siendo este uno de los servicios que más oferta la comunidad.

IMAGEN 4: Equipamiento Turístico

| CATEGORÍA             | TIPO   |
|-----------------------|--|
| <b>1. Alojamiento</b> | 1.1 Hoteles<br>1.2 Moteles<br>1.3 Hosterías y posadas<br>1.4 Pensiones<br>1.5 Aparthoteles<br>1.6 Condominios (unidades o conjuntos)<br>1.7 Casas (unidades o barrios)<br>1.8 Cabañas<br>1.9 Albergues<br>1.10 Trailer parks |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.11 Campings</li> <li>1.12 Camas en casas de familias</li> </ul>  |
| <b>2. Alimentación</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Restaurantes</li> <li>2.2 Cafeterías</li> <li>2.3 Quioscos</li> <li>2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)</li> </ul>  |
| <b>3. Esparcimiento</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Night Clubs</li> <li>3.2 Discotecas</li> <li>3.3 Bares</li> <li>3.4 Casinos</li> <li>3.5 Cines y Teatros</li> <li>3.6 Otros espectaculares públicos</li> <li>3.7 Clubes deportivos</li> <li>3.8 Parques temáticos</li> </ul>   |
| <b>4. Otros servicios</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Agencias de viajes</li> <li>4.2 Información</li> <li>4.3 Guías</li> <li>4.4 Comercio</li> <li>4.5 Cambios de moneda</li> <li>4.6 Dotación para congresos y convenciones</li> <li>4.7 Transportes turísticos</li> <li>4.8 Primeros auxilios</li> <li>4.9 Guarderías</li> <li>4.10 Estacionamientos</li> </ul> |

Fuente: Planificación del Equipamiento Turístico. Roberto Boullón, 1990.

A continuación para su mejor entendimiento se definirán los diferentes tipos de las categorías de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

## **1.6. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**

Tiene como principal función el de satisfacer las necesidades del viajero como son la de confort, descansar, dormir, y asearse, además donde le permita privacidad. Con el paso del tiempo, el servicio de alojamiento se ha ido transformando, contando cada vez, con más instalaciones, extensas áreas de recreación y esparcimiento, y variados servicios. Además de que se cuenta con una gran gama de tipos de alojamiento y sus diferentes categorías.

### **1.6.1. Hoteles**

Este tipo de servicio ha ido y sigue sufriendo diversas transformaciones a través del tiempo, de acuerdo a las diferentes necesidades que van teniendo los viajeros, ya que cada vez son más exigentes.

Para una mejor comprensión, se citan las siguientes definiciones:

Hotel es aquel servicio que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de diez habitaciones que se ha instituido para proveer básicamente, alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista, (Ramírez, 1981:56).

Ramírez menciona algunos puntos importantes que abarcan la definición de hotel, de igual manera Novo (1981) los menciona, sin embargo hace mención de otros factores que influyen en la innovación de éste; y lo define de la siguiente manera.

Hotel es el establecimiento público destinado a ofrecer mediante pago y de acuerdo con una tarifa determinada, alojamiento a personas en desplazamiento y ocasionalmente suministrar alimentos y otros servicios de carácter

complementario. Las necesidades del viajero moderno han provocado nuevas modalidades en su construcción, disposición y funcionamiento, (Novo, 1981:127).

Como se ha mencionado el hotel está en función de acuerdo a las necesidades del turista. No obstante, Montaner, Antich y Arcarons, hacen también su propia definición de hotel, pero algo más detallada en comparación a los anteriores autores.

Hotel es el establecimiento mercantil que facilita alojamiento con o sin servicios complementarios (manutención, bar, tiendas, instalaciones deportivas, etc.), ocupando la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo, y que reúne los requisitos mínimos establecidos en las reglamentaciones específicas, (Montaner et al, 1998:190).

De acuerdo a lo citado anteriormente se puede definir que un hotel tiene como principal función el de satisfacer las necesidades del viajero como la de confort, descansar, dormir y asearse, además donde le permita privacidad. Con el paso del tiempo, el servicio de alojamiento se ha ido transformando, contando cada vez con más instalaciones, extensas áreas de recreación y esparcimiento, y variados servicios; como pueden ser, restaurante, bar, piscina, guardería, sala de conferencia, gimnasio, cancha de tenis, spa, tienda de souvenirs, lavandería, centro nocturno, salón de belleza, casino, agencias de viajes, grupos de animación, etc.

### **1.6.2. Moteles**

Este tipo de alojamiento es muy parecido al hotel, sólo que no cuenta con tantos servicios adicionales. Ramírez lo define de la siguiente manera.

Es un establecimiento que a diferencia del hotel, se ha edificado en forma extensiva, es decir, tiene una construcción horizontal en el área que ocupa. Se localiza generalmente a lo largo de las carreteras y en la entrada y entronque de

las autopistas con las ciudades. En su estructura física, las unidades habitacionales son independientes y de tipo bungalow y cuenta con estacionamiento propio, (Ramírez, 1981:57).

Por otro lado, Gurría hace la siguiente definición, la cual se complementa con la de Ramírez.

Son establecimientos prácticamente iguales a los hoteles; su peculiar servicio consiste en que el viajero en automóvil pueda llegar lo más cerca posible de su habitación. Por lo general, ofrecen pocos servicios adicionales, carecen de servicio de alimentos y bebidas, y casi todos siguen la política de no tener personal uniformado. Se localiza en las carreteras y en las afueras de los poblados y por lo general, se ocupan una noche, (Gurría, 1991:56).

De acuerdo con estas definiciones, la peculiar característica de los moteles, es que cuenta con una amplia provisión de plazas de aparcamiento donde el viajero se puede acercar lo más posible a su habitación en su auto y el ambiente es informal y relajado, además de que no cuentan con servicios adicionales.

### **1.6.3. Hosterías y Posadas**

Estos dos conceptos son algo similar, tienen algunas cosas en común. Para su mayor entendimiento se definen las dos por separado.

Hostería son hoteles horizontales, establecidos en zonas vacacionales, con que brindan habitaciones y excelente calidad de servicios. Casi siempre brindan comidas regionales, (Di Muro, 1999:28).

Sin embargo, la hostería también es conocida como hostelería, ya que algunos autores lo manejan de esta manera, tal es ejemplo de Gallego y Peyrolón, lo definen como: “La hostelería es el conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica”, (Gallego et al, 2001:293).

De igual manera Montaner et al, define hostelería como: Casa donde se ofrece comida y alojamiento mediante pago. Conjunto de servicios industriales que proporcionan alojamiento y manutención a los huéspedes o clientes y viajeros mediante compensación económica, (Montaner et al, 1998:190).

Como mencionan estos autores, la hostería es el establecimiento que brinda alojamiento y alimentación mediante una compensación económica, siendo la comida regional el principal platillo que ofertan.

De igual manera Gallego y Peyrolón, definen posada como:

Posada es el lugar donde por precio se hospedaban o albergaban personas, en especial arrieros, viajeros, campesinos, etc. Generalmente las posadas, estaban situadas en zonas rurales y era frecuente que tuvieran cuadras, para dar cobijo a las caballerías, utilizadas en el transporte de personas y mercancías. En la actualidad algunos establecimientos han adoptado el nombre de posada, (Gallego et al, 2001:456).

La semejanza que tienen estos dos tipos de establecimientos es que son casas donde se proporciona el servicio de alojamiento, con los servicios básicos como son baño, regadera y cama, además de incluir la alimentación.

#### **1.6.4. Pensiones**

Las pensiones son establecimientos modestos que no alcanzan categoría alguna. Pero para entender mejor este concepto, Montaner lo define como:

Pensión es el establecimiento mercantil que facilita servicio de alojamiento en habitaciones, con o sin comedor, y/u otros servicios complementarios, y que, por su estructura y características, no alcanza los niveles exigidos para ser considerado hostel o establecimiento hotelero, (Montaner et al, 1998:277).

Di Muro, de igual manera dice que las pensiones son establecimientos de mínima categoría, que brindan habitaciones individuales y/o compartidas, con o sin baño privado. Rara vez ofrecen servicios de alimentos y bebidas, (Di Muro, 1999:28).

Como se puede observar estas dos definiciones tienen semejanzas, una pensión es el establecimiento que no cuenta con servicios complementarios más que el de brindar alojamiento, esto hace que no llegue a obtener categoría.

### **1.6.5. Aparthoteles**

Los aparthoteles son establecimientos que ofrecen apartamentos que suelen estar amueblados, son amplios, en los cuales se puede vivir por días, meses e incluso años.

Gurría lo cita de la siguiente manera “Los apartamentos son amueblados por los propietarios. Cuando éstos no se usan, pueden ponerse a disposición de una administración hotelera que los renta por tiempo fijo y proporciona el servicio de hotel”, (Gurría, 1991:57).

También conocido por Montaner, Antich y Arcarons, como Hotel-Apartamento, el cual lo definen: “Establecimiento mercantil que por su estructura y servicios dispone de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento”, (Montaner et al, 1998:191).

Acorde a esto, los aparthoteles pueden ser usados como hogares, pues se encuentran equipados con todos los tipos de servicios necesarios para ser habitados por un tiempo indefinido.

### **1.6.6. Condominios (unidades o conjuntos)**

Los condominios son un conjunto de casas que se encuentran ubicados en un mismo predio, los cuales son seguros ya que se encuentran cercados. Montaner lo cita como “Apartamento turístico equipado y dotado de servicios turísticos”, (Montaner et al, 1998:106).

Estos pueden compartir espacios como, parques, jardines, juegos, instalaciones deportivas, siendo muy seguros para los que los habitan.

#### **1.6.7. Casas (unidades o barrios)**

Las casas tienen como fines el ser una vivienda familiar. Siendo estas edificaciones construidas para ser habitadas, dependiendo del gusto de las personas pueden ser de una o varias plantas, también puede contar con patio y/o jardín.

#### **1.6.8. Cabañas**

Son construidas en destinos turísticos destinados para el ocio y descanso, ubicados en entornos naturales. Los cuales cuentan con una gran variedad de servicios y comodidades.

Ramírez lo define de la siguiente manera: Corresponden a establecimientos de alojamiento abierto, guardados o cerrados, de mediano o pequeño tamaño, con instalaciones y mobiliario limitado y rústico, construidos generalmente con madera. Se localizan diseminados en zonas de caza y pesca o en lugares montañosos para la práctica de alpinismo, así como integradas a centros vacacionales de gran tamaño y con especiales atractivos naturales. Son utilizados por breve tiempo por turistas que gustan de la práctica deportiva o que les gusta la ecología, (Ramírez, 1981:59).

Como dice Ramírez éstas son principalmente destinadas, para todo turista que gusta disfrutar de la naturaleza y de las actividades que se pueden realizar en el lugar.

#### **1.6.9. Albergues**

Los servicios de alojamiento son particularmente alentados a las actividades al aire libre y al intercambio cultural, ya que permiten relacionarse fácilmente con

otros huéspedes. Para su mayor comprensión Ramírez lo define de la siguiente manera:

Disponen de un mínimo de instalaciones funcionales y se alquilan por tiempo limitado, máximo 3 días, a precios muy bajos. En ciertos casos disponen del servicio de alimentación o facilidades para su preparación personal. Se caracterizan por tener cuartos de mediano a gran tamaño con un número considerable de literas, camas, catres o colchonetas, así como porque sus servicios de ducha y sanitario es de uso general. Se localizan en viejas construcciones céntricas de las principales ciudades o a las afueras de éstas, en instalaciones más modernas. Funcionan en forma eventual o permanente, bajo el patrocinio preferente del gobierno, asociaciones civiles e instituciones educativas, (Ramírez, 1981:59).

Como Ramírez lo menciona dentro de sus instalaciones cuenta con literas, camas, etc., sin embargo el usuario es el que debe de llevar ya sea un saco de dormir o cobijas para el uso de estas. En algunos casos ofrece el servicio de manutención o cuentan con cocinas donde el turista puede preparar sus propios alimentos.

#### **1.6.10. Trailer Parks**

Los trailer parks son servicios que se ofrecen en lugares donde el espacio es amplio para poder estacionar las casas rodantes.

Valencia lo define como “Lugar dotado de servicios de agua, energía, cafetería y áreas recreacionales que permite, en zonas demarcadas, el estacionamientos de casas rodantes”, (Valencia, s. f.).

#### **1.6.11. Campings**

También conocido como acampada, la cual es una actividad que se realiza al aire libre en contacto con la naturaleza. Para comprenderlo mejor Montaner lo define como:

Espacio de terreno debidamente delimitado, dotado con las instalaciones y servicios correspondientes y acondicionado para su ocupación temporal, con capacidad para más de 10 personas que pretendan hacer vida al aire libre, con fines vacacionales o turísticos, y utilizando como residencia albergues móviles, tiendas de campaña, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables, (Montaner et al., 1998:83).

Estos pueden ser utilizados como complemento de otros tipos de actividades recreativas o turísticas.

#### **1.6.12. Camas en Casas de Familias**

Esta modalidad presta el servicio de alojamiento en casas de familia, donde le dan utilidad a las habitaciones que les quedan disponibles, consistiendo en el arrendamiento de una o varias habitaciones de la propiedad, ya sea en su mismo piso, ya sea con baño privado o a compartir, mediante un precio fijo, además de que les pueden ofertar servicios complementarios como alimentación, siendo atendidos por los propios dueños.

Este tipo de servicio por lo regular se oferta para estudiantes que van de intercambio a otra ciudad o país diferente al de su residencia. Sin embargo también algunas razones por las que viajeros han adoptado este tipo de alojamiento son por la atención personalizada, el confort, la calidez, y porque se sienten como si estuvieran en casa, siendo la idea del uso de este tipo de alojamiento es que el turista viva una experiencia cultural conviviendo con una familia local.

#### **1.6.13. Casa de huéspedes**

Las casas de huéspedes son establecimientos destinados a alojar personas, y en algunos casos presta el servicio de alimentación.

Torruco y Ramírez (1987), lo definen de la siguiente manera: Las Casas de huéspedes son una variante de los apartamentos y sólo ofrecen cuartos en

número muy limitado, a visitantes de escasos recursos económicos, entre los que se encuentran los estudiantes en país extranjero o venidos de la provincia a las principales ciudades de la misma nación. Se alquilan por día, semana o mes, y ofrecen opcionalmente el servicio de alimentación en comedor común y lavado de ropa, (Torruco et al., 1987:60).

Analizando la definición de Torruco, dice que el hospedaje se negocia por un tiempo más o menos largo, el cual ofrece en algunos casos el servicio de comedor. No obstante, Di Muro hace su definición no teniendo nada en común con ésta, definiéndola de la siguiente manera.

Las casas de huéspedes son muy comunes en zonas turísticas donde en temporada alta no alcanza la capacidad hotelera. Son habitaciones con o sin baño privado que forman parte de residencias. En algunos países están prohibidas, ya que compiten deslealmente con los demás establecimientos de hospedaje, al no pagar ningún tipo de impuestos, (Di Muro, 1999:27).

Teniendo estas dos definiciones, se puede argumentar que este tipo de alojamiento en algunas zonas turísticas son muy comunes como en el caso de la comunidad de Chalma, donde las principales personas que hacen uso de éstas son peregrinos o personas de bajos recursos económicos, sin embargo, no todas ofrecen un servicio extra como el de comedor o lavandería.

## **1.7. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN**

Los servicios de alimentación, es un servicio complementario dentro de la estructura turística. Su función es la de satisfacer las necesidades primarias del turista o visitante.

### **1.7.1. Restaurantes**

Los restaurantes son espacios públicos encargados de proveer un servicio de alimentación de diversos tipos a los comensales por una remuneración económica. Para su mejor comprensión se cita de la siguiente manera.

