



Universidad Autónoma de Querétaro  
 Facultad de Ingeniería  
 Maestría en Ciencias de la Valuación

**LA RECUPERACIÓN DE SITIOS DESPOBLADOS COMO OPCIÓN PARA EL  
 ARRAIGO Y DENSIFICACIÓN POBLACIONAL, CASO PRÁCTICO MINERAL  
 DE POZOS, GTO.**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de  
 Maestra en Ciencias de la Valuación

**Presenta:**

Ing. Ma. Rocío Ponce Vázquez

**Dirigido por:**

M. en C. Emilio Vasconcelos Dueñas

**SINODALES**

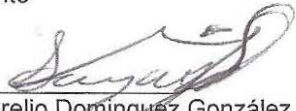
MC Emilio Vasconcelos Dueñas  
 Presidente

MGPA José Luis Alcántara Obregón  
 Secretario

MC Miguel Prado Armenta  
 Vocal

MC Estefanía de la Luz Flores Benítez  
 Suplente


MC Ruy Madero García  
 Suplente

  
 Dr. Aurelio Domínguez González  
 Director de la Facultad

  
 Firma

  
 Firma

  
 Firma

  
 Dr. Irineo Torres Pacheco  
 Director de Investigación y  
 Posgrado

Centro Universitario  
 Querétaro, Qro.  
 24 de octubre de 2012  
 México

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es determinar si un lugar con la riqueza arquitectónica de Mineral de Pozos, Gto., que es candidato a la denominación "Pueblo Mágico", que forma parte del Camino Real de Tierra Dentro, con una vocación natural turística y un dinámico mercado de bienes raíces, puede convertirse en una opción de arraigo y densificación poblacional. Se utilizó la herramienta del análisis Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas, por sus siglas FODA, para la creación de estrategias que impulsen la inversión en desarrollos turísticos y habitacionales que generen fuentes de empleo para promover el arraigo y atracción de la población en Mineral de Pozos, Gto., de tal manera que aproveche todo su potencial para desarrollar su propia sustentabilidad basada en la actividad turística. Se concluye que Mineral de Pozos tiene todo para apostarle al turismo cultural y de aventura, para ser promovido como un lugar que ofrece una rica herencia minera con historia y arquitectura únicas, enfatizando sus cualidades de Pueblo Mágico y su lugar en el Camino de la Plata, lo cual provocará un dinámico mercado de bienes raíces, que a su vez se convertirá en una gran oportunidad para el trabajo valuatorio, como apoyo para regularizar la seguridad jurídica de la tenencia de la tierra y en la adquisición de bienes en general.

**(Palabras clave:** turismo, arraigo, densificación poblacional, trabajo valuatorio)



## SUMMARY

The objective of this work is to determine if a place with the architectural wealth of Mineral de Pozos, Guanajuato, a candidate for the “Pueblo Mágico” (“Magical Town”) denomination, forming part of the Camino Real de Tierra Dentro (Royal Inland Road), with a natural vocation for tourism and a dynamic real estate market, can become an option for settlement and population density. The Strengths-Opportunities-Weaknesses-Threats, initials SOWT, analysis tool was used to create strategies that encourage investment in tourist and housing development which create sources of employment in order to promote settlement and population attraction in Mineral de Pozos, Guanajuato, in such a way as to take full advantage of its potential for developing its own sustainability based on tourism. The conclusion is that Mineral de Pozos has everything necessary to concentrate on cultural and adventure tourism and to be promoted as a place that offers a rich mining heritage with a unique history and architecture, emphasizing its qualities as a “Pueblo Mágico” and its location on the Camino de la Plata (Silver Route). This will create a dynamic real estate market which, in turn, will come to mean a great opportunity for appraisal work to aid in regularizing the legal security of land holding and the acquisition of properties in general.

**(Key words:** Tourism, settlement, population density, appraisal work)



**A mi querida familia: mamá, hermanas, hermanos y sobrinos.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco especialmente el apoyo que me brindaron mis hermanas y hermanos durante el tiempo dedicado a la realización de este hermoso proyecto que tanto enriqueció mi vida.

Mi agradecimiento especial al MC Emilio Vasconcelos Dueñas, mi Director de Tesis, por su valiosa atención, generosidad, tiempo y aportaciones.

Agradezco también a mis sinodales por sus consejos, así como su generoso y desinteresado tiempo brindado cada vez que acudí a ellos.

Un agradecimiento muy especial al Dr. Gilberto Herrera Ruiz, Rector de la UAQ y al Lic. Miguel Angel Pérez Aguirre, Coordinador de Gestión y Desarrollo de Empresas Sociales por su invaluable apoyo.

# INDICE

	<b>Página</b>
Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Indice	v
Indice de cuadros	vii
Indice de figuras	viii
I. INTRODUCCION	1
II. REVISION DE LITERATURA	5
II:1 Terminología	5
II:2 Turismo	7
II:3 El turismo en el estado de Guanajuato	12
II:4 Historia de Mineral de Pozos, Gto.	14
II.5 Camino Real de la Plata	20
II.6 Nominación "Pueblo Mágico"	32
II.7 Proyectos detonadores del turismo	36
II.8 Nuevo auge minero	40
II.9 Ejemplo de un modelo turístico exitoso	41
II.10 Descripción de la metodología	42
II.10.1 Análisis FODA	42
II.10.2 Estudio de mercado	47
III. HIPOTESIS Y OBJETIVOS	48
III.1 Hipótesis	48
III.2 Objetivo	48
IV. METODOLOGIA	49
IV.1 Descripción de Mineral de Pozos, Gto.	49
IV.2 Análisis FODA de Mineral de Pozos, Gto.	52
IV.3 Mercado de bienes raíces de Pozos, Gto.	57
IV.4 Caso Práctico	58

V.	RESULTADOS Y DISCUSION	66
	V.1 Matrices de Confrontación	67
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
	LITERATURA CITADA	78
	APENDICE	82

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>		<b>Página</b>
2.1	Minerales extraídos en Mineral de Pozos, Gto.	16
2.2	Componentes del Análisis FODA	42
2.3	Esquema de trabajo para la aplicación del análisis FODA	44
2.4	Matriz de confrontación	46
2.5	Matriz de estrategias	47
4.1	Esquema FODA (DAFO) para Mineral de Pozos, Gto.	53
4.2	Debilidades	55
4.3	Amenazas	55
4.4	Fortalezas	56
4.5	Oportunidades	56
4.6	Mercado de bienes raíces en Mineral de Pozos, Gto	57
4.7	Precios de mercado	62
4.8	Distribución del terreno	63
4.9	Información requerida para el cálculo del valor del terreno	64
4.10	Plan de ventas a un año	64
4.11	Proyección financiera	65
5.1	Estrategias de supervivencia	67
5.2	Estrategias defensivas	68
5.3	Estrategias de reorientación	69
5.4	Estrategias ofensivas	70
5.5	Comportamiento del turismo en México	71



## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Página</b>
2.1 Hornos Jesuitas	15
2.2 Entrada al tiro de la mina La Trinidad	17
2.3 Ruta de la Plata	21
2.4 Camino Real de Tierra Dentro	26
2.5 El Gran Chichimeca del Siglo XVI	28
2.6 Hacienda de Santa Brígida	37
2.7 Mina Cinco Señores	38
4.1 Mapa del Estado de Guanajuato	49
4.2 Vías de acceso a Mineral de Pozos, Gto.	50
4.3 Área decretada como zona de monumentos históricos	59
4.4 Localización del terreno	61
6.1 Nombramiento "Pueblo Mágico" a Pozos, Gto.	73

# **LA RECUPERACIÓN DE SITIOS DESPOBLADOS COMO OPCIÓN PARA EL ARRAIGO Y DENSIFICACIÓN POBLACIONAL, CASO PRÁCTICO MINERAL DE POZOS, GTO.**

## **I. Introducción**

Mineral de Pozos, municipio de San Luis de la Paz, Gto., es un pueblo que se localiza al noreste del Estado de Guanajuato, a 8 kilómetros de la cabecera municipal y a 45 minutos de las ciudades de Santiago de Querétaro y San Miguel de Allende. Es un lugar donde el tiempo no existe, pues la explotación de la minería le dio un toque arquitectónico que corresponde a diferentes etapas históricas, desde su fundación en 1576, hasta nuestros días.

Mineral de Pozos, Gto., forma parte del Camino de la Plata. El Camino Real de Tierra Dentro o Camino Real de la Plata, es el más antiguo y extenso del continente americano, inicialmente utilizado por los nativos de la zona y posteriormente trazado por los conquistadores españoles para desarrollar el comercio, facilitar las campañas militares, apoyar la colonización y evangelización en los vastos terrenos situados al Norte de la capital en el virreinato de la Nueva España. Con una extensión cercana a los 2,900 kilómetros el Camino Real de Tierra Dentro se inicia en Ciudad de México y termina en Santa Fe, Nuevo México, EUA (CONACULTA-INAH, 2011). El 1 de agosto de 2010, el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), en el marco de su reunión número 34, que se llevó a cabo en Brasil, votó a favor de la inclusión del Camino Real de Tierra Dentro en la lista de Patrimonio Cultural de la Humanidad (UNESCO, 2010).

De acuerdo al Programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo, un Pueblo Mágico (SECTUR 1, 2011), es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Así mismo, la

localidad deberá ubicarse en una distancia no superior a los 200 kilómetros o el equivalente a dos horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado. Actualmente, Mineral de Pozos es candidato a la denominación "Pueblo Mágico", ya que posee uno de los requisitos más importantes para obtenerla, como lo es el Decreto de Zona de Monumentos Históricos de la Nación, emitido por el presidente José López Portillo, el 27 de julio de 1982 en el Diario Oficial de la Federación (DOF, 1982).

En 1576 se construyó la primera fundación en la zona Noreste del Estado, realizada por los misioneros de la Compañía de Jesús, también conocidos como jesuitas (De la Tejera, 1984); así nació Palmar de Vega, que luego se llamó Ciudad Porfirio Díaz y que después se llamaría Mineral de Pozos, su nombre oficial en la actualidad. En el siglo XVII al nombre de Palmar de Vega se le agrega San Pedro, por el Santo Patrono que les fue impuesto a los distintos grupos étnicos que fueron traídos para los trabajos de minería (Mpio. S L de la Paz, 2010).

Cuando se descubrieron yacimientos de diversos minerales, empezaron los asentamientos humanos cerca de pequeños manantiales en una hondonada, lo que posteriormente se convertiría en el pueblo actual e iniciando así el desarrollo minero de esta zona. Las minas de Pozos tenían plata, mercurio, cobre, bronce, plomo, hierro y galena, entre otros.

Mineral de Pozos alcanzó su máximo esplendor durante el gobierno de Porfirio Díaz, periodo en el cual llegó a contar con casi 80,000 habitantes. A la caída de don Porfirio inició su segundo período de decadencia, del cual ya no se recuperó. La inseguridad que vivía el país, originada por la Revolución y el Movimiento Cristero, provocó la disminución de la inversión en la planta productiva. Hubo grandes fugas de capital, así como graves problemas técnicos, lo cual ocasionó que bajara considerablemente la producción. Además, la Gran Depresión de 1929 originó que cayeran los precios de los metales, lo que trajo como consecuencia el retiro de los últimos grandes capitales.

La falta de dinero e innumerables problemas técnicos provocaron el éxodo masivo de inversionistas y mano de obra a otros centros de trabajo. Se desmanteló y se vendió toda la infraestructura, ocasionando que el pueblo quedara en un completo abandono. Se calcula que en los años 50 vivían en el lugar menos de 200 personas, por lo cual se convirtió en un pueblo fantasma cuya belleza y misterio motivaron que se eligiera como locación de numerosas filmaciones nacionales e internacionales y ha sido inspiración de fotógrafos, escultores y pintores de talla internacional. En la década de los 70's se dio un resurgimiento del lugar, ya que el gobernador del Estado de Guanajuato en ese tiempo lo promovió, construyendo incluso, una casa para su familia y ofreciendo facilidades a quienes quisieran habitarlo. Esto originó que mucha gente que se estableció en el pueblo se adueñó de terrenos y casas que estaban abandonados, pero sin tener los documentos que acreditaran la propiedad de los predios, por lo que se debe ser muy cuidadoso si se desea adquirir algún inmueble en el lugar.

A partir de los 90's Mineral de Pozos ha sido descubierto por turistas, artistas y por quienes buscan un ambiente tranquilo y paisajes únicos. Desde entonces se han asentado en el lugar varios extranjeros que lo han preferido sobre San Miguel Allende, trayendo como consecuencia que en los últimos veinte años se haya desarrollado un dinámico mercado de bienes raíces, los cuales se cotizan en dólares americanos (Pozos-Realty, 2011).

Según el Censo de INEGI 2010, Mineral de Pozos cuenta con una población de 2,629 habitantes: 1,255 masculinos y 1,374 femeninos. Hoy en día, es un centro turístico con minas como San Rafael, Sta, Brígida y Cinco Señores de las que se puede conocer parte de su interior, así como vestigios de impresionantes construcciones que datan del porfiriato. El turismo en Pozos es hoy la alternativa laboral más viable para la gente del pueblo, pues para buscar empleo hay que trasladarse a las ciudades más cercanas, entre ellas San José Iturbide, Gto., y Querétaro, Qro.

Guanajuato es una de las treinta y dos entidades federativas de la república mexicana. Para promover la inversión en la zona, el Gobierno del Estado de Guanajuato la ha incluido con la región del Bajío, con una población total de la zona de 5'486,372 habitantes, con una industria manufacturera de 155,000 trabajadores en las ramas: productos de cuero, textiles, alimentos y bebidas, petroquímica, maquinaria y equipo, agro-industrias, industrias de aseo personal y artesanías; con exportaciones de 996 millones de dólares anuales del sector agroalimentario y calzado; así como con la edificación de 2,047 casas al año (SECTUR 2, 2011).

Desde la fiebre del oro y la plata a finales del Siglo XIX, Mineral de Pozos, llamado también San Pedro de los Pozos, y generalmente conocido simplemente como Pozos, nunca volvió a ser la misma ciudad industriosa y bulliciosa. La cualidad de formar parte del Camino Real de Tierra Dentro por su prolífica industria minera, poseer los vestigios de las 306 minas (De la Tejera, 1984), que alguna vez le dieron un gran esplendor y que haya sido declarado Monumento Histórico (Arroyo, 2011), le confieren una vocación turística natural, lo cual ha traído como consecuencia que este pueblo fantasma que está empezando a despertar, tenga la perspectiva de obtener la denominación "Pueblo Mágico" .

Ante todo este panorama nos proponemos demostrar que es posible la recuperación de sitios despoblados como opción para el arraigo y densificación poblacional, como sería el caso de Mineral de Pozos, Gto., lugar que posee un patrimonio histórico, arquitectónico y cultural muy vasto, con lo cual puede generar su propia economía local auto sustentable basada en el turismo.

## II. REVISION DE LITERATURA

### II.1 Terminología

Dada la importancia de algunos términos para una mejor comprensión en el desarrollo del tema, a continuación se describen los que más se utilizarán:

**Turismo.** Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes (REA, 2001).

**Empresa sustentable.** Aquella que toma en cuenta múltiples aspectos que van desde la satisfacción y bienestar de sus empleados, la calidad de sus productos, el origen de sus insumos, hasta el impacto ambiental de sus actividades, sin dejar de lado el efecto que causan sus productos y desechos, es decir, el impacto social, político y económico que produce su actividad y su compromiso con el desarrollo social y económico de un país (Jiménez I. , 2008).

**Turismo sustentable.** En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado "Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects", definió el concepto de Turismo Sustentable:

“El Turismo Sustentable atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

En la mayoría de las definiciones de este concepto se habla de:

a. **Sustentabilidad ecológica.** Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos.

b. **Sustentabilidad social.** Refiriéndose a la capacidad de una comunidad para absorber el turismo.

c. **Sustentabilidad cultural.** Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista.

d. **Sustentabilidad económica.** Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

**Competitividad.** Es la capacidad de generar sistemáticamente mayores beneficios a la sociedad y rentabilidad a los empresarios de manera permanente, respecto a la actividad de referencia en que se compita (Colorado, 2011).

**Itinerario cultural.** En el marco conceptual establecido por el Comité Internacional de Itinerarios Culturales, éstos contribuyen a ilustrar la concepción social contemporánea de los valores del patrimonio cultural como recursos para un desarrollo social y económico sostenible. Según este Comité, los itinerarios culturales y los paisajes culturales son conceptos científicos diferentes. Los primeros se caracterizan por su movilidad y entrañan una dinámica espacial e intangible de ida y vuelta que no posee el paisaje cultural, el cual obedece a un criterio más estático y restringido, aunque también posea caracteres evolutivos. El itinerario cultural normalmente abarca numerosos paisajes culturales diversos entre sí, además de un contexto geográfico muy vasto y puede haber generado y seguir generando paisajes culturales (SECTUR 3, 2011).

**Bienes Vacantes.** Los que no tienen dueño conocido (REA, 2001).

## II.2. Turismo

Durante la segunda mitad del siglo pasado y hasta la fecha, el turismo ha tenido un comportamiento de crecimiento sostenido y una profunda diversificación, lo cual lo ha llevado a convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, de tal manera que el turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y es un sector tan dinámico que cada día se incorporan un número cada vez mayor de nuevos destinos. Este comportamiento ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. En la actualidad, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos y de generación de empleos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental. La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos (OMT1, 2012).

En su Cumbre del Milenio en el año 2000, Naciones Unidas identificó la pobreza como uno de los mayores desafíos mundiales y fijó, como uno de sus Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) la erradicación de la pobreza extrema antes del año 2015. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha respondido a este reto con oportunidad lanzando la **Iniciativa ST-EP** (del inglés Sustainable Tourism – Eliminating Poverty), que se anunció en la Cumbre Mundial



sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo en 2002. A pesar de la posición especial para la reducción de la pobreza, es habitual que los segmentos pobres de la población de países en desarrollo y países menos avanzados (PMA) no se beneficien del impacto económico del turismo. La Iniciativa ST-EP de la OMT de **turismo sostenible a favor de la reducción de la pobreza** promueve el alivio de la pobreza a través del apoyo de proyectos de desarrollo sostenible, desde el punto de vista social, económico y medioambiental- con actividades que contribuyen específicamente a atenuar la pobreza, promueven el desarrollo y crean empleos para las personas que viven con menos de un dólar al día (OMT2, 2012).

En muchos países, el turismo actúa como un motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto. El turismo aporta el 5% del PIB mundial y el 7% de todos los puestos de trabajo. Representa además el 6% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones mundiales de servicios.

Entre 1950 y 2010, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y se pasó así de 25 millones a 940 millones. Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron a un ritmo aún más rápido llegando a situarse alrededor de los 919,000 millones de dólares (€ 693,000 millones) en 2010.

Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales, en 1970 la proporción fue del 75% y el 55% en 2010, como reflejo de la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en los países en desarrollo.

Puesto que el crecimiento ha sido especialmente rápido en las regiones emergentes, el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo ha aumentado continuamente, del 32% en 1990 al 47% en 2010, lo cual nos lleva a una cifra de 443 millones.

El turismo en los últimos años se ha caracterizado por dos tendencias principales: en primer lugar, la consolidación de destinos turísticos tradicionales como los de Europa Occidental y América del Norte; y en segundo, una pronunciada expansión geográfica.

Desde el punto de vista de atenuación de la pobreza, el turismo ofrece las siguientes:

### Ventajas

- El turismo es un sector que emplea bastante mano de obra y se compone tradicionalmente de empresas pequeñas y microempresas.
- el gasto de los turistas puede beneficiar a un amplio abanico de sectores, como la agricultura, la artesanía, el transporte y otros servicios.
- El turismo otorga un gran valor a algunos rasgos comunes de los países en desarrollo, como un clima cálido, un rico patrimonio cultural, unos paisajes inspiradores y una abundante biodiversidad.
- Conecta a los consumidores con los productores.
- Estimula el interés de la comunidad por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico.

### Desventajas

- El turismo es muy sensible a episodios económicos, ambientales y socioculturales que afectan al deseo de viajar de los turistas.
- La estacionalidad de la demanda, que puede concentrarse en temporadas.
- El impacto en los recursos que sustentan la vida, entre ellos el agua, la tierra, los alimentos, las fuentes de energía y la biodiversidad. Su disponibilidad para las personas desfavorecidas

puede verse amenazada por la competencia y la sobreexplotación del turismo

- La naturaleza de la inversión turística puede hacer que una gran parte del gasto turístico se vaya fuera de los destinos pobres.

