



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**TURISMO CULTURAL EN MÉXICO  
EL PAPEL QUE JUEGA LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE PALENQUE EN  
EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE PALENQUE,  
CHIAPAS  
EN EL PERIODO 2001-2006**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**P R E S E N T A:**

**JOSÉ LUIS GÓMEZ GARCÍA**



**ASESOR:**

**MTRO. ANÍBAL ABELARDO GUTIÉRREZ LARA  
CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO, D.F.**

**MARZO, 2010**



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.

## **Dedicatoria**

***A la memoria de Guadalupe Martínez Luna y Lucia Gómez Martínez, quienes durante su vida me cuidaron, protegieron y me llenaron con todo su amor.***

## **Agradecimientos:**

***Al mi Abuelo Don Luciano Gómez y mis tías Ana, Guadalupe y Blanca por todo su cariño durante esta vida.***

***A Karla por su cariño, por compartir conmigo desde niños, el amor de la abuelita y por dejarse robar el amor de la tía lucha.***

***A mis padres Raquel y José Luis y a mis hermanos Diana, Miriam y Hugo.***

***A María de Guadalupe por su amor" indomable" y por ser parte fundamental de este sueño hecho realidad.***

***A Doña Julieta, por todo su cariño y darme la oportunidad de ser parte de su familia, a mis cuñados Flor, Rocío, Rodolfo y Federico.***

***A todo mis profesoras y profesores del Sistema de Universidad Abierta de la Facultad, especialmente a Aníbal mi asesor, por confiar en mi y hacer realidad este proyecto.***

***A todos los amigos que ya no están y los que todavía están conmigo, Eduardo, Moisés y Paty***

***A Aída por compartir esta idea y sus valiosas aportaciones.***

***A todos las personas que han estado conmigo y han influido positivamente en mi vida.***

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

### 1. LA ECONOMÍA Y SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO

	PÁGS.
1.1 Definición del turismo	5
1.2 Tipos de turismo	6
1.3 Economía y turismo	7
1.3.1 El turismo y los principios fundamentales de la economía	8
1.3.2 Diferencia entre crecimiento y desarrollo económico	
1.3.3 Beneficios y costos del crecimiento económico	9
1.4 Políticas públicas	10
1.4.1 Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006	12
1.4.2 Programa Nacional de turismo 2001-2006	14
1.4.3 Programa Nacional de Cultura 2001-2006	15
1.5 Indicadores macroeconómicos	17
1.5.1 Producto interno bruto del sector turístico	
1.5.2 Personal ocupado en el sector turístico (empleo)	
1.5.3 Inversión pública y privada en el sector turístico	18
1.5.4 Inversión turística por tipo de proyecto	19
1.5.5 Inversión privada por entidad federativa	22
1.5.6 Inversión privada por regiones del país	24

### 2. TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

2.1 Relación entre cultura y turismo	25
2.2 ¿Qué es el turismo cultural?	27
2.3 Características del turismo cultural	29
2.4 Marco institucional del turismo cultural.	30

### 3. DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

3.1 Regionalización para el desarrollo del turismo cultural	35
3.2 El Sector Público y el desarrollo del turismo cultural	37
3.3 Empresas del turismo cultural	38
3.4 La oferta del turismo cultural	40
3.5 Líneas estratégicas para el desarrollo del turismo cultural	42
3.6 Ejemplo de Turismo Cultural 1: <i>Paseos Culturales del INAH</i>	44
3.7 Ejemplo de Turismo Cultural 2: Programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo	46

**4. ESTUDIO DE CASO: EL PAPEL QUE JUEGA EL TURISMO CULTURAL DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE PALENQUE EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE PALENQUE, CHIAPAS EN EL PERIODO 2001-2006**

	<b>PÁGS.</b>
4.1 Crecimiento y desarrollo del Turismo en el estado de Chiapas (2001-2006)	<b>49</b>
4.2 Diagnóstico del crecimiento económico del municipio de Palenque	<b>64</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>71</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>73</b>
<b>APÉNDICE</b>	

## Introducción

En México se ofrece una extensa variedad de atractivos turísticos como consecuencia de la herencia de civilizaciones prehispánicas y el desarrollo de zonas arqueológicas como símbolos de identidad nacional, la belleza de sus playas, el encuentro de los vestigios de culturas milenarias conjugadas con grandes urbes, extensas áreas naturales con elementos históricos que lo hacen único en el mundo, así como una infraestructura turística de vanguardia que lo coloca en uno de los destinos más importantes del mundo.

De acuerdo a los estudios específicos realizados por el Consejo de Promoción Turística de México y la Secretaría de Turismo, el sector turismo aporta más del 8% del Producto Interno Bruto Nacional y contribuye con más del 9% de los empleos directos e indirectos. Asimismo, durante el año 2004 se captaron 20.6 millones de visitantes internacionales, 10.5% superior a lo registrado en 2003, esto significó una derrama de 10.8 mil millones de dólares, 14.6% superior a lo registrado en 2003.

A nivel mundial, México ocupa el 8° sitio en captación de turistas internacionales y el 10° en captación de divisas.

La importancia del turismo para la economía mexicana es indudable, sus beneficios no sólo se refleja como un sector que genera empleos y detonador del desarrollo regional, sino que además es factor de difusión de atractivos culturales y naturales.

La valor que ha adquirido el desarrollo del sector turístico en las diferentes localidades y regiones de nuestro país, es un hecho sin precedentes dentro de la actividad turística en general y dentro de la economía mexicana. Este protagonismo llama la atención sobre la necesidad de estudiar este comportamiento para aprovechar los beneficios en aras de incrementar el desarrollo económico alcanzado sobre todo en el comienzo de este nuevo siglo.

Una de las modalidades del turismo y que ha tenido una gran relevancia a nivel nacional e internacional es lo que se conoce como Turismo Cultural.

La relación entre cultura y turismo es compleja, radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tiene lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica.

*El **turismo cultural**, estudia la relación entre cultura y turismo, analiza la demanda, el gasto y el perfil; caracteriza la oferta de destinos turístico-culturales, identifica los principales atributos y regiones, asimismo presenta un análisis comparativo de México con países y destinos competidores.<sup>1</sup>*

**Fuente:** Definición de la Secretaría de Turismo (SECTUR)

El turismo cultural puede ser un factor particularmente decisivo de progreso, tanto para los actores que en él intervienen, como para las comunidades directa e indirectamente involucradas en ese vasto campo de acción que implica de manera muy importante el uso y disfrute del patrimonio cultural.

En México las políticas públicas vinculadas a la explotación y desarrollo del turismo tienen ahora una nueva concepción, el turismo cultural para los recientes gobiernos, significa la expansión y la diversificación de uno de los sectores que más pueden contribuir al desarrollo. Su crecimiento acelerado y sus perspectivas ascendentes dependen de una relación armónica y respetuosa con el patrimonio cultural y el patrimonio natural, que cumpla con los requisitos de sustentabilidad indispensables para crear riqueza material sin atentar contra los recursos de la nación.

En el Estado de Chiapas, el municipio de Palenque es el más importante por su dinámica turística, aloja una población en los últimos años de poco más de 85,000 habitantes, concentrándose el 31% en la ciudad de Palenque, dispone de una infraestructura urbana y turística, adecuadas vías de acceso, así como el paso del ferrocarril y un aeropuerto regional.

De acuerdo a datos de la Secretaría de Turismo y del Fondo Nacional para el Fomento al Turismo, la ciudad de Palenque es la más próspera en la región cuenta con la mejor infraestructura turística; su propia ubicación le permite ser accesible en circuitos seleccionados por el turismo cultural.

El crecimiento económico reflejado en el turismo ha favorecido la creación de ingresos y empleos en territorios caracterizados por el Turismo Cultural. Tal es el caso del municipio de Palenque que durante años se ha sustentado principalmente por este tipo de turismo, predominando la industria turística cultural.

La presente investigación aborda este importante tema planteándose como problema: *¿Cuáles son las características del sector turístico como factor de crecimiento económico local?*, definiendo como hipótesis o alternativa de solución lo siguiente: *El Turismo Cultural de la Zona Arqueológica de Palenque, impulsó el crecimiento de la región, así como un crecimiento económico en el municipio de Palenque, creció el producto interno bruto anual con respecto a años anteriores, además de un aumento en la inversión directa y personal ocupado en dicho sector en el periodo comprendido entre 2001 a 2006.*

Por tanto el trabajo tiene como objetivo general: Estudiar teórica y metodológicamente el desempeño del turismo y del turismo cultural como detonador de crecimiento económico local del municipio de Palenque.

Los objetivos específicos son:

1. Analizar los aspectos más importantes de la relación entre turismo y economía.
2. Identificar los indicadores macroeconómicos más importantes del sector turístico en México.
3. Analizar las políticas públicas, características y desarrollo del Turismo Cultural en México.
4. Elaborar un diagnóstico de la economía del estado de Chiapas así como la del municipio de Palenque en el periodo comprendido 2001-2006.
5. Revisar como impacta del turismo cultural que genera la zona arqueológica de Palenque en el crecimiento económico del municipio de Palenque en el periodo 2001-2006

Para la realización de este trabajo se utilizaron técnicas para la obtención y procesamiento de la información tales como: la observación, los estudios bibliográficos, el análisis documental, los criterios de expertos y conocimientos adquiridos durante el período académico en la Facultad de Economía.

Esta investigación cobra gran importancia ya que permite analizar las características del turismo cultural como un segmento del turismo poco explorado, que apenas comienza a ser importante y su incidencia en el crecimiento económico local del municipio de Palenque, para lograr un mejor aprovechamiento así como la conservación de dicho patrimonio cultural.

El trabajo está estructurado de la siguiente forma: en el primer capítulo se aborda los aspectos conceptuales de la economía y el sector turístico en el segundo capítulo se analiza los aspectos más importantes del Turismo Cultural la relación entre turismo y cultura como parte de la dinámica económica actual y el marco institucional en nuestro país. En el capítulo tres se analiza los aspectos de la regionalización de éste turismo así como los actores que participan en su desarrollo y por último en el capítulo cuatro se revisa y analiza un estudio de caso sobre el impacto que tiene la zona arqueológica de Palenque, en el crecimiento del municipio del mismo nombre, comenzando por revisar los resultados del desarrollo económico del estado.

El trabajo constituye un modesto aporte a las investigaciones que del tema se vienen realizando en la actualidad, y podrá servir de base para futuras investigación con relación al Turismo Cultural.

Es importante señalar que cuando se realizaron los estudios y se revisó la información con respecto al Sistema de Cuentas Nacionales para el periodo 2001-2006, se tomó 1993 como año base; sin embargo el pasado 29 de abril de 2008 se publicó el comunicado 076/08 donde el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) actualizó el Sistema de Cuentas Nacionales, lo que consistió en elaborar cuadros de oferta, una Matriz de insumo-producto y en adoptar un nuevo año base, todo referido a 2003.

Entre los principales cambios en esta ocasión el INEGI presenta series 2003-2006 del PIB anual a precios corrientes y constantes de 2003, así como la serie trimestral del PIB 2003 a 2007 a precios constantes.

## 1. LA ECONOMÍA Y EL SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO

### 1.1 Definición de turismo

La palabra *turismo* proviene del inglés *to tour*, salir de excursión, que se deriva del viejo término francés *tour* con su primer significado de "torno" y con el extensivo de "pase" y "viaje". En el siglo XIX la palabra *tour* dio origen a la expresión *turismo*. Partiendo de la raíz etimológica *tour* se agregaron en el idioma inglés, los sufijos *ist*.e *ism* que forma las palabras "turista" y "turismo", las cuales se refieren a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas.

De acuerdo con la organización de Naciones Unidas (ONU), turista es alguien que se queda más de una noche y menos de un año en determinado lugar. Se incluyen viajes de negocios y convenciones. La ONU hace hincapié de que el personal militar, los diplomáticos, los inmigrantes y los estudiantes residentes no forman parte de los turistas.

Podemos mencionar algunas definiciones de turismo:

"Afición a viajar por el gusto de reconocer un país", *Real Academia de la Lengua Española*, 20ª. Edición, Madrid 1984, p. 1352

"Fenómeno que une y vincula en una o en otra forma a toda la comunidad y que, es fecundo proceso de transculturación, en ella influye en lo económico, en lo cultural, en lo emotivo, en lo religioso, en lo diplomático, en lo ideológico"., *Romero Héctor Manuel, Sociopsicología del Turismo*, ediciones Daimon de México 1977, p. 11

"El movimiento temporal de personas hacia destinos distintos de sus hogares de trabajo y residencia, de manera que implica tanto las actividades emprendidas durante su estancia en estos destinos, como las facilidades creadas para satisfacer sus necesidades", *Mathieson, Alister y Wall, Geoffrey, Turismo, Repercusiones económicas, físicas y sociales*, ed. Trillas, México 1990, p.8

Por lo tanto, de las definiciones antes descritas, se observa que hay diferentes conceptos de la palabra *turismo*, según el enfoque que se le dé (sociológico, económico, político etc.) Sin embargo se llegó a encontrar en las definiciones anteriores algunas semejanzas tales como que: estudiar al turismo es analizar a la gente fuera de su hábitat usual; a los establecimientos que responden a los requerimientos de los viajeros y: a las repercusiones que tienen en el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones. De manera que se puede concluir con la siguiente definición de turismo:

*El turismo es el desplazamiento temporal y voluntario de personas, el cual efectúan por razones diversas y que conlleva a una interacción de turistas, proveedores de negocios, gobierno y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y alojar a éstos turistas y otros visitantes, provocando efectos económicos, culturales y sociales en la región o país visitado.*



## 1.2 Tipos de Turismo

Las formas básicas de clasificar la práctica del turismo, según la procedencia del viajero son:

Turismo interno: el de los residentes del país que viajan únicamente dentro del mismo país.

Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país en cuestión.

Turismo emisor: el de los residentes del país cuando viajan a otro país.

Estas formas a su vez se reagrupan, en función del lugar escogido como destino, en:

- Turismo interior, que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional, que incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional, que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

### **Desde el Turismo interno:**

Turista: Todo visitante que reside en un país y que viaja a un lugar dentro del país, distinto al de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Visitante: Toda persona que reside en un país y que viaja por un periodo inferior al año a un lugar dentro del mismo país, pero distinto al de su entorno habitual, cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Excursionista: Todo visitante que viaja a un lugar dentro del país de su residencia, pero distinto al de su entorno habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación en el lugar visitado y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

### **Desde el Turismo Internacional (receptor y emisor):**

Turista: Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que remunere en el país visitado.

Visitante: Toda persona que viaja, por un periodo inferior a un año, a un país distinto del de su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado.

Excursionista: Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene una residencia habitual, fuera de su entorno habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin pernoctar en el país visitado, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país citado.



### 1.3 Economía y Turismo

El turismo realiza una contribución al PIB nacional de casi el 8%. Tratándose de una economía diversificada, el gasto turístico en México tiene un considerable efecto multiplicador en ella mediante su articulación con otros sectores. La Cuenta Satélite de Turismo, muestra la importancia del turismo a nivel macroeconómico.

El turismo es una actividad económica que está a disposición de nuevos retos generados por una serie de procesos que son muy complejos como:

- La globalización de la vida económica y social;
- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación;
- El problema de la sostenibilidad del desarrollo;
- El individualismo y relativismo moral de las sociedades de los denominados países desarrollados;
- Los cambios de las pautas de consumo y uso del ocio;
- La crisis del sector agropuecuario y la desindustrialización que afecta a muchas regiones.

De hecho el turismo se ha consolidado en este inicio de siglo como una de las grandes expresiones de la globalización. Las tendencias en la actividad turística están cambiando.

Los cambios producidos en los países desarrollados se dieron desde la década de los años 80, ya que permitieron una mayor disponibilidad para las actividades de tiempo libre gracias a varios factores de acuerdo con los especialistas a:

- El incremento de los ingresos;
- El aumento de la calidad y la esperanza de vida;
- El mayor nivel de educación;
- Las edades más tempranas de jubilación;
- El mayor tiempo de ocio disponible gracias a la reducción de la jornada laboral y a la distribución cada vez más personalizada de las vacaciones, y
- La sensibilización por la naturaleza, la problemática medioambiental y el patrimonio cultural.

## **El turismo y los principios fundamentales de la economía**

De acuerdo a la teoría económica una aplicación al mundo del turismo de los principios fundamentales que integran el análisis económico son:

- El principio del costo de oportunidad.
- El principio del ingreso marginal.
- El principio del valor del dinero.

El costo de oportunidad de una cosa es lo que sacrificamos para obtenerla, el del ingreso marginal establece que se debe aumentar una actividad, si su ingreso marginal es mayor que el costo marginal y por último el principio del valor real del dinero está determinado que lo que importa a los individuos es el valor "real" del dinero, es decir, su poder adquisitivo, no su valor comercial.

Por su importancia tanto en la economía nacional como en la mundial, el turismo ha sido examinado muy detenidamente por los economistas, quienes se concentran en la oferta, la demanda, la balanza de pagos, el mercado de divisas, el empleo, desembolsos, desarrollo, multiplicadores y otros factores económicos. Todos estos indicadores son útiles ya que proporcionan un marco de referencia para analizar al turismo y sus contribuciones a la economía y el desarrollo económico del país.

Al turismo se le puede considerar como una industria en cuanto produce una serie de bienes y servicios, mismo que tienden a generar mayores niveles de empleo. Asimismo, el turismo también puede ser considerado como un sector económico dentro del Sistema de Cuentas Nacionales en cuanto es una actividad que se encuentra incorporada, de manera transversal, en las grandes ramas de la economía.

La industria turística se ha caracterizado por ser uno de los sectores dinámicos tanto dentro de la economía nacional como internacional, su alto potencial de crecimiento la ha mantenido dentro de los principales rubros de exportación, ya que ha demostrado ser uno de los mercados que genera más riqueza y empleo en el mundo.

### **Diferencia entre crecimiento y desarrollo económico**

Es importante establecer cuál es la diferencia entre crecimiento económico y por otro lado el desarrollo económico, el crecimiento significa un incremento en el tiempo de la gama de bienes y servicios producidos. No está asociado con la calidad sino con la cantidad de lo que se produce. Se dice que hay crecimiento cuando las cantidades de un bien o servicio "x" se incrementan respecto a un periodo "t" sin importar su calidad.

El crecimiento, evidentemente, también puede observarse en otros niveles espaciales como son las macro-regiones (tipo la Unión Europea, Norte de América Latina, Cuenca del Pacífico, etcétera), las naciones, estados integrantes de una nación, municipios, distritos, colonias, entre otros.

El estudio del crecimiento se ha centrado en los primeros cuatro niveles territoriales como consecuencia de las limitaciones de acceso a la información estadística; en la medida en que se reduce la unidad de observación las posibilidades de obtener información también lo hacen, existe entre ambas variables una correlación positiva.

A pesar de que se ha señalado que el crecimiento no implica calidad, la importancia que tiene en nuestras vidas es innegable ya que se constituye en un prerequisite del desarrollo económico. Para incrementar los niveles de bienestar de la sociedad es indispensable crecer. Una de las razones para esto es la siguiente: todos los días se incrementa la población, a cualquier nivel espacial, si el volumen de mercancías no aumenta a un ritmo superior al que crece la población no será posible lograr que satisfagan sus condiciones mínimas de subsistencia. Por otro lado, el crecimiento normalmente significa mayores empleos, esperando se traduzca en mayores ingresos y posibilidades de compra. De manera simplificada se puede decir que el crecimiento es un componente inseparable de la política para el desarrollo, se tiene de esta manera una identidad como la siguiente:

$$\text{Desarrollo Económico} = \text{Crecimiento Económico} + \text{Distribución del Ingreso}$$

Si a esta identidad agregamos otros factores no económicos, ya sean de tipo político, cultural, de gestión, entre otros, tendremos lo que en las ciencias sociales se denomina de forma genérica desarrollo.

$$\text{Desarrollo} = \text{Crecimiento Económico} + \text{Distribución del Ingreso} + \text{Factores no Económicos (calidad)}$$

Como resultado de estas notas, una región que busque alcanzar un mayor desarrollo debe incrementar, necesariamente, su crecimiento económico, ceteris paribus.

### **Beneficios y costos del crecimiento económico**

*Beneficios:*

- El crecimiento económico es necesario para lograr un nivel de vida más elevado.
- Cuando aumenta el ingreso nacional, el estado obtiene mayores ingresos a través de la recaudación fiscal que podría permitir elaborar políticas de distribución del ingreso más justas.
- Aumenta el empleo, y generalmente cuando la producción aumenta el empleo lo hace también.

*Costos:*

Al aumentar la producción genera un costo contra el medio ambiente como es el efecto invernadero, reducción de la capa de ozono, pérdida de la biodiversidad, y contaminación en general.

Desde esta perspectiva, cabe cuestionar el crecimiento económico en un sentido estrictamente cuantitativo, en miras exclusivamente a corto plazo.

## 1.4 Políticas Públicas

Las políticas de la administración pública pueden afectar o estimular el sector turístico tanto directa como indirectamente.

La política económica general y aquellas que puedan estar dirigidas a otros sectores de la economía pueden tener efectos sustanciales indirectos sobre el turismo, la política general de turismo en México reflejó varios objetivos: económicos, medioambientales (conservación), sociales, culturales, entre otros.

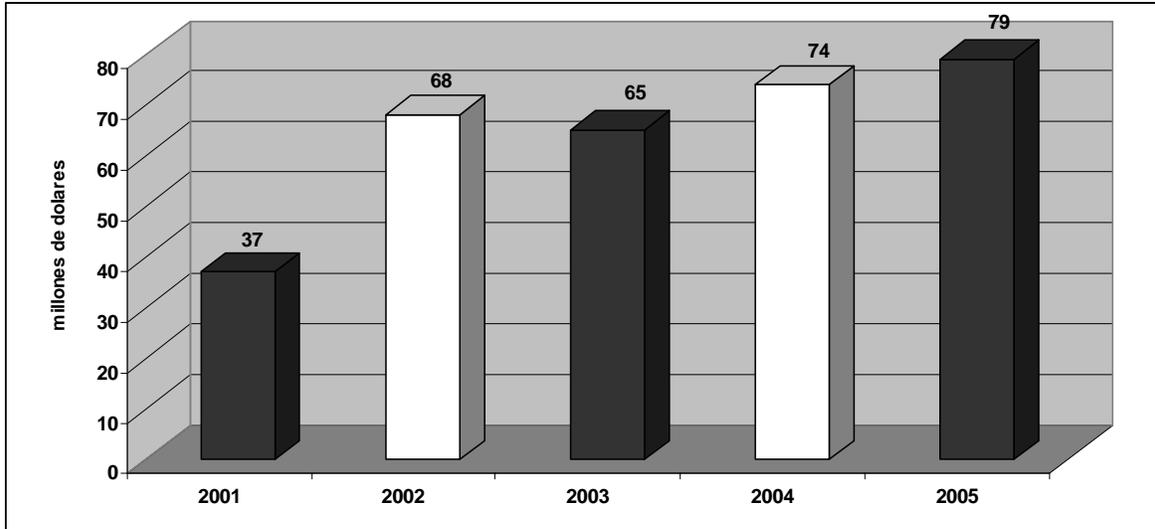
La política turística es la acción del Estado dirigida al estímulo y protección de los intereses turísticos nacionales". Por lo tanto es la suma de esfuerzos, tendencias y disposiciones inclinadas a cuidar y fomentar los intereses del turismo". Para él sólo podrá emprenderse y realizarse una acertada política turística nacional si ésta es controlada por el Estado <sup>2</sup>. Ésta última definición es considerada como una de las más completas que se han formulado acerca de este concepto.

El sector público también incide en el turismo mediante inversiones en infraestructuras, tales como: carreteras, aeropuertos, puertos, redes de telecomunicaciones y de energía, etc. Lógicamente en este caso estamos ante un efecto indirecto, ya que estas infraestructuras se realizan para todos, no sólo para los turistas. En cualquier caso determinadas infraestructuras tales como aeropuertos y carreteras facilitan la apertura al turismo de cualquier zona con potencialidades naturales.

También el sector público incide también en las empresas turísticas estableciendo impuestos sobre ellas. Además de los impuestos generales como el impuesto sobre la renta (ISR) y el impuesto al valor agregado (IVA), que gravan las rentas obtenidas por las empresas del sector o el consumo de productos y servicios turísticos, el sector público puede fijar impuestos específicos sobre la actividad turística.

Recursos canalizados a la promoción turística en millones de dolares 2001 - 2005

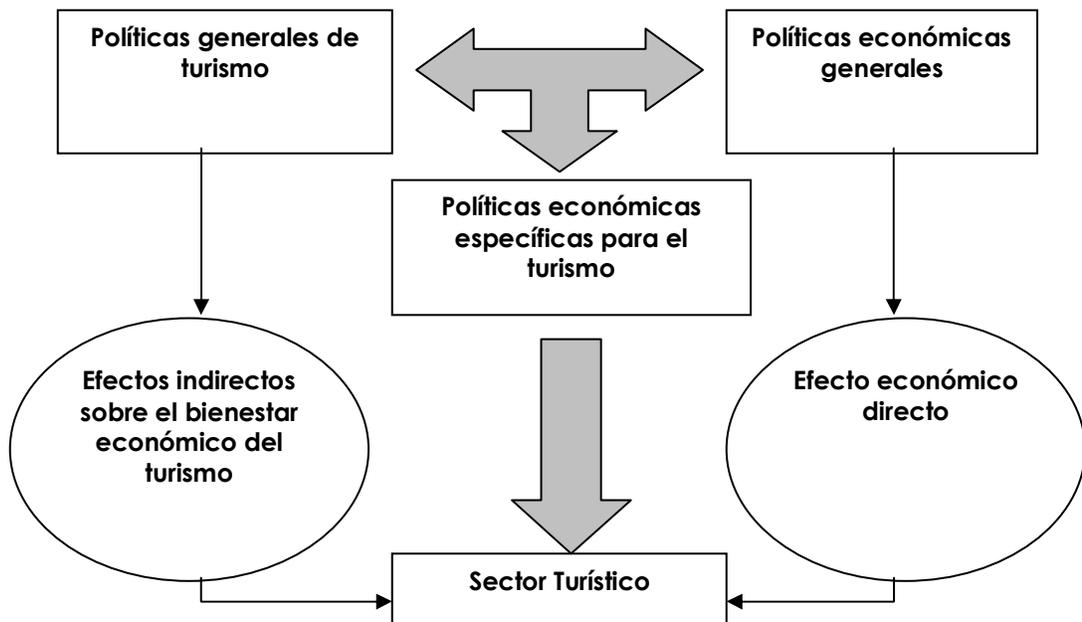
2001	2002	2003	2004	2005
37	68	65	74	79



<sup>2</sup> Arriaga, José Ignacio, Sistema de política turística. ed. Aguilar, Madrid 1955, p 5  
Fuente: SECTUR y Consejo de Promoción Turística de México.