Restaurante es un establecimiento que sirve al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local, (Gallego et al., 2001:483).

Este autor hace una definición muy concreta, sin embargo hace mención de ciertos puntos que ayudan al entendimiento de la misma. Montaner et al, hace una definición muy semejante a la de Gallego, pero abarcando otros puntos.

Por otro lado restaurante es un establecimiento mercantil que sirve al público, mediante precio fijo, comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local, en un servicio de menú o de carta. Los restaurantes se clasifican, según la calidad y la variedad de sus servicios, por el número de tenedores (de cinco a uno), dependiendo de la categoría, (Montaner et al., 1998:307).

Actualmente se han ido especializando los restaurantes tanto en la confección como en los estilos de comida, ofreciendo comida nacional o internacional, además de cómo menciona Montaner, esto lo ofrecen a través de un servicio de menú o carta, así como también han ido innovando sus instalaciones haciéndolas apropiadas para atender satisfactoriamente, eficientemente y de una manera adecuada a los turistas.

### **1.7.2. Cafeterías**

Son lugares de reunión, donde acompañados de un café o un aperitivo, se goza de pasar el tiempo.

De acuerdo a Montaner: Es un establecimiento mercantil que, mediante un precio fijo, sirve al cliente en la barra o mostrador o en servicio de mesas, platos fríos y calientes, simples o combinados, confeccionados de ordinario, a la plancha o para

refrigerio rápido, en el horario de apertura fijado por el establecimiento. Asimismo, sirve helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, (Montaner et al., 1998:80).

En algunos establecimientos cuentan con ciertas características de un bar o de un restaurante; ya que en algunos ofrecen el servicio de bebidas alcohólicas y comidas.

### **1.7.3. Quioscos**

Son construcciones pequeñas, localizadas principalmente en los jardines o zócalos de las comunidades, o también instalada en las calles. Para su mejor comprensión García lo define como: “Edificio pequeño, donde se suelen vender periódicos, flores, comida, etc.,” (García, 1972: 741).

### **1.7.4. Comedores Típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)**

Éstos pueden estar localizados en diferentes partes de una población ya sea en el jardín principal, en las calles, o en locales. García lo define como: Establecimiento para servir comidas, (García, 1972:240).

Además pueden ser mejor conocidos como taquerías, palapas, ostionerías, parrillas, entre otros.

## **1.8. ESPARCIMIENTO**

Son los lugares, sitios de interés, entretenimiento, donde puede el turista satisfacer su necesidad de distracción y diversión, como son bares, discotecas, parques temáticos, entre otros, los cuales serán definidos a continuación.

### **1.8.1. Night Clubs**

Los night clubs, son conocidos como salones de fiesta nocturnos, donde la principal atracción es la realización de espectáculos.

### **1.8.2. Discotecas**

También conocidas como antros o night clubs. Estos son establecimientos públicos donde en un horario nocturno asisten principalmente jóvenes a escuchar y bailar música grabada y a consumir bebidas alcohólicas. En algunos llegan a realizar shows en vivo, como bandas de rock o de otros géneros para estar en constante innovación y poder llamar la atención del público en general.

### **1.8.3. Bares**

Estos son lugares de esparcimiento, el cual llega a ser un punto de reunión entre los amigos, donde pueden pasar un momento agradable. Para una mejor comprensión Montaner lo describe como: Establecimiento mercantil de categoría única que sirve a precio fijo bebidas, bocadillos, tapas, cafés, y otro tipo de infusiones para ser consumidos en la barra o en la mesa en el mismo local, (Montaner et al., 1998:65).

Como menciona Montaner, en este tipo de establecimiento se expenden diferentes tipos de infusiones, donde por lo regular sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además de que hoy en día, los bares ofrecen espectáculos en vivo, como grupos, bandas de diferentes géneros para todos los gustos.

### **1.8.4. Casinos**

Este tipo de establecimientos se especializan en los juegos de azar, donde su principal función son las apuestas, así logrando incrementar la apuesta para ganar una mayor cantidad.

Montaner lo define como: Local donde, mediante pago, se puede asistir a espectáculos, conciertos, bailes y otras diversiones. Es propio de playas, balnearios, etc.; generalmente está destinado a la práctica de juegos de azar, (Montaner et al., 1998:88).

Actualmente, los casinos son lugares de esparcimiento muy populares entre la sociedad. Además que pueden estar integrados en un complejo turístico que incluya hoteles, restaurantes, cines y otros espacios de entretenimiento.

#### **1.8.5. Cines y Teatros**

Estos tipos de establecimientos son más para un momento de relajación, con el objeto de tener una vivencia más tranquila.

La diferencia de uno y de otro es que en el teatro son representaciones dramáticas siendo un espectáculo realizado en vivo. Y un cine, transmite películas que anteriormente han sido grabadas. Sin embargo, algo que tienen en común es que ambos son aptos para asistir con toda la familia.

#### **1.8.6. Otros Espectaculares Públicos**

Estos son organizados con el fin de congregar al público en general, con el objetivo de presenciar actuaciones, representaciones, exhibiciones, etc. Estos pueden ser en un local cerrado o en espacios abiertos al aire libre.

Algunos ejemplos de estos espectáculos públicos son: conciertos, circos, parques de atracciones, espectáculos deportivos, espectáculos taurinos, zoológicos, safaris, fiestas populares, festivales, manifestaciones folklóricas, etc.

#### **1.8.7. Clubes Deportivos**

Son espacios destinados al uso deportivo y de recreación, cuentan con equipo e instalaciones destinadas a la práctica de los mismos. Por lo regular éstos suelen ser privados, donde sólo pueden entrar los socios, o pagando cuotas o derechos cuando se inscriben.

### **1.8.8. Parques Temáticos**

Los parques temáticos son lugares de entretenimiento, los cuales están especializados por lo regular en un solo tema. Para su mejor comprensión Montaner lo define como:

Parque de atracciones cuyas instalaciones están dedicadas a una serie de actividades o temas concretos: tecnología, de diversión, deportivos, científicos, (Montaner et al., 1998: 274).

Estos pueden ser educativos y culturales, creando así el turismo familiar, juvenil y escolar.

## **1.9. OTROS SERVICIOS**

Un destino turístico no sólo debe de contar con los servicios para satisfacer las necesidades primarias de los turistas, sino también con servicios generales que estén vinculados directamente apoyando el desarrollo de las actividades turísticas para el adecuado funcionamiento del turismo, como lo son información, guías, comercio, transporte turístico, primeros auxilios, guarderías y estacionamientos; los cuales se definirán a continuación.

### **1.9.1. Agencias de Viajes**

Son empresas que resultan ser útiles para la contratación de viajes de varios días, ya sean dentro del país o en el extranjero facilitando trámites con compañías foráneas, pasaporte, visa, seguros, etc.

Para su mejor comprensión Ramírez dice que es: una empresa turística que a título gratuito actúa como agente intermediario activo entre los sujetos del desplazamiento turístico y sus prestadores de servicios específicos, (Ramírez, 1981:80).

Como Ramírez lo dice son empresas turísticas dedicadas a la intermediación, organización y realización de viajes para los turistas; generando los canales para el transporte, el alojamiento, los lugares de alimentación y los de recreación, eventos de interés, etc. De la misma manera se encarga de promover los atractivos y servicios turísticos.

### **1.9.2. Información**

La información turística tiene como objetivo ofrecer al turista el servicio de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su estancia en el destino turístico de su preferencia, brindándole este servicio en las oficinas o estantes de información turística a través de mapas temáticos, folletos, directorios o personalmente con un guía o informador turístico.

### **1.9.3. Guías**

Los guías de turistas son personas capaces de ser el portavoz de la imagen de un destino turístico, siendo capaz de poseer el conocimiento necesario para proporcionar a los turistas o visitantes la información sobre diversos aspectos del pasado y presente de un lugar.

Para entender de una mejor manera la Secretaría de Turismo (2013), lo define como:

Los guías de turistas son las personas físicas que proporcionan al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia; los cuales pueden prestar sus servicios bajo la modalidad de guía general o guía especializado en un tema o localidad específica de carácter cultural, (SECTUR, 2013).

Como lo menciona la Secretaría de Turismo debe brindar un servicio con información profesional sobre el patrimonio turístico y servicios turísticos. Además de que éste, se puede especializar en un tema o localidad en específico. Para

seguir comprendiendo lo que es un guía a continuación Ramírez hace su propia definición.

El guía proporciona a los turistas información diversa y actualizada sobre aspectos pasados y presentes de los lugares visitados, incluidos sus costumbres y características. Esta actividad convierte al guía en portavoz de la imagen del centro receptor de una corriente turística y, por lo tanto, le exige poseer convenientes niveles de conocimiento del mismo. Además del dominio idiomático necesario para poder transmitir dichos conocimientos, (Ramírez, 1981:82).

Algo muy importante que ha mencionado Ramírez es que un guía debe de poseer la información diversa y actualizada tanto en aspectos pasados como presentes, además de que debe de tener un dominio idiomático. Los guías de turistas se localizan en determinados sitios, como museos, monumentos, palacios; hay algunos que prestan sus servicios en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales; y algunos otros que se dedican a andar en el turibus, dando el recorrido en las ciudades. Sin embargo, en algunos países han sido reemplazados por sistemas electrónicos con grabaciones que el turista puede manipular y ponerlo en su propio idioma.

#### **1.9.4. Comercio**

Es una actividad socioeconómica, la cual se refiere a una transacción mediante la compra o venta de un producto y/o mercancía, a través de un pago monetario. El comercio puede ser desarrollado en locales, o en ferias, mercados mediante puestos ambulantes. También puede ser conocido como negocio, tienda.

#### **1.9.5. Cambios de Moneda**

Conocidos también como casas de cambio, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), lo define como: Sociedades anónimas que realizan en forma habitual y profesional operaciones de compra, venta y cambio de divisas incluyendo las que se lleven a cabo mediante transferencias o transmisiones de

fondos, con el público dentro del territorio nacional, autorizadas por la SHCP, reglamentadas en su operación por el Banco de México y supervisadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, (SHCP, 2012).

Usualmente se encuentran ubicadas dentro de bancos, agencias de viajes o aeropuertos; sin embargo, hay casas de cambio ubicadas en establecimientos públicos dentro de las ciudades.

#### **1.9.6. Dotación para Congresos y Convenciones**

Los congresos y convenciones tienen un fin en común, que es el de reunir personas en común de determinados grupos, rubros, sectores, etc., además que tienen como propósito el de intercambiar información e ideas. Sin embargo, para su mejor entendimiento se definen a continuación.

De acuerdo a Montaner congreso es: reunión o conferencia generalmente periódica en que los miembros de una asociación, cuerpo, organismo, profesión, etc., se reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas y relacionadas con su actividad profesional, académica técnica, etc., (Montaner et al., 1998:108).

A diferencia de las convenciones, un congreso es una reunión planificada, donde existe un programa de todas las actividades que se llevarán a cabo durante el congreso, para que los asistentes sepan a dónde y cuándo dirigirse según los temas de su interés.

De igual manera Montaner define Convención como: reunión o asamblea organizada que puede ser coordinada por instituciones, organizaciones y empresas, para fijar programas, debatir cuestiones profesionales, científicas, comerciales o técnicas, y elegir candidatos o resolver otros asuntos. La convención tiene un carácter más relacionado con actividades políticas, (Montaner et al., 1998:114).

En este tipo de eventos participan ponentes reconocidos y conoedores del tema. Además de que las personas que se reúnen van con el propósito de impartir e intercambiar ideas, opiniones con el fin de tomar decisiones.

### **1.9.7. Transportes Turísticos**

El transporte turístico tiene un efecto masivo ante los turistas, ya que ofrecen servicios primordiales para éstos, permitiendo que se desplacen de su lugar de origen y teniendo acceso hasta el destino turístico de su elección, siendo una forma de la integración social de diversas regiones y culturas, la comunicación entre personas, y el disfrute de los bienes y servicios que ofertan los distintos atractivos turísticos. Derivado de lo anterior De la Torre cita “El Transporte Turístico es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense éstos, turismo receptivo, emisoro o interno”, (De la Torre, 2000:17).

Como menciona De la Torre, el transporte turístico es el que se encarga de acceder a los lugares de atracción. De igual manera Ramírez (1981:84), menciona que la Transportación Turística proporciona el servicio que facilita el desplazamiento turístico, al hacer posible el viaje de ida y vuelta, al espacio vital, a la vez que los traslados subsidiarios durante ese lapso.

Como se puede observar estos dos autores mencionan que el servicio de transportación turística es el que se encarga de la distribución geográfica y desplazamiento dentro del destino turístico, siendo el medio de transportación aéreo, terrestre (automóvil, autobús, taxi, ferrocarril) y marítimo.

### **1.9.8. Primeros Auxilios**

Los primeros auxilios es la primera asistencia de carácter inmediato que se brinda a quien lo necesite víctima de un accidente o enfermedad repentina.

Para su mejor comprensión Gutiérrez (1983:78), dice que Los Primeros Auxilios es el tratamiento inmediato y provisional en caso de accidente o enfermedad

imprevista que se presta en el lugar del accidente para aliviar el dolor y contrarrestar el choque mientras se dispone de ayuda médica.

Dependiendo del tipo de emergencia por ejemplo; quemaduras, heridas o hemorragias, fracturas, obstrucción de vías respiratorias, etc., se dará la atención, sin embargo la persona que brinda primeros auxilios sólo puede tratar de contener, detener, dominar la emergencia que se está presentando hasta que llegue un médico o paramédico que pueda solucionarlo.

De igual manera, de acuerdo a una presentación oficial sobre primeros auxilios de Protección Civil de Tenancingo, Estado de México, éstos se definen como:

Los Primeros Auxilios son las técnicas y procedimientos de atención pronta, inmediata y eficaz que se le da a una persona que ha sufrido un accidente, una lesión o alguna enfermedad repentina. Siendo atendida por una persona capacitada para este tipo de emergencias.

Algunos de los procedimientos principales que se brindan inmediatamente son: signos vitales, frecuencia cardiaca, frecuencia respiratoria, pulso, reacción pupilar, temperatura.

### **1.9.9. Guarderías**

Guarderías o también conocidas como estancias infantiles son establecimientos o instituciones educativas que se encargan del cuidado de los niños. El DIF del Estado de México dice que tienen como propósito brindar una opción de atención para los hijos de uno a tres años onces meses, hijos de madres trabajadoras y padres solos que carecen de prestaciones económicas o laborales para la atención de los menores, (DIF, 2009:5).

Estos pueden ser de carácter público o privado. Los encargados deben de ser personas profesionales en educación preescolar, ayudando a los niños a que empiecen a desarrollar habilidades a través de juegos u otras propuestas, así como de proveerles los cuidados necesarios de acuerdo a la edad que presenten.

Las guarderías deben de cumplir con ciertos requisitos de instalaciones adecuadas para los niños y permisos de gobierno, los cuales hacen que éstas sean más confiables.

#### **1.9.10. Estacionamientos**

Los estacionamientos son espacios que son ocupados, por los mismos pobladores de la comunidad o para los turistas. La Real Academia Española, lo define como: “Acción y efecto de estacionar o estacionarse. Se usa especialmente hablando de los vehículos”, (RAE, s.f).

Son espacios físicos donde por un tiempo indeterminado se dejan parqueados los vehículos, dejándolos desocupados y cerrados, por un costo, ya sea por hora o por día.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

Chalma es un pueblo modesto, que está asentado en un área muy reducida, situado entre barrancas donde hace que unos vecinos vivan en explanadas, y otros vivan en pequeñas lomas. Cuenta con un clima cálido, donde su fauna está integrada por víboras, tlacuaches, armadillos, conejos, entre otros; su flora está conformada principalmente por mísperos, guayaba, ciruela, rosas, etc.

