



Evaluación de los servicios turísticos en Teotihuacán

Sandoval-Trujillo, Sendy Janet¹; Ramírez-Cortés, Verónica² & Hernández-Bonilla, Blanca Estela³

¹Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán Axapusco, Estado de México, México, *sjsandovalt@uaemex.mx*, Cerrada Nezahualcóyotl S/N, Santo Domingo Aztacameca, (592) 92 4 55 83

²Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán Axapusco, Estado de México, México, *vramirezc@uaemex.mx*, Cerrada Nezahualcóyotl S/N, Santo Domingo Aztacameca, (592) 92 4 55 83

³Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán Axapusco, Estado de México, México, *behernandezb@uaemex.mx*, Cerrada Nezahualcóyotl S/N, Santo Domingo Aztacameca, (592) 92 4 55 83

Artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de aceptación: mayo 2020

Fecha de publicación: julio 2020

Resumen

La presente investigación analiza la percepción de los turistas que visitan la región de Teotihuacán en relación con los servicios turísticos que se ofrecen, el objetivo es identificar las áreas de oportunidad que tienen los microempresarios para fortalecer su economía. Es un estudio cuantitativo en el que se aplicaron encuestas a turistas de la zona arqueológica analizando sus preferencias, la estancia en la región, las veces que han visitado, los costos y la calidad de los servicios. El análisis de estos aspectos contribuye a impulsar el desarrollo económico de la región a través de la detección de estrategias de mejora en las actividades turísticas que desarrollan las mipymes prestadoras de servicios, como resultado de esta investigación se determina que es posible ampliar la estancia de los turistas en Teotihuacán implementando actividades extremas, culturales e interactivas, lo cual contribuirá al incremento de fuentes de empleo.

Palabras clave: Teotihuacán, servicios, turismo, turistas, actividades turísticas.

Abstract

This research analyzes the perception of tourists visiting the Teotihuacán region in relation to the tourist services offered, the objective is to identify the areas of opportunity that microentrepreneurs have to strengthen their economy. It is a quantitative study in which surveys of tourists from the archaeological zone were applied, analyzing their preferences, their stay in the region, the number of times they visited, the costs and the quality of the services. The analysis of these aspects contributes to promoting the economic development of the region through the detection of improvement strategies in the tourist activities carried out by the mipymes that provide services. As a result of this research, it is determined that it is possible to extend the stay of the tourists in Teotihuacán implementing extreme, cultural and interactive activities, which will contribute to the increase in sources of employment.

Key words: Teotihuacán, services, tourism, tourists, tourist activities.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el 2018, México se encontraba en el sexto lugar de los destinos turísticos que más visitantes recibe en el mundo, con 39.3 millones, en los últimos años el número de turistas internacionales que se reciben ha incrementado trayendo como consecuencia un aumento en la derrama de divisas, de acuerdo con la Secretaría de Turismo (2018) los ingresos nacionales recibidos por divisas generadas en el sector turismo superaron los obtenidos por la exportación del petróleo.

Lo anterior demuestra la importancia de establecer acciones que eleven la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen a fin de estimular la competitividad, mantener e incrementar en la medida de lo posible el número de visitantes y obtener diversos beneficios sociales y económicos en las regiones turísticas del país, a través de la inversión pública en infraestructura y servicios, así como en inversión privada en oferta de más y mejores servicios.

Particularmente, la zona arqueológica de Teotihuacán es uno de los principales destinos turísticos del país, ubicada en la región nororiente del Estado de México, de acuerdo con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en el 2017 registró la visita de 4,185,017 personas, de las cuales 3,513,346 son residentes del país y 671,671 son extranjeros, lo cual representa el 83.95 y el 16.05% respectivamente, esto indica que hay mucho trabajo por hacer para impulsar el turismo internacional.

