



18
2 ej.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LA REGION DEL BAJIO: ATRACTIVOS
TURISTICOS PARA MEXICO Y PARA EL
MUNDO.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES
INTERNACIONALES
PRESENTA:
CLAUDIA ESTHER CORIA BUSTOS PEREZ

ASESORA DE TESIS: DRA. GRACIELA ARROYO PICHARDO



MEXICO, D. F.

1999

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

277345



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

NOMBRE: CLAUDIA ESTHER CORIA BUSTOS PEREZ

NO. DE CUENTA: 9137120-1

ASESORA DE TESIS: DRA. GRACIELA ARROYO PICHARDO

**TITULO DE TESIS: LA REGION DEL BAJIO: ATRACTIVOS
TURISTICOS PARA MEXICO Y PARA EL
MUNDO.**

MEXICO, D.F. 1998



**EL PRESENTE TRABAJO SE IMPRIMIÓ CON EL APOYO DE
LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA**

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

POR DARME LA OPORTUNIDAD DE ESTUDIAR EN ESTA GRAN
UNIVERSIDAD LA CUAL NOS DOTA DE GRANDES ELEMENTOS PARA
AYUDARNOS A SUPERARNOS COMO PERSONAS Y COMO SOCIEDAD
CONTRIBUYENDO ASÍ AL DESARROLLO DE MEXICO.

GRACIAS

A MIS PADRES:

**QUIENES ME DIERON LA VIDA Y CON SUS DESVELOS ME VIERON
CRECER, CREANDO EN MI EL SENTIDO DE LA RESPONSABILIDAD
MOSTRANDOME EL CAMINO PARA PODER LOGRAR MIS METAS Y
GRACIAS A ESE GRAN ESFUERZO SOY LO QUE HE LLEGADO A SER.**

CON MUCHO CARIÑO

SU HIJA CLAUDIA

GRACIAS

A MI ASESORA

DRA. GRACIELA ARROYO PICHARDO

POR EL GRAN APOYO BRINDADO PARA LA REALIZACION DE ESTE
TRABAJO ASÍ COMO SU GRAN PACIENCIA Y SU EXCELENTE FORMA DE
GUIARME PARA CONCLUIR MIS ESTUDIOS DANDO ASI UN PASO MAS
PARA EL INICIO DE UNA VIDA PROFESIONAL.

CON RESPETO Y ADMIRACION

CLAUDIA

INDICE

INTRODUCCION

1

CAPITULO PRIMERO

1.- EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

1.1	Conceptualización	7
1.2	Tipología General del Turismo.....	13
1.3	Desarrollo del Turismo	
1.3.1.	Antecedentes remotos.....	14
1.3.2.	El Turismo a partir del siglo XVI	17
1.3.3.	El Turismo a partir de mediados del siglo XIX.....	21
1.3.4.	El Turismo después de la Primera Guerra Mundial.....	24
1.3.5.	El Turismo después de la Segunda Guerra Mundial.....	25
1.3.6.	El Turismo en las últimas décadas.....	27
1.4	El Turismo en las Relaciones Internacionales.....	28

CAPITULO SEGUNDO

2.- REPERCUSIONES ECONOMICAS, SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO A MEXICO

2.1	Económicas	37
2.2	Sociales	47
2.3	Culturales	50

CAPITULO TERCERO

3.- PROMOCION TURISTICA DE LA REGION DEL BAJIO

3 -	Programa de Promoción Turística de la Región	55
3 1	Introducción	55
3 2	Política de Mercado	56
3 3	Objetivos	57
3 4	Estrategias	57
3 5	Programas de acción	58

CAPITULO CUARTO

4.- LA REGION DEL BAJIO; INFRAESTRUCTURA, SUS SERVICIOS TURISTICOS, SU TURISMO Y SUS ATRACTIVOS CULTURALES

4.1 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TURISTICOS DE LA REGION DEL BAJIO.

4.1.1. Transportación.....	69
4.1.2. Alojamiento.....	73
4.1.3. Entretenimiento.....	78

4.2 TURISMO DE LA REGION DEL BAJIO.....80

4.3 ATRACTIVOS CULTURALES DE LA REGION DEL BAJIO

4.3.1 Querétaro.....	86
----------------------	----

4.3.1.1	Descripción General.....	86
4.3.1.2	Etimología.....	86
4.3.1.3	Características Geográficas.....	86
4.3.1.4	Ciudad de Querétaro.....	87
4.3.1.5	Recursos Culturales de Interés Turístico e Histórico.....	88
4.3.1.6	Arquitectura Civil.....	89
4.3.1.7	Arquitectura Religiosa.....	90
4.3.1.8	Manifestaciones Folklóricas.....	91
4.3.1.9	Danzas Populares.....	91
4.3.1.10	Comida Típica.....	92
4.3.1.11	Bebida Típica.....	93
4.3.1.12	Artesanías.....	93
4.3.1.13	Traje Regional.....	94
4.3.1.14	Fiestas Regionales.....	94

4.3.2. Guanajuato.....	95
------------------------	----

4.3.2.1	Descripción General.....	95
4.3.2.2	Etimología.....	95
4.3.2.3	Características Geográficas.....	95
4.3.2.4	Ciudad de Guanajuato.....	96

4.3.2.5	Recursos Culturales de Interés Turístico e Histórico.....	97
4.3.2.6	Arquitectura Civil.....	97
4.3.2.7	Arquitectura Religiosa.....	99
4.3.3	San Miguel de Allende.....	100
4.3.3.1	Recursos Culturales de Interés turístico e Histórico.....	101
4.3.3.2	Arquitectura Civil y Religiosa.....	101
4.3.3.3	Manifestaciones Folklóricas.....	103
4.3.3.4	Danzas Populares.....	103
4.3.3.5	Traje Típico.....	103
4.3.3.6	Comida Típica.....	103
4.3.3.7	Bebida Típica.....	104
4.3.3.8	Dulces Típicos.....	104
4.3.3.9	Artesanías.....	104
4.3.3.10	Fiestas Regionales.....	105
4.3.4	Michoacán.....	106
4.3.4.1-	Descripción General	106
4.3.4.2-	Etimología.....	106
4.3.4.3-	Características Geográficas.....	106
4.3.4.4-	Ciudad de Morelia	107
4.3.4.5-	Recursos Culturales de Interés Turístico e Histórico.....	108
4.3.4.6-	Arquitectura Civil y Religiosa.....	108
4.3.5	Patzcuaro.....	110
4.3.5.1	Recursos culturales de Interés Turístico e Histórico.....	110
4.3.5.2	Arquitectura Civil y Religiosa.....	110
4.3.5.3	Manifestaciones Folklóricas.....	111
4.3.5.4	Danzas Populares	111
4.3.5.5	Comida Típica	111
4.3.5.6	Bebida Típica	112
4.3.5.7	Artesanías	112
CONCLUSIONES.....		115
BIBLIOGRAFIA.....		119

INTRODUCCION

El turismo es uno de los fenómenos socioeconómicos más importantes de la segunda mitad del siglo XX.

En las últimas décadas el turismo ha contribuido en forma significativa al desarrollo económico, social y cultural de un gran número de países y se ha convertido en un negocio altamente lucrativo para la mayoría de las empresas involucradas en la prestación de servicios, en los distintos ramos que conforman la actividad. Como fenómeno contemporáneo, el turismo reviste primordial importancia para la economía del mundo y de México. Esto debe alentar al desarrollo de la industria turística, a que todos los países destinen recursos a su desarrollo así como a la capacitación de sus técnicos en las diferentes especialidades que este requiere.

El desarrollo explosivo de este fenómeno ha desatado intensa competencia internacional por la divisa representada por el gasto del turista internacional, lo que ha provocado que países tradicionalmente exportadores de turistas hayan tomado medidas para convertirse en clientes captadores del turista internacional. La competencia mundial obliga a México a establecer una política para fortalecer la identidad de sus productos turísticos, por lo tanto es evidente que la tarea

fundamental del sector turismo en nuestro país es recuperar y acrecentar la competitividad de sus productos turísticos

Consciente de la trascendencia que tiene para nuestro país el desarrollo de la industria turística considero necesaria la exigencia de analizar, sistematizar y planificar lo referente a la prestación y consumo de servicios.

Por tal motivo la importancia de este trabajo radica en el alcance que el turismo nacional e internacional podría obtener como actividad económica en nuestro país, sobre todo si pensamos en esta actividad de servicios como fuente de divisas y empleos así como su impacto regional donde la actividad turística es la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país ya que el turismo tiene ventajas relativas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por su singularidad de recursos.

En razón de la apasionante variedad y de la riqueza excepcional de los recursos naturales y culturales únicos de México, considero que el hecho de convertir a la historia, las tradiciones, la geografía, la cultura de la Región del Bajío en un atractivo histórico- cultural hará que esta región sea más visitada por los turistas de México y del mundo, desarrollando más esta actividad económica mediante la cual se podría dar un impulso mayor al desarrollo económico que tanta falta le hace a nuestro país.

Con la elaboración de este documento pretendo ayudar a fortalecer la identidad de los mexicanos, preservando y difundiendo los valores culturales, históricos y tradicionales de la región del Bajío para lograr así que esta región sea reconocida por sus atractivos y por la calidad de sus servicios turísticos, coadyuvando de esta manera en el desarrollo económico de la entidad.

Para la realización de este trabajo se establecieron los siguientes objetivos generales:

- 1.- Contribuir con un estudio del turismo en la Región del Bajío para el mejoramiento de los servicios turísticos mediante una estrategia de promoción orientada a fomentar las corrientes turísticas internacionales hacia esta región, así como a estimular el viaje de los connacionales.
- 2.- Difundir los atractivos historico-culturales de la región para aumentar la atención del turismo hacia esta entidad, fortaleciendo así la conservación y desarrollo de dichos atractivos.

Asimismo pretendo demostrar las siguientes hipótesis:

- La poca afluencia del turismo nacional e internacional en la Región del Bajío se debe sobre todo a la falta de promoción turística de la región así como a la escasa diversificación de los servicios turísticos y a la falta de infraestructura turística.
- El aumento en la difusión de los atractivos coloniales de la región

captaría la atención del turismo tanto interno como externo logrando así un incremento de turistas al Bajío.

La mayor afluencia de turismo nacional e internacional a la región del Bajío trae mayor entrada de divisas al país por lo tanto, beneficios económicos sociales, culturales y tanto a dicha región como a México.

Buscando así una respuesta al planteamiento del problema sobre ¿ como fomentar la afluencia del turismo nacional y extranjero para desarrollar más esta actividad económica en la Región del Bajío?, considerando los recursos con los que cuenta, así como la promoción de estos, cooperando así con elementos para el beneficio de la Región del Bajío y así ayudar al desarrollo económico de México?

Por lo que este trabajo aborda en el primer capítulo, la conceptualización del turismo, el desarrollo de este desde la antigua Babilonia hasta nuestros días, así como la importancia de esta actividad económica en las Relaciones Internacionales

En el segundo capítulo me refiero a la aportación del turismo a la economía de México, es decir, los efectos de la actividad turística sobre la economía nacional como estimulador de la economía de nuestro país. Del mismo modo me refiero a las contribuciones políticas, sociales y culturales de esta actividad hacia México

En el capítulo tercero me enfoco a lo que es la promoción turística de la región, mediante un programa promotor del turismo tanto nacional como internacional, para la revitalización del Bajío como destino turístico.

Ya en el cuarto capítulo trato lo referente a la Región del Bajío, sus características, sus atractivos turísticos, sus manifestaciones folklóricas. Asimismo abordo en este capítulo lo referente a la infraestructura y servicios turísticos de la región. Terminando con las características del turismo de la región

Por lo que con este trabajo pretendo contribuir al estudio del turismo en México aportando elementos para impulsar el desarrollo económico de nuestro país.

CAPITULO PRIMERO
EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN LAS RELACIONES
INTERNACIONALES

1.- EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

La aceleración que han experimentado los movimientos turísticos, según parece, continuaran creciendo a un ritmo cada vez más sostenido, obliga a todos aquellos que directa o indirectamente tengan que ver con su desarrollo, a estudiar con más detenimiento la naturaleza de este fenómeno, así como las leyes que determinan su evolución, a efecto de poder obtener de este modo un mejor aprovechamiento de lo beneficios que indudablemente brinda, los cuales cada día se han hecho más patentes.

El turismo, como fenómeno social complejo, puede tener distintos significados en función del papel que en un momento dado jueguen las personas que en él intervienen. Con frecuencia este hecho ha dado origen a una gran confusión razón por la cual, es conveniente precisar, que es en realidad el turismo.

1.1.-CONCEPTUALIZACION

La conceptualización del turismo ha generado controversias, como una consecuencia de las múltiples y variadas interpretaciones que se le han dado a este fenómeno. Interpretaciones que tienen su origen, unas, en las definiciones y conceptos brindados por las tantas disciplinas para las cuales el turismo

constituye un campo particular de estudio y, otras fundadas en los puntos de vista de ciertas corrientes de pensamiento que lo explican en función de los principios filosóficos que ellas profesan.

“Así mientras el Diccionario de la Real Academia Española lo define como “una afición de viajar por el gusto de recorrer un país”. El Shorter Oxford English Dictionary lo considera como “hacer viajes circulares en los cuales son visitados muchos lugares por recreo o negocio, por placer y cultura. La Enciclopedia Larousse lo define como el conjunto de principios que regulan los viajes de recreo”¹

Las distintas disciplinas relacionadas con el turismo, y para las cuales éste constituye un importante campo de estudio, lógicamente, se han visto en la necesidad de definirlo a fin de poder encarar su tratamiento en una forma sistematizada. Por ejemplo la definición del turismo para fines económicos, comienza poco antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas se dieron cuenta de que este fenómeno tenía importantes repercusiones en la balanza de pagos de cierto países. Desde entonces se han hecho muchos intentos por llegar a establecer una definición de carácter económico relacionada con el turismo, que pudiera ser universalmente aceptada, sin que hasta el momento se haya tenido éxito al respecto. No obstante, debe mencionarse que al reconocer esta dificultad, la Secretaria de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, expresó textualmente “no puede elaborarse un concepto formal del sector turístico, pero si puede concebirse éste, en líneas

generales, como "el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales "²

Al no haberse logrado un consenso general todavía, en cuanto a la definición económica del fenómeno turístico, el concepto brindado por la Secretaría de la UNCTAD, es el que sigue privando para este fin.

Respecto a la definición del turismo para fines jurídicos encontramos que es el "conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo para emprender o al realizar un viaje y obtener su estancia legal en un lugar distinto del de su radicación "³,sin embargo, esta definición es un tanto restringida e impide una aplicación generalizada, debido a la disparidad de criterios que hay en materia de disposiciones migratorias en los distintos países, lo cual evidentemente dificulta el logro de un consenso en cuanto a la definición jurídica unánime del turismo.

Otra definición es la del turismo para fines estadísticos la cual surgió de la necesidad de establecer una unidad de medida que permitiera hacer comparables las cifras turísticas internacionales, sin embargo, no definió al turismo propiamente dicho, sino a la persona que realiza esta actividad, de la siguiente manera, "turista: visitante que permanece por lo menos veinticuatro horas en el

² Moreno, Toscano Octavio, *Turismo: Una Interpretación*, UNAM, México, 1968, pag 8

³ Naciones Unidas, *Directrices para la Compilación de Estadísticas de Turismo*, Doc. TD/B/3. Secretaría de la UNCTAD, Nueva York, 1971

país visitado, y cuyos motivos de viaje pueden ser de descanso (recreación, vacaciones, salud, estudios, religión y deportes) y negocios familiares, misión, oficial, reuniones"⁴

En 1963, la entonces Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, recomendó a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el turismo y los Viajes Internacionales efectuar un cambio de definición, a efecto de contemplar en ella a todas las personas que llegan a un país y propuso el termino visitante como " aquel que describe a cualquier persona que visite un país distinto del de su residencia habitual, por razones distintas de la de ejercer una ocupación remunerada en el país visitado"⁵

También existe una definición de turismo para fines comerciales y es la denominada "industria de viajes, integrada por el conjunto de empresas que prestan sus servicios al sector, es decir, por las empresas de transportación en todas sus modalidades, los establecimientos de hospedaje, las rentadoras de automóviles, las agencias de viajes y otra"⁶.

Asimismo encontramos que el turismo también es definido desde el punto de vista de las diferentes corrientes de pensamiento. Estas definiciones tienen su origen en las denominadas teorías compensatorias, las cuales se han

¹ González, Alpuche, Rafael, *Temática y Legislación Turística*. Asociación Nacional de Abogados, México. 19878. pag 459.

