



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA RURAL

DOCTORADO EN CIENCIAS EN CIENCIAS AGRARIAS

**PROPUESTA DE TURISMO RURAL COMO CONTRIBUCIÓN AL
DESARROLLO LOCAL Y CONSERVACIÓN DE LA CULTURA**

T E S I S

Que como requisito parcial
para obtener el grado de:

DOCTOR EN CIENCIAS EN CIENCIAS AGRARIAS

Presenta:

JULIO CÉSAR ROSALES PAREDES

Bajo la supervisión de:

DR. JOSÉ MARÍA SALAS GONZÁLEZ

DRA. MARÍA ISABEL PALACIOS RANGEL



Chapingo, Estado de México, mayo de 2020

TURISMO RURAL COMO CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL Y CONSERVACIÓN DE LA CULTURA

Tesis realizada por **Julio César Rosales Paredes** bajo la supervisión del Comité Asesor
indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

DOCTOR EN CIENCIAS EN CIENCIAS AGRARIAS

DIRECTOR:



Dr. José María Salas González

CODIRECTORA:



Dra. María Isabel Palacios Rangel

ASESOR:



Dr. Gerardo Gómez González

LECTOR EXTERNO:



Dr. Ismael Manuel Rodríguez Herrera

CONTENIDO

CONTENIDO	iii
LISTA DE CUADROS	vi
LISTA DE FIGURAS	vii
ABREVIATURAS USADAS	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTOS	x
DATOS BIOGRÁFICOS	xi
RESUMEN GENERAL	xii
GENERAL ABSTRACT	xiii
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN GENERAL	14
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Antecedentes	16
1.3 Justificación	18
1.4 Hipótesis	19
1.5 Preguntas de Investigación	19
1.5.1 Pregunta general	20
1.5.2 Preguntas específicas	20
1.6 Objetivos de estudio	20
1.6.1 Objetivo general	20
1.6.2 Objetivos específicos	20
1.7 Estructura del documento de titulación	21

1.4	1.8 Literatura citada.....	22
CAPITULO 2. REVISIÓN DE LITERATURA.....		23
2.1	Marco teórico conceptual	23
2.1.1	Modelos teóricos de turismo	23
2.1.2	Conceptualización de Turismo rural	24
2.1.3	Desarrollo.....	30
2.1.4	Identidad.....	32
2.1.5	Patrimonio	32
2.2	Marco referencial.....	33
2.2.1	Antecedentes del turismo	33
2.2.2	Modalidades de turismo Rural	35
2.2.3	Problemáticas	37
2.2.4	Beneficios.....	37
2.2.5	Ámbito internacional.....	41
2.2.6	Ámbito nacional	44
2.2.7	Resultados de estudios previos.....	48
2.3	Literatura citada.....	49
CAPITULO 3. TENDENCIAS DEL TURISMO EN CUATRO PUEBLOS.....		55
3.1	Resumen	55
3.2	Abstract	56
3.3	Introducción.....	57
3.4	Antecedentes	59
3.5	Metodología.....	64

3.6	Resultados	66
3.6.1	Perfil sociodemográfico	66
3.6.2	Perfil del viaje	67
3.6.3	Presupuesto asignado para el viaje.....	69
3.6.4	Nivel de Satisfacción y evaluación del viaje y servicios	69
3.6.5	Servicios públicos	70
3.7	Discusión	72
3.8	Conclusiones	75
3.9	Literatura citada.....	76
3.10	Anexos.....	80
CAPITULO 4. TURISMO COMO EJE ESTRATÉGICO PARA LAS AGENDAS DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y MANEJO INTEGRADO DEL PAISAJE, GIZ...87		
4.1	Resumen	87
4.2	Abstract	88
4.3	Introducción.....	89
4.4	Antecedentes	91
4.5	Metodología.....	97
4.6	Resultados	102
4.7	Conclusiones	111
4.8	Literatura citada.....	113
CAPITULO 5. CONCLUSIONES GENERALES 115		

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Beneficios potenciales del turismo rural.	39
Cuadro 2. Ingreso promedio mensual.	80
Cuadro 3. Tamaño el grupo que visita los municipios.....	81
Cuadro 4. ¿Con base en qué motivo decidió el destino?	81
Cuadro 5. El tiempo de su estancia en el lugar.	81
Cuadro 6. Lugar donde se hospedó.	82
Cuadro 7. ¿Qué compró en su visita?.....	82
Cuadro 8. Evaluación de la calidad y satisfacción de los servicios turísticos de los lugares.	83
Cuadro 9. En qué tiempo piensa regresar al lugar.	83
Cuadro 10. Componentes de la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos (MEMRT)	98
Cuadro 11. Criterios y atributos utilizados para la evaluación de los recursos turísticos.	101
Cuadro 12. Caracterización de criterios intrínsecos de los recursos turísticos de la región.	103
Cuadro 13. Caracterización de criterios extrínsecos de los recursos turísticos de la zona de estudio.	104
Cuadro 14. Matriz de decisión con valores normalizados.	106

Cuadro 15. Valores de ponderación aplicados por criterio intrínseco y tipo de recurso.	107
Cuadro 16. Valores de ponderación por criterio intrínseco y tipo de recurso.....	108
Cuadro 17. Resultados obtenidos de la combinación lineal de atributos (Criterios normalizados).....	110

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Conformación de un producto turístico.	27
Figura 2. Ocupación del turista que visita la Sierra Norte de Puebla.	84
Figura 3. Los lugares con mayor número de visitas.....	84
Figura 4. Presupuesto que se destina al viaje.....	84
Figura 5. Evaluación de la calidad y cantidad de actividades a realizar y la información disponible sobre las mismas.....	85
Figura 6. Comodidad, seguridad y calificación de la visita.	85
Figura 7. Lo que más le gustó de los lugares que visitó.	86

ABREVIATURAS USADAS

AOP	Denominaciones de Origen Protegidas
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CDI	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CESTUR	Centro de Estudios Superiores en Turismo
CISO	Centro de Investigación Sobre Opinión Pública
DATATUR	Sistema de Información de Estadísticas Turísticas
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
GIZ	Agencia de Cooperación Alemana
IGP	Indicaciones Geográficas Protegidas
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ISO	Organización Internacional para la Estandarización
MEMRT	Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos
MIP	Manejo Integrado del Paisaje
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONG	Organizaciones No Gubernamentales
PEF	Presupuesto de Egresos de la Federación
PIB	Producto Interno Bruto
PM	Pueblo Mágico
PPM	Programa Pueblos Mágicos
SCN	Sistema de Cuentas Nacionales
SECTUR	Secretaría de Turismo Federal
SICTUR	Información científica del Turismo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

DEDICATORIA

A Dios, por la vida, iluminar mi mente, por permitirme conocer a las personas que han sido mi compañía, mi fortaleza y mi apoyo.

A mis padres, Verónica y Artemio, por ser mi apoyo y soporte en cada paso, en lo profesional y en lo personal, por su incondicional respaldo desde mis primeros pasos hasta lo que ahora soy, pero sobre todo por el amor que me han brindado.

A mi abuelita Cele, a mi hermano Iván y mi cuñada Yesica por, por su apoyo incondicional y por el amor que me han dado a cada paso de mí andar, a mis primos y tíos.

A Víctor, por estar presente desde que inició esta aventura, por ser mi apoyo y motivarme cuando tambaleaba, por formar parte de los éxitos. A mis amigos, por darme su compañía, su apoyo y por ser la nueva familia que Chapingo me brindo, Tano, Tania, Almita, Yos, Carlita y Edgar. A Gris, Carlos y Sandy por acompañarme en todo momento y pasar tantos momentos de risas y alegrías.

A los amigos que me dejo la estancia en España, Yuan, Imane, Silvia y José Carlos, Efraín y Sarai, Enrique Suárez, José Gavilán, Sergio, Carlos, Chang, Ana, Jennifer, Laura, Julia, Francisco, Arturo, Enrique, Marisa y German, que hicieron de ese tiempo uno de los más bonitos, donde me hicieron sentir como en casa.

Julio César Rosales Paredes

AGRADECIMIENTOS

Al **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)** por la beca y apoyos otorgados para realizar mis estudios doctorales.

A la **Universidad Autónoma Chapingo**, y al **Departamento de Sociología Rural**, a sus profesores y administrativos que, gracias a su trabajo fue posible el buen término de esta investigación.

De una forma especial, al **Dr. José María Salas González** y a la **Dra. María Isabel Palacios Rangel**, por su apoyo para realizar esta tesis bajo su dirección. Por creer en mi trabajo y su capacidad para guiarme, ha sido un aporte invaluable y pilar del buen trabajo en conjunto. Al **Dr. Gerardo Gómez González**, por su importante aporte, participación y crítica que ha enriquecido el trabajo realizado.

Al **Dr. Enrique Torres Bernier**, por el tiempo y conocimiento dedicado durante la estancia de investigación, así como el de todos los profesores que integran el programa del Máster de la Universidad de Málaga en España.

No menos importante el **M.C. Víctor Hernández**, por su apoyo y conocimiento en la fase de campo, redacción y revisión de los artículos del presente trabajo.

A la Corporación Alemana para la Cooperación Internacional **GIZ**, y al Maestro **Santos Santillanes Chacón** miembro de GIZ, por permitir la realización de la etapa de campo dentro de los talleres de la Plataforma de Diálogo Multiactor. Así como a todas las personas que formaron parte de ella.

Julio César Rosales Paredes

DATOS BIOGRÁFICOS

Datos personales

Nombre: Julio César Rosales Paredes

Lugar de nacimiento: Xicotepec de Juárez, Puebla.

CURP: ROPJ890412HPLSRL05

Cédula profesional:

Cédula de Licenciatura 8422193

Cédula de Maestría 11269176



Desarrollo académico

En 2012 se graduó, como licenciado en Comercio Internacional de Productos Agropecuarios en la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma Chapingo (UACH).

En 2015 concluyó sus estudios de posgrado, obteniendo el Grado de Maestro en Ciencias en Estrategia Agroempresarial, del Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM) de la Universidad Autónoma Chapingo.

A partir de enero de 2016 inició sus estudios de posgrado en el Doctorado en Ciencias en Ciencias Agrarias del Departamento de Sociología Rural de la Universidad Autónoma Chapingo.

