

Lej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES.  
"CAMPUS ARAGON"**

**"LA IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA  
ECONOMÍA MEXICANA (1988-1997), ESTUDIO DE  
CASO "BARRANCAS DEL COBRE" (CHIHUAHUA)".**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A :  
**CLAUDIA LETICIA PEREZ PEREA**

ASESOR: MTRO. JAIME LLANOS MARTINEZ



MÉXICO

1999

275269

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

Gracias a Dios por su infinita bondad.

Gracias a mis padres por infundir en mí el espíritu de lucha, las ganas de vivir, de triunfar y por su gran amor y fe en mí.

A mi tía Laura y mi tío David por el especial apoyo brindado.

A mi tía Meche, mi madrina Chayo y mi madrina Mech, porque sin personas como ellas la lucha sería aún más ardua.

A Miguel Molina por su apoyo incondicional.

Gracias a JONAH por las facilidades otorgadas.

A mis amigos que fueron ejemplo y apoyo para seguir adelante.

Al Maestro Jaime Llanos por su tiempo y asesoramiento.

Gracias a todas aquellas personas que de algún modo colaboraron con la realización y culminación de este pequeño triunfo

GRACIAS A TODOS POR AYUDARME A DESTRUIR LA  
INDECISIÓN  
CON LA ACCIÓN  
A SEPULTAR LAS DUDAS BAJO LA FE Y  
A DESTRUIR EL TEMOR CON LA CONFIANZA.

CLAUDIA LETICIA.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1 El turismo en México.	
1.1 Antecedentes históricos. ....	6
1.2 Reseña histórica del fomento al turismo.....	12
1.3 Situación actual del turismo. ....	24
CAPÍTULO 2. La importancia del turismo en el estado de Chihuahua.	
2.1 Principales atractivos turísticos en Chihuahua.....	40
2.2 Investigación y análisis de competencia en el estado.....	49
2.3 Origen y magnitud de turistas captados en el estado de Chihuahua. ....	55
CAPÍTULO 3. Estrategias de desarrollo turístico en “Barrancas del Cobre”.	
3.1 Generalidades sobre “Barrancas del Cobre”. ....	59
3.2 Descripción del proyecto de “Barrancas del Cobre”.....	68
3.3 Análisis de factibilidad y rentabilidad del proyecto.....	75
3.4 Perspectivas del proyecto “Barrancas del Cobre”.....	78
CAPÍTULO 4: El futuro del turismo en México.	
4.1 Importancia socio-económica del proyecto de “Barrancas del Cobre” para la región ....	82
4.2 Importancia del turismo en el crecimiento económico del estado de Chihuahua ....	86

4.3 Factibilidad del proyecto para emplearse en el desarrollo turístico de otras zonas de la República Mexicana.....	89
4.4 El papel desempeñado por el turismo dentro de la economía nacional . . . . .	91
4.5 El futuro del turismo como actividad económica. . . . .	94
CONCLUSIONES . . . . .	98
BIBLIOGRAFÍA. . . . .	104
HEMEROGRAFÍA.....	107
ANEXO.....	108

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico actual de México no sólo permite, sino que exige el desenvolvimiento y el fortalecimiento de actividades dinámicas que por las exigencias de nuestro desarrollo habían quedado postergadas. Dentro de dichas actividades destaca el turismo, visto como un renglón que representa un medio de vinculación de los diferentes sectores de la actividad económica del país.

Sin embargo, la debilidad de la estrategia económica, y particularmente turística de México sobre todo en administraciones pasadas, ha quedado en claro durante 1985 con motivo de las diferencias existentes entre la administración de Reagan y la política exterior mexicana en relación a Centroamérica. Bastaron algunas campañas en E.E.U.U. - que tiene más de 3,000 kms. De fronteras compartidas con México - sobre presunta inseguridad en las carreteras mexicanas, así como hipotética falta de garantías a los turistas, para que el turismo se redujera drásticamente, afectando con ello una fuente vital de ingresos ya que el 90% del turismo receptivo en México procede de los Estados Unidos.

A pesar de las críticas y los desafíos que conlleva una industria como el turismo, no se pueden olvidar los beneficios ampliamente económicos que de él se derivan.

Es por esto que a lo largo del presente trabajo de investigación y análisis se pretende mostrar una visión mas amplia de los beneficios que el turismo da a México, sobre todo para su economía.

Se analizará el estudio de caso denominado "Barrancas del Cobre" en el estado de Chihuahua tomando en cuenta la estrategia neoliberal que caracterizó al sexenio Salinista (1988-1994). La necesidad de crecer en forma sostenida y elevar los niveles de competitividad, como resultado de las tendencias globalizadoras e integradoras mundiales, propició en México la adopción –en la década de los ochenta's- de una nueva estrategia de desarrollo económico basada en la teoría neoliberal, orientándose a propiciar la desregulación económica cuyo objetivo era la recuperación económica. Para el neoliberalismo, las transformaciones estructurales realizadas propician mejores niveles de eficiencia, productividad y crecimiento económico.

En el primer capítulo se conocerá la evolución que el turismo ha tenido a lo largo de la historia; sus inicios, su evolución, su desarrollo y su situación actual.

A lo largo del segundo capítulo se analizará el papel socio-económico que el turismo ha jugado específicamente dentro del estado de Chihuahua; se dará a conocer una visión de los atractivos turísticos con que cuenta el estado y la importancia que el turismo tiene para el mismo.

El capítulo tercero nos ocupará en conocer el proyecto turístico denominado "Barrancas del Cobre", el cual se tomó como referencia para la investigación y el análisis de ésta tesis. Se dará a conocer el lugar y sus bellezas naturales, el proyecto turístico en pleno, la factibilidad y rentabilidad que presupone dicho proyecto, así como sus perspectivas de desarrollo y éxito.

En el cuarto y último capítulo se hará un análisis final del proyecto de "Barrancas del Cobre", su importancia para la región así como para el estado de Chihuahua. Se analizará también la importancia de una industria en crecimiento como lo es el turismo para la economía del estado, así como la factibilidad del proyecto para emplearse y desarrollarse en otros estados. También se juzgará la importancia del turismo para la economía nacional y por último se manejarán las perspectivas y el futuro que tiene el turismo (y los alcances que puede llegar a tener) como una de las actividades económicas del presente.

*Cabe destacar que el turismo se ha constituido en un renglón prioritario dentro del esquema económico de muchas naciones, tanto desarrolladas como en vías de desarrollo.*

En el caso específico de México, el turismo se ha convertido hace ya algún tiempo, en una de las fases más vigorosas dentro de la economía del país. Sus beneficios han posibilitado en años recientes el nacimiento y la promoción de centros turísticos (como el de "Barrancas del Cobre"), los cuales en un corto lapso se tornan en auténticos polos de prosperidad regional.

Al final, el objetivo general es hacer un llamado de atención a la gente y concientizarla de que todos podemos colaborar en hacer que la imagen de México sea bella y segura, para que tanto inversionistas como turistas se den cuenta del potencial que tiene nuestro país como anfitrión y en consecuencia el turismo se convierta en un factor determinante de la estabilidad financiera y de la solvencia y equilibrio económicos de nuestro país.

## CAPÍTULO 1: EL TURISMO EN MÉXICO.

### 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

La evolución del turismo no se ha dado sólo en los terrenos material, de equipo, instalaciones, servicios y economía; también se observa una evolución considerable en las estructuras culturales, en la planeación, en los conceptos y criterios y en las actitudes mentales; han quedado atrás los días en que el turismo produjo serios impactos en el campo de la formación y comportamiento individual, y en lo colectivo, cuando se consideraba que “hacer turismo era traición a la patria”.

Si en rigor no puede hablarse de turismo o algo semejante con anterioridad al reinado de Cuauhtémoc, en cambio existen abundantes testimonios del encanto especial que desde esos tiempos ejercían, entre propios y extraños, la grandeza de las bellezas naturales y culturales asentadas en el territorio nacional y del impulso por recorrerlo. Como consecuencia de ello se conoce la presencia desde entonces de ciertas instalaciones, infraestructuras, actitudes, comportamientos y condiciones esenciales que peculiarizan el turismo de nuestros días y que puede considerarse, incuestionablemente, la representación de los antecedentes de esta actividad.

La fundación de Tenochtitlán, entraña en sí misma física y espiritualmente el final del exhaustivo viaje de un pueblo y el principio de la apasionante preactividad del turismo mexicano de nuestros días<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> MacDonald, Eugenio.- "Historiografía de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823" - Mexico, 1981.- Ed Bodoni, S A.- p 26.

Se han dado múltiples testimonios sobre la existencia de viajeros y actividades de viajes antes de la llegada de los españoles, los cuales constituyen parte esencial de ese mundo fascinante que entonces existía en el territorio que actualmente ocupa nuestro país. En ese entonces igual que muchos de los turistas de nuestros días, los viajeros que no obstante perseguían objetivos de comercio, comunicación, mensajería o políticos, no podían sustraerse, en gran parte de sus viajes, de comportarse o quedar inmersos en la atmósfera de atractivos, motivaciones y placeres turísticos.

En el México precortesiano no hay noticias de que hubiese algo semejante a nuestros hoteles, aunque lo que sí es bien sabido es que los pueblos que habitaban el territorio nacional iban de un punto a otro para ejercer varias actividades. Sin embargo, la falta de caminos tuvo necesariamente que traer como consecuencia la ausencia de viajes entre la mayoría de la población, restringiéndolos casi exclusivamente a los núcleos dedicados a estas actividades comerciales, políticas, de mensajería, militares, de comunicación, por lo que los datos de antecedentes de instalaciones son sumamente escasos.

Las veredas y caminos existentes en ésta época representan la prueba evidente de una actividad viajera significativa en la vida de los habitantes de entonces.

Los testimonios inciertos, incipientes, aislados de los posibles antecedentes del turismo mexicano apuntados anteriormente para la época pre-cuauhtémica, se multiplican y cobran un sentido más cercano a esta naturaleza en el espacio que abarca la época colonial.

La conquista y colonización de México acompaña a numerosos e intrépidos viajeros nacionales y extranjeros que sienten la necesidad de visitar y explorar nuestro país en un afán por satisfacer anhelos de conocimiento con relación a su geografía, sus bellezas naturales, lo original y típico de su sociedad, hábitos y costumbres criollas, en resumen todas las características que hacen entonces tan singular, atractiva e interesante esta región del mundo.

De aquellos días han quedado innumerables y fascinantes testimonios de marchas, misiones especiales, relatos, hazañas, elogios, experiencias, aventuras y episodios en los que se pone de relieve, al mismo tiempo, la evidencia maravillosa de los primeros sucesos de naturaleza turística y lo penoso de las dificultades que rodearon sus intentos; viajes caóticos, incómodos y llenos de peripecias, en medio de esplendorosos e inconmensurables paisajes humanos y geográficos.

El mal estado y la falta de caminos, la dificultad de los transportes, y los peligros inherentes a ellos (ladrones, amenazas y enfermedades) y las pésimas condiciones de las instalaciones (posadas, postas, ventas y mesones donde se mal comía y mal dormía), determinaron que estos primeros pasos del turismo fueran limitados y reducidos, pero dentro de un escenario maravilloso y enorme.

Con la conquista, México se incorpora a un estilo de vida diferente con influencia preponderantemente europea, y surge así la necesidad de construir caminos que puedan transitar los carruajes y las bestias de carga y tiro.

“Fue el propio Hernán Cortés el primer caminero de la tierra que conquistaba, y para sus empresas de armas mandó trazar y abrir amplios

caminos. Como ejemplo tenemos el camino interoceánico Veracruz-Acapulco, el de "tierra adentro"- el más largo de todos que llegaba hasta Santa Fe en Nuevo México- San Luis Potosí, México-Monterrey, y las que iban a Valladolid y Guadalajara, subsidiarias del de Querétaro.

Los caminos de México, o están trazados en la mesa central desde Oaxaca hasta Santa Fe, o se dirigen desde la altiplanicie hasta las costas. Los primeros podrían ser grandes arterias que partían de la capital de la Nueva España y atravesaban Tabasco y Guatemala y llegaba hasta las Hibueras (Honduras), en el mismo año de 1523 ordena la construcción del camino a Tampico, en cuyo puerto se construyó el primer muelle de la Nueva España”<sup>2</sup>.

Algunos tramos de estos caminos eran brechas pero con el tiempo sirvieron para la construcción en forma de carreteras a través de las que se desarrollaba el comercio.

Terminada la Conquista y establecido el régimen virreinal se crearon los ayuntamientos (1521-1579) a cuyo cargo y promoción estuvieron los caminos que se extendieron a lo largo y ancho del territorio de la Nueva España.

Durante toda la época colonial los caminos estuvieron en mal estado y por lo mismo la evolución de los transportes destinados a circular en ellos fue muy lenta. La evolución de los transportes puede resumirse de la siguiente manera: se viajaba a pie, a caballo, en sillas de mano, en andas, en lomos de mula, de asnos, de indios con mescal, en carretas tiradas por bueyes; hacia el

---

<sup>2</sup> MacDonal, Eugenio.- Op. Cit p 6.

siglo XVI deben haber llegado los primeros coches a la Nueva España los cuales eran sumamente rudimentarios hechos de cuero negro claveteado. En el siglo XVII éstos se habían transformado en doradas carrozas tapizadas con sedas. Desde 1805 corrían entre México y Puebla coches llamados diligencias mas éstas comenzaron a desaparecer con los ferrocarriles.

Para satisfacer las enormes necesidades de albergue y alimentación de numerosos viajeros, surgieron en la época colonial las primeras instalaciones pre-turísticas, se trataba de restaurantes y hoteles primitivos, aunque entonces no llevaran ese nombre, sino los más castizos de “posadas”, “ventas”, “mesones”, “hosterías” o “paradores” bien distintos a los actuales pero que indudablemente son sus antecedentes; precisamente el primer “mesón” y la primera “venta” de todo el Continente Americano se establecieron en territorio de la Nueva España.

“En los tres siglos de gobierno español en México, al crecer el comercio y sobre los caminos que lo hicieron posible se multiplican al parejo de ellos “ventas” y “mesones” diseminándose por todo lo que fue el territorio de la Nueva España”<sup>3</sup>.

Como podemos observar, la naturaleza anteriormente referida de los transportes que existían en esa época, como complemento requerían establecimientos donde descansar de lo fatigoso del viaje y donde también los animales pudieran reparar fuerzas o ser sustituidos por otros; de esta manera es como nacen en la Nueva España a orillas de los principales caminos las ventas, en ellas el viajero no buscaba comodidades y

---

<sup>3</sup> *Ibidem* - p. 38

servicios, sino tan sólo reposar de los arduos días del recorrido.

Lo lento de los transportes y lo extenso del territorio, hacían que el trasladarse de un punto a otro en la Nueva España requiriera varias jornadas, y como sólo durante el día se solía caminar, las ventas también tenían la función de cobijar durante la noche a los viajeros y aun defenderlos de los peligros que pudieran surgir.

Mesones y ventas estaban provistos de una organización primaria elemental, en la que el dueño o encargado del establecimiento, en forma personal y directa, auxiliado por familiares y criados, servían al viajero. Se trataba pues, de una administración de carácter comercial.

Los edificios destinados a ser ventas o mesones eran con frecuencia casas adaptadas para tal fin, dotadas de grandes patios o corrales para dar albergue a los animales, y no se necesitaba promover la llegada de viajeros, pues la clientela estaba asegurada. Su estructura material por tanto, era sobria y modesta, casi podemos calificarla de austera.

A diferencia de las ventas -las cuales estaban distribuidas a lo largo de los caminos que existían en la época colonial-, los mesones se establecían en las ciudades, procurando agruparse, como costumbre, en una misma calle o zona urbana.

Otra importancia fundamental de las ventas o posadas establecidas a lo largo de los caminos que se iban abriendo fue que en muchos casos sirvieron de

núcleos o determinaron el sitio en donde se fundarían nuevos pueblos o ciudades.

Al mismo tiempo, en los centros urbanos aparecen los mesones. Los clientes de estos establecimientos son personas pertenecientes al pueblo, ya que los grupos de personas que pertenecían a las esferas encumbradas solían alojarse en casas de parientes o amigos. Este hecho dio a los mesones un tinte popular, y sus instalaciones y servicios, necesariamente económicos, fueron ajenos a toda idea de lujo, al que sus usuarios no estaban acostumbrados y no podían pagar. Como recuerdo de estos establecimientos es nuestra actual calle de Mesones, a la que dieron nombre los que ahí se abrieron al público.

Tales fueron los primeros mesones y las primeras ventas de la Nueva España, que en su mayoría llevaban el nombre del Santo Patrón del lugar o del Santo Patrón del fundador.

## 1.2 RESEÑA HISTÓRICA DEL FOMENTO AL TURISMO.

La etapa del nacimiento del turismo en México se ubica en los años que van desde la década de los veinte a la de los cuarenta, ésta se caracteriza porque las corrientes turísticas de importancia provienen del extranjero, de hecho no existe turismo nacional.

Es durante dicho periodo en el que se crean los primeros servicios propiamente turísticos: hotelería turística; agencias de viajes; organismos especializados.

En el año de 1922, aparece el primer grupo organizado de turistas; ese mismo año se crea la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles que más tarde se transforma en la Asociación Mexicana de Hoteles.

El sector público se preocupa desde el principio por la importancia que el desarrollo y fomento del turismo tienen para la economía nacional, razón por la cual la política revolucionaria aplicada en este sector ha sido congruente y continuada. Durante el gobierno del General Plutarco Elías Calles, se promulga la Ley de Migración del 15 de enero de 1926, donde por primera vez aparece en nuestra legislación el concepto de turista, al considerar así al extranjero que visita la República por distracción o recreo, y cuya permanencia en territorio nacional no exceda de seis meses<sup>4</sup>.

Durante el gobierno del Licenciado Portes Gil se crea la Comisión Mixta Pro-Turismo, con fecha 6 de julio de 1929, que tenía como meta incrementar el movimiento turístico hacia el país. Establece las bases sobre las que muchos años después será estructurado este importante sector económico. Se conjuga la participación del sector público y de la iniciativa privada.

En el periodo presidencial del señor Pascual Ortíz Rubio se promulga la Ley de Migración, el 30 de agosto de 1930, que derogó la Ley del 15 de enero de 1926, la cual señala los requisitos particulares para los turistas extranjeros y

---

<sup>4</sup> Herrerías, Armando - "El turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario" - Comisión Técnica de Turismo del PRI - México, 1964.- P.p. 12-14.

es promulgada la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo (la cual se integraba por Asamblea General, subcomisiones y un Comité Ejecutivo) y su Reglamento. Dichas disposiciones representan un paso más en la estructuración legislativa del turismo.

En el régimen del General Abelardo L. Rodríguez, se cambia el criterio legislativo al otorgar a la Secretaría de la Economía Nacional las atribuciones legislativas que en materia de turismo correspondían hasta entonces a la de Gobernación.

Durante este régimen, se promulgó el 8 de marzo de 1933 el Reglamento que creó la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo. La política que impera en esta materia es la de lograr una mayor centralización.

En 1934, es nuevamente la Secretaría de Gobernación la dependencia encargada de aplicar las leyes relativas al turismo; de manera particular se concede a las Cámaras de Comercio la prerrogativa de tratar directamente los asuntos migratorios.

El gobierno del General Lázaro Cárdenas se preocupa por una labor legislativa para el desarrollo del turismo y el 3 de mayo de 1935, se promulga el Decreto que reglamentó la Fracción XXX, del artículo 2o. de la Ley de Secretarías de Estado, que crea la Comisión Nacional de Turismo, integrada por el Comité Ejecutivo, el Consejo Patrocinador y el Consejo Consultivo. Estas disposiciones reglamentan lo relativo al turismo de manera amplia y en forma extraordinaria. Se puede observar en el Decreto la participación activa del sector privado en esta importante rama.

El 24 de agosto de 1936, se promulga la Ley General de Población, dejando en manos de la Dirección General de Población de la Secretaría de Gobernación lo relativo a propaganda turística y vigilancia de los servicios fundamentales.

El 7 de junio de 1937, se regula el oficio de guía de turistas y la actividad de las agencias de viajes. Se crea el Departamento de Turismo, órgano de la Secretaría de Gobernación encargado de desarrollar las actividades relacionadas con esta materia.

En 1938 principia el movimiento de organizaciones privadas que fomentan el turismo como el Club de Viajes PEMEX y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, con el objeto de continuar la labor de divulgación tanto en el país como en el extranjero.

El 9 de diciembre de 1939, se promulga la Ley que crea el Consejo Nacional de Turismo, que procura la colaboración de los gobiernos de los estados con el federal, al establecer las Comisiones Locales del Turismo.

En la década de los cuarenta empieza a desarrollarse en forma muy acelerada el fenómeno turístico y en México cobra gran auge. En materia de servicios se construyen grandes hoteles, se multiplican las agencias de viajes, aparecen los transportes turísticos y los guías especializados.

En el sector oficial también se multiplican las actividades durante el régimen del General Ávila Camacho. Con motivo de la Segunda Guerra

Mundial. México declara la guerra a las potencias del Eje y por ese motivo el *turismo se estanca y descende*.

Es importante mencionar que en la esfera privada surgen los grandes pioneros del turismo, que con su esfuerzo cimientan el edificio de esta importante actividad. Nacen las primeras promociones, organizaciones, servicios; se marcan las metas y los cauces fundamentales de lo que más tarde habría de constituir la industria del turismo. Entre estos hombres destaca, sin duda alguna, la figura de don Lucas de Palacio, como uno de los forjadores del turismo mexicano<sup>5</sup>.

Durante el régimen del Licenciado Miguel Alemán, la industria turística ocupa un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país. el gobierno le concede suma atención y surgen los grandes centros turísticos. Así llega a constituirse el turismo como una de las más importantes industrias de nuestra economía nacional.

El 25 de noviembre de 1947, se promulga la Ley que crea la Comisión Nacional del Turismo. Constituida por el Consejo Nacional y por el Comité Ejecutivo. El presidente del Consejo Nacional era el Secretario de Gobernación. El Comité Ejecutivo, formado por cinco miembros, fue el precedente del Consejo Nacional de Turismo que desapareció al fallecer Miguel Alemán en 1983, siendo absorbidas sus funciones por la Subsecretaría de Programación y Fomento Turístico. Esta ley establece una mayor intervención del Estado en las empresas privadas dedicadas a prestar servicios turísticos.

---

<sup>5</sup> Ramírez Blanco, Manuel.- "Teoría General de Turismo" - Ed. Diana.- México, 1994 - p. 16.

El 5 de abril de 1949, se promulgó el reglamento de la Ley que regula el funcionamiento de los servicios turísticos.

