**27/MARZO/2017**

**Alejandra González Mercado**

**Marco teórico**

* **Turismo cultural: ¨**El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico¨. (SECTUR, 2014)
* **Turismo Religioso: ¨**Constituye el conjunto de los desplazamientos humanos y de las actividades provocadas por la devoción y nace de las exigencias del espíritu humano¨. (Folklore y Turismo, 2002)
* **Atractivos turísticos: ¨**Valores propios existentes, natural, cultural, o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo¨. (SECTUR, 2015)
* **Producto turístico: ¨**Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística: a) Producción de bienes, b) Las agencias de viajes, c) Los operadores turísticos¨. (SECTUR, 2015)
* **Oferta turística: ¨**​Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:1)Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.2) Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas¨. (SECTUR, 2015)
* **Promoción turística:** ¨Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita¨. (SECTUR, 2015)
* **Fiestas patronales: ¨**Las fiestas patronales son festividades que se llevan a cabo una vez al año en cada uno de los municipios en honor al santo patrón del pueblo. Tienen su origen en la fundación de los municipios, lo cual, según la tradición católica, se hacía bajo la advocación de un santo titular. En la actualidad, aún mantienen este carácter religioso, pero han incorporado, a su vez, características seculares y folclóricas tales como desfiles, juegos de azar, comida tradicional, machinas o atracciones de feria y música¨. (Grupo Editorial EPR, 2014)

En la Iglesia Católica –así como en la Ortodoxa– la veneración de los santos es una práctica común que se autorizó a partir del Concilio de Nicea (787 d.C.). Los santos son considerados intercesores y protectores de los hombres y, por extensión, de sus comunidades. El patrón es el protector escogido por un pueblo o una congregación, ya sea un santo o las advocaciones o denominaciones complementarias que se aplican a la Virgen y a Jesucristo, las cuales se refieren a determinado misterio, virtud, atributo, así como a momentos de sus vidas o lugares vinculados a éstos. (Grupo Editorial EPR, 2014)

En México los productos turísticos existententes son:

1. Programa Pueblos Mágicos, marca que si bien es reconocida por los turistas requiere un análisis profundo y una propuesta que incluya el rediseño de los criterios de admisión y permanencia, así como una reingeniería del Programa que le otorgue vigencia y lo fortalezca. (SECTUR, 2013)

Se realizó en Boca del Río, Veracruz, la Jornada de Profesionalización en Desarrollo de Productos Turísticos con una asistencia de 130 agentes de viajes y 10 operadores nacionales con el objeto de dar a conocer los programas eje de la SECTUR con productos elaborados por expertos, lo que permite la generación de negocios y el desplazamiento regional y nacional de los mismos. (SECTUR, 2013)

Para impulsar esta línea de producto, la segunda en importancia en el país, el 11 de junio, se llevó a cabo el Taller de Diagnóstico de Turismo Cultural en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato. Se contó con la participación de 180 asistentes de 22 entidades federativas, de los sectores público, privado, académico y social de todo el país. Se presentaron un total de 30 ponencias. (SECTUR, 2013)

A fin de impulsar el Desarrollo de Tlacotalpan, la ciudad Patrimonio Mundial, se creó un grupo interinstitucional (SEDESOL, SEMARNAT, SEDATU, CONACULTA, INAH, CONAGUA Y EL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ) en el que cada dependencia realiza acciones en el marco de su competencia. De igual forma, conjuntamente con la Fundación Pública Andaluza el Legado Andalusí y CONACULTA se desarrolló el proyecto del Itinerario Cultural del Mudéjar y Barroco en México que incluye los estados de Veracruz y Oaxaca para ponerlo en valor y fomentar su materialización y aprovechamiento en el ámbito turístico se llevó a 39 cabo una jornada de formación dirigida a funcionarios estatales y municipales de turismo y cultura, operadores de viaje, promotores culturales y consultores en la Ciudad de México el pasado 30 de abril. Con objeto de impulsar el turismo religioso en México, el 26 de junio se hizo la presentación para prensa e industria de la Ruta de San Juan Diego que incluye 6 recintos religiosos del Estado de México y el Distrito Federal. Este producto está dirigido tanto al turismo receptivo como al nacional. Actualmente, la línea de producto cultural está conformada por 58 proyectos con una inversión de 603 millones de pesos. Turismo de naturaleza México es el cuarto país con mayor diversidad biológica. (SECTUR, 2013)

