

Desarrollo regional y sustentabilidad: turismo cultural en la región sur de Jalisco¹

Regional development and sustainability: cultural tourism in the southern region of Jalisco

José G. Vargas Hernández²

FORMA DE CITACIÓN

Vargas, J. G. (2013). Desarrollo regional y sustentabilidad: turismo cultural en la región sur de Jalisco. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 11, núm. 2, pp. 36-50.

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo analizar el potencial del turismo cultural en los municipios que conforman la región 6 del Estado de Jalisco, territorialmente delimitados en el Sur de Jalisco. En primera instancia, se identifica la demanda de turismo cultural para conocer el perfil del turista cultural bajo los supuestos de que ellos tienden a viajar distancias más largas que la mayoría de los viajeros. Se estudian sus motivaciones y satisfacciones con el fin de establecer el potencial de mercado de acuerdo con las características del mercado meta en la región Sur de Jalisco. Cualquier operación de las empresas de turismo cultural requiere el diagnóstico estratégico, lo que explica el uso del análisis FODA como una herramienta para la planificación estratégica de estas. Por último, se proponen algunas estrategias de desarrollo del turismo cultural en esta región del Sur de Jalisco.

Palabras clave: Desarrollo regional, empresas de turismo, Sur de Jalisco, turismo cultural

ABSTRACT

This study aims to analyze the potential of cultural tourism in the municipalities of Region 6 of the State of Jalisco, territorially delimited in the south of Jalisco. In first instance, it identifies cultural tourism demand for cultural tourist profile under the assumptions that tourists especially motivated by culture tend to travel longer distances than most tourists. It study the motivations and satisfactions of cultural tourists in order to establish the market potential according to the characteristics of the target market in the southern region of Jalisco. Any operation of cultural tourism companies requires strategic diagnosis, which explains the use of SWOT analysis as a tool for strategic planning of cultural tourism enterprises. Finally, it is proposed some strategies for development of cultural tourism in the South region of Jalisco.

Keywords: Regional development, tourism companies, Southern Jalisco, Cultural Tourism.

INTRODUCCIÓN

Hay una conciencia creciente de la importancia de la cultura, las artes, festivales, sitios de patrimonio natural y cultural y el folclore. La diversidad es la base del turismo cultural y patrimonial. El turismo de este sector ha estado en el centro de la industria del turismo en Europa y ahora otros países están empezando a desarrollar sus propias actividades (Nzama, Reyes Magos, y Ngcobo 2005). El turismo cultural (TC) es un producto turístico en sí mismo y puede dar importantes contribuciones al desarrollo económico regional. El desa-

rollo implica el diseño, la comercialización y la promoción de nuevos productos del patrimonio cultural turístico y las actividades durante la creación de un ambiente seguro y de fácil manejo para los visitantes y las comunidades locales.

A pesar de que la Región Sur del Estado de Jalisco en México es considerado uno de las más ricas culturalmente en las manifestaciones y expresiones de la literatura latinoamericana, la pintura, etcétera, el TC es casi inexistente. Las comunidades locales no suelen estar activamente interesados en temas relacionados con él y no entienden

¹ Reporte de proyecto de investigación: Relationships of cooperation and conflict between Business, communities, new social movements and the role of government en Universidad de Guadalajara. Recibido en junio 29 de 2013, aceptado en Julio 30 de 2013.

² Docente investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Universidad Guadalajara, Núcleo Universitario Los Belenes, Zapopan, Jalisco, México. Correo: josevargas@ucea.udg.mx

cuáles podrían ser los beneficios. Por otra parte, existe una falta de datos fiables sobre el para la Región Sur de Jalisco.

El TC no es ni común ni universal. Aunque las organizaciones, gobiernos y comunidades no lo consideran como parte de sus intereses principales, aprecian y entienden las consecuencias y posibilidades del mismo (Jamieson, 1998). También hay escasez de datos e información sobre la práctica de sus actividades. Los cambios sociales dinámicos que ocurren en la Región Sur de Jalisco, hacen que sea difícil obtener información útil como insumo confiable para el diseño, la aplicación y la eficacia de políticas.

El objetivo de este estudio es hacer frente a la falta de actividades de TC y de infraestructura en la Región Sur de Jalisco. Uno de los objetivos de este estudio exploratorio es recoger aportaciones sobre si la Región se puede transformar en un destino de este tipo. El concepto puede ser formulado después de entender las actividades que ofrece la comunidad, considerada como un activo para el desarrollo económico regional. Este es una opción para crear empleo, mejorar la calidad de vida y poner en práctica iniciativas de erradicación de la pobreza.

Como estrategia de marketing, el TC es una de las últimas palabras de moda para atraer a los visitantes a lugares de interés cultural. Estos destinos ofrecen productos y servicios culturales ligados por la geografía, pueblos, folklore, historia, fiestas, experiencias de arte y de rendimiento pueden ser comercializados a los visitantes locales y extranjeros. Así, la Región Sur de Jalisco puede ofrecer beneficios potenciales para el desarrollo económico regional y para los visitantes, debido a la presencia de recursos adecuados. Un enfoque integrado que incluya a todos los interesados debe ser inclusivo y participativo para asegurar emprendimientos culturales sostenibles y eficientes de turismo.

La duración del TC está fuertemente influenciada por enfoques profesionales que se refieren a un concepto más que a un determinado conjunto de objetos, artículos o productos. La Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como el concepto que comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares distintos al de su entorno habitual, por no más de un año consecutivo por ocio, negocios y otros motivos (World Tourism Organization, 2000:4). Anteriormente, la Organización Mundial del Comercio lo ha definido como el movimiento de personas por motivaciones esencialmente culturales, que incluyen viajes de estudio, las artes escénicas, visitas culturales, viajes a festivales, visitas a sitios históricos y monumentos, folklore y peregrinaciones (World Tourism Organization, 1985).

Como puede apreciarse, este concepto abarca una amplia gama de puntos de vista que abarcan un conjunto completo

expresiones humanas y manifestaciones que realizan los visitantes a experimentar el patrimonio, las artes y estilos de vida, de las personas que viven en los destinos culturales. Patrimonio turístico se considera generalmente como el TC y se refiere a los lugares que visitan los turistas de importancia tradicional, histórica y cultural, con el objetivo de aprender, prestar respecto a fines recreativos (Nzama, et al, 2005.).

De esta manera, el TC es un término abarca los sitios históricos, las artes y las ferias artesanales y festivales, museos de todo tipo, las artes escénicas y las artes visuales y otros sitios del patrimonio que los turistas disfrutan de visitar en la búsqueda de experiencias culturales (Tighe, 1985). El patrimonio como turismo es un sinónimo de TC, es el turismo vivencial se relaciona con la visita de paisajes preferidos, lugares históricos, edificios o monumentos y buscan el encuentro, la participación y la estimulación con la naturaleza o sentirse parte de la historia de un lugar (Hall & Zeppel, 1990). Más recientemente, la Secretaría de Turismo del gobierno federal Mexicano define el TC como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (SECTUR-CESTUR, 2002). Hasta ahora esta definición sigue siendo la oficial del organismo regulador del turismo en México.

Para fortalecer el análisis se presentan otras definiciones. Un turista cultural es una persona que se va más allá de 40 kilómetros de distancia de su hogar por lo menos una noche y ha asistido a un centro cultural, que incluyen la visita a una galería de arte, museo, biblioteca, concierto de música, la ópera y el cine (Australian Bureau of Estadísticas, 1997). Hall (1998) define el TC como el turismo que se centra en la cultura de un destino, la vida, el patrimonio, las industrias de las artes y el ocio de la población local.

En otra perspectiva, este está relacionado con los aspectos culturales que incluyen las costumbres y tradiciones de las personas, su patrimonio, historia y forma de vida. El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) lo presenta como “un nombre que significa muchas cosas para muchas personas y aquí radica su fuerza y su debilidad” (McKercher y Cros, 2002: 24). La teoría del TC está comenzando a debatir temas de especialización de género (Aitchson, 2003).

También, el TC se refiere a los viajes que se dirige a proporcionar oportunidades y el acceso a los visitantes para disfrutar de las artes y oficios, museos, patrimonio, fiestas, música, danza, teatro, literatura, sitios y edificios históricos, paisajes, barrios y el carácter especial de las comunidades locales y se relaciona con los movimientos temporales o

a corto plazo de personas a destinos culturales fuera del lugar de residencia y de trabajo, y donde sus actividades en estos destinos o instalaciones son las de atender a sus necesidades de recreación (Keyser, 2002). Este concepto asocia la palabra "atracción turística y cultural" con el patrimonio cultural tangible e intangible. El TC es la asistencia de los visitantes entrantes a uno o varios lugares de interés cultural como festivales, ferias, museos, galerías de arte, edificios de la historia y talleres de artesanía (Bureau of Tourism Research, 2004).