En este sentido, el objetivo general de la política económica en el turismo en el sexenio de 2001 a 2006, fue la maximización de la contribución del turismo al bienestar económico nacional, entre los objetivos que contribuyeron fueron:

- Optimizar las contribuciones a la balanza de pagos.
- Proporcionar un centro para el desarrollo regional o para el equilibrio económico regional.
- Proporcionar empleo.
- Redistribuir y mejorar los ingresos.
- Contribuir al bienestar económico y social.
- Maximizar las oportunidades para los ingresos federales.





#### **1.4.1 Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006**

En el *Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006* estableció que el turismo es una prioridad del Estado Mexicano, por su capacidad para generar empleos, ingresar divisas, dinamizar el desarrollo regional e impulsar el desarrollo económico y social del país.

*Hacer del turismo, una prioridad nacional* de acuerdo a lo que establece el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, se destacó lo siguiente:

Se modificó el artículo 73 constitucional, que faculta al Congreso de la Unión para legislar en materia de turismo y para establecer las bases de coordinación de las facultades concurrentes entre los tres niveles de gobierno así como la participación de los sectores social y privado.

Para fortalecer la oferta turística nacional, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), continua desde su conformación al impulso de la inversión para el desarrollo de obras de ampliación y mejoramiento de la infraestructura en los centros integralmente planeados. Actualmente el Fondo, realiza un proyecto especial para la región de palenque titulado, "Programa Turístico Palenque-Cascadas" el cual tiene como propósito crear un destino turístico de la más alta calidad que impulse el desarrollo de la región Selva-Chiapas, con base en sus atractivos naturales, arqueológicos, históricos y culturales.

Desde el año 2002 se desarrollaron estudios sobre expectativas y perfil de viaje de los turistas nacionales, para las temporadas de semana santa, verano y fin de año.

En el marco de una política turística auténticamente federalista, la Secretaría de Turismo y los gobiernos de los estados adaptaron y alinearon sus respectivos programas estatales de turismo al programa nacional de Turismo 2001-2006.

Para avanzar en la culminación de las políticas públicas respectivas, se definieron las de congresos y convenciones para el turismo, tales como el año de 2002 que llevó a cabo la *Reunión de Ministros Responsables de Turismo de Mecanismo de Cooperación Asia-Pacífico (APEC)*.

Como parte fundamental del sistema nacional de información estratégica del sector turístico de México, desde el mes de junio de 2002 inicio el funcionamiento del sistema DATATUR, que se encuentra disponible en la página de Internet de la Secretaría de Turismo, que contiene la información estadística, con series históricas, sobre la actividad turística en México.



Para una mejor y eficaz planeación de la actividad turística, en el inicio del sexenio 2001-2006, se llevaron a cabo los estudios de los siguientes segmentos:

- Ecoturismo
- Congresos y convenciones
- Turismo Social
- Turismo de retirados (pensionados)
- Turismo Cultural

En este mismo sentido realizaron estudios sobre expectativas y perfil del viaje de los turistas nacionales, para las temporadas de semana santa, verano y fin de año.

## 1.4.2 Programa Nacional de turismo 2001-2006

La pasada administración reconoció en la actividad turística la importancia de su contribución al crecimiento económico del país. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, en el apartado "Crecimiento con calidad", señala que se fortalecerá la oferta turística para consolidar los destinos nacionales; y se diversificará el producto turístico nacional, con los recursos naturales y culturales que se cuentan. Además, el gobierno federal plantea incrementar las corrientes de visitantes extranjeros para aprovechar al máximo los acuerdos comerciales y de inversión, y promover una inserción del país en el entorno internacional y en la economía mundial. En el documento se reconoce la contribución de la actividad turística en el desarrollo regional mediante el uso eficiente de los recursos naturales locales.

Desde la óptica gubernamental, el turismo es un motor de desarrollo económico y social, por lo que el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 le otorga el carácter de prioridad del Estado mexicano. Por esta razón el Gobierno Federal establece que su papel debe ser como promotor, para impulsar a los agentes económicos a invertir en el sector; como coordinador de los esfuerzos y actividades de los gobiernos estatales y municipales; como normativo, para proteger a los consumidores; y como orientador y ejecutor de las actividades de promoción y de mejoramiento de la imagen turística del país.

La política turística está enmarcada por cuatro ejes rectores: 1) turismo como prioridad nacional; 2) turistas totalmente satisfechos; 3) destinos sustentables; y 4) empresas competitivas. Estos ejes giran en torno a los principales bloques que integran la actividad turística nacional: la actividad normativa y de regulación del gobierno, los clientes a los que van dirigidos los productos, los destinos y las empresas que proporcionan los servicios.

El primer eje rector reconoce los beneficios económicos y sociales que la actividad genera y pretende articular las políticas concurrentes que las diferentes dependencias y entidades gubernamentales implementan para el desarrollo turístico, modernizar y profesionalizar la administración pública del turismo, así como generar y difundir información que fortalezca al sector. El segundo identifica los segmentos del mercado, prioriza aquellos que generen una mayor rentabilidad tanto para las empresas como para las entidades donde se ubican los destinos, promueve la oferta por medio de un plan de mercadotecnia que proporcione información sobre los atractivos naturales y culturales. Además, busca mejorar la calidad de los servicios turísticos e impulsar el desarrollo del turismo doméstico.

Acorde a las declaraciones de organismos internacionales comprometidos con el desarrollo de destinos sustentables, como la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial de Turismo (OMT), el tercer eje rector pretende que la actividad turística mantenga una sana relación entre el hombre y su entorno, con respeto a los recursos naturales y culturales, preservando su identidad, sus creencias y sus tradiciones. Por último, el cuarto eje rector busca fortalecer la modernización de las pequeñas y medianas empresas turísticas y desarrolla productos turísticos competitivos para satisfacer de mejor manera las necesidades de los turistas y ofrecer una experiencia de viaje de mayor valor que los competidores.



En el siguiente cuadro se puede apreciar los ejes rectores del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, así como los objetivos sectoriales:

**Ejes rectores y objetivos sectoriales del Programa Nacional de Turismo 2001-2006**

<b>Eje Rector</b>	<b>Objetivo Sectorial</b>
<b>1. Turismo prioridad nacional</b>	Diseñar e impulsar una política de Estado en materia turística.
	Consolidar la generación y difusión de la información que fortalezca al sector turístico.
	Impulsar la mejora regulatoria
	Modernizar y profesionalizar la Administración Pública del Turismo
	Aprovechar las ventajas de la inserción a la globalidad
<b>2. Turistas totalmente satisfechos</b>	Fortalecer la promoción turística
	Ampliar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia al turista
	Mejorar la calidad de los servicios turísticos
	Impulsar el desarrollo del turismo doméstico
<b>3. Destinos sustentables</b>	Apoyar el desarrollo turístico municipal, estatal y regional
	Propiciar el desarrollo sustentable del turismo
	Fomentar la oferta turística
	Favorecer la dotación de infraestructura en apoyo al turismo
<b>4. Empresas competitivas</b>	Fortalecer la modernización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas
	Desarrollar productos turísticos competitivos

Fuente: Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, 2001, p. 80-

168

### **1.4.3 Programa Nacional de Cultura 2001-2006**

El *Programa Nacional de Cultura 2001-2006* es un documento en el que se exponen los fundamentos que sustentan la selección de objetivos, el diseño de las políticas y el compromiso de las actividades que deberán desarrollarse. En este documento se despliega el quehacer de las instituciones que integran el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, bajo lineamientos precisos, tareas compartidas y ámbitos de acción particulares.

El *Programa Nacional de Cultura*, que concreta las estrategias contenidas en el *Plan Nacional de Desarrollo*, busca que el trabajo del sector cultural contribuya a hacer realidad la aspiración social de lograr un desarrollo con sentido humano, en donde la afirmación de la diversidad cultural, la apertura y garantía de acceso a las oportunidades y servicios culturales, el respeto a la libertad de expresión y creación, la

ciudadanización de la política y el quehacer culturales, y el federalismo y el equilibrio cultural regional, sean elementos centrales de su configuración.

El binomio educación-cultura es el eje en torno del cual se articulará esta contribución. La educación, como lo dijo en su momento el entonces presidente Vicente Fox Quesada y como se reconoce en el *Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006*, abre la puerta de nuevas oportunidades; la política cultural, como se establece en este *Programa Nacional*, es la estrategia democrática para el diálogo y la concertación de intereses esenciales diversos que permiten expandir la riqueza contenida en nuestra pluralidad.

México tiene en su diversidad cultural una fuente inmensa de recursos para el desarrollo. Esta dimensión ha abierto el movimiento por el cambio que el país ha vivido en fechas recientes. La expresión social ha puesto en evidencia el potencial de la cultura para abrir nuevas vías por donde transitar.

### **Turismo y cultura**

La formulación de estrategias entre turismo y cultura encaminadas al desarrollo de ambos sectores, la promoción a nivel internacional del patrimonio cultural del país y la concientización de la ciudadanía acerca de la importancia de nuestra riqueza histórica y tradicional, fueron las acciones mencionadas por ambas titulares, y que contarán con el apoyo del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Consejo de Promoción Turística de México.

Las principales líneas de acción que impulsará el convenio Conaculta-Sectur son: el apoyo a campañas de promoción del patrimonio cultural y natural para el impulso de la actividad turística, la publicación de libros y guías que contribuyan a incrementar la afluencia turística y cultural, creación de paquetes y recorridos por rutas e itinerarios turísticos y culturales; creación de mecanismos que eleven la calidad de los servicios turísticos; implementación de esquemas financieros que canalicen recursos a los proyectos previstos en el convenio; propiciar las condiciones que faciliten la participación y concurrencia de instancias nacionales e internacionales involucradas en el desarrollo del turismo y la cultura.

## 1.5 Indicadores Macroeconómicos

### 1.5.1 Producto interno bruto del sector turístico<sup>1</sup>

Una característica común de la práctica total de las economías es la importancia creciente del PIB, (Producto Interno Bruto) del sector servicios y, más concretamente, del sector turístico.

En el caso de México, la participación del PIB en los ingresos de cuenta corriente y estructura porcentual del consumo de la actividad turística en el periodo de 2000 a 2005 fue el siguiente:

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
P.I.B. Total (precios corrientes) <sup>1</sup>	4,983,517	5,269,653	5,734,645	6,245,547	6,964,059	0.00 /p
P.I.B. Turístico (precios corrientes)	419,206.95	444,902	461,152	492,923	539,954	576,159 /p
Participación Del PIB Turístico En El PIB Total (%)	8.4	8.4	8	7.9	7.8	7.70 /p

Fuente: Banco de México e INEGI

En el inicio del sexenio del presidente Vicente Fox Quesada, la participación del turismo en el PIB fue de 8.4% se mantuvo hasta el año siguiente, a partir de 2002 fue disminuyendo en tan solo siete décimas de punto en el 2005.

### 1.5.2 Personal ocupado en el sector turístico (empleo)

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Personal Ocupado Del País	32,009	31,827	31,552	31,706	32,180	ND /p
Personal Ocupado En El Sector Turismo	1,753	1,740	1,713	1,726	1,740	1,764 /p
Participación Del Sector Turismo (%)	5.48	5.47	5.43	5.4	5.4	0.00 /p

Fuente: Banco de México e INEGI

<sup>1</sup> Los datos pueden presentar diferencias debido a la actualización del Sistema de Cuentas Nacionales que consistió en la elaboración de cuadros de oferta y utilización, una matriz de insumo-producto y la adopción de un nuevo año base (2003) en sustitución del anterior (1993).

Comunicado número 076/08 de fecha 29 de abril de 2008, Aguascalientes, Ags.

### 1.5.3 Inversión pública y privada en el sector turístico

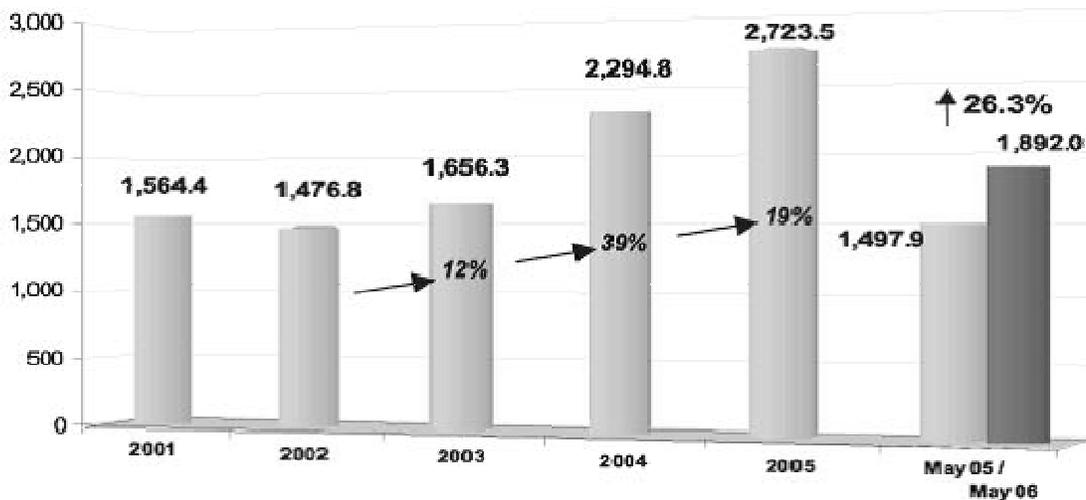
*Inversión turística privada acumulada* en el periodo comprendido de 2001 a 2006 presentó una inversión total acumulada de poco más de \$12,000 millones de dólares (mmd).

***Inversión privada anual acumulada en el sector turístico  
(millones de dolares)***

2001	2002	2003	2004	2005	2006 (mayo)	Total acumulado
1,564.4	1,476.8	1,656.3	2,294.8	2,723.5	1,892.0	11,607.9

Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR)

#### **Incremento porcentual de la inversión privada en el sector turístico**



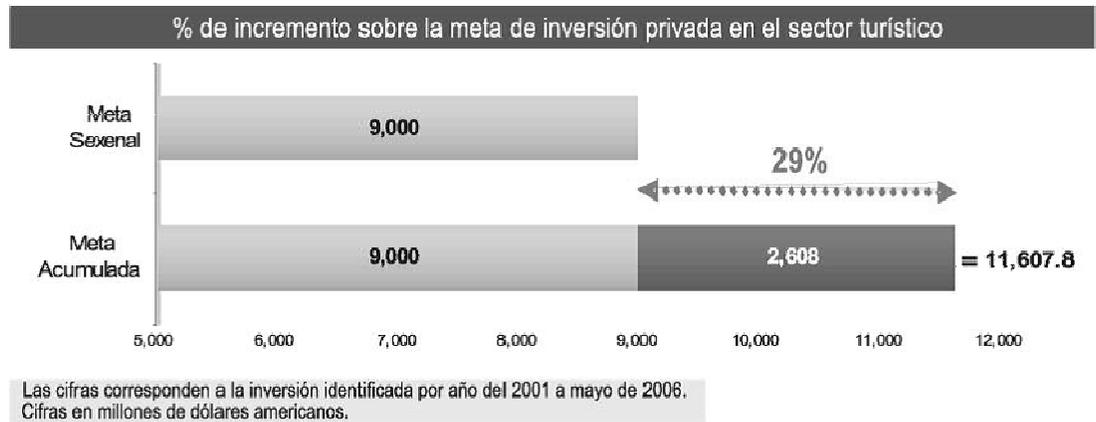
Las cifras corresponden a la inversión identificada por año del 2001 a mayo de 2006. Cifras en millones de dólares americanos.

Como se observa en la gráfica, a partir de 2002 la inversión se ha caracterizado por una tendencia ascendente que en el menor de los casos ha sido del 12% anual.

Por lo que se refiere en específico a la inversión identificada en 2006, el incremento resulta ser de un 26% al compararla contra el mismo periodo del año anterior.

Al inicio del sexenio del presidente Vicente Fox Quesada, se planteó una meta de inversión privada por un monto total de \$ 9,000 mmd, la cual fue superada con un año y medio de anticipación al acumular en julio de 2005 una inversión de \$ 9,104.36 mmd.

De julio de 2005 a mayo de 2006 se ha incrementado la inversión en \$ 2,608 mmd. Lo que representa un 29% por encima de la meta presidencial originalmente planteada.

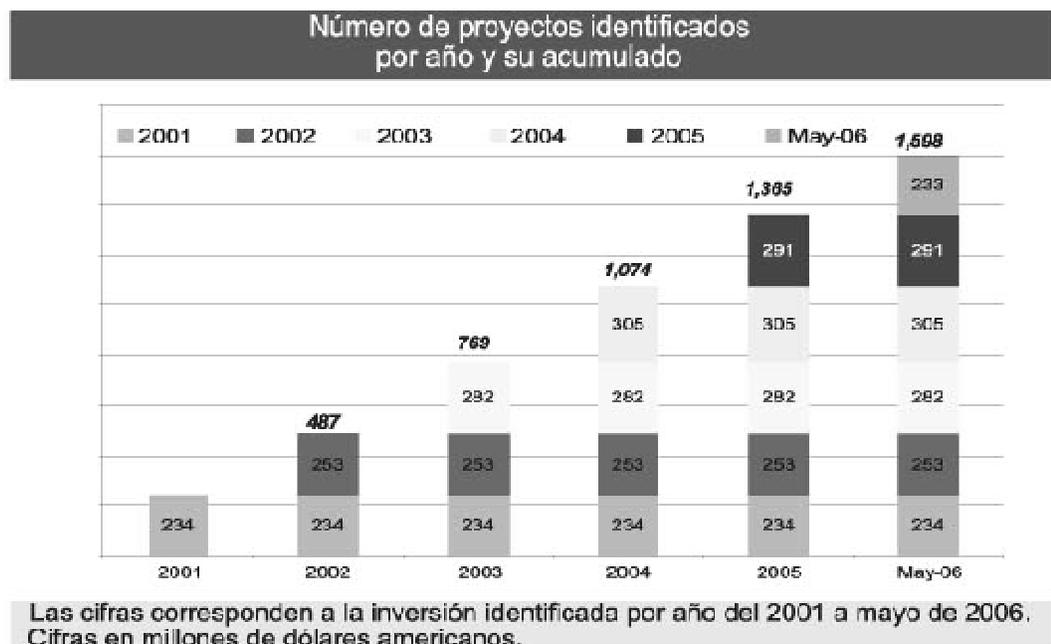


### 1.5.4 Inversión turística por tipo de proyecto

Los \$ 11, 607.8 mmd de inversión privada acumulada en turismo está integrada por un total de 1,598 proyectos los cuales son clasificados en cuatro categorías principales.

Tipo de proyecto	Descripción
Proyectos turísticos	Se refiere a desarrollos turísticos, mega desarrollos y desarrollos inmobiliarios
Proyectos turísticos complementarios	Corresponde a proyecto de campos de golf, marinas, parques temáticos, miradores turísticos.
Proyectos hoteleros	Corresponde a la construcción y/o remodelación de hoteles de diversas categorías
Equipo y equipamiento de transporte turístico	Corresponde a datos generales de adquisición de flotas de autobuses turísticos y automóviles turísticos de arrendamiento, y construcción o remodelación de terminales de autobuses o trenes turísticos.

Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR)



Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR)

En esta gráfica, se observa el incremento anual en el número de proyectos reportados al padrón de inversión.

El mayor número de proyectos turísticos son los hoteles con un total de 774, representando el 49% del total de proyectos. En segundo lugar están los proyectos turísticos con un total acumulado de 556 ocupando el 35% de participación.



La inversión nacional siempre ha predominado sobre la generada por países extranjeros. En promedio la inversión nacional representó un 75% y la de origen extranjero el 25% restante. Los dos países con más inversión en el país son los Estados Unidos de América con desarrollos inmobiliarios en el norte del país y algunos destinos de playa, y España con proyectos hoteleros básicamente en el estado de Quintana Roo.<sup>1</sup>



Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR)

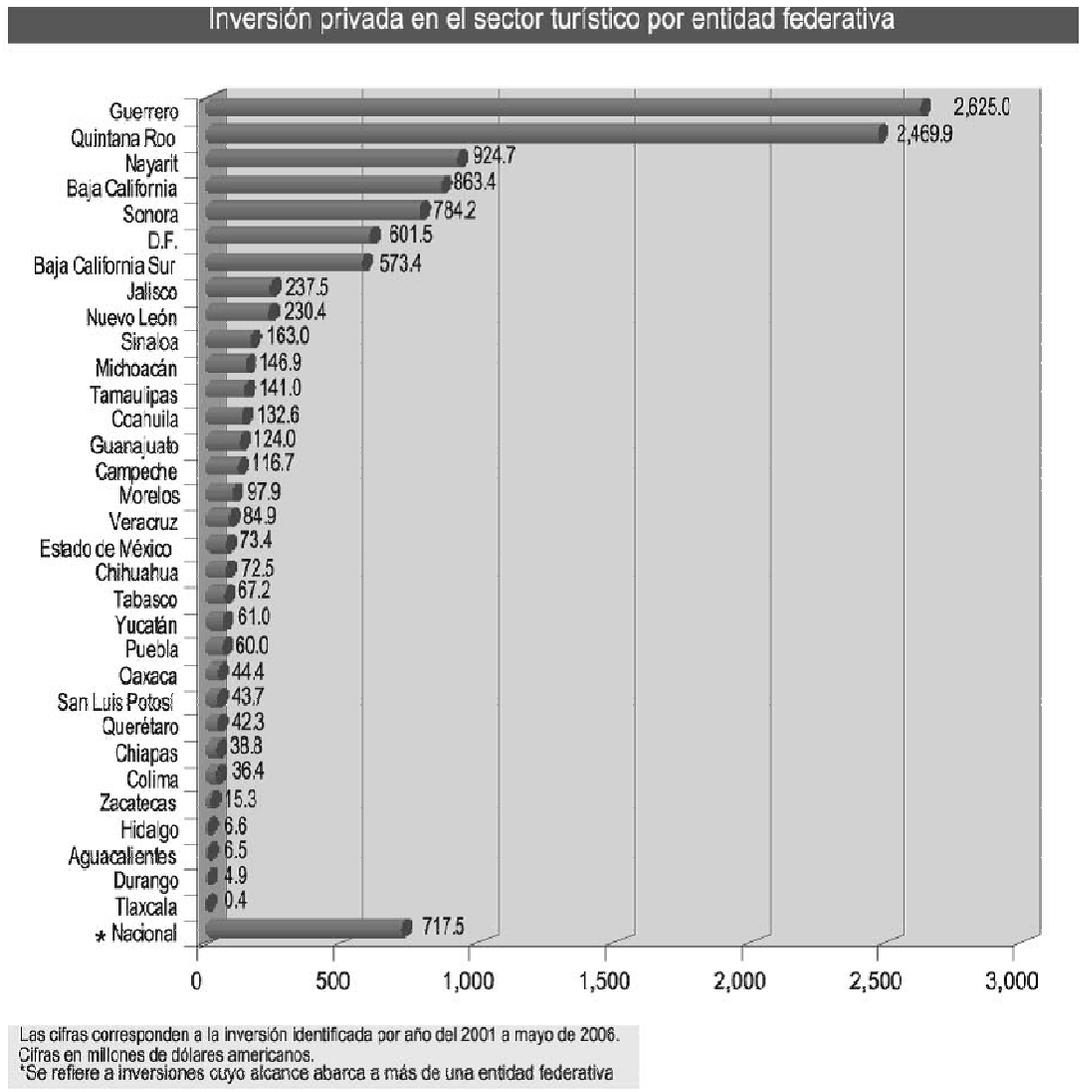
<sup>1</sup> Esta información corresponde solo al periodo de estudio 2001-2006

Los proyectos y montos de inversión aquí mostrados son identificados por las secretarías de turismo estatales y municipales, secretarías de economía, asociaciones, cámaras de comercio e inversionistas y reportados ante la SECTUR federal para su integración dentro del padrón nacional de inversión privada en el sector turístico.

### 1.5.5 Inversión privada por entidad federativa

En la siguiente gráfica se observa como la inversión privada se ha concentrado prácticamente en las entidades federativas con destinos de playa consolidados.

En el estado de Guerrero, el 89% de la inversión se ha concentrado en el municipio de Acapulco. En Quintana Roo, el 82% de la inversión se ha focalizado en Cancún y en la Riviera Maya. En Nayarit, más del 60% de la inversión identificada se efectuó en Nuevo Vallarta.



**Las 10 entidades federativas con mayor inversión privada acumulada en el sector turístico**

Posición	Estado	Inversión	%	% Acumulado
1	Guerrero	2,625.0	22.6%	22.6%
2	Quintana Roo	2,469.9	21.3%	43.9%
3	Nayarit	924.7	8.0%	51.9%
4	Baja California	863.4	7.4%	59.3%
5	Sonora	784.2	6.8%	66.1%
6	D.F.	601.5	5.2%	71.2%
7	Baja California Sur	573.4	4.9%	76.2%
8	Jalisco	237.5	2.0%	78.2%
9	Nuevo León	230.4	2.0%	80.2%
10	Sinaloa	163.0	1.4%	81.6%

Las cifras corresponden a la inversión identificada por año del 2001 a mayo de 2006.  
Cifras en millones de dólares americanos.

