

EVENTOS CULTURALES Y ALOJAMIENTO DE LUJO

El caso de la ciudad de Guanajuato, México

Driselda Patricia Sánchez Aguirre*
 Luis Domingo Martínez Vázquez**
 Humberto Banda Ortiz***
 Universidad Autónoma de
 Querétaro, México

Resumen: La ciudad de Guanajuato en México es un destino turístico reconocido por su atractivo cultural que llama a turistas nacionales de diversas partes del país. El conocimiento sobre la selección específica de alojamiento por parte de turistas culturales es aún poco precisa, por lo que el presente estudio pretende contribuir de manera cuantitativa a su esclarecimiento al explorar la correlación entre la ocupación hotelera en la ciudad de Guanajuato y el número de turistas nacionales que viajan al destino para asistir a eventos culturales. Se encontró una correlación estadísticamente significativa entre este segmento de turistas y la ocupación de hoteles de lujo, sugiriendo que los turistas que viajan a Guanajuato para ir a un evento cultural seleccionan un hotel de lujo para pernoctar. Con esta información se procedió a explorar cambios estructurales en la ocupación de cuartos de hoteles de lujo de la ciudad durante Julio 2003 a Octubre 2016. Con el paquete *Strucchange* para el software *R* se identificaron tres puntos de quiebre y se observó que éstos están relacionados, en su mayoría, con aumentos en la ocupación hotelera del segmento de lujo; lo que sugiere que están vinculados con fortalecimiento en el sector turismo a nivel estatal gracias a la asignación de presupuesto extraordinario, además del respaldo de contar con el distintivo de ser un destino confiable.

PALABRAS CLAVE: Alojamiento, Guanajuato, eventos culturales, turista cultural.

Abstract: Cultural Events and Luxury Accommodation. The Case of the City of Guanajuato, México. The city of Guanajuato in Mexico is a tourist destination recognized by its cultural attractiveness that call national tourists from all over the country; the knowledge about the selection of lodging from cultural tourists is yet imprecise, that is the reason why this study seek to contribute, in a quantitative way, to elucidate this subject. The first step was to explore if there was a significant correlation between hotel occupancy in Guanajuato, México and the amount of national tourists that attend to cultural events in the destination. It was found that there is a statistical significant correlation between this tourist segment and five- star hotel occupancy, suggesting that tourists whom travel to Guanajuato city for a cultural event choose luxury accommodation. With this information the second interest of the study was to explore structural changes in Guanajuato's five-star hotel occupancy for a period of July 2013 to October 2016. With *Strucchange* package from *R* software three break points were identified and It was identified that these break points were related, in the majority of the cases,

* Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México. Candidata a Doctora en Ciencias Económico Administrativas en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ-FCA), Querétaro, México. E-mail: drispaty@gmail.com

** Maestro en Ciencias Económico Administrativas por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México. Candidato a Doctor en Ciencias Económico Administrativas en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ-FCA), Querétaro, México. E-mail: Ldmv82@gmail.com

*** Ph. D. en Economía-Financiera por ESADE, Barcelona, España. Profesor e Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ-FCA), Querétaro, México. E-mail: humberto.banda@gmail.com. Autor para la correspondencia.

with higher luxury hotel occupancy, this suggest they are link to a strengthening of the state tourism sector, thanks to the extraordinary budget allocation in addition to the badge of being a reliable destination.

KEY WORDS: *Lodging, Guanajuato, cultural events, cultural tourist.*

INTRODUCCIÓN

Para México, la industria del turismo representa la tercera fuente de ingresos después del petróleo y las remesas. La afluencia anual en materia de turismo está conformada mayoritariamente por un turista doméstico que representa más del 70% de la ocupación hotelera y de la derrama económica general (López, 2004).

En el ámbito económico, la planeación asertiva y la diversificación del turismo se convierten en una fuente importante de ingresos económicos para las comunidades residentes que participan de manera activa en procesos de producción de bienes y servicios turísticos (Valdéz, 2012). El turismo cultural es un segmento relevante que se enfoca en la diversidad del patrimonio tangible e intangible de los destinos desde la oferta local.

De acuerdo a Valdéz (2012), la promoción al turismo cultural en México se ha realizado desde tres perspectivas: la vertiente histórico-arqueológica, la vertiente artística-colonial y la vertiente folclórica-cultural. Con el fin de fortalecer estas vertientes la Secretaría de Turismo ha creado diversos productos y programas como Tesoros Coloniales, Pueblos Mágicos, Mundo Maya, Ruta de los Dioses, entre otros.

El programa Tesoros Coloniales está conformado por los estados de Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas, siendo estados que concentran riqueza patrimonial e histórica y cuyo mercado prioritario es el nacional, complementado por turistas de Estados Unidos y Europa. En el interior de varios de estos estados, como Guanajuato, Michoacán, Querétaro y Zacatecas, se localizan algunas de las denominadas ciudades mexicanas patrimonio de la humanidad.

Las ciudades mexicanas patrimonio de la humanidad poseen un patrimonio cultural de valor reconocido a nivel internacional ya que entretejen en sus eventos, paisajes y cultura la herencia de una historia indígena y española (Gallegos & Vargas, 2010). De esta manera, los centros urbanos con marcada herencia colonial se han convertido en focos de atención para la generación de políticas públicas en torno al crecimiento y posicionamiento del turismo cultural (Clausen & Velázquez, 2013), lo que beneficia a las empresas locales y a aquellas cuyo mercado meta sea el turista.

Gallegos & Vargas (2010) consideran diversos elementos como la oferta de alojamiento en cada ciudad, la gastronomía, el transporte, los precios, los eventos culturales, el patrimonio tangible y los espacios culturales, entre otros, para proponer un índice de competitividad turística de las ciudades mexicanas patrimonio de la humanidad. Los resultados obtenidos mencionan a Guanajuato como la ciudad menos competitiva en comparación con las otras ciudades mexicanas patrimonio consideradas en el estudio.

Guanajuato es una ciudad de tamaño mediano ubicada en la zona centro-norte de México. Su centro histórico y minas adyacentes, que fueron el centro minero más importante de la Nueva España en el siglo XVIII, fueron nombrados patrimonio mundial por la UNESCO en 1988 (Asch, 2009). En el año 2000 no quedaban más minas activas en Guanajuato (Ferry, 2005) y más allá de atraer nuevas industrias, la ciudad se enfocó en potencializar y desarrollar el turismo, de tal manera que las antiguas minas activas se han convertido en espacios de recorridos guiados para los turistas y la mayoría de las haciendas donde se procesaba la plata son ahora ruinas o han sido adaptadas por el sector alojamiento (Asch, 2009). Otra actividad, que el destino ha potencializado como atractivo turístico, son los numerosos festivales religiosos y culturales que se llevan a cabo en la ciudad de manera continua durante todo el año y en la que participan principalmente turistas nacionales. Estas festividades y eventos culturales y/o religiosos conforman lo que Ruiz (2012) llama legado inmaterial y que, en turismo, resulta inseparable de los componentes materiales culturales que otorgan atractivo visual al destino. Es decir, en Guanajuato, el patrimonio cultural tangible se ve conformado por edificaciones neoclásicas, templos barrocos y callejones con losas, bóvedas y arcos que integran el espacio vial (INAFED, 2015). En cuanto al patrimonio cultural inmaterial destacan las estudiantinas como un atractivo cultural originario del destino y también los eventos culturales, en específico el afamado Festival Internacional Cervantino que se lleva a cabo con regularidad anual desde 1972 (Asch, 2009) y donde tienen lugar diversos eventos culturales de índole musical, teatral y artística.

