

**Nombre de la Ponencia:**

***“Percepción de los actores del turismo sobre la imagen de la Costalegre  
como destino turístico, etapa 1 de 3, año 2003-2004”***

**Nombre del(a) Ponente:** MTRO. CARLOS HERNÁNDEZ VEGA

**Centro Universitario de la Costa Sur  
Universidad de Guadalajara**

[chernand@cucsur.udg.mx](mailto:chernand@cucsur.udg.mx)

PONENCIA EN EL VI CONGRESO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA,  
CIUDAD DE MÉXICO, 22 AL 24 DE SEPTIEMBRE 2004.

CARLOS HERNÁNDEZ VEGA  
Universidad de Guadalajara  
[chernand@cucsur.udg.mx](mailto:chernand@cucsur.udg.mx)

**a). Título.**

“Percepción de los actores del turismo sobre la imagen de la Costalegre como destino turístico, etapa 1 de 3, año 2003-2004”

**b). Objetivos**

- 1.- Conocer y analizar la percepción de la imagen que tienen los turistas sobre la Costa legre como destino turístico.
- 2.- Contar con un documento que sirva de base para el diseño de estrategias de promoción y publicidad en la Costalegre sobre su imagen real; y, cuyos contenidos sean utilizados para fortalecer la orientación terminal de mercadotecnia turística en la licenciatura en turismo del Centro Universitario de la Costa Sur.
- 3.- Generar información veraz, que permita a la población habitante de la Costalegre conocer su situación como destino turístico desde el punto de vista de los turistas.
- 4.- Servir de apoyo para la formación en recursos humanos en investigación.

**c). Justificación.**

El “nuevo turista”, el “turista de la sociedad postindustrial”, está demandando cada vez mas destinos turísticos con calidad ambiental y mejor imagen. Al hablar de imagen de un destino turístico debemos tener en claro que la imagen es la suma del producto global que se ofrece (todos los distintos productos que pueda ofrecer un destino) más el conjunto de acciones comunicativas de que es objeto este producto o destino. Siempre se debe tener en cuenta que esta suma debe de

ser analizada, fundamentalmente, por el modo en que la perciben los consumidores, para quienes la imagen pretendida ha sido emitida.<sup>1</sup>

Para esta primera etapa, (**Primera etapa año 2003-2004.- Identificar la percepción de la imagen que tienen los turistas sobre la costa alegre como destino turístico**), una de las interrogantes planteadas es, definir realmente ¿cual es la imagen que se forman los visitantes en la zona de la Costalegre en sus viajes con motivos diversos?, si es de destino con calidad ambiental, de descanso, familiar, de ambiente nocturno, de lugar seguro, inseguro etc.

Bajo esta perspectiva, el fin de llevar a cabo esta investigación, esta centrado en la obtención de datos veraces, adquiridos de forma científica y actualizada, los cuales sirvan de base en los trabajos de planeación y diseño de estrategias de comunicación hacia los turistas. De antemano existen programas de promoción hechos por la Delegación de Turismo, El H. Ayuntamiento de Cihuatlán y los hoteleros, mismos que han logrado motivar el desplazamiento de los turistas, como se ha observado en las temporadas vacacionales, sin embargo la existencia de un documento base nos permitiría optimizar al máximo los esfuerzos de publicidad.

Además la investigación del presente proyecto nos permitirá formar recursos humanos en investigación temprana y en profesores.

Durante el periodo de trabajo se buscará publicar los avances en los medios locales con el fin de difundir a la población receptora los compromisos que se adquieren con los visitantes al formarse ellos una imagen sobre el destino con el fin de que valoren y analicen las opiniones y así construir una estrategia de desarrollo capaz de conciliar de manera armónica el mejoramiento de las condiciones de recreación en la Costalegre y la protección del medio ambiente

---

<sup>1</sup> La imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico: el caso de Curitiba Brasil. Dr. Jose Manoel Gandara

regional y coordinar las acciones en beneficio del desarrollo sustentable y la protección de su flora y fauna.