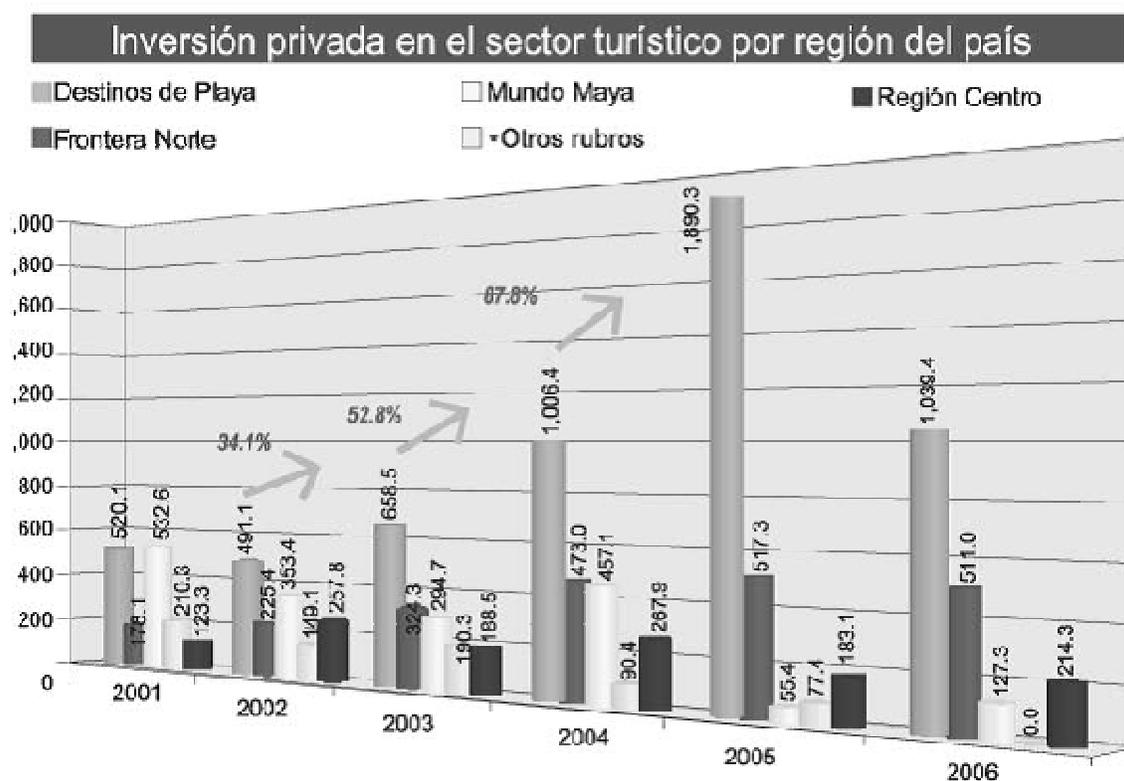
Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR)

Cabe señalar que sólo tres estados suman el 51.9% del total de la inversión identificada a nivel nacional y que los primeros diez concentran el 81.6% de dicha inversión.

### 1.5.6 Inversión privada por regiones del país

Al alcanzar el país en regiones específicas, el 48% de la inversión turística se ha concentrado en los destinos de playas, que siguen siendo por excelencia, los preferidos por los inversionistas.

Lo anterior se debe a la alta preferencia del turista nacional y al posicionamiento del país a nivel internacional, además de ser la región que ha experimentado el más alto índice de crecimiento al reportar tanto sólo entre 2004 y 2005 un incremento de un 87.8%.



Las cifras corresponden a la inversión identificada por año del 2001 a mayo de 2006.  
 Cifras en millones de dólares americanos.  
 \*Se refiere a inversiones cuyo alcance abarca a más de una entidad federativa  
 Nota: La inversión realizada en Quintana Roo se contabiliza dentro de la región de destinos de playa

Fuente: Secretaría de Turismo, SECTUR

## 2. TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

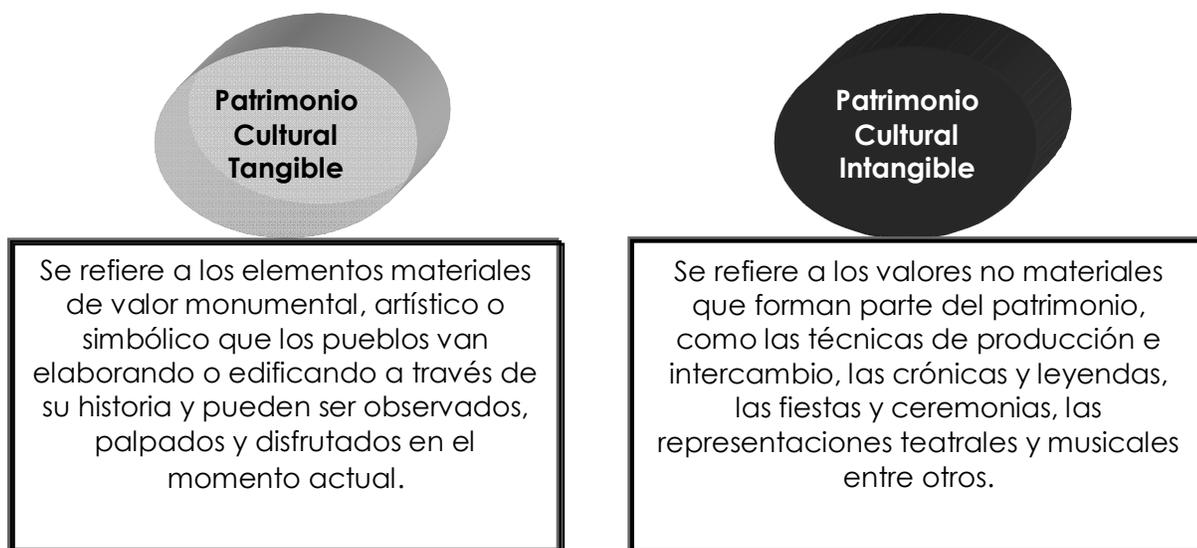
### 2.1 Relación entre cultura y turismo

La relación entre cultura y turismo es compleja, radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tiene lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica.

El turismo es una actividad económica que está a merced de nuevos retos generados por un conjunto de procesos muy complejos, considerando los más importantes:

- La globalización económica y social
- El problema del desarrollo sustentable
- Las nuevas tecnologías de la información y las diversas formas de comunicación.

Para facilitar al análisis y valoración del patrimonio cultural en relación a su aprovechamiento turístico, es necesario delimitar los conceptos del patrimonio tangible e intangible<sup>1</sup>:

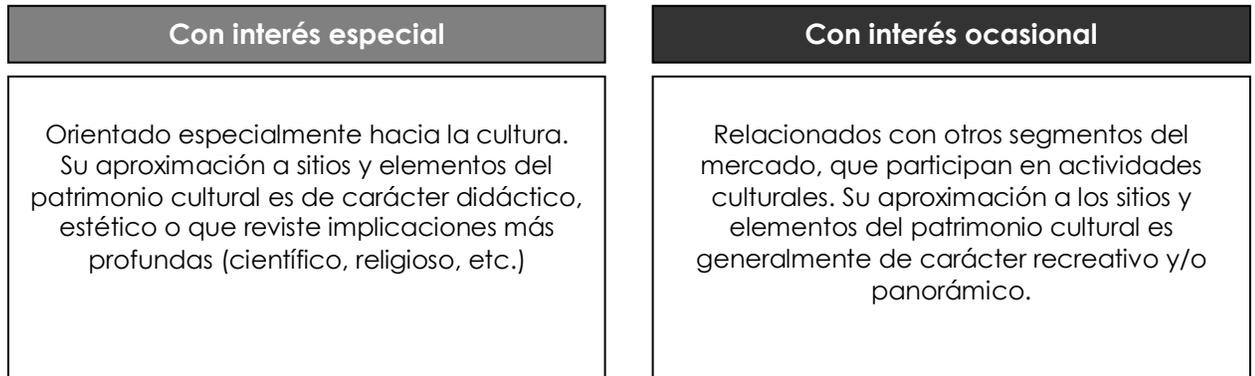


<sup>1</sup> Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, CESTUR, 2002

Un importante número de los turistas que viajan en México reconocen estar interesados en el patrimonio cultural del país, aunque su viaje no haya sido realizado por motivos estrictamente culturales.

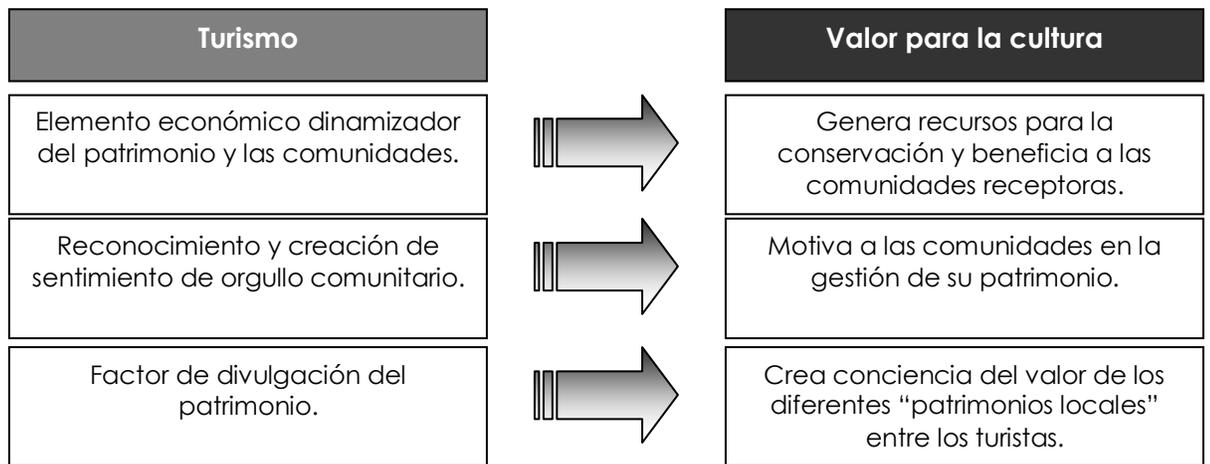
De acuerdo al estudio estratégico de viabilidad del Turismo Cultural en México por parte del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), se identificaron dos corrientes turísticas vinculadas con la cultura:

### **Turismo vinculado con la cultura**



El turismo se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades, genera reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario, y es factor de divulgación del patrimonio. Como valor para la cultura, genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades receptoras, motiva las comunidades en la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes "patrimonios locales" entre los turistas.

### **Valor del turismo para la cultura**



## 2.2 ¿Qué es el turismo cultural?

Turismo es algo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interactuar con otras personas, forma parte de nuestra misma condición.

Naturalmente, todas las definiciones de turismo, incluso las más antiguas, nos pueden proporcionar pistas sobre aspectos relevantes de su relación con la cultura. En realidad, parece indisociable el *turismo* de la *cultura* y, en todo caso, no se entendería la misma génesis del turismo sin implicaciones culturales significativas.

### Definición 1:

*"La suma total de operadores principalmente de cariz económico directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región" ( H. Von Schullard.1910).*

### Definición 2:

*La Liga de las Naciones (1937) define al turista como "cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 h. Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones".*

### Definición 3:

*"El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas" (Hunziker y Krapf. 1942)*

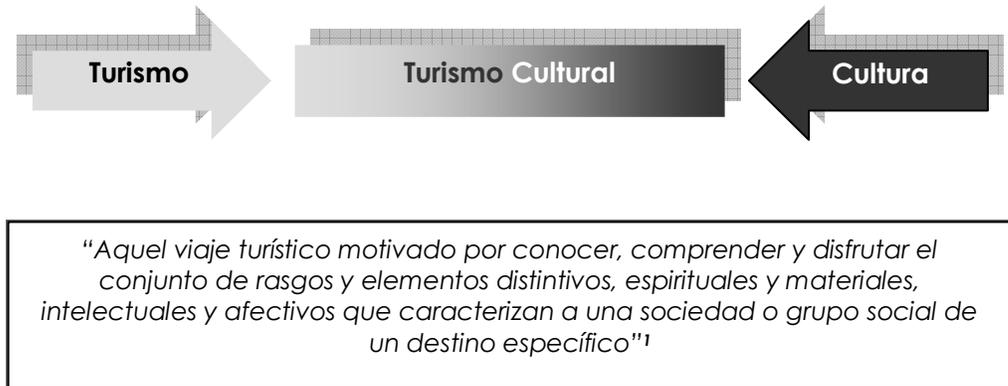
### Definición 4:

*"Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación"(Tourism Society of England. 1976).*

En este sentido el **Turismo cultural** estudia la relación entre cultura y turismo, analiza la demanda, el gasto y el perfil; caracteriza la oferta de destinos turístico-culturales, identifica los principales atributos y regiones, asimismo presenta un análisis comparativo de México con países y destinos competidores.<sup>1</sup>

**1** Rosa Mayra Avila Aldapa, "Turismo Cultural en México, alcances y perspectivas, Pág. 12, Trillas, 2007.

En la actualidad, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en lo que se refiere al concepto de turismo, y por el lado de la cultura, los elementos que proporciona la UNESCO, consideran al turismo cultural como:



El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección.

El turismo cultural es uno de estos grupos de actividad que está colocándose en el mercado. No obstante, para hablar de turismo cultural es necesario que el conjunto de ofertas turísticas incluyan tres condiciones<sup>1</sup>:

1. *El deseo de conocer y comprender los objetos y obras, incluyendo la población local con la que se entra en contacto.*
2. *El consumo de un producto que contenga o incluya un significado cultural (monumento, obra de arte, espectáculo, zona arqueológica, museo entre otras).*
3. *La intervención de un mediador, ya sea persona, documento escrito o material audiovisual, cuya función sea destacar el valor del producto cultural que se ofrece, su presentación y explicación, etc.*

De acuerdo con estudios especializados de la Secretaria de Turismo, algunos destinos turísticos han asumido la necesidad de incorporar la cultura como un agregado de su oferta turística, con el objetivo de diversificarla, incluso incrementar su calidad y conseguir un valor añadido.

<sup>1</sup> Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, CESTUR, 2002

## 2.3 Características del Turismo Cultural

El turismo está caracterizado por un aumento del consumo, se ha convertido en un ente dinámico en el que los destinos compiten en un mercado global, con una demanda muy segmentada, exigente y cambiante, y una oferta especializada y fuertemente competitiva.

Es importante considerar al turismo cultural como un producto con mercado propio, no sólo como un complemento de la oferta de un determinado *cluster* turístico (espacio receptor organizado), ya que posee características muy específicas:

- El turismo cultural permite atraer a visitantes a zonas menos saturadas y practicarlo en cualquier época del año rompiendo la estacionalidad.
- Para las localidades próximas a áreas receptoras tradicionales del litoral o la montaña, este tipo de turismo se ha convertido en un producto atractivo que contribuye a crear un valor agregado.
- Destacar su importancia en el llamado turismo de proximidad, no sólo relacionado con los visitantes sino también con la población residente en zonas urbanas y metropolitanas, que realiza el desplazamiento de corta duración (fines de semana, puentes, días festivos etc.)
- El patrimonio cultural constituye uno de los recursos básicos para la configuración de un destino turístico, que debe valorarse y transformarse en un producto al servicio de un desarrollo local y sustentable. En este sentido, el patrimonio pasa de ser un recurso a convertirse en un producto capaz de generar riqueza y empleo, aunque es necesario poner especial atención en su protección y conservación, así como garantizar un disfrute del mismo a la población residente.
- El turismo cultural puede llegar a ser un motor de desarrollo para las comunidades que lo acojan, generar mejoras en el nivel y calidad de vida en el largo plazo de la población relacionada con la actividad, manteniendo, dentro de ellas, la capacidad y calidad del patrimonio cultural y natural utilizado.
- Los turistas son cada vez más exigentes, y se están sensibilizando con el medio ambiente y la diversidad cultural, que buscan nuevos productos huyendo de los modelos turísticos convencionales caracterizados por la masificación y la escasa calidad de oferta.
- El turismo cultural puede ser un producto básico en un destino determinado, o un elemento de valor agregado, esencial para captar otro tipo de producto-mercado, como el turismo urbano y el turismo de congresos-conveniones o para plantear una diferenciación o caracterización en el caso de destinos maduros.

En este sentido, será necesario establecer un punto de equilibrio entre la conservación del patrimonio y la explotación eficaz del mismo, respondiendo a la demanda que plantea el turismo cultural.

El turismo es un consumidor de todo el territorio nacional y, por lo tanto, debe planificarse con una visión un tanto urbanista que precise objetivos económicos que se quieran cumplir, qué lugares hay que proteger y qué identidad se quiere poseer.

El patrimonio cultural y natural está integrado en el territorio nacional y, en consecuencia, cualquier iniciativa de desarrollo debe considerar la utilización racional de los recursos dentro de un modelo de desarrollo sostenible.

## 2.4 Marco Institucional del Turismo Cultural

En el caso de México, las instituciones del sector público y privado relacionado con la cultura y turismo, pueden dividirse en dos grandes categorías:

- a) Aquellas instituciones orientadas al turismo y con interés en la cultura y el patrimonio.
- b) Las instituciones orientadas a la cultura y el patrimonio con interés en el turismo.

### Instituciones vinculadas con la cultura y el turismo<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, CESTUR, 2002

Es en función de su interés que enfoca la relación entre turismo y cultura/patrimonio, considerando el tema desde sus particulares perspectivas. El diagrama anterior permite observar que desde la perspectiva de las instancias culturales internacionales, las que más han trabajado el tema de la relación entre turismo y cultura es la UNESCO, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios de Interés Artístico e Histórico ICOMOS.

Mientras que los principales organismos públicos de México relacionados principalmente con el turismo cultural encontramos a:

**Coordinación de Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo (CONCULTA).** Esta coordinación es dependiente del CONACULTA y tiene como finalidad de generar, en un marco de relación interinstitucional, acciones, programas y proyectos que, sin dejar de lado la preservación del patrimonio cultural, vinculen al sector de la cultura con aquellos que se ocupen del desarrollo social y económico del país.

Esta coordinación ha realizado tareas importantes que tienen como objetivo desarrollar el turismo cultural en México. Además de realizar el Congreso Iberoamericano de Patrimonio Cultural, Turismo y Desarrollo, ha impartido talleres de formación de gestores culturales que se desempeñen como enlace entre las autoridades culturales y los actores del turismo en México con el fin de lograr en el turismo cultural sea una realidad.

Asimismo, ésta Coordinación pública periódicamente una revista en la que se difunden temas de interés cultural y turístico. Además efectúa algunos proyectos relacionados con el turismo cultural, el más reciente de esto es la elaboración de una "Cartografía cultural de México", que tiene como propósito ubicar geográficamente los principales recursos culturales con que cuenta el país.

**Dirección de Desarrollo de Turismo Cultural y de Salud (SECTUR).** Sus principales objetivos son diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados enfocándose en el desarrollo de destinos para el turismo cultural y el turismo de salud.

**Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).** Creado como una organización conjunta entre los sectores públicos y privados, el CPTM cuenta con diversos recursos para proporcionar información profunda y confiable sobre México. Con el acceso completo a los "expertos locales", el CPTM ofrece, a través de su sitio en Internet, información única acerca del pueblo mexicano y sus tradiciones, la belleza natural, los recursos y ha historia hasta hoy día.

De estos organismos, el que más ha trabajado en relación con el desarrollo de la promoción del turismo en México es la CPTM, sobre todo en lo que se refiere a la promoción del turismo mexicano en el extranjero.

Para efectos de promoción y comercialización, este Consejo ha establecido la categoría de "turismo cultural", la cual comprende "aquellos viajes turísticos que realizan personas motivadas 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".

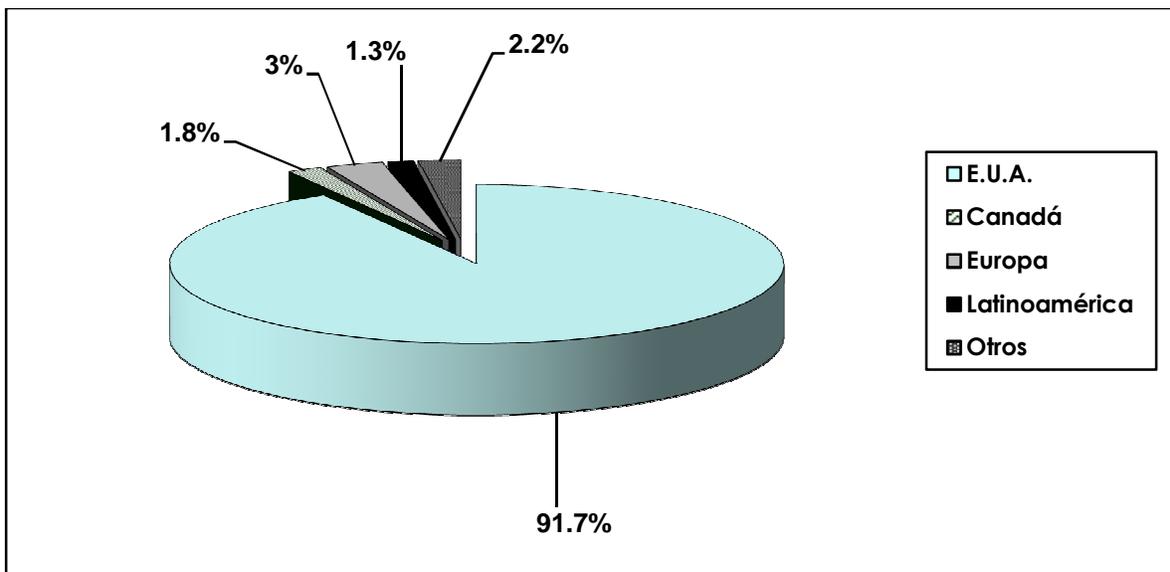
*Mercados objetivo del turismo cultural, de acuerdo a estudios del Consejo de Promoción Turística de México.*

- ✓ Para el turismo internacional, la cultura ocupa el cuarto lugar como motivación principal para viajar a México, y el sexto para el turismo nacional.

- ✓ Alrededor de 70 millones de turistas realizan actividades relacionadas con la cultura en México.
- ✓ El origen del turismo internacional hacia México, motivado por la cultura, proviene principalmente de Norteamérica.

**El origen del turismo internacional hacia México, motivado por la cultura.**

Países	Porcentaje
Estados Unidos	91.7
Europa	3
Otros	2.2
Canadá	1.8
Latinoamérica	1.3



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Promoción turística de México, CMPT, 2003

Es importante señalar que todo turista representa una posibilidad de interés y consumo de bienes de cultura del destino visitado.

En el contexto internacional existen diferentes aproximaciones de los volúmenes del turismo cultural. La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que a nivel mundial el 37% de los turistas realizan alguna actividad cultural durante su viaje y que la tasa de crecimiento anual fue del 15% a partir del año 2000.<sup>1</sup>

De acuerdo a la CESTUR se identificaron los tamaños actuales de los mercados emisores considerando en este estudio: E.U.A., Canadá, Alemania, Francia, España e Inglaterra.

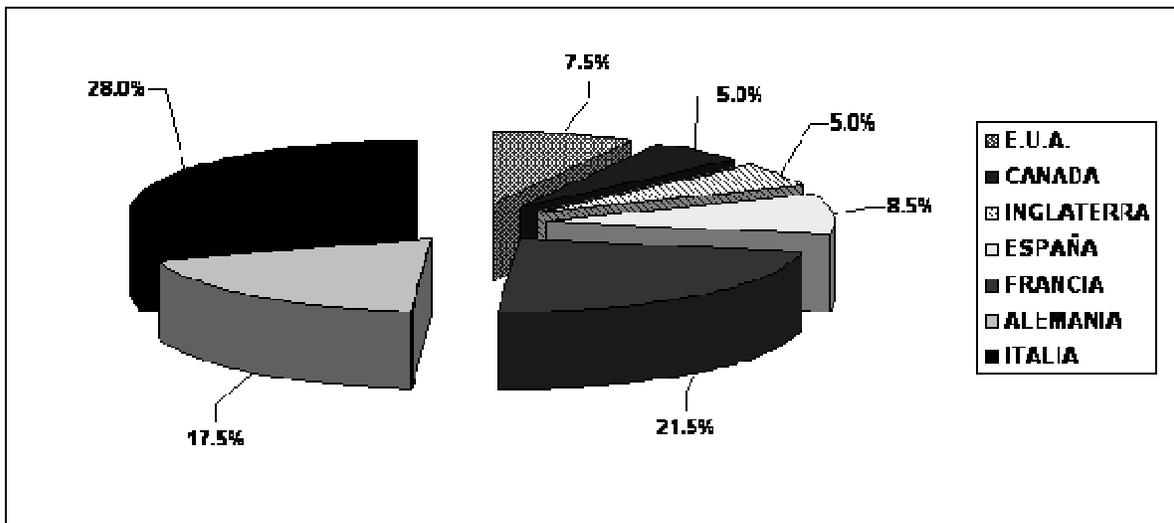
### Turistas especialmente motivados por la cultura en los países emisores seleccionados

País emisor	Millones de turistas	Turistas motivados por la cultura (millones)	Turistas motivados por la cultura en %
ALEMANIA	73.4	12.8	17.5%
E.U.A.	58.4	4.4	7.5%
INGLATERRA	53.9	2.6	5%
ITALIA	18.9	5.3	28%
CANADA	18.4	0.9	5%
FRANCIA	16.7	3.6	21.5%
ESPAÑA	5	0.4	8.5%
<b>TOTAL</b>	<b>244.7</b>	<b>30</b>	<b>12.2%</b>

Fuente: Turismo Emisor: Anuario Estadístico de la OMT 2001.

Porcentaje de turistas motivados por la cultura: OMT estudios especiales sobre Mercado Eoturístico.

