

RELACIÓN ENTRE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y MONUMENTOS HISTÓRICOS: CASO GUAYMAS, SONORA

Aurora Galán Tautimes, Universidad Estatal de Sonora
Reyna Isabel Ochoa Landín, Universidad Estatal de Sonora
Elsa Isabel Montaña Martínez, Universidad Estatal de Sonora

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es conocer la relación que existe entre los monumentos históricos, la promoción turística de Guaymas y cómo los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Estatal de Sonora la perciben; así mismo corroborar la efectividad de los medios tecnológicos en la difusión del Puerto de Guaymas como un destino turístico. Guaymas se ha promocionado con interés turístico y como destino de sol y playa desde 1945, en ese sentido reconocemos la importancia económica que el turismo tiene para el puerto y estamos conscientes que la demanda de destinos está relacionada con la promoción que se hace de los mismos. Sin embargo, desconocemos cual ha sido el enfoque que ha guiado la promoción del puerto, en consecuencia esta indagación se orienta en conocer la relación del patrimonio natural y cultural con la promoción turística. Los atractivos turísticos de Guaymas fueron clasificados mediante un análisis descriptivo; los participantes de la encuesta consideraron a los edificios históricos y las playas como los principales atractivos que motivan la demanda del Puerto como destino turístico; sin embargo el grupo focal puntualizó la falta de promoción en todo sentido, principalmente por parte del Gobierno.

PALABRAS CLAVES: Guaymas, Turismo Cultural, Promoción, Patrimonio y Gobierno

RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM PROMOTION AND HISTORICAL MONUMENTS, CASE OF STUDY: "GUAYMAS, SONORA"

ABSTRACT

This study determines the relationship between historical monuments and tourist promotion of Guaymas and the way it is perceived by bachelor students of Tourism Business Administration from Sonora State University, Universidad Estatal de Sonora. This study also corroborates technological media effectiveness to advertise Guaymas harbour as a tourist destination. Guaymas has been promoted as a tourist destination and as a sun and beach destination since 1945. In that regard, we recognize the economic importance of tourism to the port and we are aware that demands for destinations and their promotions are closely related. However, we do not know the approach which has guided such promotion. Therefore this research identifies the relationship between natural and cultural heritage and tourist promotion. Tourist attractions in Guaymas were categorized by mean of a descriptive analysis. Survey participants considered the historic buildings and beaches as the Port's main attractions which motivate the demand of the Port as a tourist destination. Nevertheless, the focus group pointed out the lack of promotion in all respects, mainly by the government.

JEL: M30

KEYWORDS: Guaymas, Cultural Tourism, Promotion, Heritage, Government

INTRODUCCIÓN

La constante evolución del Turismo en respuesta a las demandas del mercado y los impactos socioculturales, económicos y medioambientales que esta actividad genera nos lleva a la búsqueda del conocimiento para una mayor comprensión del fenómeno y una pertinente intervención.

Se analiza el caso de la Ciudad y Puerto de Guaymas, Sonora; principal puerto turístico y de altura del Noroeste del país al cual arribaron barcos mercantes, veleros y barcos de vapor de diferentes nacionalidades. De ellos descendieron personas que se establecieron en el puerto y con ellos su cultura en diversas manifestaciones. En 1539 Francisco de Ulloa toma posesión del puerto en nombre del Rey de España hecho que implica una posterior colonización y desarrollo, parte de los recursos culturales del puerto son los 41 monumentos históricos según el inventario del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), sin embargo se encuentran en mal estado de conservación y en riesgo de perderse.

Por lo que respecta al Turismo, el puerto se ha promocionado como destino de sol y playa desde 1945, con esa finalidad el Gobierno Municipal y Estatal han utilizado diferentes instrumentos y estrategias de promoción, sin embargo el énfasis se hace sobre los mismos atractivos turísticos. Lo que nos lleva a una pregunta obligada. ¿En esa dirección quieren orientar la mirada del turista? ¿Y que hay respecto a la posibilidad de aprovechamiento turístico de los monumentos históricos del puerto? Porque no se contempla la posibilidad del turismo cultural como una estrategia de conservación de los monumentos.

Si no es así, entonces, ¿qué hacer o como plantear el aprovechamiento del patrimonio cultural? Con otro enfoque pero una mirada conservacionista Cortés (2002) parte de la consideración que el patrimonio cultural es un recurso turístico y que esta actividad debe aportar a la protección, el mantenimiento y la mejora del medio ambiente urbano, en el cual se encuentra inserto el patrimonio y para lo cual es necesario retener una parte de los recursos económicos generados por el negocio turístico.

Es importante señalar que el gobierno local tiene competencia sobre la ordenación turística de su territorio, sin embargo el mismo ha estado ausente de la producción turística de interés cultural, pensamos que esto se debe a que precisa de revitalización económica e inversión en la recuperación patrimonial. Por lo que respecta a la promoción, si bien es importante orientarla a la comunidad tal y como lo propone Sánchez (2004) no debe dejarse de lado el mercado turístico cultural el cual puede ser atendido a través del uso del Internet como lo señalan las tendencias.

El panorama descrito pone en evidencia que la decisión sobre qué conservar, promover y el cómo ofertarlo está bajo el criterio de las autoridades, como señala Rolla (2000:13-15) (...”entre la voluntad del particular y el bien se interpone la voluntad del Legislador que determina los modos de disfrute”).

En razón de lo anterior se planteó el siguiente Objetivo General: Conocer la relación que existe entre los monumentos históricos y la promoción turística de Guaymas; y como los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas de la UES la perciben; corroborando la efectividad de los medios tecnológicos como las páginas web y las redes sociales.

La metodología a utilizar busca respuestas a estos planteamientos y se enfoca en un estudio de tipo descriptivo y cualitativo. Las estrategias adoptadas para el proceso son: un cuestionario aplicado durante el semestre 2012-2 a alumnos de primero, tercero, quinto y séptimo semestre del Programa Educativo de Administración de Empresas Turísticas y originarios del Puerto de Guaymas; un grupo focal realizado con alumnos de segundo y cuarto semestre del mismo Programa Educativo y finalmente, un análisis-evaluación del contenido, estructura e interactividad de las páginas web de promoción turística, nacional, estatal y regional; esto con base en las “características más importantes de una página web” de acuerdo a Philip Kotler (2011) y recomendaciones del Consejo de Promoción Turística de México.

Finalmente, los descubrimientos indican la necesidad de que las autoridades federales, estatales y municipales específicamente, revisen y replanteen el desarrollo del Turismo en Guaymas de manera que

les permita no solamente revertir sobre aquello que no se ha hecho y cumplir con la normativa como lo establece la Ley, sino cambiar la mirada y los hechos, y orientarlos a un futuro que le permita la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales. Las evidencias sumadas a estos señalamientos dejan abierta su interpretación.

