

Escuinapa, una oportunidad para el turismo de naturaleza

Estudio de percepción



“ESCUINAPA ¡ESTO ES VIDA!”

Campaña de orgullo e identidad

AUDIENCIA OBJETIVO

54,131

habitantes del municipio de Escuinapa

DURACIÓN

■ Noviembre 2014 a marzo 2015

ESTRATEGIA

200 pendones colocados en lugares estratégicos de Escuinapa, Teacapán, Isla del Bosque, El Palmito del Verde y Cristo Rey

100 gorras y **100** camisetas para los promotores de la campaña y prestadores de servicios turísticos.

9 cápsulas informativas y **1** canción insignia

1 rueda de prensa

4 entrevistas en la radio

450 veces se transmitieron las cápsulas en la radio La Cañona

250 encuestas se aplicaron



© Fernando Haro

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Como parte de la campaña “Escuinapa ¡Esto es vida!”, se planteó la necesidad de realizar un primer acercamiento exploratorio en el municipio de Escuinapa, Sinaloa, para conocer si la gente local conoce el término “destino turístico de naturaleza”, así como su sentir acerca de lo que se requiere para posicionar al municipio como un destino de esta clase. Es decir, si consideran que los atributos naturales, culturales, históricos, gastronómicos, etc., de la región son suficientes para detonar este tipo de turismo, o qué es lo que hace falta.



© Carlos Simental/Redes


Escuinapa
¡ESTO ES VIDA!



© Ernesto Bolado/SuMar

RESULTADOS

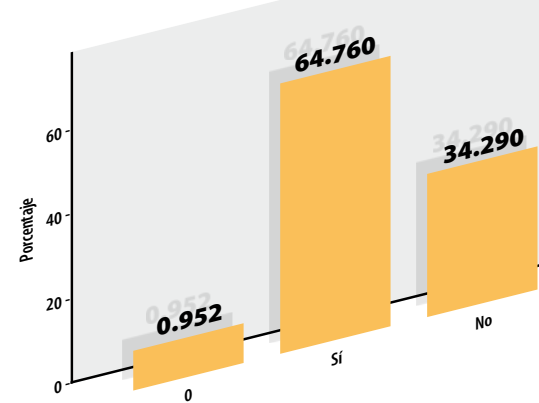
Lo primero que se quería saber es si la población local conocía o había escuchado hablar del término “destino turístico de naturaleza”. Para esta y otras preguntas, se agregaba una pregunta de tipo “control”, donde se presentaba una serie de opciones de respuesta para ver si lo que respondían tenía relación con lo que se les cuestionaba.

Por ejemplo, la primera pregunta: “¿Conoce o ha escuchado el término “destino turístico de naturaleza”? (Fig. 1) Tenía como pregunta control “¿Qué es para usted un “destino turístico de naturaleza”? (Fig. 2) En las opciones de respuesta no hay preguntas correctas per se, pero sí hay una que se considera la más adecuada.

En la pregunta 1, el 64.76% contestó que sí conoce el término, y en la pregunta control, el 65.71% respondió: “un lugar donde se realizan actividades en estrecho contacto con la naturaleza”, la cual fue considerada previamente como la respuesta más adecuada. Como se puede ver en los gráficos, hay una correspondencia estrecha entre la pregunta 1 y su pregunta control.

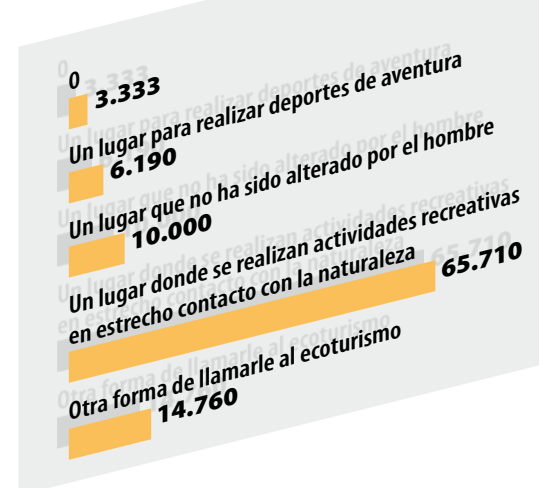
¿CONOCE O HA ESCUCHADO EL TÉRMINO “DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA”?