⁴ Acerenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, edit. Trillas, 1995, pag 35

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem

agrupado en dos corrientes principales, las llamadas teorías humanistas y, por otro, las denominadas teorías de alienación

Se ha dado en llamar teorías humanistas del ocio y del turismo a un conjunto de doctrinas e ideologías que ven en las referidas actividades, algunas de las más genuinas manifestaciones de la personalidad humana. El más representativo de estas teorías en turismo es sin duda, el profesor de la Universidad de Varsovia Krzysztof Przeciawski. "Los seguidores de las teorías humanistas consideran que en las actividades del ocio y, por tanto, del turismo, se manifiestan con mayor fuerza los valores de la verdad, el amor, la creatividad y la libertad del individuo, y piensan que en el mundo no habría guerra si los asuntos estuvieran en manos de los responsables de la actividad turística."⁷ Opinan por consiguiente, que el turismo es un medio para facilitar el encuentro y la comunicación entre los pueblos, para lo cual destacan las ventajas que, especialmente de indole cultural, obtienen tanto las comunidades emisoras como las receptoras, todo lo cual, según sus puntos de vista, ayudan a incrementar el conocimiento y la comprensión entre los pueblos, y contribuye a fortalecer la paz internacional.

Las teorías de alienación tienen su génesis en las críticas marxistas hechas a la sociedad capitalista por Adorno, Horkheimer y Marcuse, dichas teorías se identifican con lo que se conoce como la Escuela de Frankfurt.. "Los más representativos de estas teorías en turismo son Louis Turner y John Ash, para quienes el turismo y la industria que lo genera manipulan y explotan a las

personas, y agregan que no sólo tratan con individuos alienados en los países emisores, sino que llevan a las sociedades receptoras todo lo malo y nada de lo bueno que existe en los países desarrollados. Según los mismos autores el turismo masivo destroza el medio ambiente, contribuye a la desaparición de los usos y costumbres de la comunidades receptoras y favorece la difusión de la prostitución y la drogadicción.”⁸

Evidentemente, tales diferentes maneras de visualizar el turismo, fruto de principios y filosóficos no pueden generalizarse porque no son más que interpretaciones particulares del fenómeno.

Como observamos el turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas, según sea la función que, en un momento dado, tengan las personas relacionadas con él. Pero independientemente del punto de vista particular que puedan tener los diferentes sectores dedicados a esta actividad, el turismo, desde el punto de vista conceptual no es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por desplazamientos y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa

El turismo, es por consiguiente, “una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas

⁷ Op cit, pag. 25

⁸ Op Cit pag. 26

posibles de recreación. Es esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso, la recreación, aunque puede estar relacionado, también con algún otro tipo de actividad."⁹

1.2 TIPOLOGIA GENERAL DEL TURISMO

Ya hechas referencias en términos generales a los aspectos conceptuales del turismo, se puede establecer la primera gran clasificación de esta actividad para fines de este estudio, el turismo interno o nacional, por un lado, y el turismo externo o internacional por otro.

Por turismo interno o nacional, denominado también turismo doméstico tomamos la definición de la Secretaría General de la Organización Mundial del Turismo que define como "turista nacional: toda persona cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar situado en ese país pero distinto de aquel en que tiene su residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado"¹⁰

"El turismo externo o internacional, por su parte, se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual."¹¹

⁹ Molina, Sergio, *Conceptualización del Turismo*, Limusa, México, 1997, pag 1-4

¹⁰ Accrenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, trillas. Vol 1, pag 40

¹¹ Ibidem

Es decir, a los viajes que realizan los nacionales o los residentes de un determinado país hacia otro distinto del suyo, hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado.

Ya establecido el aspecto conceptual de turismo, así como su tipología general, entramos al origen y la evolución que ha tenido esta actividad dando en forma cronológica hechos y acontecimientos que han sido verdaderamente significativos en este proceso evolutivo, referidos fundamentalmente al mundo occidental.

1.3 DESARROLLO DEL TURISMO

1.3.1 ANTECEDENTES REMOTOS

El desarrollo que presenta actualmente el turismo es fruto de la evolución que se ha manifestado como una consecuencia del grado de avance que, en el transcurso del tiempo, ha experimentado la humanidad

Todo comienza cuando ya en la antigua Babilonia se registran claras evidencias de viajes, que en la Odisea se pone de manifiesto la gran vocación que tenían los griegos por viajar, quienes asiduamente concurrían a fiestas de carácter religioso, en las cuales se celebran simultáneamente competencias atléticas, tanto en Atenas como en Delfos, Corinto y Olimpia,

ésta última en la cual se originan precisamente las Olimpiadas, sin embargo, no es posible identificar actividades similares a las que hoy conocemos con el nombre de turismo sino hasta el Imperio Romano, aunque sería un turismo primitivo.

"Durante el apogeo del Imperio, en los meses de verano se producían considerables movimientos de personas que desde Roma se dirigían hacia el campo y hacia los sitios de veraneo situados a las orillas del mar"¹². Las villas vacacionales situadas en bahías, lugares considerados como verdaderos antecesores de los centros vacacionales de las playas actuales. Los romanos visitaban, además, templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Según historiadores, ya en esa época se disponía de itinerarios y guías, en los cuales se especificaban las rutas, los nombres de los caminos, las distancias y los tiempos requeridos para viajar entre los distintos puntos del Imperio, no cabe ninguna duda que ellas constituyen los antecedentes remotos más claros de que se dispone sobre el turismo.

En este sentido es interesante destacar la existencia, ya en ese período de algunos factores que a la postre serían los pilares básicos para el desarrollo del turismo, tales como la disponibilidad de un sistema de comunicaciones adecuado para la época, a través de las calzadas construidas por los romanos, la paz y la prosperidad lograda por el Imperio, así como el tiempo libre de que disfrutaban los súbditos de cierto nivel.

Con la caída del Imperio Romano y la invasión de los bárbaros la mayoría de los pueblos decayeron, las grandes obras viales se fueron destruyendo y viajar se convirtió en algo peligroso, puesto que en los pocos caminos transitados, los viajeros se encontraban expuestos a los asaltantes.

Los viajes se vieron disminuidos hasta la Edad Media, donde la gente por razones de seguridad, comenzó a viajar en grupo. Las cruzadas vinieron a dar un nuevo ímpetu a los viajes y contribuyeron a revitalizar el comercio, como consecuencia del movimiento de soldados, peregrinos y mercaderes que transitaban a lo largo de los caminos de la Europa Medieval.

El movimiento de viajeros comenzó a ser de tal magnitud que en el año 1282 los propietarios de las principales posadas de la ciudad de Florencia se reunieron para fundar el primer "gremio de posaderos" con el propósito de transformar el hospedaje, que hasta entonces constituía en realidad una acción de caridad en una actividad comercial. Este nuevo concepto del hospedaje no se limitó exclusivamente a la ciudad de Florencia, sino que se extendió a Roma.

La competencia entre las ciudades por la atracción de los viajeros se intensificó, y en ellas se comenzaron a organizar eventos especialmente destinados a agasajar a los mercaderes, con el fin de lograr su preferencia.

¹² Fernandez, Fuster, Luis "Teoría y Técnica del Turismo", Edit. Nac, Madrid 1974, tomo II, pag 567

Al final de la Edad Media, Venecia se destacaba no sólo por su belleza y riqueza, sino también por los grandes atractivos que ofrecía al viajero. Estos atractivos incluían agasajos y espectáculos, los cuales eran ofrecidos con un propósito bien definido.

Sin embargo, no es sino hasta el Renacimiento cuando comienzan a emprender viajes por razones distintas de las que motivaban a los peregrinos y a los mercaderes. Las grandes expediciones marítimas realizadas a fines del siglo XV y principios del siglo XVI fueron las que ampliaron el horizonte de la época, y las que despertaron la curiosidad por conocer otros pueblos y lugares, que fue lo que dio origen a una nueva era en la historia de los viajes.

1.3.2 EL TURISMO A PARTIR DEL SIGLO XVI

En el período que se inicia en el siglo XVI y que llega casi hasta mediados del siglo XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este período tiene su origen el denominado "grand tour", del que posteriormente se derivara el término turismo, y es en esa época cuando se comienza a desarrollar los centros vacacionales. En el siglo XVI se comenzó a recomendar, a los jóvenes de la nobleza y de la clase media inglesa, viajar al continente a fin de complementar sus conocimientos.

En virtud de sus características, los viajes dieron lugar a una extensa bibliografía cuya aparición se sitúan a fines del siglo XVI y principios del siglo XVII, que contenía libros en los cuales se recomendaba la forma de viajar y cómo hacer más provechosos y honorables los viajes por países extranjeros.

Mediante el estudio de la citada bibliografía, así como de los relatos y de las cartas escritas por los viajeros durante sus "tours" por el continente, en los cuales escribían los itinerarios realizados, las distancias recorridas, los medios de transporte y los lugares de alojamiento utilizados pudieron llegar a elaborar algunos mapas que permiten dar una idea de la expresión espacial de los referidos viajes.

Mientras los jóvenes realizaban estos grandes viajes, impulsados fundamentalmente por un motivo educacional, aunque en parte también por un espíritu aventurero, a fines del siglo XVI se comenzaba a despertar un especial interés por los baños termales, cuyas propiedades curativas eran ya conocidas tanto en la antigua Grecia como en el Imperio Romano. En el siglo XVII los médicos comenzaron a recomendar las propiedades curativas de los baños termales. En las termas se comenzaron a organizar entretenimientos para los pacientes y, pronto, los que iban por las propiedades curativas de las aguas se vieron acompañados por los que

buscaban amenidades y diversión. De tal manera que, en la última mitad del siglo XVII, los centros termales gozaban de una gran popularidad.

No obstante que a fines del siglo XVII ya se había comenzado a manifestar un cierto cambio en las preferencias como consecuencia del incremento de popularidad que iban tomando los baños de mar. Lo mismo que había sucedido con los baños termales se repite en lo que se refiere a los baños de mar, y las personas que buscaban placeres y diversión se fueron mezclando con los que iban por razones de salud de tal manera que a fines del siglo XVIII, los centros situados a las orillas del mar eclipsaban a los centros termales.

El lapso transcurrido entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XIX marca otros de los momentos significativos en la evolución del turismo. La transformación económica y social ocurrida como consecuencia de la Revolución Industrial y el consiguiente surgimiento de una clase media grande y próspera, con nuevos gustos y necesidades, especialmente en lo que se refiere a vacaciones y favorecida, además por las rápidas mejoras ocurridas en los transportes, hizo que aumentara el número de personas que viajaban por placer.

"La consecuencia de la introducción de los barcos de vapor y de los ferrocarriles, éste último, ya en esa época, siglo XIX, daba muestras de su indiscutible capacidad de transporte"¹³.

Suiza se transforma en el primer centro vacacional de Europa, en el cual, a pesar de las incomodidades del viaje las restricciones en las fronteras y las revisiones en las aduanas, año tras año convergían ingleses, franceses, alemanes e italianos. Mientras esto ocurría en Europa, en Estados Unidos de Norteamérica se funda Atlantic City, centro turístico situado en la costa atlántica cercano a la ciudad de Nueva York, el cual fue planificado y desarrollado desde su inicio en 1824 como un centro vacacional de playa.

"A mediados del siglo XIX, tal como se ha visto, estaban establecidas todas las bases del turismo moderno y eran evidentes, ya para entonces los efectos benéficos de la actividad, especialmente de índole económica para la comunidad receptora"¹⁴

Una vez más, es posible identificar, a lo largo de todo este período, los factores que propician el desarrollo del turismo: adecuadas comunicaciones, paz y prosperidad y la disponibilidad del tiempo libre. Es evidente también la influencia del avance tecnológico, especialmente en lo que tiene que ver con los medios de transporte.

¹³ Burkhart, A. J. Y Medik, "*The Management of Tourism*", Heinemann, Londres, 1975, pag 4

El turismo, con las características actuales, no obstante, comienza a desarrollarse, en realidad, en la segunda mitad del siglo XIX, como consecuencia de la introducción de otros elementos que, en definitiva serían los que darían a la actividad su conformación actual.

1.3.3. EL TURISMO A PARTIR DE MEDIADOS DEL SIGLO XIX

Todos los estudiosos del fenómeno coinciden en afirmar que el año más memorable en la historia del turismo es 1841, en el que, por rara coincidencia, comienzan sus actividades en este campo Thomas Cook y Henry Welis. El primero de ellos en Inglaterra y el segundo en Estados Unidos de Norteamérica. Thomas Cook, a quien se le reconoce como el primer agente de viajes profesional dedicado de tiempo completo al ejercicio de esta actividad. En el mismo año que se inician sus operaciones, preparo para el uso de los participantes lo que se denominó "Handbook of the trip", que constituye el primer itinerario descriptivo de viaje, preparado en forma profesional especialmente para uso de los turistas. En 1846 efectuó un "tour" con participación de guías de turismo que es el primero conocido con estas características. Fue el creador en 1867 del cupón de hotel, que hoy se conoce como "Voucher" y en 1847 de lo que se llamo en aquel entonces la "Circular Note", verdadera antecesora del actual "Traveler's Check", puesto que dicho documento era aceptado por bancos, hoteles, restaurantes y casas comerciales en distintas partes

¹⁴ Acerenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, Conceptualización y Organización". Vol I, trillas. Méx, 1995.pag 60

del mundo. "el Traveler's Check actual fue creado por la American Express en 1891"¹⁵

El mayor aporte efectuado por Cook al turismo, sin duda, radica en la introducción en esta actividad del concepto de la excursión organizada, que hoy se conoce con el nombre de paquete turístico y que fue el que permitió que una gran masa de la población tuviera acceso a los viajes vacacionales. Esta innovación introducida por Cook tuvo una rápida aceptación.

Durante toda esta segunda mitad del siglo XIX y principios del XX hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial es posible observar un rápido crecimiento de la actividad turística no sólo en Inglaterra, sino también en el continente europeo, "donde debe mencionarse como hecho relevante el auge experimentado por la Costa Azul, en la Riviera francesa, lugar donde sitios como Niza, Mónaco y Cannes, se convirtieron en los principales focos de atracción del Mediterráneo y a los que, además de los franceses, durante el invierno concurrían familias de las sociedades inglesa y rusa a disfrutar de su clima"¹⁶

En realidad los avances ocurridos en materia de transportes, así como en lo que se refiere a la prestación de servicios, fue lo que facilitaron la

¹⁵ Acerenza Miguel Angel, *Administración del Turismo*, "Conceptualización y Organización", Vol 1, trillas, Méx., pag 63

¹⁶ Ibidem

evolución de la actividad turística durante todo este periodo, tanto en Europa como en E. U.

El acelerado desarrollo de los ferrocarriles, y la innovación introducida por George Nortimer Pullman, quien en 1860, en Estados Unidos de Norteamérica, concibió la idea de crear el "vagón salón", así como las mejoras ocurridas en los servicios de alojamiento y en el profesionalismo aportado por Cook en el manejo de la actividad, contribuyeron enormemente al crecimiento del turismo.

Durante este periodo se comenzaron a desarrollar también las comunicaciones marítimas, lo cual contribuyó a incrementar más la actividad turística. En 1867 se realiza el primer crucero oceánico concebido especialmente para turistas. "En 1869 se abre el Canal de Suéz, con lo cual el tráfico marítimo recibe un gran impulso"¹⁷

El turismo se encontraba ya en pleno auge y muchos países se beneficiaban de su desarrollo.

¹⁷ Acerenza, Miguel, *Administración del Turismo*, "Conceptualización y Organización", Vol 1, Trillas, México, pag. 68

1.3.4 EL TURISMO DESPUES DE LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL

En el corto lapso transcurrido entre el final de la Primera Guerra Mundial y el inicio de la Segunda, se verifica un nuevo progreso en la evolución del turismo.

Mientras que todo el periodo anterior se caracterizó por un claro predominio de los ferrocarriles en materia de transporte, este lapso se caracteriza por el auge paulatino que llega a experimentar el transporte automotor. "Los vehículos excedentes de la guerra se fueron adaptando para el transporte de pasajeros"¹⁸.

"En 1924 se crea la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la propaganda Turística, que fuera la antecesora de la UIOOT, y a cuyo Primer Congreso, celebrado en la ciudad de la Haya en 1925, concurrieron 14 delegados de las organizaciones oficiales de turismo de los distintos Estados Europeos"¹⁹

Muchas naciones comenzaron a captar ingresos por concepto de turismo, superiores al valor de sus exportaciones, y su importancia económica en este periodo pasó a tener amplio reconocimiento no sólo en los países europeos sino también fuera del continente.

