



Universidad Nacional Autónoma de México

---

---

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Campaña turística para  
promover el estado de Oaxaca

TESIS

Que para obtener el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentan:

Adriana De Anda Contreras  
Gerardo Espíndola Flores

Asesora:

Lic. Virginia Rodríguez Carrera



Cd. Universitaria, D. F.

2008



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.

## Agradecimientos

Primero que nada debo decir que el haber concluido este trabajo es algo que me llena de emoción y alegría, al ver que mi esfuerzo de varios meses por fin rinde frutos.

Que por fin después de largas horas de investigación, de trabajo de campo y de análisis he terminado este proyecto que empezó como un viaje de conocimiento al estado de Oaxaca, un viaje en el que decidí que este era el estado del que me gustaría hablar y con el cual culminaría mis estudios. Es tan grato ver como la labor de más de un año es recopilada y empastada en un libro que generaciones venideras tal vez lo consulten o tal vez no, pero en mí está que dejo un antecedente de mi trabajo, de todo lo que la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que junto con sus profesores me dieron la experiencia, las bases y los valores para formarme como una profesionista que intenta plasmar su trabajo a donde quiera que vaya.

Esto no hubiera sido posible sin el apoyo de mi profesora, asesora y amiga, Virginia Rodríguez Carrera, quien siempre confió en mí y me dio el apoyo y las bases para su realización. Una persona increíble que nos alentó hasta la culminación del mismo, gracias Vicky por estar ahí y ser parte de esta etapa tan importante en mi vida en la que dejo de ser estudiante y me convierto en profesionista.

A mi amigo, confidente y autor de esta tesis Gerardo, sólo puedo decirle que este fue un reto más que nos propusimos y que por más obstáculos que hubiera nunca nos rendimos. Porque siempre nos tuvimos el uno al otro dándonos ánimos, que por más larga que pareciera la tesis, no nos rendíamos y seguimos adelante sin dejar morir este trabajo, este sueño que pensamos que no lograríamos concretar, pero aquí está y no sabes el gusto que me dio poder llevarlo a cabo contigo, mejor compañero no pude haber encontrado gracias!

Abimelec, quiero decirte que formaste parte importante dentro de este proceso, no sabes lo mucho que te agradezco haber estado ahí ayudándonos y dándonos ánimos para poder realizarla. Sabes lo mucho que te quiero y quiero que sepas que mi cariño por ti creció por acompañarme en este proceso tan importante, en esta etapa tan menester de mi vida en la que estuviste paso a paso conmigo gracias!

Por supuesto no pueden faltar mis papás Salvador y Ma del Carmen quienes pusieron todas sus esperanzas en mí, me apoyaron y estuvieron conmigo durante este largo proceso en el que me enseñaron que el arduo trabajo que costó esta tesis vale la pena, que ellos están orgullosos de mí, claro que no tanto como yo de ellos porque son unas personas increíbles que jamás podré llegar a superar. Pero que gracias a su enseñanza estoy aquí y ahora titulándome y esto no podría llegar a ser posible sin su ayuda, no saben cuanto los quiero y gracias por estar siempre ahí.

Carolina y Mónica mis hermanas, dignos ejemplos a seguir. Admito que fue una gran presión saber que la única que faltaba de titularse era yo y que por obvias razones no podía fallar.

Móni, gracias por darme la fortaleza para no rendirme y decirme que yo puedo ante esto y otros obstáculos más, que esto es sólo el comienzo y que debo de poner todo mi esfuerzo para salir adelante como tú lo hiciste. Por confiar en mí y tenerme esa paciencia como nadie sabe te lo agradezco infinitamente. Y porque fuiste un gran ejemplo, que insuperable, me diste la fuerza para ser lo que soy. Sabes que te quiero mucho y te agradezco estar a mi lado en momentos tan importantes en mi vida. Mi hermana amiga y doctora, gracias!

Caro gracias por tus palabras de aliento, por estar paso a paso en la elaboración de esta tesis, por preguntarme como voy, por preocuparte y porque nunca me dejaste sola. No se como te puedo demostrar que para mí eres una persona sumamente importante que me ayudó y que fue mi ejemplo a seguir, mi fortaleza. Que sin ti y sin el apoyo de toda mi familia no tendría las ganas, el valor y el coraje de seguir con este proyecto. Pero sobre todo porque me guiaste y por hacerme ver las cosas a las que me negaba ver. Gracias porque aparte de ser mi hermana eres mi mejor amiga y coordinadora. No pude haberlo hecho sin ti, gracias!

Adi

## Agradecimientos

La realización de este trabajo de tesis fue un proceso largo y en el que hubo obstáculos de todo tipo, sin embargo, la culminación de este me ha dejado satisfecho, con ganas de continuar y aprender cosas nuevas.

Esta investigación me dejó grandes aprendizajes y para ser sincero la belleza y demás características de Oaxaca hicieron que el proceso fuera grato y siempre con el ánimo de querer concluirlo.

Es por ello que doy las gracias a todos los profesores que tuve a lo largo de la carrera, quienes me ayudaron a construir un criterio propio sobre los hechos, pero sobre todo a la profesora Virginia Rodríguez Carrera, quien fungió como asesora de esta tesis y compartió sus conocimientos, siempre motivándonos para finalizarla.

Agradezco a mis padres que me han dado la más valiosa herencia que uno puede tener: una educación digna e inculcarme la importancia de ser profesionista. Doy las gracias a mis hermanos quienes siempre han estado a mi lado a lo largo de todo este tiempo.

A Abimelec, compañero y amigo de la carrera, que en partes de esta investigación dio su ayuda y proporcionó su valiosa opinión. En especial, quiero agradecer a mi adorable amiga y fiel compañera Adi, pues juntos emprendimos este viaje y nos motivamos mutuamente hasta el final, siempre compartiendo puntos de vista para hacer de este un mejor trabajo.

Finalmente, doy las gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México, ya que en ella me forjé como profesionista y hace que sienta un enorme orgullo pertenecer a ella.

Mil gracias.

Gerardo

# ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo 1. El turismo</b> .....	4
1.1 Conceptos de turismo.....	4
1.2 Antecedentes del turismo.....	5
1.3 Tipologías del turismo.....	6
1.3.1 Nacional.....	6
1.3.2 Regional.....	6
1.3.3 Internacional.....	7
1.3.4 Como fin derrama económica.....	7
1.3.5 Como fin social.....	7
1.3.6 Como fin cultural.....	7
1.3.7 Otras tipologías.....	7
1.4 Turismo cultural.....	8
1.4.1 Concepto de Patrimonio Cultural de la Humanidad y Cultura....	8
1.5 Turismo alternativo.....	9
1.5.1 Ecoturismo.....	9
1.5.2 Turismo rural.....	11
1.5.3 Turismo de aventura.....	13
1.6 Situación actual del turismo.....	20
1.7 Impacto económico del turismo en México.....	21
1.8 Organismos gubernamentales o públicos de turismo en México.....	23
1.9 Principales características de las campañas publicitarias.....	25
<b>Capítulo 2. Características del Estado de Oaxaca</b> .....	29
2.1 Características geográficas (ríos, extensión, ubicación, municipios, zonas arqueológicas).....	29
2.2 Historia del Estado.....	43
2.3 Grupos étnicos del Estado.....	46
2.4 Oaxaca según el INEGI.....	53
2.5 Más sobre Oaxaca.....	56
2.5.1 Reservas naturales.....	56
2.5.2 Gastronomía.....	58
2.5.3 Monumentos coloniales.....	59
2.5.4 Artesanías.....	62
2.6 Museos.....	63
2.7 Fiestas y tradiciones.....	70
2.7.1 La Guelaguetza.....	70
2.7.2 La Calenda.....	70
2.7.3 Día de Muertos.....	71
2.7.4 La Navidad.....	72
2.7.5 La Noche de Rábanos.....	72
2.8 Playas.....	73

2.9 ¿Qué hacer en Oaxaca?.....	82
2.9.1 Turismo cultural.....	83
2.9.2 Turismo alternativo.....	86
2.9.2.1 Ecoturismo.....	86
2.9.2.2 Turismo rural.....	89
2.9.2.3 Turismo de aventura.....	91
2.10 Antecedentes publicitarios del Estado.....	95
2.11 Campañas actuales.....	113
2.12 Situación actual del Estado.....	115
<b>Capítulo 3. Mercadotecnia turística e investigación de mercado.....</b>	<b>120</b>
3.1 La importancia de la investigación de mercados.....	120
3.2 Los Niveles Socioeconómicos en México.....	120
3.3 Técnica cuantitativa utilizada para la campaña.....	126
<b>Capítulo 4. Desarrollo del caso práctico (la campaña).....</b>	<b>134</b>
4.1 Análisis de resultados.....	134
4.2 Estrategia Creativa.....	136
4.2.1 Objetivo publicitario.....	136
4.2.2 Concepto creativo.....	136
4.2.3 Racional creativo u objetivo de comunicación.....	136
4.2.4 Slogan.....	137
4.2.5 Tono.....	137
4.2.6 Insight del consumidor.....	137
4.3 Estrategia de medios.....	137
4.3.1 Selección de medios.....	137
4.3.2 Pauta de medios y flow chart.....	139
4.4 Ejecuciones.....	148
<b>Conclusiones.....</b>	<b>161</b>
<b>Fuentes de consulta.....</b>	<b>167</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>170</b>

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como objetivo central promover el turismo cultural en Oaxaca, el cual se entiende como un viaje turístico donde se conocen los rasgos distintivos que caracterizan a un grupo social en un determinado lugar y que, en general, resulta imprescindible para la promoción del patrimonio cultural de cierta región.

Asimismo, se busca posicionar un turismo más participativo en el que se tiene como fin disfrutar e interactuar con la naturaleza; un turismo más consciente del medio ambiente natural y cultural que a lo largo de esta investigación llamamos: turismo alternativo.

Oaxaca es uno de los destinos turísticos más importantes de nuestro país, puesto que además de contar con una gran cultura y exquisita gastronomía, posee hermosos escenarios naturales que sorprenden al visitante y cuenta con infinidad de atributos para destacar como uno de los mejores sitios turísticos, al ofrecer gran diversidad de actividades y lugares para visitar.

El Capítulo primero está enfocado al tema del turismo y en él se exponen diferentes concepciones del término para comprender mejor los factores que lo integran y se incluye un recuento breve y general sobre los antecedentes del turismo, pues es relevante conocerlos para comprender la importancia del turismo en la actualidad.

Dicho capítulo integra las diferentes tipologías del turismo, mismas que son presentadas de acuerdo a la clasificación elaborada por Octavio Getino, quien ha estudiado el turismo a detalle. Dichas tipologías están divididas por su origen y por su finalidad.

En la actualidad los turistas buscan nuevas formas de realizar turismo, es por ello que este capítulo incluye información sobre un tipo de turismo alternativo, mismo que busca fomentar este proyecto. Por una parte, se habla del turismo cultural y su importancia y, por otra, del turismo alternativo y sus especialidades: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

Finalmente, el capítulo trata la situación actual en la que el turismo se encuentra, el impacto que éste tiene en nuestro país, así como los organismos gubernamentales que lo fomentan. Al tratarse esta tesis de una campaña turística, se incluyen las principales características que las conforman: estrategia creativa, estrategia de medios e investigación de mercados.

El Capítulo segundo, de carácter descriptivo, contiene las características primordiales del estado de Oaxaca, desde su composición geográfica y ubicación hasta los antecedentes publicitarios del mismo; así como la historia del estado, los grupos étnicos que se encuentran en él y las estadísticas más actuales proporcionadas por el INEGI.

De forma más detallada se exaltan los atractivos del estado tales como: la gastronomía, reservas naturales, monumentos coloniales, museos y artesanías que en conjunto hacen de



Oaxaca un estado bello e inigualable; así como las fiestas y tradiciones que constituyen una parte importante del estado pues lo hacen único y extraordinario. Se habla de la tradicional Guelaguetza, Día de Muertos, la Noche de Rábanos, la Calenda y la Navidad. Al tiempo que se presentan nuevas alternativas que permitan la realización de un turismo alternativo en el estado pues, además de las maravillosas playas, existe la opción de realizar turismo cultural, turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo.

Para concluir, se mencionan las diferentes campañas turísticas que han promovido al estado, además de la situación actual en que éste se encuentra y finalmente las campañas actuales que buscan posicionarlo como la mejor alternativa de destino turístico.

El Capítulo tercero, está dedicado a la investigación de mercados, puesto que toda campaña de publicidad debe basarse en ésta, ya que ofrece ciertas técnicas cualitativas y cuantitativas que ayudan a conocer los gustos y preferencias de los consumidores y así poder estructurar una buena campaña de publicidad gracias a los datos que arroje.

Se presentan las características de los diversos niveles socioeconómicos, pues éstas permiten definir la forma y la manera en que la campaña estará dirigida al mercado objetivo. Se expone la importancia de la técnica cuantitativa más usada por las empresas en la actualidad: la encuesta, y se presenta el cuestionario muestra utilizado para recopilar datos importantes del target y en conjunto permite la elaboración de la estrategia creativa, estrategia de medios y en sí de toda la campaña.

En el Capítulo cuarto se hace un análisis minucioso de los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada al mercado objetivo. Dicho análisis permite conocer los gustos, preferencias y características de los jóvenes a quienes va dirigida la campaña. La información recopilada está presentada a través de gráficas que se encuentran en el anexo de esta investigación.

En este apartado se presenta la estrategia creativa misma que definirá de acuerdo a su elaboración el éxito o fracaso de la campaña publicitaria. Dicha estrategia está constituida por: objetivo publicitario, concepto creativo, racional creativo u objetivo de comunicación, slogan, tono e insight del consumidor.

La estrategia de medios constituye una de las partes más importantes de esta campaña de publicidad ya que en ella se seleccionaron los medios de comunicación más apropiados para difundir las ejecuciones a llevar a cabo, tomando en cuenta que el presupuesto, los costos de los diversos espacios publicitarios e incluso el análisis del tipo de programación son imprescindibles para la buena selección y planeación de medios de comunicación.

Los resultados obtenidos a partir del uso de la técnica cuantitativa aplicada son punto clave de la estructuración de la estrategia de medios, ya que los reactivos correspondientes a medios arrojan las preferencias y gustos del target.

Para finalizar, se muestran las ejecuciones elaboradas en forma de spots de radio, anuncios para revista, espectaculares, internet y postales, seleccionados a partir de los gustos, preferencias y necesidades del mercado objetivo.

Por último, se presentan las conclusiones a las cuales se llegaron a lo largo de esta investigación y las dificultades que surgieron en la misma pero sobre todo se expone la propuesta de campaña turística de publicidad, que es consecuencia de la estructuración de la investigación documental, investigación de mercado, estrategia de medios y estrategia creativa.

El objetivo de esta tesis es incitar a los jóvenes a realizar turismo cultural y alternativo en Oaxaca, que resulta ser un estado cuyas características permite realizarlos plenamente, esperando que las maravillas de Oaxaca los haga volver. Lo novedoso de esta campaña es que se basa en una estrategia creativa, estrategia de medios, investigación de mercado y documental, puesto que los antecedentes publicitarios encontrados son piezas publicitarias aisladas que no demuestran tener las diversas estrategias.

La juventud es un sector explotable para el turismo debido a que hoy día los turistas buscan nuevas formas de gastar el tiempo de ocio y placer. Actualmente, los jóvenes van en busca de actividades que se basen en la novedad, informalidad e incluso el riesgo. Para la publicidad el sector juvenil es muy importante puesto que a los jóvenes les interesa lo nuevo, lo informal, y sobre todo son esenciales para el turismo porque tienen facilidades para viajar como son la disponibilidad de tiempo, no se tienen obligaciones familiares (hijos) que puedan posponer el viaje e incrementar los costos del mismo así como limitaciones de salud, generalmente. Así, Oaxaca resulta ser la mejor opción para realizar turismo cultural y turismo alternativo.

# CAPÍTULO 1

## EL TURISMO

En este capítulo se exponen diversas concepciones acerca del término turismo, haciendo un análisis que nos permitirá entender los factores que lo conforman. Asimismo, se mostrarán de manera breve y general algunos antecedentes del turismo que serán menester para el entendimiento sobre la importancia de la industria turística en la actualidad para los diversos países. Del mismo modo, el capítulo contiene las diferentes tipologías del turismo, las cuales están divididas por una parte, por su origen y, por otra, por su finalidad.

Dado que el turismo ha ido evolucionando con el paso del tiempo, es primordial dar a conocer que este ha incorporado nuevas formas de realizarlo, pues ahora los turistas buscan también la interacción con el medio ambiente, la gente y las expresiones culturales del sitio que visitan. De ahí que han surgido conceptos tales como: ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural, entre otros. Algunos de los cuales se usan de indistinta manera, sin embargo, aquí se tratará de clasificar y conceptualizar cada uno de ellos con el fin de una mejor comprensión.

### 1.1 Conceptos de turismo

- “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.”<sup>1</sup>
- El turismo “no define tanto una actividad determinada; expresa sobre todo una manera, entre muchas otras, de utilizar el tiempo no remunerado, tiempo libre o tiempo de ocio... En términos generales, tales definiciones fueron coincidiendo en precisar como actividad turística la originada en un desplazamiento *temporal* y *voluntario* a otros espacios distintos de los de residencia habitual con el fin de disfrutar el tiempo libre sin ningún propósito remunerativo o profesional”.<sup>2</sup>
- “El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”.<sup>3</sup>
- Se debe destacar la definición que ha sido proporcionada por la OMT (Organización Mundial de Turismo, 1994), la cual precisa todos los aspectos de la actividad turística de la siguiente manera: “*El turismo comprende las actividades que realizan las personas*

---

<sup>1</sup> Oscar De La Torre, *El turismo. Fenómeno social*, México, FCE, Sección de Obras de Sociología, 1982, primera edición, Pág. 19.

<sup>2</sup> Octavio Getino, *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*, Argentina, Ediciones Ciccus-La Crujía, Colección: SIGNO comunicación y sociedad, 2002, primera edición, Pág. 47.

<sup>3</sup> Raimundo Cuervo, *El turismo como medio de comunicación humana*, México, Departamento de Turismo del Gobierno de México, 1967, Pág. 29.

*durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.*<sup>4</sup>

Tomando en cuenta las definiciones anteriores podemos concluir que el turismo es un término que con el paso del tiempo se ha vuelto de cierta manera impreciso, ya que se va adecuando a las necesidades de cada sociedad. El turismo se refiere a las actividades que realizan los individuos durante el tiempo libre fuera del lugar de su residencia.

La divergencia entre las definiciones citadas se observa ya que por una parte, algunas señalan que el turismo es simplemente una actividad realizada con fines de ocio y placer. Por otro lado, se considera que los desplazamientos por negocios y con fines lucrativos forman parte de este concepto. Así, definimos *turismo* como las actividades que los individuos realizan fuera del lugar de residencia durante su tiempo libre ya sea por ocio, placer o negocios.

## 1.2 Antecedentes del turismo

Encontramos que las raíces *tour* y *turn* proceden del latín, ya sea del sustantivo *tornus* (“torno”) o del verbo *tornare* (“girar”, en latín vulgar), cuya connotación resultaría sinónimo de “viaje circular”.<sup>5</sup>

Arthur Haulot advierte que el vocablo *tour* tiene posiblemente un origen hebreo, ya que en la Biblia aparece que Moisés envió a la tierra de Canaán a un grupo de representantes, para “visitarla” y recavar la información necesaria respecto a las características generales del lugar. Aún cuando la palabra *tur* ya se usa en el hebreo moderno, sí fue utilizada antiguamente como sinónimo de “viaje de vanguardia”, “reconocimiento o exploración”.

Cualquiera que sea el origen de las palabras “turismo” y “turista”, el hecho es que finalmente fueron tomadas del francés *tour*, para ser utilizadas en otros idiomas.

“Entre el *tur* y el turismo, la historia de la humanidad asistió al desplazamiento de grandes masas de un lugar a otro del planeta, aunque no precisamente por razones de placer, sino por motivos menos atractivos como fueron los obligados éxodos o las forzadas migraciones en busca de espacios, libertades y modos de vida, que les negaba la realidad en la que habían nacido. Sin embargo, el turismo, tal como lo concebimos hoy, es un fenómeno relativamente nuevo, aparecido después de la Segunda Guerra Mundial, y con una creciente incidencia en la vida económica, social y cultural de numerosos países”.<sup>6</sup>

Patricia Goldstone señala que en el pasado se viajaba por necesidad y no por placer, para conquistar, obtener beneficios o salvar la vida cuando la gente se sentía amenazada por la peste, la hambruna o las invasiones. Los viajeros eran soldados, comerciantes, mercaderes,

---

<sup>4</sup> Organización Mundial de Turismo, en Octavio Getino, *op. cit.*, Pág. 48.

<sup>5</sup> Oscar De La Torre, *op. cit.*, Pág. 15.

<sup>6</sup> Octavio Getino, *op. cit.*, Pág. 9.

diplomáticos, espías o bandidos y los viajes eran difíciles, largos y peligrosos, y nadie los emprendía a la ligera.

“Los países de América Latina y el Caribe, si nos atuviésemos al número de “llegadas” internacionales durante la segunda mitad del siglo XIX y la primera del siglo XX, fue en ese período la región del mundo que mayor volumen de flujos de *turistas* recibió. No venían a disfrutar de coloridas playas o de exóticos paisajes. Tampoco de los recursos histórico-culturales que habían sobrevivido o se generaron al compás de la Conquista y de la Colonización.

Se trataba simplemente de decenas de millones de personas, que optaban- *elegían* salir de sus lugares de residencia habitual, por razones de *negocios*, un rubro que forma parte de las estadísticas oficiales del turismo internacional en nuestros días, y que en el caso al que nos referimos tenía que ver con la necesidad de los inmigrantes de encontrar en el trabajo, es decir, en el *negocio*, un sentido más digno para sus vidas.”<sup>7</sup>

De esta forma, podemos ver que en sus inicios el turismo se realizaba no por placer sino por necesidad; se ha convertido en un fenómeno muy importante para las sociedades modernas y es tan cambiante como la humanidad misma.

### 1.3 Tipologías del Turismo

Para realizar un análisis más completo en torno al término *turismo*, hemos decidido dividirlo en dos clasificaciones: según su origen y según su finalidad. Dicha clasificación fue realizada por Octavio Getino, quien elabora un análisis minucioso acerca del turismo en su obra *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*.

#### **Según su origen:**

**Nacional.** Cuando la actividad turística es realizada por residentes de un mismo país dentro de los límites de su propio territorio. Este tipo de turismo es uno de los más importantes, sea por su volumen o por sus efectos favorables en la cultura y en la economía local. Practicado durante las vacaciones, los fines de semanas o los “puentes”, contribuye a fomentar la comunicación social en el interior de un mismo país y la de sus habitantes con su entorno, mejorando también la redistribución de la renta nacional.

**Regional.** Se realiza en el plano internacional pero entre individuos de países que por razones geográficas, históricas, políticas o culturales conforman una determinada región. Es el caso del turismo continental aplicado por ejemplo a Europa, o el de los países de la región latinoamericana, o de algunas de sus subregiones (Andina, Caribeña, Mercosureña). Su importancia es considerable para la integración regional y para las políticas nacionales y regionales de desarrollo.

---

<sup>7</sup> Octavio Getino, *op. cit.*, Pág. 146.

**Internacional.** Actividades turísticas hacia o desde países diferentes a los que conforman una determinada región (turismo receptivo) o a los turistas nacionales que se dirigen al extranjero (turismo egresivo). El turismo internacional puede significar un aspecto muy importante desde el punto de vista económico, según los ingresos o egresos de divisas, el empleo o el saldo de la balanza comercial que su movimiento implique.

**Según su finalidad:**

**Económica.** Aunque ésta no es precisamente la finalidad del turista, explica las inversiones y las expectativas de rentabilidad de los dueños de la mayor parte de las actividades turísticas. Condicionan o determinan el modo de operar de aquellas y la manera en que el turista accede al recurso. Es el tipo de finalidad más extendida para el aprovechamiento turístico.

**Social.** Se lleva a cabo con propósitos de promoción social o de integración nacional, basándose en criterios de costos reducidos, utilización masiva y acceso a los lugares más importantes de cada país. También puede ser de tipo regional o internacional, según se presenten las políticas de promoción social existentes en cada país; es el caso del turismo promovido por instituciones gubernamentales o no gubernamentales (ministerios, instituciones relacionadas con el aprovechamiento del tiempo libre, sindicatos, etc.).

**Cultural.** Se orienta temáticamente hacia el conocimiento y disfrute del patrimonio cultural en su sentido más amplio, que incluye también al espacio natural donde aquel se ha preservado. La oferta y la demanda turística ponen en valor monumentos, arquitectura, lugares históricos, “paisajes culturales”, folklore, espectáculos, artes, eventos educativos y científicos, parques naturales, etc., como expresión de la identidad particular y distintiva de un determinado contexto y con miras al intercambio con otras identidades.

Otras tipologías pueden ser las siguientes:

**Según su actividad:** En este caso nos referimos a las motivaciones principales que animan a los turistas, las que pueden estar guiadas por inquietudes temáticas de carácter más particular: ecoturismo, arqueología, música, deportes, juegos, playas, diversión, ampliación del conocimiento sobre aspectos específicos, etc.

**Según el nivel socioeconómico y profesional:** Se trata de clasificar en este caso los distintos niveles socioeconómicos y profesionales de los turistas, dada sus eventuales afinidades en la elección de espacios turísticos o actividades: empleados, obreros, estudiantes, campesinos, comerciantes, técnicos, profesionales liberales, empresarios, amas de casa, etc.

**Según el modo de utilización:** Pueden ser en este caso las diferentes formas de disfrutar la actividad: excursiones, miniturismo, grupos familiares o de profesionales, disfrute individual, actividades libres o dirigidas, etcétera.

**Según el medio empleado:** Referido al tipo de transporte utilizado (aéreo, terrestre, acuático).

**Según la edad de los usuarios:** Esta es una clasificación también importante, ya que permite concentrar la población turística de acuerdo a motivaciones parecidas según su desarrollo físico- síquico; es el caso, particularmente, de la infancia, de la adolescencia, la juventud y la tercera edad.

**Según su duración:** Es el promedio de estancia turística - corta, mediana, larga- , la cual tiene relación directa con el consumo de bienes y servicios.

## 1.4 Turismo cultural

El turismo cultural se define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.<sup>8</sup>

Así tenemos que “el turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestra Nación. Por tanto, el objetivo del Programa de Desarrollo de Turismo Cultural de la SECTUR (Secretaría de Turismo) es coordinar esfuerzos encaminados a asegurar el desarrollo del segmento, fortaleciendo mecanismos e instrumentos para lograr el aprovechamiento a largo plazo de los recursos naturales y culturales, garantizando la rentabilidad económica y social de los proyectos”.<sup>9</sup>

La cobertura de dicho programa responde a aquellos destinos turísticos o sitios específicos que presentan un gran impacto turístico desde el punto de vista de llegada de turistas, derrama económica y creación de empleos. De esta manera se contemplan: *zonas arqueológicas, museos, ciudades histórico-culturales, ciudades Patrimonio de la Humanidad y santuarios.*

### 1.4.1 Concepto de Patrimonio Cultural de la Humanidad y Cultura

Se entiende por Patrimonio Cultural de la Humanidad “un sitio específico (sea bosque, montaña, lago, desierto, edificación, complejo o ciudad) que ha sido nominado y confirmado para su inclusión en la lista mantenida por el Programa Patrimonio de la Humanidad, administrado por el Comité del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO compuesto por 21 estados miembros que son elegidos por la Asamblea General de Estados Miembros por un período determinado”.<sup>10</sup> El objetivo del programa es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia cultural o natural excepcional para la herencia común de la humanidad.

---

<sup>8</sup> Secretaría de Turismo, *Turismo cultural*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud), [consulta: 30/08/2006].

<sup>9</sup> *Idem*

<sup>10</sup> UNESCO, en *Patrimonio de la Humanidad*, [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio\\_de\\_la\\_Humanidad#cite\\_ref-sesion31\\_0-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio_de_la_Humanidad#cite_ref-sesion31_0-0)

Así, es necesario también definir el término *cultura*. De manera general, Daniel Bell señala que “la palabra cultura ha vuelto a ser definida en nuestros días, de tal modo que aquello que en otro tiempo designaba un refinamiento moral e intelectual, ha incorporado hoy los códigos de conducta de un grupo o de un pueblo”.<sup>11</sup>

### 1.5 Turismo Alternativo

Según la SECTUR, “en los últimos años se han sumado gustos y formas no convencionales de practicar el turismo, destacando un turismo más activo y participativo centrado en disfrutar e interactuar con la naturaleza y con toda expresión cultural que el medio rural le ofrece, proyectando nuevas inquietudes y perfiles de un turismo más informado, comprometido y consciente de su medio ambiente natural y cultural”.<sup>12</sup>

Asimismo, dicha dependencia señala que conforme ha crecido el segmento del mercado turístico orientado a la naturaleza, se viene formulando toda una conceptualización para abordar la relación entre el turismo y la ecología, llegándose a definir términos como ecoturismo, turismo de la naturaleza, turismo verde, turismo alternativo, turismo de aventura y turismo sustentable; entre otras, que muchas de las veces son ocupadas o expresadas como sinónimos y además están orientadas o formuladas de acuerdo a la visión o interés del investigador o autor de dichas definiciones.

Así, es importante comentar que además del turismo tradicional (sol-playa-relajamiento) Oaxaca ofrece un sin número de actividades que de acuerdo a esta tendencia forman parte del turismo alternativo. De acuerdo a la “Estrategia Estatal de Desarrollo Turismo Alternativo ¡Experiencia Oaxaca! 2004” el turismo alternativo presenta tres especialidades: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

Dado que la investigación está enfocada al estado de Oaxaca, se tiene que en una de las páginas de internet oficiales del Gobierno Estatal ([www.aoaxaca.com](http://www.aoaxaca.com)) se presentan las definiciones de las especialidades del turismo alternativo. Por lo tanto, se debe considerar que dichos conceptos y recomendaciones fueron elaboradas de acuerdo a lo que el estado ofrece. Así, tenemos:

#### 1.5.1 Ecoturismo

“Se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza, a través de la interacción con la misma.”<sup>13</sup> Otra definición de ecoturismo fue la elaborada por el Departamento de Turismo de Chiapas, la cual indica que el ecoturismo es “cualquier actividad que promueva la relación consciente entre el hombre y la naturaleza, sin alterar el estado del medio ambiente que se visita, generando beneficios económicos y culturales para la población”.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Daniel Bell, en “Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales, en *Industria cultural y sociedad de masas*, Editorial Monte Ávila C.A, Págs. 14-15.

<sup>12</sup> Secretaría de Turismo, *Qué es el turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Alternativo](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Alternativo), [consulta: 30/08/2006].

<sup>13</sup> Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoaxaca.com>, [consulta: 07/06/2006] (ss).

<sup>14</sup> Departamento de turismo de Chiapas, en Mónica Pérez de las Heras, *La guía del ecoturismo*, España, Ediciones Mundi-Prensa, 1999,



Entre las actividades de ecoturismo se encuentran:

Nadar en balnearios naturales

Observación de fauna

Observación de fenómenos y atractivos naturales

Observación de flora

Participación en programas de rescate de flora y/o fauna.

### **Nadar en Balnearios Naturales:**

Esta placentera actividad consiste en nadar o recrearse en pozas o balnearios naturales, que permiten disfrutar de aguas pacíficas o en movimiento, refrescarse o relajarse en ellas, o escuchar el rumor de una cascada.

#### Recomendaciones

Considerar el tipo de agua; es decir, si se trata de aguas dulces, saladas, en movimiento o en calma. Considerar la temperatura del agua, ya que regularmente algunos balnearios naturales tienen aguas muy frías, salvo el caso de los de aguas termales. La profundidad, pues en ocasiones las aguas muy profundas tienen el riesgo de presentar corrientes de agua peligrosas.

El tipo de suelo; este punto es muy importante, ya que regularmente el piso de ríos, balnearios, manantiales o pozas no es siempre plano y se constituye de piedras, arena y/o lodo, lo cual dificulta caminar. Es necesario tener conocimientos básicos de natación, usar traje de baño, goggles o visor. No se debe usar repelente de mosquitos ni bronceador al introducirse en las aguas del balneario.

### **Observación de Fauna**

Esta especialidad busca apreciar y estudiar el hábitat y comportamiento de la fauna en su medio natural.

#### Recomendaciones

Cada persona debe contar con sus propios binoculares, cámara fotográfica, ropa adecuada y cómoda. Usar exclusivamente las rutas o senderos establecidos para recorrer las áreas. No alterar o destruir los sitios de alimentación, anidación, refugio o reproducción de las especies silvestres. Respetar las señalizaciones del área. Durante los recorridos no molestar, capturar, mover o llevarse a los animales. Al recorrer las áreas no hacer ruidos intensos que alteren la vida normal de las especies.

Nunca trasladar especies nativas de una comunidad a otra. Es importante no utilizar lámparas o cualquier fuente de luz en la observación de especies de fauna. Evitar usar altavoces o mantener encendidos motores, radios o cualquier aparato de sonido. Queda

estrictamente prohibido portar armas de fuego o hacer uso de explosivos. Utilizar sólo los miradores o torres de observación de fauna silvestre diseñados para tal fin.

### **Observación de Fenómenos y Atractivos Naturales**

Es la apreciación y estudio de hechos singulares de la naturaleza, como migración faunística y fenómenos siderales o geológicos. La naturaleza nos da la oportunidad de entrar en contacto con ella a través de las maravillas que nos brinda en todos los sitios del planeta.

#### Recomendaciones

Se debe hacer uso exclusivamente de las rutas o senderos establecidos para recorrer el área. No deben dañarse, cortarse o marcarse árboles, ni encender fogatas durante los recorridos. Se deben respetar las señalizaciones del área. No se debe molestar, capturar, remover, extraer o apropiarse de animales o plantas.

### **Observación de Flora**

Es la apreciación y estudio del hábitat y ecosistemas de la flora.

#### Recomendaciones

Cada planta desempeña un papel importante en el equilibrio de los sitios naturales, por lo que se deben cuidar y proteger todas las formas de vida. No se debe dañar, cortar o marcar vegetación nativa del sitio, ni encender fogatas. Se debe hacer uso exclusivamente de las rutas o senderos establecidos para recorrer el área. Deben respetarse las señalizaciones del área. Durante los recorridos al área no deben extraerse plantas. Se prohíbe la recolección de cualquier tipo de elemento formal de la naturaleza, como: semillas de coníferas, piedras y otros.

### **Participación en Programas de Rescate de Flora y/o Fauna**

La participación en programas de rescate de flora y/o fauna, como una vertiente del ecoturismo, comprende el apoyo en las labores de preservación y conservación de especies, con énfasis en aquellas que se hallan en peligro de extinción.

#### Recomendaciones

Tener disponibilidad de participar en las actividades concernientes a programas de rescate. Respetar el entorno natural y la forma de vida de las comunidades. Promover entre los habitantes de los sitios visitados y entre los turistas la importancia de conservar los recursos naturales. Tener durante los recorridos un comportamiento de respeto hacia la naturaleza.

### **1.5.2 Turismo rural**

Este segmento del turismo alternativo se define como “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y cotidianas de la misma.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Secretaría de Desarrollo Turístico, *Estrategia estatal de desarrollo de turismo alternativo ¡Experiencia Oaxaca!*, [CD-ROM], México, 2004, Pág. 4.

Entre las actividades de turismo rural se encuentran:

Agroturismo

Etnoturismo

Preparación y uso de medicina tradicional

Talleres artesanales

### **Agroturismo**

Esta especialidad define la participación del turista en los procesos productivos del campo.

### **Etnoturismo**

El etnoturismo busca conocer, estudiar y valorar las expresiones culturales de un grupo étnico o rural.

### **Preparación y uso de medicina tradicional**

Esta vertiente del turismo rural busca conocer los atributos de plantas medicinales, sus procesos de preparación y aplicación. La medicina indígena, con su tradición botánica prehispánica, ha resistido los embates de la modernidad y ha servido de soporte en la conservación de la salud de los pueblos.

### **Talleres Artesanales**

Esta actividad ofrece la oportunidad de participar en los procesos artesanales existentes en la comunidad visitada.

### **Recomendaciones**

Los recursos terapéuticos con los que cuenta, como temazcal, "limpías" y masajes, entre otras, gozan en la actualidad del reconocimiento de la medicina científica por los beneficios que aportan al tratamiento de los enfermos.

Los pueblos de Oaxaca poseen un legado de conocimientos extraordinariamente ricos acerca de la flora; una botánica indígena digna de considerarse y valorarse tomando en cuenta que en todo el territorio estatal existe una gran variedad de plantas con propiedades curativas muy importantes y comprobadas. Tener disponibilidad para participar en las actividades culturales propias de la comunidad. De lo contrario, debe concretarse sólo a observar.

Es necesario respetar las tradiciones y la historia de la que forma parte la comunidad. Para desenvolverse mejor dentro de las comunidades es conveniente hacerse acompañar de una persona originaria del lugar o un guía conocedor de la cultura y usos locales.

Si quiere realizar tomas fotográficas, filmar, grabar, entrar a una casa particular, o simplemente tener una conversación con una persona de la localidad, hay que pedir permiso para hacerlo. En caso de una negación, es mejor no insistir. Mantener limpios los espacios. Al utilizar los llamados productos desechables, guardarlos en una bolsa y al terminar la visita

entregarla a los encargados del sitio. Se prohíbe arrojar basura en los alrededores. Cuando abandones los sitios, revisa bien tus pertenencias.

En el caso del agroturismo, se prohíbe pisar sobre áreas de cultivo aunque parezcan libres, puesto que en algunos casos las semillas están por germinar y aún no se advierten los brotes. Asimismo, se recomienda vestir ropa cómoda y utilizar botines. Si durante la visita tienes la oportunidad de participar en la cosecha de algún producto, no dudes en hacerlo, ya que la experiencia de estar en contacto con la tierra y recibir sus frutos es muy gratificante.

En el caso de la visita a los talleres artesanales, se recomienda participar no únicamente como observador, sino también manipulando los materiales con que se elaboran los productos, e incluso creando una pieza propia. Si sufres de presión alta abstenerse de realizar el baño de temazcal.

### **1.5.3 Turismo de Aventura**

Aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físico-deportivas, de riesgo identificado a superar, y están sujetas generalmente a emociones constantes e inmediatas, en contacto directo con la naturaleza. Las actividades de turismo de aventura se subdividen en actividades de agua, tierra y aire.

#### **Agua:**

- Buceo autónomo
- Buceo libre
- Descenso en ríos (Rafting)
- Kayaquismo
- Pesca recreativa
- Surfing

#### **Tierra:**

- Cabalgata
- Caminata
- Ciclismo de montaña
- Escalada
- Descenso en roca
- Espeleología (grutas y cavernas)
- Acampar (camping)

#### **Aire:**

- Vuelo en parapente

## Agua

### *Buceo Autónomo (Scuba diving)*

Bucear significa nadar sumergido en aguas profundas o poco profundas, con o sin equipo especializado. Al bucear se pueden admirar de cerca y en su ambiente natural muchas de las especies de flora y fauna acuáticas, convivir con ellas y conocer la extraordinaria vida bajo la superficie.

### Equipo

El equipo para el buceo autónomo o scuba (siglas para Self Container Underwater Breathing Apparatus o aparato autocontenedor para respiración subacuática) consta de los mismos elementos que el de buceo libre, pero además requiere un tanque de aire comprimido.

### Recomendaciones

Buscar la guía de un instructor de buceo y practicar este deporte acompañado de otra persona. Verificar que el tanque se encuentre bien sujeto al arnés del chaleco y que el regulador funcione correctamente. Antes de descender establecer un plan de buceo y respetarlo siempre. Acudir a empresas que presten servicios profesionales de renta de equipo o de instrucción de buceo. Para probar si el visor es del tamaño correcto, se coloca sobre la cara: debe quedar completamente fijo a ella al inhalar, y crear además un vacío. Las aletas deben quedar como guantes; de lo contrario, pueden perderse durante el buceo si están flojas, y causar molestias si están muy justas. Se deben conocer y repasar las señalizaciones básicas de comunicación subacuática para las siguientes indicaciones de comunicación bajo el agua: todo bien, algo anda mal, queda poco aire, ascenso, descenso, en esta dirección, etc.

Una de las principales reglas del buzo es la de proteger siempre el mar y sus habitantes. De la vida marina dependemos todos; el objetivo es solamente observar. Para regresar a la embarcación se debe llevar una brújula, aunque por lo general la tripulación del bote sigue o rastrea las burbujas en superficie para conservarse siempre en posición vertical sobre los buzos. El ascenso siempre debe ser lento, por debajo de las burbujas más pequeñas que se exhalan, y durante él se debe respirar normalmente, sin contener la respiración.

### *Buceo Libre (Snorkel)*

El buceo libre de poca profundidad, o snorkel consiste en nadar o mantenerse debajo del agua utilizando un aparato denominado snorkel, integrado por una boquilla de plástico y un tubo que sale a la superficie y permite la respiración.

### Equipo

El equipo básico del buceo libre consiste en aletas, visor, snorkel y cinturón de lastre.

### Recomendaciones

Buscar la guía de un instructor de buceo y practicar este deporte acompañado de otra persona. Antes de descender establecer un plan de buceo y respetarlo siempre. Acudir a empresas que presten servicios profesionales con instrucciones de buceo. Para probar si el visor es del tamaño correcto, se coloca sobre la cara: debe quedar completamente fijo a ella al

inhalar, y crear además un vacío. Las aletas deben quedar como guantes; de lo contrario, pueden perderse durante el buceo si están flojas, y causar molestias si están muy justas. El snorkel debe ajustarse a la cavidad bucal y el diámetro del tubo debe ser aproximadamente de una pulgada para permitir el correcto paso del aire.

Se deben conocer y repasar las señalizaciones básicas de comunicación subacuática para las siguientes indicaciones de comunicación bajo el agua: todo bien, algo anda mal, queda poco aire, ascenso, descenso, en esta dirección, etc. Una de las principales reglas del buzo es la de proteger siempre el mar y sus habitantes. De la vida marina dependemos todos; el objetivo es solamente observar.

### *Descenso en Ríos (Rafting)*

El término rafting se refiere a navegar río abajo por corrientes rápidas en una embarcación neumática (balsas inflables de alta resistencia) y usando equipo de protección. En esta extraordinaria aventura la belleza natural de los lugares recorridos se combina con la vertiginosa experiencia del descenso. Los obstáculos y la capacidad que se tenga para librarlos son los dos factores que hacen que este deporte sea espectacular.

### *Equipo*

El equipo que se utiliza para esta actividad es: casco, balsas, chaleco, remos y equipo de rescate, el cual debe incluir mosquetones, silbatos, cuchillos de río, bolsa de rescate con cuerda, bolsa seca, botiquín y bomba para inflar la balsa.

### *Recomendaciones*

No olvidar las instrucciones o comandos básicos: Alto (dejar de remar), Adelante (remar hacia adelante todo el equipo), Atrás (remar hacia atrás todo el equipo), Derecha atrás (los del lado derecho de la balsa reman hacia atrás, los del izquierdo hacia adelante), Izquierda atrás (los del lado izquierdo de la balsa reman hacia atrás, los del derecho hacia adelante), High side o Todos al frente (todo el equipo se coloca en el lado alto de la balsa) para evitar volcaduras, Todos adentro (todo el equipo se coloca al centro de la balsa, cuidando su remo, para evitar volcarse y cruzar con éxito un rápido difícil). En caso de caer repentinamente de la balsa: mantener la calma, tratar de adoptar la posición de nadador en rescate y escuchar bien las indicaciones. Practicar y llevar a cabo los simulacros sobre instrucciones o comandos. Se requiere hacer el recorrido con un guía especializado.

### *Kayakismo*

Esta actividad consiste en deslizarse remando por ríos o mares en una embarcación de origen esquimal llamada kayak, de diseño convexo y delgado y de una o dos plazas. En el kayaking, la aventura y la adrenalina se combinan con la belleza de los magníficos paisajes marítimos y/o selváticos que se atraviesan. Estas versátiles embarcaciones permiten navegar muy cerca de la costa, o bien hacer largas travesías marinas que dejan convivir con la fauna marina sin perturbarla.

Básicamente existen dos tipos de recorridos en kayacs:

Kayac de río. En esta modalidad, el kayak se practica sorteando obstáculos que presentan estas corrientes de agua.

Kayac de mar. Este deporte no es de gran dificultad en virtud del nivel del agua y que se practica en zonas de escasa presión.

#### Equipo

El equipo para practicar esta especialidad consiste en kayak, chaleco, falda, remos y equipo de rescate como cuerda, bolsa seca y botiquín.

#### Recomendaciones

Atender bien las instrucciones del guía antes del recorrido. Practicar y llevar a cabo los simulacros sobre instrucciones o comandos.

#### *Pesca Recreativa*

La pesca recreativa es la captura de peces con fines no deportivos.

#### Equipo

El equipo básico para la pesca recreativa se constituye de caña con línea de nylon de 50 libras de resistencia máxima y carrete a decisión de los usuarios.

#### Recomendaciones

Usa ropa adecuada, incluyendo: traje de baño, toalla, bloqueador de sol, gafas y repelente de mosquitos.

### **Tierra**

#### *Cabalgata*

Actividad que consiste en realizar recorridos a lomo de un caballo o en otra cabalgadura (burro, yegua) a campo traviesa, en la playa o en llanos. La cabalgata ofrece la oportunidad de interactuar con la naturaleza y conocer de manera diferente las comunidades. Entre los recorridos que se pueden disfrutar se tienen:

De distancia. Los cuales comprenden rutas rectas, no muy accidentadas, atravesando en ocasiones arroyos pequeños y visitando las comunidades.

Agrestes. El paseo es sobre terrenos que presentan mayor dificultad, pasando por montañas, ríos, cañadas y veredas.

#### Equipo

Para hacer cabalgatas se requiere el siguiente equipo: silla de montar charra completa (freno, montura), sombrero o gorra, polainas, fuate o vara y bajador (opcional).

## Recomendaciones

Los caballos más recomendables para la cabalgata son las razas azteca, appendix 1 y cuarto de milla. Se recomienda realizar un examen selectivo para saber qué tipo de caballo debe montar cada persona. El caballo debe estar herrado. Deben utilizarse botines o zapatos lisos (no tenis). Es conveniente llevar pantalones de mezclilla y camisa de algodón de manga larga. Para protegerse del sol es necesario llevar gorra o sombrero.

## *Caminata*

La caminata consiste en recorrer a pie una región, conociendo de cerca áreas naturales, ya sea a campo traviesa o a lo largo de veredas (trekking). Pueden realizarse paseos tranquilos y contemplar la naturaleza, apreciar los caminos antiguos, la flora y fauna del lugar, u observar los amaneceres más bellos de los lugares visitados. Las rutas podrán clasificarse, atendiendo su grado de dificultad, como: Fácil, de Esfuerzo Moderado, Mediano Grado de Esfuerzo y Alto Grado de Esfuerzo, dependiendo de factores de distancia del recorrido (5-40 kilómetros.); altitud (0-3180 metros sobre el nivel del mar o más; pendientes (0-60°); obstáculos que presente el camino (piedras, troncos, tierra blanda, tierra dura, acantilados) y tiempo aproximado del recorrido (1-12 horas).

## Equipo

El equipo requerido para las caminatas es: chamarra, sombrero, botas de montaña y mochila.

## Recomendaciones

No caminar más de 15 kilómetros si no se tiene experiencia. Tener un descanso de 10 minutos por cada hora de caminata. Llevar agua, fruta y comida energética. Llevar siempre un botiquín de primeros auxilios y una linterna con baterías de repuesto. Antes de salir asegurarse de las condiciones meteorológicas que habrán de existir. Es aconsejable no llevar consigo más de 12 kilogramos de peso. Para largas caminatas es necesario llevar ropa y calzado cómodo, y llevar sólo lo indispensable, para evitar fatigas innecesarias y poder completar los kilómetros marcados. No olvidar llevar botas usadas previamente, y doble calceta para evitar las ampollas.

## *Ciclismo de Montaña*

El ciclismo de montaña se realiza en caminos o senderos rústicos (sin asfaltar) o a campo traviesa. La bicicleta de montaña es una combinación entre la bicicleta de carreras y las llamadas "bicicross"; esta mezcla surge de la necesidad de contar con un vehículo adecuado para atravesar el campo con mayor seguridad y eficiencia, incluyendo las ventajas de las otras bicicletas, como resistencia, facilidad de maniobra y rapidez (cambio de velocidades). El encanto de esta actividad reside en la combinación del ciclismo y el contacto directo con la naturaleza, ya que es una grata experiencia poder disfrutar de áreas naturales, conociendo bosques y admirando bellos paisajes al ir completando rutas pequeñas o de muchos kilómetros.

Las rutas podrán clasificarse, atendiendo a su grado de dificultad como: fácil, mediano y de alto grado de esfuerzo, dependiendo de la distancia del recorrido (5-40 kilómetros.),



altitud (0-3180 metros sobre el nivel del mar o más), ancho del camino (0.10-3 metros), pendientes (0-60°), obstáculos que presente el camino (piedras, troncos, tierra blanda, tierra dura) y tiempo aproximado para realizar el recorrido (1-6 horas). Independientemente del grado de dificultad, se recomienda prepararse al menos realizando sesiones de 20-40 minutos tres veces a la semana, desde un mes antes de la expedición.

### Equipo

El equipo mínimo para practicar el ciclismo de montaña es: bicicleta de montaña, casco, guantes, lentes, ropa ligera pegada al cuerpo, impermeable, cantimplora, tenis de montaña, botella de agua, camel back, coderas y rodilleras, comida energética y herramienta para componer la bicicleta. Para recorridos de más de un día incluir: botiquín, equipo de campamento y ropa seca.

### Recomendaciones

Colocar el asiento en un nivel bajo. Durante los descensos, pararse sobre los pedales sosteniendo firmemente el manubrio, y echar el cuerpo hacia atrás para mantener estable el centro de gravedad del sistema ciclista-bicicleta. No hay que bloquear los codos ni las rodillas, y hay que mantenerlos flexionados. Usar frecuentemente el freno trasero antes que el delantero, sin abusar de él.

### *Escalada*

La escalada se practica subiendo por paredes rocosas naturales o artificiales. Existen dos modalidades: la escalada libre y escalada con cuerda. Si te gustan las alturas, ascendiendo de manera segura sobre rutas ya establecidas en paredes de rocas, acantilados o peñas, te invitamos a practicar la escalada. Para poder clasificar los grados de dificultad se deben tomar en cuenta factores tales como: longitud de la ruta (altura de escalamiento), altura de los pasos difíciles, tipo de salientes, seguridad de las salientes, altura de la roca sobre el nivel del mar, tiempo aproximado de duración de la escalada. La técnica es algo en lo que se debe trabajar, ya que tarde o temprano contribuye a escalar mejor. Hay que recordar que no es la fuerza la que mantiene a un escalador pegado a la piedra, sino cómo la usa para escalar.

### Equipo

El equipo requerido para escalar es: tenis o zapatos para escalar, arnés, cuerdas, mosquetones, casco, ropa cómoda (shorts de lycra y playeras).

### Recomendaciones

Obtener información del clima. Leer y atender todas las advertencias de las etiquetas del equipo. Siempre revisar el equipo más de dos veces, y reemplazarlo si es necesario. Revisar el asegurador. Todo escalador siempre tiene que poner mucha atención en su equipo. Mantener en buen estado las cuerdas y revisar dos veces los nudos y la hebilla del arnés.

Los anclajes fijos no son para siempre. Cambiarlos cuando sea necesario. La roca también se rompe: revisar las agarraderas. Afirmar bien el pie: una pisada precisa, rápida y

adecuada puede llevar al éxito en una escalada. El objetivo es colocar el pie con el mínimo de titubeo y sin pesadez. Siempre se debe rastrear la pared antes, para encontrar los apoyos.

No hay que desesperarse: las posibilidades pueden ser innumerables; hay que ser creativo y recordar que si alguien ya escaló esa roca, se puede hacer. Hay que tratar de crear una imagen mental de la posición del pie sobre el apoyo. La parte útil, en la que el pie se apoyará, deberá ser de uno a dos centímetros cuadrados. Es necesario colocar el pie sobre el apoyo y tratar de colocarlo tal y como se había visualizado. Una vez visualizado el apoyo, adueñarse del él colocando todo el peso del cuerpo. Mantener el cuerpo relajado, sin cortar la respiración, con fluidez en los movimientos cada vez que se ocupe de los apoyos. Concentrarse en la actividad: la fuerza de gravedad no perdona errores.

### *Descenso en Roca (Rappel)*

El descenso en roca es una actividad que consiste en descender una pared vertical, montañas de rocas o piedras, por medio de una cuerda doble. Tal descenso requiere utilizar equipo especializado. También se puede practicar descendiendo de montañas de hielo o en caídas de agua. Las rutas podrán clasificarse atendiendo a su grado de dificultad: Fácil, de Mediano Grado de Esfuerzo y Alto Grado de Esfuerzo, dependiendo de la distancia del descenso (10-400 m), altitud (1000-3180 metros sobre el nivel del mar o más), obstáculos que presente el descenso (piedras, descansos, tierra blanda, tierra dura) y tiempo para realizar el recorrido.

### Equipo

El equipo mínimo requerido para practicar el descenso es: arnés o cinturón de seguridad, descensor (ocho o ATC), mosquetón de seguro, anilla tubular plana de 25 milímetros de ancho x 80 centímetros, tenis para escalar en roca, saco de dormir (sleeping bag), mochila grande para dos días, lámpara, impermeable (poncho), colchón para campamento, casco y guantes tractis para rappel.

### Recomendaciones

Obtener información del clima. El casco puede salvarte la vida: úsalo. Leer y atender todas las advertencias de las etiquetas del equipo. Revisar el equipo antes y después de cada uso, para localizar posibles daños. Revisar dos veces los nudos y la hebilla del arnés. Revisar el sistema de rappel más de dos veces y reemplazarlo si es necesario. Revisar el asegurador. Considerar que la mano del freno es la que determina la velocidad del descenso, y la que lo detendrá en el momento que desee. Esta mano jamás deberá soltar la cuerda cuando se realice un rappel. Mantener las piernas separadas, buscando apoyo en las paredes y con el cuerpo suspendido hacia atrás, recordando en todo momento que el centro de equilibrio se encuentra en las piernas.

### **Aire**

#### *Vuelo en Parapente*

Este tipo de vuelo implica lanzarse desde una cima para elevarse y surcar suavemente el cielo planeando con un parapente (paracaídas de forma rectangular). El parapente tiene su origen en el paracaídas tradicional, con la diferencia de que presenta un perfil perfectamente aerodinámico y un ala mucho más grande, compuesta de celdas abiertas por delante y cerradas por detrás. El aire por el frente infla el ala y libera al piloto de la fuerza de gravedad. El parapente presenta una estructura similar a un paracaídas moderno de salto, pero se despega desde montañas, y no necesariamente desde un avión.

Básicamente existen dos tipos de vuelos en parapente:

- Vuelo Tándem: Se realiza con un parapente diseñado para dos personas (tándem), con el propósito de que, sin experiencia previa, una persona pueda volar acompañada de un instructor certificado. El pasajero y el piloto van sentados y asegurados cada uno en una silla individual, lo que permite una sensación de total independencia y confianza.
- Vuelo Autónomo: Es el realizado por una persona sin el apoyo de un instructor. Para poder realizarlo se requiere contar con licencia o certificación de piloto de parapente, y es necesario cubrir cursos teórico-prácticos sobre la actividad.

### Equipo

El equipo a utilizar para el parapente consiste en: arnés, paramotor, walkie-talkie, variómetro, mochila, sistemas de flotación, casco, overol de vuelo y botas.

### Recomendaciones

Siempre revisar al menos dos veces el equipo, incluyendo el ala y la silla con el arnés. Poner atención al piloto en todas las indicaciones e instrucciones. No volar en caso de días nublados o de lluvia. Mantener la calma y relajarse para disfrutar el vuelo (evita ponerte nervioso). Utilizar siempre el casco. Si se desea realizar un vuelo autónomo, es importante tomar un curso de al menos ocho sesiones de tres horas cada una.<sup>16</sup>

## 1.6 Situación actual del turismo

Según Octavio Getino, “el turismo internacional, así como el nacional, es una de las actividades humanas que ha mantenido, desde su expansión inicial, casi inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial, una de las tasas de mayor crecimiento económico entre los distintos sectores de la economía. Si en el año 1950 la llegada de turistas internacionales a sus lugares de destino era de 25 millones de personas, esa cifra trepó a 700 millones, aproximadamente, en el año 2000, 50 millones más que en 1999.

---

<sup>16</sup> Nota: La información sobre las especialidades de turismo alternativo (ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura) y las recomendaciones fue obtenida del sitio de internet: Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoxaca.com>, [consulta: 07/06/2006].

La Organización Mundial de Turismo, organismo que procesa sistemáticamente estas cifras, prevé que para el año 2010 habrá más de 1.000 millones de llegadas turísticas internacionales, cifra que en el 2020 se elevaría a 1.600 millones.”<sup>17</sup>

De acuerdo con las estadísticas recavadas por la OMT (Organización Mundial del Turismo), “en 2004 arribaron a distintos destinos del mundo 762.5 millones de turistas internacionales, cifra 11 por ciento superior a la de un año antes, y el máximo registro histórico.

De la cifra anteriormente mencionada el continente americano participa con una cuota de 16.5 por ciento del mercado mundial por concepto de turistas, la tercera después de Europa, y Asia y el Pacífico, los cuales tienen una participación de mercado de 54.5 por ciento y 20.1 por ciento, respectivamente. Sin embargo, con respecto a los ingresos medios ocupa la primera posición. En 2004, el dato más reciente, América registró 1,046 dólares de gasto por viajero, seguida por Asia y Pacífico con 817 dólares y Europa con 786 dólares.