El 31 de diciembre de 1949, se publica la primera Ley Federal de Turismo. En ella se sigue la política de atribuir a la Secretaría de Gobernación el estudio y la resolución de los principales problemas relativos al turismo en la República, a través de un órgano de la propia dependencia denominada Departamento de Turismo. Así, a partir de estos años el número de turistas va en progresivo aumento, como se observa a continuación:

<b>Año</b>	<b>Turistas</b>
1949	306,000
1950	384,000
1951	425,000
1952	443,000

FUENTE: Ramírez Blanco, Manuel.- Op. cit.- p. 17

En el orden administrativo el organismo de turismo alcanza la categoría de Dirección Autónoma, que es el primer paso para constituirlo con posterioridad en Departamento de Estado.

La labor legislativa del señor Adolfo Ruiz Cortines, es importante sobre todo al crear el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo que se creó por Decreto de fecha 14 de noviembre de 1956. Con un capital inicial de 50 millones de pesos, el cual manejó en fideicomiso la Nacional Financiera S.A. Dicho fondo fue creado con el objeto de estudiar y desarrollar nuestros centros turísticos, estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como el fomento y desarrollo de las empresas o actividades turísticas auxiliándolas en sus necesidades económicas.

El año de 1958 es considerado como el punto de partida del proceso de tecnificación del turismo en México. La importancia que el poder público debe atribuirle al turismo fue reconocida expresamente por el Licenciado Adolfo López Mateos, en la iniciativa de reformas a la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, de diciembre de 1958. En esa fecha inició sus trabajos el Departamento Autónomo de Turismo, que tendía a mejorar la promoción de una actividad que siendo culturalmente beneficiosa a la República redundaba en un incremento económico de consideración, según las palabras del propio ex-primer mandatario quien, siendo consciente de que debía protegerse en forma jurídica y política la buscada estabilización del turismo promueve la iniciativa que se publica el 1o. de marzo de 1961, la Ley Federal del Turismo, que reglamentando los diferentes servicios ofrecidos por esta actividad, venía a darle una cimentación jurídica que hiciera posible su desarrollo estable.

Con el objeto de coordinar los esfuerzos para lograr una mayor eficacia en la reglamentación de una actividad que demostraba ser de sumo interés

público, el Ejecutivo por Acuerdo de fecha 6 de julio de 1961, publicado el 2 de agosto del mismo año, ordenó al Departamento de Turismo la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico, dentro del cual se intentasen coordinar los esfuerzos realizados en el desarrollo del turismo con el objeto de hacerlos más eficientes y productivos. Dicho plan fue elaborado y publicado en el mes de septiembre de 1962.

Y es precisamente para coadyuvar y hacer más eficaz esa política puesta en práctica por el Ejecutivo, por lo que el día 8 de diciembre de 1961, se crea el Consejo Nacional de Turismo, que viene a llenar la función de ser un organismo técnico y especializado, tanto en materia de asesoría como en materia de planeación y promoción, que el Estado mexicano realiza.

La creación del Consejo Nacional de Turismo subraya la importancia concedida por el Ejecutivo al desarrollo de esa industria, toda vez, que al frente del mismo y con el carácter de Presidente se nombra al Licenciado Miguel Alemán.

Un nuevo hecho viene a confirmar la política de estructuración técnica a la actividad turística con el apoyo del Departamento de Turismo, y de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como el de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Consejo Nacional de Turismo crea el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, el 5 de diciembre de 1962, que en calidad de organismo técnico y trabajando en forma permanente y sistemática ha de tener como función realizar estudios socioeconómicos sobre el fenómeno turístico.

El sector privado ha estado presente, apoyando con su iniciativa y con su esfuerzo esta política de fomento y tecnificación del turismo.

En el sexenio del Licenciado Gustavo Díaz Ordaz, el 16 de diciembre de 1965, se expide el Reglamento Interior del Departamento de Turismo, que viene a regular su funcionamiento; asimismo con fecha 14 de agosto de 1967 se publica el Reglamento de Guías de Turistas, Guías de Choferes y Similares y el 10 de octubre de 1969 el de las Agencias de Viajes, a fin de ajustar la actuación y funcionamiento de estos prestadores de servicios.

En el régimen del Licenciado Luis Echeverría Álvarez, el turismo cobra una gran relevancia en el desarrollo económico y social del país, toda vez que con fecha 28 de enero de 1974 se publica en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, con objeto de incorporar al desarrollo núcleos de población marginados, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número de visitantes y el tiempo de su estancia en el país; asimismo establece principios de coordinación y programación entre las dependencias del gobierno federal que participan en la promoción y el fomento de las actividades turísticas, así como el de promover el intercambio cultural de la población, y coadyuvar a la integración de los habitantes del país, concediendo especial atención al desarrollo del turismo popular, que en la nueva Ley se denomina Turismo Social, creando al efecto la Dirección de Turismo Social en septiembre de 1974<sup>6</sup>.

El incremento de la actividad turística requiere de un financiamiento que apoye la elaboración de los planes y proyectos correspondientes. Por tal

---

<sup>6</sup> Departamento de Turismo.- "Memoria de Labores".- México, 1974.- P p 30, 52 y 56.

motivo la Ley ordenó la creación de un fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el cual reúne experiencias anteriores en la materia y cuyo objetivo principal será el de asesorar y financiar los programas turísticos. En este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística en una sola entidad jurídica. Dicho organismo fue creado por Decreto Presidencial el 7 de enero de 1974, entrando en vigor el 13 de febrero del mismo año.

Por Decreto de fecha 29 de diciembre de 1974, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de ese mismo año, se modificó la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, creando la Secretaría de Turismo, como el órgano del Poder Ejecutivo de la Federación encargado de formular la programación de la actividad turística nacional y organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo, protegiendo los medios que proporcionan los servicios al turista y a las demás funciones a las que se refiere la Ley Federal del Fomento al Turismo.

La labor realizada por el gobierno del Licenciado José López Portillo es importante, ya que con fecha 15 de enero de 1980 se promulga la Ley Federal del Turismo, la cual faculta a la dependencia del ramo a emitir opinión ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público sobre aquellas inversiones turísticas que a su juicio deben gozar de estímulos fiscales, además de promover y estimular en coordinación con la Secretaría de la Reforma Agraria, la creación de empresas y desarrollos turísticos comunales o ejidales.

Asimismo otorga competencia a la propia Dependencia para formar, organizar y mantener actualizado el inventario turístico nacional; a promover en coordinación con las entidades federativas las zonas de interés y de desarrollo turístico nacional; a otorgar el permiso de operación a los prestadores de ese tipo de servicios, y adoptar las medidas necesarias para impulsar el turismo social.

Otro hecho relevante de dicho periodo es la expedición del Plan Nacional de Turismo el 4 de febrero de 1980. Dicho Plan comprende el escenario a largo plazo, los objetivos, las etapas de desarrollo turístico, las metas a corto y mediano plazos, las políticas para la promoción y comercialización de la demanda y desarrollo de la oferta, la política especializada de desarrollo turístico y los instrumentos de política.

El Plan Nacional de Turismo se sustenta en un concepto que define a la actividad turística como estratégica para el desarrollo socioeconómico nacional por su dinamismo, por su capacidad para promover diversos sectores de la economía, con beneficios que se proyectan a todas las clases sociales y por utilizar recursos renovables e ilimitados. El turismo genera empleos y atrae inversiones, es una actividad de primera magnitud para la captación de divisas y puede constituirse en apoyo dinámico para un desarrollo social y regional más equilibrado.

Durante el periodo presidencial del Licenciado Miguel de la Madrid se modifica por quinta ocasión la Ley Federal del Turismo el 6 de febrero de 1984, con los siguientes objetivos: programación de la actividad turística, promoción,

fomento y desarrollo del turismo, creación, conservación y mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, además de la protección y auxilio a turistas y la regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.

Se destaca en esta ley una nueva atribución en el capítulo V, referente a la captación turística, que en los artículos 23 al 28 trata todo lo relativo a la normatividad de la materia, con la debida coordinación de la Secretaría de Educación Pública y la del Trabajo y Previsión Social.

Se expide el nuevo Reglamento Interior de la Secretaría y se actualizan los reglamentos de Establecimientos de Hospedaje, Campamentos y Paradores de Casas Rodantes, así como el de Agencias de Viajes y el de Arrendadores de Automóviles.

A inicios de 1984 se pone en marcha el Programa Nacional de Captación Turística, cuyo objetivo primordial es capacitar, por medio de brigadas móviles con apoyos didácticos y audiovisuales, a los prestadores de servicios turísticos, que están íntimamente relacionados con el turista, como el recepcionista, el botones y la camarera, entre otros; para ello se editan manuales gratuitos para cada puesto específico. La meta de la anterior administración era capacitar a 60 mil prestadores de servicios por medio de este programa<sup>7</sup>.

También se inician las obras de consolidación de Cancún, Ixtapa, San José y Loreto.

---

<sup>7</sup> Torruco Marqués, Miguel - "Historia institucional del turismo en México, 1926-1988". - Asociación Nacional de Egresados de Turismo, A.C - México, 1988.- P.p. 65-66

En general, durante dicho periodo se da un impulso relevante, a pesar de la crisis económica, al financiamiento de la oferta hotelera y, por ende, a la generación de empleos en el sector turismo.

### 1.3 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO.

En las últimas cuatro décadas el turismo creció hasta convertirse en uno de los elementos básicos del comercio internacional ya que es la industria con la tasa anual de crecimiento más elevada.

Las condiciones del turismo en el mundo se encuentran en un proceso de cambio. “Durante el periodo 1995-2000 el turismo crecerá a tasas superiores a las de las industrias petrolera y automotriz a nivel mundial”<sup>8</sup>. Actualmente los turistas son más experimentados en cuanto a su modo de viajar, existe un cambio de valores y de estilos de vida, existen cambios demográficos y los turistas son más independientes.

El turismo representa el 3.2 del P.I.B., si se cuentan sólo hoteles y restaurantes y más del 5% del P.I.B. si se agregan los segmentos eminentemente turísticos del transporte, del comercio y del entretenimiento. Desde el punto de vista de la inversión extranjera que captó México en los últimos cinco años, el sector turismo recibió el 15.6% de la misma.

---

<sup>8</sup> “Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000”.- Secretaría de Turismo.- p. 4

Durante el periodo 1994-1995, la Secretaría de Turismo consolidó el Fondo Mixto para la Promoción y Desarrollo como instrumento legal y operativo para conjuntar esfuerzos y recursos con los Gobiernos de los Estados y la iniciativa privada de la región, haciendo propicias las condiciones para estimular la actividad turística, prolongar la estancia de los visitantes e incrementar el gasto directo per capita y por consecuencia la captación de divisas.

Un ejemplo de lo anterior es el proyecto -objeto del presente estudio- denominado como **“Barrancas del Cobre”**, con el cual se apoyó el inicio de la operación y la promoción del tren turístico de lujo “Orient Express”. En coordinación con el Estado de Chihuahua, durante 1994-1995 se firmó el convenio de la puesta en marcha del Plan Maestro de Desarrollo Turístico **“Barrancas del Cobre”**, el cual tiene un enfoque de rescate ecológico y cultural de la Zona Tarahumara. En esta zona se plantea continuar con el programa de seminarios para guías de ecoturismo y turismo de aventura, que ya se ha verificado anteriormente en Baja California Sur y en Quintana Roo.

Otros ejemplos del impulso al desarrollo turístico son: la ruta “Mundo Maya” que comprende los países de Belice, Guatemala, El Salvador y cinco Estados mexicanos (Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán), el cual tiene como finalidad coordinar, asistir y estimular el desarrollo turístico, cultural y ambiental de la región en que se desarrolló la civilización Maya; “Caminos del Río”, este proyecto forma parte de un conjunto de acciones desarrolladas para integrar un corredor turístico orientado a la conservación y rescate de monumentos históricos y al ordenamiento ecológico en la frontera del país; “Isla de Los Castores”, ubicada en Río Bravo; “Corredor Tijuana-Ensenada” y “Corredor San Felipe-Puertecitos”.

El turismo es una fuente de ingresos de importancia económica relevante para todos aquellos países que carecen de entrada de divisas.

En el caso de México, el turismo genera una captación bastante considerable de divisas, tanto es así, que hoy en día nuestro país ocupa el tercer lugar como fuente captadora de divisas, gracias a esto, la industria turística se ha desarrollado de una manera interesante ya que estamos a la altura para competir con cualquier país en cuanto a infraestructura, instalaciones (hoteles, lugares de diversión y descanso, balnearios, etc.), servicios y demás aspectos para el pleno gozo de turistas tanto internos como externos, pero con la ventaja de que contamos con escenarios naturales que ya quisieran tener los países contendientes en el ramo.

Gracias al turismo se han desarrollado regiones poco conocidas o de las cuales ni siquiera teníamos conocimiento, creando con esto nuevos sitios de trabajo y mejorando cada vez más la infraestructura. De esta manera éste rubro coopera a descentralizar la actividad económica del país.

Cuando se habla del impacto que causa el turismo en el desarrollo regional habrá que poner énfasis no sólo en la importancia que éste tiene dentro del marco de la economía en general, sino que de igual manera, sobre los efectos que causará regionalmente. Habrá que esclarecer hasta que punto estos centros turísticos en calidad de núcleos de atracción, implican realmente un desarrollo regional propiamente dicho.

Entre los efectos positivos de mayor importancia que produce el turismo destaca la generación de nuevos empleos, ya sea en forma indirecta (industria de la construcción, industria abastecedora, producción artesanal, sector de servicios y de comercio, etc.) o en forma directa (hoteles y demás servicios de hospedaje, restaurantes, cafés, centros nocturnos, servicios de transporte, agencias de viajes, venta de recuerdos típicos, etc.).

Además, el desarrollo de los medios de transporte, de la productividad y de las facilidades del viaje han provocado un aumento del flujo turístico año con año.

Se considera que en el próximo siglo, el turismo será el líder del intercambio comercial mundial.

En los últimos tres años, el crecimiento medio de los ingresos por turismo internacional ha superado el de las exportaciones mundiales de servicios comerciales. En 1994, el gasto por turismo internacional representó el 8% de la exportación mundial de bienes y el 31% del total mundial de la exportación de servicios. Se calcula que en 1995 la actividad turística contribuyó con el 10.9% del P.I.B. mundial y con el 11.1% del total de impuestos pagados; para el año 2005 su participación alcanzará el 11.4% del P.I.B. y el 11.6% de los impuestos<sup>9</sup>.

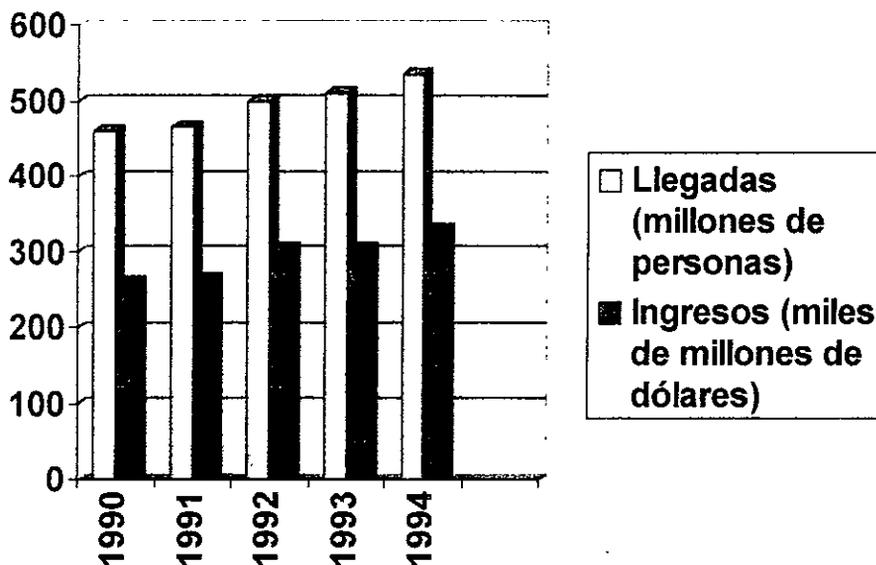
Actualmente, la actividad turística ocupa el tercer lugar a nivel internacional en aportación de divisas y se considera (como se menciona anteriormente) que en poco tiempo podría sobrepasar a la industria petrolera y a

---

<sup>9</sup> Ibidem - p 6.

la automotriz, incluidas partes y accesorios<sup>10</sup>. Según estimaciones de la Organización Mundial de Turismo, en general el turismo internacional se ha mostrado poco sensible a las fluctuaciones económicas, de hecho sólo se registraron reducciones de la tasa de crecimiento de turismo internacional en 1991 como resultado de la guerra del Golfo Pérsico y en 1993 por causa de la recesión económica de los países industrializados, que son los principales generadores de turismo.

### LLEGADAS E INGRESOS POR TURISMO EN EL MUNDO, 1990-1994



Fuente: OMT.

<sup>10</sup> 'Tendencias de los mercados turísticos' - Mundo, 1985-1994 - OMT, 1995

Entre 1990 y 1994, la industria turística registró un ritmo de crecimiento promedio anual de 3.9%, ligeramente inferior al alcanzado entre 1980 y 1990, que fue de 4.7%. Sin embargo, el gasto promedio por turista pasó de 573 USD en 1990 a 599.4 USD en 1994. En este último año se registraron 531.4 millones de llegadas internacionales y se prevé que en el año 2000 alcancen 661 millones.

*Principales países en el mundo en función  
de sus ingresos por turismo internacional, 1994.  
(millones de dólares).*

PAÍS	INGRESOS
Estados Unidos	60,001
Francia	25,000
Italia	23,927
España	21,410
Reino Unido	13,983
Austria	13,160
Alemania	10,650
Hong Kong	8,987
Suiza	7,793
China	7,000
Singapur	6,459
México	6,363

FUENTE: OMT.

**PRINCIPALES PAÍSES EN EL MUNDO EN FUNCIÓN  
DE SUS LLEGADAS POR TURISMO  
INTERNACIONAL, 1995.  
(miles de turistas).**

PAÍS	LLEGADA POR TURISTAS
Francia	60,584
España	45,125
Estados Unidos	44,730
Italia	29,184
China	23,368
Reino Unido	22,700
Hungría	22,087
México	20,162
Polonia	19,225

FUENTE: OMT.

En 1994 los países americanos con mayor participación en la captación de visitantes fueron Estados Unidos, México y Canadá.

La evolución del turismo internacional en el grupo de países que forman parte de la zona del Tratado de Libre Comercio de América del Norte mostró una tasa de crecimiento anual media de 5% durante el periodo de 1985-1994.

El flujo de turistas que visitan el Caribe se concentra básicamente en ocho países: Puerto Rico, República Dominicana, Bahamas, Jamaica, Cuba, San Martín, Aruba y México. Entre 1991 y 1994 las tasas de crecimiento más altas en esta región fueron para: Cuba (12.9%), San Eustaquio (12.4%), Guadalupe (8.1%), Bonaire (7.6%), Montserrat (7.3%) y México (Cancún y Cozumel 2.1%).

En México, la industria turística es un elemento fundamental en la creación de empleos, se calcula que contribuye con el 9% del total de la planta de empleo, alrededor de 600 mil empleos directos y de un millón 500 mil indirectos. De acuerdo a cifras del XI Censo de Población y Vivienda, las actividades relacionadas con las ramas de Restaurantes y Hoteles participan con el 3.3% de la población ocupada, a la cual habría que agregar las que se realizan en otras actividades asociadas.

En materia de generación de divisas el turismo ocupa el tercer lugar, sólo después del petróleo y las manufacturas. Los ingresos recibidos por visitantes internacionales en 1995 ascendieron a 6,164 millones de dólares, mientras que el gasto que realizaron los mexicanos que viajaron al extranjero fue de 3,154 millones de dólares, por lo que en ese año se obtuvo un saldo superavitario de 3,000 millones de dólares.

Actualmente, el valor de los activos turísticos se calcula en 25 mil millones de dólares, de los cuales el 65% corresponde a establecimientos de hospedaje; 12% a los de alimentos y bebidas; el tiempo compartido representa el 11%; el autotransporte el 8%, el aerotransporte el 3%, las arrendadoras y las agencias de viajes el 1%.

La inversión extranjera directa en actividades relacionadas con el turismo durante el periodo de enero de 1989 a febrero de 1995 ascendió a 4,881.7 millones de dólares, equivalente al 16.3% del total de inversión extranjera de las empresas con capital foráneo.

### *TURISMO RECEPTIVO.*

Por lugar de procedencia.	Número de personas.		
	1993	1994	1995
Estados Unidos	5,469.7	6,024.7	6,763.5
Canadá	236.6	213.2	196.7
Europa	472.6	411.9	338.6
América Latina	409.2	439.4	444.9
Otros	36.9	45.7	40.1

FUENTE: Unidad de Política Turística. SECTUR.

### *VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO.*

	1994	1995	1996
Visitantes internacionales a México	82,944.0	85,019	43,656.0
Turistas internacionales	17,182.0	20,162	10,735.0
Turismo receptivo	7,135.0	7,784	4,536.0
Turismo fronterizo	10,047.0	12,378	6,199.0

FUENTE: Unidad de Política Turística. SECTUR.

## VISITANTES NACIONALES A CENTROS TURÍSTICOS

### SELECCIONADOS 1993-1995

(miles de personas).

	1993	1994	1995
Integralmente planeados	910	916	906
Tradicionales	3,947	4,174	4,075
Grandes ciudades	3,768	3,919	6,304
Centro turístico del interior	7,696	7,908	6,810
TOTAL	16,321	16,918	18,095

FUENTE: Unidad de Política Turística. SECTUR.

La participación del turismo interno ha servido como un elemento fundamental en el crecimiento económico del país, estimulando la inversión en infraestructura, alentando el intercambio comercial a nivel nacional, distribuyendo el ingreso regional, creando un efecto multiplicador del empleo, apoyando a numerosas micro, pequeñas y medianas empresas, y fomentando el desarrollo sustentable y el intercambio cultural del país.

Las principales características de las corrientes turísticas nacionales son:

- 65.9% de los turistas viajaron con su familia, mientras que 21.2% viajaron solos y 5.3% lo hicieron con amigos.
- En viajes con pernocta, 58.3% utilizaron el autobús como medio de transporte, 35.1% el automóvil y 5.7% el avión.
- En relación al lugar de hospedaje, 63.2% lo realizó en casa de familiares o amigos, 22.5% en hoteles y moteles, y el 14.3% utilizó otra clase de alojamiento como apartamentos, casas, campamentos, trailer park y tiempos compartidos.

La recepción del total de visitantes internacionales a México llegó en 1994 a 83.2 millones, de los cuales 66 millones fueron excursionistas internacionales que no pernoctaron en el país; 10 millones de turistas fronterizos que pernoctaron menos de tres noches y 7 millones de turistas al interior que pernoctaron tres o más noches.

Durante el periodo 1985-1994 el crecimiento anual del turismo extranjero hacia México fue del 3.3% anual, mientras que para nuestros principales competidores en la región, los Estados Unidos y el Caribe, fue del 6.6% y 6.2% respectivamente; ello se debió en parte a la diversificación que presentaron sus productos, sobre todo Estados Unidos de Norteamérica en su frontera sur, lo que provocó la disminución de ese mercado para México.