(Figura 1)



¿QUÉ ES PARA USTED UN “DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA”?

(Figura 2)

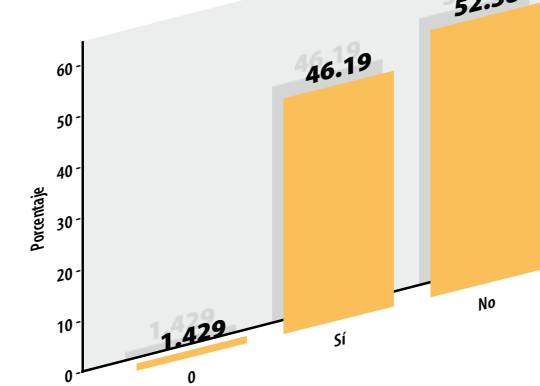


La segunda pregunta: “¿Cree que la gente de fuera vea a Escuinapa como un destino turístico importante?” (Fig. 3) fue elaborada para conocer la percepción que la gente local cree que las personas de fuera tienen de la región como un destino turístico. Los resultados se inclinan un poco hacia el lado negativo, pues el 52.38% no cree que Escuinapa sea visto como un destino turístico importante, mientras que el 46.19% sí.

La pregunta control de este cuestionamiento fue: ¿Por qué? (Fig.4) Esta

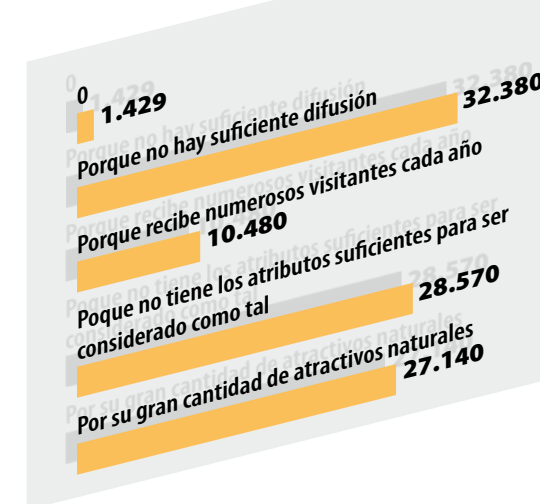
¿CREE QUE LA GENTE DE FUERA VEA A ESCUINAPA COMO UN DESTINO TURÍSTICO IMPORTANTE?

(Figura 3)



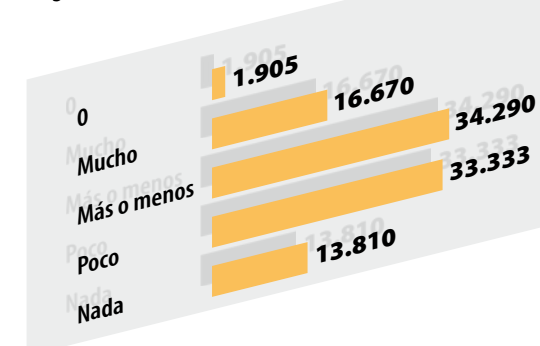
¿POR QUÉ?

(Figura 4)



¿QUÉ TANTO CREE QUE LA ECONOMÍA DE ESCUINAPA DEPENDE DEL TURISMO?

(Figura 5)



© Ernesto Bolado/SuMar

pregunta control tiene intercaladas respuestas positivas y negativas, de forma que sirva de parámetro para saber qué razones consideran quienes contestaron que no y cuáles quienes contestaron que sí.

El 32.38% de los encuestados consideraron a la falta de difusión y el 28.57% a la falta de recursos naturales suficientes el hecho de que Escuinapa no sea percibido desde fuera como un destino natural importante. El 37.62% de los entrevistados consideran que sí se cuentan con los recursos naturales suficientes y además que los numerosos visitantes que recibe el municipio avalan esta afirmación.