Bajo el rubro de captación de turistas internacionales, en 2004 México participó con 16.4 por ciento del total de arribos al continente americano y con 2.7 por ciento a nivel mundial. Estos resultados posicionan a nuestro país dentro del continente como la nación más visitada después de Estados Unidos.

En este sentido, durante 2004 arribaron a México 20, 618, 000 visitantes, de los cuales, 11.5 millones se internaron en algún destino turístico del interior, que son los que tienen gasto medio más alto. Por su parte, en la franja fronteriza recibimos 9.1 millones de turistas. Lo más destacado de estas cifras es que en la proporción se ha invertido en los últimos años, ya que mientras en 1995 el porcentaje de turistas al interior sólo alcanzaba 38.5 por ciento, para 2004 fue de 56 por ciento.

En cuanto al ingreso de divisas por visitantes internacionales, México ha mantenido una clara tendencia creciente desde que inició la administración del presidente Vicente Fox, al presentar una tasa de crecimiento promedio anual de 7 por ciento e, incluso, para 2004 el crecimiento fue de 14.9 por ciento, con lo cual se alcanzó la cifra de 10, 753 millones de dólares que representa una cuota de mercado de 11.1 por ciento en la región norteamericana. Así, entre 2001 y 2004 se captaron ingresos superiores a los 37, 000 millones de dólares por total de visitantes internacionales a México, 23 por ciento más que los recibidos de 1997 a 2000.”<sup>18</sup>

### **1.7 Impacto económico del turismo en México**

La Secretaría de Turismo señala que a pesar de que México es el octavo destino en número de llegadas y el décimo cuarto en captación de divisas, lo que le coloca como uno de los principales jugadores en el mercado internacional, el turismo nacional –los mexicanos que viajan por el país- sigue siendo el sostén principal de la industria turística mexicana.

---

<sup>17</sup> Octavio Getino, *op. cit.*, Pág. 13.

<sup>18</sup> OMT, en Octavio Getino, *op. cit.*, Pág. 14.

De acuerdo con la más reciente publicación de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM), de 1998 a 2003 el PIB turístico representó, en promedio, 8.2 por ciento del total nacional.

*Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México* (Informe elaborado por la SECTUR) afirma que en los últimos años, la participación del personal ocupado en las actividades turísticas dentro del país se ha mantenido ligeramente arriba del 5.5 por ciento. Durante 2004, se estima que el sector alcanzó en promedio anual, un nivel de empleo de 1, 784, 000 ocupaciones remuneradas. A lo largo del año se observó una ganancia neta de 66 000 empleos, frente al cierre en el 2003.

Además, en dicho informe se determinó que el consumo de los turistas, tanto nacionales como internacionales representa alrededor de 16 por ciento del consumo privado nacional. En 2003, el 82.4 por ciento del consumo turístico fue realizado por residentes en México dentro del territorio nacional; 14.1 por ciento lo efectuaron turistas internacionales que visitaron nuestro país, y el restante 3.5 por ciento del consumo turístico correspondió a turistas egresivos, es decir, turistas residentes en México que viajaron al extranjero.

“En 2003, último año de la serie, en el total del turismo nacional el motivo de viaje por vacaciones representó 44.7 por ciento, el de otros motivos (visita a familiares y amigos, peregrinaciones, etc.) 31.1 por ciento, negocios 16.2 por ciento y excursiones 8.0 por ciento. En tanto que en el receptivo, las vacaciones registraron el 51.5 por ciento, las excursiones, 21.7 por ciento y los viajes por otros motivos mantuvieron un porcentaje de 22.4 por ciento cada uno, mientras que el de negocios abarcó sólo 4.4 por ciento.

... El turismo se caracteriza por ser una actividad productiva que enfrenta una enorme competencia por los mercados a nivel internacional, así como una rápida y permanente evolución. México es privilegiado al contar con los insumos esenciales que se requieren para desarrollar una industria turística exitosa, ya que cuenta con una gran cantidad de variedad de recursos naturales y culturales. Nuestro país es uno de los 14 países con mayor diversidad en el mundo. En su territorio existen cientos de especies endémicas, una amplia variedad de ecosistemas, productos extraordinarios y condiciones climáticas para realizar viajes turísticos en cualquier época del año.”<sup>19</sup>

Por otra parte, la Secretaría de Turismo agrega en su informe que en cuanto a la riqueza cultural, México cuenta, por un lado, con valores que forman parte de su patrimonio, como son las técnicas de producción e intercambio; crónicas y leyendas; fiestas y ceremonias, y las representaciones teatrales y musicales, entre otros. De igual forma, posee elementos materiales de gran valor monumental, artístico o simbólico, que se han edificado a través de su historia y pueden ser observadas y disfrutados.

“México ha aprovechado su potencial natural y cultural, y ha venido realizando esfuerzos importantes para desarrollar y fortalecer una oferta turística, en materia hotelera,

---

<sup>19</sup> Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*, México, FCE, 2006, Pág. 16.

infraestructura y de vías de acceso y comunicación, que le ha permitido posicionar varios destinos nacionales que lo han convertido en una potencia turística a nivel mundial.”<sup>20</sup>

### **1.8 Organismos gubernamentales o públicos de turismo en México**

La información presentada a continuación fue obtenida del informe de la Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*, del año 2006, el cual señala que el turismo nacional requiere la acción coordinada de los tres niveles de gobierno y de distintas dependencias, ya que su desarrollo las recorre transversalmente.

En el ámbito de la Administración Pública Federal, muchas son las dependencias y entidades cuyos campos se encuentran relacionados, directa o indirectamente con el turismo. En consecuencia, la Secretaría de Turismo, tiene como parte de su misión promover entre las demás instituciones públicas de principio de que la concurrencia de todas ellas para alentar el turismo, en sus respectivos ámbitos de competencias, redundará en beneficio de la economía nacional, regional y local, y permite el desarrollo social de las localidades en las que el turismo tiene, actualmente o en forma potencial, el papel de motor de desarrollo.

Como dependencia responsable de este sector, la Secretaría de Turismo, tiene entre sus funciones primordiales apoyar el fortalecimiento y desarrollo de productos y destinos turísticos consolidados o en desarrollo. De esta forma, la SECTUR realiza un conjunto de acciones para facilitar, por medio de la gestión y otros instrumentos, el desarrollo de productos turísticos innovadores que atiendan segmentos específicos y así mantener la competitividad y sustentabilidad de los destinos turísticos que posicionan a México como un destino “preferido” para la realización de actividades de sol y playa, culturales, ecoturísticas, de negocios, deportivas y de turismo social.

Otra función de la SECTUR es apoyar y fomentar el desarrollo turístico municipal, estatal y regional, buscando mejorar las capacidades de los actores locales y regionales para enfrentar los retos de la actividad turística. De este modo, podemos ver que el turismo es una industria muy compleja en la que es necesaria la participación de distintas dependencias gubernamentales y no gubernamentales, que en un esfuerzo conjunto buscan posicionar a nuestro país como uno de los destinos turísticos de mayor preferencia dentro del mercado mundial.

De acuerdo con el informe anteriormente mencionado, el sector turismo se encuentra compuesto por la Secretaría de Turismo, como coordinadora sectorial; el Fondo Nacional de Fomento al Turismo; el Consejo de Promoción Turística de México, S. A de C.V., y el FONATUR- BMO.

---

<sup>20</sup> *Ibid.* Pág. 17.

La Secretaría de Turismo tiene como principal atribución formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística en el país. Su papel en este sentido se encuentra inscrito en la tendencia mundial de la redefinición del papel del Estado en el desarrollo turístico, dejando a un lado el papel pasivo y crítico de intervención y mera regulación, para dar paso a un papel más activo y propositivo de coordinación.

Por su parte, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) se crea con el objetivo principal de participar en la consolidación del desarrollo regional del país, teniendo como visión convertirse en una institución líder en la promoción del desarrollo de proyectos diversificados, dentro del marco referencial de las tendencias mundiales del turismo.

La aportación del FONATUR fue la elaboración de planes maestros de desarrollo y normas de planeación que rigieran el crecimiento organizado de los centros turísticos, con la participación de la población y el respeto al medio ambiente en franca observación de la legislación vigente.

Entre las principales tareas que desempeña FONATUR se encuentran:

- Contribuir al crecimiento y fortalecimiento de la actividad turística nacional.
- Desarrollar y consolidar centros turísticos competitivos en todos los ámbitos.
- Financiar la oferta turística.
- Crear, controlar y, según sea el caso, manejar empresas orientadas a diversificar la oferta de servicios turísticos.

Por otra parte, El Consejo de Promoción Turística de México, S. A. de C.V. (CPTM), surge como una entidad que tiene como principal objeto diseñar y operar todas aquellas estrategias encaminadas a la promoción turística, tanto nacional como internacional. Sus principales funciones son:

- Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística.
- Proporcionar, por cualquier medio, información turística especializada a mexicanos y extranjeros.
- Proporcionar bienes o servicios inherentes a su objetivo.
- Obtener recursos complementarios, económicos, técnicos y materiales, para el desarrollo de su objetivo.
- Fomentar, con la participación de los sectores público y privado, todo tipo de actividades que promuevan los atractivos y los servicios turísticos del país.
- Suscribir convenios con los gobiernos de las entidades federativas y municipios; con organismos mixtos estatales y municipales, y con el sector privado, nacional y extranjero, con el fin de instrumentar campañas de promoción turística.
- Realizar trabajos y estudios de mercado relativos al cumplimiento de sus objetivos.

## 1.9 Principales características de las campañas publicitarias

Una campaña de publicidad tiene por objetivo que un público determinado adquiera cierto producto o servicio, el cual le satisface sus necesidades. El que el mercado objetivo adquiera los bienes o servicios es consecuencia de todo un proceso que incluye un conjunto de estrategias y técnicas.

De acuerdo a lo anterior podemos decir que una campaña de publicidad está conformada por una estrategia creativa, una estrategia de medios, una investigación de mercado y, finalmente, las ejecuciones.

### **Estrategia creativa**

**Objetivo publicitario:** Consiste en definir el tipo de campaña que se llevará a cabo (lanzamiento, permanente, reposicionamiento, mantenimiento), así como delimitar el público a quien se va a dirigir la campaña (target) ya sea por sexo, edad, nivel socioeconómico, profesión, etcétera.

**Objetivo de comunicación o racional creativo:** Este paso enunciará todos los elementos tanto verbales como de imagen que se utilizarán en la campaña. La intención del racional creativo es justificar dichos elementos, y para llevar a cabo esto debemos responder a las preguntas: ¿Qué voy a comunicar? y ¿Cómo lo voy a comunicar?

**Concepto creativo:** Es una palabra o frase que va a unificar la campaña. El concepto creativo es generalmente intangible, sin embargo, también hay tangibles. Este debe permitir de tres a más ejecuciones.

**Tono:** Es el lenguaje en el que se llevará a cabo la campaña. Estos pueden ser: directo, formal, emotivo y humorístico.

**Consumer insight:** En esta parte se debe responder a la pregunta ¿Cómo se va a sentir el consumidor después de probar el producto o servicio? Se debe tomar en cuenta que para la realización de campañas sociales este paso no se lleva a cabo.

**Ejecuciones:** Es la parte final de una campaña de publicidad, aquí se verán representados todos los pasos anteriores ya sea por medio de spots de televisión, spots de radio, carteles, anuncios de revistas, vallas, espectaculares, postales, folletos, anuncios en Internet.

### **Estrategia de Medios**

“Mientras los objetivos establecen los resultados finales, las posiciones de mercado que se pretenden alcanzar, las estrategias delinean las acciones específicas de marketing, que se



recomiendan para alcanzar esos objetivos y, en consecuencia, esos resultados y posiciones deseados. Objetivo es el resultado final; estrategia es el camino a seguir.”<sup>21</sup>

A grandes rasgos, podemos decir que la estrategia de medios es la planeación de los medios de comunicación para llevar a cabo una campaña de publicidad. Se debe tener presente el presupuesto con el que se cuenta y los costos de los espacios publicitarios dentro de los medios de comunicación, además de que es importante conocer el tipo de programación que existe dentro de los diversos programas, ya que eso será de vital importancia para la promoción de nuestro producto.

Así, podemos observar que esta característica de las campañas publicitarias es de suma importancia, ya que en este momento se elegirán los medios de comunicación más apropiados para nuestro producto o servicio tomando en cuenta también al público meta. De esta forma, se decidirá qué medios nos conviene para difundir nuestras ejecuciones, adecuándose al presupuesto con el que se cuenta. Por lo tanto, la diversificación de medios que existen para hacerlo pueden ser: televisión, radio, periódico, revista, postales, espectaculares, vallas, carteles, Internet, etcétera.

### **Investigación del Mercado**

Una buena campaña de publicidad depende también de la realización de una investigación del mercado, ya que a partir de las técnicas cualitativas y cuantitativas se conocerán los gustos y preferencias de los consumidores.

Como ya mencionamos, la investigación de mercado se basa en diversas técnicas para la recopilación de datos e información. Estas se dividen en cualitativas (cualidades) y cuantitativas (números). Así tenemos, de manera general, que las cualitativas son:

- Entrevista a profundidad (Donde el consumidor relata acciones pasadas y representaciones sociales personales).
- Basurología (Analizar los desechos de basura de los hogares).
- Focus group (Grupo de personas en discusión que proporcionan datos sobre un producto o servicio en específico, a través del uso de técnicas proyectivas y dinámicas).
- Técnicas proyectivas (Se busca investigar más allá de las respuestas superficiales para obtener los sentimientos, significados o motivaciones verdaderos penetrando en los mecanismos de defensa. Por ejemplo, prueba de asociación de palabras, clasificación de fotos, terminación de oraciones o historietas, dibujos de los consumidores, contar historias y técnica de las terceras personas).
- Escalas de actitud (Se realiza una lista de rasgos respecto a una persona, aspecto o fenómeno).

---

<sup>21</sup> Biblioteca de manuales prácticos de marketing, *El plan de marketing*, Madrid, Díaz de Santos, 1989, Pág. 49.

Por otro lado, tenemos las técnicas cuantitativas cuya finalidad es obtener información primaria para estudiar cuantos elementos de una población poseen determinadas características. Ejemplos de técnicas cuantitativas son:

- Encuestas (Es la técnica más utilizada para obtener información primaria. Estas se dividen en: encuestas por correo, por teléfono, personales y electrónicas).
- Cuestionarios

De esta forma, con lo anterior podemos ver que cualquier mensaje (idea creativa- concepto) que elaboremos será consecuencia de entender al público. Se deben recabar datos y por medio de las técnicas anteriores se conocerá al público.

La información recopilada permitirá la toma de decisiones en torno a cuestiones de marketing. Además, el análisis de dichos datos tendrá una gran influencia en la realización de la estrategia de medios, ya que a partir de lo que diga el público meta se podrán elegir los medios más apropiados para publicitar el producto o servicio.

“Llamamos investigación de mercados al diseño, obtención, análisis y síntesis sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta... los investigadores de mercados realizan una amplia variedad de actividades, desde estudios de potencial de mercado y participación de mercado hasta evaluaciones de satisfacción y comportamiento de compra de los clientes; también realizan estudios de fijación de precios, productos, distribución y actividades de promoción.”<sup>22</sup>

Otra definición es la proporcionada por Harry Lipson y John Darling quienes señalan que “la investigación de mercados se puede definir como la obtención, el registro y el análisis de datos relativos a los ambientes, mercados y operaciones de mercadotecnia con objeto de proporcionar a la gerencia de mercadotecnia una información útil para la toma de decisiones. Incluye todo el proceso de selección, recopilación, creación, organización, procesamiento, presentación, uso, salvaguarda y depósito de la información, dirigido a mejorar las operaciones de mercadotecnia, de corto como de largo alcance.”<sup>23</sup>

De esta forma, podemos concluir que para nosotros la investigación de mercados es el análisis de datos sobre las necesidades y deseos de los consumidores con objeto de proporcionar información útil para el desarrollo de una idea creativa.

Finalmente, este paso como todos los anteriores, es fundamental para la realización de una campaña de publicidad pues permite conocer las necesidades, gustos, preferencias, actitudes e infinidad de información obtenida a partir de las técnicas que nos ofrece la investigación de mercados para así ofrecer un buen producto que se adecue a nuestro mercado objetivo.

---

<sup>22</sup> Philip Kotler; Gary Armstrong, *Marketing*, México, Pearson Educación, 2001, Octava Edición, Pág. 99.

<sup>23</sup> Harry A. Lipson; John R. Darling, *Fundamentos de mercadotecnia. Textos y casos*, Vol. 1, México, Editorial Limusa, 1990, nueva edición, Pág. 120.

## Bibliografía

- Daniel Bell, "Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales, en *Industria cultural y sociedad de masas*, Editorial Monte Ávila C. A, 1969, 281 pp.
- Biblioteca de manuales prácticos de marketing, *El plan de marketing*, Madrid, Díaz de Santos, 1989, 102 pp.
- Cuervo Raimundo, *El turismo como medio de comunicación humana*, México, Departamento de Turismo del Gobierno de México, 1967, 226 pp.
- De La Torre Oscar, *El turismo. Fenómeno social*, México, Fondo de Cultura Económica, Sección de Obras de Sociología, 1982, primera edición, 134 pp.
- Getino Octavio, *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*, Argentina, Ediciones Ciccus-La Crujía, Colección: SIGNO comunicación y sociedad, 2002, primera edición, 283 pp.
- Goldstone Patricia, *Turismo, más allá del ocio y del negocio*, España, Editorial Debate, 2003, 370 pp.
- Kotler Philip; Armstrong Gary, *Marketing*, México, Pearson Educación, 2001, Octava Edición, 768 pp.
- Lipson Harry; Darling John R., *Fundamentos de mercadotecnia. Textos y casos*, Vol. 1, México, Editorial Limusa, 1990, nueva edición, 244 pp.
- Pérez de las Heras Mónica, *La guía del ecoturismo*, España, Ediciones Mundi-Prensa, 1999, 277 pp.
- Secretaría de Desarrollo Turístico, *Estrategia estatal de desarrollo de turismo alternativo ¡Experiencia Oaxaca!*, [CD-ROM], México, 2004, 9 pp.
- Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*, México, FCE, 2006, 199 pp.

## Páginas de Internet

- Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoaxaca.com>, [consulta: 07/06/2006].
- Secretaría de Turismo, *Turismo cultural*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud), [consulta: 30/08/2006].
- Secretaría de Turismo, *Qué es el turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Alternativo](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Alternativo), [consulta: 30/08/2006].
- UNESCO, en *Patrimonio de la Humanidad*, [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio\\_de\\_la\\_Humanidad#cite\\_ref-sesion31\\_0-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio_de_la_Humanidad#cite_ref-sesion31_0-0)

## CAPÍTULO 2 CARACTERÍSTICAS DEL ESTADO DE OAXACA

El presente capítulo es de carácter descriptivo ya que contiene información sobre el Estado de Oaxaca, se abarcan características del estado desde su composición geográfica y ubicación hasta los antecedentes publicitarios del mismo.

De manera general, en el presente capítulo se exponen las características geográficas de Oaxaca, su historia, sus numerosos grupos étnicos, así como la gastronomía, sus reservas naturales, monumentos coloniales, museos y artesanías de la región. También, las principales fiestas tradicionales del estado, tales como: La Guelaguetza, El Día de Muertos, La Noche de Rábanos y La Navidad.

Posteriormente, se presentarán las diversas alternativas para realizar turismo en el estado, recordando que además de las maravillosas playas existe la opción de realizar turismo cultural, turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo. Dicha información fue recopilada tanto de fuentes bibliográficas, hemerográficas así como de sitios de Internet.

### 2.1 Características geográficas

Sin duda, Oaxaca “Tierra del Sol” es uno de los estados de la República Mexicana que por su geografía, su configuración orográfica, sus climas, bosques, flora, fauna y por las personas que lo habitan lo han situado como uno de los destinos turísticos predilectos.

#### Ubicación

“Oaxaca, situada en el sur de la República Mexicana, cubre un territorio de 95 364 km<sup>2</sup> y limita, en el norte, con los estados de Puebla y Veracruz; en el este, con Chiapas; en el oeste, con Guerrero, y en el sur, con el Océano Pacífico. Por sus dimensiones, es el quinto estado de la República. Su posición geográfica se localiza entre los paralelos 15° 39' y 18° 42' de latitud norte, y los meridianos de 98° 32' de longitud occidental, a partir del meridiano de Greenwich”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Margarita Dalton, *Breve historia de Oaxaca*, México, Fondo de Cultura Económica, Serie: Breves Historias de los Estados de la República Mexicana, 2004, Primera edición, Pág. 17.



<http://www.visitingmexico.com.mx/mapas-mexico/images/Oaxaca%20fisico%20politico.jpg>

### Composición Geográfica

Son varias las regiones en que se ha dividido el estado de Oaxaca. Con base en los recursos naturales Ángel Bassols Batalla lo divide en dos: la región del Pacífico Sur y la del Oriente. En la distribución nacional de Claude Bataillon se describen tres zonas: a Oaxaca se le considera parte del México Central, el Istmo oaxaqueño y una pequeña porción de lo que él llama vertiente huasteca y veracruzana. A su vez, Jorge L. Tamayo dice: “Convencionalmente, el estado se acostumbra dividir en siete regiones; diversos investigadores de la geografía regional consideran que resisten a la crítica y corresponden a zonas con características físicas, culturales y económicas que las definen con precisión”.<sup>2</sup>

“Cada regionalización atiende diferentes aspectos que van desde el económico hasta del demográfico y geográfico. La división que hizo Irazoque para el Plan de Oaxaca (1964-1968) – proyecto de las Naciones Unidas, a través de la FAO, para promover el desarrollo de Oaxaca y que fue utilizada hasta 1990 para los planes de gobierno- divide el estado en ocho regiones.

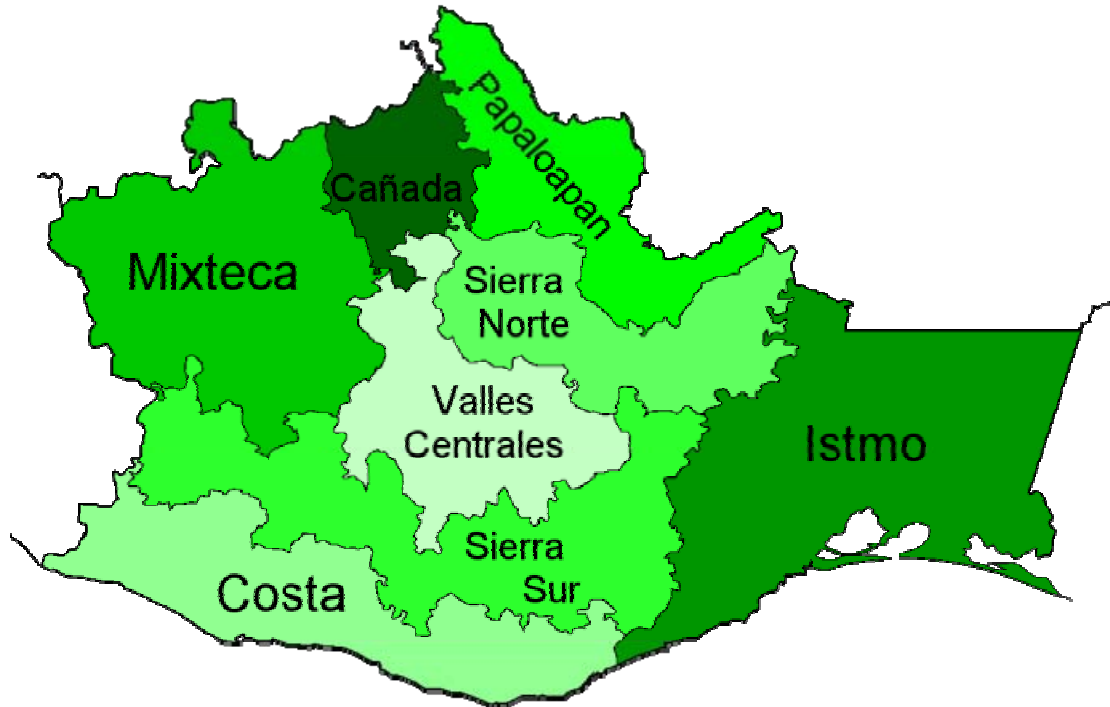
La diversidad de climas, flora y fauna así como de grupos humanos que pueblan el estado ha obligado a reconsiderar estas distribuciones. En la actualidad, se prefiere una regionalización no tan rígida que ayude a comprender mejor al estado y a su gente, aún cuando los límites entre una región y otra no sean tan claros y a pesar de que en ocasiones un municipio se extienda por dos de ellas. Aceptando las limitaciones de cualquier

<sup>2</sup> Jorge Tamayo, en Margarita Dalton, *Op. Cit.*, Pág. 18.



- *El Papaloapan.* Esta región cuenta con 20 municipios donde habitan: mixes, zapotecos, chinantecos y mazatecos, además de mestizos, libaneses, judíos, coreanos y estadounidenses. La región abarca los distritos de Tuxtepec, con 14 municipios, y Choapan con seis municipios.
- *La Cañada.* Los distritos de Cuicatlán y Teotitlán la conforman, tiene 45 municipios y una extensión territorial de 4 300 km<sup>2</sup>. La Cañada colinda con la de Sierra Norte, sin embargo, no hay carretera transitable que las comunique ya que los caminos son tan difíciles que es necesario pasar por la ciudad de Oaxaca.
- *La Sierra Norte.* Tiene una extensión territorial de 12 700 km<sup>2</sup>; está formada por los distritos de Ixtlán, Villa Alta, Mixe, Teotitlán, Cuicatlán, Tuxtepec, Choapan y Etna. Esta sierra sobresale por la existencia de un bosque mesófilo, o bosque de niebla, de los más importantes de América Latina, por su tamaño.
- *Los Valles Centrales.* Los valles de Oaxaca, Tlacolula y Etna forman el distrito del Centro y, junto con algunos municipios de los distritos de Ejutla, Etna, Ocotlán, Zaachila y Zimatlán, integran la región de los Valles Centrales. Estos distritos ocupan 9.2% de la superficie total del estado y abrigan alrededor de la cuarta parte de la población de la entidad, distribuida en los 121 municipios que lo conforman.
- *La Sierra Sur.* Tiene una extensión de 21 400 km<sup>2</sup>. La conforman 131 municipios pertenecientes a los distritos de Putla, Juquila, Miahuatlán, Sola de Vega, Yautepec y los municipios de los distritos de Tlaxiaco, Juxtlahuaca, Zaachila, Tlacolula, Jamiltepec, Etna, Tehuantepec, Pochutla. Se caracteriza por sus bosques, montañas, cuevas y ríos.
- *La Región Mixteca.* Está formada por los distritos de Huajuapán, Silcayoapan, Coixtlahuaca, Teposcolula, Juxtlahuaca, Tlaxiaco y Nochixtlán. Con una superficie de 12954.72 km<sup>2</sup> y un total de 155 municipios. Es la única región que lleva el nombre de un grupo étnico.
- *La Costa.* La región está formada por los distritos de Jamiltepec, Juquila y Pochutla, con un total de 50 municipios y una extensión territorial de 10 700 km<sup>2</sup>.

## División Regional



[http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_regiones\\_mejorado.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_regiones_mejorado.png)

### Orografía

Basta con recorrer las carreteras del estado para darse cuenta que la mayor parte de la superficie es montañosa. La Sierra Madre del Sur entra a Oaxaca desde el oeste, se extiende paralela hacia el Océano Pacífico con alturas máximas que van de 2 000 a 2 500 msnm, y tiene una anchura máxima de 25 kilómetros.

La Sierra Madre Oriental en territorio oaxaqueño se le conoce como Sierra Norte, entra por el lado de Veracruz, al sur del Pico de Orizaba. Esta sierra tiene una longitud aproximada de 300 kilómetros y un ancho máximo de 75 kilómetros, con alturas que van de 2 500 a 3 000 msnm. Algunas porciones de esta tierra son conocidas por sus habitantes como Sierra de Huautla, de San Juan del Estado, Juárez, de Cuajimoloyas, de Villa Alta, Mixe y nudo montañoso del Cempoaltépetl. En el Istmo de Tehuantepec se encuentra una cordillera de menor altura –de 1 000 a 2 300- conocida como la Sierra Atravesada”.<sup>3</sup>

### Hidrografía

“Los llamados conjuntos fluviales que aportan aguas al litoral del Pacífico son los seis siguientes: El Mixteco, que integran los ríos Tlaxiaco, Mixtepec y Juxtlahuaca con sus afluentes los también ríos Huajuapán, Tamazulapán, Silacayoapan, así como el Acatlán, que les unen en territorio de Puebla. El conjunto desemboca en el Atoyac, que a su vez forma el Mezcala, nombre con el que también se conoce al Balsas. Un segundo conjunto es el de los

---

<sup>3</sup> Margarita Dalton, *Op. Cit.*, Págs. 17-44



arroyos que desembocan directamente al mar entre los distritos de Pinotepa y Jamiltepec. Se trata de las corrientes que llevan las denominaciones de Tierra Colorada, Tcoyames, Piedra, del Camarón, de la Arena y de la Tuza, además de otras a las que no se les ha puesto nombre.

El tercero de los sistemas fluviales es el del Río Atoyac- Verde, por cierto uno de los más interesantes tanto por su recorrido –cerca de 600 km- como por los rumbos que sigue al cruzar buena parte del estado y por la cantidad de afluentes que recibe. Nace en el Valle de Oaxaca- con el nombre de Verde-, en la cercanía de las Sedas, con las aguas que recauda la unión de los ríos de ETLA y Tlacolula; antes de cruzar por la ciudad de Oaxaca se le unen los de Jalapillas y de San Juan del Estado y, luego, El Salado- que se origina en Mitla con los escurrimientos de la Sierra de Juárez-. Con el nombre de Atoyac antes de salir del Valle, aumenta su caudal con las aportaciones de los afluentes Ocotlán, Zaachila, Zimatlán, La Concepción y Santa Ana Tlapacoyan. Entre el Valle de Oaxaca y antes de atravesar los macizos de la Sierra Madre por un cañón, el río capta a otros afluentes, algunos de los cuales, a su vez, se formaron con varias corrientes, como el Cuanama, que mueve agua desde la Mixteca y que incluye aguas de los ríos Peñoles y Putla. Los afluentes más importantes que unen al Atoyac son los siguientes: Miahuatlán, Sola, Minas, Fierros y San Jacinto Tlacotepec.

El cuarto conjunto fluvial está formado, entre los ríos Verde y Tehuantepec, y entre la Sierra y el mar, por 16 corrientes, entre ríos y arroyos, que conducen aguas de los terrenos altos hacia el mar y que no llegan, en ningún caso, a sobrepasar la medida de 90 Km. de largo. Los nombres de esos cuerpos de agua son los siguientes: San Francisco, Río Grande, Piedra Blanca, Manialtepec, Mixtepec, Colotepec, Valdeflores, Cozoaltepec, Tilapa, Tonameca, Pochutla, Coyuca, Arenal, Garita, Huatulco y Copalita.

El río Tehuantepec conforma el quinto conjunto fluvial de la costa pacífica de Oaxaca: nace en el área norte de la Sierra Madre del Sur, justamente en donde ésta se encuentra con la Sierra Madre de Oaxaca, en las cercanías de Miahuatlán. En su curso recibe agua de varios afluentes entre los que destacan los ríos de San Antonio, Las Margaritas y las Vírgenes hasta antes de llegar a Jalapa del Marqués; luego se le unen caudales del río Tequisistlán y se vierte en la presa Benito Juárez. De ahí mismo sale y continúa hacia el sureste para desembocar al mar en la bahía de Ventosa.

El sexto conjunto fluvial de la costa oaxaqueña del pacífico está formado por las corrientes que bajan de la Sierra Atravesada hacia la planicie costera. Se trata de los ríos Juchitán y de Astuta, que desembocan en las lagunas superior y oriental respectivamente. Los dos cauces, además, definen un área por la escurren otros ríos todos de menores dimensiones y con destino en las mismas áreas de desagüe: Estacado, Espíritu Santo, San José, Amilpas y Niltepec. De tierras oaxaqueñas parten dos sistemas hidrológicos hacia la cuenca del Golfo de México: las que forman las corrientes que integran a los ríos Papaloapan y Coatzacoalcos".<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> José Rogelio Álvarez Noguera, *Oaxaca cultura y desarrollo*, México, Harte Reinking Editores, 1995, Primera edición, Págs. 12-17.

“Los principales ríos del estado de Oaxaca son: *Río Verde*, que nace en la Mixteca Alta y recibe, cerca de Telistaca, al *Río Atoyac*, formado por cinco arroyos y varios afluentes importantes y va a desembocar al Mar del Sur, al este del Cerro de la Plata. Es un río ancho pero poco profundo y caudaloso. *Río Tecoyama*, fronterizo entre Oaxaca y Puebla, *el Chicometepepec*, *Chacalapa*, *Manialtepec*, *Colotepec*, *Santa Helena*, *Tehuantepec*, *Estepec* y *Chimalapa*. Todos ellos fluyen hacia el Mar del Sur. En el Golfo desembocan los afluentes del Alvarado anteriormente mencionados (el *Río Salado*, proveniente de Puebla, y el *Río Grande* formado, entre otros, por los arroyos *Río de Yavesía* y *Río de San Pedro*, y reforzado por el *Río de las Vueltas*, cerca del Domingullo) y el *Río Coatzacoalcos*, cuyos manantiales y afluentes superiores se encuentran en el Estado de Oaxaca.

### Hidrografía

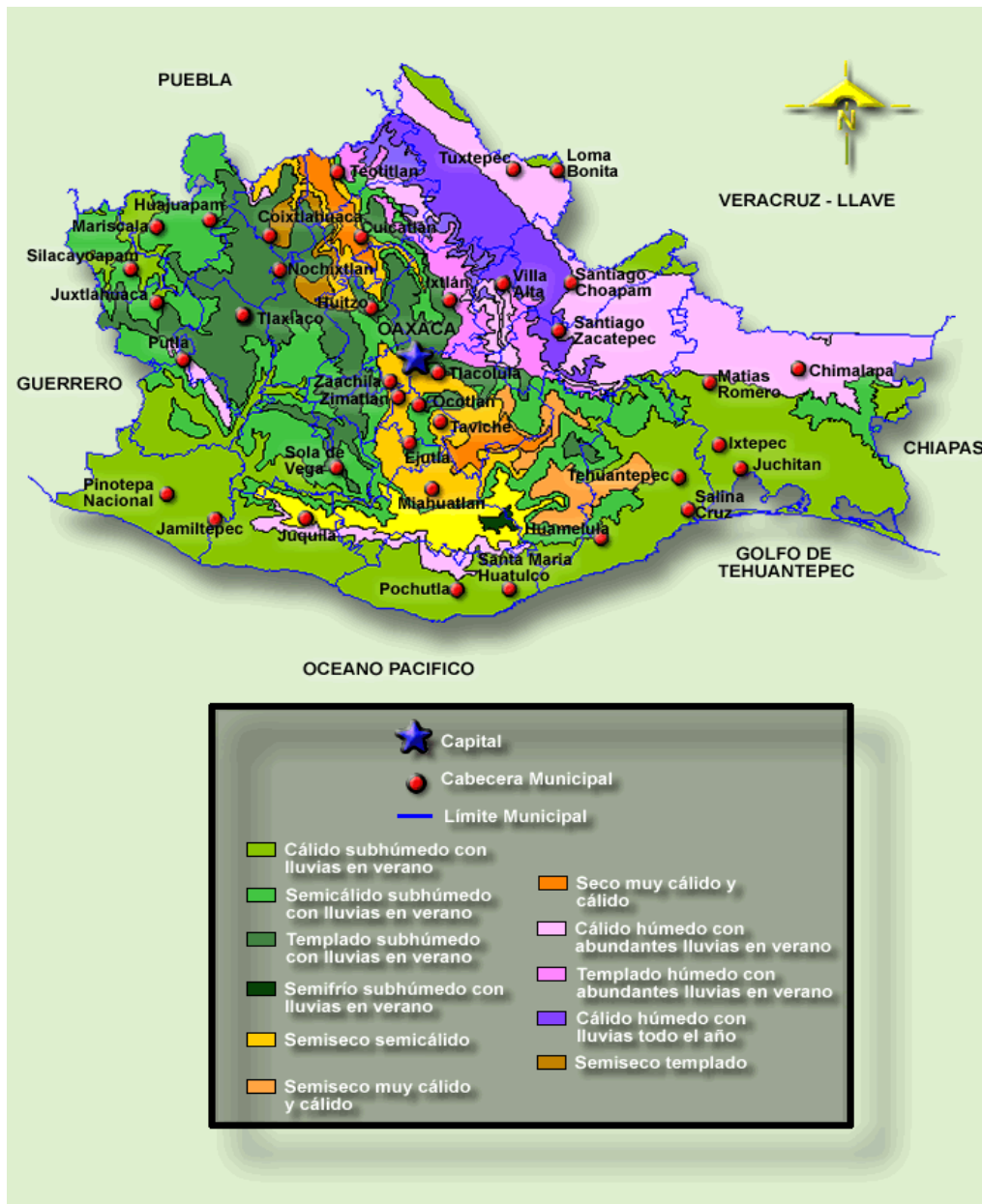


<http://mapserver.inegi.gob.mx/geografia/espanol/estados/oax/rh.cfm>

## Clima

Por lo general, el clima del estado de Oaxaca se considera como uno de los más agradables de la República Mexicana. Es extremadamente suave y sano. Solamente en las barrancas y en los valles profundos, al igual que en la costa, el calor resulta a veces agobiante, mientras que las montañas más altas y entre éstas, durante los meses de diciembre y enero su superficie se cubre a menudo de escarcha y las aguas muertas se visten con una delgada capa de hielo. Incluso durante la estación seca las lluvias son abundantes, aumentándose con ello la fertilidad del suelo.”<sup>5</sup>

### Climas



<http://mapserver.inegi.gob.mx/clima/espanol/estados/oax/rh.cfm>

<sup>5</sup> Eduard Mühlenpfordt, *Ensayo de una descripción de la República de Méjico, con especial referencia a su geografía, etnografía y estadística, El estado de Oajaca*, México, CODEX Editores, 1993, Primera edición, Págs. 21-22.

## **Zonas arqueológicas**

“El patrimonio arqueológico de Oaxaca es tan vasto y extenso que en la época prehispánica se extendía a lo largo y ancho de la gran región Mesoamericana, la cual abarcaba no solo el territorio de la actual República Mexicana sino que se extendía a regiones centroamericanas, llegando hasta Honduras.

Más de tres mil años contemplaron el florecimiento de diversas culturas en este inmenso territorio y fueron todas ellas portadoras de un poder creativo que contribuyó a la formación de una de las más altas civilizaciones que conocieron los antiguos pueblos americanos; civilización comparable únicamente a la desarrollada por los pueblos de la región Andina.

La riqueza arqueológica del estado de Oaxaca, es fiel testimonio de la diversidad cultural que siempre ha caracterizado a esta región y la multiplicidad de lenguas que todavía se hablan, son presencia viva de la huella dejada por aquellos pueblos habitantes de plácidos y extensos valles, como de agrestes serranías que conforman la complicada geografía de la entidad.

El emplazamiento de los sitios arqueológicos en las diferentes regiones de Oaxaca, habla de la convivencia con su entorno y el respeto a la naturaleza con el que los constructores concibieron sus aldeas, villas y ciudades desde las épocas más remotas en la transición de pueblos nómadas a pueblos sedentarios y desde las primeras aldeas hasta los grandes centros de población altamente urbanizados.

## **Monte Albán**

Esta ciudad prehispánica fue la antigua capital de los zapotecos, floreció entre los años 500 a.C. al 800 d.C. y una de las primeras establecidas en el Nuevo Mundo. Sus fundadores provenían de comunidades del valle y hablaban una versión antigua del zapoteco. A Monte Albán la erigieron sobre un conjunto de cerros en el centro del valle y llegó a tener hasta 35,000 habitantes.

Monte Albán es reconocida por su bella arquitectura, sus piedras grabadas y las urnas de cerámica gris representando sacerdotes ricamente ataviados, muchas de las cuales se encontraron en las casi 190 tumbas hasta ahora descubiertas; éstas denotan la creencia en la vida después de la muerte.

Hacia el año 800 d.C. descendió el número de sus habitantes; sin embargo, el descubrimiento de la ofrenda de la tumba 7 demuestra que la ciudad continuó habitada y utilizada como lugar sagrado hasta la llegada de los españoles. En 1987 fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

## Historia del sitio

Desde su fundación, en el periodo Monte Albán I (500 a.C. - 100 a.C.), el sitio surge como el centro principal de poder político y económico de la región. Durante este periodo se inició la nivelación de la parte superior de los cerros para construir los edificios principales y la plaza central.

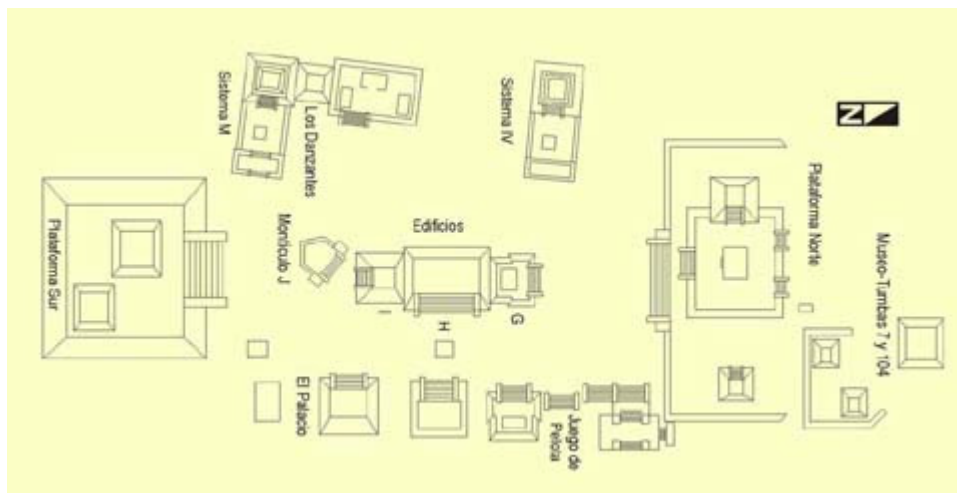
En la época Monte Albán II (100 a.C. - 250 d.C.) los habitantes del sitio continuaron con la nivelación de la plaza; debido a los datos obtenidos del análisis de los hallazgos arqueológicos es evidente que tuvieron contacto con grupos mayas de Chiapas y Guatemala, de donde proviene el culto al murciélago.

Es en la tercera época cuando el sitio alcanza su momento de mayor crecimiento y corresponde al periodo clásico mesoamericano. Este, a su vez, se divide en dos subfases; durante la primera (250-650 d.C.) se reciben influencias de Teotihuacan, las cuales se manifiestan en la decoración de edificios, piezas de cerámica y tumbas. La segunda, al de mayor florecimiento, inicia a la caída de Teotihuacan y termina en el 800 d.C. En esta subfase fueron construidos la mayor parte de los edificios que hoy podemos apreciar, cubriendo a otros de épocas anteriores.

La cuarta época (800-1325 d.C.) abarca hasta la caída de los grandes centros urbanos y el surgimiento de señoríos y casicazgos que poblaron ciudades más pequeñas. La construcción de estructuras monumentales cesó y la población disminuyó.

En la quinta y última fase, conocida como Monte Albán V (1325-1521 d.C.), los mixtecos invadieron el valle y se asentaron en lugares cercanos como Zaachila y Xoxocotlán. Este último grupo hizo ceremonias y enterramientos en la antigua capital zapoteca.

## Un recorrido por Monte Albán



<http://www.go-oaxaca.com/sights/arqueologicos.html>

**Plataforma Norte.** Es la más grande y alta que se encuentra en el sitio (250m de norte a sur y 200m de este a oeste). Delimita la parte norte de la gran plaza y contiene varios conjuntos de templos importantes; el acceso es por amplias escalinatas en sus lados este y sur, esta última de casi 40m de ancho, que nos conduce a un vestíbulo formado por una serie de seis columnas de dos metros de diámetro, las cuales sostenían un techo plano. Este vestíbulo comunica, tres metros más abajo, a un patio hundido con su altar al centro, el más grande de Monte Albán.

**Plaza Principal.** Es la superficie plana más grande de Monte Albán con 300m de largo y 200 de ancho; se encuentra rodeada, en sus cuatro lados, por templos y palacios. Aquí se concentraban las principales actividades cívico-ceremoniales, además de funcionar como área de acopio, intercambio y distribución de mercancías. Esta gran plaza rectangular sombra por su equilibrio y armonía, culminación de varios siglos de crecimiento y construcciones superpuestas. Los edificios centrales vienen a romper con la extensión artificialmente lograda, pero a la vez la enriquecen en cuanto a proporción y simetría del conjunto general.

**Sistemas IV y M.** Estos dos conjuntos de edificios, muy similares entre sí, se encuentran al lado oeste de la plaza, el primero al norte y el segundo al sur, quedando el edificio de los Danzantes entre los dos. Ambos conjuntos se componen de un basamento piramidal de planta casi cuadrada cuyo acceso es mediante una escalera limitada por anchas alfardas y cuerpos escalonados, con extraordinarios ejemplos de decoración de tableros tipo Doble Escapulario. En la parte superior se encontraba el templo, que constaba de un solo cuarto, con columnas de piedra en ambos lados de la entrada.

### **Edificios Centrales.**

**Edificio G.** Es un basamento de planta cuadrada que consta de dos cuerpos, con una escalinata de acceso por el norte. En la parte superior se construyó un templo con vestíbulo y aposento. Corresponde a la época Monte Albán III.

**Edificio H.** Está construido por un basamento rectangular con escalinata por el lado este; en su parte superior tiene vista hacia la misma dirección, con un pequeño templo a cada lado.

**Edificio I.** Es similar al edificio G, salvo que la escalinata de acceso y el templo están orientados al sur.

**Edificio de los Danzantes.** Es una de las construcciones más antiguas de Monte Albán, pues corresponde a la época I. Durante la época III fue cubierto por otra estructura (edificio L); así permaneció hasta que las excavaciones arqueológicas los descubrieron al mostrar parte de su esquina sureste, la cual está compuesta por hiladas horizontales de grandes bloques rectangulares de piedra con representaciones de personajes que llamaron popularmente "danzantes". Hay casi 300 de ellos y parecen ser caciques o señores de otras regiones derrotados por Monte Albán. Cada bajorrelieve parece referirse a personajes concretos, algunos incluso se repiten. Portan elementos que los identifican con una clase social alta como

son los tocados, collares, orejeras y brazaletes; alrededor de sus cabezas aparecen glifos que seguramente se relacionan con ese personaje, tal vez indican su nombre, rango, profesión o procedencia.

**Edificio J.** Es el único edificio en todo Monte Albán con planta y orientación diferente a los demás. Aunque el edificio presenta varias etapas constructivas y modificaciones, su forma general y las lápidas de conquista que aparecen en sus muros corresponden a la época II (100 a.C.-250 d.C.). El doctor Alfonso Caso pensaba, hacia 1940, que este edificio podría haber funcionado como observatorio; sin embargo, aunque esto no ha sido comprobado, se le conoce popularmente con ese nombre. La planta general del edificio adopta, más o menos, la forma de una punta de flecha; la escalinata de su parte frontal está orientada hacia el noreste.

**Plataforma Sur.** Es de planta más o menos cuadrada de 140m por lado, y limita el lado sur de la plaza principal. El acceso a la parte superior es por el lado norte a través de una escalinata de 40m de ancho con anchas alfardas. En su parte superior se encuentran dos montículos; al más alto (montículo III) se accede por el oriente. Su templo mira hacia la misma dirección. En la esquina noreste del mismo, se aprecian tres etapas constructivas correspondientes a la época III. Las estelas que se encuentran en las esquinas noreste y noroeste de la plataforma, muestran prisioneros con las piernas amarradas y los brazos atados atrás. Es probable que el símbolo del lugar sobre el que están parados indique su lugar de origen, mientras que los textos con glifos y numerales cuenten su historia.

**El Palacio.** Fue una residencia de alto nivel. Alrededor de un patio se construyeron cuatro cuartos principales a los que, posteriormente, se anexaron otros ocupando las esquinas. Su acceso es a través de un estrecho corredor e escuadra.

**El Adoratorio.** Se conectaba por medio de túneles con los edificios del centro y del lado este, seguramente éstos eran desconocidos para la gente común y servían para que los sacerdotes transitaran por ellos simulando aparecer en uno y otro lugar.

**Casa de la Tumba 7.** Se trata de un templo típicamente zapoteco con sus dos cuartos flanqueados por columnas. Bajo el piso del templo se construyó una tumba rectangular con sus paredes decoradas con pinturas. Hacia la época V (1350-1521 d.C.), estando Monte Albán ya abandonado por los zapotecos, grupos mixtecos que habían invadido el valle de Oaxaca llegaron hasta este palacio y rompieron el piso, descubrieron y penetraron a la tumba por la parte superior, sacando la mayor parte de lo que se encontraba en su interior. Posteriormente, distribuyeron en toda la superficie los restos de nueve individuos que habían exhumado, de algún lugar desconocido, acompañados de una riquísima ofrenda.

**Casa de la Tumba 104.** Es la casa de un personaje importante construida alrededor de un patio durante la época Monte Albán III. Fue descubierta en 1937, la construcción de la fachada es muy interesante por combinar el tablero remetido con una urna de cerámica empotrada al centro; representa una deidad sentada en un trono de jaguar con un tocado donde aparece el dios del maíz Pitao Cozobi y cabezas de jaguar a los lados. En el interior se descubrió el esqueleto de un individuo adulto rodeado de urnas, sahumadores y vasijas como ofrenda. La

decoración de la tumba se hizo sobre una capa delgada de estuco, delineando las escenas de deidades y sacerdotes para colorearlas después.

### **El tesoro de la Tumba 7 de Monte Albán**

Sin duda el aspecto más significativo de la cultura desarrollada por los antiguos habitantes de Monte Albán fue la expresión arquitectónica. Sin embargo, otro aspecto, quizá menos evidente pero no menos importante y sustancial fueron las prácticas funerarias, el culto que profesaban a sus muertos y los métodos de enterramiento utilizados en los diferentes periodos en la vida de la gran ciudad.

A partir de las exploraciones arqueológicas llevadas a cabo por Don Alfonso Caso hasta la actualidad, se han descubierto centenares de entierros y tumbas, dentro de las cuales se encontraron diferentes ofrendas asociadas a los cuerpos ahí depositados. Pero ninguna tan espléndida y admirable como la tumba No. 7, descubierta en el mes de enero de 1932 por Alfonso Caso y su equipo de arqueólogos cuya ofrenda, de incomparable riqueza material, artística y científica, hace de esta tumba único ejemplo en la arqueología de América.

Más de cuatrocientos objetos de la más bella manufactura, son orgullo de la orfebrería prehispánica de Oaxaca: pendientes, diademas, brazaletes, broches, pectorales, anillos, collares, copas, vasijas, ollas y vasos, cascabeles, orejeras y ajorcas, más multitud de otros artefactos, se fabricaron con oro sólido o repujado o laminado, con plata pura o bronce, con piedras preciosas o semi-preciosas como jade, cristal de roca u obsidiana; con conchas marinas, resplandecientes turquesas, coral o tecalli. Y si esto no fuera suficiente, admire el visitante las magnificas perlas que, seguramente por vía de tributo llegaron aquí desde el océano Pacífico.

Por los adornos representados en muchas de estas obras de arte, lo más seguro es que éstas fueron dedicadas a un personaje con carácter sacerdotal, expresión de la esencia de un pueblo que giraba alrededor de un ideal religioso y que fue capaz de legarnos –en palabras de Fray Bartolomé de las Casas- “cosas tan ricas y por tal artificio hechas y labradas que parece ser sueño y no artificias por manos de hombres...”

Por razones de seguridad en su resguardo, el Tesoro de la Tumba 7 no se exhibe en Monte Albán sino en una sala especial del Centro Cultural Santo Domingo.

### **La zona arqueológica de Mitla**

La ciudad de Monte Albán comenzó a ser paulatinamente abandonada alrededor del año 800 de nuestra era. Evidentemente la cultura no desapareció sino que tuvo que adecuarse a los nuevos tiempos que la arqueología ha denominado “periodo postclásico”, el cual transcurrió aproximadamente entre los años 900 y 1521 de nuestra era.

Durante éste periodo emigraron a los valles de Oaxaca numerosos grupos de personas de origen mixteco, procedentes de la Mixteca Alta y con ellos llegó también su cultura. El



encuentro de esta nueva cultura con la ancestral zapoteca de los valles de Oaxaca, produjo lo que en lo sucesivo fue la cultura Mixteco-Zapoteca y la ciudad de Mitla llegó a ser, sin duda, su más importante asentamiento".<sup>6</sup>

"El estudio de estas ruinas es una fuente de descubrimientos de gran valor por la luz que arrojan sobre los primeros pobladores de América, sus analogías de raza con otras del Viejo Continente, su imponente antigüedad, su adelantada civilización y otras muchas cuestiones y problemas de gran interés arqueológico e histórico.

Estas notables ruinas se remontan a la época de las civilizaciones toltecas por lo que no puede dudarse el mismo nombre de las ruinas, Mitla viene del Mictlán nahoa ó sea, lugar de los muertos, pero los zapotecas llamaban a este sitio en su lengua Lyobaá que quiere decir "el centro del descanso".

Las ruinas se componen de edificios que pueden haber sido templos o palacios; estos han sido descubiertos últimamente aunque parece que también fueron conocidos por los españoles; y se supone que fueron tumbas de los reyes y sacerdotes toltecas. El primer edificio se compone de tres terraplenes oblongos, de piedra mezclada con tierra, de unas dos varas de altura, de las cuales el mayor queda al norte junto con otros dos iguales dejando vacío el lado sur.

La construcción de este palacio manifiesta la invasión tolteca. Los muros son de tierra mezclada con piedras, a lo que se le llama adobe que, resulta ser sumamente fuerte. La superficie de estos muros está cubierta en su parte inferior con hileras, como de una vara de altura, formadas de lozas labradas con un bordo para sustentar la inmensidad de piedras pequeñas que combinándose cubren los muros".<sup>7</sup>

"El edificio mejor conservado es el denominado "conjunto de las columnas" aunque desde el punto de vista histórico sobresale el "conjunto del templo católico", templo construido con el material que se obtuvo de la destrucción del monumento prehispánico y que vino a ocupar su lugar; muestra de la dolorosa transición que tuvo que enfrentar Mitla en el momento de la conquista española y la imposición de una nueva religión.

### **La zona arqueológica de Yagul**

Se ubica en las primeras estribaciones de la Sierra Norte, en el límite oriental de los Valles Centrales de Oaxaca y a pocos kilómetros de la zona arqueológica de Mitla. Desde cualquier punto del sitio se domina el extenso valle y esta circunstancia apoya la idea de los arqueólogos de que la función primordial de Yagul fue de carácter militar. Esta idea se fue confirmando cada día más en tanto se realizaban estudios arqueológicos en la zona.

---

<sup>6</sup> Ernesto González Licón; Marcus Winter; Gilberto Hernández Díaz, *Zonas Arqueológicas de Oaxaca*, [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/arqueologicos.html>, [consulta: 30/08/2006].

<sup>7</sup> J. R. Southworth, *Oaxaca y Puebla ilustrado*, México, Editorial VERDEHALAGO, 2000, Págs. 14-15.

En este sentido, el turista tiene a la vista el complejo conocido como el Palacio de los Seis Patios. Cada uno de estos patios está cerrado en sus cuatro lados por cuartos con una, dos o tres entradas y la comunicación entre patios y dependencias parece haber conformado una especie de laberinto.

Las exploraciones arqueológicas han revelado la existencia de varios palacios superpuestos. Es decir que al derrumbarse un palacio, sobre sus escombros se construyó uno nuevo y el que hoy contemplamos fue por tanto, el último. Lo anterior es significativo pues muestra la gran cantidad de materiales constructivos que debieron removerse de un lugar a otro, con el fin de preparar la extensa plataforma sobre la que hoy descansa este palacio.

Prácticamente anexa al Palacio de los Seis Patios, se encuentra la majestuosa cancha del juego de pelota, testimonio de la actividad ritual que debió tener lugar en este sitio y debe advertirse que es la de mayor extensión en el estado de Oaxaca, aunque conserva la misma forma de doble T con sus rebotaderos a cada lado, tal como son las canchas para este juego en Monte Albán y Dainzú.

Para corroborar el carácter defensivo del sitio, en la parte más elevada pueden aún verse las partes remanentes de una gran muralla, elemento que seguramente protegía el lugar contra intrusos que pretendieran acercarse desde los puntos altos de la serranía.

La distribución arquitectónica y la decoración presente en algunos edificios y tumbas de Yagul, son contemporáneos de la zona de Mitla y hablan por lo mismo un lenguaje semejante. A pesar de ello, a la fecha no se ha establecido con certeza la relación que pudieron haber mantenido entre sí estas dos ciudades. Lo que queda claro es que la cultura Mixteco-Zapoteca del período postclásico (a.C.900-1521 d.C.), estaba en el pleno apogeo de su desarrollo en esta parte de los Valles de Oaxaca a la llegada de los colonizadores europeos en el siglo XVI.”<sup>8</sup>

## 2.2 Historia del estado

“El Estado de Oaxaca, que existe como tal desde que fue constituido por el Congreso de la Unión el 3 de febrero de 1824, es uno de los más complejos e interesantes del país. Su territorio, de casi 100 mil Km<sup>2</sup> está prácticamente cubierto por accidentes topográficos de diversa naturaleza, circunstancia que ha incidido de distintos modos tanto en el aprovechamiento histórico de recursos como, incluso, en su moderna organización económica, política y social”.<sup>9</sup>

“Se sabe muy poco acerca de las razas prehistóricas de Oaxaca, por el fanatismo de los sacerdotes que acompañaron a los invasores, quienes destruyeron y quemaron los antiguos

---

<sup>8</sup> Ernesto González Licón; *et. al. Op. Cit.*, Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/arqueologicos.html>, [consulta: 30/08/2006]

<sup>9</sup> José Rogelio Álvarez Noguera, *Op. cit.*, Pág. 7.

archivos de las razas conquistadas. Las centurias que han pasado han hecho desaparecer las razas pobladoras de Oaxaca, dejando las ruinas monumentales y portentosas de Mitla como un ejemplo de su inteligencia y adelanto, ruinas que en siglo XX confunden a los arqueólogos del mundo.