¹⁸ Lavour Luis, *El Turismo en su Historia*, edit, Barcelona, 1974, pag 87

¹⁹ " Lavour Luis, *Obra Citada*, pag 112

Fueron muchos los factores, además de transporte que contribuyeron al desarrollo. La paz que sobrevino después de la guerra, el aumento del nivel de vida de la clase media y trabajadora, generalización de las vacaciones pagadas y la devaluación sufrida por las monedas de algunos países europeos, entre ellos Alemania e Italia, fueron hechos que indudablemente estimularon aún más los viajes vacacionales. Otro aspecto relevante en este periodo, y que necesariamente debe ser destacado, es el surgimiento de la aviación civil. La red de transporte aéreo llegó a ser tan extensa, que al final de este periodo, concretamente en 1939, ya se disponía de vuelos regulares en servicios trasatlánticos entre Inglaterra y Estados Unidos lo cuales fueron inaugurados simultáneamente por las empresas Imperial Airways y la Pan American Airways.

1.3.6.1 EL TURISMO DESPUES DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

Como se ha podido apreciar, antes de la Segunda Guerra Mundial el turismo era ya una actividad ampliamente desarrollada no sólo en Europa, sino también en el propio Continente Americano donde se contaba con centros turísticos que mostraban, para su época, un apreciable grado de desarrollo.

No obstante, no es sino hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando el turismo se transforma en un fenómeno masivo, que comienza a despertar el interés de la mayoría de los países en el mundo. A los factores que tradicionalmente habían hecho posible su desarrollo, paz, prosperidad, comunicaciones y disponibilidad de tiempo libre se agregan los importantes cambios tecnológicos ocurridos inmediatamente después de la guerra, especialmente en el campo de los transportes y de la comercialización, a los cuales se deben, en gran medida, los altos índices de crecimiento que ha experimentado la actividad en los últimos años.

Inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial se produce otro cambio significativo en materia de transportes en el nivel internacional: el desarrollo masivo de la aviación comercial.

Con la introducción de las nuevas técnicas de marketing en la industria turística se cambia el enfoque de la comercialización del turismo y nace, en Europa Occidental, el concepto de producto turístico y con éste, la estandarización de la oferta turística que, en definitiva, conjuntamente con el desarrollo del transporte aéreo, fueron los factores que le dieron el gran impulso al turismo en todo el mundo. El desarrollo de esta modalidad de transporte está estrechamente vinculado al concepto de viaje todo incluido o todo comprendido, que consiste en la contratación en bloque del transporte, el alojamiento y las comidas, por cuyo conducto se consiguen elevados coeficientes de carga y de ocupación de bajo costo, lo cual dio

origen al ingreso en esta actividad de los denominados organizadores de viajes.

El éxito de esta modalidad, de viaje todo incluido, ya era evidente en esa época y en 1955 las líneas aéreas de transporte regular también lo adoptan en sus servicios. Las líneas aéreas regulares conocieron la importancia de esta nueva modalidad de viaje y comenzaron a crear sus propias compañías filiales para la realización de vuelos no regulares (charters). En definitiva, todos estos aspectos, es decir, la paz, la prosperidad, el tiempo libre y el desarrollo tecnológico (especialmente en el transporte y la comercialización) fueron los que hicieron que el turismo se convirtiera en uno de los fenómenos sociales más importantes de las últimas décadas. A partir de 1950 su evolución comenzó a generar altos índices de crecimiento. "De tal forma que al término de la década de los setenta los ingresos totales generados por la actividad turística en todo el mundo se situaban en un 5.5% del valor total de las exportaciones mundiales"²⁰

1.3.6 EL TURISMO EN LAS ULTIMAS DECADAS

A partir de 1970 se inicia una nueva etapa en el desarrollo del turismo.

²⁰ Acerenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, "Conceptualización y Organización", Vol 1, Trillas, México, 1995, pag 75

Es entonces cuando numerosos países estimulados por los beneficios evidentes que el turismo redituaba a las comunidades receptoras, fundamentalmente en el aspecto económico, comienza a fomentarlo mediante la creación de centros turísticos planificados contando para ello con el decidido apoyo de organismos internacionales de desarrollo. Aunque es posible observar también, a partir de entonces, el surgimiento de desarrollos turísticos impulsados por el sector privado y la aparición de importantes destinos turísticos que crecieron en forma espontánea.

En este periodo, concretamente entre 1970 y 1990, el turismo se consolida definitivamente como un derecho adquirido por la sociedad . Su expansión es tal, que se ha convertido en una de las principales actividades económicas del comercio internacional, y los pronósticos en cuanto a su crecimiento en el nivel mundial, indican que éste continuará en los próximos años.

1.4 EL TURISMO EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Una vez establecido el concepto de turismo y otros conceptos referentes al tema, así como la evolución que ha tenido la actividad turística hasta nuestros días se puede observar, por lo tanto, la repercusión del turismo en las Relaciones Internacionales.

Es decir, el turismo constituye en la actualidad una de las actividades más complejas que ha desarrollado el hombre, y la cual se ha publicado a nivel internacional como un instrumento más que coadyuva al crecimiento económico, al desarrollo socio-cultural y a la comprensión entre los países.

La importancia que adquirió el turismo en las últimas décadas se ha derivado de un sin número de cambios, entre ellos se puede mencionar, el avance tecnológico, las nuevas estrategia de política económica, el deseo de lograr una convivencia internacional armónica, la búsqueda de los individuos de buscar un bienestar social dentro de una comunidad, así como tener acceso a lugares de esparcimiento y descanso, de modo tal, que puedan alejarse del ruido, la contaminación ambiental y la mecanización.

La expansión del turismo es deseada, ante todo, por razones que son de orden económico; es de todos conocido que fueron los países desarrollados los primeros en beneficiarse de él, de ahí que el turismo constituye una estímulo para los pueblos y las regiones que, por motivos estructurales, aún no se han integrado a un desarrollo articulado, o sea, el turismo internacional es una actividad económica en primer término, los países se interesan en él por sus efectos en la balanza de pagos, y relegan a un segundo plano las aplicaciones sociales y culturales que trae consigo el fomentarlo.

Mucho se ha escrito sobre la aportación positiva que el turismo dispensa a las economías con problemas en sus balanzas comerciales. En los últimos años, los países en vía de desarrollo, en su afán por alcanzar un mayor bienestar, se han percatado de que el turismo puede constituir una importante fuente de divisas, más dinámica que el renglón correspondiente a exportación de mercancías permitiendo de cierta manera, controlar el creciente endeudamiento externo, y por ende, aliviar el estrangulamiento del sector comercial y provocar una mayor industrialización. Sin embargo, las ventajas económicas del turismo, deberán de ser bien evaluadas, ya que frente a la captación de divisas existen otros factores como la inversión y el uso racional de ésta dentro del marco de la política económica de cada país, y es aquí en donde se podrían analizar en que medida el desarrollo o fomento de las actividades turísticas pueden aportar contribuciones netas para las economías involucradas.

Dentro de este contexto, no hay que olvidar que el impacto del turismo internacional, como factor de desarrollo económico, varía de acuerdo al potencial turístico de cada país, así como de sus posibilidades económicas en otros campos, "de ahí que sea esencial que la política nacional de turismo que cada gobierno elabore se base en una clara idea de las ventajas y de los límites inherentes del turismo."²¹

Organización Mundial del Turismo, "*Economic Review of World Tourism*, Madrid, España, 1987, pag. 9

"A manera de ejemplo se puede mencionar los casos de Puerto Rico, Bahamas, Hawái, España, Italia, Túnez; en donde el sector turístico ha logrado un marcado éxito y un desarrollo constante en la actividad turística, países que encuentran en el turismo internacional la fuente principal de sus divisas, y alrededor de él, los demás sectores económicos dinamizan su desarrollo"²².

Cabe recalcar que el turismo internacional ha introducido a escala mundial, nuevas y vitales relaciones sociales. El turismo ha coadyuvado al progreso de los pueblos, ha repercutido en los aspectos culturales, educativos y sociales. Al mismo tiempo y con una adecuada y consciente orientación, ayuda a fomentar los lazos de amistad, comprensión de intercambio y de cooperación en el ámbito internacional.

De ahí, que el desarrollo o éxito que ha venido adquiriendo el turismo, no debe solamente analizarse desde el punto de vista económico, y las razones se podrían explicar al observar su desarrollo que surge debido a diversos campos que abarca.

En un enfoque generalizado se puede analizar al turismo como un instrumento efectivo para lograr la paz, suele expresarse que la existencia y proliferación del turismo puede conducir a reducir las tensiones internacionales, ya que al conocerse los habitantes de países con diferentes

²² Organización Mundial del Turismo, Obra Citada, pag 11

costumbres, religiones y razas , los hombres podrán entenderse y fomentar la concordia.

El turismo internacional aparece no sólo como factor económico, sino como un factor potencial dentro del proceso de transformación de las sociedades contemporáneas hacia un nuevo orden mundial.

El desplazamiento y/o entrada de turistas en diferentes países, origina un nuevo proceso de internacionalización y fomenta el ingreso y participación de un número de países, cada vez mayor, en el mercado de las corrientes turísticas. El incremento de estos desplazamientos origina una satisfacción en quienes toman parte de ellos ya que la posibilidad de viajar por el mundo, se interpreta como un proceso que aporta elementos culturales y sociales positivos para un mejor desenvolvimiento de los individuos en el ámbito social y, porque además, se considera al turismo como una fuente de prosperidad gracias al comercio que suscita.

El turismo es una fuente de intercambios culturales, es decir, de valoración cultural para quienes participan en él. Algunos elementos culturales que atraen a los turistas a ciertos lugares son su arquitectura, sus momentos históricos, artesanías, folklore, hospitalidad. También el turismo tiene una significación educativa, pues trae consigo el contacto entre pueblos de diferentes razas y nacionalidad. en un sentido más estrecho, la actividad turística adquiere también, la forma de viajes de

estudio y la asistencia a cursos, conferencias, seminarios con objetivos educativos específicos. Los viajes de negocios, los viajes por motivos de salud o deporte, son considerados turísticos ya que sus participantes una vez cubiertas sus tareas se dedican a descansar o a conocer el lugar.

De tal manera, que el conocimiento de aspectos de un país por parte de los turistas y la influencia de éstos hacia nuevos sitios, está desarrollando otro tipo de relación tanto entre personas, como entre los gobiernos.

Esta nueva forma de relación o de nexo entre los países, no deberá centrarse sólo en los campos económicos que acarrea el turismo (divisas, empleos), pues los aspectos culturales y sociales también son importantes, y no deberá olvidarse que los elementos principales del turismo, son las personas, tanto las que lo sirven, como las que originan la afluencia turística.

Sin embargo, no debemos olvidar la actual realidad internacional, donde prevalece la política de poder de los países desarrollados, lo cual hace que el turismo "no pueda ser considerado solamente como un instrumento de ayuda externa y de cooperación internacional"²³, incluso se piensa en el turismo como forma política de poder por ejemplo; E.U. su fin principal es la defensa de su economía y por lo tanto del poder por lo que

²³ Jimenez, Alfonso, *Turismo "Estructura y Desarrollo"*, McGrawHill, México, 1992, pag 91

mantener al país en un lugar preponderante es el fin que busca en nuestros días con la invasión de inversiones que realiza en los países en desarrollo.

"De la dependencia de la demanda turística del exterior se desprende con facilidad la influencia de la política económica y de poder de los países desarrollados en su relación con las naciones subdesarrolladas receptoras del turismo".²⁴ Esa dependencia es minimamente influida por estos países, porque el control de la estructura de turismo internacional se encuentra cada vez en mayor medida en manos de grandes compañías internacionales que controlan el desarrollo y destino de los viajes, así como la expansión de los hoteles y rutas aéreas.

Por su parte los países subdesarrollados, comprometidos en el desarrollo del turismo, (provocan tal vez sin intención pero no por ello el efecto es menos real) la consolidación de esa situación a pesar de que se hacen declaraciones en el sentido de la preocupación por lo que el proceso de integración pueda traer como consecuencia. "Se acepta que los países necesitan divisas y tecnología, pero se dice que se expone al imperialismo cultural"²⁵

Entonces, podemos considerar al turismo como un arma de dos filos ya que puede ser considerado como "un sistema de comunicación susceptible de transmitir información positiva y útil aún para los más altos

²⁴ Op. Cit., pag. 92

²⁵ Moreno, Toscano Octavio, *Turismo Una Interpretación*, UNAM, México, 1968

finés sociales como la paz mundial, pero es capaz también de operar negativamente afectando la armonía de las relaciones humanas. La tarea consiste entonces en procurar que el sistema funcione siempre por lo menos como operador de comunicación positiva”²⁶

²⁶ Ibidem

CAPITULO SEGUNDO
REPERCUSIONES ECONOMICAS, SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO
EN MEXICO

2.- REPERCUSIONES ECONOMICAS, SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO A MEXICO

2.1 ECONOMICAS

El desarrollo del turismo genera toda una serie de efectos sobre el ambiente en el cual se desenvuelve. Efectos que han sido precisamente, los que dieron origen al interés de los distintos países para el fomento de su desarrollo, los cuales pueden manifestarse tanto sobre la economía nacional, como sobre la sociedad y su cultura o sobre el medio ambiente natural sobre el cual se lleva a cabo tal actividad.

Los efectos del turismo sobre la economía nacional son, tal vez, los más conocidos y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por el turismo, estos efectos pueden manifestarse de diferentes formas. El campo económico ha sido aquel en que con más frecuencia se le han asignado cometidos al turismo para contribuir al desarrollo nacional. Estos cometidos, por lo general, han estado relacionados con el logro de diferentes metas.

Una de las misiones que tradicionalmente se le han asignado al turismo en los planes de desarrollo económico de los diversos países, desde que se comprendió el potencial de la actividad en este sentido, es lo que se refiere al mejoramiento de la balanza de pagos.

Normalmente esta meta se ha tratado de lograr mediante la captación de divisas resultantes del desarrollo del turismo internacional. Pero el turismo también puede contribuir a su logro al disminuir la salida de divisas a través del estímulo y desarrollo del turismo nacional o por ambas acciones simultáneamente.

El turismo como fuente generadora de divisas, es quizá el más notable de todos los posibles beneficios del turismo y, por consiguiente, el que con más frecuencia ha sido estudiado. "Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo"²⁷

Esta contribución es analizada desde el punto de vista económico, que ha sido por otra parte el enfoque que tradicionalmente se ha empleado. Es decir desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad de generar divisas. Contribución que queda de manifiesto cuando a los ingresos generados por este concepto se les compara con otras partidas de la balanza de pagos, generalmente con las importaciones, los servicios de la deuda externa del país considerado o con las exportaciones.

La contribución que el turismo realiza a la cobertura de las importaciones se establece a través del cálculo de la denominada tasa de cobertura de importaciones,

²⁷ Accerenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, Trillas, Mex, pag 87

la cual expresa, en última instancia, en que medida los ingresos procedentes del turismo internacional suministran divisas para cubrir el monto de las importaciones realizadas por el país.

En el caso de la cobertura de la deuda externa la contribución del turismo se establece a través del cálculo de la tasa de cobertura de los servicios de la deuda externa. En pocas palabras, no en cuanto al monto total de la deuda del país, sino, en realidad en relación con el monto de los servicios que ésta le genera.

Con respecto a la importancia del turismo en el sector exportador ésta queda de manifiesto al comparar los ingresos generados por concepto de turismo internacional con el valor total de las exportaciones de bienes y servicios realizadas por el país, o bien con algunos de los renglones que conforman este sector. La participación que pueda tener el turismo en el total de las exportaciones de un país no sólo depende del valor de los ingresos generados por este concepto, sino también del volumen de las exportaciones en los otros renglones, el cual puede fluctuar en función de las condiciones imperantes en los mercados internacionales.

"Las divisas por concepto de turismo que ingresaron a México en 1991 fueron 5959 y en 1996 fueron 6934 millones de dólares"²⁸. Aunque hubo una baja en 1995 no es preocupante ya que en el siguiente año repunto de manera muy positiva. En los años intermedios del período de participaciones (exceptuando

²⁸ SCTUR, *Economía y Turismo: Notas para una discusión*, México, 1994, pag 7

1995) fueron siempre en orden ascendente con lo que muestra que la captación de divisas por turismo es estable (ver cuadro I).

