

EL TURISMO CULTURAL. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA EN MICHOACÁN (MÉXICO)

MARIANA GUDIÑO PAREDES
Tecnológico de Monterrey

Recibido: 28 de octubre de 2009

Aceptado: 6 de noviembre de 2009

1. INTRODUCCIÓN

México es mundialmente conocido, principalmente como un destino turístico de sol y playa. Sin embargo, en la actualidad el turismo cultural es visto como una herramienta que puede contribuir al crecimiento económico de muchas zonas del país y, de esta manera, convertirse en una forma de fomentar el desarrollo económico.

El turismo cultural podría desempeñar un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural e histórico de México. Entre los efectos que puede generar el turismo cultural, además de la propia satisfacción del cliente que busca nuevas tipologías de turismo, se encuentran la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de muchos territorios, a partir de la generación de nuevos empleos.

Según datos de la UNESCO¹, México cuenta con diez ciudades declaradas patrimonio de la humanidad –Campeche, Querétaro, Ciudad de México, Oaxaca, Morelia, Tlacotalpan, San Miguel Allende, Guanajuato, Puebla y Zacatecas– con un legado arqueológico que asciende a 30.000 sitios, de los cuales sólo 173 están abiertos al público. México cuenta con 113.000 monumentos históricos, 1.105 museos y 559 teatros, además de con un pasado de tres mil años que se refleja en la herencia cultural de los mexicanos.

En México se observa una ferviente vocación religiosa –principalmente católica– producto de la conquista española. Como legado de esta época, existen importantes monumentos arquitectónicos como templos y antiguos conventos. Además de todo el patrimonio cultural colonial, el legado prehispánico ofrece una oportunidad excepcional para este tipo de turismo.

Dentro de México, el Estado de Michoacán se ha dado a conocer como uno de los principales destinos turísticos culturales del país gracias a sus recursos naturales, a sus tradiciones y a sus monumentos arquitectónicos, que le han permitido

¹ Ver lista de Patrimonio Mundial en: <http://whc.unesco.org/pg,cpm?cid>

destacarse y competir incluso con destinos de sol y playa, que tradicionalmente son los que acaparan la mayor afluencia turística en México.

En la actualidad se busca posicionar Michoacán como un Estado líder en turismo cultural. La existencia de un amplio patrimonio arquitectónico, histórico y cultural, convierten a Michoacán en un destino atractivo en el ámbito del turismo cultural del país.

El trabajo se organiza de la siguiente forma: después de esta introducción, en el segundo apartado se describen algunos conceptos relacionados con el turismo cultural, y se expone la regionalización del turismo cultural en México en el tercero; en el cuarto apartado se analiza la oferta de turismo cultural en Michoacán, mientras que en el quinto se analizan las características de la demanda turística; por último, en el sexto apartado se expondrán unas breves conclusiones.

2. UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO CULTURAL

El fenómeno del turismo cultural, a pesar de no haber recibido reconocimientos específicos como tal por parte del sector turístico, existe mucho antes de que el turismo se considerase como una actividad importante en el conjunto de la economía. Un relevante número de viajeros que recorrieron hace siglos Italia, Grecia, Egipto o Tierra Santa pueden considerarse los pioneros de lo que hoy se entiende por turismo cultural, ya que estos viajes eran emprendidos por las clases ricas y privilegiadas, siendo la principal motivación la de visitar monumentos y ciudades con una rica herencia cultural, y eran realizados con fines de educación y de enriquecimiento personal.

En la creciente importancia del turismo cultural también ha desempeñado un papel destacado una clase urbana con un elevado nivel educativo y de renta, lo que, unido al interés por experimentar algo diferente de lo obtenido en los destinos turísticos habituales y al deseo de enriquecimiento con nuevos contenidos culturales, simbólicos, espirituales o históricos, llevó a desplazarse por este motivo a un número importante de turistas.

El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto del proceso simbólico que se denomina “cultura”, así como a sus productos. El patrimonio cultural podría definirse como el conjunto de bienes o exponentes naturales producto de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura material, espiritual, científica e histórico-artística de épocas que nos precedieron y que, por su condición representativa del desarrollo de la cultura, todos deberíamos conservar y dar a conocer.

El patrimonio cultural de un país o de una región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones –tangibles o intangibles– producidas por las sociedades como resultado de un proceso histórico donde la reproducción de las ideas y de lo material se constituyen en factores que identifican y diferencian ese país o región (Boullón, 2004).

3. REGIONALIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

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

Existen diversos destinos –o sitios específicos– que tienen una alta importancia turística por el número de visitantes que reciben, por el impacto económico y por la generación de empleos. Entre estos se encuentran las zonas arqueológicas, los museos, los santuarios y las misiones, las ciudades mexicanas patrimonio mundial, las ciudades histórico-culturales, etc.

La distribución de la actividad turística está organizada desde un plano regional respondiendo a factores geográficos y climáticos, al patrimonio asociado y a la capacidad de acceso e interconexión entre sus sitios turísticos. Como puede verse en la tabla 1 y en el mapa 1, en México se definen cuatro regiones que agrupan los Estados con características geográficas, económicas, sociales y turísticas similares, que también tienen elementos comunes que permiten realizar análisis puntuales para diseñar políticas para el desarrollo y para la promoción y comercialización del turismo relacionado con la cultura (Secretaría de Turismo, 2006).

Tabla 1.- Distribución de la actividad turística en México

Región norte	Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas
Región occidental	Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas
Región central	Ciudad de México, Guerrero, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala
Región sur-sureste	Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría de Turismo (SECTUR México).

Mapa 1.- Distribución por regiones de la oferta turística en México



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría de Turismo (SECTUR México).

Dentro de estas regiones, México tiene atractivos que son demandados por las nuevas formas de turismo; en concreto, por aquellas que valoran más el contacto con las culturas locales, con la naturaleza y con las vacaciones de tipo vivencial.

4. OFERTA DE TURISMO CULTURAL EN MICHOACÁN

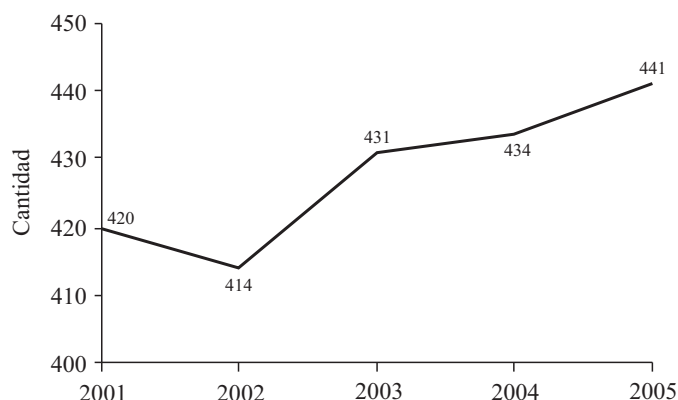
La oferta turística se compone de las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas. Forman parte de ella una amplia variedad de actividades: transporte, alojamiento, restauración, intermediación, servicios de apoyo del sector privado, servicios de apoyo del sector público e intermediarios, entre otras.

En este contexto, el producto turístico se define como aquellos productos ofrecidos al turista por cada una de estas organizaciones. No obstante, ante la dificultad de cuantificar la oferta turística así definida, se suele aproximar a través de la actividad de alojamiento, y así lo entenderemos en este trabajo.

Según los datos de la Secretaría de Turismo del Estado, en el año 2005 Michoacán contaba con 13.720 habitaciones de hospedaje de calidad turística en 441 establecimientos registrados; de ese total, únicamente el 4,5% se ofrecía en establecimientos de cinco estrellas; un 21% se ofertaba en establecimientos de cuatro estrellas, siendo el mayor porcentaje, por lo tanto, el correspondiente a los establecimientos de tres estrellas o de categoría inferior

Como puede verse en el gráfico 1, con excepción del año 2002, la evolución del número de establecimientos ha sido positiva, lo que se tradujo en un incremento medio anual de más del 10% en el número de plazas ofertadas, siendo el año 2003 el de mayor crecimiento.

Gráfico 1.- Evolución de los establecimientos de hospedaje en Michoacán



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Registro de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán.

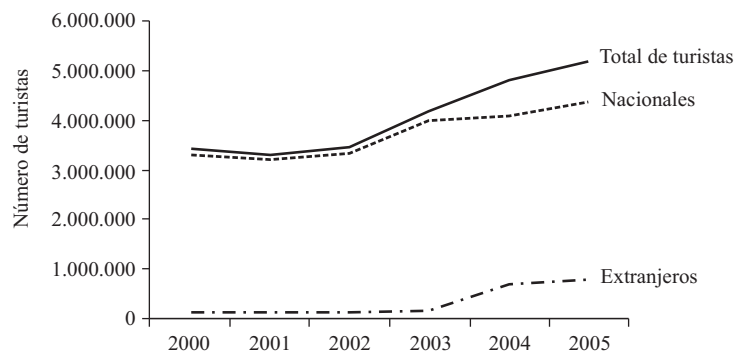
5. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE MICHOACÁN

