

Turismo regional de Sombrerete

Monica Ramos-Amador ¹, Martha Bretado-Lobatos¹, and Juan Padilla-Cruz¹

¹Instituto Tecnológico Superior Zacatecas Occidente

4 de diciembre de 2018

1.

2. Resumen

2.0.1.

A continuación se presenta la investigación de turismo regional del municipio de Sombrerete donde se investigó cuál es el porcentaje de la población Sombreretense que conoce su cultura y sus productos nativos con el fin de analizar cuál es el grado de conocimiento de la población sobre su lugar de origen, además para saber porque las personas no se interesan por completo acerca de su cultura y deducir que es lo que origina este fenómeno, utilizamos la aplicación de encuestas diseñadas para conocer estadísticamente su opinión y el contacto de los habitantes con la cultura, usamos el método aleatorio simple, este tipo de muestreo se utiliza cuando se conocen todos los elementos que conforman la población. Cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido para formar parte de la muestra, es decir, tomando sujetos al azar para la aplicación de la encuesta. La manera en que aplicaremos dichas encuestas será de forma electrónica y directa a los diferentes encuestados para que el costo del proyecto sea menos elevado.

2.0.2.

2.0.3.

3. Agradecimientos

3.0.1.

El desarrollo de este proyecto no se pudo haber logrado sin los invaluable conocimientos de Dr. Fernando Favela Rosales ya que nos facilitó la información necesaria para logra el objetivos de esta investigación.

Un agradecimiento a nuestras familias quienes nos proporcionaron recursos importantes tanto económicos como materiales, sin su ayuda esto no se habría logrado.

Gracias a la Secretaría de Turismo del municipio de Sombrerete que nos brindó información sobre la cultura del municipio.

4.

5. Introducción

En el presente documento se investigó ¿Qué porcentaje de los habitantes conoce la cultura Sombreretense? Y ¿Qué porcentaje de habitantes conoce los productos nativos de la región?

Analizamos antecedentes previos de investigaciones similares, utilizando encuestas aplicadas a cierto número de residentes del lugar a investigar para conocer acerca de los conocimientos que tienen acerca de este. Con la presente investigación se pretende impulsar el conocimiento de los habitantes sobre la cultura, la historia del lugar, costumbres y tradiciones de Sombrerete recalando la importancia de fomentar y preservar la cultura, además de hacer conciencia de lo indispensable que es conocer los atractivos turísticos del lugar donde residen ya que son una fuente de trabajo debido a que Sombrerete es considerado pueblo mágico.

6. Generalidades del proyecto

6.1. Descripción del problema

Actualmente México se encuentra en la [séptima posición de lugares más visitados por turistas a nivel mundial](#) Por esta razón, es inexplicable que Zacatecas sea uno de los estados menos visitados por los turistas, ya que tiene varios municipios considerados pueblos mágicos, siendo uno de ellos Sombrerete. Consideramos que un factor importante es que los habitantes de Sombrerete desconocen su cultura e historia y por ende no pueden promocionar el pueblo mágico. El turismo arrastra gran porcentaje de desarrollo económico, por tal motivo es una necesidad conocer la importancia, creando conciencia en los mismos habitantes de lo importante que es conocer la cultura Sombreretense.

7.

7.1. Planteamiento del problema

¿Qué porcentaje de los habitantes conoce la cultura Sombreretense?

¿Qué porcentaje de habitantes conoce los productos nativos de la región?

8.

9. Objetivos

9.1. Objetivo general

Conocer qué porcentaje de la población Sombreretense conoce los lugares turísticos y productos nativos.

9.2.

9.3. Objetivos específicos

Conocer el por qué de el desconocimiento y conocimiento de los habitantes sobre la cultura del municipio.

Conocer en que barrios del municipio hay un mayor conocimiento.

9.4.

9.5. Hipótesis

El 80 por ciento de la población desconocen y no tienen ningún interés por conocer la historia del lugar donde habitan,

Entre ese 80 por ciento el 60 por ciento son jóvenes que no tienen la motivación de conocer más sobre su municipio, ya que la mayoría desea salir a otros lugares.

