

## La Mirada Del Turista: Imaginario Y Percepción De Los Turistas Que Visitan La Ciudad De Guanajuato.

Angulo Reales, Sharon Meraly (1), Guerrero Frías, Wendy Paola (2), Ramírez Morales, María José (3), Ospino De La Rosa, Loreidys Eneida (4), Pabuena Domínguez, María José (5).

Universidad de Guanajuato, Corporación Politécnico de la Costa Atlántica.

---

### Resumen

El presente proyecto muestra un estudio referente a la actividad turística en la ciudad de Guanajuato. El objeto de estudio está enfocado al análisis social e imaginario de los turistas hacia la ciudad, su interacción dentro del destino y relación con los residentes; por otro lado, conocer la perspectiva que los ciudadanos guanajuatenses tienen respecto a la actividad turística a través de ciertos instrumentos de investigación del tipo cuantitativo. La información obtenida será útil para la generación de una propuesta de valor referente a una cultura y desarrollo de una práctica turística sustentable.

### Abstract

This project shows a study referring to tourism activity in Guanajuato city. The object of study is focused on the social and imaginary analysis of tourists towards the city, their interaction within the destination and relationship with residents; On the other hand, to know the perspective that Guanajuato citizens have regarding tourism activity through certain quantitative research instruments. The information obtained will be useful for generating a value proposition regarding a culture and development of a

sustainable tourism practice.

### 1.Introducción

La manera en que la humanidad vive y se desarrolla hoy en día, es completamente distinta y mucho más acelerada en comparación a épocas pasadas. A partir del siglo XX surgieron los primeros indicios de una verdadera transformación global, en múltiples aspectos: las guerras, los grandes movimientos culturales y el inicio de la tecnología hicieron que la mentalidad, en general, de aquel entonces percibiera otros intereses y los estilos de vida fueron modificados. Todo esto, trajo como consecuencia cambios drásticos dentro de varias disciplinas, entre ellas el turismo. Fue hasta entonces, cuando la actividad recibe mayor formalidad en cuanto a la oferta de servicios y deja de ser una actividad de exclusividad y lujo; para convertirse en una nueva oportunidad de acceso para el descanso y recreación. La actividad turística es básicamente una relación comunicativa en la que el contacto humano es fundamental y en donde se establecen unas estrechas comunicaciones y conductas psicológicas y sociológicas. Por ello la psicología, la psicología social y la sociología aplicadas entran de lleno en la activi-

dad turística. La psicología aplicada al turismo abarca el estudio de los comportamientos conductuales en relación con los aspectos económicos, sociales, laborales y culturales de la actividad humana(1).El contacto entre comunidades y culturas que proporciona el turismo también da pie a otra definición sociológica del turismo, entendido como el conjunto de relaciones pacíficas y esporádicas que resultan del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los naturales en ese lugar(2).Durante las últimas décadas, el turismo urbano ha experimentado un acelerado crecimiento en la economía mundial. En dicho contexto, la Organización Mundial de Turismo prevé que las llegadas de turistas internacionales incrementarán a 1,8 mil millones durante las dos próximas décadas, lo cual confirma que el turismo internacional seguirá creciendo de manera continua. (3); es por ello que el turismo es considerado un importante factor económico en las diferentes regiones del mundo que ayuda a repuntar la economía y lograr un crecimiento sostenible en las naciones. Para el 2018 según se registraron un total de 1.326 millones de llegadas de turistas internacionales en destinos de todo el mundo, en torno a 86 millones más que en 2016 (4); y es en este punto donde cabe resaltar la importancia del turismo sobre el empleo, medio ambiente, exportación de servicios, desarrollo social y crecimiento económico.

México es uno de los líderes del turismo internacional receptivo, con más de veinte millones de turistas ingresados por año a partir de los inicios del siglo XXI. Esta posición de privilegio se fundamenta en una variada oferta de productos turísticos, desde el clásico turismo de sol y playa en varios centros vacacionales localizados en ambas costas del país, el turismo arqueológico revalorizando el patrimonio que testimonian el devenir de avanzadas civilizaciones precolumbinas (5).