Ivanovic (2008) y Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Shepherd (2008) sostienen que la mayor motivación para el viaje es conocer la cultura y el patrimonio, tanto emergentes como contribuyentes al desarrollo económico. Ivanovic (2008) sostiene que el TC y el patrimonio es un desarrollo reciente en la actividad turística y, junto con el ecoturismo se están convirtiendo en las formas predominantes de turismo sustituyendo así al turismo masivo de playa conocido como de sol-lujuria. Las atracciones culturales y eventos juegan un papel clave en aquellas las localidades en donde se desarrolla este y la hospitalidad de los destinos para atraer a los visitantes (George, 2001). El TC es estar viajando para experimentar y participar en los estilos de vida en extinción que se encuentran dentro de la memoria humana (Goeldner y Ritchie, 2009).

El objetivo de política es influenciar y atraer a los visitantes (Williams y Shaw, 1991). Los turistas con interés especial en la cultura corresponden al segmento de TC, es decir, tamaño y valor son directamente atribuibles a los valores culturales del país, que animen a los turistas a hacer un viaje. Los turistas con interés ocasional en la cultura, pertenecen a otros segmentos turísticos. Un programa especial de incentivos para el turismo relacionado con la cultura o valores, deben reconocer las contribuciones que el turismo puede tener para la cultura y viceversa, para sacar provecho de los aspectos positivos y generar sinergias para el desarrollo de ambos sectores.

Dentro del proceso de diseño y desarrollo, el TC puede tomar muchas formas. Sharma (2004) se suma al debate de recursos culturales para defender los beneficios económicos del desarrollo de programas, recursos y servicios para el beneficio de las comunidades locales, creando un equilibrio entre los imperativos económicos y los impactos positivos y negativos.

Las actividades culturales del turismo, pueden tener un impacto económico sobre el desarrollo regional mediante la creación de empleo y mejora de los niveles de vida. Hanekom, y Thornhill (1983:110) describen las actividades del TC como un conjunto de fenómenos tales como la formulación de la política, la planificación y organización de la estructura de los métodos y procedimientos de selección, formación,

desarrollo y motivación del personal, el presupuesto y las operaciones de financiación. Los principios filosóficos de la disciplina del turismo, deben ser examinados de nuevo para volver a evaluar sus fundamentos.

Turismo cultural y patrimonial puede ser considerados como una actividad dinámica desarrollada a través de las experiencias físicas, la búsqueda y la celebración de lo que es único y hermoso, representado por nuestros propios valores y atributos que son dignos de conservar y transmitir a los descendientes, de tal manera, que las comunidades puedan estar orgullosos de ellos.

MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

La construcción de la teoría y el desarrollo son necesarios para poder ser utilizados como base para la explicación y la comprensión del modelo normativo de TC para la Región del Sur de Jalisco. La teoría para el TC se ha desarrollado para explicar, analizar, evaluar y predecir los fenómenos relacionados (Moulin, 1989, 1990). Sin embargo, un marco teórico para el TC y sustentar la práctica de actividades requiere disponibilidad de datos sobre infraestructura, recursos y habilidades.

Easton (1979) desarrolló un modelo normativo de TC haciendo hincapié en los entornos externos al servicio de los parámetros que pueden influir en el logro de objetivos, tales como políticos, económicos, socio-culturales, legales, ambientales, educativos, de salud, las políticas legales, la demografía y el entorno tecnológico, aunque el número y tipos de entornos posibles pueden ser ilimitadas (Ferreira, 1996:403). Cada entorno requiere la adaptación del mecanismo de conversión (Easton, 1965: 131-132; Ferreira, 1996:403).

Después de que el objetivo se logra, las entradas formadas por el ambiente externo original generan nuevas necesidades que deberá satisfacer por alcanzar una nueva meta (Easton, 1965:128-129; Ferreira, 1996:404; Cloete y Wissink, 2000:39). Un argumento opuesto subyace para conservar y proteger la integridad de los recursos turísticos culturales, mediante el control del excesivo hacinamiento, de los recursos y la contaminación ambiental (McDonald, 1999).

Turismo cultural y patrimonial trae importantes beneficios económicos y de desarrollo para sitios de patrimonio cultural, municipios y comunidades. Una investigación empírica llevada a cabo por Besculides, Lee y McCormick (2002) utilizando un enfoque basado en los beneficios para examinar las percepciones de TC por los residentes hispanos y no hispanos, mostró que los hispanos cree firmemente que viven a lo largo de un camino paralelo que ofrece beneficios culturales y tienen una mayor preocupación por su gestión.

El enfoque filosófico de TC de los grupos de interés, los proveedores y los responsables políticos, da forma a los valores y normas del modelo normativo orientado a desarrollar políticas efectivas en torno a él. Las comunidades locales que lo desarrollan y lo promueven pueden necesitar un marco de referencia para la aplicación efectiva de las políticas locales y nacionales. El desarrollo y promoción de sus productos y servicios requieren de una planificación y ejecución sobre la base de las políticas. Por ello, sus principios filosóficos son necesarios para mantener el diseño e implementación de un modelo normativo destinado a promover las políticas regionales de desarrollo económico. La literatura sobre esta política es relevante en la implementación de un marco normativo. ES así como aparece clara la necesidad de desarrollar un marco de políticas públicas para el turismo de patrimonio cultural.

La teoría de “ciudades creativas” recomienda invertir en bienes culturales y el patrimonio. Ximba (2009) analizó y examinó las variables y principios como la comprensión del TC, el desarrollo y la conservación de la cultura, la provisión de equipamientos culturales, la participación, la aplicación de las políticas y prácticas de turismo, y los beneficios del TC y patrimonial. Con lo cual, este se basa en la participación en las profundas experiencias culturales, ya sea intelectual, psicológica, estética o emocional (Russo, y Van der Borg, 2002) al centrarse en un pequeño número de sitios geográficos, municipios, unidades y entidades culturales.

El modelo normativo permite la disposición de los datos y la información sobre sus actividades, de tal forma que proporcionen las bases para desarrollar un marco teórico apropiado. La teoría normativa se ocupa de los fenómenos y preguntas sobre el papel asumido por el gobierno y, en general, el sector público (Hanekom y Thornhill, 1983:71).

Un modelo normativo del TC sostenible desarrollado por Ismail (2008) propone un modelo de entrada-salida (input-output) con un mecanismo de aplicación para garantizar sostenibilidad y sustentabilidad facilitando las iniciativas para el desarrollo regional mediante la creación de empleo y el alivio de la pobreza. El enfoque del desarrollo sostenible, sustentable y el desarrollo del turismo de patrimonios culturales tiene como objetivo mejorar el medio ambiente mediante la satisfacción de las necesidades de las comunidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (WCED, 1987:8).

El desarrollo de turismo de patrimonio cultural sustentable y sostenible requiere de las mejores prácticas (Magos y Nzama, 2002) para satisfacer las necesidades de los visitantes invitados presentes y las comunidades anfitrionas locales, mientras que requiere la protección y el fomento de mejores oportunidades para las generaciones futuras.

Un TC sustentable contribuye al desarrollo de la comunidad si los agentes del turismo y las empresas son eficientes, equitativos y orientados al medio ambiente. MacDonald y Lee (2003) examinaron el turismo rural cultural en un marco de referencia teniendo en cuenta el papel de la cultura en las asociaciones de base comunitaria. Sus hallazgos sugieren que la cultura en el desarrollo del turismo rural es un recurso valioso y las asociaciones de base comunitaria pueden ser muy eficaces.

El TC refuerza la identidad y estima de la comunidad local. Brinda la oportunidad de una mayor comprensión y comunicación entre personas de orígenes diversos (Lubbe, 2003). El desarrollo del turismo de patrimonio cultural sustentable se basa en la suposición de que los recursos y las instalaciones son finitos, limitados, algunos de los cuales no son renovables, experimentan la degradación y el agotamiento, no pueden seguir creciendo para satisfacer las necesidades del turismo de masas y una población en crecimiento (SARDC, 1994).