La problemática que se presenta es que la mayoría de los turistas que llegan únicamente realizan su recorrido por la zona sin permanecer más tiempo en el lugar, haciendo uso de los guías de turistas, restaurantes y compra de artesanías, pocas personas son las que permanecen más de un día en la región para conocer los municipios aledaños y los servicios que se ofrecen, identificando la necesidad de ampliar la gama de actividades y sea una fuente de recursos que contribuya al desarrollo económico de la región.

Este estudio se realiza en los dos municipios

que rodean la zona arqueológica de Teotihuacán, punto de llegada para los turistas, específicamente Teotihuacán y San Martín de las Pirámides ambos considerados pueblos con encanto. Los empresarios dedicados a la prestación de servicios turísticos requieren estudios que les permitan identificar la opinión de los visitantes respecto a los servicios que ofrecen y sus intereses al elegir actividades secundarias que podrían realizar durante su estancia en la región, con el objetivo de determinar las áreas de oportunidad que tienen para continuar desarrollándose económicamente y ser fuente de empleo para los pobladores, muchos de los cuales tienen que viajar a la Ciudad de México para trabajar.

2. MARCO TEÓRICO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que el turismo comprende las actividades que realizan los turistas durante sus viajes en lugares distintos a su entorno habitual con fines de esparcimiento, negocios u otros motivos, se realiza durante estancias cortas por un tiempo consecutivo menor a un año. El turismo difunde y exhibe para sus visitantes testimonios materiales del hombre y de su entorno con propósitos recreativos, académicos, estéticos y educativos.

A pesar de las crisis económicas mundiales, el turismo ha experimentado un crecimiento continuo durante los últimos cinco años a nivel mundial, por lo que se ha convertido en un sector económico que crece con rapidez, fomentando el desarrollo local, regional y nacional.

El turismo es una de las principales fuentes de empleo, genera un mayor número de plazas en comparación con otras industrias, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT) uno de cada diez empleos en el mundo se realiza en la actividad turística. Además, es incluyente ya que contrata tanto a hombres como mujeres, a jóvenes y mayores, dándoles la oportunidad de adquirir experiencia y habilidades que les permitan acceder a mejores condiciones laborales.

Por otra parte, el sector turismo promueve el nacimiento y crecimiento de nuevas empresas, micro, pequeñas y medianas, que ofrecen una diversidad de servicios desde hospedaje,

alimentos y bebidas, artesanías, espectáculos, entretenimiento, entre otros.

De acuerdo con Ibáñez y Cabrera (2011) las razones para realizar actividades turísticas son cada día más numerosas, pero se pueden clasificar en el motivo del viaje, el origen del turista, la estructura de precios y el tipo de servicios, y las tendencias de cambio (ver

Figura 1), estas agrupaciones se forman a partir del análisis de las necesidades, intereses, gustos, destino, duración, entre otras. Dentro de estas, algunas motivaciones más destacadas del turismo son cultural, rural, de naturaleza, sol y playa, negocios, bienestar, aventura y ecoturismo.

Figura 1. Clasificación de los tipos de turismo.



Fuente: Elaboración propia con base en Ibáñez y Cabrera (2011).

De las actividades turísticas más relevantes para el mercado nacional son: turismo de sol y playa, probar la gastronomía local, recorrer centros históricos, comprar artesanías y conocer los monumentos (Rivera y Peralta, 2016). Más del 60% de los viajeros internacionales realizan turismo cultural, estos turistas tienen la preferencia de ir a lugares históricos-patrimoniales.

De acuerdo con la SECTUR (2018) del total de turistas norteamericanos que hacen el recorrido denominado Mundo Maya, aproximadamente el 30% lo hacen motivados por un turismo de playa, el 40% por motivos culturales y cerca del 10% por el disfrute de los escenarios y paisajes naturales.

Al visitar un destino cultural, el turista valora estéticamente y adquiere artesanías en lugares especializados como tiendas, comercio popular, exposiciones y ferias, su interés por involucrarse en las actividades de la comunidad receptora puede hacer que participe activamente en talleres y pequeñas fábricas artesanales, obteniendo aprendizaje, que incluye la interacción social (Rivera y Peralta, 2016).