Dada la importancia del turismo en favor de los pobres, la OMT definió **Diez Principios para lograr la atenuación de la pobreza a través del turismo:**

1. Todos los aspectos y todos los tipos de turismo pueden y deben preocuparse por la atenuación de la pobreza.
2. Todos los Gobiernos deben incluir la atenuación de la pobreza como objetivo clave del desarrollo turístico y considerar el turismo como una posible herramienta para reducir la pobreza.
3. La competitividad y el éxito económico de las empresas y los destinos turísticos son vitales para la atenuación de la pobreza: sin ellos no hay beneficios para los desfavorecidos.
4. Todas las empresas turísticas deberían preocuparse por el impacto de sus actividades en las comunidades locales y buscar la forma de que sus actuaciones beneficien a los desfavorecidos.
5. Los destinos turísticos deben gestionarse teniendo la atenuación de la pobreza como objetivo central, imbricando a la vez en las estrategias y los planes de acción.
6. Es preciso entender a fondo cómo funciona el turismo en los destinos y saber, por ejemplo, cómo se distribuyen los ingresos turísticos y a quién benefician.
7. La planeación y el desarrollo del turismo en los destinos deben tener en cuenta una amplia gama de intereses, entre ellos la participación y representación de las comunidades desfavorecidas.
8. Deben considerarse todos los posibles impactos del turismo en los medios de vida de las comunidades locales, entre ellos los

impactos actuales y futuros, de alcance local y mundial, en los recursos naturales y culturales.

9. Debe prestarse atención a la viabilidad de todos los proyectos que afectan a las personas desfavorecidas, garantizando el acceso a los mercados y maximizando las oportunidades de crear nexos beneficiosos con empresas establecidas.
10. El impacto del turismo en la atenuación de la pobreza debe supervisarse de manera efectiva (OMT3, 2012).

Vale la pena mencionar que en la actualidad es tan importante el impacto que el turismo tiene en la economía mundial, que el 24 de abril de 2012 se llevó a cabo en Cancún, el VII Congreso Mundial de Pastoral del Turismo organizado por la Iglesia Católica. En el discurso inaugural, el presidente del Consejo Pontificio para la Pastoral de los Emigrantes e Itinerantes, cardenal Antonio Maria Vegliò, menciona que el turismo es un fenómeno característico de nuestra época, tanto por las significativas dimensiones que ha alcanzado como por las perspectivas de crecimiento que se prevén. El turismo es ciertamente deudor de la Declaración Universal de Derechos Humanos, aprobada el 10 de diciembre de 1948, que en su artículo 24 reconoce el derecho de toda persona “al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”. Este es un momento histórico en el que una parte importante de la población goza cada vez más de tiempo libre y tiene la posibilidad de disfrutar del turismo (Zenit, 2012). La Declaración de La Haya sobre turismo, aprobada en 1989, afirma precisamente en su Principio I que éste “se ha convertido en un fenómeno cotidiano para cientos de millones de individuos”, al tiempo que reconoce que “constituye una actividad esencial en la vida de los hombres y de las sociedades modernas al convertirse en una forma importante de emplear el tiempo libre y también en el principal vehículo de las relaciones humanas y de los contactos políticos, económicos y culturales exigidos por la internacionalización de todos los sectores de la vida de las naciones” (OMT4, 1989).

### **II.3. El turismo en el estado de Guanajuato**

El Estado de Guanajuato limita al norte con Zacatecas y San Luis Potosí, al este con Querétaro, al Sur con Michoacán y al oeste con Jalisco. Guanajuato es la séptima economía del país, la sexta entidad en número de empresas, capacidad laboral y empleo (SEDETUR1, 2011) y genera el 3.8% del PIB nacional. (INEGI1, 2011).

El estado de Guanajuato posee una gran disponibilidad de recursos naturales, culturales y arquitectónicos que lo han convertido en un destino turístico por excelencia. En el sector turismo Guanajuato se posiciona actualmente bajo el slogan “Estado de Guanajuato, lo que vives hace historia”; en el año 2007 representó el 8.3 % del PIB estatal, generando 25,000 empleos directos y 59,000 indirectos, se registraron 15,500 establecimientos hoteleros y afluencia de 2.7 millones de turistas hospedados, en su mayoría de origen nacional (95%), totalizando una derrama turística de 3,300 millones de pesos. En el estado de Guanajuato se identifican los siguientes segmentos de mercado: Turismo religioso-histórico (Guanajuato, San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo); Turismo social (balnearios); Turismo cultural (actividades artísticas permanentes y festivales internacionales); Turismo académico; Turismo oficial–gubernamental (fundamentalmente en la capital del estado); Turismo ecológico (se incrementa cada año en rutas de aventura); Turismo deportivo y Turismo de negocios. El tipo de turistas que llegan actualmente al estado de Guanajuato pertenecen al nivel socioeconómico medio y medio bajo, pues aunque existen algunos destinos que atraen segmentos altos, éstos no representan la mayoría.

Los planes y programas que forman el marco de planeación sectorial en apoyo para el Programa Sectorial de Turismo visión 2012 son, en el ámbito estatal, Plan Estatal de Desarrollo 2030, Plan de Gobierno 2006-2012, Programa Sectorial de Desarrollo Económico 2012 y Programa de Competitividad para el Desarrollo Turístico 1999.

En el ámbito federal el Programa Visión 2030, el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012. En el ámbito sectorial el Programa Nacional de Turismo 2007-2012, el Programa Nacional de Turismo de Naturaleza 2007-2012, Programa Nacional de Turismo Cultural 2007-2012, y los programas institucionales con aplicación federal como el "Programa de Tesoros Coloniales" y el "Programa Pueblos Mágicos".

El Programa Sectorial de Turismo del Estado de Guanajuato (PSTG), en concordancia con el Objetivo Nacional de Turismo -PND 2007-2012-, el Plan Estatal de Desarrollo Guanajuato 2030 y el Plan de Gobierno de Guanajuato, establece como propósito para el sector: "impulsar al turismo como una actividad generadora de riqueza, empleo y de oportunidades de desarrollo". Para alcanzar este objetivo se fijaron las acciones estratégicas en corresponsabilidad de los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y privado y social. (Guanajuato, 2010).

El planteamiento principal de desarrollo turístico del estado se enfoca en una estrategia de regionalización, con el fin de lograr un equilibrio regional. Se proponen seis regiones: dos en el centro, dos en el norte y dos en el sur de la entidad. Por lo que respecta a Pozos, se encuentra dentro de la **Región II**, la cual comprende los municipios de: Atarjea, Doctor Mora, San José Iturbide, San Luis de la Paz, Santa Catarina, Tierra Blanca, Victoria y Xichú.

**Vocación:** Turismo de Naturaleza

**Estrategia:** Desarrollo

**Desarrollar infraestructura y producto para turismo de naturaleza.**

Apoyo a productos ecoturísticos para San Luis de la Paz y San José Iturbide como conectores a los sitios principales. Conectar a municipios de la Sierra Gorda mediante circuito regional que articule atractivos, productos y servicios para la ruta de la Aventura. Impulso a proyectos ecoturísticos. Apoyar la accesibilidad con Dolores Hidalgo como subcentro de distribución.

Apoyo en la Ruta de la Aventura.

Proyectos detonadores:

- Mineral de Pozos
- Centro Ecoturístico San José Iturbide
- La Ruta de la Aventura (Guanajuato, 2010)

Para el caso de Pozos el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), elaboró el Programa de Desarrollo Turístico de Mineral de Pozos, con un costo de \$616,000.00 (SECTUR 4, 2009), con lo cual se busca incrementar el turismo de una forma competitiva al contar con una infraestructura turística bien planeada.

El turismo social es un segmento del turismo doméstico que comprende viajes realizados para fines de ocio y recreación, sin motivo de lucro. En todos los casos, el turismo social, que constituye un 34%, involucra población que se puede identificar entre los siguientes segmentos: jóvenes, adultos en plenitud, familias y personas con capacidades diferentes. La concentración del turismo social se ubica en los niveles socioeconómicos medio y bajo de la población mexicana. La visita a familiares sigue predominando como motivo central para viajar, particularmente entre los estratos de ingresos modestos. La demanda potencial de la zona de influencia regional a Pozos estará determinada en su mayoría por el turismo cultural comprendido fundamentalmente en un radio aproximado de 400 km, y que procede fundamentalmente de las entidades vecinas: D. F., Guadalajara, Morelia, S. L. P., Aguascalientes, Querétaro y Monterrey (SEDETUR1, 2011).

#### **II.4. Historia de Mineral de Pozos, Gto.**

Con el fin de extender sus dominios hacia el norte del país, en 1576 los españoles establecieron la primera fundación en la zona Noreste del Estado de

Guanajuato con el nombre de Palmar de Vega, que actualmente conocemos como Mineral de Pozos, Gto.

Debido a la gran resistencia que encontraron en la región por parte de los diferentes grupos aborígenes que la habitaban (Chichimecas Otomíes), el Virrey Don Luis de Velazco (hijo), comisionó al misionero de la Compañía de Jesús, Gonzalo de Tapia, quien venía procedente de Pátzcuaro, para que incursionara en este territorio (De la Tejera, 1984). Gracias a su trato justo y a su facilidad de aprender el lenguaje y las costumbres de los habitantes, a su llegada en el año de 1589, persuadió a los nativos para que se congregaran en pueblo y negoció los términos de paz con el fin de asegurar las conquistas y fundaciones llevadas a cabo por sus antecesores. Un año después se firma el "tratado de paz" en San Luis de la Paz, actual cabecera municipal a la que pertenece Mineral de Pozos.

Los jesuitas enseñaron a los indígenas técnicas europeas del siglo XVI para la extracción y beneficio de metales, con lo cual se incrementó el aprovechamiento de las distintas vetas minerales que se fueron descubriendo. Es importante mencionar que las grandes culturas prehispánicas conocieron y trabajaron el oro, la plata, el cobre, el plomo, el estaño y el mercurio. De esta enseñanza quedan como vestigio los hornos de fundición construidos en 1595 en



Figura 2.1 Hornos Jesuitas

la mina de Santa Brígida, conocidos actualmente como los "hornos jesuitas" y que por su magnificencia se han convertido en un icono de Pozos. Fue tal el auge minero que a finales del siglo XIX se trabajaban 306 minas operadas por unas 500 compañías. El estimado total del gobierno de México de metal extraído en la región es de 4 millones de onzas de plata y 300 mil onzas de oro, desde la llegada de los jesuitas en 1576 hasta el cierre del último tiro. Se extraían también alrededor de 24 minerales complementarios y aprovechables, los cuales se muestran en la siguiente tabla:



Minerales extraídos en Mineral de Pozos, Gto.		
Acanthita	Covelina	Mercurio
Azurita	Crisocola	Oro
Bornita	Descloizita	Óxido de plomo
Bromuro de plata	Dolomita	Pirita
Calcita	Esfalerita	Pirolusita
Calcocita	Goetita	Plata
Calcopirita	Hematita	Plomo
Cerusita	Hierro	Polibasita
Cinabrio	Litargirio	Tepetate
Cobre	Malaquita	Yodo

Tabla 2.1 Minerales extraídos en Mineral de Pozos, Gto.  
Fuente: Elaboración propia a partir de (SECTUR 2, 2011)

En las primeras décadas del siglo XIX decrecieron los trabajos de minería debido al movimiento de independencia, aunque no fue provocado deliberadamente por los participantes, ya que ambos bandos estaban igualmente interesados en que no se paralizara esta fuente de actividad económica.

En 1844 casi se llegaron a paralizar los trabajos en la región, pero se reiniciaron en la segunda mitad del siglo. Después de la Reforma y la intervención francesa, la consolidación de la paz y los privilegios legales que el Gobierno de Porfirio Díaz otorgó a los mineros (Pons G), así como las inversiones de capital extranjero en gran escala, provocaron un gran impulso en la actividad minera.



Figura 2.2 Entrada al tiro de la mina La Trinidad

A partir del incremento en la productividad se tuvo un crecimiento paralelo en actividades comerciales, estableciéndose en el lugar comercios tales como Las Fábricas de Francia, Fábricas de París, La Fama y El Vesubio (SEDETUR2, 2011). En cuanto a hospedaje, estaban el Hotel Serrano y varias casas de huéspedes. Había teatro, plaza de toros, y una de las mejores escuelas del estado llamadas Escuelas Modelo. Ante este panorama económico tan prometedor, en el cual se podían amasar grandes fortunas, llegaron al lugar inmigrantes de Francia, Italia, España, Inglaterra y Estados Unidos; así como trabajadores de Guanajuato, Zacatecas, Estado de México, Hidalgo, entre otros.

Debido a esta bonanza, las contribuciones al municipio aumentaron considerablemente logrando grandes avances, tomando como prioridad al sector educativo y los servicios de bienestar social. En el tiempo comprendido entre 1893 y 1907, las obras materiales fueron costeadas exclusivamente con fondos del Ayuntamiento, llegando a ocupar Mineral de Pozos el cuarto lugar entre las cuarenta y cinco municipalidades que integraban la Entidad Federativa en ese tiempo.

El 7 de mayo de 1897, por decreto del Lic. Joaquín Obregón González, Gobernador Constitucional del Estado, se erige en ciudad la población de Pozos, con el nombre de Ciudad Porfirio Díaz (Mpio. S L de la Paz, 2010). Se continúa trabajando con las obras de beneficio social con la introducción del agua potable (hidrantes públicos). Se construyen el Abasto Municipal, el mercado (Plaza Zaragoza), cárceles, el empedrado de las calles y varias mejoras a la comunidad, como la introducción del teléfono.

Entre los años 1896 a 1900, se terminó con el ramal de los Ferrocarriles Nacionales de México, que unió la Estación Petaca-Rincón (Río Laja), con Mineral de Pozos. Posteriormente se instaló una planta generadora de energía eléctrica, con lo cual se suplió en parte la maquinaria movida con vapor (Mpio. S L de la Paz, 2010).

Cuando triunfa la Revolución, deja de llamarse Ciudad Porfirio Díaz, aunque popularmente nunca dejaron de llamarla Mineral de Pozos.

El segundo período de decadencia comenzó en el año de 1926 y ya no logró recuperarse. La inseguridad que vivía el país, originada por la Revolución y el Movimiento Cristero, provocó la disminución de la inversión en la planta productiva. Hubo grandes fugas de capital, así como graves problemas técnicos, lo cual ocasionó que bajara considerablemente la producción. Lo anterior originó que en 1928 el Municipio de Mineral de Pozos se suprimiera por falta de solvencia económica, anexando su territorio a San Luis de la Paz. Este mismo año ocurrió un hecho que consternó a mucha gente: el fusilamiento del Presbítero Enrique Contreras Ruiz. El descontento de la gente provocó graves disturbios como el incendio de la puerta de la Presidencia Municipal y la quema de los archivos y parte del Registro Civil, perdiéndose documentos de gran importancia (De la Tejera, 1984).

Cuando ocurrió el retiro de los últimos capitales fuertes y de las grandes compañías de Mineral de Pozos, en algunos casos éstas cedieron toda su infraestructura como indemnización a los trabajadores, lo cual dio lugar a la

formación de la Cooperativa de Mineros Metalúrgicos de la Sección No. 35. Se creyó que con esta nueva forma de trabajo se iba a preservar la fuente de trabajo y de ingreso de los mineros, pero la falta de créditos y de equipos de bombeo acabó con todo, ya que al barrenar algunas minas muy ricas como Santa Brígida y San Pedro, en el último nivel, doscientos cincuenta metros de profundidad en su tiro vertical, se destaparon grandes veneros, inundándose casi en su totalidad, imposibilitando el acceso al potencial de riqueza, lo cual ocasionó el retiro de la compañía que las trabajaba, en el año 1940 (De la Tejera, 1984). En general, se desmanteló y se vendió toda la infraestructura, provocando el éxodo masivo a otros centros de trabajo, dejando Mineral de Pozos en total abandono durante muchos años.

En 1963 se pavimentó la carretera Mineral de Pozos-San Luis de la Paz. También se abrió la fábrica de cerillos Cerillera Pozos, inaugurándose el 5 de marzo de 1964, fecha en que se legalizó esta manufactura que se realizaba en forma clandestina, como única fuente de ingresos (Fomento Económico, 2008).

En el año 1965 se cableó la reinstalación del teléfono, ya que el cableado anterior fue sustraído alrededor de 1940. En 1967 apenas llegaba la población a 1000 habitantes. En ese tiempo se introduce la red de agua potable con tomas domiciliarias, ya que la red antigua estaba deteriorada. Ese mismo año se instaló la estación radiodifusora XEGX.

En 1970 por conducto de la Secretaría de la Presidencia se dota a la comunidad de máquinas tejedoras y se forma un taller escuela en tejido de estambres. Esto debido a que anteriormente la gente se había acreditado ampliamente en tejidos y bordados por conducto del taller "Santa Elena", por la gran calidad en la mano de obra.

El 4 de marzo de 1971 por acuerdo del Secretario de Patrimonio Nacional, se dispone la incorporación a las reservas mineras nacionales de la zona denominada Mineral de Pozos (SPN, 1971).

Se construyeron obras de beneficio social en los siguientes años, como fue en 1974 la Escuela Primaria. En 1976 se terminó la carretera Mineral de Pozos-San José Iturbide, así como los trabajos de remodelación del pueblo, inaugurándose el 10 de agosto de ese mismo año.

En 1980 se inició la construcción de la Telesecundaria y la Unidad Médica Rural No. 3, con lo cual se incorpora la población marginada al servicio médico.

En 1981 se fundó la Sala de Cultura y el año siguiente se reconstruyó el inmueble que anteriormente albergó la cárcel y la Escuela Primaria en distintas épocas. Ese mismo año se fundó el Jardín de Niños, funcionando inicialmente en la Delegación Municipal.

El 27 de julio de 1982 el Presidente de la República Mexicana, José López Portillo, decretó Zona de Monumentos Históricos el pueblo de Mineral de Pozos, por lo cual el INAH se ocupa de preservar la arquitectura original del lugar (INAH 1, 2011).

Por todo lo anterior, Mineral de Pozos cuenta con dos ventajas competitivas muy importantes: se encuentra dentro de la ruta de la plata denominada Camino Real de Tierra Dentro y es candidato a la nominación "Pueblo Mágico". A continuación se describe en qué consisten cada una de estas ventajas competitivas:

### **II.5 Camino Real de la Plata**

Pozos forma parte del Camino Real de Tierra Dentro o Camino Real de la Plata, el cual fue declarado el 1 de agosto de 2010, Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO bajo la categoría de Itinerario Cultural. Fue una ruta virreinal de México, considerada como la más antigua del continente americano, con una extensión aproximada de 2,900 kilómetros. Fue trazado por los conquistadores españoles sobre los caminos que utilizaban los chichimecas. Tuvo

su inicio en la Plaza de Santo Domingo en Ciudad de México para terminar en Santa Fe, Nuevo México, EUA, (SECTUR 3, 2011). Contiene 60 sitios de los cuales cinco ya están en la lista de Patrimonio de la Humanidad, como son haciendas, presidios, puentes, misiones, villas, pueblos de indios, colegios y hospitales ubicados en los Estados de México, Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí, Jalisco, Aguascalientes, Zacatecas, Durango y Chihuahua (Vasconcelos, 2011) . La ruta fue usada activamente como una ruta comercial durante 300 años, desde la mitad del Siglo XVI al XIX, principalmente para transportar la plata extraída de las minas de Guanajuato, Zacatecas y San Luis Potosí, así como el mercurio importado de España y a veces de Eslovenia para el proceso de amalgamación. Aunque es una ruta que fue motivada y consolidada por la industria minera, propició también la creación de lazos sociales, culturales y religiosos entre España y las culturas Amerindias (UNESCO, 2010).