Además del Festival Internacional Cervantino, con reiterada frecuencia, el destino oferta eventos culturales para los turistas como el Festival Internacional del Órgano, el Festival Internacional de Cine Expresión en Corto, el Festival de Música Antigua, la Feria del Libro, entre otros (Cordero, Aguilar, & Meneses, 2015). Estos festivales culturales son motivadores de visita al destino para los turistas nacionales quienes conforman cerca del 80% del total de visitantes a Guanajuato que, generalmente, para asistir al evento pernoctan en la ciudad (Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis, 2011a).

Habiendo establecido que el principal atractivo turístico de las ciudades históricas es el patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, es importante mencionar que sería imposible considerar dichas ciudades como destinos turísticos si no contasen con una oferta variada en diferentes sectores para satisfacer las necesidades del turista, tales como recorridos turísticos, restaurantes, cafeterías, bares y alojamiento.

El sector alojamiento es el principal componente de la oferta turística, dado que concentra la mayor parte del gasto turístico, constituye la actividad turística con mayor capacidad para generar empleo en el ramo y en muchas ocasiones permite la recuperación física y funcional de grandes inmuebles de valor histórico-artístico. De esta manera, la capacidad de alojamiento y sus variaciones constituyen indicadores reales y disponibles para el estudio de las ciudades patrimonio (Grupo de Investigación Universidad Complutense de Madrid, 2006).

Guanajuato cuenta con 3473 cuartos disponibles al momento del estudio y 136 establecimientos que brindan alojamiento, oscilando en categorías de 1 a 5 estrellas (Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis & Coordinación de Estadística e Información, 2016).

Existe poca información académica con respecto a la selección de hospedaje de turistas nacionales cuya principal motivación de viaje es la cultura en México. Específicamente aquellos que realizan su viaje con la intención primaria de asistir a un evento cultural en la ciudad de Guanajuato. Y por otro lado, también hay poco reportado en torno al comportamiento de la ocupación hotelera de lujo en el destino durante periodos de crisis económicas o de salud en el país.

Debido a lo previamente mencionado, surgieron dos principales objetivos en esta investigación: 1) explorar si existía una correlación significativa entre la ocupación hotelera en Guanajuato y la motivación de viaje de los turistas nacionales que asisten a eventos culturales en el destino y 2) analizar la variación en cuartos ocupados de la o las categoría(s) que tuvieran una relación significativa con el turista que asiste a eventos culturales como principal motivador de viaje, explorando posibles cambios estructurales en un periodo comprendido de Julio 2013 a Octubre 2016.

El artículo está estructurado de la siguiente manera: a continuación se presenta una revisión de literatura enfocada en definir el concepto del turista cultural y la importancia de los eventos culturales, posteriormente se presenta una investigación que pretende dar respuesta, de manera cuantitativa, al interrogante sobre la selección o preferencia de categoría de hospedaje del turista que viaja por motivos de eventos culturales a la ciudad de Guanajuato y, una vez identificada la categoría se muestran los cambios estructurales en el destino para la ocupación de cuartos de esa categoría de alojamiento durante un periodo de 14 años (2003-2016).

EL TURISTA CULTURAL

La literatura relacionada con el turismo cultural presenta, en su mayoría, contribuciones en torno a casos de estudio (Dolnicar, 2002). Varios autores han abordado el caso de México, sobre el turismo cultural, desde diferentes perspectivas: como destino cultural en comparación con Brasil y Argentina (Clausen & Velázquez, 2013), como una propuesta alternativa de turismo en el país (Mantecón, 2006), desde una perspectiva jurídica para el desarrollo del país (Lara, 2005), sobre destinos mexicanos específicos (Asch, 2009; Delgadillo, 2009; Kandelaars, 2000; Ruiz, 2012), y sobre la

efectividad de los programas gubernamentales establecidos para fomentar el turismo cultural (Valdéz, 2012), por mencionar algunos. En torno al patrimonio cultural intangible, el país mexicano ha sido punto de interés gracias a sus festividades y ritos tanto religiosos como artísticos y gastronómicos (Organización Mundial del Turismo, 2013).

De acuerdo con Santana (2003) el turismo cultural surge a finales de los años 1980 en respuesta a modificaciones en el comportamiento del turista, un turista que busca participar de experiencias culturales más profundas en el ámbito estético, intelectual, emocional y psicológico; aquel que decide salir de su lugar de origen motivado por intereses artísticos, religiosos, científicos e incluso estilos de vida diferentes al suyo y que desea conocer y entender (Filippou & Goulimaris, 2010), observando y participando de actividades cuyo principal atractivo es algún aspecto de la cultura humana (Manzatto & Rejowski, 2007); turistas que disfrutan de rasgos distintivos de un destino específico donde convergen elementos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2006).

Gomes (2012) menciona que el turista cultural realiza un mayor gasto medio en comparación con el turista de ocio, además de que tiene mayores probabilidades de visitar el destino. De esta manera, contribuye a que la demanda no disminuya significativamente con las fluctuaciones económicas y denota la importancia del segmento.

El turista cultural no responde a un perfil único; dado que el patrimonio cultural puede ser tangible, como edificaciones, estatuas, esculturas y pinturas y también puede ser intangible, como tradiciones, leyendas, música, danzas, representaciones (Amaya, 2006), los intereses de los turistas culturales oscilan entre esta variedad de atractivos, lo que los convierte en segmentos diferenciados pero con el común elemento de la cultura. Varios autores coinciden en mencionar que existen diferentes tipos de turistas culturales (Amaya, 2006; Dolnicar, 2002; McKercher, S.Y.Ho, Du Cros & Chow So-Ming, 2002; Stebbins, 1996; Timothy, 1997).

Para Amaya (2006) los turistas culturales se dividen en dos: aquellos con interés especial que viajan específicamente para conocer y disfrutar de atractivos culturales y aquellos de interés ocasional que viajan por motivos diversos y aprovechan su visita para disfrutar de algún atractivo de carácter cultural. Stebbins (1996) menciona una diferencia entre turistas culturales especializados, turistas culturales generales y turistas culturales aficionados. Timothy (1997) argumenta que la cultura de cada destino es capaz de evocar cierta conectividad a nivel emocional en los turistas, afirmando que los sitios nacionales y locales generan una conexión emocional más fuerte en los turistas, lo que facilita, para los prestadores de servicios, diferenciar las experiencias ofertadas.

McKercher *et al.* (2002) identifican en Hong Kong seis segmentos diferentes de turistas culturales basados en las actividades que realizan, los lugares de procedencia y las razones de la visita al destino, dividiéndolos a grandes rasgos en turistas culturales específicos y turistas culturales

generales, siendo los primeros, aquellos cuya motivación principal es realizar alguna actividad específica en el destino relacionada con cultura, mientras que los segundos, consideran la realización de dicha actividad como una prioridad secundaria. Dolnicar (2002) identifica seis grupos diferentes de turistas culturales en Austria, destacando aquellos enfocados a los eventos que con su asistencia a eventos regionales o locales enriquecen, desarrollan y fomentan programas culturales en el destino.

En México, la Secretaría de Turismo a través de CESTUR (2006) generó un perfil demográfico del turista cultural nacional, obteniendo datos sobre la edad, que oscila entre los 35 y 49 años; la escolaridad, que es de nivel universitario; ingresos anuales promedio de 25,339 dólares; la estadía promedio que es de 4.6 días y los principales mercados emisores que son las grandes ciudades: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, así como los estados aledaños al destino.

De manera más particular, el Observatorio Turístico de Guanajuato realiza año con año, desde el 2010, una encuesta a los visitantes de la ciudad de Guanajuato, diferenciando entre dos tipos de turistas culturales: aquellos que asisten a un evento cultural y aquellos que van de descanso y vacaciones y como motivación secundaria desean conocer algo relacionado con la cultura del destino pero sin tener en mente algo específico para su viaje.