La proporción de los turistas ocasionales es de 43% en el mercado nacional y el 81% en el mercado internacional, mientras que los turistas

culturales con propósito representan el 14 y 15% respectivamente (Rivera y Peralta, 2016).

Particularmente los recorridos que realizan los millones de turistas que llegan cada año a la zona arqueológica de Teotihuacán lo hacen desarrollando un turismo cultural, sin embargo, en los últimos años se ha observado la llegada de miles de jóvenes que buscan también turismo rural y de aventura.

1.1. Promoción turística en México

Conscientes de la importancia de la actividad turística para el país, el gobierno federal ha puesto en marcha dos programas como estrategia para impulsar el turismo a nivel nacional, pueblos mágicos y pueblos con encanto, el primero se otorga a aquellas localidades que tienen atributos únicos por su herencia histórica, cultural o natural manifestada a través de su patrimonio tangible e intangible. Su objetivo es aprovechar su singularidad, innovar productos turísticos, estructurar ofertas turísticas, desarrollar la infraestructura y los servicios de la localidad, fomentar la inversión local, entre otros, para que el turismo sea una herramienta de desarrollo sustentable (CICM, 2018).

Para nombrar a una localidad pueblo mágico se ha invertido en pintura de fachadas, cableado

subterráneo, arreglo de calles y banquetas, mejor iluminación, señalización turística, rescate patrimonial y demás atractivos como parques temáticos y talleres artesanales. Sin embargo, no todos pueden ser pueblos mágicos porque no tienen conectividad adecuada, están lejos de ciudades medias, no tienen un atractivo emblemático único, oferta de servicios turísticos, toleran el ambulante y el graffiti, no controlan la basura, su imagen urbana es deficiente, entre otras razones.

Por otra parte, está el programa pueblos con encanto está dirigido a aquellas localidades que no reúnen los requisitos para ser pueblos mágicos pero que tienen potencial, busca impulsar su desarrollo en función a las características del lugar a fin de que con el tiempo puedan llegar a ser pueblos mágicos. Trabaja para fortalecer la imagen de la localidad, mejora la gestión del destino turístico y fomenta la inversión pública y privada.

Por lo tanto, las diferencias básicas entre los pueblos mágicos y con encanto radica en que los primeros son lugares bien consolidados y con alto grado de desarrollo, mientras que los pueblos con encanto tienen potencial turístico, pero bajo grado de desarrollo.

Los municipios de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, los cuales están alrededor de la zona arqueológica, han sido nombrados pueblos con encanto, esto ha contribuido a mejorar la infraestructura de los municipios y de este modo brindar mejores servicios a los turistas.

1.2. El turismo en Teotihuacán

Teotihuacán, se sitúa en la región nororiente del Estado de México a 40 kilómetros de la ciudad de México, aquí se ubica la zona arqueológica que lleva su nombre, uno de los destinos culturales de más visitados a nivel internacional, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1987.

El turismo cultural es la principal actividad que se desarrolla en el sitio, recibiendo cada año millones de turistas que se concentran en el lugar para ver o subir las pirámides, los fines de semana es cuando se tiene mayor afluencia, sin embargo, la entrada del equinoccio de la primavera es la fecha que atrae a más visitas

durante el año sea para realizar rituales de creyentes esotéricos o simplemente para recargar energías como algunos comentan, ya que se tiene la creencia popular de que las pirámides son puntos energéticos.

La zona arqueológica está bajo el resguardo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), actualmente la superficie abierta al público es de 2.5 kilómetros cuadrados abarcando parte de dos municipios, Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, el recorrido incluye un paseo a través de la calzada de los muertos visitando la ciudadela, el templo de Quetzalcóatl, las pirámides del sol y la luna, el palacio de las mariposas y el de los jaguares, así como su museo de sitio.