Está localizado en el municipio de Malinalco en el Estado de México, a 11 km., de la cabecera municipal. El municipio se ubica hacia el sur de la porción occidental del Estado de México, en el suroeste del estado, cercano a sus límites con el de Morelos. Chalma dista de Toluca, la capital del estado, unos 65 kilómetros y 95 kilómetros de la Ciudad de México, (SECTUR, 2009:112)

Esta comunidad cuenta con una problemática territorial, se encuentra dividida en dos, una parte pertenece al municipio de Malinalco y la otra al municipio de Ocuilan. Esta situación trae como consecuencia que ninguno de los dos municipios se haga responsable del buen desarrollo de la comunidad, para poder aprovechar sus recursos turísticos de una mejor manera. Esto de acuerdo a los propios municipios. Sin embargo, en una entrevista informal con los delegados de la comunidad, 1° delegado Sr. José Luis López y 2° delegado Sr. Vicente Maldonado Torres, realizada el domingo 10 de noviembre de 2012; Chalma pertenece jurídicamente al municipio de Malinalco, las colonias que según están asentadas como territorio de Ocuilan, ya no pertenecen a ésta. Actualmente, la población de Chalma está dividida en colonias: Las Guitarras, Colonia Nueva, Los Cipreses o Posito, El Centro, La Loma y El Canal.

IMAGEN 5: Mapa de la Comunidad de Chalma



Fuente: H. Ayuntamiento de Malinalco, (2006-2012).

## **2.2. ASPECTOS CULTURALES**

Chalma es un lugar en el cual se profesa la religión católica, siendo la motivación de muchos turistas para visitar este lugar. Sin embargo, cuenta con una gran cantidad de ferias que se presentan en el transcurso del año. De acuerdo a la entrevista informal con los delegados de la comunidad, las ferias principales se celebran en las siguientes fechas:

- 1) Año nuevo y día de reyes.
- 2) Primera semana de cuaresma a partir de miércoles de ceniza.
- 3) Miércoles de ceniza, la semana santa que culmina con el domingo de Pascua durante la cual, la Iglesia Católica celebra la pasión, muerte y resurrección de Cristo.
- 4) Pentecostés. Esta feria se conmemora en las proximidades del 3 de mayo, en que se celebra a la Santa Cruz. En estas fechas devotos suben y colocan cruces en sitios visibles de las escarpadas pendientes o bajan cruces que han colocado con anterioridad.
- 5) El 1° de junio. Fiesta del patrón “Señor de Chalma”. Esta es una de sus dos fiestas principales del pueblo.
- 6) El 28 de agosto. Feria de San Agustín. Principalmente a ésta, asiste gente de Xochimilco, realizan encuentros deportivos con la comunidad.
- 7) Septiembre 29, “San Miguel Arcángel”. Ésta es la segunda fiesta principal, ya que eclesiásticamente el pueblo se llama San Miguel Chalma.
- 8) Diciembre 12, día de la Virgen de Guadalupe.
- 9) La navidad 25 de diciembre y los días que preceden esta fecha.

No obstante, sólo son dos ferias patronales, las que se realizan en el pueblo, la del “Señor de Chalma” y la de “San Miguel Arcángel”, las demás, son algunas de las fechas principales en las que reciben una gran afluencia de visitantes.

Además, en la Casa de Cultura que existe en el pueblo, realizan concursos de literatura, y tienen un grupo de danza polinesia y tahitiano.

### **2.3. ASPECTOS ECONÓMICOS**

Al recibir más de dos millones de peregrinos durante el año, la comunidad cuenta con un mercado de artesanías, siendo el comercio la actividad económica relativamente más importante de los pobladores, los artículos más comercializados son los dulces típicos (alegrías, palanquetas, tamarindos, obleas, ates, cocadas, jalea, cajeta, etc.), artículos religiosos (rosarios, crucifijos, imágenes, libros, estampitas, llaveros, etc.), y huaraches, todo esto realizado por la misma comunidad, de esta forma es como obtienen sus recursos económicos familiares. También se cuenta con un pequeño mercado de comida, en el cual principalmente venden antojitos mexicanos y gorditas.

De igual manera en la entrevista informal con los delegados de la comunidad, hacen referencia que al no recibir ingresos económicos por parte de los municipios de Malinalco y Ocuilan, ni federal y estatal, optaron por ser un pueblo autónomo, esto hace unos años, contando así con su propia administración con la que se realizan los pagos a secretarías, policías y barrenderos, además de realizar obras públicas como el domo de una parte del mercado, el piso del atrio de la iglesia, obteniendo el recurso económico de la cobranza de piso de los comerciantes. Sin embargo, esto tampoco es muy factible, porque al no ver documento que avale esta autonomía, los comerciantes no se sienten con la obligación de realizar su pago semanal.

Además, habiendo la disputa en cuanto al territorio entre los municipios, la propia población se ampara con ambos para sus propios beneficios en lo que respecta a programas estatales y federales como oportunidades, progresa, entre otros, así obteniendo apoyo por parte de los dos.

## **2.4. ASPECTOS TURÍSTICOS**

Los atractivos turísticos son lugares, bienes, costumbres, acontecimientos, es algo tangible o intangible que es capaz de provocar la motivación del individuo, generalmente por sus características propias o de ubicación, así como su valor cultural, histórico, belleza natural o artificial, diversión y/o recreación, en sí, viajan para disfrutarlo.

Conforme a la Secretaría de Turismo del Estado de México en los Mapas Temáticos de Chalma, los atractivos turísticos de la comunidad son los siguientes:

- Santuario del Señor de Chalma. Situado al fondo de la barranca, éste es uno de los santuarios más concurridos que existen en el país, con peregrinos que vienen de diversos estados de la República e incluso del extranjero. Los peregrinos que visitan Chalma generalmente realizan danzas para el Señor esperando que les sea concedido algún milagro, por ello se ha hecho célebre la frase “Ni yendo a bailar a Chalma”. La gente viene especialmente a este templo para venerar la imagen del Señor de Chalma, que aparece en un ciprés junto con la agradable decoración de otros altares y figuras vegetales en el interior del recinto sagrado. En la sacristía es adorada la imagen milagrosa del Santo Niño del Consuelo, entre pinturas coloniales que explican la historia del Señor de Chalma. Hay una pequeña sala de exvotos, donde se pueden observar, fotografías, dibujos, letreros, artículos personales ya antiguos, demostrando la devoción religiosa. Anexo existe un convento y una hospedería para peregrinos, todo ante el amplio atrio desde el cual es posible escuchar el sonido de las aguas del río, sobre todo cuando viene crecido en época de lluvias. El santuario está rodeado por bellos paisajes naturales, entre los cuales destaca el río en el que algunas personas toman baños purificadores.

- Parque Agua de Vida. Se trata de una plazuela considerada como la antesala a la presencia del Señor de Chalma. Junto a ella se localizan cuevas dedicadas a Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo.
- Terraza de los Peregrinos. Es un amplio espacio construido en desniveles. Posee escalinatas, arcos y terrazas, está destinado para el descanso de los viajeros que vienen a ver al Señor de Chalma. Conocido como sitio de oración, aquí se realizan diversas actividades culturales y religiosas a lo largo del año.
- Balneario Las Guitarras. En la calle Juan Soldado, está localizado este apacible balneario, en cuya alberca y chapoteaderos de agua fría se antoja refrescarse sobre todo en tiempos de calor, debido a la baja altitud en la que se encuentra Chalma.
- Artesanías. Entrando en las calles de Chalma, llama la atención el colorido de los puestos de venta que las ocupan. Se encuentran toda clase de artesanías como imágenes religiosas, objetos de cuero y piel para vestir, artículos de madera (juguetes, instrumentos musicales, utensilios, ornamentos), cosas de hierro, alfarería y productos textiles, tanto de indumentaria tradicional como para uso cotidiano; además de dulces tradicionales.

IMAGEN 6: Atractivos Turísticos de Chalma.



Fuente: Trabajo de Campo, 2013.

Otros atractivos turísticos se encuentran en los alrededores de la comunidad de Chalma, tanto en el municipio de Malinalco como en Ocuilan. De acuerdo con los Mapas Temáticos de los municipios los atractivos son los siguientes.

Malinalco:

- Ex Convento Agustino en Malinalco. Fue construido en 1543 por la orden agustina junto con el Templo del Divino Salvador. Se pueden apreciar los murales que decoran el monasterio, las del claustro bajo son originales del siglo XVI y fueron pintadas por excelentes artistas indígenas.
- Museo Universitario “Doctor Luis Mario Schneider”. Aquí se exhiben piezas prehispánicas de las diversas culturas asentadas en el Estado de México; a través de sus salas también puedes conocer sobre la herbolaria que practicaban los antiguos indígenas. Entre las plantas sagradas está la Malinalli que le da nombre al municipio y que era asociada con la muerte.
- Museo Vivo Los Bichos de Malinalco. Es un lugar donde se muestra la riqueza natural representada por diversos animales que habitan la zona serrana que rodea a Malinalco.
- Casa de Cultura Malinalco. Se puede apreciar la exposición de admirables réplicas de pinturas murales encontradas en la zona arqueológica, así como fotografías de vestigios prehispánicos. Además, de eventos culturales, danzas y exposiciones.
- Zona Arqueológica Cuauhtinchan. Descubierta en 1933, está ubicada en el Cerro de los ídolos y fue uno de los sitios más importantes para los aztecas. Se llega a ella por un camino de más de 400 escalones. El Cuauhcalli o Casa de las Águilas, edificio principal, es famoso en el mundo por su carácter monolítico tallado en piedra viva.
- Las Capillas del Barrio. Malinalco cuenta con once capillas de los siglos XVI y XVII, dignas de ser visitadas. Cada barrio posee su capilla, donde son celebradas las fiestas patronales correspondientes.

- Gastronomía. Los platillos típicos son, conejo en caldillo, trucha estilo Malinalco, iguana, tamales de rana y ejote. Así como también el mezcal, y el helado artesanal de limón, zapote, mamey o guanábana.

IMAGEN 7: Atractivos Turísticos de Malinalco.



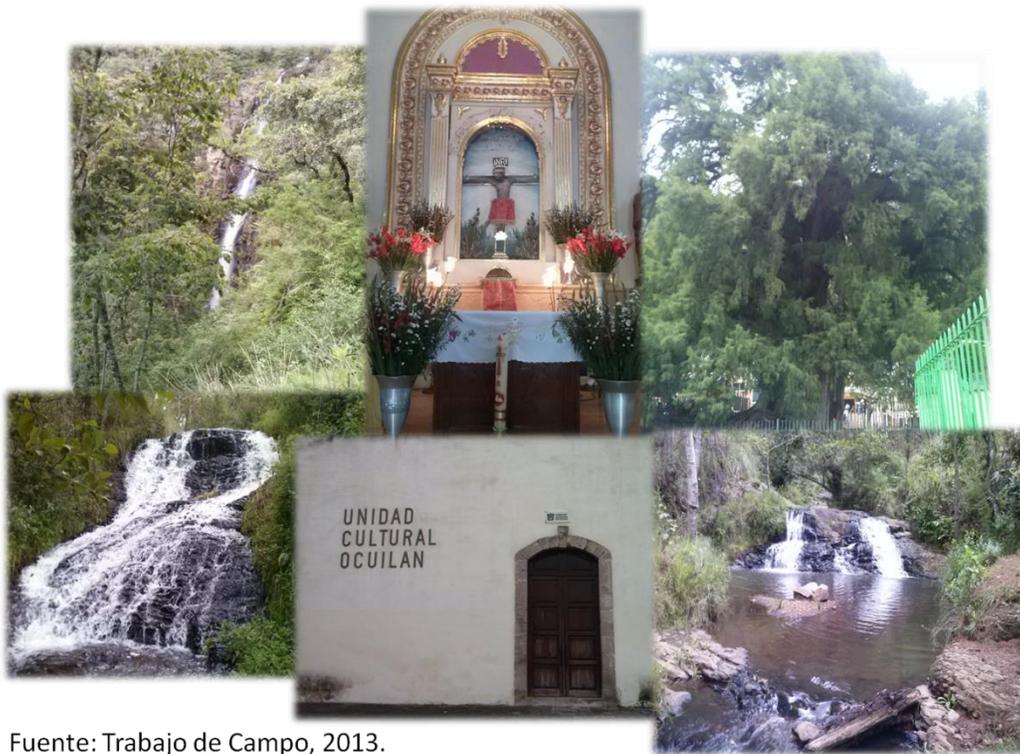
Fuente: Trabajo de Campo, 2013.

#### En Ocuilan:

- **Árbol del Ahuehuate.** Los peregrinos visitan este lugar sagrado, para realizar ritos de purificación, como la coronación con flores, el baño en las aguas del manantial y el baile que dio origen al dicho “Ni yendo a bailar a Chalma”.
- **Tlaltizapan.** Este paraje es ideal para convivir, observar su hermosa cascada y saborear una exquisita trucha criada en el lugar.
- **Santuario del Señor del Calvario.** Este templo del siglo XVI, sobresale por la imagen de un Cristo aparecido en la roca en el año de 1537, la cual destaca por conservar una huella de bala que dispararon las fuerzas carrancistas en plena Revolución Mexicana.
- **Centro histórico de Ocuilan.** Conserva edificios que datan del siglo XVI, como el Ex Convento de Santiago Apóstol, fundado en el año de 1537.

- Cascadas del Obraje. Conjunto de tres hermosas cascadas que dan origen al río Tlaxipehualco. Cascada Edahi, o “Dios del viento”, de 1 metro y medio de altura. Cascada Otontecutli, o “Dios del fuego y de los muertos” de 60 metros de altura. Cascada Muye, o “Dios de la lluvia”, de 40 metros de altura.
- Cascadas de Acaluca. Son únicas en la zona por su forma, el tipo de vegetación y los yacimientos de agua. La belleza de este lugar sobresale por el bosque que la rodea.
- Parque Ecoturístico Tlatucapa. Este parque ofrece, campismo, rapel, ciclismo de montaña, senderismo y una tirolesa con 610 metros.

IMAGEN 8: Atractivos Turísticos de Ocuilan.



Fuente: Trabajo de Campo, 2013.



## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE CHALMA**

Como se ha mencionado anteriormente en la metodología para poder cumplir con los objetivos de este estudio fue necesario el análisis del potencial turístico de la comunidad, de acuerdo al documento llamado “Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México” de la SECTUR. De igual manera, el estudio del equipamiento turístico se sustentó bajo la clasificación de Boullón, pero omitiendo la categoría de esparcimiento por no encontrarse en el lugar de estudio. El análisis de los servicios de alojamiento y alimentación, se realizó bajo la aplicación de cédulas establecidas por la SECTUR en un formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo, así como entrevistas estructuradas a los otros servicios que integran el equipamiento turístico de Chalma. Tal información se da a conocer a continuación.

#### **3.1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

México cuenta con recursos naturales y culturales en los que se pueden realizar los diferentes tipos de turismo, siendo uno de ellos el turismo religioso. Este tipo de turismo, en la actualidad ha provocado grandes desplazamientos de turistas que profesan la religión católica a los distintos recintos religiosos como son: la Basílica de Guadalupe, en la Ciudad de México; San Juan de los Lagos, Jalisco; Virgen de Juquila, Oaxaca; Santa Ana de Guadalupe, Jalisco; Cerro del Cubilete, Guanajuato; Tepeaca, Puebla; Plateros, Zacatecas; Señor de Chalma, Estado de México; entre otros.