México es el cuarto lugar mundial en oferta cultural turística con 39 declaratorias de patrimonio cultural a nivel mundial que fortalece una oferta turística rica y variada. El turismo cultural impacta en la actividad económica de 50 destinos en 23 entidades federativas. (SECTUR, 2013).

Algunos de los atractivos turísticos con los que cuenta el Estado de Michoacán son:

1. La mariposa monarca
2. La UNESCO nos ha privilegiado con **seis** nombramientos Patrimonio de la Humanidad: Morelia y su centro histórico, la biósfera de la Mariposa Monarca, la tradición de Noche de Muertos, la música michoacana conocida como "Pirekuas", la deliciosa gastronomía michoacana y los Voladores de San Pedro.

Su esquema de trabajo, paz y armonía perdura hasta nuestros días en pueblos ricos en tradiciones como la **Noche de Muertos, Semana Santa y el Año Nuevo Purépecha**. (Visitmichoacan, 2016)

**Historia**

La Piedad fue fundada por los Aztecas y denominada Zula: “lugar de codornices”, fue conquistada en 1380 por los tarascos, bajo el mando de Tariácuri, quien la llamó Aramutaro Tzicuirin: "lugar de cuevas pequeñas".

Por segunda vez es conquistada en 1530 por españoles al mando de Nuño de Guzmán, el cual le asignó el nombre de San Sebastián Aramutarillo que conservó hasta el siglo XVII, época en que se le empezó a llamar La Piedad, por la imagen venerada en su templo. En este tiempo, había dejado de ser asiento indígena y se establecieron varios españoles, que eran propietarios de haciendas, estancias y ranchos de la región.

En 1760, pasó a formar parte de la Alcaldía Mayor de Tlazazalca y eclesiásticamente se constituyó en curato, administrando las poblaciones de Tanhuato y Yurécuaro. Para 1765, la población estaba conformada predominantemente por castas, en relación a los indígenas y españoles.

Una de las poblaciones más lastimadas durante la guerra de independencia, fue La Piedad, ya que sus habitantes se adhirieron a la causa insurgente. Al término de esta lucha, se elevó a la categoría de cabecera de partido, administrando las poblaciones de Tanhuato o Tanehuato, Yurécuaro, Ecuandureo y Zináparo. Su economía se recuperó lentamente, producía maíz y otros productos agrícolas, contaba con varios telares de algodón y lana, iniciando la recuperación de la arriería y el comercio.

Obtuvo el rango de municipio, por la Ley Territorial del 10 de diciembre de 1831.

Entre 1832 y 1833, se construyó el célebre puente Cavadas sobre el río Lerma, el que sirve de límite natural a Michoacán y Guanajuato. Esta construcción, fue impulsada por el párroco José María Cavadas y constituye un importante monumento de la población.

En 1861, se elevó a la categoría de Villa, siendo su nombre "Villa de Rivas". Diez años más tarde, en 1871 se le otorgó el título de Ciudad, con el nombre de "La Piedad de Cavadas", en memoria del cura José Cavadas Corzo. (INAFED, 2016)

Según el INEGI La Piedad Michoacán tiene 103 702 habitantes (2015).