Históricamente, el mercado más importante para el turismo receptivo de México ha sido el proveniente de los Estados Unidos, el cual redujo su tasa de crecimiento anual durante el periodo 1990-1994 a 1.9% en comparación con la registrada en el periodo anterior (1985-1990) que fue de 9.6%.

Además de la disminución en la participación del mercado norteamericano hacia México (del 87.6% en 1990 al 84.4% en 1994), sus flujos turísticos han modificado su estructura, el turismo receptivo de norteamericanos anglosajones inició un estancamiento a partir de 1988, cuando visitaron a México poco más de 4 millones de turistas, cantidad similar a la de 1994 (4.0 millones sin considerar el turismo fronterizo).

Por el contrario, los visitantes de origen latinoamericano provenientes de Estados Unidos, fundamentalmente mexicanos residentes en ese país, han

mostrado un crecimiento dinámico ya que entre 1988 y 1994 casi se duplicaron al llegar a más de 1.8 millones, su gasto mantuvo la misma tendencia de incremento.

**TURISMO RECEPTIVO A MÉXICO,  
PROCEDENTE DE ESTADOS UNIDOS  
(personas).**

Año	Origen mexicano	Anglosajones
1988	994,910	4,071,715
1989	1,243,661	4,141,673
1990	1,453,659	4,143,988
1991	1,410,929	3,935,490
1992	1,555,558	3,764,385
1993	1,706,377	3,763,329
1994	1,830,737	4,044,594

FUENTE: Banco de México.

Los destinos turísticos más visitados por los extranjeros fueron en orden de importancia: Cancún, el Distrito Federal, Puerto Vallarta, Acapulco, Los Cabos, Cozumel, Tijuana, Mazatlán, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Ixtapa-Zihuatanejo, Oaxaca, Ciudad Juárez y Taxco. En ellos se concentró el 89.2% de los visitantes extranjeros.

En el marco del dinámico escenario internacional, los competidores más importantes de México en América son: Estados Unidos y el Caribe, los cuales han impulsado estrategias de desarrollo de productos orientadas a aumentar la captación de cuotas de mercado en los segmentos en los que México compete, como son: la frontera norte, en el Distrito Federal, en destinos de playas y en el de circuitos que incluyen diversos atractivos turísticos.

Como es bien sabido, el turismo es una actividad que depende en gran medida del acervo de atractivos naturales, históricos, culturales y sociales, así como de la infraestructura con que cuente un lugar o región. Por ello, en la actividad turística destacan algunos destinos que concentran un alto porcentaje de la captación de turistas y divisas, de la generación de empleos y de la infraestructura existentes, y por consecuencia han demostrado su capacidad como propulsores del desarrollo regional al expandir sus efectos hacia las regiones en que se ubican.

Durante la administración del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, las acciones en el ramo turístico se han encaminado en forma prioritaria a los destinos turísticos de playa, incluyendo los cinco centros turísticos integralmente planeados por FONATUR y los siete destinos de playa tradicionales más importantes; a la frontera norte del país, en donde destacan las ciudades de Tijuana y Ciudad Juárez y el corredor que va de Nuevo Laredo a Matamoros; a las grandes ciudades de México, Guadalajara y Monterrey y al desarrollo de una nueva oferta en las **“Barrancas del Cobre”** de la Sierra Tarahumara en Chihuahua, en el Mundo Maya del sureste de México y en parques naturales y áreas protegidas seleccionadas, en donde destacan las

lagunas visitadas por la ballena gris en Baja California Sur, la mariposa monarca en Michoacán y el Parque Popo Izta en las inmediaciones del Distrito Federal, además de continuar la promoción regional del grupo de ciudades coloniales.

La República Mexicana es rica en destinos turísticos y con esto se ha logrado dejar atrás la imagen de México como sólo un destino de sol y playas, teniendo mayor difusión únicamente los destinos tradicionales de las costas del país.

Acertadamente hoy en día se llevan a cabo campañas de promoción orientadas a fortalecer la imagen nacional tanto en el interior como en el exterior del país, haciendo un llamado al turista para que visite nuevos lugares como son los centros arqueológicos, las ciudades coloniales y ciudades del interior, esto sin dejar de lado el importantísimo y gran potencial que representan las playas para el turismo costero.

Entre la promoción de la diversificación de los destinos turísticos, el gobierno ha puesto especial atención a los programas de la frontera norte, las ciudades coloniales y el mundo maya; esto se ha hecho con el fin de modificar la conducta del viaje y la sustitución de destinos de playa por coloniales y otros, llevando con ello los beneficios que significan el desarrollar y promover diferentes destinos turísticos en nuevos lugares que se integran al movimiento turístico nacional.

Los programas antes mencionados han venido a diversificar los destinos turísticos que el país ofrece, para lo cual se toma en cuenta una estrategia de mercado en donde se orientan las acciones para incorporar nuevos mercados a los ya existentes, planeando así acciones de publicidad y promoción acordes a la realidad.

Dentro de la promoción turística, y como base de la misma, se encuentra la investigación. La difusión de nuevos proyectos turísticos hace necesaria una publicidad productiva y ello es posible gracias a los estudios de mercado llevados a cabo por las instancias pertinentes.

Dentro del turismo la publicidad es primordial, por medio de ella se da a conocer la oferta y se busca el incremento de las corrientes turísticas o el nacimiento de alguna nueva.

## *CENTROS Y REGIONES TURÍSTICAS PRIORITARIAS.*

- Cancún/ Cozumel/ Isla Mujeres/ Corredor a Tulum.
- Huatulco/ Oaxaca.
- Ixtapa Zihuatanejo.
- Corredor del Alto Golfo de California (San Felipe-Santa Clara-Peñasco).
- Corredor Loreto-Nopolo-Puerto Escondido/ La Paz/ Los Cabos.
- Puerto Vallarta-Guadalajara.
- Acapulco-Taxco-Cuernavaca.
- Mazatlán.
- Manzanillo.
- Corredor Tajín/ Veracruz/ Los Tuxtlas.
- Ciudad de México.
- Ciudad de Monterrey.
- Corredor Tijuana-Ensenada.
- Ciudad Juárez/ Chihuahua/ **Región de las Barrancas del Cobre.**
- Corredor Nuevo Laredo/ Reynosa/ Matamoros.

## **CAPITULO 2: LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA.**

### **2.1 PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN CHIHUAHUA.**

Para poder adentrarnos en las principales características y lugares que atraen al turista al estado de Chihuahua, es necesario presentar un marco de referencia de dicho estado con el fin de conocer aspectos generales del sitio.

El estado de Chihuahua se encuentra localizado al norte del país, su extensión territorial es de 247,087 Km , lo cual representa el 12.6% del territorio nacional. Está conformado por 67 municipios y es el estado más extenso de la República Mexicana. Los municipios de mayor extensión son: Ahumada, Camargo, Jiménez y Ojinaga.

La colindancia del estado de Chihuahua se delimita de la siguiente manera: al norte con los Estados Unidos de Norteamérica; al este con el estado de Coahuila; al oeste con el estado de Sonora; al sur con el estado de Durango y al suroeste con el estado de Sinaloa.

En cuanto al clima, el territorio cuenta con tres fajas climáticas bien definidas; la occidental con clima extremo, varía según la altitud de cálido a semifrío; la central con clima semiseco, semicálido al sur y templado al norte y la oriental con clima seco y desértico.

El estado de Chihuahua cuenta con una extensa riqueza en cuanto a su orografía e hidrografía. Abarca parte de la Mesa Central del Norte que cubre las zonas central y oriental en forma de valles, llanuras y planicies; al norte y noroeste del estado se encuentra la zona del altiplano o desierto chihuahuense. La Sierra Madre Occidental formada por mesetas altas, surcadas por profundos cañones y barrancas cubre el suroeste del estado, esta región es la denominada "Barrancas del Cobre" aún cuando sólo una de las siete barrancas asume este nombre. Tres de ellas llevan los nombres de los ríos que se encuentran en sus profundidades (Oteros, Urique y Batopilas), la llamada Barranca de Candameña se encuentra al fondo del río sobre el cual cae la impresionante Cascada de Basaseachi y finalmente la Barranca de Sinforosa.

El estado se encuentra irrigado por ríos y lagunas entre los que destacan: Río Conchos, Casas Grandes, Santa María, Santa Clara y Bravo, Fuerte, Mayo y Aros y lagunas como la Alta Babícora, Bustillos y Mexicanos<sup>11</sup>.

Las principales rutas terrestres de acceso con las que cuenta el estado de Chihuahua se localizan al norte y sureste del estado, y en lo que respecta a la región serrana (suroeste) la topografía dificulta el desarrollo de las mismas.

- Carretera Federal No. 2 (Janos-Agua Prieta).
- Carretera Federal No. 10 (Hatch-Odesa-El Paso-Cd. Juárez).
- Carretera Federal No. 16 (Cuahutémoc-Hermosillo).
- Carretera Federal No. 45 (Parral-Durango).

---

<sup>11</sup> Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- "Estrategias de Desarrollo Turístico. Plan Maestro" - FONATUR. 1996.- p. 9

- Carretera Interestatal No. 87 (Presidio-Ojinaga).
- Carretera Interestatal No. 180 (Carlsbad-El Paso-Cd. Juárez).

Como podemos observar, los gobiernos federal y estatal han realizado importantes inversiones con el propósito de ampliar y hacer más eficiente la red de carreteras.

El tráfico aéreo principal se desarrolla en los aeropuertos internacionales de Cd. Juárez y Chihuahua, sin embargo, el aeropuerto de Los Mochis ha adquirido gran relevancia ya que recibe pasajeros que inician en este municipio su recorrido por tren hacia el estado de Chihuahua.

El movimiento de pasajeros en Chihuahua y Cd. Juárez permite observar claramente el comportamiento de la actividad de negocios, así como la actividad turística como puntos de entrada.

El ferrocarril es la principal vía de comunicación en Chihuahua ya que cubre gran parte del estado (este, suroeste y norte), además de que ha cobrado gran importancia dado el creciente interés de los turistas por conocer los paisajes serranos.

La red ferroviaria del estado es la más extensa del país con 2,214 Kms. equivalentes al 10% del total nacional. La entidad cuenta con 9 Kms. de red ferroviaria por cada 1,000 Kms de superficie<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> *Ibidem*, p 11

El servicio es proporcionado por Ferrocarriles Nacionales de México con servicios de primera y segunda clase y por el South Orient Express, éste último con un servicio de alto lujo y exclusividad.

Las rutas de Ferrocarriles Nacionales son: Chihuahua-Cd. Juárez, Chihuahua-Cd. Juárez-Torreón, La Junta-Casas Grandes y Chihuahua-Los Mochis. El South Orient Express cubre la ruta El Paso-Los Mochis y Los Mochis-Chihuahua.

Como podemos darnos cuenta, el estado más grande de la República Mexicana -Chihuahua (del náhuatl Xicagua, que significa “lugar seco y arenoso”)- es rico en bellos escenarios naturales que van del desierto arenoso a los bosques de pinos; así como también lo es en historia.

Sin duda uno de los mayores atractivos del estado es la “**Barranca del Cobre**”, pero de ninguna manera es su único atractivo natural ya que en su vasta extensión territorial hay arqueología, ciudades coloniales, cascadas, lagos y una moderna infraestructura turística con todos los servicios que se pudieran requerir.

**- CIUDAD DE CHIHUAHUA.-** Capital del estado, fundada en 1709, ha sido testigo de grandiosos acontecimientos de la historia del país. Muestra de sus obras arquitectónicas son sus Palacios Federal y de Gobierno, el Calabozo de Hidalgo y el Altar a la Patria, la Catedral Metropolitana, el Templo de San Francisco y el Museo Universitario Quinta Gameros.

- **BATOPILAS**.- Se trata de una de las más bellas barrancas del mundo que implica un descenso desde los 2,200 metros hasta los 460 metros sobre el nivel del mar. Desde el mirador de la Bufa se puede apreciar en todo su esplendor la magnificencia de la barranca.

- **CAMPOS MENONITAS**.- Se ubican al norte de Ciudad Cuahutémoc. Sus habitantes emigraron de Canadá y se establecieron en la región en 1920. Son grupos de origen alemán y mantienen en su cultura las ideas reformistas de Menno Simmons. Sus campos son áreas cultivadas con arboles frutales. Son famosos en toda la república los quesos menonitas.

- **CIUDAD JUÁREZ**.- Enlace de los Estados Unidos de Norteamérica con México, que ha sido testigo de varios acontecimientos históricos en la vida del país. Al sur se encuentran las áreas desérticas como los Médanos de Samalayuca, desierto de blancas arenas a las que mueve el viento dándole caprichosas formas.

- **ESTACIÓN CREEL**.- Es la “Puerta de entrada a la Sierra Tarahumara”. Desde aquí se realizan visitas a sitios de interés tales como Las Cuevas de los Tarahumaras, el Lago de Arareko, las formaciones rocosas del Valle de los Hongos, la Piedra del Elefante y el Valle de las Ranas. A cuatro kilómetros de la cercana población de Cusárare se encuentra la Cascada de Cusárare.

- **ESTACIÓN DIVISADERO BARRANCAS**.- Es el mirador más impresionante de las barrancas. Se localiza a 1,300 metros de altura del Río Urique y, gracias a una brecha, es posible descender al fondo de las barrancas y apreciar el cambio de vegetación de bosque de pino a tropical. En

el fondo hay naranjos, higueras y carrizales. Aquí se pueden adquirir artesanías elaboradas por los Rarámuri.

- **FERROCARRIL CHIHUAHUA-PACÍFICO**.- Magna obra de la ingeniería mexicana inaugurada en 1961, conecta al centro del norte de la República con la costa. Cruza 310 puentes y 99 túneles. Es el recorrido de ferrocarril más escénico de América.

- **GASTRONOMÍA CHIHUAHUENSE**.- En este territorio se engorda a los mejores ganados bovinos de México, entre estos el famoso “Cara Blanca”, por lo que se puede saborear aquí carne deliciosa.

- **HIDALGO DEL PARRAL**.- Antiguo real de minas fundado en 1631. Gracias a la riqueza de las minas de Parral se consolidó España en lo que hoy es el territorio de Chihuahua. Históricamente es la ciudad más importante del estado. En este lugar fue asesinado el general Francisco Villa.

- **LAGO DE ARAREKO**.- Es natural que el visitante se sienta invadido por la belleza del paisaje y la tranquilidad que ofrece la grandeza del bosque. El sitio es ideal para acampar y pasear en bote, bicicleta, a caballo o simplemente caminar en el bosque.

- **PARQUE NACIONAL BASASEACHI**.- Este parque tiene las dos cascadas más altas de una sola caída de la República Mexicana: Basaseachi con 254 metros y Piedra Volada con 456 metros. Se encuentra aquí también el Cañón de Candameña en donde se realizan excursiones en las que las actividades

principales son la contemplación de los paisajes y el descenso al fondo del cañón.

- SEMANA SANTA EN LA SIERRA TARAHUMARA.- Festividad autóctona de fines del siglo XVII. Con danzas y tambores simulan la pasión y muerte de Jesús. Al término de la celebración tarahumara religiosa, se bebe tesguino, bebida hecha a base de maíz.

- ZONA ARQUEOLÓGICA CUARENTA CASAS.- Muestra clara de la forma de vida de los antiguos habitantes del estado. Se pueden apreciar construcciones prehispánicas que se encuentran en cuevas situadas en los acantilados del arroyo El Garabato.

- ZONA ARQUEOLÓGICA PAQUIMÉ.- Es la zona arqueológica más importante del norte del país. Está asentada en un valle amplio sin vegetación. Consta de más de 50 habitaciones y es un ejemplo del desarrollo y grado de civilización de los Paquimeítas.

## CIRCUITO

## SITIOS DE INTERÉS

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. Cd. Juárez                      | Ex-aduana fronteriza, Misión de Guadalupe, Médanos de Samalayuca.   |
| 2. Zonas arqueológicas             | Paquimé y Cuarenta Casas.   |
| 3. Parral o Ruta de Villa          | La Parroquia, Museo a Francisco Villa, Templo de Nuestra Señora del Rayo.   |
| 4. Delicias, Camargo y Conchos     | Balneario Junta de los Ríos, Ojo Caliente de Santa Rosalía, Aguas Termales del Manantial Los Filtros.   |
| 5. Cd. Chihuahua y sus alrededores | Calabozo de Hidalgo, Catedral, Museo Regional Quinta Gameros.<br>ALDAMA.- Misión Santa Ana de Chinarras.<br>STA. ISABEL.- Balneario Las Sombrillas.<br>STA. EULALIA.- Pueblo minero.<br>SAN DIEGO DE ALCALA.- Aguas termales.<br>CUAHUTÉMOC.- Zona de los inmigrantes menonitas.<br>CUMBRES DE MAJALCA.- Parque nacional. |
| 6. Región Serrana                  | Barrancas: Candameña, Oteros, Del Cobre, Urique, Batopilas, Sinforosa y Chínipas.<br>Cascada Basaseachi, Parque Nacional Basaseachi, Misiones Jesuitas del Siglo XVII.  |

Mirador La Ventana, Comunidades  
Tarahumaras, Lago de Arareko.

## 7. Otros atractivos

Zona del Silencio (reserva de la biósfera),  
fiestas tarahumaras.

Por su extensión territorial, diversidad de atractivos turísticos y actividades económicas, Chihuahua presenta una mezcla de mercado turístico interesante ya que existen dos ciudades posicionadas en un mercado natural de negocios, la Cd. de Chihuahua y Cd. Juárez, que contemplan y constituyen un valor agregado al integrarse sitios como la Región Barrancas que posee su propio mercado, atractivo natural e histórico.

Fundamentalmente, Chihuahua es un estado industrial, minero, metalúrgico y ganadero. Sin embargo, cuenta con un sin fin de maravillas naturales como las “**Barrancas del Cobre**” que pueden admirarse en el viaje por tren, que a decir de muchos es una “experiencia inolvidable”.

Ciudad Cuahutémoc, fundada en 1921 por la secta de los menonitas es una próspera colonia agrícola. El visitante sentirá que retrocede en el tiempo; los habitantes, sus casas y carretas pertenecen a otra época.

Chihuahua, la ciudad capital, posee varios edificios importantes tanto por su arquitectura como por el papel que han desempeñado dentro de la historia nacional. Así, el Templo de San Francisco (siglo XVIII) contuvo los restos del cuerpo decapitado de Miguel Hidalgo; la Quinta Luz fue la casa de la señora Luz Corral, viuda de Francisco Villa; el Palacio de Juárez, en el que habitara Benito Juárez, es hoy un museo.

Se pueden visitar además, y vale la pena hacerlo, el Palacio de Gobierno (antiguo Colegio de Loreto), la Catedral de estilo barroco y el Museo Regional de Chihuahua, edificio del siglo XIX, ejemplo de arquitectura art nouveau.

## 2.2 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA EN EL ESTADO.

México, favorecido por su ubicación geográfica estratégica, resulta junto con Canadá un punto fundamental de captación del turismo egresivo desde los Estados Unidos, ambos representan el 60% (33% en el caso de México y 27% Canadá)<sup>13</sup>.

Estados Unidos representa un mercado natural importante para el país ya que participa con alrededor del 90% de la demanda turística total. Las regiones Pacífico (California), Montaña (Arizona, Colorado, Nvo. México) y Suroeste Central (Texas) sobresalen por su participación en el flujo turístico hacia México con el 50%, 17% y 5% respectivamente.

El estado de Chihuahua registró en 1995 una afluencia de visitantes de 1,874,211 con una variación del año 1993-1994 del 43%, incremento significativo en la corriente de visitantes extranjeros.

Las ciudades de Chihuahua y Cd. Juárez se encuentran posicionadas como importantes destinos de negocios; en 1995 recibieron una afluencia de 336,548 y 914,355 visitantes, respectivamente<sup>14</sup>.

---

Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- "Plan Maestro de Desarrollo Turístico "Barrancas del Cobre" - FONATUR, 1996.- p 67.

<sup>13</sup> Idem

La aparición del ferrocarril resultó un factor detonante del desarrollo turístico en el estado. La primera concesión para la construcción del ferrocarril fue otorgada en el año de 1882 con una línea en dirección suroeste desde la frontera con Estados Unidos, posteriormente en 1887 se dio una nueva concesión para la creación de cuatro líneas más en el noroeste de la República. Las obras se iniciaron hasta el año de 1898 con la nueva concesión a la Compañía Chihuahua and Pacific Railway. En marzo de 1900 se concluyeron los primeros 200 kms. entre Chihuahua y el poblado de Miñaca rumbo al Golfo de California. Por acuerdo presidencial en el año de 1953 se dispuso la constitución de la empresa Ferrocarril Chihuahua al Pacífico S.A. de C.V., inaugurado con su vía completa el 24 de noviembre de 1961 por el entonces Presidente de la República, Lic. Adolfo López Mateos.

Actualmente, la red ferroviaria del estado es la más extensa del país con 2,214 Kms. equivalentes al 10% del total nacional. La entidad cuenta con 9 Kms. de red ferroviaria por cada 1,000 Kms. cuadrados de superficie<sup>15</sup>.

De acuerdo a diversas investigaciones de mercado, se detecta que los segmentos de mercado que existen actualmente en la región son fundamentalmente tres<sup>16</sup>:

a) Jubilados (60%): provenientes de los Estados Unidos, jubilados mayores de 55 años, ingresos moderados, en búsqueda de seguridad, retos y aventura de bajo impacto.

---

<sup>15</sup> Ibidem, p. 69.

<sup>16</sup> Idem

b) Mochileros (14%): fundamentalmente extranjeros, en edades entre los 25 y 40 años, ingreso medio, en busca de actividades y nuevas experiencias.

c) Familiar (12%): con procedencia principalmente nacional, ingresos altos, buscan diversión y recreación, comodidad y seguridad.

d) Otros (14%): segmentos especializados, cultural, histórico; son extranjeros con una mínima participación nacional, ingresos elevados, en búsqueda de actividades especializadas que requieren de conocimiento previo y/o destreza física.

El mercado natural para el estado esta representado por la región suroeste de los Estados Unidos, con cierta participación del mercado europeo, canadiense y el nacional.

La región ecológica, cultural e histórica de la región así como la existencia de un mercado potencial de varios millones de personas que realizan actividades especializadas han asegurado el potencial desarrollo turístico del estado de Chihuahua.

Geográficamente, la Región Serrana cuenta con una ubicación estratégica para atraer mercado del suroeste de los Estado Unidos (60%) como prioritario, principalmente de los estados de California, Arizona, Nuevo México y Texas y al mercado natural tanto de retirados como de turismo especializado; México (28%) a quienes debe fomentarse y atraerse en mayor escala; Europa (8%) específicamente provenientes de Alemania, Inglaterra, Francia, Suiza,

España, Italia y Países Bajos destacados por el turismo especializado; Canadá (3%) por el mercado de snowbirds y retirados, entre otros (1%)<sup>17</sup>.