9.6.

9.7. Justificación

Consiente del impacto económico que atrae el turismo y los beneficios que obtienen los lugares con mayor índice de éste, es importante reconocer los atractivos turísticos de nuestra región para saber cómo explotarlos.

Como sociedad es fundamental transmitir los conocimientos de nuestro municipio hacia personas externas a éste para que ellos conozcan sus maravillas arquitectónicas, naturales y culturales.

10.

11. Marco teórico

11.1. Antecedentes

De acuerdo al artículo (PAVÓN, 2015) “Los grandes problemas urbanos y regionales generados por el modelo de desarrollo capitalista industrial en México, y el consecuente proceso de urbanización del país, no se resolvieron bajo un modelo de acumulación soportado en la intervención del Estado. La crisis del modelo y la implementación del ajuste estructural Neoliberal a partir de 1982, planteó nuevas formas de acumulación y la inserción del país en el proceso de globalización, que han derivado en nuevos fenómenos territoriales que agudizaron los profundos rezagos históricos del sistema urbano nacional”.

Por ello centra su atención en particular en el objetivo de presentar un análisis del proceso de evolución y desarrollo de la ciudad de Cancún, Su interés se centra en conocer y analizar los cambios y transformaciones de esta ciudad turística, los componentes de su estructura urbana y en especial identificar las condiciones materiales de vida de la población residente en los espacios no-turísticos y su relación con la actividad económica predominante; destacando cómo la ciudad turística nace dividida, y la segregación socioespacial se convierte en una condición que pasa a formar parte del funcionamiento y convivencia cotidiana de los pobladores con la “otra forma de vida”, el turismo.

Considera que, en América Latina, con la decisión de los Estados nacionales de invertir mediante la planificación para enfrentar los problemas de las disparidades regionales y de integración económica-territorial que habían derivado de un proceso de industrialización centralizado en ciertas regiones de los países, se impulsó el turismo como vía para el desarrollo de aquellas regiones que no se habían visto beneficiadas por la política de desarrollo.

Los polos turísticos en sus tres generaciones de implantación, se orientaron a un mejor posicionamiento del producto turístico, implantando como modelo dominante el enclave turístico, donde el patrón consistente y sistemático del desarrollo de turismo, auspiciado generalmente por el Estado, se hace con la visión de tomar a éste como una actividad estratégica para el desarrollo. Según este autor, éste fue, desde sus orígenes, un modelo que tuvo un sesgo evidente hacia el turismo internacional reservando al turismo nacional para los “tiempos difíciles”.

11.2. Marco conceptual

De acuerdo a ([Vázquez-Barquero](#)), el desarrollo económico local o desarrollo regional puede definirse como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o región.

Si la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, nos encontramos ante un proceso desarrollo local endógeno ([Vázquez-Barquero](#)).

Por otro lado, la teoría de ([Javier Deslgadillo Macías, 2001](#)), sostiene que el desarrollo regional es un concepto inherente a la transformación de las regiones. Un proceso y un fin en las tareas de administración y promoción del crecimiento y el bienestar del país.

De acuerdo con [La Organización Mundial del Turismo](#) 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 y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. [A. Bull \(1994\)](#) señala que el turismo es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos de donde viven habitualmente. Por lo tanto el turismo genera movimiento en el ámbito económico de los lugares visitados forjando un desarrollo. En general estas definiciones contemplan como ambos estudian cuáles son las técnicas más eficaces para captar la mayor cantidad posible de turistas, es decir, de quienes elaboran y consumen planes de desplazamiento de ida y vuelta. El economista suizo [Edmund Guyer-Freuler \(1905\)](#) reflexionó sobre este tema, como muestra la frase siguiente: «El turismo, en sentido moderno, es un fenómeno de nuestro tiempo que se explica por la necesidad creciente de descanso y de cambios de aires, por la aparición y desarrollo del gusto por la belleza del paisaje, por la satisfacción y el bienestar que se obtienen de la naturaleza virgen, pero, muy especialmente, por las crecientes relaciones entre pueblos diferentes, por el aumento de empresas a que da lugar el desarrollo del comercio, la industria y las profesiones y por el perfeccionamiento de los medios de transporte».