La captación de divisas por turismo se ubica en orden de importancia atrás de la industria maquiladora, de la industria manufacturera y de la industria petrolera (ver cuadro I). Si comparamos el sector turístico y el sector petrolero no hay mucha diferencia entre estas cantidades. Y si tomamos en cuenta que el sector petrolero ha sido desde siempre la actividad económica a la que se ha dedicado nuestro país, y el turismo mientras tanto no goza de ser un sector prioritario para la economía de México, entonces, podemos deducir que con un poco de mayor atención a este sector podría ayudar en gran medida a solventar el desequilibrio de la economía de México ya que es una actividad que aporta una gran cantidad de divisas aún cuando no es un sector muy apoyado.

Cuadro 1

**COMPARACION DE DIVISAS QUE INGRESAN AL PAIS POR TURISMO
Y OTROS CONCEPTOS (millones de dólares)***

Concepto	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Total
Petrolera	8,166.4	8,306.6	7,418.57	7,445.0	8,422.6	11,653.7	51,413
Agropec.	2,372.5	2,112.3	2,504.2	2,678.4	4,016.2	2,592.1	17,276
Extractiv.	546.8	356.2	278.2	356.7	545.0	449.1	2,532
Manufac	31,601.8	35,420.5	41,685.1	50,402.1	66,557.9	80,304.5	305,972
Maquila	15,833.1	18,680.1	21,853.0	26,269.2	31,103.3	20,093.1	133,832
Turismo	5,959	6,084.8	6,167	6,363	61,77.5	6,934.4	37,686

FUENTE: SECTUR

Al examinar el movimiento opuesto, las divisas que egresan del país, constatamos una situación similar a la anterior en cuanto a que el sector turístico sólo se encuentra detrás de las importaciones manufactureras y maquiladoras aunque con una gran diferencia entre estos dos rubros de la economía y el turismo (ver cuadro 2).

Y si observamos cada año el sector turístico va decreciendo por lo que cada vez sale menor cantidad de divisas del país en lo que se refiere al renglón del turismo (ver cuadro 2). Mientras que los demás sectores suben y bajan por lo que podríamos calificar de positivo y benéfico el sector turismo en cuanto a egresos se refiere en la economía del país.

CUADRO 2
COMPARACION DE DIVISAS QUE EGRESAN DEL PAIS POR TURISMO
Y OTROS CONCEPTOS (MILLONES DE DÓLARES)

Concepto	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Total
Petrolera	30.9	180.4	90.3	729	105.5	598	538.8
Agropec.	2,130	2858.4	2,633.1	3,371.4	2,643.7	4,670	18,306.6
Extractiv.	3864.4	520	390.1	438	600.5	648.9	2,983.9
Manufac	46,967.2	58,235.2	61,567.8	74,446.2	67,500	81,137.5	389,832
Maquila	11,782.4	13,936	16,443.0	20,446.2	26,178	16,657.1	105,444
Turismo	5,812.4	6,107.4	5,561.8	5,338	3,170	3,387.2	29,377

Cifras FOB, libre a bordo

FUENTE-INEGI y Banco de México

"Al analizar la Balanza de cuenta corriente por tipo de actividad entre y 1991 y 1996 destaca la tendencia claramente deficitario en toda la parte medular de la economía (sector agropecuario, extractivo y manufacturero)²⁹ (ver cuadro 3), salvo en las maquiladoras, en la industria petrolera y el turismo. Y si examinamos la industria maquiladora año con año va incrementando la cantidad de divisas que egresan por este concepto por lo que podría llegar a convertirse en déficit el saldo total de la industria maquiladora que ahora presenta. Mientras que el sector turístico va creciendo y desarrollándose cada vez más en nuestro país.

Al considerar el saldo neto de las divisas que ingresan y egresan del país, es decir, la Balanza de Cuenta Corriente, se tiene el siguiente panorama comparativo. Entre 1991 y 1992 las únicas actividades que tuvieron saldo positivo fueron Industria petrolera, la industria maquiladora y las relacionadas con turismo, es decir, el turismo es uno de los pocos sectores que ayudan a atenuar la difícil situación del sector externo (ver cuadro 3).

De lo anterior se deduce que el sector turismo es un factor de estabilidad para el conjunto de la economía y sigue cumpliendo en forma satisfactoria el papel que tradicionalmente se le ha asignado.

²⁹ Sectur, Op. Cit. Pag 8

CUADRO 3
BALANZA DE CUENTA CORRIENTE POR TIPO DE ACTIVIDAD
(MILLONES DE DOLARES)
1991-1996

Concepto	Ingresos	Egresos	Total
Ind. Petrolera	51,413	538.8	+50,874.2
Ind. Agropecuaria	1,727.6	18,306.6	-1,039.9
Ind. Extractiva	2,532	2,983.9	-451.9
Ind. Manufacturera	305,972	389,832	-83,860.5
Ind. Maquiladora	133,832	105,444	+28,388
Ind. Turismo	37,686	29,377	+8309

FOB, Libre a bordo

FUENTE- INEGI Y Banco de México.

Otro efecto del turismo sobre la economía nacional, es en el ingreso nacional donde se manifiesta de diversas formas, a través de su contribución al producto interno, como instrumento de redistribución del ingreso y en los efectos multiplicadores resultantes del gasto de visitantes, o sea, los gastos realizados por los turistas extranjeros en el país eran salarios y otros ingresos en los factores de producción. "El cálculo del efecto multiplicador es una de las técnicas que con más frecuencia se han empleado para medir el impacto del turismo en la economía de los países"³⁰ Así por ejemplo, cuando los hoteles y restaurantes compran productos alimenticios y otras mercancías a los proveedores, generan con estas compras un producto interno dentro del proceso

de distribución. Si los proveedores compran esos mismos productos a los agricultores nacionales, esto da origen, a su vez, a la creación de ingresos en el sector agrícola.

Si analizamos la participación del Sector Turístico, entendido también como la Rama 63 (restaurantes y hoteles), en el Producto Interno Bruto, "nos damos cuenta que entre 1991 y 1994 este pasa de 238750 a 268696 millones de pesos"³¹ y aunque hubo una baja en 1995 debido a la gran crisis ocurrida en nuestro país, en 1996 vuelve a repuntar.

La rama de restaurantes y hoteles (63) tiene una fuerte incidencia en el funcionamiento de otras actividades económicas, como ejemplo mencionamos la rama de transporte (64), el sector de la industria de alimentos, bebidas y tabacos de la rama (11 a la 23) y la rama de la industria de la Construcción (60). Si hacemos la comparación entre estos sectores con la rama 63 se obtiene los siguientes resultados: En promedio la Rama de Restaurantes representó el 21.49% del total de la economía, el transporte tiene el 9.59%, la industria de la construcción 4.54% y las ramas de alimentos, bebidas y tabacos así como productos metálicos y maquinaria no alcanzan un punto porcentual, por lo que la rama 63 es una actividad económica importante ya que aporta una cantidad considerable al total de la economía mexicana (ver cuadro4).

³¹ Acerenza, Miguel, Angel. *Administración del Turismo*, Trillas, México, pag 103

CUADRO 4

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA RAMA DE RESTAURANTES Y HOTELES Y DE OTRAS RAMAS Y SECTORES DE LA ECONOMIA (MILLONES DE PESOS)

Año	Total	Restauran Y Hoteles	Transporte	Construcc	Alimentos Y Bebidas	Prod Metálicos
1991	1093357.9	238750	98125	50385	53509 Miles	53022 Miles
1992	1133032.1	251402	103317	53754	55234 Miles	56332 Miles
1993	155132.2	251629	107480	55379	57489 Miles	54000 Miles
1994	1206135	268696	116842	60048	59297 Miles	57610 Miles
1995	1131957.6	230694	111540	45958	61240 Miles	51940 Miles
1996	1189537	237854	120000	50449	50539	56129
Promedio		21.49%	9.59%	4.54%	0.0042%	0.0047

FUENTE- BANCO DE MEXICO

Una aportación más de la actividad turística en la economía de México es la contribución a la redistribución del ingreso, es decir, además de contribuir a la formación del producto interno, y a la consiguiente generación del ingreso nacional, el turismo contribuye también a su redistribución, en lo social, entre las distintas capas de la población, y en lo espacial, a lo largo del territorio, por ejemplo una vez que el turista se encuentra en su destino, el gasto del turista produce una derrama económica entre los distintos sectores ligados a la actividad turística local, que beneficia a un gran número de personas de la región en la cual se localiza el centro turístico.

Otro de los cometidos, que también con más frecuencia le han sido asignado al turismo en los planes de desarrollo, es el impulso que imprime a las zonas o regiones menos favorecidas económica y socialmente, en virtud de las amplias posibilidades que brinda en este sentido.

En efecto, el turismo puede contribuir a impulsar el desarrollo de zonas o regiones de menor desarrollo económico relativo en un determinado país a través del traslado de recursos económicos en el territorio nacional, como consecuencia de la capacidad que tienen para la redistribución del ingreso, la generación de empleos productivos en la región y los efectos multiplicadores resultantes del gasto de los turistas en la misma.

2.2.- SOCIALES

En lo que respecta al aspecto social, el turismo puede contribuir a la generación de empleos productivos, esta meta, que puede considerarse tanto económica como social, puede ser lograda por medio del desarrollo y el fortalecimiento de las unidades productoras del sector, es decir, el desarrollo de las empresas turísticas en toda su gama y modalidades, transportes, alojamientos, establecimientos de alimentos y bebidas, amenidades y servicios complementarios.

A los empleos directos generados en las unidades productoras del sector deben agregarse todos aquellos empleos indirectos que resultan en los sectores proveedores del turismo, y en las actividades relacionadas, especialmente el comercio y los servicios públicos.

"En 1996 se estableció que el subsector 63 (hoteles y restaurantes) existían en ese año 6048 miles de personas trabajando en promedio esto equivale al 21.6% del nivel total de empleados a nivel nacional. Esta cifra es un total que incluye empleos directos, 1728 y empleos indirectos 4320"³²

A partir de los resultados del Sistema de Cuentas Nacionales de México considerando la matriz de insumo producto del país, se publica una estimación del personal ocupado en las diferentes ramas de actividades (ver cuadro 5).

³² SECTUR, Op Cit. Pag 6

Si comparamos al personal ocupado bajo el criterio de Cuentas Nacionales (contabilidad gubernamental) para las ramas y sectores de construcción, comercio, comunicaciones y transportes, rubros relacionados con el turismo, destaca que el empleo en 1996 en restaurantes y Hoteles era del 17.6% del total de empleos, cifra que se sitúa por encima del que reportan el sector de la Industria de comunicaciones y transportes, construcción y solo por debajo del comercio (ver cuadro 5).

CUADRO 5

PARTICIPACION DEL PERSONAL OCUPADO EN LA RAMA DE RESTAURANTES HOTELES Y EN OTRAS RAMAS Y SECTORES DE LA ECONOMIA RESPECTO AL TOTAL NACIONAL (PORCENTAJES)

Año	Construcción	Comercio	Restaurantes Y Hoteles	Comunicacion Y Transportes
1991	4.95	20.71	17.4	6.26
1992	5.53	21.95	18.3	6.19
1993	5.71	20.95	20.5	6.06
1994	5.99	51.17	19.9	6.40
1995	4.95	21.85	21.2	6.13
1996	4.3	21.83	21.6	5.92
Porcentaje	5.2%	26.26%	17.16%	6.16%

Fuente: INEGI

Asimismo en el renglón social, el turismo contribuye significativamente al descanso y al esparcimiento de la población y como tal debiera formar parte integral de la sociedad, en lo que se refiere al derecho al uso del tiempo libre. La contribución del turismo en este sentido puede darse a través del desarrollo del turismo interno para estimular los viajes dentro de los estratos sociales económicamente más favorecidos, por medio del desarrollo del denominado turismo social dirigido a los estratos de menores ingresos de la población o por medio del desarrollo simultáneo de ambos tipos de turismo.

De la misma manera el turismo aporta en el campo de lo social un incremento en el nivel educacional de la población, es decir, por medio del turismo es posible complementar la educación escolarizada que se brinda en los centros educativos, al permitir que la población logre un mayor conocimiento geográfico del país y de sus tradiciones lo cual contribuye a elevar su nivel educacional.

Finalmente en lo que concierne al campo social, el turismo puede contribuir a la integración nacional de la siguiente manera, como consecuencia del intercambio generado por el desplazamiento de los residentes dentro de su propio territorio es posible lograr una mayor y mejor comprensión de la realidad nacional y obtener, de este modo, una mayor identidad e integración de la población en pro de objetivos de desarrollo que le son comunes.

Una más de las contribuciones que puede brindar el turismo en el campo social es que el desarrollo de esta actividad ayuda a reafirmar la soberanía y a salvaguardar la seguridad nacional, especialmente en zonas fronterizas o en regiones poco pobladas de nuestro país.

2.3 CULTURALES

En lo que concierne al campo cultural, la contribución del turismo puede estar determinada a través de: La protección del patrimonio histórico-cultural, o sea, el turismo ha demostrado ser uno de los medios más eficaces para la protección y la preservación de las ciudades, los monumentos y de la arquitectura tradicional, así como para la revitalización de las tradiciones culturales de los pueblos.

Podemos apuntar que el turismo también constituye uno de los medios más eficaces para la proyección de la imagen del país en el extranjero y con este fin ha sido utilizado con éxito especialmente en el continente europeo. Los logros del turismo en este sentido se deben fundamentalmente al efecto propagador que se genera como consecuencia de la visita que realizan los turistas extranjeros, los cuales, satisfechos regresan a su lugar de origen narrando sus experiencias.

Observando esta serie de repercusiones de la actividad turística nuestro país, el turismo constituye, de hecho, una de las tantas actividades a las cuales debe abocarse el gobierno de México, para el logro del bienestar y el desarrollo de la

colectividad, por consiguiente, se trata de una función específica que debe encarar la administración pública para dar cumplimiento a este propósito.

Para obtener un nivel de desarrollo del turismo en nuestro país es necesario que la Secretaría de Turismo, (organismo encargado del desarrollo de esta actividad formada como tal el 24 de mayo de 1974) requiera de la existencia de una organización institucional que permita contemplar las distintas facetas que presenta el desarrollo de; turismo. "Entendemos por organización institucional a la estructura orgánica y funcional del organismo responsable por la conducción del sector y a los aspectos normativos a través de los cuales esta entidad fomenta y regula el desarrollo del turismo"³³

Por lo que, la Secretaría de Turismo se ve en la necesidad de fomentar esta actividad en nuestro país a través de un marco legal, la Ley Federal Turismo (L.F.T.), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992

En esta ley se define la política gubernamental en materia de turismo en nuestro país, se establecen los objetivos y se brindan a la Secretaría de Turismo las facultades necesarias para cumplimiento de sus cometidos. En el marco de esta ley se llevan a cabo las acciones tendientes a la conducción y actividad turística a nivel nacional. Asimismo esta ley faculta al organismo nacional de turismo para actuar y establecer los procedimientos que normaran el desarrollo del sector turístico, mediante normas y procedimientos aplicables al turismo, es decir, desarrollo de

³³ Acerenza, Miguel Angel, *Administración del Turismo*, Trillas, México, 1995, pag 267

zonas de interés turístico, planes maestros, planes reguladores de crecimiento, aplicación de incentivos, servicios turísticos, protección y asistencia al turista y recursos humanos.

Entonces, la Secretaría de Turismo, se ve obligada a proyectar su acción directamente a las regiones emisoras a través de la apertura de oficinas promocionales tanto interior como exteriormente, con el fin de llevar a cabo las funciones destinadas a incrementar la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros en nuestro país, así como participar activamente en las organizaciones intergubernamentales de carácter internacional y regional que han sido creadas con el fin de incrementar el turismo entre los estados.

Como observamos, el turismo, por medio de los efectos a los cuales da lugar, puede contribuir significativamente al desarrollo, no sólo económico, sino también al social, cultural y político, al que debe estar orientado el desarrollo integral de los pueblos. En efecto, como se ha podido observar a lo largo de este capítulo, el turismo puede contribuir al logro de una serie de metas en cada uno de los campos a los cuales se ha hecho mención, y por tanto, puede perfectamente ser considerado como una opción factible, cada vez que se encarecen esfuerzos destinados a fomentar el desarrollo integral de México.

CAPITULO TERCERO
PROMOCION TURISTICA DE LA REGION DEL BAJIO

PROMOCION TURISTICA DE LA REGION

"El funcionamiento del sistema turistico depende en definitiva. de que el turista, motivado por una serie de razones tome una decision de viaje "³⁴

Ahora bien, es evidente que todos los paises poseen en mayor o menor grado atractivos capaces de satisfacer las motivaciones de viaje de los turistas por eso la mayoría de ellos han intensificado sus esfuerzos tendientes al logro de una decisión favorable para sus intereses con el fin de incrementar de este modo la afluencia de visitantes.

