

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

Se pudo observar durante la elaboración de esta tesis que aún cuando el producto a identificar y especificar es el mismo, el cliente al que se le va a ofrecer nunca va a ser igual aún cuando el fin de éste sea el mismo. En este caso, no importando si son nacionales o extranjeros e incluso internos, todos buscan la cultura, la historia, el conocer un poco más sobre un lugar sobre el que han escuchado, aprendido algo o simplemente conocer algo nuevo. El hecho es, que no importa lo que busquen, lo buscan de distinta forma. Por la información obtenida en las entrevistas se podría pensar que todos los turistas buscan lo mismo en el Centro Histórico de Puebla, pero no es así. Las encuestas realizadas ayudaron a descubrir que la realidad es otra, todos buscan lo mismo pero la forma en que lo quieren obtener es distinta y en diferentes cantidades.

El turista cultural, si se toma el término general sin sus clasificaciones, no importa cual sea su lugar de origen busca la cultura y todo aquello que esto involucra. El arte, la historia, la arquitectura, la gente, todos son elementos que forman parte de un todo, y es este todo lo que buscan estos turistas. Si se analiza ya de forma más específica, viendo sus clasificaciones (Las especificadas por Jansen-Verbeke en 1997) ya la forma en que lo exploran y lo absorben

es distinto. Por ejemplo, el turista de exploración cultural, al ser de los que buscan los lugares culturales para visitarlos una sola vez y por poco tiempo, no le interesa involucrarse de manera extensa en la cultura del lugar a donde va, solamente es observar sin necesidad de profundizar. De esta manera se puede ver que aún cuando se hable de turista cultural, no se habla del mismo producto.

Se pudo comprobar que en el Centro Histórico de la ciudad de Puebla se pueden encontrar los tres tipos de turistas culturales que ya se han mencionado antes. Se puede llegar a esta conclusión puesto que la información recabada por medio de las encuestas y la información ofrecida por los prestadores de servicio entrevistados, dan este resultado. El turismo de inspiración cultural, es el que como su definición lo especifica, se encuentra más fácilmente siendo así el resultado de las encuestas, vienen por estancias cortas, es un lugar más dentro del grupo de lugares que van a ver durante su estancia en México, si son extranjeros, o en Puebla, si solamente quieren conocer el centro y/o sur de la república. Como la mayoría de las respuestas obtenidas en la pregunta relacionada con el recorrido, todos iban a los puntos más importantes o incluso si no era con un guía general se iban en una visita guiada en el servicio que ofrecen las personas que trabajan con el turibus. Aquí se comprueba la parte de viajes organizados en grupos y van recorriendo varios lugares estando solo poco tiempo en cada uno. En lo que respecta al turista atraído por la cultura, se pudo ver en el aspecto de que venían a visitar familia ya fuera en la ciudad o cerca de ella y aprovecharon ese tiempo de vacaciones o visita para conocer la ciudad. De alguna manera también la gente proveniente del D.F. cuando van a pasar el fin de semana a Atlixco o a algún lugar donde puedan encontrar un balneario cerca, aprovechan un poco de tiempo para visitar la ciudad de Puebla, en este caso el balneario supliría el lugar de la playa. Simplemente si está en el camino para ir

al lugar propuesto de las vacaciones de descanso se toman el tiempo y conocen un poco, por eso muchas veces están menos de un día en el lugar. Aún cuando por medio de las encuestas no se obtuvo un resultado muy alto o fuerte indicador de que el turista de motivación cultural visita Puebla, se pudo corroborar gracias a la información y respuestas ofrecidas por las personas entrevistadas.

En lo que respecta al concepto de la ciudad turista – histórica se puede decir que Puebla entra dentro de este concepto por varias situaciones. La primera basándose en los problemas que establece Turnbridge (2000) con respecto a agregar el factor urbano a la ciudad puesto que el Centro Histórico es importante para el turismo puesto que al ser un patrimonio el turista cultural lo busca y de la misma manera la ciudad necesita del turista para estar en su Centro Histórico. También se confirma por el hecho de que Puebla junto con los servicios y la infraestructura que ofrece en general no fue creada exclusivamente para el turista ni este es el único que la utiliza. La tercera forma de comprobar que Puebla se puede considerar como una ciudad turista – histórica es por medio de la forma que ofrece Ashworth (2000) cuando dice que se le puede llamar así a una ciudad cuando se hace la unión de los dos conceptos que conforman el término. Puebla es una ciudad histórica, que como se ha repetido ya varias veces, es patrimonio cultural, y al mismo tiempo es una ciudad de turismo, ya sea que lo busca exclusivamente o que por medio de ciertas situaciones como estar cerca de ella lleva a los turistas a visitarla.