De tal manera que las características que conforman el perfil del turista que visita la ciudad de Guanajuato son: edad promedio entre 32 a 41 años; nivel de escolaridad universitario; prefieren trasladarse en automóvil propio y provienen en su mayoría de Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Michoacán y Querétaro. De estos visitantes, año con año la principal motivación para viajar a la ciudad de Guanajuato es el descanso seguido de la asistencia a eventos culturales (Observatorio Turístico de Guanajuato, 2014). El turismo realizado por turistas mexicanos dentro su propio país constituye un importante elemento para la difusión de la cultura, contribuyendo a fortalecer la identidad nacional y el sentido de orgullo y pertenencia (Amaya, 2006).

LOS EVENTOS TURÍSTICO-CULTURALES

La tipología de eventos es diversa e incluye convenciones científicas, educativas, de negocios; eventos privados como bodas o fiestas, eventos deportivos y celebraciones culturales como festivales, carnavales, conmemoraciones y eventos religiosos (Getz, 2008).

Mucho del atractivo de los eventos culturales y de eventos en general es el requerimiento forzoso de la presencia del turista. Dado que son mayoritariamente intangibles requieren la presencia física del espectador para disfrutar de una experiencia única. A pesar de que existen eventos que se repiten con regularidad constante, la experiencia del turista nunca es la misma porque los organizadores cambian, la oferta de eventos varía y en variadas ocasiones hay modificaciones en el evento mismo.

La literatura sobre el turismo de eventos ha sido estudiada en profundidad por Getz (2008) y Uysal, Gahan & Martin (1993), pioneros en investigar las motivaciones de los turistas para viajar a festivales y eventos. Actualmente los festivales han sido ampliamente estudiados por Abomeh & Blessing, 2014; Anwar & Sohail, 2004; Cassell, 2016; Cheng & Chen, 2014; Litvin, Pan & Smith, 2013; Ma & Lew, 2012; Noelle Bernick & Boo, 2013; Nurse, 2004; y Palma, Palma & Aguado, 2013. La mayoría de ellos muestran casos de estudio tanto cualitativos como cuantitativos sobre las motivaciones del turista para visitar un festival específico o sobre el impacto de los festivales en la economía del destino, sin embargo muy pocos han estudiado la relación entre los festivales y la ocupación hotelera utilizando como variable el número de cuartos ocupados. Litvin *et al.* (2013) relacionan las variables de alojamiento y festivales utilizando como variable la tarifa de los hoteles.

Las ciudades históricas y catalogadas como patrimonio de la humanidad tienen una amplia oferta enfocada al turista cultural que ofrece gran variedad de festivales, fiestas, eventos religiosos, exposiciones artísticas, teatro, entre otras actividades consideradas, algunas, como patrimonio cultural inmaterial. Esta oferta es posible gracias a la infraestructura con que cuenta cada destino: los teatros, auditorios, galerías de arte, bibliotecas, etc. y se torna turística al verse complementada con servicios de alojamiento, gastronomía y otros (Grupo de Investigación Universidad Complutense de Madrid, 2006). De esta manera los eventos culturales favorecen la preservación y difusión de características distintivas de destinos específicos y contribuyen a equilibrar la oferta y la demanda de bienes turísticos durante todo el año (Getz, 2008; Gomes, 2012; Marujo, 2015).

En la ciudad de Guanajuato es posible clasificar los espacios físicos utilizables para eventos culturales como: institucionales, religiosos, espacios públicos abiertos y espacios culturales privados (Cordero *et al.*, 2015).

- *Espacios culturales institucionales.* En esta categoría se encuentran todos aquellos espacios coordinados por el Instituto Estatal de Cultura de Guanajuato, incluyendo a los museos, las galerías, la casa de cultura municipal, auditorios, teatros y el icónico Teatro Juárez. Entre los años 2010 y 2014 se incrementó la oferta de actividades culturales en dichos recintos en un 291% (Cordero *et al.*, 2015).
- *Espacios religiosos.* Hace referencia a la utilización de templos o espacios religiosos para actividades culturales. En Guanajuato, los festivales culturales están estrechamente vinculados con el uso de espacios religiosos, por ejemplo durante el Festival Internacional Cervantino se llevan a cabo conciertos matutinos en el Templo de San Cayetano en Valenciana y conciertos nocturnos en la pinacoteca y nave principal del Oratorio de San Felipe Neri también conocido como el Templo de La Compañía (Cordero *et al.*, 2015).
- *Espacios públicos abiertos.* Son las calles del Centro Histórico que a través de jardines, plazas, explanadas y escalinatas de varios de los edificios emblemáticos dan vida a diversas actividades que van desde la danza hasta la proyección de películas de arte. El Jardín de la Unión, la Plaza del Músico, la Plaza de la Hermandad en la Antigua Estación del Ferrocarril, la plaza del Embarcadero de

la Presa de la Olla, Plazuela del Baratillo y las escalinatas de la Universidad de Guanajuato son claro ejemplo de ello (Cordero *et al.*, 2015).

- *Espacios culturales privados*. Hace referencia a entornos privados en los que artistas locales exhiben sus colecciones con opción a compra. Muchas de estas galerías y museos privados han sido incorporados en la ruta turística del circuito de arte (Cordero *et al.*, 2015).

El impacto económico de los eventos se puede analizar desde tres perspectivas: pre evento, evento y post evento. Es durante el evento que se ven reflejadas las decisiones monetarias tomadas por el turista como el alojamiento, el transporte, la compra de souvenirs, alimentación, entre otras variables que tienen una dimensión temporal finita y cuyo impacto genera un efecto directo del gasto turístico en la economía local (Porter citado por Gomes, 2012). El analizar estas medidas es esencial para adecuar y/o desarrollar estrategias de planeación enfocada a la toma de decisiones de los turistas de acuerdo a sus intereses (Lim, 2006); en este caso la relación de ocupación en alojamiento, según categoría, dado que el motivo principal de viaje es la asistencia a un evento cultural.

METODOLOGÍA

Se tomó como base el estudio: “Perfil del visitante de la ciudad de Guanajuato” de los años 2010 al 2015, de donde se recuperaron los porcentajes anuales de asistencia a eventos culturales como motivo principal del viaje. En todos los casos la confianza reportada fue del 95% con un error de -5% a 5% según el año, la cantidad de encuestados mínima fue de 441 en 2010 y máxima de 2437 en 2011, con una media de 1290 turistas encuestados durante el periodo 2010-2015; el rango de edad de los turistas encuestados fue entre 33 y 41 años (Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis, 2011a y b, 2012, 2013, 2015, 2016).

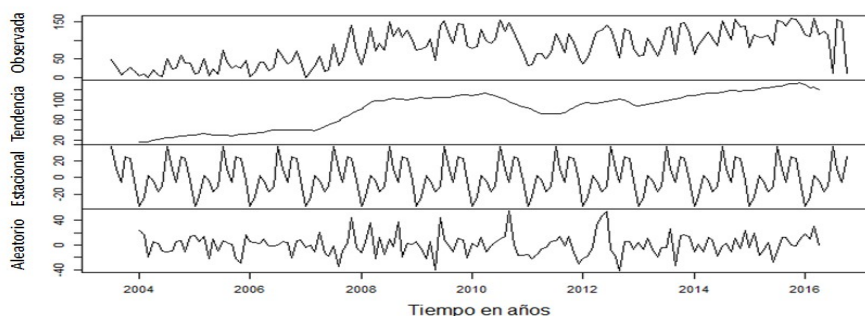
Se procedió a explorar la relación entre el porcentaje anual de turistas que citó la asistencia a eventos culturales como su motivo principal de viaje y el número de cuartos de hotel ocupados anualmente en cada categoría (de 1 a 5 estrellas) con datos del Sistema Nacional de Información Estadística del Turismo de México-DATATUR. Para probar el grado de relación, se realizó la prueba de correlación ρ de Spearman en el software SPSS versión 21 (SPSS, 2012) calculando el grado de asociación entre el porcentaje de turistas motivados por evento cultural y la ocupación hotelera en cada una de las categorías de alojamiento ofertadas en el destino.