Objetivo General

Conocer la relación que existe entre los monumentos históricos y la promoción turística de Guaymas; y como los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Estatal de Sonora la perciben; corroborando la efectividad de los medios tecnológicos como las páginas web y las redes sociales.

REVISIÓN LITERARIA

Presentación: Guaymas

“El pasado es todavía un factor clave en la capacidad de atracción de los entornos turísticos actuales” Medina (2006). En el Mar de Cortés se localiza la Ciudad y Puerto de Guaymas, Sonora; principal puerto de altura del Noroeste del país. Con la llegada de barcos mercantes, veleros y barcos de vapor de diferentes nacionalidades arribaron personas que se establecieron en el puerto y con ellos su cultura en diversas manifestaciones. En 1539 Francisco de Ulloa toma posesión del puerto en nombre del Rey de España hecho que implicó una posterior colonización y desarrollo. Galán (2011) En consecuencia, viajeros, comerciantes, evangelizadores, funcionarios de gobierno, militares y colonos no solamente se establecieron sino que transitaban por el puerto.

Producto de este fenómeno social son los 41 monumentos históricos de acuerdo al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) su construcción corresponde a los siglos XIX y XX. Actualmente algunos están destinados como casa-habitación, templo, museo y edificios públicos, pero la gran mayoría se encuentran deshabitados, en mal estado de conservación y en riesgo de perder Galán (2011).

Desde siempre el patrimonio ha generado una atracción en el hombre y ha motivado su aprovechamiento, la arquitectura es uno de los recursos más solicitado por los pioneros en la práctica del turismo. “A pesar de que Herodoto intenta recrear la historia pasada de los egipcios y de otras culturas que él visita, se siente especialmente proclive a describir los monumentos que él observa” Ribagorda (2000).

Patrimonio y Gobierno: Pero, ¿qué es el patrimonio hoy en día? Se trata de “uno de los recursos no renovables más importantes del mundo” por lo que se “requiere trabajar por superar el desbalance entre nuestras necesidades y su protección Martorell (2010). Ribagorda (2000) lo concibe como el legado que nos dejaron nuestros antecesores en el tiempo y en el espacio como algo tangible que aflora de la tierra y nos muestra las obras que nos comunican percepción y sentimiento, dado que se ve, se toca y trasmite impresiones al que contempla los restos, normalmente arquitectónicos, que se encuentran sobre el terreno. Un concepto amplio ofrece Urry (2004) “Es patrimonio cultural las obras de los artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del arte popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es decir, obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de un pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas”

En contraste con lo anterior Álvarez (2000) tiene una mirada diferente y afirma que “La concepción teórica de patrimonio se ha ido produciendo en función de intereses concretos de clase...que han desarrollado formas específicas de apropiarse del patrimonio histórico heredado” Si el patrimonio lo genera la sociedad, entonces ¿cuál es la relación entre el patrimonio y el gobierno?, ¿a quién le corresponde su conservación?

El Artículo 2° de La Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas establece de manera clara la corresponsabilidad del Gobierno Federal, Estatal y Municipal en el cuidado, conservación y promoción del patrimonio cultural de México. La misma Ley en el Artículo 6° señala “Los propietarios de bienes inmuebles declarados monumentos históricos o artísticos, deberán conservarlos y, en su caso, restaurarlos en los términos del artículo siguiente, previa autorización del Instituto correspondiente”.

Orientado en ese sentido el gobierno federal en el Plan Nacional de Desarrollo (2006-2012) en el apartado de Turismo y Desarrollo tiene como objetivo “Fomentar el turismo cultural como un instrumento detonador del desarrollo regional, que preserve el patrimonio, genere inversiones...” Y propone como estrategia “Diseñar un proyecto de acción permanente para (...) promover la activa participación de las comunidades en los proyectos de turismo cultural como forma de valorar y reforzar la propia identidad (...)”. Sin embargo los proyectos turísticos que se generan dentro del marco oficial, omiten la participación de la comunidad en el desarrollo de los mismos. Pese a que la Ley y los Programas Federales son claros en ese sentido y que de manera nominativa establecen funciones y responsabilidades, en una visita de campo se constató el deterioro físico de los inmuebles Galán (2011)

El turismo Cultural y su Promoción

Desde las formulaciones tempranas del concepto de Turismo éste tiene variedad de acepciones, en su definición está la idea del desplazamiento por diversos motivos y que su práctica incluye el uso y disfrute de todo tipo de recursos, en consecuencia lo definiremos considerando la existencia de una motivación cultural. Nos interesa pues, el Turismo Cultural. El cual Ribagorda (2000) lo define como: “Aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos - artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y cuanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección”

Ahora bien, la demanda del turismo está relacionada con su promoción y la intención de la misma es manipular los sentidos, el objetivo es dirigir la mirada del turista potencial hacia ese sitio de tal forma, que lo motive a desplazarse. Según Urry (2004) dichas observaciones no pueden quedar libradas al azar, las personas deben aprender cómo, cuándo y dónde “mirar”, lo que las personas “contemplan” son representaciones ideales de la vista en cuestión que internalizan a partir de diferentes medios.

Por lo que respecta a Guaymas, el puerto se ha promocionado con interés turístico desde 1945 y es conocido como destino de sol y playa. El Gobierno Municipal y el Gobierno del Estado de Sonora han utilizado diferentes instrumentos y estrategias de promoción, sin embargo el énfasis se hace sobre el mismo inventario de atractivos y recursos turísticos. ¿Esa es la intencionalidad?, ¿y que hay respecto a la posibilidad de aprovechamiento turístico de los monumentos históricos del puerto? ¿No se contempla la posibilidad de incrementar el turismo cultural y desestacionalizar la demanda de turismo de sol y playa? Esta situación pone en evidencia que la decisión sobre qué conservar, promover y el cómo ofertarlo está bajo el criterio de las autoridades como señala Rolla (2000:13-15) (...”entre la voluntad del particular y el bien se interpone la voluntad del Legislador que determina los modos de disfrute”).

En Guaymas, desde noviembre del 2012 funciona un módulo de información turística cuyo objetivo es atender a turistas y visitantes y llevar un registro con los siguientes datos: fecha, hora, nombre del visitante, número de personas, lugar de procedencia e información solicitada. Sin embargo los aspectos demográficos como la edad, el estado civil y actividades económicas no se registran.