Otra observación muy importante es que a pesar de que México cuenta con 23 lugares denominados patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO de los cuales seis son centros históricos, no es un factor que afecte a la atracción de turismo cultural. Muchas veces

el hecho de que haya varias atracciones o sitios de interés para las personas en un mismo lugar hace que pierdan cierto valor ya que al haber más de lo mismo la gente no le presta atención a alguno en específico. En el caso de Puebla así como los otros centros culturales no sucede esto puesto que aunque tienen el mismo nombre, Centro Histórico, cada uno es único y no se puede pensar en decir que al ver uno se han visto todos. Esto sería como decir que si ya se vió Notre Dame en París, ya no es necesario ver la iglesia de San Patricio en Nueva York, las dos son grandes iglesias de estilo gótico pero cada una es diferente por el simple hecho de estar en dos lugares distintos. Estas diferencias se pueden encontrar sin importar si están en el mismo estado, país o inclusive continente. Que en este caso se retoma nuevamente el factor de que cada persona busca lo mismo de diferentes maneras y por tanto su comportamiento va a ser diferente en cada caso, incluso cambia dependiendo del lugar al que vaya sin importar la motivación de buscar cultura.

5.2 Recomendaciones

Durante el período de investigación de esta tesis, se descubrió que para el Centro Histórico de la ciudad de Puebla no solo hay dos tipos de turismo, hay tres, el turismo nacional, el internacional y el interno. Este es un tipo de turismo que no se ha considerado en el establecimiento de los productos. Se propone hacer un estudio más amplio para este tipo de turismo, puesto que el crecimiento interno depende también de que la gente que vive en la ciudad conozca su lugar de origen, o al menos el lugar donde vive. Con este intento de involucrar a la gente en la educación sobre Puebla se puede lograr por consecuencia una mayor participación de todos para mejorar aún más la ciudad e impulsarla.

En lo que respecta a la evaluación del Centro Histórico y sus elementos, se recomienda hacer un estudio sobre la factibilidad de renovar o restaurar edificios históricos. El fin de la renovación o restauración es el de poder conservar y mejorar el inventario dentro del Centro Histórico puesto que muchos edificios, casas e iglesias han sido abandonadas lo que las ha vuelto inseguras y por lo tanto no se pueden tomar en cuenta para un producto más completo. De la misma manera al mejorar estos edificios, el valor cultural de la ciudad aumentará y será un factor de importancia para mantener el título de patrimonio cultural.

Se sugiere la creación de un proyecto para la creación de un festival cultural con el carácter suficiente para lograr una posición de competencia de nivel nacional e inclusive internacional. Incluyendo en éste festival los elementos de arte como la pintura, escultura, teatro, danza entre otros. Esto ayudaría a lograr un posicionamiento de reconocimiento como el que tiene el festival Cervantino en Guanajuato y así por consecuencia posicionar a Puebla en un mercado nacional.

Se aconseja estudiar la posibilidad de crear una estrategia para mejorar el recurso humano del Centro Histórico de la ciudad de Puebla. Esto se propone puesto que durante la investigación de ésta tesis se observó la falta de personal capacitado en los diferentes puntos de importancia turística. La mejora de éste punto por medio de una estrategia puede ayudar a mejorar la posición de competencia que tiene Puebla en el mercado de centros culturales en el mundo. Si se toma en cuenta que en la mayoría de los centros culturales más importantes del mundo, por ejemplo Florencia, Italia, todas las personas que trabajan en los puntos de importancia como el Batisterio tienen los conocimientos para dar una explicación completa sobre el lugar. De la misma manera se puede notar que prácticamente todo el tiempo se va

poder encontrar un guía que pueda hablar y enseñar los lugares de importancia. Aún cuando hay guías gratuitos, que ofrecen recorridos por el Centro Histórico, son pocos y cuando hay muchos turistas en el centro no se pueden dar abasto. Lo mismo sucede con las personas trabajando en los museos, iglesias y otros lugares de importancia.

Se recomienda, tomando como base la evaluación que se hizo del inventario del Centro Histórico, realizar un estudio a mayor detalle sobre esta evaluación. Esto se sugiere, puesto que las personas que evaluaron estos elementos no permitían mantener una armonía entre los conocimientos de cada uno con respecto al Centro Histórico. Tres expertos y una opinión inexperta no son suficientes para hacer una evaluación objetiva puesto que la inexperiencia ocasiona un desequilibrio en las calificaciones propuestas por los expertos. Se recomienda utilizar un mayor número de personas experimentadas en el tema, un número similar en lo que se refiere a escoger personas no tan involucradas en el tema así como también incluir personas que se hayan involucrado de manera mínima en el tema y lograr así una evaluación más objetiva.