Este último, el Señor de Chalma; cuenta con un gran potencial de turismo religioso, ya que durante todo el año recibe peregrinaciones de distintos sitios del país, concentrándose principalmente en las ferias de Semana Santa, Pentecostés, la fiesta del Señor de Chalma, la feria de San Agustín, y la de San Miguel Arcángel. Provocando así una gran demanda turística en la comunidad de Chalma, y de acuerdo al documento “Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México” de la SECTUR, es de 3 millones de visitantes anualmente, siendo visitantes de todas las edades, de distintos lugares del país y diferentes estatus económicos, aunque en su mayoría son de una clase económica media, los cuales son movidos por la fe, la gran devoción que tienen hacia el Señor de Chalma.

Al llegar grandes concentraciones de visitantes a este Santuario, se vuelve un generador de turismo religioso; provocando que la comunidad cuente con servicios turísticos como son hoteles, casas de huéspedes, posadas, hosterías, eso en cuanto al alojamiento; respecto a la alimentación se cuenta con restaurantes, cocinas económicas; de igual manera cuenta con otros servicios como son; comercio, transporte turístico, y estacionamientos.

### **3.2 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

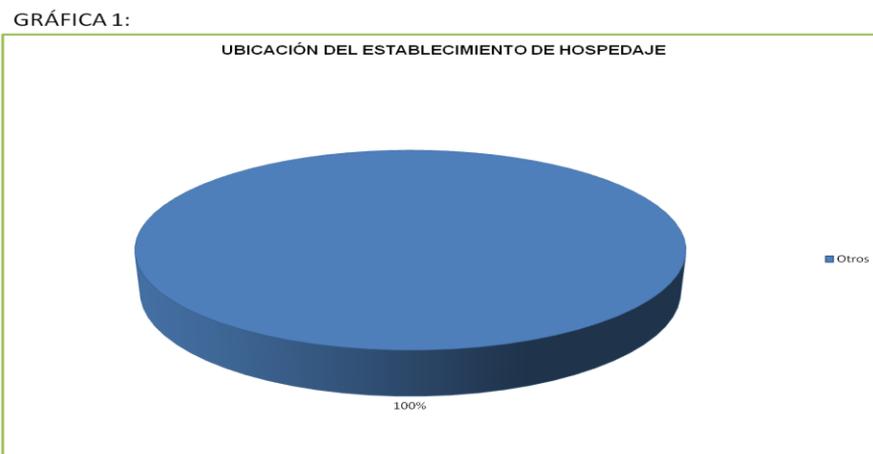
Se realizó la aplicación de las cédulas establecidas por la SECTUR en un formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo, a los servicios de alojamiento, siendo un total de 17 establecimientos, tomando en cuenta los que se encuentran localizados en la comunidad de Plaza Nueva, Ocuilan, ya que por ubicación forman parte de este servicio. Sin embargo, como se mencionó anteriormente este documento es para registro oficial, por lo cual no se consideraron algunos aspectos como son tipo de trámite y datos complementarios, ya que para este estudio son innecesarios. A continuación se dan a conocer los resultados obtenidos.

### **3.2.1. Características del Establecimiento**

Se tomaron en cuenta los seis aspectos que integran las características de los establecimientos; como son ubicación, tipo de hotel, tipo de alojamiento, número de habitaciones, categoría y a los servicios adicionales que llegan a ofrecer. Sin embargo, en el aspecto de ubicación se agregó el rubro de “otros” ya que con los que integran la cédula no aplican a esta comunidad.

### **3.2.2. Ubicación**

Esta característica cuenta con varios aspectos como son playa, ciudad colonial, río o lago, montaña, entre otros, sin embargo ninguno aplicaba a la ubicación de la comunidad de Chalma, haciendo que se agregará el aspecto de otros siendo éste el cien por ciento de la población, ya que los establecimientos se encuentran dentro de la comunidad.

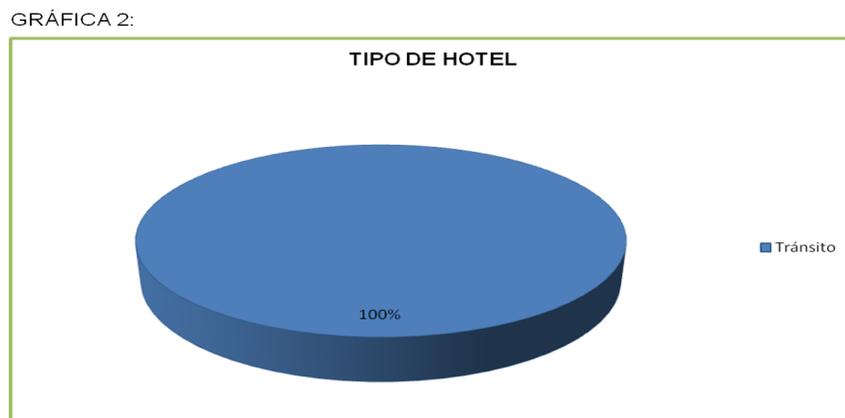


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

En este aspecto la ubicación de algunos establecimientos, se ve afectada en cuestión de que al ser Chalma una comunidad pequeña, y su principal actividad económica sea el comercio; sus calles se ven invadidas por este, dejando fuera de la vista de los turistas los servicios de hospedaje.

### **3.2.3. Tipo de Hotel**

En la siguiente gráfica “Tipo de Hotel”, se cuenta con tres tipos vacacional, tránsito y negocios, siendo el de tránsito el cien por ciento, porque los visitantes que llegan a este lugar no vacacionan, ni vienen por negocios, sólo llegan de visita uno o dos días.



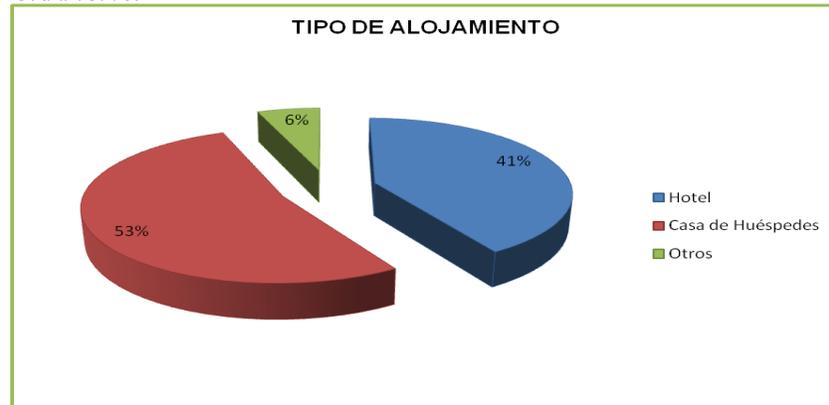
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Es común que los peregrinos que arriban a estos tipos de lugares pasen muy poco tiempo, debido a que vienen sólo a satisfacer su motivación, además de que no cuentan con suficientes recursos económicos. Sin embargo, hay turistas que si prolongan su estancia, buscando una alternativa de oferta turística; no obstante, su estancia es corta de tan sólo un par de días.

### **3.2.4. Tipo de Alojamiento**

El formato de las cédulas maneja los aspectos de hotel, motel, suite, villas, bungalows, casa de huéspedes, trailer park, campamento y otros. Sin embargo, analizando los resultados de la aplicación de éstas, se obtuvo que la comunidad sólo cuenta con hoteles, casas de huéspedes y otros. La siguiente gráfica hace referencia a la cantidad existente en el lugar de estos tipos de alojamiento.

GRÁFICA 3:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se puede observar en la gráfica, la comunidad de Chalma cuenta con más casas de huéspedes, siendo nueve la cifra exacta de este tipo de alojamiento, hoteles son siete y otros que este caso es una posada familiar sólo es uno. No obstante, estos se encuentran en condiciones no aptas para los turistas, ya que se pudo observar a través del trabajo de campo que algunas de las habitaciones de las casas de huéspedes tienen humedad, el espacio de éstas es muy reducido y prácticamente sólo hay espacio para la cama.

### **3.2.5. Tipo y Número de Habitaciones**

Los datos arrojados por los análisis del tipo y número de habitaciones dan como resultado que la población sólo cuenta con 111 habitaciones sencillas y 39 dobles, de los cuales en total hay una ocupación hotelera para 189 personas por día.

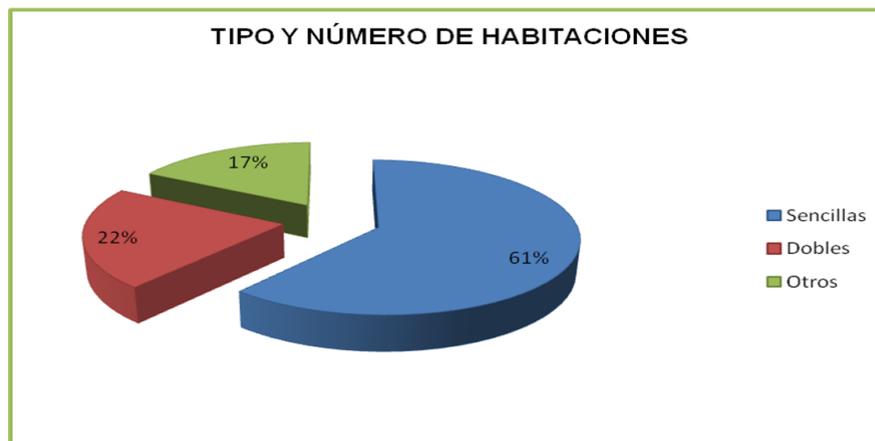
- 111 habitaciones sencillas = 111 personas
- 39 habitaciones dobles = 78 personas
- Total = 189 personas

Sin embargo, en este aspecto se tomó en cuenta la hospedería, que se encuentra en el atrio del Santuario, contando con 31 cuartos. Este tipo de alojamiento no fue analizado aplicando cédula como a los demás establecimientos, ya que es un

servicio gratuito donde sólo se brinda el servicio de un cuarto de 3x4 metros de ancho, con un máximo de 15 personas, no contando con instalación alguna. Los peregrinos que hacen uso de ella, deben llevar consigo cobijas y/o colchoneta porque no cuentan con camas. Teniendo así, una ocupación de alojamiento para 465 personas.

- 31 habitaciones X 15 personas = 465 personas

GRÁFICA 4:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Si la comunidad de Chalma tuviera una ocupación hotelera al cien por ciento por día, podría hospedar a 654 personas, tomando en cuenta todos los establecimientos incluyendo la hospedería.

Anualmente tendría una ocupación hotelera de 238, 710 personas, eso suponiendo que sea al cien por ciento, no contemplando que haya habitaciones fuera de servicio. Tomando en cuenta que Chalma recibe 3 millones de visitantes al año; 2, 761,290 personas quedarían sin tener dónde hospedarse. Siendo así, que la comunidad de Chalma no cuenta con el servicio de alojamiento suficiente para cubrir el total de visitantes que recibe al año.

### **3.2.6. Categoría Solicitada**

El análisis de este aspecto se realizó a través de la aplicación de cédulas, así como también de la observación en el trabajo de campo. Se puede deducir, que la categoría solicitada es la clase económica.

GRÁFICA 5:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Esta categoría se obtuvo porque como se ha mencionado anteriormente, los servicios y condiciones de algunos establecimientos de alojamiento no se encuentran en buenas condiciones. Además de que la mayoría de las personas que visitan la comunidad de Chalma son de pocos recursos económicos.

### **3.2.7. Servicios Adicionales Ofrecidos**

Los servicios adicionales que se manejan en la cédula de SECTUR son 26, de los cuales sólo tres establecimientos de alojamiento cuentan con televisión, antena parabólica o cable, aire acondicionado y estacionamiento.

GRÁFICA 6:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

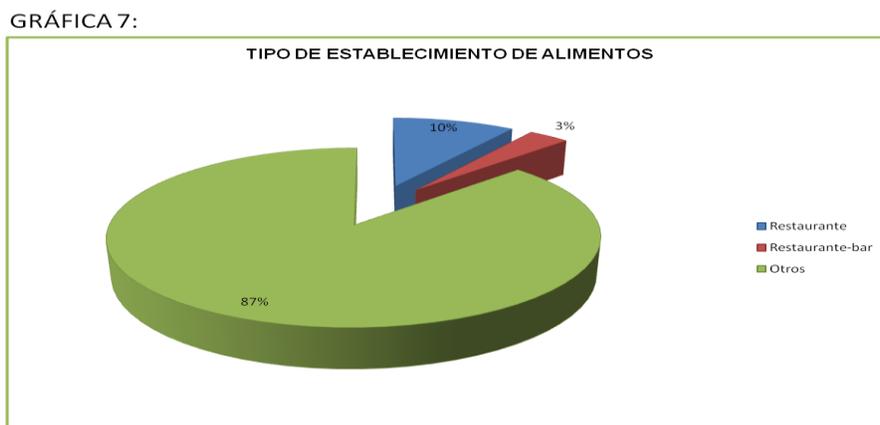
Al ser una categoría económica, que la mayoría de los visitantes sean de recursos económicos bajos, y que principalmente son casas de huéspedes; los prestadores de servicios se limitan a sólo ofrecer un servicio básico, sólo un cuarto con una cama.

### **3.3 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

Al igual que en el servicio de alojamiento, se aplicaron cédulas establecidas por la SECTUR en un formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo, siendo un total de 31 establecimientos. Asimismo, se omitieron los aspectos de tipo de trámite y datos del establecimiento, ya que no era importante el tomar en cuenta este tipo de aspectos por necesidades propias de la presente investigación. A su vez, también se analizaron a través de la observación los servicios de alimentación, permitiendo tener otro punto de vista de estos lugares.

### **3.3.1. Tipo del Establecimiento**

Este aspecto de la cédula, menciona cinco tipos de establecimientos como son: cafetería, restaurante, restaurante-bar, bar, discoteque o centro nocturno, y otros. Sin embargo, como se puede observar en la gráfica sólo fueron tres tipos los que destacaron.



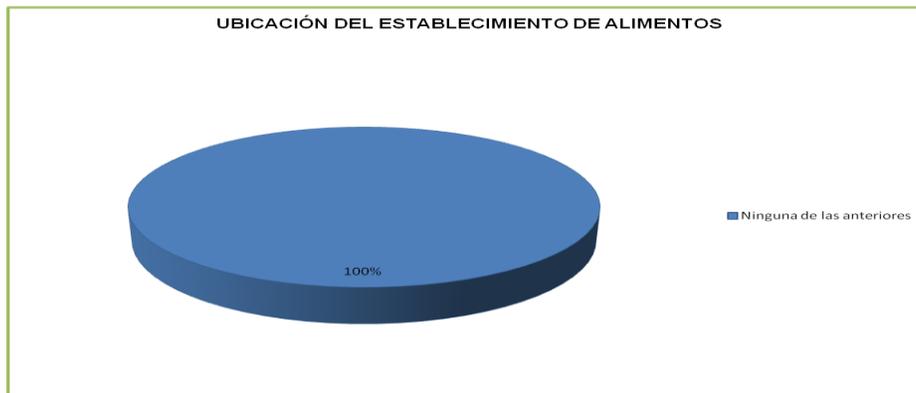
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se puede observar, el tipo del establecimiento que destaca es el de otros, este aspecto hace referencia a las cocinas económicas y a los puestos de comida, siendo estos los que más abundan en la comunidad de Chalma.

### **3.3.2. Ubicación**

En este aspecto se mencionan cinco tipos de ubicación como son: terminal de transporte, hotel, zona arqueológica, museo, y ninguna de las anteriores. En la siguiente gráfica se muestran los resultados que arrojaron las cédulas, sobresaliendo el tipo de ninguna de las anteriores.