La Tabla 1, muestra información general de turistas y visitantes al Puerto de Guaymas durante el periodo de noviembre del 2012 a junio del 2013 en donde se exponen los servicios solicitados al personal del módulo de información turística. Módulo de información turística del Gobierno Municipal (2013).

Tabla 1: Control de Visitas al Módulo de Información Turística

Personas	Procedencia	Servicio
8	Acapulco, Guerrero	Atractivos turísticos
1	Agua Verde, B.C.S.	Granja de perlas
1	Aguascalientes, Ags.	Actividades turísticas
13	Alemania	Información del Ferry, hoteles y restaurantes
1	Altamirano, Chiapas	Mirador escénico
3	Arbillo, Jalapa, Veracruz, Veracruz.	Café internet, hoteles, restaurantes, playa, mirador, atractivos turísticos
75	Tijuana, Ensenada, Mexicali, San José del Cabo, La Paz, Bahía Lobos, B.C	Información del Ferry, hoteles, restaurantes, mercado municipal, cañón del Nacapule y granja de perlas.
3	Berlín, Alemania	Información general, playa los algodones
137	Caborca, Obregón, Guaymas, Bahía de Kino, Álamos, Etchojoa, Empalme, Magdalena, Hermosillo, Agua Prieta, Magdalena, Sonora	Delfinario, información general, granja de perlas, información del Ferry
28	Cd. Juárez, Creel. Chihuahua.	Información del Ferry, restaurantes, playas, ruta de Álamos, granja de perlas y hoteles
51	Estado de México y Distrito Federal	Granja de perlas, hoteles, información del Ferry, atractivos turísticos, restaurantes, central de autobuses, artesanías, cañón de Nacapule e información general
6	Chiltepec, Tabasco	Atractivos turísticos
6	China, Beijing	Mapa, hoteles y café internet
4	Colima, Colima.	Mapa
9	Penticton, Vancouver, Canadá Penleton, Canadá Columbia Británica, Canadá	Autobuses, restaurantes, guía de turistas e información de Ferry
1	Cozumel, Quintana Roo	Atractivos turísticos
25	Mazatlán, Culiacán, Izfaolina, El Fuerte, Los Mochis, Mazatlán. Sinaloa	Hotel, playas, restaurantes, mercado municipal, agencias de viajes y mapas
2	Darwin Austin. Texas	Información del Ferry
2	Denver, Colorado	Guía y mapa
1	Detroit, Michigan	Información general
23	Fresno, Long Beach, Los Ángeles, San Diego, San Francisco. California	Hotel, restaurante, mapa, farmacia, paseo por la bahía en yate y delfinario
4	Ghana, África	Actividades turísticas
1	Indiana, U.S.A.	Granja de perlas
2	Kissimmee, Florida	Información general
4	Mérida, Yucatán	Actividades Turísticas
13	Monterrey, Nuevo León	Actividades turísticas, granja de perlas, playas y atractivos turísticos
2	Francia.	Mapa
3	Pensilvania, USA	Información del Ferry
2	Perk City, Utah, USA	Restaurantes
44	Amado, Phoenix, Tucson y Tonto Basin, Arizona, USA	Información del Ferry, equipo de pesca, restaurantes, playas, ruta de Álamos, Granja de perlas y hoteles
2	Polonia	Mercado municipal
3	Puerto Vallarta, Jalisco	Hoteles y restaurantes
3	Querétaro, Querétaro	Cañón de Nacapule, hoteles y restaurantes
1	Rusia	Información general
2	Salido, Colorado, USA	Información del Ferry
4	Salt Lake City, USA	Información del Ferry
4	San Luis Potosí	Información general
2	Seattle, Washington, USA	Atractivos turísticos
4	Silvertone, Colorado, USA	Restaurantes
1	Suecia Lahom	Hotel, información general
1	Suiza	Información general
50	Toluca, Edo. De México	Actividad turísticas, información general y restaurantes
2	Tula, Hidalgo	Información general
4	Ukraine	Información general
2	Washington, USA	Mapas
10	Zacatecas, Zacatecas	Playas y malecón turístico

En la tabla se muestran los registros de visitas nacionales e internacionales al módulo de información turística ubicada en el centro del Puerto de Guaymas, durante el periodo de noviembre del 2012 a junio del 2013.

Investigaciones Relacionadas

El tema que se aborda ha sido ampliamente discutido si tomamos en consideración la revisión literaria, sin embargo no lo podemos considerar agotado ya que existen recursos y posiciones que coinciden y discrepan al respecto. Situación normal si consideramos los diferentes enfoques que cada mirada puede generar sobre el tema.

En México la Ley establece la responsabilidad del gobierno en el cuidado y promoción del patrimonio cultural, sobre el tema Sánchez (2004) considera que el turismo es el protagonista en la promoción del patrimonio cultural y que nadie duda de su contribución a su conservación y proyección dado que incentiva políticas de tutela efectiva, posición que comparto. Pero sugiere que su práctica provoca tensiones entre “anfitriones” e “invitados” ante la discrepancia entre la identidad cultural y el discurso interpretativo que se ofrece al exterior. Creemos que esta situación puede presentarse en Guaymas dado que la sociedad no participa como emisor y/o receptor en la comunicación del patrimonio. En el puerto es escasa la participación de la comunidad en los itinerarios culturales, cuando hay, y los cuales son diseñados exclusivamente para el turista.

¿Por qué el olvido de la comunidad anfitriona? Sánchez (2004). Esto se debe a que con frecuencia se difunde el patrimonio cultural al turista y se deja de lado el uso o disfrute del mismo a los residentes o anfitriones; los turistas en la mayoría de los casos desconocen su significación cultural y por consiguiente no se identifican con él ni lo promueven. Coincidimos con el planteamiento de Sánchez (2004) quien sugiere que en paralelo se debe procurar un conocimiento sólido al pueblo sobre su identidad y el disfrute de su patrimonio cultural, ya que una vez pasado de moda el turismo cultural, los habitantes continuarán poblando su lugar de origen.