La práctica de su desarrollo sustentable requiere compartir los beneficios entre los visitantes y residentes de las comunidades locales sobre una base permanente. Para superar algunos de los problemas asociados con el desarrollo del TC, es necesario aprovechar todas las oportunidades, los conocimientos técnicos, el apoyo financiero y la co-participación de la comunidad con el fin de maximizar los beneficios. La participación comunitaria en el desarrollo del patrimonio cultural y el turismo debe convertirse en una práctica fundamental de un enfoque centrado en las personas, para incorporarlas en el proceso de toma de decisiones en el desarrollo de los recursos culturales y patrimoniales y para compartir todos los beneficios (Magos y Nzama, 2008).

Los participantes en las actividades turísticas culturales esperan obtener placer, satisfacción o cumplimiento de la experiencia (Shivers 1981). McKercher y Du Cros (2003) evalúan una tipología de TC que representan los cinco beneficios basados en segmentos probados contra una variedad de variables, tales como las demográficas, motivaciones del viaje, actividad preferida, la conciencia, la distancia cultural y la actividad. Se encontraron diferencias entre los grupos y sugirieron que el modelo presentado puede ser eficaz en la segmentación de su mercado.

La co-participación en la toma de decisiones, la propiedad y los beneficios de todos los actores involucrados en el desarrollo sustentable del turismo de patrimonio cultural es el eje del encuentro, la experiencia y el disfrute de los recursos y las oportunidades disponibles para el buscador turístico o de ocio (Torkildsen 2007). Entonces, este puede ser una herramienta para preservar la cultura de las comunidades anfitrionas. Las políticas turísticas culturales y patrimoniales sustentables deben enfocar y regular las actividades y

mejores prácticas orientadas a la restauración, mejora y conservación de los recursos para su uso presente y futuro continuado y el disfrute por los visitantes y la población local (Keyser, 2002). El nivel de mantenimiento, conservación y preservación de los recursos está relacionado con el nivel de la infraestructura requerida para su ejercicio.

En la investigación se lleva a cabo una búsqueda bibliográfica de profundidad para extraer un conjunto de criterios normativos para el TC y se lleva a cabo un estudio cualitativo empírico. De los resultados de esta investigación, por último, se diseña un modelo normativo. El objetivo del modelo normativo es el de facilitar el análisis, diseño y formulación de iniciativas culturales de política turística. La teoría del TC, basada en criterios normativos se centra en la formulación, diseño e implementación de políticas. El entorno político externo influye en la política turística del gobierno la que a su vez, puede tener un impacto en el desarrollo de un modelo normativo para el sector. La teoría de TC, basada en criterios normativos es necesaria para la formulación de políticas orientadas a la mejora del desarrollo económico regional.

El objetivo de cualquier política de TC orientado al desarrollo regional es influenciar y atraer a los visitantes (Williams and Shaw 1991:263-264) a través de la generación de la demanda y la prestación de servicios. Richards (1996) realizó una investigación internacional sobre la demanda y la oferta de estos servicios y encontraron un incremento rápido en la producción y consumo de los bienes culturales y lugares de interés y atractivos turísticos.

Los criterios normativos incorporados en el modelo puede ser el marco de referencia del entorno macroeconómico externo, el que a su vez puede influir en la política social del TC. Los factores sociales externos se pueden determinar mediante la aplicación de un sistema de evaluación que beneficia a todas las partes interesadas. Entonces, la aplicación del marco normativo depende del compromiso de los agentes del turismo, agencias de gobierno, comunidades, etcétera para el desempeño de sus funciones correspondientes.

Así, los interesados, las comunidades, agencias gubernamentales y gobiernos municipales tienen la responsabilidad de implementar iniciativas para desarrollar la infraestructura, instalaciones culturales, atracciones de TC, alojamiento, entre otras. El modelo normativo es adecuado para describir, explicar y analizar las actividades con el fin de diseñar, desarrollar, promover e implementar políticas orientadas a la creación de empleo y mejorar las condiciones de una mejor calidad de vida. Un modelo normativo puede ser útil para desarrollar estrategias y formular políticas para enmarcar la ejecución de algunas propuestas al respecto, recomendaciones y proyectos. Un modelo normativo en el sur de Jalisco, flexible y dinámico, como herramienta,

ayuda a proporcionar los criterios metodológicos y de procedimientos, políticas y estrategias para promover el desarrollo económico regional.

MÉTODOS

La investigación sobre el marco normativo se considera necesaria para hacer frente al actual desarrollo económico disfuncional de la Región Sur de Jalisco. El enfoque de sistemas puede ser utilizado para el propósito de analizar y desarrollar el marco normativo para el TC (Bayat y Meyer, 1994:83-10). El objetivo del modelo normativo es analizar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en todos los factores tales como la infraestructura, las instalaciones, habilidades, etcétera y, sobre todo, el diseño e implementación de sus políticas en el sur de Jalisco.

El marco normativo está diseñado como una herramienta para el objetivo de cambiar la situación actual, las políticas y estrategias en una forma más dinámica, y una propuesta funcional y flexible para el desarrollo económico regional. El uso de un modelo normativo requiere de métodos cualitativos y cuantitativos de análisis como un enfoque para llevar a cabo la investigación. Un análisis del entorno incluye el macro externo y el microambiente, el medio ambiente y el entorno macro marketing, que representa las fuerzas externas que influyen en la toma de decisiones y el logro de objetivos tales como las políticas públicas, económicas, sociales, políticas, demográficas, tecnológicas y legales.

El microambiente interno de un marco normativo para el desarrollo y su promoción influyen en los proveedores, los canales de distribución, clientes, competidores, los valores comunitarios, políticas locales y requisitos legales. Los principios rectores y las políticas desarrolladas por el gobierno federal y los gobiernos locales pueden ser los criterios básicos para el diseño y desarrollo del marco normativo de referencia para el TC en el Sur de Jalisco.

El objetivo del modelo normativo es alcanzar criterios eficaces y eficientes de desempeño para diseñar, desarrollar, mantener, promover y fortalecer el desarrollo del TC. El mecanismo de retroalimentación cesa cualquier posible deficiencia y desviación de los resultados continuos provenientes del modelo normativo de TC en relación con la macro y micro variables ambientales y factores.

LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE TURISMO CULTURAL

Turismo mexicano en la jerarquía de los países del mundo en el año 2010.

Cuando se inicia con el siglo XXI, se puede observar que el turismo es de suma importancia para el desarrollo eco-

nómico y la piedra angular para el desarrollo de servicios con un valor estimado en 476 000 millones de dólares. Por tanto, es una herramienta poderosa para promover el desarrollo de los pueblos en términos de apalancamiento.

México ocupa el octavo lugar entre los principales receptores de turismo internacional, después de Francia, España, Estados Unidos, Italia, China, Reino Unido y Austria (véase el cuadro 2)

Tabla 1. Información relacionada con el turismo de México

México	2004 (Ver nota 1)			2005-2014 (Ver nota 2)		
	Crecimiento			Crecimiento		
	Crecimiento	Absoluto	Relativo	Crecimiento	Absoluto	Relativo
Viajes y turismo personal	17	130	133	16	137	124
Viajes de negocios	14	-----	131	12	---	39
Gasto público	12	58	168	11	62	145
Inversiones de capital	11	93	2	7	94	3
Exportaciones de visitantes	16	113	9	12	115	15
Otras exportaciones	11	15	27	9	15	19
Demanda de viajes y turismo	12	---	34	10	---	13
Industria del turismo y viajes	14	108	91	11	103	68
Turismo económico	11	99	52	10	70	14
Empleo de la industria del turismo	22	115	89	19	110	68
Empleo de turismo económico	14	75	42	8	52	4

Notas

Nota 1. 2004 Crecimiento real ajustado por inflación.

Nota 2. 2005-2014 Crecimiento real anualizado ajustado por inflación.

Total 174 países y 13 regiones agregadas sin jerarquía.

Fuente: World Travel and Tourism Council. Mexico travel and tourism merging ahead

Un estudio realizado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), basado en ocho indicadores de Monitor de Competitividad Turística (Financial Infotel, 2004) se aplicó a 212 países, pone a México en el lugar 70 (Tabla 2). Los ocho indicadores son los precios, turismo humano, infraestructura, medio ambiente, tecnología de apertura

al turismo, los recursos sociales y humanos. El índice de precios considera que los costos que pagan los consumidores por los productos y servicios del hotel. Los impuestos sobre las compras de bienes y la utilización de servicios. El índice de turismo humano tiene en cuenta "la participación del pueblo en las actividades turísticas.