GRÁFICA 8:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se puede observar en la gráfica, no aplicó ningún tipo de ubicación del establecimiento, ya que la zona turística de esta comunidad se encuentra localizada en las calles principales. Sin embargo, algo que les llega a afectar a uno que otro establecimiento es el comercio, ya que como todo está concentrado, dejando fuera de la vista algunos negocios.

### 3.3.3. Tipo de Servicio

En la siguiente gráfica del tipo de servicio, se cuenta con tres tipos: en la mesa, autoservicio y mixto. Siendo el servicio a la mesa el que se presta al cien por ciento en los establecimientos de alimentación de esta comunidad.

GRÁFICA 9:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se pudo observar anteriormente los tipos de establecimientos que existen en la comunidad de Chalma son restaurante, restaurante-bar, cocinas económicas y puestos de comida; dando a conocer prácticamente que el servicio que se presta en ellos es el servicio a la mesa.

### **3.3.4. Tipo de Comida**

Se mencionan tres tipos de comida, la internacional, país o regional, y la comercial. En la gráfica se muestra que la comida comercial abarca un 87%, y la regional 13%, descartando que brinden comida tipo internacional.

GRÁFICA 10:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se menciona en el aspecto de tipo de establecimiento que la mayoría de éstos son otros, como son cocinas económicas y puestos de comida, siendo éstos los que ofrecen la comida a los turistas.

### **3.3.5. Tipo de Espectáculo**

La cédula de la Secretaría de Turismo, menciona lo que son tipo de música viva, música grabada, mixto o ninguno. A continuación la gráfica representa los porcentajes que se obtuvieron en el trabajo de campo.

GRÁFICA 11:



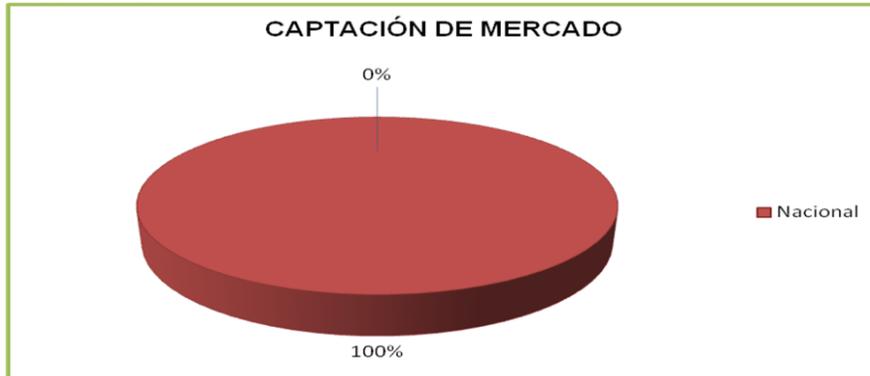
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se puede observar en la gráfica los establecimientos de alimentos realmente no ofrecen algún tipo de espectáculo, son pocos los que amenizan el ambiente de estos con música grabada. Aunque por ciertas razones esto es lógico, ya que como se mencionó anteriormente la mayoría de los establecimientos de alimentos son puestos de comida que se encuentran ubicados en las calles.

### 3.3.6. Captación de Mercado

Como se ha venido mencionando el turismo que llega a esta comunidad es el turismo religioso, por ende es el doméstico, así que la captación de mercado que tienen los establecimientos de alimentos es el nacional, como se muestra en la siguiente gráfica.

GRÁFICA 12:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

La religión católica mueve a mucha gente, haciendo que visiten los diversos templos que se encuentran en nuestro país, siendo ésta una gran tradición arraigada en los feligreses mexicanos.

### **3.3.7. Servicios Complementarios**

En este aspecto de la cédula se mencionan varios servicios complementarios para el servicio de alimentación como son: reservaciones, área de recepción, maitre´d, estacionamiento, valet de estacionamiento, aire acondicionado, estacionamiento. En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

De igual manera, como se ha venido mencionando los tipos de establecimientos de alimentos que se encuentran en la comunidad de Chalma son económicos, los cuales no llegan a ofrecer servicios de más, que el de alimentación.

## **3.4 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE OTROS SERVICIOS EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

El análisis y descripción de otros servicios se llevó a cabo a través de la observación y de la aplicación de entrevistas estructuradas. Como se pudo observar la comunidad de Chalma no cuenta con algunos servicios

complementarios con los que podría brindar un mejor servicio para los turistas que visitan este lugar, los cuales se mencionan a continuación:

#### **3.4.1. Agencias de Viajes**

Éstas se encargan de promover los atractivos y servicios turísticos del mismo lugar y de otros. Además de que tienen otras funciones como es la organización de viajes, siendo un canal para los servicios de alojamiento, alimentación transporte, etc. De la cual no hay existencia de una agencia de viajes en esta comunidad. Sin embargo, ésta puede ser irrelevante en esta comunidad, por ser una población pequeña, y todo el turismo que llega a ella, vienen en viajes ya organizados por sus lugares de residencia.

#### **3.4.2. Información**

Este es un aspecto importante con el que tampoco cuenta la comunidad, no existe un punto específico, una caseta de información turística donde se puedan dirigir los turistas para pedir información acerca del lugar, de sitios a visitar, no hay donde puedan ofrecer por lo menos un mapa temático que brinde la información necesaria sobre este sitio; éstos sólo los puedes adquirir en el municipio de Malinalco.

Para poder informarse de los lugares con los que cuenta Chalma, es preguntando a los pobladores de la comunidad, son los que orientan a los turistas que van por primera vez de visita a este sitio de turismo religioso.

#### **3.4.3. Guías**

Éstos se encargan de la imagen de un destino turístico, ya que son los que proporcionan al turista información sobre los atractivos y/o patrimonio turístico. Al igual que los aspectos anteriores, Chalma no cuenta con guías para los turistas. En el Santuario hay una exposición de pinturas murales de San Agustín, sin embargo, no hay una persona que este capacitada para proveer a los turistas de

información sobre ello. Asimismo tampoco fuera del Santuario y en ningún lugar hay existencia de un guía.

#### **3.4.4. Comercio**

Como se menciona anteriormente en el capítulo II, en el punto de aspectos económicos, el comercio es prácticamente la principal fuente de recursos económicos familiares de la comunidad de Chalma.

El comercio se encuentra ubicado en la calle principal, es la que baja hacia el Santuario del Señor de Chalma. Cuando se va caminando se puede ir observando todo lo que la comunidad nos ofrece, en cuanto al comercio como son las artesanías, objetos religiosos, objetos hechos de cuero, piel, los dulces artesanales en una gran variedad de ellos, además de juguetes hechos de madera (trompos, carritos, valeros, violines, guitarras, entre otros), pan, y productos textiles. Además de que se puede presenciar en algunos puestos la elaboración de los dulces, como lo es de las palanquetas. Chalma cuenta con 300 puestos fijos y semifijos, y 75 puestos ambulantes aproximadamente ya que estos varían de acuerdo a las temporadas altas de turismo en esta comunidad.

#### **3.4.5. Cambios de Moneda**

Las casas de cambio de moneda son las que se encargan de cambiar dólares o cualquier moneda extranjera por pesos. Éstas se pueden encontrar usualmente en los aeropuertos internacionales en todo México.

La comunidad de Chalma recibe principalmente turismo nacional además de que es un lugar pequeño, así que no cuentan con este servicio que no sólo es factible para los turistas sino para la propia comunidad. Si se necesita una casa de cambio cercana a la comunidad de Chalma, se tendrá que buscar en los municipios aledaños.

### **3.4.6. Dotación para Congresos y Convenciones**

De igual manera como se ha venido mencionando la comunidad de Chalma es un lugar muy pequeño, en el cual sólo se da el turismo religioso, y aunque recibe millones de visitantes anualmente, no es un sitio para contar con espacios para la creación de congresos y convenciones. Además de que no cuenta con todos los requerimientos, el equipamiento turístico suficiente para dar cabida a todos los asistentes a éstos.

### **3.4.7. Transporte Turístico**

El transporte turístico es un servicio muy importante en las zonas turísticas, ya que es el que permite que los turistas se desplacen de su lugar habitual al que desean visitar.

En la comunidad de Chalma éste es un servicio con el que si se cuenta, teniendo disponibles sitios de taxis y vans que se trasladan a los municipios aledaños como son Malinalco y Ocuilan. Cuando son temporadas de recibir peregrinaciones hay transporte para diferentes lugares más lejanos, como por el ejemplo zonas del Distrito Federal. También hay autobuses, pero estos son más en las temporadas altas.

El transporte turístico de esta comunidad está disponible todos los días de la semana, aunque no se tiene la misma captación de turistas que en los días de ferias, cuando llegan las peregrinaciones y visitantes de muchos lugares del país.

### **3.4.8. Primeros Auxilios**

En toda comunidad la asistencia médica es muy importante, por ser la que se brinda en momentos de accidentes o enfermedades repentinas.

En la realización del trabajo de campo, en cuanto a la observación se percato que la comunidad de Chalma, cuenta con un centro de salud, pero no cuenta con un módulo de atención de primeros auxilios. Sin embargo en una entrevista informal

con los nuevos delegados de la comunidad, ya que en el transcurso de esta investigación se dio el cambio de administración. Primer delegado Yasmin Juan Meldran, segundo delegado Ana Rosa Velázquez y tercer delegado Irving Uriel Olin; confirmaron que efectivamente no cuentan con un módulo de primeros auxilios, pero está la existencia de una ambulancia de la Subdirección de Urgencias del Estado de México “SUEM”, que hace rondas por la comunidad.

En las temporadas que llegan las peregrinaciones se hacen montadas en los cerros, colocando ambulancias en puntos estratégicos como son: en Las Guitarras, el Centro de Salud, el Tecalli, la Terminal de Autobuses, Chalmita, Malinalco y Ocuilan. Además de que algunas peregrinaciones como vienen de muy lejos traen consigo una ambulancia que los viene asistiendo.

Sin embargo, por cuestiones de espacio y de que hay mucha fluidez de visitantes; exactamente en la comunidad no se encuentra alguna, si se llega a presentar una urgencia, se comunican por radio solicitando los primeros auxilios.

#### **3.4.9. Guarderías**

Como se ha mencionado anteriormente en la clasificación que hace Boullón para el equipamiento turístico, el aspecto de guarderías forma parte de la categoría “Otros Servicios”, éstos son los que complementan el desarrollo de las actividades turísticas.

Este tipo de servicio que son las guarderías no sólo son útiles para el turista sino para la propia comunidad, sin embargo; en Chalma no hay existencia de alguna, al igual que ni en un establecimiento de alojamiento, ya que hoy en día también llegan a ofrecer este tipo de servicio, aunque esto se da más en hoteles que están dentro de alguna categoría de calidad. Y conforme a lo investigado, esta comunidad es receptiva de turismo con recursos económicos bajos, haciendo que el alojamiento sea económico y por ende no ofrece servicios complementarios.

### 3.4.10. Estacionamientos

Los estacionamientos son parte fundamental en zonas turísticas. En algunos centros recreativos cuentan con su propio lugar para estacionarse siendo un servicio que ofrece la misma empresa.

En este caso, como los visitantes llegan exactamente a la comunidad receptora por visitar el Santuario del Señor de Chalma, el pueblo es el que ofrece este servicio habiendo varios estacionamientos, algunos ubicados cercanos a la calle principal que baja hacia el santuario y otros más en calles aledañas que pertenecen al municipio de Ocuilan, pero que forman parte de la zona turística de Chalma.

IMAGEN 9: Comparativo Estacionamientos.

| Estacionamientos          | 1         | 2                        | 3         | 4           | 5         | 6         | 7         | 8         | 9         | 10                       | 11        |
|---------------------------|-----------|--------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------------------|-----------|
| Señalización              | Si        | Si                       | Si        | Si          | Si        | Si        | Si        | Si        | Si        | Si                       | No        |
| Horario                   | 8am - 4pm | 6am - 6pm                | 6am - 6pm | 8am - 6pm   | 7am - 6pm | 8am - 5pm | 7am - 7pm | 7am - 5pm | 8am - 6pm | 24 horas                 | 7am - 7pm |
| Temporada                 | Fines     | Semana                   | Semana    | Semana      | Semana    | Fines     | Semana    | Fines     | Semana    | Semana                   | Fines     |
| Cupo                      | 60 Autos  | 100 Autos y autobuses    | 150 Autos | 24 Autos    | 28 Autos  | 48 Autos  | 15 Autos  | 25 Autos  | 40 Autos  | 400 Autos y autobuses    | 100 Autos |
| Cuota                     | 30 libre  | 30 autos<br>40 autobuses | 35 libre  | 40 x 3 hrs. | 40 libre  | 30 libre  | 30 libre  | 30 libre  | 40 libre  | 30 autos<br>50 autobuses | 30 libre  |
| Tickets                   | Si        | Si                       | Si        | Si          | Si        | No        | No        | Si        | Si        | Si                       | Si        |
| Autos al día              | 35        | 100                      | 180       | 60          | 30        | 70        | 30        | 20        | 40        | 140                      | 30        |
| Servicios complementarios | WC        | No                       | WC        | No          | WC        | No        | WC        | No        | WC        | WC                       | No        |

Fuente: Trabajo de Campo, 2013.

Como se puede observar en el cuadro, la mayoría de los estacionamientos trabajan toda la semana. Las cuotas que manejan van entre los treinta y cuarenta pesos tiempo libre, sin embargo en temporada alta llegan a aumentarle diez o quince pesos.

En el punto de autos al día, es un aproximado de los que llegan a tener a la semana cuando es temporada baja, en temporada alta su captación es mayor. El servicio complementario que ofrecen es el de sanitario, pero éste es de un costo adicional al del estacionamiento.

Los estacionamientos que se encuentran en la comunidad de Chalma, en su mayoría son terrenos propios o son garajes o patios de casas, los que prestan este servicio aprovechando la amplitud de estos y así poder sacar una ventaja económica de ellos.

### **3.5 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA PERSPECTIVA DE LOS TURISTAS SOBRE EL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE CHALMA**

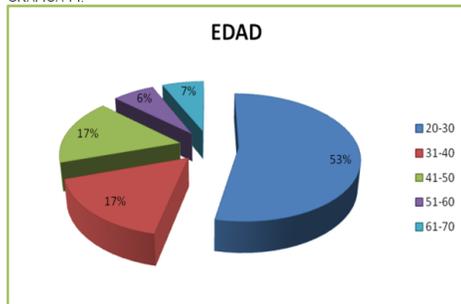
El objetivo de esta investigación fue el de analizar el equipamiento turístico de la comunidad de Chalma con el objeto de proponer estrategias para su mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso.

Como se indica en el objetivo de esta investigación, no va dirigida para el estudio y/o análisis de los turistas. Sin embargo, se realizó una muestra no probabilística dirigida a los turistas para dar a conocer los gustos, preferencias, expectativas, y necesidades; y así poder saber su grado de opinión respecto al equipamiento turístico de Chalma, por lo tanto esta actividad permitió enriquecer la investigación. Este análisis se realizó a treinta turistas aplicando una encuesta conformada de diez preguntas, además de incluir las preguntas literales para conocer su perfil.

## Edad y Género

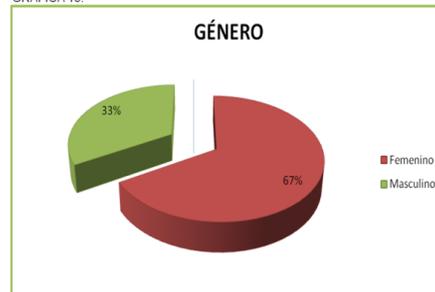
- La mayoría del turista religioso en la comunidad de Chalma oscila entre los 20 y 30 años de edad, y se encuentra equilibrado en cuanto a los de 31 a 50 años y los de 51 a 70 años de edad. Esto indica que los jóvenes cada vez están más interesados por participar en este tipo de turismo.
- Se observa una participación mayor de mujeres que hombres, los cuales viajan por motivos religiosos.