Se observó que el único grado de asociación significativo se dio entre el porcentaje de ocupación motivado por eventos culturales y la ocupación de cuartos de hotel en categoría cinco estrellas por el turista residente, lo cual sugiere que el turismo cultural nacional que viaja motivado por la asistencia a eventos se hospeda preferentemente en hoteles de lujo.

Habiendo identificado que, presumiblemente, el turismo cultural que visita la ciudad de Guanajuato con el objetivo de asistir a un evento cultural prefiere alojarse en hoteles cinco estrellas, se procedió a construir con información de Datatur una serie de tiempo referente a la cantidad de cuartos de hoteles cinco estrellas ocupados mensualmente por turistas nacionales en la ciudad de Guanajuato, desde julio de 2003 hasta octubre de 2016 por ser la totalidad de información disponible al momento de realizar la presente investigación (Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje, s/f).

Con la finalidad de explorar el comportamiento histórico que ha presentado la ocupación de lujo en la ciudad de Guanajuato se ejecutó la función `decompose` (Meyer, s/f) en el software R en su versión 3.3.2 con la finalidad de observar tendencia, estacionalidad y variabilidad, los resultados se presentan en la Figura 1. Al observar cambios de tendencia se procedió a hacer un análisis de cambio estructural con la finalidad de identificar las fechas de los posibles punto de quiebre a través del paquete `strucchange` (Zeileis, Leisch, Hornik & Kleiber, 2002) y la función `breakpoints` (Zeileis, Kleiber, Krämer & Hornik, 2003) en el mismo software.

Figura 1: Descomposición de la serie de alojamiento cinco estrellas en la ciudad de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia

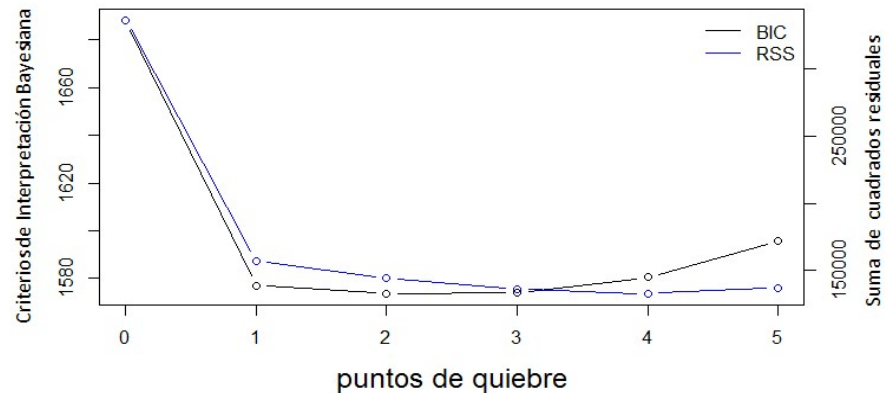
Posteriormente se procedió a estimar los posibles puntos de quiebre, obteniendo los resultados del Cuadro 1; con la finalidad de escoger con cuántos puntos trabajar se aplicó el criterio de información bayesiana (BIC por su siglas en inglés) tal como se aprecia en la Figura 2.

Cuadro 1: Fechas de puntos de quiebre según modelo

Modelo	Puntos de quiebre				
m = 1	Sep 2007				
m = 2	Sep 2007	Jun2013			
m = 3	Sep 2007	Nov 2011	Jun 2013		
m = 4	Jun 2005	Sep 2007	Nov 2011	Jun 2013	
m = 5	Jun 2005	Sep 2007	Sep 2010	Sep 2009	Sep 2014

Fuente: Elaboración propia

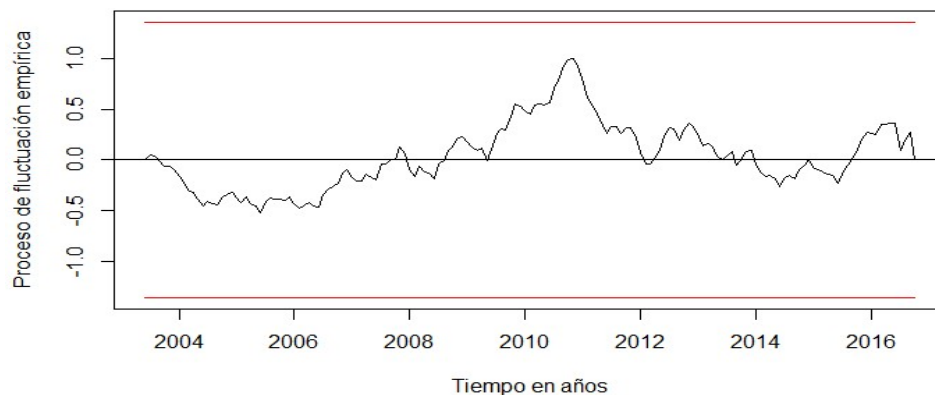
Figura 2: Número de puntos de quiebre de acuerdo al criterio de información bayesiana y la suma de los cuadrados residuales



Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse en la Figura 2 el modelo de dos y tres puntos de quiebre son casi iguales en cuanto al BIC, por lo que se optó por trabajar con el modelo de tres puntos de quiebre. Se procedió a extraer la segmentación con tres puntos de quiebre y se utilizó la función OLS-based CUSUM para verificar que no existieran más puntos de quiebre en esta segmentación, se confirmó que no existían más puntos de quiebre significativos por lo que se aceptan las fechas propuestas como los puntos de cambio estructural en la ocupación hotelera de lujo en la ciudad de Guanajuato.

Figura 3: Proceso de fluctuación empírica para el modelo m3



Fuente: Elaboración propia con la función (Zeileis *et al.*, 2003)

A continuación se extrajo la segmentación con tres puntos de quiebre mediante la función `<- breakpoints(bp.Gto_Res,brakes=3` y se procedió a verificar, mediante la función `<- efp(Gto_Res_ts ~ breakfactor(bp3),type ="OLS-CUSUM") plot(ocus.gto)` que no existiera otro punto de quiebre que

debiera ser considerado. Los resultados se muestran en Figura 3. Dado que ningún pico del gráfico rebasó los límites, se aceptan las fechas: septiembre 2007, noviembre 2011 y junio 2013 como los puntos de quiebre del cambio estructural observado en la ocupación hotelera de lujo en la ciudad de Guanajuato.

RESULTADOS

Dado el carácter exploratorio del presente estudio se presentan los resultados en el siguiente orden: primeramente se muestra una tabla con la información del porcentaje de turistas encuestados que señalaron la asistencia a un evento cultural como su principal motivación de viaje para los años 2010 al 2015, junto con la respectiva ocupación hotelera por categoría para los años mencionados. Posteriormente se muestran los resultados de la correlación entre la motivación cultural y la ocupación hotelera según la categoría de hospedaje; después se muestran los factores estacionales en el alojamiento para la categoría cinco estrellas, única categoría correlacionada con la motivación cultural. Finalmente se muestran los resultados del análisis de cambio estructural para la ocupación de hoteles de lujo entre 2003 y 2016.