En 2019 se tituló como Master en Gestión del Turismo Cultural y Desarrollo Local por la Universidad de Málaga, España.

RESUMEN GENERAL

TURISMO RURAL COMO CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL Y CONSERVACIÓN DE LA CULTURA¹

El turismo se ha convertido en la tercera actividad económica para México, por lo que, el aumento de estrategias de fomento ha significado una diversificación de la oferta turística. Ejemplo de ello es el Programa Pueblos Mágicos, vinculado al sector primario y secundario principalmente y considerado instrumento de desarrollo de doble entrada, al constituirse como un componente de mejora de la economía nacional y local. Programas para el Manejo Integrado del Paisaje (MIP) como los de la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ) son empleados para alcanzar el desarrollo, atendiendo áreas de oportunidad para generar ingresos creando productos turísticos de alta calidad y bajo impacto ambiental, logrando derrama económica para la región y contribuyendo al desarrollo local. La priorización del aprovechamiento de los recursos mediante la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos (MEMRT) que permite el diseño de estrategias que contribuyen al desarrollo de la zona. Por otra parte, la determinación de las tendencias del turismo a partir de la caracterización del perfil del turista y su demanda, se determinó mediante una encuesta a turistas de la región. El análisis de los resultados plantea que, el uso de este tipo de categorización posibilita la evaluación de la demanda, mediante el análisis del grado de vinculación del sector turístico con los prestadores de servicios, a partir de los cuales se puede desarrollar una oferta de productos turísticos diseñados acorde con las necesidades. Los resultados de la aplicación de la MEMRT promueven la colaboración con el proyecto de MIP de la GIZ. Los recursos turísticos para la zona, se dividieron en terrestres y acuáticos. La evaluación se basó en infraestructura, cercanía y facilidad de acceso principalmente, sin dejar de contemplar al ambiente como un elemento de importancia equiparable a la que se da a los productos turísticos.

Palabras clave: Turismo, GIZ, MEMRT, PPM

¹ Tesis de Doctorado en Ciencias en Ciencias Agrarias, Universidad Autónoma Chapingo.

Autor: Julio César Rosales Paredes
Director de Tesis: Dr. José María Salas González
Co-Directora de Tesis: Dra. María Isabel Palacios Rangel

GENERAL ABSTRACT

ALTERNATIVE TOURISM AS A CONTRIBUTION TO LOCAL DEVELOPMENT AND CONSERVATION OF CULTURE

Tourism has become the third economic activity for Mexico, so the increase in promotion strategies has meant a diversification of the tourism offer. An example of this is the Magical Peoples Program, mainly linked to the primary and secondary sector and considered a double entry development instrument, as it constitutes a component of improving the national and local economy. Programs for Integrated Landscape Management (IPM) such as those of the German Cooperation Agency (GIZ) are used to achieve development, addressing areas of opportunity to generate income by creating high quality tourism products and low environmental impact, achieving economic spillover for the region and contributing to local development. The prioritization of the use of resources through the Multicriteria Evaluation Methodology of Tourist Resources (MEMRT) that allows the design of strategies that contribute to the development of the area. On the other hand, the determination of tourism trends based on the characterization of the tourist profile and its demand, was determined through a survey of tourists from the region. The analysis of the results suggests that, the use of this type of categorization allows the evaluation of the demand, by analyzing the degree of linkage of the tourism sector with the service providers, from which an offer of products can be developed tourist designed according to the needs. The results of the MEMRT application promote collaboration with the GIZ IPM project. The tourist resources for the area, were divided into terrestrial and aquatic. The evaluation was based on infrastructure, proximity and ease of access mainly, while contemplating the environment as an element of importance comparable to that given to tourism products.

Key words: tourism, GIZ, MEMRT, PPM

2

² Doctoral Thesis in Ciencias en Ciencias Agrarias, Universidad Autónoma Chapingo.

Author: Julio César Rosales Paredes

Advisor: José María Salas González, Dr.

Co-Advisor: María Isabel Palacios Rangel, Dr.

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN GENERAL

En el ámbito económico y político, así como en el académico, se considera que el desarrollo de la actividad turística trae consigo la promoción del desarrollo local. Sin embargo, las interrogantes que surgen se abocan a determinar cuales es el tipo de turismo adecuado para promover el desarrollo, así como cuáles son los beneficios y quiénes los reciben. Esto llevó a generar preguntas que debían ser contestadas mediante una investigación, ya que se identificó potencial turismo en la zona de estudio, siendo la investigación un posible detonante para el aprovechamiento y desarrollo de la zona.

El concepto general de desarrollo acorde con Varisco (2008), surge desde la posguerra y define tres características propias del concepto de desarrollo: evolucionista, reduccionista y acrítica. De las anteriores características, la reduccionista es contraria a la postura del desarrollo evolucionista que se asume en esta investigación, ya que este proceso es entendido desde el incremento del Producto Interno Bruto (PIB) y de otras variables económicas, sin tener en cuenta procesos sociales o culturales.

En el ámbito nacional, el desarrollo y turismo rural es descrito por Ávila (2007), quien señala que la Secretaria de Turismo (SECTUR) en 2002 promovió el desarrollo del turismo cultural en México mediante la regionalización del territorio, dividiéndolo en centros, polos medios, sitios complementarios y lugares complementarios.

Para México, el turismo es una de las actividades que desempeñan un papel destacado en la política pública de desarrollo del país, al contribuir con el crecimiento económico, generación de empleos e ingreso por divisas. De igual manera, contribuye con el desarrollo de las localidades, por mencionar solo algunos de los beneficios que aporta.

En 2017, el turismo fue la tercera actividad económica más importante para México, ya que generó el 8.7 % del PIB nacional (INEGI, 2018), y produjo 2, 240, 000 empleos (SECTUR, 2018). Estos datos reflejan el monto de la derrama económica generada por el turismo tanto en el ámbito mundial como en el nacional, también denotan su importancia estratégica en la economía del país.

La importancia con base en su aporte al PIB refuerza la razón por la cual es considerado un instrumento de desarrollo de doble entrada, al posibilitar su empoderamiento en el ámbito territorial y local. Como derivaciones de esto se han creado programas que integran desarrollos turísticos de diferente tipo y alcance. Un ejemplo importante de ello es el Programa Turismo Sostenible para la eliminación de la pobreza de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Contreras y Urbina (2001), destacan que en México un ejemplo del desarrollo turístico es el estado de Morelos. En donde, en 1941 una parte de la antigua hacienda de Temilpa, municipio de Tlaltizapán pasó a conformar el balneario de “Las Estacas”, mismo que mediante la promoción de la cultura ambiental recibió el Premio Nacional de Ecología. Este ejemplo del ámbito nacional destaca la importancia del estudio del turismo como parte importante de la promoción del desarrollo.

1.1 Planteamiento del problema

El turismo Rural impulsa a pequeñas localidades para desarrollar un turismo integral y participativo, mediante la creación de productos turísticos lo suficientemente competitivos para atraer a los visitantes. De igual manera, induce al aprovechamiento de la singularidad en cada localidad para la creación de diversos tipos de productos turísticos diferenciados (SECTUR, 2006).

En México existen localidades que ofertan este tipo de turismo, sin embargo, no han logrado consolidar su oferta turística pese a que cuentan con recursos culturales, religiosos, históricos y naturales con suficiente potencialidad para diversificar la actividad turística, por lo que se manifiesta la necesidad de integrar nuevos productos turísticos que posibiliten el desarrollo local y la conservación de su cultura.

En general, algunos de los problemas que presentan las comunidades participes del turismo son:

- Desconocimiento de las necesidades y demandas del turista.
- La infraestructura con la que cuentan es insuficiente para atender al turismo.
- Gran parte de la población presenta algún grado de pobreza, por lo que no logra participar de manera amplia en las actividades de mejoramiento para recibir al turismo.

- La gran mayoría de los pobladores desconocen los potenciales turísticos de su territorio.
- No se han desarrollado productos turísticos que inciten a los visitantes a quedarse durante un fin de semana o a permanecer por más tiempo en el lugar, en gran parte, consecuencia de la poca vinculación existente entre el gobierno y la sociedad para generar una oferta sólida.
- Los recursos naturales y cultura local se ven comprometidos, ante la insuficiente planeación turística por parte de las autoridades.

El escaso aprovechamiento de los recursos culturales y naturales, la incipiente planeación y participación de la sociedad y el gobierno, generan la necesidad de desarrollar productos turísticos competitivos, para que los visitantes puedan permanecer por más tiempo y se impulse el desarrollo local, mismos que a su vez, deben garantizar la conservación de la cultura y preservación adecuada del patrimonio natural.

La oferta de productos turísticos desligados a la demanda de los turistas, provoca una baja en el marketing turístico, así como en los ingresos de la comunidad visitada, repercutiendo en la percepción positiva que se tenga del turismo rural.

1.2 Antecedentes

La evolución de las teorías de desarrollo tales como las planteadas por Valenciano, J. y Carretero, A. (2001), en las cuales se esboza el modelo ortodoxo y el estructuralista. El modelo ortodoxo denominado también como de expansión del núcleo capitalista, se apoya en la teoría clásica y neoclásica del intercambio y la ventaja comparativa, destacando dos enfoques.

El primero, asigna al sector agrario un papel dinámico en el proceso de transición; el segundo llamado de economía dual, se basa en la transferencia del factor trabajo desde el sector agrícola al sector industrial de alta productividad.

El segundo modelo es el estructuralismo, el cual, propone una estrategia de desarrollo basado en la industrialización orientada al interior, produciendo bienes industriales que sustituyan a los importados.

Un tercer aspecto a destacar es la situación en los países desarrollados y las transformaciones del mundo rural encaminadas hacia una agricultura productiva. Los países desarrollados se ven afectados por la industrialización y sus características de urbanización y progreso tecnológico, ya que se exige el aumento de la oferta de alimentos, incremento logrado a través del agregado de la productividad mediante el progreso tecnológico, lo que implica el paso de la agricultura tradicional a la moderna, especializada e intensiva en capital.