#### **d). Introducción**

La Costalegre del Estado de Jalisco, incluye los municipios de Cihuatlán, la Huerta y Tomatlán, pasando por Barra de Navidad por el suroeste hasta Punta Peñitas en el noroeste atravesando las bahías Navidad, Tenacatita y Chamela.<sup>2</sup>

Para llegar a la costalegre se puede arribar por la carretera número 80 que va de Acatlan de Juarez a Barra de Navidad en dirección suroeste o por la carretera número 200, que va desde Cihuatlán hasta Puerto Vallarta.

Las temporadas de mas afluencia turística, están marcadas por las épocas vacacionales nacionales, (semana santa, verano y navidad), puentes, fines de semana y la época de canadienses y norteamericanos jubilados que inicia en mediados de octubre y termina a finales del mes de marzo.<sup>3</sup>

Se puede observar que la mayoría de los turistas viajan en familia, con situación económica de todos los estratos y con el fin de descansar, como puede observarse en la oferta hotelera donde gran parte esta basada en bungalows, hoteles con categorías desde 1 estrella hasta gran turismo, trailers park y casas de huéspedes

El estudio, sobre la percepción de los actores del turismo sobre la costalegre como destino turístico, pretende coadyuvar en los trabajos de promoción y publicidad que se lleven a cabo en la zona, toda vez que no se cuenta con un estudio igual o

---

<sup>2</sup> Guía Turística Jalisco SETUJAL, 2003.

<sup>3</sup> Entrevista al Delegado de Turismo de la Costalegre. C.P. Alfonso Espinoza. 2003.

similar que permita orientar los esfuerzos de comunicación que realizan las instituciones gubernamentales y privadas dedicadas al turismo.

Por otro lado, se ha observado que, la costalegre es un destino turístico en su mayoría como familiar y de descanso, mostrado en la mínima oferta de diversión nocturna que se tiene en las poblaciones de mas afluencia, como son Melaque y Barra de Navidad, así mismo con los servicios de alimentación, farmacéuticos, médicos, mecánicos etc., sin embargo esta percepción, sólo a nivel de observación, no ha sido documentada científicamente para efectos de aprovechamiento turístico.

También se pretende conocer la percepción de la imagen que tiene los pobladores y prestadores de servicios sobre su población, para lo cual el presente trabajo se dividirá en tres etapas.

**Primera etapa** año 2003-2004.- Identificar la percepción de la imagen que tienen los turistas sobre la costalegre como destino turístico.

**Segunda etapa** año 2004-2005.-

- a).- Evaluar la percepción de la imagen que tiene los tour-operadores de los canales de distribución y
- b).- Evaluar técnicamente las acciones comunicativas (Publicidad y promoción), orientadas a motivar el desplazamiento del turista hacia la costalegre.

**Tercera etapa** año 2005-2006.- Percepción de imagen sobre la actividad turística en la costalegre que tiene la comunidad local (Prestadores de servicios turísticos y los relacionados indirectamente)

#### **e). Hipótesis**

La percepción de la imagen que tienen los turistas sobre la Costalegre, probablemente es de un destino familiar, de descanso y tranquilidad, en el cual

encuentran playas limpias, ambiente pueblerino, seguridad en la playa y en la población, servicios turísticos básicos y complementarios a costos accesibles a cualquier estrato económico.