Tabla 2. Lugar de México en la lista de 212 países

Índice	Lugar
Posicionamiento como destino turístico en general	8
Apertura turística	54
Precios	66
Recursos humanos	70
Tecnología	71
Social	72
Turismo humano	89
Medio ambiente	92

Fuente: Financial Infotel, 2004

Impacto económico del sector turismo en México

De acuerdo con la información oficial disponible del Gobierno de México (Turismo Boletín Trimestral) el número de turistas internacionales a México en 2003 mostró tasas de crecimiento ligeramente inferiores a los que se registraron durante el año anterior, lo que representa una reducción significativa del indicador en 2003. La consideración de que el número total de turistas internacionales en 2003 (más la colocación de frontera) se observa una contracción (-5,1%) como resultado de la caída de turistas fronterizos, pasando de 9,8 millones de turistas en 2002 hasta 8,3 millones de turistas en 2003, una reducción del 15%.

En 2010, el país recibió 18,7 millones de turistas internacionales, con un descenso del 5,1% respecto a 2002. El motivo principal por el saldo negativo en el número de turistas se debe a la aplicación de la creciente inmigración en la frontera con Estados Unidos, causados por factores exógenos, como los recientes conflictos en el Medio Oriente, la narco-guerra mexicana y el síndrome respiratorio severo agudo. Aunque hubo un menor número de turistas internacionales, con respecto a 2002, el ingreso de divisas recibidas en 2003 permitió grabar figuras históricas como el resultado alcanzado en 2003 el nivel más alto observado en los anteriores últimos cuatro años.

Los turistas en medicina y hospitales, son los que generan más divisas para nuestro país, por lo que el turismo transfronterizo fronterizo en bienes y servicios médicos presentó un cambio positivo que condujo a la entrada de divisas para crecer, al aumentar el gasto total de los visitantes internacionales a México, lo que resulta en un aumento significativo en el exceso de pasajeros. El segmento de entradas turísticas terminó en el año 2003 con 10,4 millones, un 4,8% superior a los niveles presentados en 2002. El gasto aumentó de 8, 858 millones de dólares desde 2002 hasta 9, 457 millones de dólares en 2003, un nivel que representa un aumento del 6,8%. Dentro de este segmento, el turismo interno contribuyó con el 70% de los depósitos totales, el 23% de los excursionistas y el 6% restante se registraron como transfronterizos turistas (Boletín Trimestral de Turismo).

El segmento de cruceros registró un aumento del efectivo en 2003 a 35,9 en el año anterior. También hubo una reducción en el flujo de turistas y visitantes-Tras fronterizos internacionales fuera de México que en 2003, acumulando una caída de 18.6%. El gasto total realizado por los mexicanos en el exterior registró un superávit en la balanza turística de \$ 3,204 millones en 2003, un 14.5% más que en 2002. En 2003, se registró una cifra de 47,9 millones de turistas que llegaron a cuartos de hotel nacionales, lo que significa un aumento del 1.3% con respecto al año anterior. En 2003 el turismo nacional se incrementó hasta

el 8.2%, con la estancia media de los turistas durante la noche, apuntando especialmente a los destinos de playa, mientras que el destino de las ciudades registra menores tasas de ocupación. Las ciudades del interior y las grandes ciudades, respectivamente, mostraron una contracción de 2.8 y 1.5 puntos porcentuales en comparación con los niveles registrados en 2002, mientras que las ciudades fronterizas mostró un buen desempeño al registrar una ocupación media del 60.2%, que es 6,3 puntos porcentuales superior a la de un año antes.

En 2004, los viajes y el turismo generaron en México 8.40.200 millones de pesos equivalentes a \$ 73,3 mil millones dólares en actividad económica (demanda total). Los impactos directos de esta industria fueron: 681,354 puestos de trabajo, lo que representa el 2.4% del total. 186.800 millones de pesos mexicanos equivalentes a EE.UU. \$ 16.3 mil millones del producto interno bruto, lo que equivale al 2.7% del total. Sin embargo, ya que el turismo afecta a todos los sectores de la economía, su impacto real es mayor.

La economía de este sector directa e indirectamente representa: 2, 865,740 puestos de trabajo que representan el 10.0% del total. 643 200 millones de pesos de producto interno bruto, lo que equivale al 9,4% del total. 299 900 millones de pesos mexicanos equivalentes a EE.UU. 26,2 mil millones dólares de las exportaciones, bienes o servicios y el 13,8% de las exportaciones totales. 168 300 millones de pesos mexicanos equivalentes a un 14.7% millones de dólares de inversiones de capital o 10.7% de las inversiones totales. 40 300 millones de pesos equivalentes a EE.UU. \$ 35,5 mil millones del gasto público o el 5.1% de participación.

Crecimiento

Para el 2004, el turismo en México alcanzó los siguientes resultados proyectados: Crecimiento real del 11.1% de la demanda total. 9.3% del producto interno del sector de la industria del turismo, 186 800 millones de pesos mexicanos equivalentes a \$ 16,3 mil millones de dólares del producto interno bruto para la industria directamente y 10.7%, 643,2 mil millones de pesos de producto interno bruto, lo que equivale al 9,4% del total, para la economía del turismo en general (costos directos e indirectos). 8% del empleo en el sector turístico con un impacto directo solamente, o de 681,354 trabajos, y el 9.9% o 2.865.740 millones de empleos en la economía del turismo en general, con impacto directo e indirecto.

Para el año 2014, el turismo en México se espera que alcance un crecimiento real anual: 7.1% de la demanda turística total para lograr lo que equivale a 340 000 millones de pesos o su equivalente en \$ 167,4 millones de dólares en 2014. 55% del total del producto nacional total del sector

turismo hasta 422 900 millones de pesos equivalentes a EE.UU. \$ 124,6 mil millones de dólares a la economía del turismo en general. 3.1% en el empleo en el sector turístico para llegar a 921, 832, los que trabajan directamente en la industria y el 5.8% a 5.029.550 puestos de trabajo en la economía del turismo en general para el año 2014. 7.9% en las exportaciones de los visitantes se elevan a 382 300 millones de pesos, lo que equivale a 27,3 millones de dólares para el año 2014. 9.9% en términos de inversión de capital que aumente a 604.700 millones de pesos, equivalentes a 43,2 billones de dólares en el año 2014. 2.3% en términos de aumento del gasto público para llegar a 70,6 mil millones de pesos, equivalentes a US \$ 5 mil millones en 2014.

En México, las cifras de TC no se han determinado con precisión. Sólo el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) ha estimado que han atraído a los espacios bajo su custodia 16.4 millones de visitantes en 2002. Los visitantes nacionales representaron alrededor de las cuatro quintas partes con un total de 13.2 millones de turistas y los internacionales representaron un quinto con 3.2 millones de dólares. Figuras más recientes reportan que los turistas internacionales que visitan los centros del INAH van en aumento Sin embargo, entre visitantes nacionales no hacen distinción entre turistas nacionales y residentes nacionales de las ciudades en las que los sitios están ubicados.

La cultura está en el sexto lugar como la principal motivación para el turismo interno y el cuarto para el turismo internacional. Se estima que el turismo especialmente motivado por la cultura en México representa el 5.5% de los pasajeros nacionales y el 3% para los internacionales. En 2011 había casi 120 millones de turistas con actividades relacionadas con la cultura en México. El gasto por viajes relacionados con la demanda de TC es mayor que el promedio nacional, debido a un aumento de su ingesta diaria basada en las actividades en torno al patrimonio cultural y estancias largas hoteles y por lo tanto mayor que en otros segmentos del turismo.

PERFIL DE LOS TURISTAS CON LA DECLARACIÓN DE CULTURALES

Los turistas motivados especialmente por la cultura, tienden a viajar distancias más largas que la mayoría de los turistas. Para llevar a cabo una incursión cultural, la inversión personal que se necesita por parte de los turistas que expresan mayor interés en el aprendizaje y se involucran en la vida del lugar visitado, lo que requiere más tiempo que un viaje escénico. Cuanto más se visita los espacios culturales por los demás visitantes los efectos sobre los turistas potenciales son más de curiosidad.

Las principales actividades de TC son aquellas relacionados con el patrimonio tangible, muy popular entre los turistas

motivados especialmente por la cultura, que representa el 48% de todas las actividades turísticas nacionales y el 63% de todas las actividades turísticas internacionales. Los elementos intangibles son por su propia naturaleza, más difíciles de identificar aunque su influencia se manifiesta en un sentido general, por impregnación de la cultura por el turista visitante.