11.3. Marco referencial

En la investigación (Toselli, 2006) nos dice “Frente a la tendencia del fenómeno de la globalización se genera, por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también, resignificar el patrimonio como factor de unidad. Y por el lado de los grupos visitantes, aparece una renovación por el interés hacia la cultura, la cual ha generado nuevas modalidades, entre ellas el turismo cultural”.

Es importante destacar el especial énfasis puesto en la importancia de la participación local, ya que es esencial dar la oportunidad a los residentes para decidir sobre la planificación y desarrollo del turismo en su lugar de residencia. De esta manera, se tendrán expectativas realistas sobre lo que se puede esperar, habrá más motivaciones para proteger el entorno cultural y natural, se percibirán como beneficios las mejoras obtenidas gracias a esta actividad.

Los recursos turísticos que posee una comunidad son, recursos comunitarios. Es decir, que si bien en una localidad puede existir un patrimonio cultural y natural con el suficiente atractivo como para generar una corriente de visitantes, este patrimonio tiene que formar parte, también, del disfrute propio de los ciudadanos. Esto implica una ‘apropiación’ diferente del patrimonio por parte de la localidad

Por esta razón es necesario proteger las costumbres y estilos de vida de la comunidad y contribuir al enriquecimiento de la experiencia turística.

Por otra parte en la investigación de (Pérez, 2012) realizaron una investigación con el objetivo de identificar, si la forma de ser del boyacense, unido a la falta de conocimiento sobre historia, cultura, patrimonio, entre otros, pueden ser algunos de los impedimentos del desarrollo del turismo. A través de encuestas y entrevistas a turistas, historiadores y operadores turísticos, se ha determinado, que el boyacense (Nativo en Boyacá-Colombia) es muy amable y servicial con los visitantes, pero le falta conocimiento específico y mejorar el trato y el servicio, para promocionar mejor su turismo. Como resultado de las encuestas y entrevistas a turistas y operadores turísticos, de ésta investigación, se ha determinado que el boyacense es muy amable y servicial con los visitantes, pero le falta orientación del servicio y conocimiento específico para promocionarlo mejor. Es una persona que no quiere mostrar su imaginario e identidad cultural, en su totalidad, tal vez por temor a que no se le aprecie con la suficiente importancia, buscando aparentar parecerse al turista, quizá para agradarle.

Nuestra investigación pretende conocer el grado de conocimiento de los pobladores de Sombrerete Zacatecas sobre los productos, historia y zonas turísticas del municipio ya que en la investigación hecha en Argentina nos dice que es importante que los locales participen en el cuidado de las costumbres culturales, sus productos y el disfrute de su patrimonio.

Sin embargo si los ciudadanos no conocen muchas cosas típicas y culturales del municipio no es posible que se les vea el interés en la conservación del patrimonio del municipio además de que la actitud es un factor que influye en la promoción del lugar y si a ellos no les interesa es probable que a potenciales turistas tampoco.

12. Metodología

12.1. Población

Se tomó en cuenta datos obtenidos de INEGI los cuales correspondían al número de pobladores que habitan en la cabecera municipal(19,353), posteriormente se utilizó la fórmula de aleatorio simple para sacar una muestra representativa el cual nos arrojó un total de 377 con un grado de confianza de 95% con un margen de error del 5%. Para llevar a cabo la aplicación de encuestas.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + z^2 \cdot p \cdot q} = 377$$

$$N = 19,353$$

Figura 1: Muestra

Donde:

n es el tamaño de la muestra.

Z es el nivel de confianza.

p es la variabilidad positiva.

q es la variabilidad negativa.

N es el tamaño de la población.

E es la precisión o error.

13. Tipo de estudio

13.1. Tipo de investigación

Los objetivos propuestos en este trabajo se realizarán, por medio de una investigación mixta (cuantitativa y explicativa) mediante la realización de varias encuestas enfocadas al sector turístico, aplicadas a una determinada muestra de la población del municipio de Sombrerete, utilizando el muestreo aleatorio simple.