<sup>1</sup> Bywater, M. The Market for Cultural Tourism in Europe, EIU N. 6 1993



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Promoción Turística de México, CMPT, 2003

El país europeo con más turismo emisor es Alemania con 73.4 millones de turistas, de los cuales 12.8 millones son motivados por la cultura, que representa un 17.5%, seguido de Inglaterra con 53.9 millones de turistas y con solo 2.6 millones de turistas motivados por la cultura representando el 5%.

Por otra parte, el país americano con más turismo emisor es E.U.A. con 58.4 millones de los cuales sólo 4.4 millones son motivados por la cultura que representa un 7.5%, seguido de Canadá con 18.4 millones de turistas pero tan sólo 900,000 turistas motivados por la cultura que representa un 5%.

## **Instituto Nacional de Antropología e Historia (CONACULTA)**

### **Turismo Cultural del INAH, (TCI)**

El milenio que comienza ha abierto sin duda nuevas perspectivas a la recreación y al disfrute del ocio creativo.

Más allá de la infraestructura habitualmente lujosa, que separa al turista del entorno natural y humano de las poblaciones, el turismo cultural es una opción para promover los valores patrimoniales con amplitud de miras.

La inclusión de los tesoros naturales de México junto a sus joyas prehispánicas y virreinales extiende el concepto restringido del monumento arquitectónico hacia el sitio y el entorno que lo rodea, propiciando así la preservación ecológica y la puesta en valor de los pueblos y las pequeñas ciudades, incluyendo su patrimonio histórico y vernáculo.

México es un país con una extraordinaria riqueza de fiestas y tradiciones. Su variedad regional y el rico universo oculto de las lenguas y pueblos indígenas es el paraíso para quienes buscan excursiones vivas y plenas de sorpresas y hallazgos.

Entrar con la multitud al "brinco" de los chinelos, portar una máscara ritual y degustar el exquisito mole de cadera, por ejemplo, son experiencias inolvidables que nos conectan a ese México profundo que se refleja en la vida de todos los días; muestra de ello son los mercados, las procesiones, las bandas, los cohetes, las danzas tradicionales y tantas otras expresiones populares.

El poco difundido conocimiento geográfico y geológico de nuestro paisaje presenta un nuevo ángulo al viajero que busca conocer y sumergirse en ese lenguaje majestuoso del planeta. A través de nuestros recorridos, guiados por especialistas, tendremos una nueva imagen de playas, grutas, ríos y montañas.

Integrar a los viajes el concepto de salud y sanación nos permitirá gozar de interesantes caminatas, revitalizantes masajes holísticos y auténticos baños de temascal.

Y para los audaces: el vuelo, el parapente, el nado con delfines, la navegación por los rápidos, y más.

Buscando difundir la necesaria conciencia ecológica, en el programa **TCI** se incluye la observación de ballenas y el nado con delfines en libertad.

El **TCI** le ofrece:

- Servicios de alta calidad.
- Equipo profesional de expositores especializados.
- Prestación de servicios en varios idiomas.
- Interacción con las distintas culturas.
- Expediciones únicas a lugares inolvidables.
- Diversidad y flexibilidad en el diseño de las expediciones.

- Alto contenido informativo y respecto por las culturas y los recursos naturales.
- Transporte y hospedaje incluidos.
- Visita a sitios de acceso restringido custodiados por el INAH.
- Tarifas grupales.
- Seguro de traslado y seguro de responsabilidad civil durante el recorrido.

### 3. DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

#### 3.1 Regionalización para el desarrollo del turismo cultural en México.

De acuerdo con la SECTUR, el turismo no se distribuye en el espacio de forma homogénea o aleatoria, por lo contrario, su localización es de carácter regional y responde a factores relacionados con el entorno geográfico, el clima el patrimonio asociado y la capacidad de acceso e interconexión entre los sitios turísticos de una región determinada.

Se definen 4 regiones que agrupan a los estados de México con características geográficas, económicas, sociales y turísticas similares, con elementos comunes que permitan realizar análisis puntuales para diseñar políticas para el desarrollo, promoción y comercialización del turismo relacionado con la cultura.

#### Regiones para el desarrollo del Turismo Cultural en México



<sup>1</sup> De acuerdo con los estudios de la Secretaría de Turismo, SECTUR

Existen variaciones en el peso específico del segmento cultural en función del destino y región. La información que se presenta permite conocer las tendencias para analizar las diferencias entre los tipos de destinos y regiones.

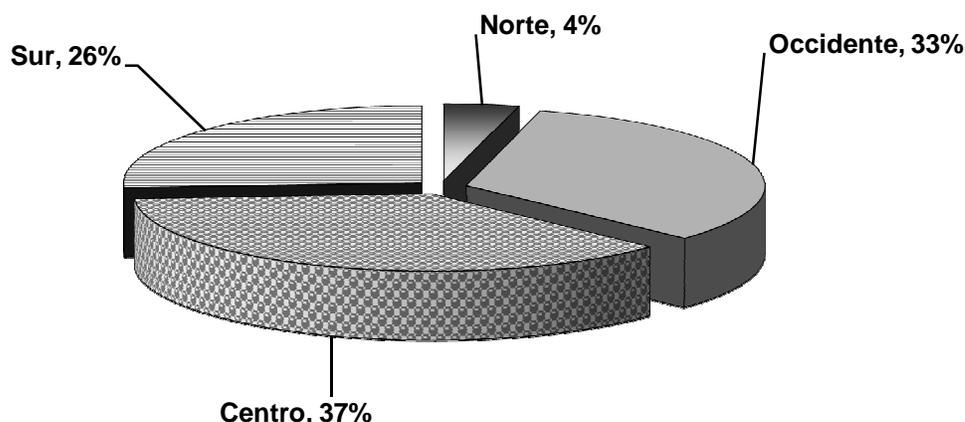
**Distribuciones de los turistas motivados especialmente por la cultura por región**

Región	Nacional	Internacional
Norte	4%	34%
Occidente	33%	11%
Centro	37%	12%
Sur	26%	43%

Fuente: Centro de Estudios Superiores en Turismo, CESTUR

**Distribuciones de los turistas motivados especialmente por la cultura por región (Nacional)**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Centro de Estudios Superiores en Turismo, CESTUR



A partir del análisis de guías turísticas y registros de la Secretaría de Turismo (SECTUR), del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), como parte de la oferta turística-cultural se logró identificar al menos 811 localidades de interés para el desarrollo del turismo relacionados con la cultura.

**Las localidades se agruparon en cuatro categorías:**

<b>8</b> Grandes Centros Turísticos	<b>4</b> Grandes ciudades <b>4</b> Grandes destinos de paya
<b>63</b> Centros turísticos intermedios	<b>33</b> Ciudades intermedias <b>30</b> Destinos intermedios de paya
<b>180</b> Centros turísticos complementarios	<b>175</b> Ciudades y pueblos tradicionales <b>5</b> Ciudades de apoyo a zonas arqueológicas
<b>560</b> Localidades de tránsito y excursión	<b>139</b> Poblados tradicionales <b>192</b> Zonas arqueológicas 50 Haciendas, Conventos y Misiones, fuera de las ciudades

<b>179 Sitios naturales relacionados</b>
--

Fuente: Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, CESTUR, 2002

De las 811 localidades identificadas, 125 fueron mencionadas por los turistas como "principales destinos culturales de México", aunque únicamente 9 concentraron casi el 70% de las menciones.

### Los principales destinos turístico-culturales del país

Destino	Nacionales %	Extranjeros %	Total %
Cd. de México	16.91	17.63	17.36
Oaxaca *	10.51	10.58	10.55
Chiapas (excepto Palenque)	10.51	5.6	7.50
Cancún (Quintana Roo)	5.09	6.95	6.23
Guanajuato *	11.33	2.70	6.04
Chichén Itzá (Yucatán)	2.13	7.99	5.72
Teotihuacán (Estado de México)	7.88	3.94	5.47
Yucatán (excepto Chichen Itzá)	7.88	2.59	4.64
Palenque (Chiapas)	2.79	5.39	4.39
<b>Total</b>	<b>75.04</b>	<b>63.38</b>	<b>67.90</b>

Fuente: SECTUR, 2002

\* Incluye todo el estado

### 3.2 El Sector Público y el desarrollo del Turismo Cultural

El turismo cultural en México se encuentra en una etapa de formación, por lo que las acciones que se han efectuado son los primeros pasos en la creación de productos turísticos culturales, que hagan de México en el corto plazo, un destino turístico cultural.

La acción más importante que ha emprendido la Secretaría de Turismo, principal institución gubernamental en la materia, ha sido realizar un estudio estratégico de viabilidad del segmento de turismo cultural en México. En este estudio se analizaron los factores internos y externos que afectan el desarrollo del turismo relacionado con el patrimonio cultural de México: los que sustentan su viabilidad y los que ponen en riesgo su equilibrio armónico y éxito comercial.

Con esa base, se identificaron seis grandes temas de análisis que afectan el desempeño del turismo relacionado con la cultura:

1. La relación entre turismo y cultura
2. El Patrimonio Cultural
3. Comunidades receptoras
4. Los Turistas
5. Las empresas
6. Las instituciones

Por otro lado, las instituciones relacionadas con la promoción y rescate del patrimonio cultural han emprendido algunas acciones de acercamiento con las autoridades del turismo para elaborar productos turísticos culturales y promocionar el patrimonio cultural, al que apenas se le empieza a otorgar un valor turístico.

Dicho acercamiento ha redundado en la firma de acuerdos y convenios, que tienen el propósito de promover el turismo cultural, combinando su conservación y con su uso turístico.

La visión de las diferentes instituciones involucradas en los temas turismo y cultura a nivel tanto nacional como internacional pone de manifiesto el potencial y los riesgos que implican su impulso y desarrollo; se requiere una perspectiva balanceada que ponga énfasis en el aprovechamiento sin menoscabo de la consolidación y la preservación.

Asimismo identifica dos tipos de turismo cultural:

- **No especializado.** Aquel turista cuyo principal objetivo de viaje es visitar sitios o eventos de interés cultural (museos, sitios arqueológicos, monumentos históricos, conciertos, eventos populares y centros artesanales, entre otros).
- **Especializado.** El turismo que viaje con el objetivo primordial de profundizar en el conocimiento sobre un tema específico de la cultura mexicana (arquitectura, historia, arqueología, pintura, antropología, estudio del idioma español o lenguas indígenas, entre otros).

### **Con respecto a otros destinos culturales**

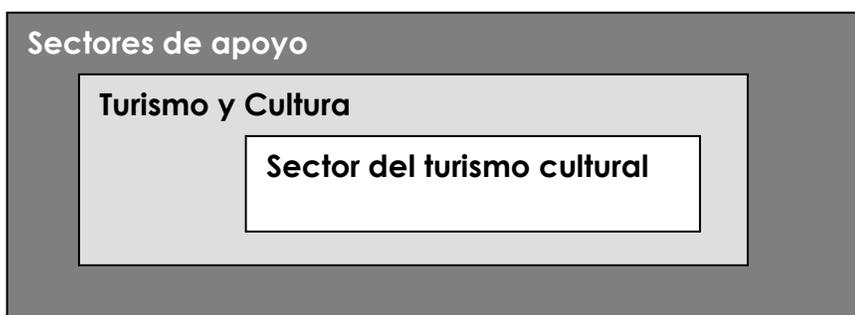
- √ México es el sexto país del mundo (el primero en América Latina) con más sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y el primero de América con más ciudades patrimonio, lo que le proporciona numerosas oportunidades para el desarrollo del turismo cultural.
- √ El acervo cultural de México incluye 173 sitios arqueológicos abiertos al público y 55 mil monumentos con valor histórico que dan testimonio de su riqueza étnica.
- √ En México habitan grupos humanos con técnicas de producción e intercambio propias, usos y costumbres, crónicas, leyendas, fiestas patronales, gastronomía, etc., que lo hacen una región multiétnica, multicultural.

A lo largo del territorio nacional se celebra todo tipo de eventos, festivales y ferias que dan muestra de la variedad cultural de nuestro pueblo, y que, por tanto, representan también

### **3.3 Empresas de Turismo Cultural**

Se incluye un panorama operativo de las empresas, organizaciones privadas e instituciones públicas que conforman el sector del turismo cultural y que se dedican a ofrecer –formal e informalmente- servicios dirigidos al visitante cultural desde su ciudad de origen hasta el destino de viaje.

En el turismo cultural están presentes empresas de diversos sectores productivos. Además del sector turístico y el cultural, intervienen de manera importante empresas e instituciones dedicadas al desarrollo urbano y al sector servicios en general como sectores de apoyo.





## **Sectores del Turismo Cultural**

El sector del turismo cultural incluye organismos: públicos, privados y sociales. Tal diversidad de actores hace que la administración tenga una complejidad mayor a otros campos del turismo.

En las áreas específicas del turismo y la cultura sobresalen 5 giros o actores cuya presencia es de gran importancia en aquellos sitios en los que se desarrolla la actividad:

- Hoteles
- Tour operadores
- Museos
- Tiendas de artesanías
- Restaurantes

Además de estos actores, el turismo cultural cuenta con otros como son:

## **Actores del Turismo Cultural**

- Autoridades municipales, estatales y federales
- Organismos promotores de cultura
- Administraciones de sitios y monumentos (incluye a los administrados por el INAH)
- Organizaciones no gubernamentales
- Universidades, escuelas e institutos
- Empresarios de espectáculos
- Transportistas
- Guías de turistas
- Agencias de viajes
- Promotores de viaje independientes
- Asociaciones y clubes

Fuente: Sondeo operadores 2002, CESTUR

**En las relaciones** de los actores del sistema, la estructura básica de comercialización genera relaciones armónicas entre los actores privados del sector turístico, aún cuando existe una relativa distancia e indiferencia respecto al sector público puesto que éste participa poco en la actividad.

**En la operación**, las relaciones entre los actores generan conflicto, derivado la mayoría de las veces de la saturación de los espacios patrimoniales y de la competencia por el control del espacio.

**En el plano discursivo** se manifiesta conflicto entre los actores, especialmente del sector público, ya que el sector cultural y el turístico no manejan un lenguaje común y en ocasiones, hay desacuerdos en el tipo de actividades a desarrollar en los espacios patrimoniales y en la concepción misma del uso del espacio cultural y artístico.



### 3.4 La Oferta del Turismo Cultural

En la actualidad las tendencias turísticas indican que es necesaria la diversificación de los productos turísticos porque los consumidores mundiales demandan paquetes que integren el conjunto de la oferta de un destino –hospedaje, transportación, alimentos, actividades, muy al estilo “todo incluido”, y de los cruceros –alrededor de un concepto turístico bien definido y bien segmentado con base en las características socioeconómicas, demográficas y de estilo de vida de los viajeros potencialmente interesados.

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), lleva a cabo una labor permanente de investigación y análisis del mercado turístico, cuyo propósito es doble. Por un lado, profundizar en el conocimiento de la demanda turística, para indagar sobre los motivos de los turistas para viajar a México y sus opiniones sobre esa experiencia de viaje.

Los planes que se realizan definen el posicionamiento de México como un destino importante “único” en muchos aspectos y hospitalario, el cual sirve de enlace de todas las campañas de los diferentes productos que agrupan la oferta prioritaria del país relevante para el consumidor.

Los planes establecen prioridades de promoción y perspectivas adecuados para los mercados y destinos específicos para que, a partir de ahí, se determinen e incorporen los elementos tácticos propios de cada región.

En el 2004 se plantearon los siguientes objetivos:

- Incrementar el gasto y la estadía de los turistas.
- Aumentar el número de turistas que visitan México y la participación del país en el mercado mundial.
- Diversificar la oferta que presenta el país al turista potencial, tanto en términos de actividades como de destinos disponibles.

De igual forma se empezaron a desarrollar diferentes categorías de producto que agrupan la oferta turística de México, a partir de la óptima del consumidor y que son ahora:

1. Turismo de playa.
2. Turismo de negocios.
3. Turismo cultural.
4. Turismo de naturaleza.
5. Turismo Premium.
6. Turismo recreacional.
7. Ecoturismo.

En lo que se refiere a la categoría de Turismo Cultural se incluyeron los siguientes productos o sitios:

- Ciudades Patrimonio.
- Sitios históricos.
- Sitios arqueológicos.
- Pueblos mágicos.
- Ciudades coloniales.
- Eventos culturales.

En 2004 México pasó a ser el destino de moda número uno para muchos mayoristas europeos. Específicamente, Cancún y la Riviera Maya se posicionaron en el primero o segundo lugar de las preferencias, después de Egipto.

De acuerdo con los datos del CPTM, en términos generales, 2004 fue un buen año para México, particularmente en cuanto a actividad turística se refiere. El país vio beneficiado coyunturalmente por la atractiva paridad del peso frente al dólar y el euro, lo que posibilitó los siguientes resultados:

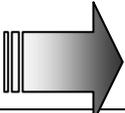
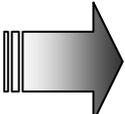
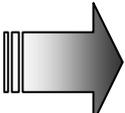
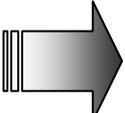
- ✓ Alcanzar un estimado de casi 11 millones de dólares en divisas por concepto de turismo, frente a los 9,400 millones de dólares de 2003.
- ✓ Se recibieron alrededor de 20 millones de visitantes, frente a los 18.9 millones de 2003.
- ✓ Se incrementó el gasto promedio por visitante en 40 dólares para alcanzar un estimado de 680 dólares por turista final del año.
- ✓ Se posibilitó un incremento en el valor de los servicios turísticos mexicanos por primera vez desde el 11 de septiembre de 2001.

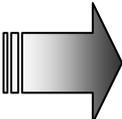
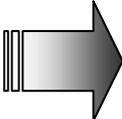
#### El sector privado en el desarrollo del turismo cultural

En México la actuación del sector privado en relación con la cultura es mínimo, aunque existen algunas asociaciones civiles que participan en la industria cultural. Algunas de ellas son el Fomento Cultural Banamex, la Fundación Televisa, otras más. Sin embargo, no se ha manifestado a favor de la realización del turismo cultural.

### 3.5 Líneas estratégicas para el Desarrollo del Turismo Cultural

Los siguientes lineamientos estratégicos y planteamientos tienen el objetivo de optimizar el turismo relacionado con la cultura y propiciar una mejor distribución de los beneficios de la actividad hacia los actores involucrados, así como una mayor satisfacción de los turistas y un aprovechamiento responsable del patrimonio cultural.

<b>I- Revaloración de la relación entre cultura y turismo</b>		
<p>Tratar de modificar el paradigma del valor estratégico del turismo como generador de ingresos y fortalecer su valoración para compartir y sentir la cultura, impulsor de la educación no formal, de la identidad local y de la imagen del país.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Establecer foros académicos.</li> <li>✓ Celebrar seminarios especializados.</li> <li>✓ Realizar talleres.</li> <li>✓ Producir, estimular y distribuir publicaciones dirigidas a estudiantes de turismo, antropología, sociología y otras carreras, así como a empresarios y comunidades locales.</li> </ul>
<b>II- Sistematización de instrumentos de planeación y control</b>		
<p>Generar un sistema eficiente a largo plazo de monitoreo y evaluación de destinos, políticas y acciones aplicadas al nivel intersectorial.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reformular el levantamiento estadístico en los sitios de la oferta cultural.</li> <li>✓ Identificar, evaluar y clasificar las localidades y sitios culturales con mayores ventajas para el desarrollo turístico.</li> <li>✓ Analizar la relación costo/beneficio de segmentos y nichos.</li> <li>✓ Identificar beneficios por la apropiación y aprovechamiento del patrimonio.</li> </ul>
<b>III- Fortalecimiento organizacional</b>		
<p>Fomentar una cultura organizacional entre los principales involucrados (del sector público y privado), que valore la función turística y su relación con la preservación del patrimonio cultural.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Impulsar un nuevo marco jurídico.</li> <li>✓ Impulsar, adecuar y/o consolidar los mecanismos de interacción institucional tanto en el sector público como privado.</li> <li>✓ Generar políticas de ingresos-egresos que permitan cumplir con los objetivos de preservación, apropiación, difusión.</li> <li>✓ Generar instrumentos de difusión de información estratégica.</li> </ul>
<b>IV. Optimización de la gestión turística del patrimonio cultural</b>		
<p>Fomentar la creación de organizaciones de apoyo a los sitios turístico-culturales.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar instrumentos financieros, de comercialización, tecnológicos y de formación de recursos.</li> <li>✓ Impulsar PyMES turísticas relacionadas con el turismo cultural.</li> <li>✓ Implementación y evaluación de proyectos piloto para el desarrollo de servicios y actividades turístico-</li> </ul>

		culturales.
<b>V. Enriquecimiento de la oferta turístico-cultural</b>		
Integrar los elementos turísticos y culturales tomando en cuenta las necesidades de los mercados objetivo y las comunidades receptoras.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fortalecer los mecanismos de interpretación y generar nuevas técnicas de intercambio.</li> <li>✓ Fomentar la creación de instrumentos que provean información in situ acerca de actividades y atractivos.</li> <li>✓ Desarrollar programas de formación de guías, conductores de grupo y expositores.</li> <li>✓ Aprovechar el patrimonio cultural y los atributos identificados.</li> </ul>
<b>VI. Promoción y comercialización</b>		
<p>Reposicionar el valor turístico del patrimonio cultural de México como un atributo que puede ser disfrutado por los turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>Crear los instrumentos que faciliten la transacción comercial de los productos turísticos-culturales.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Valorizar los atributos y elementos culturales de los principales destinos mexicanos.</li> <li>✓ Fomentar el disfrute y la identificación del patrimonio cultural regional entre las comunidades receptoras.</li> </ul>

### **3.6 Ejemplo de Turismo Cultural: Paseos Culturales del INAH**

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), lleva a cabo un programa llamado "Paseos Culturales". Por medio de éste, ofrece visitas guiadas con exposiciones realizadas por especialistas en diversas áreas del patrimonio cultural, con el fin de difundir y dar a conocer aquellos sitios de interés arqueológico, etnológico, antropológico, histórico, artístico y geográfico de México, contribuyendo así al fortalecimiento de nuestras raíces culturales.

La dirección de Paseos Culturales forma parte de la Coordinación Nacional de Control y Promoción de Bienes y Servicios del Instituto Nacional de Antropología e Historia, (INAH). Sus antecedentes son fundamentales para comprender porque el INAH brinda servicios equiparables a los turísticos. Se inició en 1957, dependiendo del departamento de Promoción y Difusión del INAH, y uno de sus objetivos es dar a conocer las actividades que organizaba el Instituto, tomando en cuenta las visitas guiadas a lugares de interés, como una forma de involucrar al público en el conocimiento y conservación de nuestro legado cultural.

Aunque el principal interés de los paseos culturales se enfocaba en el patrimonio inmueble, recientemente se ha integrado a la gama de motivos de interés, que ofrece en sus visitas la posibilidad de conocer la diversidad de las expresiones étnicas, regionales y locales, la belleza de nuestra herencia mueble y la variedad del patrimonio natural, proporcionando con ello una experiencia ilustradora de los bienes que tenemos en común.

El conocimiento de estos bienes ha permitido una relación más respetuosa con el entorno cultural y natural y, sobre todo, convivir con las comunidades y apreciar la forma en que éstas organizan su vida cotidiana.

En su programa de trabajo 2001-2006, el INAH pretendió "explicar la diversidad de nuestras culturas, ubicarlas con precisión en el tiempo y en la geografía, comprender y difundir el sentido de esos bienes y esas voces que llegan del pasado y que incesantemente transforman este presente".

En las visitas, los paseantes disfrutan de una exposición amena, accesible, por medio de la cual se permite a cada uno de ellos conocer, sentir y apreciar ese inmenso patrimonio cultural y natural.

"Paseos culturales" asume la tarea de impulsar acciones de divulgación cultural para que las comunidades que se visitan puedan dar a conocer, a través de testimonios vivos, mitos y leyendas, tradiciones culturales, riqueza de flora y fauna, sus monumentos y zonas arqueológicas, atavíos y costumbres.

Existe, pues, una clara intención de coadyuvar en la difusión, protección y conservación patrimonial de ese pasado, sin olvidar la importancia artística e histórica de los lugares, monumentos y costumbres del México actual.

Servicios que ofrecen

El elemento fundamental que distingue los paseos promovidos por el INAH es ofrecer a sus usuarios variedad y riqueza en la información académica transmitida por el cuerpo de expositores, profesores e investigadores, integrado para llevar a cabo los recorridos.

Otra característica distintiva es que se realiza una planeación y se plantean los objetivos que se proponen desarrollar con antelación, ya que la Dirección de Paseos Culturales elabora un plan anual de visitas, para lograr que los recorridos se conviertan en una gran aventura, sobre todo aquellos que poseen atractivos geográficos y arqueológicos, en donde para llegar a los sitios se cambia de transporte con frecuencia – dependiendo de lo que se requiera, como camiones propios para caminos rurales, cargueros, caballos o lanchas-, además de que se necesita tener buena condición física para realizar caminatas pesadas sobre pisos de terracería en ascensos y descensos.

Para la planeación de los paseos se consideran las estaciones y temporadas del año, tomando en cuenta las necesidades que se deben satisfacer para su buen desarrollo.

En cuanto al transporte y hotelería, se han buscado precios accesibles y servicios de calidad, con costos que no resulten elevados para el paseante interesado en conocer y aprender de nuestro pasado. Las líneas aéreas son usadas eventualmente, en los recorridos que se realizan a lugares lejanos.

### 3.6 Ejemplo 2 de Turismo Cultural: Programa de Pueblos Mágicos de SECTUR

Entre las acciones que implican desarrollo del turismo cultural, encontramos un claro ejemplo de turismo local, en el que participan las comunidades, sobre todo a su nivel municipal. En el ámbito cultural, uno de los aspectos que más desarrollo ha tenido es el surgimiento de museos comunitarios que han proliferado en los últimos años.

Uno de los ejemplos más importantes que ha impulsado la Secretaría de Turismo (SECTUR), es el de “**Pueblos Mágicos**”, que pretende desarrollar productos turísticos que pueden considerarse plenamente culturales, dentro de pueblos tradicionales que cuentan con patrimonio cultural.