Para acercarnos al tema de si la población local considera que Escuinapa debe posicionarse como el destino turístico de naturaleza del sur de Sinaloa, es importante conocer si consideran que la economía del municipio depende y en qué medida del turismo (Fig. 5).

Los resultados tienden fuertemente hacia el lado negativo, pues el 81.43% de los encuestados consideraron que la economía local depende de “más o menos” a “nada” del turismo.

Teniendo en cuenta en qué medida con-



© Fernando Haro

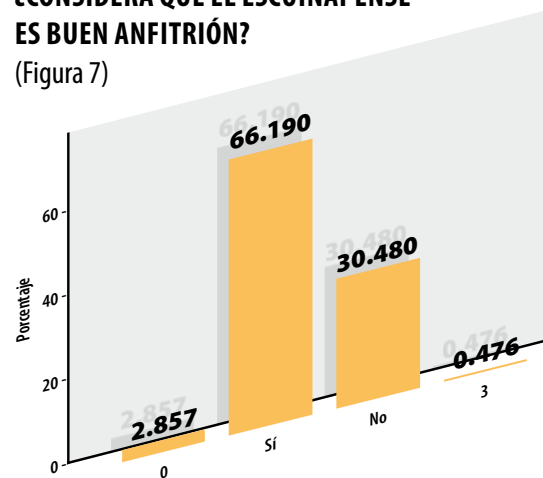
EN SU OPINIÓN, ¿QUÉ TANTOS ATRACTIVOS NATURALES TIENE ESCUINAPA PARA OFRECER AL VISITANTE?

(Figura 6)



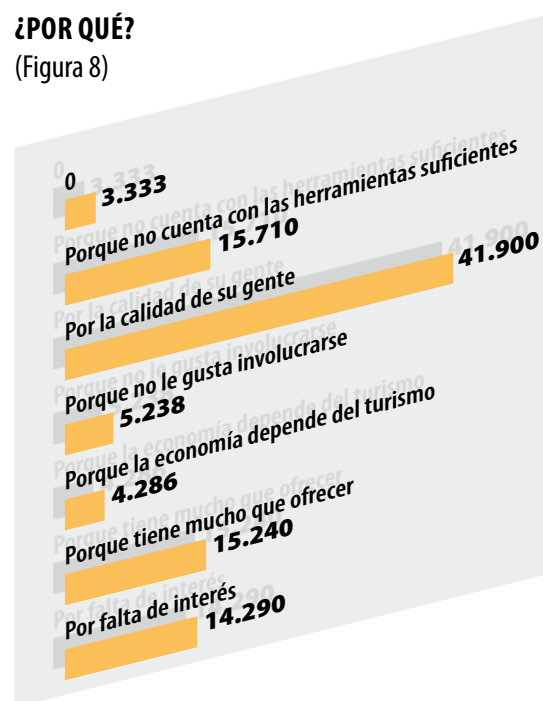
¿CONSIDERA QUE EL ESCUINAPENSE ES BUEN ANFITRIÓN?

(Figura 7)



¿POR QUÉ?

(Figura 8)



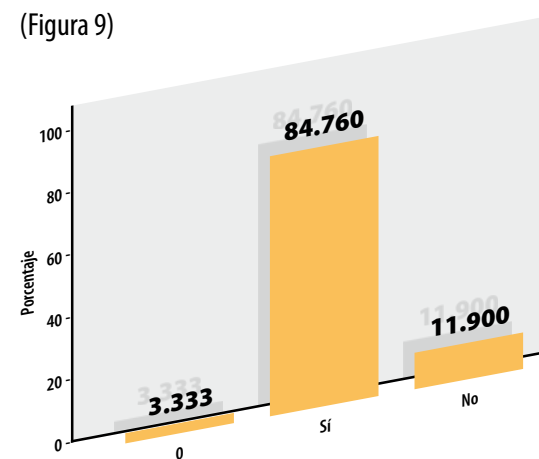
sideran al turismo como un detonante de la economía local (no como potencialidad, sino en el presente), se les hizo la pregunta “En su opinión, ¿qué tantos atractivos naturales tiene Escuinapa para ofrecer al visitante?” (Fig. 6), esto para saber si la oferta natural de la región es suficiente para satisfacer al turista que busca este tipo de atractivos. El 57.15% de los encuestados afirman que cuentan con muchos o suficientes recursos naturales, mientras que el 40.47% señalan que se tienen de pocos a muy pocos atractivos naturales.