**LOCALIZACION:**

¨Se localiza al norte del Estado, en las coordenadas 20º21' de latitud norte y 102º02' de longitud oeste, a una altura de 1,680 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con los Estados de Jalisco y Guanajuato, al este con Numarán, al sur con Zináparo, Churintzio y Ecuandureo, y al oeste con Yurécuaro. Su distancia a la capital del Estado es de 183 kms¨. (INAFED, 2016)

**EXTENSIÓN**

¨Su superficie es de 285.51 Km2 y representa un 0.48 por ciento del total del Estado¨. (INAFED, 2016)

**OROGRAFÍA**

¨Su relieve lo constituyen la depresión del Lerma, el sistema volcánico transversal y los cerros: Grande, Zaragoza, Zapote y Del Huerto¨. (INAFED, 2016)

**HIDROGRAFÍA**

¨Su hidrografía se constituye principalmente por el río Lerma; arroyos: Domingo Prieto, Prieto y Canapro; manantiales de agua fría: el Algodonal y el Capricho, Además de las presas Aviña, Paredones e Ingeniero Antonio Rodríguez¨. (INAFED, 2016)

**CLIMA**

¨Su clima preponderante en el Municipio es semicálido subhúmedo, con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial anual del 700 milímetros y temperaturas que oscilan de 3.0 a 38.5º centígrados¨. (INAFED, 2016)

**RECURSOS NATURALES**

¨Se aprovecha el caudal del Río Lerma en un lugar conocido como "El Salto" para la generación de Energía Eléctrica¨. (INAFED, 2016)

**ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES**

* **Arquitectónicos: ¨**Parroquia del Señor de La Piedad, del siglo XVIII; templo de San Francisco; Santuario de Guadalupe; templo de la Purísima Concepción, templo de Santa Rosa de Lima; Puente "Cavadas", construido en el siglo XlX¨. (INAFED, 2016)
* **Esculturas: ¨**Estatua a Hidalgo en la Plaza Principal y busto a Marcos H. Pulido, benefactor de La Piedad¨. (INAFED, 2016)

**MUSEOS**

¨Museo en el centro de la ciudad, donde se exponen utensilios, figurillas y vasijas recolectadas en dos pequeñas zonas arqueológicas en los cerros de Zaragoza y del Muerto¨. (INAFED, 2016)

**FIESTAS, DANZAS Y TRADICIONES**

1 al 16 de Julio. Fiesta religiosa en honor a nuestra señora del Carmen.

8 de Diciembre. Fiesta religiosa en honor a la Purísima Concepción.

12 de Diciembre. Festividad en honor a la Virgen de Guadalupe.

12 al 23 de Diciembre se festeja la feria porcina.  
24-25 de Diciembre. Festividad en honor al Señor de La Piedad, Patrono del Lugar. (INAFED, 2016)

**MÚSICA**

¨Mariachi y bandas de viento¨. (INAFED, 2016)

**ARTESANÍAS**

¨Textiles: Rebozos de gran colorido, hechos en algodón y articiela, tejidos en telar de pedales y empalmado a mano, deshilados y arcos de ofrenda de flores naturales. Otras artesanías: labrado de cantera, vidrio soplado, balones de fútbol de piel y vinil¨. (INAFED, 2016)

**METODOLOGIA**

El método que voy a utilizar es el cuantitativo porque voy realizar encuestas para determinar si la Piedad tiene los suficientes recursos para generar el producto turístico de las fiestas patronales. Así como la opinión de los principales actores en el posible desarrollo del producto turístico. Éste método es deductivo, puesto que consiste ir de lo general a lo particular. La población a la cual se le aplicarán las encuestas son a empresarios de servicios turísticos, funcionarios del H. Ayuntamiento, y autoridades de la Arquidiócesis. Para la selección de la muestra utilizaré el muestreo estadístico estratificado, en donde del total de los involucrados se calculará la muestra de acuerdo a la fracción constante de .2534 (Sampieri, 2006)

La muestra estará de acuerdo al cálculo de la siguiente manera:

Hoteleros: 8 x .2534 = 2

Restauranteros: 30 x .2534 = 5

Autoridades eclesiásticas: 12 x .2534 = 3

Funcionarios del H. Ayuntamiento: 33 x .2534 = 8

Empresarios: 8 x .2534 = 2

**LTU 768**