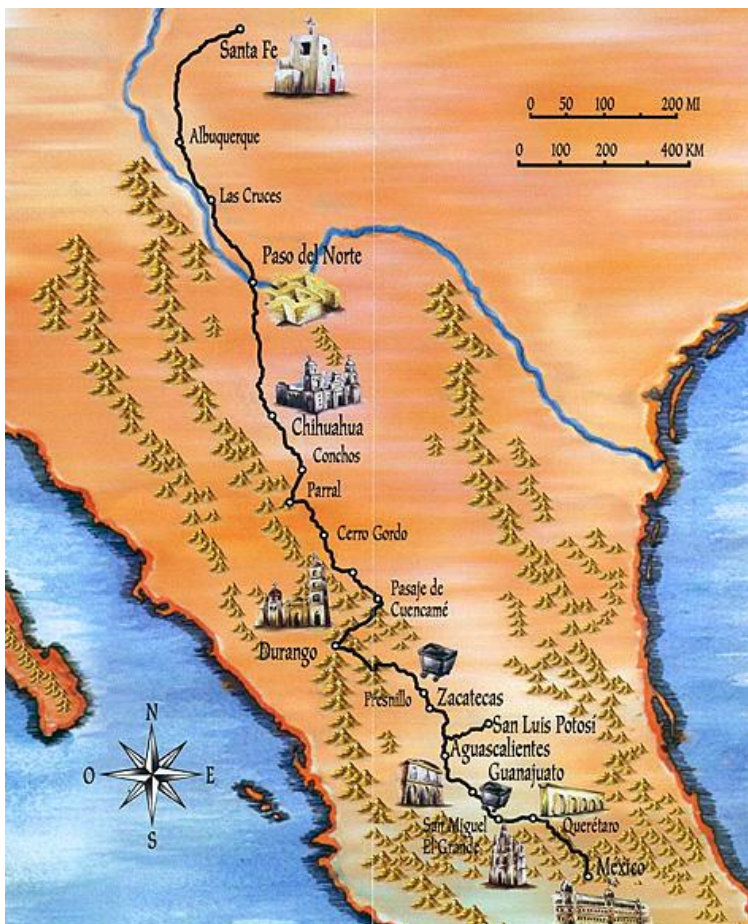


Figura 2.3 Ruta de la Plata  
Fuente: (Harper, 2010).

A continuación se muestra el Expediente UNESCO tal como aparece en la Página Web del Instituto Nacional de Antropología e Historia, creada especialmente para dar a conocer el Camino Real de Tierra Dentro: <http://www.elcaminoreal.inah.gob.mx/>

### **"Expediente UNESCO"**

Nombre del Bien  
CAMINO REAL DE TIERRA DENTRO

#### Localización geográfica

34° 19' latitud norte

107° 99' longitud oeste

Con una extensión cercana a los 2,900 kilómetros el Camino Real de Tierra Dentro se inicia en la ciudad de México y termina en Santa Fe, Nuevo México (Estados Unidos de América). Desde la ciudad de Chihuahua hasta Santa Fe se pueden admirar excepcionales paisajes naturales, perfectamente integrados a las zonas rurales y algunas áreas urbanas.

#### Descripción

El territorio mexicano estuvo interconectado, desde tiempos prehispánicos, por una notable y extensa red de comunicación, ya sea en la aridez del norte, en las profundas selvas y tierras bajas del sureste; así como en el altiplano central y las penínsulas de Baja California y Yucatán. Estas rutas se conservaron en activo hasta la conquista española, dando origen entonces a los sistemas carreteros del virreinato. Con el descubrimiento de la plata los conquistadores avanzaron rumbo al norte estableciendo en cada sitio un presidio o una misión, que vienen siendo los orígenes de las ciudades norteañas, pueblos fundados para la defensa contra los chichimecas, grupos bravos y nómadas.

Varios caminos se dirigieron hacia el norte en la segunda mitad del siglo XVI para erigirse como primeros eslabones entre la barbarie y la civilización; se utilizaban para transportar mercancías, bestias y carretas. El Camino Real de Tierra Dentro, conocido también como el Camino de la Plata o Camino a Santa Fe, fue la primera gran ruta de la zona continental no poblada: una estrecha línea surcada y apisonada por los presurosos mineros en mitad de los campos vírgenes. El desarrollo de la minería consolidó y extendió esta ruta por donde se hacían circular grandes cantidades de plata y mercurio, además de trigo, maíz, leña y diversas mercancías que abastecían las comunas norteñas y otras regiones.

A lo largo de su recorrido se formaron importantes poblaciones como Querétaro, Durango, Sombrerete, Chihuahua, El Paso, Albuquerque y Santa Fe, entre muchas otras. Dichos asentamientos sirvieron de apoyo a la colonización y evangelización de los vastos territorios conquistados para la Corona española. La parte del Camino Real que va del Paso del Norte hasta San Juan Pueblo, Nuevo México, conserva su trazo original.

#### Justificación de valor universal excepcional

##### CRITERIO CULTURAL (i)

El Camino Real de Tierra Dentro es el más antiguo y extenso del continente americano, trazado por los conquistadores españoles para desarrollar el comercio, facilitar las campañas militares, apoyar la colonización y evangelización en los vastos terrenos situados al norte de la capital el virreinato de la Nueva España.

##### CRITERIO CULTURAL (ii)

A lo largo de este Camino y durante más de 300 años se fueron intercambiando elementos culturales de una población a otra, como el lenguaje, la medicina, música, sistemas de irrigación, conceptos, tecnologías. La mayor cantidad de plata exportada de la Nueva España entre 1561 y 1630 fue extraída



de los yacimientos de Zacatecas y Guanajuato: esta riqueza argentífera constituyó el factor decisivo para la colonización del norte mexicano. Por lo tanto, la prosperidad de pueblos, villas, ciudades y haciendas ubicadas a la vera de este Camino Real, se debe a las grandes utilidades obtenidas por la actividad minera.

#### Garantías de autenticidad o integridad

A pesar de no existir una legislación en México sobre este Camino Real, el Instituto Nacional de Antropología e Historia ha realizado diversas labores en conjunto con las autoridades de Nuevo México en los Estados Unidos, encaminadas a documentar y cooperar en los diversos estudios sobre el tema; y ha asistido también a las juntas organizadas para preservar los sitios relacionados con el mismo.

Para su verdadera preservación debe establecerse un compromiso real de protegerlo como bien cultural, urbano y ambiental. Tanto el mobiliario, los sitios e inmuebles aislados, así como el paisaje que lo enmarca deberán ser contemplados en una declaratoria nacional de carácter especial.

Por encontrarse en los Estados Unidos de América la parte final del Camino Real de Tierra Dentro –de El Paso hasta la población de Taos en el estado de Nuevo México–, deberá solicitarse su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial en forma conjunta entre ambos países: México y los Estados Unidos.

#### Comparación con otros bienes similares

Para dar una idea de la extensión del Camino Real de Tierra Dentro, basta saber que cualquier carruaje que salía de México con rumbo a Santa Fe recorría una distancia mayor que la cordillera de los Alpes, si ésta se prolongara sin interrupción desde Ginebra hasta las costas del Mar Negro.

Pocas rutas culturales podrían compararse con el Camino Real de Tierra Dentro, una de ellas, aunque con otro significado, es la Ruta de Santiago de Compostela, inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial desde 1993.

Ese camino fue y sigue siendo utilizado por los peregrinos, a partir de la frontera franco-española, para reunirse en Santiago de Compostela; constituye por sí mismo el testimonio del poder de la fe cristiana sobre los hombres de todas las clases sociales y todos los países de Europa.

El Camino Real de Tierra Dentro es el más antiguo y extenso del continente americano, trazado por los Conquistadores españoles" (CONACULTA-INAH , 2010).

El programa de El Camino Real de Tierra Dentro cuenta con una compilación de material para su estudio (archivos, mapas, fotos, libros, etc.), ubicada en el Museo de Guadalupe, en Guadalupe, Zacatecas (CONACULTA-INAH , 2010).

La **Ruta de la Plata en México** surge casualmente con la llegada de Hernán Cortés quien utilizó el camino que recorrían los mensajeros aztecas desde la costa hasta la Gran Tenochtitlan, hoy Ciudad de México. El otro extremo de la ruta se localiza en Santa Fe, Nuevo México, Estados Unidos. De allí se parte hacia Ciudad de México a través de la meseta central, territorio anteriormente poblado por los grupos nómadas chichimecas, poblaciones que fueron muy difíciles de pacificar y al menos en el noreste del Estado de Guanajuato se tuvo que firmar un tratado de paz. El 8 de septiembre de 1546, un año después del descubrimiento de Potosí, un destacamento de españoles e indios, al mando de Juan de Tolosa descubría, a unos 220 kilómetros al norte de Ciudad de México, un lugar denominado Zacatecas, donde en 1548 aparecerían riquísimos filones de plata. Junto a Zacatecas, destacaban otros yacimientos mexicanos, descubiertos en el siglo XVI, como Guanajuato, Real del Monte, San Luis Potosí o Sombrerete. Con el descubrimiento del yacimiento aurífero de San Martín en Zacatecas se ponen las bases de la Ruta del Camino de la Plata, que en un contexto más amplio va

desde Santa Fe a Ciudad de México y de allí sus derivaciones a los puertos Veracruz y Acapulco (INCUNA, Asociación Arqueología Industrial, Patrimonio Cultural y Natural. Máximo Fuertes Acevedo, 2008). La plata fue exportada vía Veracruz a España, donde transformó las economías de Europa y vía Acapulco a Manila, donde se intercambiaba por las sedas y porcelanas de Asia (ICOMOS, 2011).



Figura 2.4 Camino Real de Tierra Dentro  
Fuente: (INCUNA, 2008)

El transporte de los productos mineros fue el principal promotor del desarrollo de los caminos de la Ruta de la Plata, pero junto con ello vendría todo tipo de adelantos tecnológicos y culturales, lo cual fue correspondido con la difusión de los nuevos descubrimientos que se realizaban en el Nuevo Mundo. El primer tramo de la ruta que partió de Ciudad de México va hasta la ciudad de Querétaro y en el camino se encontraron poblados de paso para abastecer y brindar hospedaje a los caminantes. La explotación de minas en las cercanías de Querétaro y Guanajuato hizo de la ciudad de Querétaro un centro habitado con un

potencial de desarrollo que persistiría hasta bien avanzado el siglo XVIII (INCUNA, Asociación Arqueología Industrial, Patrimonio Cultural y Natural. Máximo Fuertes Acevedo, 2008) .

El segundo tramo se hace necesario por el descubrimiento de los yacimientos minerales de Zacatecas, con lo cual otra serie de poblaciones intermedias se fundaron con la finalidad de interrumpir el viaje en distancias de 40 kilómetros en promedio, distancia de una jornada aproximadamente. Este tramo del Camino Real de Tierra Dentro presentó varias rutas distintas a lo largo del tiempo, una por Aguascalientes, y la otra más importante por San Luis Potosí dado el reciente descubrimiento de las minas de Cerro de San Pedro. Antes de concluir el siglo XVI el Camino Real de Tierra Dentro estaba trazado hasta el poblado de Nuevo México, fundado con motivo de la terminación del camino y que pasaba por Durango, Chihuahua y El Paso del Norte principalmente. Es esta última ruta aquella que integró las manifestaciones urbanas y edificadas más especiales y al mismo tiempo sensibles al desarrollo económico que la Nueva Vizcaya viviría hacia los últimos 100 años del Virreinato, sobre todo por lo deshabitado de la región (INCUNA, 2008).

El Camino Real de Tierra Dentro está asociado a los descubrimientos mineros en territorios americanos de la Nueva España, Nueva Galicia y la Nueva Vizcaya principalmente (ver Figura 2.5), cosa que lleva a considerar la penetración en el territorio como una acción primordial. La explotación minera pasó a ser la primera fuente de recaudación de la corona española.

La infraestructura necesaria para la explotación, beneficio del metal, registro en las cajas reales y su transporte hizo indispensable la fundación de haciendas de beneficio y agrícolas, de poblados de indios y presidios para la protección de los caminos, de misiones religiosas como alternativa evangelizadora para penetrar en el territorio; y con ello el movimiento de grandes volúmenes de ganado tan importante para las operaciones de las minas y los carros de carga.

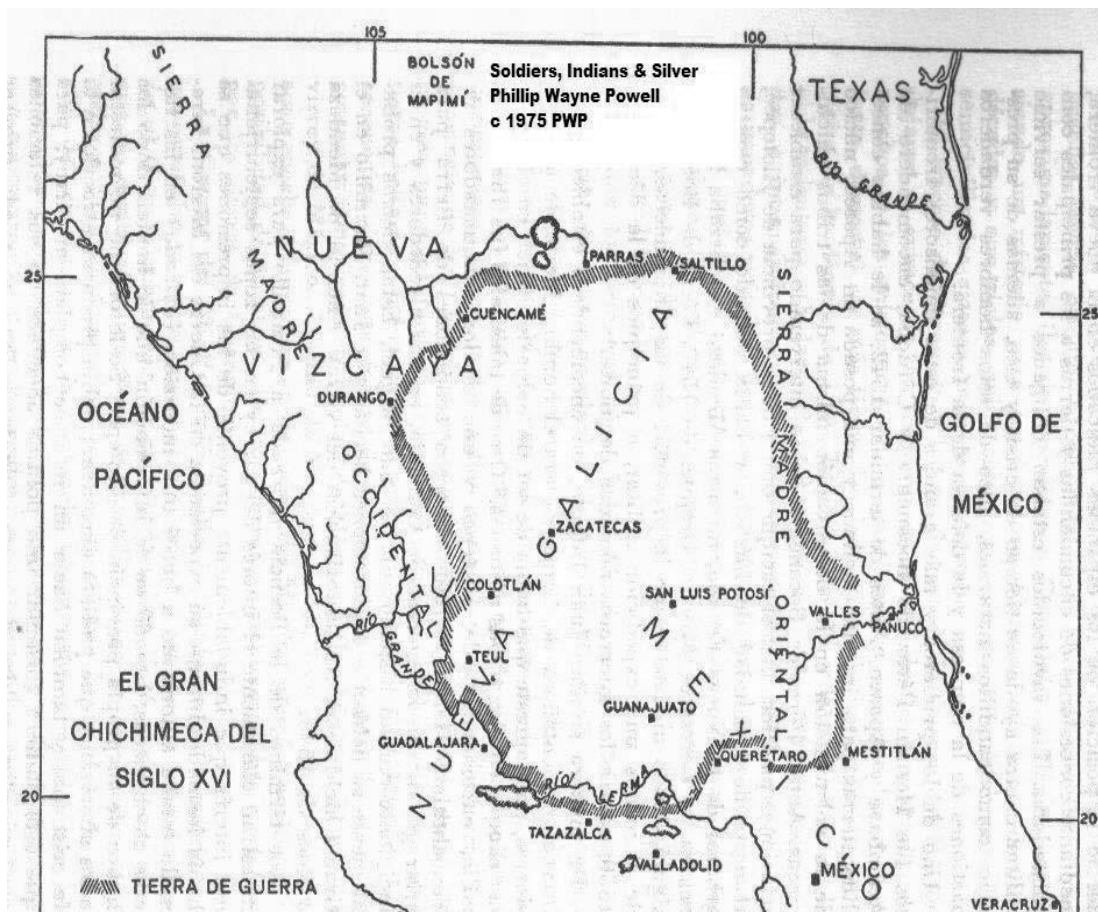


Figura 2.5 El Gran Chichimeca del Siglo XVI  
Fuente: (Mpio. S L de la Paz, 2010)

Para el Camino Real los arrieros de ganado también constituyen una manifestación cultural que se debe considerar indisociable, pues ya rebasada la fiebre minera, estos grupos sociales jugarán un papel importante para la transmisión de las ideas independentistas de México entre los poblados y ciudades del norte. Los servicios de arriería y mesones pronto se convirtieron en la especialidad de los pueblos asentados a lo largo de esta vía, ya que ofrecían a los viajeros algo más de mucho valor en la época virreinal: la garantía de alcanzar la frontera sin contratiempos, por el conocimiento que tenían para transitar este extraordinario camino.

Se pueden resumir los elementos que confluyen en la identificación del Camino Real de Tierra Dentro como sigue: El principal uso del camino fue el transporte de mineral bruto y procesado, el transporte de materia prima para los procesos de beneficio y el abasto de productos de primera necesidad. Como usos secundarios se encuentran el movimiento de grandes manadas de ganado, la penetración en el territorio fue la razón de su origen, pero es el auge minero el que le imprime prosperidad en su desarrollo, los usos inducidos al camino serían los resultantes del periodo previo y posterior a la independencia de México, además de la llegada de las vías de ferrocarril y líneas telegráficas (INCUNA, Asociación Arqueología Industrial, Patrimonio Cultural y Natural. Máximo Fuertes Acevedo, 2008).

Actualmente muchos tramos del antiguo camino coinciden con los trazos carreteros, pero otros tramos derivados o alternos eran utilizados según la época del año. En cuanto a las investigaciones acerca de su constitución física aún quedan elementos por desentrañar a través de la investigación de materiales y arqueología.

El camino de la plata marcó la colonización de las tierras del norte del país, fundándose tres tipos de poblaciones: el centro minero o real de minas, las misiones y los presidios. Cada uno de estos centros tenía una función determinada en torno a la colonización y principalmente en lo que se refiere al control de las comunidades indígenas.

Los presidios fueron puestos militares, cuyos soldados brindaban protección a los españoles que residían en los centros mineros y en las misiones. Vigilaban los caminos y escoltaban a algún personaje en caso necesario. Los presidios eran escasos y muy separados unos de otros, por lo que nunca representaron una verdadera fuerza para detener los ataques de los indios. Como dice Philip Wayne Powell en su libro "La Guerra Chichimeca (1550-1600)":

"El conquistador Hernán Cortés venció a los aztecas en una campaña de dos años; fue un triunfo de la diplomacia, más que de la espada, pues el audaz

extremeño y su puñado de seguidores no habrían podido vencer a millones de indios por medios puramente militares. Las hordas de aliados indígenas necesarias para imponer la soberanía española en tierras aztecas fueron ganadas mediante la astucia política, característica de la Europa del Renacimiento y de la época maquiavélica.

El asombroso triunfo de Cortés creó la ilusión de una superioridad del europeo sobre el indio como guerrero. Pero sus relampagueante subyugación de pueblos tan numerosos y complejos como los tlaxcaltecas, aztecas y tarascos no resultó más que un prelude de una más dilatada pugna militar contra las peculiares y aterradoras proezas de los guerreros más primitivos de la América India.

Esta guerra fue llamada la Guerra de los Chichimecas, y empezó casi simultáneamente a la muerte de Hernán Cortés (1547), dando fin, simbólicamente, a la "primera conquista de México". La nueva guerra, entablada en las vastas tierras que se extienden al norte de las zonas sojuzgadas por Cortés, ensangrentó cuatro décadas, de 1550 a 1590: la guerra contra indígenas más prolongada en toda la historia de Norteamérica. Fue el primer enfrentamiento completo y constante de la civilización y el salvajismo en este continente.

Fue una nueva clase de guerra, ajena tanto a los europeos cuanto a sus aliados indios, mestizos, negros y mulatos. Los chichimecas, tribus y "naciones" nómadas y seminómadas del norte, tenían una cultura extremadamente primitiva y andaban desnudos; pero eran hombres aterradoramente valerosos, incomparables arqueros y maestros de la guerra de súbitos ataques y retiradas. Hombre por hombre, en sus ancestrales zonas de caza y de guerra, estos combatientes eran muy superiores a sus enemigos que llevaban ropas, y finalmente los Chichimecas no fueron vencidos por la fuerza militar. La Guerra de los Chichimecas, es la historia de la triunfal guerra militar indígena a las fuerzas mandadas por los españoles en una época en que las milicias españolas eran invencibles en Europa.

Para subyugar a los guerreros del norte, tampoco pudo utilizarse el arma cortesiana de la diplomacia. Estos nómadas, terror de los caminos, las ganaderías y los campos mineros, constantemente luchaban entre sí (los trofeos de guerra - cabelleras, armas y mujeres - eran su mayor gloria); vivían y combatían en grupos pequeños, rancherías, casi sin caudillos discernibles o respetados. No había jefes de importancia regional capaces de comprender, negociar o poner en vigor ningún tratado de paz con los capitanes, generales o virreyes españoles. Y una resistencia general al cristianismo hizo casi inútiles los esfuerzos de los misioneros, aparte de unos cuantos conversos logrados cerca de las tierras disputadas. Así, los misioneros, a pesar de las inmoderadas loas que se hacían en sus crónicas y en otros escritos, fueron virtualmente inútiles en la empresa de pacificar a los chichimecas durante la mayor parte de esta guerra de cuarenta años.

La Guerra de los Chichimecas inició la larga historia de los *presidios*, ranchos ganaderos y misiones como instituciones básicas de la frontera, acompañadas por el establecimiento de poblados defensivos y por la organización de una caballería de soldados-colonos que caracterizaron este avance, y todos los posteriores, hacia el interior. Y la migración a una "tierra de guerra", con sus imperativos de defensa contra los chichimecas y todas sus complejidades de confrontación y mezcla racial, creó una nueva estirpe de gente de las zonas limítrofes, antepasados de los fronterizos que habían de venir después: de Zacatecas a Nuevo México, de Durango a Texas y la Louisiana, y de Querétaro a la Baja California. En la Gran Chichimeca del México del siglo XVI, los establecimientos fronterizos (que deben distinguirse de las meras exploraciones) fueron la génesis de lo que después, en otras perspectivas, sería llamado "Las Fronteras Españolas".