Los segmentos potenciales del turismo receptivo en el estado de Chihuahua se clasifican de acuerdo a variables sociodemográficas, psicográficas y de viaje: edad, ocupación, ingreso, estadía y disponibilidad para viajar, así se definen seis principales segmentos que se enuncian en orden de importancia: turismo especializado (incluye ecoturistas, deportistas y el turismo de cultura e historia), retirados, familiar, estudiantes, mochileros y caravanas.

Como podemos observar, el turismo captado en el estado de Chihuahua es diverso en cuanto a su procedencia así como en cuanto a sus objetivos.

La variedad de atractivos anteriormente mencionados atrae la atención de nacionales y extranjeros siendo de estos últimos de quienes se recibe la mayor utilidad, ya que quizá por falta de fomento, los primeros son quienes desconocen o ignoran la riqueza con la que cuenta Chihuahua.

El estado cuenta con los elementos necesarios tanto en vías de comunicación, hoteles, restaurantes y sobre todo, zonas de recreo y esparcimiento como para competir con cualquier otro estado de algún país extranjero.

---

<sup>17</sup> Ibidem, p. 70

## PROCEDENCIA DE VISITANTES POTENCIALES

EUA	60%
MÉXICO	28%
EUROPA	8%
CANADÁ	3%
OTROS	1%

FUENTE: Análisis FONATUR, 1996.

### ATRATIVOS

#### "NATURALES"

- 1) Recursos geomorfológicos
  - Montañas, cerros
  - Valles, cuencas, planicies, llanuras
  - Cañones, barrancas, desfiladeros
  - Riscos, formaciones rocosas
  - Cavernas, cuevas, grutas
- 2) Recursos hidrológicos
  - Ríos, arroyos
  - Lagos, presas
  - Manantiales, aguas termales
  - Cascadas
- 3) Recursos biológicos
  - Flora
  - Fauna

#### "CULTURALES"

- 4) Sitios arquitectónicos
  - Sitios históricos
  - Poblados mineros
- 5) Sitios religiosos
  - Misiones
- 6) Comunidades indígenas
  - Festividades
  - Artesanías
  - Arqueología

La oferta hotelera en el estado de Chihuahua ha presentado una tasa de crecimiento anual, en el periodo 1990-1994, del 0.8% en el número de habitaciones, mientras que el número de establecimientos hoteleros se ha reducido presentando una tasa de - 2.6%<sup>18</sup>.

### **OFERTA HOTELERA HISTÓRICA DEL ESTADO DE CHIHUAHUA**

CATEGORÍA 1990	1991		1992		1993		1994			
	No Ctos	No estab	No Ctos.	No. estab	No ctos.	No. estab.	No ctos	No. estab.		
5	591	4	591	4	680	5	1,052	9	856	8
4	1,030	12	1,030	12	1,198	15	1,882	26	2,129	29
3	1,362	35	1,391	36	1,451	37	3,626	82	3,631	83
2	1,371	31	1,371	31	1,371	31	1,174	34	1,194	35
1	845	25	845	25	845	25	1,345	46	1,192	93
C. E.	2,018	78	2,018	78	2,018	78	-----	---	-----	---
S. C. A. E.	1,051	70	1,051	70	1,051	70	-----	---	-----	---
AMPARADOS	1,210	21	1,210	21	1,210	21	-----	---	-----	---
TOTAL	9,478	276	9,507	277	9,824	282	9,079	197	9,802	248
IMCA									0.84%	2.6%

FUENTE: Coordinación General de Turismo, Chihuahua, Chih

IMCA- Tasa media de crecimiento anual.

S. C. A. E.- Sin categoría

C. E.- Categoría especial.

El porcentaje de ocupación promedio a nivel estatal en el año de 1990 fue de 64%, en 1993 fue el 56% y para los meses enero a julio de 1995 se registró un 40%<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Op Cit., p. 13.

<sup>19</sup> Idem

### 2.3 ORIGEN Y MAGNITUD DE TURISTAS CAPTADOS EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA.

El estado de Chihuahua es considerado como un destino con alto potencial de desarrollo ya que cuenta con una diversidad de atractivos tanto naturales como culturales (como ya se ha dado a conocer), aunado a su ubicación geográfica que permite atraer segmentos del mercado provenientes de estados del suroeste de la Unión Americana como: Arizona, Nuevo México y Texas.

En cuanto a afluencia de visitantes al estado se registró un total de visitantes hospedados al mes de julio de 1995 de 1,069,432; en el periodo 1993-1994 la afluencia total disminuyó a razón de 14.5%, los nacionales decrecieron 22% mientras que el número de visitantes extranjeros se incrementó de manera significativa a razón del 42%<sup>20</sup>.

#### AFLUENCIA DE VISITANTES HOSPEDADOS EN EL EDO. DE CHIHUAHUA

Visitantes	1993	1994	1995 (enero-julio)
Nacionales	1,824,501	1,419,463	887,501
Extranjeros	246,425	349,979	181,931
Totales	2,070,926	1,769,441	1,069,432

IMCA 1993-1994	
Nacionales	-22%
Extranjeros	42%
Total	-14.5%

FUENTE Coordinación General de Turismo, Chihuahua, Sept 1995

IMCA Tasa Media de Crecimiento Anual.

<sup>20</sup> Íbidem, p. 12

La mayoría de los turistas de procedencia nacional provienen de: Sonora, Monterrey, Guadalajara, Puebla y el Distrito Federal.

En cuanto a los visitantes extranjeros provenientes de E.U.A. se encuentran en su mayoría de: Washington, Michigan, Nueva York, Colorado, California, Nuevo México, Arizona, Texas y Florida.

Sobre los visitantes de procedencia europea encontramos de: Inglaterra, Países Bajos, Alemania, Francia, España, Suiza e Italia.

Los meses en los cuales disminuye la afluencia de visitantes son enero, febrero y junio. En el resto del año los diferentes segmentos se distribuyen de la siguiente forma: los jubilados extranjeros acuden, principalmente a las Barrancas, la mayor parte del año; solamente encontramos turistas nacionales en las temporadas vacacionales de Semana Santa y verano.

Destaca el segmento de visitantes en caravana que visitan las Barrancas en los meses de mayor frío, exceptuando el mes de diciembre.

El mochilero ya sea nacional o extranjero se encuentra durante todo el año, por lo que es posible deducir que no es un segmento que busque climas sino el atractivo de la región.

Los prestadores de servicios turísticos observaron que los seminarios y convenciones se realizan en cualquier época del año, sin embargo determinaron que los meses preferidos son agosto y septiembre<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> *Íbidem*, p. 43

## ESTACIONALIDAD

### MESES

SEGMEN TO	ENE	FEB.	MAR	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGO	SEPT	OCT.	NOV.	DIC.
Jubilados												
Mochileros												
Especializado												
Familias												
Estudiantes												
Caravana												
Seminarios y C.												

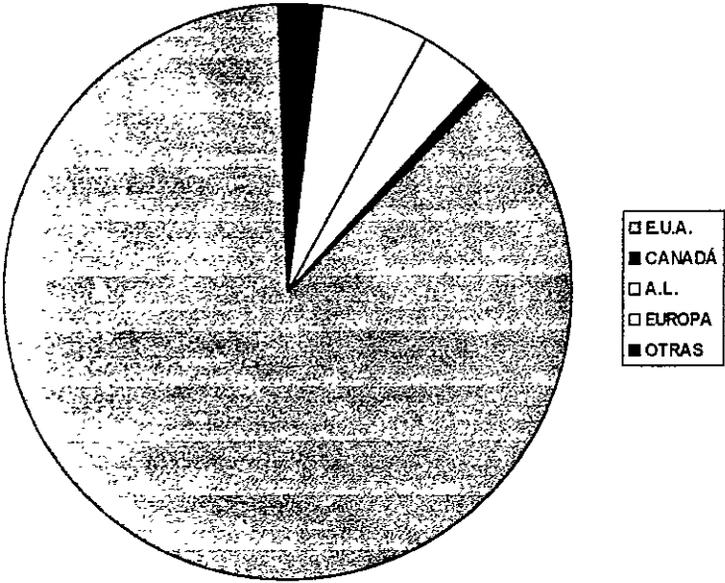
FUENTE: SGP, FONATUR, 1995

-  Turistas extranjeros
-  Turistas nacionales
-  Turistas nacionales y extranjeros

Por último cabe mencionar que el turismo hacia México se ha incrementado en los últimos años, el 87% del flujo proviene de los Estados Unidos, mientras que el 13% restante tiene origen en Canadá, América Latina y Europa<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> Op Cit , p 73

COMPOSICIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN MÉXICO, 1995.



FUENTE: Banco de México, 1995.

## CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN “BARRANCAS DEL COBRE”

### 3.1 GENERALIDADES SOBRE “BARRANCAS DEL COBRE”.

La región conocida como “Barrancas del Cobre” abarca la parte noroeste de la Sierra Madre Occidental, la cual se caracteriza por relieves escarpados que varían desde 500 m.s.n.m. hasta 3,000 m.s.n.m., es por ello que en ella se distinguen dos zonas, la Baja y la Alta Tarahumara.

El clima y las temperaturas se alternan desde las partes más altas a las más bajas presentándose en la Baja Tarahumara un clima cálido-húmedo con lluvias en verano en tanto que en invierno se registra una temperatura promedio de 17° C.

En la parte Alta Tarahumara la temperatura es fría y templada llegando a veces de los 0° C a las más extremas que son de 23° C bajo cero registrándose nevadas ocasionales; mas en verano la temperatura promedio es de 20° C.

El periodo de lluvia en ambas partes de la Sierra se encuentra repartido a lo largo de todo el año, con una mayor proporción en su segunda mitad.

Las actividades productivas preponderantes son: en las partes Altas la forestal y en las zonas Bajas la mineral, aunque a pesar de representar cierta importancia se encuentra en recesión, aunque información confiable sobre sus recursos reales y potenciales harían rentable dicha actividad en centros como Ocampo, Uruachi, Batopilas y Temoris.

El sistema hidrológico de la región es de gran magnitud, sólidamente constituido y que corresponde en su mayoría a la vertiente del Pacífico; entre los ríos más importantes se encuentran el Mayo, el Conchos y el Fuerte, algunos ríos como el Urique, Batopilas y Chínipas se unen para formar el Río Fuerte sobre el cual se han construido varias presas como la de Huites y Miguel Hidalgo en el estado de Sinaloa.

Por otra parte, la flora y la fauna de la región es considerada como una de las más importantes en el país debido a la diversidad de especies que alberga entre las que se encuentran el águila real, la cotorra serrana, el puma, el lince y la nutria, especies que son sujetas a protección y las cuales son resultado de la presencia de climas tropicales y templados.

“Los factores físico-naturales son condicionantes en la región influyendo en el uso del territorio y consecuentemente en las actividades productivas, la movilidad de la población específicamente indígena y la dotación de servicios públicos, por ejemplo: la construcción de infraestructura hidráulica para el abastecimiento de agua entubada y potable resulta problemática desde el punto de vista técnico y extremadamente costosa desde el financiero, de ahí que las principales cabeceras municipales enfrenten serios problemas de servicios. La construcción de infraestructura hidroagrícola ha sido posible en muy pequeña escala, sobre todo por la escasa disponibilidad de tierras para el cultivo”<sup>23</sup>.

Las características físicas y naturales son precisamente las que hacen a esta zona tan interesante y por tanto digna de ser desarrollada turísticamente.

---

<sup>23</sup> Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión - "Plan Maestro de las Estrategias de Desarrollo Turístico".- FONATUR, 1996.- p. 50.

En la región objeto del presente estudio existen dos grupos étnicos perfectamente identificados: el grupo mestizo que representa el 63% de la población (73,122 h.) y los indígenas el 37% restante (42,562 h.). La diferencia en los niveles tanto sociales como económicos entre indígenas y mestizos es obvia y demasiado notoria; entre los mestizos el dinero representa una forma de acumulación y de intercambio indispensable para la reproducción material de la sociedad, mientras que entre los indígenas existen sistemas de intercambio y cooperación socioeconómica, los cuales forman parte de su tradición y a través de las cuales han logrado forma de subsistencia que compensan las severas condiciones de vida que enfrentan.

La región de “**Barrancas del Cobre**” cuenta con 9 municipios los cuales cuentan con un total de 115,684 h. (según el censo de 1990), de los cuales el 50.9% son hombres y el 49.1% restante son mujeres. Este número representa sólo el 4.57% de la población estatal. Además, es importante señalar el fenómeno migratorio que presentan estos municipios ya que tan sólo en 1990 salieron de su lugar de origen 5,500 personas, probablemente por las prolongadas sequías. De hecho, el 88% de los municipios presentan tasas de crecimiento poblacional negativas.

MUNICIPIOS	MIGRACIÓN NETA DECENAL (1980-1990)	TASA DE MIGRACIÓN (1980-1990)
Batopilas	- 2,725	-2.67
Bocoyna	- 2,411	-1.12
Chinipas	- 2,416	-3.16
Guachochi	474	0.15
Guazapares	- 1,508	-1.52
Maguarichi	- 282	-1.69
Ocampo	- 2,113	-2.79
Urique	- 2,725	-1.73
Uruachi	- 2,206	-2.86
TOTAL	- 15,912	- 1.93

FUENTE: Anuario Estadístico del Edo. de Chihuahua. INEGI (1990)

Del total de la población el 33.3% es analfabeta y aproximadamente el 28% se encuentra con niveles de instrucción muy bajos con apenas la primaria y en su mayoría de veces incompleta.

Como podemos observar existe un gran atraso en cuanto a educación se refiere en la zona.

En cuanto a la población económicamente activa de la región, para 1990 el 59% (15,166 personas) laboraron en el sector primario; el 15% (3,865) en el secundario y 22% (5,689) en el terciario. De estos, el 39% no recibía ingresos: el 20% sólo recibía un salario mínimo, el 22% ganaba de uno a dos salarios mínimos y sólo el 2% obtenía más de cinco salarios mínimos. Es evidente que

la insuficiencia del ingreso ha empeorado sobre todo a partir de diciembre de 1994<sup>24</sup>.

#### NIVELES DE INGRESO

CONCEPTO	TOTAL	%
Población ocupada	25,792	100.0
No reciben ingresos	10,134	39.3
De 1 salario mínimo	5,050	21.13
De 1 a 2 salarios mínimos	5,650	21.9
De 2 a 3 salarios mínimos	2,522	9.8
De 3 a 5 salarios mínimos	1,227	4.8
De 5 a 10 salarios mínimos	567	2.2
De 10 salarios mínimos	240	0.93

FUENTE Diagnóstico Sociodemográfico del Sistema Urbano Estatal del Edo. de Chihuahua (1993)

Los niveles de vida en la región, para 1990, podían haberse calificado como deficitarios ya que la mayoría de los pobladores carecían de luz eléctrica, agua potable y carreteras pavimentadas más, gracias al apoyo del gobierno por medio de programas para el desarrollo de los municipios, estas circunstancias han cambiado y por tanto la región se ha visto más favorecida con la introducción o el mejoramiento de algunos de dichos servicios, especialmente de caminos.

<sup>24</sup> Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- "Estudio Socioeconómico del Plan "Barrancas del Cobre".- FONATUR, 1996 - p. 58

En relación a las unidades médicas, los municipios que integran a las “Barrancas del Cobre” presentan diversas proporciones en los tres niveles básicos de operación que son: consulta externa, hospitalización general y nuevas unidades médicas. Los municipios de Bocoyna y Guachochi son los únicos que cuentan con los tres niveles de operación, los municipios restantes sólo tienen consulta externa en sus respectivas instituciones de seguridad y asistencia social.

Las unidades médicas son principalmente de consulta externa. La disponibilidad de estas últimas en las instituciones de seguridad y asistencia social a nivel municipal son realmente deficientes y en algunas entidades no han avanzado al mismo ritmo de expansión presentando proporciones desiguales.

De las instituciones de seguridad social, el IMSS cuenta con una unidad médica, el ISSSTE con seis y las Pensiones Civiles con once, entendiendo a estas últimas como servicios de salud privada que atienden a funcionarios del estado de Chihuahua.

A este respecto cabe señalar que el 96% de la población de la región usa los servicios proporcionados por las instituciones de salud, de las cuales, las instituciones de asistencia social cubren el 96% y sólo el 2.18% es cubierto por las instituciones de seguridad social<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> *Ibidem*, p. 60

**POBLACIÓN DERECHOHABIENTE DE LAS INSTITUCIONES DE SEGURIDAD SOCIAL POR INSTITUCIÓN, SEGÚN MUNICIPIO DE RESIDENCIA HABITUAL DEL DERECHOHABIENTE (1993)**

	TOTAL	IMSS	ISSSTE	PENSIONES CIVILES
Batopilas	142	0	70	72
Bocoyna	2,840	1,890	484	466
Chinipas	384	0	138	246
Guachochi	2,801	642	2,035	124
Guazapares	578	0	357	221
Maguarichi	14	0	0	14
Ocampo	107	0	0	107
Urique	302	202	0	100
Uruachi	221	0	0	221
<b>TOTAL DE LA REGIÓN</b>	<b>7,389</b>	<b>2,734</b>	<b>3,084</b>	<b>1,571</b>

FUENTE: IMSS. Delegación en el estado, Jefatura Delegacional de Finanzas, Oficina de Estadística y Análisis de la Información. ISSSTE. Delegación en el estado, Oficina de Estadística. Pensiones Civiles del Gobierno del estado. Oficina de Información Estadística.

Como podemos observar por su evidente rareza, en la región existe una insuficiencia bastante marcada en cuanto a las unidades médicas que atienden a la población residente. Sólo se cuenta con pocos centros médicos para consulta externa sin atención hospitalaria, los cuales a su vez no cuentan con personal suficiente para la asistencia médica.

En la región existe una importante concentración de población indígena que representa el 57% del total indígena estatal, asentados fundamentalmente en 5 de los 9 municipios analizados: Batopilas, Bocoyna, Guachochi, Guazapares y Urique.

En estos cinco municipios, a su vez, los tarahumaras representan el 96% de la población indígena, correspondiendo el 4% restante a tepehuanos, pimas y guarojíos<sup>26</sup>.

*Históricamente, desde el arribo de los conquistadores y la iglesia católica hasta las autoridades coloniales y civiles de la Revolución Mexicana, se intentó la concentración de los tarahumaras en pueblos tradicionales como en el centro y sur del país, sin alcanzar dicho objetivo.*

Es por esto que la sociedad tarahumara ha tenido que incorporar medios y estrategias generadas por ella misma o aceptadas del exterior como una escuela, los servicios en materia asistencial (S.S.A., D.I.F.) y la migración que efectúan las generaciones jóvenes para sobrevivir y no desaparecer como etnia.

Los tarahumaras tienen un serio problema en cuanto a educación se refiere ya que a pesar de que en términos relativos comparte con la población mestiza similares circunstancias, existe un alto grado de deserción escolar relacionado con el trabajo infantil agrícola y los patrones culturales de los tarahumaras.

El acceso a los centros educativos es infinitamente más viable en los asentamientos compactos que en los dispersos, lo que indica que la población

---

<sup>26</sup> *ibidem*, p. 63

mestiza está más alfabetizada y capacitada que los indígenas.

Lo anterior está estrechamente ligado con el panorama ocupacional, ya que el censo de 1990 reportó que la población indígena económicamente activa comprende sólo el 38% del total, pero la inactiva alcanza el 62%, fenómeno que revela una extraordinaria dependencia de los segundos respecto a los primeros.

El 85% de quienes trabajan lo hacen en un sector primario bastante deprimido en término de sus recursos naturales. En términos más específicos, el sector agropecuario agrupa al 64%, la artesanía al 8%, el sector educativo y el comercio al 6% en partes iguales, y el trabajo doméstico al 2%.

Dicha explicación hace más comprensible el que del total de las viviendas el 30% sólo cuenta con un cuarto y otra proporción ligeramente superior con dos. De esas viviendas el 67% contaba con un piso de tierra, el 84% carecía de agua entubada, el 92% sin drenaje y el 62% no dispone de ningún servicio.

De este análisis se desprende que la alta dispersión de la población tarahumara constituye un factor condicionante para dimensionar la estrategia de desarrollo turístico, para el suministro de servicios e infraestructura urbana y especialmente en cuanto a la toma de decisiones para su incorporación al proyecto turístico conocido como **“Barrancas del Cobre”**.

### 3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE “BARRANCAS DEL COBRE”.

Una de las preocupaciones fundamentales al instrumentar programas de desarrollo regional es dar respuesta al cómo participarán las comunidades, principalmente las indígenas. Generalmente se presupone una integración directa que las mismas condiciones de la realidad no permiten.

El estudio socioeconómico plantea una respuesta institucional más acorde con las condicionantes de la Sierra Tarahumara a partir del análisis de la estructura territorial de la región. El primer elemento es diferenciar sub-regiones cuyas características dan pauta a la conexión con otras regiones del estado de Chihuahua a través de sitios clave que funcionan como puertas estratégicas de entrada a las “**Barrancas del Cobre**”.

Asimismo, cada sub-región permite estructurar diversas microrregiones, cuyas utilidades funcionales y operativas consideren en forma integral todos los componentes del entorno: tipo de población, recursos naturales, usos del suelo, vocación productiva, comunicaciones, localidades cercanas y sitios turísticos prioritarios.

Bajo este marco de análisis se sustentan las formas de participación comunitaria bajo niveles de atención, diferenciada tanto para la población mestiza como la indígena.

En ambos grupos de población la presencia del turismo puede significar un beneficio comunitario, dado que la microrregionalización adquiere significado como cierre de un ciclo económico integral.

La estrategia de desarrollo comunitario se estructuró con base en las conclusiones obtenidas de estudios socioeconómicos y comprende una serie de propuestas de proyectos y acciones escalonadas, simultáneas y envolventes, encaminadas a promover de manera intensiva un esquema alternativo de participación comunitaria en programas de trabajo “culturales productivos” a través de toda la región de Barrancas.

La estrategia se diseñó a partir de la necesidad detectada de crear alternativas productivas, laborales y remunerativas para los pobladores más pobres de la zona, especialmente indígenas, más allá de la actividad turística y sus ramas colaterales, buscando sobre todo un alto componente de justicia social y *reactivación de las economías locales más marginadas y con mayores rezagos*, las cuales muestran escasas potencialidades ocupacionales ante un medio ambiente hostil y escaso en recursos naturales.

El propósito central de la estrategia consiste en validar con acciones concretas de promoción y desarrollo comunitario la nueva política sectorial que contempla al turismo como detonante regional pero con esquemas económicos operativos diversificadores que amplíen el espectro productivo y propicien una mayor participación popular en un proyecto global de desarrollo sustentable a largo plazo.