## **2. Metodología**

El presente trabajo se desarrolla bajo la metodología cualitativa empleando herramientas de investigación del tipo cuantitativo. La descripción y análisis histórico de la evolución de Guanajuato como un destino turístico cultural, nos hace tomar como base varios textos referentes a la materia turística dentro del estado. Así podemos conocer, de manera general, el panorama

actual de la actividad turística dentro de la ciudad en comparación con años pasados. Con el objeto de recopilar información sobre la opinión de turistas y residentes, se diseñaron dos modelos de encuestas, dirigidos respectivamente a cada una de las partes. La aplicación de estas se desarrolló cara a cara dentro de la ciudad de Guanajuato, específicamente en los puntos

principalmente atractivos para los turistas y locales comerciales de los residentes, dentro de un lapso de dos semanas aproximadamente.

Posteriormente, para la recolección y concentración de datos se hace uso de programas del tipo estadístico como Google Forms y Excel. De acuerdo a los resultados obtenidos e interpretados se espera la elaboración de un breve manual para los residentes que brinde información oportuna sobre la importancia y beneficios que tiene el turismo para la ciudad. Después de haber seguido este orden metodológico se espera alcanzar el objetivo inicial, generando conciencia tanto en turistas y residentes sobre cómo desarrollar un turismo responsable y benéfico para todos.

## **3. Antecedentes**

Durante la prehistoria el ser humano se destacó por un estilo de vida nómada, que en su momento se debía a la dependencia de su entorno al no poder proveer su propio alimento, sin embargo, desde el principio de la edad antigua los griegos tenían la necesidad de desplazarse a distintos lugares para asistir a los Juegos Olímpicos (6). Posteriormente en la edad media este concepto se ve afectado por la caída del Imperio Romano, ya que, con el feudalismo, la movilidad de la población queda anulada y las opciones para viajar y buscar conocimiento sobre otros desaparecen (7). Sin embargo en la edad moderna en el siglo XVII, surgió un fenómeno denominado Grand Tour, que consistía en un viaje realizado por los hijos de ingleses pertenecientes a una clase económica alta del país, quienes buscaban enriquecer su acervo cultural, visitando distintas ciudades europeas portadoras de atractivos que, permitieran complementar su educación (8); pero fue a partir de la revolución industrial donde nace oficialmente el turismo como una actividad de descanso, recreación, cultura, entre otros.

El turismo no ha sido analizado como fenómeno

no social hasta la aparición del turismo de masas, cuando la mayoría de los trabajadores de los países desarrollados tienen legalmente vacaciones y además pagadas. Los primeros trabajos específicos y científicos sobre la sociología turística datan de 1935 con Robert Glucksmann quien define el turismo no como una corriente de personas, ni como una expedición de viaje, sino como un fenómeno social, ligado a las relaciones interpersonales, a la comunicación humana (9).

Este reconocimiento del fenómeno social del turismo se contempla en la declaración de Manila sobre el turismo mundial, hecha en 1980, en el transcurso de la asamblea general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), reunida en la capital filipina. En dicha declaración se dice: “parece oportuno y necesario analizar el hecho turístico en función fundamentalmente de la amplitud que ha alcanzado al obtener los trabajadores el derecho a las vacaciones pagadas y pasar de un placer elitista al plan general de la vida social y económica de grandes capas de la sociedad” (10).

En el año 1922 se organizó el primer grupo turístico en México, la Asociación de Administradores y Propietarios de hoteles. Con el incremento constante de visitantes, el desarrollo y fomento del turismo se volvió una necesidad, es por ello que a partir de 1960 el Estado se abocó a la planificación del turismo creando centros turísticos integralmente planificados, pues esta actividad aportaba a la economía nacional significativamente, y aun en la actualidad representa gran parte del PIB nacional.

Para el año 1974 se promulgó la Ley Federal de Fomento al Turismo y se crea el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (F.O.N.A.T.U.R.) a través de la fusión de F.O.G.A.T.U.R. e I.N.F.R.A.T.U.R. Se establece un contrato de fideicomiso entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Compañía Nacional Financiera S.A. (11).