Por lo que en este capítulo pretendo desarrollar un programa de promoción turística de la Región del Bajío como idea para incrementar el flujo de visitantes a la región.

³⁴ Acosta, Tobon. A. "*Publicidad a su alcance*", edit. Norma Bogota, 1980

**PROGRAMA DE PROMOCION TURISTICA DE
LA REGION DEL BAJIO
1998**

3.1 INTRODUCCION

"La intensificación de los esfuerzos que se llevan a cabo tendientes a la captación de las corrientes turísticas internacionales ha convertido al turismo en una actividad altamente competitiva"³⁵.

La promoción turística es sin duda uno de los principales instrumentos de que se dispone para estimular el crecimiento de las corrientes turísticas hacia un determinado destino y de su eficacia depende en gran medida el éxito o el fracaso de los planes de desarrollo turístico, emprendidos por los países con el deseo de obtener beneficios económicos y sociales para su población

En México el turismo como actividad económica es elemento relevante dentro de la estrategia nacional de desarrollo. Papel semejante ha venido desempeñando dentro de los planes estatales al considerarse como factor dinámico que coadyuva al desarrollo equilibrado de sus sistemas económicos

³⁵ Ibidem

3.2 POLITICA DE MERCADO

La política turística a realizar se orientará a recuperar e incrementar la competitividad de la Región del Bajío como destino turístico, dirigiendo la promoción hacia segmentos y regiones emisoras más rentables. Este esfuerzo de revaloración se dirigirá en primer término a nivel nacional a público con un nivel socio-cultural específico ya que esta región presenta un tipo de diversión y recreación cultural, debido a que la atracción de estas ciudades es histórica en su mayoría por lo tanto esta campaña debe dirigirse a escuelas, institutos, bibliotecas entre otros. Respecto a el mercado internacional al cual debe dirigirse principalmente este programa es a extranjeros con alto índice de escolaridad en Estados Unidos, Canadá (por la cercanía a nuestro país y su desarrollo económico) y a Europa por considerarse un mercado cultural, de la misma manera que el mercado nacional la campaña promocional internacional debe de enfocarse a institutos, escuelas en el extranjero. Claro que no hay que desechar otro tipo de mercados ya que se puede captar diferente tipo de público hacia esta región.

Otro tipo de mercados al cuál podría dirigirse una campaña promocional sería a los empresarios ya que esta región consta de ciudades muy tranquilas y cercanas a los estados del centro del país y de la capital que son importantes polos de desarrollo y alta concentración geográfica. Asimismo esta región cuenta con una importante cantidad de recursos culturales y variedad de climas lo que constituye

grandes oportunidades de inversión para desarrollar una gran diversidad de instalaciones para todo tipo de actividades turísticas. Aunado a esto encontramos que es una región con poco desarrollo turístico a diferencia de las playas de nuestro país o de las grandes ciudades por lo que existe una gran oportunidad para diversificar y complementar la planta turística existente

3.3 OBJETIVOS

Los objetivos del "Plan Bajío" o "Una Aventura al México Colonial" son:

- 1.- Fortalecer la promoción de la Región del Bajío para recuperar y consolidar los mercados turísticos estatales y nacionales.
- 2.- Crear una fuerte identidad de la región como destino turístico de primer orden.
- 3.- Procurar un crecimiento en el flujo de corrientes turísticas nacionales e internacionales.
- 4.- Procurar un mejor aprovechamiento de la capacidad instalada que en materia de oferta turística tiene esta región.
- 5.- Revitalización de los diversos atractivos turísticos histórico-culturales de la Región del Bajío.

3.4 ESTRATEGIAS

De los objetivos fijados para el Plan Bajío se desprenden las siguientes estrategias:

-Estimular el deseo de viajar a la Región del Bajío haciendo hincapié en la gran diversidad de atractivos turísticos histórico-culturales que ofrece.

-Difundir la información necesaria para facilitar la planeación y realización de viajes hacia esta magnífica región.

-Fortalecer los esfuerzos de coordinación y enlace con los sectores públicos, social y privado a fin de establecer acciones integrales que coadyuven a la revitalización de los diferentes destinos y atractivos turísticos del Bajío.

3.5.- PROGRAMA DE ACCION

Cada uno de los programas de acción que contempla el Plan Bajío, esta basado en las estrategias antes mencionadas.

El Plan Bajío esta integrado por las siguientes acciones:

3.5.1.-Instrumentación de un programa de publicidad que reafirme la imagen positiva de la Región del Bajío y estimule el deseo de visitarlo.

Este programa esta basado en las estrategias de estimular el deseo de viajar y de difundir la información que facilite la realización de viajes a la región como, objetivos del programa , se han fijado los siguientes

- 1.-Dar a conocer la versatilidad e atractivos turísticos con que cuenta el Bajío.

2.-Dar a conocer productos turísticos específicos que faciliten la planeación de viajes.

Con el fin de lograr los objetivos fijados, se propone llevar a cabo las siguientes acciones

1.- -Campana de Concientización

Producción y difusión de una campaña de venta promocional de los destinos, que abarque televisión, radio, prensa, material impreso, ésta campaña tendría como punto central el comunicar que el Bajío, es decir, las ciudades de Guanajuato, Querétaro, Morelia, Pátzcuaro y San Miguel de Allende, es una región amable, donde el turista puede descubrir y gozar unas vacaciones únicas, mostrando sus edificios coloniales, la majestuosidad de sus templos y conventos, el señorío de sus casonas y palacios, ciudades típicas, comida y hospitalidad

2.- Instrumentar la campaña, "Una aventura al México Colonial"

a)Producción y difusión de una campaña de venta de productos turísticos, que abarque radio, prensa y revistas especializadas En este caso el punto central sería la difusión de los paquetes VTH VHD VHA, VTA, así como, los de las líneas aéreas nacionales y prestadores de servicios turísticos

b)La difusión de estas campañas se realizara en las ciudades cuyas características permitan clasificarlas como principales orígenes de turismo hacia el Bajío o bien como mercados potenciales

c) Se seleccionarán aquellos programas, horarios, estaciones, periódicos y revistas, cuya cobertura permita lograr niveles de eficiencia en cuanto a alcance y frecuencia.

d) Con el objeto de lograr una producción de calidad y una difusión eficiente se propone conjuntar los recursos económicos en base a los siguientes aspectos:

- 1) La Secretaría de Turismo aportaría recursos frescos, tiempos etiquetados y tiempos oficiales de R. T. C
- 2) El Gobierno de cada estado y prestadores de servicios aportaría recursos frescos y las facilidades de hospedaje, tramites de permisos, etc
Durante la filmación de los mensajes de televisión
- 3) Las líneas aéreas, a través de sus planes publicitarios, harían énfasis en sus productos con destino a este lugar.

3.5.2 Instrumentación de un programa de promoción que motive a los agentes de viajes a ofrecer el producto turístico de la Región del Bajío.

Basado en la estrategia de difundir la información necesaria para facilitar la planeación y realización de viajes a el Bajío, este programa tiene los siguientes objetivos:

1.-Motivar a los agentes de viajes para que vendan frecuente e intensivamente, el producto turístico de la Región del Bajío.

2.-Dotar a los agentes de viajes, de las herramientas necesarias para facilitar su labor de venta.

3.-Dotar al público en general de material informativo sobre la región.

Para cumplir con los objetivos expuestos, el programa de promoción contempla las siguientes líneas de acción.

1.-Llevar a cabo presentaciones a agentes de viajes a nivel nacional e internacional para dar a conocer el Plan "Una aventura al México Colonial" y lograr su apoyo al mismo, es recomendable que para estas presentaciones se produzca un audiovisual sobre el tema

2.-Producción y distribución en agencias de viajes, de folletería y material punto de venta, tanto de venta promocional del destino, como de venta de productos turísticos

3.-Aprovechar las ferias, congresos y eventos en las que la Secretaría de Turismo participe para distribuir al público en general material promocional como folletería.

4.-La instrumentación del programa de promoción requiere necesariamente de la participación de los gobiernos de los estados que comprenden la Región del Bajío, que en primera instancia podrían ser de la siguiente manera

- a) El Gobierno de los Estado cubrirá los gastos de las prestaciones a agentes de viajes y la Secretaría de Turismo podría asesorar y supervisar la producción del audiovisual y organización de los eventos.
- b) Los gastos de impresión de los materiales podrán dividirse entre la Secretaría y el Gobierno de cada Estado

3.5.3 Instrumentación de un programa de relaciones públicas que coadyuve a reafirmar la imagen positiva de la región y por lo tanto refuerce los programas de publicidad y promoción.

Este programa está basado en las estrategias de difundir la información necesaria para facilitar la planeación de viajes y estimular el deseo de viajar a la Región del Bajío. Para el programa de relaciones públicas se ha fijado el siguiente objetivo:

1.- Mantener e incrementar las buenas relaciones con los sectores que tienen el poder de influencias la decisión de compra de productos turísticos específicamente se hace referencia a los medios de comunicación y a los agentes de viajes.

Las líneas de acción para el programa de relaciones públicas contemplan lo siguiente:

1 -La planeación y realización de viajes de familiarización a los principales destinos turísticos del Bajío. En estos viajes de familiarización participaran los medios de comunicación y los agentes de viajes nacionales.

La instrumentación de este programa requiere de trabajo coordinado entre la Secretaría de Turismo, el Gobierno del Estado y los prestadores de servicios turísticos de la entidad.

3.5.4 Instrumentación de un programa de coordinación y enlace entre la Secretaría de Turismo, el Gobierno del Estado y los prestadores de servicios turísticos de la entidad a fin de integrar los recursos humanos, materiales y financieros que requiere el plan.

Este programa esta basado en la estrategia de establecer acciones integrales para revitalizar a la Región del Bajío como destino turístico, este programa tiene como objetivos

1 -Revitalización de la imagen de los atractivos turísticos histórico-culturales del Bajío

2 -Maximizar los recursos humanos materiales y financieros que involucró el plan "Una aventura la México Colonial"

Para el programa de coordinación y enlace se han fijado las siguientes líneas de acción

1 -Formalizar con los Estados de Querétaro, Guanajuato y Michoacan la disposición y compromiso de la Secretaria de Turismo en lo relativo al apoyo técnico, logística y financiero para la realización del Plan Bajío

2 -Detectar los destinos turísticos del Bajío, susceptibles a ser revitalizados y realizar los acuerdos necesarios para que los sectores involucrados lleven a cabo dicha revitalización.

3 -Negociar y convenir con los gobiernos de los Estado del Bajío y sus prestadores de servicios, los esfuerzos materiales humanos y financieros que se aportaran para llevar a cabo el Plan Bajío

4 -Establecer un esquema dinámico del Plan Bajío con relacion al tipo de preparación ejecución de las campañas y otras acciones derivadas de, plan a traves de una ruta crítica y esquemas de evaluacion y control

5 -Optimizar en forma racional los recursos disponibles para la instrumentación del plan "Una aventura al Mexico Colonial" por medio de las distribución equitativa de responsabilidades

Cada una de las acciones indicadas en el punto anterior requieren de la preparación del material en el cual se sustentaran

CAPITULO CUARTO
LA REGION DEL BAJIO; INFRAESTRUCTURA, SUS SERVICIOS TURISTICOS,
SU TURISMO Y SUS ATRACTIVOS CULTURALES

4.- LA REGION DEL BAJIO; INFRAESTRUCTURA SUS SERVICIOS TURISTICOS, SU TURISMO Y SUS ATRACTIVOS CULTURALES.

INTRODUCCION

Dentro de la planeación turística de la Región del Bajío encontramos que los planes estatales turísticos de las ciudades conformantes de la Región del Bajío coinciden en ciertos objetivos como: el tratar de establecer una adecuada coordinación sectorial e intersectorial con los tres niveles de gobierno y el sector privado; así como fortalecer la oferta turística en cuanto a la conservación y desarrollo de sus atractivos culturales en la calidad de los servicios y planta turística, y por último promover el producto turístico para incrementar la demanda.

Aunque se observa poco interés al menos en el Estado de Guanajuato ya que no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, sólo se encuentra información turística dentro de los Informes de Gobierno y consta de tres hojas dicha información. Respecto al Estado de Querétaro aunque si cuenta con un plan de desarrollo Turístico no esta muy bien desarrollado, ya que sólo consta de ciertos objetivos, no especifica acciones a desarrollar, estrategias, política de mercado, instrumentación de programas etc.

En lo concerniente al Estado de Michoacán, si cuenta con un programa turístico bien desarrollado, así como una buena metodología (objetivos,

estrategias, acciones, etc.), también se encuentra información adicional como oportunidades de inversión turística, análisis de mercados, etc., independiente de la información dentro de los Informes de Gobierno. Es el único plan que consta de un apartado para las ciudades coloniales.

Por lo que si observamos no se le da el impulso necesario al turismo desde la planeación y si a esto le aunamos que los respectivos gobiernos no llevan a cabo en su totalidad los planes propuestos, entonces, nos encontramos con dos inconvenientes para el desarrollo del turismo en nuestro país

A continuación se hace una análisis de la infraestructura y servicios turísticos de la Región del Bajío

4.1 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TURISTICOS DE LA REGION DEL BAJIO

Una vez que el turista ha tomado la decisión de desplazarse a un determinado destino comienzan a surgir todos los requisitos relacionados con la ejecución del viaje. En pocas palabras, tiene que trasladarse hasta el lugar elegido y una vez que se encuentra en él, necesita contar con las facilidades que le permitan alojarse, alimentarse y llevar a cabo ciertas actividades.

La industria turística lleva a cabo la prestación de estos servicios ya sean de transportación, de alojamiento y alimentación, o de cualquier otra índole con lo que hace posible que el turista pueda trasladarse, permanecer y disfrutar de los diversos atractivos que, en definitiva son los que lo llevaron a emprender el viaje a un sitio determinado.

Comenzaremos con los medios de transportación, después alojamiento y por último entretenimiento y diversiones.

4.1.1 TRANSPORTACION

"La finalidad de los medios de transportación dentro del sistema turístico es la de permitir el desplazamiento del turista desde su lugar de origen hasta el

destino, que haya seleccionado para pasar sus vacaciones, y el de su regreso al punto de partida"³⁶. Los medios de transportación, por tanto, hacen posible el acceso al lugar en el cual se localizan los atractivos turísticos

Dado que el desplazamiento es un requerimiento básico para que el turista pueda llegar hasta el punto de destino, en el cual se localizan los atractivos turísticos que motivaron su viaje, el transporte se convierte en piedra angular del sistema.

Desde el punto de vista del turista, poco o nada puede significar un atractivo turístico, si el mismo no fuera accesible a través de algún medio de transportación.

De ahí la necesidad de prestar una especial atención a los aspectos relativos al transporte cuando se abordan políticas destinadas al desarrollo del turismo, ya que sin las posibilidades de acceso, no tendría sentido la inversión pública en el desarrollo de las facilidades de alojamiento, especialmente cuando estas inversiones se realizan con el fin de obtener beneficios económicos y sociales para la población

El Bajío cuenta con las siguientes facilidades respecto a transporte y registra lo siguiente:

³⁶ Acerenza, Miguel Angel, "Administración del Turismo", Trillas, Mexico Vol I 1995, pag 181

TRANSPORTACION TERRESTRE

CUADRO 6

VEHICULOS REGISTRADOS POR TIPO DE SERVICIO (1996)

Ciudad		Autos				Camio		
	Total	Oficial	Alquile	Particu	Total	Oficial	Alquile	Particu
Querét	57220	98	1695	55427	1472	7	1120	345
Allend	4188	6	188	3994	27	-	21	6
Gto	9721	369	382	8970	205	25	140	40
Morelia	12214	403.3	1941	9870	1566.7	311	800	455.7
Patzcu	2863	28.3	167	2413	32	1	21	10

Fuente. Anuario Estadístico del Estado de Querétaro, Guanajuato y Morelia

Examinando el cuadro 7 la mayoría de visitantes o personas utilizan el automóvil particular como medio de transporte para dirigirse a esta región por lo que se debe pensar en el mejoramiento en lo que se refiere a la red carretera ya que es la forma principal de acceso.