Entonces, ¿qué hacer o como plantear el aprovechamiento del patrimonio cultural? Con otro enfoque pero una mirada conservacionista la posición de Cortés (2002) parte de la consideración que el patrimonio cultural es un recurso turístico y que ésta actividad debe aportar a la protección, el mantenimiento y la mejora del medio ambiente urbano, en el cual se encuentra inserto el patrimonio y para lo cual es necesario retener una parte de los recursos económicos generados por el negocio turístico. Es importante señalar que el gobierno local tiene competencia sobre la ordenación turística de su territorio, Sin embargo el gobierno del puerto ha estado ausente de la producción turística de interés cultural creemos que esto se debe a que precisa de revitalización económica e inversión en la recuperación patrimonial. Además, si bien es conveniente la promoción a la población residente no debe dejarse de lado el uso del Internet porque como señala Lobo (2007) es una tendencia importante y éste debiera incluir un cambio en el slogan a fin de prolongar la estancia de los turistas como ejemplo “Barcelona, te faltarán horas “

METODOLOGÍA

La encuesta, técnica que emplea la aplicación del cuestionario, es una práctica de recolección de datos que pese haber surgido en un contexto de investigación cuantitativa también se puede utilizar en la investigación de tipo cualitativo. La encuesta es especialmente útil cuando se pretende recoger información extensiva de poblaciones numerosas, por tanto, es muy utilizada en la investigación social.

La información recabada en una encuesta se puede cotejar con la recopilada mediante otros instrumentos como en este caso el grupo focal, es decir, permite la triangulación de la información lo cual conduce a un análisis más profundo y sustentado en elementos de origen cuantitativo y cualitativo Kuznik, Hurtado Albir, & Espinal Berenguer (2010).

El grupo focal es una técnica de investigación socio-cualitativa ya que por medio de ella se indaga e interpretan fenómenos por lo cual es bastante útil en el análisis más profundo y detallado de los

comportamientos social y prácticas cotidianas Fontas , Vitale, & Viglieta. El grupo focal, también denominado entrevista exploratoria grupal cuenta con la guía de un moderador y se utilizan principalmente para:

Conocer opiniones, conductas y actitudes sociales sobre una temática específica

Obtener más cantidad y variedad de información así como profundidad en la misma

Conducir una investigación específica

Generar diferentes temáticas para posteriores investigaciones o variables de la misma.

Se dice que los grupos focales ofrecen un ambiente más propicio para que los participantes externen con libertad sus opiniones y posturas ante determinados temas, así como la comunicación colaborativa entre sus integrantes. Ofrece también la posibilidad de analizar la comunicación corporal de los participantes lo cual enriquece la investigación Fontas, Vitale and Viglieta n.d.

Por lo anterior la metodología utilizada en la presente investigación es de tipo descriptivo y cualitativo. Las estrategias adoptadas para el proceso son: un cuestionario aplicado durante el semestre 2012-2 a alumnos de primero, tercero, quinto y séptimo semestre del Programa Educativo de Administración de Empresas Turísticas y originarios del Puerto de Guaymas; un grupo focal realizado con alumnos de segundo y cuarto semestre del mismo Programa Educativo y finalmente, un análisis-evaluación del contenido, estructura e interactividad de las páginas web de promoción turística, nacional, estatal y regional; esto con base en las “características más importantes de una página web” de acuerdo a Kotler (2011). La Tabla 2, muestra la operacionalización de las variables que se consideran en el presente estudio.

Tabla 2: Variables a Considerar en el Estudio, con sus Respectivos Indicadores

VARIABLE	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Atractivos Turísticos	Número de visitantes	Afluencia de turismo nacional o extranjero; de paso, visitante y excursionistas.
	Promoción	Como se da a conocer para hacerlo atractivo.
	Temporalidad	Oferta y demanda.
	Vías de comunicación	Accesibilidad, tipo de transporte, señalética y condiciones de acceso.
	Imágenes	Elementos visuales como recorridos de 360°, imágenes descargables de buena calidad, buena calidad en los contenidos escritos, y videos que muestren el potencial del lugar.
	Idiomas	La página debe traducir a diferentes idiomas (inglés, francés, alemán, italiano, portugués, mandarín) la información requerida.
	Diseño	Interfaz amigable de fácil acceso. Que sea visual y gráficamente atractiva.
Sitios WEB De Turismo En México	Motivación	Sitios que se encuentren a una distancia cercana, de interés cultural de la región, compra de artesanías o visitas relacionadas con el folklore o la gastronomía. Que el visitante cree su propio recorrido.
	Información	Pormenores históricos, arquitectónicos y artísticos de la región o cercana a ella.
	Interactividad	Chat, foros, redes sociales, twitter.
	Comunicación	Correo electrónico, un número gratuito 01800, preguntas frecuentes.
	Promoción	Es importante destacar que los productos turísticos a ofertar deben estar lo suficientemente consolidados para motivar el desplazamiento de los turistas y no generar falsas expectativas que se conviertan en experiencias negativas
	Actualización	Permanentemente la información debe estar actualizándose, las ligas a sitios deben estar vigentes, lograr un mejor posicionamiento en buscadores. Directorio de proveedores actualizado y evaluados; cuenten con página web, buena reputación y servicio multi-idioma
	Control	Se debe obtener información para llevar a cabo campañas de correo electrónico directo. Se crean bases de datos con los nombres y direcciones de los clientes actuales y potenciales que visitan las páginas y solicitan información adicional.
Servicios	Ligas a Hoteles, agencias de viaje, transportación, guías de turistas, etc. Reservas ON LINE	

En esta tabla se muestran la manera de operar de las variables del estudio con sus respectivos indicadores; esto es en base a las características de una página web de marketing, propuesta por Kotler, 2011, así como las recomendaciones del Consejo de promoción Turística de México.

Todas las estrategias están centradas en las preguntas de investigación para la obtención de información. *Análisis de datos:* Se analizará la información cuantitativa y cualitativa contrastando los resultados de los instrumentos encuesta y grupo focal; los cuales se analizarán en contenido y forma. Así mismo la información que arrojará el análisis de las páginas web, vendrá a complementar o sustentar lo obtenido con los otros dos instrumentos.

Preguntas de Investigación: Para alcanzar el objetivo del estudio se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuál es la percepción de los estudiantes de Turismo sobre los monumentos históricos del puerto y su conservación?, ¿Cómo se promueve el turismo en el Estado de Sonora?, ¿Las estrategias de promoción del turismo cultural son suficientes y adecuadas?, ¿Se utilizan las herramientas tecnológicas de manera efectiva en la promoción turística? Y finalmente ¿Cómo influyen las páginas Web y las redes sociales en la afluencia turística a Guaymas?

Recolección de Datos

Encuesta: La muestra corresponde al universo de alumnos originarios del Puerto de Guaymas. La encuesta fue aplicada a 18 alumnos que cursan la licenciatura de Administración de Empresas Turísticas; de primero a séptimo semestre. Las aportaciones de estos alumnos son relevantes ya que son estudiantes que han cursado materias muy específicas en relación con la promoción turística.