**f). Principales hallazgos de investigación y nuevas interrogantes o líneas de análisis que se abren para futuras investigaciones.**

El objetivo de la investigación está centrado principalmente en la obtención de de datos sobre la imagen, pero al realizar el trabajo se detectó que los turistas consideran observaron necesidades como:

1. Capacitación del personal de atención en el hotel y los establecimientos de alimentos y bebidas, (reflejado en el desgano de atención, falta de sazón en la preparación y decoración de los alimentos, organización del personal, personal multifunciones.)
2. Necesidad de fortalecer los apoyos para los turistas en su aspecto financiero ( cobros con tarjeta de crédito y debito, funcionamiento adecuado del único cajero automatico para retirar efectivo)

**g). Conclusiones**

Se aplico una entrevista al Delegado de Turismo de la Costalegre para verificar si existía alguna investigación igual o similar sobre el tema, el cual dio a conocer, que durante el tiempo que ha fungido como delegado ( 10 años), nadie le ha reportado algo al respecto, por lo que se optó en entrevistar directamente a los turistas en cuatro momentos bajo el siguiente cuestionario.

**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR  
DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS TURISTICOS**

CON LA FINALIDAD DE SABER QUE IMAGEN TIENEN DE COSTA ALEGRE SUS VISITANTES, EL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS CON SEDE EN AUTLAN DE NAVARRO REALIZA EL SIGUIENTE ESTUDIO.

**“PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES DEL TURISMO SOBRE LA IMAGEN DE LA COSTA ALEGRE COMO DESTINO TURÍSTICO”**

**1.- Cual es su residencia permanente?**

- a) Ciudad \_\_\_\_\_
- b) Estado \_\_\_\_\_
- c) País \_\_\_\_\_

**2.- Cuantos días permaneció en Costa Alegre? \_\_\_\_\_**

**3.- Cual es el principal motivo de su visita?**

- a) Descanso
- b) Diversión
- c) Negocios
- d) Congresos o Convenciones
- e) Visita de parientes o amigos
- f) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

**4.- Cual fue el atractivo turístico que lo motivó visitar Costa Alegre?**

- a) Atractivos Naturales
- b) Atractivos Históricos / Culturales
- c) Trabajos Técnicos / Científicos
- d) Manifestaciones Populares
- e) Acontecimientos Programados
- f) Otros. (especifique) \_\_\_\_\_

**5.- Como califica los atractivos turísticos que visitó durante su estancia en la Costa Alegre?**

	a).- Bueno	b).- Malo	c).- Regular
1.-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.- _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6.- En que tipo de propaganda Turística obtuvo información de la Costa Alegre?**

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Revista
- d) Folleto
- e) Agencia de viajes

- f) Parientes o amigos
- g) Otros. (especifique) \_\_\_\_\_

7.- Su viaje fue organizado por una Agencia de Viajes?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8.- Como viaja usted?  
a) Solo  
b) Con amigos  
c) Con familia  
d) En grupo

9.- Cuantas veces a viajado usted a la Costa Alegre?  
a) 1vez. b) 2 veces d) 3-6 d) 7-10 e) mas de 11

10.- Le gustaría regresar otra vez?  
a) si b) no  
Porque \_\_\_\_\_

11.- Recomendaría a sus amigos visitar Costa Alegre?  
a) si b) no  
Porque \_\_\_\_\_

12.- Cual medio de transporte utilizó para llegar a Costa Alegre?  
a) Avión  
b) Camión  
c) Automóvil  
d) otro (especifique)

13.- En que rango de edad se encuentra usted?  
a) menor de 18 e) 31 a 35 años  
b) 18 a 20 años f) 36 a 40 años  
c) 21 a 25 años g) 40 a 50 años  
d) 26 a 30 años h) mas de 50 años

14.- Cual es su ocupación principal?  
R. \_\_\_\_\_

15.- Cual es el tipo de hospedaje que utiliza en Costa Alegre?  
a) Hotel  
b) Trailer Park  
c) Casa / Departamento  
d) Casa de parientes / amigos  
e) Casa propia  
f) Bungalow  
g) Otro (especifique)