En el caso de las actividades de patrimonio tangible e intangible, los sitios arqueológicos (27%) son las favoritas de los turistas internacionales especialmente motivados por la cultura. En cuanto al patrimonio intangible, prefieren ver las tradiciones y costumbres de las comunidades solo el 9%. Por su parte, los mexicanos prefieren asistir a las actividades relacionadas con los activos intangibles (52%) entre todo el sabor excepcional de la cocina regional (13%). La actividad relacionada con el patrimonio material preferido por los turistas mexicanos es la observación de los monumentos arquitectónicos (18%). Esto se relaciona con el interés, más que la apreciación estética de la didáctica de la mayoría de los viajeros culturales (CESTUR, 2011).

LAS MOTIVACIONES Y LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS CULTURALES

Tanto para los turistas nacionales e internacionales, los atributos relacionados con la arquitectura y la cultura viva son motivadores clave. El lugar de estos factores entre los nacionales y los extranjeros se invierte, con los temas relacionados con la cultura viva de los de más interés para los turistas internacionales y los relacionados con los activos materiales son más importantes para el turista nacional. El turista interesado en la cultura, también está buscando precio, el clima, el paisaje y las actividades que pueden satisfacer las necesidades y deseos de los miembros que viajan del grupo.

Los turistas culturales Mexicanos son sensibles a los efectos de costo-beneficio. Los destinos de valor son considerados alrededor de la variedad y calidad de las actividades que se ofrecen, y están dispuestos a gastar en las experiencias, pero no en los servicios que no ofrecen claras diferencias con respecto a los que tienen un estilo interesante. Factores tales como los costos económicos, emocionales y experiencias físicas son cruciales. La relación entre estos costos y sus beneficios deben ser proporcionadas. Un destino turístico cultural con actividades culturales que ofrecen comodidad y opciones adicionales para el ocio y el entretenimiento, es más probable que atraiga turistas y ocasionales visitas especializadas que otros destinos. Turistas culturales en general creen que las ofertas culturales agradables y atractivas son escasas para los niños y adolescentes, y además carecen de la necesaria instrucción necesaria para apreciar las culturas locales.

MERCADO POTENCIAL

Las encuestas para estimar y caracterizar el volumen actual de la demanda de TC en el mercado nacional indican que sólo el 5.5% de los turistas nacionales se consideran particularmente motivados por la cultura y el 35.7% tenían un interés casual. En todo el mundo el 37% de los turistas realizar alguna actividad cultural durante su viaje y la tasa de crecimiento anual ha sido del 12% en promedio desde 2000 hasta el 2010 (CESTUR, 2011).

México participa actualmente con los 554,233 turistas que equivale al 1.8% del mercado que representan los países de origen, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, España e Inglaterra, lo que significa que hay un enorme potencial para la penetración, a condición de desarrollo y comercialización de la oferta adecuada. México ya está involucrado con 8.4% en la participación de mercado llegando a 7.2 millones de turistas. Los turistas con un interés ocasional en la cultura representan un total de 84.9 millones de turistas que viajan al exterior son el 35% del total. México ya está involucrado en la participación de mercado con 8.4%, llegando a 7.2 millones de turistas.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES

El tamaño y la competitividad de la oferta turística y cultural no pueden ser evaluados a partir de los recursos culturales de manera aislada sino en relación con su ubicación geográfica y los distintos elementos que convergen para hacer posible la visita. Los criterios utilizados para la selección de los lugares de destino son:

- A. El papel que desempeñan en el sistema turístico;
- B. Las características principales que tiene el patrimonio cultural;
- C. Las condiciones de infraestructura y servicios para la uso turístico, y
- D. Características de la población local.

La diferencia en la percepción entre los nacionales y los extranjeros se hace más evidente. Como algunos ejemplos de la diversidad de los recursos turísticos culturales se pueden mencionar los siguientes:

- A. Las ciudades y pueblos con formas arquitectónicas, entornos históricos y particulares.
- B. Los grupos indígenas con su propia producción y técnicas de intercambio, costumbres, historias, leyendas, rituales, celebraciones, comida, Etc.
- C. Sitios arqueológicos que están abiertos al público (INAH)
- D. Sitios que marcan el valor histórico desde el siglo XVI hasta el siglo XX (CONACULTA, 2010)
- E. Objetos: Históricos, artísticos y de uso diario, que se muestran en los museos registrados por el INAH, Casas

de Cultura, museos privados, estatales, municipales y comunitarios.

- F. Eventos y festivales, eventos teatrales, conciertos, cine, danza, Etc.

En cuanto a la infraestructura y los servicios, los turistas interesados en la cultura pueden ser alentados a utilizar los segmentos del turismo, tales como:

- A. Los establecimientos de alimentos y bebidas, agencias de viajes, guías de viajes y alquiler de coches.
- B. Carreteras que une las principales ciudades y carreteras que conectan las ciudades pequeñas y los aeropuertos, que para el caso de la región Sur de Jalisco, 3 de los cuales son internacionales.

OPERACIONES DE LA EMPRESA DE TURISMO CULTURAL

En el TC, las actividades de las empresas de diversos sectores de la producción están involucradas. Además del sector del TC, las empresas e instituciones de otros sectores económicos están significativamente involucradas también, como el desarrollo urbano y el sector servicios en general que son importantes áreas de soporte del TC

Sectores del turismo cultural

El sector del TC incluye organizaciones públicas, privadas y sociales e instituciones. Esta diversidad de actores determina el hecho de que la administración tiene una complejidad mayor que en otros campos del turismo. En áreas específicas del TC sobresalen algunas organizaciones cuya presencia es muy importante en aquellos lugares donde se desarrolla la actividad: Hoteles, operadores turísticos, museos, tiendas de artesanía, restaurantes, guías turísticos, centros culturales gestionados por el INAH, Etc.

Dentro de las interacciones entre los diversos actores en el sistema de TC, la estructura básica de comercialización genera una relación armoniosa entre los agentes privados y los actores públicos. Además de estos actores clave, el TC tiene otros, tales como los agentes turísticos culturales, autoridades municipales, estatales y federales, órganos promotores culturales, organismos de la administración de sitios y monumentos, las organizaciones no gubernamentales, universidades, escuelas e institutos, empresas de entretenimiento, los transportistas, guías de turistas, agencias de viajes independientes, promotores de viajes, asociaciones y clubes, etc.

ANÁLISIS FODA CORPORATIVO

Un análisis corporativo de planeación estratégica (cuadro 1) muestra que, en general, las perspectivas de negocios son

favorables para el desarrollo del TC, pero requiere un mejor uso de los recursos culturales para fortalecer la identidad de los destinos y del país, ya que hay más fortalezas que debilidades.

Hay una necesidad de una mayor certeza sobre el camino a seguir con el fin de aprovechar los activos necesarios para construir sobre el patrimonio cultural y mejorar la participación de las empresas de TC. Existe la voluntad para llevar a cabo las mejoras necesarias para aumentar el desarrollo de estas comunidades y las empresas turísticas en sí.

Se reconocen seis áreas de acción para proponer una serie de orientaciones estratégicas y planteamientos tácticos que fortalecen y mejoran la relación de las actividades turísticas en su vertiente cultural:

- A. Revalorización de la relación entre la cultura y el turismo.
- B. Sistematización de los instrumentos de planificación y control.
- C. Fortalecimiento de la organización.
- D. Optimización de la gestión del patrimonio cultural.
- E. Enriquecimiento de la oferta de TC.
- F. Repensando la promoción y comercialización.

DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS CULTURALES EN EL SUR DE JALISCO

A. Turismo cultural circuito “Tras las huellas en la tierra de los grandes artistas....”

Los municipios que integran la ruta cultural: Zapotlán El Grande, Sayula, San Gabriel Tolimán, Zapotitlán de Vadillo.