Como aproximación al tema de cómo se percibe a sí mismo el escuinapense en tanto anfitrión de los turistas y visitantes, se les cuestionó si se consideran a sí mismos como buenos anfitriones (Fig. 7). La respuesta fue favorable, pues el 66.19% considera que sí son buenos anfitriones.

Como pregunta control se les preguntó el por qué se consideran como buenos o no tan buenos anfitriones, con respuestas positivas y negativas intercaladas (Fig. 8). El 61.42% de los encuestados respondieron de forma positiva, señalando a la calidez de la población local como su principal característica para ser un buen anfitrión. Por otra parte, el 35.23% de los

¿CONSIDERA QUE ESCUINAPA DEBE POSICIONARSE COMO UN “DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA”?

(Figura 9)



¿POR QUÉ?

(Figura 10)



participantes tendieron a las respuestas negativas, señalando principalmente a la indiferencia y la falta de herramientas suficientes para ser buenos anfitriones de turistas y visitantes.



© Carlos Simental/Redes

Una vez conocida la opinión de cómo se percibe a sí mismo y a sus zonas naturales el escuinapense, se buscó conocer si a futuro a la población local le gustaría que su municipio se posicionara como un destino turístico de naturaleza y por qué.

La pregunta 5: ¿Considera que Escuinapa debe posicionarse como un “Destino Turístico de Naturaleza”? se realizó para este tópico (Fig. 9). El resultado es altamente positivo, pues el 84.76% respondió que sí, y sólo el 11.0% que no.

Como pregunta control se cuestionó el por qué (Fig. 10), con opciones de respuesta positivas y negativas intercaladas. El 74% de los participantes respondió de forma positiva, señalando de forma muy clara que la principal razón para el interés por posicionarse como un destino turístico de naturaleza es el fortalecimiento de la economía local, principalmente a través de la generación de empleos. Sólo el 12.52% de los encuestados se inclinó por las respuestas de carácter negativo, indicando como razón primaria que simplemente no se cuentan con los atractivos naturales suficientes para buscar el posicionamiento.

Para saber en qué estado se encuentra actualmente Escuinapa en tanto un desti-



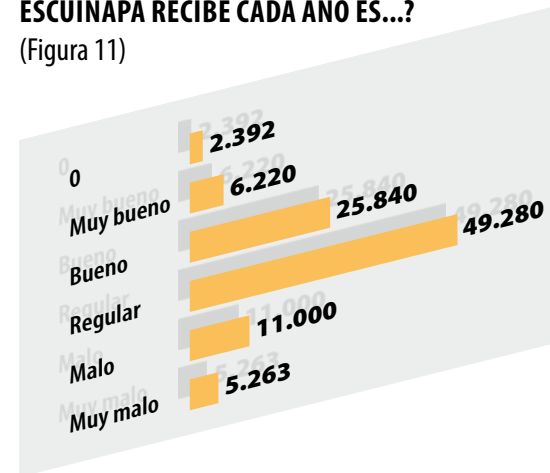
© Carlos Simental/Redes

no turístico importante, se cuestionó a los participantes acerca de qué tan alto o bajo consideran que es el flujo de visitantes al municipio (Fig. 11). El 81.34% de los participantes considera que el número de turistas anuales en Escuinapa es de muy bueno a regular, con alta tendencia en “regular”. El 15.26% de los encuestados creen que el número actual es de malo a muy malo.