Se desarrolla el turismo cultural, mostrando principalmente los atractivos relacionados con la arquitectura patrimonial histórica, los edificios religiosos pertenecientes a la cultura Teotihuacana. El turista visita, recorre, evalúa estéticamente y goza los atractivos generados gracias al patrimonio tangible resguardado.

El servicio repositorio disponible en su museo abierto al público se conforma por colecciones de objetos y artefactos de naturaleza artesanal, elaborados por los teotihuacanos en obsidiana, cerámica, concha y hueso, además de una maqueta a escala del conjunto arqueológico, todo esto forma parte del equipamiento cultural y constituyen una oportunidad para atraer más turistas.

La actividad turística en la región se concentró en sus inicios en establecimientos alrededor de la zona arqueológica, con servicios principalmente de restaurantes y pequeños hoteles. En los últimos años se han ampliado los servicios turísticos, según Jácome (2015) ahora se promueven también viajes en globo aerostático, recorrido en la ciclopista, baños de temazcal, Feria Nacional de la Tuna, Feria Agroindustrial de la tuna, xoconostle y nopal, Feria de la Obsidiana, parque acuático Pascual Boing, zoológico Reino Animal, tours en la Parroquia de San Martín Obispo, en la catedral de San Juan Bautista y en la misma zona.

De acuerdo con la SECTUR (2018) la oferta turística en estos municipios se centra en servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, y otros servicios como tiendas de artesanías, agencias de viaje, parques acuáticos y

balnearios, entre otros (ver Tabla 1). Particularmente la actividad artesanal ha incrementado, según Jácome (2015) se identifican alrededor de 320 a 350 artesanos, los cuales tienen microempresas dedicadas a la transformación de la obsidiana y el barro en figuras típicas de la región. Por otra parte, también se ha iniciado la producción de dulces típicos, productos alimenticios, medicinales y cosméticos cuya base es el nopal, la tuna y el xoconostle, los cuales son ofrecidos en las tiendas de artesanías.

A pesar de esta actividad se identifica la necesidad de establecer estrategias que permitan a las empresas inmersas en la actividad turística de la región ser más competitivas dentro del mercado y captar la afluencia de visitantes, que no solo realicen turismo cultural y se vayan el mismo día, sino que reconozcan la posibilidad de quedarse por más tiempo en la región para realizar otras actividades que se ofrecen, de este modo se impulsará el desarrollo turístico local, social, económico y sustentable.

3. MÉTODO

La presente investigación se fundamenta en el enfoque cuantitativo, según Hernández, et al (2010) analiza una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y datos estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado, este enfoque emplea el análisis causa-efecto, conlleva un proceso secuencial y deductivo, bajo un diseño de investigación no experimental debido a que no se pretenden manipular las variables, además es de tipo transversal porque permite realizar el estudio en un lapso de tiempo determinado.

Este tipo de investigación es pertinente ya que se mide el grado de satisfacción de los turistas que visitan Teotihuacán respecto a los servicios que se ofrecen actualmente, así como cuáles son sus preferencias e intereses respecto a las actividades a realizar, a fin de identificar nuevos puntos o productos turísticos que permitan maximizar la derrama económica e impulsar el turismo.

Las técnicas de investigación que se utilizan son la observación y encuestas, la primera para visualizar las actividades que se desarrollan y los servicios que se ofrecen alrededor de la

zona arqueológica, y una encuesta con escala Likert de nueve ítems que permite evaluar la calidad de los servicios prestados, el grado de satisfacción de los turistas identifica sus deseos e intereses, ésta se aplicó a turistas que visitaron la zona arqueológica de Teotihuacán en el mes de febrero del presente año (Rodríguez, 2008).

Las etapas de la investigación se desarrollan de la siguiente manera:

- Recopilación del marco teórico, a través de la investigación documental basada en dos rubros, el método clásico abarcando lo histórico, literario y sociológico, y la exploración y verificación a través de recorridos en la zona arqueológica de Teotihuacán para visualizar los servicios que se ofrecen.
- Elaboración de instrumento de investigación y aplicación de encuestas a turistas que visitan la zona arqueológica de Teotihuacán.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.