La ruda gente de la frontera, formada en la guerra, y la zona que quedó protegida por la única Paz Chichimeca de la década de 1590, hicieron posible el avance hacia Nuevo México. El gobierno virreinal no escogió un jefe para esta



empresa lejana hasta que quedó en claro que la Gran Chichimeca ya no era *tierra de guerra*." (Powell, 1984).

Grandes cantidades de plata fueron exportadas a España y grandes cantidades de monedas fueron acuñadas en La Casa de la Moneda de México, la primera en América, fundada en 1535. Esto trajo consigo el crecimiento del comercio internacional y la monetarización de la economía mundial y, en el Siglo XVIII, una de las primeras revoluciones económicas globalizada (INCUNA, 2008).

Este camino empezó a declinar como conductor de la plata con el advenimiento del ferrocarril.

## **II.6 Nominación "Pueblo Mágico"**

Gracias al apoyo del Gobierno Federal a través de la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Gobierno Estatal y el Gobierno Municipal, Mineral de Pozos es candidato a obtener la denominación "Pueblo Mágico" (SECTUR 5, 2011).

Los Pueblos Mágicos son una herramienta que permite potenciar la oferta turística, basada en las riquezas naturales únicas, la historia, la diversidad gastronómica y el cuidado del medio ambiente. Son un símbolo distintivo y una marca turística reconocida, por lo que todos los actores involucrados en este programa tienen el compromiso y la responsabilidad de mantener los niveles más altos en calidad de servicios y calidez al turismo nacional y extranjero.

De acuerdo a las Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos (SECTUR 1, 2011), un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico, para lo cual serán consideradas aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes. Para aquellas localidades con un número de población fuera de los

rangos aquí establecidos, pero que por sus atributos, riqueza cultural y natural, y manifestaciones históricas, pueda ser considerada dentro del Programa, su solicitud será presentada al pleno del Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección para en su caso dictamine la conducente.

Asimismo, la localidad deberá ubicarse en una distancia no superior a los 200 Km., o el equivalente a 2 horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado o bien de una población considerada como mercado emisor.

Los objetivos del Programa Pueblos Mágicos son los siguientes:

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico - culturales de localidades singulares.

- Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía, y tradiciones, entre otras.

- Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la pesca deportiva, y otros que signifiquen un alto grado de atraktividad dentro del territorio de la localidad participante.

- Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos que generen:

- Mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como,

- La creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.

- Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.

- Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Para que una localidad pueda ser incorporada al Programa, tendrá que realizar una serie de trámites y la integración de un Expediente que integre los siguientes puntos:

1. Involucramiento de la Sociedad y de las Autoridades Locales.

2. Instrumentos de Planeación y Regulación.

3. Impulso al Desarrollo Municipal.

4. Oferta de Atractivos y Servicios.

- 4.1 Contar con un atractivo turístico simbólico.

La localidad candidata deberá contar al menos con un atractivo turístico simbólico que la diferencie de otras localidades del Estado, la Región e inclusive dentro del País.

- 4.2 Contar con atractivos turísticos diferenciados.

La localidad candidata deberá contar con una gama y diversidad de atractivos turísticos que en su conjunto signifiquen un nivel determinado de atraktividad turística para los mercados consumidores, a fin de consolidarlos y/o apoyar su despegue.

En los dos puntos anteriores será necesario describir de manera detallada los siguientes apartados:

Arquitectura: Considerar la armonía y conservación general de los elementos arquitectónicos, civiles o públicos, que dan carácter e identidad al poblado. No necesariamente deberán ser poblados con monumentos históricos, sino también pueblos con arquitectura vernácula o del siglo XX.

Edificios emblemáticos: Destacar edificios que, por su estilo, historia o majestuosidad sean, por si mismos, un elemento atractivo para el visitante.

Fiestas y Tradiciones: Como parte del patrimonio cultural inmaterial, cabe resaltar la importancia de las festividades locales, como elementos culturales que sustentan la vida de la comunidad.

Producción Artesanal: Una muestra de la creación e imaginación de los pueblos se presenta en su población artesanal como parte de la magia que los envuelve.

Cocina tradicional: Elemento de fundamental importancia para resaltar el carácter de identidad y su vínculo con el turismo cultural es la cocina tradicional que se puede disfrutar en su contexto original.

## 5. Valor Singular “La Magia de la Localidad”.

5.1 Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad.

5.2 Declaratoria de “Zona de Monumentos Históricos”.

5.3 Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible.

## 6. Condiciones y Espacios Territoriales.

6.1 Accesibilidad terrestre.

6.2 Factibilidad para la comercialización turística.

6.3 Producto turístico.

## 7. Impacto del Turismo en la Localidad y Área de Influencia.

### 7.1 Sistema de información turística estatal.

### 7.2 Valoración del impacto turístico a nivel regional y/o municipal.

## 8. Desarrollo de Capacidades Locales

### 8.1 Taller de inducción Programa Pueblos Mágicos.

### 8.2 Taller de planeación y gestión del turismo cultural.

Una vez conformado el Comité Turístico Pueblo Mágico y sus grupos de trabajo será obligatoria la participación de los mismos en los talleres de integración de su Programa Pueblos Mágicos y al de Planeación y Gestión del Turismo Cultural.

## **II.7 Proyectos detonadores del turismo.**

El Programa Parcial de Desarrollo Urbano Turístico de Mineral de Pozos, Gto., publicado en el Periódico Oficial del Estado de Guanajuato, en la ciudad de Guanajuato, Gto., el 27 de mayo de 2011 (SEDETUR1, 2011), plantea algunos proyectos detonadores del turismo, como se describe a continuación:

### **Proyecto Turístico Integral (PTI) Santa Brígida**

**Mina de Santa Brígida.** Fue la primera mina excavada en Guanajuato, testigo silencioso del rico esplendor colonial, la mina más antigua de Guanajuato. Se localiza a dos kilómetros saliendo de Pozos por la calle Hidalgo hacia San Luis de la Paz, entre un paisaje deshabitado y desértico enmarcado por las estribaciones de la Sierra Gorda, donde aún son visibles las torres y las tres altivas chimeneas piramidales de los hornos jesuitas de la hacienda de Santa Brígida (ver Figura 2.6).



Figura 2. 6 Hacienda de Santa Brígida  
Fuente: (Mpio. S L de la Paz, 2010)

El virrey Luis de Velasco concedió en 1589 su explotación a los jesuitas. La mina extraía azogue o mercurio, indispensable para la producción de la plata. El 25 de junio de 1767 con la expulsión de la Orden de la Compañía de Jesús de todos los territorios de la Corona española, se suspendieron las actividades en varias minas, por lo cual la mina pasó a manos particulares. Fue hasta la época del porfiriato cuando se realizaron extracciones en grandes cantidades contando ya con una planta moderna. En la actualidad sólo se puede pasear por el exterior, pues los respiraderos que se construían con el fin de proveer aire fresco dentro de los caminos subterráneos forman pozos o tiros de hasta 250 metros de caída libre, sin ninguna señalización (SEDETUR2, 2011).

**El Proyecto Turístico Integral (PTI) Santa Brígida** (SEDETUR1, 2011), propone contar con un desarrollo turístico integral aislado, teniendo como núcleo la exhacienda Santa Brígida, con hotel, casa club y parque ecuestre, asociado a un film colony, complementado con instalaciones deportivas y villas de vivienda residencial turística campestre.

Productos del proyecto:

- Centro de visitantes
- Casa club
- Hotel temático 60 cuartos
- Clusters de casas campestres
- Sitios y monumentos de Santa Brígida
- Areas verdes y espacios abiertos
- Zona recreativa y deportiva
- Zona de servicios

### **Parque temático Cinco Señores**

**Mina Cinco Señores.** En esta mina se tiene acceso ilimitado para poder caminar por los patios y paisajes con arcos de ruinas abandonadas sin restaurar. En la época de la Independencia y con la expulsión de los jesuitas, la producción mermó pero no en su totalidad, ya que la minería era una fuente económica muy importante tanto para la Corona como para los insurgentes. La fama de Mineral de Pozos y su producción se aceleró de 1880 a 1888. Durante estos años se formaron numerosas compañías que explotaban las minas abundantemente como la de Cinco Señores que poseía las minas de La Joya, Nayalito y Justicia y obtenían grandes dividendos para sus accionistas ya que aquí se llevaban a cabo los principales procesos de la post-extracción de oro y plata (SEDETUR3, 2011).



Figura 2. 7 Mina Cinco Señores  
Fuente: (SEDETUR 3, 2011)

El **Parque temático Cinco Señores** (SEDETUR1, 2011), se ubicará en la exhacienda minera Cinco Señores, en el que se pretende impulsar exposiciones

temporales y permanentes, puestas de teatros, cine, conciertos, artes escénicas y exposiciones escultóricas. Se complementará con un hotel temático y villas campestres de ladera.

Productos del proyecto:

- Centro de residentes
- Clusters de casas campestres
- Areas verdes y espacios abiertos como zona de conservación ecológica

### **Centro cultural de artes y oficios**

Se propone la rehabilitación del edificio de la escuela Modelo en base a la normatividad aplicable y la instalación de equipo y mobiliario adecuados para el fomento de las artes y oficios.

### **Centro Cultural de Música**

Se trata de rehabilitar el Antiguo Abasto, de acuerdo con la normatividad aplicable, y el equipamiento y mobiliario adecuados a la función del fomento de las artes musicales, promoviendo especialmente la música autóctona chichimeca.

### **Centro de Información Turística**

Este Centro tendría como función la orientación del turista interesado en conocer los atractivos de Mineral de Pozos y sus alrededores.

### **Jardín Botánico de Cactáceas**

Jardín interactivo donde se podrían contemplar las cactáceas de origen endémico y aprender sobre su cuidado y conservación.

### **Mercado Gastronómico**

Se ubicaría a un costado de la Casa Santa con el objetivo específico de promover la gastronomía típica de la región y rodeado por el ambiente arquitectónico que proporcionan los vestigios de la explotación minera del lugar.



## **Sistema Cultural**

Poco a poco Pozos se ha dado a conocer por los eventos culturales que ahí se llevan a cabo, por lo cual es muy importante que cuente con el equipamiento adecuado para el desarrollo de las tradiciones artísticas del lugar, que permitan combinar las tradiciones ancestrales con las técnicas contemporáneas. Se propone dar preponderancia a los siguientes puntos:

- Artes visuales
- Artes escénicas
- Artes culinarias
- Artes literarias
- Galerías
- Talleres de artes y oficios
- Red de casonas y posadas rurales
- Hoteles boutique

## **II.8 Nuevo auge minero**

Después de la Revolución Mexicana, la explotación minera en Pozos comenzó a decaer. Con la guerra cristera y la baja de los precios de los metales en los años veinte, el escenario que presentaba la minería no era nada prometedor. En esos años, la sobreexplotación de los yacimientos desembocó en excavaciones que rebasaron los niveles freáticos, lo que provocó que la mayoría de los pozos se inundaran y la explotación minera se volviera poco redituable. Actualmente no se han hecho nuevos estudios que determinen si en esta época es costeable o no la explotación con tecnología moderna de las vetas minerales que todavía existen, anegadas por las aguas freáticas. Pudiera resultar conveniente invertir en volver a explotarlas, sobre todo si se toma en cuenta el caso particular del oro y la plata, cuyos precios se han incrementado notablemente a consecuencia de la crisis económica mundial contemporánea.

Con respecto al mercurio, el mercado actual tiene un comportamiento muy particular. Debido a que su precio se ha incrementado sustancialmente, se prevé la apertura de varias minas en el estado de Querétaro en los próximos años, ya que el kilogramo de mercurio es pagado de 600 a 1,000 pesos puesto a pie de mina y los revendedores lo están vendiendo en Estados Unidos a \$1,500.00, mineral que a su vez exportan a China, donde lo están utilizando como aditivo en la fabricación de fibras (Wagner L, 2011). Al mismo tiempo, y debido a su alta toxicidad, el mercurio es considerado por el Programa de Medio Ambiente de la ONU como una 'amenaza mundial'. La presión internacional llevó a la Unión Europea a acordar el año pasado la prohibición de las exportaciones de mercurio a terceros países a partir de 2011 (Jiménez D. , 2006).

### **II.9 Ejemplo de un modelo turístico exitoso**

La experiencia de un encanto antiguo en la China moderna.

En 2000, la Unesco declaró a Xidi (se pronuncia shii-dii) y a la cercana aldea de Hongcun patrimonio de la humanidad. En lugar de obligar a salirse a los habitantes, funcionarios de Xidi, ubicada en la montañosa provincia de Anhui, prudentemente, diseñaron un plan para garantizarles una parte de las ganancias de los boletos para entrar en el pueblo (104 renminbi, unos 16.60 dólares a 6.25 renminbis por dólar), siempre que mantuvieran el aspecto tradicional de sus propiedades.

Al ver oportunidades, emprendedores de otras partes de China empezaron a llegar poco a poco, adquiriendo propiedades destartalas para renovarlas y convertirlas en tiendas y posadas. El resultado es que hay un auge en el turismo, en parte también por la proximidad de las aldeas a la Huangshan (Montaña Amarilla), pero principalmente gracias a su atractivo histórico y estético. (Bergman, 2011).

## **II. 10 Descripción de la metodología**

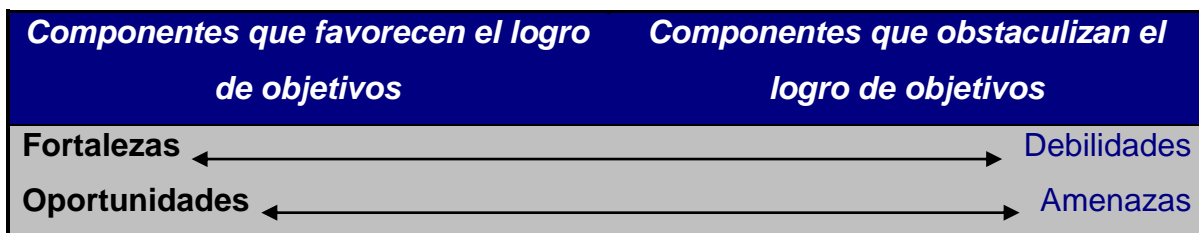
### **II.10.1 Análisis FODA**

Se utilizará el Análisis FODA para determinar las verdaderas posibilidades de lograr el objetivo establecido, calcular la dimensión de los obstáculos que se deberán afrontar y buscar la manera de explotar más eficazmente los factores positivos así como neutralizar o eliminar los factores negativos (ver Cuadro 2.2).

El Análisis FODA es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa. Se define como el conjunto de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que, al clasificarse, ordenarse y compararse, generan un conjunto de estrategias alternativas para el desarrollo de dicho sistema organizacional (Zabala Salazar, 2005).

El Análisis FODA brinda un marco para identificar los factores internos más pertinentes (fortalezas y debilidades de la empresa) así como los externos (amenazas y oportunidades), descubiertos a partir del análisis de situación, que obliga a la empresa a concentrarse en los asuntos que tendrán el máximo impacto sobre sus estrategias y tácticas (Metzger & Donaire, 2007).

Debe aclararse que el Análisis FODA se refiere a un momento específico y, por lo general, el objeto de estudio no es estático; más bien lo normal es que esté en constante evolución (Brenes, 2011).



Cuadro 2.2 Componentes del Análisis FODA  
Fuente: (Rodríguez, 2005)

El nombre de **FODA** viene de los cuatro conceptos que intervienen en su aplicación:

**Fortalezas**

**Oportunidades**

**Debilidades**

**Amenazas (o Problemas)**

A su vez, éstos conceptos provienen de la traducción de cuatro palabras en inglés con cuyas iniciales se forma la sigla SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (Borello, 1994),

### **Definición de conceptos**

**Fortalezas:** Son aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos organizacionales.

**Oportunidades:** Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos organizacionales.

**Debilidades:** Son aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos organizacionales.

**Amenazas:** Son aquellas situaciones que se presentan en el medio ambiente y que podrían afectar negativamente las posibilidades del logro de los objetivos organizacionales (Rodríguez Valencia, 2005).

La identificación de lo que puede considerarse fortaleza o debilidad se basa en los factores claves para el éxito o desempeño de la organización o persona analizada (Brenes, 2011).

**Estrategia:** Es la selección de un curso de acción futuro que permita, a partir de los objetivos establecidos con anterioridad, optimizar la gestión de los recursos que se utilizarán en el logro de dichos objetivos (Mapcal, 1995). Es un propósito de largo plazo sujeto a continuas evaluaciones; en la jerga política y militar es el objetivo último a alcanzar con una determinada acción (Zabala, 2005).

**La estrategia, para la administración del tercer milenio,** puede definirse como un sistema que incluye procesos de raciocinio, imaginación, decisión y acción, sobre aspectos internos y externos de la entidad en cuestión, cuyo producto es un medio para pasar de una situación actual determinada a una situación futura deseada (Brenes, 2011).

En el esquema de trabajo básico se colocan a la izquierda los dos factores negativos (debilidades y amenazas) y a la derecha los factores positivos (fortalezas y oportunidades) como se muestra en el Cuadro 2.3. Esta distribución tiene una razón práctica: cualquier debilidad o amenaza que logre resolverse, se convierte, automáticamente, en una fortaleza o una oportunidad (Borello, 1994).

<b>Objetivo que se debe evaluar:</b>	
Debilidades:	Fortalezas:
Amenazas:	Oportunidades:

Cuadro 2.3 Esquema de trabajo para la aplicación del análisis FODA  
Fuente: (Borello, 1994)

Durante la etapa de planeación estratégica y a partir del análisis FODA se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede explotar cada fortaleza?
- ¿Cómo se puede aprovechar cada oportunidad?
- ¿Cómo se puede detener cada debilidad?
- ¿Cómo se puede defender de cada amenaza?

Al final se obtendrán los objetivos finales o definitivos a partir de los cuales se definirán las estrategias, metas y planes de acción que se incluirán en el plan de negocios (Borello, 1994).

La estrategia implementada constituye la principal responsable del éxito o fracaso de la empresa en su intento de sobrevivir, crecer o lograr cualquier otro objetivo.

Principios básicos de las actividades estratégicas:

**MEDIO:** La actividad estratégica siempre constituirá un medio y no un fin en sí misma. Será un fin para lograr objetivos.

**CONTINUIDAD:** El proceso de administración estratégica parte del supuesto de que las organizaciones deben estar siempre atentas a las tendencias y a los hechos internos y externos, de tal forma que se puedan hacer cambios siempre que se necesiten.

**LINEAMIENTO:** Las actividades estratégicas siempre tienen un enfoque, una dirección que orienta recursos y habilidades.

**FLEXIBILIDAD:** Se requiere si tomamos en cuenta el gran dinamismo interno y externo existentes en las organizaciones (Brenes, 2011).

Con el fin de alcanzar sus objetivos, las empresas deben crear y ejecutar las mejores estrategias. La matriz de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), es una buena herramienta que ayuda a generar cuatro tipos de estrategias: Estrategias de Supervivencia, Estrategias Defensivas, Estrategias de Reorientación y Estrategias Ofensivas (Maeso, 2003), como se presentan en el Cuadro 2.4.

	<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>Debilidades</b>	Estrategias de Supervivencia <b>DA</b>	Estrategias de Reorientación <b>DO</b>
<b>Fortalezas</b>	Estrategias Defensivas <b>FA</b>	Estrategias Ofensivas <b>FO</b>

Cuadro 2.4 Matriz de confrontación  
Fuente: Elaboración propia a partir de (Maeso, 2003) y (David, 2003).

**Las estrategias de supervivencia DA** tienen como propósito reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas.

**Las estrategias defensivas FA** usan las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas.

**Las estrategias de reorientación DO** tienen como objetivo mejorar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

**Las estrategias ofensivas FO** utilizan las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas (David, 2003).

A continuación se presenta un esquema de la Matriz de Estrategias:

Estrategia	Notación	Descripción
<b>Supervivencia</b>	<b>DA</b>	Eluden los efectos que la amenaza "y" tiene sobre las debilidades "x".
<b>Defensiva</b>	<b>FA</b>	Responden a la amenaza "y" empleando la fortaleza "x".
<b>Reorientación</b>	<b>DO</b>	Aprovechan las oportunidades "y" para corregir la debilidad "x".
<b>Ofensiva</b>	<b>FO</b>	Aprovechan la oportunidad "y" para aumentar la fuerza "x".

Cuadro 2.5 Matriz de estrategias  
Fuente: (Universidad de Cádiz, 2012), (Zambrano, 2007)

### II.10.2 Estudio de Mercado

Se obtuvo información de las principales agencias de bienes raíces del lugar. Debido al tamaño del mercado de bienes raíces no es necesario utilizar algún método estadístico. En realidad, el estudio de mercado de bienes raíces se realizó con objeto de proporcionar información de apoyo para el Análisis FODA.