Los datos de una encuesta realizada en el año 2005 por la Secretaría Estatal de Turismo nos permiten identificar el perfil del turista que visita el Estado de Michoacán. A continuación se resumen los principales rasgos:

- Se trata de turistas jóvenes. El 48% de los visitantes tenían edades comprendidas entre los 25 y los 44 años.
- La mayor parte de la demanda procede del mercado interno. La proporción de turistas mexicanos alcanza el 85% del total.
- De los turistas procedentes del extranjero, un 63% tiene su origen en los Estados Unidos de América.
- La fórmula más utilizada es el viaje en compañía de la pareja (40%).
- Los turistas pernoctaron una media de 4,55 noches en Michoacán. Este es un indicador fundamental para el turismo y en particular para los prestadores de servicios de hospedaje.
- El transporte más utilizado para llegar a Michoacán fue el automóvil privado (77%).
- Dentro de los motivos señalados por los turistas para visitar Michoacán, el motivo “eventos culturales” obtuvo un importante incremento en los últimos años, y representa en la actualidad el 40% del total.

Ahondando un poco más en la demanda turística del Estado, cabe señalar que los habitantes del Distrito Federal, por su proximidad, son los que más frecuentemente visitan Michoacán, superando los 551.600 turistas al año, lo que representa el 17,3%. A continuación se sitúan los procedentes de Jalisco, que representan el 12,7% del total, y los de los Estados de México y Guanajuato, de donde proceden el 8% y el 7,4%, respectivamente.

Gráfico 2.- Evolución del número de turistas en el Estado de Michoacán



FUENTE: Elaboración propia a partir de la Secretaría de Turismo, Secretaría Técnica, Gobierno del Estado de Michoacán.

Los turistas extranjeros provienen principalmente, como ya se ha mencionado, de los Estados Unidos de América (62,6%). De Europa procede el 14,5%, de Centroamérica el 7,6%, de Sudamérica el 8,2% y del resto del mundo el 7,1%. En el gráfico 2 puede verse la positiva evolución registrada en el número de turistas del Estado de Michoacán.

6. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los cambios registrados en el comportamiento de la demanda turística, con la aparición de nuevas motivaciones y de nuevas formas de disfrutar del tiempo libre, el turismo cultural puede convertirse en una herramienta fundamental para el desarrollo económico de importantes zonas geográficas. Esta posibilidad puede ser aprovechada en México, que cuenta con un importante potencial en forma de recursos para captar el interés de estos turistas.

Como ejemplo de lo que acabamos de decir, en el Estado de Michoacán el turismo, se puede convertir en un elemento dinamizador del patrimonio y de las comunidades, generando reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario, a la vez que servirá para recuperar y divulgar el importante patrimonio del que dispone. El aprovechamiento turístico genera recursos para la conservación del patrimonio histórico-artístico, beneficia a las comunidades receptoras, motiva a las comunidades para la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes “patrimonios locales” entre los turistas.

El turismo cultural puede ser una verdadera alternativa para el desarrollo de Michoacán, un instrumento que permita aprovechar racionalmente los recursos culturales buscando un crecimiento sostenible a través de una política que busque combatir la marginación de los pueblos y de las comunidades indígenas del Estado.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, G. (2000): *México. Turismo y cultura*. México D.F.: Diana.
- BOULLON, R. (2004): *Planificación del espacio turístico*. 2ª ed. México: Trillas.
- DOGGET, L. (1993): “Multicultural Tourism Development Offers and New Dimension in Travel”, *Business America*, vol. 114, núm. 18, pp. 8-10.
- MÉXICO. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2005): *XI Censo General de Población y Vivienda, 2005. Estado de Michoacán. Resultados definitivos. Datos por localidad (integración territorial)*. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- MÉXICO. SECTUR (2004): *El turismo en México*. México: SECTUR.
- OMT (2008): *Barómetro OMT del turismo mundial*, vol. 6, núm. 2, (junio). Madrid.
- RICHARDS, G. [ed.] (1996): *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- PERFTUR (2008): *Perfil del turista que visita el Estado de Michoacán*. México: Tecnológico de Monterrey.
- UNESCO (2003a): *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. París: UNESCO.

UNESCO (2003b): “The Indigenous Festivity dedicated to the Dead”, *List of Masterpieces of Oral and Intangible Heritage of Humanity*. UNESCO.

VEGA, F. DE LA (2003): “Patrimonio cultural y turismo”, *Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo, CONACULTA*, cuaderno 6. Morelia.