Valenciano, J. y Carretero, A. (2001) señalan que para los años setenta, se presta mayor atención a los problemas de empleo, distribución de la renta, y necesidades básicas, por lo que, en esta década surgen diferentes modelos de desarrollo, dentro los que destacan:

- El “Crecimiento con Equidad”, donde la creación de empleo y satisfacción de necesidades básicas son objetivos prioritarios, se acentúa el desarrollo rural como modelo de desarrollo y disciplina académica.
- El Desarrollo Endógeno, surge en esta misma década, en él, el factor humano ocupa el nivel central como fuerza dirigente y como fin último de desarrollo, no solo en el aspecto económico, sino en beneficio de la humanidad.
- Un tercer modelo es el de Ecodesarrollo, postula un desarrollo socialmente deseable, económicamente viable y ecológicamente prudente.

Estos modelos en su conjunto sirvieron como base para el modelo de desarrollo de los años ochenta denominado Desarrollo Sostenible.

En la década de los setenta se da la crisis de la agricultura moderna, caracterizada por las disparidades regionales en los países desarrollados, que se convierten en factor político de primera magnitud. También, la Política Agraria apuesta por la infraestructura, dado el cambio de la situación económica y porque la industria ya no fue capaz de absorber la mano de obra que salía del sector agrario.

Los años ochenta, se caracterizan por el resurgimiento del modelo neoclásico, donde el crecimiento vuelve a pasar al primer plano, la principal corriente toma como modelo países de nueva industrialización, hace hincapié en las ventajas de industrialización orientada a la exportación y eficiencia de los mercados para la asignación óptima de

los recursos. Al mismo tiempo, se pretendía llevar a cabo una nueva revolución verde, donde se defendía que la introducción del progreso tecnológico en la agricultura genera un excedente comercial, eleva las rentas agrarias y el empleo, y con ello, la demanda de la población rural.

Para la década de los años noventa, toma vigencia el concepto de desarrollo sostenible planteado por la FAO (1989) como:

“... el manejo y conservación de la base de recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional, de manera que asegure la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras”.

Por tanto, el desarrollo sostenible es entendido como el desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual, sin comprometer la satisfacción de las necesidades de generaciones futuras. Por lo que, en el medio rural el desarrollo sostenible se debe a las políticas agrarias de los noventa en los países desarrollados, a los cuales, se les pide que promuevan el desarrollo de sistemas de producción sostenible, lo que demandó cambios importantes.

1.3 Justificación

El mercado turístico es cada vez más exigente, por lo que, desarrollar estrategias turísticas competitivas que contribuyan al desarrollo de las localidades es una prioridad; algunos países como España y Costa Rica consideran fundamental el desarrollo de productos turísticos atractivos y eficaces, con el fin de generar una oferta selecta y diferenciada (SECTUR, 2018). Para lograr esto, es necesario conocer el perfil del turista que participa del turismo rural para que, con base en ello, se generen productos turísticos y estrategias que estén vinculados en la oferta y la demanda.

La investigación destaca la importancia del estudio del Turismo en las comunidades, al desarrollar una propuesta dirigida a la valoración de los componentes fundamentales de la identidad y patrimonio.

Además, plantea la generación de estrategias para la conservación de la cultura, así como la creación de un producto turístico que pueda contribuir al desarrollo local, mediante el aprovechamiento de sus recursos para la explotación de su potencial, a fin de generar una mayor demanda en turismo.

Una de las metas de la investigación es en primer lugar el beneficio para los habitantes de la localidad que están relacionados directa e indirectamente con los productos, ya que, al identificar áreas de oportunidad puedan obtener un ingreso alterno. En segundo lugar, y no menos importante es el beneficio para la población del destino en general, ya que lo anterior se reflejará en una derrama económica en la región y generación de empleos, consecuencia de ofertar una diversidad de productos turísticos de calidad. El turista será uno de los mayores beneficiados con este tipo de acciones.

Finalmente, esta investigación induce en su punto más importante a promover la conservación de la cultura, enmarcada por sus tradiciones, música, leyendas, historia, dialectos, gastronomía, cultura, por mencionar algunos aspectos. Mismos factores que van de la mano con los puntos planteados por el desarrollo local.

1.4 Hipótesis

A manera de hipótesis general se plantea que el turismo Rural tiene incidencia en el desarrollo local, de manera especial en las zonas donde el turismo convencional no ha despuntado el potencial turístico. Variables como el escaso desarrollo de productos turísticos, la desvinculación de la oferta con el perfil del turista que visita la zona y el bajo aprovechamiento de los recursos naturales, limitan la dinamización de la actividad turística. Por lo que, la adecuada puesta en valor de los recursos y demás variables que inciden el desarrollo turístico de la zona, generarán un impacto directo positivo en el desarrollo y economía de la población.

1.5 Preguntas de Investigación

Para dar una solución a la problemática presente en las comunidades partícipes del turismo Rural, es necesario el planteamiento de las siguientes preguntas de investigación, con la finalidad de que sean directrices para el cumplimiento de los objetivos planteados.

1.5.1 Pregunta general

¿Cuáles son las bases del turismo Rural como promotor del desarrollo local, tomadas a partir de la valoración de los componentes fundamentales de la identidad, patrimonio, conservación de su cultura y recursos naturales, así como del perfil del turista y la caracterización de la demanda, para su correcta gestión?

1.5.2 Preguntas específicas

- I. ¿Cuál es la situación actual de los cuatro Pueblos Mágicos acorde con el perfil del turista que visita las comunidades ofertantes de turismo, así como las características del servicio que demanda el turista?
- II. ¿Cuáles deberán ser los componentes fundamentales que se deben privilegiar en la implementación del turismo rural a fin de potencializar la economía y el desarrollo local, así como la valoración y conservación de la identidad, cultura y recursos naturales de las comunidades?

1.6 Objetivos de estudio

A continuación se presentan los objetivos de esta investigación, con relación a lo planteado en las preguntas de investigación.

1.6.1 Objetivo general

Identificar las bases del turismo rural como promotor del desarrollo local, partiendo de la valoración de los componentes fundamentales de la identidad, patrimonio, conservación de su cultura y recursos naturales, así como del perfil del turista y la caracterización de la demanda para su correcta gestión.

1.6.2 Objetivos específicos

- I. Determinar la situación actual del turismo en los cuatro Pueblos Mágicos con base en la caracterización del perfil del turista y su demanda. Lo cual, permite vincular las expectativas con la oferta de productos turísticos auténticos, adaptados a sus necesidades. Ello generará una mayor afluencia y por tanto, el desarrollo económico y turístico de las comunidades.
- II. Identificar los atributos fundamentales de la identidad y patrimonio local como enfoque base para la valoración de los componentes culturales y recursos naturales susceptibles de ser considerados en la propuesta.

1.7 Estructura del documento de titulación

Este documento está estructurado en cinco capítulos, de los cuales dos se desarrollaron bajo el formato de artículos científicos.

En este primer capítulo llamado Introducción General, se hace el planteamiento del problema, se abordan los antecedentes del turismo y se justifica la investigación. Igualmente, se abordan las preguntas de investigación, los objetivos, preguntas de investigación e hipótesis.

En el segundo capítulo, se desarrolla la revisión de literatura, conformada por el marco teórico-conceptual. Primeramente, se plantean los modelos teóricos y conceptos abordados. Posteriormente, se analizan los trabajos realizados en estudios previos. Con lo cual se sientan bases para los capítulos consecuentes.

El capítulo 3 corresponde al artículo científico titulado “Trends of tourism in four Magic Villages of Puebla, México”, publicado en la revista española “Journal of Tourism and Heritage Research” (2019), vol, n.º 1, pp. 235-259. Bajo la autoría de M.C. Julio César Rosales Paredes, Dra. María Isabel Palacios Rangel y el Dr. José María Salas González. Y con la colaboración alumnos de la Universidad Autónoma Chapingo en la etapa de campo y del Ing. Víctor Hernández Ramírez en el análisis y procesamiento de datos.

El capítulo 4 “Turismo como eje estratégico para las agendas de desarrollo sustentable y Manejo Integrado del Paisaje”, GIZ, se publicó en la revista Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, n.º 2, pp. 74-101. Bajo la autoría de M.C. Julio Cesar Rosales Paredes, Dra. María Isabel Palacios Rangel y el Dr. José María Salas González. Fue resultado del trabajo de investigación y se colaboró con La Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit o GIZ en la zona de estudio, y cuya información se analizó en la estancia de investigación en la Universidad de Málaga (UMA) bajo la dirección del Dr. Enrique Torres Bernier, además de su análisis en el Máster en Gestión de Turismo Cultural y Desarrollo Local de la Facultad de Turismo de la UMA.

El capítulo 5 ultima este documento con la presentación de las Conclusiones Generales.

1.4 1.8 Literatura citada

- Ávila, R. (2007) Turismo cultural en México: alcances y perspectivas. Ed. Trillas, México.
- Contreras, T., y Urbina, F. (2001) “Las Estacas. A natural sanctuary in Morelos” en Voices of Mexico, número 54, enero-marzo pp. 95-99.
- INEGI. (2018). PIB y Cuentas Nacionales 2017. Año base 2008/ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI.
- SECTUR, (2006). Reglas de operación. [Web log post]. Obtenido mayo 12, 2017, de: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf.
- SECTUR (2018). Resultados de la actividad turística (RAT). [Web log post]. Obtenido diciembre 15, 2018, de: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/versionesRAT.aspx>
- Valenciano, J. D. y Carretero Gómez, A. (2001) Evolución de las Teorías del Desarrollo Rural: La aplicación en España. Investigaciones Sociales, Año V, número 7, pp. 151-172
- Varisco, C. (2008). Turismo y desarrollo económico local. Aportes y transferencias. Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina. 12 (1), 126-148.

CAPITULO 2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Marco teórico conceptual

2.1.1 Modelos teóricos de turismo

En la investigación se utilizaron algunos modelos teóricos que contribuyeron a comprender la dinámica y organización estructural del fenómeno del turismo, ya que emplean el uso de diagramas al ser explícitos.

Modelos de Enfoque Espacial

Más allá de expresar aspectos fundamentales del fenómeno turístico, los modelos teóricos con enfoque espacial son bastante difundidos. Los modelos de enfoque espacial ubican al turismo como un fenómeno cuya naturaleza está vinculada al concepto de espacio, partiendo de ello su constitución. Fernández (1985, citado por Oliveira, 2007), presenta el Modelo Teórico de Enfoque Espacial, centra su atención en la representación del turismo como la interrelación del desplazamiento de los turistas entre origen y destino; colocando entre estos dos elementos a los flujos turísticos de ida y vuelta.