La asistencia a eventos culturales como principal motivo para visitar la ciudad de Guanajuato presenta un incremento entre el primer registro anual que se tiene (2010) y el último (2015), a primera vista el número de cuartos ocupados para categoría cinco estrellas sufrió una caída en 2011 y 2012 en comparación con 2010; la categoría cuatro estrellas presenta una caída en ocupación en 2013 con respecto al año anterior; para los hoteles tres estrellas el año 2012 fue el que mayor número de cuartos ocupados obtuvo; en los hoteles de dos estrellas ocurrió un fenómeno similar al de la categoría cinco estrellas; el 2015 fue el año que menor ocupación aportó a los hoteles de una estrella con respecto a años anteriores (Cuadro 2).

Cuadro 2: Turista nacional que asiste a eventos culturales y ocupación hotelera en la ciudad de Guanajuato del periodo 2010-2015

Guanajuato	Año	Motivo Cultural	Ocupación por categoría				
			5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
# cuartos ocupados	2010	0.04	73786	144246	91227	39665	10258
	2011	0.04	56707	150025	94624	34931	10295
	2012	0.11	69086	181460	102896	33103	11597
	2013	0.16	70582	167598	93006	34469	11351
	2014	0.18	77894	168558	94096	48305	12151
	2015	0.27	86667	181260	97791	47030	8146

Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y análisis (2011a, 2011b, 2013, 2015 y 2016) y Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje (s/f)

El Cuadro 2 muestra el porcentaje de turistas encuestados que refirieron la asistencia a eventos culturales como su principal motivación del viaje para los años 2010 a 2015; además muestra el número de cuartos de hotel ocupados para el mismo periodo para todas las categorías, desde una hasta cinco estrellas. La correlación entre la asistencia a eventos culturales como principal motivador de viaje y la ocupación de hoteles es estadísticamente significativa sólo para la categoría de cinco estrellas, lo que sugiere que quienes asisten a eventos culturales en la ciudad de Guanajuato se hospedan, preferentemente, en hoteles de cinco estrellas (Cuadro 3).

Cuadro 3: Correlación entre motivación y tipo de alojamiento

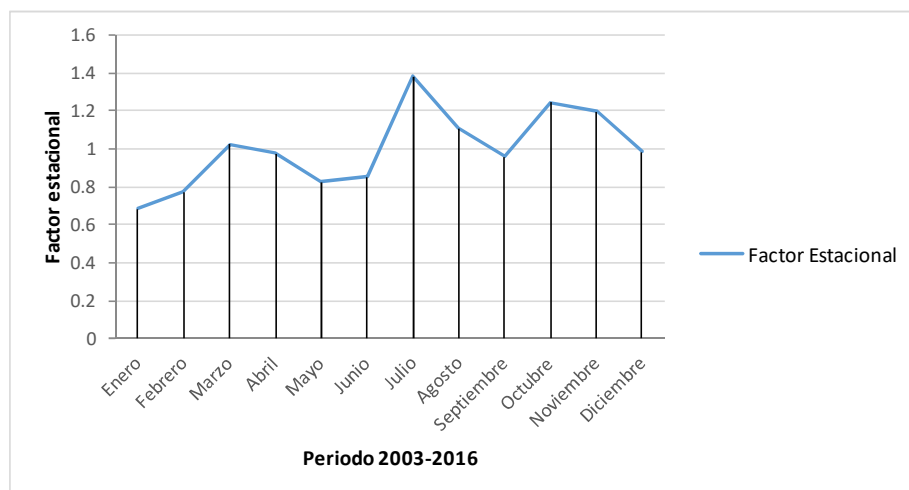
Rho de Spearman		Motivación Cultural	Ocupación por categoría.				
			5estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Motivación Cultural	Coefficiente de correlación	1.000	.754*	.638	.290	.464	.058
	Sig. (unilateral)		0.042	.087	.289	.177	.457

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (unilateral).

Fuente: Elaboración propia mediante el software SPSS v21

El Cuadro 3 muestra el coeficiente de correlación de Spearman entre la motivación cultural (asistencia a un evento cultural) del turista nacional y el tipo de ocupación hotelera por categoría (5Estrellas, 4Estrellas, 3Estrellas, 2Estrellas, 1Estrella).

Figura 4: Estacionalidad en el alojamiento de lujo en la ciudad de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia

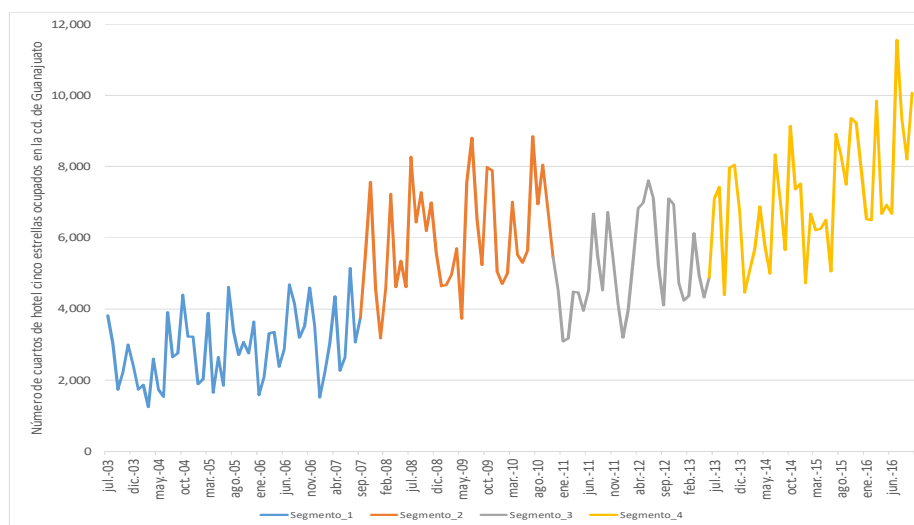
Dado que la ocupación de hoteles de lujo está correlacionada con la motivación de asistencia a un evento cultural, se presentan en la Figura 4 los factores estacionales para la ocupación de alojamiento cinco estrellas en la ciudad de Guanajuato, con la finalidad de identificar picos en la ocupación y ocurrencia de eventos culturales anuales. Así pues, se observa un aumento en la ocupación durante los meses de Julio, Agosto, Octubre y Noviembre que coinciden con el Festival de Cine en Corto, las vacaciones de verano, el Festival Internacional Cervantino y los días feriados en

conmemoración a la revolución mexicana respectivamente, confirmando la sensibilidad de la ocupación a festivales culturales.

La Figura 4 muestra los factores estacionales o estacionalidad en la ciudad de Guanajuato para cada uno de los meses del año, calculados con el software SPSS v21, en una serie temporal de julio de 2003 a octubre de 2016 del número de cuartos cinco estrellas ocupados mensualmente. El factor de estacionalidad no es más que la proporción obtenida del promedio de ocupación de cada temporada, en este caso mensual, y del promedio de ocupación total del periodo de estudio, es decir de la totalidad de la serie de tiempo. La desviación estándar de los factores, calculada con el software Excel es de 0.205. El factor estacional permite visualizar con precisión los meses con mayor o menor ocupación durante periodos específicos de estudio.

Como se muestra en la Figura 5, la tendencia en el alojamiento cinco estrellas, muestra un incremento pronunciado desde mediados del 2007 hasta finales del 2008, después la ocupación se mantiene elevada hasta finales del 2010 y comienza a presentar ligeras fluctuaciones hasta 2013, posteriormente inicia un incremento hasta finales del 2015 y finalmente se presenta un descenso en 2016, lo cual sugiere cambios de comportamiento. Con esto como base y gracias al análisis de cambio estructural y el criterio de información bayesiana se encontraron tres puntos de quiebre presentes en la serie de tiempo: septiembre 2007, noviembre 2010 y junio 2013, estos puntos de quiebre indican cambios estructurales en el comportamiento del hospedaje en hoteles de de lujo localizados en la ciudad de Guanajuato.