Con la intención de conocer las posibles trabas que pueda tener Escuinapa para lograr posicionarse como el destino turístico de naturaleza del sur de Sinaloa, se les hizo la siguiente pregunta: “¿Cuál cree que es el obstáculo más importante que tiene Escuinapa para posicionarse como “destino turístico de naturaleza”?” (Fig. 12). Esta información es importante conocerla porque proporciona un norte para saber si los obstáculos percibidos son evitables o que se puede trabajar en ellos; o si por el contrario son obstáculos inherentes a la región y por los que no hay nada que hacer. El 73.2% de los participantes consideran que los obstáculos son mejorables, pues tienen que ver con la falta de equipo, capacitación y recursos económicos, más no por falta de recursos naturales (sólo el 9% respondió con esta opción).

¿CONSIDERA QUE EL NÚMERO DE TURISTAS QUE ESCUINAPA RECIBE CADA AÑO ES...?

(Figura 11)



¿CUÁL CREE QUE ES EL OBSTÁCULO MÁS IMPORTANTE QUE TIENE ESCUINAPA PARA POSICIONARSE COMO “DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA”?

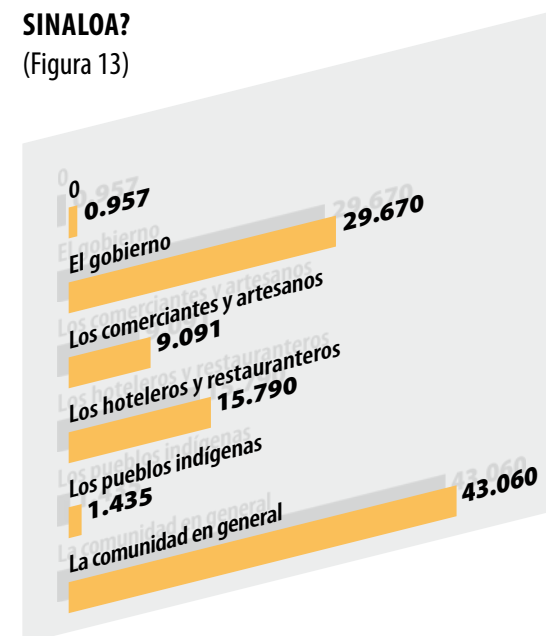
(Figura 12)



Para conocer la opinión sobre los beneficiarios del posicionamiento como destino turístico de naturaleza de Escuinapa, se les preguntó: “¿Quién se beneficiaría más del reconocimiento de Escuinapa como “el destino turístico de naturaleza en el sur de Sinaloa”?” (Fig. 13), pues es necesario saber si conside-

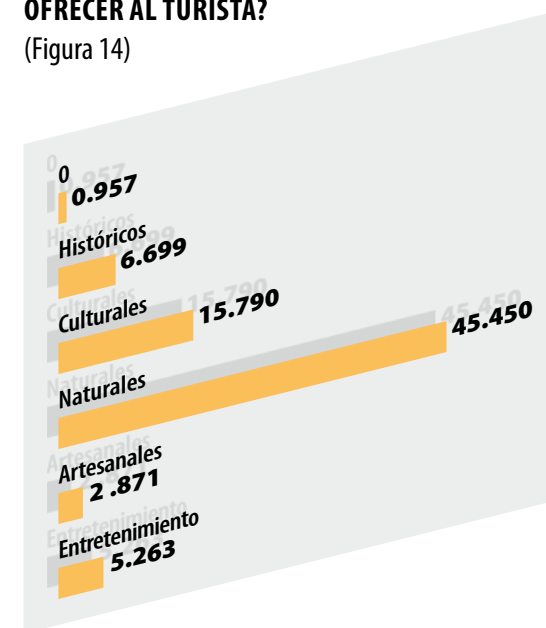
¿QUIÉN SE BENEFICIARÍA MÁS DEL RECONOCIMIENTO DE ESCUINAPA COMO “EL DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA EN EL SUR DE SINALOA”?

(Figura 13)



¿QUÉ TIPO DE ATRIBUTOS CONSIDERA QUE SON LOS MÁS IMPORTANTES DE ESCUINAPA PARA OFRECER AL TURISTA?

(Figura 14)



ran que el beneficio es “para todos” o sólo para unos cuantos.