La Ley entró en vigor el 13 de febrero de 1974, dio nacimiento al Fondo Nacional de Turismo (Fonatur) y elevó a rango de Secretaría de Turismo (Sectur) al Departamento de Turismo. En 1975 inició sus labores la Secretaría de Turismo: el proceso iniciado con el viaje de propaganda en 1921, ahora se concretaba en una institución federal.

Con la creación de la Sectur se establecieron los

programas sexenales de desarrollo turístico, cuyas características variaron de acuerdo con las tendencias mundiales y las políticas de Estado. En los años setenta se fortaleció la idea del turismo social y se construyeron balnearios y centros recreativos para el turismo nacional, destinados básicamente a trabajadores sindicalizados. En el sexenio de Miguel de la Madrid y tras la crisis de 1982, se buscó con regularidad atraer divisas mediante la inversión, como se hizo en el proceso reconstructivo después de la Revolución.

En 1994, México ocupaba el decimosegundo lugar a nivel mundial en cuanto a recepción de turistas, con ingresos por un total de 6 mil 363 millones de dólares. En la década siguiente creció la demanda de segmentos alternativos atentos al medio ambiente y la cultura. La mercadotecnia utiliza desde entonces la red de internet para inducir a viajar a turistas especializados. (12).

Tras el impacto de la crisis financiera internacional y el brote de influenza H1N1 en 2009, el sector se recuperó y ajustó rápidamente para alcanzar los niveles de crecimiento del PIB anteriores al 2008. Las llegadas de turistas internacionales también han tenido un fuerte desempeño. El sector de viajes y turismo de México se enfrentó a dificultades diversas, incluyendo condiciones económicas en los principales mercados de origen, desastres naturales, entre otros, que afectan la capacidad para desarrollar e implementar políticas de turismo a corto, mediano y largo plazo.

En virtud de su ubicación geográfica, México se beneficia de la proximidad con los Estados Unidos, que es el segundo mercado de salida más grande del mundo y el mercado más importante para México por amplio margen. Las llegadas de otros mercados de origen aumentaron en el mismo período, en particular Colombia, que ha crecido un promedio de 41% cada año desde 2012. Esto apunta a una diversificación del mercado, lo cual produce una menor dependencia del mercado estadounidense.

El turismo aportó directamente el 8.5% del PIB a la economía mexicana en 2014, lo cual representa una de las mayores participaciones del PIB entre 14 15 OCDE Estudios en Turismo Estudio de Política Turística de México los

países de la OCDE y el doble del promedio (4.1%). El impacto del turismo sobre el empleo en aquel entonces es significativo, apoyando directamente 2.3 millones de puestos de trabajo de tiempo completo, equivalente al 5.8% del empleo remunerado, sin contar el empleo informal. La participación del turismo en el comercio de servicios fue también sustancial, ya que los ingresos por viajeros internacionales representaron el 77.2% de las exportaciones de servicios en 2015, muy por encima del promedio de la OCDE (21.3% en 2014); (13).

En la actualidad, los principales destinos turísticos en el mundo son Francia, España, Estados Unidos, China, Italia, México, Reino Unido, Turquía, Alemania y Tailandia (14); de los cuales México, se ha caracterizado mundialmente por su exuberante cultura, historia, arquitectura y su proliferación de paisajes naturales.

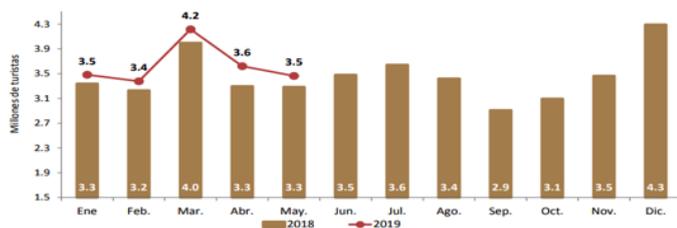
INEGI reportó que la llegada de viajeros internacionales durante el periodo enero-mayo de 2019 fue de 40.5 millones, esto es un millón 760 mil viajeros menos con respecto al mismo periodo de 2018, lo que representó una reducción de (-) 4.2%.