Los objetivos del **Programa Pueblos Mágicos** tienen alcances muy amplios, entre otros, resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianidad de la vida rural.

**Pueblo Mágico** es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin “magia” que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

Las comunidades que participan en este programa tienen las siguientes características:

1. Se encuentran ubicadas en zonas cercanas a sitios turísticos o grandes ciudades.
2. Cuentan con accesos razonables, vía carretera.
3. Tienen algún valor o motivo histórico y/o religioso.
4. Existe interés tanto de la comunidad como del gobierno local en participar en este programa turístico.

De acuerdo a la información de la SECTUR cuenta con una estrategia integral que considera acciones encaminadas a la conservación, mejoramiento y protección de la imagen urbana y servicios públicos en las poblaciones en las que se lleva a cabo, la asistencia técnica de diversas dependencias federales a la población y la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas de la localidad, entre otras.

Para este programa la SECTUR firmó un convenio de Coordinación, en la que participaron 14 dependencias federales: Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL); Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Secretaría de Economía (SE), Secretaría de Educación Pública (SEP); Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS); Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA); Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH); Secretaría de Turismo (SECTUR); Comisión Nacional del Agua (CONAGUA); Consejo de la Promoción Turística Mexicana (CMPT); Comisión Federal de Electricidad; (CFE), Fondo Nacional de

Fomento al Turismo (FONATUR); Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), y el Banco Nacional de Obras (BANOBRAS).

Con el objeto de establecer bases de colaboración entre las instancias involucradas, con el fin de conjuntar esfuerzos y recursos dentro del ámbito de sus respectivas competencias, para apoyar la elaboración, desarrollo, operación, ejecución y evaluación del programa.

Actualmente, el programa opera en las siguientes localidades:

- San Cristóbal de las Casas, Chiapas.
- Comala, Colima.
- Dolores Hidalgo, Guanajuato.
- San Miguel de Allende, Guanajuato.
- Taxco, Guerrero.
- Huasca de Ocampo, Hidalgo.
- Tapalpa, Jalisco.
- Tequila, Jalisco.
- Tepetzotlán, Estado de México.
- Patzcuaro, Michoacán.
- Tepoztlán, Morelos.
- Mexcaltitlán, Nayarit.
- Cuetzalan, Puebla.
- Real de Catorce, San Luis Potosí
- Izamal, Yucatán.

Una vez definido el carácter de Pueblo Mágico, éste recibe financiamiento y asistencia técnica para modernizar sus pequeñas y medianas empresas (PyMES) turísticas y su imagen urbana, con la finalidad de mejorar y/o restaurar, alumbrado, mobiliario urbano, pavimento, fachadas de inmuebles patrimoniales, vialidad y transporte, estacionamientos entre otros, así como los servicios destinados al turista, la señalización de ciudades, calles y carreteras, de sitios y monumentos y los módulos de información turística.

Las dependencias e instituciones gubernamentales aportan los recursos financieros que deberán invertirse en las obras públicas, en la elaboración de estudios, planes y programas, y en la prestación de la asesoría y asistencia técnica indispensables para la realización de los trabajos de remozamiento y modernización necesarios.

Este programa es uno de los pocos dirigidos a autoridades estatales, municipales y prestadoras de servicios turísticos; poblados y ciudades del territorio nacional que cumplan con los criterios antes mencionados, y a pueblos con potencial turístico que requieren inversión para mejorar su imagen urbana y para capacitar los recursos humanos que se encargarán de prestar atención calificada al turismo.

De acuerdo con la (SECTUR) existen varios criterios que rigen la aceptación de las poblaciones que solicitan ser consideradas entre otros:

1. Presentar un proyecto integral sustentable capaz de incrementar la afluencia turística, así como la derrama.
2. Participación de dependencias federales, estatales y municipales, de la población y el sector privado.

3. Que no se requieran grandes inversiones en infraestructura y equipamiento turístico.
4. Posibilidad de ejecutar una ruta o circuito turístico en operación.
5. Consolidar costumbres y resaltar las costumbres y tradiciones y manifestaciones culturales por medio de ferias de artesanías y gastronomía u otros.
6. Que disponga de planes de manejo de sitios, rutas culturales, museos, etc.

Además de lo anterior, los pueblos deberán tener atractivos singulares y auténticos, y que aquellos que requieran conservación y mejoramiento de la imagen urbana, promuevan la creación de empleos con el fin de evitar las migraciones, considerando los costos de mantenimiento para beneficiar al mayor número de habitantes de la población local.





#### 4. ESTUDIO DE CASO: EL IMPACTO DEL TURISMO CULTURAL DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE PALENQUE EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE PALENQUE, CHIAPAS EN EL PERIODO 2001-2006

En el Estado de Chiapas, el municipio de Palenque es el más importante por su dinámica turística, aloja una población en los últimos años de poco más de 85,000 habitantes, concentrándose el 31% en la ciudad de Palenque, dispone de una infraestructura urbana y turística, adecuadas vías de acceso, así como el paso del ferrocarril y un aeropuerto regional.

De acuerdo a datos de la Secretaría de Turismo y del Fondo Nacional para el fondo al turismo la ciudad de Palenque es la más prospera en la región cuenta con la mejor infraestructura turística; su propia ubicación le permite ser accesible en circuitos seleccionados por el turismo cultural.

##### 4.1 Crecimiento y desarrollo del Turismo en el estado de Chiapas (2001-2006)

###### ▪ Producto Interno Bruto PIB (Chiapas)

Con respecto al comportamiento de la economía de Chiapas podemos decir que fue similar a la nacional en el periodo de estudio; alcanzando su mayor crecimiento en el año 2004 con un incremento del 4.9% de acuerdo a datos del INEGI.

No obstante la desaceleración económica de México que se presentó, El estado de Chiapas mantuvo un crecimiento estable promedio de su PIB del 2.2% al menos hasta el 2006.

Producto Interno Bruto a precios constantes (base 1993)		
Año	Nacional	Chiapas
2000	1,475,927,095	25,296,965
2001	1,475,438,954	25,657,678
2002	1,486,792,334	26,438,496
2003	1,507,449,991	26,883,285
2004	1,570,126,305	28,196,635
2005	1,613,526,995	27,951,275
2006	1,691,168,729	28,752,131

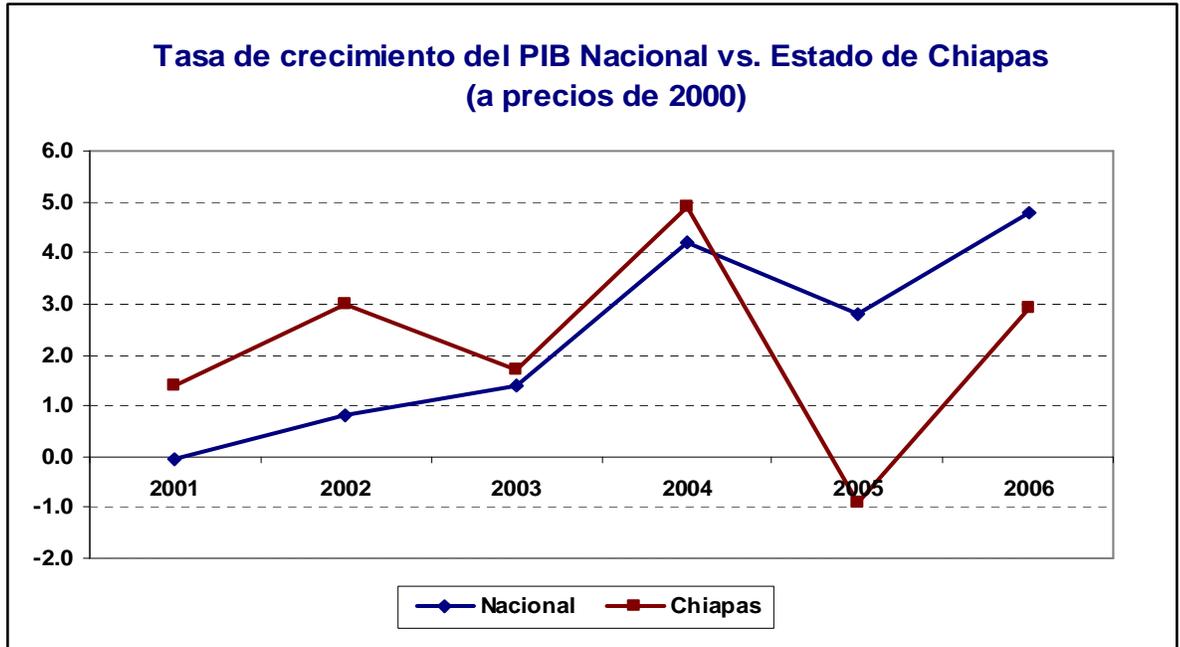
Fuente: INEGI, Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas, Dirección General Adjunta de Cuentas Nacionales, Dirección de Contabilidad Nacional

En la pasada administración pública, la tendencia de crecimiento porcentual de la economía chiapaneca fue casi igual a la media nacional, como se puede observar en la tabla siguiente.

Cálculo de tasas de crecimiento a precios del 2000:  $\frac{PIB_{2006} - PIB_{2000}}{PIB_{2000}} \times 100$

Tasa de crecimiento anual del Producto Interno Bruto (a precios de 2000 en porcentaje)		
Año	Nacional %	Chiapas %
2000		
2001	0.0	1.4
2002	0.8	3.0
2003	1.4	1.7
2004	4.2	4.9
2005	2.8	-0.9
2006	4.8	2.9

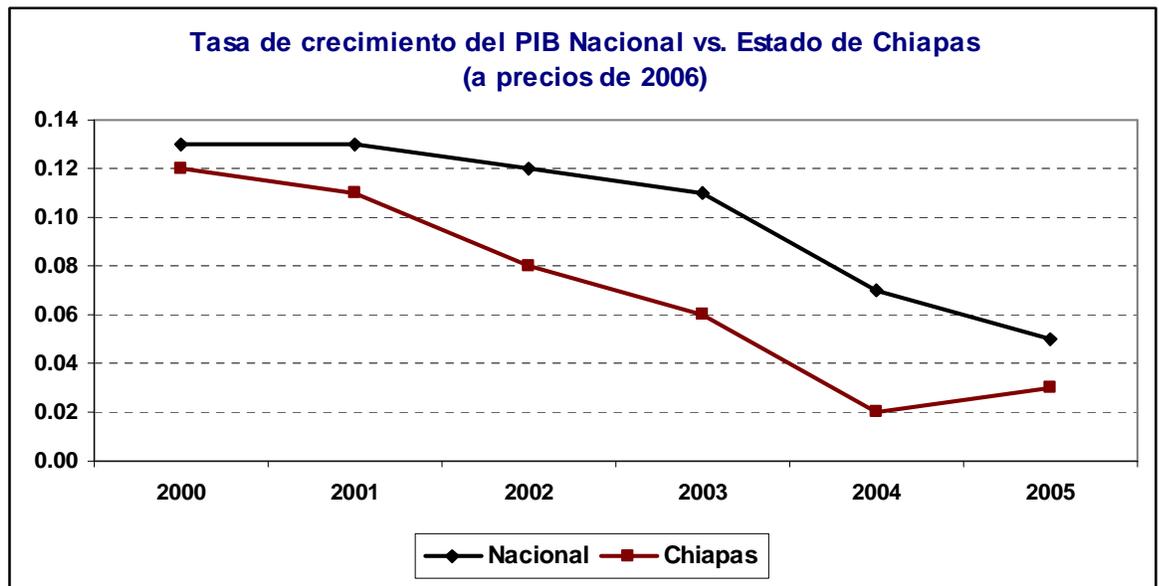
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI, Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas.



Cálculo de tasas de crecimiento a precios del 2006:  $\frac{PIB_{2005} - PIB_{2006}}{PIB_{2006}} \times 100$

Tasa de crecimiento anual del Producto Interno Bruto (a precios de 2006 en porcentaje)		
Año	Nacional %	Chiapas %
2000	0.13	0.12
2001	0.13	0.11
2002	0.12	0.08
2003	0.11	0.06
2004	0.07	0.02
2005	0.05	0.03
2006		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI, Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas.

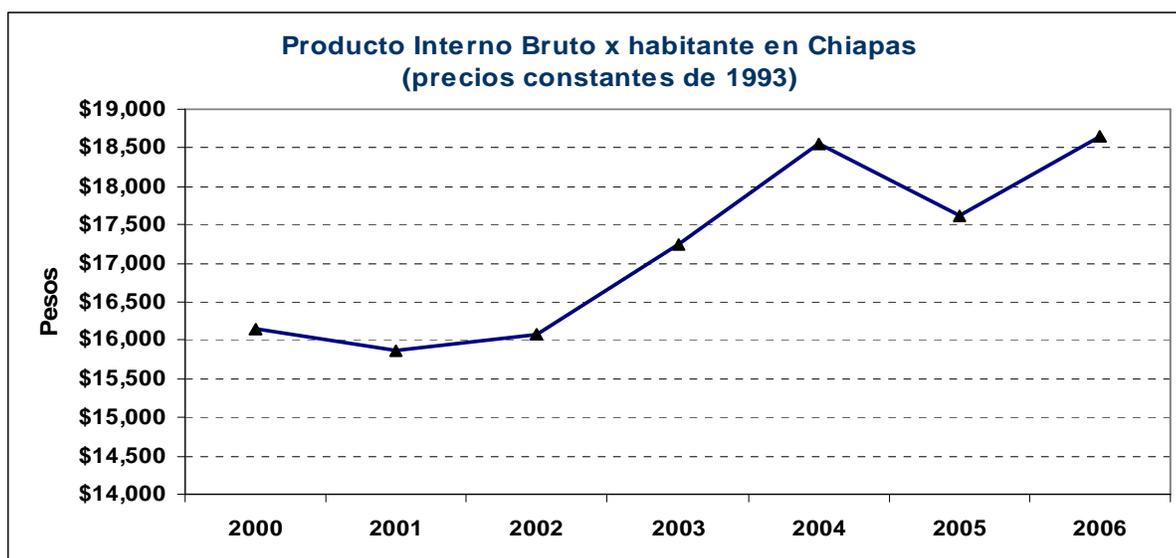


Producto Interno Bruto PIB per cápita "por habitante" (Chiapas)

$$\text{PIB real x habitante}_{2000} = \frac{\text{PIB real 2000}}{\text{Población 2000}}$$

Año	PIB (miles de pesos)	Población <sup>1/</sup> (miles de personas)	PIB x habitante (miles de pesos)
2000	25,296,965	1,566.5	16148.7
2001	25,657,678	1,617.9	15858.6
2002	26,438,496	1,644.7	16075.0
2003	26,883,285	1,559.6	17237.3
2004	28,196,635	1,518.8	18565.1
2005	27,951,275	1,586.1	17622.6
2006	28,752,131	1,541.9	18647.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Secretaría del Trabajo y Previsión Social.  
<sup>1/</sup> Personas de 14 años y más que durante el periodo de referencia realizaron o tuvieron una actividad económica (población ocupada).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los datos del INEGI y de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Como se puede observar en los gráficos tanto de tasas de crecimiento del PIB en el estado de Chiapas así como el PIB por habitante se tiene registrado un crecimiento ascendente y constante hasta 2004 con una ligera caída en el año 2005 existe un repunte para el año siguiente 2006.

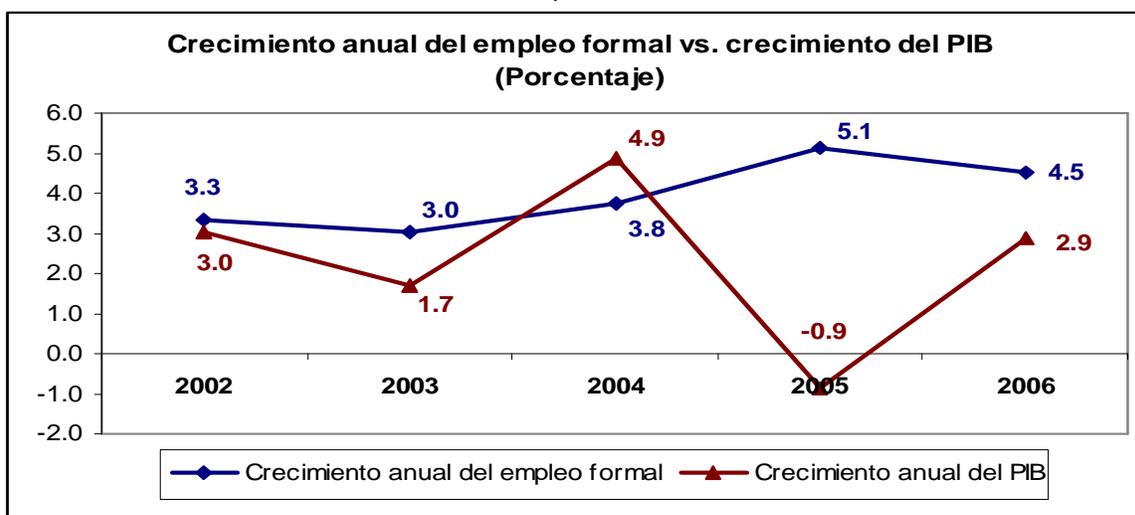
Crecimiento anual del empleo formal versus crecimiento anual del PIB

Crecimiento anual del empleo formal (miles de empleos)			Crecimiento anual del PIB (miles de pesos a precios de 2000)	
Año	Permanentes <sup>1</sup>	%	Chiapas <sup>2</sup>	%
2001	119,115	-	\$25,657,678	-
2002	123,099	3.3	\$26,438,496	3.0
2003	126,845	3.0	\$26,883,285	1.7

2004	131,625	3.8	\$28,196,635	4.9
2005	138,362	5.1	\$27,951,275	-0.9
2006	144,617	4.5	\$28,752,131	2.9
<b>Total</b>	<b>783,662</b>			

<sup>1</sup> Excluye los grupos de seguro facultativo, estudiantes y continuación voluntaria, datos de IMSS.

<sup>2</sup> Fuente: INEGI. Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los datos del INEGI y del Instituto Mexicano del Seguro Social.

De acuerdo a las tasas de crecimiento del empleo formal, encontramos un aumento gradual de 3.3% en 2002 así hasta llegar a 2005 con una tasa de crecimiento de 5.1% y una disminución para el año siguiente a 4.5%, a pesar de ello se mantienen por arriba de año 2002. Es importante señalar que mientras el empleo formal aumentó durante el periodo de estudio el PIB sólo creció en 2004 con 4.9%, cayendo para el año siguiente en 0.9%, por el impacto del huracán "Stan" en la economía de la región a pesar que el empleo tuvo su mayor crecimiento en ese año de referencia.

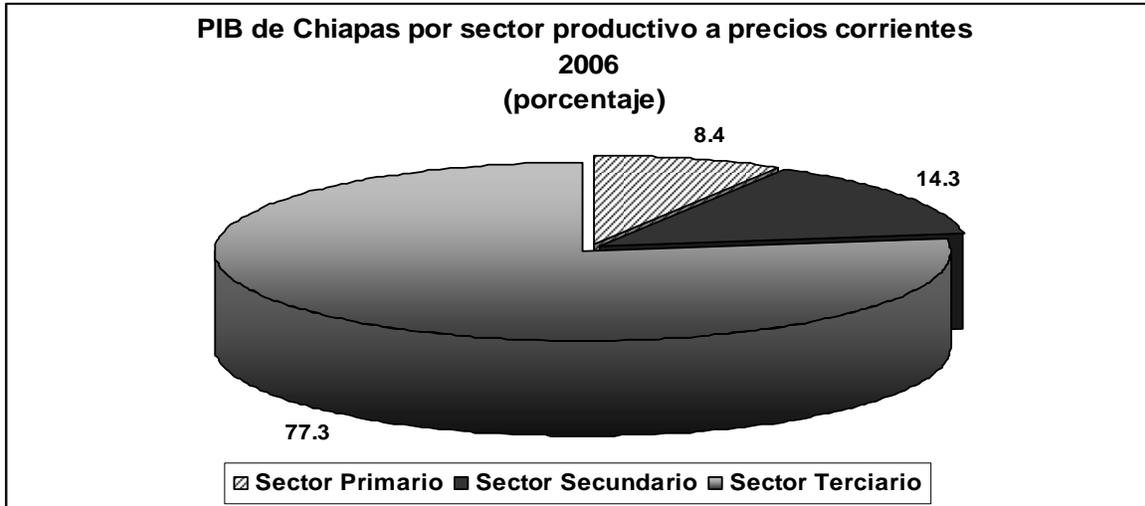
#### Sectores productivos en el estado de Chiapas

##### PIB de Chiapas por sector productivo, a Precios Corrientes (millones de pesos)

	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%
<b>Sector Primario</b>	8,842	8.3	9,918	8.4	9,709	7.9	11,199	8.4
<b>Sector Secundario</b>	16,824	15.9	21,890	18.5	18,306	14.9	18,992	14.3
<b>Sector Terciario</b>	80,359	75.8	86,271	73.1	94,631	77.2	102,674	77.3
<b>Total</b>	106,025	100	118,079	100	122,646	100	132,865	100

FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales de México de INEGI.

En último año de estudio, es decir para 2006 los porcentajes de los sectores productivos eran los siguientes:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México de INEGI.

El PIB estatal por sectores económicos, sustenta su fortaleza en el sector terciario integrado por las actividades de electricidad, gas y agua; comercio, restaurantes y hoteles; transporte; servicios financieros entre otros.

Con respecto a la evolución de éstos tres sectores tenemos:

El sector primario del periodo 2003 al 2006 registra un crecimiento promedio de 26.7% ligeramente por debajo en menos 1.11% del sector terciario. Por su parte, el sector secundario presenta un crecimiento promedio de 12.9% y, el terciario con 27.8% siendo éste el más importante por su cuantía y por ser el eje principal que dinamiza la actividad económica del Estado.

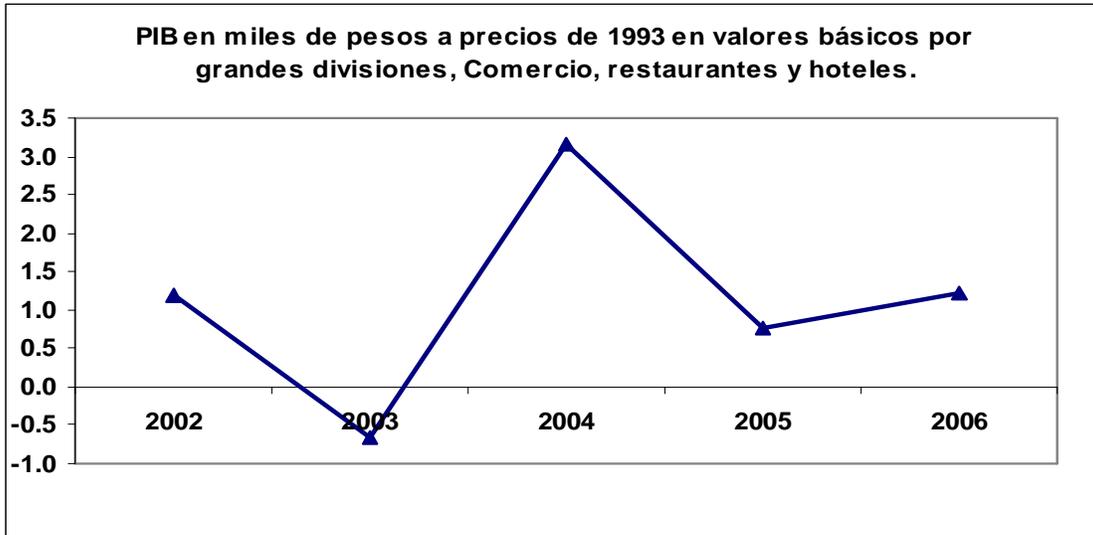
En el 2005 registra una caída, principalmente en los sectores primario y secundario provocado por el impacto del huracán "Stan" a la economía regional.

▪ Producto Interno Bruto PIB (Por grandes divisiones, Chiapas)

Comercio, restaurantes y hoteles

Crecimiento anual del PIB en miles de pesos a precios de 1993

Año	f	%
2001	3,413,216	-
2002	3,453,793	1.2
2003	3,431,038	-0.7
2004	3,539,097	3.1
2005	3,566,004	0.8
2006	3,610,059	1.2
<b>Total</b>	<b>21,013,207</b>	



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los datos del INEGI, Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas.

En lo que se refiere al producto interno bruto en valores básicos por grandes divisiones (comercio, restaurantes y hoteles), encontramos un crecimiento promedio de 3.1% para año de 2004 con una caída colocándose en 0.8% en el 2005 y un pequeño repunte de 1.2 % para 2006.

▪ Afluencia turística en Chiapas

Durante el periodo 2000-2006, la afluencia turística en Chiapas creció a una tasa media anual (tmca) de 6% al pasar de un millón 976 mil 752 turistas en el año 2000 a 2 millones 800 mil 403 en el 2006.

Por su parte, la afluencia de turistas nacionales fue la que más creció con una tmca de 7.4%, pasando de un millón 361 mil 173 turistas a 2 millones 91 mil 370 en el mismo periodo.