Grupo Focal: Se integró con 20 estudiantes de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, que hubieran cursado las asignaturas de Turismo y Patrimonio Turístico de México del segundo semestre; Marketing Turístico y Promoción Turística del cuarto y quinto semestre respectivamente, con buen desempeño académico como punto de partida por considerar que reúnen las competencias y el criterio para poder aportar al objetivo de esta investigación en relación a la cultura general de Guaymas. En la Tabla 3, se muestran las características demográficas como edad y sexo correspondiente a los participantes del grupo focal.

Durante la sesión los alumnos fueron respondiendo de manera aleatoria preguntas detonantes formuladas por el moderador. Cabe señalar que de los alumnos que formaron el grupo focal solo el 15%, que corresponde a tres alumnos, es originario del Puerto.

Tabla 3: Características Demográficas de los Alumnos Participantes en el Grupo Focal

		Grupo Focal	
Edad	18-19	9	45%
	20-21	11	55%
	22 o más	0	0%
Sexo	Mujer	12	60%
	Hombre	8	40%

En esta tabla se muestran los porcentajes sobre la muestra de algunas características demográficas de los alumnos que participaron en el grupo focal, tales como la edad y el sexo.

Análisis de páginas Web: Los sitios de Internet que fueron visitados para ser analizados de acuerdo a las características propuestas por Kotler (2011), fueron: “Rutas de Mexico” y “Visit Mexico” como sitios nacionales; en lo que respecta a sitios a nivel estado, se revisó “Sonora turismo” y de manera regional la página “Guaymas puerto de altura”. Para agilizar la evaluación de las páginas de acuerdo a los criterios establecidos, se diseñó una lista de verificación.

En Marketing, existen ciertas características que debe cumplir una página Web para hacerla atractiva, permanecer activa en el gusto de los usuarios y sobre todo dar resultados:

Que sea visual y gráficamente atractiva

Que proporcione información actualizada y correcta

Que sea interactiva.

Que tenga un chat y anime a los usuarios hacer comentarios.

Que permita efectuar reservas on-line.

Que lleve a cabo la promoción adecuada para atraer al turista de paso por medio de ofertas atractivas, herramientas interactivas (información meteorológica, mapas de carreteras, guías de ocio) y utilizando "banners" para la creación de una imagen de marca.

Que proporcione un teléfono 01 800 (gratuito para información).

Que obtenga información para llevar a cabo campañas de correo electrónico directo. Se crean bases de datos con los nombres y direcciones de los clientes actuales y potenciales que visitan las páginas y solicitan información adicional.

RESULTADOS

La información arrojada por la encuesta y por el grupo focal, nos permite hacer de esta investigación un estudio descriptivo trasversal; así mismo el análisis cuantitativo derivado de preguntas puntuales nos aporta puntos de referencia.

Sobre los participantes: En el programa educativo de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas se localizaron a 18 estudiantes originarios del Puerto de Guaymas, Sonora. Esta muestra se distribuye de la siguiente manera: cuatro alumnos del primer semestre, cinco de tercero, uno de quinto y ocho de séptimo semestre. De acuerdo a los semestres cursados, han llevado y aprobado las materias de Introducción al Campo Profesional, Patrimonio Turístico de México, Turismo, Marketing Turístico y Promoción Turística. No fue necesario saber ni el sexo ni la edad del participante, solo el semestre que cursa. La encuesta consta de 11 reactivos de los cuales cuatro son abiertas para evaluar el conocimiento que tienen los jóvenes habitantes del Puerto de Guaymas sobre su patrimonio histórico.

Análisis descriptivo: Los atractivos turísticos de Guaymas, fueron clasificados en los siguiente rubros: monumentos históricos, plazas, playas, áreas naturales, eventos y festivales, otros. Con esto, la primera pregunta de la encuesta "Menciona los atractivos turísticos de Guaymas", los encuestados consideran a los edificios históricos, las playas y las plazas como los principales atractivos, con un 18%, 17% y 15% respectivamente; dejando en cuarto lugar a los festivales y eventos entre estos el "Carnaval de Guaymas". Por su parte el grupo focal denotó un entusiasmo por la playa como el atractivo de Guaymas, pero cabe aclarar, un alumno originario del municipio expuso con satisfacción los diferentes atractivos, manifestando la historia que guarda cada uno de los lugares; que no se reduce a playa y sol; secundado por dos estudiantes más que han tenido la oportunidad de conocer de cerca el lugar.

Un 61% de los encuestados consideran que "Existe demanda de Guaymas como destino Turístico", ya que el puerto ofrece: diversidad de paisajes, el carnaval, San Carlos, Historia y el destino de cruceros. El otro punto de vista corresponde al 39% en donde se expone la falta de infraestructura, oferta, mala

promoción y falta de conciencia ciudadana. Cabe aclarar que si lo comparamos con lo expuesto en el grupo de discusión que de 20 estudiantes en formación en aspectos de turismo, solo 10 conocen el puerto como visitantes o bien porque han “pasado por ahí”.

Como se menciona en la revisión literaria, Guaymas cuenta con 41 monumentos históricos según el inventario del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). De los encuestados en la pregunta cuatro “¿Conoce los edificios del puerto que tienen una declaratoria de monumento histórico por el Instituto Nacional de Antropología e Historia?”, solo nueve es decir el 50% contestó que “sí” pero únicamente mencionan tres monumentos. Por su parte al grupo focal se les presentó 10 imágenes diferentes de los principales monumentos históricos del municipio y solo se pudo observar caras de sorpresa e incógnita en los participantes; reconociendo que solo tres si conocían los lugares expuestos; lo que denota la poca importancia de los monumentos históricos no solo desde un enfoque de turistas, si no como futuros profesionales de la rama del turismo.

La pregunta número cinco del cuestionario se refiere a si “Los edificios históricos son un atractivo para los turistas”, aquí de nuevo 11 de los encuestados, o sea el 61% hace hincapié en que al turista le gusta la historia y la arquitectura del lugar, así como sus monumentos forman parte importante de la historia del Estado. El 39% dice que el único atractivo del Puerto son sus playas.

De manera más puntual y tratando de ampliar el panorama cultural de los participantes con respecto a los atractivos del Puerto de Guaymas, los encuestados respondieron a la tercera pregunta del cuestionario (Tabla 4); en la que tenía que numerar en orden de importancia las opciones brindadas. Resultando ser los eventos culturales los de mayor importancia, seguido de la arquitectura de sus edificios y en último los grupos indígenas y sus artesanías. Es de notarse que en ninguna de las respuestas dada por los encuestados, éstos consideraron la gastronomía y las artesanías como turismo cultural. Mientras que en el grupo focal los alumnos expresaron “ir exclusivamente a Guaymas a comer”; esto se refiere a que viajan de Empalme o de Hermosillo a probar la gastronomía del Puerto.