**Imagen 1.** Llegada de viajeros internacionales a México.

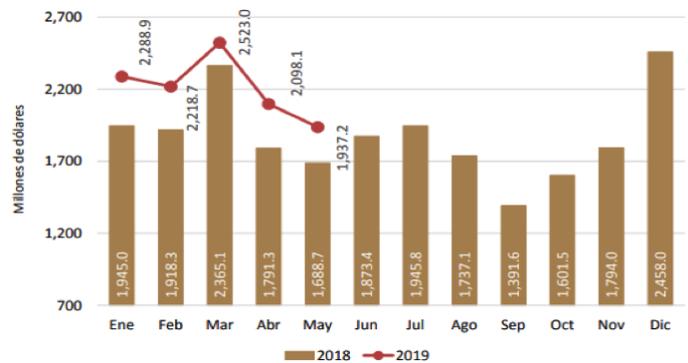
Fuente: INEGI y Banco de México, Cuenta de Viajeros Internacionales.

La llegada de turistas internacionales durante enero-mayo de 2019 fue de 18.2 millones, nivel superior en un millón 16 mil turistas al observado en el mismo periodo de 2018 y equivalente a un incremento de 5.9%.



**Imagen 2.** Llegada de Turistas internacionales a México. Fuente: INEGI y Banco de México, Cuenta de Viajeros Internacionales.

El ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales durante enero-mayo de 2019 fue de 11 mil 66 millones de dólares, lo que representó un incremento de 14% respecto al mismo periodo de 2018.



**Imagen 3.** Ingreso de divisas por viajeros internacionales. Fuente: INEGI y Banco de México, Cuenta de Viajeros Internacionales. (15)

La actividad económica que más contribuye con el PIB Turístico comprende los servicios inmobiliarios y de alquiler; el transporte de pasajeros, los bienes y artesanías, los restaurantes, bares y centros nocturnos, el comercio, el alojamiento, las segundas viviendas, los servicios de esparcimiento; las agencias de viajes y tour operadores, los tiempos compartidos, y otros servicios. En México, el turismo genera alrededor de nueve millones de empleos, 4 millones de empleos directos y alrededor de 5 millones de empleos indirectos. (16)

Una de las principales fuentes de turismo del país es el Estado de Guanajuato que con sus maravillosas ciudades llenas de historia han enamorado a sus visitantes. La ciudad de Guanajuato es un destino turístico reconocido por su atractivo cultural que llama a turistas nacionales de diversas partes del país. (17)

Esta fue fundada en 1570, la cual era reconocida por ser una ciudad minera rica en vetas de oro y plata, además por el descubrimiento y el nacimiento de los minerales en la zona, posteriormente los residentes se empezaron a extender alrededor del río por factores como, el consumo necesario de este recurso para las personas y animales.

En sus principios esta era habitada por tribus nómadas Chichimecas con la llegada de los españoles a América esta región empezó a ser descubierta. En 1741 Guanajuato recibió el título de Ciudad por el Rey Felipe V de España,

y durante el régimen del presidente Benito Juárez fue temporalmente la capital del País. (18)

A Partir del siglo XVIII hubo un incremento notorio en la minería lo que hizo que Guanajuato se convirtiera en un centro de importancia industrial a nivel mundial que trajo como consecuencia la visita de turistas que querían conocer más afondo los procesos mineros y su organización. El capital que esta generaba posibilitó la construcción de monumentos civiles y religiosos, que le dio a la ciudad una mirada atractivo y original no solo por sus monumentos sino también por su relieve accidental, su comunicación a base de calles subterráneas y túneles hacen de la capital del Estado un atractivo único en el mundo. (19)

Guanajuato, como muchas de las ciudades patrimoniales de México, tiene una rica herencia cultural en edificaciones, monumentos y costumbres, y las características del relieve montañoso le dan un paisaje peculiar y único. La actividad minera desarrollada durante varios siglos en el pasado hizo de esta ciudad desde el punto de vista del paisaje cultural y de sus oportunidades para un turismo sostenible, con el fin de aprovechar toda esta riqueza patrimonial se realizan eventos que la han convertido en una ciudad de gran prestigio cultural más allá de las fronteras de México. El turismo, tanto nacional como internacional, ha beneficiado a Guanajuato y, si bien esta actividad genera recursos económicos que favorecen la conservación del patrimonio; por un lado, saben que deja ganancias en la ciudad que, indirectamente, los favorecen. (20)