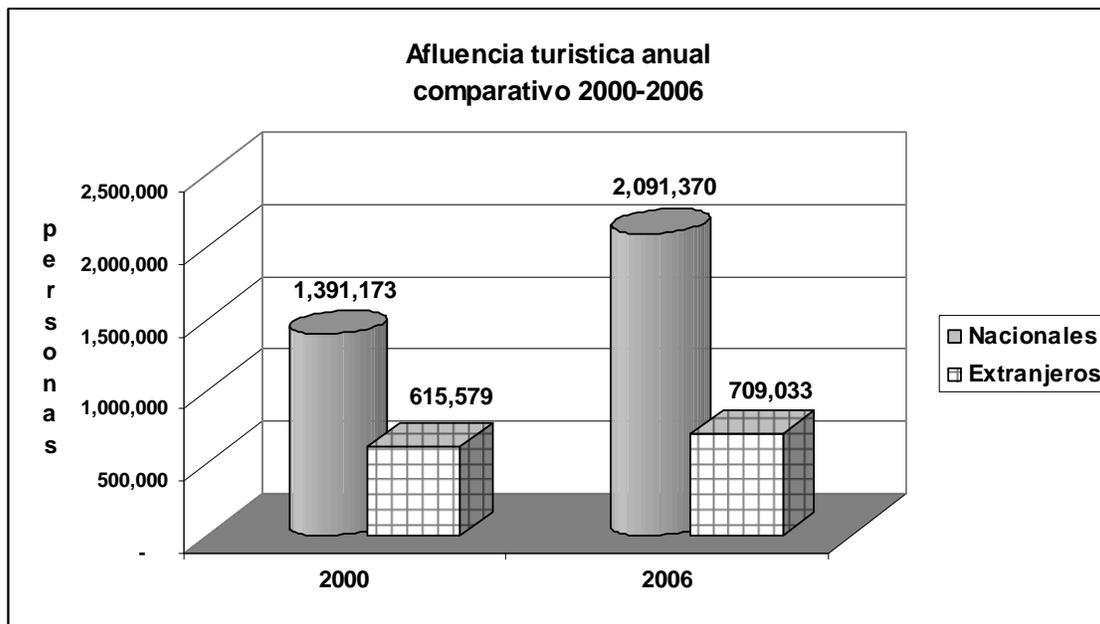
La afluencia de turistas extranjeros se incrementó a una (tmca) de 2.4%, con un registro superior a los 709 mil turistas en el 2006.

**Incremento de la afluencia turística anual**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 <sup>a/</sup>	Tmca <sup>b/</sup> 2000-2006	Participación % en 2006
<b>Nacionales</b>	1,361,173	1,502,139	1,648,953	1,814,539	1,857,537	1,923,633	2,091,370	7.4	74.7
<b>Extranjeros</b>	615,579	481,225	455,597	567,495	679,759	728,984	709,033	2.4	25.3
<b>Total</b>	1,976,752	1,983,364	2,104,550	2,382,034	2,537,296	2,652,617	2,800,403	6.0	100.0

a/ Proyección 2006 con corte a septiembre.

b/ Tasa media de crecimiento anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de información turística estatal (SITE) de la Secretaría de Turismo.

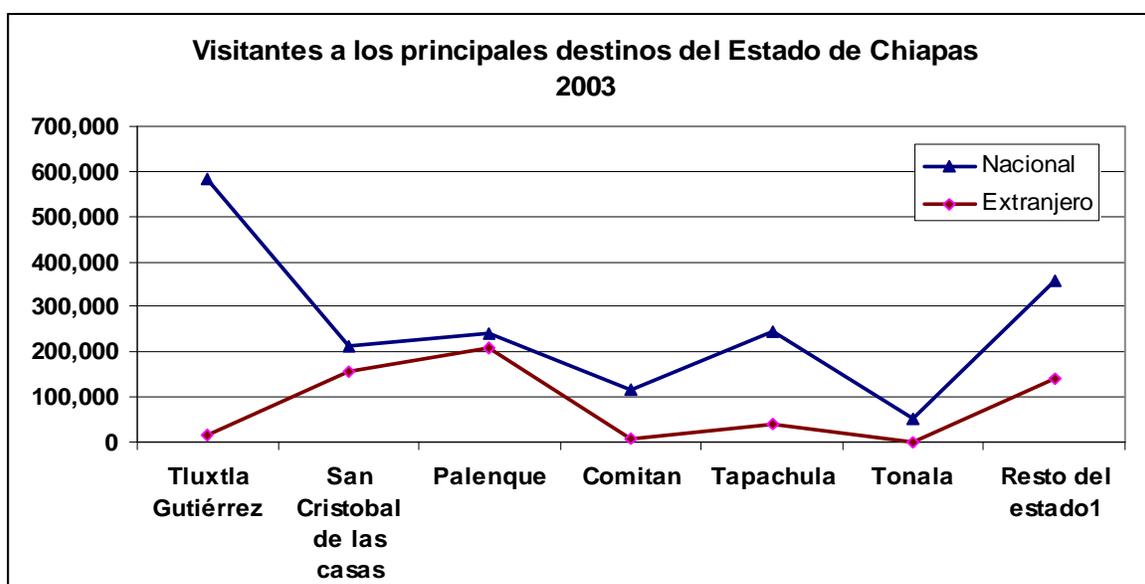


Visitantes a los principales destinos del Estado de Chiapas (2003).

Destinos	Nacional	%	Extranjero	%	Total
<b>Tuxtla Gutiérrez</b>	583,198	97.3	15,793	2.6	598,991
<b>Resto del estado<sup>1</sup></b>	356,605	71.8	139,456	28.1	496,061
<b>Palenque</b>	242,278	53.8	208,071	46.2	450,349
<b>San Cristóbal de las Casas</b>	214,590	57.4	158,771	42.5	373,361
<b>Tapachula</b>	246,538	86.4	38,810	13.6	285,348
<b>Comitán</b>	117,914	94.9	6,255	5.0	124,169
<b>Tonala</b>	53,416	99.3	339	0.6	53,755
<b>Total del estado</b>	<b>1,814,539</b>	<b>76.18</b>	<b>567,495</b>	<b>23.82</b>	<b>2,382,034</b>

Fuente: Dirección de capacitación y servicios turísticos, Sistema de información turística estatal.

<sup>1</sup> Incluye Chamula, Zinacantán, Cañón del Sumidero, Lagunas de Montebello y zonas arqueológicas con excepción de Palenque.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección de capacitación y servicios turísticos, Sistema de información turística estatal.

Podemos observar que el municipio que recibe más visitantes es Tuxtla Gutiérrez, con un 97.3% de visitantes nacionales y solo un 2.6% de extranjeros por ser la capital del estado. En seguida tenemos los lugares turísticos de Chamela, Zinacátlan, Cañón del Sumidero, Lagunas de Montebello y demás zonas arqueológicas exceptuando Palenque con un 71.8% de visitantes nacionales, por 28.11% de visitantes extranjeros. En tercer lugar encontramos como un destino importante a Palenque con el mayor porcentaje de visitantes extranjeros con el 46.2%, y con el 53.8% de visitantes nacionales, sólo le sigue San Cristóbal de las Casas con un 42.5% de extranjeros por 57.4% de visitantes nacionales.



- Ingresos por turismo en el estado

Los ingresos por turismo en el estado presenta una tasa media de crecimiento anual (tmca) de 13.6% durante el periodo 2000-2006, al pasar de 1,678.7 a 3,611.2 millones de pesos.

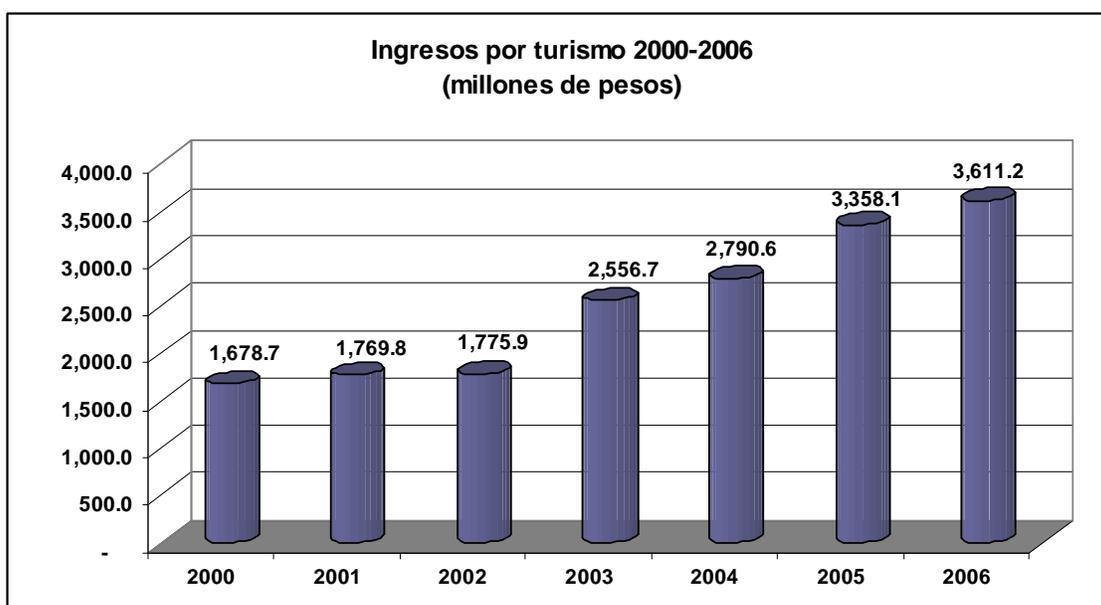
Derivado del comportamiento creciente de la afluencia turística en los últimos seis años, se espera una continuación del crecimiento para 2007 en los mismos términos.

### Ingresos por turismo (millones de pesos)

Destino	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 <sup>a/</sup>	Tmca <sup>b/</sup> 2000-2006
<b>Tuxtla Gutiérrez</b>	385.7	330.3	473.0	514.1	663.5	764.8	612.9	8.0
<b>San Cristóbal de Las Casas</b>	264.5	278.0	305.2	424.0	635.1	661.6	711.4	17.9
<b>Palenque</b>	250.3	206.4	202.2	287.0	414.6	565.3	392.6	7.8
<b>Comitán de Domínguez</b>	45.5	83.9	122.6	306.4	168.6	139.6	116.2	16.9
<b>Tapachula</b>	355.4	438.1	260.6	391.4	239.0	343.3	310.4	-2.2
<b>Tonalá</b>	N.D.	81.4	69.9	77.6	52.3	93.0	109.8	
<b>Resto del estado</b>	377.3	351.7	342.5	566.2	617.6	790.5	1,357.7	23.8
<b>Total (millones de pesos)</b>	<b>1,678.7</b>	<b>1,769.8</b>	<b>1,775.9</b>	<b>2,566.7</b>	<b>2,790.6</b>	<b>3,358.1</b>	<b>3,611.2</b>	<b>13.6</b>

a/ Proyección 2006 con corte a septiembre.

b/ Tasa media de crecimiento anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de información turística estatal (SITE) de la Secretaría de Turismo.



- Infraestructura de establecimientos y cuartos de hospedaje

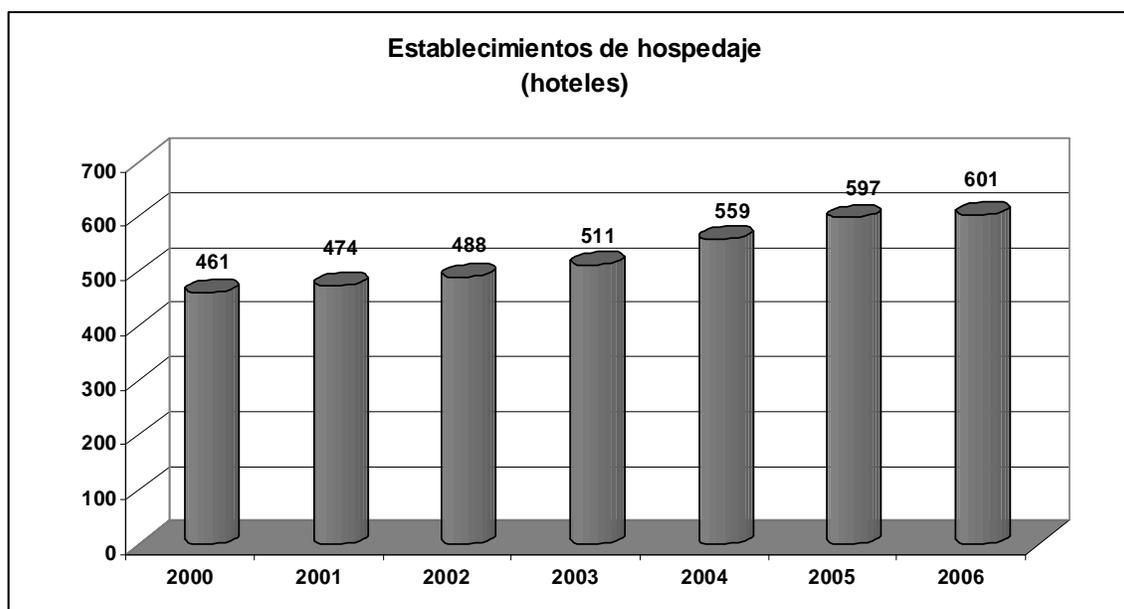
Durante el periodo 2000-2006, la tasa media de crecimiento anual (tmca) es infraestructura de establecimientos de hospedaje y de cuartos fue de 4.5% y 3.6% respectivamente, al pasar de 461 establecimientos de hospedaje en el año 2000 a 601 en el 2006 y el número de cuartos de 11 mil 530 a 14 mil 253.

### Infraestructura de hospedaje

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 <sup>a/</sup>	Tmca <sup>/b</sup> 2000-2006
<b>Establecimientos de hospedaje</b>	461	474	488	511	559	597	601	4.5
<b>Cuartos de hospedaje</b>	11,530	11,824	12,054	12,430	13,121	14,038	14,253	3.6

a/ Corte a septiembre.

b/ Tasa media de crecimiento anual.



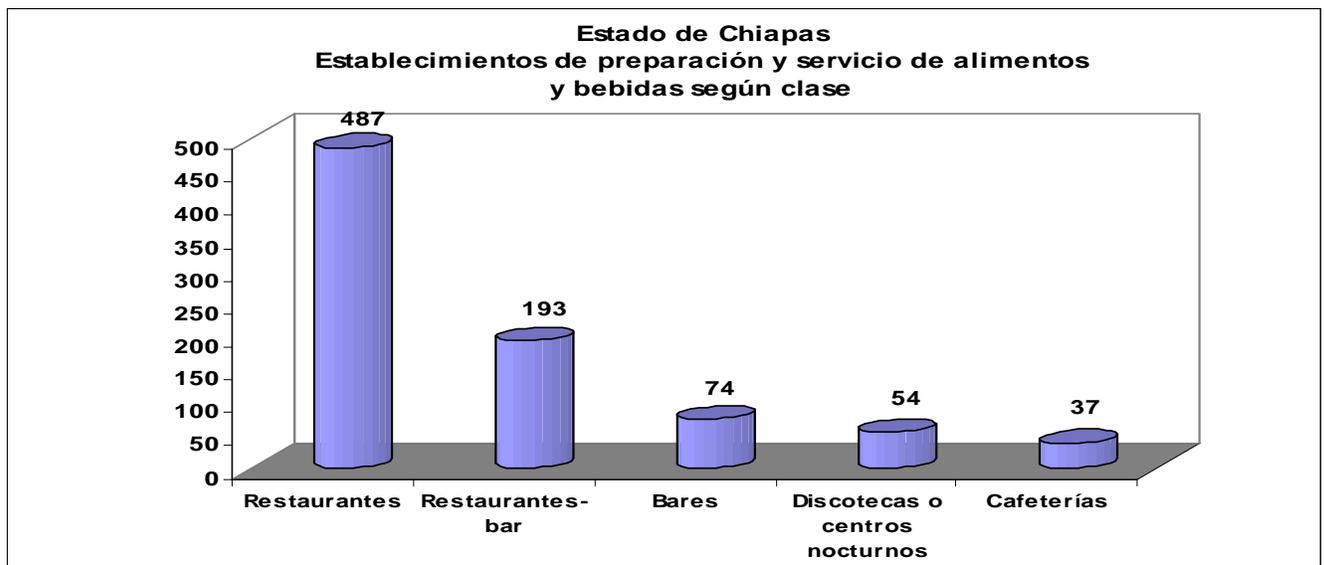
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de información turística estatal (SITE) de la Secretaría de Turismo.



- Establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas según clase del establecimientos

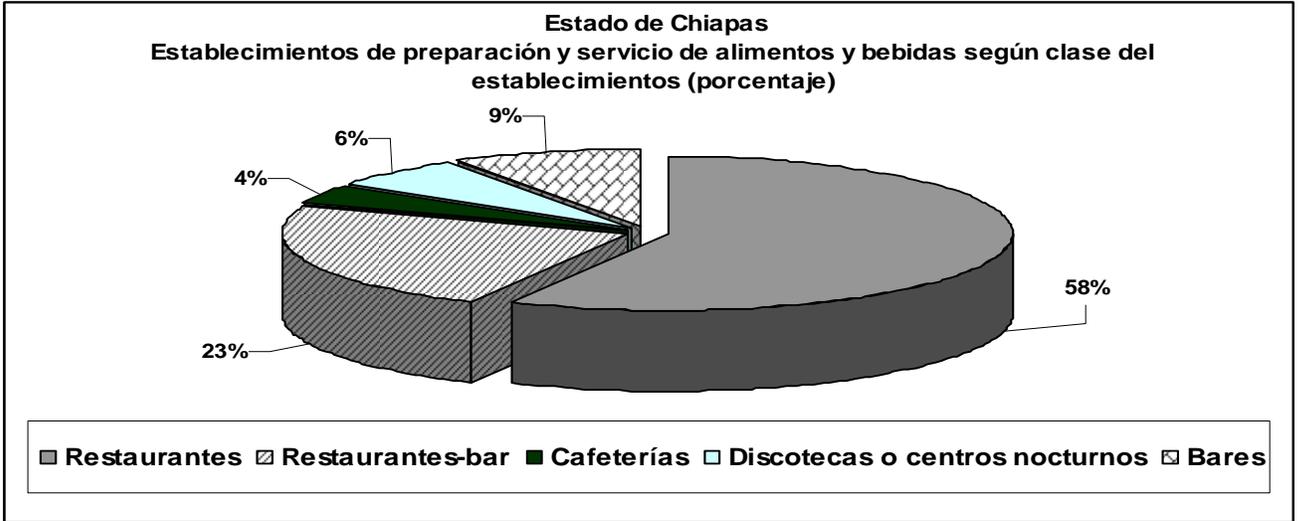
Clases de establecimiento	Número de establecimientos
Restaurantes	487
Restaurantes-bar	193
Bares	74
Discotecas o centros nocturnos	54
Cafeterías	37
<b>Total</b>	<b>845</b>

Fuente: INEGI, *Anuario Estadístico del Estado de Chiapas 2001*.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI, *Anuario Estadístico del Estado de Chiapas 2001*.

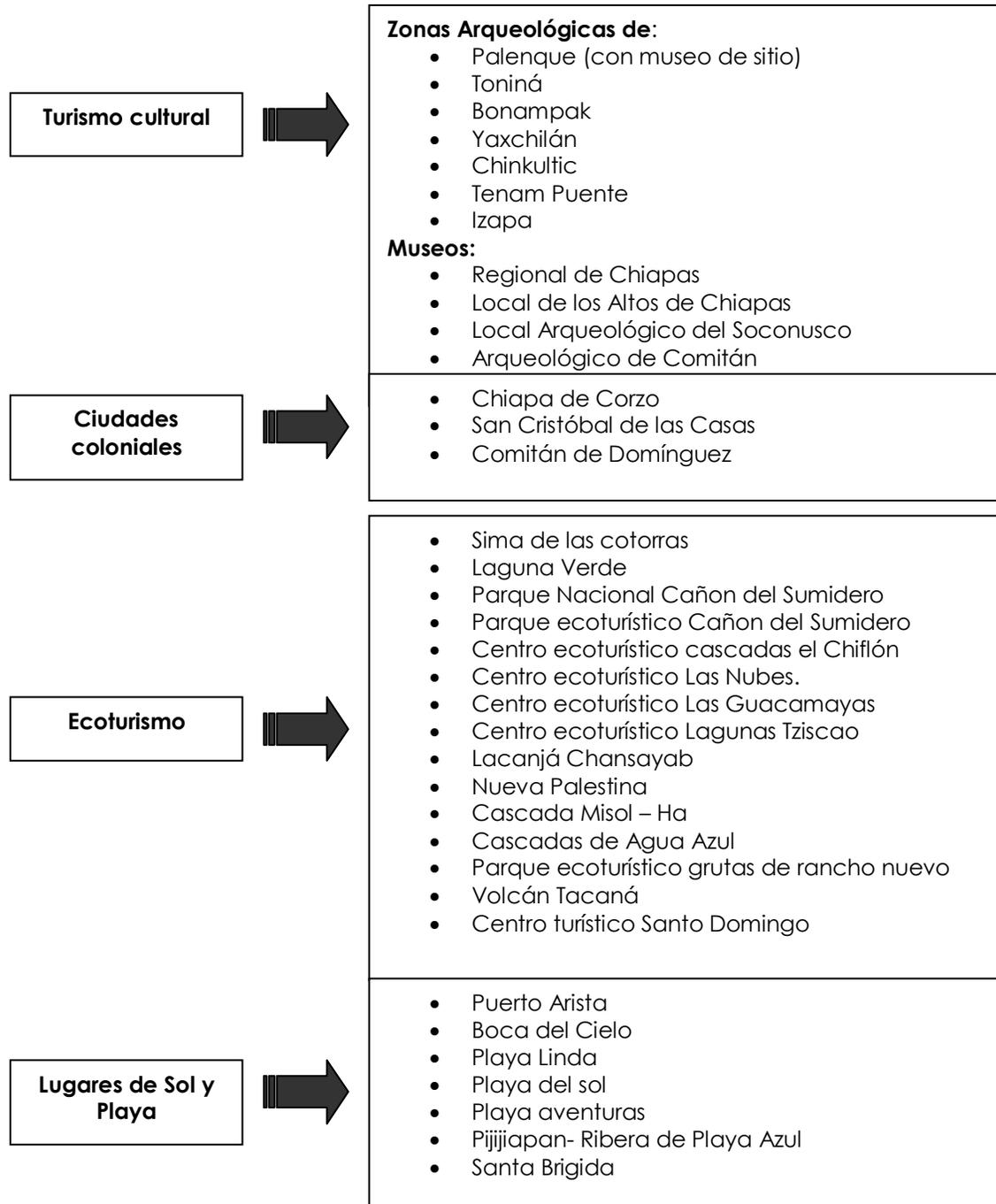
En el estado de Chiapas encontramos que los establecimientos de restaurante son los que más prevalecen con 487 (58%) seguido de los restaurantes bar con 193 (23%) los bares con 74 (9%) discotecas o centros nocturnos con 54 (6%) y cafeterías con 37 (4%) establecimientos, respectivamente.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI, *Anuario Estadístico del Estado de Chiapas* 2001.

## Oferta turística del estado

La oferta turística en el estado de Chiapas está dividida en cuatro grandes grupos: Turismo cultural, ciudades coloniales, ecoturismo y lugares de sol y playa.



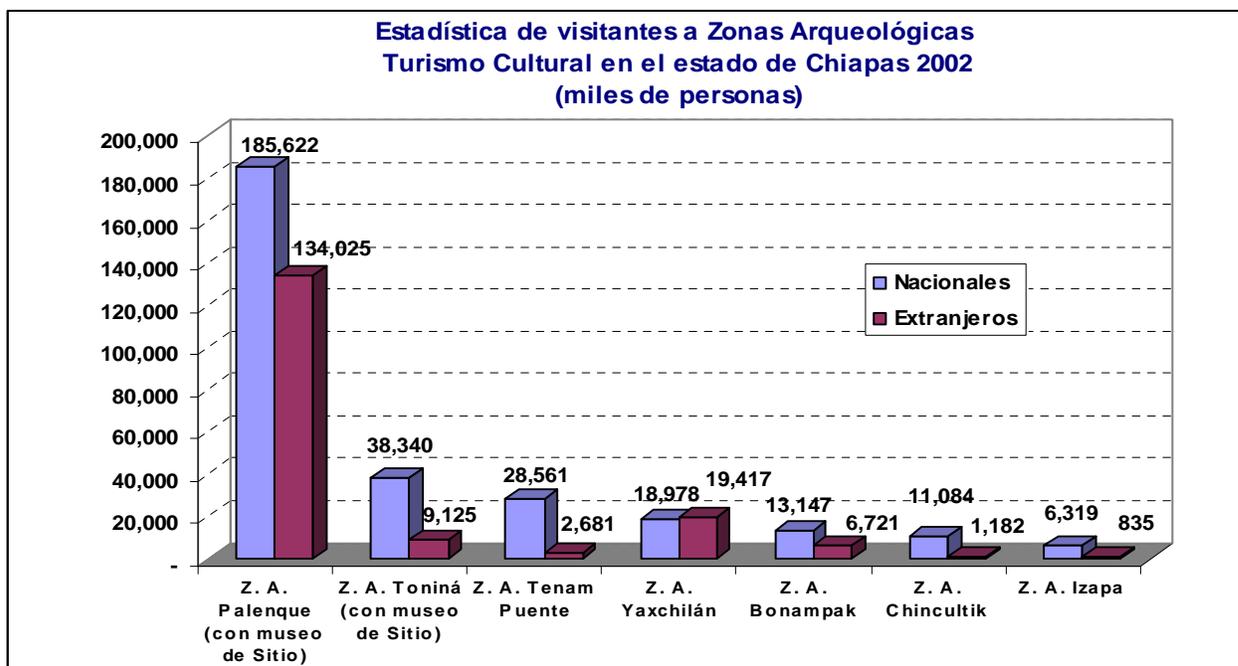
- Turismo cultural en Chiapas 2000 - 2006<sup>1</sup>

**Total de visitantes a Zonas Arqueológicas y Museos en el Estado de Chiapas  
(miles de personas)**

ZONAS ARQUEOLÓGICAS / MUSEOS DE SITIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Totales
Z. A. Palenque (con museo de Sitio)	360,876	322,465	319,647	450,349	426,433	485,618	556,474	2,921,862
Z. A. Toniná (con museo de Sitio)	31,677	40,486	47,465	51,127	46,523	44,944	48,021	310,243
Z. A. Yaxchilán	25,189	32,974	38,395	41,544	50,717	49,043	46,238	284,100
Z. A. Tenam Puente	27,584	31,014	31,242	32,310	31,867	21,839	18,334	194,190
Z. A. Bonampak	19,358	15,400	19,868	25,017	26,908	30,021	25,064	161,636
Z. A. Chincultik	18,191	21,038	12,266	12,266	10,092	10,218	8,831	92,902
Z. A. Izapa	3,234	3,708	7,154	16,847	12,701	15,483	19,299	78,426
<b>Totales</b>	<b>486,109</b>	<b>467,085</b>	<b>476,037</b>	<b>629,460</b>	<b>605,241</b>	<b>657,166</b>	<b>722,261</b>	<b>4,043,359</b>

Fuente: Indicadores de Gestión, Estadística de visitantes, INAH.