### **III. HIPOTESIS Y OBJETIVOS**

#### **III.1 Hipótesis**

La inversión en desarrollos turísticos y habitacionales que generen fuentes de empleo será el detonante para promover el arraigo y atracción de la población en Mineral de Pozos, Gto. Se utilizará el análisis Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas, por sus siglas FODA en la metodología.

#### **III.2 Objetivo**

Determinar si un lugar con la riqueza arquitectónica de Mineral de Pozos, que es candidato a la denominación "Pueblo Mágico", que forma parte del Camino Real de Tierra Dentro, con una vocación natural turística y un dinámico mercado de bienes raíces, puede convertirse en una opción de arraigo y densificación poblacional.

## IV. METODOLOGIA

### IV.1 Descripción de Mineral de Pozos, Gto.

Con las expediciones, los nuevos descubrimientos, la explotación de los recursos naturales, el asentamiento de los indígenas pacificados y el reparto de tierras a los españoles, nació Palmar de Vega, conocido actualmente como Mineral de Pozos, municipio de San Luis de la Paz, Gto. Está en una zona semidesértica ubicada en el noreste del estado de Guanajuato y en la parte central del Municipio de San Luis de la Paz. Fue fundado en el año 1576 y alcanzó su máximo esplendor a fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

Mineral de Pozos se localiza en las siguientes coordenadas: 21°13'19" Latitud Norte y 100° 29' 44" Longitud Oeste del Meridiano de Greenwich. Está situado a 2,217 m sobre el nivel del mar (INEGI, 2009).



Figura 4.1 Mapa del Edo. de Guanajuato  
Fuente: (INEGI 1, 2011)

Pozos posee una ubicación privilegiada en el centro del País. Se encuentra rodeado por varias de las ciudades más importantes del Bajío (Fig. 4.1). Está ubicado a 280 km al norte de Ciudad de México; Al sur está el Aeropuerto Intercontinental de Querétaro a 45 minutos; al suroeste se encuentra San Miguel Allende a 45 minutos; al oeste se encuentran

Dolores Hidalgo a 25

minutos y a 2 horas el Aeropuerto Internacional de Guanajuato; al norte a 10

minutos está la cabecera municipal que es San Luis de la Paz y a una hora el Aeropuerto Internacional de San Luis Potosí. Por su ubicación en el centro del País, está comunicado con toda la República Mexicana. A través de San Luis de la Paz, a 8 km, se conecta con la Carretera Federal 57 México-Piedras Negras, que es la más importante del País (San Luis de la Paz, 2011) .



Figura 4.2 Vías de acceso a Mineral de Pozos, Gto.  
Fuente: (SEDETUR 1, 2011)

El acceso a este lugar puede ser por dos carreteras: la carretera N° 110-2 o 46 (SCT), la cual comunica al norte con San Luis de la Paz y al sur con San José Iturbide; la otra es de terracería y comunica a la localidad con la Autopista No. 57, la distancia aproximada es de 10 km y no tiene señalamientos viales ni turísticos.

Mineral de Pozos es una de las 832 localidades que conforman el municipio de San Luis de la Paz (INEGI 3, 2010), que a su vez forma parte de las regiones de Los Altos y de la Sierra Gorda, la cual es la región montañosa del estado y se ubica en el extremo noreste de la entidad. Esta región es la más marginada del estado. La calidad de vida es muy baja, ya que existe poca infraestructura económica, con excepción de los municipios de San Luis de la Paz y San José Iturbide, donde existe un nuevo corredor de desarrollo industrial. El clima de Los Altos es semiárido templado con lluvias en verano (INEGI 2, 2009). Recibe menos de 500 mm de lluvia, por lo que la convierte en la región más seca de Guanajuato. El clima en Mineral de Pozos es seco estepario, templado y fresco con lluvias en verano. En invierno desciende la temperatura debido a los vientos del norte. Durante el año se registran temperaturas que van desde 8.1°C hasta los 23.7 °C en promedio, alcanzando una máxima de 27.9 °C en el mes de mayo que es el más caliente del año y una mínima de hasta 4 °C en enero que es el más frío. La precipitación pluvial media anual es de 472.04 mm, siendo julio el mes más lluvioso con hasta 96.4 mm (SEDETUR1, 2011). En la zona predomina la vegetación natural de pastizal. Las especies de plantas dominantes son: nopal cardón, nopal duraznillo, xoconoxtles, mezquite, pirul, huizache, palma china, magueyes, garambullos, borrachitas, botijitas y chilitos. En cuanto a la fauna se encuentran conejos, liebres, coyotes, ardillas, urones, tlacuache, gato montés, armadillos y zorrillos; aves como el halcón, zopilotes, aguilillas, lechuzas, tordos, urracas, gavilanes, colibríes, codornices, faizanes, pichones y palomas. En las laderas reptan alicantes, víboras de cascabel, coralillo, trompa de puerco, chirrioneras, culebras, salamandras y escorpiones (Recopilación, 2010).

De acuerdo al Censo de INEGI 2010, la población de Mineral de Pozos es de 2,629 habitantes: 1,255 masculinos y 1,374 femeninos. La Población Económicamente Activa (PEA) total es de 947, la PEA Masculina es de 685 y la PEA femenina es de 262 habitantes.

Mineral de Pozos, que alguna vez ocupó el cuarto lugar entre las cuarenta y cinco municipalidades que integraban el Estado de Guanajuato (De la Tejera,

1984), en sus tiempos de bonanza (1893-1907), es hoy un pueblo que por su ubicación cuenta con ventajas competitivas muy importantes, ya que está muy cerca y bien comunicado con otros centros turísticos ampliamente reconocidos y con importantes corredores industriales. Cuenta con hermosos hoteles que han respetado la arquitectura original y que ofrecen servicios de primera, enfocados al turismo nacional e internacional; más de 10 galerías de distintas disciplinas artísticas, y algo muy atractivo, cuenta con los restos de alrededor de 18 antiguas minas que pueden ser visitadas (SECTUR 5, 2011). Las artesanías típicas del lugar son los instrumentos prehispánicos construidos con las mismas técnicas utilizadas por nuestros ancestros y que se han conservado por generaciones, los cuales se pueden adquirir en los mismos talleres donde son elaborados.

Por todos estos atractivos, cada vez más están llegando a este extraordinario lugar, gente del país, pero sobre todo, del extranjero (Estados Unidos, Canadá y Europa), que se ha enamorado de esta atmósfera tan especial que ofrece Mineral de Pozos a sus visitantes. Personal de la Dirección de Obras Públicas, comentó que se han acercado varios grupos de empresarios que están interesados en invertir en el lugar con diferentes proyectos de desarrollos inmobiliarios y turísticos (Campos, 2011).

#### **IV.2 Análisis FODA de Mineral de Pozos, Gto.**

Se utilizó el Análisis FODA para determinar la situación competitiva de Mineral de Pozos, Gto., en el ámbito turístico nacional, tomando en cuenta que la relación de turistas nacionales con respecto a los extranjeros en México es de 80-20 (Torruco, 2012), como se presenta en el siguiente cuadro:

<b>Factor</b>	<b>Notación</b>	<b>Descripción</b>
<b>Debilidad</b>	D	Posición desfavorable de Mineral de Pozos de carácter interno.
<b>Amenaza</b>	A	Situación desfavorable existente en el entorno.
<b>Fortaleza</b>	F	Posición favorable de Mineral de Pozos de carácter interno.
<b>Oportunidad</b>	O	Situación favorable propiciada por el entorno

Cuadro 4.1 Esquema FODA (DAFO) para Mineral de Pozos, Gto.

Con el fin de lograr el objetivo expuesto en el Capítulo III para Mineral de Pozos, Gto., se realizaron ocho pasos para la construcción de la Matriz de Estrategias, como se describe a continuación:

1. Se elaboró una lista de debilidades.
2. Se elaboró una lista de amenazas.
3. Se elaboró una lista de fortalezas.
4. Se elaboró una lista de oportunidades.
5. Se confrontaron las debilidades con las amenazas y de ahí se generaron las estrategias de supervivencia.
6. Se confrontaron las fortalezas con las amenazas y de ahí se generaron las estrategias defensivas.
7. Se confrontaron las debilidades con las oportunidades y de ahí se generaron las estrategias de reorientación.
8. Se confrontaron las fortalezas con las oportunidades y de ahí se generaron las estrategias ofensivas.

En el presente capítulo se desarrollaron los primeros cuatro pasos. El resto se desarrolló en el siguiente con el fin de generar los resultados.

A continuación se muestran las listas de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades para Mineral de Pozos, Gto., a fines de 2011 y principios de 2012:

Debilidades:

1. Insuficiente oferta de servicios turísticos.
2. Mínima oferta hotelera y restaurantera a precios accesibles para el turismo nacional.
3. Falta de actividades que inviten a los turistas a permanecer por lo menos una noche en el lugar.
4. Migración de la Población Económicamente Activa (PEA) por falta de empleos locales.
5. Insuficiencia de personal capacitado y certificado en servicios turísticos.
6. Existencia mínima de bibliografía histórica y de leyendas que promuevan el interés por conocer el lugar.
7. Desaprovechamiento de los vestigios de las construcciones señoriales mineras en la promoción turística.
8. Falta de mapas del lugar.
9. Importantes construcciones antiquísimas en total abandono y deterioro.
10. Vandalismo en las ruinas existentes debido a la falta de protección y cuidado de lo que queda de importantes edificios y construcciones históricas.
11. Ola de robos a casas habitación y a comercios en los últimos meses y ninguno se ha resuelto.
12. Problemas con la regularización de la tenencia de la tierra.
13. Pobre desempeño en el rescate de monumentos históricos.
14. En el mercado de bienes raíces existen muchos bienes vacantes.
15. Algunos de los habitantes están en contra de que se nombre Pueblo Mágico.
16. En caso de obtener la denominación "Pueblo Mágico" y no cumplir con las reglas de operación puede perder dicho nombramiento.
17. Servicios insuficientes, especialmente con respecto a la distribución de agua potable, apagones frecuentes por fallas en la energía eléctrica y no existe red de drenaje en algunas calles del centro histórico.

Cuadro 4.2 Debilidades.

Amenazas:

1. El deterioro de la economía mundial puede provocar la disminución de la actividad turística.
2. Los efectos del estado de la inseguridad pública existente en el país.
3. Competencia con otros destinos turísticos.
4. Contracción del mercado inmobiliario a nivel mundial.
5. El turismo de internación bajó un 3% y el gasto de este tipo de turista por persona bajó un 4% en 2011 con respecto a 2010 (Torruco, 2012).

Cuadro 4.3 Amenazas.



#### Fortalezas:

1. Vasto patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.
2. Ofrece a sus visitantes paisajes únicos debido a los vestigios de la importante actividad minera que se desarrolló durante los siglos XVI al XIX y principios del siglo XX.
3. Nombramiento de Monumento Histórico desde 1982.
4. Forma parte de la Ruta de la Plata o Camino Real de Tierra Dentro.
5. Cuenta con 1 hotel boutique y 3 hoteles B&B (Bed & Breakfast).
6. Anualmente se llevan a cabo festivales artísticos importantes a nivel nacional, como el Festival del Mariachi, el Festival de la Toltequidad, y el Festival de Blues.
7. La Festividad anual del Señor de los Trabajos, es la fiesta más importante del lugar, la cual congrega miles de peregrinos que llegar en peregrinaciones desde Ciudad de México y Querétaro en autobuses, y caminando desde San Luis de la Paz.
8. Muy probable denominación de "Pueblo Mágico".
9. Su ubicación en el centro del país.
10. Su cercanía con lugares turísticos consolidados como son los que forman parte de la Ruta de la Independencia.
11. Su fácil acceso desde las más importantes vías terrestres del país.
12. Su cercanía a cuatro de los más importantes aeropuertos internacionales del país.
13. Posee minas con factibilidad de explotarse.
14. Escenario natural de películas nacionales e internacionales.
15. Ofrece vistas espectaculares de gran inspiración para fotógrafos, pintores y escultores, entre otros.

Cuadro 4.4 Fortalezas.

#### Oportunidades:

1. Al mexicano de alto poder adquisitivo le gusta ir a los parques temáticos.
2. Reactivación del mercado mundial del mercurio.
3. Existen varios ejemplos exitosos turísticos a nivel mundial.
4. El turismo en México ocupa el tercer lugar en el ingreso de divisas después del petróleo y las remesas recibidas de nuestros paisanos en el extranjero.
5. Desde 1994 inició un interés formal por El Camino de la Plata entre Estados Unidos y México y posteriormente por España, lo cual derivó en el reconocimiento por la UNESCO en el 2010.
6. Corredores industriales cercanos que ofrecen oportunidades de empleo a los habitantes del lugar.

Cuadro 4.5 Oportunidades.

### **IV.3 Mercado de bienes raíces de Pozos, Gto.**

Se recabó información en agencias de bienes raíces del lugar que estuvieron dispuestas a proporcionar los precios de éstos, ya que algunas publicitan sus productos pero no dan acceso a toda la información (Pozos-Real-State, 2011).

DESCRIPCION	PRECIO DLS	SUPERFICIE	CONSTRUCCION	FACHADA
Casa 2 recámaras, 2 baños, 3 chimeneas, piso radiante	\$ 330,000.00	2.5 acres (1 Ha)	100 m2	
Hacienda 2 recámaras+casita, 3 baños, totalmente amueblada	\$ 295,000.00			
Ranchito 1 recámara, 1 baño completo, 1 loft	\$ 249,000.00	10 acres (4 Ha)		
Hotel boutique de lujo, B&B, 7 baños, 5 suits, piscina	\$ 850,000.00	7 acres (2.8 Ha)		
Lujosa villa con 3 recámaras, 4 baños, amplio jardín	\$ 333,000.00	510 m2	360 m2	
Hacienda 4 recámaras, 6 baños, ruinas	\$ 270,000.00	9 acres (3.6 Ha)	325 m2	

1 acre = 4 046.85642 m2, 1 acre=0,405 ha

Cuadro 4.6 Mercado de bienes raíces en Mineral de Pozos, Gto..

#### **IV.4 Caso práctico: Proyecto inmobiliario en Mineral de Pozos, Gto.**

##### **ANTECEDENTES**

El pueblo de Mineral de Pozos, municipio de San Luis de la Paz, Gto., se localiza al noreste del Estado de Guanajuato, a 8 kilómetros de la cabecera municipal.

Mineral de Pozos está contemplado en la Declaratoria Nacional de Zonas de Monumentos Históricos del 27 de julio de 1982. Comprende una superficie de 0.6 Km<sup>2</sup>. Está integrada por 44 manzanas con 68 monumentos históricos protegidos (INAH 2, 2001), incluyendo edificios de valor histórico de los siglos XVIII y XIX (ver Figura 4.2) y conserva los elementos de su antigua traza y la disposición urbana característica de los fundos mineros.

Ubicación: Latitud 21° 12' 26.51 "      Longitud 100° 29' 28.49"

Altitud: Está situado a 2,217 m sobre el nivel del mar.

Los tipos de usos de los inmuebles que se encuentran en esta zona son:

1. Habitacional
2. Comercio
3. Mixto
4. Baldío
5. Ruinas
6. Equipamiento Urbano

Mineral de Pozos forma parte de la Sierra Gorda, por lo cual su topografía está accidentada, en algunas partes con elevaciones pronunciadas y en otras presenta grandes llanos. La vegetación tiene gran importancia en la imagen urbana, constituyendo un valor paisajístico de gran atractivo para los visitantes y residentes. Predominan las ruinas acompañadas por la flora semidesértica.



Figura 4.3. Área decretada como zona de monumentos históricos.  
Fuente: (WERGE)

Los materiales básicos que se emplearon para la construcción de la arquitectura del lugar son en su mayoría originarios del lugar:

- Piedra, principalmente para los cimientos, muros y arroyos de las vialidades.
- Cantera, utilizada para enmarcar elementos arquitectónicos, columnas y algunas decoraciones.
- Adobe, presente en los muros, como son la piedra caliza o caliche y el adobe.
- Cal, empleada para la fabricación de morteros utilizados para unir o asentar mampostería, enladrillados y aplanados.
- Madera, utilizada en techumbres, puertas y ventanas.
- Adobe y piedra caliza (caliche) en los muros.

Las calles están revestidas principalmente de piedra bola, material convencional de la traza de los poblados del siglo XIX.

### JUSTIFICACION

Con respecto a la dinámica turístico-inmobiliaria en México el mercado de viviendas residenciales turísticas ha crecido 100% anual desde 2005, y para el 2010 se calcula que se vendieron alrededor de 15,000 viviendas. El mercado residencial turístico genera alrededor de dos empleos directos por unidad, es decir, unos 30,000 puestos de trabajo anuales a nivel nacional en las 20 principales plazas turísticas del país. La mitad de los compradores, son estadounidenses. En los siguientes 10 años se calcula que se jubilarán 70 millones de ellos, y es este nicho el potencial de segunda casa para México. Se estima que podrían llegar a México entre 5 y 10% de estos retirados. Cabe destacar que San Miguel de Allende en Guanajuato se posiciona en el primer lugar de atracción de retirados en el país y Mineral de Pozos en la posición 17. El comprador mexicano, en general no está pensando en retirarse, sino que tiene entre 30 y 45 años, es gerente de alto nivel o empresario y tiene ingresos anuales de entre 40,000 y 100,000 dólares. Debido al enorme potencial del mercado



regional y del Bajío para Guanajuato en la demanda de productos de segunda casa, como se ha visto en San Miguel Allende, y determinado por el claro crecimiento turístico–inmobiliario hacia esta región, se prevé una alta demanda por productos de recreación y esparcimiento enfocados al turismo nacional (SEDETUR1, 2011).

Se estima que con el nombramiento de Pueblo Mágico, se incrementará la demanda de vivienda en Mineral de Pozos.

### OBJETIVO

Obtener el valor por metro cuadrado ( $m^2$ ) que se puede pagar por un terreno con el fin de que el proyecto sea viable, aplicando el método residual a un terreno susceptible de urbanizar para un fraccionamiento residencial campestre sustentable.

### TERRENO PROPUESTO

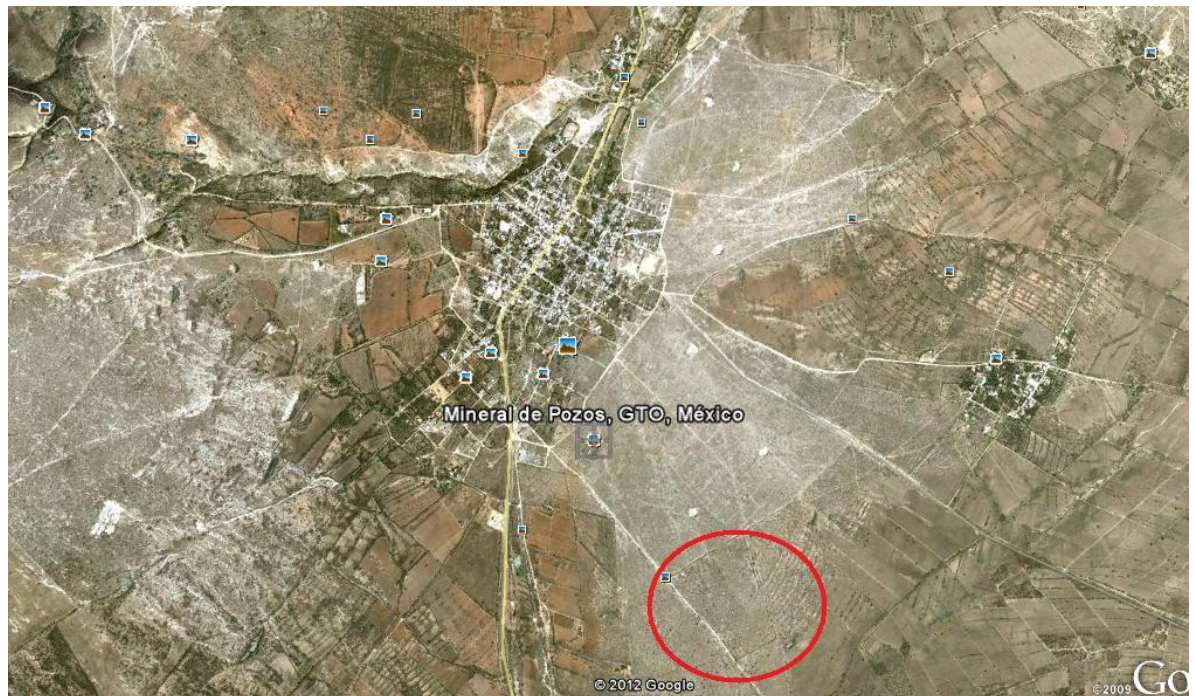


Figura 4.4. Localización del terreno.  
Fuente: (Google Earth, 2012)

## DESCRIPCION DEL TERRENO

Se tiene un terreno de forma irregular, de topografía con pendiente suave uniforme y superficie total de 185,000.00 m<sup>2</sup>, ubicado en Mineral de Pozos, municipio de San Luis de la Paz, Gto., con lote tipo de dimensiones de 30.90 x 30.00 m. Contará con 129,773.00 m<sup>2</sup> de superficie vendible y la diferencia para vialidades y áreas de donación.