El 43% de los encuestados respondió que la comunidad en general se vería beneficiada por el aumento en el turismo. Ya vimos párrafos atrás que el principal motivo



© Gabriel Martínez/Sulcat

para que haya interés en el posicionamiento del municipio como destino turístico es de carácter económico. El hecho de que un número importante de participantes considere a la comunidad en general como el principal beneficiario del posicionamiento refuerza el convencimiento de que ven como positivo alcanzar dicho objetivo pues habría un incremento favorable en la calidad de vida de los pobladores.

Ya resuelto el tema de si los pobladores locales creen que tienen suficientes atractivos naturales para posicionar al municipio como un destino turístico de naturaleza, era necesario saber qué tipo de atributos son los principales que Escuinapa puede ofrecer al turista (Fig. 14). Esto para saber si hay algún atributo que se considere aún más importante que los naturales, lo cual nos llevaría a cuestionarnos si posicionar al municipio como destino turístico de naturaleza es la aproximación más adecuada.

La encuesta arrojó como resultado que el 45.45% de los pobladores consideran a los recursos naturales como los más importantes para ofrecer al turista. Este es un número importante, pues proporciona la certeza de que promover el turismo de



© Óscar Guzón/Onca Exploraciones

naturaleza en Escuinapa es un paso importante para la promoción de este tipo de turismo y para levantar la economía local.

Por último, es importante ver si los ciudadanos de Escuinapa y sus alrededores perciben consecuencias negativas de promover al municipio como “el destino turístico de naturaleza del sur de Sinaloa” (Fig. 15). Esto no significa que no quieran que el municipio se posicione como tal, sino que alcanzan a percibir que la transición no será completamente sin problemas, sino que entienden que pueden surgir detalles en los cuales se tiene que trabajar para que sean controlados en la medida de lo posible.

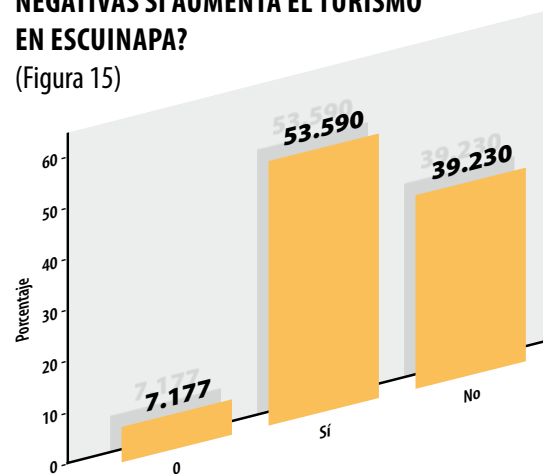
El 53.59% de los encuestados considera que sí pueden existir consecuencias negativas que vengán acompañando al aumento significativo en el turismo en la región.

Las principales consecuencias reportadas en las respuestas de los encuestados son: daños a los recursos naturales, contaminación y delincuencia (Fig. 16), mientras que sólo el 15% de los participantes creen que no habría ninguna consecuencia negativa.

Por otra parte, no se encontró una relación fuerte entre los datos socio-demográficos

¿CREE QUE PUEDA HABER CONSECUENCIAS NEGATIVAS SI AUMENTA EL TURISMO EN ESCUINAPA?

(Figura 15)



¿CUÁLES?

(Figura 16)



los datos socio-demográficos y las respuestas a las preguntas y a sus respectivas preguntas control. Es decir, no hay ningún grupo específico (sexo, edad, ocupación, etc.) que haya sesgado fuertemente ninguna de las preguntas. Por el contrario, la distribución fue muy equitativa.

CONCLUSIONES

La intención del estudio era conocer la percepción que de la gente de Escuinapa y las comunidades aledañas tiene de su propia región como el potencial destino turístico de naturaleza del sur de Sinaloa. Para esto fue necesario entender el estado actual percibido por los pobladores locales, la percepción que de fuera se tiene sobre Escuinapa, la cantidad de turistas por año, los beneficiarios del posicionamiento, los obstáculos para lograrlo, y las consecuencias sobre las que se tiene que trabajar si se logra.