En los últimos años la industria turística de Guanajuato ha crecido de forma notable, registrando un incremento mayor al 0.05% en el (PIB) del estado (pasó de un 8.7% en el 2012, a 9.4% a finales del 2017). Considerado como el destino turístico colonial más importante de México, Guanajuato es el sexto estado más visitado de México. De acuerdo a Fernando Olivera Rocha, exsecretario de Turismo del estado.

Uno de los aspectos que ha permitido este desarrollo es la diversificación que ha tenido el sector turismo en Guanajuato. Si bien tradicionalmente es considerado el estado de turismo cultural por excelencia, el impulso que el gobierno local le ha dado a otras ramas de esta

industria como el de aventura, ecoturismo o de negocios está rindiendo frutos. (21)

Guanajuato al año recibe cerca de 28 millones de visitantes, que generan alrededor de 90 mil millones de pesos, uno de los aspectos que ha permitido este desarrollo es la diversificación que ha tenido el sector turismo en Guanajuato Capital. Este cuenta con 20 museos y sitios de importante relevancia histórica como la Alhóndiga de Granaditas, donde se libró la primera batalla de la lucha independiente. Otros de sus imperdibles atractivos son la Universidad de Guanajuato, el Teatro Juárez, el Callejón del Beso, el Jardín Unión, el Funicular Panorámico Pípila, y por supuesto, las famosas Momias de Guanajuato, mención aparte merecen la celebración del Festival Internacional

Cervantino (considerado el festival artístico más importante de Latinoamérica), conformado por múltiples eventos culturales que se realizan en diversos puntos del país y que cada año recibe a miles de visitantes. Además, están las tradicionales callejoneadas nocturnas que hacen de cada velada toda una verbena. (22)

#### **4.Resultados**

A través de los métodos y procesos realizados a lo largo de la investigación, logramos obtener resultados lo suficientemente optimistas en contraste a los esperados. Ambas partes, tanto turistas como residentes, están conscientes de la riqueza que posee la ciudad y de la importancia que tiene la actividad turística para la mejora de su economía. Por el lado de la población residente, las personas que tenían una visión negativa de la actividad eran generalmente comerciantes dentro de ciertos establecimientos, quejándose en mayor parte de las malas condiciones de instalación y de las personas dedicadas al ambulante, que de pronto tienen mayor oportunidad de ventas al concentrarse en zonas más cercadas al centro. En contraste a esto, las cifras dieron otros resultados: de las 180 encuestas aplicadas a residentes, 162 tiene un pensamiento positivo hacia el turismo sobre 18 que se en desacuerdo. De las personas entrevistadas, 112 tienen un empleo relacionado directamente al turismo por lo que su economía depende únicamente de la actividad. En cuanto a las medidas que toma el gobierno para desempeñar y controlar la activi-

dad dentro de la ciudad, es aquí el punto donde la mayoría de la población encuestada coincide en que el turismo está mal administrado y no es equitativo. Dentro de las acciones que ellos proponen para mejorar la administración es, primeramente, mayor seguridad y limpieza en todas las zonas y no sólo donde hay concentración de turistas, así como un mayor apoyo al emprendimiento de los residentes. Cabe señalar que, en relación con este cuestionamiento en específico, la mayoría de los entrevistados se mostró indiferente, por lo que no hubo respuesta por parte de 59 personas. Lo que corresponde al tema de la imagen que proyecta a la ciudad, los guanajuatenses consideran que el mayor problema para el destino es la contaminación auditiva y dentro de las recomendaciones que ofrecen para mejorar la representación de la ciudad es reforzar la seguridad y mayor limpieza en las vías públicas.