4. RESULTADOS

A través de un recorrido en los alrededores de la zona arqueológica de Teotihuacán se pueden visualizar los servicios que se ofrecen, entre los que destacan los restaurantes y pequeños locales o fondas de comida, hoteles, artesanías, paseos en cuatrimoto, bicicleta o a caballo, un balneario, parques temáticos, el jardín de cactáceas y su tirolesa, baños de temascal, viajes en globo aerostático, se anuncia un zoológico cercano con el nombre de Reino Animal, entre otros, todo lo anterior adicional a la visita a las pirámides, al museo y extensiones de los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco.

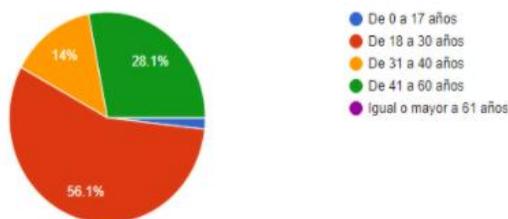
Se aplicaron 57 encuestas (ver Anexo) a turistas que visitaron la zona arqueológica en el mes de febrero de éste año, de estos el 56.1% fueron hombres y el 43.9% mujeres, el 77.2% son visitantes nacionales y el 22.8% son extranjeros.

Es interesante destacar que del total de encuestados la mayoría de los visitantes son jóvenes de entre 18 y 30 años, representan un 56.1%, seguidos de adultos de entre 41 y 60 años, un 28.1%, luego se detecta un 14% de

personas que tienen entre 31 y 40 años, finalmente 1.8% son niños y adolescentes y no se registran visitas de personas de la tercera

edad (ver Figura 2).

Figura 2. Rango de edad de los turistas que visitan la zona arqueológica de Teotihuacán.

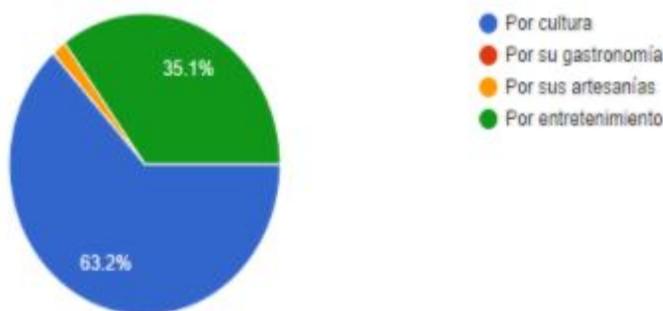


Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior indica que son los jóvenes quienes se sienten más atraídos por visitar la región, ahora bien, al preguntar cuál es la principal razón por la que visitan Teotihuacán la mayoría dice que es por cultura, un 63.2%,

y en segundo lugar el 35.1% señala que lo hace en busca de entretenimiento (ver Figura 3), esto coincide con el hecho de que son muchos jóvenes los que llegan a la región.

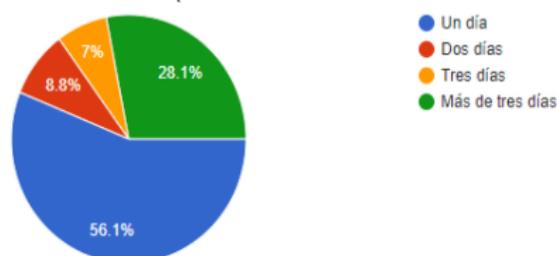
Figura 3. Razones por las que los turistas visitan la zona arqueológica de Teotihuacán.



Respecto al tiempo de estancia de los turistas en la región, se identificó que la mayoría de los visitantes solo permanecen un día en el lugar, representando el 56.1%, siendo su principal interés recorrer la zona arqueológica, el servicio de algún restaurante o puesto de comida y la adquisición de alguna artesanía, sin embargo, es interesante que el

28.1% dice quedarse en la región por más de tres días (ver Figura 4), lo cual se debe aprovechar por las microempresas del sector turismo para promover diversas actividades y servicios que sean del interés de los visitantes, a fin de que los turistas amplíen su estancia en la región.