CUADRO 7

LONGITUD DE LA RED FERROVIARIA SEGÚN TIPO DE VIA (1996)

Estado	Tipo de Vía	Longitud
Querétaro	Troncales y Ramales	370
	Secundarias	95
	Particulares	27
Guanajuato	Troncales y Ramales	751
	Auxiliares	292
Michoacán	Troncales y Ramales	991
	Auxiliares	151
	Particulares	49

Fuente. centro SCT. Dirección General de Políticas y Normas de Comunicación

Si observamos, la red ferroviaria, no pasa por las ciudades de Guanajuato y San Miguel de Allende aunque se encuentran a corta distancia de esta, sin embargo, podemos pensar que cuenta con la infraestructura suficiente para cumplir la demanda de los turistas de esta región ya que llega a Morelia, Pátzcuaro y Querétaro . Aunque valdría la pena que los gobierno estatales y el gobierno federal pudieran mejorar este servicio ya que no es muy bueno. Y con el mejoramiento de este, se podría ayudar a trasladar al turismo o al visitante a esta región.

TRANSPORTACION AEREA

CUADRO 8
AEROPUERTOS, AERODROMOS DE LA AVIACION CIVIL
1996

Ciudad	Aeropuerto	Aeródromo
Querétaro	1 Internacional	No tiene
Guanajuato	No Tiene	No Tiene
Allende	No Tiene	No Tiene
Morelia	1 Internacional	No Tiene
Pátzcuaro	No Tiene	1

Fuente: Anuario Estadístico del Estado de Querétaro, Michoacán y Guanajuato

Si observamos, el cuadro 9 sólo Querétaro y Michoacán cuentan con aeropuerto internacional lo que hace un poco más difícil la visita a las otras ciudades, sin embargo, considero que instalar un aeropuerto en esas ciudades

sería complicado ya que son ciudades muy pequeñas, aunado a esto existe un aeropuerto en la Ciudad de León en Guanajuato el cual hace un poco más fácil el desplazamiento de los turistas por lo que, deducimos que se cuenta con una infraestructura suficiente en cuanto a materia de aviación civil se refiere para poder llegar a alguna de estas ciudades aunque, no directamente.

4.1.2 ALOJAMIENTO

“Los servicios de alojamiento, por su parte, hacen posible la permanencia del turista en el lugar de destino”³⁷

A través del tiempo, los mismos se han adaptado al requerimiento y a las posibilidades económicas de los distintos tipos de viajeros.

“Sin duda el alojamiento es otro de los requerimientos exigidos por el turista para realizar su viaje al punto de destino y para permanecer en él por un determinado periodo. Su carencia, por tanto, puede llegar a impedir el normal desarrollo del turismo.”³⁸

Las decisiones en cuanto al desarrollo de los sistemas de alojamiento, entonces, deben ser tomadas necesariamente teniendo en cuenta el transporte y los atractivos turísticos de una región de tal forma que se adecuen al tipo y cantidad de visitantes que efectivamente se estime que visiten el lugar.

³⁷ Op. Cit. Pag 57

La Región del Bajío cuenta con lo siguiente respecto a alojamiento.

CUADRO 9
ESTABLECIMIENTOS Y CUARTOS DE HOSPEDAJE, SEGÚN CATEGORÍA
TABLA GENERAL 1996

Estado	Establecimientos	Cuartos
Total	241	10179
Querétaro	51	3171
Allende	46	830
Guanajuato	39	2991
Morelia	73	2016
Pátzcuaro	32	1171

Fuente: INEGI, Anuario Estadístico de cada Estado

CUADRO 10
ESTABLECIMIENTOS, SEGÚN CATEGORÍA
(1996)

Categoría	Guanajuato	Querétaro	Morelia	Pátzcuaro	San Miguel
Total	46	51	73	32	39
5 Estrellas	3	9	3	-	8
4 Estrellas	6	3	17	1	7
3 Estrellas	12	8	13	14	9
2 Estrellas	11	13	13	7	7
1 Estrella	6	7	12	5	-
Clase Económica	8	4	15	5	8

Fuente: Secretaría de Turismo de Gobierno de cada Estado

¹⁸ Ibidem

CUADRO 11
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO DURANTE 1992

Ciudad	Ocupación Hotelera	Estadía promedio (Noche por turista)
Querétaro	41.20	1.39
San Miguel de Allende	54.00	1.75
Guanajuato	48.79	1.68
Morelia	37.00	1.34
Patzcuaro	27.88	1.10

Nota. La ocupación hotelera y el promedio, se obtienen mensualmente mediante cuestionarios estadísticos hoteleros por establecimientos de hospedaje en el Estado.

Ocupación Hotelera = (Total de cuartos ocupados por mes por 100/ cuartos disponibles por mes.

Promedio de Estancia = Total de turistas noche/total de turistas llegadas

Turistas noche: Se refiere a la estancia por noche en el establecimiento

Turistas llegada: Se refiere al registro único del turista en el establecimiento.

Fuente: Secretaría de Turismo de Gobierno del Estado

CUADRO 12
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO DURANTE 1993

Ciudad	Ocupación Hotelera	Estadía promedio (noche por turista)
Querétaro	40.37	1.48
San Miguel de Allende	56.28	1.79
Guanajuato	49.39	1.70
Morelia	37.44	1.35
Patzcuaro	28.00	1.12

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico de Gobierno del Estado. Subsecretaría de Turismo

CUADRO 13
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO DURANTE 1994

Ciudad	Ocupación Hotelera	Estadia promedio (noche por turista)
Querétaro	42.98	1.55
San Miguel de Allende	58.51	1.89
Guanajuato	50.64	1.76
Morelia	39.27	1.40
Patzcuaro	29.10	1.15

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico de Gobierno del Estado.
Subsecretaría de Turismo.

CUADRO 14
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO DURANTE 1995

Ciudad	Ocupación Hotelera	Estadia Promedio (noche por turista)
Querétaro	39.41	1.33
San Miguel de Allende	55.70	1.84
Guanajuato	47.58	1.67
Morelia	36.19	1.33
Patzcuaro	26.89	1.08

Fuente. Secretaría Estatal de Turismo. Dirección de Operación Departamento de Estadística

CUADRO 15
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO DURANTE 1996

Ciudad	Ocupación Hotelera	Estadia Promedio (noche por turista)
Querétaro	45.35	1.70
San Miguel de Allende	61.05	1.72
Guanajuato	53.72	1.69
Morelia	42.41	1.64
Patzcuaro	32.16	1.05

Fuente: Secretaría Estatal de turismo. Dirección de Operación. Departamento de Estadística.

Si examinamos los cuadros del 11 al 15 se observa poca afluencia del turismo a la región ya que cuando mucho se llega a dos noches en promedio al año por turista para cada ciudad. Y en pocas ocasiones se llega a rebasar la mitad del promedio de la ocupación hotelera. Aunque se observa que va aumentando año con año a excepción de 1995 debido a la crisis tan fuerte que padeció nuestro país. Al implementar un programa de promoción turística se podría explotar aún más esta actividad ya que tiene un nivel bajo de visitantes.

4.1.3 ENTRETENIMIENTO

Existen otros tipos de equipamientos (museos, monumentos, discotecas, restaurantes, bares, centros nocturnos entre otros) que, aunque no forman parte integral de la denominada industria turística, se encuentran estrechamente ligados al sistema turístico, especialmente en lo que se refiere a la región de destino; son aquellos que a través de las facilidades de distracciones y amenidades que ofrecen, hacen posible que el turista, además de satisfacer la motivación principal de su viaje, pueda disfrutar de una estancia agradable y llevar a cabo ciertas actividades recreativas en el punto de destino.

“A las instalaciones y equipamientos destinados a este fin, se les conoce como equipamientos de animación turística”³⁹, los cuales, cada día van tomando una mayor importancia en la elección, por parte del turista del destino vacacional.

Los equipamientos se desarrollan de acuerdo con los atractivos y los recursos existentes en el destino turístico, así como según las características y requerimientos.

En la Zona del Bajío encontramos lo siguiente:

³⁹ Op. Cit. Pag 203

CUADRO 16
VISITANTES A MUSEOS, ZONAS ARQUEOLÓGICAS Y MONUMENTOS
HISTÓRICOS ADMINISTRADOS POR EL INAH SEGÚN RESIDENCIA
COMPRENDIENDO LOS ESTADOS DE GUANAJUATO, QUERÉTARO Y
MICHOACÁN

CUADRO GENERAL (1996) MILES DE PERSONAS

Residencia	Visitantes Museos	a Zonas Arqueológicas.	Monumentos Históricos
Total	404.9	34.7	63.3
Nacionales	369.8	15.3	59.0
Extranjeros	25.1	19.4	4.3

A/ se refiere a ex conventos, casas históricas, capillas y templos.

B/ Incluye extranjeros residentes en el país.

C/ Incluye nacionales residentes en el extranjero

Fuente: Anuario Estadístico del Estado de Guanajuato, Michoacán y Querétaro

CUADRO 17
ESTABLECIMIENTOS DE PREPARACIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS SEGÚN CLASE DE ESTABLECIMIENTO
COMPRENDE LOS ESTADOS DE QUERÉTARO, GUANAJUATO Y
MICHOACÁN TABLA GENERAL (1998)

Clase de Establecimiento	Establecimientos
Total	1236
Restaurante	771
Discotecas o Centros Nocturnos	78
Bares	161

Fuente. Anuario Estadístico de los Estados de Querétaro, Michoacán y Guanajuato

La Región del Bajío cuenta con una gran cantidad de museos y monumentos históricos debido a su gran riqueza cultural, histórica y artística. Por

lo que la promoción de la Región llevaría a más turistas a visitar todo este legado histórico dando a conocer la historia y cultura de nuestro país.

Respecto a los establecimientos de preparación y servicios de alimentos y bebidas, observamos que cuenta con una infraestructura necesaria para lograr un complemento para el desarrollo turístico de la Región del Bajío.

4.2 TURISMO DE LA REGION DEL BAJIO

Los turistas son quienes ponen en movimiento el sistema, por consiguiente es sobre quienes van dirigidas todas las acciones destinadas a estimular su funcionamiento, es decir, "todas las acciones destinadas a incrementar el nivel de la actividad turística van encaminadas precisamente a lograr una decisión de viaje."⁴⁰

La cantidad de turismo que arriba a las ciudades antes mencionadas se describe a continuación:

⁴⁰ Acerenza, Miguel A. "Promoción Turística": un enfoque metodológico. Trillas, México, 1996

CUADRO 18
TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO
(MILES DE PERSONAS)

Cd.	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Colonial						
Llegada de turistas	11401285	10730755	13399332	10513590	16439427	17132626
Nacion.	9745582	9257636	8752464	8954440	13710762	14147814
Extranjer	1655703	1473119	1646868	1559150	2728665	2984812

FUENTE: SECTUR, "Indicadores macroeconómicos", 1998

Si analizamos el cuadro 19, la llegada de turistas a estos lugares en 1991 fue de 11401285 y en 1996 es de 17132626 aunque con ligeras bajas, de cualquier manera hay un considerable aumento en el último año.

Asimismo hay un crecimiento año con año de turistas extranjeros (ver cuadro 19) por lo que se necesita un esfuerzo por parte del gobierno estatal, federal y de la iniciativa privada para seguir fomentando esta actividad en el extranjero ya que proporciona buenos resultados para la economía de México.

Respecto al tipo de turismo de la región y de acuerdo con la encuesta realizada durante la elaboración de este documento, se constató que la mayoría de visitantes tanto nacionales como extranjeros contaban con treinta años de edad o más.

Asimismo, se puede decir que es una región con un nivel bajo de frecuencia como se observa del cuadro 12 al 16 donde no pasa de un fin de semana para su visita o sólo en ocasiones especiales, es decir, congresos, seminarios, competencias deportivas que se realizan en la región.

Lo más visitado en estas ciudades son sus monumentos y edificios coloniales, aunque también es buen lugar para realizar "viajes de negocios" debido a su tranquilidad

Acerca de los servidores turísticos, hablaron de la falta capacitación laboral, por lo que la atención ofrecida por estos, es insuficiente.

Respecto a los servicios turísticos con los que cuenta la región, el 50% de los entrevistados opinó que son de buen nivel, sin embargo, el otro 50% no piensa lo mismo ya que considera que a la región le hace falta mejor infraestructura y servicios turísticos

Otro dato encontrado fue que la gran mayoría de turistas utiliza automóvil propio para visitar la Región del Bajío

Continuando con los transportes en la Región del Bajío, es una generalidad que el transporte público de cada entidad es de muy mala calidad.

Por último, es muy poca la promoción turística de la región por lo que no se conocen bien las actividades culturales llevada a cabo en el Bajío, la historia de la región, ni los atractivos histórico-culturales con los que cuenta esta gran región.

Por lo que encontramos una región con mucho por desarrollar, sin embargo, con poca explotación hasta el momento. Todo esto se lograría con la cooperación entre el gobierno federal, estatal y la iniciativa privada así como la ayuda de cada uno de los habitantes tanto de la Región del Bajío como del país.

4.3 ATRACTIVOS CULTURALES DE LA REGION DEL BAJIO

En el marco del plan promocional turístico (mencionado en el capítulo anterior), el cual se orienta a fomentar las corrientes turísticas tanto nacionales como internacionales se considera que para la comercialización de los productos turísticos en los mercados nacionales y extranjeros es necesario difundir el patrimonio histórico, cultural y monumental de las ciudades coloniales de la Región del Bajío, el cual es vasto y forma parte de la cultura e historia de nuestra nación. Por lo que su promoción gráfica es de suma importancia para despertar el interés del turismo, es decir, hay que dar a conocer los atractivos turísticos - culturales con los que cuenta esta región para captar la atención del turismo y así impulsar la comercialización de la región.

Difundiendo los atractivos culturales, históricos y tradicionales de la región, se logrará que esta región sea reconocida por sus atractivos histórico- turísticos, los cuales son muy peculiares y son de tal importancia que han sido reconocidos por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad lo cual habla de su importancia histórica para nuestro país y para el mundo.

Esta sería una nueva opción de turismo cambiando así el rumbo de las corrientes turísticas nacionales e internacionales clásicas hacia estas ciudades coloniales.

Sólo una parte de México como lo son sus Ciudades Coloniales despliegan la historia de nuestro país a todos sus visitantes

Aquí en la región conocida como el Bajío (para efectos de esta tesis entendemos a la región que comprende las ciudades de Querétaro, San Miguel de Allende, Guanajuato, Morelia y Pátzcuaro) florecieron las ciudades más hermosas al calor de algunas de las minas de plata más ricas del mundo y luego, el paso del tiempo ha dejado un recuerdo sobre sus espléndidos edificios. Todas estas ciudades repletas de monumentos de siglos pasados, rincones románticos y museos que reflejan su fascinante historia.

Comenzaremos con la Ciudad de Querétaro y continuaremos con la Ciudad de Guanajuato, después la Ciudad de San Miguel de Allende, posteriormente nos referiremos al Estado de Michoacán con las ciudades de Morelia y Pátzcuaro.

4.3.1 QUERETARO

4.3.1.1 DESCRIPCION GENERAL

4.3.1.2 ETIMOLOGIA

Poblada por Otomies y Chichimecas la región del altiplano que es vía natural de paso del valle de México al Bajío, ha tenido varios nombres en su historia.

En lengua Otomi esa zona se llamó Ndamxey que significa "lugar donde se juega la pelota". Cuando los aztecas se referían a aquella región como Tlachco

Posteriormente con la llegada de los españoles (castellanos) y extremeños se dió a la región su nombre en lengua tarasca: Cretaro-Queréndaro que evolucionó hasta ser Querétaro y equivale a "lugar de las peñas"

4.3.1.3 CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS

El Estado de Queretaro se localiza geográficamente en la parte centro-oriental del territorio Nacional entre los paralelos 22° y 20° de latitud norte y los meridianos 99° y 101° de longitud oeste. Ocupa parte de la Mesa del centro de la Sierra Madre Oriental y del Eje Neovolcánico

El Estado de Querétaro limita al norte con el Estado de San Luis Potosí, al este con el Estado de Hidalgo; al sur con los Estados de México y Michoacán y al oeste con el Estado de Guanajuato.

El Estado de Querétaro tiene una extensión territorial de 11.499 km², o sea, el 0.60% de la superficie de la República Mexicana, con lo cual lo sitúa entre uno de los Estados más pequeños de la República Mexicana, ocupando el vigésimo séptimo lugar.

4.3.1.4 CIUDAD DE QUERETARO

"Ciudad y cabecera municipal, capital del estado del mismo nombre, "a una altitud de 1.853m"⁴¹ snm. Su clima es templado y seco, con pequeña oscilación térmica.