En cuanto a la parte de los visitantes nacionales y extranjeros los resultados indican que la mayoría de los turistas encuestados (130) son de procedencia nacional y que el resto (89) son de procedencia internacional, sobre una base de encuestas de 219 personas, lo cual confirma que el turismo en la ciudad de Gto se da en gran medida gracias a la visita personas originarias de otros estados de México. En cuanto al lugar de origen observamos que la mayoría de las personas de procedencia internacional son estadounidenses. De la procedencia nacional, los datos arrojan que Querétaro fue la principal población visitante.

En la pregunta relacionada con el motivo por el cual los turistas visitan la Ciudad, encontramos que en su mayoría la razón es por ocio, seguida de los estudios. En consecuencia, es muy notorio que 131 personas pensaban que el concepto de la ciudad era colonial/ histórica y otras 68 turística, lo cual, demuestra la relación entre la cantidad de turistas que visitan la capital por ocio y el concepto que tenían de la misma. Así mismo, observamos que el atractivo que más captó la atención en su mayoría fue la arquitectura, consecutivo de la historia que fue el segundo atractivo mencionado por los encuestados.

En cuanto al trato brindado por los residentes se obtuvo que hay una buena respuesta de los mismos hacia los visitantes: 73 respondieron muy buena, 72 excelente y 66 buena, de esto

podemos asumir que más de la mitad de los encuestados se sienten a gusto con el trato brindado durante su estancia en la ciudad.

En la pregunta que habla acerca de las dificultades que han experimentado los turistas, se obtuvo una gran variedad de respuestas de las cuales tomamos las tres con mayor frecuencia, de ellas se resaltan dificultad en el transporte público y tránsito de vehículos privados, inseguridad y encontrar hospedaje. Según la interrogante ¿recomendaría usted visitar la Ciudad de Guanajuato? Encontramos que en la mayoría indicaron que sí y una pequeña minoría considera que no; lo anterior mencionado se relaciona con la última pregunta realizada, que corresponde a su retorno a la ciudad.

A partir de los resultados de los datos estadísticos, se generó un manual para residentes que tiene como propósito principal de informar a estos sobre la importancia que tienen el turismo para la economía guanajuatense y cómo poder contribuir a la mejora del desarrollo e interacción con los turistas, creando así una cultura turística sustentable.

## **5. Conclusiones**

A través del proyecto La mirada del turista: imaginario y percepción de los turistas que visitan la ciudad, logramos captar amplia información acerca de la sociedad y la economía de la capital; la manera en cómo un destino turístico se adapta y evoluciona con el paso de los años, abriendo nuevos panoramas de atracción para los visitantes. Guanajuato es una ciudad peculiar en México que ha logrado captar la mirada de millones de personas desde épocas tempranas, transformándose, de una de las principales potencias mineras a un gran destino turístico para el país y el mundo.

La elaboración del proyecto y el contacto que logramos mantener con turistas y ciudadanos fue algo que nos permitió conocer nuevas perspectivas y opiniones. Percatarnos de las inquietudes que tienen los residentes respecto a su relación con la actividad y las observaciones, por parte de los turistas, a muchos detalles de la ciudad que la mayoría de las veces se dejan pasar por alto.

El turismo es un tema optimista y benefactor para la ciudad. Los ciudadanos están conscientes de ello; les otorga oportunidad de empleo o emprendimiento en actividades que han perdurado a través de varias generaciones, creando

gran tradición dentro de estas familias. A su vez, el retorno de turistas a un lugar nos demuestra que este dejó un impacto importante en ellos. La mayoría de los visitantes con los que tuvimos oportunidad de dialogar, se mostraron accesibles y positivos respecto al tema, a pesar de las dificultades que se les pudieran presentar durante su estancia.

Dentro del panorama general que se aborda sobre la gestión pública de la actividad turística en la ciudad, se detectó, a través de la opinión de los encuestados, que hay un desempeño deficiente y que persiste la ausencia de planificación en cuanto al tema. Existe una gran variación de opinión respecto a los beneficios que traen las acciones del gobierno, optando por la opción de que los turistas son quien más beneficio reciben de ellos. Sin embargo, esto no es un tema que deje ver indicios de turismofobia o algo parecido.