1) Escenarios culturales para el primer día

a. Recorrido Centro Histórico de Cd. Guzmán Pintura y escultura Presidencia Municipal, Columnario de hombres ilustres de Zapotlán el Grande, Casa donde nació Juan José Arreola en la calle Lázaro Cárdenas, arquitectura del Portal de Mendoza, arquitectura y escultura templo del Sagrario, pintura, escultura y arquitectura templo de la Tercera Orden y ex convento, pintura, arquitectura y escultura de la catedral, mercado Paulino Navarro, Portales, lugar de nacimiento del pintor José Clemente Orozco, arquitectura Casa Consistorial, arquitectura Palacio de los Olotes, refrigerio restaurant arriba del Portal Hidalgo, vista a patios de casas del Portal Hidalgo. Del 12 al 23 de octubre se puede visitar la Feria con todas sus tradiciones y costumbres, que culmina con los carros alegóricos o andas.

b. Recorrido en Sayula: Leyenda del poema del ánimo de Sayula y ubicación de los principales lugares referidos, Centro Histórico y portales de Sayula, visita al Centro parroquial de la Inmaculada Concepción y ex Convento, visita al Museo y casa de la Cultura Juan Rulfo, visita a la casa de las Artesanías, visita al taller de cuchillería de Ojeda, Casa donde nació Juan Rulfo, arquitectura y pinturas del Santuario de Guadalupe y ex Convento Franciscano. El carnaval se escenifica el martes de carnaval para concluir el miércoles de ceniza.

2) Escenarios culturales para el segundo día

c. Recorrido en San Gabriel. En el recorrido de Sayula a San Gabriel se sugieren referencias a lugares mencionados en las obras de Juan Rulfo: Apango, Apulco, etc.; visita a Apango. Vista del Llano Grande, vista a Puerto Los Colimotes, Visita al Centro Histórico de San Gabriel, pinturas de

Cuadro 1. Análisis corporativo DOFA

Externo/interno	Fortaleza	Debilidad
Interno/externo	Surgimiento de empresas en el proceso de modernización que valoran la cultura.	Predominio de firmas con acercamientos convencionales a la cultura y el turismo y la falta de oferta adecuada.
Oportunidades El reconocimiento de la cultura como el valor de la diferenciación y de la identidad y de su importancia para la competitividad de las empresas.	Firmas y productos competitivos en valor de cultura patrimonial y participación en el fortalecimiento de las culturas locales.	Desarrollo y uso simulado de espacios y propiedades convencionales en turismo.
Amenazas Visión de negocios a corto plazo y predominio de grandes negocios (Modelo de masas) como un paradigma.	La creación de enclaves de negocios sin beneficios locales y regionales.	El uso del patrimonio cultural limitado al entretenimiento. Competencia de precios y pérdida de rentabilidad, negocios y destinos.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de tendencias de varias organizaciones.

Enrique Trujillo y esculturas del Señor de la Misericordia de Amula, visita a la casa donde vivió Juan Rulfo, visita casa donde vivió José Mojica, sacerdote, compositor y cantante, visita a las piedras con petroglifos, visita a Telcampana, visita a la ex hacienda de Apulco donde Juan Rulfo vivió parte de su infancia, Se pueden visitar si se coincide en tiempo, las Fiestas del Señor de Amula que se celebra del 11 al 19 de Enero de cada año, las fiestas del Señor de la Misericordia,

3). **Escenarios culturales para el tercer día**

A. Recorrido por Tolimán, y Zapotitlán de Vadillo

Visita al Cerro Encantado y al Petacal, vista de la Media Luna, visita al Museo en Tolimán. Visita a los Murales del Templo de la Asunción. Si se coincide del 6 al 15 de Agosto, se puede participar la fiesta de Nuestra Señora de la Asunción., para apreciar sus danzas y tradiciones. Se sugiere comida típica.

Visita al Centro Histórico de Zapotitlán de Vadillo Se sugiere presentación de poemas y leyendas que abundan en el folklore de este lugar, como la del Cerro Chino. Si se coincide en tiempo se puede participar de la Fiestas a la Virgen de Guadalupe del 1 al 15 de Enero y las fiestas de María Magdalena celebrada el 22 de julio, el día de la festividad religiosa sacan en procesión la imagen por las calles adornadas del pueblo, desfilan carros alegóricos, música y danza

B. Circuito de turismo cultural “En la fiesta eterna”

Municipios que comprende el recorrido: Tonila, Tuxpan y Zapotiltic

1). **Escenarios culturales**

Recorrido por el municipio de Tonila: Desayuno y visita en la Ex hacienda La Esperanza, visita Templo Parroquial de Tonila que es una réplica de estilo colonial utilizándose cantera labrada para su construcción; cuenta con reloj suizo considerado entre los pocos de su género; templo de San Marcos, modernista con motivos barrocos y bizantinos. Si se coincide en tiempos, se puede participar de las fiestas religiosas en honor de la Virgen de Guadalupe se celebran del 03 al 12 de diciembre, en la cabecera municipal y en San Marcos.

Recorrido por el municipio de Tuxpan: Visita al Centro Histórico de Tuxpan, vista de la Cruz Atrial que data de Siglo XVI y visita al templo parroquial, visita a la Casa Indígena, muestra de comida típica de Tuxpan (La Cuaxala); Celebración de la boda indígena en la que los contrayentes visten hermosa y complicada indumentaria; presentaciones de danzas indígenas de Chayacates y Paixtles; por la tarde

visita al Museo Melquiades Rubalcaba. Si coincide en fechas, los visitantes podrán participar en el Concurso Regional de Sonajeros que se efectúa del 23 al 31 de Mayo y que coincide con las fiestas patronales del Señor del Perdón.

Recorrido por el municipio de Zapotiltic: Visita al Centro Histórico de Zapotiltic, visita al templo de la ex hacienda de Huescalapa. Si coinciden las fechas con las fiestas del Señor del Perdón en las primeras dos semanas del mes de mayo, los visitantes pueden participar.

C. Circuito turístico cultural

Municipios que comprende el recorrido: Gómez Farías, Atoyac, Teocuitatlán, Techaluta, Amacueca

1). **Escenarios culturales**

Municipio de Gómez Farías: Visita al Centro Histórico de San Sebastián; visita a la Casa del Artesano (artesanías del tule)., participación en talleres artesanales. Los visitantes pueden participar si coinciden con las fiestas de la Candelaria el 2 de Febrero, las Fiestas de San Andrés del 20 al 30 de Noviembre y las fiestas de la Virgen de la Refugio el 4 de Julio.

Municipio de Atoyac: visita al Centro Histórico y vista a las pinturas de Pintura. Cuadro de Antonio Castellón.- Pintado por Zamarripa en 1968. Visitas a Centros Artesanales de cinturones, participación en talleres artesanales... Si coincide en fechas, los visitantes pueden presenciar la Fiesta de la Salud celebrada el viernes de Cuaresma, y el Carnaval que se realiza en el mes de Febrero.

Municipio de Teocuitatlán de Corona: Visita a la Ex hacienda de San José de Gracia y el Panteón Indígena. Se recomiendan dar a conocer las leyendas en torno a estos dos escenarios. Visita al centro Histórico de Teocuitatlán, visita a centros de artesanías de sarapes y a coleccionista de antigüedades, Si coincide en las fechas en que se visita el lugar, se puede presenciar las Fiestas de la Virgen de Guadalupe del 1 al 12 de Diciembre.

Municipio de Techaluta: Visita al Palacio Municipal que data de 1878 Si se coincide en tiempo, los visitantes pueden presenciar y participar en los festejos más importantes en el municipio que son la feria taurina que se celebra del 9 al 16 de septiembre; las festividades religiosas en honor a San Sebastián Mártir que tienen lugar del 11 al 20 de enero; y la Feria Anual de la Pitaya durante cada mes de mayo aproximadamente del 8 al 15.

Municipio de Amacueca: Visita al centro Histórico de Amacueca, visita a las ruinas del convento franciscano, construcción del siglo XVII con fachada de columnas salo-

mónicas y retablo dorado. Visita al Dulce Nombre de Jesús, escultura tallada en madera del Siglo XVI. Si se coincide en las fechas se puede participar en las ferias taurinas en el tercer domingo de enero, las fiestas del Dulce Nombre de Jesús el 8 de Enero y el carnaval que se lleva a cabo en el mes de Febrero.

D. Circuito turístico cultural

Municipios que comprende el recorrido: Zacoalco de Torres, Atemajac de Brizuela, Tapalpa

1). Escenarios culturales

Zacoalco de Torres: Visita al Centro Histórico de Zacoalco de Torres, visita a centros artesanales de equipales, participación en talleres artesanales, representación de boda indígena. Si hay coincidencia en las fechas, los visitantes pueden presenciar las Fiestas a la Virgen de Guadalupe el 12 de Enero, al Señor de la Salud el 6 de Agosto, y las fiestas de san Francisco de Asís el 14 de Octubre.