GRÁFICA 14:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

GRÁFICA 15:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

## Escolaridad y Procedencia

- Gran proporción del turismo religioso, cuentan sólo con estudios básicos, pero también hay un porcentaje alto de personas con escolaridad de preparatoria.
- Los principales emisores de turismo religioso en la comunidad de Chalma de acuerdo a los resultados provienen del Estado de México, sin embargo hay gran participación de otros estados del país y del DF.

GRÁFICA 16:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

GRÁFICA 17:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se muestra en las gráficas de edad, género, escolaridad, y procedencia, el turismo que llega a la comunidad de Chalma es diverso, ya que el turismo nacional se hace acompañar principalmente por familiares, además de que viajan primordialmente en peregrinaciones cuando son las fiestas de la comunidad haciendo que los grupos de visitantes sean mayores, sin importar la distancia que tenga el destino a visitar al de su residencia habitual, su motivación que es la religión católica los hace moverse con fervor a donde sea.

A continuación se muestran los resultados obtenidos al analizar las encuestas aplicadas a los turistas, dando a conocer su grado de satisfacción al visitar la comunidad de Chalma.

El saber que los turistas consideran a Chalma como un lugar turístico es importante, ya que a través de eso dan a conocer más la relevancia que tiene el destino para ellos, así como la atención que pueden prestarle a esta actividad que es el turismo.

GRÁFICA 18:

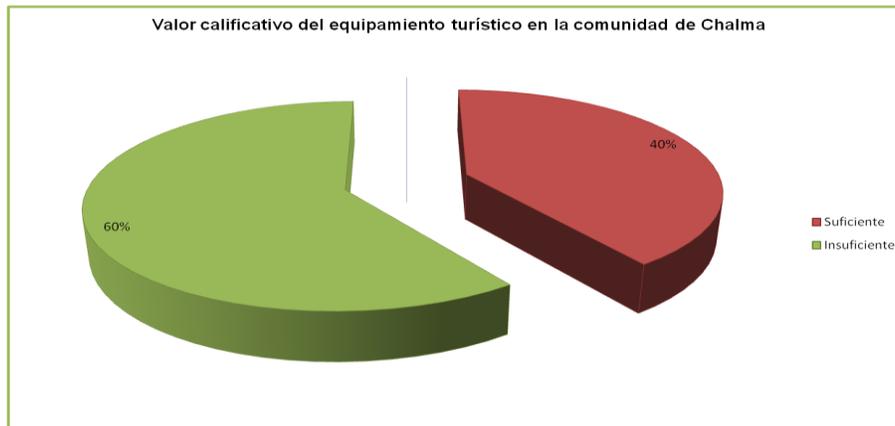


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

La gráfica nos muestra que el 97% de los encuestados si consideran esta comunidad un lugar con potencial turístico, ya que llega mucha gente de distintos lugares del país, los cuales en su mayoría vienen por tradición y la religión católica que los hace visitar el Santuario del Señor de Chalma, además que su visita la complementa el comercio, el río y los paisajes existentes en el lugar.

Teniendo una captación de tres millones de visitantes al año, y que su movimiento se da en peregrinaciones para visitar el Santuario del Señor de Chalma, es importante que los turistas mencionen si creen que el equipamiento turístico de esta comunidad es suficiente o insuficiente para todos los que lo visitan.

GRÁFICA 19:

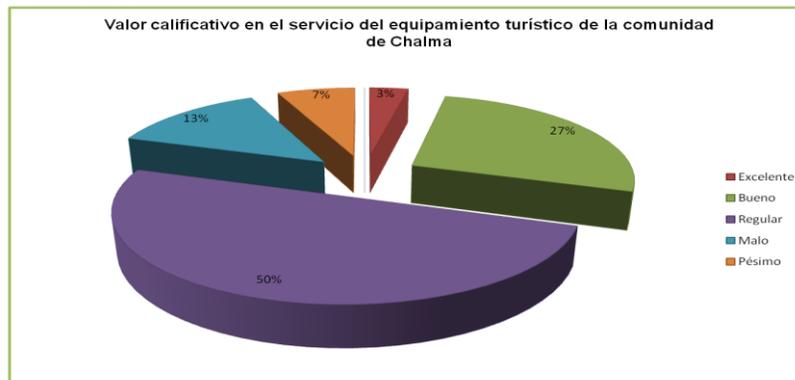


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se observa en la gráfica la mayoría de los turistas opinan que el equipamiento turístico es insuficiente para todos los que deciden visitar este lugar, dejando a algunos sin cubrir al cien por ciento sus necesidades básicas como turistas.

Respecto al servicio del equipamiento turístico de este lugar se tomaron en cuenta cinco tipos de respuestas, como es excelente, bueno, regular, malo, pésimo; y de esta manera poder calificar el grado de satisfacción en general que tuvieron al hacer uso del equipamiento turístico.

GRÁFICA 20:

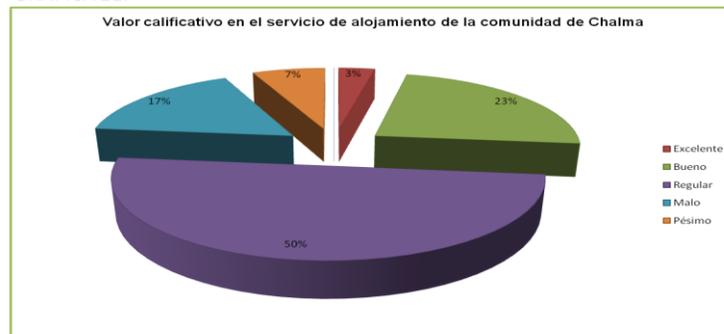


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

La mitad de los encuestados dice que el servicio del equipamiento turístico es regular, ya que éste no cubre sus necesidades en distintas cuestiones, por la calidad, limpieza, porque es insuficiente, entre otras cosas que se irán explicando más adelante.

El alojamiento tiene como principal función el satisfacer las necesidades de los turistas, ya que en éste es donde se relajaran, descansaran, se asearan del viaje y de las actividades que realicen en el destino turístico que están visitando.

GRÁFICA 21:

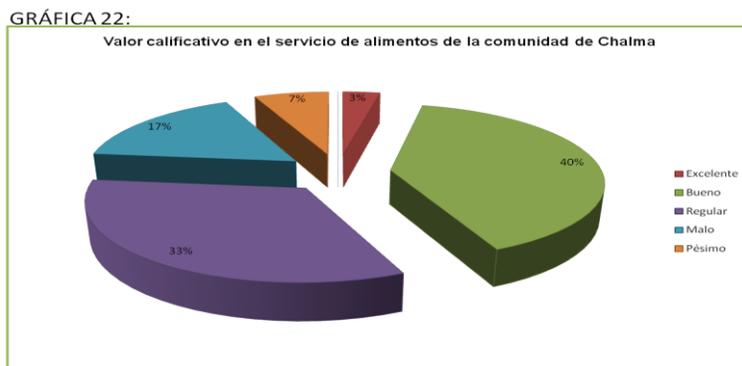


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Un 50% de los encuestados considera el servicio de alojamiento regular, ya que no porque sea de tipo económico debe de tener muy mala calidad. Al realizar el trabajo de campo en cuanto a la observación y lo que pudieron aportar los turistas al aplicar estas encuestas, algunas casas de huéspedes y hoteles, tienen

humedad en las habitaciones y por ende mal olor, además de que el sanitario y regaderas vienen siendo comunitarios.

El servicio de alimentos de esta comunidad es un servicio complementario dentro de todo lo que abarca la visita al destino turístico; ya que es el que está encargado de satisfacer las necesidades básicas del turista.

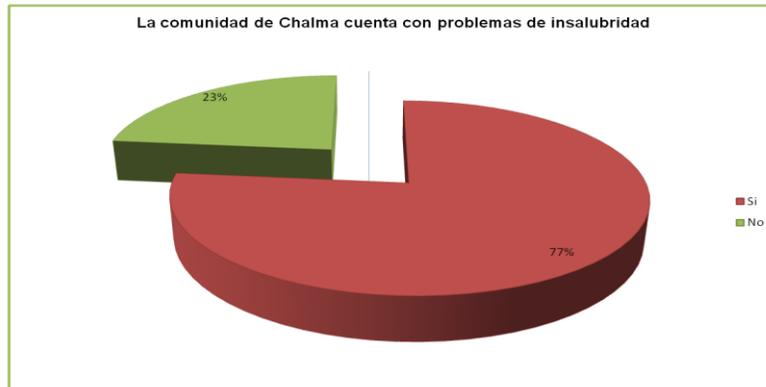


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

La mayoría dice que el servicio de alimentación es regular, malo y pésimo; ya que no cuentan con la limpieza e higiene necesaria para la elaboración de ellos, así como los lugares que no se encuentran muy limpios. Además que como se menciono anteriormente, la mayoría de estos establecimientos son puestos que se encuentran en las calles de la comunidad, las cuales no se encuentran en las mejores condiciones, haciendo que este servicio no sea del agrado para muchos turistas, generando que algunos se regresen a comer a Malinalco.

Una de las primeras impresiones que tiene un turista del destino turístico que visita es la imagen que le deja éste desde el primer encuentro visual que tiene con el lugar, que viene siendo el estado en el que se encuentra.

GRÁFICA 23:



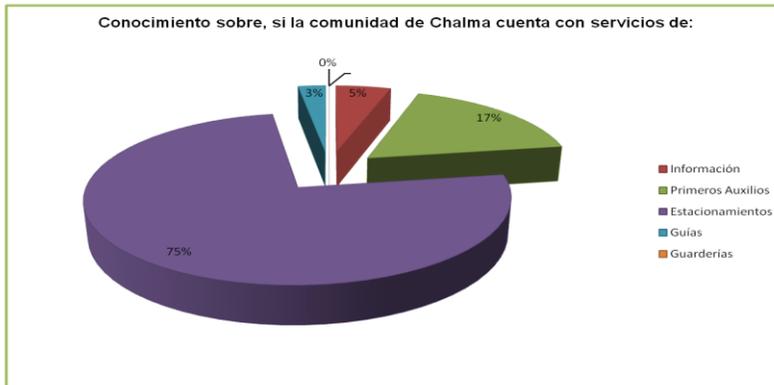
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se puede notar, un 77% de los turistas encuestados opina que la comunidad de Chalma si cuenta con problemas de insalubridad, dando a conocer que las razones son: porque las calles se encuentran sucias, no habiendo depósitos de basura suficientes, además de que el río está sucio, a las orillas de éste hay basura agregándole que muchos de los visitantes se bañan en él y algunos de los pobladores de este lugar lavan en el río, además sin olvidar que la comida en varias ocasiones se ve rezagada por la falta de venta. Haciendo que la comunidad tenga falta de higiene.

Sin embargo, hay algo que aclarar en este punto. No toda la culpa de que el lugar se encuentre en estas condiciones es de los pobladores de la comunidad, sino porque también el turista no tiene esa cultura para ser limpio, no sólo con su persona sino con el lugar que está visitando. Así que en este caso es cuestión de educar a ambos participantes del turismo.

Los servicios de información, primeros auxilios, estacionamientos, guías y guarderías son servicios complementarios que por lo regular un destino turístico ofrece a los turistas, por ejemplo la existencia de encontrar una caseta de información o guías de turistas te permiten conocer más, que lugares visitar o que actividades realizar dentro del destino.

GRÁFICA 24:



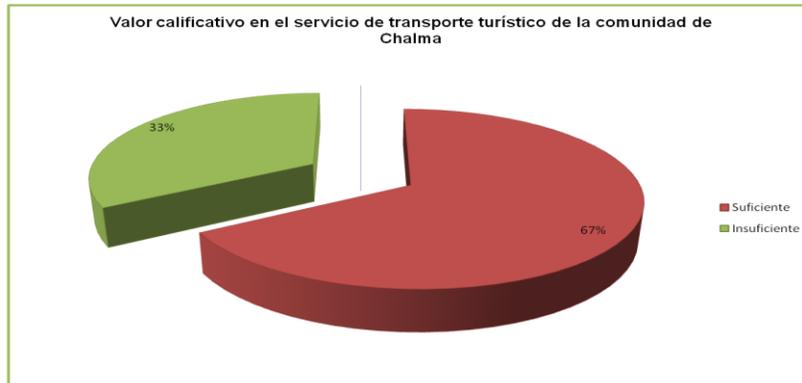
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

El servicio de estacionamientos es algo notorio en la comunidad de Chalma, haciendo que los turistas sepan de la existencia de ellos, además de que es uno de los principales servicios complementarios de los que hacen uso, así se vio reflejado en la gráfica, obteniendo este servicio el mayor porcentaje.

Respecto a los primeros auxilios saben que la comunidad cuenta con este servicio, porque en temporada alta que es cuando llegan peregrinaciones, han visto las ambulancias que se colocan en puntos estratégicos, asimismo las que vienen acompañando a los peregrinos desde los lugares habituales.

El transporte turístico es un servicio muy importante dentro de toda la estructura turística, porque permite que los turistas se desplacen de un lugar a otro, ya sea en autos particulares, o en la renta de autos, o adquiriendo el servicio de taxis, autobuses, entre otros.

GRÁFICA 25:

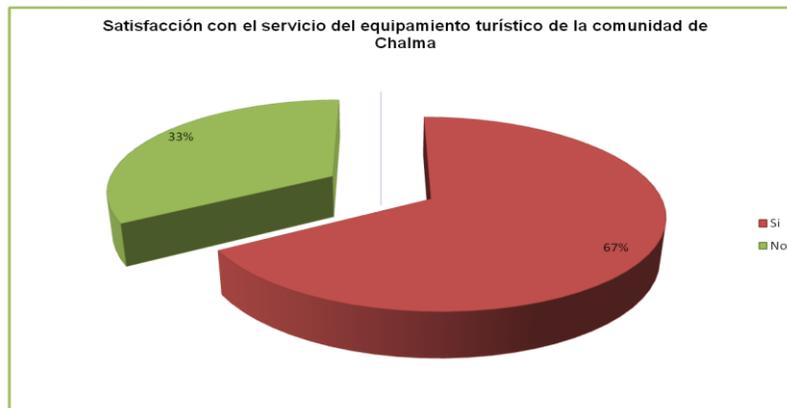


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se ha venido mencionando a lo largo de esta investigación el turismo que principalmente llega a esta comunidad es por peregrinaciones, desplazándose algunos en camiones, o autos particulares; pero también están los que llegan caminando, siendo por lo regular éstos los que hacen uso del transporte turístico que ofrece la comunidad. Y como no todos se regresan a la misma hora, hace que este servicio sea suficiente tanto en temporada alta, y con mayor razón en temporada baja.

Así como la primera impresión que tiene el turista del destino turístico visitado es muy importante, también lo es la satisfacción que obtiene al concluir su viaje tanto de los atractivos visitados, así como del equipamiento turístico que complementan toda su visita.