"Dista 220 kms. de la Cd. de México por las C. 57 y 45. Pasa por la ciudad el ferrocarril que va de la Cd. de México a Cd. Juárez Chihuahua y a Nuevo Laredo, Tamaulipas"⁴²

Se localiza en el Valle de Querétaro, a orillas del río del mismo nombre

⁴¹ SECT. TR. "Manual del Estado de Querétaro", México, 1984, pag 20

⁴² Ibidem

La prosperidad económica de Querétaro, propició, en el siglo XVIII, los trabajos de ingeniería y arquitectura que dieron a la ciudad su perfil característico que perdura hasta nuestros días: Iglesias, conventos y plazas. Algunos edificios son verdaderos joyas coloniales.

4.3.1.5 RECURSOS CULTURALES DE INTERES TURÍSTICO E HISTORICO

“Querétaro, patria de ultra barroco, se proliferó en monumentales templos y edificios. Punto de partida de los intrépidos misioneros franciscanos. Aunado a esto el auge económico que alcanzó la Cd. de Querétaro, contribuyó al levantamiento de suntuosos monumentos religiosos y civiles”⁴³. La ciudad de Querétaro cuenta con un sinnúmero de sitios atractivos, ya sea por su belleza arquitectónica o porque se efectuó en él algún hecho histórico de gran importancia. Entre los más destacados tenemos:

⁴³ INEGI. “Anuario Estadístico del Estado de Querétaro”, México, 1997, pag. 5

4.3.1.6 ARQUITECTURA CIVIL

EI ACUEDUCTO

TEATRO DE LA REPUBLICA

PALACIO DE LA CORREGIDORA

MAUSOLEO DE LA CORREGIDORA

PLAZA DE LAS ARMAS O PLAZA DE LA INDEPENDENCIA

PLAZA DE LA CONSTITUCION

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE QUERETARO

CASA DE LA MARQUESA

FUENTES FAMOSAS



TEATRO DE LA REPUBLICA



ACUEDUCTO

4.3.1.7 ARQUITECTURA RELIGIOSA

CONVENTO DE LA CRUZ

TEMPLO Y EXCONVENTO DE SAN AGUSTIN (PALACIO FEDERAL)

ANTIGUO CONVENTO DE SAN FRANCISCO

IGLESIA DE SANTA CLARA

CONVENTO Y TEMPLO DE SANTA ROSA DE VITERBO



Casa de la Marquesa



Antiguo Convento de San Francisco



Convento de la Cruz

4.3.1.8 MANIFESTACIONES FOLKLORICAS

4.3.1.9 DANZAS POPULARES

Danza de los concheros.- Esta danza es importante principalmente por su extendidísima función. "Se cuenta que estas danzas se originaron en 1522, durante la conquista de Querétaro en que los Españoles y Otomies vencieron a los Chichimecas en la Cañada, quienes en esa ocasión aceptaron el cristianismo."⁴⁴

Danza de Santiagos.- Tiene la característica de la aparición del apóstol a caballo. Santiago Apóstol es caracterizado con máscaras y esta danza es un producto de las condiciones mexicanas.

Danza de los chichines.- Se lleva a cabo en el Templo de la Congregación, con motivos de las fiestas de diciembre

Danza del Aguila Azteca - Se efectúan en la Iglesia y ex-Convento de la Cruz, con motivo de la Semana Santa

Danza de los Apaches - Se ejecuta en la Iglesia y Ex-Convento de la Cruz, en la fiesta del 31 de diciembre

Danza de los Tenanches.- Se celebra en la fiesta de la Virgen del Pueblito en Villa de la Corregidora a partir del 17 de octubre, durante ocho días.

4.3.1.10 COMIDA TIPICA

“La cocina tradicional queretana con mucha frecuencia combina en succulentas armonías lo dulce con lo salado y especialmente frutas con carnes.”⁴⁵ Los tamales más exquisitos son los guichepos, de elote tierno y azúcar, perfumados con canela; el pollo se prepara “en huerto”, es decir, adornado con frutas y saboreado con vino y azúcar; la lengua de vaca, con vino, pasa y almendras. Con el garbanzo se prepara un pastel tierno y dulce; otra de las delicias locales son los frijoles ayocotle grandes y suaves, cocinados con dulce, y la capirotada, hecho de pan, piloncillo y queso. El chile es empleado con moderación.

También se prepara en esta región la Sopa Queretana a base de camote. Algunos de los platillo típicos de la cocina queretana son: El mole queretano, el pollo almendrado, las carnitas, los tamales del día de muertos, camotes cubiertos, las enchiladas rellenas, la ensalada queretana, la ensalada de corpus, la cecina, el chicharrón, la barbacoa, las gorditas, el pan de queso

Entre los postres y dulces de Querétaro encontramos: jaleas, cocadas, gelatinas, flanes, mermeladas, jamoncillos blancos, rosados y morenos, de leche

⁴⁵ Campillo Cuautli, Hecotr “Patria Chica”, Qro. Mex. 1990, pag. 65

⁴⁶ Op. Cit pag. 67

blanca o envinada, con pepita, piñon, pistache y nuez. También encontramos las frutas cubiertas como : la calabaza, pera, durazno, manzana y acitrón.

4.3.1.11 BEBIDA TIPICA

“La bebida típica del estado es el mezcal, aunque también se conoce su producción vitivinícola internacionalmente.”⁴⁶

“También se acostumbra el atole de teja, elaborado con semillas de girasol. Asi mismo también se toma el pulque.”⁴⁷

4.3.1.12 ARTESANIAS

El Estado de Querétaro es reconocido por su famosa artesanía y por la calidad en el trabajo de sus artesanos.

“Querétaro es famoso por la talla de piedras semipreciosas que es muy importante ya que los lapidarios de Querétaro estan considerados como los mejores del mundo. También trabajan el ópalo que es la piedra por excelencia del Estado, la cual luce en anillo, aretes, pulseras y otras piezas. Asi como también la platería fina, la talla de cantera es otra de las especialidades artesanales y los testimonios se aprecian en fuentes monumentales, artículos decorativos y en figuras de santos o personajes importantes”⁴⁸.

⁴⁶ Campillo cuautli, Hector. “Patria Chica”, Queretaro, Mexico, 1990, pag. 70

⁴⁷ Ibidem

Además se trabajan los hilados y tejidos creando finas telas de lana, bayetas, sarga y manta, etc. Así como también son grandes talabarteros, curtidores y alfareros, se producen artículos de cerámica y juguetería. Ultimamente las figuras de caracol se han popularizado siendo una artesanía de originalidad queretana.

4.3.1.13 TRAJE REGIONAL

Los habitantes de Querétaro, sobre todo del pueblo no visten de manera diferente a la generalidad del campesino mexicano o del obrero y artesano en las ciudades.

4.3.1.14 FIESTAS REGIONALES

Como en todo el país, el pueblo queretano celebra la fiesta de su santo patrono a la manera tradicional, con festejos lo mismo religiosos que profanos; ferias, romerías, peregrinaciones, fuegos artificiales, danzas, bailes, música, comelitones, desfiles, peleas de gallos, corridas de toros y muchas cosas más.

La más importante de carácter cultural es la de julio 25 "Fiesta cívica y Religiosa". Fiesta que conmemora la fundación de la ciudad y a su Patrono Santiago Apóstol hay danzas.

¹⁸ Op. Cit. pag 73

La fiesta más importante de carácter industrial es la que se lleva a cabo la Segunda Semana del Diciembre, Feria Ganadera y Feria Nacional de Ganado Lechero, "Exposición de Querétaro." Muestran los adelantos obtenidos en la actividad ganadera, impulsan la producción de ejemplares productores de leche y carne, así como también motivan el mejor uso de tierras susceptibles para la agricultura

4.3.2 GUANAJUATO

4.3.2.1 DESCRIPCION GENERAL.

4.3.2.2 ETIMOLOGIA

El nombre del Estado de Guanajuato deriva de Quanaxhuato, término que los tarascos dieron al lugar donde se asienta actualmente la capital del Estado y que significa "Cerro de Ranas" (Cuanax-ranas y Huato-cerro) . por existir ahí unas enormes piedras que tenían la apariencia de ranas.

4.3.2.3 CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS

"El estado de Guanajuato se localiza en la mesa central, al sur de la altiplanicie mexicana. Limita al norte con el estado de San Luis Potosí al este con Querétaro, al sur con Michoacán y al Oeste con Jalisco"

⁴¹ Ibidem

"Su territorio tiene una extensión de 30.596 km² que corresponde al 1.56% del total de la República Mexicana. La altura sobre el nivel del mar que predomina es de 2.050 metros"⁵⁰

"Casi todo el Estado de Guanajuato goza de un agradable clima con temperaturas que van de 11.7°C de mínima por 24.2°C de máxima."⁵¹ En el centro y nororiente, su clima es estepario y en el resto del territorio templado, moderado y lluvioso.

Guanajuato está cruzado de noreste a suroeste por tres sistemas montañosos: La Sierra Gorda, la Sierra de los Agustinos y la Sierra de Pénjamo. Sus principales ríos son el Temascalita, el Guanajuato, el de la Laja y el Santiago.

4.3.2.4 CIUDAD DE GUANAJUATO

"Es la capital del Estado y está ubicada a 360 km al noroeste de la Cd. de México."⁵²

"Guanajuato también cuenta con una red ferroviaria que le conecta con Irapuato, que es uno de los centros ferroviarios más importantes de la entidad, ya que está enlazado con los principales ramales que cruzan el Estado."⁵³

⁵⁰ Ibidem

⁵¹ Op. Cit. Pág. 6

⁵² SECTUR. "Manual del estado de Guanajuato". México 1985. pag. 2

⁵³ Ibidem

"La ciudad se encuentra situada a 21°01' de latitud norte y a los 101°15'20" de longitud oeste metros sobre el nivel del mar, su superficie territorial es de 10107 km² que representa el 3.3% de la superficie total del Estado."⁵⁴

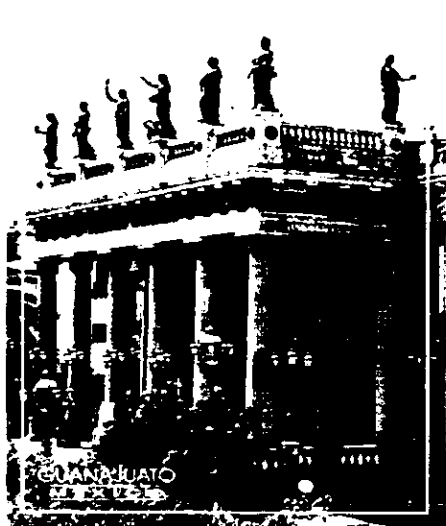
"Guanajuato goza de un clima templado con una temperatura media de 14.68°C y su temporada de lluvias comienza en el mes de marzo y termina en septiembre."⁵⁵

4.3.2.5 RECURSOS CULTURALES DE INTERES TURISTICO E HISTORICO GUANAJUATO

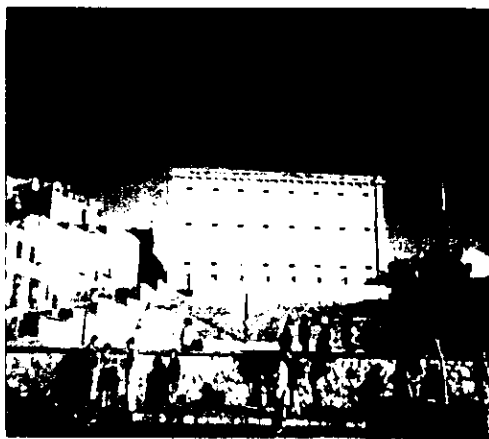
4.3.2.6 DE ARQUITECTURA CIVIL

CALLES Y CALLEJONES

MUSEO REGIONAL DE GTO O MUSEO DE LA ALHONDIGA DE GRANADITAS



Teatro Juárez



Alhóndiga de Granaditas

⁵⁴ Ibidem

⁵⁵ Ibidem

PANTEON CIVIL

TEATRO JUAREZ

MERCADO HIDALGO

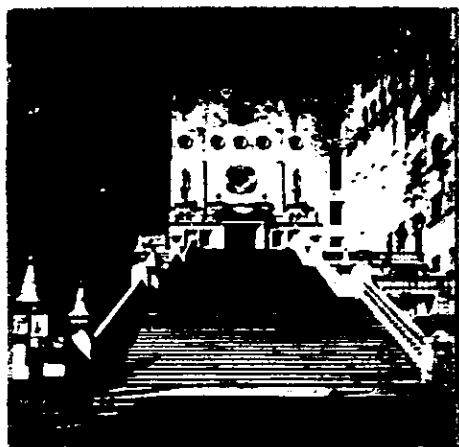
MONUMENTO AL PIPILA

UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO

MUSEO DE HISTORIA NATURAL "ALFREDO DUGES"

MUSEO DE LA EXHACIENDA DE SAN GABRIEL DE LA BARREDA

MUSEO DIEGO RIVERA Y CASA DE LA CULTURA



Universidad
de Guanajuato

UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO



MONUMENTO AL PIPILA

MUSEO DE MINEROLOGIA

JARDINES DEL CANTADOR, REFORMA DE LA UNION

PLAZA DE SAN FERNANDO, SAN ROQUE, DE LA UNION

PLAZA DE SAN FERNANDO, SAN ROQUE, EMBAJADORAS

PALACIO LEGISLATIVO

VIEJO PALACIO DE GOBIERNO

PUENTE DEL CAMPANARIO

MONUMENTO A LA PAZ

4.3.2.7 ARQUITECTURA RELIGIOSA

TEMPLO DE LOS HOSPITALES

BASILICA COLEGIATA DE NUESTRA SEÑORA DE GUANAJUATO

TEMPLO DE SAN FRANCISCO

TEMPLO DE SAN ROQUE

TEMPLO DE SAN DIEGO

TEMPLO DE SAN CAYETANO O DE LA VALENCIANA

TEMPLO DE LA COMPAÑÍA

TEMPLO DE BELEM

TEMPLO DE LA VALENCIANA



4.3.3 SAN MIGUEL DE ALLENDE

Fundada en 1542 por Fray Juan de San Miguel con el nombre de San Miguel el Grande. El 3 de marzo de 1862 se le otorgo la categoría de ciudad y se le dio el nombre de San Miguel de Allende en honor del procer insurgente.

San Miguel de Allende se encuentra a 283 km de la Cd. de México y a 39 km. de Guanajuato.

Su clima es templado, siendo propicio para la siembra de espárrago y alcachofa que son productos de exportación. Además se siembra maíz, frijol, durazno, etc. "La temperatura media anual es de 18°C siendo la más alta de 35°C y la más baja de 4°C. la temporada de lluvias inicia en el mes de abril y termina en septiembre." ⁵⁶

La Cd. de San Miguel de Allende es una ciudad pintoresca por excelencia, cuenta con calles empedradas. Por estar rodeada de una cadena montañosa, casi todas sus calles tienen una gran pendiente y reptan sobre el monte. Su parroquia es única en estilo y sus casas y palacios cuentan con grandes antecedentes históricos.

4.3.3.1 RECURSOS CULTURALES DE INTERES TURISTICO E HISTORICO

SAN MIGUEL DE ALLENDE

4.3.3.2 ARQUITECTURA CIVIL Y RELIGIOSA

TEMPLO DE SAN ANTONIO

CONVENTO Y TEMPLO DE SAN FRANCISCO

PARROQUIA

IGLESIA Y CONVENTO DE CONCEPCIONISTAS

PARROQUIA



TEMPLO DE SAN FRANCISCO



San Miguel de Allende
GUANAJUATO

IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD

TEATRO ANGEL PERALTA

CASA DE LOS ALDAMA

CASA DE LA CARCEL DE LA INQUISICION

CASA DEL CONDE DE LA LOJA

CASA DE LAS CONSPIRACIONES O CASA DE ALLENDE

San Miguel de Allende gu a n a j u a t o



IGLESIA Y CONVENTO DE
CONCEPCIONISTAS



CASA DE LA CONSPIRACION

4.3.3.3 MANIFESTACIONES FOLKLORICAS

4.3.3.4 DANZAS POPULARES

DANZA DE LOS INDIOS BRUTOS.- Esta danza es de carácter guerrero, se inclina más a ser propicia para la cacería.

DANZA DE LOS PALOTEROS O DEL PALOTEO.- Esta danza se trata de un baile de destreza que se origino con la sustitución de las espadas por barrotes.