Figura 5: Cambios estructurales en la ocupación de hoteles cinco estrellas en la ciudad de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia

La Figura 5 muestra los cambios estructurales y puntos de quiebre en la ocupación hotelera de lujo en la ciudad de Guanajuato, el eje vertical muestra el número de cuartos de hoteles cinco

estrellas ocupados mensualmente y el eje horizontal muestra los meses comprendidos en la serie de tiempo seleccionada: de julio 2003 a octubre 2016.

La serie de tiempo muestra un total de 160 observaciones con una desviación estándar de 2157. Como se puede observar en la Figura 5, los tres puntos de quiebre identificados indican claramente cuatro periodos, donde la diferencia entre uno y otro muestra un aumento entre el número de cuartos ocupados a excepción del tercer periodo en comparación con el segundo, las implicaciones y posibles sucesos o fenómenos que pudieron causar tales cambios de comportamiento se discuten a continuación.

El hecho de que el porcentaje anual de turistas cuya principal motivación de visita al destino fue la asistencia a eventos culturales haya resultado significativa en la correlación con la ocupación de cuartos de lujo en la ciudad, no significa que la ocupación de los hoteles de lujo está conformada en su totalidad sólo por turistas culturales dado que es probable que turistas de negocios y familias también adquieran con regularidad el servicio. Este resultado sólo sugiere que aquellos turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos de eventos relacionados con cultura seleccionen la categoría de cinco estrellas para pernoctar.

La exploración sobre la estacionalidad del destino relacionada con la ocupación por turistas nacionales en la categoría cinco estrellas durante el periodo de estudio, muestra que la alta ocupación de esta categoría coincide, mayoritariamente, con eventos culturales importantes de la ciudad como Semana Santa en marzo, el Festival de Expresión en Corto en julio y el Festival Internacional Cervantino en octubre. El promedio de ocupación alta durante los meses de noviembre y agosto en el periodo de estudio puede explicarse gracias a los días feriados nacionales otorgados de manera oficial en conmemoración de la Revolución Mexicana y las vacaciones de verano respectivamente.

A continuación se presentan explicaciones posibles para los puntos de quiebre identificados, para ello se muestran datos relacionados con el turismo en la región de acuerdo a los años y los periodos identificados. Los puntos de quiebre identificados dividen la serie de tiempo en cuatro periodos: el período I inicia en Julio de 2003 y termina en Agosto de 2007; el período II comprende de Septiembre de 2007 a Noviembre de 2010; el período III va de Diciembre de 2010 a Mayo de 2013; finalmente, el período IV abarca de Junio de 2013 a Octubre de 2016. El contexto general de la ciudad y del estado en materia turística, durante esos periodos, se describe brevemente a continuación.

Durante el período I (Julio 2003 – Agosto 2007), se crea el Programa Nacional de Turismo durante el sexenio 2000 – 2006, priorizando el sector. En mayo del 2007 se crea la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato (SEDETUR), una dependencia estatal para promover inversiones y destinos turísticos del estado, ese mismo año a nivel municipal se establece el Consejo

Municipal de Turismo (Ruiz, 2012). La inflación acumulada a nivel nacional en este periodo fue de 17.63% (INEGI, 2016).

Durante el período II (Septiembre 2007 – Noviembre 2010), la crisis hipotecaria generada en Estados Unidos en el año 2007, causó efectos negativos sobre el PIB, la inversión y el empleo en el país (Castañeda & Banda, 2015). De manera local, en 2008 entra en funcionamiento un nuevo alumbrado público en la ciudad de Guanajuato (Ruiz, 2012), lo cual representa un mejoramiento de la imagen urbana a través de una inversión en obra pública. En el año 2009 entra en vigor la Ley General de Turismo y se lanza el programa tesoros coloniales (Secretaría de Turismo, 2014), del cual el estado de Guanajuato es integrante, en este mismo año tuvo lugar la pandemia de gripe AH1N1 (Speakman, 2014; Speakman & Sharpley, 2012), finalmente, en 2010 se celebra a nivel nacional el Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana. La inflación acumulada a nivel nacional en este periodo fue de 16.36% (INEGI, 2016).

En el período III (Diciembre 2010 – Mayo 2013), de acuerdo a Cordero *et al.* (2015), entre los años 2010 y 2013, surgen el 80% de los espacios privados de ocio cultural en la ciudad de Guanajuato, tales como: galerías, museos, etc. En 2013, a nivel nacional surgen las agendas de competitividad de destinos turísticos, donde se identificó para el caso de la ciudad de Guanajuato, como problemática a resolver con respecto a hoteles de todas las categorías, la corta estadía de los turistas y la poca flexibilidad en políticas organizacionales de hoteles amigables con las mascotas. La inflación acumulada a nivel nacional en este periodo fue de 8.99% (INEGI, 2016).

Por último, en el período IV (Junio 2013 – Octubre 2016) se realiza y sale en cartelera la película animada La Leyenda de las Momias de Guanajuato que promocionó de manera creativa el destino (Castro, 2012). En 2014 la ciudad de Guanajuato recibe el distintivo como el destino más confiable de México (Observatorio Turístico de Guanajuato, 2014). La inflación acumulada a nivel nacional en este periodo fue de 11.38% (INEGI, 2016).

Sobre los puntos de quiebre identificados se alude una posible vinculación a lo descrito a continuación. Dado que el primer punto de quiebre (Septiembre 2007) identifica una ocupación por arriba del promedio de ocupación del periodo I, es fácil concluir que se trata de un punto de quiebre positivo que podría explicarse por el otorgamiento de un presupuesto federal sin precedentes a la dependencia de turismo del estado de Guanajuato por \$21 millones de pesos, cifra superior al año anterior donde sólo recibieron \$4 millones de pesos (Gobierno del Estado de Guanajuato, 2007).

El segundo punto de quiebre (Noviembre 2010), presenta una ocupación más baja que el promedio de ocupación en el periodo II pero alta en comparación con el promedio de ocupación del periodo III. Es probable que los efectos de la crisis económica y la pandemia hayan afectado al sector de lujo de la ciudad de Guanajuato durante este periodo; además, la percepción de líderes de opinión respecto al último trimestre de este año consideró la publicidad negativa sobre inseguridad en

Guanajuato como un freno fuerte para que el turista visitase el estado (Dirección General de Planeación del Estado de Guanajuato, 2010). Justificaciones que podrían explicar la baja en ocupación con respecto al promedio. Por otro lado, al comparar el punto de quiebre con el periodo III se observa una ocupación alta, tal vez debido a la implementación del producto turístico: “Pasaporte Guanajuato Bicentenario”, el cual propuso un recorrido emblemático por las ciudades más trascendentes en el movimiento de independencia en el estado de Guanajuato, incluyendo la ciudad de Guanajuato dónde se realizaron proyecciones artísticas de luz y sonido, museos de ruta y recreaciones históricas, obteniendo una respuesta favorable de 11 793 espectadores, 45% de ellos turistas nacionales de otras entidades.

En el tercer punto de quiebre (Junio 2013), la ocupación de la ciudad en la categoría cinco estrellas es mayor en comparación con la ocupación promedio del periodo III pero es menor en comparación con la ocupación promedio del periodo IV; durante este mes se contó con dos eventos culturales en la ciudad: la Semana Internacional de la Gastronomía y el Taller Nacional de Turismo Cultural.