Pearce (2003) presenta el modelo conocido como el Enfoque Espacial de Marriot, el cual se centra en la interrelación origen - destino. En este se plantea la existencia de tres rutas entre origen y destino: a) de acceso, b) de regreso y c) de recreación. Asimismo, propone la posibilidad de combinar las vías de acceso y de regreso con las actividades recreativas.

De acuerdo con el Enfoque Espacial de Marriot (Pearce, 2003) las rutas de acceso y de regreso son vías sin atractivo que se emplean solo para el desplazamiento. Con esta premisa, las rutas de acceso deben ser las mismas que se utilizan para el regreso. Las rutas recreativas se conforman a partir de atractivos que brindan la experiencia al turista.

El modelo propuesto por Palhares (2002), está enfocado en la correspondencia entre origen y destino. Además, acorde con por Oliveira (2007), este modelo permite al turista la opción de visitar as de un destino durante un viaje, determinando así, un

destino primario y uno o más destinos secundarios, destacando el número de desplazamientos realizados por los turistas. Palhares (2002) representa estos desplazamientos con flechas, señalados como aquellos flujos entre origen, destino primario y destinos secundarios aunados a los realizados en el interior de cada destino

Cordero (2000) señala que para que el turismo rural logre un impacto social debe dirigirse a los habitantes de la comunidad, ya que en algunos casos los beneficiados son las grandes empresas turísticas, además, enumera que existen tres modelos de turismo, mismos que se describen a continuación:

- Modelo segregado de enclave. Coordinado comúnmente por transnacionales turísticas, sin tomar en cuenta a las comunidades locales para la planificación e implementación de los destinos turísticos.
- Turismo de integración relativa. En este, el turismo de enclave avanza hacia una integración relativa con la economía nacional y local.
- El turismo social o integrado se desarrolla en un contexto de pequeñas empresas, donde prevalecen los negocios familiares o comunitarios.

Valderrama y Flores (2007) clasifican al turismo como una modalidad más del turismo con actividades de calidad en espacios no urbanos, de bajo impacto sociocultural y ambiental, con viajes y experiencias para el turista que lo enriquecen en su desarrollo personal. Con ello, el turismo rural interviene en la interpretación la realidad de las comunidades receptoras, a través, de una convivencia con base en el respeto y valoración hacia dicha población. Trayendo consigo derrama económica, reflejada en beneficios directos e indirectos para los prestadores de servicios y habitantes locales, así como en los niveles de satisfacción para los visitantes.

2.1.2 Conceptualización de Turismo rural

La investigación parte de la definición del concepto de turismo rural propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002) como: "... el turismo rural se considera un instrumento para alcanzar el desarrollo de regiones mediante el impulso de su economía y, en los últimos años, para sacar de la pobreza a comunidades que han permanecido marginadas históricamente".

Por su parte Velázquez (2012) describe al turismo como aquel viaje temporal que tiene por fin la búsqueda de experiencias que salen fuera de la cotidianidad y que tienen un impacto significativo en el desarrollo personal.

La actividad turística conlleva la participación de tres grupos de actores. El primero, se refiere a los turistas; el segundo, estará representado por los (habitantes) locales; el tercero, comprenderá a los prestadores de servicios relacionados con el turismo, los que Miller y Auyong (1991) definen como “corredores” (brokers). Velázquez (2012), también, para el caso de México ubica un cuarto actor fundamental, el gobierno, quien desde su punto de vista ha sido el principal impulsor de esta actividad en el país.

Rojo (2009) conceptualiza al turismo como una actividad institucionalizada que genera divisas y transforma las economías regionales. Según este autor esta actividad se desarrolló después de la Segunda Guerra Mundial, bajo los auspicios de los Estados Unidos, quien “... con una economía boyante [impulsó] la idea de viajar y dar a conocer el modo de vida norteamericano. De esta forma, el turismo se asumió también como un sinónimo de libertad”.

El turismo representa una posibilidad para el desarrollo económico, sin embargo, también representa un riesgo en el caso de no ser puesto en funcionamiento desde una visión sustentable, dicha sustentabilidad se aborda en tres campos acordes con Rojo (2009):

- Conservación del patrimonio cultural (tangible e intangible), de esta forma, se subraya la necesidad de que el turismo no sea tomado como una mercancía más para evitar caer en una “disneylandización”.
- El turismo debe ser respetuoso del medioambiente natural, evitando en medida de lo posible un impacto negativo en los ecosistemas.
- El turismo debe constituirse como un elemento de apoyo para las poblaciones locales, es decir, que refleje beneficios económicos, así mismo, contribuya a la mejora de la calidad de vida de las mismas.

Solsona (2008) define al Destino Turístico como “el conjunto de recursos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar un desplazamiento hasta el lugar en el que se ubican”.

Ligado a ello, el Sistema de Información de Estadísticas Turísticas (DATATUR, 2015) define a la Oferta Turística como: “El conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes”.

En este contexto, la demanda turística refiere al conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Acorde con ello, DATATUR (2015) señala que la demanda se entiende como una suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo.

$$CT+CCT+FBCF =DT$$

El turismo, desde el enfoque de demanda turística, está determinado por la cantidad y características de cada uno de los bienes y servicios que los visitantes consumen en el destino.

De acuerdo con Villarreal (2004) una ruta turística es el “recorrido de varios recursos con cierta importancia y valor alrededor de un eje temático, que requiere la complementación con varias actividades que los hagan atractivos al turista y, también, a los propios habitantes locales”.

Por esta razón la actividad turística está íntimamente relacionada con las actividades de sectores terciarios, ya que concatena con ellos para la creación de nuevos productos turísticos, mediante los cuales se aprovechan los atractivos turísticos de interés para el visitante. Tal es el caso de Xicotepec donde el desarrollo del turismo se complementa con otras actividades como son la ganadería, cafecultura y agricultura en general, fuentes primarias de ingreso en la región.

Cárdenas (1991) sostiene que parte fundamental de un producto turístico son las rutas, ya que estas permiten dar a conocer diferentes atractivos turísticos, mismo que de forma individual no generan el interés suficiente para atraer una demanda. Sin embargo, al conformarse como una ruta se convierten en un producto turístico unitario factible de demanda. Es Cárdenas (1991) quien define al producto turístico como la sumatoria de los atractivos, las facilidades y la accesibilidad como se ilustra en la Figura 1.

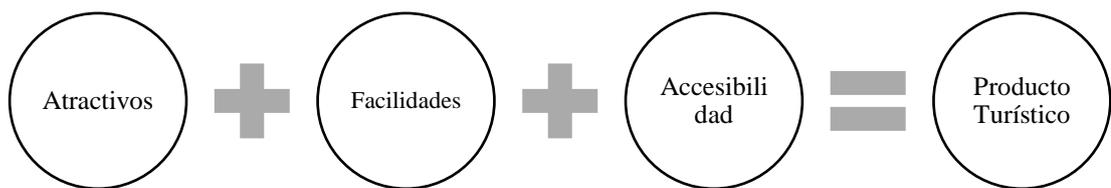


Figura 1. Conformación de un producto turístico.

Fuente: Cárdenas (1991).

El diseño de rutas, como lo menciona Cárdenas (1991), tanto de transfer como una ruta para city tour son muy similares. En ambas rutas se resaltan los atractivos turísticos que hay a lo largo del camino, dándoles a conocer de forma sistemática; la diferencia entre ambos radica en el fin, ya que en el caso de las rutas transfer, el fin es llevar al turista al hotel, mientras que en el city tour se presenta la localidad anfitriona de forma breve; dentro de esas rutas se debe explicar los sitios por los cuales los conductores se deben dirigir; la ruta debe ser apta para todo tipo de transporte; señalar los espacios en donde hay guía, comidas, espectáculos, entre otros. Así como las formas de pago de los servicios brindados.

De igual forma, el diseño de circuitos turísticos puede darse de diferentes formas como el Sistema de estrellas y planetas. En el cual las estrellas son los puntos turísticos principales en los que el turista pasa la mayor parte del tiempo y de ahí se desplaza hacia los demás destinos (planetas). Sin embargo, uno de los diseños más comunes es el de rutas radiales, la estrella representa el destino principal a partir del cual los visitantes se desplazan a los demás productos turísticos.

La presente investigación se orienta al estudio del Turismo y su impacto en la cultura y el desarrollo local. El manejo conceptual en que se sostiene el trabajo de investigación se basa en los modelos teóricos desarrollados por autores como Marriot (2003) y Palhares (2002).

El turismo visto como un fenómeno complejo acorde con Jafari (2001), necesita ser planteado desde una plataforma integral que permita una mejor comprensión de las estructuras básicas y su funcionamiento, generando consigo un corpus de conocimiento científico en el tema. En este contexto, se entiende al turismo como una forma de movimiento que se da a partir del agotamiento de los recursos naturales, así como la mala distribución de cargas y beneficios, lo que conduce a la planeación de un turismo responsable.

Jafari (2001) plantea que la vinculación del turismo en materia científica se debe a la labor multidisciplinar a la que se han sumado diversos campos de investigación científica como la geografía, la sociología o la antropología, misma que se debe apoyar "... en el tratamiento holístico del turismo considerado como materia de investigación".

El estudio de este proceso de cuantificación muestra que el turismo cuenta ya con casi todas las características y herramientas típicamente asociadas con las disciplinas científicas más consolidadas". En ese sentido, acorde con Jafari (2001) la noción del concepto turismo adquiere dos situaciones específicas:

- Primero, el aprovechamiento de los recursos agrupados en: naturales y culturales. Partiendo de esta agrupación para el diseño de estrategias territoriales e iniciativas locales, desde esta perspectiva cualquier recurso que se encuentre en el territorio puede conformarse como un recurso turístico.
- Desde la segunda perspectiva, los recursos turísticos constituyen en si mismo un elemento separado a los recursos territoriales.

Clasificación del turismo

Dentro de la clasificación del turismo se encuentra el Ecoturismo, mismo que Pérez de las Heras (2004) señala que también es conocido como turismo de naturaleza es una manifestación del turismo rural. En su base, todo tipo de ecoturismo depende de sus recursos naturales, incluyendo en ello sus paisajes, atractivos acuáticos, vegetación y vida salvaje.

El Ecoturismo también se clasifica en turismo rural, definido por Ceballos-Lascurain (1996) como “el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en conjunto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones”. Definido por la CESTUR (2010) y la SECTUR a través de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico (2015) como:

“Aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”.