4.3.3.5 TRAJE TIPICO

El traje típico del Estado de Guanajuato es originario del grupo Otomí. Las mujeres otomíes son excelentes tejedoras. "Por lo que su vestimenta es colorida por la diversidad de tejidos de color que utilizan"⁵⁷

4.3.3.6 COMIDA TIPICA

La gastronomía del Estado de Guanajuato se ha visto sometida a demasiadas influencias, lo cual no ha permitido el desarrollo de una cocina con definidas características. Pero al incorporar lo mejor de las tradiciones gastronómicas de los estados limítrofes sumándolas a la bondad de sus propios productos el resultado ha sido una gran variedad y refinamiento de los platillos.

Los platillos que se acostumbra en la región son Las famosas enchiladas mineras, ensalada de tuna de xoconostle, rabo de zorra (gurso), gallina a la

⁵⁷ OPP Cg. Pag 31

naranga, tamales de garbanzo, empanadas de carnitas, tamales de ceniza, por mencionar algunos.

4.3.3.7 BEBIDA TIPICA

El colonche (bebida fabricada con tuna).

El mezcal

El atole de masa

4.3.3.8 DULCES TIPICOS

Dulce de almendra con figuras de fruta

Charamuzcas

Queso de Almendra

Garapiñado, de nuez, almendra, cacahuete y avellana

4.3.3.9 ARTESANIAS

El trabajo de los numerosos artesanos guanajuatenses, no ha permitido la desaparición de esta singular tradición. Por lo que la artesanía guanajuatense sobrevive y además es reconocida nacional e internacionalmente

Entre sus principales artesanías encontramos alfarería, cerámica (vajillas y macetas), loza vidriada, mosaicos (trabajados a mano), trabajo de cantera, artículos de hueso y madera, calzado, juguetes, collares de piedra, trabajos de

plata, máscaras de cartón, judas (seman santa) mulitas de paja (jueves de Corpus), trabajos de macramé, bolsas de mecate, cobijas y jorongos de lana.

En la Ciudad de San Miguel de Allende, encontramos bellos trabajos artesanales que los lugareños que realizan en latón y vidrio, madera, tallada, obrajería, orfebrería, vidrio soplado, pintura popular, papel maché, lapidaria y cantería, cestería, alfarería, cerámica de alfeñiques (artículos elaborados con azúcar).

4.3.3.10 FIESTAS REGIONALES

En Guanajuato

Como principal festividad de la Ciudad de Guanajuato, esta el "Festival Internacional Cervantino"- Es el evento cultural más importante de América Latina, en el participan naciones presentando espectáculos como: teatro, cine, ballet, danza moderna, conciertos, óperas, exposiciones, recitales, callejoneadas, audiciones musicales, conferencias y obras de corte español del siglo XVI

Debido al singular atractivo que representa la arquitectura de los edificios, templos, monumentos y jardines se forma un marco digno de tan prestigiado evento de un gran ambiente

En San Miguel de Allende

La pamlonada es la fiesta principal, donde al igual que en España se dejan sueltos algunos toros por las calles o callejones principales y la gente corre para no ser cornados por uno de ellos

4.3.4 MICHOACAN

4.3.4.1 DESCRIPCION GENERAL

4.3.4.2 ETIMOLOGIA

Inicialmente el nombre fue Michihuacan, que se deriva de las raices nahuatl, Michin-hua-can y significa "lugar de pescadores"

En tarasco se pronuncia Michmacuan, que significa "estar junto al agua", esto se debe a que las poblaciones primitivas estaban alrededor del agua.

4.3.4.3 CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS

"El Estado de Michoacán está situado en la region centro occidente de la República mexicana entre los paralelos 21° y 18° de latitud norte y los meridianos 100° y 104° de longitud oeste"⁵⁸

⁵⁸ SUTUR, "Manual del Estado de Michoacán" Mexico, 1997 pag. 2

"Su extensión territorial es de 59,864 km², la superficie representa el 3.03% del territorio total de la República Mexicana"⁵⁹

"El litoral en el Océano Pacífico tiene una extensión de 187 km, y se localiza al sur y oeste del Estado "⁶⁰

El Estado de Michoacán tiene los siguientes climas: tropical lluvioso. Con precipitaciones predominantes en verano, se encuentra en la región sur y suroeste de la entidad concepción de la depresión que forman los ríos Balsas y Tepalcatepec. Predomina el clima tropical en un 52% y un 38% el clima templado

4.3.4.4 CIUDAD DE MORELIA

Capital del Estado de Michoacán y cabecera municipal de clima templado con veranos frescos y lluvias moderadas de junio a septiembre.

Es un importante centro comercial y de pequeñas industrias, se elaboran dulces y se trabaja en la obtención de gomas y resinas forestales, en productos químicos, curtidurías y talleres de acabado de cuero y piel

La ciudad de Morelia que anteriormente se llamara Valladolid de Michoacán fue fundada el 18 de mayo de 1541 por el virrey Antonio de Mendoza.

Ibidem
Ibidem

y en el año de 1580 pasó a ser la capital civil religiosa y cultural de Michoacán que hasta ese entonces había estado en Patzcuaro”⁶¹

4.3.4.5 RECURSOS CULTURALES DE INTERES TURISTICO E HISTORICO.

4.3.4.6 ARQUITECTURA CIVIL Y RELIGIOSA

MUSEO MICHOACANO

CASA DE MORELOS

MUSEO DEL ESTADO

LA CATEDRAL

IGLESIA Y CONVENTO DE SAN FRANCISCO

IGLESIA Y CONVENTO DE SANTA ROSA

IGLESIA DE SAN AGUSTIN

LA CATEDRAL



PALACIO CLAVIJERO



⁶¹ Op. Cit pag 9

EX CONVENTO DEL CARMEN

EX-CONVENTO DE CAPUCHINAS

PALACIO CLAVIJERO

PALACIO DE JUSTICIA

PALACIO MUNICIPAL

PALACIO FEDERAL

PLAZA PRINCIPAL

ACUEDUCTO

ESTATUA ECUESTRE AL PATRIOTA MORELOS

COLEGIO DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

IGLESIA Y CONVENTO DE SANTA
ROSA



4.3.5 PATZCUARO

Ciudad cabecera municipal de clima templado, con veranos frescos y lluvias de junio a septiembre. Produce maíz, frijol, trigo, cebada, haba, alfalfa, papa, jitomate, manzana y naranja. Su actividad principal es la pesca de charal y pez blanco. Cuenta con una rica tradición y producción artesanal.

"Pátzcuaro, significa "Lugar de piedras" o "donde se tiñe de negro", es la ciudad más antigua de los purépechas."⁶²

4.3.5.1 RECURSOS CULTURALES DE INTERES TURISTICO E HISTORICO.

4.3.5.2 ARQUITECTURA CIVIL Y RELIGIOSA

ESTATUA DE MORELOS

BASILICA DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD O COLEGIATA

IGLESIA DE LA COMPAÑÍA

CAPILLA EL HUMILLADERO

PLAZA Y FUENTE DE DON VASCO DE QUIROGA

PLAZA GERTRUDIS BOCANEGRA

EL SANTUARIO DE GUADALUPE

EXCONVENTO DE LAS MONJAS DE SANTA CATARINA



SANTA CATARINA



PLAZA GERTRUDIS BOCANEGRA

4.3.5.3 MANIFESTACIONES FOLKLORICAS

4.3.5.4 DANZAS POPULARES

LAS CANACUAS.- Siguiendo una antigua costumbre purépecha, por la que jóvenes doncellas agasajaban a los grandes caciques y huéspedes distinguidos con valiosos presentes, al mismo tiempo que danzaban y cantaban para ellos, hoy vemos que en la región tarasca las “canacuas” que significa coronas mantienen el espíritu de aquella tradición.

LAS IGURIS.- Se baila en la región lacustre de Michoacán, únicamente en las bodas.

DANZA DE LOS VIEJITOS.- En Michoacán, se baila esta danza dedicada al Dios viejo Huehueteotl.

4.3.5.5 COMIDA TIPICA

Es clásico de esta región el pollo de plaza y las enchiladas también de plaza las típicas corundas (tamales de masa de forma triangular envueltos en hoja de plátano) y los huchepos (tamales de maíz tierno). la torta de elote, el atole de grano los charales, las sopa tarasca y el famoso exquisito blanco de Pátzcuaro.

En lo referente a dulces se pueden mencionar los ates de frutas, las morelianas, los chongos zamoranos, los buñuelos y si se quiere mezclar dulce con queso, el queso cotija con ate.

4.3.5.6 BEBIDA TIPICA

La bebida típica michoacana es la Charanda, un aguardiente muy particular, que proviene desde la época de los tarascos.

4.3.5.7 ARTESANIAS

Forja.- Los artesanos de San Felipe de los Herreros y de Pátzcuaro, producen herrajes forjados a martillo y fragua. Trabajos que, convertidos en ventanas puertas u otras exquisitas formas

Hilados y Tejidos.- Los diseños vistosos con motivos naturales y la textura de las propias telas, han hechos que esta artesanía michoacana ocupe lugar

prominente. Sarapes, fajas, servilletas, manteles, camisas, lienzos, rebozos y colchas.

Tule y Paja.- Manufacturan petates, canastas, cestos y sombreros, hacen figuras religiosas, juguetes, etc.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

I.- El turismo es un fenómeno social que surge como consecuencia de la naturaleza misma del hombre de desplazarse de su lugar habitual a otros lugares por distintos motivos (recreación, esparcimiento, salud, estudios, religión, deporte, negocios, familiares, misiones oficiales, etc.). estos han cambiado de acuerdo al desarrollo de la humanidad.

II.- El turismo en las relaciones internacionales se ubica como una herramienta de ayuda para el desarrollo económico, social, cultural y de comprensión entre los diferentes Estados que conforman el escenario internacional.

III.- El Turismo internacional sigue siendo fundamentalmente un fenómeno intra-regional por lo que la constitución de grandes regiones de libre comercio esta contribuyendo a profundizar este fenómeno

IV - La actividad turística internacional se manifiesta no sólo como elemento económico sino como un elemento potencial dentro del proceso de transformación de las sociedades contemporáneas hacia un nuevo orden mundial ya que contribuye a una nueva forma de relaciones internacionales

V - Los efectos resultantes del desarrollo del turismo pueden representar una serie de beneficios para el país o para la región en la cual se desarrolla la actividad. Beneficios que pueden coadyuvar notablemente al desarrollo de los pueblos no solo en el campo económico, sino también en lo que se refiere a aspectos sociales, culturales y políticos.

VI - Debido a los constantes cambios económicos, sociales y políticos que se han venido verificando en los últimos años, han obligado al país a redoblar esfuerzos en el campo del desarrollo turístico a fin de mantener un incremento sostenido en los flujos de visitantes. Esfuerzo adicional tanto de índole económico como humano requeridos para la ejecución de acciones

VII - Debido al avance del turismo se hace necesaria la exigencia de analizar, sistematizar, y planificar lo referente a la prestación y consumo de servicios para responder a los requerimientos de crecimiento de este sector en nuestro país

VIII.- En México hay una tendencia generalizada a la concentración de esfuerzos de desarrollo, basándose en proyectos de infraestructura, industriales y en muchos casos agrícolas y no se ha aprovechado suficientemente las posibilidades que brinda el turismo como para potenciar y ayudar al desarrollo de nuestro país.

IX.- La poca afluencia del turismo nacional e internacional a la Región del Bajío corresponde principalmente a la falta de promoción turística por parte de los Gobiernos de cada estado, de la Secretaría de Turismo, así como a la falta de interés por parte de la iniciativa privada.

X.- México cuenta con una variedad de recursos turísticos histórico culturales en la denominada Región del Bajío lo cuales representan una enorme riqueza histórica, artística y cultural que puede ser promocionada en nuestro país y fuera de él, todo esto para incrementar el turismo en dicha región y así contribuir al desarrollo de nuestro país.

XI - La infraestructura y los servicios turisticos de la Región del Bajío cuentan con lo minimo para ofrecer al turista por lo que debería haber un incremento en el desarrollo de estos, para dar un mejor servicio al visitante tanto nacional como internacional.

XII.- Con la aplicación de un programa de promocion turística del Bajío llevado a cabo por la Secretaría de Turismo, el Gobierno de cada estado y la iniciativa se podría aumentar la afluencia de visitantes a este lugar fomentando esta actividad que tanto coadyuva al progreso de nuestro país.

BIBLIOGRAFIA

- Acostas, Tobón, A.
La Publicidad a su Alcance
Edit. Norma, Bogotá, 1980

- Alvarez, José Rogelio
Enciclopedia de México
T. II Secretaría de Educación Pública, México, 1987

- Acerenza, Miguel Angel
Administración del Turismo, "Conceptualización y Organización",
Trillas, Méx, 1994

- Acerenza, Miguel Angel,
Promoción Turística,
Edit. Trillas, México, 1994

- Banco de México,
Informe Anual 1996
México, D.F., 1998

- Bouillon, Roberto
Un Nuevo Tiempo Libre
Trillas, México, 1995

- Campillo, Cuautli, Hector,
Patria Chica, "Guanajuato",
Edit, Fernandez, México, 1992

- Campillo Cuautli, Hector,
Patria Chica, "Michoacán"
Edit, Fernandez, México, 1992

- Campillo, Cuautli, Hector,
Patria Chica, "Querétaro",
Edit, Fernandez, México, 1992

- De la Torre, Padilla Oscar,
El Turismo, Fenómeno Social
Edit, F.C.E., México,

Fernandez, Fuster, Luis,
Teoría y Técnica del Turismo
Edit. Nacional, Madrid, 1974

-Hernández Días, Edgar,
Proyectos Turísticos, "formulación y Evaluación,
México, trillas, 1983

-HTTP://INEGI. GOB.MX

-HTTP://WWW. BANXICO.ORG. MX

-HTTP://WWW.STPS. GOB. MX

-INEGI
Anuario Estadístico del Estado de Unidos Mexicanos
México, 1996.

-INEGI
Anuario Estadístico del Estado de Guanajuato
Gob. Del Estado, México, 1996.

-INEGI
Anuario Estadístico del Estado de Michoacán,
Gob del Estado, México, 1996

-INEGI
Anuario Estadístico de Querétaro
Gob. Del Estado, México, 1996

- Jimenez, Castro, W
Administración Pública para el Desarrollo Integral,
F.C.E, México, 1975

- Knebel, Hans Joachim,
Sociología del Turismo, "Cambios estructurales en el Turismo Moderno"
Edit. Hispano-Europea, España. 1974

- Krippendorf, Just,
Marketing et Tourisme,
Edit, Lang Berna, 1971

- Lanqar, Roberto
Turismo Internacional
Edit. Huemul, Buenos Aires, 1978

- Lavaur, Luis,
El Turismo en su Historia
Edit. Barcelona, 1974.

- Leduc. R
La Publicidad una Fuerza al Servicio de la Empresa
Edit. Paraninfo, madrid, 1969

- McDonal Eugenio,
Turismo una recapitulación historiográfica,
Edit. Bodoni, México, 1981

- Molina, Sergio, et all
Reflexiones sobre el Ocio y el Tiempo Libre,
México, trillas, 1998

- Romero, Hector Manuel,
Enciclopedia Mexicana del Turismo,
Tomo I, II, III, Edit. Limusa, México, 1989

- Secretaria de Turismo
Manual de Información Turística del Estado de Guanajuato
Tomo I, II, III, México, 1983

- Secretaria de Turismo
Manual de Información Turística del Estado de Michoacán
Tomo I, II,III, México, 1983

- Secretaría de Turismo
Manual de Información Turística del Estado de Querétaro
Tomo I, II, III, México, 1983

- Secretaria de Turismo
Programa de Desarrollo del Sector Turismo, 1995-2000
México, 1995.

- Secretaria de Turismo,
Indicadores Macroeconómicos
México, 1998

- Secretaría de Turismo
Economía y Turismo, "Notas para una Discusión"
Dirección General de Política Turística, Méxicio, 1994

- Secretaría de Turismo
Manual Para la Constitución, Operación y Control de los Fondos Mixtos México, 1994.

HEMEROGRAFIA

- Nacional Financiera,
El Mercado de Valores
Noviembre, 1996

- Nacional Financiera
El Mercado de Valores
Agosto 1997

- Nacional Financiera
El Mercado de Valores
Octubre, 1997

- Nacional Financiera
El Mercado de Valores
Noviembre 1997

- Nacional Financiera
El Mercado de Valores
Marzo 1998

- Nacional Financiera
El Mercado de Valores
Mayo 1998

- Nacional financiera
El Mercado de Valores
Julio 1998

-s/a
Guía México-Desconocido, "Michoacán en sus manos"
No 36, enero 1998, México