GRÁFICA 26:

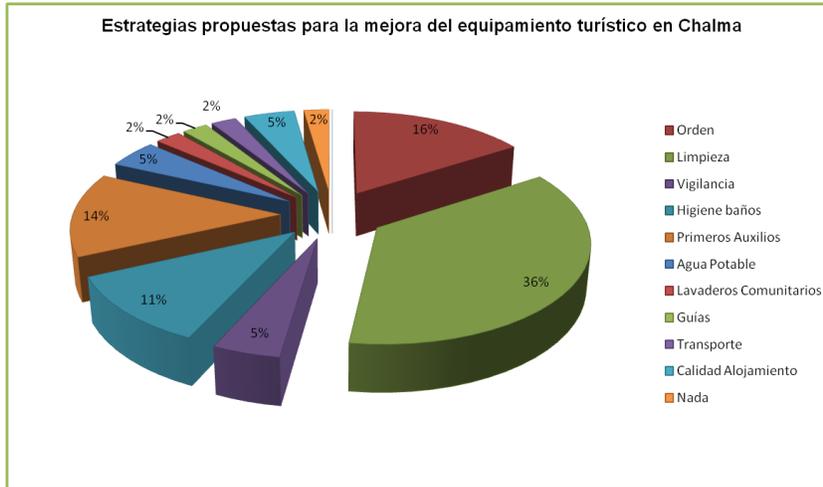


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

Como se pudo observar en las gráficas anteriores donde se pregunta cómo calificaría el equipamiento turístico en general, el servicio de alojamiento y el servicio de alimentación y demás, la respuesta en su mayoría fue regular por distintas razones. Sin embargo, a pesar de eso los turistas han quedado conformes con el servicio que les ha ofrecido el equipamiento turístico de la comunidad de Chalma, aunque un 33% de éstos queda insatisfecho por las razones que se han venido mencionando en los distintos puntos.

Es importante el conocer que estrategias proponen los turistas para la mejora del equipamiento turístico, así como de la comunidad, ya que ellos son los que hacen uso de éste. Y al mismo tiempo se logra la innovación, provocando que el turista regrese a visitar este destino turístico.

GRÁFICA 27:



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo, Primavera 2013.

De acuerdo a la anterior gráfica, las estrategias que propusieron los turistas no sólo son para el equipamiento turístico, sino en su mayoría para la comunidad. Como por ejemplo, la limpieza que es la que mayor porcentaje tiene, se deberían de colocar botes para la basura, así como que los pobladores sean más limpios tanto en sus establecimientos, como en el servicio de sanitarios. En segundo plano, se encuentra el orden, como es una comunidad muy pequeña y las calles están cubiertas del comercio se hace un poco complicado el paso hacia el Santuario, así como también en la avenida, ya que se congestiona de tantos vehículos que llegan y salen. Seguido de los primeros auxilios, que son muy importantes, porque nadie está exento de algún accidente.

También mencionan sobre la calidad del alojamiento, que ofrezca un poco más de comodidad y de limpieza, para que sea más acogedor al descansar. Además de mencionar más estrategias que son de suma importancia para la mejora de este sitio turístico.

## **EQUIPAMIENTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

En el siguiente cuadro se muestra la totalidad del equipamiento turístico por categoría y tipo existente en la comunidad de Chalma.

IMAGEN 10: Equipamiento Turístico

| <b>CATEGORÍA</b>          | <b>TIPO</b>              | <b>CANTIDAD</b>                               |
|---------------------------|--------------------------|---|
| <b>1. ALOJAMIENTO</b>     | 1.1 Hotel                | 7   |
|                           | 1.2 Casa de Huéspedes    | 9   |
|                           | 1.3 Otros                | 1   |
| <b>2. ALIMENTACIÓN</b>    | 2.1 Restaurante          | 3   |
|                           | 2.2 Restaurante-Bar      | 1   |
|                           | 2.3 Otros                | 27  |
| <b>3. OTROS SERVICIOS</b> | 3.1 Comercio             | 300 fijos<br>75 ambulantes<br>aproximadamente |
|                           | 3.2 Transporte Turístico | Taxis<br>Vans<br>Autobuses<br>(Indefinidos)   |
|                           | 3.3 Primeros Auxilios    | 1 Centro de Salud                             |
|                           | 3.4 Estacionamientos     | 11  |

Fuente: Trabajo de Campo, 2013.

## **PROPUESTA DE ESTRATEGIAS EN LA COMUNIDAD DE CHALMA**

Con fundamento en el análisis de esta investigación y en las conclusiones anteriormente presentadas, se proponen las siguientes estrategias para la mejora y aprovechamiento del turismo religioso, a partir del estudio sobre el equipamiento turístico del lugar.

- Prácticamente esta comunidad funciona por sí sola, ya que la religión católica es un elemento motivador para que lleguen tantos turistas. Sin embargo, es fundamental lo que oferta en cuanto a servicios turísticos se

refiere, así que debe ofrecer un equipamiento turístico de calidad para poder cubrir las necesidades del turista, sin olvidar que es un destino receptor de turismo de recursos económicos medios.

- Respecto al servicio de alojamiento, se propone brindar cursos de capacitación a los prestadores de servicios, para que ofrezcan un servicio de calidad donde las habitaciones se encuentren en buenas condiciones, aunque los establecimientos sean de tipo económico.
- En cuanto al servicio de alimentación se refiere, se debe de iniciar de igual manera en capacitar a los prestadores de este servicio, empezando por la limpieza e higiene tanto del establecimiento, de la calle y en la elaboración de los alimentos para que sean del día.
- En relación a otros servicios y los cuales complementan la estancia del turista, se recomienda el establecimiento de un módulo de información turística para que orienten a los turistas y al mismo tiempo poder brindar mayor información acerca de esta comunidad. Asimismo, respecto al transporte turístico cuando sea temporada alta, algunos sitios de taxis se podrían reubicar, para que ya no esté congestionada la avenida y así esté más transitable. Y en cuanto a los primeros auxilios se sabe que en temporada alta, se colocan ambulancias en puntos estratégicos, sin embargo; se debería de colocar un módulo de atención de paramédicos dentro de las calles que van hacia el santuario, como por ejemplo en el Parque Agua de Vida.
- Un aspecto importante que no debe de faltar es la imagen del destino turístico, para el cual se proponen brigadas de limpieza que se pueden llevar a cabo cada ocho días o dos veces por semana, en la zona de alimentos, río y comercio; así como la instalación de botes para la basura distribuidos en las calles de la comunidad.
- Por último, más que propuesta es un llamado de atención a las autoridades competentes a las que pertenece la comunidad de Chalma que en este caso es el municipio de Malinalco, para que brinde el apoyo necesario,

trabajando en conjunto con los delegados de la comunidad para sacar adelante tanto a la población, así como el destino turístico religioso que es Chalma.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio y análisis realizado mediante la aplicación de cédulas, cuestionarios, entrevistas, observación; y con base en la teoría expuesta en el capítulo I, es decir después de haber elaborado el trabajo de documental y de campo de la presente investigación, se llegó a las siguientes conclusiones.

- En este estudio se pudo confirmar mediante la observación que efectivamente como menciona SECTUR en el documento “Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México”, la comunidad de Chalma cuenta con un gran potencial de turismo religioso, ya que percibe millones de visitantes, los cuales son movidos por la fe y la devoción que tienen hacia el Señor de Chalma.
- Se concluyó que el servicio de alojamiento es insuficiente, por un lado no cubre el total de turistas que se alojan, y por el otro lado porque las condiciones en que se encuentran muchos de los establecimientos de hospedaje son malas, ofreciendo cuartos llenos de humedad y por consecuente mal olor; el que sean de tipo económico no significa que deben ofrecer baja calidad.
- Con respecto al servicio de alimentación, los turistas no quedan satisfechos al cien por ciento, ya que los alimentos se les hacen poco higiénicos, dejándolos fuera de los establecimientos, expuestos a que les llegue todo tipo de bacterias. Además de que en ocasiones la comida es rezagada por la falta de venta de ésta.

- De acuerdo con las observaciones realizadas durante el trabajo de campo y a la perspectiva que se obtuvo de los turistas, Chalma no cuenta con los suficientes servicios complementarios para un mayor desarrollo turístico del lugar, los cuales son de utilidad brindando un mejor servicio para los turistas.
- Con la investigación de campo que se realizó se puede concluir que a la imagen de la comunidad de Chalma le falta mucho para seguir atrayendo turistas, ya que las calles lucen sucias habiendo mucha basura en ellas, así como la zona del río y la de alimentos se percibe un ambiente insalubre.
- La conservación de la imagen del destino que se le ofrece al turista, a través de la limpieza, seguridad, buena señalización, entre otros, es necesaria para atraer al visitante.
- Con estas cuestiones es difícil que el turista regrese al destino para visitar Chalma, ya que la imagen que está proyectando no es muy positiva para el turista que visita esta comunidad.
- Haciendo una recopilación del conjunto de ideas anteriormente expuestas, se da por confirmada la hipótesis, ya que el equipamiento turístico existente en la comunidad de Chalma es insuficiente no atendiendo adecuadamente las necesidades del turismo religioso.
- Con respecto a la teoría se puede concluir que fue de gran ayuda, ya que permitió conocer cómo y que son los aspectos que se analizaron como son los diferentes tipos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.
- También se puede concluir que la teoría existente no es suficiente, ya que algunos aspectos fueron elaboración propia por la falta de existencia de esta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boullón, Roberto C (1990), *Planificación del Espacio Turístico*, México: Trillas.
- De la Torre, Francisco J (2000), *Sistemas de Transportación Turística*, México: Trillas.
- DIF, (2009), *Curso de Capacitación Básica*, México.
- Di Muro, Luis, (1999), *Manual Práctico de Recepción Hotelera*, México: Trillas.
- Gallego, Jesús y Peyrolon, Ramón (2001), *Diccionario de Hostelería*, Madrid: Paraninfo.
- García Ramón, (1972), *Diccionario Pequeño Larousse*, México: Noguer.
- Gurría, Manuel (1991), *Introducción al Turismo*, México: Trillas.
- Gutiérrez Roa, Jesús (1983), *Excursiones. Recreación, Convivencia, Esparcimiento, Educación y Cultural*, México: Limusa.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar (2003), *Metodología de la Investigación*, México: McGraw-Hill.
- Jafari, Jafar (2000), *Enciclopedia del Turismo*, México: Síntesis.
- Maldonado, Minerva (2012), *Turismo y Religión*, México: Porrúa.

- Montaner Jordi, Antich Jordi y Arcarons Ramón (1998), *Diccionario de Turismo*, España: Síntesis.
- Novo, Gerardo (1981), *Diccionario General de Turismo*, México: Diana.
- Ramírez, Blanco Manuel (1981), *Teoría General del Turismo*, México.
- Ramírez, Blanco Manuel (1992), *Teoría General del Turismo*, México: Diana.
- SECTUR (2009), *Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México*, México.
- SECTUR (2006), *Identificación de Potencialidades Turísticas de Regiones y Municipios*, México.
- Torruco, Miguel y Ramírez Blanco, Manuel (1987), *Servicios Turísticos. La Oferta Turística y sus Principales Componentes*, México: Diana.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- OMT (2007). *Turismo*. Recuperado el 28 de agosto de 2012 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Real Academia Española. *Estacionamiento*. Recuperado el 16 de octubre de 2012 de <http://lema.rae.es/drae/?val=estacionamiento>
- SECTUR (2013). *Capacitación para Guías de Turistas*. Recuperado el 19 de febrero de 2013 de [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Capacitacion\\_para\\_Guias\\_de\\_Turistas](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Capacitacion_para_Guias_de_Turistas)
- SECTUR (s.f.). *Turismo Religioso*. Recuperado el 15 de mayo de 2012 de <http://www.sectur.gob.mx/work/models/secturing/Resource/14197/turismoreligios.pdf>
- SHCP (2012), *Casas de Cambio*. Recuperado el 31 de mayo de 2013 de <http://www.condusef.gob.mx/index.php/instituciones-financieras/otros-sectores/casas-de-cambio-centros-cambiarior-y-transmisores-de-dinero/511-que-son-las-casas-de-cambio>
- Valencia, Jorge, (s.f.), Boletín Turístico.com. *Trailer Park*. Recuperado el 18 de mayo de 2013 de <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TRAILER-PARK-1140/>



|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>SECRETARIA DE TURISMO</b></p> <p><b>SUBSECRETARIA DE OPERACIÓN TURISTICA</b></p> <p><b>FORMATO DE INSCRIPCION AL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO</b></p> |
| SECRETARIA DE TURISMO   | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">RNT-1</div>  |

**PRESTACION DE SERVICIO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE**

**I. TIPO DE TRAMITE**

|                            |     |          |       |
|----------------------------|-----|----------|-------|
| INSCRIPCION                | ( ) |          |       |
| CAMBIO DE NOMBRE COMERCIAL | ( ) | ANTERIOR | _____ |
| CAMBIO DE RAZON SOCIAL     | ( ) | ANTERIOR | _____ |
| REPOSICION                 | ( ) |          |       |

**II DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

|  |    |             |
|--|----|-------------|
| NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO   |    |             |
| RAZON SOCIAL ( PERSONA FISICA O MORAL) |    |             |
| CALLE                                  | No | COLONIA     |
| MINICIPIO DELEGACION                   |    | ESTADO      |
| TELEFONO(S)                            |    | FAX:        |
| EMAIL                                  |    | SITIO WEB   |
| R.F.C.                                 |    | PROPIETARIO |

**III. CARACTERISTICAS DEL ESTABLECIMIENTO**

|                       |     |                    |     |
|-----------------------|-----|--------------------|-----|
| <b>UBICACIÓN:</b>     |     |                    |     |
| PLAYA                 | ( ) | TERMINAL AEREA     | ( ) |
| CD COLONIAL           | ( ) | TERMINAL MARÍTIMA  | ( ) |
| RIO O LAGO            | ( ) | TERMINAL FERREA    | ( ) |
| MONTAÑAS              | ( ) | TERMINAL CAMIONERA | ( ) |
|                       |     | CARRETERA          | ( ) |
| <b>TIPO DE HOTEL:</b> |     |                    |     |
| VACACIONAL            | ( ) | TRANSITO           | ( ) |
|                       |     | NEGOCIOS           | ( ) |

|   |           |                              |                             |
|---|-----------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>TIPO DE ALOJAMIENTO:</b>               |           |                              |                             |
| HOTEL                                     | ( )       | VILLAS                       | ( )                         |
| MTEL                                      | ( )       | BUNGALOWS                    | ( )                         |
| SUITE                                     | ( )       | CASA DE HUESPEDES            | ( )                         |
|   |           | TRAILER PARK                 | ( )                         |
|   |           | CAMPAMENTO                   | ( )                         |
|   |           | OTROS                        | ( )                         |
| <b>TIPO Y NUMERO DE HABITACIONES:</b>     |           |                              |                             |
| ( )                                       | SENCILLAS | ( )                          | MASTER SUITE                |
| ( )                                       | DOBLES    | ( )                          | SUITE PRESIDENCIAL          |
| ( )                                       | SUITES    | ( )                          | BUNGALOWS                   |
| ( )                                       | JR SUITE  | ( )                          | VILLAS                      |
|   |           |                              | UNIDAD DE TIEMPO COMPARTIDO |
|   |           |                              | OTROS                       |
|   |           | <b>TOTAL DE HABITACIONES</b> | _____                       |
| <b>CATEGORIA SOLICITADA</b>               |           |                              |                             |
| CLASE ECONOMICA                           | ( )       | TRES ESTRELLAS ***           | ( )                         |
| UNA ESTRELLA *                            | ( )       | CUATRO ESTRELLAS ****        | ( )                         |
| DOS ESTRELLAS **                          | ( )       | CINCO ESTRELLAS *****        | ( )                         |
| <b>SERVICIOS ADICIONALES OFRECIDOS *:</b> |           |                              |                             |
| (1)                                       | (2)       | (3)                          | (4)                         |
| (5)                                       | (6)       | (7)                          | (8)                         |
| (9)                                       | (10)      | (11)                         | (12)                        |
| (13)                                      | (14)      | (15)                         | (16)                        |
| (17)                                      | (18)      | (19)                         | (20)                        |
| (21)                                      | (22)      | (23)                         | (24)                        |
| (25)                                      | (26)      |                              |                             |
| * Ver listado de Servicios Adicionales    |           |                              |                             |