13.2.

13.3. Descripción de instrumento

Los encuestados, serán residentes del municipio, por lo cual su opinión es muy importante y valiosa para determinar una estimación del interés por la cultura del lugar.

A continuación se muestra el perfil de los encuestados:

Se encuestara a personas residentes de diferentes zonas de la cabecera municipal, los encuestados serán adultos y jóvenes entre la edad de 17 a 60 años, encuestados con sexo indistinto

Las preguntas planteadas fueron de opción múltiple basadas en un guión previamente elaborado. Concretamente se plantearon siete preguntas sobre el tema, de manera que fuera rápido el proceso de respuesta de los encuestados.

13.4.

13.5. Procedimiento de recolección

Los resultados de la encuesta fueron almacenados mediante Google Forms y posteriormente fueron manipulados con la herramienta ofimática Google Drive. Las encuestas fueron aplicadas en los Barrios del pueblo, enfocandonos más en la Zona centro en donde las personas del municipio de todas las zonas geográficas de Sombrerete recurren frecuentemente, con la finalidad de obtener información de distintas fuentes para observar las diversas opiniones de los encuestados. Las encuestas fueron aplicadas los días 18 al 24 del mes noviembre del año 2018, los encuestadores se distribuyeron por la zona para recabar la información y posteriormente ser analizada.

14. Resultados obtenidos y discusión

En la figura 2 se muestra que, decidimos entrevistar a los encuestados en sus respectivos Barrios, enfocándonos más en la Zona centro, ya que pensamos que habría más gente con mayor conocimiento sobre el municipio, puesto que en esos lugares residen las personas que llevan más años viviendo en el municipio, lo cual si sucedió.



Figura 2: IndiqueCuál es su Zona Geográfica dentro del municipio de Sombrerete

En las figuras 3 y 4 se puede apreciar que la mayoría de los encuestados con un 42.2% están entre los 19 a 35 años, siguiéndolo menores de 18 años y la mayoría son mujeres, ya que entrevistamos a numerosas amas de casa, lo que suponemos a que en muchas ocasiones son las que atienden la puerta, o mandan a sus hijos a hacerlo.

385 respuestas

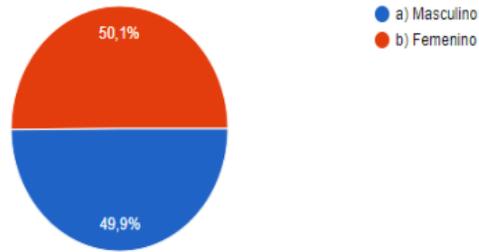


Figura 3: Género

385 respuestas

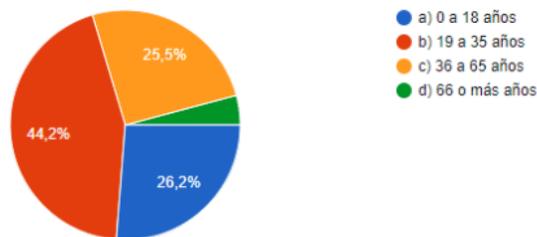


Figura 4: ¿Qué edad tiene?

En la figura 5 se puede observar que las Brujitas y la Birria son los alimentos más conocidos, esto se puede deber a que estos productos se venden en restaurantes y con personas que son muy conocidos por la población de Sombrerete y llevan años en el mercado, por lo que la publicidad la hacen los mismos clientes, pasándola generación tras generación, además de que la misma entidad se ha encargado de darle publicidad a las Brujitas, remarcando constantemente que son productos típicos del pueblo.

Es importante resaltar que la mayoría de las encuestas sí mostraron un alto conocimiento sobre las comidas típicas del municipio y solo el 1.6% mostró su desconocimiento.