## ANALISIS DEL MERCADO

Tomando como base el desarrollo económico y turístico que existe en el estado y principalmente la promoción turística a los pueblos mágicos y a los pueblos mineros, con este proyecto se pretende satisfacer la demanda que existe de desarrollos habitacionales de tipo residencial campestre medio en este lugar. Se considera que la ubicación, topografía, servicios y equipamiento que se proyectan para este predio reúnen todo lo que se requiere para un fraccionamiento de tipo residencial campestre de nivel medio, ya que existe disponibilidad y factibilidad de todos los servicios públicos.

## ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Hasta la fecha se han acercado a las autoridades correspondientes algunos desarrolladores interesados en invertir en Pozos. Sin embargo, todavía no se ha concretado ningún desarrollo inmobiliario (Campos, 2011).

## MERCADO DE FRACCIONAMIENTOS DE TIPO RESIDENCIAL CAMPESTRE

COLONIA	M <sup>2</sup> DE CONSTRUCCION	PRECIO	PRECIO/M <sup>2</sup>
Praderas de la Hacienda (Celaya)	1000	\$ 600,000.00	\$ 600.00
Alamo Country (Celaya)	700	\$ 630,000.00	\$ 900.00
La Malcontenta (San Miguel Allende)	2100	\$ 630,000.00	\$ 300.00
Temazcallis (San Miguel Allende)	1000	\$ 320,000.00	\$ 320.00

Cuadro 4.7 Precios de mercado

## CARACTERISTICAS DEL DESARROLLO

El porcentaje de donación al municipio es de 30% del área total para vialidades y áreas verdes con el fin de obtener los permisos correspondientes.

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SUPERFICIE</b>	<b>%</b>
6	AREAS VERDES	12,600.42	7%
10	CABAÑAS	3,826.31	2%
1	CASA CLUB	2,458.74	1%
5	COMERCIALES	2,012.80	1%
140	HABITACIONALES	122,776.02	66%
	VIALIDADES	41,715.71	23%
		185,390.00	1

Cuadro 4.8 Distribución del terreno

## ESTUDIO TECNICO

- Se consideran calles empedradas con guarnición sin banqueta y barda perimetral del terreno.
- Cada lote generará su cisterna para agua potable con recolección pluvial, así como su fosa séptica.
- Las áreas verdes se conformarán con las plantas nativas del lugar, las cuales corresponden a zonas semidesérticas, respetando el paisaje local y tomando en cuenta su bajo costo de mantenimiento.

A continuación se presentan los datos utilizados para el cálculo del valor del terreno en breña, aplicando el Método Residual.



SUPERFICIE TOTAL	185,390.00	m <sup>2</sup>
SUPERFICIE VENDIBLE	129,773.00	m <sup>2</sup> , 140 LOTES DE 926.95 m <sup>2</sup>
VALOR ANALIZADO COMO ACTUAL DEL CONJUNTO	\$ 55,233,688.66	
CONSIDERANDO UN VALOR UNITARIO EN M2 DE VENTA	\$ 425.62	
DONDE SE PUEDE OBTENER UN CRÉDITO PAGADERO EN 12 MENSUALIDADES, POR	\$ 26,293,492.92	Entregado en el mes cero
CONSIDERANDO UN PRESUPUESTO DE URBANIZACIÓN	\$ 26,293,492.92	Que se invierte en 12 mensualidades iguales
DERECHOS DE CONEXIÓN DE AGUA (\$17.50/m <sup>2</sup> )	\$ 2,271,027.50	Pagadero AL INICIO DEL PROYECTO
DURACION DEL PROYECTO	12	meses
LICENCIAS Y DERECHOS	5.0%	Valor previsto de venta
GASTOS ADMINISTRATIVOS	10%	De las ventas, prorrateado mensualmente en duración del proyecto
VENTA Y PUBLICIDAD	10%	Ventas
COMISIONES BANCARIAS	3.5%	Crédito
TASA DE CREDITO	12%	Anual
TASA DE DESCUENTO	9%	Anual
INDIRECTOS APLICADOS MENSUALMENTE SOBRE EL MONTO DE LA OBRA EJECUTADA	10%	Del costo de la obra
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	25%	Precio de Venta
VENTAS DE CONTADO	100%	

Cuadro 4.9 Información requerida para el cálculo del valor del terreno,

PLAN DE VENTAS DE CONTADO				
MES	LOTES	M <sup>2</sup>	IMPORTE	% DE LOTES
1	18	16,685.10	\$ 7,101,474.26	12.8571%
2	12	11,123.40	\$ 4,734,316.17	8.5714%
3	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
4	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
5	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
6	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
7	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
8	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
9	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
10	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
11	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
12	11	10,196.45	\$ 4,339,789.82	7.8571%
<b>TOTALES</b>	<b>140</b>	<b>129,773.00</b>	<b>\$ 55,233,688.66</b>	<b>100.0000%</b>

Cuadro 4.10 Plan de ventas a un año.

Con base en la información anterior se realizó la proyección financiera a un año, como se muestra en el siguiente cuadro:

**EGRESOS  
TOTALES** (MILES DE PESOS)

Meses	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Conexión de agua	2,271												
Licencias y Derechos	2,762												
Gastos Administrativos		460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460
Venta y Publicidad			710	473	434	434	434	434	434	434	434	434	434
Apertura Crédito	920												
Intereses		263	263	263	263	263	263	263	263	263	263	263	263
Pagos de Crédito		2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191	2,191
Indirectos		219	219	219	219	219	219	219	219	219	219	219	219
<b>Totales</b>	<b>5,953</b>	<b>3,133</b>	<b>3,844</b>	<b>3,607</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>	<b>3,567</b>

**INGRESOS  
TOTALES**

Meses	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Por ventas		7,101	4,734	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340	4,340
Por disposición del crédito	26,293												
<b>Totales</b>	<b>26,293</b>	<b>7,101</b>	<b>4,734</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>	<b>4,340</b>

<b>Ingresos- Egresos</b>	<b>20,341</b>	<b>3,968</b>	<b>891</b>	<b>733</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>	<b>772</b>
------------------------------	---------------	--------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Cuadro 4.11 Proyección financiera.

Para obtener el valor por metro cuadrado se aplicó la fórmula del Valor Presente Neto con el fin de conocer los ingresos mensuales a valor presente, a los cuales se les restó la utilidad antes de impuestos y así se obtuvo el valor del terreno en breña.

Valor Presente Neto	\$ 27,896,082.66
Utilidad antes de impuestos	\$ 13,808,422.17
Valor actual del Predio	\$ 14,087,660.49

<b>Valor Residual por metro cuadrado</b>	<b>\$ 75.99/m<sup>2</sup></b>
--	-------------------------------

## VI. RESULTADOS Y DISCUSION

De acuerdo con el Consejo de Promoción Turística de México "el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo y aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Aporta alrededor del 11% de la producción mundial y genera uno de cada once empleos. Se estima que en los próximos 20 años viajarán por el mundo 1,600 millones de turistas que dejarán una derrama económica de dos millones de millones de dólares" (CPTM, 2011) . Esto significa que, en dos décadas, más de 4 millones de personas cruzarán cada día las fronteras internacionales por motivos de ocio, por asuntos profesionales o con otros fines, como las visitas a amigos y familiares. Tanto los destinos consolidados como los nuevos pueden beneficiarse de esta tendencia, siempre que creen las condiciones y políticas adecuadas en lo que respecta al entorno empresarial, la infraestructura, la facilitación, el marketing y los recursos humanos.

Ante este panorama Mineral de Pozos debe aprovechar todo su potencial para desarrollar su propia sustentabilidad basada en el turismo y de esta manera generar las suficientes fuentes de empleo que promuevan el arraigo y densificación poblacional.

A continuación se presentan las diferentes matrices de confrontación, con el fin de generar las estrategias que se proponen para lograr el objetivo enunciado:

### V.1 Matrices de confrontación - acciones a ejecutar

**Supervivencia DA** Eluden los efectos que la amenaza "y" tiene sobre las debilidades "x".

<b>Amenazas</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Estrategias de Supervivencia</b>
1. El deterioro de la economía mundial puede provocar la disminución de la actividad turística.	2. Mínima oferta hotelera y restaurantera a precios accesibles para el turismo nacional.	1. Buscar atraer turismo nacional aumentando la oferta de servicios turísticos orientados a este segmento.
2. Los efectos del estado de la inseguridad pública existente en el país	11. Ola de robos a casas habitación y a comercios en los últimos meses y ninguno se ha resuelto.	2. Establecer medidas que brinden seguridad a los lugareños y que esto se transmita al turista.
3. Competencia con otros destinos turísticos.	5. Insuficiencia de personal capacitado y certificado en servicios turísticos. 6. Existencia mínima de bibliografía histórica y de leyendas que promuevan el interés por conocer el lugar. 7. Desaprovechamiento de los vestigios de las construcciones señoriales mineras en la promoción turística. 8. Falta de mapas del lugar. 13. Pobre desempeño en el rescate de monumentos históricos.	3. Buscar la diferenciación y promover la identidad de los principales atractivos del lugar. 4. Dar prioridad al rescate de los monumentos históricos.
4. Contracción del mercado inmobiliario a nivel mundial.	14. En el mercado de bienes raíces existen muchos bienes vacantes. 17. Servicios insuficientes, especialmente con respecto a la distribución de agua potable, apagones frecuentes por fallas en la energía eléctrica y no existe red de drenaje en algunas calles del centro histórico.	5. Potenciar el mercado valuatorio como instrumento para la regularización de la tenencia de la tierra. 6. Proporcionar un entorno que ofrezca seguridad y atractivos a los desarrolladores de complejos turísticos y habitacionales.
5. El turismo de internación bajó un 3% y el gasto de este tipo de turista por persona bajó un 4% en 2011 con respecto a 2010 (Torruco, 2012).	1. Insuficiente oferta de servicios turísticos.	7. Incrementar la oferta de servicios turísticos de calidad a precios accesibles.

Cuadro 5.1 Estrategias de supervivencia.

**Defensiva**      **FA**    Responden a la amenaza "y" empleando la fortaleza "x".

<b>Amenazas</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategias Defensivas</b>
1. El deterioro de la economía mundial puede provocar la disminución de la actividad turística.	8. Muy probable denominación de "Pueblo Mágico". 9. Su ubicación en el centro del país. 10. Su cercanía con lugares turísticos consolidados como son los que forman parte de la Ruta de la Independencia. 11. Su fácil acceso desde las más importantes vías terrestres del país. 12. Su cercanía a cuatro de los más importantes aeropuertos internacionales del país.	1. Promover el potencial turístico de Pozos, resaltando su calidad de Pueblo Mágico y sus ventajas competitivas de ubicación, fácil acceso y conectividad y su cercanía a diferentes destinos turísticos consolidados.
3. Competencia con otros destinos turísticos.	1. Vasto patrimonio arquitectónico, histórico y cultural. 2. Ofrece a sus visitantes paisajes únicos debido a los vestigios de la importante actividad minera que se desarrolló durante los siglos XVI al XIX y principios del siglo XX. 3. Forma parte de la Ruta de la Plata o Camino Real de Tierra Dentro. 4. Anualmente se llevan a cabo festivales artísticos importantes a nivel nacional, como el Festival del Mariachi, el Festival de la Toltequidad, y el Festival de Blues.	2. Promover a Pozos como un lugar que ofrece una rica herencia minera con historia y arquitectura únicas, enfatizando sus cualidades de Pueblo Mágico y su lugar en el Camino de la Plata, así como los festivales que sistemáticamente se realizan cada año, algunos de ellos únicos en su tipo.
4. Contracción del mercado inmobiliario a nivel mundial.	9. Su ubicación en el centro del país. 11. Su fácil acceso desde las más importantes vías terrestres del país. 12. Su cercanía a cuatro de los más importantes aeropuertos internacionales del país.	3. Promover a Pozos como un lugar ubicado en el centro de México, conectado con las principales carreteras y a 1 o 2 horas de distancia de los principales aeropuertos del país.
5. El turismo de internación bajó un 3% y el gasto de este tipo de turista por persona bajó un 4% en 2011 con respecto a 2010 (Torruco, 2012).	5. Cuenta con 1 hotel boutique y 3 hoteles B&B (Bed & Breakfast). 6. Anualmente se llevan a cabo festivales artísticos importantes a nivel nacional, como el Festival del Mariachi, el Festival de la Toltequidad, y el Festival de Blues. 7. La Festividad anual del Señor de los Trabajos, es la fiesta más importante del lugar.	4. Promover a Pozos como un lugar que ofrece servicios y atractivos de primera calidad únicos en su tipo.

Cuadro 5.2 Estrategias defensivas.

**Reorientación DO** Aprovechan las oportunidad "y" para corregir la debilidad "x".

Oportunidades	Debilidades	Estrategias de Reorientación
1. Al mexicano de alto poder adquisitivo le gusta visitar los parques temáticos.	1. Insuficiente oferta de servicios turísticos. 3. Falta de actividades que inviten a los turistas a permanecer por lo menos una noche en el lugar. 6. Existencia mínima de bibliografía histórica y de leyendas que promuevan el interés por conocer el lugar. 7. Desaprovechamiento de los vestigios de las construcciones señoriales mineras en la promoción turística. 8. Falta de mapas del lugar. 9. Importantes construcciones antiquísimas en total abandono y deterioro. 10. Vandalismo en las ruinas existentes debido a la falta de protección y cuidado de lo que queda de importantes edificios y construcciones históricas. 13. Pobre desempeño en el rescate de monumentos históricos.	1. Urge que se ejecuten las obras propuestas en el Programa Parcial de Desarrollo Urbano Turístico de Mineral de Pozos, publicado en el Periódico Oficial del Estado de Guanajuato, el 27 de mayo de 2011 (SEDETUR1, 2011), y que se estructure un muy buen programa de difusión de Pozos como un centro turístico que vale la pena visitar y/o residir en él.
3. Existen varios ejemplos exitosos turísticos a nivel mundial.	15. Algunos de los habitantes están en contra de que se nombre Pueblo Mágico.	2. Es muy importante que exista una estrecha vinculación entre las instituciones públicas participantes con los habitantes del lugar para que las obras que se ejecuten beneficien a los lugareños.
4. El turismo en México ocupa el tercer lugar en el ingreso de divisas después del petróleo y las remesas recibidas de nuestros paisanos en el extranjero.	4. Migración de la Población Económicamente Activa (PEA) por falta de empleos locales. 5. Insuficiencia de personal capacitado y certificado en servicios turísticos.	3. Establecer programas de capacitación a los habitantes del lugar para ofrecer servicios turísticos de calidad, que generen círculos virtuosos a través de la creación de empleos y mayor atracción de turistas.
6. Corredores industriales cercanos que ofrecen oportunidades de empleo a los habitantes del lugar.	4. Migración de la Población Económicamente Activa (PEA) por falta de empleos locales.	4. Establecer vínculos con los sectores industrial y comercial para que realicen sus reuniones de trabajo y capacitación en Pozos, enfatizando la atmósfera que brinda un lugar como éste para tal fin.

Cuadro 5.3 Estrategias de reorientación.

**Ofensiva**      **FO**    Aprovechan la oportunidad "y" para aumentar la fuerza "x".

<b>Oportunidades</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategias Ofensivas</b>
1. Al mexicano de alto poder adquisitivo le gusta ir a los parques temáticos.	1. Vasto patrimonio arquitectónico, histórico y cultural. 2. Ofrece a sus visitantes paisajes únicos debido a los vestigios de la importante actividad minera que se desarrolló durante los siglos XVI al XIX y principios del siglo XX. 3. Nombramiento de Monumento Histórico desde 1982. 4. Forma parte de la Ruta de la Plata o Camino Real de Tierra Dentro Histórico desde 1982.	1. Promover a Pozos como un lugar que ofrece una rica herencia minera con historia y arquitectura únicas, enfatizando sus cualidades de Pueblo Mágico y su lugar en el Camino Real de Tierra Dentro, su riqueza cultural, así como los festivales que sistemáticamente se realizan cada año.
2. Reactivación del mercado mundial del mercurio.	13. Posee minas con factibilidad de explotarse.	2. Buscar empresas mineras que puedan interesarse en este mercado para generar más fuentes de empleo.
3. El turismo en México ocupa el tercer lugar en el ingreso de divisas después del petróleo y las remesas recibidas de nuestros paisanos en el extranjero.	8. Muy probable denominación de "Pueblo Mágico". 10. Su cercanía con lugares turísticos consolidados como son los que forman parte de la Ruta de la Independencia. 11. Su fácil acceso desde las más importantes vías terrestres del país. 12. Su cercanía a cuatro de los más importantes aeropuertos internacionales del país. 14. Escenario natural de películas nacionales e internacionales. 15. Ofrece vistas espectaculares de gran inspiración para fotógrafos, pintores y escultores, entre otros.	3. Elaborar un muy buen plan de marketing para promover a Mineral de Pozos en los mercados nacional y extranjero.
5. Desde 1994 inició un interés formal por El Camino de la Plata entre Estados Unidos y México así como por España, lo cual derivó en el reconocimiento por la UNESCO en el 2010.	4. Forma parte de la Ruta de la Plata o Camino Real de Tierra Dentro.	4. Establecer convenios de apoyo con los diferentes organismos en España, EUA y México creados especialmente para recuperar esta Ruta.

Cuadro 5.4 Estrategias ofensivas.

Si se toma en cuenta que el turismo en México ocupa el tercer lugar en ingresos de divisas, sólo después de las que generan el petróleo y las remesas que se reciben del extranjero por los connacionales (Torruco, 2012), salta a la vista la importancia que este sector tiene en la vida económica del país. Es por eso que la meta del Gobierno Federal es colocar a México como el quinto destino turístico a nivel mundial en el año 2018 (SECTUR 6, 2011).

En el primer semestre de 2010, México se ubicó en el lugar 10 en llegadas de turistas internacionales y en el lugar 20 en ingreso de divisas por turismo internacional. Además, se estima que el número de empleos directos generados por el sector sea de 2.1 millones de trabajadores (CPTM, 2011). El turismo en México representa el 7.7% del PIB nacional, con una inversión del sector privado de 3,526 millones de dólares (Colorado, 2011).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo, en 2011 nuestro país registró una cifra histórica en turistas nacionales e internacionales, ya que cerca de 190 millones de visitantes recorrieron los atractivos de México. Esta cifra, representa un crecimiento del 3.7% con respecto al 2010, como se aprecia en el Cuadro 5.5, el cual registró 183.2 millones de turistas nacionales e internacionales. En relación al 2008 –año considerado como el mejor en la historia del sector- es de 2.3%. (SECTUR 7, 2012).

AÑO	TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES	INCREMENTOS	TURISTAS NACIONALES	% DEL TOTAL	TURISTAS INTERNACIONALES	% DEL TOTAL
2008	185.7	-	163.1	88%	22.6	12%
2009	171.8	-7.5%	150.3	87%	21.5	13%
2010	183.2	6.6%	160.9	88%	22.3	12%
2011	190.0	3.7%	167.3	88%	22.7	12%

Cuadro 5.5 Comportamiento del turismo en México (cifras en millones de pesos).  
Fuente: Elaboración propia a partir de (SECTUR 7, 2012)



## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Mineral de Pozos posee los atributos suficientes para participar en el sector turístico, tan competido en la actualidad, tanto a nivel nacional como internacional. Pozos cumple con los requisitos que marcan las Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos (SECTUR 1, 2011), entre los que destacan: la Declaratoria de "Zona de Monumentos Históricos"; la localidad deberá estar ubicada a una distancia no superior a los 200 Km., o el equivalente a 2 horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado como son las ciudades de San Miguel Allende, Guanajuato y Querétaro; cuenta con un atractivo turístico simbólico como pueden ser los Hornos Jesuitas y con atractivos turísticos diferenciados constituidos por los vestigios arquitectónicos de la importante actividad minera que se desarrolló entre los siglos XVI y XX; fiestas y tradiciones como la Fiesta del Señor de los Trabajos, la Fiesta de la Toltequidad, el Festival del Mariachi, el Festival de Blues, entre otros; producción artesanal de instrumentos musicales prehispánicos; factibilidad para la comercialización turística y muy buena accesibilidad terrestre debido a su excelente ubicación geográfica.