**16.- Como califica la experiencia de su visita a la Costa Alegre?**

- a) buena                      b) regular                      c) mala

**17.- Califique algunos aspectos de la Costa Alegre**

	Bue no	Reg ular	Ma lo	No sé
a) Servicio medico				
b) Limpieza publica				
c) Seguridad publica				
d) Servicio de taxis				
e) Señalización urbana				
f) Telefonía publica				
g) Transporte colectivo local				
h) Servicio de transporte terrestre				
i) Comercio				
j) Restaurantes				
k) Servicio de agencias de viajes				
l) Servicio de informantes turísticos				
m) Servicio de hospedaje				
n) Señalización turística				
o) Vida nocturna				
p) Conservación de edificios en general				
q) Áreas verdes				
r) Calidad de agua potable				
s) Servicio de energía eléctrica				
t) Guías de turismo				
u) Carreteras				
v) Vida cultural				

w) Mantenimiento de tradiciones				
x) Contaminación de ruido				
y) Contaminación de agua				
z) Limpieza de las playas				

18.- Cual era su expectativa de la Costa Alegre como destino turístico antes de llegar a este lugar?

- a) buena                      b) regular                      c) mala

19.- Que imagen tenia usted de la Costa Alegre antes de conocerla?

- a) lugar ecológico  
b) lugar con calidad de vida  
c) lugar de descanso  
d) lugar de negocios  
e) lugar de diversión  
f) lugar de ambiente nocturno  
g) lugar familiar  
h) lugar de ambiente pueblerino  
i) lugar de tradiciones religiosas  
j) otra (especifica) \_\_\_\_\_

20.- Ahora que conoce usted la Costa Alegre, como la define?

- a) lugar ecológico  
b) lugar con calidad de vida  
c) lugar de descanso  
d) lugar de negocios  
e) lugar de diversión  
f) lugar de ambiente nocturno  
g) lugar familiar  
h) lugar de ambiente pueblerino  
i) lugar de tradiciones religiosas  
j) otra (especifica) \_\_\_\_\_

21.- Después de haber visitado la Costa Alegre como destino turístico como la califica?

- a) buena                      b) regular                      c) mala

22.- Cual fue su gasto promedio en la Costa Alegre?

- a) Hospedaje \_\_\_\_\_  
b) Compras \_\_\_\_\_  
c) Comidas \_\_\_\_\_

d) Total \_\_\_\_\_

23.- Cuántas personas están incluidas en sus gastos? \_\_\_\_\_

24.- Cuántas conquistas obtuvo en su estancia en la Costa Alegre? \_\_\_\_\_

25.- En que rango se encuentra su ingreso mensual individual?

a).- Menos de 5,000    b).- 5,000-8,000    c) 8,000-12,000    d) mas de 12,000

De ésta aplicación resulto lo siguiente:

Del total de los turistas encuestados, el 61% dijo provenir de la Ciudad de Guadalajara, Jalisco, mientras que el 15% lo hicieron de los Estados Unidos de Norteamérica, quedando en un 8% los Canadienses que en las épocas de octubre a marzo suelen visitar la Costalegre.

En porcentajes menores se tuvo un 6% de turistas provenientes del D.F., León Guanajuato, Colima y lugares aledaños.

La estancia promedio fluctua entre 3 y 4 días para un 51%, mientras que para un significativo 24% fue de 1 a 2 días, un 9% de nacionales respondieron que estuvieron por un promedio de 8 días y cabe mencionar que el resto, en su mayoría canadienses, manifestaron que permanecieron en promedio 6 meses.

El principal motivo de su visita es el descanso con un 66%, seguido del 23% que lo hizo por motivos de diversión y el 11% restante lo hizo por motivos que van desde asistencia a eventos programados hasta negocios amigos y otros.

Los principales atractivos turísticos que los motivaron a visitar la Costalegre fueron los naturales en particular las playas reflejado en un 87%, el resto fue motivado por atractivos diversos.

El 82% de los turistas encuestados calificaron los atractivos turísticos que visitaron en la zona Costalegre como buenos refiriéndose en su mayoría a las playas, un 10% los calificó como regular y solo el 2% los definió como malos.