Los resultados muestran claramente que el escuinapense cree que tienen el potencial necesario para llegar a ser un destino turístico de naturaleza importante. Esto porque los atractivos naturales, históricos, gastronómicos y culturales son suficientes para llegar a serlo. Sin embargo, hay obstáculos de carácter práctico y económico que deben ser solucionados para lograrlo, pues aunque hay recursos naturales importantes, les hace falta equipamiento adecuado y personal capacitado para recibir al turista, ya que en este tipo de turismo es importante no sólo asegurarse que el visitante pase un



© Carlos Simental/Redes

buen momento, sino que debe servir para concientizar a los locales y a los de fuera sobre la importancia de preservar y cuidar el recurso natural.

Y sobre todo se puede rescatar que hay un interés importante de parte de los pobladores por lograr que Escuinapa sea posicionado como el destino turístico de naturaleza del sur de Sinaloa, principalmente porque los beneficios serían no sólo para unos cuantos, sino para la comunidad en general y estos beneficios serían primordialmente de tipo económico, en especial por la generación de nuevos empleos.

“Los resultados muestran claramente que el escuinapense cree que tienen el potencial necesario para llegar a ser un destino turístico de naturaleza importante.”

“... Hay obstáculos de carácter práctico y económico que deben ser solucionados para lograrlo, pues aunque hay recursos naturales importantes, les hace falta equipamiento adecuado y personal capacitado para recibir al turista...”

“... Los beneficios serían no sólo para unos cuantos, sino para la comunidad en general y estos beneficios serían primordialmente de tipo económico...”

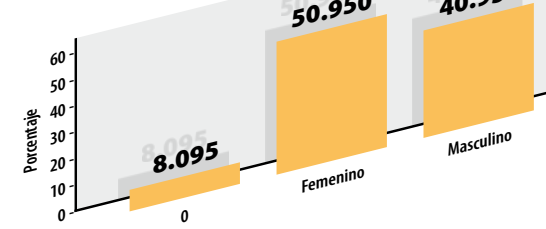


© Carlos Simental/Redes

Las siguientes gráficas muestran los datos sociodemográficos de las personas encuestadas:

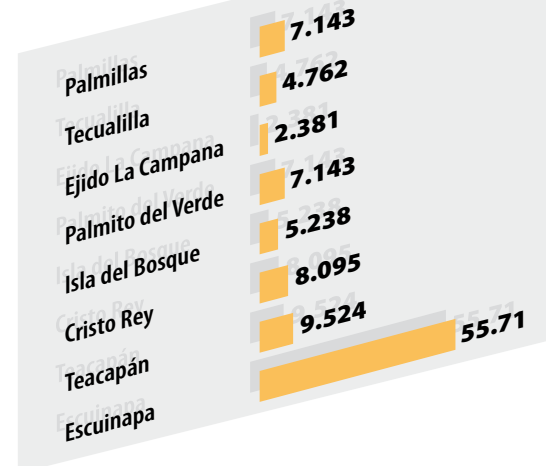
GÉNERO DEL PARTICIPANTE

(Figura 17)



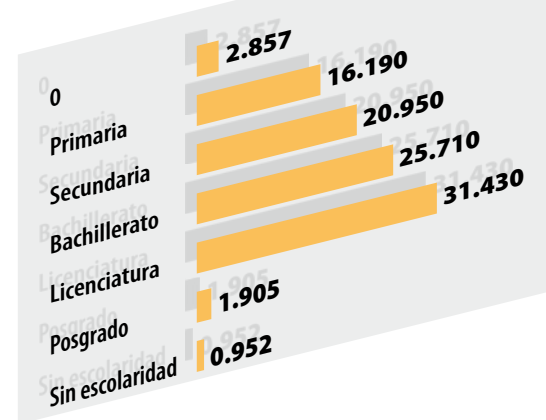
LUGAR DE RESIDENCIA

(Figura 18)