El turismo rural puede abordarse desde dos diferentes perspectivas, la cultural y la Ecológica. De acuerdo con de acuerdo con Salvá-Tomás (2000) la perspectiva cultural del turismo rural señala que el turismo puede causar efectos dañinos, haciendo de la cultura la mercancía más apreciada, con resultados de alto impacto negativo tales como la aculturación, banalización de las culturas regionales, mercantilización de atractivos o incluso la commoditización de las expresiones culturales de las localidades.

La perspectiva desde la dimensión ecológica afronta una disyuntiva entre la protección y la conservación de las áreas naturales con afluencia de visitantes con respecto a su puesta en valor turístico según Gagnon Y Gagnon (2007).

De acuerdo con L'Écotourisme, (2002) estas perspectivas a favor de la implementación de turismo ecológico tienen repercusiones sociales, económicas y ambientales de gran impacto, pese a los argumentos a favor de, A pesar de la gran cantidad de argumentos en favor de, dichas repercusiones se traducen en costos para las comunidades y no solo en beneficios como los argumentos a favor lo plantean.

2.1.3 Desarrollo

El discurso del desarrollo en su versión más moderna surge a partir de la Segunda Guerra Mundial, momento en el cual, de acuerdo con los estándares e intereses políticos y económicos de un grupo particular ubicado en el norte del hemisferio, tres cuartas partes del mundo se convierten en pobres y subdesarrolladas (A. Escobar, 1996).

En contraparte, existen diversos posicionamientos respecto al concepto de desarrollo planteado por diversos organismos e instituciones, tales como la Propuesta de Desarrollo Integral de la CEPAL, los conceptos de Desarrollo Humano y Desarrollo Sustentable. Este último concepto sirve de base para analizar la relación entre turismo y desarrollo, sin embargo, el concepto más difundido es el de desarrollo sostenible o sustentable.

Desarrollo local

Vázquez (2008) considera tres perspectivas teóricas del desarrollo local; una línea asociada a la visión neoliberal, donde se plantea la necesidad de integrarse al mercado global mediante la comercialización de productos locales en el mercado nacional e internacional. La segunda línea se relaciona con el desarrollo endógeno. Por último, la tercera línea teórica se vincula el desarrollo local con la economía social y solidaria.

Desarrollo económico

Vázquez Barquero (2000) describe al desarrollo económico local como:

“Un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno [...]. Los procesos de desarrollo endógeno se producen gracias a la utilización eficiente del potencial económico local que se ve facilitado por el funcionamiento adecuado de las instituciones y mecanismos de regulación del territorio [...]”.

De este concepto Vázquez Barquero (2000) derivan los factores clave para el desarrollo económico local, de los cuales se señalan dos tipos de aspectos:

Aspectos comunes:

- La innovación como factor determinante.
- Las aglomeraciones productivas.
- La asociatividad.

Aspectos diferenciales:

- La competitividad como finalidad: clúster de supervivencia, clúster Fordistas y los clúster Transnacionales.
- Los Sistemas Productivos Locales.
- La Economía Social y Solidaria.

Desarrollo Turístico

Una visión encontrada sobre el desarrollo visto desde el papel que juega el turismo es la de Ciruela (2005), quien alude que el turismo rural “desplanificado” e “incontrolado” trajo consigo grandes problemas de contaminación, con ello la necesidad de replantear el papel del turismo en el cuidado del medioambiente. Consecuencia de ello son los ejes rectores de los proyectos de desarrollo del ámbito rural mediante acciones conservacionistas, trayendo consigo el desarrollo del turismo ambiental o ecoturismo.

De acuerdo con Valenciano y Carretero (2001) los antecedentes del desarrollo rural surgen en las décadas de los cincuenta y sesenta, donde el rápido desarrollo económico, en estos mismos años se dio el predominio de dos modelos de desarrollo, el que podríamos llamar ortodoxo y el estructuralista.

Según lo señala Vázquez-Barquero (2001) son cuatro los factores involucrados en el desarrollo sostenible: a) las innovaciones; b) la organización productiva; c) el desarrollo urbano del territorio; d) el entramado institucional.

2.1.4 Identidad

La identidad de acuerdo con Soto-Uribe (2006) es aquello que nos hace diferentes de los otros no solo en el ámbito individual sino en el colectivo. Lo cual genera el sentido de pertenencia a un grupo determinado, así como la simbología identitaria.

La identidad es utilizada como herramienta para promover el turismo cultural en sus distintos programas. Ejemplo de ello es lo señalado por Carrillo-Alemán (2013) donde el Programa Pueblos Mágicos donde la oferta turística tiene sus bases en la riqueza cultural, entendidos solo a través de la identidad.

Por tanto, la identidad cultural planteada por Soto-Uribe (2006) trata de la identificación mediante valores que representan, leen e interpretan una cultura en constante cambio. De tal forma que, la identidad territorial provee a los bienes y servicios locales de elementos que los diferencian en calidad, lo cual, les permite acceder a nichos de mercados con mayores estándares de producción.

El territorio de acuerdo con Boisier (2003) es considerado como un actor indirecto de la competitividad, como la plataforma que de soporte de las actividades productivas. Asimismo, el territorio se considera un espacio que conlleva en sí mismo una cultura propia, lo cual, se traduce en una oferta de bienes y servicios con base en ella, formando así nichos de comercio.

2.1.5 Patrimonio

Uno de los elementos básicos de la magia de una localidad es el patrimonio, que de acuerdo con Carrillo-Alemán (2013) se puede apreciar en ella, en el patrimonio cultural. El cual, se conforma por elementos materiales e inmateriales, que han perdurado, se conservan y transmiten. Tales elementos son, entre otros: “tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y al universo, saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional”.

Tal como lo señala la UNESCO (2005), el patrimonio cultural inmaterial se caracteriza por ser:

- Tradicional, contemporáneo y viviente: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- Integrador. Al compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son apreciadas a las de otros, transmitidas por generaciones, que han evolucionado dado el entorno y contribuyen al sentido identitario, fortaleciendo el vínculo entre el pasado y futuro a través del presente.
- Representativo. El patrimonio cultural inmaterial depende de los conocimientos tradicionales, técnicas y costumbres que se transmiten de generación en generación.
- Con base en la Comunidad el patrimonio cultural inmaterial de acuerdo con la UNESCO (2005) solo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten, sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

Por otra parte, se encuentra el patrimonio natural, definido por la UNESCO (2005) como “aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, de gran importancia desde el punto de vista estético, científico y medioambiental”.

2.2 Marco referencial

2.2.1 Antecedentes del turismo

Después de la Segunda Guerra Mundial, a mediados de la década de 1950, se inició la búsqueda de diversos destinos con una mayor diversidad en los modos y formas de descanso, diversión y placer, buscando diferenciarse del turismo de masas. Para finales de la década de 1960, esta forma de hacer turismo se agrupó bajo la denominación de turismo Rural.

De acuerdo con Delisle y Jolín (2008) permite al viajero relacionarse más estrechamente con las culturas y las poblaciones de los lugares visitados, además, definen dos características esenciales para definir al turismo rural: *a)* deben realizarse de tal forma que no deterioren el medioambiente y *b)* producir beneficios económicos y sociales de larga duración para los destinos, es decir, que sean sostenibles o sustentables. Por lo que, estos autores sostienen que el turismo rural está encaminado a la búsqueda de valores éticos, enfocados a la protección de la naturaleza y a satisfacer la necesidad de desarrollo personal del turista, objetivos económicos y sociales, así como elevar el nivel de vida de las poblaciones de los sitios visitados.

La actividad turística en áreas rurales se vio incrementada en los años 70 en países desarrollados. Dicha actividad permite generar rentas en zonas rurales socioeconómicamente deprimidas. Dentro de la clasificación dada al turista se encuentran los llamados turistas de retorno, Yagüe (2000) lo define como:

“[...] el turismo ejercido por las poblaciones de las ciudades con origen en zonas rurales y que pasan sus vacaciones en sus pueblos natales. Sin embargo, este tipo de turismo no genera una derrama económica considerable en sus vacaciones, por tanto, no se propicia la creación del negocio turístico dado su bajo nivel de gasto y poca utilización de oferta complementaria”.

Es muy importante resaltar la diferencia entre el turista rural tradicional o de retorno y el turista rural moderno, este último definido por su comportamiento y consumo diferenciado, que contrasta con el turismo convencional sostenido por un tejido empresarial que lo utiliza como actividad secundaria, dispersa y careciente de tradición asociativa.

El turismo convencional requiere de estrategias de ordenamiento y mejoras que se reflejan en la economía local, lo cual sirvió como base para el turismo rural convencional, permitiendo a los visitantes disfrutar de vacaciones fuera de su domicilio habitual.

Durante los años setenta y hasta los noventa se desarrolló el interés por nuevas modalidades de turismo en espacios rurales, esto bajo dos ejes motivadores: el primero refiere a la calidad ambiental y el segundo a la búsqueda de la autenticidad.

Valdez (2011) señala que el turismo rural tiene como fundamento el contacto directo entre visitantes y visitados, incluyendo en él actividades de etnoturismo, ecoarqueología, agroturismo, enoturismo y fotografía rural entre otras.

2.2.2 Modalidades de turismo Rural

De acuerdo con Sharpley (1997) el turismo Rural puede tener un gran número de significados y definiciones, pero su característica principal es que debe estar localizado en zonas rurales, es decir, espacios en contacto con la naturaleza y con las culturas tradicionales. Uno de los componentes es lo tradicional y familiar, es decir, un turismo que deber ser gestionado por la población local; el punto de vista de lo sustentable.

El turismo rural incorpora diversas modalidades tales como las descritas por Barrera (2002) caracterizadas con base en el ámbito en el que se desenvuelve la actividad, definiendo el turismo rural desde la perspectiva agropecuaria, las cuales son:

- Agroturismo. Caracterizado porque el visitante participa activamente de las actividades productivas aunque solo sean con fines demostrativos y no productivos.
- Ecoturismo. En esta vertiente del turismo el fin es introducir al visitante en el medio natural, partiendo desde temas de educación hasta el disfrute de la belleza escénica.
- Turismo cultural. Con base en la riqueza histórica, este turismo constituye uno de los principales sustentos de propuestas de turismo rural basadas en la cultura, algunos son patrimonios históricos, cuya conservación está condicionada al aprovechamiento turístico.
- Turismo de aventura. Esta vertiente hace uso del entorno natural como medio para producir experiencias como la exploración, requiere en consecuencia de espacios poco explorados y de baja carga turística, esto es dependiendo de la

ubicación, los recursos naturales y la capacidad de los propietarios para desarrollar diversas propuestas.