Atemajac de Brizuela: Visita al Centro Histórico de Atemajac de Brizuela. Si hay coincidencia de fechas, los visitantes pueden participar en las fiestas de Nuestra Señora de la Defensa del 6 al 9 de Septiembre, la romería de la Virgen de la Defensa el 7 y 8 de Octubre y las fiestas patronales de San Bartolomé el 24 de agosto. Se sugiere comer en este lugar la comida típica, borrego al pastor con ponche y dulces de conservas de frutas.

Tapalpa: Visita al centro Histórico de Tapalpa, población típica de montaña, visita a la Capilla de la Soledad, visita a la Casa de la Cultura (Parroquia de San Antonio de Tapalpa), templo de Juanacatlán y Templo de Nuestra Señora de la Merced, visita al centro de artesanías de papel maché, visita al Hostal de la Casona del Manzano, visita a la Casa del Agua, visita a la Capilla de la Purísima, visita a la capilla de la Soledad.

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL DEL TURISMO CULTURAL

1. Mejorar la coordinación de los diferentes factores que intervienen en la actividad de los programas de desarrollo, la comercialización, la participación en la conservación y mejora del patrimonio cultural en las áreas: intersectorial e interdisciplinario.
2. Mejorar los mecanismos de formación de recursos humanos.
3. Facilitar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y servicios de alimentos para fortalecer el sistema en su conjunto.
4. Fortalecer el vínculo de la acción de las empresas con la conservación y mejora del patrimonio cultural.

5. Alentar a las empresas a proporcionar información a los turistas sobre las actividades culturales que existen en el destino, y establecer programas de sensibilización para el cuidado del patrimonio y el respeto por las costumbres locales.
6. Promover y utilizar el TC para diferenciar las instalaciones turísticas existentes, la apertura de nuevas oportunidades de mercado.
7. Diversificar los mecanismos de promoción y segmentos de mercado con un interés en la cultura.
8. El aprovechamiento de los elementos de identificación cultural de cada región para aumentar la diferenciación de las empresas mexicanas en los mercados nacionales e internacionales.
9. Promover el uso de tecnología sostenible (energías alternativas, reciclaje, etc.).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Región Sur de Jalisco cuenta con importantes elementos y recursos potenciales identificados como oportunidades y fortalezas para facilitar el desarrollo y la promoción como destino turístico cultural. Este documento propone la necesidad de un marco teórico para el diseño de un modelo normativo de la política de TC sostenible en la Región Sur del Estado de Jalisco, México. Los grupos de interés y proveedores en el Sur de Jalisco se pueden beneficiar de la aplicación de un modelo normativo para promover el desarrollo económico regional a través de la creación de empleo y alivio de la pobreza.

Un modelo normativo para el TC requiere de la participación activa de los actores turísticos, las empresas, los organismos gubernamentales y la comunidad, desde la fase inicial hasta la implementación de un programa para el desarrollo del potencial como destino de TC. El diseño e implementación de programas de patrimonio cultural y turismo deben promover, preservar y mejorar la cultura de las comunidades, folklore, artes, artefactos, Etc. participación activa de todos los interesados, las agencias gubernamentales y las comunidades locales en los procesos de toma de decisiones, no sólo legitima las actividades, sino que proporciona la experiencia y de puesta a tierra para diseñar e implementar las estrategias para perseguir la eficacia de las políticas (Blench, 1999) y promover el TC responsable, sostenible y sustentable.

El modelo normativo establece una serie de criterios normativos como un enfoque funcional para lograr un TC en el Sur de Jalisco. Las variables identificadas en el modelo normativo como debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas pueden ayudar a los agentes del turismo, agencias de gobierno, las empresas y la comunidad en su conjunto, para diseñar y desarrollar productos culturales y servicios turísticos y las ofertas para los turistas nacionales

e internacionales que participan en la vida cultural mercado. Cualquier desarrollo o promoción de un producto de TC tiene que estar bien diseñado y ejecutado sobre la base de las políticas existentes.

Un enfoque permanente hacia la práctica del desarrollo sustentable del patrimonio cultural y el desarrollo es un requisito para derramar los beneficios sobre y para las comunidades locales. El TC trae los mejores beneficios para el desarrollo de una comunidad local después de una implementación efectiva de las políticas. La eficacia de las políticas debe ser evaluada. Las comunidades locales deben tratar de gestionar los recursos mientras que se busca su vinculación con el desarrollo y el crecimiento económico.

El gobierno local y municipal juega un papel importante en cuanto al TC para la Región del Sur de Jalisco. Por otra parte, la planificación, el desarrollo, la promoción, la comercialización y la aplicación de estos productos y servicios se pueden sostener como una actividad económica sustentable que puede mejorar el nivel de vida de los habitantes del Sur de Jalisco.

El diseño y desarrollo de un modelo normativo es concomitante a un conjunto de recomendaciones para la implementación de un TC en el Sur de Jalisco. Este debe ofrecer un valor intrínseco para el consumo turístico al tiempo que añade valor a los recursos locales. El TC debe ofrecer soluciones para satisfacer las expectativas de los turistas con experiencias memorables. En el Sur de Jalisco se puede organizar como una herramienta de desarrollo para la creación de mejores condiciones de empleo, las oportunidades para el desarrollo económico y el mejoramiento de los estándares de vida de las personas que viven en las comunidades. Las recomendaciones que aquí se ofrecen son sólo un intento de cambiar la situación disfuncional actual en un sistema eficiente de gestión del TC basado en un modelo normativo.

El desarrollo del TC requiere atracciones de patrimonio cultural con el fin de alcanzar los objetivos y la preservación del patrimonio cultural tangible e intangible. El ámbito de TC para el Sur de Jalisco puede incluir el turismo étnico y el turismo histórico, que comprenden la observación, la participación y el intercambio de expresiones culturales y estilos de vida, la danza y la interpretación musical, ceremonias religiosas, exposiciones de artes visuales, monumentos, sitios para visitar y edificios, Etc., iniciativas de TC que puede tener éxito en la consolidación de la "mirada" de la etnografía si se diseña y desarrolla itinerarios turísticos relacionados con experiencias de vida e interactiva en la vida real en los municipios y casas de cultura o centros.

El TC en el Sur de Jalisco puede ser una oportunidad para que las comunidades locales puedan comercializar y promocionar en el extranjero períodos de experiencia, fiestas

para compartir y asimilar los valores culturales y experiencias de vida aprovechando las condiciones favorables del clima y el paisaje natural de gran belleza. El diseño de las rutas es importante, con el apoyo de la necesidad de mejorar la infraestructura. Para facilitar su promoción y comercialización en el Sur de Jalisco, se requiere el fácil acceso a un sistema de gestión de la información turística.

Los centros locales de información turística en los municipios juegan un papel importante en la difusión, orientación y asistencia a los visitantes, haciendo que los productos y servicios sean disponibles y con responsabilidades significativas para compartir con los guías y operadores turísticos. Además de las funciones desempeñadas por las comunidades, los propietarios de las instalaciones, y los demás agentes económicos y actores sociales y políticos son de vital importancia que se involucren en estos asuntos. Con respecto al desarrollo, mantenimiento, promoción y comercialización del TC en la Región Sur de Jalisco, es vital para diseñar, formular y aplicar una política pública de decisiones.

Este trabajo sobre el TC se ocupa de la escasez crítica de recursos, la infraestructura y las habilidades entre los agentes del turismo, negocios, profesionales, comunidades, Etc., y ofrece algunas estrategias como recomendaciones para mejorar el mercado regional con nuevos productos y servicios culturales. Una diferenciación entre el TC y el desarrollo de los recursos de producción cultural es esencial para el diseño e implementación de estrategias de TC.

La implementación de un modelo normativo conduce al desarrollo de la infraestructura turística cultural, la mejora de las capacidades empresariales de la comunidad, la creación de oportunidades para atraer a los inversores extranjeros y los organismos de financiación, el diseño y la implementación de estrategias de marketing y promoción, Etc., todos ellos lo cual puede contribuir al desarrollo económico regional del Sur de Jalisco.

El fomento del TC en el Sur de Jalisco tiene un impacto positivo en el desarrollo de la infraestructura, la oferta de productos y servicios diversificados en el mercado del TC, la creación de empleo, el desarrollo de las capacidades empresariales de la comunidad, la mejora de las condiciones de vida, Etc., pero lo más importante, el modelo normativo del TC tiene un impacto en el marco espacial para su sostenibilidad en los sitios y atracciones culturales y el desarrollo económico de las comunidades, y por lo tanto con la creación de empleo y mejorar los niveles de vida de la gente.