De igual forma en los resultados de la Tabla 4, podemos apreciar que puede existir cierta confusión entre los aspectos “la arquitectura de sus edificios” y los “monumentos históricos”, al ordenarlos en el segundo lugar y cuarto lugar respectivamente, se consideró “la arquitectura de sus edificios” en segundo ya que en cuarto lugar hay más votos para los monumentos históricos.

Tabla 4: ¿Qué aspectos de la Cultura de Guaymas Se Pueden Considerar Más Atractivos?, Numéralos en Orden de Importancia

Orden de Importancia	Aspectos de la Cultura de Guaymas Que Se Pueden Considerar Como Más Atractivos					
	Los Eventos Culturales	La Arquitectura de Sus Edificios	Su Historia	Los Monumentos Históricos	La Gastronomía	Los Grupos Indígenas y Su Artesanía
1	13	1	2	1	0	0
2	1	5	4	5	2	0
3	2	0	8	2	4	1
4	1	4	1	7	1	2
5	0	4	0	2	7	3
6	0	3	1	0	2	10

La tabla muestra el número de votos de los encuestados a cada aspecto para obtener el orden de importancia que consideran son los atractivos del Puerto de Guaymas. El orden es del 1 al 6, siendo el 1 el de mayor importancia.

En el mismo tenor, el reactivo número 11 “a quien cree le corresponde valorar y promover turísticamente el patrimonio cultural de Guaymas”; se les proporciona a los participantes seis entidades y una opción abierta para que las enumere en orden de importancia del 1 al 7, siendo el uno el de mayor importancia.

La tabla 5 nos muestra que de acuerdo al orden de importancia, los participantes señalan que es el Gobierno del Estado en primera instancia seguido de la Presidencia municipal los encargados de valorar y promover turísticamente el patrimonio cultural de Guaymas.

Tabla 5: ¿A Quién Cree le Corresponde Valorar y Promover Turísticamente el Patrimonio Cultural de Guaymas?

Orden De Importancia	Entidades Encargadas de Promover el Turismo en Guaymas						
	Gobierno del Estado	Presidencia Municipal	Población de Guaymas	INA	Casa de la Cultura	SEP	Otros
1	7	3	1	0	1	4	0
2	2	6	3	0	2	3	0
3	2	5	2	0	3	3	1
4	5	1	1	2	4	3	0
5	0	0	6	6	4	1	1
6	0	1	3	8	2	1	0
7	0	0	0	0	0	1	13

La tabla muestra el número de votos de los encuestados a cada rubro y obtener así el orden de importancia que consideran son las entidades encargadas de valorar promover turísticamente el patrimonio cultural de Guaymas. El orden es del 1 al 7, siendo el 1 el de mayor importancia.

Por su parte en el grupo focal fueron varios los factores expuestos por los estudiantes por no conocer el puerto de Guaymas, por un lado destacaron tres alumnos, que tenían la experiencia de conocer más a detalle el municipio, sus atractivos e historia; que no se ha tenido el interés por conocer; por su parte el resto manifestó textualmente que “el puerto no tiene promoción en general”, “tiene una imagen de mal olor por la actividad pesquera”, “aún no tengo la libertad por depender económicamente de mis padres y las decisiones que ellos tomen sobre nosotros”, otro de ellos aclaró que ser originario de otro puerto, por lo tanto en vacaciones lo menos que considera es ir a un lugar con playa, prefiere otro destino diferente; otro factor es que son estudiantes y trabajadores lo que no le permite alejarse de la ciudad por falta de tiempo.

Sitios de Internet: Anexo 2. A nivel federal la Secretaría de Turismo es la responsable de formular y conducir la política turística nacional. Toda promoción de actividad turística, nacional e internacional se realiza a través del Consejo de Promoción; éste está formado por representantes de los sectores público y privado. El Consejo es responsable de dos sitios de internet que hacen uso de mapas y que están dirigidas al turista nacional e internacional, “Rutas de México” y “Visit Mexico”; fueron creadas en el 2010 y al día de hoy se mantienen vigentes y han ido mejorando, cumpliendo así con un 100% a las características de una página web de marketing turístico propuestas por Kotler (2011), es decir cumple con los ocho criterios. Cabe aclarar que a pesar de ser páginas con información relevante sobre los sitios de interés en México, los resultados que proporciona sobre el Puerto de Guaymas son muy limitados, casi nulos.

Contra lo que se pudiera esperar con respecto a las páginas de promoción turística estatal la evaluación del sitio Sonora turismo, solo cuenta con un 37.5% de los indicadores establecidos; es decir, cumple solo tres características de las ocho propuestas, anexo 2; es de resaltar las cinco características de que carece la página: no está actualizada, la información noticiosa sobre el estado data del 2011; no proporciona un espacio para los comentarios de los usuarios (chat, mail, etc.), no permite realizar reservas on-line, igualmente no se encuentra algún número de teléfono gratuito (01 800) para preguntas u orientación y por lo mismo, no permite que se generen bases de datos de clientes potenciales. La información proporcionada sobre el Puerto de Guaymas es sencilla, clara y concisa pero el enlace de su ubicación no funciona.

Cabe aclarar que la página sonora turismo permite el acceso a redes sociales y esto solventa la actualización y el espacio para comentar experiencias o aclarar dudas.

De manera regional, la página oficial del Puerto de Guaymas, es la del Ayuntamiento: “Guaymas Puerto de altura”; ésta página a pesar de cumplir con los indicadores establecidos, no se refiere a mercadotecnia; por esta razón en ella no hay información para promocionar el turismo en el Puerto y sus alrededores.

Podemos ver que dentro de la dinámica grupal, ante la pregunta “¿qué medios de comunicación promociona Guaymas?”, los comentarios redundaron en: “realmente no hay mucha promoción, solo se puede escuchar por algunas radios locales cuando está el carnaval y en la televisión local si hay temporadas de la promoción del puerto”, la desventaja sería que son canales sin mucha audiencia.

La promoción es de suma importancia en unísono acordaron, por lo que la “publicidad por parte del gobierno deja mucho de qué hablar” comentaron al comparar con otras entidades federales respecto a sus atractivos turísticos. Además explicaron, que leyeron en “alguna” revista especializada de turismo los atractivos de Guaymas y de los diferentes municipios del estado de Sonora; dicha revista la han obtenido de manera ocasional, es decir, en algún hotel o en alguna casa, no recuerdan el nombre y no sabrían cómo poder adquirirla de manera formal.