Figura 4. Tiempo de estancia en la región de los turistas que visitan Teotihuacán.

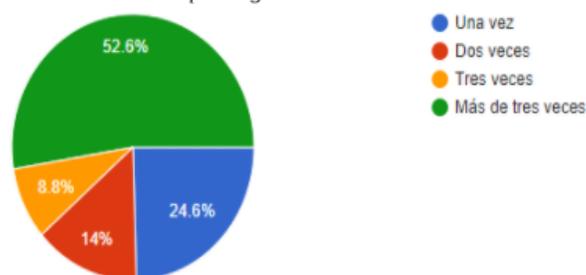


Fuente: Elaboración propia.

La ubicación de la zona arqueológica por su cercanía con la Ciudad de México, la hace un lugar atractivo para los turistas, lo cual permite que tengan facilidad para visitarla más de una vez, el 75.4% dice que ya ha realizado más de una

visita a la zona arqueológica (ver Figura 5), uno de cada cuatro ha ido una sola ocasión, esto es un indicativo del potencial turístico que existe, así como de las posibilidades de crecimiento en la región.

Figura 5. Número de veces que han visitado la zona arqueológica de Teotihuacán.



Fuente: Elaboración propia.

En relación con las actividades y servicios que se ofrecen las principales actividades que realizan los turistas durante su estancia en la región son el recorrido a la zona arqueológica, subir a las pirámides, visitar el museo de sitio, los restaurantes, comprar artesanías y visitar el jardín de cactáceas; las que menos realizan son la experiencia nocturna, volar en globo, paseo a caballo y visitar los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco, éstos últimos son desconocidos por la mayoría de los turistas, por lo que se requiere mayor difusión turística de las actividades que pueden realizar los visitantes durante su estancia en Teotihuacán.

Un análisis de los costos y calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Teotihuacán en relación con el número de visitantes encuestados (ver Tabla 2) permite determinar datos destacados de la opinión de los turistas. En relación a los costos por visitar la zona arqueológica consideran

que son económicos, y respecto a los servicios que se ofrecen en sus alrededores creen que en su mayoría son razonables, menos del 18% refieren que los precios son elevados. Esto es favorable porque los mismos turistas pueden promover con sus conocidos y familiares que visiten Teotihuacán, porque los precios que se ofrecen son accesibles.

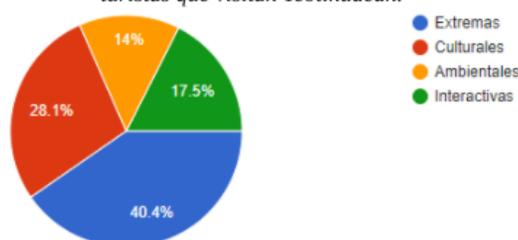
Con respecto a la percepción de los turistas en relación a la calidad de los principales servicios que se ofrecen es satisfactoria, más del 50% considera que son buenos y excelentes los servicios que se ofrecen en relación a los guías de turistas, la experiencia nocturna de luz y sonido, el hospedaje, el servicio en restaurantes y locales de comida, el paseo en cuatrimoto o en bicicleta, los baños de temascal, en los balnearios, parques temáticos y en el zoológico de Reino Animal; consideran regular el servicio que se ofrece en las tiendas de artesanías, los vuelos en globo

aerostático, los paseos a caballo, la visita al jardín de cactáceas y a los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco; esto es una señal de que se necesita trabajar en la prestación de éstos últimos servicios a fin de que los turistas se queden con una mejor impresión de su visita al lugar y puedan ellos mismos promover las actividades que se ofrecen en la región.