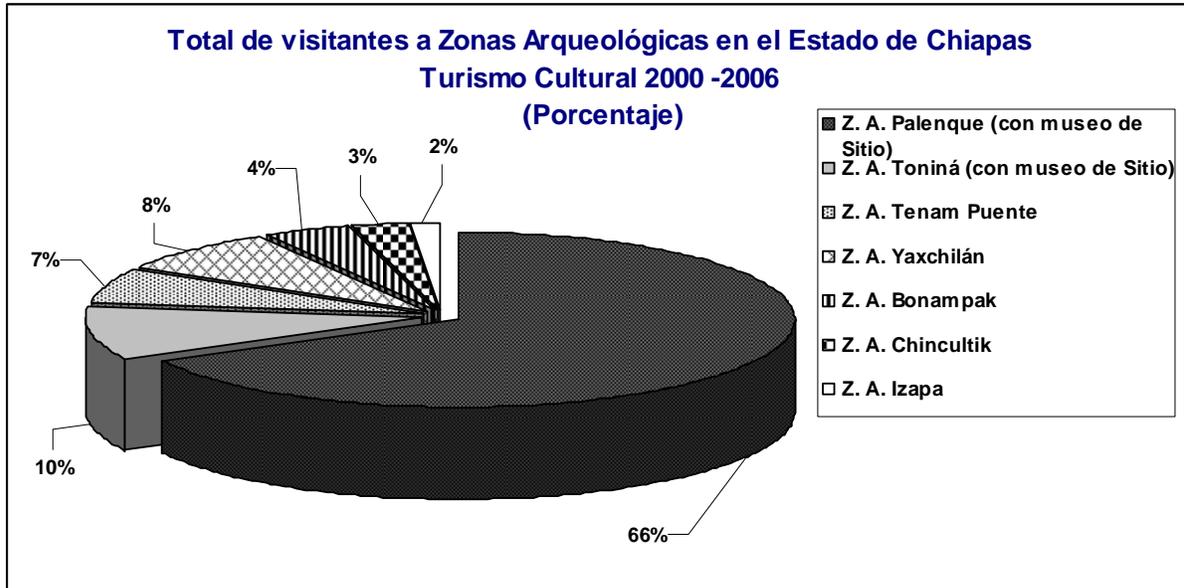
<sup>1</sup> Solo se incluyen zonas arqueológicas y museos de sitio en el estado administrados por INAH.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.

De acuerdo al gráfico anterior podemos observar que la zona arqueológica más visitada en el periodo estudiado es la de Palenque con 2,921,862 visitantes, seguido de las zonas arqueológicas de Toniná (con museo de sitio) con 310,243 visitantes y las de Yaxchilán y Tenam Puente con 284,100 y 194,190 visitantes respectivamente.





Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.

Con relación a los museos en el estado encontramos lo siguiente:

**Total de visitantes a los museos en el Estado de Chiapas  
(miles de personas)**

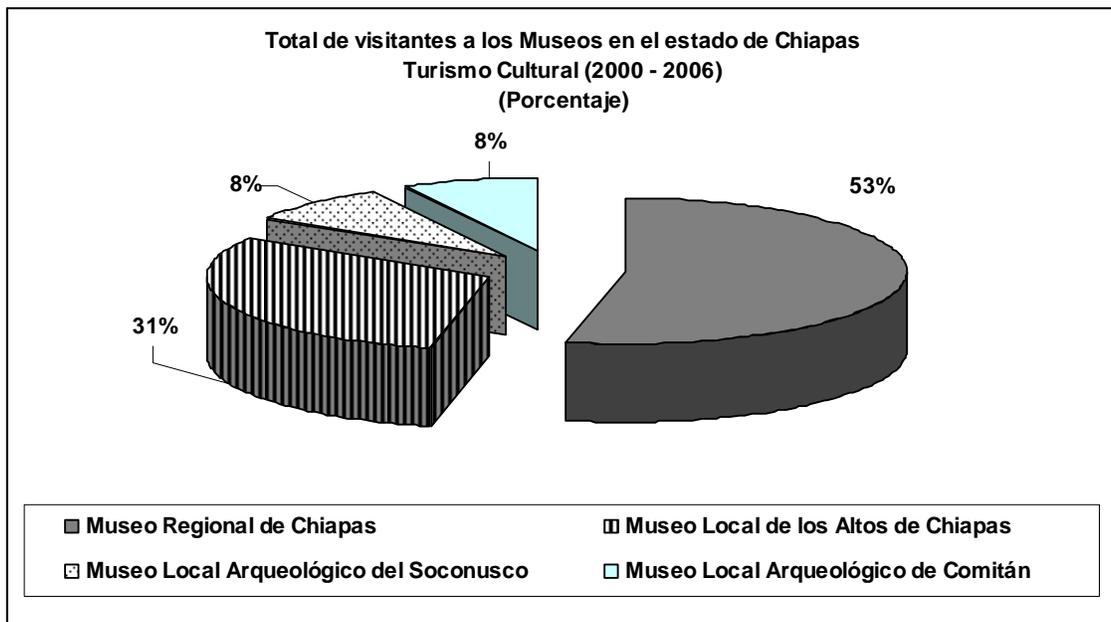
MUSEOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Totales
Museo Regional de Chiapas	19,362	31,144	47,170	51,977	71,386	86,096	56,563	363,698
Museo Local de los Altos de Chiapas	22,676	30,113	30,564	36,755	36,013	25,761	26,254	208,136
Museo Local Arqueológico del Soconusco	12,077	9,769	10,897	0	0	13,347	10,503	56,593
Museo Local Arqueológico de Comitán	7,735	7,679	7,862	6,669	6,186	7,029	9,370	52,530
<b>Totales</b>	<b>61,850</b>	<b>78,705</b>	<b>96,493</b>	<b>95,401</b>	<b>113,585</b>	<b>132,233</b>	<b>102,690</b>	<b>680,957</b>

Fuente: Indicadores de Gestión, Estadística de visitantes, INAH.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.

En esta gráfica podemos observar que el museo con más afluencia es el Museo Regional de Chiapas con 363, 698 visitantes (53%) en el periodo analizado, seguido del Museo local de los Altos de Chiapas con 208,136 (31%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.



## 4.2 Diagnóstico del crecimiento económico del municipio de Palenque

### Introducción

El crecimiento económico reflejado en el turismo ha favorecido la creación de ingresos y empleos en territorios caracterizados por el Turismo Cultural. Tal es el caso del municipio de Palenque que durante años se ha sustentado principalmente por este tipo de turismo, predominando la industria turística cultural.

Las dos magnitudes que se suelen emplear para medir el crecimiento de un país, región, estado o municipio son:

- La tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB)
- El Producto interno bruto por habitante (PIB per cápita)

En general podemos considerar que los determinantes básicos del crecimiento son el aumento del capital físico, la mejora del capital humano, los avances tecnológicos y la mejora en las técnicas de gestión.

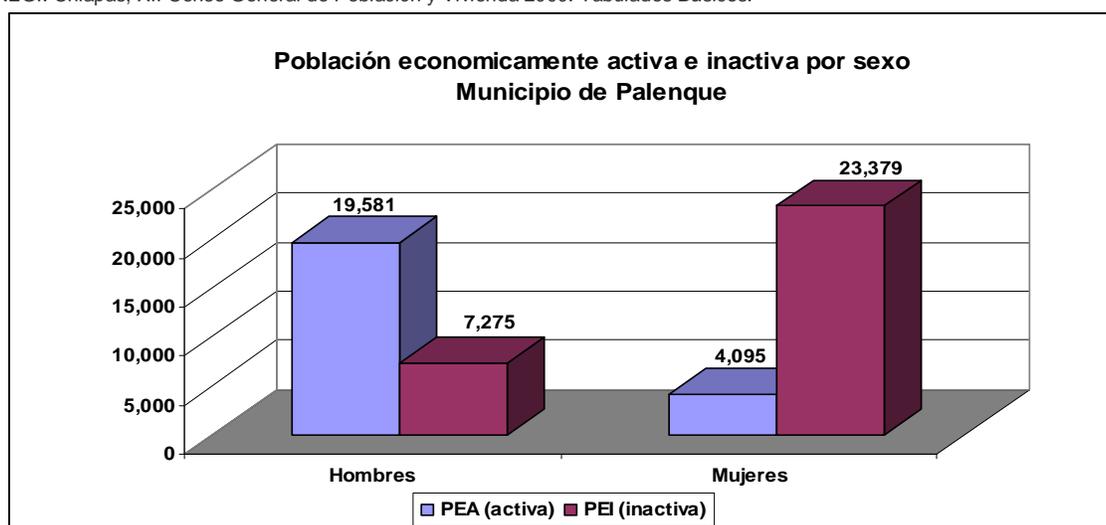
Su desarrollo económico se debe a la importancia a nivel internacional de la zona arqueológica de Palenque; a la que se suman también las zonas arqueológicas de Bonampak, Yaxchilán y Toniná; la zona de protección forestal y refugio de la fauna silvestre Cascadas de Agua Azul, reserva de la biosfera de Montes Azules, Parque Nacional de Palenque, playas de Catazajá, Cascadas Cholhá, Cascadas de San Juan Chancalaito, Cascadas de Agua Clara y las Cascadas de Misol-ha.

### Principales variables macroeconómicas

#### Empleo

Población Económicamente Activa e Inactiva en el Municipio de Palenque						
Concepto	Total	%	Hombres	%	Mujeres	%
<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	<b>23 676</b>	<b>1.94</b>	<b>19 581</b>	<b>82.7</b>	<b>4 095</b>	<b>17.3</b>
PEA Ocupada	23 324	98.51	19 266	82.6	4 058	17.4
PEA Desocupada	352	1.49	315	89.49	37	10.51
<b>Población Económicamente Inactiva</b>	<b>30 654</b>	<b>2.28</b>	<b>7 275</b>	<b>23.73</b>	<b>23 379</b>	<b>76.27</b>

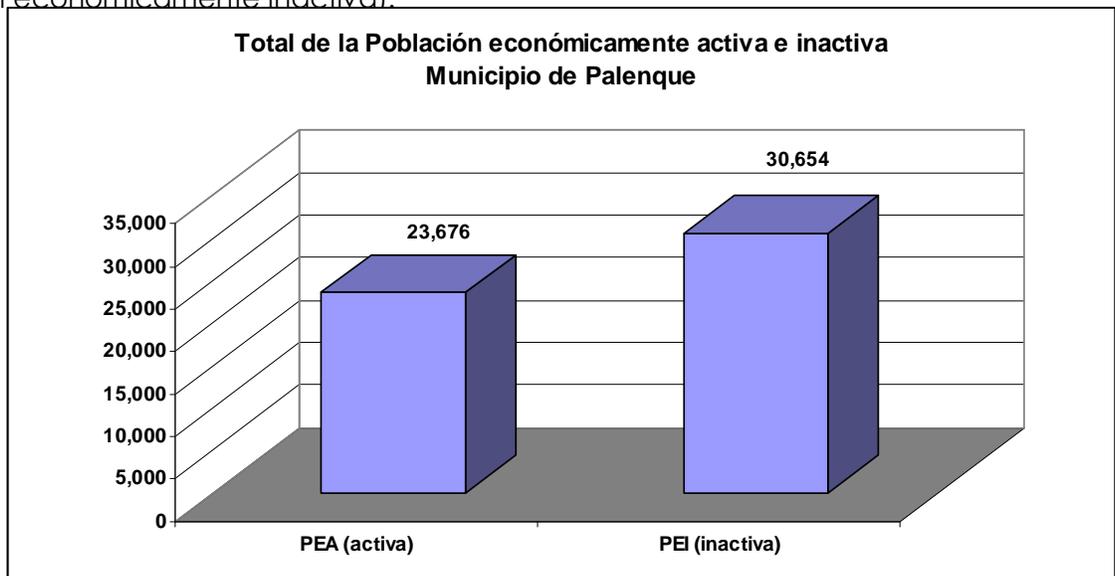
FUENTE: INEGI. Chiapas, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Tabulados Básicos.



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI. Chiapas, XII Censo General de Población y Vivienda 2000.  
Tabulados Básicos

En la tabla anterior y el gráfico podemos observar la relación entre la población económicamente activa e inactiva por género en el municipio de Palenque. En lo que se refiere a los hombres 19,581 se encuentran activos, mientras que 7,275 se encuentran inactivos, mientras que las mujeres sólo 4,095 son económicamente activas las 23,379 restantes no tienen o al menos no se ha identificado alguna actividad económica.

Sin embargo, observando el gráfico siguiente podemos analizar que la población PEA (población económicamente activa) es menor con respecto a la población PEI (población económicamente inactiva).



Fuente: Elaboración propia a partir del INEGI. Chiapas, XII Censo General de Población y Vivienda 2000.  
Tabulados Básicos

## Turismo en el municipio de Palenque

De acuerdo a datos de la Secretaría de Turismo y del Fondo Nacional para el fondo al turismo la ciudad de Palenque es la más próspera en la región cuenta con la mejor infraestructura turística; su propia ubicación le permite ser accesible en circuitos seleccionados por el turismo cultural.

El crecimiento económico reflejado en el turismo ha favorecido la creación de ingresos y empleos en territorios caracterizados por el Turismo Cultural. El caso del municipio de Palenque que durante años se ha sustentado principalmente por este tipo de turismo, predominando la industria turística cultural.

El municipio de Palenque captó por concepto de turismo un total de 2,318.4 millones de pesos en el periodo comprendido de 2000 a 2006. Es importante señalar que a partir de 2003 comenzó un incremento hasta llegar a 2005 con 565.3 millones de pesos y descender al final de este periodo a 392.6 millones de pesos.

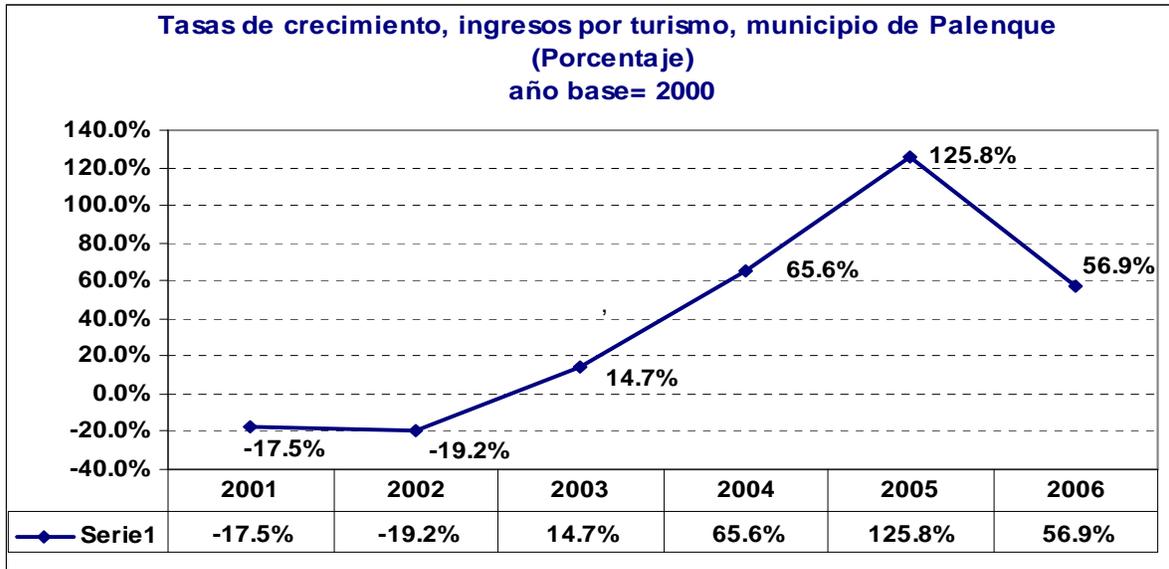
Por lo anterior podemos estudiar el comportamiento de esta variable tomando como año base a 2000 y obtener los siguientes resultados:

**Tasas de crecimiento Municipio de Palenque  
Ingresos por turismo 2000 - 2006  
(millones de pesos)**

Año	Ingresos x turismo	Tasa %
2000	250.3	año base
2001	206.4	-17.5%
2002	202.2	-19.2%
2003	287.0	14.7%
2004	414.6	65.6%
2005	565.3	125.8%
2006	392.6	56.9%
<b>Total</b>	<b>2318.4</b>	

Fuente: Sistema de información turística estatal (SITE) de la Secretaría de Turismo.

Nota: se encuentra incluida la zona arqueológica y el Parque Nacional de Palenque.



Fuente: Elaboración propia a partir del Sistema de información turística estatal (SITE) de la Secretaría de Turismo.

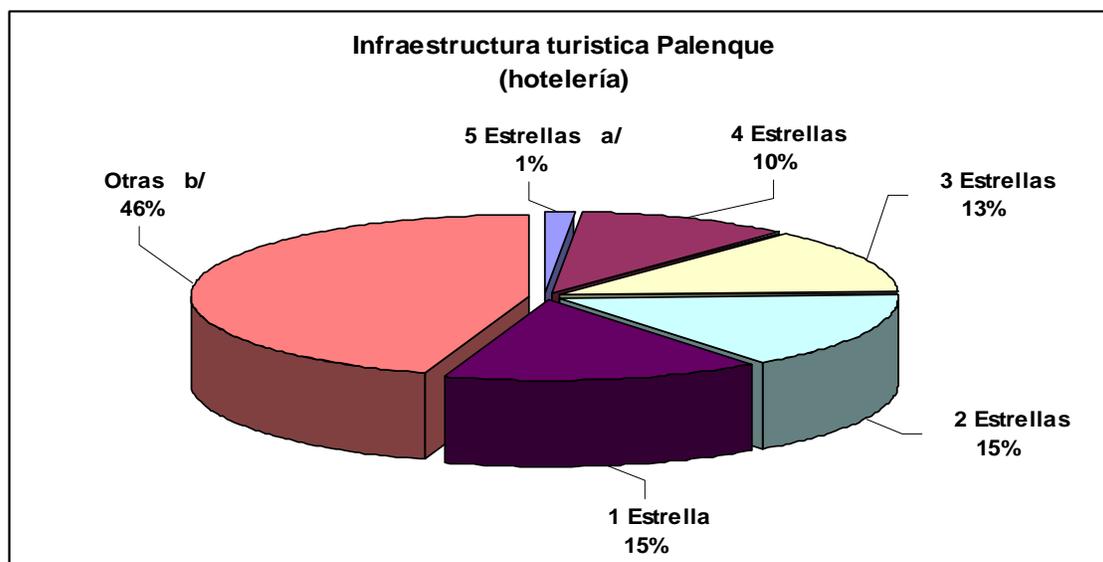
Como podemos observar disminuyeron los ingresos por concepto de turismo entre 2001 y 2002 con respecto al año base de 2000. A partir de 2003 se nota una tasa de crecimiento constante hasta 2005 de 125.8%, de ahí inicia un descenso al año siguiente 2006 a 56.9%, sin embargo, ésta disminución se encuentran por arriba de los ingresos obtenidos en el 2000 (año base).

### Infraestructura Turística en el Municipio de Palenque

Infraestructura Turística	
Hoteles	Total
<b>Total Establecimientos</b>	<b>78</b>
5 Estrellas a/	1
4 Estrellas	8
3 Estrellas	10
2 Estrellas	12
1 Estrella	12
Otras b/	35

Datos referidos al 31 de Diciembre de 2006.

Infraestructura Turística	
Museos y Teatros	Total
Museos	1



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado. Dirección de Capacitación y Servicios Turísticos; Departamento Sistema de Información Turística Estatal

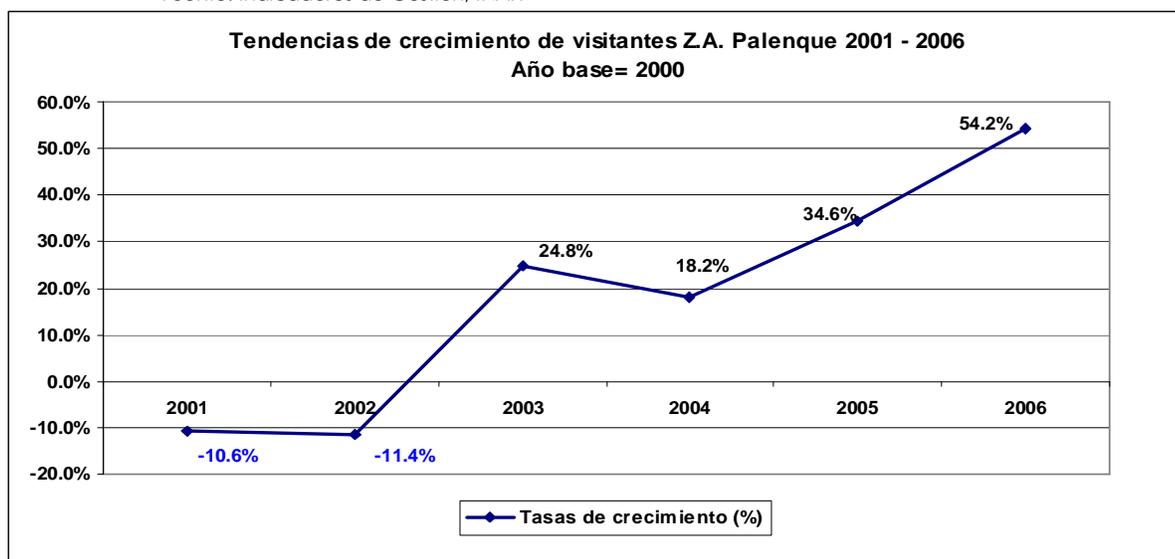
Con relación al gráfico anterior podemos observar que el municipio de palenque posee una diversidad de lugares para hospedarse el 46% se refiere a todas aquellas casas de huéspedes, áreas para acampar, hostales y pequeñas fincas para pernoctar. El 15% lo encontramos en Hoteles de clasificación una estrella, y dos estrella, en seguida los considerados de 3 estrellas con el 13%, y 4 estrellas con el 10%, mientras

que hoteles de 5 estrellas solo representa el 1%, es decir existe una amplia oferta hotelera en el municipio y para distintos niveles de ingreso y gusto.

## Turismo Cultural en el municipio de Palenque

Año	Total de visitantes	Crecimiento %
2000	360,876	0
2001	322,465	-10.6%
2002	319,647	-11.4%
2003	450,349	24.8%
2004	426,433	18.2%
2005	485,618	34.6%
2006	556,474	54.2%
<b>Total</b>	<b>2,921,862</b>	

Fuente: Indicadores de Gestión, INAH



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.

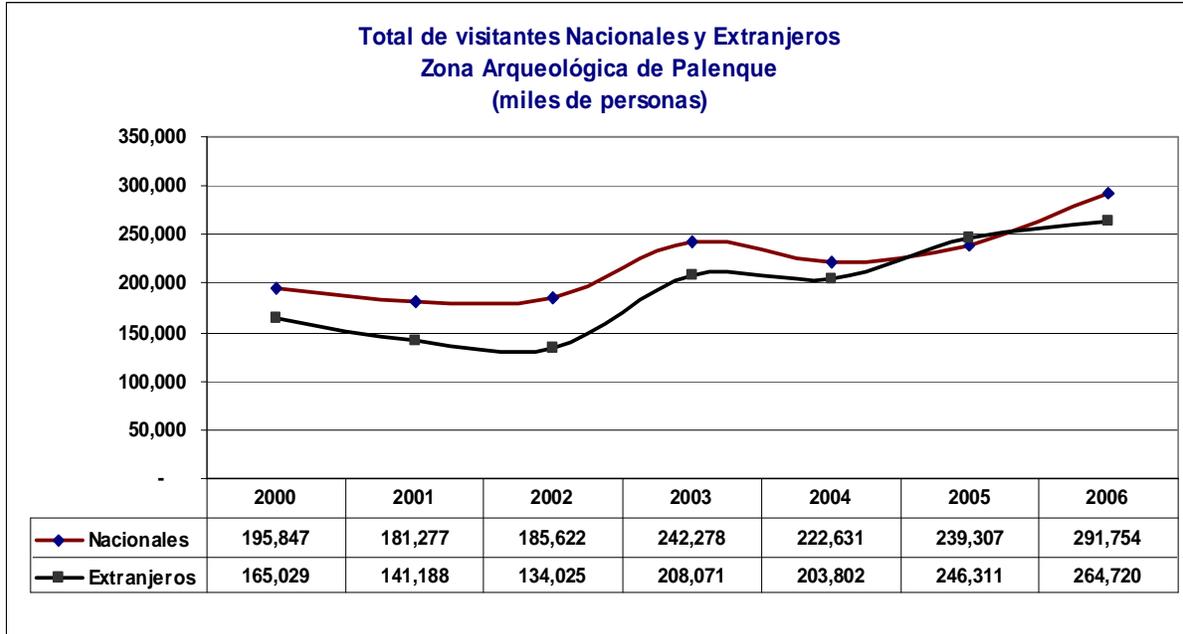
Con respecto al gráfico anterior observamos la tendencia de crecimiento de visitantes a la zona arqueológica de Palenque a partir de 2003 llegando al 24.8% con respecto al año base (2000), cayendo un poco para el año siguiente hasta 18.2% y a partir del mismo año se denota una tendencia de crecimiento positiva, llegando a una tasa de crecimiento del 54.2% al término de 2006.