Actualmente se acepta por la mayoría que las ruinas de Mitla, marcan el sitio del gran imperio zapoteca, que antecedió al de los aztecas. En ningún otro país el viejo adagio “la fuerza es el derecho ocupado” se ha visto cumplido mas ampliamente que en México, pues que la entrada de Cortés en 1519 derrocó el imperio de los aztecas y el emperador Moctezuma fue hecho prisionero del Rey de España.

Tan luego como Cortés hubo logrado de poseer a los aztecas de la autoridad se dedicó inmediatamente a buscar medios de protección para la flota española que se encontraba en las aguas de Veracruz. A este fin, envió un destacamento para explorar el territorio, a su regreso informó a este destacamento favorablemente sobre las ventajas ofrecidas por el puerto que está en la boca del río Coatzacoalcos. Inmediatamente Cortés dio órdenes para que un destacamento de soldados se dirigiese a ese punto para formar una colonia y construir una fortaleza. El General Velázquez de León se encargó del destacamento y lo condujo hacia el sureste, pasando por entre los grandes cañones rocallosos que actualmente recorre el ferrocarril mexicano del sur y atravesando todo el valle de Oaxaca hasta llegar a la costa.

Tan luego como hubo ocupado la posición que se la había designado, envió noticias relativas a la existencia de muchas ciudades y villas incluyendo las de Mitla y Oaxaca. La extraordinaria fertilidad del suelo y los grandes recursos naturales del valle de Oaxaca indujeron a Cortés a cultivarlo para el beneficio de su Rey. El éxito coronó sus esfuerzos y por un decreto fechado en 1529 el Rey Carlos V de España, confirió con agrado a Cortés el título de Marqués del valle de Oaxaca.

En año 1521 después de la conquista de Tenochtitlán Cortés pidió urgentemente que fueran enviados a la Nueva España sacerdotes que tomaran en manos la obra de la conversión de los indios. En 1532, Oaxaca fue constituida en ciudad por una cédula real y dos años después, el Papa Pablo III creó la Diócesis de Oaxaca , por medio de una bula, convirtiéndola así en una de las primeras cuatro diócesis establecidas en México. Durante este año ocurrió en la ciudad y el estado de Oaxaca un gran terremoto, siendo también muy notables los que se verificaron en los años 1772, 1787 y 1818.

Después que los invasores hubieron establecido el dominio español, la gente de la ciudad y del estado de Oaxaca se conservó fiel y obediente a sus nuevos señores y nada de gran importancia transcurrió durante el periodo virreinal con excepción de la construcción de iglesias y la fundación de varias instituciones de beneficencia. Oaxaca no ocupó un lugar prominente sino hasta los albores de la centuria XIX.

En los primeros años del siglo XIX España se encontraba manifiestamente bajo el poder de Francia y esta circunstancia dio a México una oportunidad excelente para independizarse

del gobierno español. Miguel Hidalgo, el sacerdote patriota, fue el primero en sostener la causa de la libertad y al proclamar la independencia fue denunciado por el obispo de Oaxaca. Ya comenzada la guerra de independencia el Obispo Beigoza de Oaxaca, al considerar que la insurrección tomaba proporciones formidables, equipó 2 000 hombres y con la ayuda del General José María Régules, que tenía bajo sus órdenes un cuerpo de caballería española intentó defender la ciudad contra la invasión de las fuerzas de Morelos, quien se encaminaba por esa época de Tehuacan a Oaxaca. El 24 de noviembre de 1812, Morelos llegó a Oaxaca al romper el día e inmediatamente pidió el rendimiento de la ciudad pero no habiéndosele dado oído, la atacó tres horas después. El cuerpo del Obispo Beigoza y de los españoles resistió el ataque, pero los soldados de Morelos no eran de los que cejan en un empeño y dos horas después del comienzo de la batalla Morelos había capturado y tomado el bando de la ciudad.

Después de la victoria les fue tomada su palabra a muchos de los oficiales realistas, pero el General Régules y otros cuantos fueron ejecutados en el mismo lugar en que sufrieron la muerte los dos emisarios que Hidalgo había, mandado anteriormente.

Se organizó un gobierno local el señor Don Manuel Nicolás Bustamente fue elegido presidente para dirigir el consejo de la ciudad recientemente establecido. También formó Morelos una guarnición de 1 000 hombres, bajo las órdenes del Coronel Benito García. En enero de 1813, Morelos salió para Acapulco, dejando a García la defensa de la ciudad de Oaxaca.

Al principiar el año de 1814, los realistas hicieron preparativos para tomar otra vez la ciudad, logrando derrotar las fuerzas de García en marzo de mismo año y apoderándose de Oaxaca. Durante muchos años la ciudad sufrió continuamente las vicisitudes de la guerra y estuvo alternativamente en manos de los realistas y de los republicanos hasta que la república fue firmemente establecida. Durante el primer congreso de 1824, Oaxaca se constituyó en estado y adoptó sus leyes orgánicas el 10 de julio del año siguiente.

En 1864 los imperialistas avanzaron sobre Oaxaca. El General Díaz, que había concentrado una fuerza de 3 000 hombres y levantado fortificaciones alrededor de la ciudad con ayuda de los indios, conservó la autoridad en el lugar de su nacimiento los 12 meses siguientes. El 4 de julio de 1865, los imperialistas a las órdenes del General Bazaine, abrieron al ataque. El General Díaz comprendiendo la superioridad de las fuerzas con las que tenía que luchar, decidió rendirse, para evitar el inútil derramamiento de sangre en la matanza. Fue enviado a Puebla prisionero, pero después de un encierro de siete meses se escapó. 1866 los imperialistas habían tomado posesión de la costa de Oaxaca, con la ayuda de la flota francesa. El General Díaz, se ocupó en cortar las comunicaciones entre Oaxaca y Puebla. Díaz encontró las fuerzas de Oronoz hacia el fin de octubre. Un combate se entabló en el valle de Oaxaca después y de corto tiempo, casi todo el enemigo había sucumbido. Después de esta victoria el General Díaz avanzó sobre la ciudad y dejándola sitiada marchó sobre la columna austro-mexicana. La columna fue aniquilada y después de capturar las municiones y bagajes, regresó a Oaxaca, logrando que los imperialistas capitularan el 1° de noviembre de 1866.

En 1871 las elecciones presidenciales fueron motivo de disgusto entre el pueblo y fue entonces cuando el General Díaz, publicó en La Noria un manifiesto pidiendo que se mantuviera la Constitución de 1857. El gobierno desaprobó este acto de Díaz y en consecuencia comisionó al General Alatorre para que avanzara sobre Oaxaca, ciudad que ocupó el 4 de enero de 1872.

El General Fidencio Hernández, que se encontraba en Tuxtepec, se pronunció contra el gobierno el 15 de enero de 1876, dirigiéndose inmediatamente a la ciudad de Oaxaca con un ejército de indígenas. Doce días después, encontró y derrotó a las tropas federales y aprovechándose del pánico que se apoderó de la ciudad, la tomó el mismo día sin encontrar oposición de parte de las fuerzas estacionadas ahí.

Después de destruir las comunicaciones telegráficas se declaró gobernador de Oaxaca, desconoció a Lerdo y su gobierno y proclamó a Porfirio Díaz General en Jefe del Ejército Revolucionario. El General Díaz, que estaba en los Estados Unidos, regresó a Oaxaca a principios de Julio y en Octubre salió de la ciudad con un fuerte ejército con la intención de detener a las tropas lerdistas y marchar sobre la Capital. Esta expedición fue coronada con el éxito, entrando el 23 de Diciembre a la ciudad de México y asumiendo 5 días después el poder ejecutivo.

Los albores de 1877 contemplaron en todo su esplendor el poderío de Porfirio Díaz y el 2 de mayo fue debidamente elegido Presidente Constitucional de la República Mexicana. Al finalizar ese mismo año el gobierno de Díaz fue reconocido por España, Alemania, Italia, y la mayor parte de las repúblicas del centro y Sudamérica.

Tres años después lo reconocieron Portugal, Bélgica y Francia, lo que dio por resultado la mejora y el aumento de las mutuas transacciones comerciales y el aumento también de la confianza en el gobierno de la República Mexicana".<sup>10</sup>

### **2.3 Grupos étnicos del estado**

"México está constituido por una sociedad nacional que comparte su espacio con importantes grupos sociales, que aún se identifican como portadores de una cultura distinta, a quienes de manera arbitraria englobamos con el nombre de indígenas... el estado de Oaxaca se caracteriza por presentar una enorme desintegración social producto de las condiciones orográficas de la identidad y de la gran variedad de culturas y de lenguas propias de sus habitantes."<sup>11</sup>

Los grupos étnicos de la región dada su diversificación se han dedicado a infinidad de actividades tales como: alfarería, fabricación de barro negro, cestería, cuchillería, hierro

---

<sup>10</sup> J. R. Southworth, *Op. cit.*, Págs. 10-13.

<sup>11</sup> María Luisa Acevedo, *et al.*, *Etnografía y educación en el estado de Oaxaca*, México, INAH, 1993, Pág. 7.

forjado, orfebrería, textiles, alebrijes, entre otras. Así, María Luisa Acevedo en su obra *Etnografía y educación en el estado de Oaxaca*, presenta los siguientes grupos étnicos:

- **Mixtecos de la Mixteca Baja**

La mixteca baja es una porción de la región Mixteca que se localiza en el noroeste del estado. Al norte colinda con el estado de Puebla y al oeste con el estado de Guerrero. Comprende cuatro de los treinta distritos en que se han agrupado los 570 municipios en los que se divide la entidad. Los distritos que integran la Mixteca Baja son: Huajuapán, Silacayoapan, parte de Juxtlahuaca y parte de Teposcolula que reúnen 75 municipios de los cuales en 31 se habla mixteco. La región muestra una carencia de vías y medios de comunicación expedita debido a la accidentada orografía de la zona.

- **Chochos**

La región habitada por el pueblo chocho se localiza en el noroeste del estado. Actualmente, abarca 12 municipios todos ellos escasamente poblados. El clima es seco, semiárido y extremoso, con heladas y vientos fríos en invierno. La fauna original se ha extinguido en forma alarmante debido también a la erosión.

En estas condiciones tan poco favorables no es de extrañar que la población muestre una tendencia creciente a disminuir. Cabe mencionar que el pueblo chocho es uno de los más pobres del país pues los recursos naturales con los que cuenta son sumamente escasos. Esta pobreza se evidencia en la vivienda, los utensilios, la dieta y el vestido al igual que en la salud de los habitantes la cual, como resultado de las carencias, se encuentra en pésimas condiciones.

- **Ixcatecos**

Los habitantes del idioma ixcateco se encuentran sólo en Santa María Ixcatlán, pueblo enclavado en la parte más oriental del estado conocida como la Mixteca Alta. El ixcateco junto con el popoloca de Puebla, el chocho y el mazateco forman la familia popoloca del grupo otomangue.

- **Mixtecos de la Sierra.**

La región que habitan se sitúa en la confluencia de la Sierra Madre del Sur y la Sierra de Oaxaca, abarcando la porción occidental del estado, al sur del estado de Puebla y al noroeste del estado de Guerrero. Comprende parte de los distritos de Putla, Juxtlahuaca, Teposcolula, Etlá y Zaachila y los distritos de Tlaxiaco y Nochixtlán. En total 76 municipios.

El indígena de la Mixteca de la Sierra se enfrenta a grandes problemas que pueden reducirse al aspecto económico y social. Por un lado, debido a su difícil acceso su territorio se encuentra aislado del resto de las comunidades. Por otro, sus tierras están muy erosionadas y cada vez existen menos tierras aprovechables para la agricultura. A lo anterior hay que añadir la ausencia de técnicas agrícolas adecuadas, así como de parcelas que puedan ser distribuidas entre la población en constante crecimiento. Otro problema es la explotación de que son objeto por parte del mestizo. Como

consecuencia, recurren a la migración temporal o permanente y al ejercicio de otra actividad complementaria de su economía.

- **Tacuates**

Habitán en el suroeste del estado en los municipios de Santa María Zacatepec y Santiago Ixtayutla. Estos municipios se ubican en la región Mixteca y presentan alturas que van de los 650 hasta los 1 100 m sobre el nivel del mar.

Actualmente, existe una lucha económica, social, política y étnica entre la población tacuate y los mestizos ganaderos, entre los tacuates y los mestizos cafetaleros y entre ellos mismos. El enfrentamiento entre los dos grupos ha conducido a situaciones de violencia física, que la mayoría de las veces con resultados nefastos.

- **Triques**

Se localizan en la parte centro occidental del estado, en el centro de la región mixteca, la totalidad del territorio es montañoso, ya que forma parte de la Sierra Madre del Sur y del llamado “Nudo Mixteco”. Los triques ocupan cinco pueblos y algunas rancherías que pertenecen a los distritos de Putla, Tlaxiaco y Juxtlahuaca. Los poblados principales, también conocidos como cabeceras de los pueblos triques son: Tlaxiaco, San Martín Itunyuso, en Juxtlahuaca, San Juan Copala, y en Putla, San Andrés Chicahuaxtla.

El trique sigue siendo la lengua de la vida diaria y ceremonial. Hay fuertes imperativos de la castellanización pero en los últimos años no ha habido variaciones en la proporción de monolingües. Por su desconocimiento del idioma español son explotados, se les acusa de delitos muchas veces no cometidos y se les encierra en la cárcel de Putla por muchos años.

- **Amuzgos de Oaxaca**

Habitán el sureste del estado de Guerrero y sureste del de Oaxaca. En el estado de Guerrero se localizan en los municipios de Ometepec y Xochistlahuaca. En el estado de Oaxaca dentro del distrito de Putla, en los municipios de San Pedro Amuzgos y Santa María Ipalapa. Las vías de comunicación son escasas y a veces inaccesibles en época de lluvia pero algunos pueblos cuentan con teléfono, correos y radio receptores.

La baja productividad en la agricultura tradicional de maíz y frijol es un problema muy grave, por lo que los amuzgos se ven obligados a auxiliar su economía en la horticultura, la cría de ganado y la fabricación de artesanías, mismas que venden a intermediarios a precios sumamente bajos.

- **Mixtecos de la Costa**

Abarcan el distrito de Jamiltepec, el municipio de San Pedro Tututepec del distrito de Juquila y algunas localidades del distrito de Putla. Sus principales problemas tienen que ver con la agricultura y con el mercado de sus productos. Las tierras de los Mixtecos de la Costa se han erosionado con el uso constante; el ganado de los mestizos

invade sus cultivos y las tierras planas de temporal les son disputadas por los no indígenas.

Los acaparadores compran sus productos indígenas (maíz, ajonjolí, coco) a precios bajos y se las arreglan para impedir que los lleven a vender fuera de la región, donde obtendrían mejores precios. El analfabetismo y la insalubridad son producto del deficiente sistema escolar para la población indígena y la casi inexistencia de servicios sanitarios asistenciales.

- **Chatinos**

Se encuentran al sur del estado de Oaxaca, sobre la costa del Pacífico, en territorio del distrito de Juquila y en una pequeña porción del de Sola de Vega, se encuentra una zona montañosa habitada por el grupo indígena chatino. La lengua chatina forma parte de la familia zapoteca, tronco savizaa, grupo otomangue, tiene variantes dialectales pero éstas no han sido claramente definidas.

A pesar de la reciente creación de albergues, los niños que asisten a la escuela casi nunca lo hacen por más de dos años, pues resulta difícil para ellos trasladarse de los ranchos a los pueblos. Por eso, la mayor parte de su educación proviene del entrenamiento dado por sus padres para que se preparen a cumplir con sus deberes de adultos.

- **Nahuas de Oaxaca**

Se localizan en: San Francisco Huehuetlán, San Lorenzo Cuaunecuiltitla, Santa Ana Ateixtlahuaca, Santa María Teopoxco, Santiago Texcancingo, Teotitlán del Camino.

Es el grupo indígena más numeroso y extendido de los que habitan el actual territorio de nuestro país. Los nahuas asentados actualmente dentro de los límites de Oaxaca tienen tres orígenes distintos: algunos son descendientes de las familias de guerreros, otros, tuvieron como antepasados a los recaudadores de tributos aztecas que se ocupaban de reunir los diversos objetos exigidos a los mazatecos y los cuicatecos de la zona, otro fue el caso de los pueblos con cultura nahua que durante la conquista y los primeros años de la colonia fueron fundados por los españoles alrededor de sus villas y ciudades con el fin de protegerse de eventuales ataques de los nativos comarcanos.

Estos nahuas, que ya habían sido conquistados e iniciados en el proceso de aculturación, perdieron gran parte de su cultura original y se asimilaron a la cultura europea y, en otros, a las tradiciones de los pueblos indígenas vecinos de quienes además de su idioma tomaron varios elementos de su cultura material.

- **Mazatecos**

Viven al norte del estado en los distritos de Teotitlán, Tuxpetec y de Cuicatlán. El parteaguas de la Sierra Madre Oriental divide la región mazateca en dos: al oeste queda la "Cañada Mazateca" y al este la "Zona de la Presa". Pese a las recientes obras civiles, para dotar de carreteras a esta zona, no hay grandes posibilidades de



comunicación entre ambas regiones, por lo que la cultura y el idioma mazatecos han tenido que fragmentarse siguiendo esta barrera natural. Por otro lado, la construcción y operación de la Presa Alemán originó fuertes cambios en el mundo indígena mazateco del este, aumentando aún más la diferenciación cultural.

En todo el territorio mazateco hay insalubridad y pobreza que acarrear enfermedades; hacen falta servicios como electricidad, agua entubada y escuelas.

- **Cuicatecos**

Ocupan un territorio proporcionalmente pequeño del distrito de Cuicatlán, cuya topografía es accidentada porque ocupa las alturas de la Sierra Madre de Oaxaca. Existe una costumbre fuertemente arraigada entre los cuicatecos en cuanto al trabajo cooperativo; recibe el nombre “dar la mano”, y consiste en la ayuda mutua entre parientes y amigos, para que en la construcción de casas, el trabajo de la siembra y la limpia sea una obligación recíproca.

Lo tradicionalista de los cuicatecos y el difícil acceso a la zona que habitan hace inoperante la acción gubernamental en cuanto educación y salubridad se refiere, e impide la puesta en práctica de incentivos que les ayuden a mejorar sus condiciones de vida.

- **Chinantecos**

Habitan una gran parte de la región conocida como “La Chinantla”, ubicada en el noroeste del estado. Los municipios habitados predominantemente por ellos son 16: siete en el distrito de Tuxtepec; tres en el de Choapan; tres en el de Ixtlán; dos en Cuicatlán y uno en Etna.

La vegetación natural de selva tropical con abundantes y gigantescos helechos, ha sido paulatinamente transformada debido a la práctica de la agricultura trashumante y a la introducción de cultivos de plantación como el tabaco, el café y el plátano. Los suelos de los valles son por lo común muy fértiles debido a la acumulación milenaria del humus que depositan los ríos cuando se desbordan; en cambio, los de las laderas son delgados y frágiles cuando se les despoja de su vegetación natural.

- **Zapotecos del Valle**

Habitan la porción central del estado, en los distritos Centro, Etna, Ocotlán; Tlacolula, Ejutla, Zimatlán y una parte de Zaachila. La topografía de la región es poco accidentada pues está constituida por tres valles separados por lomeríos de escasa elevación.

La tecnología de los zapotecos del Valle es occidental atrasada pese a que los mestizos de la zona utilizaban mejoradores y herramientas modernas. Pese a que las comunicaciones en la región zapoteca del Valle son las mejores del estado de Oaxaca, los indígenas son muy conservadores en sus formas sociales, ideas y creencias

religiosas. Sólo incorporándolas a sus usos tradicionales, y tras un lento proceso de adaptación han aceptado algunos elementos de la cultura occidental moderna.

- **Zapotecos de la Sierra**

Ocupan principalmente los distritos de Ixtlán y Villa Alta y parte del de Choapan. El clima de la región serrana es templado, con invierno seco y frío, excepto en las cañadas y los pequeños valles que son más cálidos. La vegetación natural de bosques de pino ha ido desapareciendo para dejar paso a cultivos de maíz y papa, o vegetación secundaria (encinos, que, vuelta a tumbar, conduce a la rápida erosión de los suelos.

Debido a la carencia de servicios, a la poca tierra cultivable, a la ausencia de oportunidades de empleo y a la falta de medios de vida en general, la población zapoteca de la sierra emigra cada vez en mayor cantidad. Esta situación implica no sólo el abandono de sus pueblos y el desquiciamiento de sus instituciones sino, sobre todo, la aparición de nuevos problemas en el enfrentamiento con un modo de vida diferente en los lugares de arribo.

- **Zapotecos del Sur**

Ocupan el extremo sur de los Valles Centrales y la parte montañosa de la cordillera que corre casi paralela a la costa del Pacífico. Los Zapotecos del Sur habitan en los distritos de Miahuatlán y Pochutla, y algunos municipios del distrito de Yautepec, Ejutla, Sola de Vega y Juquila. En total, son 53 municipios en donde se habla zapoteco del sur; en cuatro de ellos se habla además el chatino, y un municipio tiene hablantes de zapoteco, mixe, y chontal.

Los recursos naturales, sobre todo forestales, son abundantes en la zona serrana pero no se ha sistematizado su explotación racional: la población, para sobrevivir tumba el bosque para sembrar el maíz que consume cotidianamente. A pesar de los altos índices de natalidad, la población aumenta lentamente porque la mortalidad infantil es muy grande debido a que los niños están mal nutridos y que hasta hace muy poco tiempo no llegaban la campañas de vacunación ni los servicios médicos.

- **Zapotecos del Istmo**

Este grupo ocupa la porción ístmica del estado, mismo que comprende 31 municipios de los distritos de Juchitán y Tehuantepec. Los sectores de la población con mayor capacidad económica están introduciendo cambios tecnológicos. Son quienes modernizan sus viviendas y comercios, poseen camionetas y camiones de modelos recientes y alquilan tractores para roturar las tierras, adquiridos mediante el pago de renta y se organizan como empresas agrícolas.

No obstante su intensa movilidad geográfica y la oportunidad que con ella tienen de relacionarse con otros universos económicos, los zapotecos mantienen una ideología de la producción que se relaciona estrechamente con la economía de prestigio.

- **Mixes**

Se localiza en el noroeste del estado, en los 17 municipios que componen el distrito mixe y también en diversas localidades, en los distritos de Choapan, Yautepec, Tehuantepec y Juchitán. En la zona mixe llueve gran parte del año, lo que origina innumerables arroyos que nacen en las partes altas de las montañas y al bajar se unen para formar ríos importantes, que finalmente se convierten en afluentes de los ríos Coatzacoalcos, Tehuantepec o Papaloapan.

Casi todos los suelos del área han sido clasificados como “complejos de montaña, y se caracterizan por ser delgados y fácilmente erosionables en las laderas; en general no son útiles para la agricultura, excepto en las hondonadas y en los valles, donde la capa de tierra vegetal es más gruesa.

- **Huaves**

El huave es un grupo indígena que se localiza al sureste del estado, en los poblados de San Mateo del Mar, Santa María del Mar, San Dionisio del Mar, Guamúchil, San Francisco del Mar Viejo, San Francisco del Mar Pueblo Nuevo y Huazantlán del Río, todos ellos situados cerca de las lagunas superior e inferior del Golfo de Tehuantepec en los distritos de Tehuantepec y Juchitán.

Para mejorar las condiciones de vida de este grupo es necesario, además de atender los asuntos relacionados con la salvaguarda de los recursos naturales, llevar apoyos técnicos y financieros adecuados a sus peculiares sistemas de trabajo y prestar oportunamente servicios médicos y educativos eficientes, en los que participen suaves adiestrados en las técnicas occidentales, concientes del valor de su propia cultura y del respeto que merecen en la sociedad en que nacieron.

- **Chontales**

Los chontales habitan en una porción de la zona montañosa y costera ubicada en el sur-sureste del estado. Ocupan parte de los distritos de Yautepec y Tehuantepec. Los chontales están rodeados por grupos zapotecas: del Valle, al norte; del Istmo al este, y del Sur, al oeste. A pesar de la cercanía geográfica, los chontales han mostrado una gran resistencia a la penetración cultural de los zapotecas.

Debido en lo fundamental a la diversidad geográfica, los chontales se han diferenciado socialmente en dos grupos: los serranos o tequistlatecos y los costeños. El clima de la región es muy variado: templado, al norte; frío al centro (en las cimas montañosas) y cálido en las partes bajas y en la costa. Las lluvias son escasas, por lo que casi todo el territorio es seco. La lengua chontal de Oaxaca, o tequistlateca, no ha sido estudiada con la profundidad requerida para determinar sus características estructurales y sus variantes dialectales.

- **Chimalapas**

Los chimalapas son uno de los numerosos grupos étnicos que habitan en el estado de Oaxaca. Culturalmente pertenecen al grupo zoque, cuyo núcleo mayor se encuentra

centrado en el noroeste del estado de Chiapas. Sin embargo, los chimalapas están separados geográficamente del grupo chiapaneco y tienen estrecho contacto con los zapotecos del Istmo, grupo cultural y económicamente dominante de la región istmeña, que ha ejercido durante siglos una influencia considerable sobre ellos. Estas peculiaridades caracterizan al grupo chimalapa: cultura zoque con fuerte influencia zapoteca.

Los chimalapas ocupan dos de los municipios más extensos al extremo oeste del estado de Oaxaca, en la zona montañosa y de floresta tropical (selva) del Istmo de Tehuantepec: San Miguel Chimalapa y Santa María Chimalapa como municipios que sirven de límite al estado de Oaxaca con los de Chiapas y Veracruz. La marginación y el aislamiento son las principales causas de los problemas sociales entre los chimalapas. Así, la falta de transporte produce un encarecimiento en los productos comprados en el exterior, elevándose el costo de vida; la falta de asistencia médica da como consecuencia un alto índice de enfermedades endémicas y epidémicas, origen de la fuerte mortalidad sobre todo infantil.

## 2.4 Oaxaca según el INEGI

### Población total según sexo, 1930-2005

Año	Población total			Hombres (%)	Mujeres (%)
	Total	Participación en el total nacional (%)	Lugar nacional		
1930	1 084 549	6.6	5°	48.8	51.2
1940	1 192 794	6.1	5°	49.1	50.9
1950	1 421 313	5.5	6°	49.2	50.8
1960	1 727 266	4.9	8°	49.7	50.3
1970	2 015 424	4.2	8°	49.5	50.5
1980	2 369 076	3.5	9°	49.7	50.3
1990	3 019 560	3.7	10°	48.9	51.1
1995	3 228 895	3.5	10°	49.0	51.0
2000	3 438 765	3.5	10°	48.2	51.8
2005	3 506 821	3.4	10°	47.8	52.2

NOTA: Cifras correspondientes a las siguientes fechas censales: 15 de mayo (1930); 6 de marzo (1940); 6 de junio (1950); 8 de junio (1960); 28 de enero (1970); 4 de junio (1980); 12 de marzo (1990); 5 de noviembre (1995); 14 de febrero (2000) y 17 de octubre (2005).

FUENTE: INEGI. *Censos de Población y Vivienda, 1930 a 2000.*

INEGI. *Conteos de Población y Vivienda, 1995 y 2005.*

**Porcentaje de población hablante de lengua indígena de 5 y más años por entidad federativa, 2000 y 2005**

<b>Entidad federativa</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>
<b>Estados Unidos Mexicanos</b>	<b>7.2</b>	<b>6.7</b>
Aguascalientes	0.2	0.3
Baja California	1.9	1.4
Baja California Sur	1.4	1.6
Campeche	15.5	13.3
Coahuila de Zaragoza	0.2	0.3
Colima	0.6	0.6
Chiapas	24.7	26.1
Chihuahua	3.2	3.4
Distrito Federal	1.8	1.5
Durango	2.0	2.1
Guanajuato	0.3	0.2
Guerrero	13.9	14.2
Hidalgo	17.3	15.5
Jalisco	0.7	0.7
México	3.3	2.6
Michoacán de Ocampo	3.5	3.3
Morelos	2.3	1.8
Nayarit	4.6	5.0
Nuevo León	0.5	0.8
Oaxaca	37.2	35.3
Puebla	13.1	11.7
Querétaro Arteaga	2.1	1.7
Quintana Roo	23.1	19.3
San Luis Potosí	11.7	11.1
Sinaloa	2.2	1.3
Sonora	2.9	2.5
Tabasco	3.7	3.0
Tamaulipas	0.7	0.8
Tlaxcala	3.2	2.5
Veracruz de Ignacio de la Llave	10.4	9.5
Yucatán	37.4	33.5
Zacatecas	0.2	0.3

NOTA: Con respecto al total de la población de 5 y más años de cada entidad federativa. Se excluye a la población que no especificó si habla o no lengua indígena.

FUENTE: INEGI. *Censo General de Población y Vivienda, 2000.*  
 INEGI. *Conteo de Población y Vivienda, 2005.*

### Población de 5 y más años por condición de habla indígena y habla española, 2005

Condición de habla	Nacional	Entidad
<b>Población de 5 y más años</b>	<b>90 266 425</b>	<b>3 103 694</b>
Habla lengua indígena	6 011 202	1 091 502
Habla español (%)	85.7	84.1
No habla español (%)	12.0	14.3
No especificado (%)	2.3	1.7

NOTA: Cifras al 17 de octubre. Debido al redondeo de cifras la suma de los parciales puede no coincidir con el total.

FUENTE: INEGI. *Conteos de Población y Vivienda, 2005.*

### Población de 5 y más años hablante de lengua indígena por principales lenguas, 2005

Lengua	Total	Estructura %
<b>Población de 5 años y más que habla lengua indígena</b>	<b>1 091 502</b>	<b>100.0</b>
Lenguas zapotecas	357 134	32.7
Lenguas mixtecas	242 049	22.2
Mazateco	164 673	15.1
Mixe	103 089	9.4
Lenguas chinantecas	102 738	9.4
Chatino	42 477	3.9
Triqui	18 292	1.7
Huave	15 324	1.4
Otras lenguas indígenas en México	37 480	3.4
No especificado	8 246	0.8

NOTA: Cifras al 17 de octubre. Debido al redondeo de cifras la suma de los parciales puede no coincidir con el total.

FUENTE: INEGI. *Conteos de Población y Vivienda, 2005.*

\* Las tablas anteriormente mostradas fueron obtenidas de: INEGI, [en línea], Dirección URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/default.asp?c=119&e=20>, [consulta: 25/09/2006].

## 2.5 Más sobre Oaxaca

### 2.5.1 Reservas naturales

**“Reino vegetal.** En cuanto a los productos del reino vegetal, el estado de Oaxaca es tan rico como la mayoría de los estados de la República, la vegetación más abundante y rica, es la que se da en regiones más templadas y a alturas medias en las que la lluvia cae en abundancia de mayo a octubre, fertilizando el suelo.

La agricultura propiamente dicha produce en especial maíz, trigo, cebada, frijoles, chile, tomates, jícamas, todo tipo de verduras (entre ellas también las introducidas por alemanes: colinabos, nabos, col de invierno café y verde) chayotes, etc. Dos leguas al norte de la capital, en las proximidades del pueblo de San Sebastián se cultiva también un poco de centeno, algo más lejos se cultiva: caña de azúcar, piña, maguey, algodón, café, yuca, plátano, añil, cacao, etc.

El maíz, alimento esencial para hombres y ganado, se cultiva en todos lados en cantidad suficiente. En las zonas costeras y en las regiones calurosas, el plátano y la yuca sustituyen al maíz. El agave (maguey) se cultiva en las regiones templadas y algo más frías en cantidades considerables, pero el pulque, que con él se produce, no alcanza la calidad del producto en la llanura de Apam. El algodón se cultiva principalmente en los tres departamentos de Tehuantepec, Zaachila y Jamiltepec.

Las regiones de Tehuantepec, Huajuapán y Jamiltepec producen un añil cuya calidad no tiene nada que envidiar al de Guatemala. Esta planta crece silvestre en los alrededores de Jamiltepec; en el distrito de Huajuapán crece una subespecie de la misma a la que los indígenas llaman *Muicle* y que debido al brillo y a la belleza de su colorante, aunque no por su durabilidad, se le considera igual al añil auténtico.

El café, de excelente calidad, se cultiva en los distritos de Zaachila y Jamiltepec. Sin embargo, su demanda en el estado es reducida, además de faltar también los medios necesarios para su exportación, por lo que sólo algunos particulares se dedican a su cultivo por propio gusto; en consecuencia, la producción que se obtiene es muy reducida. El cultivo de cacao, en otros tiempos muy importante, se ha convertido también hoy en día en un cultivo realizado por pura afición. La gran demanda que existe por este producto se surte especialmente con las importaciones de Guayaquil, Tabasco y Maracaibo. La vainilla crece silvestre en los frondosos valles y barrancas de los alrededores de Juquila y Zacatepec en el distrito de Jamiltepec, así como en las cercanías de Teutila en el distrito Teutilán del Camino.

En algunas regiones se cultiva tabaco, siendo éste de una calidad excelente, aunque su cuantía no es aún muy significativa. El tabaco crece silvestre en los distritos de Tehuntepec y Jamiltepec. La caña de azúcar es cultivada en los valles profundos y calurosos de casi todos los distritos, obteniéndose de ello prácticamente la totalidad y el azúcar que el estado requiere.

La piña, de calidad excelente, se cultiva en las regiones cálidas de los distritos de Teutilán, Zaachila, Jamiltepec, etc. La palma de coco también crece muy bien en estas regiones. Los melones y las sandías son productos de las zonas calurosas y tórridas. Casi por doquier encontramos toda clase de naranjas, limones, limas, aguacates, mameyes, zapotes, guayabas, granadas, membrillos, capulines, anonas, etc. además de duraznos, chabacanos, y diversos tipos de peras y manzanas.

Oaxaca posee como por don de la naturaleza un gran número de las plantas tropicales más maravillosas: liquidámbar, el bálsamo de María y una gran variedad de resinas y cauchos aparte de la jalapa verdadera, la zarzaparrilla, el ruibarbo blanco, el guaco, el pata de león, diversas especies de magnolias, el achiote; además diversos tipos de maderas útiles, de adorno y tintóreas, entre las que se encuentran las de cedro, caoba, jacaranda y ébano. Como especial curiosidad dentro del reino vegetal hay que citar el gigantesco ciprés de Santa María del Tule, que se encuentra unas dos leguas al oriente de la ciudad de Oaxaca.

El cultivo del nopal (*cactus coccinifer*) la cría de la cochinilla- insecto que se nutre e incuba en esa planta y los productos derivados de los mismos, continúan siendo la fuente principal de ingresos para este estado. La sericultura en otro tiempo tan importante ha vuelto a adquirir resonancia hace algunos años parece que su interés va en aumento.

**Reino mineral.** Entre los productos del reino mineral, tienen particular importancia: El oro, la plata, el plomo, el cobre, el mercurio, el fierro y en especial, la magnetita, la sal, el azufre natural (que se encuentra en las llanuras costeras de Chacahua), algunos tipos de piedras preciosas, cal, yeso, etc. La minería no empezó a adquirir importancia hasta 1787.

Hoy en día, en Oaxaca no puede hablarse de manufacturas ni de fábricas. El artesanado y los trabajadores manuales se limitan casi exclusivamente a la elaboración de los utensilios más comunes para el uso doméstico.

En la región de Teutila, los indios tejen manteles de algodón muy buenos y colchas con figuras en relieve blancas, azules o amarillas. En muchos otros lugares tejen manteles, servilletas, toallas, rebozos y también un especie de tejido de Nankin, que se obtiene de la lana amarilla de tipo *Bombax*. Las indias de Tututepec, Jamiltepec y Tehuantepec tejen ellas mismas las coloridas mantas de lana y algodón que les sirven de faldas. En los lugares citados, con la seda de los capullos de un gusano local se tejen también pañuelos y fajines.

La destilación del aguardiente de caña se realiza en diversos trapiches, la del mezcal, de un cierto tipo de agave, en cientos de pequeñas destilerías. La alfarería suministra buenos productos. Entre ellos se destacan principalmente las piezas cocidas negras, hechas con un barro negro muy bueno, procedente de Azompa.

En cuanto al comercio, la venta que realiza el estado consiste en cochinilla, algo de vainilla, algunos artículos de droguería para el comercio de ultramar y poco de añil, plomo, manta blanca, colchas, hilo pabilo, pita y sal para su comercio con los estados lindantes.



Un gran obstáculo para el desarrollo del comercio en este estado es la ausencia total de buenas carreteras o, por lo menos, de carreteras transitadas".<sup>12</sup>

## **2.5.2 Gastronomía**

*"Como parte importante de la riqueza cultural de Oaxaca se encuentra también la comida. Su variedad es increíble, ya que es resultado de una ancestral fusión entre lo prehispánico y lo colonial, salpicada un poco por otras influencias que le han dado un toque exquisito."*<sup>13</sup>

### **Aperitivos**

"El mezcal es el aperitivo por excelencia en casi toda la región oaxaqueña. En la región de Tlacolula de Matamoros se producen los mejores, como el de pechuga y el de ollita. Los hay también añejados, reposados, almendrados y con sabor a nanche o a naranja, siempre acompañados por la típica sal de gusano y limón.

### **Botanas**

Hay una sorprendente variedad que incluye desde insectos como las hormigas, los chapulines –que se sirven fritos o con salsa de chile- y los gusanos de maguey –preparados en salsa o tostados-, hasta las clalludas con asiento (tortillas grandes y delgadas, fritas con grasa de puerco) para acompañar el delicioso quesillo y la cecina adobada o salada, además del chicharrón, la moronga y una gran variedad de memelas y pellizcadas.

### **El Rey**

Cualquier comida de Oaxaca no estaría completa sin el mole, el rey de los platillos que, se dice, se hace de siete maneras diferentes: negro, chichilo, colorado, coloradito, amarillito, amarillo y verde, aunque pudieran ser más, de acuerdo con la cocinera y con los ingredientes; se sabe, por ejemplo, que el mole negro lleva no menos de veinte.

### **Sopas**

Elaboradas con diversos componentes vegetales, destacan las de guías de calabaza, los caldos de carne con verduras y las sopas de mariscos o de camarones gigantes procedentes del Istmo.

### **Platos fuertes**

Varios son los platillos que pueden mencionarse, aunque los más importantes son el pollo, el guajolote y la gallina en mole, los exquisitos tamales en hoja de plátano con un poco de mole adentro, los chiles rellenos y las carnes de res o de puerco –como el espinazo y la cecina de res o de cerdo enchilada-. Todos pueden acompañarse con agua de chía, de horchata, de tamarindo y de almendra y arroz, o del delicioso y fresco tejate (bebida de cacao con maíz), que parece estar en peligro de extinción.

---

<sup>12</sup> Eduard Mühlenpfordt, *Op. cit.*, Págs. 15-25.

<sup>13</sup> Carlos Romero Giordano; Arturo Cháirez Alfaro, "El arte popular oaxaqueño, un mundo aparte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, Pág. 86.

## **Postres**

Oaxaca ofrece mucha variedad y dulzura para después de una opípara comida. Entre los postres tenemos los panes de yema, las nieves de frutas de Tlacolula, los huevos reales, los dulces de almendra y nuez y el delicioso chocolate, que lo mismo se sirve en desayuno que en la cena”.<sup>14</sup>

### **2.5.3 Monumentos coloniales**

#### **Templo de Santo Domingo**

“El templo de Santo Domingo de Guzmán se erige en el centro de la ciudad de Oaxaca cargando sobre sus antiguos muros una larga historia. Fueron necesarios cincuenta años de construcción para edificar este templo que fue bendecido en 1608 sin estar concluido.

Su estilo barroco sobrio, trabajado por obreros mexicanos y arquitectos españoles, se denota en su fachada donde el elemento más notable es la portada del templo, de tres cuerpos y remate, en la que aparece San Hipólito en relieve entregándole a Santo Domingo la diócesis oaxaqueña. Arriba de la ventana del coro se encuentran el escudo de la orden y las representaciones de las tres virtudes teologales.

La decoración interior del templo, fundamentalmente de yeserías policromadas y doradas constituye uno de los ejemplos más importantes del barroco mexicano; en la bóveda del sotocoro destaca el excepcional árbol genealógico de Santo Domingo de Guzmán.

Como muchos otros claustros e iglesias, en la etapa de la guerra de Independencia y la Reforma, este templo fue ocupado por soldados que causaron deterioros. En 1862, se instaló un cuartel general en el convento y fue usada como establo para caballos la nave del templo, de la que desaparecieron los retablos cinco años más tarde. La iglesia se reintegró a la diócesis en 1898. Monseñor Eulogio Gillow, fue el que puso especial interés en la restauración: dispuso que se construyeran nuevos altares. También se agregaron pinturas a la bóveda del templo y se doraron muchos elementos de la decoración que habían sido degradados.

La Capilla del Rosario es muy importante, ya que fue adicionada en el siglo XVIII y su bóveda de yeso dorado tiene en el centro a la virgen rodeada de querubines y figuras de apóstoles. El altar, donde se colocó una imagen de la virgen que da nombre a la capilla, no es menos barroco que el resto de la decoración.

#### **Catedral de Oaxaca**

La creación del obispado de Oaxaca en 1534, con sede en la ciudad de Antequera, fue el antecedente principal de su construcción. El primer obispo, Juan López de Zárate, ocupó el templo de san Juan de Dios, como catedral bajo la advocación de Santa Catarina, a partir de 1535. En este mismo año, López de Zárate inició los preparativos para la construcción de la

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, Págs. 86-87.

nueva catedral, misma que se basó en el diseño de tipo basilical, usado en la ciudad de México y Puebla. La catedral atravesó por varias etapas de construcción, hasta alcanzar su forma actual. La primera obra inició en 1535 y se concluyó en 1574; el diseño comprendía tres naves, con muros y pilares de cantera, cubiertas con techumbre de viguería y teja; la portada era austera y el interior tenía altares y retablos.

Hacia 1667, la autoridad eclesiástica inició el abovedamiento de las naves, la sacristía y la sala capitular, lo cual fue concluido en 1678. En 1682 fueron trazadas las capillas laterales, concluyéndose su construcción en 1694. En 1714 un fuerte temblor causó serios daños, tanto en el interior como en la fachada, lo cual obligó cerrarla al culto. En 1724 se decidió la reconstrucción. El proyecto comprendió además el abovedamiento de la capilla del Sagrario y la capilla de Guadalupe. En 1730 las obras de reconstrucción fueron necesarias para poder usarse, por lo que fue reabierta al culto en vísperas de la navidad del mismo año. Entre 1735 y 176 se reconstruyeron los campanarios. El diseño de la portada fue aprobada el 21 de abril de 1741, y su construcción se concluyó en 1752.

En 1890, ante la ausencia del obispo de Oaxaca Eulogio Gillow, el cabildo sustituyó el remate por un campanario con reloj, mismo que fue retirado a principios de los años cuarenta, de este siglo, y reemplazado por el remate actual, al tiempo que se reconstruían los campanarios. En 1982 fue retirada la reja del patio atrial, quedando integrado a la Alameda de León y ampliado hacia el zócalo de la ciudad.

La fachada principal está integrada por la portada y dos torres con campanario. La portada es de estilo barroco del siglo XVIII; su composición comprende tres cuerpos y cinco calles que, a través de cornisas y columnas corintias, de fuste tritóstilo, conforman una retícula de quince cuadrantes, donde se disponen vanos de acceso, nichos con esculturas y marcos acodados con excelentes relieves.

El interior del templo se organiza a partir de una planta basilical, de tres naves y capillas laterales; además contiene las capillas del sagrario y la de la Virgen de Guadalupe; también la sacristía y sala capitular, entre otros anexos. Destacan como peculiaridades la ubicación de la cúpula, de planta octagonal; las bóvedas vaídas, de la nave central; así también la bóveda de medio cañón, de las naves laterales o procesionales. Además es interesante la comunicación entre el coro y el presbiterio; la composición y el espesor de los pilares, de muros y contrafuertes, cercano a los dos metros de grosor.

En el aspecto artístico se distingue el cancel de madera tallada, con grabados en vidrio y el altar del perdón; ubicados en la entrada principal. Llama la atención el coro, con su sillería, barandales y órganos de tubos; así como el altar mayor, en el presbiterio, con el ciprés y la escultura de la virgen de la Asunción. Existe también una importante colección de pinturas que se han incorporado al tesoro de la catedral, desde principios del siglo XVIII. Destaca el lienzo que representa a San Cristóbal, fechado por un autor anónimo en 1720, y los cuadros al óleo de la sacristía, especialmente "El triunfo de la iglesia". El mayor número de piezas de arte, en especial de las capillas, proceden del siglo XIX. En las capillas laterales y en

otras zonas del interior hay imágenes y reliquias; entre éstas, los restos de la cruz de Huatulco".<sup>15</sup>

### **Ex convento de Santiago Apóstol en Cuilapam**

"Los Dominicos fueron una de las órdenes religiosas que llegaron a Oaxaca. Primero construyeron el convento San Pablo y antes de que fuera terminado un fuerte sismo lo dejó inservible y tuvieron que mudarse al convento de Santo Domingo de Guzmán que todavía no terminaban. Estando en este convento, otro sismo los hizo ir a refugiarse al convento de Cuilapam que todavía está en construcción debido a los daños que recibió Santo Domingo. Cuando se hicieron las reparaciones al convento de Santo Domingo, los frailes regresaron a habitar de nuevo el convento de Santo Domingo.

Se desconoce la razón por la cual se construyó en Cuilapam, población muy antigua de origen mixteca que se encuentra a 10Km. de distancia de la Ciudad de Oaxaca y que probablemente fue un sitio muy importante para la religión de los pueblos indígenas del Valle, ya que era la costumbre de los colonizadores destruir los santuarios de los vencidos y con sus escombros construir ahí mismo edificios de la fe católica de los españoles.

La construcción del convento de Cuilapam se inició en 1550 y estuvo a cargo del padre dominico Fray Domingo de Aguinaga quien fuera el primer vicario. En 1559 deja la vicaría y llega en su lugar Fray Bernardo de Alburquerque, quien estará dos años y se hará celebre posteriormente en lo que hoy es el Sur de los E.U. fundando misiones. El ex convento de Cuilapam es una joya de la arquitectura del periodo colonial y pese a que nunca se pudo concluir, su majestuosidad y su estilo gótico nos revelan la sobriedad y grandeza de esta orden religiosa. El cuarto vicario de Cuilapam, Fray Agustín de Salazar durante 25 años trató infructuosamente con muchos esfuerzos terminar la monumental obra, pero esta jamás se pudo realizar.

El convento dominico de Santiago Apóstol de Cuilapam está integrado por las siguientes partes: Una iglesia mayor, otra menor y capilla, además de su capilla de indios o capilla abierta (pues los indígenas no podían entrar al templo). Contaba también con un portal de peregrinos donde los forasteros en viaje pernoctaban. El noviciado y las caballerizas. Pero sin lugar a dudas la obra monumental está en su majestuoso claustro de dos plantas con sus espléndidos contrafuertes que le dan ese estilo tan característico a los monumentos dominicos.

En el ex convento de Cuilapam fue donde fusilaron al ilustre General Vicente Guerrero un 14 de febrero de 1831. Actualmente se encuentra un óleo del General Guerrero en la celda en la que pasó su última noche, siendo fusilado en la parte posterior donde se encuentra un monumento en su honor".<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/iglesias.html>, [consulta: 30/08/2006].

<sup>16</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.aquioxaca.com/>, [consulta: 30/08/2006].

## **2.5.4 Artesanías**

*“Dentro del universo de más de 500 000 artesanos con los que cuenta el estado de Oaxaca, la expresión artística popular es una actividad de las más arraigadas; es el fruto de casi 3 000 años de evolución y de práctica cotidiana.*

### **Alfarería**

Es una de las actividades artesanales más difundidas, y aunque se producen grandes variedades en todo el estado, su principal exponente es Atzompa.

### **Barro negro**

Hecha con un barro especial, esta artesanía le ha dado fama mundial a Oaxaca; sus piezas bruñidas, caladas y de variadas formas son muy apreciadas en el mercado. Las piezas se fabrican en San Bartolo Coyotepec.

### **Cestería**

Se trabaja principalmente el carrizo en infinidad de formas y utensilios decorativos y de uso doméstico. Los lugares donde se elabora son Etna, Ocotlán de Morelos y Tlacolula de Matamoros.

### **Cuchillería**

La forja de acero tiene gran tradición en el estado. La manufactura de machetes, cuchillos, dagas, cubiertos y otros enseres se realiza en Tlaxiaco.

### **Hierro forjado**

La herrería es otra expresión heredada de la época colonial. Se elaboran bellas piezas en Santiago Jamiltepec y en Tlacolula de Matamoros.

### **Orfebrería**

De tradición prehispánica heredada de los artesanos mixtecos, la orfebrería incluye bellas joyas que son el complemento del vestuario típico de la mujer oaxaqueña, además de reproducciones de piezas prehispánicas. Las mejores se fabrican en Santo Domingo Tehuantepec y en Juchitán de Zaragoza.

### **Textiles**

También de la época prehispánica con los telares de cintura, y después con los telares de lanzadera y pedal de la Colonia, la producción de textiles ha ocupado un lugar prominente en las comunidades oaxaqueñas; entre ellas destacan Santo Tomás Jalieza, Mitla, Santa Ana del Valle y Teotitlán del Valle”.<sup>17</sup>

### **Alebrijes**

“Es una tradición expresada en fantásticas formas y en seres llenos de colorido realizados con trozos de madera. Las principales comunidades que los elaboran, siguiendo estilos particulares, son San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete.

---

<sup>17</sup> Carlos Romero Giordano; Arturo Cháirez Alfaro, *Op. cit.*, Págs. 88-89.

Nadie sabe exactamente de donde provienen. A juzgar por sus colores y formas, bien podrían haber surgido de un sueño o ser la representación del miedo, para no hablar de su significado, que se transforma cada vez que alguien toma uno en sus manos. Los Alebrijes, todos diferentes, tienen mucho que ver con cada uno de nosotros.

Aunque en México Pedro de Linares, “cartonero” de oficio y vecino del rumbo de La Merced, declara haberlos creado a partir de una experiencia casi sobrenatural, en el estado de Oaxaca estos seres fantásticos brotan de las manos artesanas como los arroyos de los ojos de agua. Arrazola, municipio ubicado a 11Km. De la ciudad de Oaxaca, es uno de los lugares donde las ramas de los árboles se convierten en figuras, a veces animales, a veces fantásticas, de colores y formas impredecibles. Alebrije quiere decir “cosa enredada y de tipo confuso o fantástico” y aunque en zapoteco no existe el sonido “r”, desde que surgieron estos seres se han llamado así.

En Arrazola, Manuel Jiménez fue uno de los precursores de esta mágica y artística deformación de su naturaleza. Su trabajo cobró fama primero en el estado y posteriormente en toda la República. Más tarde, los artesanos Arsenio Morales y Andrés y Miguel Ramírez, bajo las enseñanzas de Álvaro Obregón, fomentaron con su talento la creación de alebrijes de madera, lo cual los diferenció para siempre de sus parientes del DF.

Las figuras así extraídas de la naturaleza representan una fauna extraña e imposible, una zoología de la ensoñación. Perros con alas, leones con escamas en el lomo y patas de insecto, víboras con colmillos floridos se integran día con día a un bestiario inagotable. Para crearlos, los artesanos pueden llegar a requerir varios días desde el inicio del proceso hasta su consumación. Los de cartón tienen alma de alambre y el cuerpo moldeado con capas de papel periódico y pegamento. Los silvestres, los de madera, reciben un baño de blanco de España cuando han tomado su forma final, para luego ser coloreados con motivos, plumajes, pelajes o diseños meticulosos y sorprendentes. Los alebrijes habitan tanto en la caótica Cd. de México como en el hermoso estado de Oaxaca, esperando el momento de mostrarnos los alcances de la imaginación, de materializar nuestras pesadillas o de satisfacer esa necesidad de ir siempre más allá en busca de un animal que lleve nuestro nombre. “<sup>18</sup>

## 2.6 Museos

### El Centro Cultural Santo Domingo

“Este Centro Cultural se encuentra dividido en cinco etapas de recorrido: La primera es la del Convento, diseñado por los monjes dominicos, formados por Santo Domingo en el siglo XIII en el sur de Francia y que llegaron a México en el siglo XVI gracias al llamado de Hernán Cortés quien buscaba la conversión de las almas idólatras de los indios al cristianismo.

---

<sup>18</sup> s/autor, “Alebrijes: El arte onírico”, *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, Págs. 56-57.

Dicho convento fue construido entre el siglo XVI y XVII. La parte superior de la fachada remata con la representación de las tres virtudes teologales: Fe, Esperanza y Caridad.

En virtud de las grandes dimensiones del Convento, además del claustro mayor, el recinto cuenta con otros patios que tal vez se utilizaron para actividades al aire libre, por ejemplo la catequesis. El claustro está rodeado por cuatro corredores con arcadas y en el centro se puede apreciar una fuente flanqueada por seis columnas.

También cuenta con varias galerías de estilo gótico que están cubiertas por bóvedas de cañón corrido que incluían algunas nervaduras de ese estilo, así mismo, la pintura mural fue parte del discurso iconográfico del convento como el fresco que aparece representando a un miembro de la orden en compañía de dos ángeles, y como ese tipo de detalles y más se podrán apreciar antes de entrar a la segunda etapa que es la Biblioteca Francisco de Burgoa, que toma su nombre en honor a ese fraile quien recogió un sin número de referencias de los usos y tradiciones de los indios de Oaxaca y que fue creada en 1994 con el acervo de la Universidad Autónoma Benito Juárez, ésta biblioteca alberga más de 20 mil volúmenes desde el siglo XIV a la actualidad.

La tercera etapa es la del Museo de las Culturas Oaxaqueñas en donde se describe la historia de los habitantes precortesianos de estas tierras llevándonos por un recorrido cronológico hasta principios del siglo XX en un total de catorce salas. Lo que resalta de éste espacio es el tesoro de la tumba 7 de Monte Albán.

La cuarta etapa es la del jardín Etnobotánico que se ubica en el área que fue la huerta del convento, los hallazgos arqueológicos han dado a conocer su uso ya que se han encontrado canales de riego, drenajes y algunos estanques. Desde 1998 se ha trabajado en el desarrollo de éste Jardín Botánico que busca reunir la diversidad de la flora de los ambientes oaxaqueños, desde los más húmedos hasta los más áridos.

La quinta y última etapa es el Templo de Santo Domingo de Guzmán. Como casi todos los templos de este tipo se orienta de este a oeste con la fachada hacia el poniente revelando un sentido simbólico en cuanto a que la Luz Divina o el Sol viene del oriente. En conjunto ahí se combinan rasgos similares a los que estuvieron en boga en Europa durante los años que duró su construcción. La fachada construida en el siglo XVI muestra características renacentistas, entre ellas un alto relieve de Santo Domingo y San Hipólito, mientras que su interior es barroco; la nave principal está flanqueada por capillas laterales y muestra una bóveda de cañón corrido decorada con escenas del Antiguo y Nuevo Testamento.

El púlpito se construyó con maderas de la región y en él se representan algunos santos dominicos. En el techo del sotocoro se observa modelado en policromo y dorado el árbol genealógico de Santo Domingo que es sin duda una de las manifestaciones más destacadas de arte de esos días.

## **Museo de Arte Prehispánico Rufino Tamayo**

La vasta colección de piezas arqueológicas de las culturas mesoamericanas que el artista oaxaqueño Rufino Tamayo fue coleccionando año tras año, fue donada al pueblo de Oaxaca y hoy constituye este museo.

El cual cuenta con 1059 piezas distribuidas a través de cinco salas de exhibición permanente donde la magnífica museografía ayuda a disfrutar más cada pieza por el color y la luz que están rodeadas las de si artísticas figuras que invitan al visitante a entrar al mundo mágico de nuestros ancestros. Las hachas rituales y piezas de cerámica, las figuras antropomorfas y las mascararas de las culturas huastecas, olmeca y zapoteca de la primera sala, son preámbulo para descubrir, en la segunda. La maravilla de la escultura funeraria o de las deidades de los totonacos, haustecos, o teotihuacanos de la sala tres. En la siguiente sala se concentra la cultura maya hasta llegar a la última donde las ollas trípodas, los incensarios mixtecos y los vasos rituales nos comunican una manera de vivir y de sentir de aquellos que fundaron nuestros pueblos.

Es raro ver piezas prehispánicas de una gran variedad de culturas en un solo lugar. La intención del artista Rufino Tamayo fue presentar estas piezas como obras de arte, lo cual los libera de rigidez y se amolda al edificio que es un ejemplo arquitectónico del siglo XVII que fue casa de religiosas, luego perteneció a la familia Villaranza y ahora es asiento de este museo que fue inaugurado el 29 de enero de 1974.