En el transcurso de la elaboración del presente trabajo, el 16 de febrero de 2012, se dio el nombramiento de "Pueblo Mágico" para Pozos y así quedó incluido dentro de este selecto grupo como el número 49 (SECTUR 9, 2012), ya que en el marco de la Quinta Reunión Nacional de Pueblos Mágicos en Colima, que se llevó a cabo el 26 de mayo de 2011, la Secretaria de Turismo Gloria Guevara Manzo, anunció que el número de Pueblos Mágicos será topado a 52. Cabe mencionar que de 2007 a 2011 la Secretaría de Turismo destinó 818.7 millones de pesos para el programa de Pueblos Mágicos, lo que permitió detonar inversiones por 1,862.8 millones de pesos para beneficio de éstos. Una vez obtenido el distintivo de "Pueblo Mágico", Pozos recibirá recursos federales principalmente para equipamiento urbano y tendrá el reto de mantener tal distintivo, ya que la Secretaría de Turismo (SECTUR), examina cada año el desempeño de todos y cada uno de los Pueblos Mágicos para determinar si

siguen siendo acreedores a dicho nombramiento. Si alguno no cumple con las reglas de operación de la SECTUR, éste se queda sin el nombramiento de Pueblo Mágico inmediatamente. Un incentivo muy importante que tendrá Pozos será el de tratar de obtener un premio de 10 millones de pesos que anualmente otorgará el Gobierno Federal al Pueblo Mágico que presente el mejor proyecto turístico, con el fin de promover la competitividad entre éstos y así estimular la creatividad, la innovación, la calidad y el trato al turista (SECTUR 6, 2011).



Figura 6.1 Nombramiento "Pueblo Mágico" a Mineral de Pozos, Gto.

Una gran ventaja que debe aprovechar Mineral de Pozos es la de estar situado dentro de La Ruta de la Plata. Se debe luchar por su inclusión a los lugares reconocidos por la UNESCO y de esta manera participar de los beneficios de pertenecer al Camino Real de Tierra Dentro, Patrimonio Cultural de la Humanidad. Para Mineral de Pozos implicaría participar con un grupo de lugares que comparten un objetivo común: un proyecto de desarrollo turístico regional con casi tres mil kilómetros de longitud, que pueda fomentar el desarrollo integrado y sostenible de la zona, con lo cual se eleve el nivel y calidad de vida de las poblaciones. Ya en el inicio de su explotación sistemática, la plata, en su

búsqueda, beneficio y utilidad, propició el primer proceso de globalización de la economía. La plata y las rutas por donde ésta fluyó originaron la formación del mundo moderno. Los itinerarios culturales generan un desarrollo regional desde el punto de vista cultural y económico, si se plantea de manera sustentable el arribo de turistas que tienen a su alcance caminos empedrados, monumentos, museos, pueblos, conventos, haciendas, puentes, templos, historias y tradiciones de un camino que fue escenario principal del surgimiento de la nación mexicana.

En el marco de la III Tercera Jornada de Planeación del Camino Real de Tierra Dentro, celebrada en Lagos de Moreno, Jal., el 31 de marzo de 2012, el gobernador de Durango, Herrera Caldera, dijo que esta histórica ruta es una oportunidad para fomentar las alianzas entre los estados que la conforman para atraer y promover el turismo, generar empleos e impulsar la riqueza cultural y arquitectónica de este recorrido. Ante los representantes de 11 estados, Herrera Caldera dijo que en este año, Durango invertirá más de 130 millones de pesos en infraestructura turística y cultural, pero reiteró que en el 2013 es necesaria la autorización de recursos especiales a la ruta Camino Real Tierra Dentro y que ésta es la oportunidad de insertarnos como una excelente oferta cultural y turística, detonando el desarrollo económico y social de nuestras regiones y estados (OEM, 2012).

Otra gran oportunidad que tiene Pozos es que puede participar en el nuevo proyecto del Gobierno del Estado de Guanajuato denominado "Pueblos del Misterio", en donde la magia y esplendor de varias comunidades en las que confluyen la cultura chichimeca, la minería y una región cristera, quedaron unificadas, y con el cual se impulsa el liderazgo turístico de la entidad. (Azteca21, 2011).

Este esquema recuperará y dará vida a los pueblos mineros más antiguos de la entidad, con el incentivo de que serán administrados por sus propios pobladores, quienes durante años, vivieron una gran marginación en sus comunidades. La época de bonanza de estos pueblos mineros finalizó a principios

del siglo pasado cuando se agotó su veta, aunado a la revolución y la guerra cristera. En el ocaso de su vida, surge su misterio. De 14 pueblos mineros en espera de un modelo de desarrollo, cinco ya se han recuperado. En estos lugares esperan desarrollar el turismo cultural, de aventura, rural y ecuestre. El proyecto abrirá sus puertas a finales de agosto o principios de septiembre de este año. (Sandoval, 2012)

El proyecto de los Pueblos del Misterio comprende tres áreas primordiales: el desarrollo de las comunidades mineras, con lo que se traen oportunidades alternativas a los pobladores de la zona para tener una mejor calidad de vida; el rescate del patrimonio histórico, arquitectónico y cultural deteriorado por siglos, y el desarrollo de un modelo económico que brinde sustentabilidad a largo plazo a la atracción de turismo en la región. Al firmar el acta de constitución de la Fundación para el Desarrollo de los Pueblos Mineros de Guanajuato A.C. (FUNDEMIN), se da un paso fundamental en la promoción del patrimonio cultural, histórico y artístico, reconoció el gobernador, Juan Manuel Oliva Ramírez, ya que a partir de este momento, tiene la misión de impulsar, operar, promover y coordinar los proyectos de inversión que detonen la ruta turística de los pueblos mineros de la entidad. Por lo que respecta a Pozos, se está trabajando en el proyecto denominado Pueblo de los Oficios (Hobbie Town), en el cual se invirtieron 54.8 millones de pesos. Este proyecto se diseñó de manera sustentable, por lo que se espera que ya operando en su madurez, genere a la fundación 5 millones anuales, que se invertirán en el rescate del patrimonio de la región y en la generación de proyectos sustentables para la comunidad. (Azteca21, 2011).

El turismo religioso es un sector de gran relevancia en Mineral de Pozos debido a la fiesta patronal de El Señor de los Trabajos que se celebra en fecha variable correspondiente a la celebración católica del Jueves de la Ascensión. Por la gran cantidad de peregrinos que llegan al lugar entre el jueves y el domingo siguiente, es muy importante que se construya una infraestructura que permita

recibir a este gran número de visitantes con servicios dignos y a precios accesibles.

Como se vio en el capítulo anterior en el Cuadro 5.5, a través de la república mexicana se desplaza un 88% de turistas nacionales, contra un 12% de turistas internacionales. Por esta razón se deben replantear los planes de acción tendientes a atender al mercado turístico doméstico, el cual muchas veces no es tratado con la misma calidad de servicio que el turista extranjero. Por otro lado, si no hay pernocta, entonces se debe buscar la manera de organizar eventos que inviten al turista a permanecer por lo menos una noche en el lugar, por ejemplo, ofreciendo eventos de luz y sonido en alguna mina.

Otro punto muy importante es buscar la manera de que los turistas, especialmente los extranjeros, incrementen su gasto en el lugar, ofreciendo productos atractivos que los motiven a comprar.

Con el nombramiento obtenido de Pueblo Mágico se incrementó la promoción de Pozos, no sólo a nivel nacional sino internacional. Como ejemplo encontramos el artículo de Alice Gordon: "Insider Hidden Mexico", en la prestigiada revista del turismo mundial TRAVEL+LEISURE, donde comenta que Mineral de Pozos es el siguiente San Miguel de Allende o San Miguelito, como es conocido también por los turistas extranjeros, ya que a partir de los 80's en que fue descubierto por artistas extranjeros, varios se han establecido en el lugar y han abierto sus talleres y galerías. Además, un número creciente de mexicanos están adquiriendo propiedades inmobiliarias para fines de semana y vacaciones. Pozos es un lugar lleno de misterio y tranquilidad alejado de todo lo negativo de México que se da a conocer a través de los medios de comunicación en el extranjero (Gordon, 2011). Esta información la corroboraron los hoteleros del lugar, quienes cada fin de semana reciben huéspedes que vienen con el propósito de comprar alguna casa o terreno en Pozos, lo cual amplía el campo de acción del trabajo valuatorio como apoyo para regularizar la seguridad jurídica de la tenencia de la tierra y en la adquisición de bienes en general.

Se ha abierto un nuevo horizonte en Pozos, ya que tiene todo para apostarle al turismo cultural y de aventura, para ser promovido como un lugar que ofrece una rica herencia minera con historia y arquitectura únicas, enfatizando sus cualidades de Pueblo Mágico y su lugar en el Camino de la Plata, así como los festivales que sistemáticamente se realizan cada año, algunos de ellos únicos en su tipo.

Se demuestra la hipótesis en el estudio actual con el aumento en el interés de inversionistas que pretenden desarrollar complejos turísticos y habitacionales, los cuales generarán fuentes de empleo para los habitantes del lugar, con la consecuencia lógica de que éstos se sentirán orgullosos y satisfechos de vivir en un pueblo mágico como Mineral de Pozos, Gto.

## LITERATURA CITADA

- Arroyo, C. (28 de noviembre de 2011). *México desconocido online*. Recuperado el 28 de noviembre de 2011, de [www.mexicodesconocido.com.mx](http://www.mexicodesconocido.com.mx): <http://www.mexicodesconocido.com.mx/mineral-de-pozos-el-fantasma-de-un-emporio-minero.html>
- Azteca21. (3 de Octubre de 2011). *Pueblos del Misterio*. Recuperado el 4 de Abril de 2012, de [www.azteca21.com](http://www.azteca21.com): <http://www.azteca21.com/n/index.php/viajes/puebloando/15398-la-cultura-chichimeca-la-mineria-y-una-region-cristera-conforman-qpueblos-del-misterioq-proyecto-para-impulsar-el-turismo-en-guanajuato>
- Bergman, J. (2011). Un encanto antiguo en la China Moderna. *The New York Times*.
- Borello, M. P. (1994). *El Plan de Negocios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Brenes, L. (2011). *Dirección Estratégica para Organizaciones Inteligentes*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Campos, A. T. (junio de 2011). Jefe del Depto. de Obras, Dirección de Obras Públicas del Mpio. de San Luis de la Paz, Gto.
- Colorado, A. (2011). *Competitividad de los destinos turísticos, una tarea compartida*. Tlaxcala, Tlax.: SECTUR.
- CONACULTA1. (s.f.). *Monumentos Históricos de Guanajuato*. Recuperado el 13 de mayo de 2011, de [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx).
- CONACULTA2. (s.f.). *www.conaculta.gob.mx. Conaculta*. Recuperado el 18 de 5 de 2011, de [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx).
- CONACULTA-INAH . (2010). *Camino Real de Tierra Adentro*. Recuperado el 2 de Febrero de 2011, de [www.elcaminoreal.inah.gob.mx](http://www.elcaminoreal.inah.gob.mx): <http://www.elcaminoreal.inah.gob.mx/>
- CPTM. (2011). Panorama del Sector Turístico en México. *Consejo de Promoción Turística de México*, [www.cptm.com.mx](http://www.cptm.com.mx).
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Educación.
- De la Tejera, F. (1984). *Mineral de Pozos*. Mineral de Pozos, Gto.
- DOF. (27 de Julio de 1982). Decreto de Zona de Monumentos Históricos de Mineral de Pozos, Gto. *Diario Oficial de la Federación*, págs. TOMO CCCLXXIII, No. 19, Pág.17.
- DOF. (9 de Abril de 2012). Código Civil Federal. *Diario Oficial de la Federación*, pág. Art 774.
- Fomento Económico, D. d. (2008). *Compilación de la historia de San Luis de la Paz*. San Luis de la Paz, Gto.: Dirección de Fomento Económico del Mpio.
- Google Earth. (25 de julio de 2012). *Google Earth*. Obtenido de [kh.google.com](http://kh.google.com).
- Gordon, A. (2011). Insider Hidden Mexico. *Travel+Leisure*, 63-66.
- Guanajuato. (2010). *Programa Sectorial del Turismo 2010 Guanajuato*. Guanajuato, Gto.: Gobierno del Estado de Guanajuato.
- Harper, S. (1 de Agosto de 2010). El Camino Real de Tierra Adentro, es Patrimonio de la Humanidad. *Ciudadanía Express*, págs. <http://ciudadania->

- express.com/2010/08/01/el-camino-real-de-tierra-adentro-es-patrimonio-de-la-humanidad/.
- ICOMOS. (2011). *Camino Real de Tierra Adentro (México) No 1351*. Recuperado el 22 de Febrero de 2012, de whc.unesco.org: [http://whc.unesco.org/archive/advisory\\_body\\_evaluation/1351.pdf](http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/1351.pdf)
- INAH 1. (2011). *Manual General de Organización del INAH*. México, D.F.: Diario Oficial de la Federación.
- INAH 2. (2001). *Estudio y Delimitación de Zonas de Monumentos Históricos*. Ciudad de México: INAH.
- INCUNA. (2008). *LOS CAMINOS DE LA PLATA EN ESPAÑA Y AMERICA*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2011, de [www.loscaminosdelaplata.com](http://www.loscaminosdelaplata.com): [http://www.loscaminosdelaplata.com/v\\_portal/apartados/pl\\_basica.asp?te=53](http://www.loscaminosdelaplata.com/v_portal/apartados/pl_basica.asp?te=53)
- INEGI 1. (2011). *Cuéntame INEGI*. Obtenido de [cuentame.inegi.org.mx](http://cuentame.inegi.org.mx): <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/economia/pib.aspx?tema=me&e=11>
- INEGI 2. (2009). *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos*. San Luis de la Paz, Gto.
- INEGI 3. (2010). *Censo 2010*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Jiménez, D. (5 de Julio de 2006). *elmundo.es ciencia y ecología*. Obtenido de [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es): <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/07/03/ciencia/1151918130.html>
- Jiménez, I. (1 de Enero de 2008). *CNN EXPANSIÓN*. Recuperado el 12 de Abril de 2012, de [www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com): <http://www.cnnexpansion.com/manufactura/actualidad/empresas-sustentables>
- Maeso, E. (2003). *Presente y futuro de los servicios logísticos en Andalucía*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Mapcal. (1995). *El diagnóstico de la empresa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Metzger, M., & Donaire, V. (2007). *Gerencia Estratégica de Mercadeo*. México, D. F.: International Thomson Editores, S.A. de C.V.
- Mpio. S L de la Paz. (2010). *Monografía de San Luis de la Paz, Nación Chichimeca*. San Luis de la Paz, Gto.: México 2010 Guanajuato.
- OEM. (31 de Marzo de 2012). *El Sol de Durango*. Obtenido de [www.oem.com.mx](http://www.oem.com.mx): <http://www.oem.com.mx/elsoldedurango/notas/n2487854.htm>
- OMT1. (24 de Abril de 2012). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://unwto.org/es>: <http://unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- OMT2. (24 de Abril de 2012). *Antecedentes y objetivos*. Obtenido de [step.unwto.org](http://step.unwto.org): <http://step.unwto.org/es/content/antecedentes-y-objetivos>
- OMT3. (24 de Abril de 2012). *El turismo y la atenuación de la pobreza*. Obtenido de [step.unwto.org](http://step.unwto.org): <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>
- OMT4. (1989). *Declaración de La Haya sobre turismo 1989*. Obtenido de [bidaietiko.wordpress.com](http://bidaietiko.wordpress.com): <http://bidaietiko.wordpress.com/2010/12/19/declaracion-de-la-haya-sobre-turismo-1989>



- Pons G, J. M. (s.f.). *La Bonanza Minera en Pozos, Guanajuato*. Mineral de Pozos,, Gto.
- Powell, P. W. (1984). *La Guerra Chichimeca (1150-1600)*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Pozos-Real-State. (13 de noviembre de 2011). *Pozos Real Estate*. Recuperado el 13 de noviembre de 2011, de [www.pozosrealestate.com](http://www.pozosrealestate.com): <http://www.pozosrealestate.com/home/>
- Pozos-Realty, I. (2011). *Real State en Mineral de Pozos*. Inmobiliaria Pozos Realty. Recuperado el 18 de mayo de 2011, de [www.pozosrealty.com.mx](http://www.pozosrealty.com.mx).
- REA, R. A. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: ESPASA-CALPE.
- Recopilación. (2010). *Historia de San Luis y Hechos Históricos y Pozos, Gto*. San Luis de la Paz, Gto.: Presidencia Municipal.
- Rodríguez, J. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana emepresa*. International Thomson Editores, S.A. de C.V.
- San Luis de la Paz, M. (2011). [www.sanluisdelapaz.guanajuato.gob.mx](http://www.sanluisdelapaz.guanajuato.gob.mx). *San Luis de la Paz, Gto*. Recuperado el 18 de 5 de 2011
- Sandoval, A. (28 de Marzo de 2012). *Periódico Correo*. Obtenido de [www.periodicocorreo.com.mx](http://www.periodicocorreo.com.mx): <http://www.periodicocorreo.com.mx/negocios/27927-impulsan-en-vallarta-pueblos-del-misterio.html>
- SDE. (2011). [www.sde.guanajuato.gob.mx](http://www.sde.guanajuato.gob.mx). *Secretaría de Desarrollo Económico de Guanajuato*. Recuperado el 18 de 5 de 2011
- SECTUR 1. (2011). *Pueblos Mágicos, Reglas de Operación*. Recuperado el 18 de mayo de 2011, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx).
- SECTUR 2. (2011). Demografía; SECTUR y Gobierno del Estado de Guanajuato. *Real Estate Market & Lifestyle*, 36.
- SECTUR 3. (2011). Ruta Cultural Camino Real de Tierra Adentro. *méxico* [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com), 1-24.
- SECTUR 4. (19 de abril de 2009). *Secretaría de Turismo, Boletín Informativo 039/2009*. Recuperado el 26 de mayo de 2011, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx): [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Boletin\\_039\\_Avanzan\\_Desarrollos\\_Turisticos\\_de](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_039_Avanzan_Desarrollos_Turisticos_de)
- SECTUR 5. (2011). Mineral de Pozos; Gobierno del Estado de Guanajuato. *Real Estate Market & Lifestyle*, 26.
- SECTUR 6. (26 de mayo de 2011). *Secretaría de Turismo, México ( Boletín Informativo 091/2011)*. Recuperado el 26 de mayo de 2011, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx): [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin\\_91](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_91)
- SECTUR 7. (12 de Febrero de 2012). *Secretaría de Turismo, México, Boletín Informativo 025/2012*. Recuperado el 13 de Febrero de 2012, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx): [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Boletin\\_025](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_025)
- SECTUR 8. (13 de noviembre de 2011). *Secretaría de Turismo, México, Boletín Informativo 208/2011*. Recuperado el 14 de noviembre de 2011, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), Sala de Prensa: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin\\_208](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_208)
- SEDETUR 1. (27 de Mayo de 2011). Programa Parcial de Desarrollo Urbano Turístico de Mineral de Pozos, Gto. *Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guanajuato*, págs. 18-134.