De manera general podemos señalar algunos datos relevantes obtenidos del control de visitas al módulo de Información turística de Guaymas. Del total de turistas y visitantes a Guaymas el 17.71 % corresponde al Estado de México y Distrito Federal, a Sonora le corresponde un 24.3 %, a Baja California Norte y Sur le corresponde un 13.15 % y finalmente Arizona participa con un 7.79 %

Los turistas y visitantes del mercado nacional solicitan información relativa a servicios turísticos, mientras que al mercado internacional busca lo relativo a actividades turísticas y paseos en yate. Sin embargo la mayoría de los visitantes no manifestó interés por aspectos relacionados con la cultura. Lo que pone de manifiesto que la demanda de información está respondiendo al enfoque y mirada que se trasmite a través de la promoción turística que se hace del puerto.

Los resultados de esta indagación fortalecen el planteamiento de Sánchez (2004), en el sentido de que la promoción turística, en este caso de Guaymas, se realiza orientada a los turistas y se enfoca en el turismo de sol y playa, estrategia que deja de lado a los residentes. Evidencia de ello es que los estudiantes originarios de Guaymas desconocen el patrimonio cultural del puerto y en consecuencia no lo promueven. De ahí la necesidad de procurar, primero, un conocimiento sólido al pueblo sobre su identidad y patrimonio cultural tal y como lo propone Sánchez (2004).

De igual forma las conclusiones de esta indagación son coincidentes, en cierta medida, a los obtenidos en el Análisis del Mercado Internacional del Turismo de Cultura (2007) realizado por el Consejo de Promoción Turística de México, dado que persiste esa falta de incorporación de los elementos culturales en la promoción turística de Guaymas a pesar que en dicho informe se emitió hace cuatro años una recomendación a los gobiernos en ese sentido.

CONCLUSIONES

La presente investigación pretende establecer la relación que existe entre la promoción turística de Guaymas y los monumentos históricos, su contribución al cuerpo literario consiste en que integra por primera vez estudiantes de la carrera de Lic. En Administración de Empresas Turísticas. La participación de un grupo de alumnos consistió en responder un cuestionario mientras que otro tuvo actividad en un grupo focal; el estudio se complementó con el análisis de la promoción turística del puerto en páginas web, e información local sobre la afluencia turística de Guaymas.

No se encontraron referencias anteriores relacionadas a la aplicación de esta metodología en la búsqueda de información, por lo que éste modelo busca generar resultados a partir de un análisis más amplio de las variables participantes en el estudio de caso para su mejor comprensión.

En el puerto se carece de una metodología, sistema e instrumento probado y utilizado para el registro de la afluencia turística. No hay muchos datos estadísticos sobre el perfil de los turistas y visitantes, únicamente existen datos sobre la ocupación hotelera en la Oficina de Convenciones y Visitantes cuya sede está en San Carlos, Nuevo Guaymas. Desde hace años existe un módulo de información turística que depende del gobierno local y que de manera esporádica ofrece información ya que no siempre está abierto. En él se realiza un registro de los turistas y visitantes pero esta actividad no es permanente, desconocemos las razones.

Los resultados de esta indagación representan áreas de oportunidad para incorporar los monumentos históricos en la promoción turística del puerto a través del turismo cultural. En consecuencia el turismo apoyaría a su conservación y por ende a la imagen urbana generando bienestar social al tener un mejor espacio de convivencia entre turistas y residentes. Sin embargo los beneficios no se limitan en ese sentido, la promoción de turismo cultural generaría otro flujo de turistas que en cierta medida apoyarían a desestacionalizar la demanda Guaymas y/o prolongar la estancia de los turistas de sol y playa en beneficio de la comunidad.

Por supuesto que esta propuesta requiere del interés y consenso de las autoridades locales del sector cultural y turístico, empresarios y población residente. Estos descubrimientos indican la necesidad de que los funcionarios públicos revisen y replanteen el modelo de desarrollo del turismo en el puerto, de manera que permita no solamente revertir los daños por aquello que no se ha hecho sino cambiar el enfoque con el que se promueve el desarrollo del turismo. Las acciones deben estar orientadas a un futuro que permita la sustentabilidad en sus tres ámbitos, económico, medioambiental y sociocultural.

Por otra parte es importante señalar que este trabajo de investigación se vio limitado por la falta de información histórica sobre el perfil de los turistas y visitantes a Guaymas, los únicos datos disponibles son los que se registran de manera sistemática por la Oficina de Convenciones y Visitantes con sede en San Carlos, Nuevo Guaymas la cual es proporcionada por los establecimientos de hospedaje y son relativos a la ocupación hotelera.

Además, el estudio se realizó solo con estudiantes de Turismo de la Universidad Estatal de Sonora no se consideró al resto de la comunidad estudiantil de la propia Universidad o de otras similares. También se limitó en analizar solamente páginas web nacionales, pudiendo incluir páginas extranjeras que nos pudieran brindar otra perspectiva.

Finalmente estos hallazgos representan una oportunidad para futuras investigaciones, queda como tarea pendiente un estudio comparativo de la promoción turística de Guaymas entre páginas web nacionales e internacionales, ampliar la base de datos de la investigación incorporando estudiantes de otras carreras y universidades para conocer su percepción sobre el mismo tema de estudio. También indagar el perfil completo de los turistas y visitantes al puerto así como elaborar un inventario de recursos y atractivos turísticos culturales. En función a los resultados y al nuevo enfoque de promoción del puerto rediseñar la página web considerando los ocho criterios propuestos por Kotler (2011), así como las recomendaciones del Consejo de Promoción Turística de México en su Análisis del Mercado Internacional del Turismo de Cultura (2007).

ANEXOS

Anexo 1: Temario Para Entrevistas en Profundidad o Cuestionario

Objetivo General: Conocer la percepción que tienen los estudiantes de Turismo de la UES originarios de Guaymas, Sonora, sobre la cultura, los monumentos históricos, el patrimonio histórico arquitectónico del puerto y su vínculo con el turismo.

INSTRUCCIONES: Responda el cuestionario en su totalidad; procure ser lo más claro y específico posible en las opciones abiertas.