CONCLUSIONES

El patrimonio cultural de Guanajuato ha significado una de las principales motivaciones de viaje de los turistas nacionales. Museos, sitios arqueológicos, festividades religiosas, culturales, eventos y gastronomía, han sido el eje de los viajes culturales. El conocer la selección de hospedaje según categoría por turistas culturales y como se ha modificado la ocupación hotelera de lujo en esta ciudad a través del tiempo ha sido poco explorado en la literatura académica. Esto dio lugar al establecimiento de objetivos que guiaron el presente estudio. Al cumplir con los objetivos planteados al inicio de la investigación es posible concluir que:

- Hay una correlación estadísticamente significativa entre el segmento de turistas culturales que asisten a eventos como principal motivador y la ocupación de hoteles categoría cinco estrellas en el destino. Esto refuerza información publicada por la Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato (2007) quien puntualiza que durante el Festival Internacional Cervantino y el Festival de Expresión en corto de ese año la ocupación hotelera fue significativamente más alta en comparación con el resto de los meses y la categoría cinco estrellas tuvo una tasa de ocupación que oscilaba entre el 80% y el 90%.

Es importante reiterar lo mencionado previamente en la discusión con respecto a que este hallazgo sólo sugiere que aquellos turistas nacionales que visitan la ciudad con interés primario en asistir a un evento cultural, seleccionan la categoría de cinco estrellas para pernoctar, lo cual no significa que la ocupación de estos hoteles de lujo está constituida en su totalidad por turistas interesados en eventos culturales.

- Se localizaron tres puntos de quiebre en la ocupación de cuartos por turistas nacionales en la categoría cinco estrellas, correspondientes a septiembre 2007, noviembre 2010 y junio 2013; estos puntos de quiebre dividieron la serie de tiempo de estudio en cuatro periodos sobre los cuales se llega a las siguientes reflexiones:

Durante el periodo I se fortalece el turismo a nivel estatal gracias a la toma de decisiones y creación de ciertas dependencias, lo que se alude, dio pie al primer cambio estructural identificado. El periodo II muestra la incidencia de crisis económica y pandemia pero esto pareció no afectar la ocupación hotelera en la categoría cinco estrellas. Durante el periodo III se registró la menor inflación nacional acumulada en comparación con los otros periodos, sin embargo la ocupación en categoría de lujo fue menor en comparación con el periodo anterior y posterior. El periodo IV parece aumentar las tasas de ocupación con la base de un destino confiable.

A pesar de que se realiza una breve descripción sobre el contexto que caracterizó esos periodos incluyendo crisis, presupuestos extraordinarios, distintivos otorgados, inflación, obras públicas, entre otros, no hay evidencia suficiente para afirmar que alguno o varios de ellos hayan sido la causa directa de las fluctuaciones en la ocupación hotelera de la categoría cinco estrellas en la ciudad de Guanajuato aunque se alude que influyeron en la misma. Del mismo modo, como se comenta en la discusión es importante reiterar que:

Al tratarse de una investigación exploratoria, se propone que los resultados obtenidos sean utilizados como información relevante por los tomadores de decisiones relacionados con turismo en el destino, para que les permitan conocer más sobre el segmento del turismo cultural y el comportamiento de la ocupación hotelera en periodos cambiantes del contexto mexicano. Es claro que para lograrlo de manera integral, se torna necesario enriquecer esta investigación con una metodología cualitativa que complemente los hallazgos aquí encontrados a través de entrevistas a profundidad con los habitantes del destino, los mismos turistas culturales y sobre todo con personal de hoteles categoría cinco estrellas que puedan esclarecer el contexto de los periodos divididos por los puntos de quiebre identificados.

Del mismo modo, para estudios posteriores, se sugiere agregar la selección de hospedaje según categoría como un indicador más en la encuesta anual de motivación y satisfacción del turista realizada por el observatorio turístico estatal. Así como profundizar, tanto cuantitativa como cualitativamente, en el estudio de la estacionalidad del destino y su vinculación con eventos culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abomeh, O. S. & Blessing, C. I. O.** (2014) "Visitor management a sinequanon for development of festival tourism in Abuja: Geographical information system is approach". *European Scientific Journal* 1(february): 438-453
- Amaya, C.** (2006) "Relaciones entre el turismo y la cultura. Estudios sobre las culturas contemporáneas". *Época* 12(24): 9–33
- Anwar, S. A. & Sohail, M. S.** (2004) "Festival tourism in the United Arab Emirates: First-time versus repeat visitor perceptions." *Journal of Vacation Marketing* 10(2): 161–170. <https://doi.org/10.1177/135676670401000206>
- Asch, C.** (2009) "All the world's a stage: creating Guanajuato, Mexico's tourism image". *Etudees Caribéennes*. Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/3882> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.3882 Consultado en diciembre 2016
- Cassell, G.** (2016) "Literary festival tourism in Montserrat: A Case study". *Caribbean Quarterly* 62(2): 248–263
- Castañeda, A. & Banda, H.** (2015) "Crisis financieras en México 1970-2012". Pearson Education, México
- Castro, E.** (2012) "Sesión solemne número 20 del honorable ayuntamiento de Guanajuato capital". Informe del trienio 2009-2012 (No. 20). H. Ayuntamiento de Guanajuato, México:. Recuperado a partir de <http://www.guanajuatocapital.gob.mx/files/2016-01/sesion%20solemne%2020.pdf> Consultado en noviembre 2016
- Centro de Estudios Superiores en Turismo – CESTUR** (2006) "El turismo cultural en México". Secretaría de Turismo, México
- Cheng, T.-M. & Chen, M.-T.** (2014) "Image transformation for Mazu Pilgrimage and festival tourism". *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 19(5): 538–557. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.764911>
- Clausen, H. & Velázquez, M.** (2013) "El turismo cultural en Argentina, México y Brasil". *Diálogos Latinoamericanos* 21: 9–28
- Cordero, J. de J.; Aguilar, C. & Meneses, C.** (2015) "Los espacios culturales en el centro histórico de Guanajuato, México". *Revista del Departamento de Geografía* 3(5): 80–98
- Delgadillo, D.** (2009) "Patrimonio urbano y turismo cultural en la Ciudad de México: Las chinampas de Xochimilco y el Centro Histórico". *Andamios* 6(12): 69–94
- Dirección General de Planeación del Estado de Guanajuato** (2010) "Barómetro turístico 2010". Secretaría de Desarrollo Turístico. Recuperado a partir de http://observatorioturistico.org/cenDoc/51e64-167Bar--metro_Tur--stico_cuarto_Trimestre_2010-Final.pdf Consultado en diciembre 2016
- Dolnicar, S.** (2002) "Activity-based market sub-segmentation of cultural tourists". *Journal of Hospitality and Tourism Management* 9(2): 94–105
- Ferry, E. E.** (2005) "Not ours alone: Patrimony, value, and collectivity in contemporary Mexico". Columbia University Press, Nueva York