La estrategia planea impulsar un conjunto de proyectos culturales productivos complementarios a los ya aplicados en la región por parte del gobierno estatal y el gobierno federal, con lo cual se busca no obstaculizar ni dispersar los esfuerzos ya existentes sino ampliar la oferta ocupacional y

productiva de la región de Barrancas con base en una explotación racional de la riqueza cultural generada por los propios grupos sociales, en especial por la de la etnia Tarahumara; ello con el fin de promover una alternativa de ingresos a estos grupos y alentar al mismo tiempo la preservación y difusión de sus más legítimas expresiones autóctonas.

La premisa fundamental de este nuevo enfoque establece la necesidad de seguir utilizando al turismo como pivote sobre el cual gravite el desarrollo de aquellas regiones rezagadas con una clara vocación hacia este rubro, buscando al mismo tiempo una diversificación productiva, laboral y ocupacional de bajo impacto ambiental y con propósitos redistributivos entre los pobladores, pero con pleno respeto a sus identidades y revaloración de sus culturas. Este es el objetivo principal del proyecto turístico que nos ocupa: **“Barrancas del Cobre”**.

Para este proyecto fue preciso tomar en cuenta las peculiares características de la zona y la existencia -al lado de un grupo mestizo mayoritario- de un numeroso núcleo de población indígena reacia a los programas tradicionales integracionistas o asistenciales, que son a la vez el signo distintivo que da imagen propia, identidad y riqueza cultural a las barrancas.

El Plan Turístico de la Sierra Tarahumara en la región de **“Barrancas del Cobre”** se inscribe precisamente en este contexto, cuya incidencia a nivel macrorregional corresponde al desarrollo de los estados fronterizos del norte del país de los cuales Chihuahua forma parte.

De esta manera la región de **“Barrancas del Cobre”** prevee un nexo estratégico: a) al norte con los cruces fronterizos especialmente Cd. Juárez y los otros cruces como entradas estratégicas y de internación; b) la región Pacífico y Mar de Cortés agregado a la oferta turística compuesta por la sierra y los bosques, el enlace con el mar y los puertos, fortaleciendo también la actividad comercial así como el flujo de mercancías y servicios; c) la región noroeste que comprende al estado de Sonora, que además de su acceso al Pacífico y Mar de Cortés, agrega el contraste del desierto y; d) el enlace regional al noreste con los estados de Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas, con los que accederá al Atlántico y sus puertos, además de la importancia en la actividad comercial y turística con los acentos de la cultura tex-mex e historia binacional como elementos complementarios a la oferta inicial, y que también se encuentran en desarrollo, a través del programa turístico de la Frontera Norte.

Para estimar los alcances reales del plan turístico de **“Barrancas del Cobre”** en la Sierra Tarahumara, es necesario considerar el entorno de la zona que se pretende desarrollar ya que la selección de esta área busca establecer un enlace regional complementando los atractivos existentes que sumados permitirán ofrecer una gama de posibilidades capaces de satisfacer las necesidades de las corrientes turísticas actuales.

El término **“Barrancas del Cobre”** se articula internamente a partir de tres subregiones básicas con sus respectivas microrregiones, y dentro de ellas, cuatro accesos denominados puertas de entrada a la sierra definidas con base en la infraestructura de acceso, componentes étnico-culturales, instalaciones de hospedaje y servicios existentes y por último, aunque no menos importante, atractivos naturales con potencial suficiente para desarrollarlas y mejorarlas.

Dichas “puertas” permitirán a su vez la integración de seis subregiones de interés turístico y de negocios: Cd. Juárez en la zona fronteriza; Paquimé y Cuarenta Casas en zonas arqueológicas; Parral o Ruta de Villa, Delicias, Camargo y Conchos; Cd. de Chihuahua y sus alrededores y la zona del silencio en el estado de Coahuila.

La segunda parte del estudio socioeconómico estableció las premisas del desarrollo propuesto para el Plan Maestro “**Barrancas del Cobre**” bajo las siguientes consideraciones:

PRIMERA.- El Plan Maestro de “**Barrancas del Cobre**” no es solamente un proyecto de desarrollo turístico, ya que se inscribe en la nueva orientación que tiene este sector como detonador del desarrollo regional, convirtiéndose por sus propias características en sector estratégico. En este sentido el Plan Barrancas constituye el primer ejemplo demostrativo de que la premisa de desarrollo sustentable a través de este sector puede convertirse en una evidencia aún más allá de sólo un discurso declarativo y es precisamente ahí donde estriba su importancia.

SEGUNDA.- En consecuencia, los estudios y análisis en los diferentes aspectos que lo conforman, deben trascender la concepción formal que hasta hoy se tiene en cuanto a los alcances de los diagnósticos y estrategias necesarias para establecer su viabilidad y ejecución, con la plena convicción de que el éxito del primer proyecto bajo el contexto del nuevo enfoque de turismo definirá la factibilidad estratégica de planes y proyectos similares en el futuro.

TERCERA.- Trascender significa en este contexto no perpetrar el papel de dirigismo en las actividades económicas, socioculturales y políticas de una región o sector, sino hacer un uso adecuado de las herramientas de la planeación para asegurar un sano desenvolvimiento de las actividades que pretende el plan con objeto de que los propios habitantes de la región asuman la rectoría de su proyecto, una vez concluidas las fases de ejecución preoperativas<sup>27</sup>.

Así, de las conclusiones alcanzadas durante la primera etapa del estudio socioeconómico se diseñó una estrategia de desarrollo regional basada no sólo en proyectos turísticos y productivos tradicionales, sino en formas de ocupación y producción alternativas, basadas fundamentalmente en la exaltación -con fines lucrativos- de las formas y expresiones culturales más legítimas de la etnia tarahumara.

En resumen, el proyecto turístico de “Barrancas del Cobre” consiste básicamente en dotar de infraestructura básica a las localidades con mayor potencialidad turística, a efecto de generar una importante inversión en oferta hotelera, restaurantera, de campamento y trailer parks, así como el de servicios conexos como el comercio, el transporte y la industria de abastecimiento e insumos turísticos y preponderantemente artesanal.

Además, este proyecto trae consigo otras actividades inherentes al desarrollo las cuales involucran la participación activa de un gran número de dependencias; se requiere de la capacitación, desarrollo de inversiones y entretenimientos culturales e instalaciones sanitarias, hospitalarias y bancarias.

---

<sup>27</sup> *ibidem*, p. 19

El desarrollo de las “Barrancas del Cobre” es un proyecto macroeconómico que tiene un horizonte a 10 años, comprende una extensión de 2.4 millones de hectáreas de 9 municipios en donde se ubican las 7 barrancas. El proyecto se orienta a lograr beneficios para una población tradicionalmente marginada donde la actividad turística (por su potencialidad) se constituye en un detonante en algunas de las zonas con vocación natural para el turismo.

Se ha determinado una primera fase que comprende la zona de influencia de Creel y Divisadero. El primer sitio constituye actualmente el centro carretero que conecta el desarrollo turístico tradicional con el resto de las barrancas, así como su ubicación en torno a una gran diversidad de atractivos turísticos y culturales. Divisadero dispone de la mayor oferta hotelera actual, de mayor reconocimiento mundialmente, conectado con Creel por una carretera actualmente en proceso de pavimentación.

Esta fase del proyecto contempla el suministro de agua potable a la región, una planta de tratamiento de aguas residuales, electrificación, telefonía, urbanización y pavimentación de un tramo carretero de Creel a San Rafael de 28 kms. De acuerdo al estudio de mercado y sitio, la primera etapa prevé una superficie urbanizable de 151 hectáreas, de las cuales 122.55 serán vendibles para fines turísticos y residenciales. Esto permitirá expandir la oferta turística en 2,030 cuartos, 60 viviendas, 780 espacios de casas rodantes y 510 espacios de campamentos, así como de 60.3 mil m<sup>2</sup> de superficie comercial y 28.45 hectáreas de servicios turísticos, como estaciones y vialidades<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Dirección Adjunta de Planeación y Fomento a la Inversión - “Barrancas del Cobre: análisis de viabilidad”.- FONATUR - julio, 1996 - p. 3

### 3.3 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD Y RENTABILIDAD DEL PROYECTO.

De las cuatro actividades económicas fundamentales del área objeto de este estudio: la forestal, la agricultura, la minería y el turismo, ésta última constituye la que cuenta con mayor potencial de desarrollo regional por las consideraciones que a continuación se mencionan.

La primera enfrenta el inconveniente de la deforestación y el trastocamiento del equilibrio ecológico, aspecto que tarde o temprano puede exigir la toma de decisiones con respecto a la declaración de veda o a una política intensiva de reforestación. Esta última decisión podría constituir una fuente de empleo y derrama de ingresos muy segura.

En la actualidad la explotación forestal se caracteriza por una tendencia muy fuerte hacia la concentración del ingreso en manos de los dueños de los aserraderos.

Por último, la explotación forestal sólo alcanza a proporcionar empleos a una parte de la población regional.

“En el caso de la agricultura, (según datos del censo de 1990) a ella se dedica el 64% de la población económicamente activa, la superficie laborable es poca, además de que un 95% de las tierras de labor son de temporal. En estos términos la producción agrícola solamente se destina al autoconsumo, y según algunas observaciones de campo, exclusivamente para un periodo que va de dos a tres meses<sup>29</sup>”.

---

<sup>29</sup> Op. Cit. p 194

Debido a las pendientes muy pronunciadas del área y al bajo espesor del suelo, la mecanización de la agricultura es prácticamente improbable.

Quizás a causa del desequilibrio ecológico provocado por la deforestación, las sequías se han operado con bastante regularidad, incidiendo esto en los bajos niveles de producción agrícola.

La ganadería, especialmente la vacuna, relacionada con los factores agrícolas, enfrenta similares problemas de productividad y rentabilidad. En estos términos solamente la ganadería caprina y la ovina pueden prosperar, pero incluso con rendimientos muy bajos y en pequeña escala.

Tanto en la agricultura como en la ganadería los niveles de capacitación son realmente bajos.

En lo que a minería respecta, si bien en la actualidad se están operando medidas por parte del gobierno estatal en el sentido de reactivarla, lo cierto es que se encuentra prácticamente estancada. Además, en cuanto a este rubro la generación de empleos es muy baja.

Existe información, aún no confirmada, de que la región es rica en minerales. Este aspecto podría ser un punto favorable a dicha actividad. Sin embargo, todo parece indicar que la minería a nivel nacional atraviesa por un estancamiento similar al de la región de estudio.

De acuerdo a lo anterior y tomando en cuenta el escenario natural más las actividades afines que ya se están desarrollando, como las artesanías y el

comercio en general, todo indica que el turismo constituye la mejor y la única alternativa viable para potenciar el desarrollo económico y social de la zona.

La gran ventaja de las actividades turísticas es su potencialidad para incorporar una serie de actividades colaterales, como servicios de hotelería, restaurantes, guías de turistas, proyectos cinegéticos, transporte, el mayor desarrollo de las actividades artesanales, etc., que colateralmente propiciarían un incremento en el empleo y en la distribución del ingreso.

En síntesis, salvo los capitales invertidos en las actividades forestal, minera y comercial, que se modernizarían con el influjo del proyecto turístico y amortiguarían -en parte- la posibilidad de sobresaturación de la oferta de trabajo en las actividades turísticas, el resto de las actividades económicas no constituyen por el momento verdaderos soportes que coadyuvarían al desarrollo del turismo regional. En el caso de la actividad forestal su relación con el turismo es indirecta, y más concretamente en función del control de la tala como condición para readecuar el equilibrio ecológico. En cuanto a la actividad minera se refiere, su vinculación directa e indirecta con el turismo es muy tenue.

Por todo lo anterior podemos concluir que aunque la actividad turística tendría que apoyarse en inversiones extrarregionales e internacionales para hacerla viable, los resultados en cuanto a su factibilidad y rentabilidad son positivos ya que el desarrollo de dicho proyecto turístico diversificaría las actividades económicas en la zona; aumentaría la calidad de vida de la población por la introducción de bienes y servicios; contribuiría a la integración territorial y económica de la zona con el resto del estado y del país; y fortalecería la infraestructura turística en el noroeste de nuestra nación.

### 3.4 PERSPECTIVAS DEL PROYECTO “BARRANCAS DEL COBRE”.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 y las “políticas sectoriales y acciones concurrentes en la promoción turística” han reconocido el gran impacto de esa actividad como detonante del desarrollo regional, la generación de empleos y como la opción más rápida y viable de crecimiento y progreso para las zonas más atrasadas del país.

Por otro lado, en el grupo de trabajo de promoción de inversiones y financiamiento privado derivado de la Alianza para el Turismo, se estableció el compromiso de SECTUR y FONATUR de “desarrollo de proyectos de inversión hacia actividades complementarias y diferentes de los servicios de hospedaje que incluyan proyectos de entretenimiento y servicios turísticos para ampliar el campo de las posibilidades de inversión en el sector”.

Lo anterior forma parte de la nueva filosofía de planeación integral que impulsa el gabinete turístico y el propio FONATUR, consistente en ampliar y profundizar su participación activa y directa en la planeación, diseño y ejecución de una oferta turística nacional alternativa, de protección al medio ambiente y generadora de participación comunitaria<sup>30</sup>.

Sobre todo tomando en cuenta las peculiares características de la zona y la existencia, al lado de un grupo mestizo mayoritario, de un numeroso núcleo de población indígena reacia a los programas tradicionales integracionistas o asistenciales, que son a la vez el signo distintivo que da imagen propia, identidad y riqueza cultural a las barrancas.

---

<sup>30</sup> *Ibidem*, p. 18.

Para el mercado tanto norteamericano como europeo es muy importante que las actividades se amplíen, ya que las actividades y los deportes al aire libre originan una gran demanda de viajes.

Las “**Barrancas del Cobre**” en el mercado europeo representan un destino ideal ya que es un sitio que cuenta con historia, cultura, paisajes y diversas actividades que se pueden realizar aún cuando se deben desarrollar en una forma más organizada.

La imagen general de las “**Barrancas del Cobre**” origina comentarios sobre la importancia de un desarrollo urbano y social antes que continuar explotando turísticamente el lugar sin considerar la resolución de problemas actuales como que las condiciones de los caminos resultan inseguras y peligrosas, así como las condiciones de vida de la gente que se observan precarias e insalubres<sup>31</sup>.

El recorrido del tren dentro de un vagón de lujo es adecuado para los retirados, europeos o norteamericanos de nivel socioeconómico medio-alto y alto que buscan lujo y confort. Para segmentos como mochileros, estudiantes y en general para el turismo de aventura, el viaje en el Ferrocarril Nacional representaría una experiencia inolvidable.

El mismo recorrido del tren se vuelve monótono una vez que se acaban los paisajes de las Barrancas, hace falta música y si fuera posible realizar algún tipo de actividad o bien ver una película.

---

<sup>31</sup> Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Anexos”.- FONATUR, 1996.- p. 4

La hospitalidad, atención y servicio que caracteriza a la gente mexicana hace que la estancia de cualquier persona sea agradable y que existan deseos de regresar al destino.

La promoción del turismo mexicano en Europa necesita fortalecerse, hay veces que la promoción llega a las ciudades más importantes cuando hay un gran mercado interesado por México en las pequeñas provincias. También es necesaria la coordinación entre SECTUR, FONATUR y las delegaciones de turismo mexicano en Europa para que cuenten con el material de promoción y publicidad adecuados para captar el interés de los turistas a destinos nuevos además de las playas.

El mercado de seminarios y convenciones será posible una vez que exista mayor capacidad de hospedaje.

Actualmente, existen prestadores de servicios en cuanto a tours, excursiones, circuitos e itinerarios establecidos con muchos años de experiencia, sería conveniente la validación de muchos aspectos tanto de mercado como producto, precio y promoción tomando en cuenta sus opiniones.

Todos los aspectos anteriormente descritos son sólo algunas de las ventajas y desventajas que ofrece el proyecto de **“Barrancas del Cobre”** y tomándolas en cuenta para un futuro inmediato, las perspectivas de éxito que ofrece dicho proyecto serán inmensas.

Un aspecto importante para el óptimo desarrollo del proyecto turístico son las estrategias a considerar para lograr un turismo integrado que responda a los esquemas de conservación de la naturaleza existentes en la región, las condiciones de los medios naturales y artificiales del sitio, así como a las condiciones de mercado existentes.

Con base en lo anterior, es de suponer que se detonará un desarrollo turístico en la región a partir de un esquema de planeación que permita un crecimiento integrado, incorporando gradualmente los sitios, lugares y localidades que se localizan en la zona de estudio.

## CAPÍTULO 4: EL FUTURO DEL TURISMO EN MÉXICO.

### 4.1 IMPORTANCIA SOCIO-ECONÓMICA DEL PROYECTO DE “BARRANCAS DEL COBRE PARA LA REGIÓN.

Dentro de los objetivos centrales del Programa de Desarrollo Turístico Integral “Barrancas del Cobre”, esta el incidir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población mestiza e indígena de la región de influencia del proyecto, paralelamente a las actividades que de él se deriven.

La estrategia general de desarrollo propone las acciones y proyectos específicos bajo los cuales en cada región se impulsará integral y ordenadamente el desarrollo turístico.

Los grandes ejes de acción serán el desarrollo de una oferta turística alternativa con infraestructura de bajo impacto, promoción y comercialización de destinos ecoturísticos, protección y preservación ambiental, consenso y participación social, estímulo a proyectos e inversiones y capacitación.

Se basa, para ello, en un esquema multifocal de estrategias interdependientes y de aplicación simultánea a nivel regional y microregional que fueron concebidas para potencializar las aptitudes turísticas, ecológicas y socioculturales existentes.

Los subprogramas definidos para la primera etapa del proyecto son los de: a) infraestructura; b) desarrollo comunitario; c) capacitación turística; d) inversión; e) comercialización; f) medio ambiente<sup>32</sup>.

En este marco es que se pretende instrumentar la estrategia de participación social con el apoyo de un Programa de Desarrollo Comunitario, uno de los cinco subprogramas del Plan Maestro, cuyos lineamientos de acción tengan aplicación micro-regional.

La existencia de dicho programa cobra importancia a partir de que la planeación turística en el país –históricamente- ha priorizado el impulso de grandes complejos turísticos estratégicos, proyectos en los que como tendencia general no se ha contemplado del todo la participación de la población local. Con las nuevas modalidades turísticas se hace indispensable un programa que apoye el desarrollo de la comunidad de manera integral para lograr un ascenso paralelo, tanto de la región como de sus habitantes, en el ámbito económico<sup>33</sup>.

La historia de las regiones indígenas y rurales asociadas a proyectos turísticos demuestran que de no tomarse en consideración a la población en el momento de concebir un proyecto de este tipo, por lo regular éste se convierte involuntariamente en uno más de los atractivos para los turistas nacionales e internacionales, situándose como meros elementos pasivos ante la promoción del desarrollo en general y de los beneficios locales en particular. Así pues, un programa de este tipo es imprescindible para equilibrar la relación entre inversión, turismo y desarrollo rural<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión - "Programa de Desarrollo Comunitario".- Doc Preliminar.- FONATUR, 1996.- p 9

<sup>33</sup> Ídem

<sup>34</sup> Ibidem. p 10

Respetando a la diversidad étnica y bajo esta concepción no es extraño que en un modelo como el que se trata de implementar en la región de “Barrancas del Cobre” tengan cabida manifestaciones culturales diferentes a las nuestras, por lo que uno de los sentidos del desarrollo otorgado por las comunidades rarámuri sea que el turismo favorezca la preservación de las festividades, la conservación del hábitat y garantice su posesión del territorio tal vez sin demandar los servicios básicos, tal vez sin solicitar la introducción de la energía eléctrica o incluso, sin pretender nada más que seguir siendo ellos mismos con una expectativa mayor de vida.

En resumen, el objetivo general del Programa es propiciar la participación y el involucramiento activo de las comunidades mestizas e indígenas de la región en el proyecto de desarrollo turístico, con el propósito de que obtengan beneficios socioeconómicos para mejorar sus niveles de vida a partir de la preservación y fortalecimiento de su etnicidad y de las diversas oportunidades que este genere<sup>35</sup>.

Bajo este contexto se pretende inducir el desarrollo regional sustentable con base en un sistema de ordenamiento y planeación territorial, generando alternativas de producción, remuneración y empleo en las localidades mestizas e indígenas como coadyuvantes del desarrollo socioeconómico e involucrando, en la medida de lo posible, a las comunidades y sus habitantes en diversos programas y proyectos turísticos, productivos y culturales, de acuerdo y con pleno respeto a su cultura y formas de organización social.

---

<sup>35</sup> Op Cit , p. 14.

Por otra parte se tratarán de evitar distorsiones de las economías locales provocadas por el turismo como actividad estacional.

Se coadyuvará a evitar la pérdida de los valores de las culturas locales como uno de los resultados de la interacción desigual entre el turismo y las comunidades, fortaleciendo los vínculos de cooperación y organización comunitaria.

A su vez, se propiciarán y apoyarán modelos eficientes para el aprovechamiento de los recursos y paisajes naturales.

Con el fin de obtener resultados positivos a lo anteriormente expuesto, es necesario llevar a cabo las siguientes acciones<sup>36</sup>:

1. concertar con los gobiernos Federal, Estatal y Municipal, apoyos coordinados para atender la problemática regional.
2. promover campañas de información sobre el “Plan de Barrancas” y sus beneficios comunitarios.
3. proporcionar asesoría para impulsar procesos de planeación rural participativa.
4. integrar comités de desarrollo en las localidades prioritarias.

---

<sup>36</sup> Ibidem, p 15

5. inducir y promover la organización y capacitación de grupos promotores de proyectos turísticos.
6. diseñar proyectos alternativos acordes con el ordenamiento territorial del área.

Como puede observarse, el Programa de Desarrollo Comunitario pretende recuperar y ampliar los espacios de participación económica, política y social para el desarrollo sustentable de la zona.

Es importante recordar que la ejecución de dicho Programa tiene como eje la necesaria participación de las instituciones en sus tres niveles: federal, estatal y municipal, así como de las comunidades indígenas y mestizas.

#### 4.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA.

Una gran alternativa económica de Chihuahua que no ha sido explotada a fondo es la del turismo, tomando en cuenta los grandes atractivos naturales e históricos con que cuenta la entidad.

A través de la ejecución del “Plan Maestro Barrancas del Cobre” se busca aprovechar el potencial turístico de la sierra invirtiendo recursos públicos en infraestructura básica que atraigan la inversión privada en infraestructura hotelera y de servicios. Su intención final es generar empleos y una considerable derrama económica en la zona con mayor grado de marginación de todo el estado, mediante la atracción de un mayor número de visitantes nacionales y

extranjeros y aprovechando el acceso que permite la culminación del proyecto carretero Gran Visión.

A la fecha está ya constituido el Fideicomiso que operará dicho Plan en donde se ejercen recursos por más de \$64,000,000.00, aportados por FONATUR, con base en un crédito del Banco Interamericano de Desarrollo para concluir la carretera Creel-San Rafael y para la construcción, en Creel, de una subestación eléctrica y de su línea de conducción por más de 90 Kms. La trascendencia de esta última obra reside en que podrá llevar suficiente electricidad al 10% de la zona tarahumara.