Al cuestionar sobre las actividades que les gustaría se implementarán en Teotihuacán la mayor parte de los encuestados comenta que les atraen las actividades extremas (ver Figura 6),

esto no es de extrañar ya que la mayoría de los visitantes son jóvenes, ellos se inclinan por eventos musicales, gotcha, salto en bungee, paracaidismo, entre otras, acciones que dicen ellos eleven su adrenalina; por otra parte, las personas adultas consideran bueno que existan actividades culturales, ambientales o interactivas, como expo artesanías, guías interactivas, concursos que fomenten el cuidado al medio ambiente, entre otras.

Figura 6. Actividades de interés para los turistas que visitan Teotihuacán.



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

El turismo es una actividad relevante para la economía nacional, la cual debe ser bien aprovechada en los municipios de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, quienes reciben millones de visitantes cada año, a fin de que impulse el desarrollo económico de la región. Teotihuacán es un lugar lleno de cultura y tradición, razón por la cual los turistas que visitan la zona arqueológica consideran interesante y atractivo regresando más de una vez.

Es posible ampliar la estancia de los turistas que visitan Teotihuacán implementando actividades atractivas que se promuevan y den a conocer de forma oportuna. Es necesario el trabajo conjunto de las autoridades gubernamentales y los particulares inmersos en este sector, a fin de realizar mayor inversión en la labor de mejora continua en los servicios que se ofrecen, ampliarlos y realizar mayor publicidad, esto contribuiría a fortalecer la

economía en la región y el aumento de la oferta de trabajo con la finalidad de que los pobladores de la región no tengan la necesidad de buscar empleo en otro lugar.

También, es indispensable trabajar con los ciudadanos de los municipios de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides para fomentar en ellos la cultura del cuidado de los patrimonios culturales y la limpieza de sus calles, con el objetivo de que puedan pasar a ser pueblos mágicos, lo cual podría atraer a más visitantes.

Es oportuno realizar también un análisis de la opinión de los turistas en relación a su procedencia y edad. Además, es necesario dar pláticas a los habitantes de los servicios turísticos que pueden explotar en la zona de acuerdo a las preferencias de los turistas para lograr una mayor diversificación de los mismos.

Tabla 1. Servicios turísticos ofrecidos en los municipios de Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

Servicios	Teotihuacán	San Martín de las Pirámides	Totales
De hospedaje	194	251	445
De alimentos y bebidas	35	12	47
Otros servicios	29	25	54
Totales	258	288	546

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Turismo (2017).

Tabla 2. Análisis de los costos y calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Teotihuacán en relación con el número de visitantes encuestados.

Actividad	No. de visitantes	Costos			Calidad del servicio				
		Económicos	Razonables	Muy elevados	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Recorrido en la zona arqueológica	57	31	22	4	17	25	11	2	2
Subir a las pirámides	57	31	22	4	17	25	11	2	2
Visita al museo	45	28	16	1	12	18	12	1	2
Experiencia nocturna (luz y sonido)	24	6	9	10	8	8	6	1	1
Hospedaje	29	9	12	8	7	12	10		
Servicio de restaurantes	39	8	22	9	8	14	15		2
Otros servicios de alimentación (fondas)	42	17	23	2	4	20	15	1	2
Comprar artesanías	47	12	29	6	8	15	20	2	2
Volar en globo aerostático	25	5	11	9	6	4	12	1	2
Paseo en cuatrimoto	27	7	17	3	5	10	9	1	2
Paseo en bicicleta	30	15	13	2	6	11	11		2
Paseo a caballo	17	9	7	1	2	4	8	1	2
Baño de temascal	26	10	15	1	4	9	10	1	2
Tirolesa	25	17	7	1	3	10	9	1	2
Visita al jardín de cactáceas	32	23	8	1	4	10	16		2
Visita a los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco	19	8	9	2	3	3	9	2	2
Visitar algún balneario	23	13	9	1	4	6	8	2	3
Parque temático	29	12	13	4	3	15	8	1	2
Zoológico Reino Animal	26	8	12	6	3	9	11		3

Fuente: Elaboración propia.