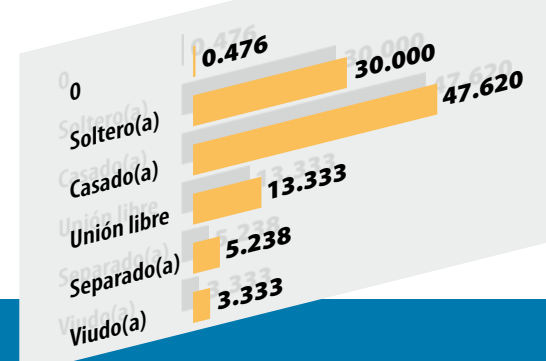
ESCOLARIDAD

(Figura 19)



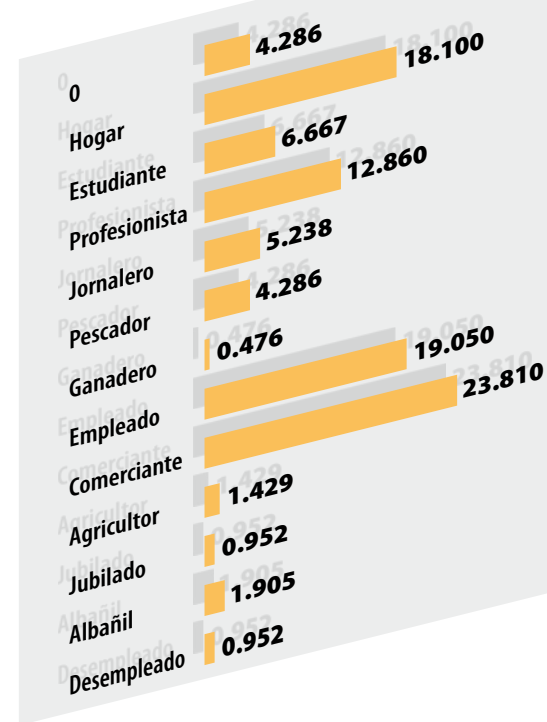
ESTADO CIVIL

(Figura 22)



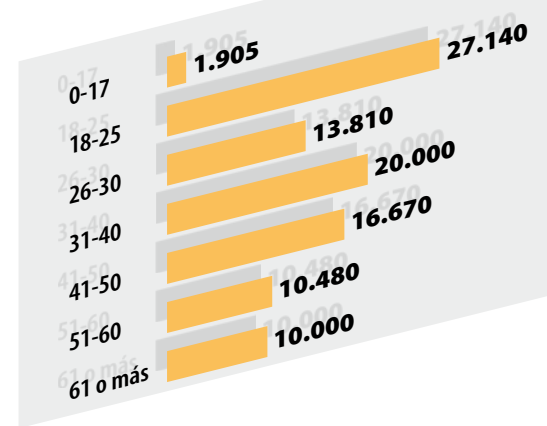
OCUPACIÓN

(Figura 20)



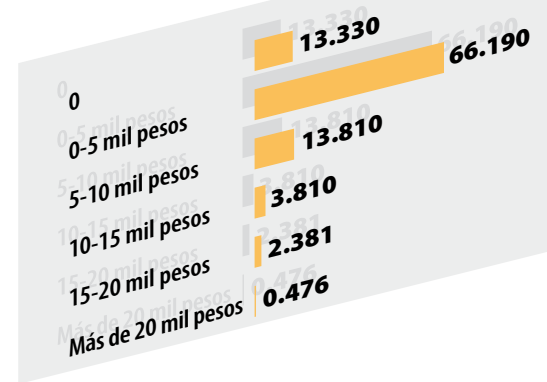
EDAD

(Figura 21)



INGRESO MENSUAL APROXIMADO

(Figura 23)



© Ernesto Bolado/SuMar

DISEÑO DE ENCUESTA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Germán Fregoso Soto

COORDINACIÓN Y APOYO LOGÍSTICO

Carlos Simental

DISEÑO DEL REPORTE:

Gabriel Martínez Escalante

DOCUMENTO ELABORADO POR:



SuMar



© Ernesto Bolado/SuMar



© Ernesto Bolado/SuMar



© Fernando Haro