Por su parte, FONATUR está aportando estudios y proyectos por más de \$6,000,000.00 para el desarrollo de la primera etapa del "Plan Maestro Barrancas del Cobre"<sup>37</sup>.

Tratar de situar al estado de Chihuahua en la cima del turismo mundial es una meta que requiere, entre otras cosas, de una promoción permanente y bien dirigida. Es así como a través de ese esfuerzo paciente -sostenido ya por varios años-, los atractivos turísticos del lugar se van convirtiendo poco a poco en un destino más conocido y atractivo para el turista nacional y extranjero.

Gracias a la participación por quinto año consecutivo en el Tianguis Turístico de Acapulco<sup>38</sup>, este año aumentó en un 35% la cantidad de empresas chihuahuenses que ofertaron directamente sus productos en dicho lugar, ante los

---

<sup>37</sup> Barrio Terrazas, Francisco - "Quinto Informe de Gobierno".- México, 1º. de octubre de 1997.- p. 72.

<sup>38</sup> El Tianguis Turístico de Acapulco es la novena feria de su tipo a nivel mundial y la más importante en México

más importantes turoperadores de América, Europa y Asia, con ventas directas por más de \$2,240,000.00<sup>39</sup>.

“También participa en tres fondos mixtos de promoción turística, de los cuales tan sólo los de Chihuahua y Ciudad Juárez realizaron 14 convenciones de septiembre de 1996 a la fecha, con una venta de 13,750 cuartos noche y una derrama directa de más de \$12,000,000.00.

Un nuevo elemento que fortalecerá a este sector es el impuesto al hospedaje que se ha empezado a cobrar a los turistas con una sobretasa del 2% para promoción de las actividades turísticas. A la fecha se llevan recaudados \$3,270,000.00, que deberán utilizarse en una campaña turística publicitaria nacional, aunada a la que promueve la actual Administración del Dr. Ernesto Zedillo”<sup>40</sup>.

Para invitar a los propios chihuahuenses a conocer su estado, se realizaron los dos primeros tianguis turísticos estatales “Chihuahua para los chihuahuenses” en los meses de mayo y junio. De esta manera se ha logrado aumentar la afluencia de turistas -sobre todo locales- en los meses de verano, normalmente con baja ocupación hotelera.

Es importante mencionar que la ocupación hotelera -principal indicador de la actividad turística- ha aumentado un 18% desde 1996 en los principales destinos turísticos del estado. En Chihuahua creció un 17%, en Juárez un 16%, en la sierra un 9% y 22% en el resto de la entidad<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> Op. Cit., p. 73.

<sup>40</sup> Ibidem, p. 74

<sup>41</sup> Ídem

Además, el estado de Chihuahua cuenta con una infraestructura hotelera importante; en términos de calidad, Chihuahua es considerado como un estado que cuenta con servicios hoteleros por encima del promedio nacional además de ser considerado como un foco turístico de un alto potencial por sus importantes atractivos naturales con que cuenta (como ha sido mencionado anteriormente), así como por su localización y su rápido crecimiento industrial que lo hace ser un destino de negocios.

“En 1995 se contaba en el estado con un total de 168 hoteles que suman 8,000 habitaciones; de esta capacidad hotelera, Ciudad Juárez concentra el 27.3% de los establecimientos y la ciudad de Chihuahua el 22.6%, el motivo principal del viaje en el caso de estas dos ciudades es de negocios en más del 50% así como en el resto del estado con excepción de la Sierra Tarahumara que básicamente absorbe turistas en viajes de placer”<sup>42</sup>.

#### 4.3 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO PARA EMPLEARSE EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE OTRAS ZONAS DE LA REPÚBLICA MEXICANA.

La regionalización representa la herramienta de análisis de descripción del marco donde se desarrollan las actividades económicas y abarca desde los datos monográficos esenciales, hasta los datos específicos del acontecer económico de la población y desarrollo de la industria, su grado de madurez (si la hay), la producción agropecuaria, todo esto vinculado a las pautas de comportamiento sociopolítico que rigen y actúan en forma determinante en la región objeto

---

<sup>42</sup> Dirección General de Fomento Económico - "Chihuahua: una visión integral" - Anuario estadístico 90-95.-

de estudio, y estos elementos constituyen el verdadero marco económico que permite a través de su concepción y análisis la toma de decisiones en materia de planeación económica en este caso relacionadas con la actividad turística que provoca una programación de actividades que tienden al logro de objetivos para transformar los espacios territoriales y los grupos humanos ahí asentados.

La primera parte del diagnóstico socioeconómico de la región a desarrollar establece los parámetros iniciales del conocimiento de la misma, y de ahí que en la parte final se arribe a conclusiones y recomendaciones que prefiguran algunas propuestas para el desarrollo turístico, productivo, ecológico y cultural de la zona.

Con esto se pretende dar a entender que del resultado del análisis del medio físico y de sus recursos naturales que se haga, dependen a su vez de los medios de producción que se encuentren interactuados en la zona de estudio y también de la población a través de su evolución y comportamiento con los grupos que la conforman; así, por los elementos analizados en dicho diagnóstico, se necesitará establecer una estrategia que incluya el desarrollo ecoturístico en la zona de estudio conformado por todas aquellas actividades que inciden en el medio físico y que están orientadas a la satisfacción de las necesidades de sus visitantes (tanto como de los habitantes locales), y que de una manera equilibrada preserven y contribuyan a mantener el necesario balance entre el medio físico, los recursos naturales y las actividades productivas en presencia del propio proyecto turístico.

Así pues, es importante destacar que el desarrollo que se planea realizar en alguna zona dependerá totalmente de los estudios previos que se hagan de

la misma, ya que no todas las zonas contempladas para proyectos turísticos cuentan con los mismos elementos a explotar ni social, ni cultural, ni ecológicamente hablando.

Por lo tanto, la factibilidad del presente proyecto para emplearse en el desarrollo turístico de otras zonas de la República Mexicana dependerá por mucho de uno o varios grupos de investigadores que se dediquen a realizar estudios previos de las zonas que se tengan contempladas para su desarrollo turístico, y en consecuencia, se procederá a estructurar un proyecto ad hoc para cada zona aprovechando al máximo todos los factores que sirvan para un despegue turístico total sin pasar por alto la personalidad y las características propias de cada región.

#### 4.4 EL PAPEL DESEMPEÑADO POR EL TURISMO DENTRO DE LA ECONOMÍA NACIONAL.

En México, la industria turística es un elemento fundamental en la creación de empleos, se calcula que contribuye con el 9% del total de la planta de empleo, alrededor de 600 mil empleos directos y de 1 millón 500 mil indirectos. De acuerdo a cifras del XI Censo de Población y Vivienda, las actividades relacionadas con las ramas de restaurantes y hoteles participan con el 3.3 % de la población ocupada, a la cual habría que agregar las que se realizan en otras actividades asociadas.

Para lograr un incremento en el total de la captación de divisas por concepto de turismo, la Secretaría de Turismo desarrolló una estrategia para

elevant sus niveles de competitividad frente a los competidores y optimizó los esfuerzos realizados en materia de promoción y desarrollo de productos.

En 1995 el turismo representó el 3.1% del Producto Interno Bruto, si se cuentan sólo hoteles y restaurantes.

Actualmente el valor de los activos turísticos se calcula en 25 mil millones de dólares<sup>43</sup>.

Es primordial señalar la importancia de la actividad turística en nuestro país ya que en los últimos veinticinco años ha tenido un crecimiento aproximado del 9.4%, y éste a su vez ha apoyado al mantenimiento de la economía nacional.

A su vez, también se producen efectos sobre el ingreso nacional, los cuales se manifiestan en: la contribución al Producto Interno al generar salarios, así como otros ingresos relacionados con los factores de producción; contribución a la redistribución del ingreso, esto es, que como consecuencia del incremento del turismo nacional, se crea un producto turístico que el turista nacional consume en lugares distintos de su espacio vital; efectos multiplicadores que resultan del gasto turístico; por último, aunque sin restarle importancia, el fenómeno turístico desempeña un papel de particular importancia en la calidad de factor de expansión del mercado nacional en virtud de que el turista adquiere una amplia gama de productos manufacturados (cuero, lana, piedras semi-preciosas, etc.) que constituyen un consumo turístico secundario, pero equivalen a una auténtica exportación.

---

<sup>43</sup> Poder Ejecutivo Federal.- "Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000".- p. 11.

La derrama económica producida por el consumo y uso de servicios por parte de los turistas trae como consecuencia una serie de efectos resultantes directos, pero a su vez los factores de producción en el sector turismo originan paralelamente determinados efectos indirectos en la economía, ya que gran parte de esos ingresos se destinan a su vez a la compra de otros bienes y servicios; éstos últimos dan lugar a su vez a diversos efectos inducidos, es decir, que se genera una cadena de consumos y gastos, de productos y servicios que demanda el turista para la satisfacción plena de su actividad como tal; y para hacerle frente a esas exigencias es importante diseñar planes y programas de infraestructura a nivel urbanístico para proporcionar los servicios necesarios que se requieren para desplazarse y disfrutar de los destinos turísticos de interés común.

Recientemente el turismo ha sido el principal atractivo para los inversionistas extranjeros. Por parte de FONATUR en acuerdo con otras fuentes, se han probado importantes megaproyectos turísticos y gracias a las inversiones extranjeras se ha comenzado a trabajar en infraestructura urbana como drenaje, agua, luz, carreteras estatales, parques, etc.

Es importante tomar en cuenta que la derrama de recursos se hará presente dependiendo del nivel de calidad del producto o servicio que ofrezca el empresario; así pues, es aquí donde se abren las posibilidades de los oferedores de servicios y bienes en sus respectivas especialidades.

#### 4.5 EL FUTURO DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Como se ha reiterado con anterioridad el turismo es una actividad que coadyuva a la recuperación económica; que genera nuevas fuentes de trabajo con rapidez y a costos relativamente menores; que incorpora a la vida productiva a hombres y mujeres, jóvenes y adultos por igual, y que significa un importante ingreso de divisas para nuestro país.

A este respecto México es hoy una industria en expansión, por esto, este es el momento adecuado para imaginar el futuro del turismo como una de las principales actividades económicas (sino la principal) del país.

Pocos países tienen el potencial turístico con el que cuenta México. En nuestro territorio se conjugan las realizaciones hechas por el hombre en el curso de varios siglos, con la obra de la naturaleza lograda al cabo de millones de años.

Mucho es lo que con el esfuerzo de varias generaciones se ha logrado para aprovechar este potencial turístico. La industria turística representa hoy en día una inversión cercana a los 25 millones de dólares, con una presencia fuertemente mayoritaria de mexicanos. Casi el diez por ciento de la población ocupada trabaja en actividades relacionadas con el turismo<sup>44</sup>. Se trata de una industria que abre oportunidades de desarrollo individual y de desarrollo regional a lo largo y ancho del país. Su capacidad de generación de divisas le confiere un gran dinamismo.

---

<sup>44</sup> Zedillo Ponce de León, Ernesto.- "Alianza para el Turismo".- Dirección General de Comunicación Social.- México, 1996.- p. 6.

Se trata de una industria que en los próximos años, muy pronto tal vez, superará los ingresos que México recibe por concepto de sus exportaciones petroleras.

Una de las principales medidas tomadas por el gobierno mexicano para la promoción del turismo mexicano es el Tianguis Turístico que se ha venido llevando a cabo con gran éxito; durante el realizado en 1997, la Secretaria de Turismo Silvia Hernández destacó que “durante esta administración el turismo es un sector con resultados, y se ubica como una de las industrias con más rápido crecimiento de entre todas las del país; los casi 7 mil millones de dólares de divisas que capta, representan sin duda una aportación sustantiva al desarrollo nacional.

Además, señaló que se necesita seguir creciendo arriba del estándar internacional, acelerar la asociación estratégica entre los sectores público y privado y acentuar el trabajo intergubernamental...”<sup>45</sup>.

Para fines de 1994 México tuvo que enfrentar circunstancias particularmente complejas y ante esta situación la actividad turística se constituyó en un importante factor amortiguador y compensatorio de esas dificultades económicas.

Otro factor importante que ha llevado a cabo el gobierno en cuanto al impulso de dicho sector es la llamada “Alianza para el Turismo” con la finalidad de impulsar el potencial turístico de México, a partir de la corresponsabilidad y la unión de esfuerzos.

---

<sup>45</sup> Blanco, Dolores.- “La industria sin chimeneas, segunda fuente de divisas. Silvia Hernández”.- El Nacional.- 14 de abril de 1997.- No 24,497.- p 3.

La “Alianza para el Turismo” se creó con el objeto de sumar voluntades públicas y privadas para consolidar una estrategia integral que alentara y promoviera todas sus manifestaciones, además de aprovechar mejor las oportunidades que ofrece al turismo la creciente intensidad de los intercambios con los principales socios comerciales del país<sup>46</sup>.

El emprender vigorosas acciones para incrementar y diversificar el origen del turismo extranjero que visita México; fomentar el turismo nacional atendiendo su diversidad económica y social; aplicar a medidas que desregulen y simplifiquen adicionalmente el establecimiento y operación de empresas turísticas, que faciliten y estimulen la práctica de nuevas formas de turismo; perfeccionar los servicios de apoyo al turismo que proporcionan las dependencias del gobierno federal, y respaldar los servicios que ofrecen los gobiernos estatales y municipales; fortalecer la infraestructura que requiere el turismo como puertos de navegación y servicios aeroportuarios, carreteras y autotransporte, seguridad y protección al consumidor; impulsar los programas de capacitación para que el turismo en México sea reconocido por la calidad de sus servicios y su competitividad, por la hospitalidad y el buen trato de sus trabajadores; estas son sólo algunas de las medidas que se han tomado desde la creación de la “Alianza para el Turismo” y que se deben retomar con mayor fuerza en el futuro para un pleno desarrollo de este sector, ya que el turismo es una de nuestras grandes cartas para la recuperación económica y del empleo.

El turismo habrá de ser en los próximos años una actividad de primera importancia para generar mejores oportunidades de empleo a más mexicanos. El

---

<sup>46</sup> Op. Cit , p. 7.

crecimiento económico sostenido, sustentable y permanente al que se aspira en México, tendrá en el turismo un firme soporte.

Por todo ello, es de esperar que en el futuro el turismo se mantenga como uno de los motores fundamentales del crecimiento de nuestra economía.

## CONCLUSIONES

El turismo es una actividad que depende en gran medida del acervo de atractivos naturales, históricos, culturales y sociales, así como de la infraestructura con que cuente un lugar o región. Por ello, en la actividad turística destacan algunos destinos que concentran un alto porcentaje de la captación de turistas y divisas, la generación de empleos y la infraestructura existente, que han demostrado su capacidad como propulsores del desarrollo regional al expandir sus efectos hacia las regiones en que se ubican.

La prioridad se canaliza hacia el mejor aprovechamiento de nuestros mercados, incorporando al producto tradicional de playa y sol nuestro valioso patrimonio natural, histórico y cultural, extendiendo el beneficio de la actividad turística hacia aquellas regiones de menor desarrollo relativo en el país y en las cuales las alternativas de actividad económica productiva son escasas.

Por lo tanto, la política turística de México para el mejor empleo de dicho rubro a nivel económico en el momento actual, está orientado a la recuperación e incremento de la competitividad de nuestros centros y regiones turísticas más importantes, redefiniendo su producto básico, mejorándolos en su calidad ambiental, sumándoles valor mediante la diversificación de actividades, incrementando las posibilidades de acceso de los consumidores, reorientando ésta renovada oferta hacia los mercados de mayor potencial de respuesta, diversificando los canales de distribución.

Dicho esfuerzo de revaloración se dirige en primer término a los destinos turísticos de playa, a las principales ciudades de la frontera norte del país y a las grandes ciudades, ciudades coloniales, y al desarrollo sustentable de una oferta turística de nuevo tipo en la Sierra Tarahumara, en el Mundo Maya del sureste de México y en parques naturales y áreas protegidas seleccionadas prioritariamente; la zona de la ballena gris en Baja California Sur y la Mariposa Monarca en Michoacán.

La sustentabilidad resulta una estrategia imprescindible para el desarrollo equilibrado, a mediano y largo plazo, de los destinos y regiones turísticas prioritarios.

Dicha sustentabilidad se ha transformado en un requisito para atraer segmentos interesados en desarrollar actividades estrechamente relacionadas con la naturaleza y la cultura, pero también para aumentar la competitividad y rentabilidad.

Como se ha reiterado, México cuenta con una gran biodiversidad, con la existencia de una extensa variedad de culturas vivas de origen ancestral y con un extraordinario patrimonio histórico, que requieren de modelos sustentables para conservarse y aprovecharse de manera que puedan generar servicios turísticos estratégicos que beneficien al conjunto del sector y de la sociedad.

Un turismo convencional desvinculado de las consecuencias que produce sobre la naturaleza y la cultura, tiende a generar crecientes costos ambientales, la pérdida de capital y de valor patrimonial ecológico y cultural que, finalmente, y

por insuficiente inversión para revertir el deterioro, resulta contrario a la rentabilidad privada y social.

Sin embargo, en los últimos años se ha desarrollado una conciencia sobre la necesidad de integrar las políticas ambientales y de sustentabilidad de las culturas a las políticas generales de desarrollo turístico.

El desarrollo sostenido de un proyecto ecoturístico necesita anticiparse a la experiencia humana en el manejo de los recursos. Lograr la comunicación e integración entre los visitantes y los recursos es la herramienta necesaria para definir nuevas experiencias y compartir valores que a largo plazo creen una conciencia sobre la preservación de la naturaleza y la cultura.

Es importante considerar que el desarrollo sostenido implica:

- respeto en el diseño, construcción y operación sobre los recursos naturales y culturales existentes;
- respeto e integración por las comunidades locales;
- reconocer oportunidades de aprendizaje sobre los recursos de la región;
- crear conciencia tanto en los habitantes como en los visitantes acerca de la necesidad de preservación y conservación;
- tener en cuenta los impactos que conllevará el desarrollo turístico e implementar la forma en que se minimizaran los mismos.

En cuanto a la región analizada en ésta tesis y que genéricamente se denomina “Barrancas del Cobre”, las conclusiones a las que se llegó son las siguientes:

1. La zona presenta una elevada viabilidad de desarrollo turístico por las siguientes razones:
  - existen recursos paisajísticos, escénicos, culturales y ecológicos únicos en nuestro país;
  - las actividades productivas que se realizan en la zona son compatibles con la actividad turística, lo que reduce los posibles conflictos que pudieran surgir por la realización de actividades antagónicas;
  - existe una incipiente actividad turística que es necesario impulsar para que ésta se desarrolle ordenadamente;
  - el desarrollo de un proyecto turístico diversificaría las actividades económicas en la zona; aumentaría la calidad de vida de la población por la introducción de bienes y servicios; contribuiría a la integración territorial y económica de la zona con el resto del estado y del país; y fortalecería la infraestructura turística en el noroeste de nuestra nación.
  
2. Sin embargo, la mayor limitante para lograr el éxito del desarrollo turístico es la insuficiente infraestructura de comunicaciones, transportes y servicios a la población en toda la región. De no considerarse el mejoramiento integral de dichos aspectos, no se asegurará la viabilidad del proyecto turístico.
  
3. Un aspecto importante para el óptimo desarrollo del proyecto turístico, son las estrategias a considerar para lograr un turismo integrado que responda a los esquemas de conservación de la naturaleza existentes en la región, las condiciones de los medios naturales y artificiales del sitio, así como a las condiciones de mercado existentes.

Con base en lo anterior, es de suponer que se detonará un desarrollo turístico en la región a partir de un esquema de planeación que permita un crecimiento integrado, incorporando gradualmente los sitios, lugares y localidades que se localizan en la zona de estudio.

México tiene una señalada vocación turística gracias a su privilegiada ubicación geográfica; a sus numerosas y variadas bellezas naturales; a su invaluable patrimonio histórico y cultural, y a la reconocida hospitalidad de sus habitantes. Así se explica que a pesar de que su enorme potencial permanece en gran medida inexplorado el turismo haya alcanzado especial relevancia, pues contribuye sustancialmente a la generación de empleos directos e indirectos, al ingreso de divisas y a la afirmación de la identidad nacional.

Es por esta razón que el gobierno otorga prioridad a dicha actividad en el proyecto de desarrollo nacional y promueve e impulsa su modernización como estrategia obligada para dotarla de capacidad competitiva, lo que presupone superar añejos rezagos identificados en un amplio espectro que abarca limitaciones de infraestructura, instalaciones comerciales, seguridad, protección ecológica, conservación de la cultura, capacitación y prestación directa de los servicios.

En nuestro país el turismo ha permitido que el desarrollo se presente en zonas hasta antes aisladas en las que el crecimiento económico no era muy favorable.

Siendo el turismo un elemento esencial en la estrategia para el desarrollo integral del país, es entendible el por qué actualmente se busca el emprender la modernización del sector en todos sus niveles.

El turista al viajar es motivado, para escoger su destino, por la calidad y las tarifas del lugar. La actual política turística busca una modernización estrechamente ligada a la calidad ya que ésta es uno de los principales atractivos para el turista, lo que se traduce en un incremento de la productividad, genera mayores ganancias, y permite una mayor competitividad al mejorar las tarifas que son un importante estímulo para aumentar la afluencia de turistas.

Otro factor de suma importancia es la promoción de nuevos centros turísticos, sabiendo a quién y cómo dirigirla y así poder diversificar las nacionalidades de los turistas que puedan llegar a visitar el país. Por esto, la participación en eventos y ferias internacionales de nuestro país en el exterior conlleva a obtener una publicidad masiva e importantísima para México.

Al ocupar el séptimo lugar de oferta hotelera a nivel mundial y teniendo grandes atractivos turísticos, es susceptible de aumentar los beneficios turísticos que actualmente tiene, para ello es importante el llevar a la práctica una buena política turística que se apoye, como lo está haciendo, en la modernización y en el cuidado del medio ambiente, buscando la diversificación de destinos y de la procedencia de los visitantes, aumentándose así los beneficios - sobre todo económicos - que trae consigo el desarrollo de la industria turística del país.

## BIBLIOGRAFÍA

Barrio Terrazas, Francisco.- “Quinto Informe de Gobierno”.- México, 1º. de octubre de 1997.

Cárdenas Tabares, Fabio.- “Comercialización del turismo: determinación y análisis de mercados”.- México, 1983.- Ed. Trillas.- 149 p.

Cárdenas Tabares, Fabio.- “Proyectos turísticos: localización e inversión”.- México, 1991.- Ed. Trillas.- 73 p.

Dahdá, Jorge.- “Elementos de turismo”.- México, 1993.- Ed. Edamex.- 134 p.

De la Torre, Oscar.- “El turismo: fenómeno social”.- México, 1980.- Ed. Fondo de Cultura Económica.- 134 p.

Departamento de Turismo.- “Memoria de Labores”.- México, 1974.