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS**

|                                     |                               |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| <b>TIPO DE OPERACIÓN:</b>           |                               |
| CADENA NACIONAL                     | ( )                           |
| CADENA INTERNACIONAL                | ( )                           |
| INDEPENDIENTES                      | ( )                           |
|                                     | NOMBRE: _____                 |
|                                     | DOMICILIO: _____              |
|                                     | TELEFONO: _____               |
| FECHA DE INICIO DE OPERACIÓN: _____ |                               |
| CAPTACION DE MERCADO:               | ( )% NACIONAL ( )% EXTRANJERO |



**IV. SERVICIOS ADICIONALES**

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1.- T.V.                       | 16.- Chapoteadero                          |
| 2.- Antena Parabólica o Cable  | 17.- Gimnasio                              |
| 3.- Aire Acondicionado         | 18.- Spa                                   |
| 4.- Room Service               | 19.- Marina                                |
| 5.- Servicio para Minosválidos | 20.- Renta de Caballos                     |
| 6.- Regalos y Tabaquería       | 21.- Renta de Equipo para Deporte Acuático |
| 7.- Florería                   | 22.- Grupo de Animadores                   |
| 8.- Boutique                   | 23.- Centro Ejecutivo                      |
| 9.- Arrendadora de Autos       | 24.- Estacionamiento                       |
| 10.- Agencia de Viajes         | 25.- Salón                                 |
| 11.- Salón de Belleza          | 26.- Servicio de Lavandería y Tintorería   |
| 12.- Campo de Golf             |  |
| 13.- Cancha de Tenis           |  |
| 14.- Área de Juego Infantiles  |  |
| 15.- Alberca                   |  |

**PARA USO EXCLUSIVO DE LA SECTUR**

|                            |  |              |
|----------------------------|--|--------------|
| _____                      | _____  |              |
| REVISADO Y RECIBIDO POR:   | FIRMA  |              |
| _____                      | _____  |              |
| LUGAR Y FECHA DE RECEPCION | Vo. Bo. RESPONSABLE DE AREA  |              |
|                            | <table border="1"><tr><td style="text-align: center;"><b>SELLO</b></td></tr></table> | <b>SELLO</b> |
| <b>SELLO</b>               |  |              |

|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>SECRETARIA DE TURISMO</b></p> <p><b>SUBSECRETARIA DE OPERACIÓN TURISTICA</b></p> <p><b>FORMATO DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO</b></p> |
| SECRETARIA DE TURISMO   | <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px;">RNT-2</div>  |

**ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**I. TIPO DE TRAMITE**

|                            |     |          |       |
|----------------------------|-----|----------|-------|
| INSCRIPCIÓN                | ( ) |          |       |
| CAMBIO DE NOMBRE COMERCIAL | ( ) | ANTERIOR | _____ |
| CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL     | ( ) | ANTERIOR | _____ |
| REPOSICIÓN                 | ( ) |          |       |

**II DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

|  |             |         |
|--|-------------|---------|
| NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO   |             |         |
| RAZÓN SOCIAL ( PERSONA FÍSICA O MORAL) |             |         |
| CALLE                                  | No          | COLONIA |
| MINICIPIO DELEGACIÓN                   |             | ESTADO  |
| TELÉFONO(S)                            |             | FAX:    |
| EMAIL                                  | SITIO WEB   |         |
| R.F.C.                                 | PROPIETARIO |         |

**III. TIPO DEL ESTABLECIMIENTO**

|                              |     |         |       |
|------------------------------|-----|---------|-------|
| <b>TIPO:</b>                 |     |         |       |
| CAFETERIA                    | ( ) | AFORO   | _____ |
| RESTAURANTE                  | ( ) |         |       |
| RESTAURANTE-BAR              | ( ) | HORARIO | _____ |
| BAR                          | ( ) |         |       |
| DISCOTEQUE O CENTRO NOCTURNO | ( ) |         |       |
| OTROS _____                  | ( ) |         |       |

**“Estudio del Equipamiento Turístico de la Comunidad de Chalma, para Proponer Estrategias que Contribuyan a la Mejora y Aprovechamiento en el Potencial del Turismo Religioso”**

|                           |     |               |
|---------------------------|-----|---------------|
| <b>UBICACIÓN:</b>         |     |               |
| TERMINAL DE TRANSPORTE    | ( ) | NOMBRE: _____ |
| HOTEL                     | ( ) | NOMBRE: _____ |
| ZONA ARQUEOLOGICA         | ( ) | NOMBRE: _____ |
| MUSEO                     | ( ) | NOMBRE: _____ |
| NINGUNO DE LOS ANTERIORES | ( ) |               |

**IV. TIPO DE OPERACIÓN**

|                                  |                  |                          |       |
|----------------------------------|------------------|--------------------------|-------|
| <b>DE SERVICIO:</b>              |                  |                          |       |
| EN LA MESA ( )                   | AUTOSERVICIO ( ) | MIXTO ( )                |       |
| <b>TIPO DE COMIDA:</b>           |                  | <b>ESPECIALIDAD:</b>     |       |
| INTERNACIONAL                    | ( )              | AVES                     | ( )   |
| PAIS O REGIONAL                  | ( )              | CARNES                   | ( )   |
| COMERCIAL                        | ( )              | PESCADOS Y MARISCOS      | ( )   |
|                                  |                  | VEGETARIANA              | ( )   |
|                                  |                  | MIXTA                    | ( )   |
|                                  |                  | OTRA                     | ( )   |
| <b>ESPECTACULO:</b>              |                  |                          |       |
| MUSICA VIVA                      | ( )              | MIXTO                    | ( )   |
| MUSICA GRABADA                   | ( )              | NINGUNO                  | ( )   |
| <b>CAPTACION DE MERCADO</b>      |                  |                          |       |
| NACIONAL                         | ( )              | EXTRANJERO               | ( )   |
| <b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b> |                  |                          |       |
| RESERVACIONES                    | ( )              | VALET DE ESTACIONAMIENTO | ( )   |
| AREA DE RECEPCION                | ( )              | AIRE ACONDICIONADO       | ( )   |
| MAITRE D'                        | ( )              | OTRO _____               | ( )   |
| ESTACIONAMIENTO                  | ( )              | _____                    |       |
| VALET DE ESTACIONAMIENTO         | ( )              | _____                    |       |
| AIRE ACONDICIONADO               | ( )              |                          |       |
| ESTACIONAMIENTO                  | ( )              | No. DE CAJONES           | _____ |

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| FECHA:                 | _____        |
| NOMBRE DEL SOLICITANTE | _____        |
| CARGO QUE DESEMPEÑA    | _____        |
|                        | _____        |
|                        | FIRMA: _____ |

**PARA USO EXCLUSIVO DE LA SECTUR**

|                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| _____<br>REVISADO Y RECIBIDO POR:   | _____<br>FIRMA                       |
| _____<br>LUGAR Y FECHA DE RECEPCION | _____<br>Vo. Bo. RESPONSABLE DE AREA |
|                                     | [ SELLO ]                            |



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



Oficio No. 046/2013  
Tenancingo, Méx. , a 17 de enero de 2013.

**C. JOSÉ LUIS LÓPEZ**  
**C. VICENTE MALDONADO TORRES**  
**DELEGADOS DE LA COMUNIDAD DE CHALMA**  
**P R E S E N T E .**

Por medio del presente reciban un cordial saludo y a la vez me permito informales que la C. Cynthia Lucero Torrez Rivera portadora del presente, es egresada de la Licenciatura en Turismo de este Centro Universitario UAEM Tenancingo, y se encuentra en el proceso de titulación con el trabajo denominado “Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma para proponer estrategias que contribuyan a su mejora y aprovechamiento del potencial del turismo religioso”; motivo por lo cual me permito solicitarles se le brinde el apoyo necesario para cumplir con esta actividad académica como es toma de fotografías de la comunidad, hoteles, casa de huéspedes, restaurantes y cocinas económicas.

Agradeciendo de antemano la atención que sirva dar al presente y en espera de una respuesta favorable, quedo como su más atenta y segura servidora.

**A T E N T A M E N T E**  
**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**  
**“2013, 50 Aniversario Luctuoso del Poeta Heriberto Henríquez”**

**M. en M. MARÍA ELENA DELGADO AYALA**  
**DIRECTORA DEL CENTRO UNIVERSITARIO**  
**UAEM TENANCINGO**

Recibi Original





**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



Oficio No. 110/2013  
Tenancingo, Méx. , a 27 de enero de 2013.

**C. MARCOS ROMERO MARTÍNEZ**  
**DELEGADO DE PLAZA NUEVA, OCUILAN**  
**P R E S E N T E .**

Por medio del presente reciban un cordial saludo y a la vez me permito informales que la C. Cynthia Lucero Torrez Rivera portadora del presente, es egresada de la Licenciatura en Turismo de este Centro Universitario UAEM Tenancingo, y se encuentra en el proceso de titulación con el trabajo denominado “Estudio del equipamiento turístico de la comunidad de Chalma para proponer estrategias que contribuyan a su mejora y aprovechamiento del potencial del turismo religioso”; motivo por lo cual me permito solicitarles se le brinde el apoyo necesario para cumplir con esta actividad académica como es toma de fotografías en hoteles y casa de huéspedes.

Agradeciendo de antemano la atención que sirva dar al presente y en espera de una respuesta favorable, quedo como su más atenta y segura servidora.

*Lucero*  
*Marcos Romero Martínez*



C.c.p.- Expediente/ MEDA/acg\*  
Minutario.

**A T E N T A M E N T E**  
**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**  
**“2013, 50 Aniversario Luctuoso del Poeta Heriberto Henríquez”**

*[Firma manuscrita]*



**M. en M. MARÍA ELENA DELGADO AYALA**  
**DIRECTORA DEL CENTRO UNIVERSITARIO**  
**UAEM TENANCINGO**

Centro Universitario  
UAEM Tenancingo





**DELEGACIÓN MUNICIPAL DE PLAZA NUEVA**  
**2009 – 2012**  
**Municipio de Ocuilán**



PLAZA NUEVA OCUILAN, MÉXICO A 27 DE ENERO DEL 2013.

Asunto: PRESENTACIÓN

Dependencia: DELEGACIÓN MUNICIPAL

A QUIEN CORRESPONDA

PRESENTE

Por medio del presente, quien suscribe, C. Marcos Romero Martínez, Delegado Municipal de la Comunidad de Plaza Nueva Ocuilán, México, me permito informar, que la Señorita **Cynthia Lucero Torrez Rivera**, quien es egresada de la Licenciatura en Turismo, dependiente del Centro Universitario de Tenancingo de la UAEM, quien está escribiendo su Tesis sobre la actividad turística en Chalma, se ha dirigido para informarnos del levantamiento de datos, que consiste en toma de fotografías en las casa de hospedaje y hoteles, por lo que, se le solicita se le brinden las facilidades necesarias, en el entendido, que se ha identificado plenamente y contamos con la justificación debida respaldada por las autoridades universitarias.

Sin más que agregar, y a petición de la interesada, quedo a sus órdenes en la explanada de la Delegación Municipal; encaso requerir confirmar información al siguiente 017141910239 y 045 7221599377.

ATENTAMENTE

*Marcos Romero Martínez*  
P. EN F. MARCOS ROMERO MARTINEZ  
PRIMER DELEGADO



C.P. ARCHIVO



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS

OBJETIVO: Analizar el equipamiento turístico de la comunidad de Chalma con el objeto de proponer estrategias para su mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso.

Edad \_\_\_\_\_

Sexo \_\_\_\_\_

Escolaridad \_\_\_\_\_

Procedencia \_\_\_\_\_

1. ¿Considera la comunidad de Chalma un lugar con potencial turístico?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Por qué?
2. ¿Considera que el equipamiento turístico de esta comunidad es?  
Suficiente \_\_\_\_\_ Insuficiente \_\_\_\_\_
3. ¿Cómo considera el servicio del equipamiento turístico de este lugar?  
Excelente \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Pésimo \_\_\_\_\_  
Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_
4. ¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento de este lugar?  
Excelente \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Pésimo \_\_\_\_\_  
Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_
5. ¿Cómo calificaría el servicio de alimentos de esta comunidad?  
Excelente \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Pésimo \_\_\_\_\_  
Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_
6. ¿Cree que la comunidad de Chalma cuente con problemas de insalubridad?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Por qué?
7. ¿Usted sabe si la comunidad de Chalma cuenta con servicios como:  
Información \_\_\_\_\_ Guías \_\_\_\_\_  
Primeros Auxilios \_\_\_\_\_ Guarderías \_\_\_\_\_  
Estacionamientos \_\_\_\_\_
8. ¿El servicio de transporte turístico con el que cuenta la comunidad es?  
Suficiente \_\_\_\_\_ Insuficiente \_\_\_\_\_
9. ¿Ha quedado satisfecho con el servicio del equipamiento turístico de esta comunidad?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Por qué?
10. ¿Qué estrategias propone para la mejora del equipamiento turístico en Chalma?

---- GRACIAS ---



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS**

**OBJETIVO:** Analizar el equipamiento turístico de la comunidad de Chalma con el objeto de proponer estrategias para su mejora y aprovechamiento en el potencial del turismo religioso.

1. ¿Cuentan con señalización?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

2. ¿Horarios en qué prestan el servicio?

3. ¿Cuál es la temporada en que abren?

Semana \_\_\_\_\_ Fines de semana \_\_\_\_\_ Ferias \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es el cupo del estacionamiento?

5. ¿Cuál es la cuota que cobran por auto?

6. ¿Hacen uso de tickets?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es la captación de autos al día?

8. ¿Ofrecen algún servicio complementario?

Auto lavado \_\_\_\_\_ Sanitario \_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_

---- GRACIAS ---

## FOTOGRAFÍAS DE LA COMUNIDAD DE CHALMA

TÍTULO: Fachada del Exterior del Santuario del Señor de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Interior del Santuario del Señor de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Arco de la Bienvenida de la peregrinación de Santa María Rayón.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Peregrinación de San Francisco, Ixtlahuaca Estado de México.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Peregrinación de San Pablo Atotonilco, Estado de México.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Ciclistas de Atacomulco, Estado de México.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

*“Estudio del Equipamiento Turístico de la Comunidad de Chalma, para Proponer Estrategias que Contribuyan a la Mejora y Aprovechamiento en el Potencial del Turismo Religioso”*

---

TÍTULO: Parque Agua de Vida, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Parque Agua de Vida, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Parque Agua de Vida, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Hospedería, Terraza de los Peregrinos, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Dulces típicos, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Artículos religiosos, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

## FOTOGRAFÍAS DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO DE CHALMA

TÍTULO: Habitación de hotel en malas condiciones, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Habitación de hotel, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Habitación de hotel, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Habitación de hotel, Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Restaurante en la comunidad de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Restaurante en la comunidad de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

*“Estudio del Equipamiento Turístico de la Comunidad de Chalma, para Proponer Estrategias que Contribuyan a la Mejora y Aprovechamiento en el Potencial del Turismo Religioso”*

---

TÍTULO: Puestos de comida en la comunidad de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Puestos de comida en la comunidad de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Ambulancia del SUEM.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Río de la comunidad de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.

TÍTULO: Bolsas con basura a un costado del Santuario del Señor de Chalma.



Fuente: Trabajo de campo, 2013.