- Turismo deportivo. Los establecimientos agropecuarios pueden ser acomodados para la práctica de varios deportes, la caza y la pesca, la primera cuidando que la caza nativa no atente contra el ambiente y patrimonio de futuras generaciones. En el caso de los cazadores y pescadores requieren de una capacidad de organización específica, dadas las condiciones para estas prácticas.
- Turismo técnico Científico. Es posible diseñar propuestas de turismo científicos sobre la base de comercializar los recursos biológicos de la región, así como los recursos paleontológicos y geológicos, factibles de ser ofertados en los nichos de mercado adecuados.
- Turismo Educativo. Este segmento del turismo tiene como fin recibir e instruir a niños y jóvenes, con base en el valor pedagógico que lo fundamenta.
- Turismo y Eventos. Ideal para la prestación de servicios enfocados al sector empresarial, para la realización de reuniones, en otros casos se ofrecen para la realización de fiestas y reuniones sociales.
- Turismo de Salud. En este caso, recursos tales como las aguas termales o aguas curativas son los insumos necesarios para la creación de productos turísticos, mediante establecimientos dedicados a ofrecer terapias antiestrés, y tratamientos tales como la equinoterapia.
- Turismo Gastronómico. Existe una importante cantidad de productores que ofertan su propia producción en el plato a un turista rural, agregando con ello el mayor valor a un bien primario. La alimentación es uno de los mayores gastos de los turistas, y es este rubro uno de los que influyen en la selección de su viaje, tal es el caso de Europa con las Rutas Alimentarias.
- Turismo Étnico. Barrera y Muratore (S. F.) también señalan que el turismo rural tiene como característica principal la distribución de los beneficios en los diferentes segmentos sociales, por lo que el turismo rural en comunidades indígenas debe contar, desde sus inicios, con la participación de las comunidades en la evaluación de los impactos ambientales y culturales que traerá consigo el turismo.

Las características de las nuevas modalidades de turismo en espacios rurales son, de acuerdo con Yagüe (2000): a) el segmento de mercados al cual están dirigidos son jóvenes entre 25 y 45 años, de nivel sociocultural alto, con poder adquisitivo medio/alto, son provenientes de áreas urbanas; b) los alojamientos promovidos son rurales; c) propician un nivel de gasto superior al del turista tradicional, por el interés en la oferta complementaria basada en recursos culturales y deportivos.

2.2.3 Problemáticas

Para Yagüe (2000) la definición conceptual de turismo rural supone una serie de problemas, entre ellos: a) es difícil definir a las zonas rurales dada la ausencia de criterios, aunado a que no todo el turismo que tiene lugar en las zonas rurales puede ser definido como turismo rural; b) el turismo rural es practicado en su mayoría por personas provenientes de las ciudades; c) El turismo rural es compuesto por un conjunto diverso de actividades, tales como el ecoturismo, senderismo, turismo de aventura, turismo de salud, etc.

Los impactos ambientales negativos planteados por Valdez (2011) transpolados a una perspectiva cultural, surgen cuando el turismo practicado en zonas rurales no tiene una adecuada interrelación entre visitantes y visitados.

2.2.4 Beneficios

El turismo se ha convertido en clave para el desarrollo, prosperidad, dado que cada vez más destinos han hecho del sector turismo un elemento clave para la promoción del desarrollo económico. Ejemplo de ello es el arribo de turistas internacionales de ámbito mundial que pasó de 674 millones en el año 2000 a 1,260,000 millones conforme a lo señalado por la OMT (2016), por lo que de igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han incrementado de manera considerable.

El turismo es importante dentro de la categoría de ingresos obtenidos por comercio internacional de servicios. Ejemplo de ello, es el 7 % de las exportaciones mundiales de bienes y servicios que representa el turismo internacional en 2015, frente al 6 % obtenido durante 2014 con base en los datos de la OMT (2016). Además, señala que,

como categoría mundial de exportación el turismo ocupa el tercer puesto, superado solo por combustibles y productos químicos.

Las cifras del turismo internacional en 2015 de acuerdo con la OMT (2016) señalan que las llegadas de turistas internacionales superaron los 1186 millones aumentando en un 4.6 % hasta alcanzar esa cifra de turistas con respecto al año 2014. Lo anterior, pese a que en 2015 los flujos de turismo se vieron afectados por tres factores, uno de ellos fue la fluctuación de los tipos de cambio, la bajada del precio del petróleo y por último la preocupación por la seguridad mundial.

De los cuales 608 millones de turistas eligieron a Europa como su principal destino, representando el 51 % del porcentaje mundial, al segundo lugar le ocupó el bloque de Asia y el Pacífico con 24 % del porcentaje mundial equivalente a 279 millones de turistas.

El tercer puesto corresponde al bloque de las Américas con la llegada de 193 millones de turistas internacionales equivalente al 16 % mundial, el cuarto puesto corresponde a África con 53 millones de visitas equivalentes al 5 % del total. Por último, el medio Oriente tiene el 4 % del total mundial que significan 53 millones de turistas internacionales. Mientras que el ingreso por turismo internacional superó los 1 260 000 millones de dólares.

Pese a la problemática suscitada para el turismo en el año 2015, las regiones de la OMT acorde con su reporte anual de 2016 señala que, las Américas y Asia Pacífico incrementaron sus llegadas en un 6 %, Europa en un 7 % y Oriente Medio un 2 %m mientras África tuvo un decremento del 3 %.

De forma específica, Estados Unidos, España y China lideran la clasificación de destinos internacionales por concepto de llegadas e ingresos. Es importante destacar que países como Tailandia han, Hong Kong (China) han avanzado en el ranking por concepto de ingresos ocupan el sexto y noveno puesto respectivamente, mientras que en llegadas, México avanzó una posición para convertirse en el noveno destino del mundo con mayor número de llegadas internacionales (OMT, 2016).

Dentro de las precisiones realizadas por la OMT en enero de 2016 señalan un crecimiento de entre 3.5 % y 4.5 % en llegadas de turistas internacionales en 2016 con alrededor de 1186 millones de turistas proyectados frente a los 1800 millones previstos para 2030 con un incremento del 3.3 % anual.

De acuerdo con la OMT (2016), el turismo genera el 10 % del PIB mundial con efecto directo, indirecto e inducido, además, genera uno de cada once empleos, y representa el 7 % de las exportaciones mundiales. Aunados a los casi seis mil millones de dólares generados por los turistas internos.

Dentro de la perfilación del tipo de turista internacional se obtuvo que en 2015, alrededor del 54 % de los viajeros que llegaron a su destino en avión (54 %), el resto se desplazó en transporte de superficie (46 %), siendo el ocio el motivo de más de la mitad de las visitas (53 % equivalente a 632 millones), tales como vacaciones, esparcimiento u otro tipo de ocio.

En la clasificación de los principales destinos turísticos internacionales del mundo 2015 de la OMT (2016) según dos indicadores clave del turismo receptor como lo son las llegadas y los ingresos. Francia, Estados Unidos y España lideran el ranking en el respectivo orden ubicando a México en el noveno lugar superando a la Federación Rusa con una variación porcentual de 5 % con respecto al 2014. En el ranking de ingresos por turismo internacional son los mismos países que lideran, sin embargo, México desaparece de los 10 países con mayores ingresos. Yagüe (2000) señala que el turismo rural puede tener potenciales beneficios para las comunidades, dentro de los cuales describe en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Beneficios potenciales del turismo rural.

BENEFICIOS		
Mantenimiento de puestos de trabajo	Ayuda a los agricultores	Conservación de la naturaleza
Creación de puestos de trabajo	Conservación de Bosques	Conservación de Edificios históricos.
Diversidad de empleos	Preservación del Folklore y arte	Cuidado del Medioambiente
Pluriactividad	Conservación de la Cultura	Desarrollo del papel de la mujer

Fuente: Elaboración propia con base en Yagüe (2000).

De acuerdo con Valdez (2011) los impactos ambientales negativos del turismo rural están de la mano con la creación de obras de infraestructura para vías de acceso e infraestructura. Estos repercuten en los frágiles ecosistemas dada la contaminación de desechos, aguas residuales, poluciones del aire y contaminación arquitectónica, esta última, causada por construcciones realizadas con cemento, acero y materiales sintéticos que degradan la calidad y armonía de paisajes naturales.

El impulso al desarrollo del turismo rural obedece a su contribución en las economías regionales. Barrera y Muratore (S. F.) señalan que se busca el impulsar la actividad turística rural al interior de los países, ya que de este modo:

- Diversifica los ingresos. La incorporación de la actividad turística en el sector rural deriva en el desarrollo de producciones secundarias y en el interés de los productores, no solo por su creciente demanda, sino por el empleo de factores ociosos.
- Crea nuevas fuentes de empleo debido a los requerimientos de mano de obra para la creación de la oferta de servicios. Entendido desde la parte artesanal, alimenticia o atención turística, ya que esta demanda es mayor a la generada por las actividades agropecuarias tradicionales.
- Brinda protagonismo a la mujer y jóvenes, acorde con las condiciones en las que los establecimientos dedicados al turismo son propicios para incorporar a la mujer, al ser fuente de un ingreso alternativo.
- Revaloriza el patrimonio cultural mediante el turismo rural, al ser este un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales, entre otras la gastronómica. También se desarrollan rutas temáticas relacionadas a recursos sociales como los arqueológicos, geológicos e históricos. El valor cultural del turismo rural constituye una de las características fundamentales que estimulan su desarrollo.
- Revaloriza el patrimonio ambiental, lo cual es necesario tras la sobreexplotación de los recursos, ya que en el turismo rural cobra importancia la relación de los turistas con el ambiente y su conservación, haciendo conciencia a los agricultores sobre su valor.