Este análisis puede ser el punto de partida para futuras investigaciones sobre el patrimonio cultural y el desarrollo del turismo, el marketing y la promoción en la Región del Sur de Jalisco.

REFERENCIAS

- Aitchson, C. (2003). *Gender and Leisure: Social and Cultural Perspectives*. London: Routledge.
- Australian Bureau of Statistics (1997). *Domestic Cultural Tourism in Australia* www.dcita.gov.au.
- Bayat, M.S. and Meyer, I. (Eds). 1994. *Public Administration: Concepts, Theory and Practice*. Halfway House: Southern.
- Besculides, A., Lee, M. E. and McCormick, P.J. (2002) "Resident's perceptions of cultural benefits of tourism" *Annals of Tourism Research* (2002) Volume: 29, Issue: 2, Pages: 303-319.
- Blench, B. D., (1999). *Sustainable development in Africa*. London: Overseas Development Institute.
- Bureau of Tourism Research (2004). *Economic Impact of Cultural Tourists in Australia* http://www.culturaldata.gov.au/_data/assets/pdf_file/58358/Economic_Impact_of_Cultural_Tourists_in_Australia.pdf. [06 November 2007].
- Bywater, M. (1993). *The Market for Cultural Tourism in Europe*, EIU N. 6.
- CESTUR (2011). *El turismo cultural en México*. Centro de estudios de la Secretaría de Turismo.
- CESTUR (2002). *El turismo cultural en México*. Centro de estudios de la Secretaría de Turismo.
- Cloete, F. & Wissink, H. (eds). *Improving Public Policy*. Pretoria: Van Schaik.
- CONACULTA (2010). Archivos de sitios históricos. Comisión Nacional de la Cultura, México
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. & Shepherd, R. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. New York: Prentice Hall.
- Easton, D. (1979) *System analysis of political life*, John Wiley, New York, NY.
- Easton, D. (1965). *A Framework for political analysis*. London: Prentice-Hall Inc.
- Encarnación, S. (2008). *Los Famosos Equipales de Zacoalco*. Colección Espejo Diario.
- Encarnación, S. (2008). *The famous armchairs of zacoalco*. Daily Mirror Collection.
- FACUN. (2010). *Tras las huellas de Juan Rulfo*. Capturado de <http://www.papelesdeviaje.com/facundo46.htm>
- Ferreira, I.W. (1996). *A normative model for managing orientation procedures for effective and efficient public personnel management in post – apartheid South Africa*. Unpublished dissertation presented for the doctor administrationis degree at the University of Durban Westville (now University of KwaZuklu Natal.
- Financiar Infosel (2004). "Mexico Infosel Financiero". *ME-MIS Data Base Report*. Downloaded from <http://infosel.financiero.com.mx>
- George, R. (2001). *Marketing South African Tourism and Hospitality*. Cape Town: Oxford University Press.
- González Castolo, F. (2010). *Danza de la Conquista de Hernán Cortés*. H. Ayuntamiento de Cd. Guzman, Jalisco.
- González Castolo, F. (2010). *Leyenda de la diosa Tzaput-latena*. H. Ayuntamiento de Cd. Guzman, Jalisco.
- González Castolo, F. (2010). *Leyenda Tzapotleca (La Laguna de Zapotlán)*. H. Ayuntamiento de Cd. Guzman, Jalisco.
- González Castolo, F. (2010). *Leyenda tzapotleca II (Las Piedras del Sochule o de "Los Compadres")*. H. Ayuntamiento de Cd. Guzman, Jalisco.
- González Castolo, F. (2010). *Una Feria originada de una Fiesta Patronal*. H. Ayuntamiento de Cd. Guzman, Jalisco.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hall, C.M. (1998). *Introduction to tourism: Development, dimension and issues*. Sydney: Addison-Wesley & Longman.
- Hall, C.M. and Zeppel, H. (1990), "Cultural and Heritage tourism: The new grand tour?" *Historic Environment*, vol. 7 no. 3-4 pp. 86-98.
- Hanekom, S. X. & Thornhill, C. 1983. *Public Administration in Contemporary Socie– A South African Perspective*. Southern Book Publishers.
- Ismail, R. (2008). "Development of a normative model for cultural tourism on the Cape Flats". *CPUT Theses & Dissertations*. Cape Peninsula University of Technology, South Africa.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Cape Town, South Africa. Juta & Company Ltd.

- Jamieson, W. (1998) Cultural Heritage Tourism Planning and Development: Defining the Field and Its Challenges. *APT Bulletin*, Vol. 29, No. 3/4, Thirtieth-Anniversary Issue. (1998), pp. 65-67.
- Keyser, H. (2002). *Tourism Development*. Cape Town: University Press Publishers.
- Lara, J. (2010). *La cocina jalisciense, tradición que permanece viva en la memoria y en los paladares*. Jalisco: Secretaría de Cultura.
- Lubbe B. (2003): *Tourism Distribution: Managing the travel intermediary*. Cape Town: Juta.
- Magi, L.M. and Nzama, T.A. (2002). *Perspectives on recreation and tourism geographies in South Africa*. *South African Geographical Journal*. 84(1): 67-76).
- Magi, L.M. & Nzama, T.A. (2008). Interplay of Nature and Heritage for Communities Around the Ukhahlamba-Drakensberg World Heritage Park *Journal of Tourism and Hospitality*. 6 (2): 13-30.
- McDonald, G. (1999) *Unpacking Cultural Tourism*. Vancouver: Simon Fraser University Press.
- MacDonald, R. and Lee, J. (2003) Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, Issue 2, April 2003, pages 307- 322.
- McKercher, B. and Du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 5, Issue 1, 45-58
- McKercher, B. & Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Moulin, C. (1990) *Cultural Tourism Theory, Planning for Cultural Tourism*, Walter Jamieson (ed.), Calgary: University of Calgary. (pp. 43-61).
- Nzama, A.T; Magi, L.M. & Ngcobo, N.R. (2005). *Workbook-I Tourism Workbook for Educators: 2004 Curriculum Statement*. Unpublished Tourism Workshop Educational Materials. Centre for Recreation & Tourism, UZ. and Tourism KwaZulu-Natal.
- Ornelas, Mendoza y Valdivia, N. A. (1962). *Crónica de la Provincia de Santiago de Jalisco (1719-1722)*. Guadalajara: IJAH.
- Presidencia Municipal de Tonila. (2010). *Plan de desarrollo Municipal del municipio de Tonila Jalisco 2004-200*.
- Richards, G. (1996) Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol 23, Issue 2, pages 261-283.
- Russo, A.P., and J. van der Borg (2002). Planning Considerations for Cultural Tourism: a Case Study of Four European Cities. *Tourism Management*, Vol. 23, n. 6, pp. 631-637.
- SARDC [Southern African Research & Documentation Centre], (1994). *State of the Environment in Southern Africa*. Johannesburg: The Penrose Press.
- SECTUR-CESTUR (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural*. México: Secretaría de Turismo..
- Sharma, K. (2004). *Tourism and Socio-Cultural Development*. New Delhi: Sarup & Sons Publishers.
- Shivers, J.S. (1981). *Leisure and recreation concept: A critical analysis*. Boston: Allyn & Bacon.
- Spillane, B Brian A. /1997). Zacoalco de Torres, Tierra de equipales. *México desconocido* No. 240 / febrero 1997.
- Tighe, A.J. (1985). Cultural tourism in the USA. *Tourism Management*, Vol. 6 (4): 234-251.
- Torkildsen, G. (2007). *Leisure and Recreation Management*. London. E. & F.N. Spon
- Villaseñor, Bordes, R. (1989). "Yendo a ver dos hospitales". *Suplemento Cultural del Informador*. 18 de Junio de 1989. Pp 13 and 14.
- WCED [World Commission on Environment Development], (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford Publishers.
- Williams, M. A, Shaw, G. 1991. Tourism policies in a changing economic environment. In *Tourism & economic development, Western European experiences*. London: Belhaven Press.
- World Tourism Organization (WTO). (2000). *Definitions concerning Tourists Statistics*. Madrid: WTO.
- World Tourism Organization (WTO). (1985). *The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploitation of the national culture of heritage of sites and monuments for tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- Kimba, E. Z. (2009) *Cultural and heritage tourism development and promotion in the Ndwedwe municipal area: perceived policy and practice*. Dissertation submitted to the Faculty of Arts. Department of Recreation and Tourism at the the University of Zululand.