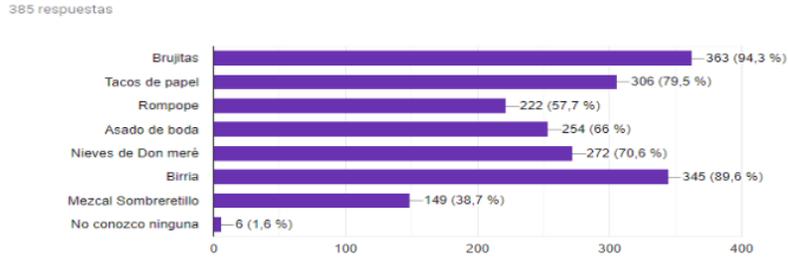


Figura 5: De los siguientes productos gastronómicos señale aquellos que conozca

En la figura 6 se puede ver que 89.4% de los encuestados muestran su conocimiento sobre los templos virreinales. Este hallazgo se puede deber a que la sociedad del pueblo es predominantemente católica y es común que asistan o hayan asistido alguna vez a las ceremonias que se ofrecen en estos templos.

Posteriormente Sierra de Órganos obtuvo 88.6% de personas que la conocen, creemos que se debe a que es el parque más cercano para convivir con amigos o familia y gratuito, además de que cuando se menciona Sombrerete gracias a la publicidad, se viene a la mente Sierra de Órganos.

Pensamos que es gracias a la publicidad que la misma comunidad hace, por la que estos lugares son más conocidos ya que no hacen mucha referencia en sus campañas de marketing sobre los otros lugares que aparecen aquí.

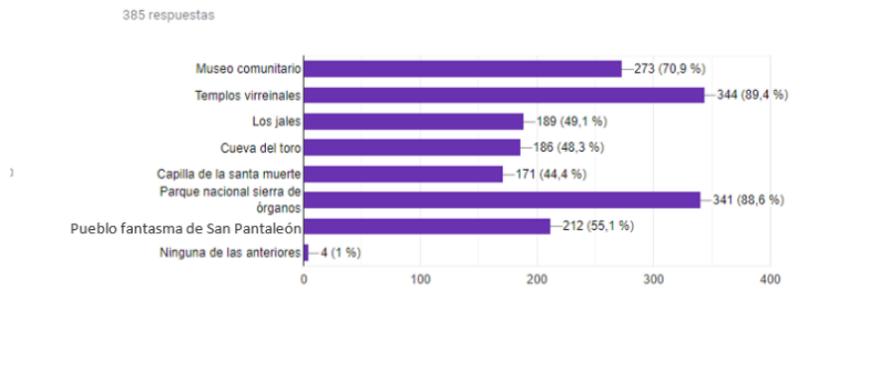


Figura 6: De las siguientes opciones señale aquellos lugares que conozca

En el gráfico 7 el 60% de los encuestados respondió que no conocía ninguna actividad económica que se practica en el pueblo, lo cual es probable que se deba a que solo un pequeño porcentaje de los habitantes practica alguna de las actividades plasmadas en el instrumento, además de que no hay la suficiente publicidad para conocer y poder adquirir alguno de los objetos que se fabrican.

Es sorprendente, que sí, hayamos encontrado a varias personas que conocen las otras actividades considerando que aún no es común encontrar a tiendas donde se adquieran estos productos y que se mencione que son hechos de manos sombreretenses, Si embargo varias de las personas que mostraron su conocimiento sobre estas, fueron en los barrios del centro (La soledad, Santo Domingo, Zona centro, La cueva).

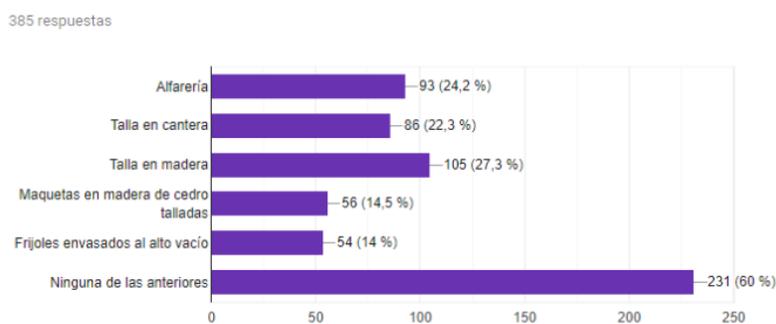


Figura 7: De las siguientes actividades económicas señale aquellas que conozca

En la figura 8 se puede ver que las dos festividades más conocidas son la feria regional de la Candelaria y la feria del Aniversario de Sombrerete, lo que se puede deber a que son las fiestas más importantes de la ciudad, tienen mucha publicidad tanto de los organizadores como de los pobladores, son hechas en lugares de fácil acceso y se han convertido en una tradición que se realiza año con año.