Díaz Ordaz, Gustavo.- “La función social y económica-nacional, y ecuménica del turismo”.- México, 1965.- Ediciones del Centro de Estudios Nacionales.- 389 p.

Enríquez Hernández, Jorge.- “Análisis geoeconómico del sistema regional de la Sierra Tarahumara”.- México, 1988.- UNAM.- 202 p.

“Estudio General del desarrollo del turismo en México”.- México 1969.- Ed. Impulsora de empresas turísticas S.A. de C.V.- 237 p.

Firsboa, S.M. y Tsaga, V.F.- “Teorías económicas burguesas del Siglo XX”.- México, 1967.- Ed. Grijalbo, S.A.- 158 p.

Getino, Octavio.- “Turismo y desarrollo en América Latina”.- México, 1987.- Ed. Limusa.- 181 p.

Gormsen, Erdmann.- “El turismo como factor de desarrollo regional en México”.- Alemania, 1977.- Informe preliminar sobre un programa de investigación.- 108 p.

Hernández Díaz, Edgar Alfonso.- “Proyectos turísticos: formulación y evaluación”.- México, 1988.- Ed. Trillas.- 211 p.

Herrerías, Dr. Armando.- “Reunión Nacional de Estudio para el Desarrollo del Turismo Interior: el turismo como medio de integración nacional”.- México, 1969.- Ed. Comisión Nacional Editorial del PRI.- P.

Herrerías, Dr. Armando.- “El turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario”.- Comisión Técnica del PRI.- México, 1964.

Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas.-“La industria turística: sus factores fundamentales”.- México, 1964.- Ed. I.M.I.T.- 92 p.

Karataev, Ryndina, Stepanov y otros.- “Historia de las doctrinas económicas”.- México, 1964.- Ed. Grijalbo, S.A.- 1223 p.

Lara Aguilar, Juan.- “La inversión extranjera japonesa en el sector turístico de México”.- Tesis profesional UNAM/ENEP Aragón.- México, 1995.- P.

Mac Donald Escobedo, Eugenio.- “Historiografía de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823”.- México, 1981.- Ed. Bodoni, S.A.- 251 p.

Margáin, Eduardo.- “El TLC y la crisis del neoliberalismo mexicano”.- México, 1995.- Ed. UNAM.- 320 p.

Martínez Bautista, Ma. Cristina y Zepeda Silva, Juan del Carmen.- “El marco general de la Organización Internacional: caso específico de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la participación de México en la misma”.- Tesis profesional UNAM/ENEP Aragón.- México, 1994.- P.

Mathieson, Alister y Wall, Geoffrey.- “Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales”.- México, 1990.- Ed. Trillas.- 278 p.

Ministerio de información y turismo.- “Estadísticas de turismo”.- México, 1968.- Ed. Secretaría General Técnica.- 454 p.

Moreno Toscano, Octavio.- “Turismo: una interpretación”.- México, 1969.- Centro de Estudios Internacionales de El Colegio de México.- 367 p.

Pavón Gómez, Corina y Valenzuela Ruiz, Marcela.- “Los efectos del TLC de América del Norte sobre el sistema financiero mexicano”.- Tesis profesional UNAM/ENEP Aragón.- México, 1997.- 150 p.

Pérez Acosta, Ma. de los Angeles.- “El turismo internacional en México, su participación económica frontera norte, 1993”.- Tesis profesional UNAM/ENEP Aragón.- México, 1995.- P.

Rábago, Constantino.- “Efectos del turismo social en la formación cultural de los trabajadores”.- México, 1980.- Centro para el estudio de medios y procedimientos avanzados de la educación.- 12 p.

Ramírez Blanco, Manuel.- “Deontología y conciencia turística”.- México, 1994.- Ed. Diana.- 179 p.

Ramírez Blanco, Manuel.- “Teoría General de Turismo”.- México, 1994.- Ed. Diana.- 244 p.

Ramírez Cavassa, César.- “Gestión administrativa para empresas turísticas”.- México, 1993.- Ed. Trillas.- 294 p.

Ramos, Víctor.- “Retos y oportunidades de la banca comercial ante el proceso de liberalización financiera en México (1990-1996)”.- Tesis Profesional UNAM/ENEP Aragón.- México, 1997.- 167 p.

Rodríguez Ortiz, Ma. de Lourdes.- “El turismo como aparato cultural”.- México, 1981.- Taller de investigación para la comunicación masiva.- 124 p.

Secretaría de Turismo.- “Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000”.- México, 1995.

Torrucó Márques, Miguel.- “Historia institucional del turismo en México 1926-1988”.- Asociación Nacional de Egresados de Turismo A.C.- México, 1988.

Vargas Aguayo, Alberto.- “Análisis del turismo receptivo y egresivo en México”.- México, 1981.- Ed. Subdirección de Investigación Económica (BM).- 69 p.

Velasco Molina, Carlos.- “Rupturas sin cambio (el neoliberalismo mexicano)”.- México, 1996.- Ed. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.- 175 p.

Zedillo Ponce de León, Ernesto.- “Alianza para el Turismo”.- Dirección General de Comunicación Social.- México, 1996.

## HEMEROGRAFÍA

Blanco, Dolores.- “La industria sin chimeneas, segunda fuente de divisas: Silvia Hernández”.- El Nacional.- 14 de abril de 1997.

Dirección General de Fomento Económico.- “Chihuahua: una visión integral”.- Anuario Estadístico 90-95.

Periódico **EL NACIONAL** “Sección El país”

Dir. General: Enriqueta Cabrera

Año LXVIII

México, D.F. 14 de abril de 1997.

Periódico **OVACIONES** “Sección información general”

Dir. General: Jacobo Zabudovsky

Año XLVII

México, D.F. 23 de enero de 1995.

Documento informativo **“Barrancas del Cobre: análisis de viabilidad”**

Dirección Adjunta de Planeación y Fomento a la Inversión

FONATUR

México, 1996.- p.11.

Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Estrategias de desarrollo turístico: Plan Maestro”.- FONATUR, 1996.

Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Plan Maestro de Desarrollo Turístico “Barrancas del Cobre””.- FONATUR, 1996.

Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Plan Maestro de las Estrategias de Desarrollo Turístico”.- FONATUR, 1996.

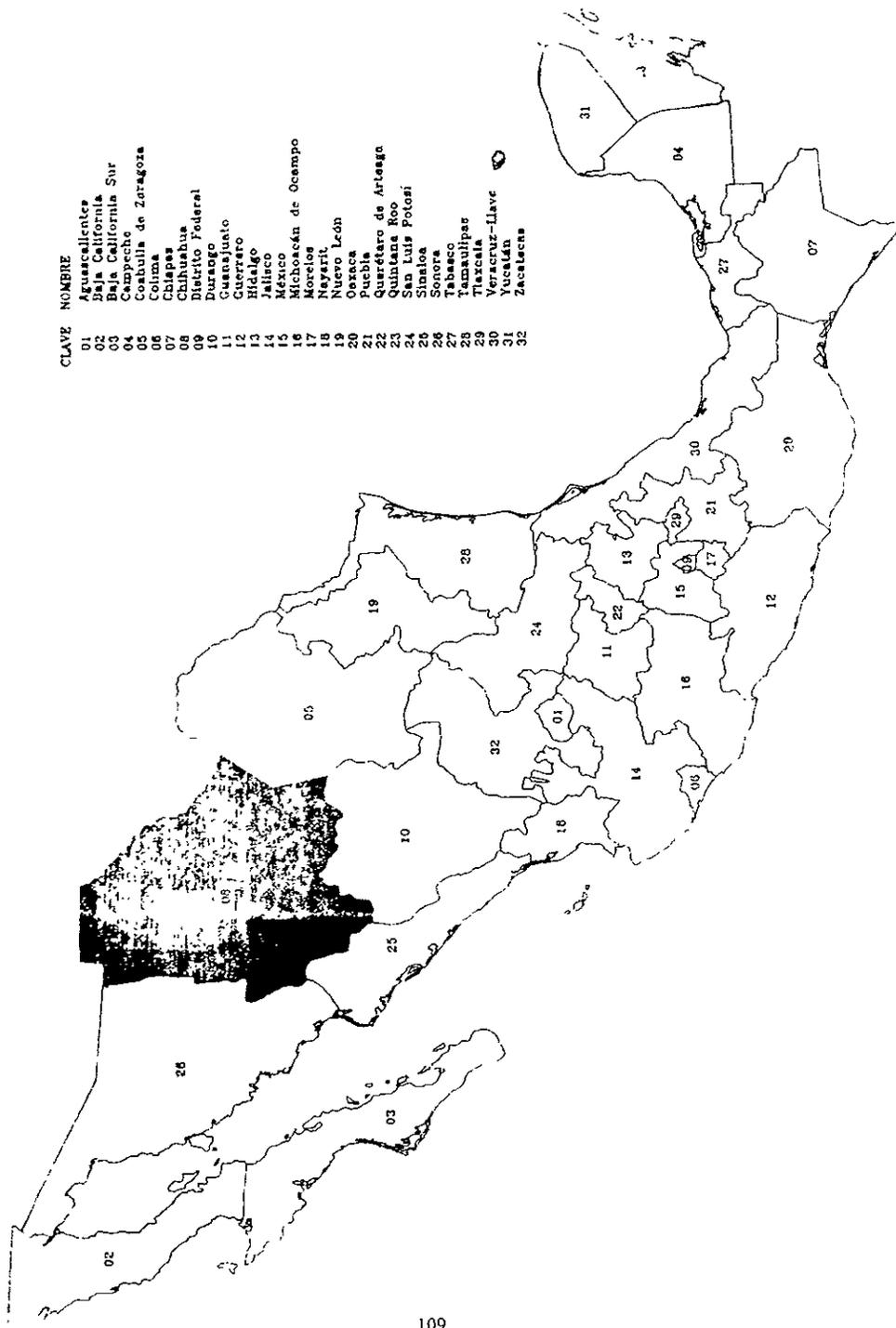
Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Estudio Socioeconómico del Plan Barrancas del Cobre”.- FONATUR, 1996.

Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Anexos”.- FONATUR, 1996.

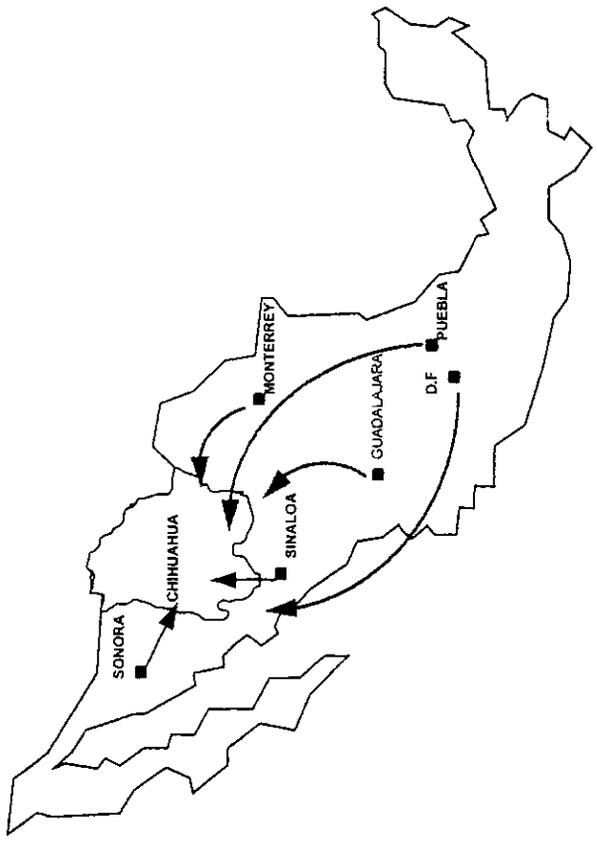
Subdirección General de Planeación y Fomento a la Inversión.- “Programa de Desarrollo Comunitario”.- FONATUR, 1996.

# **A N E X O**

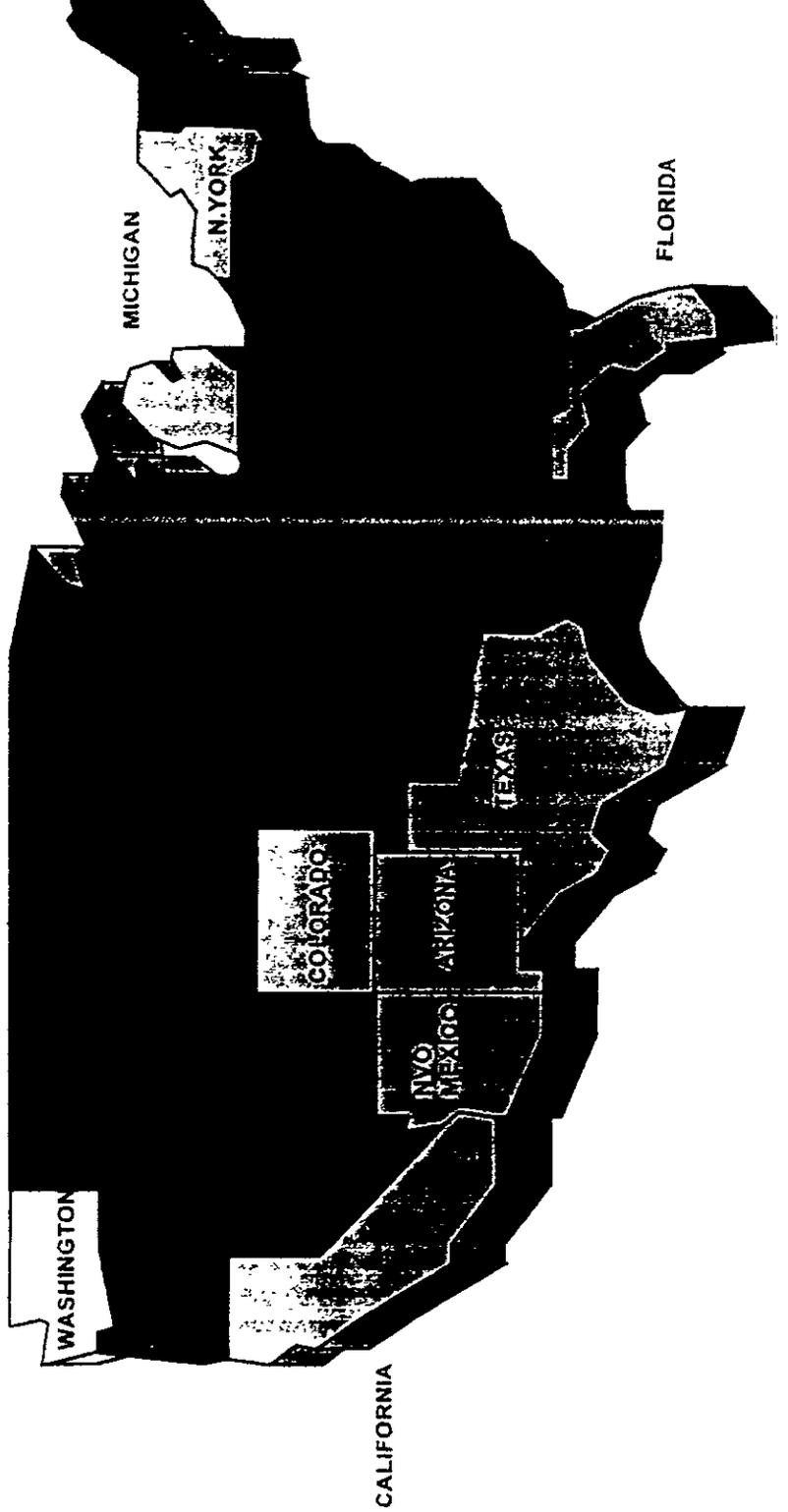
CLAVE	NOMBRE
01	Aguascalientes
02	Baja California
03	Baja California Sur
04	Campeche
05	Coahuila de Zaragoza
06	Colima
07	Chiapas
08	Chihuahua
09	Distrito Federal
10	Durango
11	Guanajuato
12	Guerrero
13	Hidalgo
14	Jalisco
15	México
16	Michoacán de Ocampo
17	Morelos
18	Nayarit
19	Nuevo León
20	Oaxaca
21	Puebla
22	Querétaro de Arzobispo
23	Quintana Roo
24	San Luis Potosí
25	Sinaloa
26	Sonora
27	Tabasco
28	Tamaulipas
29	Tlaxcala
30	Veracruz-Llave
31	Yucatán
32	Zacatecas



PROCEDECIA DE LOS VISITANTES NACIONALES



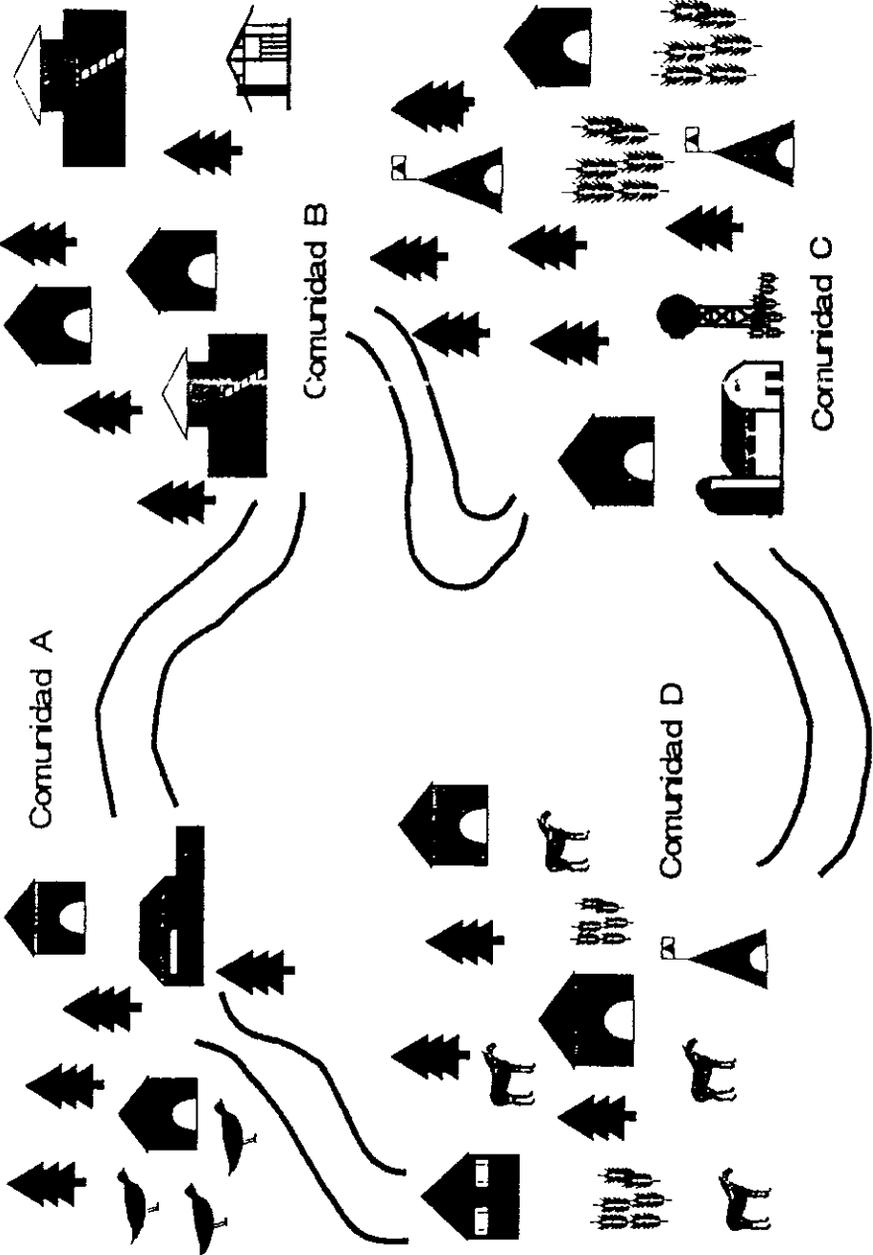
PROCEDENCIA VISTANTES DE E.U.A.