- Mejora la comercialización de la producción primaria. El turismo rural genera para los productores la posibilidad de agregar valor a la producción primaria. Ya que de este modo se presta atención a las demandas de calidad que expresan los consumidores ajustando su producción a protocolos de calidad.
- Fomenta el asociativismo, dada la necesidad de lograr una escala de promoción, la comercialización, la capacitación, la compra de insumos, entre otros. Por lo que, el turismo rural contribuye a crear conciencia de la necesidad de generar organización.

Barrera y Muratore (S. F.) señalan que una contribución más del turismo rural es el incorporar diversos tamaños de establecimientos, ya que cualquier establecimiento por grande que sea desde una perspectiva agrícola, es pequeña desde la turista, solo no puede enfrentarse a este mercado turístico y requiere de asociarse.

De este modo al incorporar diversos tamaños de establecimientos en una amplia oferta turística, se logra ampliar las actividades turísticas y diversificar e incrementar los ingresos del sector rural y turístico, al extender la oferta de atractivos turísticos se la al turista la opción de elegir ese destino ampliando su estadía en la localidad.

2.2.5 Ámbito internacional

En el ámbito internacional de acuerdo con Barrera y Muratore (S. F.) es Europa el principal receptor en el mundo de turistas. En su estudio, ellos señalan que entre los países americanos, EE. UU., México y Canadá figuran dentro de las quince naciones que más turistas reciben.

Fourneau (1998) señala los orígenes del turismo rural en Francia debido a dos vías; una de ellas surge de las iniciativas de los individuos en los medios rurales ya que en 1936 por decreto de ley se dan las vacaciones pagadas a asalariados. Por lo que su desarrollo se da entre 1945 y 1950 tras la guerra, esto debido a que era considerado un turismo de pobres en zonas de pobres. Para los años 50 se da un cambio en la mentalidad y surge una presión sobre las zonas mejor situadas en el espacio rural, con espacios interiores cercanos a los litorales, espacios periurbanos, pueblos históricos.

La segunda vía de desarrollo del turismo rural en Francia se da de forma organizada y voluntaria, resultado de los años 60-70 y de sus reflexiones en temas de políticas turísticas y de ordenación del territorio. El resultado de ello fue el ordenamiento del espacio rural enfocado a prestar servicios a las ciudades.

Este proceso se dio bajo la intervención de los poderes públicos a través de subvenciones al medio rural para la creación de alojamientos turísticos, los «Gîtes Ruraux» (casas rurales) y «chambres d'hôtes» (habitaciones). Con exoneraciones fiscales y subvenciones para los agricultores que acondicionaron sus fincas, casas de campo o de pueblo para recibir turistas. Con ayudas procedentes de ministerios centrales como de agricultura y turismo, de ordenación de territorio, equipamiento, medioambiente, educación, de colectividades territoriales y de la Comunidad Europea.

La política de ordenación turística del espacio rural ha conducido a la puesta en marcha de una planificación del desarrollo del turismo en el espacio rural, destacando las etapas de la “política de renovación rural” en 1967. Consistente en ayudar a las pequeñas regiones rurales tradicionales para la introducción de actividades turísticas, con parques naturales regionales. En 1970 el turismo se convirtió en la actividad prioritaria alrededor de la cual se organizan los intentos de desarrollo del espacio rural.

Actualmente, para Francia el éxito depende de las fuertes potencialidades turísticas, tales como la riqueza paisajística, histórica, cultural y humana y sobre todo por el dinamismo de la población local acorde con Soto-Urbe (2006).

La oferta turística francesa va desde la estancia en un castillo-hotel de lujo hasta las vacaciones en casa de un agricultor. Sin embargo, pese a que la variedad de productos debe ser amplia, es necesario tener productos de calidad, que ofrezcan una verdadera garantía al turista, con una imagen común y un buen sistema de comercialización trabajando más la calidad que la cantidad.

El turismo en Latinoamérica de acuerdo con Barrera y Muratore (S. F.) ha tomado impulso, especialmente en Argentina, país con la mayor oferta de turismo rural. Países como Chile impulsan la oferta de turismo rural como una estrategia de diversificación del campesinado, ya que son ellos quienes junto con los pequeños agricultores, artesanos y trabajadores se asocian en las organizaciones locales.

Sin embargo, sus estudios concluyen que el bajo nivel de ocupación de los establecimientos indica que no es factible desarrollar, en amplias escalas inversiones de turismo rural, ya que estos son viables desde el punto de vista agropecuario, ya que no demandan inversiones importantes y se sustentan en capital y mano de obra ociosa.

Gallicchio (2004) señala que para el caso de Latinoamérica, el desarrollo rural está impulsado por organismos de tipo economicista (clúster, agencias, competitividad, etc.) y sido fundamentadas en un manejo familiar.

Brasil y México pese a sus grandes dimensiones presentan una escasa oferta de establecimientos de turismo rural. En Brasil los establecimientos son inversiones de carácter hotelero realizadas en establecimientos agropecuarios. En el caso de México, estados como Oaxaca tienen una oferta de turismo rural pese a no tener una imagen corporativa clara. México es el país con menor desarrollo relativo del turismo rural pese a contar con el mayor mercado demandante y el sector agropecuario más problematizado, mismo que contrasta con la riqueza de sus recursos culturales e históricos.

Las estrategias de valorización de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial en Europa han desarrollado enfoques conceptuales del desarrollo territorial rural a partir de elementos de identidad cultural, enfocadas a las regiones atrasadas y a la integración del desarrollo rural con la política agrícola. Comprende la Denominación de Origen Protegida (AOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), que denotan un anclaje geográfico de elaboración tradicional de acuerdo con lo señalado por Soto-Uribe (2006), ya que respecto de las estrategias de desarrollo rural se destaca la iniciativa LEADER, cuya base es la participación de los actores directamente involucrados a fin de impulsar el desarrollo económico local.

En lo concerniente a América Latina y la valoración de la identidad territorial en estrategias de desarrollo territorial, se han buscado nuevas alternativas de desarrollo para lograr el crecimiento económico, así como su inserción en el mundo de la globalización. Gallicchio (2004) señala que el desarrollo territorial rural en América Latina inducido por la cooperación al desarrollo y en menor medida por la acción

decidida de los gobiernos locales y nacionales, así como por estar principalmente fundamentadas en un manejo familiar.

Ejemplo de esta iniciativa de desarrollo territorial rural en América Latina es Cajamarca, Perú, donde de acuerdo con Gallicchio (2004) el esquema de la autogestión por parte de los diferentes sectores impulsan el desarrollo económico.

Soto-Uribe (2006) señala que la valoración de la identidad cultural como base para el desarrollo territorial y rural en distingue dos dinámicas. Una tiene sus principios en productos elaborados de forma artesanal que conlleva en sí mismo prácticas tradicionales. La segunda dinámica está comprendida por desarrollos territoriales fundamentados en la explotación de recursos naturales en prácticas como el turismo cultural, el ecoturismo y el agroturismo.

Carrillo-Alemán (2013) detalla las diferencias económicas y sociales de los países, por lo que la UNESCO planteo una serie de instrumentos que ayudan a equilibrar el intercambio cultural, es mediante la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (2001), aprobada en 2005, donde se detallan los siguientes principios; se expresan los principios rectores:

- Respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales
- Soberanía
- Igual dignidad y respeto de todas las culturas
- Solidaridad y cooperación internacionales
- Complementariedad de los aspectos económicos y culturales del desarrollo
- Desarrollo sostenible
- Acceso equitativo
- Apertura y equilibrio.

2.2.6 Ámbito nacional

Para el caso de México, la Secretaria de Turismo describe al turismo de naturaleza como la denominación del turismo Rural del siguiente modo:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actividad y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la

conservación de los recursos naturales y culturales (Desarrollo de productos turísticos, 2010).

Machuca citado por Rojo (2009), plantea que desde la década de los cincuenta del Siglo XX y hasta mediados de los sesenta, el Estado mexicano pretendió generar una imagen donde se privilegiaba al mexicano cosmopolita. Con ese criterio se construyeron enormes proyectos de destino turístico-playero como fueron los de Mazatlán, Acapulco, Veracruz. Durante los setenta, siendo presidente de la República Luis Echeverría, se promovieron políticas orientadas hacia el desarrollo de la provincia mexicana a partir de medidas como las denominadas bajo el lema de turismo social; en ese contexto, se instrumentaron los llamados “polos de desarrollo turístico”.

Carrillo-Alemán (2013) describe el proceso que ha enfrentado el desarrollo del turismo, ya que en México es una actividad económica que ha crecido y se ha fortalecido al paso de los años. Jiménez (1993) señala que en la historia contemporánea de México, el turismo ha sido un motor de impulso para el desarrollo del país. Y es en el año de 1945 que el turismo moderno en México es visto con el potencial que tiene este sector para generar las divisas para la industrialización del país.

La SECTUR (2007) sostiene que dicho interés por el turismo de naturaleza tiene sus inicios a finales de la década de 1980 con proyectos de ecoturismo a cargo del Instituto Nacional Indigenista, cuya finalidad era la de mejorar las condiciones de vida de los pueblos indígenas.

Posterior a los años ochenta el Estado inició una etapa de contracción y retroceso en su intervención con base en planteamientos como el siguiente (Jiménez, citado por Rojo, 2009). Este último autor, señala que a partir del 2000 el Gobierno Federal impulsó el programa denominado “Pueblos Mágicos”, con el cual, se buscó desarrollar un turismo con una visión de bajo costo, más integral y sustentable.

En México, es la Secretaría de turismo la institución que actualmente se encarga de la gestión y políticas públicas de la actividad turística. Esta institución ha generado una oferta de productos turísticos diversa, ello a través de programas.

Carrillo-Alemán (2013) señala que existen paraestatales que coadyuvan en el desarrollo y promoción de los atractivos turísticos como el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) que es el responsable de la gestión de los proyectos turísticos de impacto nacional y del momento a la inversión.

En México el llamado Turismo de Sol y Playa es el sector con mayor presencia y fuerza, al igual que los denominados como turismo cultural y turismo rural, con lo cual se impulsa una mayor correspondencia entre la conservación entre la actividad turística y las acciones para la conservación del patrimonio natural y la cultura local.