Los encuestados con un 54.4% respondieron una de las festividades que conocen es el Festival de San Pantaleón, una diferencia un poco grande a diferencia de la festividad más conocida, creemos que se debe a que la comunidad no organiza eventos de interés general para todas las edades para que las personas quieran asistir.

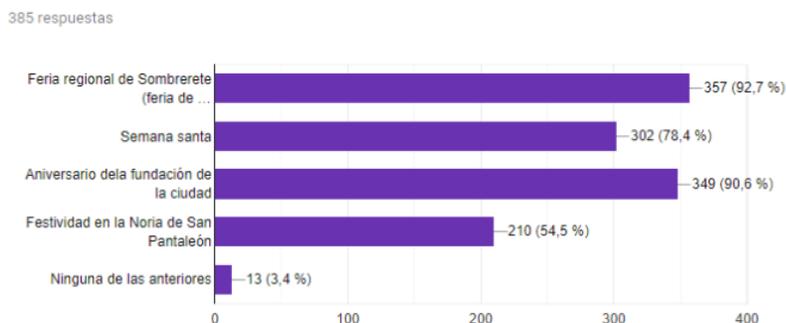


Figura 8: De las siguientes festividades señale aquellas que conozca

En el gráfico 9 la mayoría de los encuestados, el 57% respondió que no conocía la fecha de la fundación de Sombrerete Zacatecas, esto se puede deber a que comúnmente nadie del entorno social, familiar o en escuelas se habla o se enseña de la historia de la ciudad, y ya que ésta no es una fecha que afecte de alguna forma a los pobladores en sus vidas diarias, es menos probable que les interese este dato.

El 21% de los encuestados acertó en el siglo pero algunos de ellos no conocían la fecha exacta, sin embargo si se acercaban.

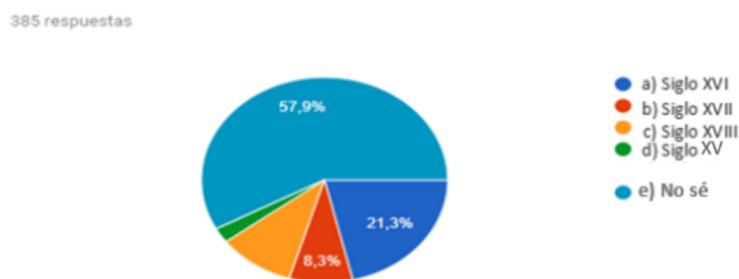


Figura 9: ¿En qué siglo fue fundado Sombrerete, Zacatecas?

En la gráfica 10 el 43.4% de los encuestados respondió que no conocían el nombre anterior de Sombrerete Zacatecas, igual que en la gráfica anterior no son hechos que afecten a los

ciudadanos, pensamos que no es importante para ellos conocer ese dato, no obstante es mínima la diferencia de las personas que no conocen el nombre y las que sí lo conocen.

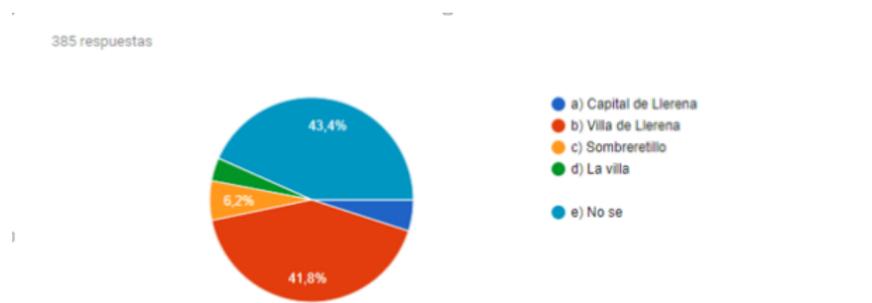


Figura 10: ¿Cuál era el nombre anterior de Sombrerete, Zacatecas?