Anexos

Encuesta para turistas que visitan Teotihuacán

Objetivo: Conocer la percepción de los turistas respecto a la calidad de los servicios ofrecidos en Teotihuacán, así como sus intereses respecto a actividades que les gustaría realizar.

Instrucciones: Favor de elegir la respuesta o respuestas que considere adecuadas.

1. Género: a) Mujer b) Hombre
2. Edad:
 - a) De 0 a 17 años
 - b) De 18 a 30 años
 - c) De 31 a 40 años
 - d) De 41 a 60 años
 - e) Igual o mayor a 61 años

3. Lugar de procedencia:
 - a) Nacional
 - b) Extranjero
4. Estancia en la región:
 - a) Un día
 - b) Dos días
 - c) Tres días
 - d) Más de tres días
5. ¿Cuántas veces ha visitado la zona arqueológica de Teotihuacán?
 - a) Una vez
 - b) Dos veces
 - c) Tres veces
 - d) Más de tres veces
6. ¿Cuál es la principal razón por la que visita Teotihuacán?
 - a) Por cultura
 - b) Por su gastronomía
 - c) Por sus artesanías
 - d) Por entretenimiento
7. Seleccione las actividades que ha realizado en Teotihuacán y cómo considera los costos que ofrecen.

7. Seleccione las actividades que ha realizado en Teotihuacán y cómo considera los costos que ofrecen.

Actividad	Económicos	Razonables	Muy elevados
Recorrido en la zona arqueológica			
Subir a las pirámides			
Visita al museo			
Experiencia nocturna (luz y sonido)			
Hospedaje			
Servicio de restaurantes			
Otros servicios de alimentación (fondas)			
Comprar artesanías			
Volar en globo aerostático			
Paseo en cuatrimoto			
Paseo en bicicleta			
Paseo a caballo			
Baño de temascal			
Tirolesa			
Visita al jardín de cactáceas			
Visita a los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco			
Visitar algún balneario			
Parque temático			
Zoológico Reino Animal			
Otro Indique ¿Cuáles?			

8. Por favor, evalúe el servicio que ha recibido en las actividades que ha desarrollado en la región.

Actividad	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Guía de turistas					
Visita al museo					
Experiencia nocturna (luz y sonido)					
Hospedaje					
Servicio de restaurantes					
Otros servicios de alimentación (fondas)					
Comprar artesanías					
Volar en globo aerostático					
Paseo en cuatrimoto					
Paseo en bicicleta					
Paseo a caballo					
Baño de temascal					
Tirolesa					
Visita al jardín de cactáceas					
Visita a los conjuntos habitacionales de Tetitla y Atetelco					
Visitar algún balneario					
Parque temático					
Zoológico Reino Animal					

1. ¿Qué actividades le gustaría que se implementarán en Teotihuacán?
 - a) Extremas Indique ¿Cuáles?
 - b) Culturales Indique ¿Cuáles?
 - c) Ambientales Indique ¿Cuáles?
 - d) Interactivas Indique ¿Cuáles?

REFERENCIAS

- CICM. (2018). *Pueblos mágicos. Herramienta para el desarrollo social y económico*. EB Turismo.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la investigación*, 5ª edición. México: Mc Graw Hill.
- Ibáñez, R. y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur.
- Jácome, J. (2015). *El impulso del turismo a través de las prácticas asociacionistas. El caso del corredor turístico del Valle de Teotihuacán*. En revista de arquitectura, urbanismo y territorios del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Rivera, R. & Peralta, A. (2016). *Turismo Cultural en México*. En revista Reporte Anáhuac de Investigación Turística. Año 1, No. 4. Facultad de Turismo y Gastronomía.
- Rodríguez Peñuelas, M. (2008). *Técnicas e Instrumentos de Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Roldán et al. (2017). *Turismo sustentable en México*. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- SECTUR (2018) *Visión Global del Turismo a México. Análisis de Mercados, perspectivas del turismo mundial*.