Marca con una x, el semestre que cursas:						
I	II	III	IV	V	VI	VIII

- 1.- ¿Menciona los atractivos turísticos de Guaymas?
- 2.- ¿Consideras que existe demanda de Guaymas como destino Turístico?
Si, Por qué _____
No, Por qué _____
- 3.- ¿Qué aspectos de la cultura de Guaymas se pueden considerar como atractivos turísticos? Numérelos en orden de importancia.
 Los eventos culturales (carnaval, festival de la calaca, festival del mar Bermejo, etc.)
 La arquitectura de sus edificios
 Su historia
 Los monumentos Históricos
 La gastronomía
 Los grupos indígenas y su artesanía
- 4.- ¿Conoce los edificios del puerto que tienen una declaratoria de monumento histórico por el Instituto Nacional de Antropología e Historia?
Si. _____ ¿Cuáles? _____
No. _____
- 5.- ¿Los edificios históricos son un atractivo para los turistas?
Si _____ ¿porque? _____
No _____ ¿porque? _____
- 6.- ¿Qué grado de importancia tiene la cultura como atractivo para el sector turístico?
 Importante
 Muy importante
 Poco importante
 Nada importante
- 7.- ¿Las instituciones o empresas del puerto tienen y aplican algún mecanismo para identificar la demanda e intereses de los turistas?
 Encuestas
 Cuestionarios
 Entrevistas
 Otros
 No se
- 8.- ¿Conoces el estado físico en que se encuentran los edificios históricos del puerto?
 Si
 No
- 9.- ¿Cómo habitante del puerto y en tu experiencia personal ¿cómo consideras que es la percepción de la comunidad acerca de los monumentos históricos?
 Muy importante
 Importante
 Poco importante
 Nada importante
- 10.- ¿Existen alguna actividad o estrategia de parte de las autoridades para aprovechar desde el punto de vista turístico, todo el patrimonio arquitectónico?
 1.- Cultura de conservación
 2.- Promoción
 3.- Rescate y cuidado del patrimonio
 4.- No se
- 11.- Enumera en orden de importancia (del 1 al 7), a quien cree le corresponde valorar y promover turísticamente el patrimonio cultural de Guaymas.
 Gobierno del estado
 Presidencia municipal
 Casa de la cultura
 Secretaria de Educación publica
 Instituto Nacional de Antropología e Historia (INA)
 Población de Guaymas.
 Otro. Especifique _____

Anexo 2: Criterios de Evaluación de Páginas Web Sobre Marketing Para Turismo

Características	Sitios Web De Turismo En Mexico			
	www.rutasdemexico.com o www.atlasdemexico.com	www.visitmexico.com	www.sonoraturismo.gob	www.guaymas.gob
Que sea visual y gráficamente atractiva	cumple	cumple	cumple	cumple
Que proporcione información actualizada y correcta	cumple	cumple	No cumple	cumple
Que sea interactiva.	cumple	cumple	No cumple	cumple
Que tenga un chat y anime a los usuarios hacer comentarios.	cumple	cumple	No cumple	cumple
Que permita efectuar reservas on-line.	cumple	cumple	No cumple	cumple
Que lleve a cabo la promoción adecuada para atraer al turista de paso por medio de ofertas atractivas, herramientas interactivas (información meteorológica, mapas de carreteras, guías de ocio) y utilizando "banners" para la creación de una imagen de marca.	cumple	cumple	cumple	cumple
Que proporciones un teléfono 01 800 (gratuito para información).	cumple	cumple	No cumple	cumple
Que obtenga información para llevar a cabo campañas de correo electrónico directo. Se crean bases de datos con los nombres y direcciones de los clientes actuales y potenciales que visitan las páginas y solicitan información adicional.	cumple	cumple	No cumple	cumple

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, G. (2000) *Turismo y Cultura*. México: Diana.

Cortés, T. (2002) *Recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. Recuperado el 20 de diciembre de 2007

Fontas , C., Vitale, M. C., & Viglieta, D. (s.f.) *Técnica de los grupos focales en el marco de la investigación socio-cualitativa*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/profesoras.htm>

Galán, A. (2011) *Patrimonio histórico y arquitectónico de Guaymas*.

Guaymas, G. M. (s.f.) *Guaymas Puerto de Altura*. Recuperado el 02 de abril de 2013 Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, México).

Kotler, P. (2011) *Marketing para turismo*. Madrid: Pearson.

Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010) El uso de la encuesta de tipo social en traductología. *Redalyc*, 315-344.

Lobo, P. (2007) Promoción y comercialización turística de las ciudades históricas españolas. *Turismo en ciudades históricas*.

Martorell, A. C. (2010) *Itinerarios Culturals y Patrimonio Mundial*. Lima, Perú: Fondo Editorial.

Medina, L. (2006) *Arquitectura y Turismo*. Barcelona: Gustavo Gili.
Módulo de información turística del Gobierno Municipal (2013).

México, C. d. (2007). *Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos*. Recuperado el 16 de marzo de 2013, de Análisis del Mercado Internacional del Turismo de Cultura:
http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/Turismo_de_Cultura_2007_FINAL.pdf

Plan Nacional de Desarrollo (2006-2012).

Promoción, C. d. (2010) *visitmexico*. Recuperado el 22 de marzo de 2013.

Promoción, C. d. (2010) *Rutas de México*. Recuperado el 22 de marzo de 2013.

Ribagorda, M. (2002) *Patrimonio Cultural*. Madrid, España: Thomson.

Rolla, G. (2000) *Nuevos perfiles de la noción constitucional de bien cultural y ambiental*. Traducido por: Fuente Taja P.

Sánchez, M. (2004) *La Población Local: Protagonista de la Difusión del Patrimonio Cultural*. Puebla: Norba-Arte.

Sonora, G. d. (s.f.) *Sonora Turismo*. Recuperado el abril de 1 de 2013.

Urry, J. (2004) La mirada del turista. *Turismo y sociedad*, 2,16.

BIOGRAFÍA

Aurora Galán Tautimes es maestra en Marketing Turístico por la Universidad San Martín de Porres en Lima, Perú. Profesora Asociado 3 en la Universidad Estatal de Sonora, adscrita al Programa Educativo Administración de Empresas Turísticas. Se puede contactar, Universidad Estatal de Sonora, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Esq. Israel González, Col Apolo, Hermosillo Sonora, México. Correo electrónico auroragalan81@yahoo.com.mx

Reyna Isabel Ochoa Landín es Maestra en Administración Por la Universidad de Sonora. Profesora Asociado 3 en la Universidad Estatal de Sonora, adscrita al Programa Educativo Administración de Empresas Turísticas. Se puede contactar, Universidad Estatal de Sonora, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Esq. Israel González, Col Apolo, Hermosillo Sonora, México. Correo electrónico reyna_isabel@yahoo.com

Elsa Isabel Montaña Martínez es Maestra en Administración de la Calidad por CESUES. Profesora Asociado 2 en la Universidad Estatal de Sonora, adscrita al Programa Educativo Administración de Empresas Turísticas. Se puede contactar, Universidad Estatal de Sonora, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Esq. Israel González, Col Apolo, Hermosillo Sonora, México. Correo electrónico elsamontano@gmail.com