## **Museo de Arte Contemporáneo de Oaxaca**

Fundado en 1992 por el Gobierno del Estado, a instancias de un grupo de artistas y ciudadanos. Su objetivo es preservar y acrecentar el patrimonio cultural oaxaqueño con un espacio en que el arte moderno pueda ser admirado por los habitantes y visitantes de la capital oaxaqueña. La sede del museo es una antigua casona construida a finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII por las familias Lazo de la Vega y Pinelo, cuyo escudo de armas preside la fachada. Popularmente, el edificio es conocido como la "Casa de Hernán Cortés", pese a que el conquistador nunca estuvo en la ciudad de Oaxaca. Esta residencia se empezó a construir cuando el militar ya había muerto. La confusión quizá sea atribuible a que Cortés, debido a sus conquistas, fue premiado con el título de Marqués del Valle de Oaxaca, en 1529, por el emperador Carlos V.

Con los años, la casona pasó a manos de distintos propietarios hasta que el Gobierno del Estado la adquirió en 1986 para instalar en ella el Museo de la Ciudad. Seis años después, la iniciativa conjunta de artistas, ciudadanos y autoridades dio un nuevo uso al inmueble con la creación del MACO. El museo, además de exhibir exposiciones de arte moderno de todo el mundo, expone periódicamente obras de los maestros oaxaqueños Rufino Tamayo, Francisco Toledo, Rodolfo Morales, Rodolfo Nieto y Francisco Gutiérrez.

El museo también cuenta con un patio escultórico y una sección de talleres de artes plásticas para iniciar a los niños de la comunidad en los procesos creativos de la pintura, el modelado en arcilla y el grabado. Además, el MACO ofrece en sus instalaciones visitas



guiadas. El techo de la escalinata del Museo es una bóveda estrellada, con relieves de nervadura en argamasa, en la cual Francisco Toledo está trabajando y probablemente se convertirá en una obra mural de gran importancia.

### **Museo de los Pintores Oaxaqueños**

En la esquina de las calles de García Vigil e Independencia se ubica un edificio del siglo XVII, de arquitectura sobria, construido con cantera verde y altura medida como el resto de los inmuebles de Oaxaca. Muchos y variados han sido los usos que ha tenido este inmueble a lo largo del tiempo. Fue utilizado como Museo de Antropología e Historia, también funcionó como Museo Regional del estado, después se instalaron las oficinas del Ayuntamiento de la ciudad de Oaxaca, dejando el inmueble en 1992; de 1993 al 2003 albergó las instalaciones de Secretaría de Turismo.

En el año 2003 nació la idea, por parte del Gobierno del Estado, de habilitar un museo que albergara la plástica de los grandes artistas oaxaqueños, desde el siglo XVI hasta nuestros días, en un edificio emblemático por su historia y por su ubicación, mismo que antes de la intervención se encontraba sumamente alterado a causa de los diversas instituciones que albergó, así como por la falta de mantenimiento y debido a los daños causados por sismos que dejaron severas marcas en el inmueble.

El Museo de los Pintores Oaxaqueños se crea con la finalidad de ofrecer un espacio abierto al desarrollo contemporáneo de las artes plásticas y gráficas en la entidad, ofreciendo exposiciones que promuevan y difundan la obra de artistas oaxaqueños y generen un foro crítico e incluyente a las distintas maneras de hacer y apreciar el arte.

Este museo se plantea como objetivos la promoción de la obra y artistas plásticos y gráficos oaxaqueños, así como propiciar el contacto con diferentes corrientes de las artes plásticas y gráficas en México y el mundo y promover a los artistas oaxaqueños, enlazándolos con otros museos y galerías de México y el extranjero. El museo define su vocación como centro cultural abierto a todas las manifestaciones artísticas, al albergar no sólo exposiciones sino también conciertos, lecturas, conferencias y talleres.

### **Museo de Filatelia**

Esta institución es un punto de encuentro para los filatelistas que han dedicado gran parte de su tiempo a estudiar las estampillas mexicanas, que son de las más interesantes del mundo, dada su gran variedad de emisiones, marcas y distritos postales.

Entre las actividades que realiza, están exposiciones temporales, talleres y actividades educativas. Como parte de la museografía, la ambientación de la oficina remite a una antigua administración de correos, y hay piezas antiguas colocadas por todo el inmueble, que forman parte del patrimonio histórico del Servicio Postal Mexicano

La colección de estampillas ha sido conformada por donaciones de particulares. El acervo consta de cerca de cien mil estampillas principalmente de México, desde la primera emitida en 1856, hasta la más reciente; una completa sección relativa a Oaxaca, y una selección de filatelia mundial.

Además de timbres, el MUFI conserva una serie de objetos relacionados con la filatelia, la historia del correo, la correspondencia y el arte postal. El MUFI alberga una biblioteca especializada en filatelia, en la que el público puede consultar boletines, catálogos de subastas, revistas y literatura sobre el tema, de los cinco continentes, antiguos y contemporáneos.

El museo cuenta con un servicio de buzón y recolección diaria de correspondencia. En la tienda del museo se pueden adquirir estampillas postales para envío y para colección, tarjetas postales, libros y artículos filatélicos.

### **Centro Fotográfico Álvarez Bravo**

Desde su fundación, el 17 de Septiembre de 1996, el Centro Fotográfico Álvarez Bravo ha albergado exhibiciones temporales de fotógrafos de la talla de Henri Cartier-Bresson, Man Ray, Nacho López, Walter Reuter, Mary Ellen Mark, Sebastian Salgado, Josef Koudelka, Francis Giacobetti, Juan Rulfo y numerosas Bienales de Fotografía.

Promovido como una asociación no lucrativa cuya misión es la promoción, difusión, investigación, educación, preservación y la exposición de la fotografía, el Centro Fotográfico inició sus actividades en la calle de Murguía 302, Centro, en una casa del siglo XVIII, adquirida y restaurada por el pintor Francisco Toledo.

Ahí mismo se albergaba la Fonoteca Eduardo Mata y la Biblioteca para ciegos Jorge Luis Borges, está última nacida para apoyar los estudios de invidentes y débiles visuales, así como proporcionarles lectura sobre aspectos de su rehabilitación. En agosto de 2005, el Centro Fotográfico Álvarez Bravo, cambió de sede y fue reabierto al público con una exposición de Graciela Iturbide.

El espacio, su acervo y la Fonoteca Eduardo Mata ahora se localizan en la calle Manuel Bravo 116, Centro. A su vez los más de 600 libros y revistas en lenguaje Braille cuyos títulos abarcan desde clásicos hasta contemporáneos, así como textos de historia, biología, geografía, matemáticas, inglés, música, entre otros temas de estudio con los que cuenta la Biblioteca para ciegos Jorge Luis Borges, fueron reubicados en la instalaciones del Cine-club El Pochote, donde se llevan a cabo las actividades acostumbradas anteriormente: cursos permanentes de Braille e inglés, talleres, conferencias y conciertos.

Actualmente, el Centro Fotográfico cuenta con más de 15 mil negativos y numerosas fotografías de diversos fondos, entre los que destacan los de Sotero Constantino, Ignacio Zanabria, Manuel Álvarez Bravo, Víctor Agustín Cassasola, Henry Cartier-Bresson y Hugo Brehme, Guillermo Kahlo y la colección de fotografía contemporánea con obra de Tina Modotti, Donald Cordy, Rafael Doniz, Camille Oweena Fogarty, Judit Golden, Flor Garduño,

Lourdes Grobet, Héctor García, Nacho López, Maya Godet, Josef Koudelka, Eniac Martínez, David Maawad y Sebastian Salgado, entre otros; así como postales de la ciudad de Oaxaca.

Cuenta también con más de cuatro mil libros de fotografía y miles de grabaciones de jazz, música clásica, popular y étnica, contando con decenas de reproductores para escucharlas. Ahora será en este nuevo recinto, con 20 metros lineales más que el anterior y ventanas que dan a las calles de García Vigil y Manuel M. Bravo, donde se organizarán las exposiciones que muestran las tendencias del arte fotográfico actual, así como el trabajo de grandes maestros de la lente.

Del mismo modo, este espacio seguirá ofreciendo talleres y se seguirán llevando a cabo conferencias, presentaciones de libros y visitas guiadas, así como la promoción de diversas actividades culturales como muestras de cine en video, literatura y música.

### **Casa de la Ciudad**

La principal función de la Casa de la Ciudad es la difusión de los valores de la arquitectura histórica entre la población de Oaxaca y los visitantes, aunado a la búsqueda de una participación más activa de la sociedad civil en la protección y conservación de este patrimonio.

Se incluyen temas urbanos generales como el agua, la basura, el crecimiento de la ciudad, el tráfico y otros que abarcan la ciudad en su totalidad. La Casa de la Ciudad sirve además como foro constante para el análisis del desarrollo urbano actual -y su impacto en el centro histórico- y para la formulación de iniciativas para el mejoramiento de la calidad de la vida en la ciudad.

La casa de la Ciudad ofrece al público interesado: Una biblioteca especializada en el tema de la ciudad, con una multitud de subtemas, desde urbanismo y ecología hasta restauración y vivienda. Un foto-piso, con una espectacular vista aérea del Centro Histórico de la Capital. Un acervo fotográfico y dibujado de la ciudad el cual contiene una amplia colección de reproducciones de fotografías históricas. La Casa de la Ciudad también se ocupa del ordenamiento, de la clasificación y de la conservación de colecciones particulares de fotografía histórica. El taller de la Casa de la Ciudad está a cargo de la creación de un registro dibujado de todos los inmuebles históricos de la ciudad.

En sus salas de exposición la Casa de la Ciudad nos presenta la ciudad en todas sus facetas a través de exposiciones temporales e instalaciones multimedia. Aparte de las exposiciones, la Casa de la Ciudad ofrece asesoría al público en general, a municipios y a los dueños de inmuebles que buscan restaurar o conservar sus bienes raíces. También desarrollan programas educativos para aplicarlos en escuelas y ofrecen cursos, talleres, conferencias, diplomados y seminarios sobre arquitectura histórica y sus relaciones con la ciudad.

### **Biblioteca Andrés Henestrosa**

En su planta baja, la Casa alberga la biblioteca del escritor oaxaqueño Don Andrés Henestrosa. Se compone de cerca de 40 mil volúmenes sobre literatura e historia hispanoamericanas principalmente, también sobre arte, arquitectura, antropología, filosofía, educación, lingüística, derecho y sociología, entre otros temas. Atención especial merece su colección de impresos del siglo XIX, dentro de la que se encuentran periódicos mexicanos y textos de poesía, historia, novelas, refraneros, diccionarios de lenguas indígenas, etc.

La biblioteca se complementa con dos salas de lectura para uso del público. Comparten el espacio con la Biblioteca Andrés Henestrosa, la biblioteca especializada en urbanismo de la Casa de la Ciudad y la del señor Francisco Javier Hernández, reconocido investigador del arte popular mexicano. En el futuro nuevas colecciones se sumarán a estos acervos con el propósito de enriquecer la oferta bibliográfica para los lectores de Oaxaca.

### **Museo de Arte Popular del Estado de Oaxaca**

Nace el 2 de octubre de 2004, en San Bartolo Coyotepec, luego de haber sido planeado ocho años atrás por los mismos artesanos de la localidad. La historia de la cerámica artesanal y el desarrollo del barro negro de San Bartolo es herencia de los antepasados prehispánicos asentados en Monte Albán, que en la actualidad tiene a 600 familias llevando a cabo este trabajo artístico bien conocido a nivel mundial.

En la actualidad el museo cuenta con tres salas de exhibición, en la primera de ellas se exhiben piezas únicas de lo más destacado de la producción de barro negro de los artesanos de San Bartolo Coyotepec, así como piezas arqueológicas que detallan parte del desarrollo de este arte popular desde la etapa I de Monte Albán hasta nuestros días.

“Cada pieza es una obra de arte y una muestra de la calidad, diseño e imaginación de los artesanos oaxaqueños”, sostuvo Enrique Audiffred Bustamante, subdirector del espacio destinado a fomentar, difundir y fortalecer el patrimonio cultural entre las comunidades, así como el intercambio de experiencias y conocimientos de sus diferentes técnicas.

La segunda sala está dedicada a 92 piezas de cerámica y textiles ganadoras del Concurso Estatal de Cerámica Benito Juárez convocado por Artesanías e Industrias Populares del Estado de Oaxaca (ARIPO), de tal suerte que piezas originarias de Atzompa, San Marcos Tlapazola, Tamazulapan, Ocotlán y San Antonino, integran la exhibición que da muestra de la diversidad artesanal del estado de Oaxaca.

La tercera sala esta dedicada a exhibir algunos ejemplos de la talla en madera de San Martín Tilcajete, cuyos artesanos ayudaron significativamente a la fundación del museo y que históricamente se han destacado por espléndidas producciones de máscaras. El Museo de Arte Popular del Estado de Oaxaca exhibe las creaciones artísticas de cerca de 300 artesanos de distintas comunidades del estado de Oaxaca.”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/museos.html>, [consulta: 30/08/2006].

## 2.7 Fiestas y tradiciones

### 2.7.1 La Guelaguetza

“La fiesta de los lunes del Cerro, fusionada desde 1953 con otro gran festejo que hoy se conoce como la Guelaguetza (palabra zapoteca que expresa un acto de la participación y cooperación), es la celebración más representativa del estado. En ella se honra a la Virgen de Carmen cada 16 de julio. El gran acontecimiento se ha convertido en una espléndida pasarela de lujosos trajes bordados a mano que combinan oro, encaje y seda y resalta la esencia prehispánica, el mestizaje y la unión de 16 delegaciones de grupos étnicos.

El jarabe mixteco, el son de Pochutla, las danzas de las plumas y de los jardineros, entre muchas otras, representan la monumental ofrenda que se les hace a la ciudad, al orgullo de pertenecer a alguna de las siete regiones ancestrales: la Sierra Juárez, la Cañada, los Valles centrales, La Costa, Tuxtepec, El Istmo de Tehuantepec y la Mixteca.

La celebración está relacionada con la llamada fiesta de Corpus en el templo del Carmen Alto, construido en la falda de un cerro que los zapotecas llamaron “La Bella Vista”. El gran fandango se celebraba ahí y se repetía, idéntico, ocho días después: la octava.

En 1974 se fundó al Auditorio Guelaguetza con la finalidad de compartir, siguiendo el espíritu de la celebración, la ofrenda con todos los visitantes. Desde entonces, cada año, en cada evento, 11 400 espectadores cómodamente sentados pueden asistir a esta elegante fiesta que, con notas de violín y una gran dosis de alegría, embriaga los sentidos.

En la actualidad se han incluido desfiles de delegaciones, organizados por la calenda tradicional que se realiza el sábado anterior al lunes de Cerro. Las delegaciones se abren paso con una gran farola cubierta de tela llamada marmota; las mujeres, a quienes se les dice “chinas oaxaqueñas” llevan canastas con flores y se hacen acompañar de música propia de la región a la cual representan.

La Guelaguetza es el gran encuentro de lo mejor del estado; incluso se lleva a cabo un certamen para encontrar a la representante idónea de la diosa Centéotl (diosa del maíz), quienes entre otras características deben conocer bien las tradiciones de su pueblo, además de ser muy bella.

Y los festejos se van sumando; representaciones como el *Bani Stui Gulal* (repetición de la antigüedad), las mañanitas entonadas por los chilimiteros, las leyendas sobre la princesa Donají, muestras gastronómicas y deportivas, exposiciones, conciertos y mucho más, son eventos que no sólo se llevan cabo en la capital oaxaqueña, sino también en los pueblos aledaños, es la ofrenda hecha fiesta, la fiesta de los Lunes del Cerro: la Guelaguetza.

### 2.7.2 La Calenda

Esta Calenda la encabezan las marmotas que es un farol esférico cubierto de tela, seguidas de los gigantes y las chinas oaxaqueñas, mujeres de la ciudad portando canastas enfloradas

acompañadas de su banda de música y los coheteros; le siguen las demás delegaciones, cada una de ellas precedida de la música propia de su región.

Ese mismo sábado por la mañana, se realiza en un espacio del Centro Histórico, la elección de la representante de la Diosa Centéotl que presidirá las fiestas. En ese acto contiene una aspirante de cada delegación. En este certamen no se busca elegir a la más bella o a la más suntuosamente ataviada, sino a la más representativa y conocedora de la tradición de su pueblo.

Por la noche del domingo se presenta el *Bani Stui Gulal* que significa repetición de la antigüedad, que es una representación de la historia de los Lunes del Cerro en sus diferentes épocas.

El lunes a las cinco de la mañana, los Chirimiteros de los Valles Centrales, tocan Las Mañanitas con pitos, tambores y chirimías, mientras la gente empieza a llegar al cerro, en donde toman un suculento almuerzo oaxaqueño, antes de entrar al auditorio en el que la marimba y los chirimiteros ofrecen una audición previa a los asistentes. A las diez de la mañana da inicio la Guelaguetza.

Por la noche, en el mismo auditorio tiene lugar la representación de la Leyenda de la Princesa Donají, hija del rey zapoteca Cosijoeza y de la princesa mexicana Coyolicatzin.

Entre el primer lunes y su octava tienen lugar diversas actividades tales como muestras gastronómicas, artesanales, deportivas, representaciones costumbristas de las más diversas comunidades del estado, así como exposiciones, conciertos, la Feria del Mezcal y otra serie de eventos de trascendencia cultural organizados por las instituciones que difunden la cultura y el deporte de Oaxaca en todas sus manifestaciones.

En la "octava" o segundo Lunes del Cerro, se repiten la Calenda de Delegaciones, el Bani Stui Gulal, la Guelaguetza y la Leyenda de la Princesa Donají. En las Fiestas de los Lunes del Cerro se vuelca el entusiasmo popular por continuar con las antiguas tradiciones." <sup>20</sup>

### **2.7.3 Día de muertos**

"Los primeros dos días del mes de noviembre un agradable olor a incienso perfuma la mayor parte de Oaxaca. Las festividades de día de muertos, conocidas también como Todos los Santos, son de las celebraciones de más importancia en el ciclo anual de celebraciones religiosas, especialmente en las comunidades rurales.

Las creencias que justifican la celebración de día de muertos, se originan en la necesidad de trascendencia después de la muerte, que ha preocupado a todos los grupos

---

<sup>20</sup> s/autor, "Guelaguetza una ofrenda a la ciudad", *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, Págs. 90-91.

humanos; el negarse a la desaparición total, ha permitido el desarrollo de concepciones míticas acerca del mundo de los muertos.

Respecto a la celebración de Todos los Santos, generalmente se inicia el 31 de octubre en que se celebran los días de plaza, donde las familias de las distintas poblaciones se proveen de flores, incienso, velas, productos comestibles y otros objetos con que montan las ofrendas en los altares de muertos.

Estos altares se levantan generalmente sobre una mesa cubierta con un mantel blanco o bien con papel de china picado, donde se coloca la tradicional ofrenda, que consiste en exquisitos manjares que nuestros deudos vendrán a saborear.

Entre estas ofrendas se encuentran el sabroso mole oaxaqueño, el dulce de calabaza; no falta en este altar el delicioso pan de muertos y el exquisito chocolate, además se colocan una gran variedad de frutas de la región. Tradicionalmente en todo altar de muertos jamás se olvida colocar el cempasúchil, la flor de muerto.

Se continúa la celebración los días primero y dos de noviembre, siendo en éste último cuando se visitan las tubas para arreglarlas y colocar ofrendas florales, encenderles velas o veladoras e inclusive colocar productos comestibles. Todos los Santos, en la mayoría de las poblaciones del valle, culmina con la visita a las tumbas el dos de noviembre, las visitas a los cementerios se convierten en verdaderas ferias en que aparte del arreglo y ofrendas en las tumbas, se venden antojitos regionales".<sup>21</sup>

#### **2.7.4 La Navidad**

"En Oaxaca, diciembre es un mes donde las oportunidades para celebrar abundan. Las posadas, que son representaciones de los santos peregrinos María y José a Belén, donde no encontraron un lugar donde hospedarse (posada) y tuvieron que descansar en un pesebre donde nació Jesús.

Las posadas se celebran por nueve noches consecutivas a partir del 16 de diciembre y son celebradas por grupos de familias y vecinos que forman una procesión que se encargará de buscar posada a los santos peregrinos. Esta procesión va de la iglesia o desde la casa en donde los santos descansaron la noche anterior a la casa donde les darán albergue y donde son recibidos con ponche y con una piñata rellena de frutas y dulces.

#### **2.7.5 La Noche de rábanos**

La llamada Noche de Rábanos es otra manifestación cultural de los oaxaqueños de las fiestas navideñas. Se celebra el día 23 de diciembre en el Zócalo que se convierte en un gran escenario para la exhibición de figuras hechas de rábanos, figuras grotescas unas, e irónicas y características otras.

---

<sup>21</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/muertos.html>, [consulta: 30/08/2006].

El 6 de enero se celebra el Día de los Tres Reyes que vinieron de oriente a honrar a Jesús con regalos y esto se convierte en una tradición en México para dar regalos a los niños también para partir la rosca donde están escondidas pequeñas figuras del niño Jesús. La persona que reciba una en su pieza de rosca, está obligada a dar una fiesta el 2 de febrero, Día de la Candelaria, para una final celebración de las fiestas navideñas".<sup>22</sup>

## 2.8 Playas

### **Bahías de Huatulco**

"Huatulco cuenta con magníficos parques submarinos, y las caprichosas formaciones rocosas que dan lugar al bufadero y la cara de piedra en la Bahía del Órgano, en este tour tienen la oportunidad de nadar, snorklear, deleitándose con los arrecifes de coral, sin faltar por supuesto la música, la diversión y la exquisita comida basada en mariscos.

- **Bahías de Santa Cruz.** Su playa principal se caracteriza por su agua con oleaje tranquilo, su agua cristalina ideal para nadar con niños esta bahía cuenta con servicio de restaurantes, en esta bahía está la playa la Entrega en donde pueden realizar buceo.
- **Bahía de Chahué.** Se considera una de las más céntricas ya que a escasos dos minutos (en auto) se llega a "La Crucecita" (el pueblito o el centro, lugar donde se concentra la mayor cantidad de servicios públicos, comercios, tiendas de artesanías, restaurantes, el mercado público y la iglesia). Quienes gustan gozar de la tranquilidad y el clima pueden acceder caminando a las playas Esperanza y Tejón que están en esta bahía.

Esta bahía no se recomienda para nadar ya que su oleaje es sumamente fuerte, al turista se le hace hincapié en que observe las banderas de información respecto a la condición del mar".<sup>23</sup>

### **Puerto Ángel**

"Llamada por mucho tiempo "Bahía del Ángel". En 1868 fue declarado puerto abierto, dándole el nombre actual. En sus inicios se consideró como el puerto comercial para darle salida al café y las maderas preciosas. Sin embargo debido a las dificultades de comunicación se vio truncado su desarrollo por mucho tiempo. Sus hermosas playas de suave arena han atraído grandes grupos de visitantes que impactados por su belleza frecuentan el lugar hasta convertirlo en un importante centro turístico.

---

<sup>22</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/navidad.html>, [consulta: 30/08/2006].

<sup>23</sup> [en línea], Dirección URL:

[http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos\\_inl.txt](http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos_inl.txt), [consulta: 30/08/2006].





<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

Principales playas de Puerto Ángel:

### **Playa del Amor**

Arena dorada y de grano medio, con oleaje moderado, está protegida por acantilados que hacen difícil su acceso, por lo que es frecuentada por quienes gustan de la intimidad. Esta playa se encuentra protegida por riscos de gran altura, mide aproximadamente 50 metros de longitud por 40 metros de ancho, la arena es blanca de grano fino y pendiente suave.

La vegetación predominante es de manglar y de selva mediana subcaducifolia, entre las especies de aves marinas se encuentran las gaviotas, pelícanos y tijerillas; y peces tales como barracuda, bonito, huachinango, pez vela, dorado, marlín, gallo, atún, barrilete, etc. Se cuenta con campos para casas rodantes, renta de lanchas, equipo para buceo y snorkeling. La playa del Amor se localiza a 10 minutos de Puerto Ángel, tomando la carretera pavimentada que se dirige a Zipolite y Mazunte. Es una pequeña playa adjunta a Zipolite, en el extremo este.

### **Playa del Panteón**

Su longitud es de aproximadamente 200 metros y su anchura de 25 metros. La pendiente es suave, y la arena es dorada de grano medio. El agua es templada y cristalina con tonalidades verdes y azules. El oleaje es sumamente tranquilo, ideal para la práctica de la natación y el buceo libre. Hay servicios de restaurante y alquiler de lanchas.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

Las principales especies de peces: barracuda, bonito, pámpano y huachinango. Esta playa se encuentra ubicada al oeste de la bahía Principal de Puerto Ángel a tan solo 500 metros (1640.41 pies) en vehículo. Una segunda opción es llegar caminando por la orilla de la playa Principal de Puerto Ángel, a través del andador escénico ubicado de frente al mar, hasta llegar a esta playa.

### **Playa Estacahuite**

Esta playa es favorable para practicar la natación y el buceo libre. Comprende unos 100 metros de largo por 30 de ancho. Tiene pendiente moderada, arena dorada de grano medio. El agua es templada y cristalina, de tonalidades verdes y azules.

El oleaje es moderado. Frente a esta playa se encuentra un arrecife de coral que por sus condiciones es apropiado para practicar el buceo y la pesca deportiva. Es ideal para tomar fotos submarinas. Cerca de la playa se ubican palapas que sirven comidas de tipo nacional y mariscos, así como la renta de equipo de snorkeling. Se localiza al sureste de la población, aproximadamente a 10 minutos, tomando la Carretera Pto. Ángel - Pochutla, a 200 metros (656.16 pies) de la salida desvíese a la derecha por un camino de brecha que lo lleva hasta la playa. También puede llegar por medio de lancha.

### **Playa la Boquilla**

Es una pequeña playa de aproximadamente 120 metros de largo por 20 de ancho. Tiene arena dorada de grano medio y su pendiente es fuerte. El agua es templada con tonalidades verdes y azules y con oleaje suave. El área de mar tiene poca profundidad por lo que es posible practicar el buceo libre y la natación. La entrada a esta playa se encuentra aproximadamente a 3 kilómetros (1.86 millas) al Este de Puerto Ángel en dirección al entronque con la carretera Federal 200. Desvíese a la derecha por un camino de brecha en malas condiciones. Se recomienda se haga la visita transportándose en lancha.

### **Playa La Mina**

La tranquilidad y las condiciones favorables del lugar permiten disfrutar de una prolongada y agradable estancia. Su pendiente es fuerte y su arena blanca de granulometría fina. El agua mantiene por lo regular su temperatura templada y es cristalina con coloraciones verdes y azules. Debido a que la playa se encuentra remetida, los oleajes que se presentan son tranquilos y en ocasiones moderados. Es una playa de tipo familiar. La playa la Mina se encuentra ubicada al sureste de la Playa Principal a 40 minutos. El acceso por tierra es difícil por las condiciones del camino (terracería de brecha en malas condiciones) por lo que se recomienda se visite por lancha.

### **Playa Principal**

La Playa Principal o del Muelle, en cuya zona se encuentra asentada la mayor parte de la localidad, es la preferida por el visitante. Su nombre se debe al muelle que ahí existe y que antaño sirviera a los grandes barcos comerciales que arriban al puerto.

Actualmente en esta playa se concentran pequeñas embarcaciones de los pescadores, aclarando que su presencia no es obstáculo para la estancia de los bañistas. La extensión de la playa comprende aproximadamente 400 metros de longitud por 50 de ancho. Su pendiente es moderada y su blanca arena es de granulometría media. El agua regularmente es templada, transparente y según sus profundidades adquiere tonalidades verdes y azules.

Para el descanso de los visitantes se cuenta con hoteles, casas de huéspedes, una posada y campos para casas rodantes. Así como restaurantes que ofrecen comida nacional e internacional y, por supuesto, deliciosos mariscos. Localizada al sur de la población a escasamente 50 metros (164 pies) de la Avenida Principal.

### **Zipolite**

Es una playa a mar abierto de aproximadamente 2 kilómetros de longitud y 40 metros de ancho, en promedio. La arena es dorada de grano medio y la pendiente moderada. El agua es cristalina con tonalidades verdes y azules, regularmente templada; predomina el oleaje fuerte.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

Esta playa nudista es bastante concurrida, principalmente por los turistas extranjeros que gustan de practicar deportes acuáticos a mar abierto. Hay servicio de restaurante, renta de cabañas y hamacas. Zipolite se encuentra a 5 kilómetros (3.1 millas) al Oeste de Puerto Ángel por carretera pavimentada. Tiempo aproximado: 15 minutos

### **Puerto Escondido**

Se localiza a orillas del mar, al poniente de la región costera. Su clima es cálido sub-húmedo con lluvias en verano y una temperatura media anual de 28° C. Puerto Escondido está considerado como el centro turístico más antiguo de la región y actualmente es un punto de gran atracción turística, tanto a nivel nacional como internacional. En sus maravillosas playas, se pueden practicar gran variedad de deportes acuáticos.

La que mayor fama le ha dado es quizá la playa Zicatela, por sus extraordinarias olas de gran altura, recomendables para la práctica del surfing. Aunado a sus atractivos naturales, se encuentran también los culturales, representados principalmente por su folklore, siempre alegre y de gran colorido.

Debido a su gran afluencia turística, Puerto Escondido se ha provisto de un excelente infraestructura de servicios, mismos que cubren una amplia gama de posibilidades y preferencias, permitiendo así que el visitante tenga una más placentera estancia y disfrute a plenitud de sus hermosos y encantadores atractivos naturales y culturales.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

Principales playas de Puerto Escondido:

### **Playa Bacocho**

La playa es de gran longitud, dividida en tres secciones a través de rocas, que, en conjunto con la vegetación pionera, las palmeras y la vegetación de matorral espinoso de los alrededores, constituye un agradable ambiente natural. La anchura de la playa varía entre los 30 y 70 metros; la arena es fina y de color gris; la pendiente es suave y el agua es templada, de color azul verdoso y de oleaje moderado.

Como complemento y para hacer más placentera su estancia, existen hoteles en este lugar que ofrecen su servicio de restaurante y bar a orilla de la playa con albercas y áreas verdes. La Playa Bacocho está ubicada al poniente de la población a 4 kilómetros (2.49 millas), tomando la carretera costera con destino a Pinotepa Nacional, hasta llegar al fraccionamiento Bacocho, desvíese a la izquierda hasta llegar a la playa. También se puede llegar por mar.

### **Playa Carrizalillo**

El área de playa comprende aproximadamente 140 metros de longitud por 30 de ancho. Tiene arena fina de color blanco y poca pendiente; el agua presenta tonalidades verdes y azules, es cristalina, templada y de poca profundidad.

Debido a que se encuentra entre pequeñas formaciones rocosas, a manera de bahía, los oleajes son bastante tranquilos. Todo esto permite que el lugar sea ideal para practicar la natación y el snorkel. La playa es bastante visitada, por su tranquilidad, principalmente en temporadas vacacionales. Carrizalillo se localiza al poniente de la población de Puerto Escondido, tomando la carretera costera con destino a Pinotepa Nacional. Aproximadamente a 500 metros (1640.41 pies) de la población desvíese a la izquierda y agarre por una calle la cual llega hasta 100 (328.08 pies) metros antes de la playa.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

### **Playa Manzanillo**

Es una atractiva playa, cuyas dimensiones aproximadas son de 70 metros de largo por 30 metros de ancho. Su arena es fina, de color blanco, con poca pendiente; el agua es templada, transparente y de tonalidades verdes y azules; tiene poca profundidad y oleaje moderado.

El lugar es apropiado para practicar la natación, el snorkel y los baños de sol. Es un sitio ideal para practicar el buceo libre al igual que playa Puerto Angelito y playa Carrizalillo. Estos sitios presentan condiciones óptimas para la práctica de éste deporte; presentan bastante transparencia, poca profundidad, oleaje tranquilo y temperatura templada. Se contemplan bellos paisajes submarinos, constituidos principalmente por la flora y fauna marina y el fondo rocoso y arenoso. Existe renta de equipos para buceo libre (snorkel).

Esta playa está ubicada al poniente de la Bahía Principal de Puerto Escondido, se puede llegar caminando por el andador escénico, el cual se ubica a lo largo de la playa Principal hasta donde se encuentra el mirador "sueño posible". Camine aproximadamente 150 metros (492.12 pies) por un andador de escaleras, el cual llega hasta la playa. Sólo hay acceso con automóvil hasta Puerto Angelito o al mirador "Sueño Posible". Para llegar por Puerto Angelito hay que atravesar caminando una pequeña lomita de aproximadamente 60 metros.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

### **Playa Marinero**

Tiene una longitud aproximada de 200 metros, por un ancho que varía entre los 40 y 50 metros. El agua y la arena presentan las mismas características que la playa Principal. Es ideal para la práctica del surfing, y sobre todo recomendable a principiantes en este deporte.

Por las tardes, desde este lugar se contemplan bellas puestas de sol. Cuenta con servicio de hotel y restaurante; además hay servicio de vestidores, regaderas, sanitarios, renta de parasoles y renta de caballos. Para llegar a Marinero se debe tomar la carretera costera, con destino a Puerto Angel a 200 metros, desviarse a la derecha, hasta llegar a la playa. Por la playa se llega caminando al sureste de la Bahía Principal.

### **Playa Principal**

Se denomina así a la que se halla en el extremo oriente de la bahía Principal de Puerto Escondido. Mide aproximadamente 500 metros de longitud por un ancho que varía entre los 40 y 80 metros. Presenta pendiente suave, arena fina color gris y sin contaminación. El agua es de color verde azul, de temperatura templada y oleaje regular. Es posible contratar el servicio de embarcaciones para realizar recorridos por las diferentes playas de Puerto Escondido o para practicar cualquier otro deporte acuático.

En esta playa, la Sociedad Cooperativa "Punta Escondida" ofrece servicio de embarcaciones y equipo para la práctica de la pesca deportiva de altura. Debido a que esta actividad se debe desarrollar en aguas profundas, las embarcaciones deben alejarse de la playa, aproximadamente 15 o 20 millas mar adentro. Entre las especies que se pueden capturar se tienen: pez vela, dorado, marlín y pez gallo. En las fiestas de noviembre se lleva a

cabo un torneo de pesca deportiva, a nivel nacional e internacional, con duración de dos o tres días. Participan deportistas de Acapulco, Salina Cruz, Zihuatanejo, Ixtapa, Chiapas; así como aficionados extranjeros. Este lugar cuenta con restaurantes de comida regional, internacional, italiana y japonesa; hoteles, villas y cabañas, casas de huéspedes, bungalows, suites y trailer park. La playa Principal se encuentra ubicada al sur de Puerto Escondido a escasos 50 metros, desde el andador turístico Pérez Gasga.

### **Playa Zicatela**

Es una playa a mar abierto, de gran longitud y con un ancho que varía aproximadamente de 30 a 40 metros. La arena es fina de color gris y pendiente fuerte; el agua templada, cristalina y de tonalidades verdes y azules. El oleaje, en ocasiones, alcanza hasta los 6 metros de altura, ideal para la práctica del surfing.

Cada año en el mes de noviembre, se lleva a cabo en esta playa un torneo de surfing con duración de tres días en el cual participan surfistas de la región costera, nacionales y extranjeros, quienes ofrecen un verdadero espectáculo en este maravilloso arte de dominar las olas. Asimismo, se efectúa el concurso de Miss Bikini, rallies maratones y eventos culturales.

En esta playa es posible disfrutar de baños de sol y caminatas o la natación, que se recomienda solamente a expertos. Cerca de la playa se ubican pequeños establecimientos de servicios como restaurantes y hoteles.

Se puede llegar a esta playa ubicada al sureste de la población, partiendo del Andador Pérez Gazga, dirigiéndose a la carretera costera hacia Puerto Ángel. 500 metros (1640.41 pies) adelante desvíese a la derecha y 200 metros (656.16 pies) más adelante encontrará la playa. También se puede llegar caminando por toda la orilla de la playa siguiendo hacia el sureste.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

### **Puerto Angelito**

Su arena es fina, de color blanco y con poca pendiente. El agua es templada, transparente con tonalidades verdes y azules, de poca profundidad y oleaje tranquilo. Por sus características se

le ha considerado como una alberca natural recomendable para practicar la natación y el snorkel.

Los fines de semana y periodos vacacionales es frecuentada por gran cantidad de visitantes, debido a la tranquilidad que aquí predomina. Cuenta con servicio de restaurante, renta de equipo para buceo libre (snorkel), hamacas y parasoles. Es un sitio ideal para practicar el buceo libre al igual que playa Manzanillo y playa Carrizalillo. Estos sitios presentan condiciones óptimas para la práctica de éste deporte; presentan bastante transparencia, poca profundidad, oleaje tranquilo y temperatura templada. Se contemplan bellos paisajes submarinos, constituidos principalmente por la flora y fauna marina y el fondo rocoso y arenoso. Esta playa se encuentra ubicada al suroeste de la población de Puerto Escondido, a 500 metros (1640.41 pies) a espaldas de la Agencia Municipal. Existe un camino pavimentado con acceso a la playa. Caminando se puede llegar por un sendero ubicado a la orilla de la playa Principal.

### **Mazunte**

Mazunte es un vocablo náhuatl, que significa "Te pido por favor que desoves", con el tiempo, el vocablo se ha castellanizado, hasta alcanzar su vocablo actual Mazunte. Algunos de los primeros habitantes de la localidad, comentan que se le adjudicó el nombre de Mazunte más bien por la abundancia de un cangrejo conocido por ese nombre y que por mucho tiempo ocupó un sitio importante en la dieta alimenticia de la población.

Actualmente Mazunte es un ejemplo significativo en cuanto al "Desarrollo Comunitario Sustentable", pues la comunidad la autodeclaró "Reserva Económica Ecológica Campesina", logrando que Mazunte pase a ser de un lugar de sacrificio y destrucción de la tortuga; a un lugar que asumió una nueva actitud ante el mundo: "La Conservación del entorno y la vida Animal".

Actualmente alberga al Centro Mexicano de la Tortuga, que dentro de sus instalaciones cuenta con el Museo Vivo de la Tortuga y una hermosa Playa que se conserva casi virgen y donde se puede disfrutar de la tranquilidad de sus aguas, que son propicias para la natación, así como el hermoso paisaje que conforma la playa y la selva tropical.

Esta playa está ubicada al suroeste de San Pedro Pochutla a 22 kilómetros (13.67 millas) por la Carretera Federal 175 hasta entroncar con la Carretera Federal 200. Avance con destino a Puerto Escondido y justo en el poblado de San Antonio, a 13 kilómetros (8.08 millas) aproximadamente, desvíese a la izquierda por la carretera pavimentada hasta llegar a Mazunte. El tiempo aproximado es de 25 minutos.

En este centro se exhiben todas las especies de tortugas marinas que habitan en los litorales de México; asimismo, están representadas seis especies de tortugas de agua dulce y dos especies terrestres, también de territorio mexicano. Entre los objetivos más importantes del Centro Mexicano de la Tortuga están los de realizar investigación científica y tecnológica para el manejo, desarrollo y conservación de la tortuga; difusión del conocimiento de la



biología, conservación y legislación para la protección de las tortugas; promoción del concepto de turismo ecológico en la región y, apoyo al desarrollo y crecimiento de las comunidades de la región.

Se ubica al sur de la Ciudad de Oaxaca a 264 kilómetros (164.04 millas) por la Carretera Federal 175, hasta llegar a San Pedro Pochutla. Siga de frente hasta entroncar con la Carretera Federal 200, avance en dirección a Puerto Escondido 13 kilómetros (8.08 millas) hasta la población de San Antonio. Desvíese a la izquierda por la carretera pavimentada hasta llegar a Mazunte.

### **Salina Cruz**

Tradicional Puerto Comercial y Petrolero; su nombre se debe a que en la zona abundan las salinas. Dentro de sus principales atractivos cuenta con la Bahía Salina Cruz, La Ventosa, El Muelle y el Faro de Cortés, el cual sirvió de guía a las naves que realizaron los primeros viajes al mar de Cortés y a Centroamérica.

La Bahía es adecuada para el uso turístico. Tiene pendiente moderada y arena de grano medio. El oleaje es moderado; el agua es templada y de tonalidades azules, junto al área de playa existen varios restaurantes con especialidad de pescados y mariscos. Los pescadores del lugar realizan paseos turísticos, por la bahía, en lancha de motor.



<http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>

Salina Cruz se ubica al sureste de la Ciudad de Oaxaca, a 267 kilómetros (165.91 millas) por la Carretera Federal 190 con destino al Istmo, hasta entroncar con la Carretera Federal 185 con destino a este puerto.”<sup>24</sup>

## **2.9 ¿Qué hacer en Oaxaca?**

De acuerdo con las definiciones proporcionadas en el Capítulo Primero en relación con los distintos tipos de turismo, hemos decidido mencionar algunas de las actividades que se pueden practicar en el estado de Oaxaca. Siempre atendiendo a la definición proporcionada.

---

<sup>24</sup> [en línea], Dirección URL: <http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>, [consulta: 30/08/2006].

### 2.9.1 Turismo Cultural

Como se mencionó anteriormente, el turismo cultural tiene por objeto promover el patrimonio cultural de algún sitio en específico y Oaxaca cuenta con enorme cantidad de lugares para hacerlo:

Zonas Arqueológicas:

- Monte Albán
- Mitla
- Dainzú
- Yagúl
- Huamelulpan
- Guiengola
- Huijazo
- Lambityeco
- Nopala
- San José del Mogote
- Zaachila



[www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com) Monte Albán



[www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com) Mitla

## Monumentos históricos:

- Catedral de Oaxaca
- Ex convento de Santiago Apóstol Cuilapam
- Templo de Santo Domingo
- Templo de San Mateo (En Calpulalpan de Méndez)
- Templo y convento de San Juan Bautista (En Coixtlahuaca)
- Templo de Santo Tomás Apóstol (En Ixtlán de Juárez)
- Templo de San Vicente Ferrer (En Juchitán de Zaragoza)
- Templo de Tlacolula de Matamoros
- Templo de San Pablo (En Mitla)
- Plaza de la Constitución (En Oaxaca)
- Alameda de León (Centro Histórico de Oaxaca)
- Palacio de Gobierno (Cd. De Oaxaca)
- Templo de San Agustín (Cd. De Oaxaca)
- Templo de San Juan de Dios (Cd. De Oaxaca)
- Templo de San Felipe Neri (Cd. De Oaxaca)
- Basílica de la Soledad (Cd. De Oaxaca)
- Templo de San José o Escuela de Bellas Artes (Cd. De Oaxaca)
- Ex convento de Santa Catalina de Siena (Cd. De Oaxaca)
- Capilla del Rosario (Cd. De Oaxaca)
- El Carmen el Alto (Cd. De Oaxaca)
- Teatro Macedonio Alcalá (Cd. De Oaxaca)
- Templo de San Andrés (En San Andrés Huayapan)
- Templo y Ex convento de San Jerónimo (En San Jerónimo Tlacoahuaya)



[www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com) Centro Cultural Santo Domingo



[www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com) Templo de Santo Domingo



[www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com) Catedral de Oaxaca

#### Museos:

- Museo Frisell (En Mitla)
- Museo de Sitio de Monte Albán
- Museo Casa de Juárez (Cd. De Oaxaca)
- Museo de Arte Contemporáneo (Cd. De Oaxaca)
- Museo de las Culturas de Oaxaca (Cd. De Oaxaca)
- Museo de Arte Prehispánico Rufino Tamayo (Cd. De Oaxaca)
- Museo de Filatelia (Cd. De Oaxaca)

- Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca (Cd. De Oaxaca)
- Centro Fotográfico Manuel Álvarez Bravo
- Museo del Templo de la Virgen de la Soledad (Cd. De Oaxaca)
- Observatorio Astronómico y Planetario Nundehui



Museo de Arte Prehispánico Rufino Tamayo [www.go-oaxaca.com](http://www.go-oaxaca.com)

## 2.9.2 Turismo Alternativo

El turismo alternativo es un tipo de turismo más participativo que busca disfrutar e interactuar con la naturaleza. Es más consciente de su medio ambiente natural y cultural, valorándose así la relación entre el turismo y la ecología. El turismo alternativo presenta diversas modalidades: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

### 2.9.2.1 Ecoturismo

Como se mencionó en el Capítulo 1 este segmento del turismo alternativo presenta diversas especialidades:

**Nadar en balnearios naturales**

**Observación de fauna**

**Observación de fenómenos y atractivos naturales**

**Observación de flora**

**Participación en programas de rescate de flora y/o fauna.**

Oaxaca es un lugar ideal para realizarlas. Por ejemplo en cuanto a la observación de fauna podemos mencionar una actividad que día a día se hace más popular: Observación de aves. “La selva de Los Chimalapas es uno de los mejores sitios para realizar esta actividad. Entre los ejemplares que han sido reportados se encuentran el águila arpía, el zopilote real, faisanes, loros, tucanes y quetzales, entre muchos otros. Los Chimalapas es una vasta región enclavada en el Istmo de Tehuantepec abarca 595 mil hectáreas de selva alta, media y baja, bosque de pino y encino, donde habitan más de 140 especies de mamíferos, 340 aves, 60 reptiles y 40 de anfibios.

En Oaxaca es posible observar fauna muy variada debido a la presencia de diversos hábitats, factor por el cual se considera como uno de los estados de mayor variedad de especies animales de México, pese a que muchas se encuentran en peligro de extinción. Es importante comentar que las zonas que han recibido un mayor impulso para la práctica del ecoturismo en el estado de Oaxaca son la Sierra Juárez, los Valles Centrales y La Costa”.<sup>25</sup>



Balnearios naturales  
[www.aoxaca.com](http://www.aoxaca.com)



Observación de flora  
[www.aoxaca.com](http://www.aoxaca.com)

---

<sup>25</sup> Alfredo Martínez Fernández; Arturo Cháirez Alfaro, “Oaxaca, un paraíso para el deporte”, *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, Pág. 79.



Observación de fauna (Zoológico "Yaguar Xoo")



Observación de fauna (Zoológico "Yaguar Xoo")

### 2.9.2.2 Turismo rural

En el Capítulo anterior especificamos que entre las actividades del turismo rural se encuentran:

**Agroturismo**

**Etnoturismo**

**Preparación y uso de medicina tradicional**

**Talleres artesanales**

**Agroturismo**

“Las culturas indígenas y mestizas de Oaxaca se han desarrollado en el marco de una gran diversidad de recursos naturales. Los pueblos indígenas de Oaxaca aprendieron a manejar un gran número de especies de plantas y animales. Dentro del contexto de autoconsumo y comercialización constituye toda una experiencia participar en los procesos productivos del campo, conociendo y aprendiendo este ancestral trabajo.

**Etnoturismo**

Oaxaca posee en este rubro una gran diversidad de manifestaciones culturales, muchas de las cuales datan de tiempos en donde los diferentes grupos étnicos competían en cuanto a la riqueza de sus costumbres, danzas, fiestas, ceremonias y gastronomía, entre otros que a la fecha podemos seguir disfrutando. Igualmente, en la mayoría de las poblaciones se hablan diferentes lenguas, y puede observarse aún indumentaria indígena típica que se utiliza ya sea de manera cotidiana o en ceremonias especiales”.<sup>26</sup>

El etnoturismo puede realizarse al visitar los mercados tradicionales de la región ya que en éstos confluyen habitantes de las diversas regiones del estado y es posible admirar sus estilos de vida y el gran arraigo que tienen hacia su cultura indígena. Se deja entrever actividades tales como el trueque de animales por materias primas, o en algunos casos hasta la venta o intercambio de mujeres. Así como, las indumentarias que las caracterizan. Cada rincón del territorio oaxaqueño cuenta con un espacio ideal para admirar, conocer y aprender de la cultura que existe, tomando en cuenta que Oaxaca es uno de los pocos estados de México que conserva vivas sus costumbres y tradiciones ancestrales.



[www.aoaxaca.com](http://www.aoaxaca.com)



<sup>26</sup> Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoaxaca.com>, [consulta: 07/06/2006].



## Talleres Artesanales

“En Oaxaca difícilmente puede hallarse un material que no pueda ser o que no haya sido transformado por las manos mágicas de sus artesanos en un bello objeto decorativo, utilitario o ambos a la vez. El turista puede interactuar con tejedores o alfareros, así como con artesanos que realizan esculturas de piedra, tallas de madera, velas, cohetes o pan a la manera tradicional. Así mismo, tiene la posibilidad de aprender algunas técnicas mediante un curso introductorio. Las comunidades están abiertas a mostrar su arte y permitir que se conozcan y difundan sus manifestaciones artesanales”.<sup>27</sup>

Podemos encontrar talleres donde se elaboran alebrijes que como ya dijimos son formas realizadas con trozos de madera, las principales regiones que los elaboran son San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete.

Los textiles forman parte importante de estos talleres artesanales en donde a base de constancia se producen tapetes de la más alta calidad que por sus componentes naturales (lana, cochinilla) llegan a cotizarse a nivel internacional a un elevado precio. La producción de textiles destaca en comunidades como San Tomás Jalieza, Mitla, Santa Ana del Valle y Teotitlán del Valle.

El barro negro le ha dado fama mundial a Oaxaca, al igual que los tapetes son piezas muy apreciadas en el mercado. Éstas se fabrican principalmente en San Bartolo Coyotepec. Realizar esta actividad requiere una gran experiencia y habilidad manual. En algunos lugares es posible observar su fabricación y la dificultad que implica.

La producción de velas artesanales es otra actividad que puede ser observada y que forma parte de este tipo de turismo. Como toda labor artesanal requiere de cierta habilidad y paciencia ya que las velas se producen, al igual que los tapetes, con materiales naturales como miel de abeja y colorantes obtenidos del entorno vegetal. Se hacen con ayuda de moldes de piedra que tienen más de 200 años y que originan formas de flores, animales e incluso ángeles.



Taller de velas artesanales

---

<sup>27</sup> Carlos Romero Giordano; Arturo Cháirez Alfaro, *Op. cit.*, Pág. 83.

### **2.9.2.3 Turismo de Aventura**

Sin duda, Oaxaca tiene un sinnúmero de opciones para aquellos que buscan practicar alguna actividad deportiva en un entorno natural pleno de belleza, magia y color poniendo a prueba las habilidades físicas del individuo. Estas actividades se subdividen en: agua, tierra y aire.

**Agua:**

**Buceo autónomo**

**Buceo libre**

**Descenso en ríos (Rafting)**

**Kayaquismo**

**Pesca recreativa**

**Surfing**

“El buceo en Oaxaca permite conocer los atractivos de los hábitats del Pacífico mexicano, explorar los arrecifes de coral, conocer la flora y la fauna marina o regresar en el tiempo y admirar los viejos vestigios de barcos hundidos, entre otros. El buceo autónomo o scuba diving consiste en nadar o mantenerse debajo del agua utilizando tanques de oxígeno para la respiración. Varios sitios de la Costa oaxaqueña son ideales para la práctica del buceo libre.

Por ejemplo:

- Playa del Amor: en este sitio, plétórico de intimidad y de belleza, puede practicarse el buceo libre y el autónomo. En su paseo subacuático encontrará ejemplares de huachinango, atún y barrilete. Se encuentra 5 Km. al oeste de Puerto Ángel.
- Playa Estacahuite: sitio muy solicitado por los amantes del buceo debido a la claridad de sus aguas y a la presencia de un pequeño arrecife de coral en donde se pueden ver las caprichosas formas del mundo submarino y fotografiar o pescar las especies que lo habitan. Localizada a 1 Km. al sureste de Puerto Ángel.

Otros sitios para bucear son:

La Montosa, El Tapesco, Roca Blanca, Arrecife de la Bahía de la Entrega, El Violín, Bahía Maguey, Bahía Cacaluta, Bahía Chacahual, Arrecife del Jicaral, Arrecife Riscalillo y El Coyote.

En cuanto a surfing Puerto Escondido está considerado como uno de los mejores lugares del mundo para practicarlo en todos los niveles. Para principiantes hay un punto conocido como Marinero, mientras que para los más experimentados está la playa Zicatela, con olas de hasta 4 mts. de altura. Aunque este deporte puede realizarse durante todo el año, la mejor época es el verano, cuando las olas son grandes y rápidas.

La pesca recreativa es otra de las actividades que forman parte del turismo de aventura en agua, puede llevarse a cabo en presas como: Benito Juárez, Miguel Alemán y Yosocuta.

- Presa Benito Juárez: esta masa de más de 900 millones de metro cúbicos constituye un gran atractivo, pues por su extensión ofrece posibilidades para los paseos en lancha y la pesca. En 1949 el lugar fue declarado zona de protección forestal, acción

que resguardó una superficie aproximada de 970 mil hectáreas. Se encuentra 33 Km. al noroeste de Santo Domingo Tehuantepec, por la carretera que va a Santa María Jalapa del Marqués.

- Presa Miguel Alemán construida entre 1949 y 1955, recibe las aguas del río Tonto. Su capacidad es de 8 millones de metros cúbicos de agua. En un paseo por sus aguas podrá ver las islas de Soyaltepec e Isabel María, que en el pasado fueron cerros pero que hoy están cubiertos por las aguas de la presa. Se puede practicar la pesca recreativa y capturar ejemplares de carpa, mojarra y bagre. Ocasionalmente aquí se organizan competencias de motonáutica y de remo. Se encuentra 66 Km. al noroeste de Tuxtepec por la carretera número 145 a Tierra Blanca; el acceso es por el poblado de Temascal.
- Presa Yosocuta: aquí podrá pescar carpa, mojarra, tilapia y lobina negra, y especies que habitan en el embalse de la presa. En septiembre y octubre se realizan algunos torneos de pescar. Se encuentra 12 Km. al suroeste de Huajuapán de León por la carretera estatal sin número.

El rafting es otra de las actividades que se puede llevar a cabo en Oaxaca. Los expedicionarios pueden practicarlo en el Río Copalita. La sección que se desciende en este trayecto tiene rápidos técnicos y espectaculares (clase III y IV) que la convierten en una excelente opción para quienes buscan aventura y contacto con la naturaleza.



[www.aosaxaca.com](http://www.aosaxaca.com) Kayak

### **Tierra:**

En cuanto al turismo de aventura en tierra podemos encontrar las siguientes actividades:

**Cabalgata**

**Caminata**

**Ciclismo de montaña**

**Escalada**

**Descenso en roca**

**Espeleología (grutas y cavernas)**

**Acampar**

La majestuosa Sierra de Oaxaca puede explorarse en bicicleta de montaña. Desde San José del Pacífico, pintoresco poblado montañoso, hasta las Bahías de Huatulco, se extiende un sinfín de caminos de terracería y veredas lodosas, ideales para ser recorridas. Después de pasar por Santa María Magdalena y Santa María Huatulco esta ruta finaliza justo en la paradisíaca Bahía de San Agustín.

En relación con el montañismo o caminata Santa María Tlahuitoltepec resulta ser uno de los mejores lugares para los amantes de las caminatas y del ascenso de montaña, en los alrededores de esta población se encuentra el famoso cerro Cempoaltépetl, cuya elevación alcanza un poco más de lo 3 300 msnm, se encuentra 77 Km. al noroeste de Mitla rumbo a Albarradas.

El cañón del Tomellín es otro excelente lugar para realizar caminata y montañismo. El poblado de Tomellín está muy cerca de la estación ferroviaria. Es el punto de acceso al fondo del cañón, por donde corre la vía del tren. A un costado pasa el torrente del Río Salado, en medio de estrechos pasajes enmarcados por enormes muros de roca y una vegetación agreste. En el lugar hay varios sitios para practicar el montañismo en todas sus variantes. Se ubica 89 Km. al norte de la ciudad de Oaxaca por la carretera que va hacia Tehuacan.

El turismo de aventura en tierra ofrece la opción de acampar, por ejemplo en la Selva de los Chimalapas. Los parajes y rincones de este recinto de la naturaleza son un buen lugar para practicar el campismo. El amante de la aventura encontrará aquí hermosos paisajes y magníficos ejemplares de flora y fauna. Desde Santa María Chimalapa podrá organizar excursiones, introducirse en los bosques y convivir realmente con la naturaleza. La Selva de los Chimalapas se encuentra 87 Km. al norte de Juchitán por la carretera núm. 185 a Matías Romero; a 35 Km. hay que tomar la desviación a Santa María Chimalapa.

Otra actividad que forma parte del turismo de aventura en tierra es la espeleología que consiste en estudiar la naturaleza, el origen y formación de las cavernas (grutas), su fauna y flora.

Oaxaca ofrece diversos sitios para realizar esta actividad:

- Cuevas Chevé: un pequeño llano rodeado de vegetación de coníferas sirve de antesala a estas cuevas. En las primeras exploraciones del sitio, realizadas en 1986, se descubrieron algunos kilómetros de pasajes subterráneos. En su interior se encuentran caídas y tiros verticales muy profundos, por lo que se recomienda sólo para expertos. Se encuentra 138 Km. Al norte de la ciudad de Oaxaca; 35 Km. Son por la carretera núm. 190 hasta San Francisco Telixtlahuaca, donde hay que tomar el camino que conduce al poblado de Concepción Pápalo.
- Grutas de Apoala: constan de dos grandes galerías y de una laguna cuya profundidad se desconoce. En ambas cavidades hay bellas formaciones naturales de estalactitas y estalagmitas. De acuerdo con los que han explorado el lugar, es recomendable hacerlo sólo con el equipo adecuado y con la ayuda de un guía, que

puede contratar en la población de Apoala. Se ubica 50 Km. Al noroeste de Nochixtlán.