El tipo de propaganda turística por el cual se enteraron de la existencia de la Costalegre fue a través de recomendaciones de familiares o amigos con un 75%,

un 7% se enteró por radio y en un 6% fue enterado por folleteria, solo un 3% por medio de una agencia de viajes y el resto en medio varios como televisión o internet.

El viaje a la Costalegre del 89% de los turistas fue organizado por ellos mismos sin que interviniera una agencia de viajes, la cual fue utilizada por el 11% restante.

La forma como viajan los turistas es en un 70% en familia, 18% con amigos, un 8% solo y el 4% restante lo hace en grupo, de ellos el 37% ha viajado a la costalegre por mas de 11 veces, el 20% entre 7 y 8 veces, otro 20% lo ha hecho solo una vez.

A la pregunta de si les gustaría volver otra vez el 99% respondió que si por la razón de que es un lugar bonito, tranquilo y de ambiente agradable razón por la cual si lo recomendarían a sus amigos y familiares.

El medio de transporte más utilizado para llegar a la Costalegre fue el automóvil, el rango de edad que predomino fue de los 40 a 50 años con un 25%, seguido de un 18% con edades de 26 a 30 años y menores de 18 años con un 17%.

La ocupación principal de la mayoría es de empleados con un 33 un 22% de profesionistas, el resto se dedica al comercio y al estudio de alguna carrera.

El tipo de hospedaje más utilizado fue el de Hotel con un 45%, un 21% para bungalows, un 13% en casa de familiares o amigos la experiencia el resto en trailers park, y casa propia.

De su visita a Costalegre la calificaron como buena y mas de un 50% opino que los servicios en general como taxis, telefonía, seguridad, limpieza de áreas publicas, carreteras, comercios etc., son buenos, omitiendo su opinión en aquellos servicios de los que no hicieron uso.

Antes de conocer la Costalegre las expectativas del 89% de los turistas eran buenas. Del total de los encuestados el 50% tenia la imagen de que la Costalegre

era un lugar de descanso, el 13% lo consideraba como un lugar de diversión el 12% como un lugar familiar, un 11% lo consideraba un lugar ecológico. Después de conocerla su imagen cambio de un 50 a un 48% para quienes la consideran un lugar de descanso, el mismo 13 % que la consideraba como lugar de diversión se mantiene con la misma imagen, el 12% que opinaba que era un lugar familiar se aumento en un 16% después de conocerla, en el caso de quienes tenían la imagen de lugar ecológico con un 11% después de conocerla disminuí en una unida porcentual quedando del orden del 10%.

Cabe mencionar que para un 5% de los turistas después de conocerla, la consideran como un lugar de calidad de vida, un 3% como lugar de ambiente pueblerino un 3% mas como de negocios y el restante 2 en otros

Los turistas tuvieron un gasto promedio durante su estancia de entre 3 y 4mil pesos, seguido de 4 a 5 mil, y en menor porcentaje de 1 a 2 mil pesos, donde incluyeron en su mayoría de 2 y 10 personas.

El ingreso promedio mensual individual se encuentra en un rango de 5 a 8 mil pesos, seguido de un porcentaje menor de un rango de menos de \$5,000.00.

#### **h). Bibliografía**

La imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico: el caso de Curitiba Brasil. Dr. Jose Manoel Gandara

Guía Turística Jalisco SETUJAL, 2003.

Entrevista al Delegado de Turismo de la Costalegre. C.P. Alfonso Espinoza. 2003

#### **i). Nota metodológica**

Recopilación de información documental

Diseño de instrumentos (Cuestionarios y entrevistas)

Trabajo de campo para la recopilación de datos (levantamiento de cuestionarios y entrevistas.

Vaciado de datos finales

Elaboración de cuadros y graficas

Interpretación de los datos

Presentación de resultados

**j).- Referencia institucional.**

Pagina web [www.cucsur.udg.mx/turismo](http://www.cucsur.udg.mx/turismo)