En la figura 11 se pudo observar que el 59% de los encuestados no conocen la fecha en la que fue fundado el Pueblo, es probable a que se deba a que en general muchas personas no recuerdan fechas exactas y menos cuando no son de su interés personal, además no hay una celebración que conmemore ese día.

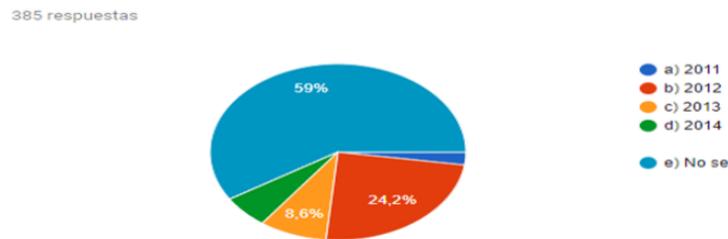


Figura 11: ¿En qué año fue declarado Sombrerete como pueblo mágico?

15. Conclusiones

La mayoría de los encuestados tiene un alto nivel de conocimiento en las comidas típicas, debido a que tienen un acercamiento constante gracias a que son alimentos comunes en el municipio que se pueden encontrar fácilmente.

La mayoría de los conocimientos por parte de los pobladores se basan en que son productos, festividades y lugares que son de fácil acceso y que la misma comunidad se ha encargado de mantener una constante difusión sobre ellos generación tras generación. Además de que la publicidad que se genera siempre hace referencia a las mismas cosas como parte de Sombrerete, dándoles más prioridad, por ejemplo a sierra de Órganos, Feria de la Candelaria y Brujitas en los folletos en carteles y videos.

Al festival de San Pantaleón no le dan la misma difusión que a otras fiestas, el gobierno no coopera tiempo y dinero en organizar eventos de interés hacia los pobladores, al mismo tiempo en lugares como los Jales y cueva del toro, aunque se saben que existen, no se invierte en hacerlos más atractivos.

Años atrás el gobierno no colaboraba en dar a conocer las artesanías del pueblo, y ya que no es común que pobladores se dedican a esto, es entendible que no conozcan mucho sobre este tema.

Actualmente se están difundiendo más las artesanías del pueblo, abriendo espacios en lugares céntricos donde se pueden encontrar, esperando que en unos años se conozcan más.

Los conocimientos de los encuestados en base a datos sobre la historia del pueblo pueblo fueron escasos, debido que comúnmente no es un tema de conversación y a la comunidad no le afecta esto, por lo que no es algo de lo que se preocupen.

Por lo tanto la hipótesis es correcta, ya que la mayoría de los encuestados, en especial los jóvenes no tenían el conocimiento sobre datos de historia general del municipio.

Referencias

- José Gasca Zamora Javier Deslgadillo Macías, Felipe Torres Torres. El desarrollo regional de México en el Vértice de dos milenios. 2001.
- OCTAVIO CASTILLO PAVÓN. EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESARROLLO REGIONAL: EL CASO DE QUINTANA ROO, MÉXICO. 2015.
- Patricia Pinilla Pérez. Factores socio-culturales que intervienen en el desarrollo turístico de Boyacá (Colombia). *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(1):197–203, 2012. doi: 10.25145/j.pasos.2012.10.019. URL <https://doi.org/10.25145%2Fj.pasos.2012.10.019>.
- Claudia Toselli. Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4(2):175–182, 2006. doi: 10.25145/j.pasos.2006.04.012. URL <https://doi.org/10.25145%2Fj.pasos.2006.04.012>.
- Antonio Vázquez-Barquero. Local development. In *Handbook of Local and Regional Development*. Routledge. doi: 10.4324/9780203842393.ch42. URL <https://doi.org/10.4324%2F9780203842393.ch42>.