- Grutas de San Sebastián: rodeada por un bello paraje, este sistema de grutas cuenta con varios ramales, aunque sólo se ha explorado uno. Puede visitarse con un guía especializado que encontrará en el sitio. El recorrido comprende unos 450 ó 500 mts. a través de cinco galerías de diferentes alturas, en donde se observan impresionantes formaciones calcáreas. En el parque hay un manantial que ha propiciado el crecimiento de la vegetación que le da al entorno una singular belleza. Se ubica a 84 Km. De la ciudad de Oaxaca por la carretera núm. 175; adelante de San Bartolo Coyotepec hay que tomar la carretera núm. 131 a Sola de Vega, y en El Vado desviarse a San Sebastián de las Grutas.
- Grutas Lázaro Cárdenas: muy cercanas al poblado de Santo Domingo Petapa, estas grutas son conocidas en la región por su gran variedad de formaciones de estalactitas y estalacmitas. Para visitarlas se recomienda contratar los servicios de un guía. Se encuentra 24 Km. al suroeste de Matías Romero por la carretera núm. 185 rumbo a Juchitán.
- Grutas Nindo Da Gé: localizadas en la población de San Antonio Eloxochitlán, estas grutas fueron descubiertas a finales del siglo XIX y exploradas en 1905. su extensión abarca lo ancho de un cerro y dentro de ellas hay 19 galerías, bautizadas por los lugareños según las figuras que se han formado al paso de los siglos. Este sitio se encuentra 25 Km. al oeste de Huatla de Jiménez por la carretera estatal s/n.
- Sótano de San Agustín: este sistema de cavernas, llamado sótano, es uno de los más profundos de América. La caverna interior tiene una extensión de varios kilómetros y una considerable profundidad, aunque no ha sido explorada totalmente. La visita a este sitio sólo es recomendada para profesionales, pues el descenso se realiza entre caídas de agua y complicadas formaciones rocosas. Se encuentra en las cercanías de Huautla de Jiménez, a 238 Km. al norte de la ciudad de Oaxaca por la carretera núm. 131 rumbo a Tehuacan".<sup>28</sup>



Cabalgata



Caminata



Ciclismo



Descenso en roca (rappel)

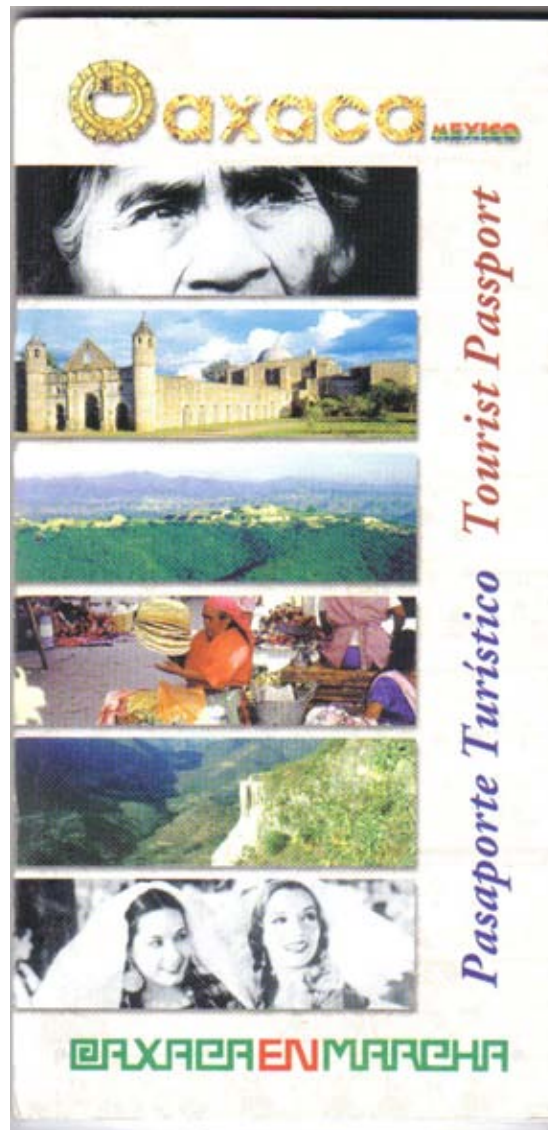
Imágenes tomadas de  
www.oaxaca.com

<sup>28</sup> Alfredo Martínez Fernández; Arturo Cháirez Alfaro, *Op. cit.*, Págs. 72-80.

## 2.10 Antecedentes publicitarios del Estado

Tomando en cuenta la administración de José Murat, quien fue Gobernador Constitucional del Estado de Oaxaca en el periodo 1998-2004, se tiene que el gobierno con apoyo de la Secretaría de Desarrollo Turístico elaboraron piezas publicitarias aisladas como folletos, trípticos, mapas y guías, que al ser analizados se concluye no son el resultado de una estrategia creativa por lo que resulta una “campana de publicidad” malograda. Además, esta publicidad sólo se ve unificada por el logo institucional del estado, pero realmente se considera que no hay una unidad de campana. Esta es una publicidad que se distribuye todo el año, a lo que podríamos llamar permanente y otra que se basa en festividades a la cual llamaríamos temporal. Entre estas piezas publicitarias podemos encontrar:

- Pasaporte turístico  
“Oaxaca México, Pasaporte Turístico”. Es una guía que contiene mapas, descuentos y cupones. La característica primordial es que cuenta con promociones a través de los cupones para restaurantes, hoteles, bares y cafeterías. Asimismo, contiene teléfonos de emergencia.



- Revistas  
"Oaxaca Magazzine". Es una guía elaborada por el Gobierno del estado que contiene información general sobre hoteles, mapas, tours. Dentro de la revista se puede encontrar información sobre zonas arqueológicas, directorio de servicios turísticos, reportajes, gastronomía, compras, playas y lugares de interés. La revista contiene publicidad de todo tipo y está redactada en dos idiomas (inglés y español). Es un ejemplar de cortesía (sin costo).



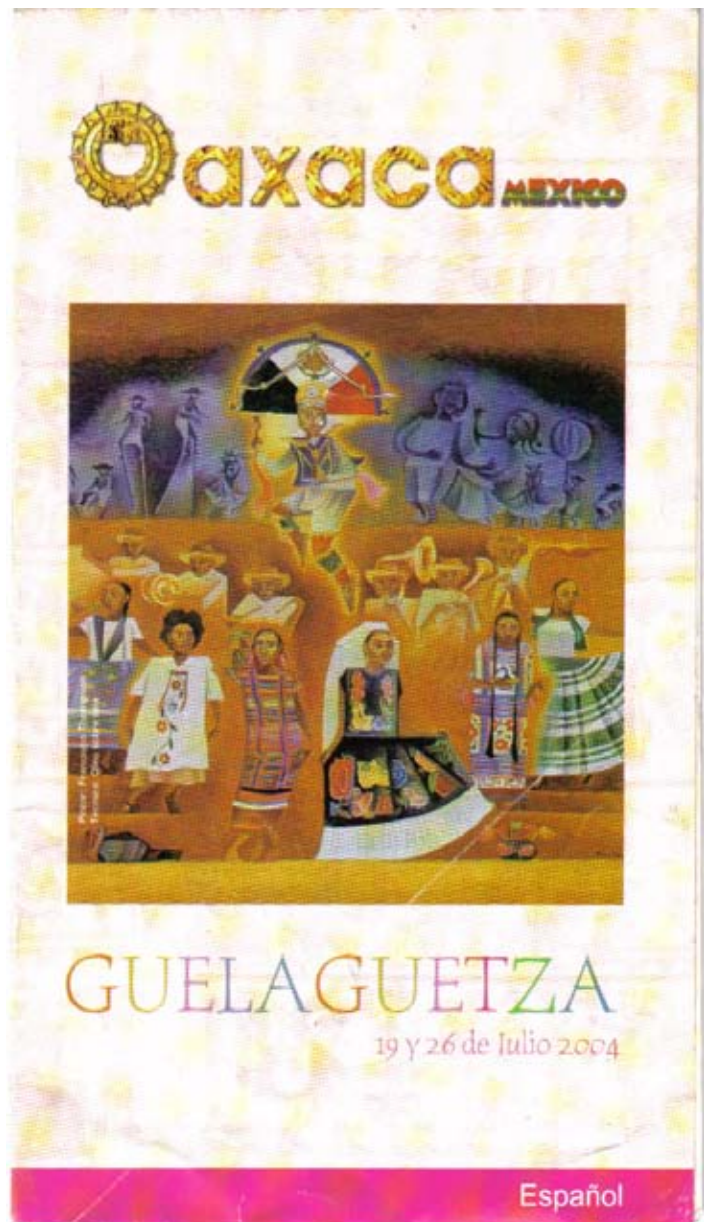
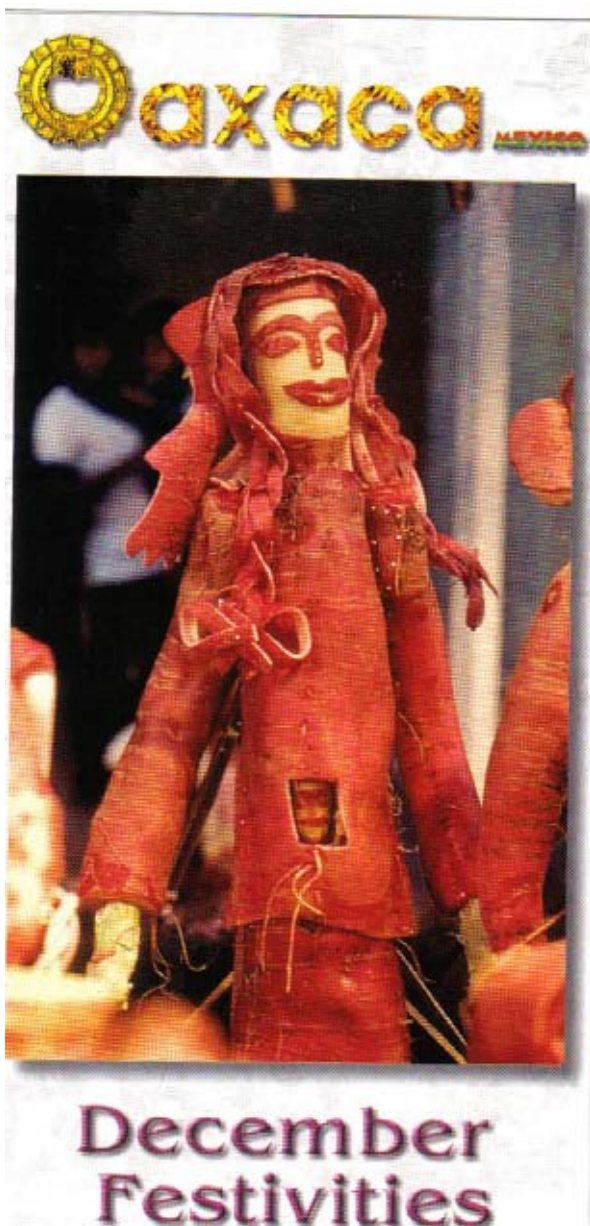
“Revista lugares de México”. Esta revista se distribuye gratuitamente y son elaboradas independientemente. Contiene publicidad de todo tipo, información de festividades y del estado acompañada de un mapa de la Ciudad de Oaxaca.





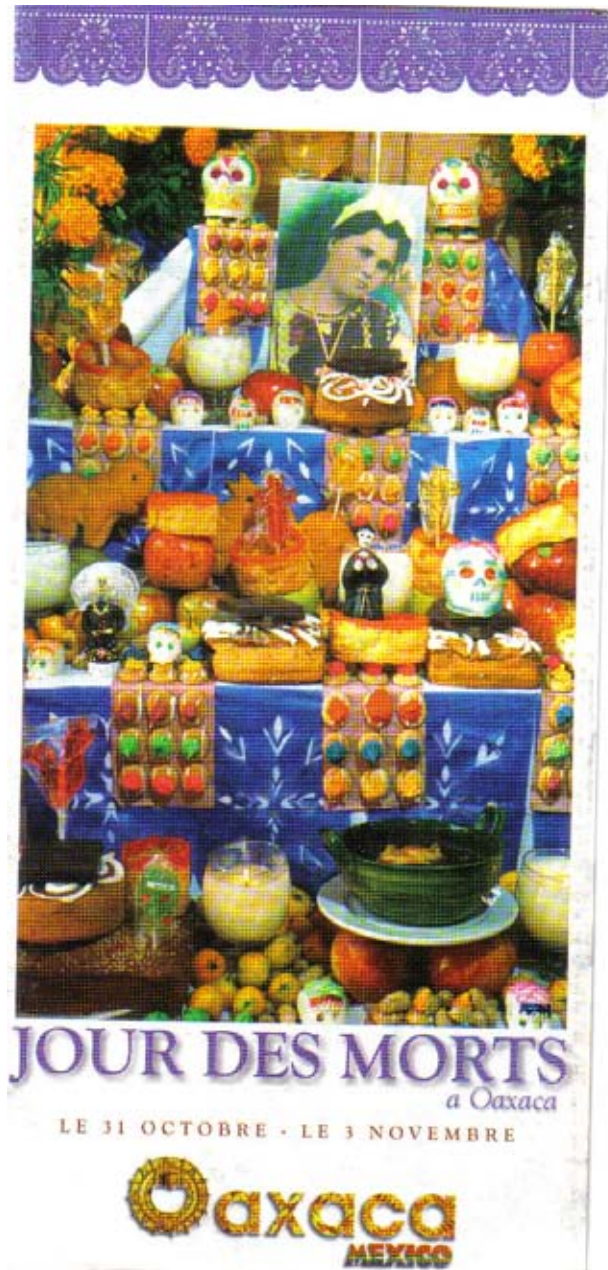
- Folletos temáticos  
 “Noche de rábanos”. Contiene información sobre festividades de vírgenes, posadas y calendas (procesiones religiosas) acompañada de fotografías de dichas fiestas.

“Guelaguetza”. Contiene el programa de actividades culturales y deportivas. Descripción del origen de la celebración, una mapa del centro histórico y valles centrales con una guía rápida de museos, templos y lugares de interés. Además, cuenta con teléfonos de emergencia y está disponible en varios idiomas (inglés y español).



“Guía cultural”. Expedida por el Instituto Oaxaqueño de las Culturas es una agenda cultural de actividades, convocatorias, museos, galerías, conferencias, museos y centros culturales. Cuenta también con teléfonos de emergencia.

“Jour des morts” (Día de muertos). Elaborada sólo en idioma francés ofrece información sobre la festividad acompañada de imágenes.

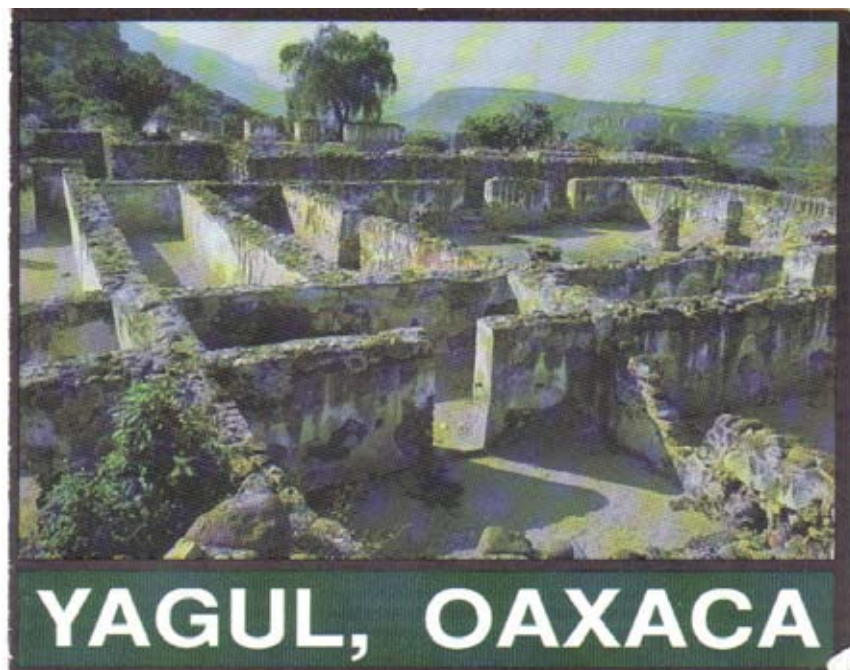
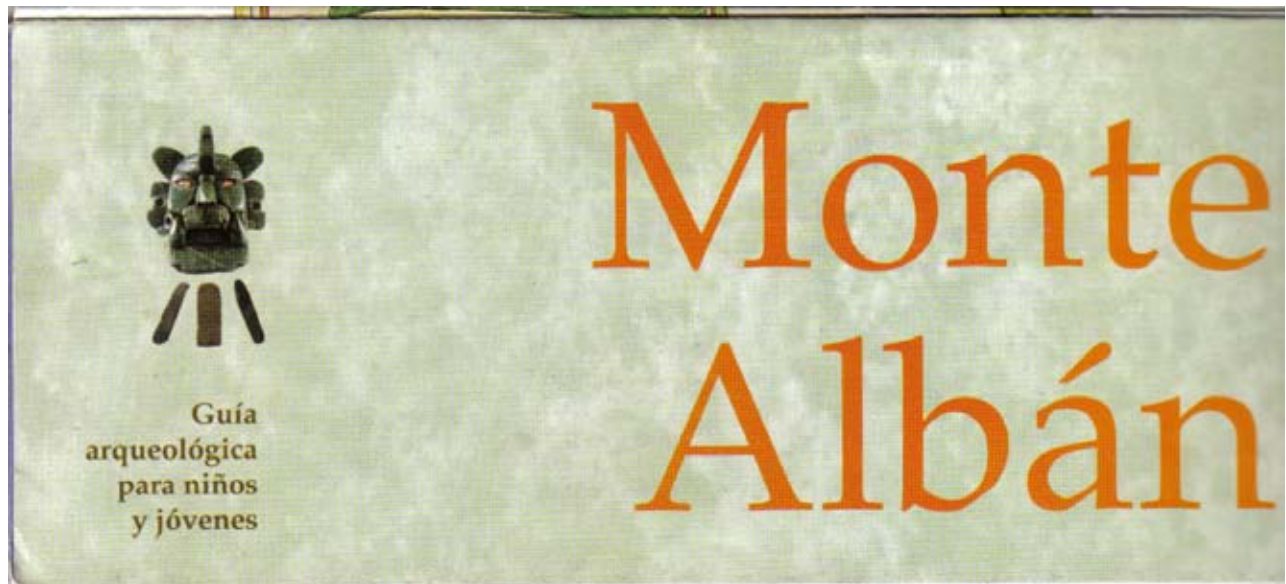


“Hoteles de la ciudad de Oaxaca”. Contiene información sobre los mismos y están clasificados por estrellas. Contiene información e imágenes sobre algunos lugares de interés y un mapa del centro histórico y de carreteras.

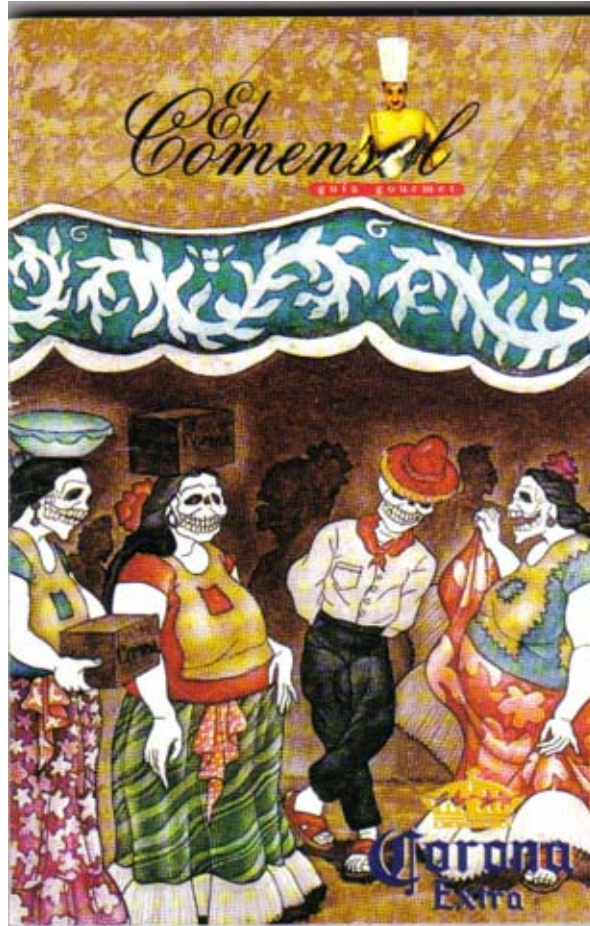


“Monte Albán”. Es una guía arqueológica para niños y jóvenes realizada por el CONACULTA e INAH, la cual contiene ilustraciones y un mapa dibujado a color con una línea del tiempo que explica el desarrollo de la construcción de esta zona. Posee indicaciones para llegar al lugar, historia de la zona e imágenes de una reconstrucción de una escena 700 a. d. C. del juego de pelota ubicada en la parte central.

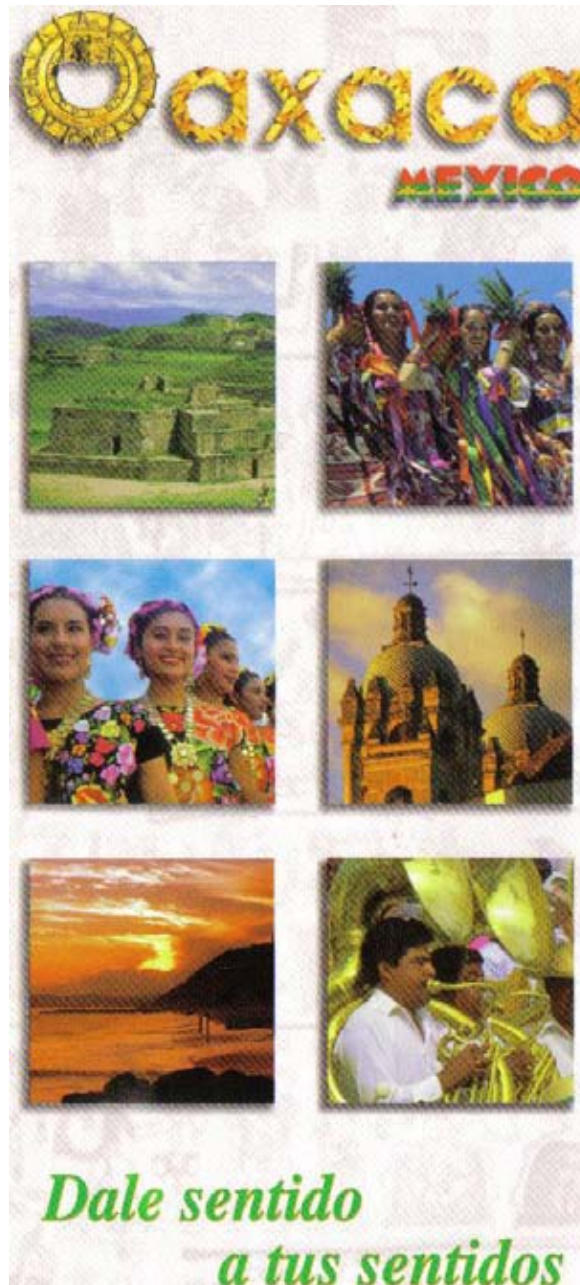
“Yagúl, Oaxaca”. Son folletos sobre sitios de interés o zonas arqueológicas del estado. Contiene un mapa del lugar, indicaciones sobre cómo llegar, historia del sitio, breve descripción del lugar, recorrido e información, imágenes generales. Elaborado por el CONACULTA e INAH con un costo de cinco pesos en cualquiera de sus destinos.



“Guía gourmet”. De distribución gratuita “El comensal” patrocinada por Corona Extra es una guía que contiene un directorio de los restaurantes más importantes dividido en una sección gastronómica de cocina oaxaqueña, cocina mexicana y cocina internacional y establecimientos como cafeterías y heladerías. Además, muestra lugares donde se venden productos oaxaqueños, casas y eventos junto con publicidad de lugares de interés en el estado.



- Folletos permanentes  
“Dale sentido a tus sentidos, Oaxaca México”. Contienen más imágenes que texto, las cuales engloban desde arqueología, museos, festividades, artesanías, tradiciones, arquitectura, maravillas naturales, ecoturismo, playas y bahías, deportes acuáticos, hoteles, resorts y arte. Contiene un mapa del estado y un calendario anual de los climas. Asimismo, incluye los principales lugares turísticos y los servicios que cada uno ofrece. Dentro de los mapas se anexa una tabla en las que se informan las distancias y recorridos a Oaxaca con una descripción breve del estado.



- Periódico mensual "Oaxaca". Distribuido dentro del estado gratuitamente con información del mismo. Está redactado en tres idiomas (español, inglés y francés). Dentro de sus apartados se encuentran: Qué hacer en Oaxaca, una lista de restaurantes, información general, tours, publicidad, mapas, eventos y una lista de hoteles clasificados. Este periódico cuenta con una página de Internet. ([www.guide2oaxaca.com](http://www.guide2oaxaca.com)).

**Oaxaca**

# 96  
April 2002

Free  
Gratis  
Gratuit

Tourist Information  
Información Turística  
Information Touristique

**For all bad, mezcal and for all good too**

If this old saying, as I Oaxaca it should be, judging by the quality reached by the master artisans of this sensational agave. Mezcal is still produced by the old rudimentary methods of 200 hundred years ago. His drink is made by distilling the maguey maguey. Although there are several towns where mezcal is produced, it is in Santiago Matatlán, 47 kilometers from the city of Oaxaca where production began. Because of its excellent quality it has a great demand on a local and national level, it has begun to be exported.

"Arriba, abajo, a la derecha, izquierda y pa' dentro", (up, down, to the left, right and in), in a shot is the way to receive the first taste of the white, the most common and solicited mezcal. It is pure, without curing or water to dilute it even a little. Aging is the key to its flavor, also its pure state without anything to diminish its fiery flavor in the stomach.

Mezcal de pechuga, with or without its worm, its pearly color, it does have an herb, which leaves a residual taste, pleasurable and marvelous, that goes down the throat smoothly, showing that if one

*Continued on page 1*

**Para todo mal, mezcal y para todo bien también**

Que si el refrán aquel de que "para todo mal, mezcal y para todo bien también" no es oaxaqueño, debería serlo, a juzgar por la polimentía que han alcanzado los maestros artesanos de este agave sensacional.

El mezcal se produce todavía con los sistemas rudimentarios de hace más de 200 años. Esta bebida está hecha de la destilación del maguey. Aunque actualmente existen varias poblaciones en las que se fabrica, es en Santiago Matatlán, a 47 km. De la ciudad de Oaxaca donde se inició la elaboración de esta bebida que, por su excelente calidad, se ha convertido en un producto de gran demanda local y nacional que ha empezado a exportarse.

"Arriba, abajo, a la derecha, izquierda y pa' dentro", de un golpe se recibe la primera muestra del blanco, el más común y solicitado. Su contenido es puro, sin curación ni agua para diluirlo un poco. El añejamiento es la clave de su sabor, además de su condición de pureza ante cualquier elemento añadido para disminuir su para disminuir su sabor de fuego en el estomago.

Mezcal de pechuga, con o sin un buen mezcal y que además, no haga daño, para demostrar que sin un trago de mezcal, quite la pena otro trago quite

**Mezcal pour le pire mais aussi pour le meilleur**

Si ce dicton n'est pas oaxaqueño il devrait l'être a en juger par l'expertise qu'ont atteint les maîtres-artisans qui élaborent cet alcool d'agave sensationnel.

Le mezcal est encore produit avec les procédés rudimentaires d'il y a plus de deux cents ans. Cette boisson provient de la distillation de l'agave (famille des cactées). Bien que actuellement existent de nombreux villages où on le distille, c'est à Santiago Matatlán, à 47 km. De Oaxaca, où l'élabore de cette boisson à ses origines, que à cause de son excellente qualité le mezcal s'est converti en un produit très demandé localement et que l'on commence à l'exporter.

«En haut, en bas, à droite, à gauche et dedans d'un coup s'avale la première gorgée de mezcal blanc, le plus commun et le plus demandé. Sa composition est pure, sans ajout ni même d'eau pour le diluer tant soit peu. Le vieillissement est la clé de sa saveur en plus de sa pureté.

Mezcal de « pechuga », avec ou sans ver, perlé, parfumé avec quelque herbe aromatique pour qu'il laisse un bon goût, plaisir et émerveillement, rien d'autre, pour qu'il coule dans la gorge sans râper, en douceur comme doit le faire un bon mezcal. De plus il ne fait

- “Boletín turístico, Oaxaca México”. Contiene información sobre promoción nacional e internacional, eventos, festividades y servicios turísticos.



# boletín Turístico



1 - 31 Marzo 2003 No.3

---



PROMOCIÓN  
NACIONAL

- La Secretaría de Desarrollo Turístico presentó un seminario de Puerto Escondido y Bahías de Huatulco al personal médico del Centro de Rehabilitación Infantil Teletón (CRIT) Oaxaca, invitándoles a visitar estos destinos turísticos.
- En un esfuerzo conjunto, la SEDETUR, la Asociación Turística Oaxaqueña, Aeroméxico y el Hotel Fiesta Americana Aguascalientes, llevaron a cabo del 13 al 15 de marzo, la “Presencia de Oaxaca en Aguascalientes”, con el fin de promover la gastronomía, artesanías, el folklóre y los servicios turísticos que ofrece Oaxaca. Durante la presencia se realizaron visitas a las principales agencias de viajes de ese estado, el 13 de marzo se realizó un Trade Show, la proyección de un vídeo promocional de Oaxaca y Cena-Guelaguetza a la que asistieron más de 150 ejecutivos de 54 agencias de viajes de Aguascalientes. Del 14 al 31 de marzo el hotel Fiesta Americana ofreció una muestra gastronómica y artesanal oaxaqueña.
- Con la finalidad de promover la oferta turística del estado de Oaxaca, la SEDETUR y la Asociación Turística Oaxaqueña visitaron el 14 de marzo a 50 agencias de viajes en la ciudad de León, Guanajuato, distribuyéndose material promocional y bolsas con productos oaxaqueños como mole, chocolate, quesillo, mezcál y artesanías.
- El 15 de marzo, la SEDETUR presentó en la explanada del hotel Fiesta Americana y en el Parque de las Tres Centurias de la ciudad de Aguascalientes, dos Guelaguetzas dirigidas a más de 1,000 personas del público en general, dando promoción a la oferta turística de Oaxaca.
- SEDETUR apoyó con material promocional y recorridos guiados por la ciudad de Oaxaca y Valles Centrales a profesores de los estados de Veracruz, Puebla, Tlaxcala y Distrito Federal, durante un Encuentro Educativo que se llevó a cabo en la ciudad de Oaxaca el 14 y 15 de marzo.

---

- Del 1 al 3 de marzo, la SEDETUR apoyó a un grupo de periodistas procedentes de Australia, de medios como el Sun Herald, Fairfax Publications, Sunday Herald Sun, News Limited, Cumberland Newspaper Group y Gourmet Traveller Magazine, quienes visitaron los principales atractivos turísticos de la ciudad de Oaxaca y los Valles Centrales.
- La SEDETUR apoyó con material promocional de Oaxaca a la Unidad de Asuntos Culturales de la Secretaría de Relaciones Exteriores, quienes han instrumentado un programa de difusión cultural para la promoción de la artesanía, gastronomía, cultura y atractivos turísticos en las representaciones Diplomáticas y Consulares en todo el mundo.
- Del 7 al 11 de marzo, la Secretaría de Desarrollo Turístico participó en el mayor evento turístico celebrado anualmente en el mundo, la ITB Berlin 2003. Oaxaca tuvo un módulo de información dentro del stand de México, en el que se atendió a touroperadores, agencias de viajes, periodistas y público en general, a quienes se les proporcionó información turística de Oaxaca, sobre la nueva carretera al pacífico oaxaqueño y la próxima apertura del puerto para cruceros en Huatulco. Se asesoró a las agencias que organizan viajes a Centroamérica para incluir Oaxaca en sus nuevos programas del 2004. Cabe hacer mención que entre los jóvenes es de gran interés el turismo alternativo de Oaxaca.
- La Casa Oaxaca en Alemania participó conjuntamente con la empresa Silber Schmuckt en la feria turística “Essen Reisen und Caravanning 2003”, celebrada el 26 de marzo. En este evento se difundieron los atractivos turísticos del estado de Oaxaca, consolidando la presencia del estado entre los alemanes. Especial demanda tuvieron las playas del pacífico oaxaqueño, que se presentan como alternativa ante la saturación del Caribe.



PROMOCIÓN  
INTERNACIONAL

---

CASA OAXACA EN MADRID

- Se coordinó la visita a la ciudad de Oaxaca de Javier Olazábal y Arturo López, Director Creativo y Director de Atención a Clientes de la Empresa Young & Rubicam respectivamente, agencia publicitaria responsable de la Campaña de México para Europa.
- Durante la participación en la 28ª edición del Salón Mundial del Turismo SMT 2003 celebrado en París Francia, que tuvo una afluencia aproximada de 5,744 profesionales del turismo y 100,632 visitantes, el stand de México dedicado a Oaxaca, fue uno de los más visitados en toda la feria turística. Durante el evento se proporcionó atención personalizada a agencias de viajes, tour operadores, medios de comunicación, revistas especializadas y público en general.
- Se atendió a Julie Daurel, escritora de la revista especializada en turismo Code Sud de Francia, para la elaboración de un publitreportaje de Oaxaca.
- Se coordinó y apoyó la premier de la película “Frida” en el Salón Ellysées Biarritz de la ciudad de París Francia, presentación que se dedicó al estado de Oaxaca con el slogan “La verdadera pasión de Frida Khalo fue Oaxaca”, asistiendo 200 personas del medio turístico, medios de comunicación y diplomáticos, con entrega de material promocional, kits de prensa, degustación de chocolate y mezcál, ambientación con música oaxaqueña y jóvenes ataviadas con trajes regionales.
- Apoyo a la empresa Oro de Monte Albán en la instalación de réplicas de joyas prehispánicas y difusión de piezas artesanales y orfebrería en el Salón Mundial del Turismo 2003.

---

GRUPOS Y CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE OAXACA

- Durante el mes de marzo, la ciudad de Oaxaca fue sede del XXIII Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Estudios para el Tratamiento del Dolor AMETD, donde el tema central fue “El Dolor como un Problema de Salud Pública”, y la Asamblea Anual de Certificado Internacional de Productos Orgánicos México OCIA, eventos que reunieron a un total de 550 participantes.
- Durante la “Expo Oaxaca 2003” organizada por la Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial y la empresa Servicios Asociados Layun Publicidad S.C, que se llevó a cabo en el Centro de Exposiciones de la ciudad de Oaxaca del 27 al 30 de marzo, la Secretaría de Desarrollo Turístico participó con un stand en el cual distribuyó material promocional de los destinos de playa y turismo alternativo de Oaxaca.



www.oaxaca.gob.mx/sedetur Murguía 206, Centro Histórico, Oaxaca, Oax.  
C.P. 68000 Tel. 01 (951) 516 0123 Fax: 01(951) 516 0064





- Mapa con publicidad  
 “Conociendo y disfrutando Oaxaca de día y de noche”. Cuenta con sitios de interés, un croquis de cómo llegar a dichos lugares, así como teléfonos de emergencia y algunos tips para el turista.

**Conociendo y disfrutando Oaxaca's**  
*(de día y noche)* **best fun and food places**

Año 5 - Número 17 - octubre 2003 - febrero 2004

...Confundir el gozo del vivir con el de comer" L.E.

**Restaurant-Bar**  
**COMO AGUA EN CHOCOLATE**

El regreso a este más importante es el amor

**Cocina regional, internacional y surreal.**

Hidalgo 612, Altos Centro, Oaxaca.

Tel/Fax: (951) 51 6 29 17

ABIERTO TODOS LOS DIAS DE 9:00 A 11:00 HRS.

5% de descuento presentando este mapa

Valido hasta el 29-04 Aplica restricciones

**Casa de las Artesanías de Oaxaca**

arte y cultura

Organización constituida por los "Maestros Oaxaqueños de Arte Popular S.C." y conformada por 6 grupos étnicos, 12 comunidades indígenas, 21 giros artesanales, 70 talleres familiares y 10 organizaciones de artesanos, teniendo como objetivo, mejorar y elevar la calidad de vida de sus socios, a volumen, diseño, seriedad y técnicas de producción.

Tiene en la solidaridad, fraternidad, y respeto, los argumentos para consolidar sus valores, único modo para trascender e incidir en el universo de factores de Arte Popular.

Metamorfo 105, Centro C.P. 68000 Oaxaca, Oax. México. Tel. (951) 31 63062 artesanias\_de\_oaxaca@hotmail.com

**Hermosa**  
 Hidalgo 16 San Agustín, Etla Oaxaca  
 Tel/Fax (951) 52 120 49

**MEZCAL AEMBAJADOR**  
 100% AGAVE  
 Guardador de 3 medallas de oro en Chicago, Illinois, U.S.A. en el 2003  
 Pruebe el único mezcal 100% natural. Garantizado.  
 Ventas: "Plaza del Mezcal" Metamorfo 103 Centro Histórico, Oaxaca, México  
 Tel. Fax 01 (951) 513 0147 / 518 9975  
 mezcalembajador@terra.com

**COFFEE**  
 EL MEJOR SABOR PARA LLEVAR  
 Oaxaca - México  
 5 de Mayo 400-C, Centro Histórico, Horario 8:00 a.m. a 12:00 p.m.  
 (A un costado del templo de Santo Domingo de Guzmán)

**transporte terrestre**  
 (ceramos domingo. Reserva con anticipación)  
**TAXI al aeropuerto**  
 Alameda de León 1-G, Centro Histórico, Tel: 514-43-59

**FREEBAR**  
 BAR OAXACA  
 100-C Metamorfo street, Downtown (between pedestrian zone and Garcia Vigil street) Oaxaca, México

\* Nota: Las imágenes relativas a los antecedentes publicitarios pertenecen a folletos, trípticos, revistas, guías, etcétera obtenidos durante las estancias al Estado de Oaxaca.

De acuerdo con el Licenciado Gil Hernández Santoyo, Jefe de Proyecto de Programa Ciudades Coloniales de la Secretaría de Turismo, a partir del año 2000 Oaxaca empezó a formar parte del Programa Regional Ruta de los Dioses conformado por los estados de Oaxaca, Puebla y Veracruz, y que a partir del 2002 se incorporaron Tlaxcala y el Distrito Federal.

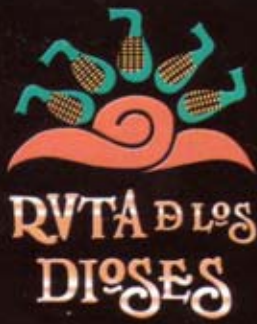
Según el Programa de Trabajo Ruta de los Dioses 2002-2006 afirma que este territorio es una de las regiones con mayor riqueza cultural de nuestro país; ya que fue el hogar de antiguas y sofisticadas civilizaciones. Asimismo esta ruta se distingue, entre otros aspectos, por la diversidad de los segmentos turísticos que atiende, la especialidad de los servicios que ofrece y, muy particularmente, por su capacidad de adaptación a las necesidades de desarrollo local, nacional e internacional.

De acuerdo con dicho Programa de Trabajo en la actualidad este espacio geográfico representa aproximadamente una cuarta parte del turismo total de nuestro país. "Ruta de los Dioses" es un proyecto de la Secretaría de Turismo en conjunto con el esfuerzo de los municipios, estados, federación, iniciativa privada y la sociedad, en donde su objetivo específico es promover la marca "Ruta de los Dioses" y los productos turísticos de la región, entre los principales operadores mayoristas y los operadores especializados.

Asimismo, dicho programa señala que "las líneas estratégicas en materia de promoción, publicidad, relaciones públicas y comercialización, pretenden posicionar la marca "Ruta de los Dioses" en el mercado tanto nacional como internacional, como una opción de destino turístico... a través del uso de medios masivos de comunicación estructurando un sistema integral de mercadotecnia, haciendo llegar la información de los atractivos y los servicios turísticos mediante la publicación de material promocional bajo una imagen institucional, además de tener presencia en los eventos que permitan promover de manera eficaz los productos turísticos a las empresas operadoras de viajes".<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Secretaría de Turismo. *Ruta de los Dioses. Programa de trabajo 2002-2006*, México, 2003, 15 pp.



# PROGRAMA DE TRABAJO

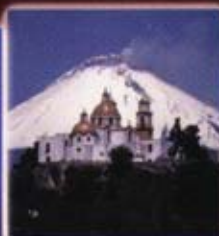
2002-2006



Tlaxcala



Distrito Federal



Puebla



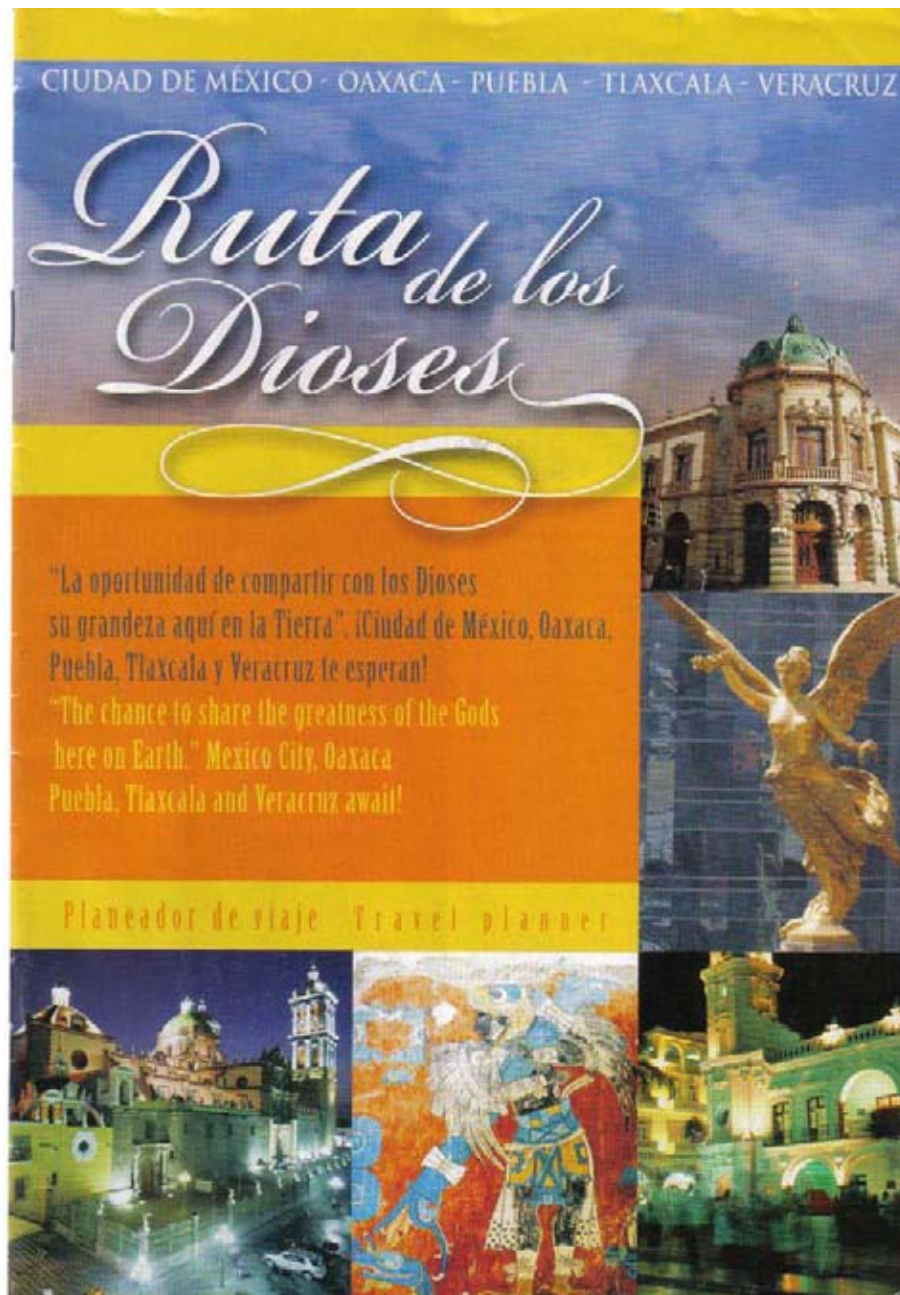
Oaxaca



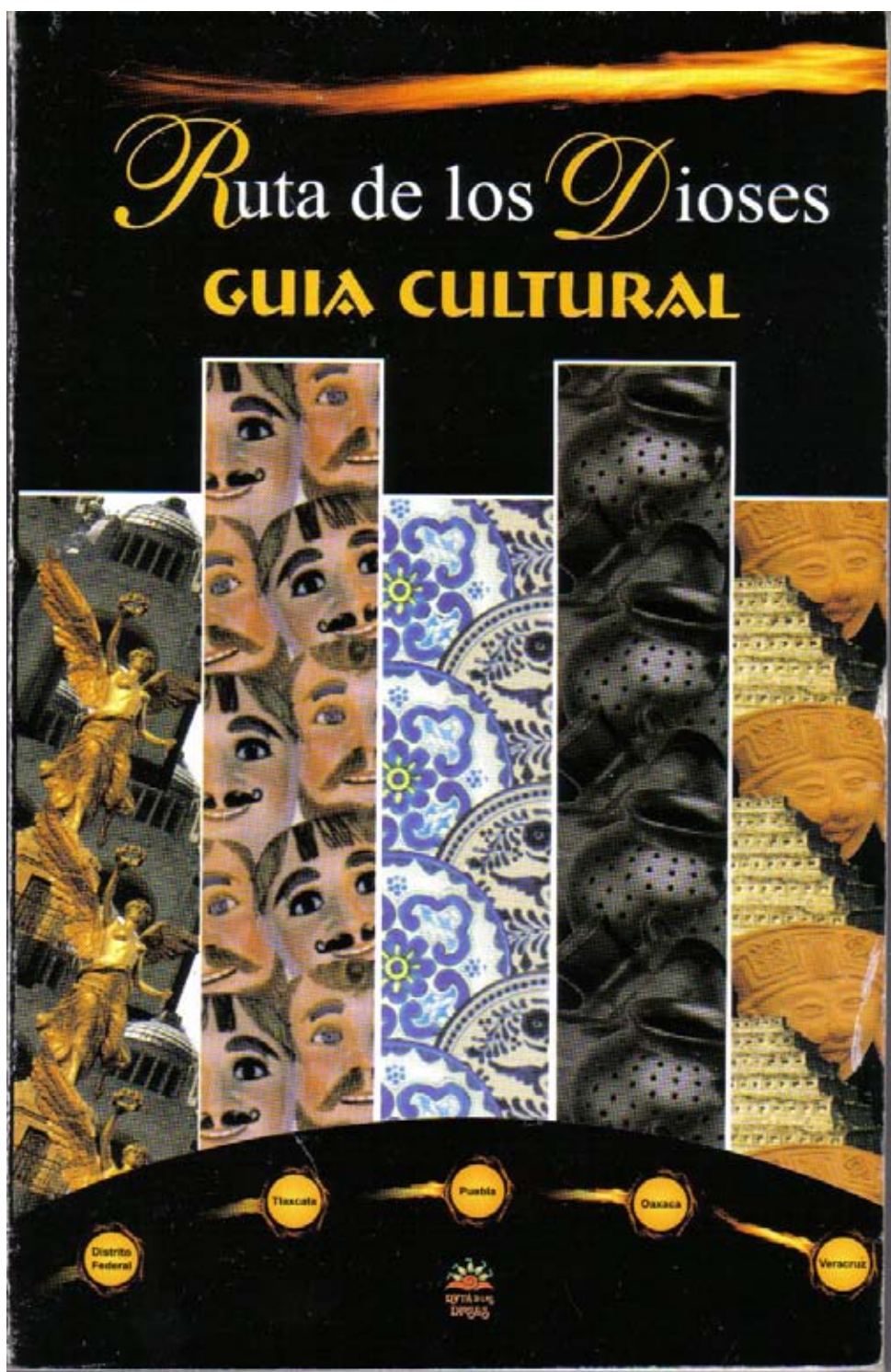
Veracruz

Como parte de este Programa Regional, podemos encontrar el planeador de viaje de la región publicado en idioma español e inglés y llamado “Ruta de los Dioses”, el cual nos ofrece una pequeña introducción de cada destino que esta ruta conforma así como información de sitios de interés de los diversos estados, cupones de descuento (de hoteles) y lo más importante es que elaboran diversas rutas con todos los servicios incluidos (transportación , hospedaje, recorridos, alimentos) proporcionando los precios de las diversas opciones.

Así, es el turista quien decide cual ruta es la de su preferencia. Por ejemplo, esta guía ofrece la ruta ciudades culturales, sol y playa, ruta totonaca, ruta maravillas arquitectónicas (sólo sale desde Guadalajara), ruta ciudades coloridas, maravillas arquitectónicas, ciudades artesanales, ruta del chocolate (desde Guadalajara), ruta del mole y ruta olmeca.

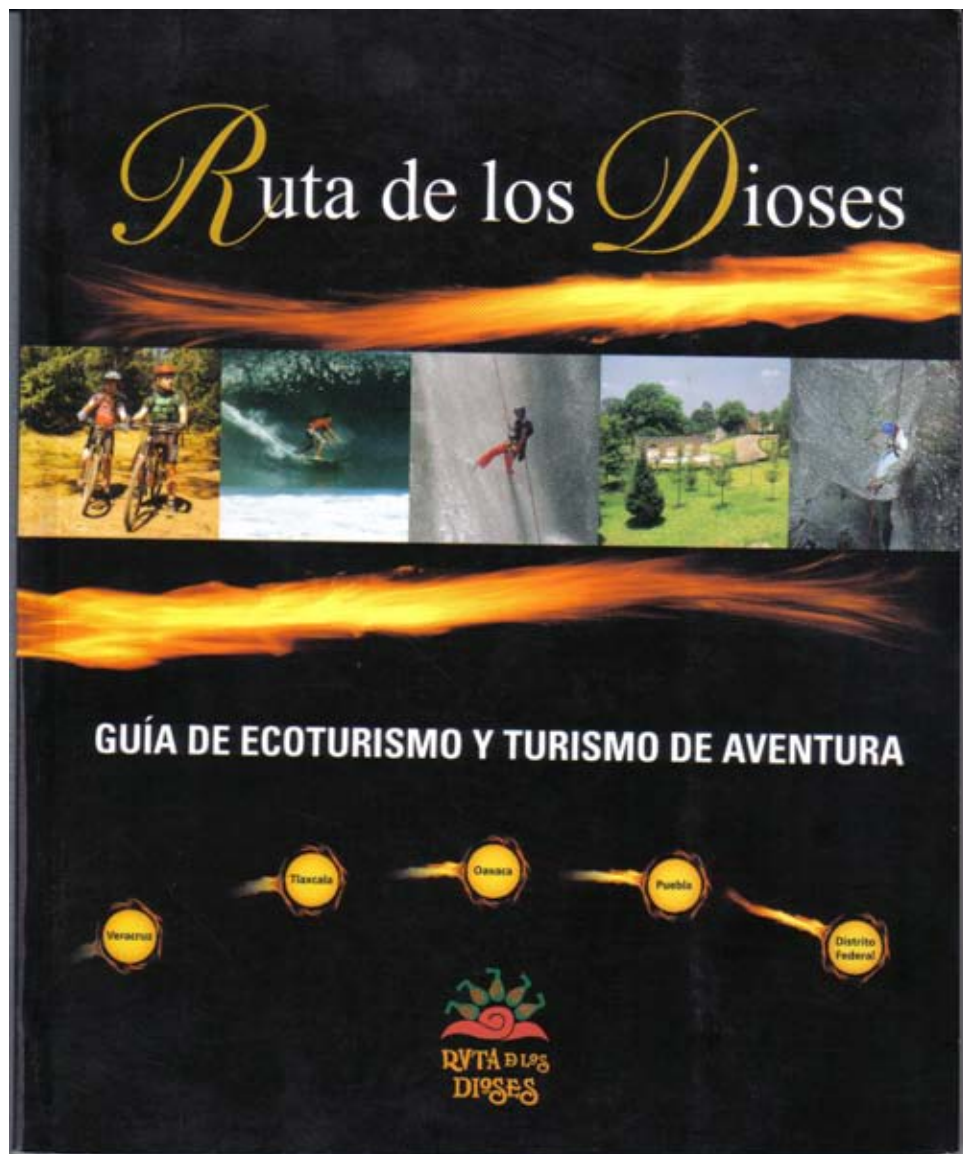


Este programa de "Ruta de los Dioses" contiene también una Guía Cultural en donde se mencionan museos, zonas arqueológicas, ferias y fiestas proporcionando ubicación, horario e información general sobre el sitio o la actividad. Además, contiene información sobre las artesanías y la gastronomía típica de los diversos estados que conforman la "Ruta de los Dioses".

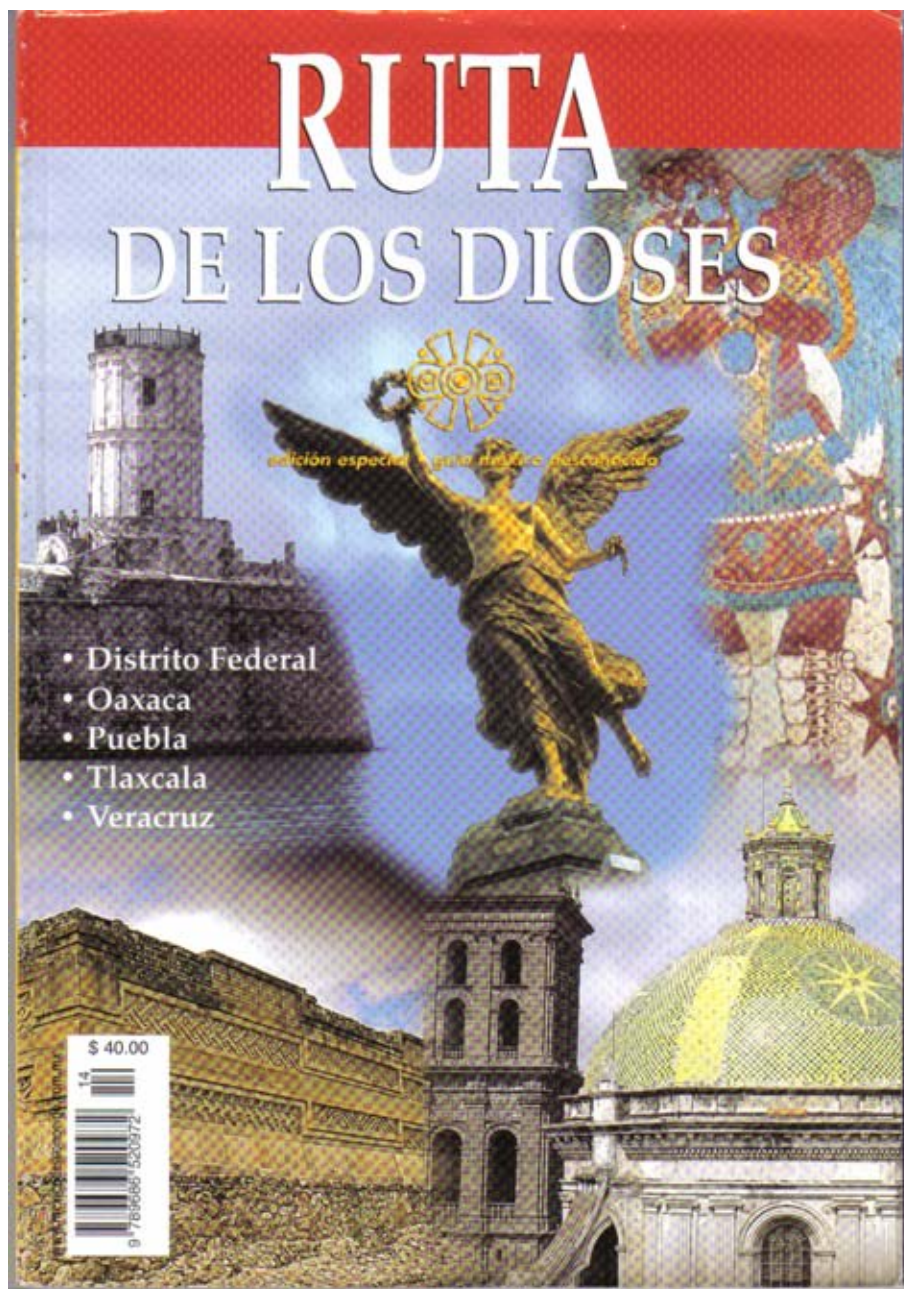


El programa también consta de una Guía de Ecoturismo y Turismo de Aventura en donde por medio de colores podemos identificar a cada estado junto con una simbología que nos muestra los servicios y las actividades que éste ofrece. Tales como: alimentación, alojamiento, información, sanitarios, teléfonos, eco-arqueología, artesanías, observación de flora y fauna, observación de atractivos naturales, safari fotográfico, talleres de educación ambiental, sederismo interpretativo, vuelo en globo, vuelo en ala delta, vuelo en ultraligero, vuelo en parapente, paracaidismo, montañismo, rapelismo, catonismo, cabalgata, escalada, espeleísmo, caminata, ciclismo de montaña, buceo, descenso de ríos, kаяquismo, pesca recreativa, campismo, etnoturismo y agroturismo.

La guía está conformada de diversos apartados de los distintos estados que conforman la "Ruta de los Dioses" y se ofrece la ubicación, horario e información general de los lugares en donde se puede realizar el ecoturismo y el turismo de aventura. Al final de cada sección por estado se presenta un directorio de la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México, A.C. La guía incluye fotografías de los distintos atractivos de los que habla a lo largo de ella.



Otra guía fue la realizada por México Desconocido con apoyo del Programa Regional “Ruta de los Dioses” en donde nos vuelve a mostrar a los estados que conforman esta ruta y de los cuales nos ofrece información de cada uno, así como zonas arqueológicas, lugares para realizar turismo de aventura y ecoturismo, templos y catedrales, edificios y monumentos arquitectónicos, museos, parques acuáticos y ferias y fiestas.



## 2.11 Campañas actuales

### En televisión

A raíz del conflicto político-magisterial fue necesario que los organismos competentes hicieran algo para contrarrestar la imagen negativa que estaba adquiriendo Oaxaca, pues el turismo se estaba ya viendo afectado por esta situación.