- Filippou, F. & Goulimaris, D.** (2010) "Dance and cultural tourism: The effect of demographic characteristics on foreigners' participation". *Tourism & Hospitality Management* 17: 63–71
- Gallegos, A. & Vargas, G.** (2010) "La dotación de recursos y la competitividad turística en las ciudades coloniales mexicanas patrimonio de la humanidad". Presentado en Cuarto Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, Puerto Vallarta, Jalisco
- Getz, D.** (2008) "Event tourism: Definition, evolution and research". *Tourism Management* 29(3): 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Gobierno del Estado de Guanajuato** (2007) "Actividad turística del estado de Guanajuato". Guanajuato
- Gomes, A.** (2012) "Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del Peón Rural". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(6): 1594–1608
- Grupo de Investigación Universidad Complutense de Madrid** (2006) "Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos, patrimonio cultural y sistema de acogida local". *Urbano* 9(14): 69–76
- IBM SPSS Statistics** (2012) Versión 21.0.0.0.
- INAFED** (2015) "Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México". Recuperado a partir de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM11guanajuato/culturaturismo.html> Consulta en noviembre 2016
- INEGI** (2016) "Índice de precios, calculadora de inflación". Recuperado a partir de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/indiceprecios/CalculadoraInflacion.aspx> Consulta en noviembre 2016
- Kandelaars, P.** (2000) "A dynamic simulation study of tourism and environment in the Yucatan Peninsula in Mexico". En: Briassoulis, H. & Straaten, J. van der (Ed.) *Tourism and the environment regional economic cultural and policy issues*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, pp. 59–89
- Lara, C.** (2005) "El patrimonio cultural en México, un recurso estratégico para el desarrollo. Querétaro". FUNDAp Política y Administración Pública. México. Recuperado a partir de https://www.academia.edu/419404/El_patrimonio_cultural_en_M%C3%A9xico_un_recurso_estrat%C3%A9gico_para_el_desarrollo Consulta noviembre 2016
- Lim, C.** (2006) "A survey of tourism demand modeling practice: issues and implications". En: Dwyer, L. & Forsyth, P. (Ed.) *International handbook on the economics of tourism*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 45–72
- Litvin, S., Pan, B., & Smith, W.** (2013) "Festivals, special events, and the rising tide". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 7(2): 163–168. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0022>
- López, M.** (2004) "La diversidad creativa: turismo, municipios, redes y cooperación". En: Azcárate Bang, T.; Joménez Herrero, L. & Marín Cabrera, C. (Eds.) *Diálogo sobre turismo, diversidad cultural y desarrollo sostenible*. Forum Barcelona – Instituto de Turismo Responsable, Barcelona, pp. 89-90
- Ma, L. & Lew, A. A.** (2012) "Historical and geographical context in festival tourism development". *Journal of Heritage Tourism* 7(1). <https://doi.org/10.1080/1743873X.2011.611595> consulta noviembre 2016

- Mantecón, A. R.** (2006) "Turismo cultural en México ¿Un modelo alternativo?" Cuaderno CRH 19(48): 499–506
- Manzatto, F. & Rejowski, M.** (2007) "Evaluación del potencial turístico de sitios arqueológicos". Estudios y Perspectivas en Turismo 16(1): 72–95
- Marujo, N.** (2015) "Eventos culturales y motivaciones de los turistas: La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira – Portugal". Estudios y Perspectivas en Turismo 24(1): 40–55
- McKercher, B.; S.Y.Ho, P.; Du Cros, H. & Chow So-Ming, B.** (2002) "Activities-Based segmentation of the cultural tourism market". Journal of Travel & Tourism Marketing 12(1): 23–46. https://doi.org/10.1300/J073v12n01_02
- Meyer, D.** (s/f) "Classical seasonal decomposition by moving averages". Recuperado el 30 de noviembre de 2016 a partir de <https://stat.ethz.ch/R-manual/R-devel/library/stats/html/decompose.html>
- Noelle Bernick, L. & Boo, S.** (2013) "Festival tourism and the entertainment age: interdisciplinary thought on an international travel phenomenon". International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research 7(2): 169–174. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0023>
- Nurse, K.** (2004) "Trinidad Carnival: festival tourism and cultural industry". Event Management 8(4): 223–230. <https://doi.org/10.3727/1525995031436854>
- Observatorio Turístico de Guanajuato** (2014) "Ven a Guanajuato el destino más confiable". Recuperado a partir de http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/detalle_noticia/1051 Consulta en diciembre 2016
- Organización Mundial del Turismo** (2013) "Turismo y patrimonio cultural inmaterial". Recuperado el 2 de diciembre de 2016, a partir de <http://publications.unwto.org/es/node/39354>
- Palma, M. L.; Palma, L. & Aguado, L. F.** (2013) "Determinants of cultural and popular celebration attendance: the case study of Seville spring fiestas". Journal of Cultural Economics 37(1): 87–107. <https://doi.org/10.1007/s10824-012-9167-5>
- Ruiz, A.** (2012) "Guanajuato (México): dinámica y estructura de un destino turístico patrimonio de la humanidad (Doctorado)". Universidad Complutense de Madrid, Madrid
- Santana, A.** (2003) "Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran". Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 1(1): 1-12
- Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis** (2011a) "Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2010 (Levantamiento: del 10 de julio de 2010 al 9 de enero de 2011)". Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de <http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/PERFIL%20DEL%20VISITANTE%20A%20GUANAJUATO%202010.pdf> Consulta en noviembre 2016
- Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis** (2011b) "Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2011 (Levantamiento: del 4 de febrero al 31 de diciembre de 2011)". Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/268PERFIL%20DEL%20VISITANTE%20GTO%202011_editorial.pdf Consulta en noviembre 2016

Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis (2012) “Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2012 (Levantamiento: del 4 de febrero al 31 de agosto de 2012)”. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/419Perfil%20del%20Visitante%20_Guanajuato%20Capital%202012_OT.pdf Consulta en noviembre 2016

Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis (2013) “Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2013 (Levantamiento: del 4 de marzo al 31 de diciembre de 2013)”. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de <http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/911a2-Perfil-Guanajuato-Capital-2013.pdf> Consulta en noviembre 2016

Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis (2015) “Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2014 (Levantamiento: del 12 de abril de 2014 al 6 de enero de 2015)”. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/3ed16-Perfil-Guanajuato-Capital-2014_OT.pdf Consulta en noviembre 2016

Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato, Dirección General de Planeación, Dirección de Información y Análisis (2016) “Estudio del perfil del visitante a la Ciudad de Guanajuato 2015 (Levantamiento: del 6 de marzo de 2015 al 6 de enero de 2016)”. Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/b0c8b-Perfil-Guanajuato-2015_OT.pdf Consulta en noviembre 2016

Secretaría de Turismo (2014) “Tesoros coloniales”. Recuperado a partir de <http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/programa-tesoros-coloniales/> Consulta en noviembre 2016

Sectur Guanajuato, Dirección de Información y Análisis & Coordinación de Estadística e Información (2016) “Inventario de hospedaje en el Estado de Guanajuato por municipio y categoría”. Guanajuato, México: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Recuperado a partir de <http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/f125e-Inventario-Hospedaje-GTO-marzo-2016-u--.xlsx> Consulta en noviembre 2016

Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje (s/f) “Actividad hotelera, Reporte personalizado de los Centros Turísticos DataTur”. Recuperado el 30 de noviembre de 2016, a partir de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx>

Speakman, M. K. (2014) “Perspectives on destination crisis management in the UK and Mexico: conventional crisis models and complexity theory”. Recuperado a partir de <http://search.proquest.com.etechconricyt.idm.oclc.org/docview/1689624469?accountid=163027> Consulta en noviembre 2016

Speakman, M. K. & Sharpley, R. (2012) “A chaos theory perspective on destination crisis management: Evidence from Mexico”. *Journal of destination marketing and management* 1: 67–77

- Stebbins, R. A.** (1996) "Cultural tourism as serious leisure". *Annals of Tourism Research* 23(4): 948–950
- Timothy, D. J.** (1997) "Tourism and the personal heritage experience". *Annals of Tourism Reserach* 24(3): 751–754
- Uysal, M.; Gahan, L. & Martin, B.** (1993) "An examination of event motivations: A case study". *Festival Management and Event Tourism* 1: 5–10
- Váldez, R.** (2012) "Funcionamiento de programas de turismo cultural en México". *Cuaderno CONACULTA* 19: 34-40. Disponible en: <http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos.php>
Consulta en noviembre 2016
- Zeileis, A.; Kleiber, C.; Krämer, W. & Hornik, K.** (2003) "Testing and dating of structural changes in practice". *Computational Statistics & Data Analysis* 44(1): 109–123
- Zeileis, A.; Leisch, F.; Hornik, K. & Kleiber, C.** (2002) "Structural change: An R Package for testing for structural change in linear regression models". *Journal of Statistical Software* 7(2): 1–38

Recibido el 13 de febrero de 2017

Reenviado el 13 de marzo de 2017

Aceptado el 20 de marzo de 2017

Arbitrado anónimamente