- SEDETUR 2. (22 de 11 de 2011). *Secretaría de Desarrollo Turístico del Edo de Guanajuato*. Recuperado el 22 de 11 de 2011, de [www.gtoexperience.mx](http://www.gtoexperience.mx): <http://www.gtoexperience.mx/top-300-plus/recursos-turisticos/minas/item/mina-cinco-senores>
- SEDETUR 3. (2011). *Secretaría de Desarrollo Turístico*. Obtenido de [www.gtoexperience.mx](http://www.gtoexperience.mx): <http://www.gtoexperience.mx/top-300-plus/recursos-turisticos/minas/item/mina-cinco-senores>
- SEDETUR 4, G. (2011). *Secretaría de Desarrollo Turístico, de Guanajuato*. Recuperado el 3 de noviembre de 2011, de GtoExperience: <http://www.gtoexperience.mx/destinos/norte-del-estado>
- SEDETUR 5. (2011). [www.sedetur.vamosaguanajuato.com](http://www.sedetur.vamosaguanajuato.com). *SEDETUR*. Recuperado el 18 de 5 de 2011
- SPN, S. d. (1971). Acuerdo de la incorporación provisional a las reservas mineras nacionales de Pozos, Gto. *Diario Oficial de la Federación*, Tomo CCCV, No. 4, P g. 3.
- Torruco, M. P. (10 de Enero de 2012). Platicando con Alazraki, Canal de TV Proyecto 40. (C. Alazraki, Entrevistador)
- UNESCO. (1 de Agosto de 2010). [whc.unesco.org](http://whc.unesco.org). Recuperado el 28 de Octubre de 2011, de UNESCO World Heritage Centre website : <http://whc.unesco.org/en/news/645>
- Universidad de Cádiz. (2012). *Análisis DAFO*. Recuperado el 7 de enero de 2012, de Centro Integrado de Tecnologías de Información, Universidad de Cádiz, España.: <http://www2.uca.es/serv/dafo/DAFOhelp.html>
- Vasconcelos, E. (2011). *Sufragio Efectivo, No Reelección! A Cien Años, Vigente*. Querétaro, Qro.: Facultad de Ingeniería, UAQ.
- Wagner L, H. (2011). Prevé PROFEPA apertura de 200 minas de mercurio. *Diario de Querétaro*, 13A.
- WERGE. (s.f.). *Manual de conservación del poblado de Mineral de Pozos en San Luis de la Paz, Gto*. Guanajuato: Guanajuato Patrimonio de la Humanidad AC.
- Zabala, H. (2005). *Planeaciónn estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Colombia: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Educación.
- Zambrano, A. (2007). *Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Zenit. (24 de Abril de 2012). [zenit.org](http://zenit.org). Obtenido de [zenit.org](http://zenit.org): <http://zenit.org/spanish>

# **APENDICE**

## APENDICE No. 1

### **BOLETÍN 039 AVANZAN DESARROLLOS TURÍSTICOS DE LUJO EN SAN MIGUEL DE ALLENDE**

México, D.F; domingo 19 de abril 2009.

Boletín Informativo 039/2009.

#### **AVANZAN DESARROLLOS TURÍSTICOS DE LUJO EN SAN MIGUEL DE ALLENDE**

■ Nuevos desarrollos, como el complejo “Artesana” que contempla una inversión privada de 198 millones de dólares en San Miguel de Allende, darán una nueva alternativa para el Turismo Premium nacional y extranjero.

■ El Secretario de Turismo destacó que, en cuanto a la inversión realizada por el Gobierno Federal y del Estado para proyectos turísticos, este año se detonará un monto de 175 millones 350 mil pesos a través de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, cifra superior en 81 por ciento al año anterior.

El Estado de Guanajuato consolida la diversificación de su oferta turística con la próxima inauguración de desarrollos de lujo que aportan grandes inversiones y generación de empleos para la entidad, creando una nueva alternativa para el Turismo Premium, tanto nacional como internacional, destacó el Secretario de Turismo del Gobierno Federal, Rodolfo Elizondo Torres.

En compañía del Gobernador Juan Manuel Oliva Ramírez, el titular de SECTUR recorrió el Municipio de San Miguel de Allende, donde se realiza el complejo turístico Artesana, de la cadena Rosewood Hotels and Resorts, el cual comprende una inversión de 198 millones de dólares y la generación de 500 empleos directos y 900 indirectos.

El complejo de Rosewood, que también ha creado exclusivos hoteles en México como Mayakobá en Quintana Roo, y Las Ventanas, en Baja California Sur, contempla para San Miguel de Allende un desarrollo de lujo que incluye tres albercas, cuatro restaurantes, jardín de esculturas, un espacio de spa de 2 mil

metros cuadrados, además de un área inmobiliaria de 87 residencias de alto nivel y 7 lotes familiares, entre otros.

“Nos alegramos porque se espera que en el 2010 inicie operaciones, dando empleo a poco más de 500 jefes de familia. Por nuestra parte, como representantes del gobierno, nos queda el compromiso de seguir fomentando la planeación y la inversión en las obras de infraestructura y desarrollo urbano que se requieran”, destacó Elizondo.

Por otro lado, el Secretario de Turismo recordó que como parte de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos 2009, el Estado de Guanajuato contará además con un monto, que con las aportaciones del Gobierno del Estado y el Gobierno Federal suma 175 millones 350 mil pesos, cifra superior en 81 por ciento al año pasado.

Estos recursos se aplicarán para dar continuidad a las terceras etapas de rehabilitación en el Pueblo Mágico de Dolores Hidalgo y del Centro Histórico de San Miguel de Allende, así como en la cuarta etapa del mejoramiento en el Centro Histórico de Guanajuato, entre otros proyectos en la Comunidad de Atotonilco, en Yuriria, en Celaya y en la presa Cebolletas del municipio de Coroneo.

Por otro lado, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) invertirá en conjunto con el Gobierno del Estado y sus socios comerciales 46 millones pesos para promocionar los principales atractivos turísticos de Guanajuato, mientras que el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) trabaja en la elaboración del Programa de Desarrollo Turístico de Mineral de Pozos, con un costo de 616 mil pesos.

SALA DE PRENSA: [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

## APENDICE No. 2

### BOLETÍN 91 INICIA LA QUINTA REUNIÓN NACIONAL DE PUEBLOS MÁGICOS EN COLIMA

México D.F. Jueves 26 de mayo del 2011

Boletín Informativo 091/2011

- Guevara Manzo anunció que el número de Pueblos Mágicos será de 52
- Anualmente se entregará un premio de 10 millones de pesos al pueblo con el mejor proyecto turístico
- La Secretaria de Turismo y el Gobernador Mario Anguiano reconocieron el trabajo de las comunidades en favor del turismo

La Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, y el Gobernador del Estado de Colima, Mario Anguiano Moreno, inauguraron la Quinta Reunión Nacional de Pueblos Mágicos, en cuyo marco se anunció que con el propósito de mejorar la calidad y concentrar esfuerzos presupuestales el número de Pueblos Mágicos en el país se cerrará en 52.

La funcionaria explicó que este número de sitios que tendrán la denominación que otorga el Gobierno Federal, permitirá incrementar la competitividad en estos lugares y los hará aún más atractivos para el turismo nacional e internacional. Agregó que para estimular la creatividad, la innovación, la calidad y el trato al turista, anualmente se otorgará un premio de 10 millones de pesos al mejor Pueblo Mágico.

Guevara Manzo también anunció que en la Ciudad de México se llevará a cabo la celebración del décimo aniversario de este programa del Gobierno Federal, con la *Expo Pueblos Mágicos*, que tendrá como objetivo presentar la diversidad de la oferta turística que tienen estas comunidades.

Informó que para incrementar el número de visitantes que llegan a esas comunidades, la Secretaría de Turismo lanzará el Pasaporte de los Pueblos Mágicos, a través del cual el turista que selle su documento en cada visita podrá participar en concursos y un gran sorteo.

También se presentará en la ciudad de México una muestra fotográfica que mostrará las riquezas que los Pueblos Mágicos ofrecen a los visitantes.

En la inauguración del encuentro Guevara Manzo destacó que la riqueza cultural e histórica de nuestras comunidades, representa un potencial para incrementar la actividad turística en nuestro país.

A este encuentro, que se realiza en Comala, Colima, asisten representantes de los 40 Pueblos Mágicos de 23 estados de la República, y tiene como objetivo fortalecer acciones para impulsar la llegada de más visitantes y con ello alcanzar la meta de colocar a México como el quinto destino turístico a nivel mundial.

La titular de Turismo hizo un reconocimiento al trabajo que desarrollan las autoridades y los prestadores de servicios turísticos de los Pueblos Mágicos y mencionó que este programa del Gobierno Federal fortalece la identidad cultural.

Los Pueblos Mágicos son una herramienta que permite potenciar la oferta turística, basada en las riquezas naturales únicas, la historia, la diversidad gastronómica y el cuidado del medio ambiente.

Los Pueblos Mágicos son un símbolo distintivo y una marca turística reconocida, por lo que todos los actores involucrados en este programa tienen el compromiso y la responsabilidad de mantener los niveles más altos en calidad de servicios y calidez al turismo nacional y extranjero.

Cabe mencionar que de 2007 a 2011 la Secretaría de Turismo destinó 818.7 millones de pesos para el programa de Pueblos Mágicos, lo que permitió detonar inversiones por mil 862.8 millones de pesos para beneficio de esta industria.

Por su parte, el Gobernador de Colima, Mario Anguiano Moreno, dio la bienvenida a los asistentes a este encuentro y dijo que su estado se siente orgulloso de mostrar al mundo las bellezas naturales y la riqueza cultural con que cuenta.

Agradeció el apoyo que el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Turismo, ha brindado al Estado de Colima para el desarrollo de la actividad turística.

Anguiano Moreno resaltó los esfuerzos que en materia de promoción turística realiza el Gobierno Federal para difundir nuestras riquezas y dijo que muestra de ello es el reciente reconocimiento que recibió en Brasil el video de "México en tus Sentidos".

El mandatario estatal se comprometió a trabajar coordinadamente con todos los actores de la industria para alcanzar las metas planteadas en el Acuerdo Nacional por el Turismo, en el que Colima será una pieza clave para el sector.

Por último, el gobernador de Colima hizo un reconocimiento a todos los participantes de la Quinta Reunión Nacional de Pueblos Mágicos cuyos trabajos permitirán intercambiar puntos de vista para fortalecer a este segmento turístico.

### APENDICE No. 3

## BOLETÍN 208 LLEGAN A MÉXICO MÁS DE 16 MILLONES 700 MIL TURISTAS INTERNACIONALES DE ENERO A SEPTIEMBRE

México D.F., domingo 13 de noviembre de 2011

Boletín Informativo 208/2011

- De acuerdo al Banco de México, en septiembre aumentó 5.6 por ciento el turismo de internación, con respecto al mismo mes del año pasado
- El turismo fronterizo se elevó 8.4 por ciento

La Secretaría de Turismo informa que de enero a septiembre de este año han llegado a nuestro país 16 millones 736 mil turistas internacionales, lo que representó un incremento de 2 por ciento en comparación con el mismo periodo del año pasado.

De acuerdo al Banco de México, el turismo de internación registró en septiembre un aumento de 5.6 por ciento, contra igual lapso de 2010.

Hasta el mes de septiembre habían llegado a nuestro país 7 millones 439 mil turistas fronterizos, es decir, un aumento de 8.4 por ciento contra similar lapso del 2010.

En los primeros nueve meses el gasto medio de los visitantes internacionales fue de 155.9 dólares, con lo que se registró una alza de 5.0 por ciento contra el periodo enero-septiembre del año pasado.

Los excursionistas fronterizos y los pasajeros en crucero también elevaron su gasto medio, al reportar aumentos de 6.7 y 4.7 por ciento, respectivamente, en comparación con el mismo lapso del año previo.

Solamente en septiembre, más de 1 millón 457 mil turistas internacionales recorrieron nuestros principales atractivos turísticos, como son: las Rutas de México, Pueblos Mágicos, Ciudades Coloniales, lugares de aventura y los tradicionales destinos de sol y playa, principalmente. Esta cantidad representó un aumento de 2.8 por ciento en comparación al mismo mes del año anterior.

En el noveno mes del año, los turistas internacionales realizaron un gasto de 535 millones de dólares, monto 6.9 por ciento en comparación con septiembre de 2010.

También en septiembre, los turistas de internación reportaron un incremento en su gasto de 6.3 por ciento, mientras que el de los turistas fronterizos fue de 13.9 por ciento, rubros que reportaron 491 y 43 millones de dólares, respectivamente.

En tanto, en septiembre el gasto medio de los visitantes internacionales aumentó 12.3 por ciento, el de los turistas internacionales 4.0 por ciento y el de los turistas fronterizos 13.5 por ciento, en comparación con igual lapso de 2010 (Boletín Informativo 208/2011, 2011).

[www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin\\_208](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_208)



## APENDICE No. 4

### BOLETÍN 25 REGISTRA MÉXICO EN 2011 CIFRA HISTÓRICA EN TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES

México D.F., domingo 12 de febrero de 2012

Boletín Informativo 025/2012

- Cerca de 190 millones de turistas recorrieron los atractivos de nuestro país
- Esta cifra rompe record con respecto al 2008, año considerado como el más importante en la historia del sector
- El gasto promedio de los visitantes internacionales en 2011 fue de 157.7 dólares, cifra 7% superior al 2010, que tenía el máximo histórico
- Necesario continuar el trabajo en equipo entre los actores de la industria para mantener el crecimiento en la actividad turística: Gloria Guevara

La Secretaría de Turismo informa que en 2011 nuestro país registró una cifra histórica en turistas nacionales e internacionales, ya que cerca de 190 millones de visitantes recorrieron los atractivos de México.

Esta cifra, representa un crecimiento del 3.7 por ciento con respecto al 2010, el cual registró 183.2 millones de turistas nacionales e internacionales. Con respecto al 2009 es 10.6 por ciento superior (171.8 millones de turistas) y en relación al 2008 –año considerado como el mejor en la historia del sector- es de 2.3 por ciento (185.7 millones de turistas).

En lo que respecta a turistas nacionales, 167.3 millones de mexicanos visitaron los destinos de México durante 2011, cifra 4 por ciento superior al 2010 y 11.3 por ciento en relación al 2009. Esta cifra es 2.6 por ciento superior a lo registrado en 2008.

De acuerdo a información del Banco de México y del Sistema de Integral de Operación Migratoria, nuestro país viene registrando crecimientos consecutivos en el número de visitantes extranjeros. Durante el mes de diciembre, los visitantes internacionales vía aérea aumentaron 13 por ciento, esto es el quinto mes consecutivo de crecimiento (agosto 1.2 por ciento, septiembre 12.7 por ciento, octubre 8.2 por ciento y noviembre 6.7 por ciento).

El año de 2011 cerró con 22.67 millones de turistas internacionales, cifra histórica desde 1980, fecha que se tienen mediciones por parte de Banxico. Esto representa un incremento del 2 por ciento y del 5.7 por ciento en relación a 2010 y 2009, respectivamente. Con relación al 2008 fue de 0.2 por ciento.

Derivado de los esfuerzos de diversificación de mercados y de facilitación migratoria, el número de visitantes provenientes de otros países en el período de enero a diciembre de 2011 respecto de 2010, se ha incrementado. Por ejemplo, en 2011 en comparación al año anterior, se registró un crecimiento en el número de turistas provenientes de Brasil (66 por ciento), Rusia (55 por ciento), Perú (37 por ciento), China (30 por ciento), Colombia (23.2 por ciento), Argentina (18 por ciento), Italia (13 por ciento), Australia (13 por ciento) Reino Unido (11.6 por ciento), Francia (10 por ciento), Japón (9.3 por ciento) y Canadá (7 por ciento).

En el caso de Estados Unidos, es importante destacar que la crisis económica en aquel país ha generado que menos estadounidenses viajen al extranjero. De acuerdo al Departamento de Comercio, ha caído 4.1 por ciento la salida de estadounidenses por vía aérea a otros países. Pese a esto, México creció en su participación de mercado al pasar de 14.1 al 15 por ciento. La situación económica de ese país provocó un descenso en el número de visitantes por vía aérea de 3 por ciento hacia nuestro país.

Sin embargo, aerolíneas Internacionales han registrado un importante crecimiento con respecto al número de pasajeros. Por ejemplo, comparando 2011 contra 2010, British Airways creció 71 por ciento, United Airlines 42 por ciento, Delta Airlines 29 por ciento, Alaska Airlines 22 por ciento, American Airlines 6 por ciento y Continental 2 por ciento. Las Aerolíneas Nacionales con mayor crecimiento en pasajeros en vuelos nacionales son: Interjet 58 por ciento, Aeroméxico 43 por ciento, Viva Aerobus 36 por ciento y Volaris 27 por ciento.

El gasto promedio de los visitantes internacionales en 2011 presentó un máximo histórico al registrar 157.7 dólares, cifra 7 por ciento superior al 2010, que tenía el máximo histórico. Con respecto al 2009 fue un crecimiento del 20.5 por ciento y 8.5 por ciento en relación al 2008.

Con respecto al gasto medio de los pasajeros en crucero, el aumento en 2011 fue de 4.4 por ciento, en comparación con 2010; y mayor 13.7 y 21.7 por ciento al captado en 2009 y 2008, respectivamente.

Además, el año pasado los turistas fronterizos dejaron una derrama de 550 millones de dólares, cifra 2.4 por ciento superior a la captada en 2010.

El gasto medio de los excursionistas fronterizos se incrementó 5.3 por ciento contra lo captado en 2010; mientras que el realizado por los excursionistas internacionales reportó un aumento de 4.1 por ciento, contra el año previo.

La Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, dijo que la situación económica en el vecino país del norte y el caso de Mexicana de Aviación fueron factores que incidieron en el comportamiento de 2011.

Sostuvo que es necesario seguir trabajando unidos para cumplir las metas y los compromisos del Acuerdo Nacional por el Turismo, factor fundamental para continuar con el crecimiento en la actividad turística.

“La unión del sector es fundamental para seguir creciendo, ya que la competencia está afuera, con el resto de las naciones que buscan atraer a más visitantes”, apuntó.

Explicó que con el Acuerdo Nacional por el Turismo se han puesto las bases para que México ocupe el lugar que se merece en materia turística; por eso es necesario el trabajo en equipo entre la iniciativa privada, legisladores y académicos con los tres niveles de gobierno.

--OO--

## APENDICE No. 5

HOME SECTUR > PRENSA > BOLETINES DE PRENSA > 2012 > FEBRERO > BOLETÍN 29 NOMBRA SECTUR A MINERAL DE POZOS PUEBLO MÁGICO

### BOLETÍN 29 NOMBRA SECTUR A MINERAL DE POZOS PUEBLO MÁGICO

México D.F., jueves 16 de febrero de 2012  
Boletín Informativo 29/2012

- **Con esta nueva denominación ya suman 49 comunidades que se benefician de este programa**
- **Con acciones como ésta, el Gobierno Federal construye las bases para un México más próspero:**  
**Guevara Manzo**

La Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, entregó al Gobernador del estado de Guanajuato, Juan Manuel Oliva Ramírez, el nombramiento que acredita a la comunidad de Mineral de Pozos como Pueblo Mágico.



De gira de trabajo, Guevara Manzo comentó que con esta nueva denominación de Mineral de Pozos ya suman 49 comunidades que se benefician de este programa, que permite detonar el potencial turístico de un destino, generar un mayor número de empleos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

“Mineral de Pozos cuenta con una gran variedad de atractivos culturales, naturales, artesanales, tradicionales y gastronómicos que deben ser aprovechados en beneficio de la población”, dijo.

La Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, exhortó a la comunidad de Mineral de Pozos a continuar trabajando a favor de la industria turística para que sus negocios crezcan en beneficio de sus familias.

Informó que el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Turismo, destinará 15 millones de pesos para fortalecer la infraestructura turística de Mineral de Pozos en una primera fase.

Resaltó que la comunidad cuenta con importantes atractivos como la reserva de la biosfera, la Antigua Mina de El Triángulo, y su tradicional Plaza de Toros, pero principalmente destaca la calidez de su gente.

La Secretaria de Turismo y el mandatario estatal recibieron el bastón de mando por parte de un grupo de danzantes de la Cultura Chichimeca que predomina en la región.

La titular de la Sectur aseguró que el Presidente Felipe Calderón Hinojosa ha instruido a la Secretaría de Turismo a trabajar por México promoviendo las riquezas turísticas de nuestro país y “con acciones como ésta, el Gobierno Federal construye las bases para un México más próspero”, dijo.

Guevara Manzo destacó que la industria turística genera empleo para reconstruir el tejido social y garantizar una mejor calidad de vida para todos los habitantes.

Acompañada por el Subsecretario de Operación Turística de la Sectur, Fernando Olivera Rocha, la Secretaria de Turismo reconoció el compromiso del Gobierno de Guanajuato por hacer del turismo una palanca de desarrollo turístico.

Guevara Manzo aseguró que continuará apoyando al Gobierno del estado de Guanajuato a fin de impulsar al sector turístico y colocar a México como el quinto destino a nivel mundial.

Por su parte, el Gobernador del estado de Guanajuato, Juan Manuel Oliva Ramírez, reconoció el compromiso del Gobierno Federal y el impulso que le da al estado en materia turística, al invertir en infraestructura y en promoción.



El mandatario estatal aseguró que seguirá trabajando en coordinación con el Gobierno Federal a favor de la industria turística.

En tanto, el Secretario de Desarrollo Turístico del estado de Guanajuato, Sergio Rodríguez Herrera, agradeció a la titular de la Sectur el apoyo que brinda a la actividad turística desde el inicio de su gestión, en beneficio de las comunidades que dependen del sector.

Durante la gira de trabajo, la Secretaria de Turismo en compañía del Gobernador, Juan Manuel Oliva Ramírez, hizo un recorrido para supervisar las Obras de Atención a Visitantes Pozos, que fueron beneficiadas a través del Convenio de Reasignación de Recursos 2011, por un monto de 12 millones de pesos.

--00--