Es importante mencionar que en países como Estados Unidos se realizaron campañas previniendo a los ciudadanos de ese país, pues se les invitaba a no visitar Oaxaca dadas las condiciones de inseguridad, violencia y rebelión en dicha región.

De esta forma, en la televisión comenzó a transmitirse un spot donde aparecen ciudadanos de diferentes nacionalidades y que de manera general expresan que Oaxaca es un sitio seguro de visitar y que hay mucha tranquilidad en el estado. El spot tiene como slogan la frase: ¡Oaxaca está mejor que nunca! Ésta está acompañada del ya reconocido: México, Vive hoy, vive lo tuyo.

### En revistas

Siguiendo el objetivo de contrarrestar la imagen que había adquirido Oaxaca, la Secretaría de Turismo en coordinación con los organismos estatales correspondientes decidieron realizar inserciones en revistas promocionando así el estado.

En este caso, el concepto creativo va de la mano con el spot aparecido en la televisión pues los copys van en la misma línea expresando que hoy Oaxaca es la de siempre con todo lo que la ha caracterizado por siglos: su gente, su majestuosidad, su cultura ancestral, sus monumentos arqueológicos y arquitectónicos, su deliciosa gastronomía, etcétera.

Por lo tanto, se entiende al igual que con el spot de televisión que Oaxaca hoy sigue siendo la misma de siempre y que está mejor que nunca para visitarla. En el caso de este anuncio de revista aparecido en México Desconocido número 362 el slogan identificado fue el siguiente: Ven a Oaxaca... está como tú lo quieres. Además, en dicho anuncio se proporcionan opciones de hospedaje para quienes decidan visitar el estado.

### En parabuses


Otro medio donde ha sido promocionado el estado de Oaxaca son los parabuses. En este caso, se encontró publicidad más específica invitando a la gente a las hermosas playas de Huatulco como opción para pasar el verano.

En definitiva, las campañas actuales tienen como objetivo reposicionar la imagen del estado de Oaxaca, dada la imagen negativa ocasionada a partir del conflicto político-magisterial pues las condiciones de inseguridad hicieron que el turismo decreciera. Por lo tanto, esta campaña de publicidad va más allá de reposicionarlo, pues el objetivo central es fomentar el turismo alternativo y cultural en los jóvenes.



# oaxaca

*Fiesta de Arte y Color*



## HOY OAXACA ES LA DE SIEMPRE... TAN BELLA Y TAN GRANDE COMO SU GENTE

La Ciudad de Oaxaca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, te espera como siempre, bella y majestuosa.

Con su cultura ancestral, su grandioso legado arqueológico de Montealbán, la grandeza de su monumental arquitectura colonial y el incomparable sabor de su gastronomía regional.

VEN A OAXACA... ESTÁ COMO TÚ LO QUIERES

Hospedaje  
Desde **\$560** pesos  
por habitación doble,  
incluye impuestos  
Vigencia al 31 de Mayo del 2007.

[www.oaxaca.travel](http://www.oaxaca.travel)

es tiempo de  
**OAXACA**

**oaxaca**  
*Tu México!*

**México**  
Vive hoy, vive lo tuyo

## 2.12 Situación actual del Estado

Hacia mediados de julio del 2006, Oaxaca se encuentra en una situación poco favorable para su imagen ya que ha permanecido en condiciones de violencia más de cuatro meses ocasionada por maestros de la sección 22 del SNTE (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación) a quienes se ha integrado la Asamblea Popular de Pueblos de Oaxaca (APPO).

Estos cuatro meses de conflicto en Oaxaca se expresan en muertes violentas, en crisis educativa, crisis económica y en atropellos contra los medios de comunicación, lo que representa una clara situación de ingobernabilidad. Sin embargo, la cámara del senado "PRI y PAN" está a favor del gobernador ya que señalan que los poderes no han desaparecido, a lo cual nosotros creemos que ignoran la realidad, puesto que como sabemos, las sedes gubernamentales han sido ocupadas por los manifestantes y hubo un asalto violento al palacio legislativo.

Los 70 mil afiliados a la sección 22 del SNTE junto con la APPO buscan la destitución del todavía actual gobernador del Estado, Ulises Ruiz Ortiz, así como demandas salariales. Esto ha llevado a acciones violentas como la toma de oficinas de gobierno por los manifestantes, además no ha iniciado el ciclo escolar 2006-2007, por lo que padres de familia han decidido impartir las clases al igual que dar talleres de español y matemáticas en la Casa de Cultura.

Por otra parte, la actividad económica se ha visto realmente afectada no sólo en la capital sino en otros municipios ya que como sabemos se han cerrado carreteras. Definitivamente, el turismo es un sector de vital importancia para la economía de un lugar, puesto que, por ejemplo, en Oaxaca el turismo aporta el 17% del PIB y por las protestas magisteriales 1,500 negocios han cerrado, al igual que hoteles y restaurantes. Estas acciones han causado una bajísima ocupación en establecimientos dedicados al turismo pues se ha orillado a la cancelación de vuelos y corridas terrestres.

Es importante destacar que la Guelaguetza es una de las tradiciones más importantes del Estado a nivel mundial y a la cual asisten miles de turistas, pero el pasado 17 de julio el magisterio oaxaqueño e integrantes de la APPO ocuparon las instalaciones del auditorio del Cerro del Fortín, al noroeste del centro histórico de esta ciudad, para impedir que se celebrara la tradicional fiesta. Esto como medida de presión para que renuncie el gobernador del estado.

Es menester comentar que agrupaciones empresariales han llevado a cabo paro de labores y han anunciado huelga fiscal, esto, como consecuencia de la crisis económica que se vive. Podemos concluir que Oaxaca se encuentra en una situación lamentable, puesto que este conflicto magisterial ha afectado en gran parte la imagen de Oaxaca como un sitio turístico tanto a nivel nacional como internacional. Definitivamente, el turismo ha disminuido y los datos son claros.

Como parte de la investigación, se constata que el gobierno estatal no ha tomado las medidas necesarias para reposicionar al estado turísticamente y aquellos lugares de este que todavía son promobibles, así como playas y zonas arqueológicas que se encuentran alejadas del conflicto. Esto se podría llevar a cabo a través de su sitio oficial de internet y por medio de la representación del estado en el Distrito Federal, que lamentablemente hasta este momento ha estado cerrada al igual que el sitio web.

Lo anterior nos deja entrever que en cuanto a imagen política el estado deja mucho que desear y el conflicto magisterial lo deja en claro. Pues se podrían implementar medidas preventivas y propuestas para mantener el status del estado. Además de posicionar a Oaxaca como uno de los destinos turísticos más importantes de nuestro país, el eje central de la campaña es incitar a los jóvenes de 18 a 25 años a realizar turismo cultural y turismo alternativo en todas sus variantes en el estado de Oaxaca, a través de una campaña turística que incluye ejecuciones atractivas mediante las cuales se pretende hacer que el target se identifique con los personajes aparecidos y se anime a visitar el estado.

A continuación se citan las fuentes de donde fue obtenida la información anteriormente presentada:

#### **Características geográficas:**

- Dalton Margarita, *Breve historia de Oaxaca*, México, Fondo de Cultura Económica, Serie: Breves Historias de los Estados de la República Mexicana, 2004, Primera edición, 302 pp.
- Álvarez Noguera José Rogelio, *Oaxaca cultura y desarrollo*, México, Harte Reinking Editores, 1995, Primera edición, 103 pp.
- Mühlendorft Eduard, *Ensayo de una descripción de la República de Méjico, con especial referencia a su geografía, etnografía y estadística, El estado de Oajaca*, México, CODEX Editores, 1993, Primera edición, 108 pp.

#### **Zonas arqueológicas:**

- González Licón Ernesto; Winter Marcus; Hernández Díaz Gilberto, *Zonas Arqueológicas de Oaxaca*, [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/arqueologicos.html>, [consulta: 30/08/2006].
- Southworth J. R., *Oaxaca y Puebla ilustrado*, México, Editorial VERDEHALAGO, 2000, 71 pp.

#### **Historia del Estado:**

- Álvarez Noguera José Rogelio, *Oaxaca cultura y desarrollo*, México, Harte Reinking Editores, 1995, Primera edición, 103 pp.
- Southworth J. R., *Oaxaca y Puebla ilustrado*, México, Editorial VERDEHALAGO, 2000, 71 pp.

#### **Grupos étnicos:**

- Acevedo María Luisa, *et al.*, *Etnografía y educación en el estado de Oaxaca*, México, INAH, 1993, 264 pp.

#### **Oaxaca según el INEGI**

- INEGI, [en línea], Dirección URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/default.asp?c=119&e=20>, [consulta: 25/09/2006].

#### **Más sobre Oaxaca**

- Mühlendorft Eduard, *Ensayo de una descripción de la República de Méjico, con especial referencia a su geografía, etnografía y estadística, El estado de Oajaca*, México, CODEX Editores, 1993, Primera edición, Págs. 15-25, 108 pp.
- Romero Giordano Carlos; Cháirez Alfaro Arturo, "El arte popular oaxaqueño, un mundo aparte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, Págs. 82-89, 112 pp.

- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/iglesias.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.aquioaxaca.com/>, [consulta: 30/08/2006].
- s/autor, "Alebrijes: El arte onírico", *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, Págs. 56-57, 96 pp.

### Museos

- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/museos.html>, [consulta: 30/08/2006].

### Fiestas y tradiciones

- s/autor, "Guelaguetza una ofrenda a la ciudad", *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, Págs. 90-91, 96 pp.
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/muertos.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/navidad.html>, [consulta: 30/08/2006].

### Playas

- [en línea], Dirección URL: [http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos\\_lnk.txt](http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos_lnk.txt), [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>, [consulta: 30/08/2006].

### ¿Qué hacer en Oaxaca?

- Martínez Fernández Alfredo; Cháirez Alfaro Arturo, "Oaxaca, un paraíso para el deporte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, Págs. 72-80, 112 pp.
- Romero Giordano Carlos; Cháirez Alfaro Arturo, "El arte popular oaxaqueño, un mundo aparte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, Págs. 82-89, 112 pp.
- Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoaxaca.com>, [consulta: 07/06/2006].

### Antecedentes publicitarios del Estado

- Secretaría de Turismo. *Ruta de los Dioses. Programa de trabajo 2002-2006*, México, 2003, 15 pp.

## Mapas

- [en línea], Dirección URL: <http://mapserver.inegi.gob.mx/geografia/espanol/estados/oax/rh.cfm>, [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.visitingmexico.com.mx/mapas-mexico/images/Oaxaca%20fisico%20politico.jpg>, [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_en\\_mexico.svg](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_en_mexico.svg), [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_distritos.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_distritos.png), [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_regiones\\_mejorado.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_regiones_mejorado.png), [consulta: 16/10/2006].

## Situación actual

Con información de:

- Sánchez Virgilio, “Secuestran maestros a turistas en Oaxaca”, periódico *Reforma*, año 13, num. 4593, sección “Primera plana”, México, 16 de julio de 2006, 234 pp.
- Granados Chapa Miguel Ángel, “Oaxaca: callejón con salida”, periódico *Reforma*, año 13, num. 4651, sección “Opinión”, México, 12 de septiembre de 2006, Pág. 17, 234 pp.
- Altamirano Genaro, “Oaxaca: tensión en vísperas de festividad”, [en línea], México, [eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx), Lunes 17 de julio de 2006, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html>, [consulta: 20/08/2006].

## CAPÍTULO 3 MERCADOTECNIA TURÍSTICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 3.1 La importancia de la investigación de mercados

Como se señala en el Capítulo Primero, la investigación de mercados es de suma importancia para llevar a cabo una campaña de publicidad. Esta ofrece ciertas técnicas, ya sean cualitativas o cuantitativas, que permiten conocer los gustos, preferencias y en general la forma de pensar de los diversos consumidores.

Philip Kotler y Gary Armstrong señalan que la investigación de mercados es el “diseño, obtención, análisis y síntesis sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta... los investigadores de mercados realizan una amplia variedad de actividades, desde estudios de potencial de mercado y participación de mercado hasta evaluaciones de satisfacción y comportamiento de compra de los clientes; también realizan estudios de fijación de precios, productos, distribución y actividades de promoción”.<sup>1</sup>

Por lo tanto, la investigación de mercados es una herramienta vital para la publicidad. Esta arroja datos e información que son de gran ayuda en la elaboración de la estrategia creativa, estrategia de medios y en sí de toda la campaña. De esta manera, esta tesis se basa en el uso de la técnica cuantitativa más usada por las empresas en la actualidad: la encuesta.

Esta técnica ayuda a obtener información primaria y puede realizarse de distintas maneras: por correo, por teléfono, personales y electrónicas.

### 3.2 Los niveles socioeconómicos en México

La información que se presenta a continuación fue obtenida de la página de Internet: [http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas\\_InvPublicitaria\\_Informes.htm#SMG](http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas_InvPublicitaria_Informes.htm#SMG). Las características que se exponen de cada nivel socioeconómico son claras, concretas y fáciles de comprender, lo cual ayuda de manera satisfactoria a la aplicación de las encuestas.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler; Gary Armstrong, *Marketing*, México, Pearson Educación, 2001, Octava Edición, Pág. 99.

## **NIVEL A/B**

Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país.

### **PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA**

En este segmento, el jefe de familia tiene en promedio un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel A/B se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen en forma independiente su profesión.

### **PERFIL DEL HOGAR**

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel alto son casas o departamentos propios de lujo; cuentan en su mayoría con al menos tres o cuatro recámaras, dos o tres baños, sala, comedor, antecomedor, cocina, cuarto de servicio y estudio o sala de televisión. Además, la gran mayoría de las propiedades tienen jardín propio y por lo menos dos lugares techados para auto.

En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas de planta a su servicio, y una más de entrada por salida. Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del extranjero.

### **ARTÍCULOS QUE POSEE**

Normalmente, tanto el ama de casa como el jefe de familia poseen automóvil del año, algunas veces de lujo o importados, y tienden a rotar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.

En el hogar cuentan con todas las comodidades y lujos: tienen al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular y compact disc, al menos dos televisores a color, Cablevisión o Multivisión (en algunos casos con antena parabólica), videocassettera, horno de microondas y lavadora automática de ropa (programable). Uno de cada dos hogares tiene secadora de ropa, lavadora de platos y/o computadora personal.

### **SERVICIOS**

En lo que a servicios bancarios se refiere, estas personas poseen al menos una cuenta de cheques (usualmente del jefe de familia), y tienen más de dos tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.

### **DIVERSIÓN / PASATIEMPOS**

Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos seis meses, y vacacionan a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero, y varias veces vacacionan al interior de la República.

### **INGRESO MENSUAL FAMILIAR**

Al menos \$48,000.00



## COLONIAS TÍPICAS

Bosques de las Lomas, Pedregal de San Ángel, San Ángel Inn, Tecamachalco, La Herradura, Villa Verdún.

## NIVEL C+

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

## PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA

La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de Licenciatura, muy pocas veces cuentan solamente con educación Preparatoria. Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes, o profesionistas independientes.

## PERFIL DEL HOGAR

Los hogares de las personas que pertenecen al Nivel C+ son casas o departamentos propios que cuentan con dos o tres 3 recámaras, uno o dos baños, sala, comedor, cocina, un estudio o sala de televisión y/o un pequeño cuarto de servicio. Aproximadamente la mitad de los hogares poseen jardín propio. Uno de cada dos hogares (o menos), cuenta con servidumbre. Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.

## ARTÍCULOS QUE POSEE

El ama de casa y el jefe de familia (o al menos uno de los dos), poseen automóvil, aunque no tan lujoso como el de los adultos del Nivel Alto. Usualmente tiene un auto familiar y un compacto. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro. En su hogar tiene todas las comodidades y algunos lujos: al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, dos televisores a color, videocassettera. Uno de cada dos hogares tiene horno de microondas y poco más de la mitad tiene lavadora automática de ropa (programable). En este nivel, las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.

## SERVICIOS

En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.

## DIVERSIÓN / PASATIEMPOS

Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. Vacacionan generalmente en el interior del país, y a lo más una vez al año salen al extranjero.

## INGRESO MENSUAL FAMILIAR

Varía desde \$19,200.00 hasta \$48,000.00

## **NIVEL C**

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida medio.

### **PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA**

El jefe de familia de estos hogares normalmente tiene un nivel educativo de Preparatoria. Dentro de las ocupaciones del jefe de familia destacan pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnicos y obreros calificados.

### **PERFIL DE HOGARES**

Los hogares de las personas que pertenecen al Nivel C son casas o departamentos propios o rentados que cuentan con dos recámaras en promedio, un baño, sala, comedor, y cocina. Los hijos, algunas veces, llegan a realizar su educación básica (primaria - secundaria) en escuelas privadas, terminando la educación superior en escuelas públicas.

### **ARTÍCULOS QUE POSEE**

Los hogares de Clase C sólo poseen un automóvil para toda la familia, compacto o austero y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros. Cuentan con algunas comodidades: un aparato telefónico, equipo modular, dos televisores, y videocassettera.

### **SERVICIOS**

En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.

### **DIVERSIÓN / PASATIEMPOS**

Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, parques públicos y eventos musicales. Estas familias vacacionan en el interior del país, aproximadamente una vez por año van a lugares turísticos accesibles (relativamente económicos).

### **INGRESO MENSUAL FAMILIAR**

Varía desde \$6,400.00 hasta \$19,200.00

### **COLONIAS TÍPICAS**

Prados del Rosario, Real del Moral, Avante, Sta. María la Rivera

## **NIVEL D+**

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir, es el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones (es por eso que se llama Bajo-Alto o D+).

### **PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA**

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas (choferes propietarios del auto), comerciantes fijos o ambulantes (plomaría, carpintería, jugueros), choferes de casas, mensajeros, cobradores, etc.

## PERFIL DEL HOGAR

Los hogares de las personas que pertenecen a este nivel son, en su mayoría, de su propiedad; aunque algunas personas rentan el inmueble. Cuentan con una o dos recamaras, un baño, sala-comedor, y cocina. En comparación con los niveles superiores donde todos los hogares tienen calentador de agua, en D+ sólo dos de cada tres hogares tienen agua caliente. Algunas viviendas son de Interés Social. Los hijos asisten a escuelas públicas.

## ARTÍCULOS QUE POSEE

En estos hogares usualmente no poseen automóvil propio, utilizando los medios de transporte público para desplazarse. Cuentan con: un aparato telefónico, un televisor a color, y un equipo modular barato. La mitad de los hogares tiene videocassettera.

## SERVICIOS

Los servicios bancarios que poseen son escasos y se remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales.

## DIVERSIÓN / PASATIEMPOS

Generalmente las personas de este nivel asisten a shows organizados por la Delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos.

## INGRESO MENSUAL FAMILIAR

Varía de \$4,000.00 a \$6,400.00

## NIVEL D

El nivel D está compuesto por personas con un nivel de vida austero y bajos ingresos.

## PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA.

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de Primaria, (completa en la mayoría de los casos). Los jefes de familia tienen actividades tales como obreros, empleados de mantenimiento, empleados de mostrador, choferes públicos, maquiladores, etc.

## PERFIL DEL HOGAR

Los hogares de nivel D son inmuebles propios o rentados. Las casas o departamentos cuentan únicamente con una recámara, un baño, sala-comedor y cocina. La mitad de estos hogares o menos tienen videocassettera y/o calentador de agua. Estas casas o departamentos son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas (tipo vecindades). Los hijos realizan sus estudios en escuelas del gobierno.

## ARTÍCULOS QUE POSEE

Las personas de este nivel suelen desplazarse por medio de transporte público, y si llegan a tener algún auto es de varios años de uso. La mayoría de los hogares cuenta con un televisor, videocassettera, y/o equipo modular barato.

## SERVICIOS

Se puede decir que las personas de nivel D, prácticamente, no poseen ningún tipo de instrumento bancario.

## DIVERSIÓN/ PASATIEMPOS

Asisten a parques públicos y esporádicamente a parques de diversiones. Suelen organizar fiestas en sus vecindades. Vacacionan una vez al año en excursiones a su lugar de origen o al de sus familiares.

## INGRESO MENSUAL FAMILIAR

Varía de \$1,600.00 a \$4,000.00

## COLONIAS TÍPICAS

Guerrero, Pedregal de Sta. Ursula, Infonavit Nte. (Cuautitlán Izcalli).

## NIVEL E

El nivel E se compone de la gente con menores ingresos y nivel de vida de las zonas urbanas de todo el país.

## PERFIL EDUCATIVO DEL JEFE DE FAMILIA

El jefe de familia de estos hogares cursó, en promedio, estudios a nivel Primaria sin completarla, y generalmente tiene subempleos o empleos eventuales.

## PERFIL DEL HOGAR

Estas personas usualmente no poseen un hogar propio (sobre todo en la Ciudad de México), teniendo que rentar o utilizar otros recursos para conseguirlo (los llamados "paracaidistas", por ejemplo). En un sólo hogar suele vivir más de una generación. Sus viviendas poseen dos cuartos en promedio, mismos que utilizan para todas las actividades (en ellos duermen, comen, etc.). La mayoría de los hogares no tienen baño propio (dentro de su casa). No poseen agua caliente (calentador de agua), ni drenaje. Los techos son de lámina y/o asbesto y el piso muchas veces es de tierra. Difícilmente sus hijos asisten a escuelas públicas y existe un alto nivel de deserción escolar.

## ARTÍCULOS QUE POSEE

Estos hogares son muy austeros, de hecho, sólo dos de cada tres poseen refrigerador, (todos los demás niveles sin excepción cuentan con refrigerador, aunque sea uno sencillo), tienen un televisor, un radio y cocinan en parrillas con quemadores que funcionan con cartuchos de gas.

## SERVICIOS

Este nivel no cuenta con ningún servicio bancario o de transporte propio.

## DIVERSIÓN/PASATIEMPOS

Su diversión es básicamente la radio y la televisión.

## INGRESO MENSUAL FAMILIAR

Es menor a \$1,600.00

## COLONIAS TÍPICAS

La Garita, El Molinito, La Soledad, San Salvador, San Pablo, Los Reyes.

De acuerdo con la información obtenida en [www.mercadeoypublicidad.com](http://www.mercadeoypublicidad.com) se reafirma que dicha tesis está dirigida a los niveles socioeconómicos C+ y C. Por ejemplo, dentro del segmento C+ en cuanto a su diversión y pasatiempos generalmente vacacionan en el interior del país y a lo mucho una vez al año salen al extranjero. En el caso del nivel C, vacacionan en el interior del país visitando lugares turísticos relativamente económicos por lo menos una vez al año.

Así, estos niveles socioeconómicos son aptos para visitar el estado de Oaxaca, ya que los costos de Oaxaca se adaptan a la solvencia económica de los jóvenes de 18-25 años pertenecientes a estos segmentos.

De acuerdo con las Estadísticas del Sector de los Estados en cuanto a gasto promedio y estadía de los turistas, "Oaxaca registra una estadía de 2.12 noches, con un gasto promedio de 1,002 pesos. Puebla por su parte registra una estadía de 1.8 noches, con un gasto promedio de 857 pesos; en Tlaxcala el turista gasta 1,246 pesos durante 1.5 noches. También con 1.5 noches, el turista gasta 480 pesos en Veracruz, mientras que en el Distrito Federal deja 3, 291 pesos".<sup>2</sup>

Tomando en cuenta lo anterior, se puede observar que Oaxaca es una de las mejores opciones para visitar si se compara el gasto promedio con la estadía de los turistas. Definitivamente, el gasto promedio está al alcance del mercado objetivo elegido.

### 3.3 Técnica cuantitativa utilizada para la campaña

La encuesta es de gran utilidad para la elaboración de la campaña turística. A continuación, se presenta la encuesta que aplicada a nuestro público meta: jóvenes de 18-25 años de nivel socioeconómico C, C+.

---

<sup>2</sup> Estadísticas del Sector de los Estados, en Secretaría de Turismo, *Ruta de los Dioses. Programa de Trabajo 2002-2006*, México, 2003, Pág. 8.

1. # DE ENCUESTA\_\_\_\_\_ 1.\_\_\_\_

DÍA\_\_\_\_ MES\_\_\_\_ AÑO\_\_\_\_

BUENOS DÍAS/TARDES/NOCHES SOY ESTUDIANTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES DE LA UNAM, MI NOMBRE ES\_\_\_\_\_. ME ENCUENTRO REALIZANDO UNA ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS Y ESPERO QUE ME PUEDA AYUDAR PROPORCIONANDO DETERMINADA INFORMACIÓN. LE PIDO QUE TODA RESPUESTA QUE ME DE SEA DE TOTAL VERACIDAD.

2. ¿Has visitado el Estado de Oaxaca? 2.\_\_\_\_  
(SI LA RESPUESTA ES NO SE CANCELA LA ENCUESTA)

1. SI 2. NO

3. ¿Cuántas veces has visitado el Estado de Oaxaca? 3.\_\_\_\_

1. Una vez 2. Dos veces 3. Más de tres 4. Más de cinco

4. Edad: \_\_\_\_\_ 4.\_\_\_\_

5. Sexo: 1. F 2. M 5.\_\_\_\_

6. Estado Civil:

1. Soltero 2. Viudo 3. Casado 4. Divorciado 5. Unión libre 6.\_\_\_\_

7. Escolaridad: 7.\_\_\_\_

1. Primaria incompleta 5. Bachillerato incompleto (o equivalente)  
2. Primaria completa 6. Bachillerato completo (equivalente)  
3. Secundaria incompleta 7. Licenciatura incompleta  
4. Secundaria completa 8. Licenciatura completa  
9. Postgrado

8. Ocupación 8.\_\_\_\_

1. Dueño o propietario (empresa con nombre)  
2. Ejecutivo del sector privado (empleados a su cargo)  
3. Funcionario-sector público (empleados a su cargo)  
4. Empleado del sector privado  
5. Empleado del sector público

- 6. Trabajador por cuenta propia (comerciante-taxista)
- 7. Profesionista independiente
- 8. Estudiante o becario
- 9. Otra

9. Delegación: 9.\_\_\_\_

- |                      |                         |                         |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1. Álvaro Obregón    | 7. Cuauhtémoc           | 13. Tláhuac             |
| 2. Benito Juárez     | 8. Cuajimalpa           | 14. Tlalpan             |
| 3. Coyoacán          | 9. Iztapalapa           | 15. Venustiano Carranza |
| 4. Milpa Alta        | 10. Magdalena Contreras | 16. Xochimilco          |
| 5. Azcapotzalco      | 11. Miguel Hidalgo      |                         |
| 6. Gustavo A. Madero | 12. Iztacalco           |                         |

10. ¿Qué tipo de lugares visitaste? (Puede marcar más de una) 10.1\_\_\_\_  
10.2\_\_\_\_

- |                        |                          |                        |
|------------------------|--------------------------|------------------------|
| 1. Playas              | 4. Museos                | 7. Reservas naturales  |
| 2. Iglesias            | 5. Talleres artesanales  | (Tule, Hierve el agua) |
| 3. Zonas Arqueológicas | 6. Obras arquitectónicas |                        |

11. ¿Al escuchar "Oaxaca" qué lugar se te viene a la mente? 11.\_\_\_\_

---

12. ¿Qué te gustó más de Oaxaca? (Puede marcar más de una). 12.1\_\_\_\_  
12.2\_\_\_\_

- |                        |                              |                           |
|------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1. Gastronomía         | 4. Actividades ecoturísticas | 7. Santuarios y museos    |
| 2. Su gente            | 5. Playas                    | 8. Actividades deportivas |
| 3. Zonas Arqueológicas | 6. Turismo rural             |                           |

13. ¿Por qué decidiste ir a Oaxaca? 13.\_\_\_\_

- |                  |                               |                  |
|------------------|-------------------------------|------------------|
| 1. Diversión     | 4. Escuela/trabajo            | 7. Accesibilidad |
| 2. Ubicación     | 5. Por conocer más del estado | 8. Familiares    |
| 3. Recomendación | 6. Tradición                  |                  |

14. ¿Qué medio de transporte utilizaste para llegar al estado? 14.\_\_\_\_

1. Autobús                      2. Avión                      3. Automóvil

15. Del 1 al 4 menciona qué tan conforme quedaste al visitar el estado. Donde 1 es poco conforme y 4 muy conforme.

1. Precios	1	2	3	4	15.1.____
2. Gente	1	2	3	4	15.2.____
3. Lugares	1	2	3	4	15.3.____
4. Vías de comunicación	1	2	3	4	15.4.____
5. Seguridad	1	2	3	4	15.5.____
6. Información turística	1	2	3	4	15.6.____
7. Comida	1	2	3	4	15.7.____
8. Hospedaje	1	2	3	4	15.8.____

#### MEDIOS

16. ¿Has escuchado o visto alguna campaña turística de Oaxaca? (en caso de que la respuesta sea NO, pasar a la pregunta 19)

16.\_\_\_\_

1. SI                      2. NO

17. ¿Dónde la viste o escuchaste? 17.\_\_\_\_

- |                      |             |               |
|----------------------|-------------|---------------|
| 1. TV                | 5. Radio    | 9. Internet   |
| 2. Revista           | 6. Postales | 10. Periódico |
| 3. Agencia de viajes | 7. Vallas   |               |
| 4. Espectacular      | 8. Parabús  |               |

18. ¿Qué es lo que recuerdas de la publicidad que viste? 18.\_\_\_\_

- |               |                    |            |
|---------------|--------------------|------------|
| 1. Personajes | 3. Imágenes        | 5. Colores |
| 2. Música     | 4. Slogan o frases |            |

19. En tus ratos libres, ¿Qué medio de comunicación usas más? 19.\_\_\_\_

- |          |             |              |
|----------|-------------|--------------|
| 1. TV    | 3. Internet | 5. Periódico |
| 2. Radio | 4. Revistas |              |



20. ¿Acostumbras escuchar radio? 20.\_\_\_\_

1. SI                      2.NO

21. ¿Con qué frecuencia la escuchas? 21.\_\_\_\_

1. Diariamente  
2. Dos o tres veces por semana  
3. Cada quince días

22. ¿Cuáles son las dos estaciones que escuchas con mayor frecuencia? 22.1\_\_\_\_  
22.2\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

23. ¿Acostumbra leer revistas que contengan información turística? 23.\_\_\_\_

1. SI                      2.NO

24. Si le eres fiel a alguna revista sobre turismo, ¿Cuál es el nombre de ésta? 24.\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25. ¿La información que contienen este tipo de revistas, tiene influencia sobre tus decisiones?

1. SI                                      2. NO                                      25.\_\_\_\_

26. ¿En qué medio impreso te gustaría leer sobre Oaxaca? 26.\_\_\_\_

1. Trípticos                                      4. Periódico  
2. Folletos                                      5. Postales  
3. Revistas                                      6. Otro \_\_\_\_\_

27. En tu visita a Oaxaca ¿Realizaste actividades de ecoturismo? (Nadar en balnearios naturales, observación de flora y fauna). En caso de que la respuesta sea NO pasar a la pregunta 29.

27.\_\_\_\_

1. SI                                      2. NO



37. ¿Por qué?

37.\_\_\_\_

---

38. ¿Recomendarías a tus conocidos y/o amigos visitar Oaxaca?

38.\_\_\_\_

1. SI

2. NO

**MUCHAS GRACIAS POR TU COOPERACIÓN, TU AYUDA SERÁ DE GRAN UTILIDAD.**

## **Bibliografía**

- Kotler Philip; Armstrong Gary, *Marketing*, México, Pearson Educación, 2001, Octava Edición, 768 pp.
- Secretaría de Turismo. *Ruta de los Dioses. Programa de trabajo 2002-2006*, México, 2003, 15 pp.

## **Páginas de Internet**

- *Niveles socioeconómicos en México*, [en línea], Dirección URL: [http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas\\_InvPublicitaria\\_Informes.htm#SMG](http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas_InvPublicitaria_Informes.htm#SMG), [consulta: 20/05/2007].

## CAPÍTULO 4 DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO (LA CAMPAÑA)

### 4.1 Análisis de resultados

Se realizaron un total de 100 encuestas de las cuales 14 se anularon debido a que los encuestados no conocían el estado de Oaxaca, dando así la cantidad de 86 encuestas aplicadas satisfactoriamente, que como se dijo en el capítulo anterior fueron dirigidas al target para obtener información que ayuda en la estructuración de la estrategia creativa.

Dichas encuestas fueron aplicadas a jóvenes de entre 18 y 25 años de nivel socioeconómico C y C+. Los resultados arrojan que los encuestados en su mayoría son pertenecientes al sexo femenino. En cuanto a las edades predominó el intervalo de entre 18 y 22 años, asimismo el estado civil más mencionado fue soltero, en cuanto a escolaridad la licenciatura incompleta fue la más frecuente y, por lo tanto, la ocupación “estudiante” fue una de las más mencionadas junto con empleado del sector privado.

En relación con la cantidad de veces que los encuestados han visitado Oaxaca, de los 86 29 dijeron que han ido sólo una vez mientras que 31 lo han hecho dos veces. Un dato importante que se debe resaltar es que la mayoría de los encuestados dijo que la playa fue su primera opción de lugar visitado, lo cual nos ayuda a cumplir con el principal objetivo de la tesis que es fomentar en los jóvenes el turismo cultural y el turismo alternativo.

Las reservas naturales son la segunda opción de lugar visitado, por lo tanto, la meta es posicionar esta y las demás actividades de turismo cultural y turismo alternativo en la primera opción de lugares visitados.

En la mente del mercado objetivo “la playa” es el primer lugar que piensan al escuchar la palabra “Oaxaca” seguida de la opción “Huatulco”, lo cual indica que los jóvenes en su mayoría realizan turismo tradicional (sol-playa-relajamiento). Esto da una herramienta más para querer cumplir con el objetivo principal de esta investigación.

Oaxaca posee una variada y exquisita gastronomía y esto se refleja en los resultados, ya que de los 86 encuestados, 41 la escogen como primera opción de lo que les gustó más en su visita a Oaxaca. Además, se deja entrever que las actividades deportivas y la visita a santuarios y museos no son siquiera mencionadas y solamente dos personas dicen que les gustan más las actividades de turismo rural.

Como segunda opción de qué lugar les gusta más los encuestados mencionan que las playas, seguidas de las zonas arqueológicas. Por otra parte, el motivo de la visita al estado es principalmente por diversión, opción mencionada 41 veces. El autobús es el medio de transporte más utilizado para llegar a Oaxaca según nuestros resultados, de lo cual se interpreta que fue la opción más mencionada debido a los costos que representa en comparación con las otras opciones.

En general, se deduce que Oaxaca es una alternativa muy viable para viajar, ya que según los encuestados los precios son accesibles. Esto se observa debido a que un 54.6% elige estar muy conforme con los costos del estado. Respecto al trato de los habitantes de Oaxaca, los resultados dicen estar satisfechos en este tenor.

67.4% dicen estar muy conformes en cuanto a lugares se refiere, mientras que la mayoría dice estar poco conforme en relación con las vías de comunicación. Por otra parte, los encuestados señalan que estar conformes con la seguridad que tiene el estado. En el caso de la conformidad respecto a la información turística la gente casi en su totalidad se encuentra conforme y muy conforme. En cuanto a gastronomía sólo siete personas mencionan estar poco conformes lo mismo que en el hospedaje donde cinco personas dicen estar poco conformes y siete eligen la opción dos.

En relación con las campañas turísticas que han promocionado al estado, 65.1% dicen recordar alguna de ellas y la televisión es el medio de comunicación que proporcionó dicha información, de este porcentaje la mayoría sólo recuerda las imágenes presentadas. El medio de comunicación de mayor uso de los encuestados resultó ser el internet, seguido por la radio y la televisión, con 29, 25 y 21 menciones respectivamente.

Un 81.3% de los encuestados dice estar acostumbrado a escuchar radio diariamente, por lo que la campaña incluye dos spots de radio que se transmitirán según los resultados en las estaciones más escuchadas como son: Alfa 91.3, Beat 100.9, Los 40 principales 101.7, Digital 99.3 y Stereo 97.7.

De los encuestados sólo un 38% lee revistas con información turística y de las cuales la más mencionada es México Desconocido, influyendo así en las decisiones de viaje de los encuestados. La campaña cuenta con postales y anuncios en revistas, opciones que resultan ser las más mencionadas por nuestro público meta.

Casi la mitad de los encuestados señala haber realizado actividades ecoturísticas, sin embargo, de este grupo sólo algunos saben el significado de ecoturismo pues de los que dicen haber realizado este tipo de turismo mencionaron "nadar" como actividad ecoturística. Según la investigación realizada, sólo se consideraría así cuando se realiza en cenotes o balnearios naturales y no en la playa. Dos personas tomaron como actividad de ecoturismo la visita al árbol del Tule, por lo que se puede notar que se cuenta con una concepción errónea acerca de esta clase de turismo.

Respecto a la pregunta de haber realizado turismo rural, un 63.9% comenta no haber realizado alguna actividad mientras que el resto dice haberlo hecho a través de la visita a talleres artesanales. De los 86 encuestados, 45 dicen haber realizado turismo de aventura, 12 mencionan actividades ajenas a este rubro (nadar en playas otra vez) no teniendo claro el concepto de turismo de aventura una vez más.

Así, estos resultados dan una clara imagen de que los jóvenes no han realizado actividades de turismo rural, por lo que de nueva cuenta se expresa que con esta investigación se pretende

colocar actividades como etnoturismo, agroturismo, preparación de medicina tradicional y visita a talleres artesanales en la preferencia de los jóvenes.

El conflicto político-magisterial ha afectado considerablemente según los encuestados la imagen de Oaxaca, pues un 87.2% así lo mencionó. De la misma forma, las encuestas revelan que 73 de los 86 encuestados dicen estar de acuerdo en que sí se ha afectado el turismo debido al conflicto político. Por lo cual, es necesaria la elaboración de una nueva campaña para promover el estado, esto es apoyado por un 94% de los resultados obtenidos.

En la pregunta de si volverían a visitar Oaxaca, 82 de las 86 encuestas revelan que sí estarían dispuestos a volver, pues les parece un estado muy bonito y con gran variedad de atractivos turísticos. Esto nos ayuda a la aceptación de la campaña, pues si el público meta está dispuesto a volver resulta más fácil que lo hagan y realicen actividades del turismo que esta tesis tiene por objetivo posicionar. Ya para finalizar, los encuestados (82) señalan que sí recomiendan a sus familiares y amigos visitar el estado.

Por lo tanto, con estos resultados se deja entrever que Oaxaca tiene el potencial absoluto para seguir siendo uno de los destinos turísticos predilectos por los jóvenes y al mismo tiempo colocarlo como el mejor.

## **4.2 Estrategia Creativa**

### **4.2.1 Objetivo publicitario**

Campaña de reposicionamiento dirigida a jóvenes hombres y mujeres de 18 a 25 años nivel socioeconómico C y C+

### **4.2.2 Concepto creativo**

Mi mochila y yo

### **4.2.3 Racional creativo u objetivo de comunicación**

Mostrar personajes jóvenes en interacción con las bellezas naturales y culturales del estado de Oaxaca. El objetivo es presentar a una serie de jóvenes transmitiendo al público meta que Oaxaca es un lugar lleno de magia y bellezas naturales, un lugar donde se puede realizar turismo cultural, turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura.

Se expondrá que el target puede disfrutar de un estado tradicional como Oaxaca sólo necesitando una mochila para emprender el viaje.

#### **4.2.4 Slogan**

- (Opción 1) ¡No necesitas más, ven a Oaxaca!
- (Opción 2) ¿Qué más quieres de Oaxaca? Un estado que lo da todo

#### **4.2.5 Tono**

Directo. Se ha decidido hacerlo de esta manera ya que como lo dice nuestro slogan se está invitando al mercado objetivo al estado de Oaxaca de manera directa. Esto es, sin rodeos y sin juegos de palabras se les está diciendo que visiten dicho estado de la República Mexicana.

#### **4.2.6 Insight del consumidor**

¿Cómo se van a sentir los jóvenes después de visitar Oaxaca? Ellos habrán vivido una experiencia inigualable, una experiencia que incluye un reencuentro con la naturaleza y con las maravillas que ésta ha creado.

Al visitar Oaxaca, se llevarán una vivencia totalmente diferente a lo acostumbrado, ya que este sitio cuenta con actividades y diversos tipos de turismo (turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural) que harán que el visitante termine su viaje satisfecho y con ganas de regresar.

La experiencia vivida en el estado representará para ellos el haber permanecido en un lugar lleno de cultura, costumbres, tradiciones, paisajes maravillosos, bellezas naturales y arquitectónicas, lo cual colocará a Oaxaca como un estado único y excepcional.

### **4.3 Estrategia de medios**

#### **4.3.1 Selección de medios**

Como se explica en el Capítulo Primero, la estrategia de medios es la planeación de los medios de comunicación para llevar a cabo una campaña de publicidad. Parte importante de la estrategia es considerar el presupuesto que se tiene y los costos de los espacios publicitarios dentro de los medios de comunicación. Asimismo, es relevante conocer el tipo de programación que existe dentro de los diversos programas, ya que eso es de vital importancia para la promoción del producto o servicio.

Los resultados obtenidos a partir del uso de la técnica cuantitativa aplicada son punto clave para llevar a cabo la estructuración de la estrategia de medios, ya que los reactivos correspondientes a medios arrojan las preferencias y gustos del target.

Por una parte, los resultados dicen que el medio de comunicación de mayor uso es el internet seguido por la radio. Debido a esto en las ejecuciones se coloca la página oficial de la



SECTUR ([www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)), ya que siendo ésta el cliente, contará con toda la información necesaria y ejecuciones de la campaña para que los jóvenes tengan un sitio a donde remitirse. En el caso de Internet, se incluirá el link de nuestro cliente ([www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)) en el buscador de internet "Google". En cuanto a radio se elaborarán dos versiones de spots de aproximadamente 20 segundos que se transmitirán en las estaciones más escuchadas según las preferencias de los encuestados: Alfa 91.3, Beat 100.9, Los 40 principales 101.7, Digital 99.3 y Stereo 97.7.

Un 38% dijo estar acostumbrado a leer revistas con información turística, por lo cual elaboraremos varios anuncios publicitarios para dicho medio. Además, pieza clave para la estrategia fue la pregunta: ¿En qué medio impreso te gustaría leer sobre Oaxaca?, pues arrojó que postales y revistas son los espacios publicitarios preferidos, por lo tanto, la campaña contará con inserciones de este tipo.

Por otra parte, casi el 90% de los encuestados señaló que el conflicto político-magisterial ha afectado severamente la imagen del estado de Oaxaca, así como al turismo, por lo que con las inserciones que se colocarán en los diversos medios de comunicación se pretender atenuar dicha situación.

Sin duda la Secretaría de Turismo es el organismo que cuenta con mayor solvencia para realizar campañas turísticas que promocionen a un estado. Debido a esto la presente campaña de publicidad tiene como cliente potencial a dicho organismo. La SECTUR posee el suficiente presupuesto para financiar una campaña de esta magnitud en la que se incluyen los medios publicitarios más apropiados que harán llegar el mensaje al público meta.

Por medio de un documento dirigido a Javier Herrera Escamilla, la SECTUR a través de la Unidad de Enlace y del Sistema de Solicitudes de Información (SISI) atendió su solicitud 0002100015307 con fecha de recepción del 10 de abril del 2007, en la que se hace referencia a la solicitud de copia del estudio o evaluación sobre la pertinencia y efectividad de las campañas de televisión, radio, prensa y demás impresos, así como la estrategia y programa anual de comunicación social del 2006.

Con base en este documento se encontró que el presupuesto destinado a la campaña "Hagamos del turismo el destino de México", que incluye varios proyectos alternos, fue de 8, 449, 25 pesos, en la que emplearon medios como televisión, radio, revistas, prensa nacional y local, así como medios alternos. Por lo anterior se considera que el presupuesto requerido para la campaña turística de esta tesis puede ser solventado por la SECTUR sin ningún problema, ya que ésta presenta un presupuesto similar al que se propone, por ello este organismo sería el mejor cliente, ya que además de regular el turismo nacional tiene las posibilidades de promover a México a nivel internacional.

### 4.3.2 Pauta de medios y flow chart

## PLAN DE RADIO OAXACA

### RADIO 20"

Ciudad	Cadena	Siglas	Perfil	Identificación
AMCM	G.ACIR	XHPOP	Éxitos del pop en español e inglés	Digital 99.3
	G.R.C	XHFAJ	Moderna en inglés	Alfa 91.3
	MVS Radio	XHEXA	Juvenil, Pop, Inglés, Español	EXA
	N.R.M	XHSON	Frank en vivo	Beat 100.9
	G.ACIR	XHDFM	Mención en vivo	MIX FM
	Televisa Radio	XEX	Moderna en español e inglés	Los 40 Principales

Frecuencia	Horario	Tarifa Publicada	Costo 20" (N)	# Diario Spots
99.3	10:00 A 18:00	2,630	2,630	4
91.3	00:00 a 12:00	6,000	6,000	4
104.9		1,600	1,600	4
100.9	18:00 a 20:00	4,134	4,134	4
106.5	6:00 a 10:00	3,150	3,150	3
101.7	0:00 a 24:00	4,095	4,095	4

Costo Diario	# Días x Sem.	Costo Semanal	# de Sem	# Spots
10,520	4	42,080	12	192
24,000	4	96,000	12	192
6,400	4	25,600	12	192
16,536	4	66,144	12	192
9,450	4	37,800	12	144
16,380	4	65,520	12	192
			<b>TOTAL</b>	<b>1104</b>

Costo
<b>Total</b>
504,960
1,152,000
307,200
793,728
453,600
786,240
<b>3,997,728</b>

<b>Subtotal</b>	<b>3,997,728</b>
<b>IVA</b>	<b>599,659.20</b>
<b>Total</b>	<b>4,597,387</b>

## FLOW DE RADIO OAXACA

### RADIO 20"

						# Días	#	# total
Ciudad	Cadena	Siglas	Perfil	Identificación	Sp. x dia	x Semana	Semanas	spots
AMCM	G.ACIR	XHPOP	Éxitos del pop en español e inglés	Digital 99.3	4	4	12	192
	G.R.C	XHFAJ	Moderna en inglés	Alfa 91.3	4	4	12	192
	MVS Radio	XHEXA	Juvenil, Pop, Inglés, Español	EXA	4	4	12	192
	N.R.M	XHSON	Frank en vivo	Beat 100.9	4	4	12	192
	G.ACIR	XHDFM	Mención en vivo	MIX FM	3	4	12	144
	Televisa Radio	XEX	Moderna en español e inglés	Los 40 Principales	4	4	12	192
								<b>1104</b>

### OCTUBRE

L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4		

### NOVIEMBRE

L	M	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L							
5	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4

### DICIEMBRE

M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V	S	D	L
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			
4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			

# PLAN EN REVISTA OAXACA

(1 plana a color)

Revista	REP	Periodicidad
Vuelo	Gpo. Expansión	Mensual
Switch	Ed. Premiere	Mensual
Quién	Gpo. Expansión	Catorcenal
México desconocido	Gpo. Editorial Impresiones aéreas	Mensual
Quo	Gpo. Expansión	Mensual
Veintitantos	Ed. Notmusa	Mensual

Perfil	Tiraje	NSE
Hombres y mujeres de 18-50 años.	110,000	A, B, C+,C
Hombres y mujeres de 19 a 34 años.	50,000	A, B, C+,C
Hombres y mujeres de 19 a 44 años.	135,000	A, B, C+,C
Hombres y mujeres de 25 a 35 años.	162,000	A, B, C+,C
Hombres y mujeres de 18 a 44 años.	150,000	A, B, C+,C, D
Mujeres de 20'tantos.	160,000	C+, C

Costo*	# Anuncios	Total
165,200	3	495,600
55,005	3	165,015
110,200	6	661,200
61,800	3	185,400
112,000	3	336,000
119,900	3	359,700
		<b>2,202,915</b>

<b>Subtotal</b>	<b>2,202,915</b>
<b>IVA</b>	<b>330,437.25</b>
<b>Total</b>	<b>2,533,352</b>

\*COSTO POR ANUNCIO EN PÁGINA DERECHA

## FLOW DE REVISTAS OAXACA

Revista	REP	Periodicidad	# An. X MES	# Meses	Total An.
Vuelo	Gpo. Expansión	Mensual	1	3	3
Switch	Ed. Premiere	Mensual	1	3	3
Quién	Gpo. Expansión	Catorcenal	2	3	6
México desconocido	Gpo. Editorial Impresiones aéreas	Mensual	1	3	3
Quo	Gpo. Expansión	Mensual	1	3	3
Veintitantos	Ed. Notmusa	Mensual	1	3	3

	OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
	01*15	15-30	01*15	15-30	01*15	15-30
Vuelo			Vuelo		Vuelo	
Switch			Switch		Switch	
Quién	Quién		Quién	Quién	Quién	Quién
México desconocido			México desconocido		México desconocido	
Quo			Quo		Quo	
Veintitantos			Veintitantos		Veintitantos	

## Pauta de espectaculares en el D.F

Ciudad	Ubicación	Meses	Costo de lona	Costo unitario	Total (1 mes)	Total por 3 meses
D.F	VIADUCTO TLALPAN #6 ANTES #532 SAN LORENZO HUIPULCO.	3	3,008	13,600	16,608	49,825.29
D.F	PERIF. NORTE ENTRE GRAL. PIÑA Y REYEZ, BALDERRAMA ZONA INDUSTRIAL.	3	2,026.75	11,900	13,927	41,780.25
D.F	AV. REFORMA #75 ENTRE NAYARIT Y ZACATECAS, SAN BENITO.	3	2,200	13,600	15,800	47,400.00
D.F	AV. COYOACÁN #1525 DEL VALLE, CENTRO.	3	2,026.75	11,900	13,927	41,780.25
D.F	ANILLO PERIFÉRICO #9235, CONSTITUCIÓN DE 1917.	3	3,008	14,400	17,408	52,225.29
					<b>77,670</b>	

OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 31	1 31	1 31
1 31	1 31	1 31
1 31	1 31	1 31
1 31	1 31	1 31
1 31	1 31	1 31

<b>Subtotal</b>	<b>233,011.08</b>
<b>IVA</b>	<b>34,951.66</b>
<b>Total</b>	<b>267,962.74</b>

## Postales

### Campana de Oaxaca

Circuito	Plazas	Puntos de Distribución	No. de Espacios	Postales por exhibidor al mes	Postales por mes	Permanencia Mensual	Total de Postales
Unico	Distrito Federal	20	1	800	16,000	3	48,000

**PRECIO UNITARIO CON DESCUENTO POR VOLUMEN** .95

Subtotal	45,600
IVA	6,840
<b>Total</b>	<b>52,440</b>

#### Notas importantes:

- ▶ Los precios anteriores no incluyen IVA.
- ▶ Los descuentos especiales solo aplican por el volumen contratado.
- ▶ Vigencia de esta cotización: 30 días naturales.
- ▶ Para la circulación de sus postales se debe considerar como máximo 3 semanas de producción despues de la firma del cromalin.

OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 31	1 31	1 31

#### Especificaciones:

- ▶ Formato de la postal: 14.3 X 10.5 cm.
- ▶ Material: Cartulina Sulfatada de 14 pts de una cara.
- ▶ Impresión: Selección de color frente por una tinta al reverso.
- ▶ El arte puede ser en freehand, curvas o a 400 dpis.
- ▶ Acabados: Barniz ultravioleta al frente.

\* Se distribuirán tres artes por mes

\* Los puntos de distribución seleccionados se encuentran en el anexo de esta tesis.

#### Condiciones de pago:

- ▶ 50% a la firma del contrato.
- ▶ 50% antes de la primera publicación.



## INTERNET

### Campaña de Oaxaca

Buscador	Formato	Impactos visuales	CPM	Total MN
Google	Ad words	20,000	\$0.25	\$55, 000.00

## Inversión Campaña para el estado de Oaxaca

Medio	Inversión	%
Radio	3,997,728.00	61.2
Revistas	2,202,915.00	33.7
Espectacular	233,011.08	3.6
Postales	45,600.00	0.7
Internet	55,000.00	0.8
<b>Subtotal</b>	<b>6,534,254.08</b>	<b>98.5</b>
<b>IVA</b>	<b>980138.112</b>	
<b>Gran Total</b>	<b>7,514,392.19</b>	<b>100%</b>

**Las tarifas fueron proporcionadas por:**

Postales: Escaparate medios

Espectacular: Vendor

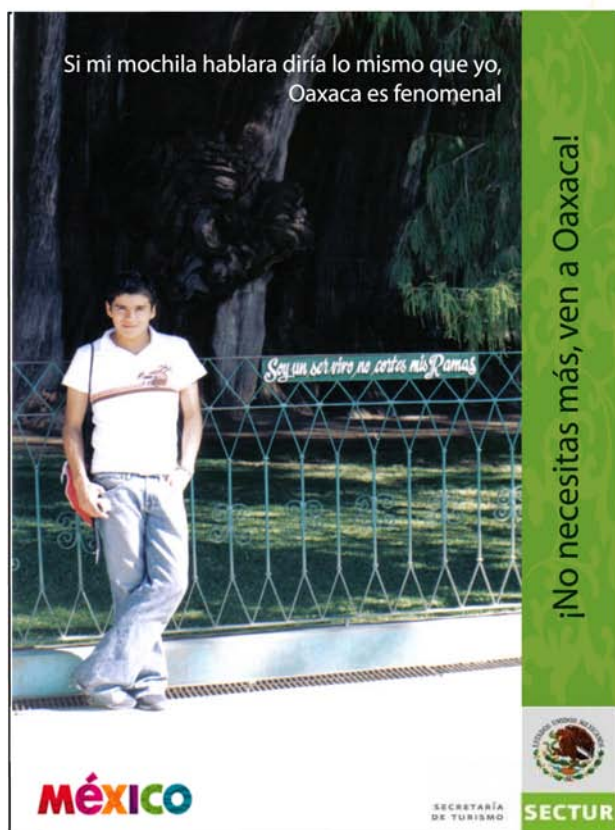
Radio y Revistas: Vyasa

Internet: Amaury Mata (Ejecutivo de ventas clickdiario.com)

Nota: El costo total de la inversión para la campaña no incluye los costos generados de la realización de los spots de radio ni del diseño de los anuncios en medios impresos, así como el trabajo publicitario para elaboración de toda la campaña.

## 4.4 Ejecuciones

### Postales



El turismo cultural tiene por objeto promover el patrimonio cultural del estado.

Zonas arqueológicas, museos, ciudades con gran tradición e historia, reservas ecológicas te esperan en Oaxaca.


Cuando visites Oaxaca no olvides conocer el Árbol del Tule.

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.oaxaca.com>


[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

A rectangular box for a stamp is located in the top right corner. The background features a large, faint watermark of a tree.

Lo básico está en mi mochila, todo lo grandioso está en Herve el Agua.



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!



México

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

El turismo alternativo incluye tres especialidades: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

Ecoturismo: Aquellos viajes en los que se realizan actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza. Si buscas la aventura del ecoturismo no olvides visitar las Cascadas de Herve el Agua.



SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.aoaxaca.com>

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)



Mochila llena y en Oaxaca bien contento

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

El turismo cultural tiene por objeto promover el patrimonio cultural de algún sitio en específico como son:

- zonas arqueológicas, museos,
- ciudades histórico culturales,
- ciudades patrimonio de la humanidad
- y santuarios.

El Ex Convento de Santiago Apóstol Cuilapam es una gran opción para realizarlo.

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca  
<http://www.oaxaca.gob.mx>

www.sectur.gob.mx



Oaxaca, el mezcal, mi mochila y yo.

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

El turismo alternativo presenta tres especialidades: Ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura. El turismo rural incluye viajes en los que se realizan actividades de convivencia e interacción con comunidades rurales.

Una experiencia que disfrutarás al máximo es la visita a los Talleres de producción de mezcal.

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca  
<http://www.oaxaca.gob.mx>

www.sectur.gob.mx



No traje tantas cosas en la mochila ¿Para qué? La aventura está aquí

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

El turismo de aventura se define como aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físico-deportivas, de riesgo identificado a superar y en contacto directo con la naturaleza.

El descenso en ríos (rafting) es una excelente idea para practicar en Oaxaca.

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca  
<http://www.oaxaca.gob.mx>

www.sectur.gob.mx

No me regreso sola, los recuerdos de Cuilapan se van en la mochila

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR

---



---



---



---



---



---



---



---



---

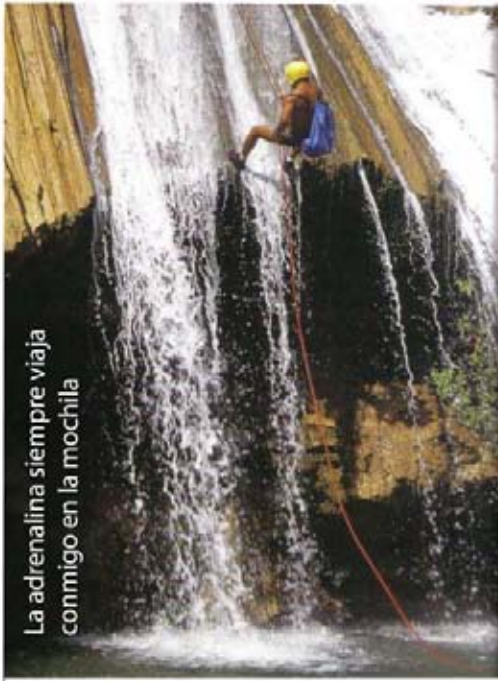
El turismo cultural tiene por objeto promover el patrimonio cultural de Oaxaca.

Lo conforman: zonas arqueológicas, museos, ciudades patrimonio de la humanidad, ciudades histórico-culturales y santuarios. El Ex-covento de Santiago Apóstol-Cuillapamés un sitio que no debes olvidar cuando visites Oaxaca.


SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.oaxaca.com>

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

La adrenalina siempre viaja conmigo en la mochila



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!