### Total de visitantes Nacionales y Extranjeros Zona Arqueológica de Palenque (miles de personas)

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
2000	195,847	165,029	360,876
2001	181,277	141,188	322,465
2002	185,622	134,025	319,647
2003	242,278	208,071	450,349
2004	222,631	203,802	426,433
2005	239,307	246,311	485,618
2006	291,754	264,720	556,474

<b>Totales</b>	1,558,716	1,363,146	2,921,862
----------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Indicadores de Gestión, INAH



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INAH Estadística de visitantes, indicadores de gestión.

Con respecto a la afluencia de visitantes tanto nacionales y extranjeros, tenemos que los visitantes nacionales están por arriba de los extranjeros, es hasta el año 2005 donde las tendencias no sólo son a la alza sino llega un momento en que son iguales, el siguiente incremento es hasta el año 2006.

Dentro de las políticas públicas para impulsar el turismo en la región podemos citar el proyecto de **Proyecto Palenque-Cascadas de Agua Azul**

De acuerdo al Fondo Nacional de Fomento al Turismo, (FONATUR) y con relación al proyecto o desarrollo turístico de Palenque, éste se localiza al norte del estado, comprende los municipios de Palenque, Chilón y Tumbalá; es un área selvática, con gran diversidad de flora y fauna silvestre, de clima tropical húmedo y de vegetación abundante, predominando las maderas preciosas (cedros, ceibas, chicozapotes).

Es importante mencionar que el proyecto Palenque –Cascadas de Agua Azul financiado por el FONATUR plantea una estructura urbana y turística como marco de referencia del proceso de su desarrollo. Contempla dos áreas:

- Palenque, donde se prevé la mayor concentración de oferta hotelera y de servicios turísticos.
- Cascadas de Agua Azul, en donde se localizará un parque temático de naturaleza, con una oferta de alojamiento de muy alta calidad.

Objetivos específicos del proyecto:

- Crear un destino turístico de la más alta calidad que impulse el desarrollo de la región selva de Chiapas, con base en sus atractivos naturales, arqueológicos, históricos y culturales.
- Atraer inversiones, generar empleos, aumentar la estadía y el gasto turístico.
- Contar con una infraestructura de comunicaciones y servicios de alta calidad para una afluencia turística creciente, informada y de alto poder adquisitivo.
- Fomentar el aprovechamiento sustentable del enorme patrimonio natural y arqueológico de la zona en torno a Palenque, agua azul, playas de Catazajá, Bonampak y Yaxchilán, entre otros.

Además se cuenta con una red de caminos que comunica a las principales localidades de los municipios de Catazajá, Palenque, Salto de Agua y Ocosingo, donde los pueblos de la región obtienen el abasto de productos de primera necesidad.

Por lo anterior, el municipio de Palenque es considerado el más importante del estado de Chiapas por su dinámica turística, aloja una población en los últimos años de poco más de 85,000 habitantes, concentrándose el 31% en la ciudad de Palenque, dispone de una infraestructura urbana y turística, adecuadas vías de acceso, así como el paso del ferrocarril y un aeropuerto regional.

## Conclusiones

El sector turístico en México ofrece oportunidades para enfrentar los desafíos propios de las regiones que sufren la mayor incidencia de la pobreza y presentan los menores índices de desarrollo humano –regiones que han permanecido al margen del crecimiento de las exportaciones y de la atracción de capitales.

El turismo se caracteriza por exportar servicios cuya producción y consumo ocurre en el ámbito local, favoreciendo en tal sentido la participación de las pequeñas y medianas empresas (PyMe) –e incluso del sector informal– y de regiones con pocas alternativas productivas pero ricas en atractivos naturales y culturales, como es el caso presentado en esta tesis del municipio de Palenque en el estado de Chiapas, sin dejar de mencionar los demás estados del sur del país que poseen características similares.

Con el proceso de descentralización, buena parte de las competencias en planificación y gestión del turismo recaen sobre los gobiernos estatales, que tienen que fortalecer su capacidad técnica y ampliar sus fuentes de financiación para poder hacer frente a sus responsabilidades.

En cuanto a la coordinación en el seno del gobierno federal, ésta es insuficiente para atender las necesidades de un sector transversal como el del turismo. En tal contexto, entre los principales desafíos que enfrenta México para mantener su industria turística y optimizar la contribución del turismo al desarrollo sostenible se destacan lo siguiente:

1. Explotar las oportunidades que ofrece el rico patrimonio natural y cultural del país para promover un nuevo modelo de desarrollo turístico, orientado al progreso regional y local, con el objeto de contribuir a la diversificación de la oferta y lograr un mejor reparto de los flujos turísticos y sus beneficios.
2. Consolidar un modelo descentralizado de la gestión pública en turismo y avanzar en la coordinación interinstitucional a todos los niveles, para aumentar la eficiencia y eficacia en la definición y aplicación de las políticas públicas dirigidas al sector.

En cuanto al desarrollo regional basado en el turismo cultural y la naturaleza, el potencial es enorme, por lo cual se deben fortalecer los programas exitosos e introducir nuevas políticas que establezcan una estrecha relación entre turismo, competitividad y desarrollo territorial, acompañadas de una masa crítica de inversión que permita lograr impactos, conseguir un efecto demostración y acelerar la curva de aprendizaje de los gobiernos estatales.

Considero que a partir de este planteamiento expuesto y una vez revisado el estudio de caso del Turismo cultural en el municipio de Palenque se deberá plantearse un modelo de desarrollo turístico que entre otros planteamientos deberá caracterizarse por:

- 1)** El aprovechamiento de atractivos culturales y naturales, y la puesta en valor de la identidad local;
- 2)** La protección y conservación del patrimonio cultural y natural de la regiones.
- 3)** Favorecer el aprovechamiento de oportunidades de negocio y empleo por la población local, apoyar a las PyMe e impulsar su desarrollo;
- 4)** Promover la implementación de una infraestructura que beneficie por igual tanto al turismo como a la población local y a otros sectores productivos;
- 5)** Evitar los enclaves turísticos, fomentando la integración de la actividad turística en los espacios y en las actividades productivas de los territorios rurales y en pequeños núcleos de población.

Es importante destacar que el mercado nacional supone el 81% del gasto turístico total y que, si bien no genera divisas, contribuye a la redistribución del ingreso y el desarrollo regional.

Todo ello ha contribuido a crear conciencia sobre el hecho de que no se ha logrado un equilibrio entre el crecimiento de la actividad turística y el desarrollo socioeconómico a nivel local, así como sobre la necesidad de planificar e invertir para generar un desarrollo armónico y mantener la competitividad.

En este sentido considero que el turismo cultural en México puede constituir una alternativa para estas regiones con problemas estructurales que ven amenazados sus sectores productivos tradicionales por los efectos de la competencia exterior.

En lo que respecta al marco institucional, además de revisar la estructura y fomentar la coordinación interinstitucional a nivel federal, se deberían intensificar las actividades de fortalecimiento de los gobiernos estatales y municipales en planificación y gestión del turismo local (cultural, ecoturístico, entre otros), mediante mecanismos que combinen información y asistencia técnica, sin olvidar la financiación que les permita salir del círculo vicioso que genera la escasez de recursos.

En todo caso, se debería evitar un efecto de sustitución en el que el gobierno federal asumiese el papel que les corresponde a los gobiernos estatales.

## BIBLIOGRAFÍA

Ávila Aldapa Rosa Mayra, **Turismo Cultural en México, Alcances y Perspectivas**, Trillas, 2007.

Ayala Espino José, **Mercado, elección pública e instituciones**, una revisión de las teorías modernas del estado, Miguel Ángel Porrúa, grupo editorial / Facultad de Economía UNAM, 2004.

Barragán Maya Lourdes, Tesis de Licenciatura, **Diagnóstico del desarrollo social, económico y cultural del municipio de Pinotepa de Don Luis, Oaxaca: Programa Pintepea de Don Luis, Fase II**, 1998. UAM.

Bull Adrian, **La economía del sector turístico**, Alianza Editorial, 1994.

Cabrera Adame Carlos Javier, Gutiérrez Lara Abelardo Aníbal, Antonio Miguel Rubén, **Introducción a los indicadores económicos y sociales de México**, Facultad de Economía, UNAM, 2005.

García Canclini Nestor / Piedras Fera Ernesto, **Las Industrias Culturales y el Desarrollo**, Siglo XXI/SER/FLACSO, 2006.

García Páez Benjamín, **Habilidades para el estudio de la ciencia económica**, Facultad de Economía, UNAM, 2004.

Hernández López Víctor Eduardo, Tesis de Licenciatura, **Centro Cultural: El papel que juega el Centro Histórico en el desarrollo de las megaciudades, Pachuca de Soto, Hidalgo**, 2003, UNAM.

Machuca R. Jesús Antonio, Los retos de la protección del patrimonio cultural ante un mercado turístico de acceso global, **Uso social del patrimonio cultural**, ediciones Quinto Sol, 2004.

Mochón Morcillo Francisco, **Economía y Turismo**, Mc Graw Hill, 2004.

Ruíz Durán Clemente, **Dimensión Territorial del Desarrollo Económico de México**, Facultad de Economía, UNAM, 2005.

Vadillo López Claudio, Patrimonio Cultural, Turismo y desarrollo sustentable: La Habana, Cuba y Campeche, México, **Uso social del patrimonio cultural**, ediciones Quinto Sol, 2004.

Yañez Salazar Alberto, Tesis de Licenciatura, **Tlayacapan: Desarrollo, Preservación y uso adecuado de su Patrimonio Cultural**, 2001, UNAM.

Centro de Estudios Superiores en Turismo, **Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de viabilidad del turismo cultural en México, 2002.**

**Patrimonio cultural y turismo**, Cuadernos, INAH, México, 2002.

Resumen Ejecutivo, **6º. Informe de gobierno del Presidente Vicente Fox** Quesada, Anexo Estadístico, Sección de Turismo y Desarrollo.

**Sitios web:**

Página de la Secretaría de Turismo SECTUR: [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)  
(Sistema de información estadística de la Secretaría de turismo: DATATUR)

Página del Instituto Nacional de Estadística Geografía e informática INEGI: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

Página del Consejo de Promoción Turística de México: [www.cptm.com.mx](http://www.cptm.com.mx)

Página del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos, SIIMT: [www.siimt.com](http://www.siimt.com)

Página oficial del estado de Chiapas: [www.chiapas.gob.mx](http://www.chiapas.gob.mx)

Página oficial del municipio de Palenque: [www.palenque.com.mx](http://www.palenque.com.mx)

Página del Comité Técnico Especializado en información Estadística y Geográfica del Estado de Chiapas: [www.seieg.chiapas.gob.mx](http://www.seieg.chiapas.gob.mx)

Página del Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH: [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx)

Página de la Intranet del Instituto Nacional de Antropología e Historia: <https://paginah.inah.gob.mx>

Página del Consejo para la Cultural y las Artes, CONACULTA: [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx)

Sistema de información turística estatal (SITE) de la secretaria de Turismo, Dirección de Capacitación y Servicios Turísticos.

Página del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.  
[www.fonatur.gob.mx](http://www.fonatur.gob.mx)

## GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS

**BANOBRAS:** Banco Nacional de Obras.

**CONACULTA:** Consejo para Culturas y las Artes.

**CONAGUA:** Comisión Nacional del Agua.

**CESTUR:** Centro de Estudios Superiores en Turismo de la Secretaría de Turismo.

**CFE:** Comisión Federal de Electricidad.

**Cuenta satélite del turismo:** son un instrumento estadístico indispensable que permite a los países medir el tamaño relativo y la importancia de los viajes y el turismo, junto con su contribución al producto interno bruto (PIB). Aprobado por las Naciones Unidas en marzo de 2002 y aprobado por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas.

**Ecoturismo:** turismo en áreas naturales protegidas como medio de obtener beneficios económicos mediante la preservación de los recursos naturales.

**Enclave turístico:** Desarrollos turísticos de gran escala que se mantienen separados de la economía local y la cultura, por diseño. Hay preocupación sobre su impacto en las zonas rurales.

**FONATUR:** Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

**Organización Mundial de Turismo (OMT):** Organismo de las Naciones Unidas formado en 1970, tiene su base en Madrid, y su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Esta conformada por casi 150 países.

**OCPM :** Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial.

**Patrimonio Cultural:** es el conjunto de todos los bienes, materiales (tangibles) o inmateriales<sup>1</sup> (intangibles), que, por su valor propio, deben ser considerados de interés relevante para la permanencia de la identidad y la cultura de un pueblo

**Parque Nacional:** Espacio natural de la tierra o mar designadas para

- Excluir la explotación
- Proteger la integridad ecológica
- Proveer oportunidades de recreación

**Palenque:** significa "lugar de casas fortificadas", recibe el nombre de Palenque por la ciudad fundada en el siglo XVI por Fray Pedro Lorenzo de la Nada, misionero dominico que dio nombre de Santo Domingo de Palenque.

**Política Turística:** es la acción del Estado dirigida al estímulo y protección de los intereses turísticos nacionales". Por lo tanto es la suma de esfuerzos, tendencias y disposiciones inclinadas a cuidar y fomentar los intereses del turismo".

**Proyecto turístico:** Se refiere a desarrollos turísticos, mega desarrollos y desarrollos inmobiliarios.

**Pueblo Mágico:** es un programa lanzado inicialmente en el año 2001 por la Secretaría de Turismo de México. El objetivo de este programa es impulsar el turismo en pueblos típicos y ciudades pequeñas mexicanas, donde sus pobladores han guardado por muchos años un estilo de vida particular y tradicional, típicamente mexicano.

**PyMES:** Pequeñas y Medianas Empresas.

**SEDESOL:** Secretaría de Desarrollo Social.

**SEMARNAT:** Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

**SE:** Secretaría de Economía.

**SEP:** Secretaría de Educación Pública.

**STPS:** Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

**Tmca:** Tasa de crecimiento anual.

**Turismo:** es el desplazamiento temporal y voluntario de personas, el cual efectúan por razones diversas y que conlleva a una interacción de turistas, proveedores de negocios, gobierno y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y alojar a éstos turistas y otros visitantes, provocando efectos económicos, culturales y sociales en la región o país visitado.

**Turismo Cultural:** estudia la relación entre cultura y turismo, analiza la demanda, el gasto y el perfil; caracteriza la oferta de destinos turístico-culturales, identifica los principales atributos y regiones, asimismo presenta un análisis comparativo de México con países y destinos competidores

**United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO):** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

## APÉNDICE

### PALENQUE

#### Antedecentes Históricos y Arqueológicos

Palenque se localiza al norte del estado de Chiapas, en la zona conocida como Tierras Bajas del Sur. En su momento y gracias a su privilegiada posición, controló varios pueblos de sus alrededores. Aproximadamente del 100 a. C. al 100 d. C. comienzan a aparecer pequeños asentamientos a lo largo del río Usumacinta. Es durante esta época que Palenque emerge como una pequeña comunidad agrícola, y para el Clásico Tardío (600- 900 d. C.) es uno de los centros más importantes de la región.

Los textos jeroglíficos que narran la historia de las ciudades de esta área, en la que Palenque jugó un papel relevante, son abundantes. La primera ocupación de la ciudad tuvo lugar alrededor del 100 d.C. del 300 al 600 d.C. Palenque que convirtió en un pequeño centro que aprovechó su posición entre las tierras altas de Chiapas, las tierras bajas del Petén y la costa del Golfo, para sostener nexos comerciales con los pueblos que allí se asentaban. En esta época, los habitantes del sitio se cambiaron al área de la Plaza Principal. Sin duda, en ese tiempo los habitantes de Palenque pertenecían al mismo grupo maya que los de otros sitios de las márgenes del Usumacinta, como Yaxchilán, Piedras Negras y Bonampak.

Esta relación se aprecia en rasgos arquitectónicos y artísticos comunes, así como en inscripciones jeroglíficas de la época. Durante su momento de esplendor, Palenque fue el centro rector de una parte considerable de la cuenca del Usumacinta, con una dinastía gobernante que trazó su ascendencia hasta llegar a señores míticos, quizá tan remotos como los Olmecas. El primer dirigente de la dinastía registrado en los textos jeroglíficos es K'uk' Balam I (Jaguar-Quetzal), en el año 431 d.C., según una inscripción realizada por un gobernante posterior, Kan Balam I (jaguar-Serpiente), quien gobernó Palenque del 572 al 583 d.C.

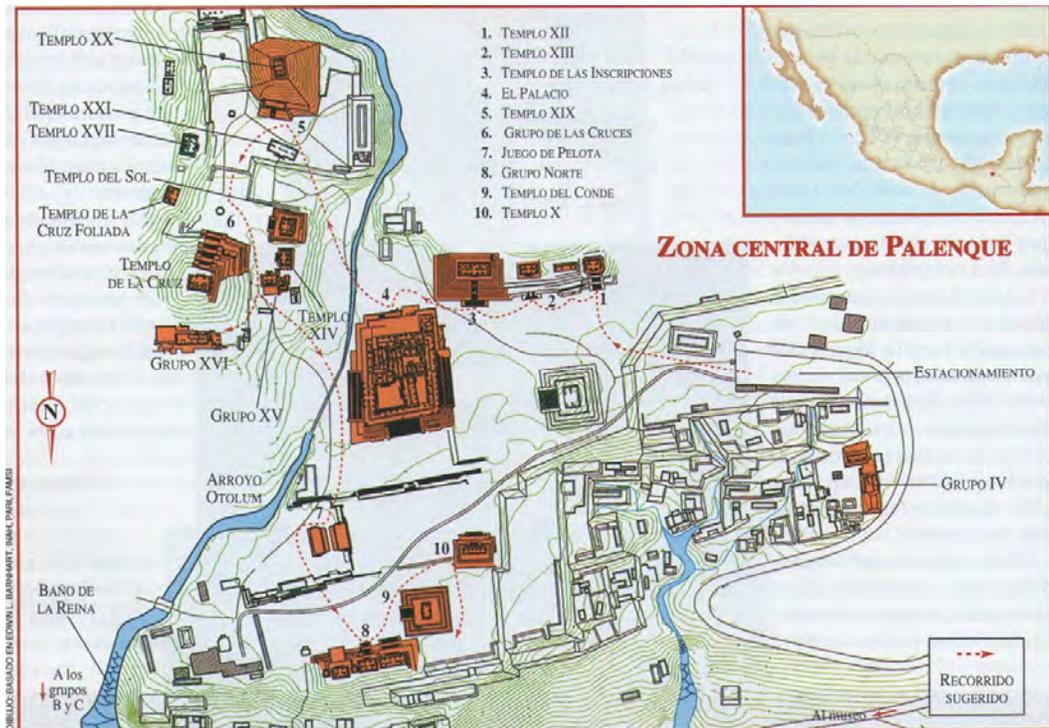
Las inscripciones de los templos de Palenque registran la historia del sitio, incluyendo la del famoso gobernante K'inich Hanab Pakal (escudo de rostro solar). Los reyes de Palenque escribieron repetidamente la historia del sitio para recordar el poder de ese centro durante una época en la cual ésta estaba en peligro debido a la amenaza de lugares cercanos, como Bonampak y Toniná ( de hecho, Toniná capturó a un gobernante de Palenque). Al parecer, las actividades constructivas en Palenque cesaron alrededor del 783 d.C., mientras que las rituales concluyeron hacia el 810 d.C. Para después del 900 d.C. , ciudad se hallaba en completo abandono.

#### Porque visitarlo

Palenque es uno de los sitios arqueológicos más impresionantes y atractivos del área maya y de México. Sus múltiples templos y edificios resaltan por su decoración de estuco y por las innumerables inscripciones jeroglíficas que narran la historia de los gobernantes de Palenque. Cuando la ciudad emergió como un de los centros más importantes del mundo del periodo Clásico Maya.

## El Sitio Arqueológico

El sitio arqueológico se encuentra aproximadamente a 9km del pueblo de Santo Domingo de Palenque, por la autopista 186. El museo inaugurado formalmente en 1994, se localiza en la base de la colina y cuenta con tienda de regalos y cafetería. A 7.5 km del pueblo se ubica la entrada peatonal al sitio, antes de cruzar el arroyo Otolum. El auto se llega siguiendo el camino hasta el estacionamiento, que se encuentra justo en la entrada principal al sitio. Existe transporte público.



### Cinco aspectos importantes a tomar en cuenta

1. **El templo de las inscripciones.** Es muy recomendable ascender al edificio para apreciar los tres tableros con las inscripciones jeroglíficas que le dan el nombre al edificio, para luego ascender a la tumba del gobernante Pakal, la cual fue descubierta en 1952 por el arqueólogo Alberto Ruz Lhuillier (cerrada por los trabajos de mantenimiento)
2. **Dos hallazgos recientes:** La tumba de la Reina Roja, descubierta en 1994 en el templo XIII y notable por sus similitudes con la tumba de Pakal, y las exploraciones realizadas en 1999 en el templo XIX, al cual se le relaciona con el nieto de Pakal
3. **El museo de sitio:** En él se exhiben alrededor de 300 espléndidas piezas provenientes de la zona arqueológica.

4. **Un baño en el arroyo Otulum.** El cual cruza la zona arqueológica y que cuenta con dos espacios naturales que disfrutar de la frescura de sus aguas: el baño de la sombrillas y el baño de las Mariposas, en conjunto conocidos como Baño de la Reina.
5. **Una camita por los alrededores.** Para apreciar la flora y la fauna del sitio, el cual también es reconocido en el mundo por la rica variedad de especies de aves que se aprecian en el Parque Nacional Palenque, declarado Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.

## INFORMACIÓN TURÍSTICA

### Cómo llegar

**En automóvil:** Para llegar a Villahermosa desde la ciudad de México se toma la autopista 150 rumbo a Puebla, y se pasa por Orizaba y Córdoba, hasta la Tinaja, Veracruz; se sigue por la autopista 145 hacia Minatitlán y Coatzacoalcos, para continuar 180 hacia Villahermosa. De Villahermosa a Palenque se toma la autopista 186 hacia Emiliano Zapata. En Catazajá (114 km antes de Emiliano Zapata) se da vuelta hacia el sur en la autopista 199 y se continúa hasta Palenque.

**En autobús:** De la Terminal de autobuses del Poniente (TAPO), salen autobuses a Villahermosa. Los autobuses parten desde las 7:00 hr; por la tarde hay corridas cada hora. Hay servicios de primera clase, Gran Lujo y UNO. El viaje toma alrededor de 10 hr. En la central de Villahermosa salen los autobuses hacia Palenque; el trayecto es de dos horas. Hay varias salidas al día.

**En avión:** Aeroméxico y Mexicana tiene a diario varios vuelos a Villahermosa. El viaje es de una hora con quince minutos aproximadamente. Mexicana tiene dos vuelos diarios de Tlaxtla Gutiérrez a Palenque.

### Donde hospedarse

El pueblo de Santo Domingo de Palenque es una buena base para iniciar el recorrido. Allí se encuentra alojamiento para todos los presupuestos se pueden mencionar: Hotel Misión Palenque, Hotel la Cañada, Hotel Chan-kah, además de cabañas y zonas para acampar como son Panchán, El Mayabell y El Chanac, que tiene precios muy accesibles.

### Dónde comer

En el pueblo de Palenque no es difícil encontrar el restaurante de su preferencia. Los hay de comida mexicana, regional e internacional que siempre se adaptan a cualquier bolsillo. Entre otros están: El Arbolito, Girasoles, La Palapa de Apohel, Maya Cañada y Maya Centro con un precios intermedio con comida regional e internacional.

## **Cuando ir**

La estación de lluvias comienza entre mayo y junio; en julio y agosto hay un periodo seco llamado "canícula": a partir de septiembre las lluvias son intensas y se prolongan hasta noviembre. Durante estos meses el clima es muy caluroso y húmedo, pero el verde de la vegetación es muy hermoso y la neblina ocasionada por la lluvia le da un toque peculiar y misterioso al sitio. La mejor época para visitar la región es enero, febrero y marzo, los meses "secos" y los periodos más frescos del año.

## **Qué llevar**

Asegúrese de llevar ropa ligera: pantalón largo, camisa de algodón; zapatos cómodos, aptos para caminatas, para subir a los edificios y recorrer senderos por la selva. Se recomienda usar sombrero y lentos oscuros para protegerse del sol, bloqueador solar y repelente contra mosquitos. No olvide llevar agua; el recorrido suele ser largo y el caluroso ambiente podría deshidratarlo. Una muda de ropa es útil si planea nadar o refrescarse en el arroyo Otulum.

## **Si viaja con niños**

En palenque se hacen visitas largas y muchas caminatas, así que planee descansos y lleve consigo algún refrigerio. Los vestigios son impresionantes y los niños sabrán apreciarlos. Además, hay muchas historias acerca de las inscripciones y de las tumbas que les podrán ser narradas por los guías.

## **Clima**

Caluroso y húmedo. La temperatura promedio es de 25° C más. La temperatura más templada tiene lugar de diciembre a febrero, con nortes ocasionales.

## **Servicios de guías**

El sitio cuenta con un amplio servicios de guías: sin embargo, siempre es útil llevar una guía impresa y planear su propio itinerario para explorar el sitio y los alrededores con libertad.

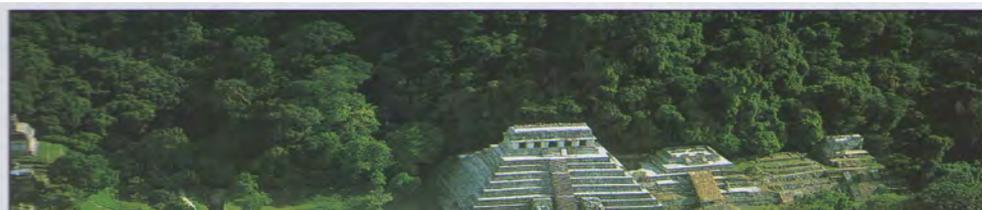
## **Horarios**

Sitio arqueológico: de 8:00 a 17:00 hr.

Museo de sitio: 8:00 a 16:00 hr.

Domingos y días festivos la entrada es libre.

Fuente: Revista de Arqueología Mexicana, Vol. VIII, núm 45 marzo de 2009.



Vista panorámica de la zona central del sitio arqueológico de Palenque.