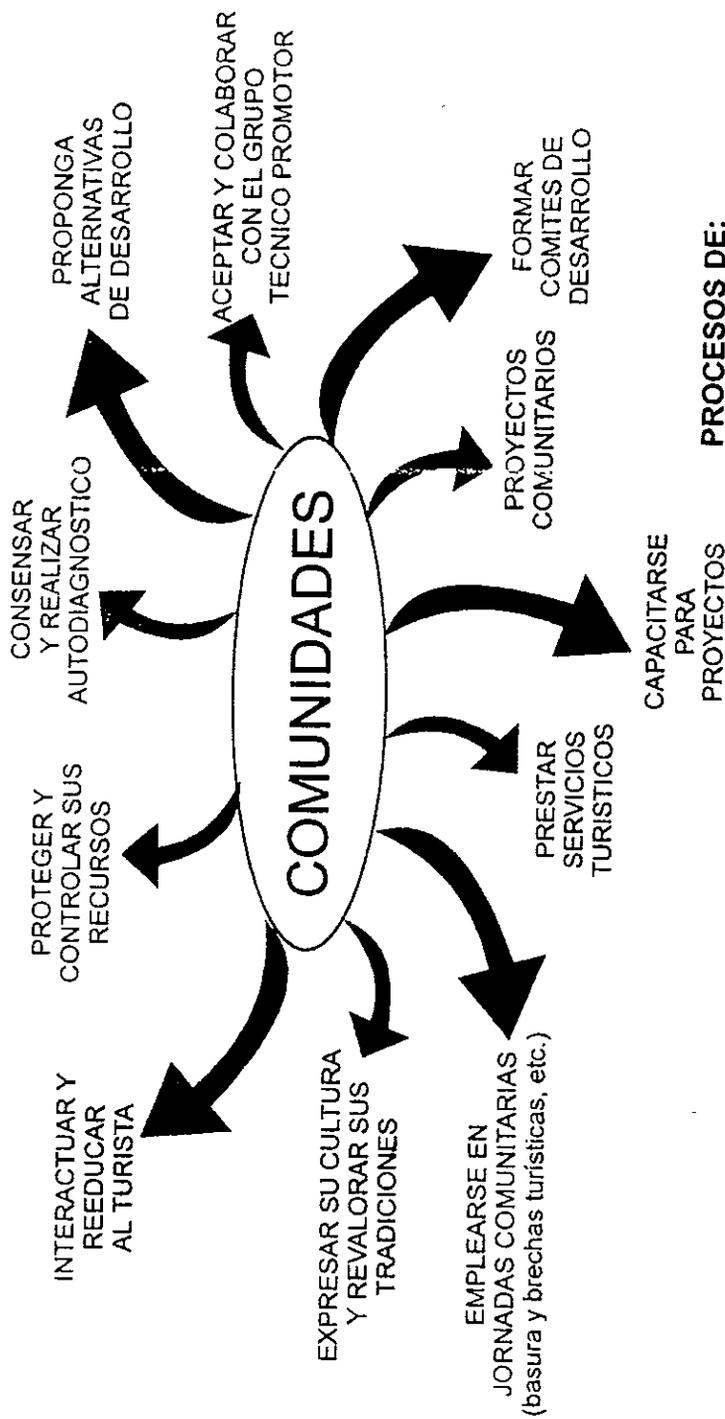
PROCEDENCIA VISITANTES EUROPEOS



**Modelo de Integración de circuitos turísticos y proyectos productivos**

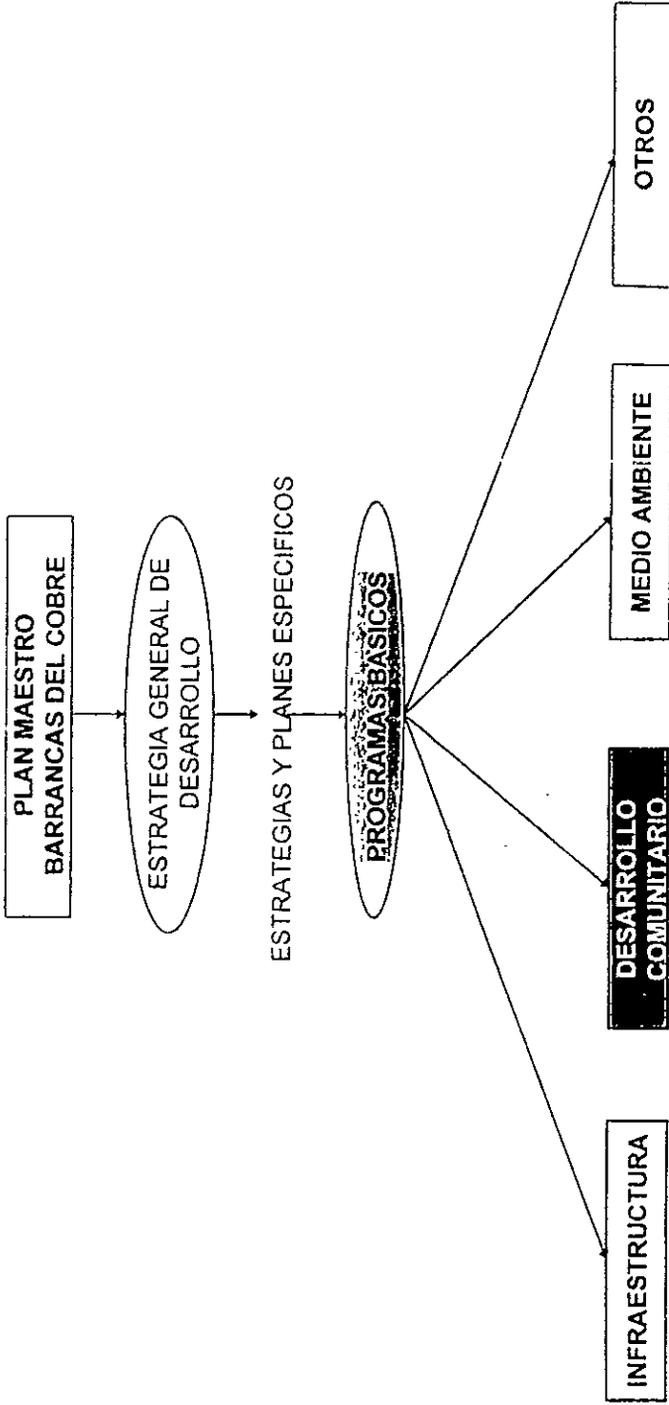


# ALTERNATIVAS DE PARTICIPACION



- PROCESOS DE:**
- ▣ SENSIBILIZACION
  - ▣ ORGANIZACION
  - ▣ CAPACITACION
  - ▣ CORRESPONSABILIDAD
  - ▣ SEGUN PATRONES CULTURALES

# DESARROLLO TURISTICO INTEGRAL



# Carreteras

# Ferrocarriles

# Aeropuertos

## SIMBOLOGIA

CARRETERAS DE  
MAS DE 2 CARRILES

CARRETERAS DE  
2 CARRILES

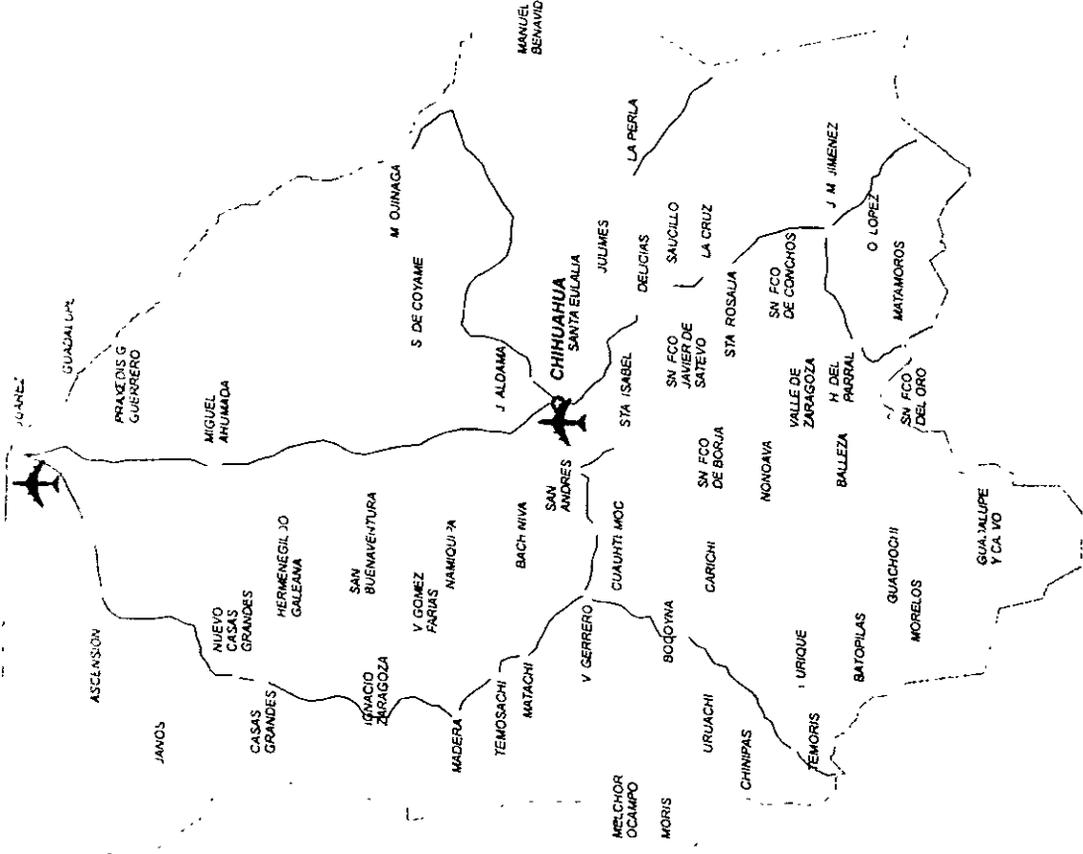
TERRACERIA

FERROCARRIL

AEROPUERTOS

CAPITAL

LOCALIDAD



## MICRORREGIONES Y LOCALIDADES PRIORITARIAS

MICRORREGION	LOCALIDADES PRIORITARIAS
1ª ETAPA:	
CREEL	- Creel - Arareko - Cusárare
DIVISADERO	- Divisadero - Areponápuchi - San Luis de Majimachi - San Rafael
BAHUICHIVO- CEROCAHUI	- Bahuichivo - Cerocahui - Mesa de Arturo
URIQUE	- Urique - Guapalaina
BASASEACHI	- Basaseachi - Otachique
GUACHOCHI	- Guachochi - Aboreachi - Tonachi
BATOPILAS	- Batopilas - Satevó

ATRATIVOS	
NATURALES	CULTURALES
<p>1.1 Recursos Geomorfológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Montañas, cerros</li> <li>• Valles, cuencas, planicies, llanuras</li> <li>• Cañones, barrancas, desfiladeros</li> <li>• Riscos, formaciones rocosas</li> <li>• Cavernas, cuevas, grutas</li> </ul> <p>1.2 Recursos Hidrológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rios, arroyos</li> <li>• Lagos, presas</li> <li>• Manantiales, aguas termales</li> <li>• Cascadas</li> </ul> <p>1.3 Recursos Biológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flora</li> <li>• Fauna</li> </ul>	<p>2.1 Sitios Arquitectónicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitios históricos</li> <li>• Poblados mineros</li> </ul> <p>2.2 Sitios Religiosos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Misiones</li> </ul> <p>2.3 Comunidades Indígenas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Festividades</li> <li>• Artesanías</li> <li>• Arqueología</li> </ul>

### PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA ZONA DE ESTUDIO

#### ATRATIVOS NATURALES

LOCALIDAD	DESCRIPCIÓN
Barranca de Sinforosa	Denominada “La Reina de las Barrancas”, es uno de los más grandes paisajes escénicos del mundo. Su mirador más accesible es Cumbres de Sinforosa, desde el cual se admira una de las zonas más escarpada de la Sierra Tarahumara. Se accede por un camino de terracería desde Guachochi, en un tiempo de recorrido de media hora.
Basaseachi	Con su cascada de 256 m. de caída libre, es la más alta de la República y constituye el atractivo más importante de la región. Cuenta con una serie de miradores que permiten

	disfrutar de imponentes vistas de la cascada y del Cañón de Candameña. Una vereda de 2 km. conduce hasta la base de la Cascada.
Bisabirachi	Pequeño valle en donde existen numerosas columnas de Piedra que alcanzan hasta 40 m. de altura.
Cañón de Candameña	Uno de los grandes cañones de la Tarahumara, con profundidades de hasta 1,640 m. Sus miradores presentan algunas de las vistas más impresionantes de la zona de las barrancas.
Cascada de Abigail	Caída de agua de aproximadamente 15 m., rodeada de denso bosque. Posee una cavidad que permite ver la cascada en la parte posterior de la cortina de agua
Cascada de Cusárare	A 4 km de Cusárare se encuentra la hermosa cascada de 30 m De ancho por 30 m de altura, rodeada de bosques de coníferas.
Cascada de Ochocachi	Son dos pequeñas cascadas en el arroyo del mismo nombre. La Mayor tiene aproximadamente 10 m de caída.
Cascada de Piedra Volada	Durante la época de lluvias se forma un salto de agua de aproximadamente 300 m de caída libre. La cascada tiene agua todo el año, pero la mayor parte del año su torrente es reducido y cuando esto se presenta, el agua se transforma en brisa y no se completa la caída.
Cascada de Rukiraso	Salto de 30 m de altura que se encuentra rodeado de bosque y tiene atractivos miradores para observar el Cañón de Tararecua Existen pinturas rupestres.
Cerro del Gallego	Impresionante vista hacia la Barranca de Urique desde el puerto del Cerro del Gallego, tomando como punto de referencia al frente el cerro de la ventana y a orilla del río, el pueblo de Urique, por lo cual lo convierte el atractivo más importante de la región.
Ciénega de Guacayvo	Presenta valles rodeados de bosques de pino, con formaciones rocosas. Comunidad Tarahumara.
Cumbres de Guerachi	Es un mirador que presenta una visión espectacular desde

	donde se pueden apreciar los 1,830 m de profundidad máxima de esta barranca.
Divisadero	Es el atractivo principal de la región. Cuenta con impresionantes miradores de la Sierra Tarahumara en donde se observan 1,300 m de profundidad hasta el Río Urique. Cuenta con veredas para descender a pie o a caballo hasta el fondo de la barranca, apreciando el cambio de vegetación templada a clima caliente.
El Saltillo	Cascada de aproximadamente 10 m de altura, con numerosas pozas para bañarse.
El Salto Grande	Cascada con una caída de agua de 30 m de altura, presenta una poza natural.
El Tejaban	Mirador que presenta más de 1,000 m de profundidad de la impresionante Barranca del Cobre. Cuenta con veredas para descender hasta el Río Urique.
La Bufa	Espectacular mirador desde el cual se puede admirar en su máximo esplendor la Barranca y el Río Batopilas. A partir de este punto se inicia un impresionante descenso de aprox. 1,300 m en 35 km para llegar al río y un poco más adelante a Batopilas.
La Finca	Huerta de arboles frutales con vistas hacia la Barranca de Oteros.
La Piedra Agujerada	Paraje donde un arroyo cruza a través de una oquedad en la roca para penetrar al interior de una cavidad. Es un sitio de gran belleza rodeado de densa vegetación.
Lago de Arareko	Es uno de los cuerpos de agua más hermosos de toda la Sierra, con una superficie de 40 ha y longitud máxima de 3 km. Presenta vistas de tipo alpino.

Manantial Termal de la Huerta	Localizada casi en el fondo de la Barranca de Urique. El agua brota entre las piedras del arroyo de la huerta, formando pozas y pequeñas cascadas.
Mirador de la Piedra Volada	Vista al borde de la Barranca de Urique.
Otachique	Meseta rodeada de formaciones rocosas y bosques de coníferas hacia la barranca de churuyvo.
Piedra de la Virilidad	Gigantesca peña de forma fálica con 20 m de altura, destaca dentro de un escenario particular del cañón del Arroyo Guachochi.
Recowata	Manantial termal que se encuentra en el fondo del Cañón de Terarecua, formando una poza en donde se pueden bañar cómodamente varias personas.
Río Conchos	Se localiza en la parte oriental de la Sierra Tarahumara y en su nacimiento los arroyos que lo alimentan se encuentran rodeados por bosques de encinos y pastizales, que simulan una campiña.
Río Oteros	Se encuentra en el fondo de la barranca del mismo nombre. Es un río caudaloso en algunas épocas del año, lo que probablemente permita el desarrollo de actividades náuticas de alto riesgo
Río San Miguel	Su cauce forma parte del fondo de la Barranca de la Sinforosa, y es alimentado por numerosos arroyos y manantiales de gran belleza
Valle de San Ignacio de Arareko	Sitio central de la comunidad Tarahumara de San Ignacio de Arareko. Posee varios atractivos, como el Valle de los Hongos el Valle de las Ranas y otros sitios con formaciones rocosas. Destaca su iglesia de piedra, de un estilo muy austero. Se localiza a 7 km al sureste de Creel por un camino de terracería en buen estado.

## ATRATIVOS CULTURALES

Batopilas	Antiguo pueblo minero rodeado de vegetación subtropical en la ribera del Río Batopilas. Su origen data de 1709 cuando se descubrieron sus vetas de plata. Existe un antiguo camino real, que se puede recorrer a pie o caballo, y une a los poblados de Urique y Batopilas. El recorrido Creel-Batopilas es uno de los más largos e interesantes de la Sierra Tarahumara, en un trayecto de 6 o 7 horas se pueden admirar los miradores de la doble Herradura y el Puente de Humira.
Cajurichi	Misión jesuita que data del año 1688 “Nuestra Sra. De Aranzu de Cajurichi, Comunidad Tarahumara.
Cerochui	El poblado se enclava en un valle dividido por el río del mismo nombre, rodeado de bosques de coníferas y caprichosas formaciones rocosas. El atractivo principal del poblado es la “Antigua Misión de San Francisco Javier de Cerochui”, construida de cantera labrada que data del año 1741. Cerca del lugar se encuentra la Cascada de Yeparavo.
Creel	Localizado en la Alta Tarahumara, se considera como la puerta de entrada a la Sierra y sus majestuosas barrancas. A una distancia de 246 km de la Ciudad de Chihuahua, es accesible por carretera, vía aérea y el tradicional acceso por el ferrocarril. Se encuentra rodeada por diversas variedades de pinos, abetos, encinos y formaciones rocosas. Es el centro de enlace con las distintas comunidades indígenas y punto de partida hacia la Barranca del Cobre. Existe una Casa Museo de las Artesanías en donde se exhiben objetos Tarahumaras y se comercializan en gran escala.
Cuiteco	En el recorrido del camino San Rafael-Cuiteco se aprecian escenarios de gran atractivo natural como son: la Cueva del Dragón y la Piedra de Malva, parajes localizados en el fondo de la barranca que rodea el Río Septentrión. Cuiteco es un

	poblado pintoresco rodeado de bosque, lo cruza un arroyo de gran atractivo paisajístico y cuenta con una Misión del siglo XVII.
Cusárare	Comunidad Tarahumara que cuenta con una Misión Jesuita construida en el siglo XVII. "Los Santos Cinco Señores de Cusárare".
Ferrocarril Chihuahua-Pacífico	Obra de ingeniería que cruza la Sierra Tarahumara por algunos de sus escenarios más bellos e imponentes. Cuenta con 39 puentes y 86 túneles. El recorrido entre Los Mochis y Chihuahua dura aproximadamente 12 horas.
Hacienda de Sheperd	Vestigios de la antigua Hacienda de San Miguel, que perteneciera a Mr. Sheperd hacia finales del siglo pasado. Es una de las construcciones más notables de Batopilas.
Maguarichi	El poblado es de origen minero; se localiza en las intermedias del camino de terracería que une a San Juanito y Uruachi, a 78 km del poblado Creel. Se asienta al borde de una pronunciada barranca, con vista panorámica hacia las Barrancas de Charuyvo y Maguarichi.
Misión de Bocoyna	Establecida en 1676, su iglesia data del siglo XVII y ha sufrido algunas restauraciones.
Misión de Nuestra Señora del Camino	Se localiza en la comunidad Tarahumara de Choguita y data del año 1761. Junto con las Misiones de Nuestra Señora del Pilar de Norogachi y Los santos Cinco Señores de Cusárare, conforma la denominada Antigua ruta de las Misiones Jesuitas.
Misión de Sisoguichi	Misión Jesuita construida en 1676, en excelente estado de conservación. Durante muchos años ha sido el centro de las misiones de la Tarahumara. En el poblado se asienta una comunidad Rarámuri.
Misión del Santo Custodio de Satevo	Es una de las iglesias misionales más aisladas de toda la Sierra Tarahumara. De estilo austero típico de la Sierra, está rodeada

	de un entorno de gran soledad a orilla del Río Batopilas, que constituye un paisaje de gran belleza.
Nuestra Señora del Pilar de Norogachi	Data de 1690 y se ubica en el poblado de Norogachi. Es una de las comunidades Tarahumaras más importantes durante las festividades que conmemoran los Rarámuri en la Semana Santa.
Ocampo	Pueblo fundado en 1821 cuando comenzaron a explotarse sus minas de oro, enclavado en lo profundo de un cañón. Presenta arquitectura típica de los pueblos mineros de la sierra del siglo pasado. Tiene varias minas activas que pueden visitar.
Pinturas rupestres de Chomachi	Pinturas rojo ocre que se encuentran en un abrigo rocoso dentro del ejido de san Ignacio Arareko. Datán de la época misional y representan escenas de la presencia de los primeros misioneros en la región.
Samachique	Se aprecian vistas panorámicas del Río Samachique. Comunidad Tarahumara bordeada por bosques de pino en donde se producen artesanías textiles
Tomochi	Escenario de cruenta batalla de sus habitantes que se rebelaron contra las imposiciones porfiristas a principio del siglo XX.
Urique	Poblado minero que se encuentra en la parte baja de la Barranca del Cobre, en la margen del Río Urique, rodeado de una vegetación sub-tropical con inviernos frescos y agradables. A 6 km de distancia y sobre la margen del río se encuentra la localidad de Guapalaina, uno de los poblados Rarámuri más grande de la Baja Tarahumara.
Uruachi	Poblado minero de principios del siglo XVII, templo de Santa Rosa de Lima, se elaboran artesanías de alfarería en Vicamera-chi.
Yepachi	Es una comunidad Tarahumara en donde existe una Misión de finales del siglo XVII con retablos coloniales.

## Clasificación temática de atractivos turísticos de la zona de estudio

ATRATIVOS FOCALES
Recursos Hidrológicos <ul style="list-style-type: none"><li>• Cascada de Basaseachi</li><li>• Cascada de Cusárare</li><li>• Lago de Arareko</li></ul>
Recursos Geomorfológicos <ul style="list-style-type: none"><li>• Barranca de Urique (El Divisadero)</li><li>• Barranca del Cobre (El Tejabán)</li><li>• Cerro del Gallego (Puerto Gallego)</li><li>• Cumbres de Sinforosa</li></ul>
Recursos Biológicos <ul style="list-style-type: none"><li>• Flora: Picea chihuahuana (Alta Tarahumara) Cactáceas columnares (Baja Tarahumara)</li><li>• Fauna: Aguila Real (Alta y Baja Tarahumara) Cotorra serrana (Alta Tarahumara) Guajolote silvestre (Alta Tarahumara) Guacamaya (Baja Tarahumara)</li></ul>
Recursos Históricos <ul style="list-style-type: none"><li>* Batopilas</li></ul>
Misiones <ul style="list-style-type: none"><li>• Misión Jesuita del siglo XVII (Sisoguichi)</li><li>• Nuestra Sra. de Aranzazu de Cajurichi</li><li>• Nuestra Sra. del Pilar (Norogachi)</li><li>• Santo Angel Custodio de Satevó</li></ul>
Comunidades Indígenas <ul style="list-style-type: none"><li>• Aboreachi</li><li>• Choguita</li><li>• Cuiteco</li></ul>

- Cusasare
- Guaguachique
- Guagueyvo
- Humira
- Quirare
- San Ignacio Arareko
- Tejaban

### ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS

#### Recursos Hidrológicos

- Cascada de Piedra Volada
- Cascada de Abigail
- Cascada de Rukirasó
- Cascadas de Ochocahi
- El Saltito
- El Salto Grande
- La Piedra Agujerada
- Manantial Termal de La Huerta
- Manantial Termal Recouata
- Río Chínipas
- Río Conchos
- Río Oteros
- Río Urique

#### Recursos Geomorfológicos

- Cañón de Candameña
- Ciénega de Guacayvo
- Cumbres de Guerachi

- La Finca
- Meseta de Otachique
- Mirador de la Piedra Volada
- Mirador La Bufa
- Piedra de la Virilidad
- Puerto Gallego
- Valle de Bisabirachi
- Valle de San Ignacio Arareko

#### Recursos Biológicos (Flora)

##### Alta Tarahumara:

- Bosques de Coníferas: Pinos, Madroños
- Bosques de Pino- Encino: Pinos, Encinos, Madroño
- Bosques de Encino: Encinos, Táscate, Sauces, Olmos

##### Baja Tarahumara:

- Selva Baja Caducifolia: Ceibas, Higueras, Cactáceas, Agaves
- Matorral Xerófilo: Cactáceas, Fouquería, Agaves

#### Recursos Biológicos (Fauna)

##### Alta Tarahumara:

- Pájaros carpinteros
- Aves canora
- Puma
- Lince

##### Baja Tarahumara:

- Mapache
- Nutria
- Aves migratorias

#### Recursos Culturales

- Cuiteco
- Hacienda de Sheperd (Batopilas)
- Maguarichi

- Pinturas Rupestres de Chomachi
- Poblado de Ocampo
- Tomochi
- Urique
- Uruachi