SECRETARÍA DE TURISMO **SECTUR**

**México**

---



---



---



---



---



---




---

El turismo alternativo presenta tres especialidades: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura. El turismo de aventura se define como aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físico-deportivas, de riesgo identificado a superar y en contacto directo con la naturaleza. Si lo que buscas es aventura, el descenso en roca (rappel) es una excelente opción.

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.oaxaca.com>

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

Las velas son tan tradicionales como su gente

**México**

SECRETARÍA DE TURISMO

**SECTUR**

El turismo rural consiste en los viajes en los que se realizan actividades de convivencia e interacción en comunidades rurales, por ejemplo: los talleres artesanales.

Una experiencia magnífica que disfrutarás en Oaxaca es la visita a los talleres de velas artesanales.


SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.oaxaca.com>

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)




Las ruinas de Mitla me encantaron, lastima que en mi mochila no me las puedo llevar

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!



México

SECRETARÍA DE TURISMO



SECTUR

El turismo cultural tiene por objeto promover el patrimonio cultural de Oaxaca, tales como:

- zonas arqueológicas, museos,
- ciudades histórico culturales,
- ciudades patrimonio de la humanidad y santuarios.

La zona arqueológica de Mitla es uno de los lugares que te dejará fascinado si lo visitas.

---



---



---



---



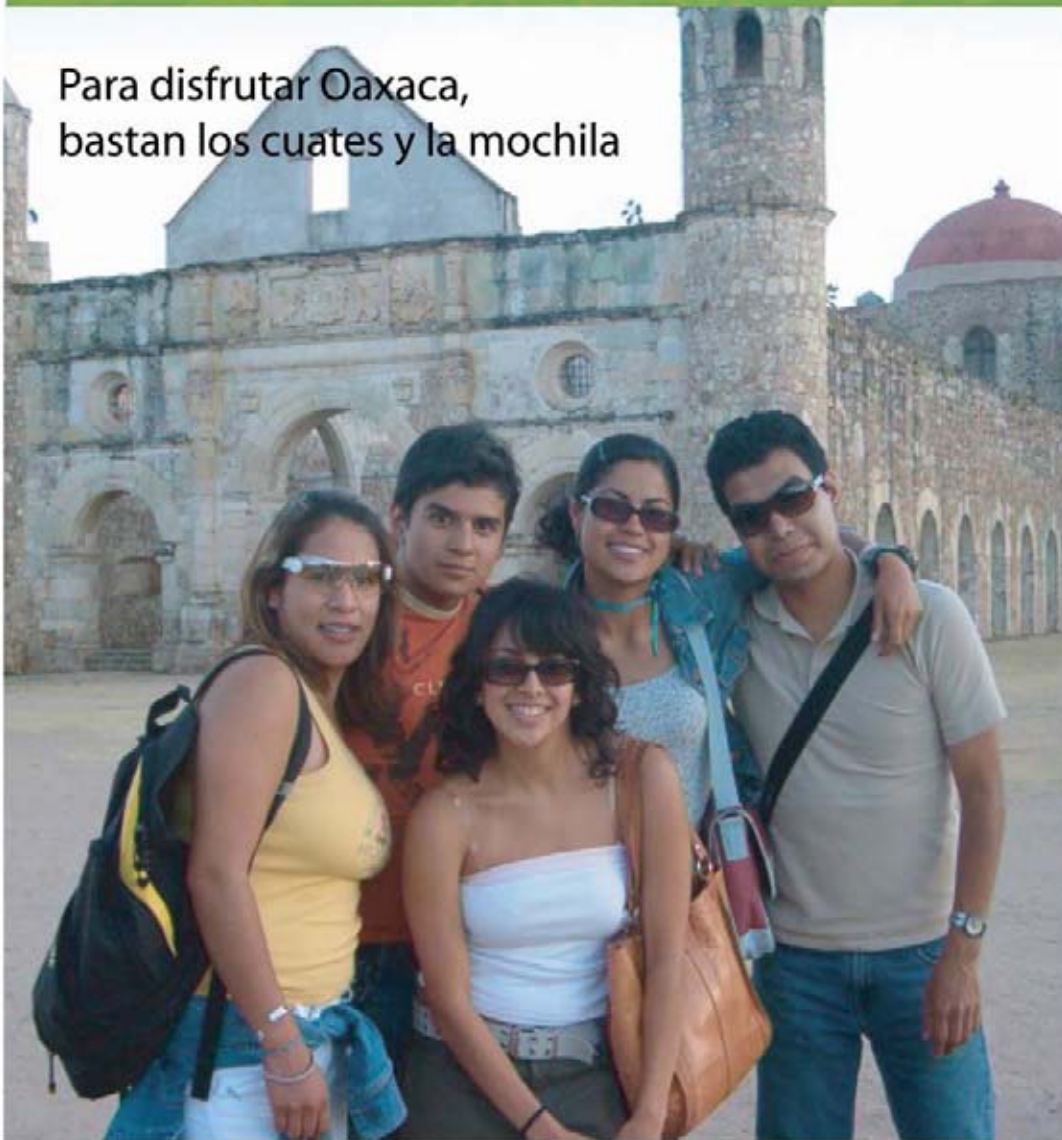
---

SECTUR  
Gobierno de Oaxaca -  
<http://www.oaxaca.com>

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

Para disfrutar Oaxaca,  
basta los cuates y la mochila



**México**

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECRETARÍA  
DE TURISMO



**SECTUR**

No necesito todo el kit en la mochila,  
la belleza de Hierve el Agua se refleja en mi cara.



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECRETARÍA  
DE TURISMO



SECTUR

Mis amigos y mi mochila...



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECRETARÍA  
DE TURISMO



SECTUR

¡Sólo trae tu mochila, todo lo demás está aquí!



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

**México**

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECRETARÍA  
DE TURISMO



**SECTUR**

Espectacular

¿Estás de gorra...  
o la traes en la mochila?



¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

México

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECRETARÍA  
DE TURISMO



SECTUR

## Spots de radio

*Versión uno*

Duración: 20"

### **Loc1:**

Lalo

Paco

El pelón

Lore

El gordo

Karlita

La güera

Y mucha fiesta... ahhh y mi mochila ¡Ahora sí, vámonos!

**Loc. Institucional:** ¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Oaxaca

México Vive hoy, vive lo tuyo

*Versión dos*

Duración: 20"

### **Loc1:**

Ahh los lentes de sol

El bronceador

La cámara

Unos shorts

Tenis

Mis jeans

Una gorra

Una playera

Todo a la mochila y ¡Ahora sí, vámonos!

**Loc. Institucional:** ¡No necesitas más, ven a Oaxaca!

Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Oaxaca

México Vive hoy, vive lo tuyo

## CONCLUSIONES

Al principio de esta investigación se expusieron diferentes definiciones de turismo, las cuales ayudaron a elaborar una propia y así darse cuenta de que este es un término que con el paso del tiempo se ha vuelto, de cierta manera, impreciso, pues se ha ido adecuando a las necesidades de cada sociedad. Por lo tanto, se entiende al turismo como las actividades que los individuos realizan durante el tiempo libre fuera del lugar de su residencia ya sea con fines de ocio, placer o negocios.

Los antecedentes del turismo dicen que en un principio se viajaba por necesidad y no por placer. Esto quiere decir que se trataba de migraciones forzadas consecuencia de las invasiones, hambrunas y pestes, incluso los desplazamientos tenían como fin la conquista de otras regiones. Por lo tanto, estos viajes eran realizados con cautela y planeación pues quienes viajaban eran soldados, comerciantes, bandidos y diplomáticos.

Fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando el turismo se convirtió en una actividad realizada por placer y fue en este momento donde adquirió importancia para la vida económica, social y cultural de numerosos países.

El turismo es un concepto que engloba diferentes tipologías, por lo cual fue necesario realizar una vasta revisión documental para de este modo entender cada una de sus partes. Realizar esta indagación fue de suma importancia pues para cumplir con el objetivo principal de este proyecto se tuvieron que conocer las tipologías que conforman dicho concepto.

Así, se tomaron en cuenta dos tipologías: *turismo cultural*, el cual comprende recorridos a zonas arqueológicas, museos, ciudades histórico-culturales, ciudades patrimonio de la humanidad y santuarios.

*Turismo alternativo* cuyas especialidades son: ecoturismo definido como aquellos viajes que tienen como fin la apreciación y el conocimiento del entorno natural. Entre las actividades ecoturísticas están el nadar en balnearios naturales, observación de flora y fauna, observación de fenómenos y atractivos naturales y la participación en programas de rescate de flora y fauna.

Otra especialidad del turismo alternativo es el turismo rural, que se definió como aquellos viajes que se realizan con el objetivo de interactuar y convivir con una comunidad rural conociendo así su vida cotidiana.

Forman parte del turismo rural el agroturismo, que es la participación del turista dentro de los procesos productivos del campo; etnoturismo el cual busca conocer y estudiar las expresiones culturales de un grupo étnico; preparación y uso de medicina tradicional y talleres artesanales (alebrijes, barro negro, telares, velas artesanales, preparación de mezcal, mole, alfarería, pirotecnia, entre otros).



La tercera especialidad corresponde al turismo de aventura, el cual entendemos como aquellas actividades que involucran cierto nivel de habilidad física para realizarlas. Se subdividen en tierra (cabalgata, caminata, ciclismo de montaña, escalada, descenso en roca, espeleología y acampar); agua (buceo autónomo, buceo libre, descenso en ríos, kаяaquismo y pesca recreativa) y por último, aire (vuelo en parapente).

Dejando en claro las características del turismo cultural y alternativo se decidió enfocar la campaña turística de promoción a un mercado objetivo juvenil que va desde los 18 hasta los 25 años de nivel socioeconómico C+ y C, debido a que los jóvenes son un target susceptible de explotar pues en este caso tienen la posibilidad de hacer este tipo de turismo por su edad y condición física. Además, tienen más facilidades para viajar pues gozan de mayor disponibilidad de tiempo y no tienen obligaciones familiares (hijos) que pudieran posponer el viaje e incrementar los costos.

Hoy día el turismo forma parte fundamental de las economías de los países, ya que gracias a éste se produce una gran derrama económica, lo cual hace que para algunas regiones sea de vital importancia promoverlo a gran escala, pues representa su medio de sustento.

Oaxaca es un lugar que cuenta con todas las características para ser la mejor opción en cuanto a turismo para los jóvenes, contando con vasto patrimonio cultural, reservas naturales, tradiciones, actividades deportivas, museos, gastronomía, playas, etcétera. Asimismo, los costos favorecen al estado, ya que de acuerdo a las Estadísticas del Sector de los Estados, Oaxaca resulta ser una de las mejores opciones para visitar si se compara el gasto promedio con la estadía de los turistas.

“Oaxaca registra una estadía de 2.12 noches, con un gasto promedio de 1,002 pesos. Puebla por su parte registra una estadía de 1.8 noches, con un gasto promedio de 857 pesos; en Tlaxcala el turista gasta 1,246 pesos durante 1.5 noches. También con 1.5 noches, el turista gasta 480 pesos en Veracruz, mientras que en el Distrito Federal deja 3, 291 pesos”.<sup>1</sup>

Los costos se encuentran al alcance del mercado objetivo al que en esta campaña se dirige. Por lo tanto, dichos factores deben ser explotados, ya que para Oaxaca el turismo es uno de los sectores de la economía más importantes.

Desde la antigüedad se ha ido gestando un tipo de turismo que tiene como objetivo conocer los rasgos distintivos de un grupo social y en general promover el patrimonio cultural de una región, lo que se interpreta a lo largo de la tesis como turismo cultural. Asimismo, va de la mano un turismo más participativo que busca la interacción con la naturaleza y al mismo tiempo hace al turista más consciente del medio ambiente: turismo

---

<sup>1</sup> Estadísticas del Sector de los Estados, en Secretaría de Turismo, *Ruta de los dioses. Programa de trabajo 2002-2006*, México, 2003, Pág. 8.

alternativo. Así, esta tesis tuvo como objetivo promover el turismo cultural y el turismo alternativo en el estado de Oaxaca.

La investigación documental sobre el turismo en México y en especial de Oaxaca permitió dar a conocer cada una de las características que posee el estado desde su geografía, historia y grupos étnicos hasta sus antecedentes publicitarios, pasando por sus reservas naturales, gastronomía, museos, fiestas y tradiciones.

Estas cualidades de Oaxaca permitieron conocer mejor el estado y al mismo tiempo reforzar la idea de que es un estado que tiene los elementos necesarios para ser promocionado como un destino turístico único e inigualable.

Esta tesis dio a conocer la importancia que para Oaxaca tiene el turismo cultural y el turismo alternativo. Además, se puso al alcance la información necesaria para guiar al interesado en torno a las diversas actividades que nos ofrecen dichos tipos de turismo, especificando claramente a qué se refiere cada una de ellas y proporcionando los lugares para poder realizarlas.

Para estructurar una campaña de publicidad es necesario realizar una investigación de mercados, una estrategia de medios y, finalmente, una estrategia creativa. La investigación de mercados fue de vital importancia para la elaboración de esta campaña, ya que la técnica cuantitativa utilizada permitió conocer los gustos y preferencias de target.

La encuesta es una de las técnicas cuantitativas de mayor uso en la actualidad, pues ofrece datos primordiales sobre los consumidores, la cual nos ayudó a estructurar la campaña de publicidad utilizando los elementos que el público meta prefiere y así posicionar lo mejor posible el producto o servicio. Esta técnica ayudó a obtener información primaria y puede realizarse de distintas maneras: por correo, por teléfono, personales y electrónicas.

En el caso de esta investigación, la encuesta elaborada consistió en 38 reactivos de los cuales los primeros dos fueron preguntas filtro que ayudaron a determinar si los encuestados serían candidatos para continuarla. Además, se incluyeron reactivos que proporcionaron información general acerca de nuestro target tal como ocupación, escolaridad y estado civil.

Datos específicos sobre las visitas del mercado objetivo a Oaxaca también fueron obtenidos mediante esta técnica. Asimismo, el apartado de medios fue de gran utilidad pues proporcionó información concreta acerca de las preferencias y gustos del público meta. Lo anterior fue una herramienta primordial para llevar a cabo la estructuración de la estrategia de medios, que se entiende como la planeación de los medios de comunicación para promocionar un producto o servicio. Por ejemplo, los resultados de las encuestas aplicadas dieron a conocer que las revistas y postales son los medios publicitarios en donde al target le gustaría ver promocionado al estado de Oaxaca.

En cuanto a la selección de medios es importante comentar que la televisión fue descartada debido a que ésta representaría un mayor presupuesto, y la obvia disminución del

mismo para otros medios publicitarios. En cuanto a Internet, éste resultó ser el medio de mayor uso por los encuestados, por lo que las ejecuciones impresas contarán con el sitio web oficial del cliente (SECTUR), en donde los jóvenes encontrarán la información necesaria para emprender su viaje.

Parte importante de la estrategia de medios fue considerar el presupuesto del cliente, que en este caso es la Secretaría de Turismo y los costos de los espacios publicitarios, así como conocer el tipo de programación, pues esto ayudaría a un mejor posicionamiento de la campaña. Ésta se decidió llevarla a cabo durante tres meses, tiempo en el que se genera un nivel de recordación ideal en la mente de los consumidores.

Octubre, noviembre y diciembre fueron los meses seleccionados para llevar a cabo la campaña, ya que hoy día los jóvenes buscan formas novedosas de realizar turismo. Se colocará iniciando en octubre para que así los jóvenes comiencen a planear sus vacaciones de invierno a Oaxaca; a pesar de ser fechas importantes para la familia mexicana, los jóvenes en la actualidad se inclinan también por festejar algunas fechas con sus amistades en distintos destinos turísticos, pretendiendo así que Oaxaca sea la primera opción.

De acuerdo a la investigación de mercados aplicada en el trabajo de tesis, se pudo concluir que el target utiliza como sinónimos: turismo verde, ecoturismo, turismo de la naturaleza, turismo sustentable, entre otros para referirse a uno de los tipos de turismo que se pretende promover con esta investigación, es decir, el turismo alternativo y así lo dejan vislumbrar los resultados obtenidos pues se encontró que los jóvenes confunden regularmente el significado de los diferentes tipos de turismo.

Por ejemplo, casi la mitad de los encuestados señaló haber realizado actividades ecoturísticas, sin embargo, de este grupo sólo algunos conocen el sentido de ecoturismo pues de los que dijeron haberlo hecho mencionaron “nadar” como actividad ecoturística. Según la investigación realizada, sólo se consideraría así cuando se realiza en cenotes o balnearios naturales y no en la playa.

Incluso, dos personas tomaron como actividad de ecoturismo la visita al Árbol del Tule, por lo que se pudo notar que se cuenta con una concepción errónea acerca de esta clase de turismo, pues dicha visita conformaría parte del turismo cultural.

Otra conclusión a la que se llegó fue que en un principio dentro de la delimitación del tema, se tenía contemplada la promoción del estado de manera general mediante una campaña publicitaria. No obstante, a lo largo de la investigación documental y de campo hubo una confusión pues no se sabía con certeza si el objetivo de la campaña consistía en promover el estado ó específicamente el turismo cultural y el turismo alternativo en Oaxaca. Por lo tanto, se decidió especificar y así optar por la promoción del turismo cultural y alternativo.

La elaboración de esta tesis trajo consigo ciertas dificultades, la principal fue la realización de la encuesta pues los reactivos debían ser claros y precisos porque de ellos

dependería la estrategia de medios, la estrategia creativa y en sí, toda la campaña. Cada pregunta fue realizada con la mayor certeza posible, ya que la forma de plantearlas le daría un sentido específico a las respuestas. Esto es, la veracidad de las respuestas proporcionadas por el target dependería de la forma de expresar cada pregunta y así llegar a la obtención de datos fidedignos para estructurar las demás partes de la campaña. De ahí que la construcción de la encuesta fuera una dificultad en la realización de este trabajo de tesis.

De la misma forma, el análisis de resultados de las encuestas aplicadas se tornó arduo dado que la codificación se tenía que llevar a cabo de manera precisa para evitar la manipulación de resultados y distorsionar los datos obtenidos del mercado objetivo.

Para la investigación documental también hubieron ciertos inconvenientes, ya que la obtención de información se vio un poco mermada al estar cerrada la Representación del Estado de Oaxaca en la Ciudad de México justo al inicio del conflicto político-magisterial, así como el no poder ingresar a la página oficial del Gobierno del Estado y por lo tanto carecer de información oficial para el capítulo referente a las características generales del estado de Oaxaca.

Lo anterior dejó entrever una imagen negativa del Gobierno estatal pues al no proporcionar información al público y mantenerse aislados se muestra que no poseen los elementos necesarios para contrarrestar la mala imagen que ya se estaba originando a partir del conflicto político.

A pesar de esto, Oaxaca sigue siendo uno de los destinos turísticos más recomendables, ya que posee innumerables cualidades tales como: costos adaptables a la solvencia económica del target, un sin fin de actividades de turismo alternativo y cultural, hermosos paisajes, reservas naturales, deliciosa gastronomía y calidez en su gente, que en conjunto hacen de Oaxaca un estado que lo tiene todo.

La publicidad es un conjunto de técnicas y estrategias que tienen por objeto difundir un mensaje a través de los diversos medios de comunicación, y de esta forma persuadir a que un mercado objetivo adquiera un producto o servicio. Por lo tanto, la profesión del publicista hoy día es de suma importancia para las empresas, ya que a través de ella se difunden los bienes y/o servicios.

Es labor del publicista crear novedosas estrategias creativas pues el que los consumidores adquieran o no el bien o servicio dependerá del éxito o fracaso de la campaña publicitaria. El publicista tiene la obligación de crear mensajes innovadores e impactantes que provoquen cierto nivel de recordación en los diversos consumidores.

Para la creación de los mensajes publicitarios es de gran utilidad el uso de las experiencias de la vida cotidiana porque así los consumidores se sentirán identificados con el mensaje. Se debe dejar en claro que la publicidad no crea necesidades, las necesidades se las crea el propio individuo. Lo que hace la publicidad es identificar dichas necesidades y

explotarlas de tal modo que los diversos consumidores sientan que al comprar un producto o servicio están satisfaciendo sus necesidades.

De este modo, es importante mencionar que la publicidad valiéndose de las necesidades de los consumidores no vende un refresco o unos pantalones, más bien vende una marca. Asimismo, para la eficacia en la difusión de los mensajes, la publicidad se vale de los distintos medios de comunicación y los adecuará a cada campaña según sea el target.

Tomando en cuenta lo anterior, la presente tesis incluyó ejecuciones en las que aparecen personajes jóvenes interactuando con los lugares más bellos de Oaxaca, esto con el objetivo de que el público meta se sintiera identificado con ellos y así se lograra persuadirlos de que el estado representa la mejor opción como destino turístico no sólo en cuestión de playas sino para realizar innumerables actividades de turismo cultural y turismo de alternativo.

La campaña siempre tuvo como objetivo expresar a los jóvenes que además de poder hacer turismo tradicional (sol-playa-relajamiento), existen otras alternativas que invitan a disfrutar cada uno de los rincones del estado y así reestablecer el interés del target por Oaxaca, pues definitivamente el conflicto político magisterial afectó severamente el turismo y la imagen del estado, tal y como lo mencionaron todos encuestados.

Gracias a la investigación de mercados realizada se pudieron identificar los ejes con los que se guió el desarrollo de la estrategia creativa y estrategia de medios, cumpliendo así con uno de los objetivos de este trabajo de tesis. Además, se logró de cierta manera reestablecer el interés de los jóvenes por el estado de Oaxaca. Asimismo, se cumplió con los objetivos planteados al inicio de esta tesis, pues se realizó una investigación documental sobre el turismo en México y de las características de Oaxaca, así como sus antecedentes publicitarios.

Toda campaña de publicidad representa la transmisión de un mensaje. La publicidad es comunicación y con este trabajo de tesis se pretende comunicar que Oaxaca es un estado increíble y que realmente sí es una verdadera opción como destino turístico para los jóvenes en sus dos vertientes, tanto turismo cultural como turismo alternativo, principales objetivos de esta tesis.

Se concluye que hoy día la publicidad debe ser más estratégica. Es menester no guiarse sólo en las corazonadas del publicista sino en la información obtenida a partir de la investigación de mercados, la cual ayuda a la elaboración de la estrategia de medios y la estrategia creativa.

## Bibliografía

- Acevedo María Luisa, *et al.*, *Etnografía y educación en el estado de Oaxaca*, México, INAH, 1993, 264 pp.
- Álvarez Noguera José Rogelio, *Oaxaca cultura y desarrollo*, México, Harte Reinking Editores, 1995, Primera edición, 103 pp.
- Bell Daniel, "Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales, en *Industria cultural y sociedad de masas*, Editorial Monte Ávila C. A, 1969, 281 pp.
- Biblioteca de manuales prácticos de marketing, *El plan de marketing*, Madrid, Díaz de Santos, 1989, 102 pp.
- Cuervo Raimundo, *El turismo como medio de comunicación humana*, México, Departamento de Turismo del Gobierno de México, 1967, 226 pp.
- Dalton Margarita, *Breve historia de Oaxaca*, México, Fondo de Cultura Económica, Serie: Breves Historias de los Estados de la República Mexicana, 2004, Primera edición, 302 pp.
- De La Torre Oscar, *El turismo. Fenómeno social*, México, Fondo de Cultura Económica, Sección de Obras de Sociología, 1982, primera edición, 134 pp.
- Getino Octavio, *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*, Argentina, Ediciones Ciccus-La Crujía, Colección: SIGNO comunicación y sociedad, 2002, primera edición, 283 pp.
- Goldstone Patricia, *Turismo, más allá del ocio y del negocio*, España, Editorial Debate, 2003, 370 pp.
- Granados Chapa Miguel Ángel, "Oaxaca: callejón con salida", periódico *Reforma*, año 13, num. 4651, sección "Opinión", México, 12 de septiembre de 2006, Pág. 17, 234 pp.
- Kotler Philip; Armstrong Gary, *Marketing*, México, Pearson Educación, 2001, Octava Edición, 768 pp.
- Lipson Harry; Darling John R., *Fundamentos de mercadotecnia. Textos y casos*, Vol. 1, México, Editorial Limusa, 1990, nueva edición, 244 pp.
- Martínez Fernández Alfredo; Cháirez Alfaro Arturo, "Oaxaca, un paraíso para el deporte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, 112 pp.
- Mcintosh, Robert W., *et al.* *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*, Editorial Limusa Wiley, México, 2003, 593 pp.
- Mühlenpfordt Eduard, *Ensayo de una descripción de la República de Méjico, con especial referencia a su geografía, etnografía y estadística, El estado de Oajaca*, México, CODEX Editores, 1993, Primera edición, 108 pp.
- Pérez de las Heras Mónica, *La guía del ecoturismo*, España, Ediciones Mundi-Prensa, 1999, 277 pp.
- Romero Giordano Carlos; Cháirez Alfaro Arturo, "El arte popular oaxaqueño, un mundo aparte", *Guía México desconocido Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, Julio, 2003, 112 pp.
- Sánchez Virgilio, "Secuestran maestros a turistas en Oaxaca", periódico *Reforma*, año 13, num. 4593, sección "Primera plana", México, 16 de julio de 2006, 234 pp.

- Secretaría de Desarrollo Turístico, *Estrategia estatal de desarrollo de turismo alternativo ¡Experiencia Oaxaca!*, [CD-ROM], México, 2004, 9 pp.
- Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*, México, FCE, 2006, 199 pp.
- Secretaría de Turismo. *Ruta de los Dioses. Programa de trabajo 2002-2006*, México, 2003, 15 pp.
- s/autor, "Alebrijes: El arte onírico", *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, 96 pp.
- s/autor, "Guelaguetza una ofrenda a la ciudad", *Guía México desconocido Rutas turísticas: Oaxaca, cómo y dónde*, México, Editorial México desconocido, edición 117, 2005, 96 pp.
- Southworth J. R., *Oaxaca y Puebla ilustrado*, México, Editorial VERDEHALAGO, 2000, 71 pp.

## Páginas de Internet

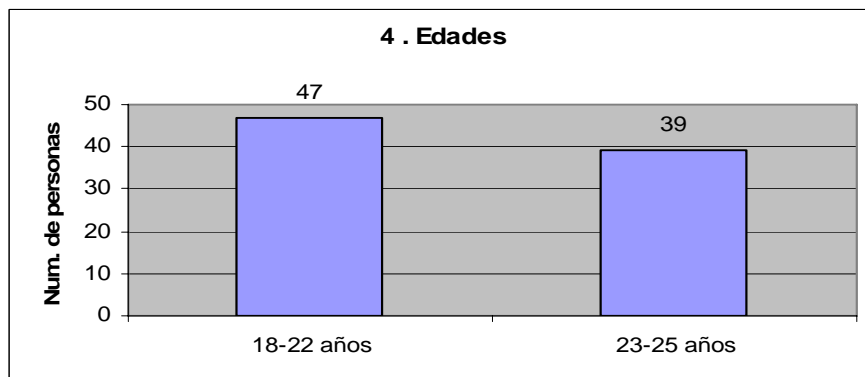
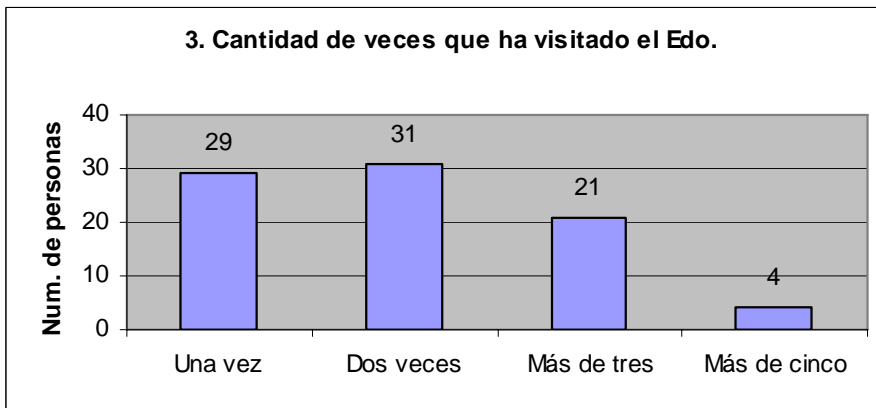
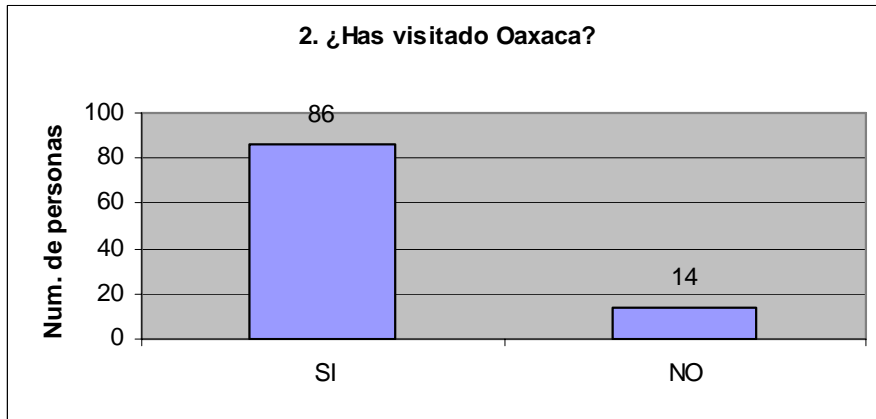
- Altamirano Genaro, "Oaxaca: tensión en vísperas de festividad", [en línea], México, *eluniversal.com.mx*, Lunes 17 de julio de 2006, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html>, [consulta: 20/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/iglesias.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.aquioaxaca.com/>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/museos.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/muertos.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/traditions/navidad.html>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos\\_lnk.txt](http://www.aoaxaca.com/oa.php?titulo=img/tit/tit043.jpg&texto=txt/atr/cos/t2268.txt&link=txt/atr/cos/cos_lnk.txt), [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.oaxaca-mio.com/invita.htm>, [consulta: 30/08/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://mapserver.inegi.gob.mx/geografia/espanol/estados/oax/rh.cfm>, [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: <http://www.visitingmexico.com.mx/mapas-mexico/images/Oaxaca%20fisico%20politico.jpg>, [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_en\\_mexico.svg](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_en_mexico.svg), [consulta: 16/10/2006].
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_distritos.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_distritos.png), [consulta: 16/10/2006].

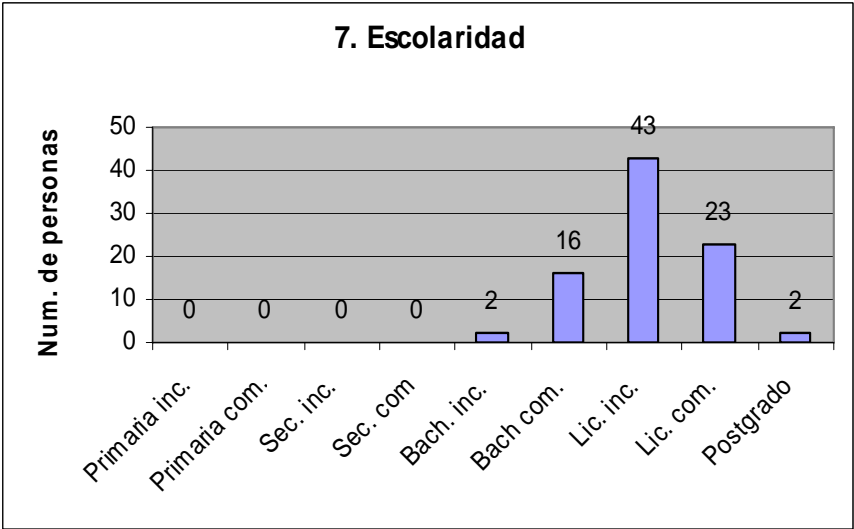
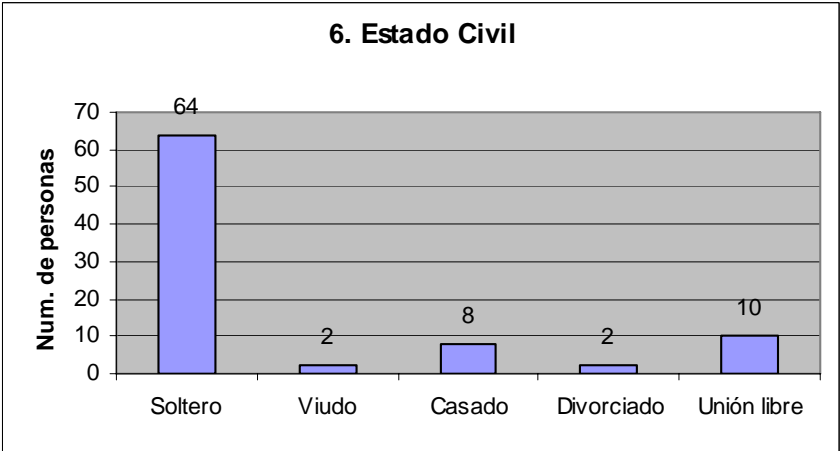
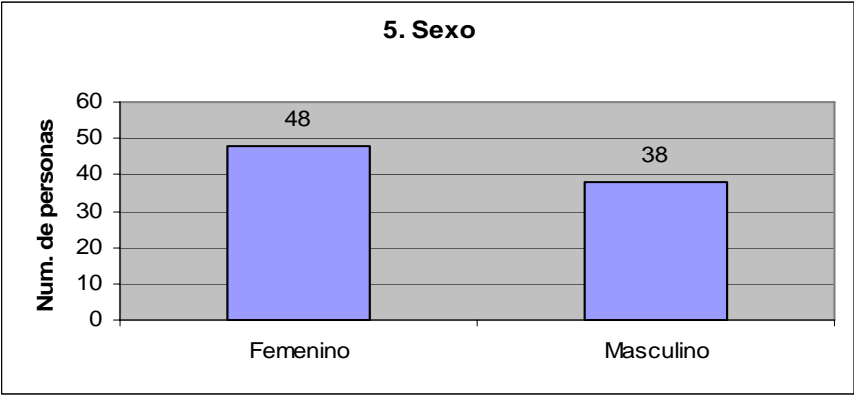
- [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca\\_regiones\\_mejorado.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen:Oaxaca_regiones_mejorado.png), [consulta: 16/10/2006].
- Gobierno de Oaxaca, *Turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aoaxaca.com>, [consulta: 07/06/2006].
- Gobierno de Oaxaca, [en línea], Dirección URL: [http://www.gobiernodeoaxaca.gob.mx/web/index.php?option=com\\_content&task=view&id=905&Itemid=32](http://www.gobiernodeoaxaca.gob.mx/web/index.php?option=com_content&task=view&id=905&Itemid=32), [consulta: 07/06/2006].
- Gobierno de Oaxaca, [en línea], Dirección URL: <http://www.oaxaca.gob.mx/humanitas/index2.html>, [consulta: 07/06/2006].
- González Licón Ernesto; Winter Marcus; Hernández Díaz Gilberto, *Zonas Arqueológicas de Oaxaca*, [en línea], Dirección URL: <http://www.go-oaxaca.com/sights/arqueologicos.html>, [consulta: 30/08/2006].
- INEGI, [en línea], Dirección URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/default.asp?c=119&e=20>, [consulta: 25/09/2006].
- *Niveles socioeconómicos en México*, [en línea], Dirección URL: [http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas\\_InvPublicitaria\\_Informes.htm#SMG](http://www.mercadeoypublicidad.com/Estadisticas_InvPublicitaria_Informes.htm#SMG), [consulta: 20/05/2007].
- Secretaría de Turismo, *Turismo cultural*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud), [consulta: 30/08/2006].
- Secretaría de Turismo, *Qué es el turismo alternativo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Turismo\\_Alternativo](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Alternativo), [consulta: 30/08/2006].
- UNESCO, en *Patrimonio de la Humanidad*, [en línea], Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio\\_de\\_la\\_Humanidad#cite\\_ref-sesion31\\_0-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrimonio_de_la_Humanidad#cite_ref-sesion31_0-0)

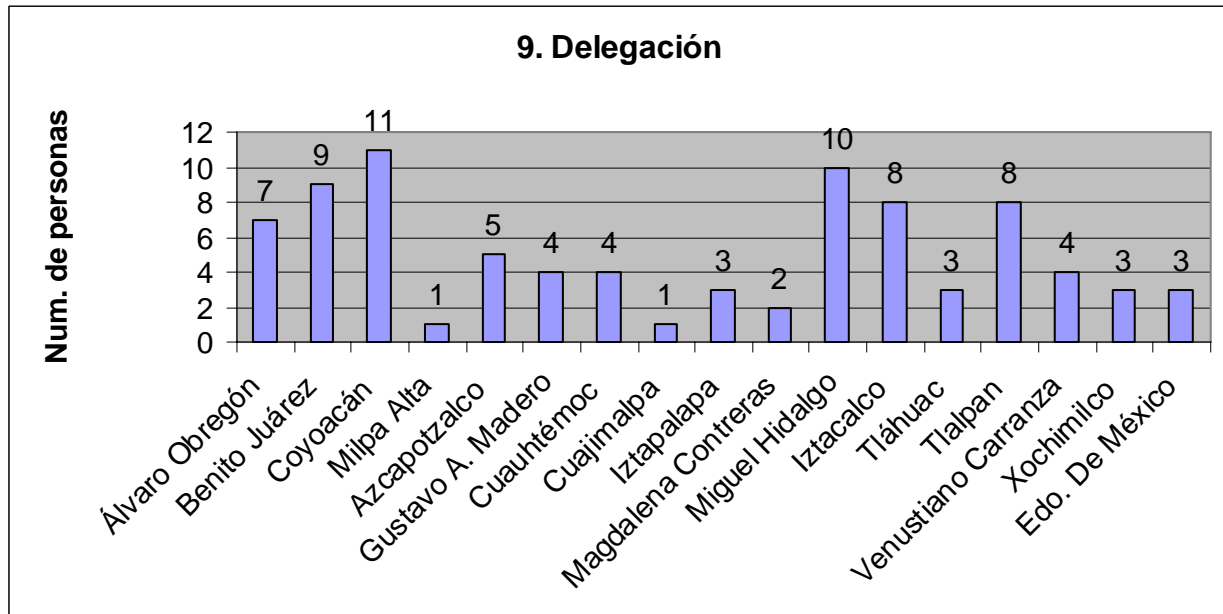
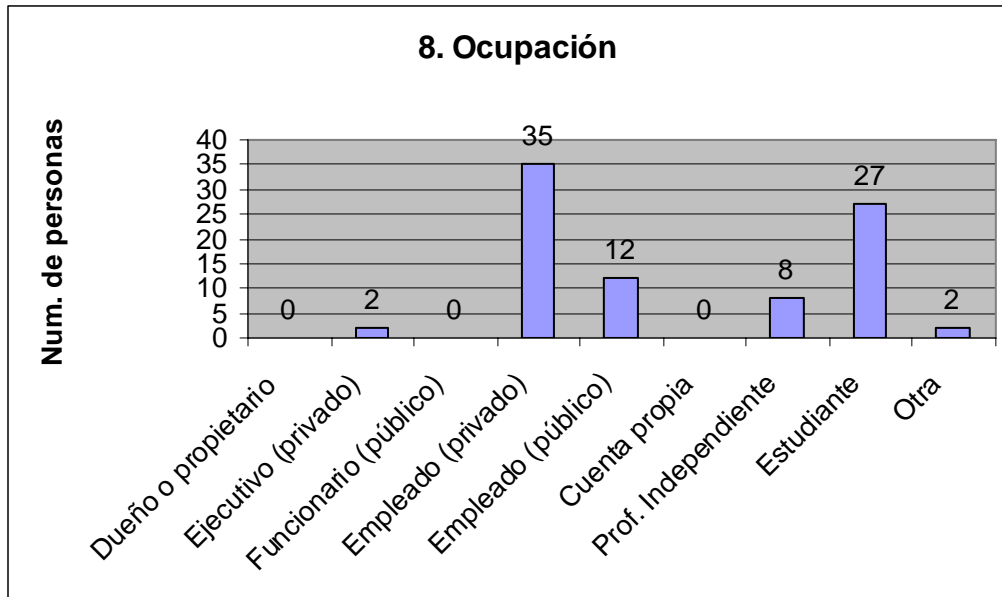


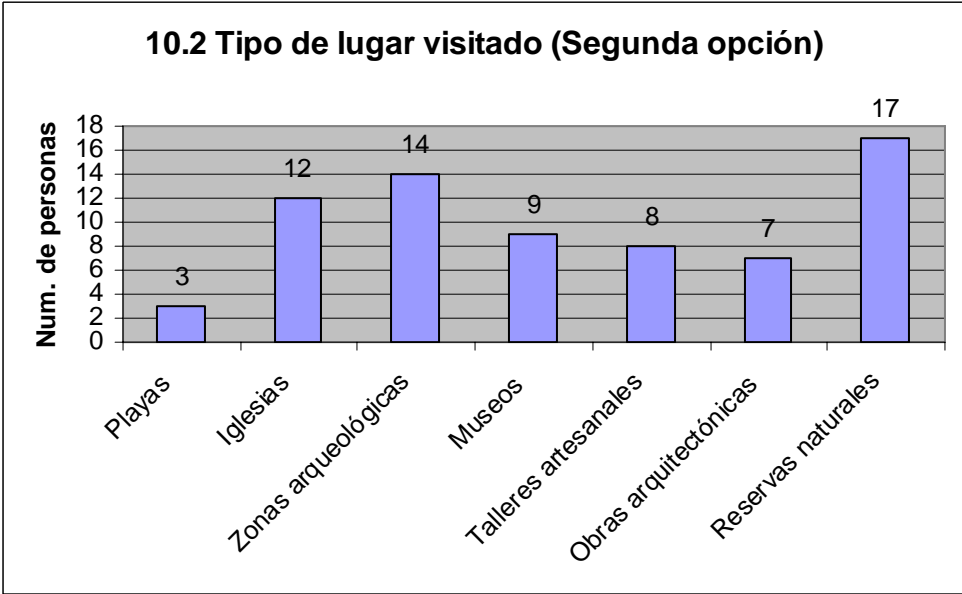
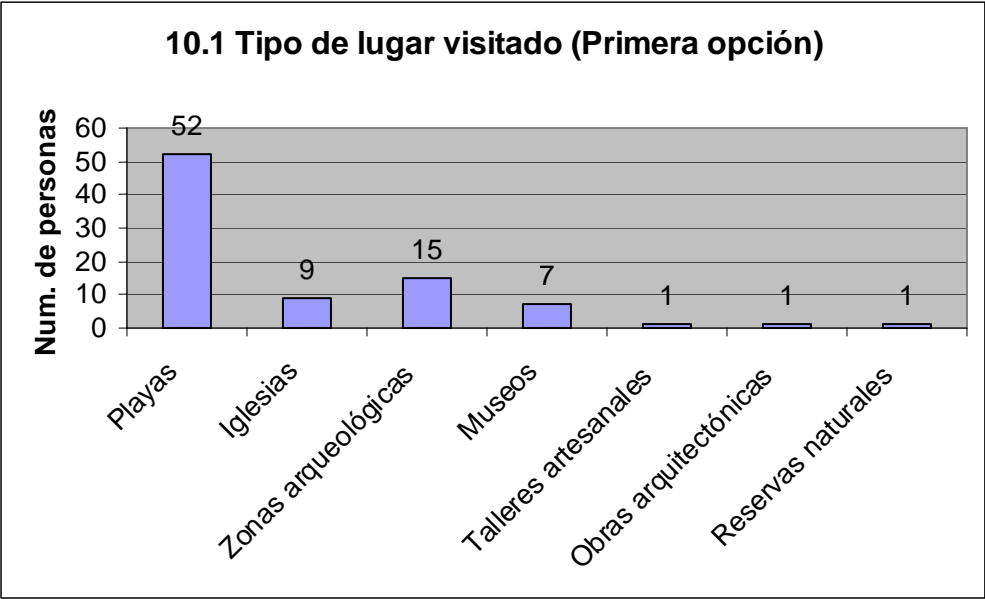
## Anexo

A continuación se anexan las gráficas correspondientes a los resultados de la encuesta aplicada.

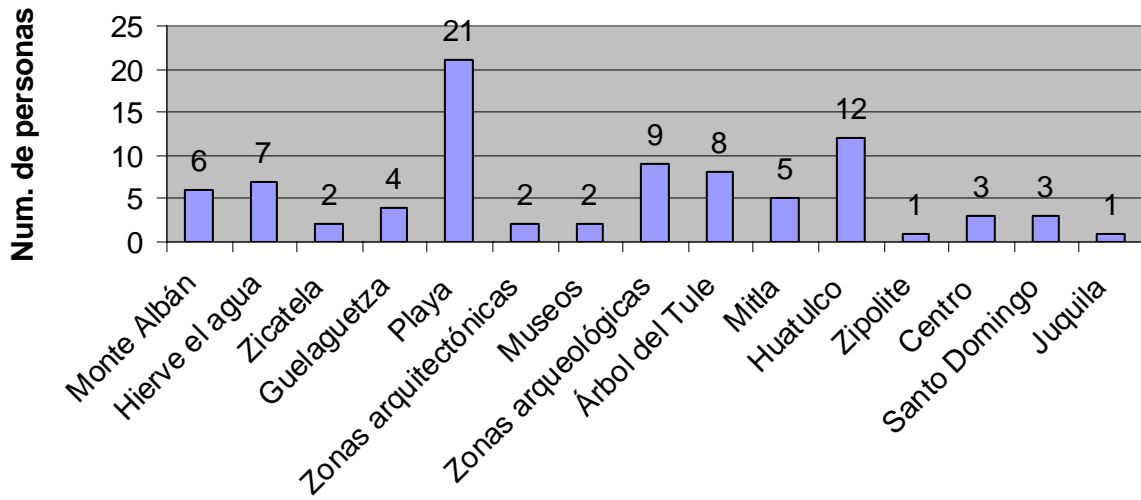




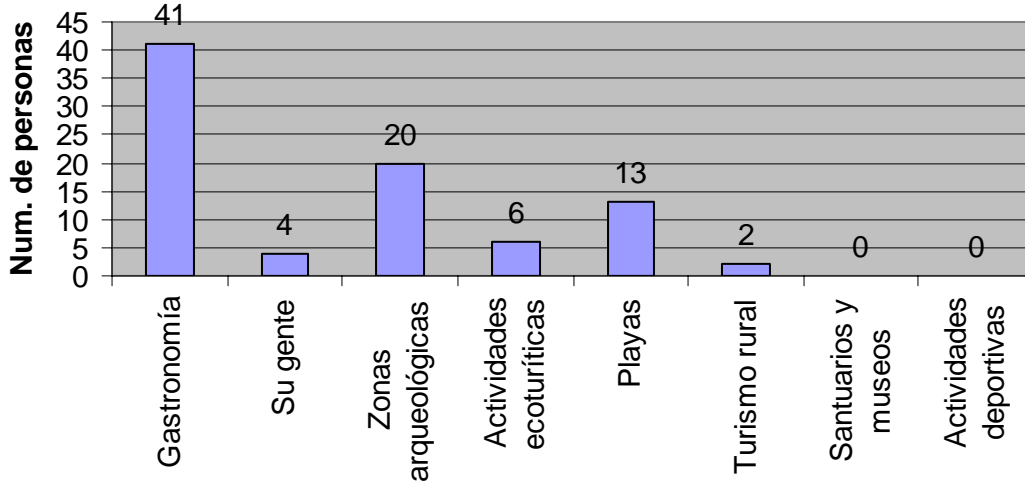




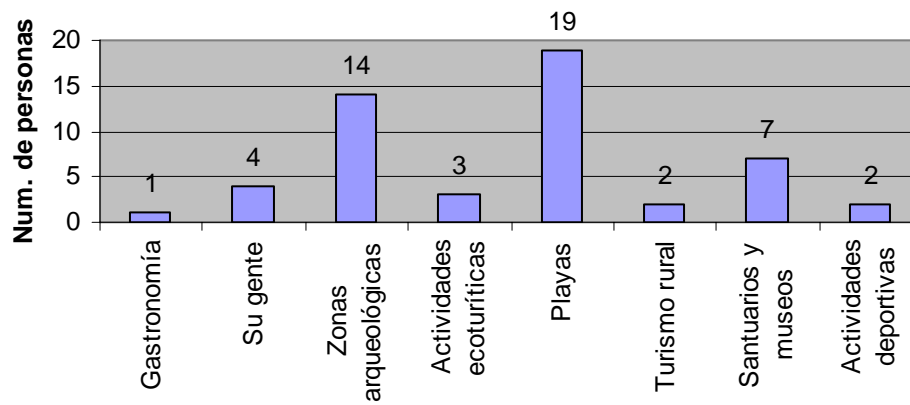
### 11. ¿Al escuchar "Oaxaca" qué lugar se viene a la mente?



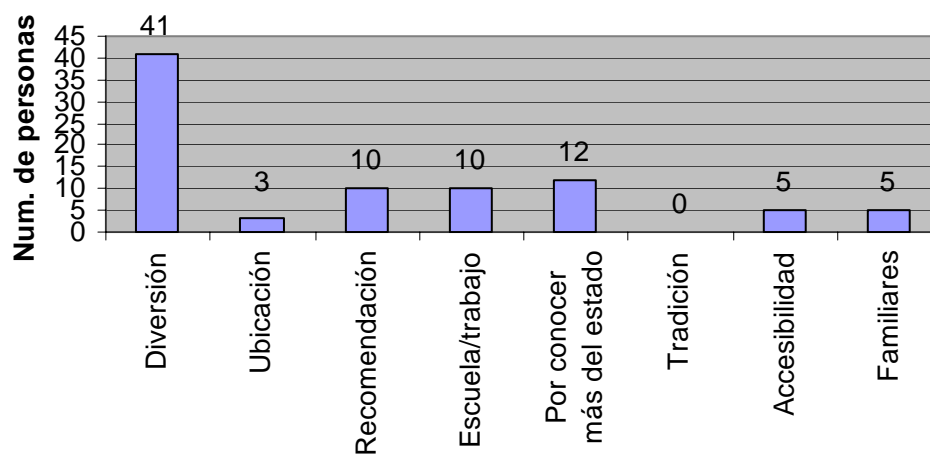
### 12.1 ¿Qué te gustó más de Oaxaca? (Primera opción)



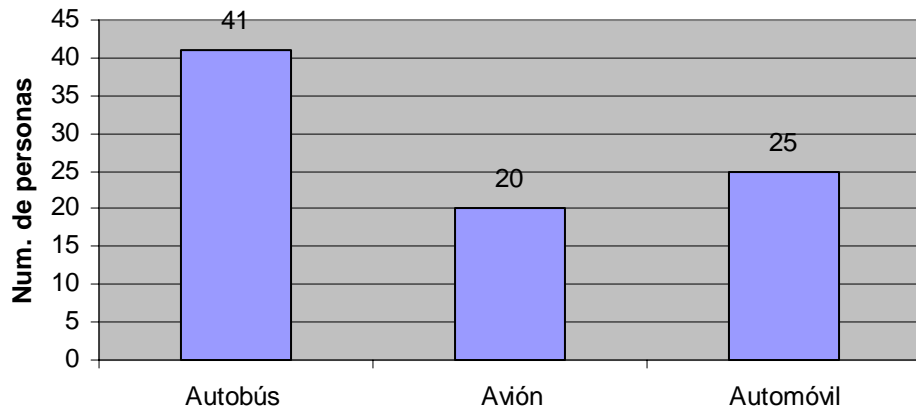
### 12.2 ¿Qué te gustó más de Oaxaca? (Segunda opción)



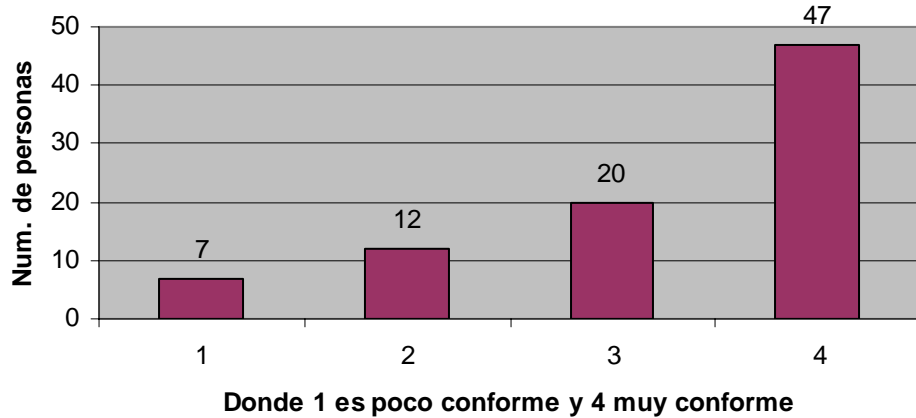
### 13. ¿Por qué decidiste ir a Oaxaca?