Como último punto, se considera importante destacar que; para que Guanajuato tenga un desarrollo y beneficio óptimo, es necesario crear un sentido de pertenencia en los residentes, generar conciencia en ellos para que respeten su propia ciudad y así puedan dar el ejemplo a los externos para convivir y conocer su territorio. De esta manera, tanto turistas como residentes podrán congeniar para lograr un mismo objetivo: disfrutar de la ciudad en todos los sentidos sin dejar de lado el respeto que merece cualquier persona o lugar a donde se vaya.

## Referencias

1.Montaner Jordi, “Psicosociología del turismo” Primera reimpresión 2002; Editorial Síntesis; Pág.19.  
2.Montaner Jordi, “Psicosociología del turismo” Primera reimpresión 2002; Editorial Síntesis; Pág.20.  
3.Cabrera Pérez Stefany Liceth; “Análisis del Turismo Urbano Como Sistema Funcional. Caso de Estudio: Turismo Urbano en Quito, Ecuador” 24.07.2017; pág. 117.  
4.UNWTO World Tourism Organization; “Panorama OMT del Turismo Internacional” Edición 2018; pág. 4.  
5.Benseny Graciela; “El Turismo en México. Apreciaciones Sobre el Turismo en Espacio Litoral” Vol. 2 Núm. 11- 2007; Redalyc; pág. 13.  
6.Guerrero González Elizabeth; Ramos Mendoza José Roberto; “Introducción al Turismo” Primera edición 2014; Grupo Editorial Patria;

pág. 8.

7.Korstanje Maximiliano; “Problemas de Campo en los Estudios Turísticos” Universidad de Palermo Argentina 2015; pág. 28.

8.Cabrera Pérez Stefany Liceth; “Análisis del Turismo Urbano Como Sistema Funcional. Caso de Estudio: Turismo Urbano en Quito, Ecuador” 24.07.2017; pág. 119.

9.Montaner Jordi, “Psicosociología del turismo” Primera reimpresión 2002; Editorial Síntesis; Págs.19-20.

10.Montaner Jordi, “Psicosociología del turismo” Primera reimpresión 2002; Editorial Síntesis; Pág. 20.

11.Benseny Graciela; “El Turismo en México. Apreciaciones Sobre el Turismo en Espacio Litoral” Vol. 2 Núm. 11- 2007; Redalyc; pág. 17.

12.Mateos Jimena, “El turismo en México: La ruta institucional (1921-2006)”;

Secretaría de Cultura; Págs. 40-41.  
13.OCDE Estudios en turismo; Estudio de Política Turística de México: Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones. 2017.Secretaría de Turismo. Págs. 13-15.

14.UNWTO World Tourism Organization; “Panorama OMT del Turismo Internacional” Edición 2018; pág. 8.

15.Torruco Marqués, Miguel (Secretario de Turismo); Aguilera Gómez, Alejandro (Subsecretario de Planeación y Política Turística); “Resultados de la actividad turística Mayo 2019”;

2019; Datatur; pág. 6; pág. 7.  
16.5TO INFORME DE LABORES 2016 - 2017; II CAPÍTULO: MÉXICO PRÓSPERO; Pág. 20.

17.Estudios y Perspectivas en Turismo; Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina; “EVENTOS CULTURALES Y ALOJAMIENTO DE LUJO: El caso de la ciudad de Guanajuato, México” Universidad Autónoma de Querétaro, México; 2017; Pág. 43

18.Vidaurri Aréchiga José Eduardo; Reseña Colmena Universitaria N.º. 94.”; 2014; publicado 2014; Pág. 70.

19.Vidaurri Aréchiga José Eduardo; Reseña Colmena Universitaria N.º. 94.”; 2014; publicado 2014; Pág. 74.

20.Ortiz Álvarez; “EL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO”; Vol. 193, N.º 785; 2017; Pág.2.

21.Revelo Gabriel; “Guanajuato y su contribu-

ción al turismo”; Guanajuato, México; junio 25 2018. Pág. 3.

22.Revelo Gabriel; “Guanajuato y su contribución al turismo”; Guanajuato, México; junio 25 2018. Pág. 6.