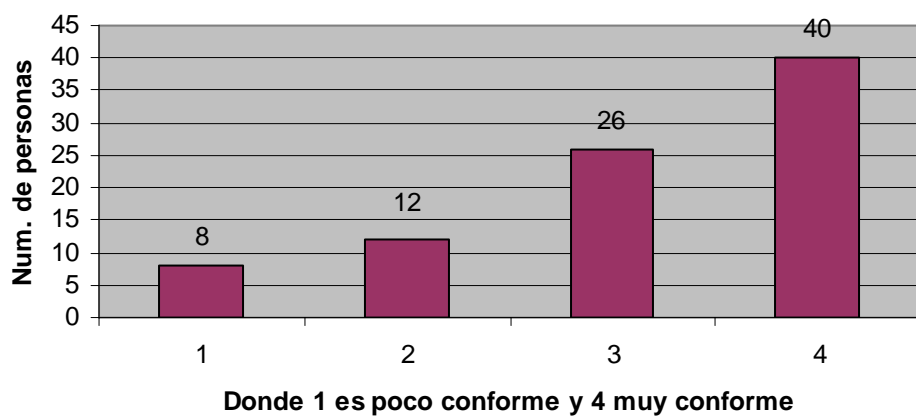
### 14. Medio de transporte utilizado



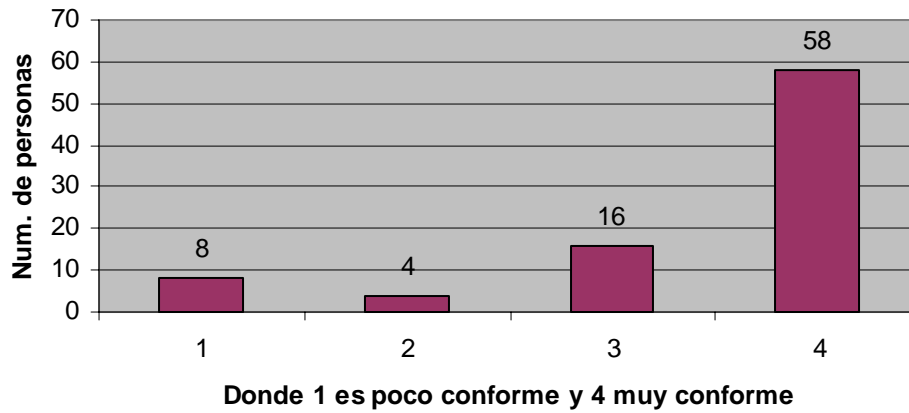
### 15.1 Conformidad respecto a precios



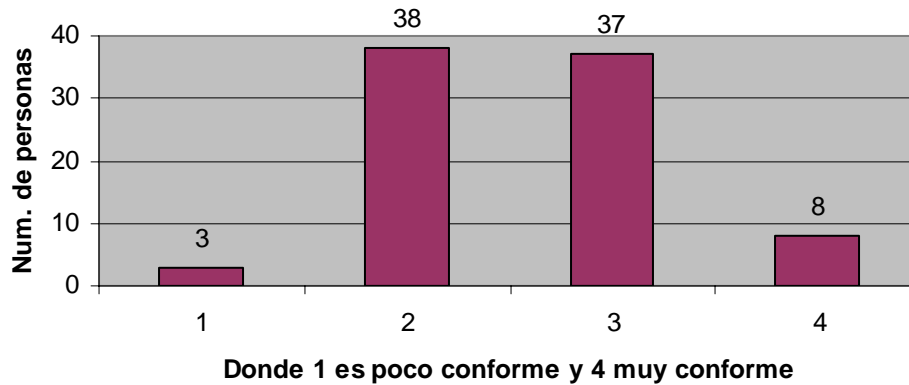
### 15.2 Conformidad respecto a la gente



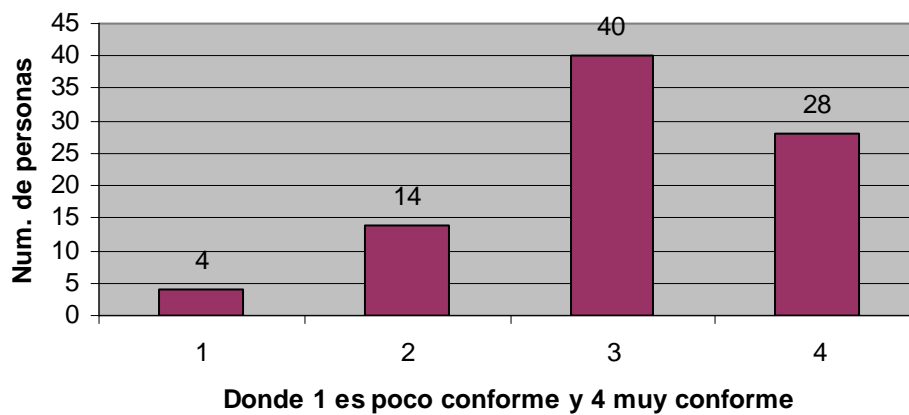
### 15.3 Conformidad respecto a los lugares



### 15.4 Conformidad respecto a vías de comunicación

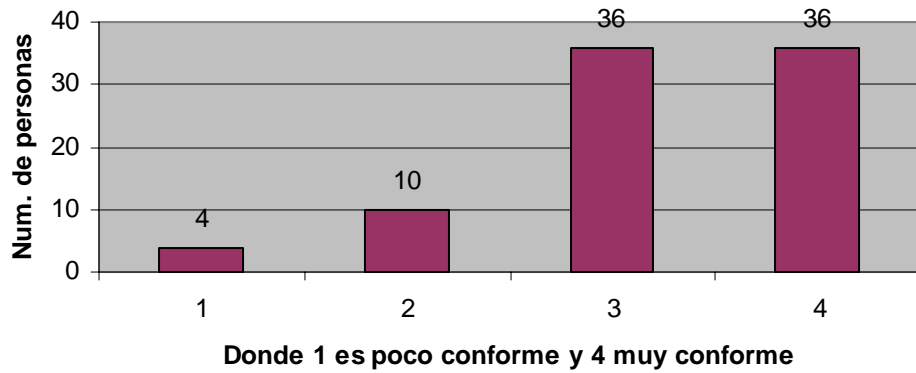


### 15.5 Conformidad respecto a la seguridad

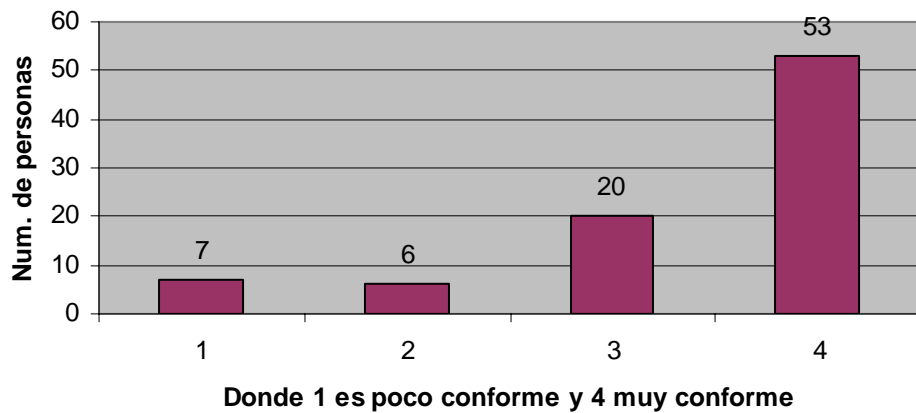




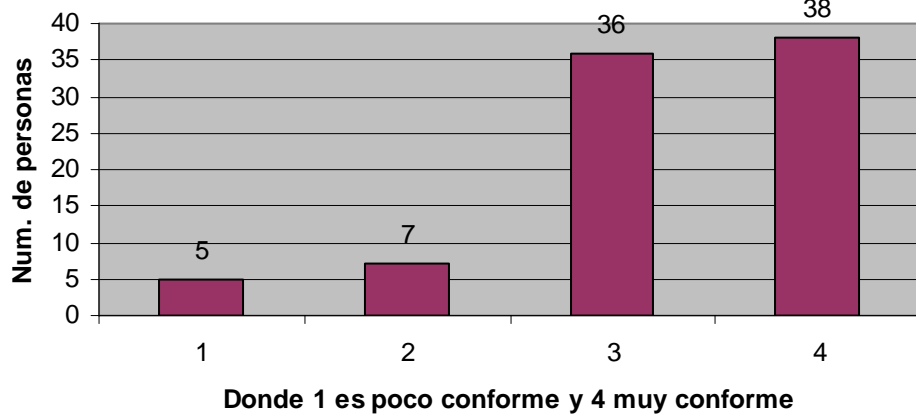
### 15.6 Conformidad respecto a la información turística

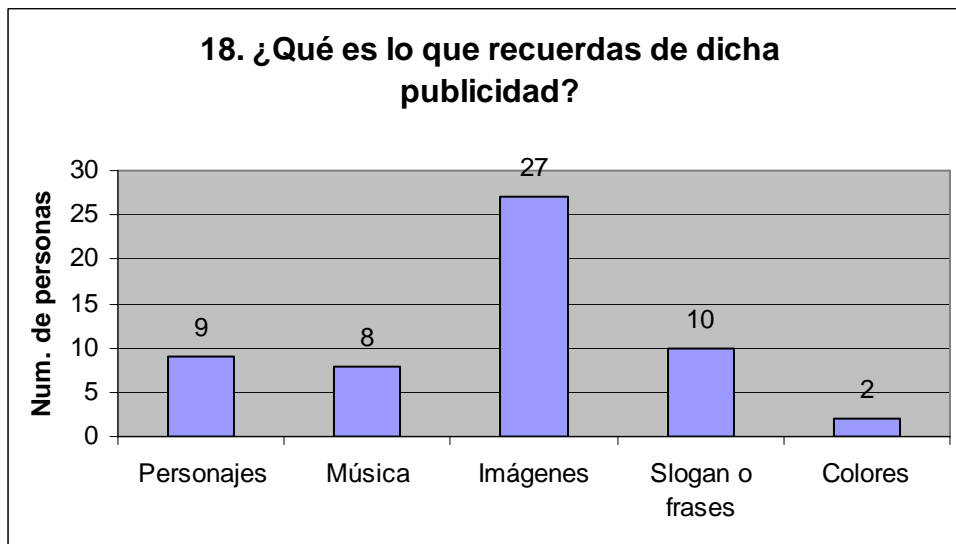
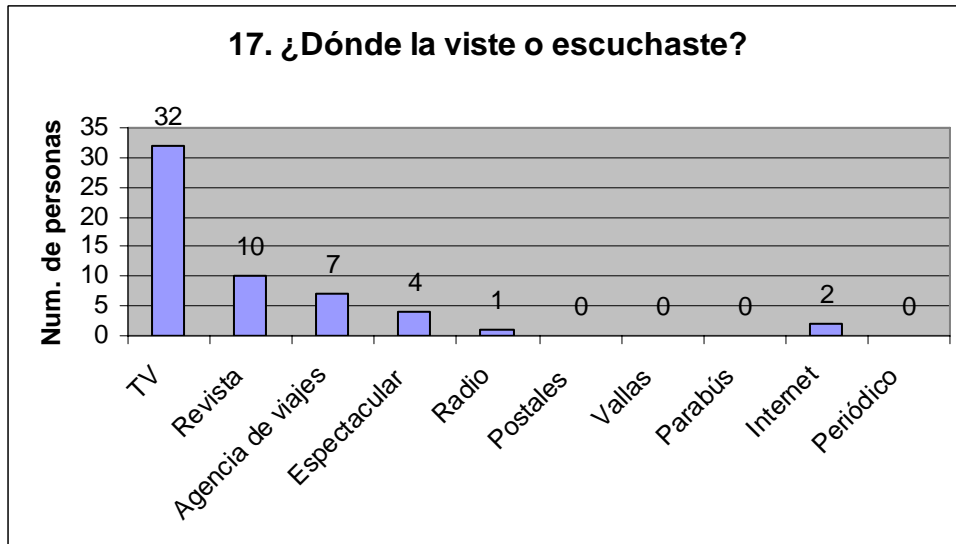
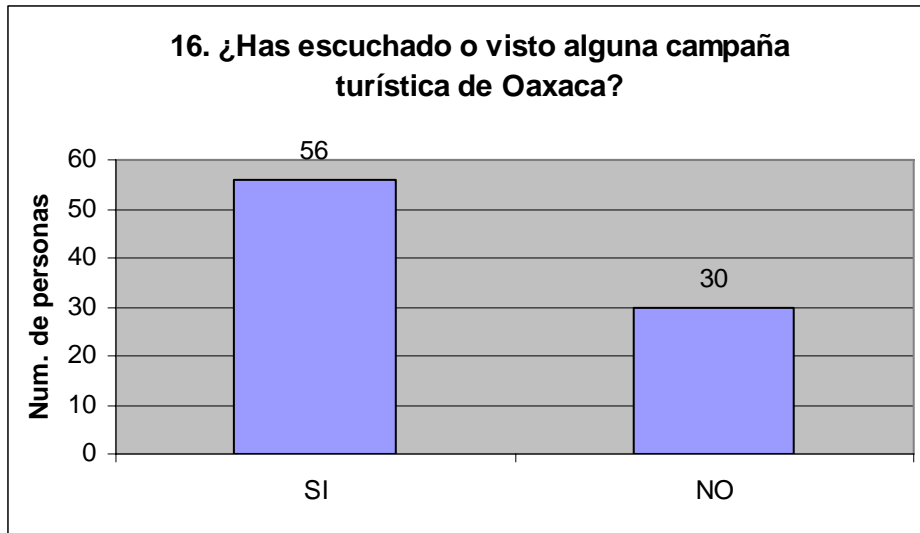


### 15.7 Conformidad respecto a la comida

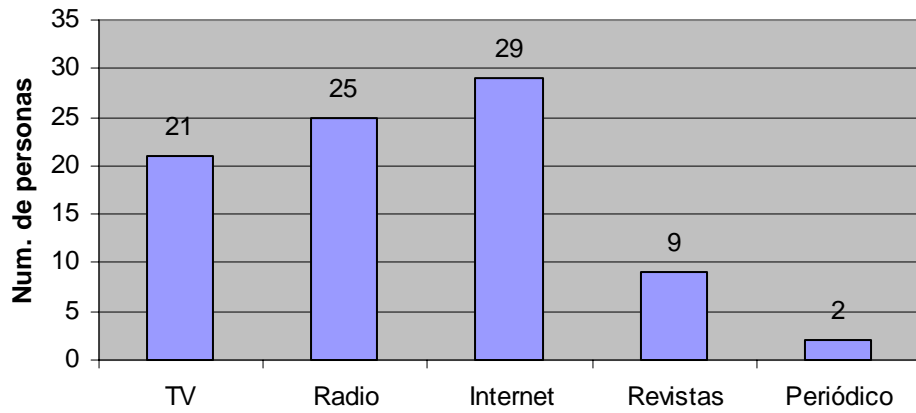


### 15.8 Conformidad respecto al hospedaje

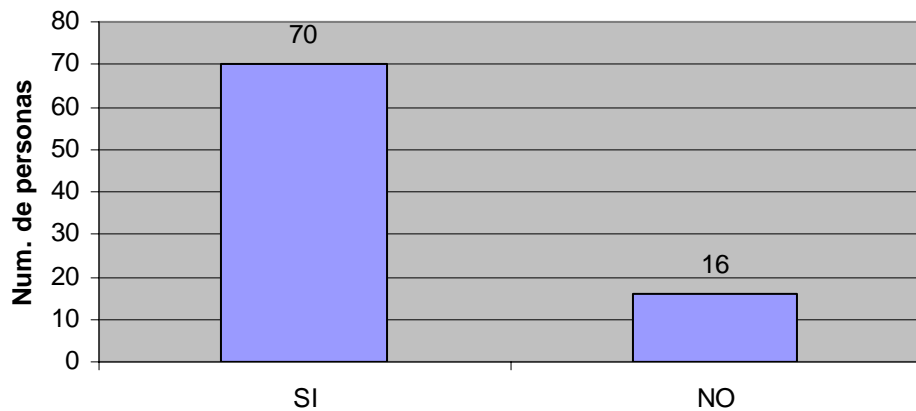




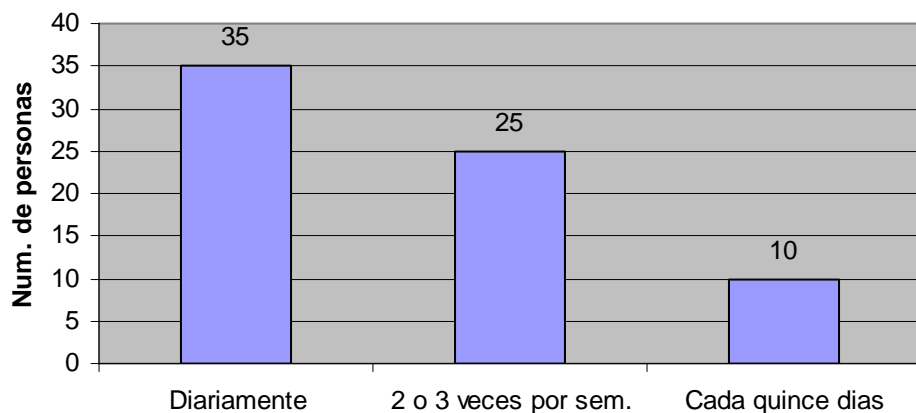
### 19. Medio de comunicación de mayor uso



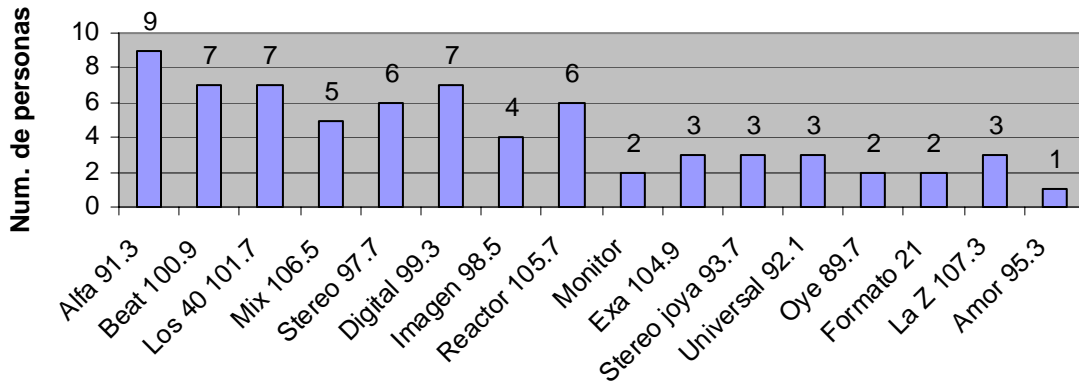
### 20. ¿Acostumbras escuchar radio?



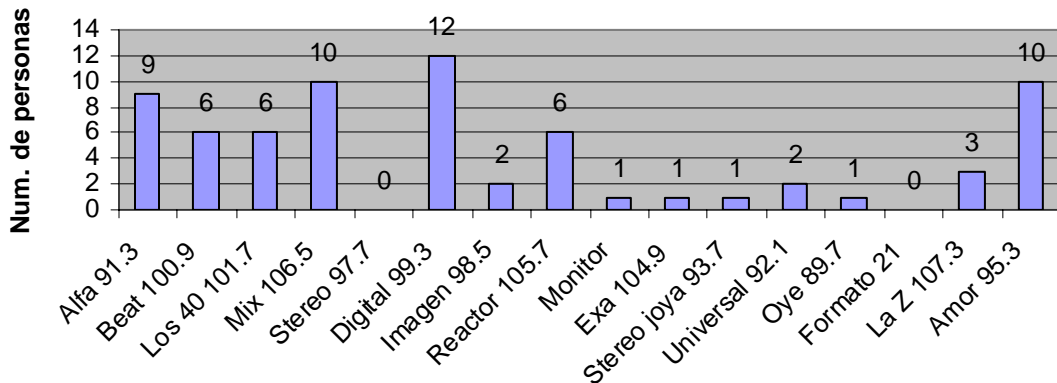
### 21. ¿Con qué frecuencia la escuchas?



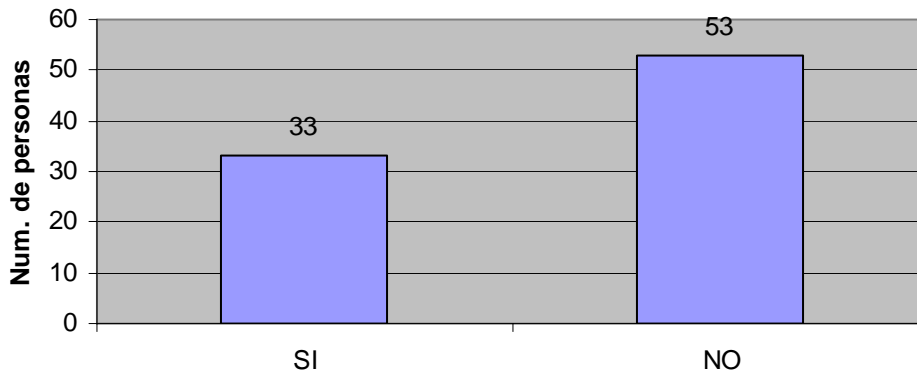
**22.1 Estaciones que se escuchan con mayor frecuencia  
(Primera opción)**

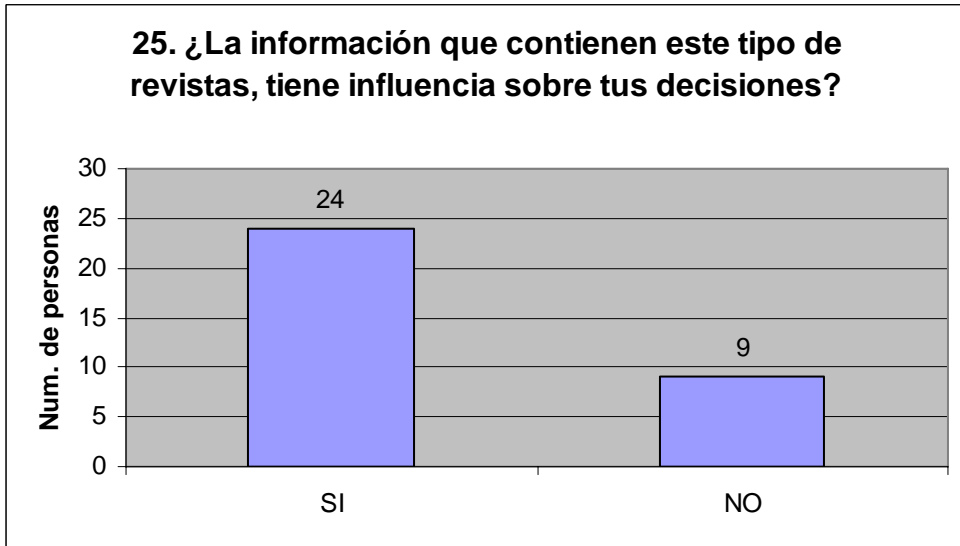
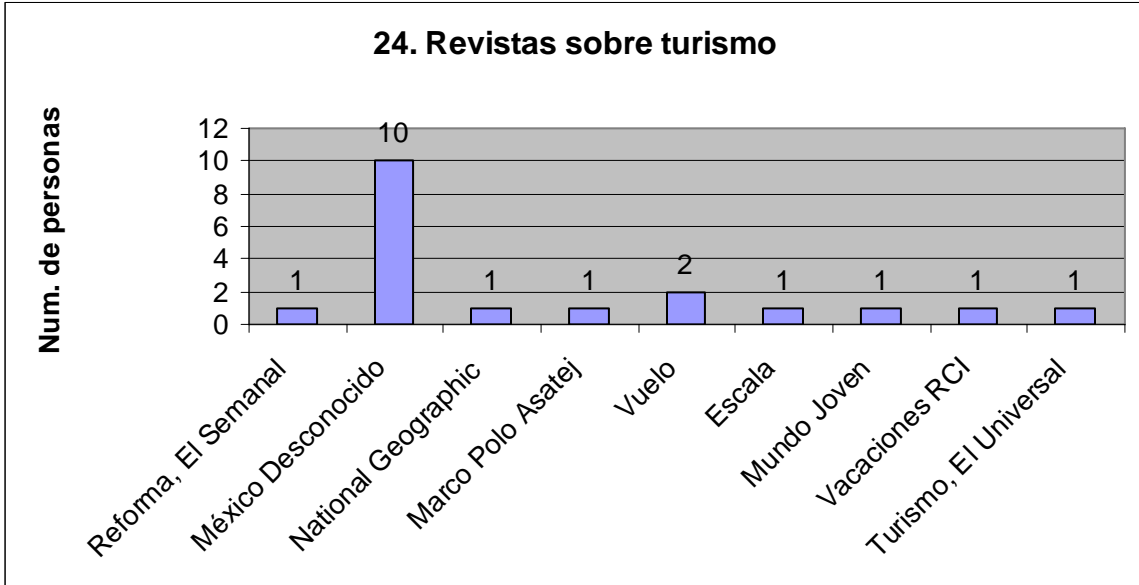


**22.2 Estaciones que se escuchan con mayor frecuencia  
(Segunda opción)**

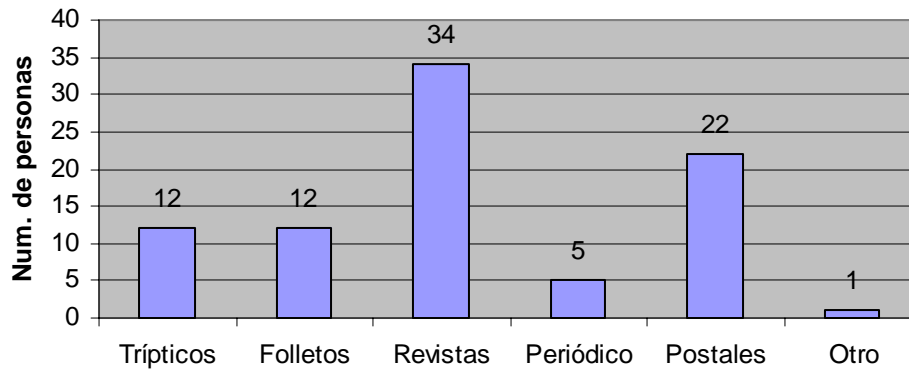


**23. ¿Acostumbras leer revistas de índole turística?**

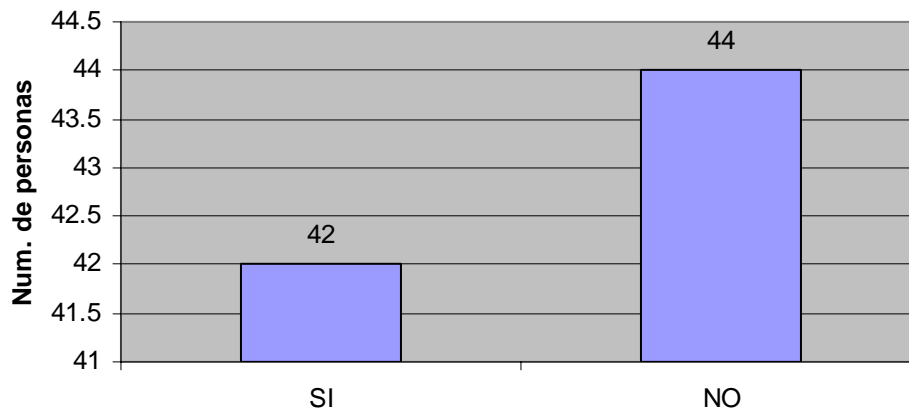




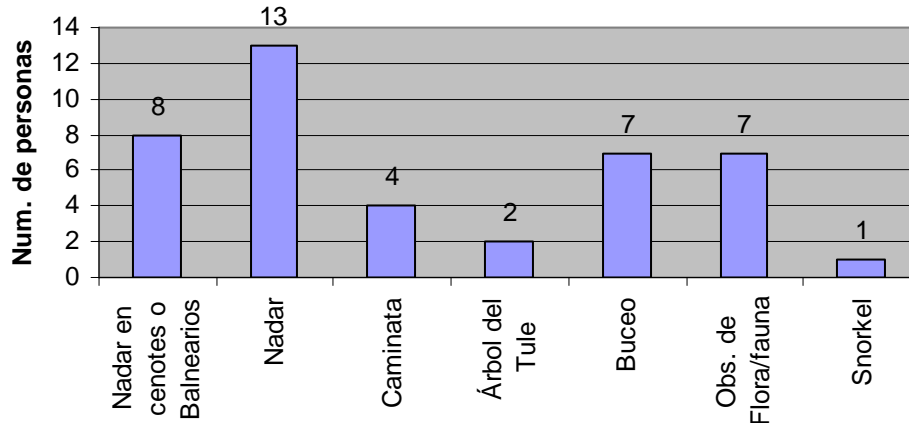
**26. ¿En qué medio impreso te gustaría leer sobre Oaxaca?**

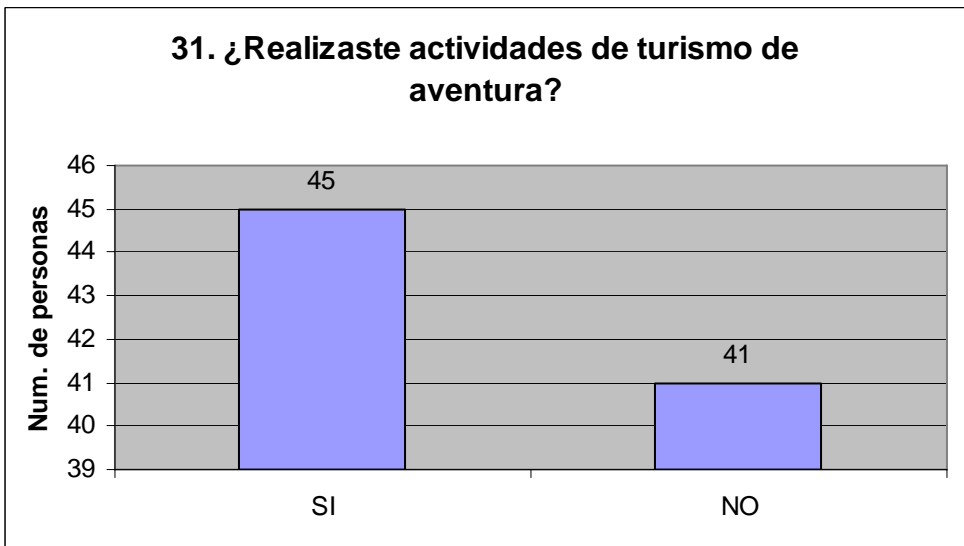
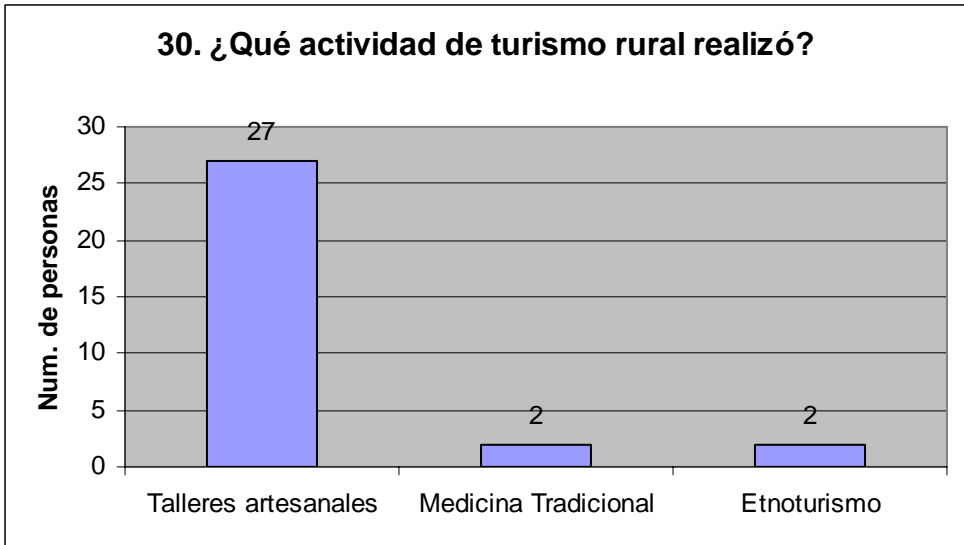
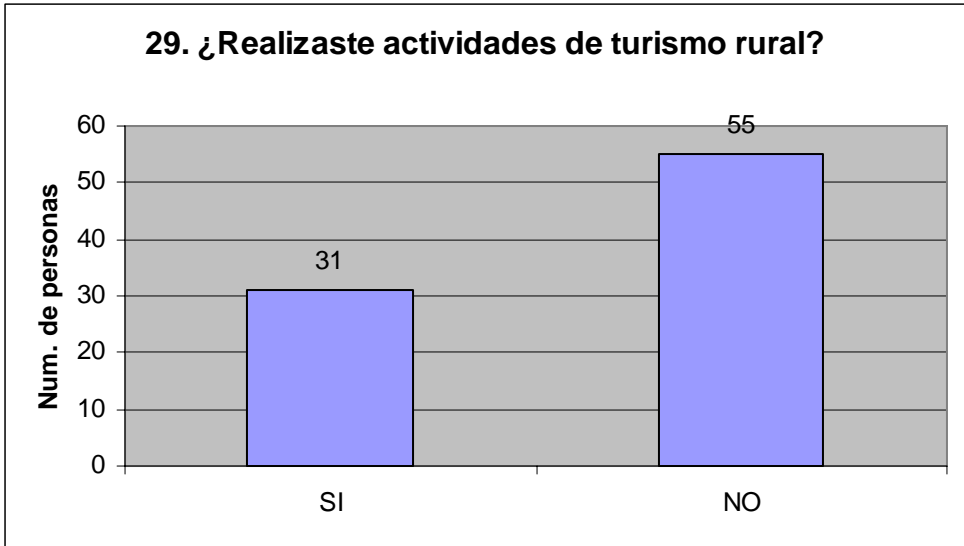


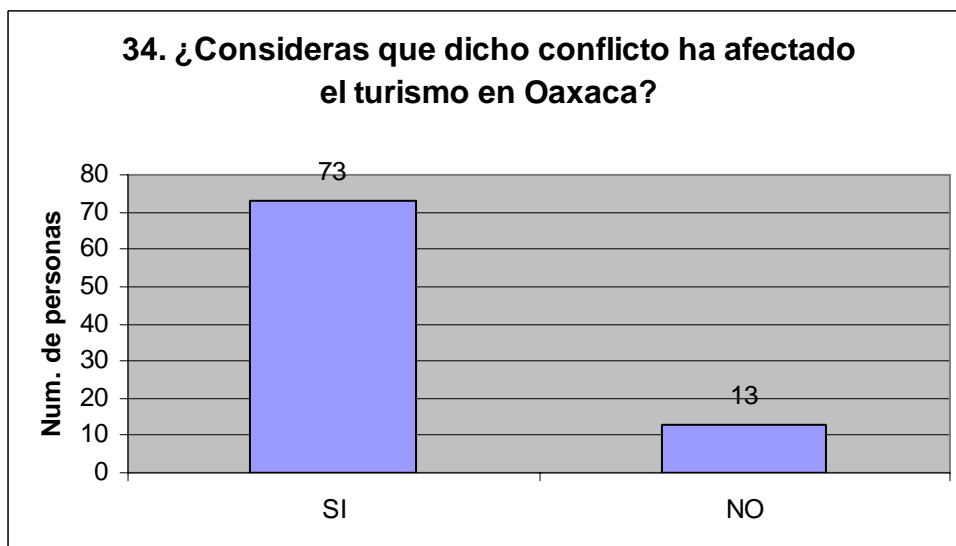
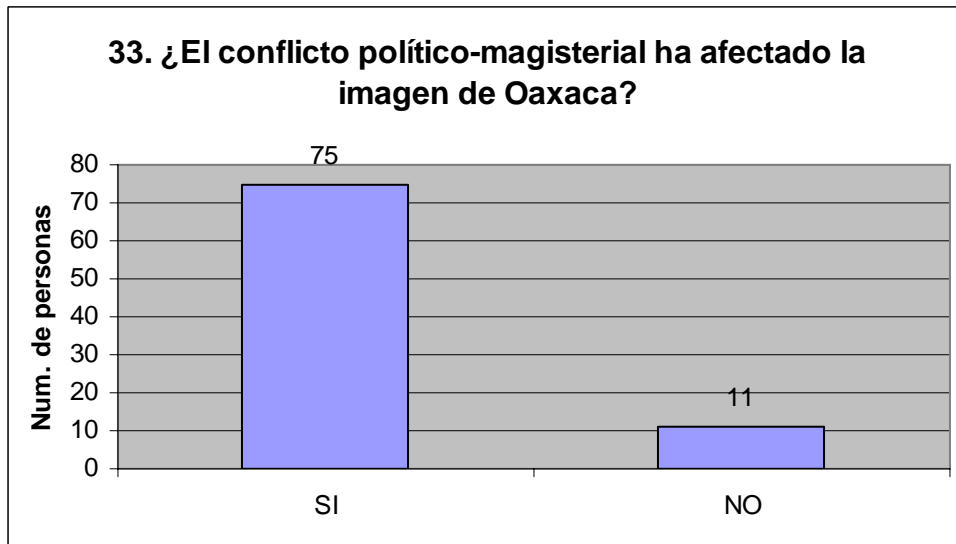
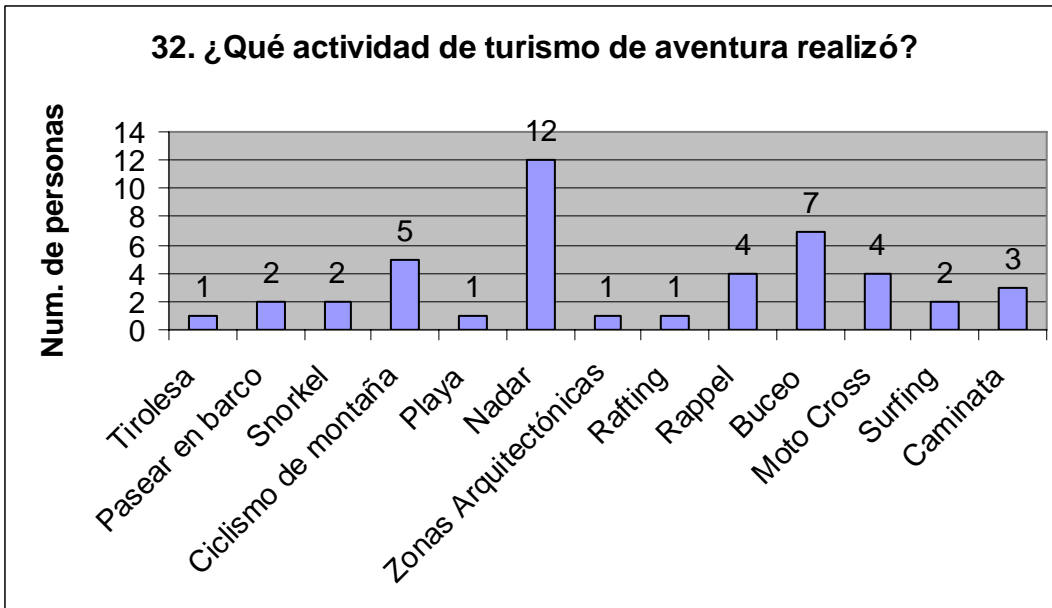
**27. ¿Realizaste actividades de ecoturismo?**



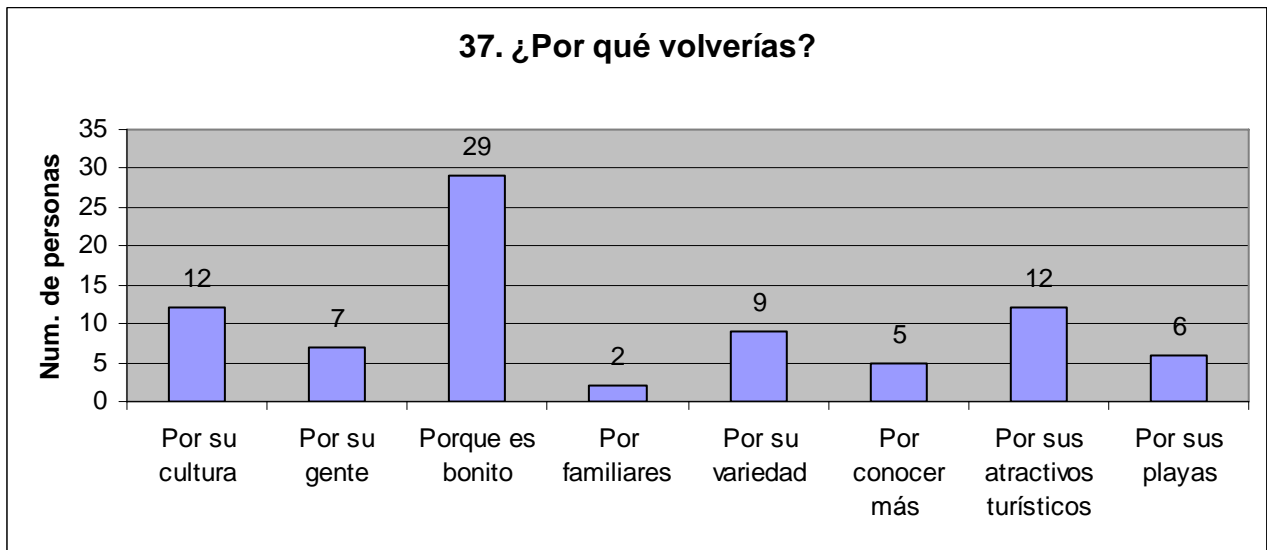
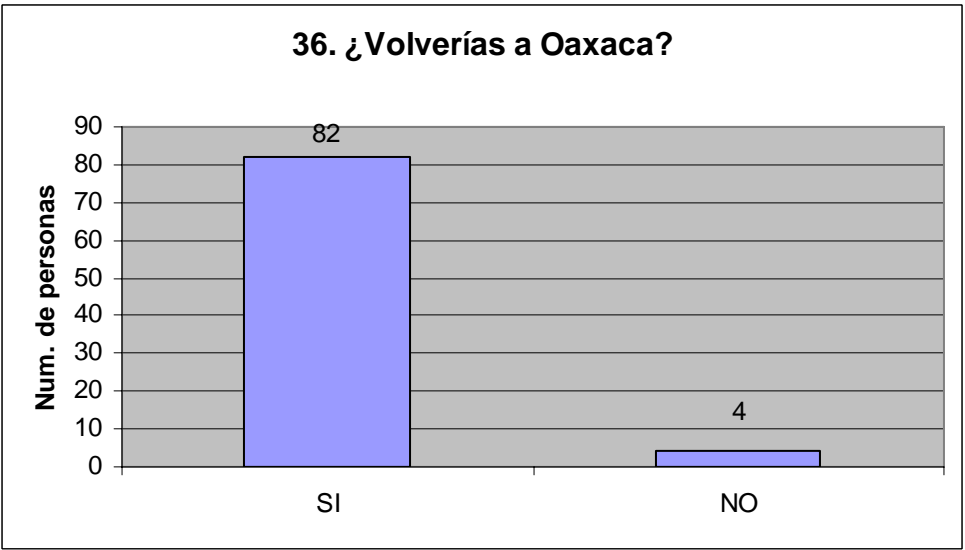
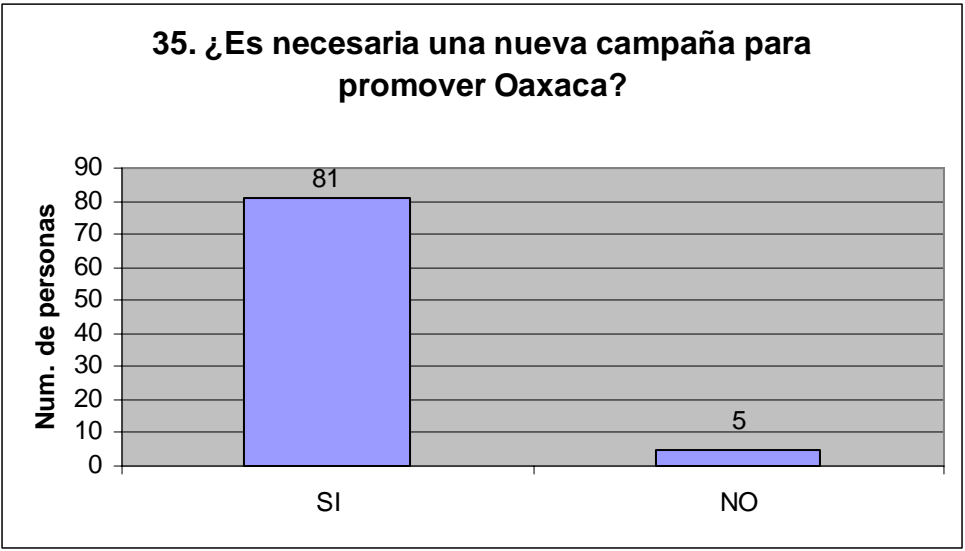
**28. ¿Qué actividad ecoturística realizó?**

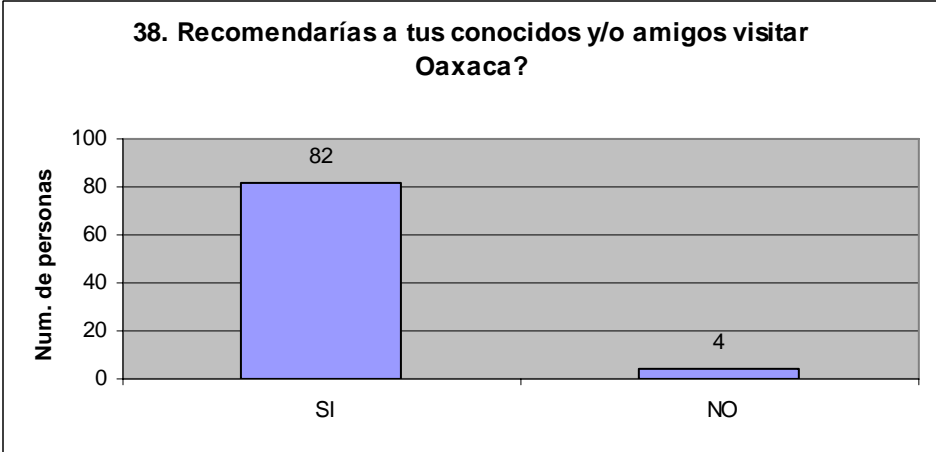
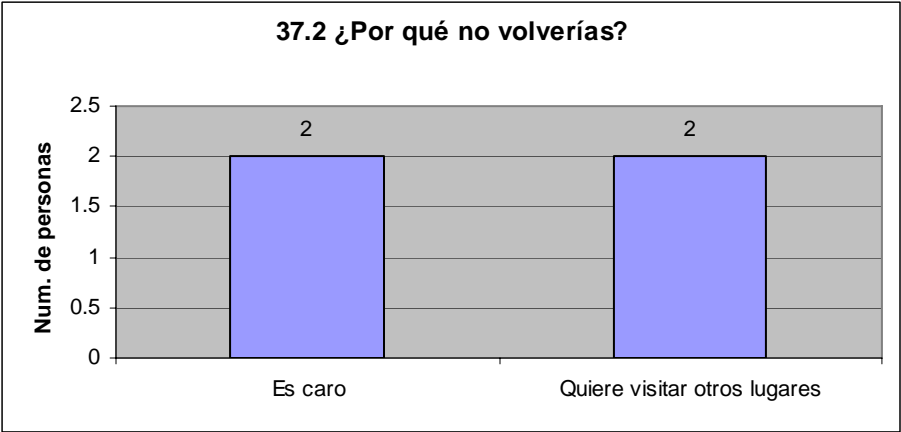












# CIRCUITO UNICO ESCAPARATE DISTRITO FEDERAL



ESTABLECIMIENTO	ZONA	GIRO	AFLUENCIA MENSUAL APROX.
FREEDOM	AEROPUERTO	RESTAURANTE-BAR	6,400
ALPEN HOUSE	ANZURES	RESTAURANTE	2,500
RINCON POLACO	ANZURES	RESTAURANTE-BAR	1,200
GARABATOS	BOSQUES	RESTAURANTE	2,500
MUSEO RUFINO TAMAYO	BOSQUES DE CHAPULTEPEC	MUSEO	6,000
TEC DE MONTERREY 1	CAMPUS SUR	UNIVERSIDAD	12,000
TEC DE MONTERREY 2	CAMPUS SUR	UNIVERSIDAD	12,000
ZINCO JAZZ CLUB	CENTRO	RESTAURANTE-BAR	1,500
LIBRERIA GANDHI	CENTRO HISTORICO	LIBRERIA	18,000
LOS GIRASOLES	CENTRO HISTORICO	RESTAURANTE-BAR	5,000
LOS MERCADERES	CENTRO HISTORICO	RESTAURANTE	3,500
CAFE EMIR	CENTRO HISTORICO	CAFETERIA	1,600
CENTRO CASTELLANO	CENTRO HISTORICO	RESTAURANTE-BAR	3,000
T.G.I. FRIDAY'S	CIUDAD SATELITE	RESTAURANTE	4,800
SPORT WORLD	CIUDAD SATELITE	GIMNASIO	3,000
CHAZZ	CIUDAD SATELITE	RESTAURANTE	2,500
FREEDOM	CIUDAD SATELITE	RESTAURANTE-BAR	4,000
FREEDOM	COAPA	RESTAURANTE-BAR	4,000
T.G.I. FRIDAYS	COAPA	RESTAURANTE-BAR	2,000
LA FARINE	COAPA	RESTAURANTE	2,000
HOOKAH LOUNGE	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,600
CAPICUA	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	4,000
SALON MALA FAMA	CONDESA	BAR	4,000
LA MORENA	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,200
LIGAYA	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,600
UNIVERSIDAD LA SALLE 1	CONDESA	UNIVERSIDAD	16,000
ZYDECO	CONDESA	RESTAURANTE	2,000
GARABATOS	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,600
FISH MART OYSTER BAR	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	2,000
LITORAL	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	4,000
EL JAPONEZ	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	2,000
PARRILLA QUEBRACHO	CONDESA	RESTAURANTE	3,600
CELTICS PUB	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,000
CAFÉ LA GLORIA	CONDESA	RESTAURANTE	2,000
SUSHITTO	CONDESA	RESTAURANTE	3,200
UNIVERSIDAD LA SALLE 2	CONDESA	UNIVERSIDAD	16,000
BAR HOUSE	CONDESA	RESTAURANTE-BAR	3,000
CAFÉ TOSCANO	CONDESA	CAFETERIA	5,000
LA BELLA LULA	COYOACAN	RESTAURANTE	2,400
SPORTIUM	COYOACAN	CLUB	12,000
QUEBRACHO	CUAUHTEMOC	RESTAURANTE-BAR	2,500
LA CANTINA DE LOS REMEDIOS	CUAUHTEMOC	RESTAURANTE-BAR	3,000
IFAL EMBAJADA DE FRANCIA	CUAUHTEMOC	ESCUELA	1,200
LIVING	CUAUHTEMOC	RESTAURANTE-BAR	12,000
BEER FACTORY	CUICUILCO	RESTAURANTE-BAR	6,200
LA CUCCUMA CAFÉ	CHAPULTEPEC MORALES	CAFETERIA	3,000
LA MEXICO	DEL VALLE	CANTINA	4,800
MAMBO CAFÉ	DEL VALLE	DISCOTEQUE-BAR	8,000
100% NATURAL	DEL VALLE	RESTAURANTE	2,800
EL ARREBATO ITALIANO	DEL VALLE	RESTAURANTE-BAR	2,600
FREEDOM	DEL VALLE	RESTAURANTE-BAR	4,800
HIPER LUMEN	DEL VALLE	PAPELERIA	10,000
RINCON POLACO	DEL VALLE	RESTAURANTE-BAR	1,200
TORRE CAFÉ	DEL VALLE	CAFETERIA	1,500
LA CANTINA DE LOS REMEDIOS	DEL VALLE	RESTAURANTE-BAR	8,000
CHATEAU DE LA PALMA	DEL VALLE	RESTAURANTE	1,800
RUBEN'S HAMBURGER	DEL VALLE	RESTAURANTE	2,000
SPORTIUM CLUB DESIERTO	DESIERTO DE LOS LEONES	CLUB	3,000
TEC DE MONTERREY 1	ESTADO DE MEXICO	UNIVERSIDAD	8000
TEC DE MONTERREY 3	ESTADO DE MEXICO	UNIVERSIDAD	8,000
CITY CAFÉ (SPORT CITY EUREKA)	EUREKA	RESTAURANTE	10,000
OPIUM GARDEN	EX HACIENDA COAPA	BAR	2,000
LA BODEGUITA DEL MEDIO	FLORIDA	RESTAURANTE-BAR	3,000
CHAZZ	GUADALUPE INN	RESTAURANTE	2,600
ITAM	HEROES DE PADIERNA	UNIVERSIDAD	10,000
MAMA ROSAS	INSURGENTES	RESTAURANTE-BAR	2,500
ALPEN HOUSE NORTELL	INSURGENTES	RESTAURANTE	2,000
EL CANDELERO	INSURGENTES	RESTAURANTE-BAR	4,000
TEATRO DE LOS INSURGENTES	INSURGENTES	TEATRO	1,500
LOS FONDUES	INSURGENTES MIXCOAC	RESTAURANTE-BAR	3,500
BRASILERISSIMO	INSURGENTES SUR	RESTAURANTE-BAR	3,400
ENRIQUE	INSURGENTES SUR	RESTAURANTE-BAR	4,000
SAKS	INSURGENTES SUR	RESTAURANTE-BAR	3,200
GARABATOS	INTERLOMAS	RESTAURANTE-BAR	3,200
FUSION STEAK HOUSE	INTERLOMAS	RESTAURANTE-BAR	3,200
CHINA BISTRO	INTERLOMAS	RESTAURANTE-BAR	3,200
CITY CAFÉ (SPORT CITY INTERLOMAS)	INTERLOMAS	RESTAURANTE	5,000
CENTRAL PERK	JARDINES DE LA MONTANA	CAFETERIA	2,500
CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	JARDINES DEL PEDREGAL	ESCUELA	4,000
ENTRE GAUCHOS	JARDINES DEL PEDREGAL	RESTAURANTE-BAR	3,500
ATTENTI	JUAREZ	RESTAURANTE-BAR	3,200
IRIHS PUB	JUAREZ	RESTAURANTE-BAR	3,200
SPORT WORLD	LAS AGUILAS	GIMNASIO	2,000
SUSHI OKI	LAS AGUILAS	RESTAURANTE	1,600
MI CIUDAD	LOMAS	RESTAURANTE-BAR	3,200
WINE BAR ANDLOUNGE	LOMAS DE CHAPULTEPEC	RESTAURANTE	3,500
YOI	LOMAS DE CHAPULTEPEC	RESTAURANTE	2,300
THE COFFEE BAR MOLIERE	LOMAS DE CHAPULTEPEC	CAFETERIA	2,800
BREAD & COMPANY	LOMAS DE CHAPULTEPEC	CAFETERIA	1,600
LIBRERIA GANDHI	LOMAS DE CHAPULTEPEC	LIBRERIA	15,000
ROOTS - 1	LOMAS DE SOTELO	DISCOTEQUE	3,000
FORNOS	LOMAS DE SOTELO	RESTAURANTE-BAR	1,700
CITY CAFÉ LOMAS VERDES	LOMAS VERDES	RESTAURANTE	3,600
CELTIC'S PUB	LORETO	RESTAURANTE-BAR	2,000
CITY CAFÉ (SPORT CITY LORETO)	LORETO	RESTAURANTE	5,000

LAS MARGARITAS	LOS GIRASOLES	RESTAURANTE-BAR	2,000
LIBRERIA GANDHI	MIGUEL ANGEL DE QUEVEDO	LIBRERIA	20,000
SPORT WORLD	MIXCOAC	GIMNASIO	2,000
RAIN FOREST	MUNDO E	RESTAURANTE	3,500
CITY CAFÉ (SPORT CITY MUNDO E)	MUNDO E	RESTAURANTE	5,000
BEER FACTORY	MUNDO E	RESTAURANTE-BAR	4,800
MODERN ART CAFÉ	MUNDO E	RESTAURANTE-BAR	6,400
SAMURAI	NAPOLIS	RESTAURANTE-BAR	2,400
WORLD TRADE CENTER 1	NAPOLIS	SALA DE EXPOSICIONES	3,200
TONY ROMA'S	NAPOLIS	RESTAURANTE-BAR	3,200
BELLIN'S	NAPOLIS	RESTAURANTE-BAR	2,000
CANACINTRA	NAPOLIS	SALA DE EXPOSICIONES	2,000
TACO INN	PABELLON CUAUHEMOC	RESTAURANTE	2,500
CHAZZ	PEDREGAL	RESTAURANTE	2,800
SPORT CITY GRAN SUR	PEDREGAL	GIMNASIO	3,600
KOKOPELLI	PENA POBRE	BAR	7,200
T.G.I. FRIDAY'S	PENA POBRE	RESTAURANTE-BAR	2,000
TACO INN	PLAZA CUICUILCO	RESTAURANTE	2,000
TACO INN	PLAZA INN	RESTAURANTE	3,400
GARABATOS	PLAZA LORETO	RESTAURANTE	3,200
DAVE & BUSTER'S	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,000
GIANDOLCE	POLANCO	CAFETERIA	3,000
RINCON ARGENTINO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	3,600
LOS REMEDIOS	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	10,000
HOSPITAL ESPAÑOL (CAFETERIA) DELICITY CAFFE	POLANCO	CAFETERIA	8,000
SUSHI-TTO	POLANCO	RESTAURANTE	2,500
TONY ROMA'S	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,800
THE COFFEE BAR TEMISTOCLES	POLANCO	CAFETERIA	2,800
VILLA MARIA	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	8,000
MI VIEJO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,000
EURO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,800
PINK	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	3,200
TEAVANA	POLANCO	CAFETERIA	1,700
CAFÉ COSTA	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,500
CHEZ WOK	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	4,000
CITY CAFÉ (SPORT CITY POLANCO)	POLANCO	RESTAURANTE	6,500
SKYY BAR	POLANCO	BAR	1,000
CAMARON SHINE	POLANCO	RESTAURANTE	2,000
CELTIC'S PUB	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	3,500
CHILIM BALAM	POLANCO	DULCERIA	3,400
BRASILERISSIMO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	6,000
LA BUENA TIERRA	POLANCO	RESTAURANTE	3,000
RESTAURANTE ASTURIANO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,000
TERRA & CO.	POLANCO	RESTAURANTE	1,600
MAMA ROSAS	POLANCO	RESTAURANTE	2,500
LA VALENTINA	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	2,500
EL BIFE DEL PADRINO	POLANCO	RESTAURANTE-BAR	3,600
LA BELLA LULA	REVOLUCION	RESTAURANTE	2,400
NON SOLO PANINO	ROMA	RESTAURANTE	1,600
NON SOLO BAR	ROMA	RESTAURANTE-BAR	2,500
GRUPO ATRIO / TRAVAZARES	ROMA	RESTAURANTE-BAR	2,400
MAMA ROSAS (PLAZA INSURGENTES)	ROMA	RESTAURANTE-BAR	2,500
LA RACLETTE	SAN ANGEL	RESTAURANTE	2,800
LA MEXICO	SAN ANGEL	CANTINA	4,500
CAPICUA	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	4,000
FISH MART OYSTER BAR SAN ANGEL	SAN ANGEL	RESTAURANTE	2,200
ORSAI	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	2,000
KURU KURU	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	1,000
SPORTIUM SAN ANGEL	SAN ANGEL	CLUB	3,000
SPORT WORLD	SAN ANGEL	GIMNASIO	2,000
HIPER LUMEN	SAN ANGEL	PAPELERIA	10,000
BAZAR DEL SABADO	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	4,000
FONDA SAN ANGEL	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	3,500
LA CAMELIA	SAN ANGEL	RESTAURANTE-BAR	2,000
FONDUE HAUS	SAN ANGEL	RESTAURANTE	3,500
BRANZ SPA (ANTES SOLAR SYSTEM)	SAN ANGEL INN	SPA	1,500
LA ALCANTARILLA	SAN ANGEL INN	RESTAURANTE-BAR	2,400
UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL	SAN FERNANDO	UNIVERSIDAD	3,500
LA MEXICO	SAN JERONIMO	CANTINA	6,000
GONG	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	1,500
SOMA	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	1,200
TEC DE MONTERREY CAMPUS SANTA FE - 3	SANTA FE	UNIVERSIDAD	2,000
TEC DE MONTERREY CAMPUS SANTA FE - 4	SANTA FE	UNIVERSIDAD	2,000
TEC DE MONTERREY CAMPUS SANTA FE - 6	SANTA FE	UNIVERSIDAD	2,000
RAIN FOREST	SANTA FE	RESTAURANTE	3,500
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA 3 (LUMEN)	SANTA FE	UNIVERSIDAD	13,000
GIACOVANNI	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	3,500
LA POSTA DE BAYRES	SANTA FE	RESTAURANTE	1,500
BRED & CO.	SANTA FE	RESTAURANTE	3,500
CELTIC'S PUB SANTA FE	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	3,200
CHAZZ SANTA FE	SANTA FE	RESTAURANTE	2,600
BEER FACTORY	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	6,200
T.G.I. FRIDAY'S	SANTA FE	RESTAURANTE-BAR	6,000
LA CANTINA	SANTA FE - CORPORATIVO DIAMANTE	CANTINA	3,200
GARABATOS	SANTA FE 1	CAFETERIA	3,200
GARABATOS	SANTA FE 2	CAFETERIA	2,800
PARRILLA QUEBRACHO	SATELITE	RESTAURANTE	3,000
IRIHS PUBM	SATELITE	RESTAURANTE-BAR	2,600
LIBRERIA GANDHI	SATELITE	LIBRERIA	10,000
LOMAS GYM 1	TECAMACHALCO	GIMNASIO	4,000
SPORT WORLD	TECAMACHALCO	GIMNASIO	2,000
ARRABAL	TECAMACHALCO	RESTAURANTE-BAR	1,800
UNIVERSIDAD LA SALLE (FACULTAD DE MEDICINA)	TLALPAN	UNIVERSIDAD	2,800
UNIVERSIDAD DEL PEDREGAL	TLALPAN	UNIVERSIDAD	4,500
LA CASA DE LAS CAMPANAS	TLALPAN	RESTAURANTE	2,500
CITY CAFÉ (SPORT CITY UNIVERSIDAD)	UNIVERSIDAD	RESTAURANTE	5,000
FREEDOM	ZONA ROSA	RESTAURANTE-BAR	4,000
CASA DE FRANCIA	ZONA ROSA	ESCUELA	6,000

**NOTAS IMPORTANTES:**

\* Afluencias aprox. por eventos y/o temporadas.

\* Los puntos de distribución pueden variar sin previo aviso por remodelación y cierres