Algunas de las razones del bajo impacto económico del ecoturismo sobre las economías locales son, entre otras, de acuerdo con Palomino y López (2008): la ausencia de estudio profundo de la demanda turística por parte de los desarrolladores de los proyectos ecoturísticos, la falta de organización productiva de las comunidades receptoras, la ausencia de habilidades específicas de los residentes para ofertar productos o servicios turísticos a los visitantes e incluso los problemas de intervención gubernamental para la puesta en marcha de los proyectos de turismo; mientras que para González (2008), uno de los factores es la sensación de invasión de su territorio apreciada por la población residente, aunada a la falta de planeación comunitaria en los proyectos ecoturísticos.

Para Valdez (2011), en México, es común que en los proyectos enfocados al ecoturismo centran su atención en la infraestructura necesaria para acoger la demanda, sin embargo, dejan de lado el manejo y eficiente de los recursos naturales de los territorios. Al respecto, Menares y Juárez (2008) señalan que la falta de atención es debida a la ausencia de estudios de impacto ambiental previos al desarrollo de los proyectos. Aunado a factores como el desconocimiento de la capacidad de carga turística que los destinos pueden soportar, la falta de aplicación de metodologías y técnicas de protección al ambiente, así como la carencia de la educación ambiental por parte de los visitantes y los residentes.

Pulido y Rodríguez (2011) señalan la importancia del turismo como fuente de transformación social y de desarrollo sostenible, impulsados mediante estrategias para el fomento del turismo, destinadas al combate de la pobreza en zonas rurales, con el apoyo de ONG y organismos y agencias internacionales.

De acuerdo con la Secretaria de Turismo (SECTUR, 2010) el gobierno es el actor central de la conformación del turismo. En México, las políticas públicas se centraron en generar las condiciones necesarias para el acceso a zonas de potencial turístico

mediante carreteras y aeropuertos. Con ello, se denota una de las características de la actividad turística: su capacidad de atracción de inversión privada. El BID (2006) a apunta que uno de los retos para el turismo en México radica en alcanzar un equilibrio entre el desarrollo económico y social en las localidades participes de la oferta y el desarrollo de la actividad turística.

De acuerdo con Carrillo-Alemán (2013) “una de las estrategias del gobierno federal para incrementar el flujo turístico extranjero ha sido la promoción del turismo cultural, creando distintos programas enfocados en diversas expresiones culturales que van desde la gastronomía, la religión, la arquitectura o costumbres y tradiciones, El programa que concierne a esta investigación es el Programa Pueblos Mágicos (PPM), uno de los programas más exitosos y de creación relativamente reciente”.

El Programa Pueblos Mágicos ha tenido efectos en las localidades participes, dichos efectos son entre otros, la apropiación de espacios públicos en zonas céntricas frecuentados por los locales, compra de bienes inmuebles, así como la inversión económica en la generación de nuevos negocios.

La SECTUR (2010) denota que el turismo fue un eje estratégico en las políticas públicas, esto durante el periodo de Felipe Calderón como presidente de la República (2006-2012), para la generación de empleos y combate a la pobreza, con todo lo que ello implica en las zonas donde este se realiza.

El Sistema Nacional de Cuentas Nacionales de México de INEGI (2015) señala que para el año 2013, el turismo era ya la tercera actividad económica más importante para México. El PIB turístico representa el valor de todas las actividades características y conexas del sector, el cual tuvo una participación, de 8.7 % en la economía total, en valores corrientes para el año y empleando a 2, 240, 000 personas (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2000; Secretaría de Turismo, 2010).

De acuerdo con el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 2012, para el Ejercicio Fiscal 2013 el Ramo Administrativo núm. 21 correspondiente a turismo, el cual tiene un gasto programado de \$5, 211, 426,127.00. De acuerdo con las previsiones salariales y económicas para este mismo concepto de turismo, se da un incremento en las

percepciones para la creación de plazas, \$4, 123,617.00 por el concepto de otras medidas económicas, laborales y contingentes, para un total de este concepto de \$35, 950,623.00. Para la parte correspondiente al Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR) se otorga un presupuesto total de \$27, 070,223.00.

2.2.7 Resultados de estudios previos

Estudios realizados tienen conclusiones aplicables a la realidad, Fourneau (1998) señala:

“[...] resulta sumamente peligroso para el equilibrio de la estructura social y cultural de los centros rurales, así como para el espacio y los paisajes que pueden destruir. Al ser cuerpos extranjeros implantados en el espacio rural para urbanos que buscan diversiones al aire puro, pero no muy lejos de una autopista, y con poco interés para la actividad, la cultura y el paisaje del mundo rural”.

Lo cual contrasta fuertemente con el turismo rural, siendo únicamente una moda o tendencia del contacto con el campo o de lo verde, y no como algo planificado. Por esto, el turismo debe tener en cuenta el respeto por el patrimonio natural y cultural, lo tangible e intangible, tal como la cultura de las localidades rurales. Ello con el fin de evitar desequilibrios en las zonas visitas, evitando un turismo de masas. Como lo señala Fourneau (1998) deben ser las poblaciones locales las directamente involucradas en la creación, gestión y aprovechamiento de los productos turísticos

El turismo rural en América Latina ha tenido importantes avances y resultados, de acuerdo con Soto-Uribe (2006) los resultados de la iniciativa para el apoyo al proceso de Cajamarca surgieron en el marco del III Encuentro Nacional de Agroindustria Rural de Guatemala en 2001, iniciativa enfocada a la organización del sistema productivo local. Resultados reflejados no solo en mejores ingresos, más trabajo, mayor calidad, a través de lazos de confianza entre los campesinos y su capacidad de trabajo en equipo.

Soto-Uribe (2006) señala que: “En América Latina la declaración de las Denominaciones de Origen no se ha enmarcado dentro de estrategias integrales que promuevan el desarrollo de mercados competitivos mediante la articulación de las

políticas de desarrollo rural con las de turismo, industria y comercio, por lo que su impacto real en las economías locales ha sido limitado”.

Estos resultados de estudios previos permiten tener un panorama general de lo que se ha logrado en el ámbito turístico, pero también, brinda un amplio espectro de estudio sobre aquellas limitantes y oportunidades, ello a través de estrategias encaminadas a la generación de productos turísticos, respetuosos del entorno y de las comunidades visitadas.

2.3 Literatura citada

- Barrera, E. (2002). Fundamentos económicos del turismo rural y evaluación de los recursos turísticos. Módulo Educación a Distancia Posgrado de Alta Dirección en Turismo rural. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires.
- Barrera, E. & Muratore N. S. F. Turismo Rural en Latinoamérica. Casos y Experiencias De Turismo Rural. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. 46 págs.
- Boisier, Sergio (2001). Desarrollo local ¿De qué estamos hablando? Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens, Rosario. Pág. 18.
- Cárdenas, F. (1991). Proyectos turísticos: localización e inversión. Ed. Trillas. México.
- Carrillo-Alemán, A. (2013). Pueblos Mágicos y la Gestión del Turismo en México, Caso Cuetzalan, Puebla (2002-2011). Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. pág. 100.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). (2000). Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva. México. Secretaría de Turismo.

- Ciruela, A. (2005) “Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible” en *Interacciones. Revista Internacional de Desarrollo Local*, volumen 7, número 11, pp. 9-16.
- Cordero A. (2000). “Turismo y dinámicas locales: el caso de Flores, El Petén, Guatemala” en Juan Pablo Pérez Sáinz et. al. *Encuentros inciertos. Globalización y territorios locales en Centroamérica*, Costa Rica, FLACSO, pp 101-172.
- Delisle, M.-A., & Jolín, L. (2008). *Un autre Tourisme est-il possible?*, Montreal, Quebec: Presses de l'Université du Quebec.
- Desarrollo Estratégico, Turismo y Competitividad. (2008). Dictamen técnico de la evaluación de indicadores. Programa “Pueblos Mágicos”. Recuperado de: <http://portal.veracruz.gob.mx/pls/portal/docs/PAGE/COATEPEC/IMAGENE/S/TURISMO/AGENDA%2021/MANUAL%20DE%20INDICADORES-WEB.PDF>
- Escobar, A., (1996). *Invenición del Tercer mundo. “Construcción y Deconstrucción del Desarrollo”*. Grupo Editorial Norma. Bogotá.
- Fernández, J. y Rodríguez, I. (2011). El Programa Pueblos Mágicos de México. Una revisión de la política pública de impulso al desarrollo turístico rural. In *Altres Costa-Amic* (Ed.), *Turismo Rural en México0* (pp. 52-86). México: Colegio de Postgraduados.
- Fourneau, F. (1998). *El Turismo en Espacio Rural en Francia. Cuadernos de Turismo*. N° 1. Université de Pau et des Pays de L'Adour. Francia. Pág. 41 – 53.
- Gallicchio, E. (2004). El desarrollo económico local en América Latina. ¿Estrategia económica o de construcción de capital social? Seminario gobierno local y desarrollo, 28.
- González, K. (2008) “El turismo como actividad complementaria de desarrollo económico en dos comunidades rurales de Quintana Roo: Pacchen, en el municipio de Lázaro Cárdenas y en Felipe Carrillo Puerto”, en: A. Palafox y O. Frausto, *Turismo: desastres naturales, sociedad y medioambiente*, Plaza y Valdez, pp. 419-434.
- González, R. A., & D'Ancona, M. A. C. (1997). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México). (2018). Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuenta satélite del turismo de México 2017: preliminar: año base 2013/ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI.
- Jafari, J. (2001). La cientificación del turismo. En Revista Contribuciones a la Economía. Documento en línea <http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm>. Consultado 20 de Febrero de 2015 (Documento editado originalmente en 2001 y traducido por Francisco Muñoz de Escalona).
- Jiménez M., Alfonso de Jesús. (2005). Desarrollo turístico y Sustentabilidad: el caso de México. Ed. Porrúa. México.
- Martínez, C. & Piedad C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. Pensamiento & Gestión. Núm. 20, Julio 2006. Colombia. pp. 165-193.
- Menares, B., & Juárez, E. (2008). Desarrollo sostenible y turismo en áreas naturales protegidas en Baja California Sur. Estudios de casos: Complejo Insular Espíritu Santo y Reserva de la Biosfera el Vizcaíno”. En: A. Palafox y O. Frausto, Turismo: desastres naturales, sociedad y medioambiente, Plaza y Valdez S. A. de C. V., pp. 309-330.
- Oliveira Santos, Glauber Eduardo. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas en turismo, 16 (1), 96-110. Avaliable at: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&tlng=es. [Accessed marzo 02, 2020].
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: Guía práctica, Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). Turismo en las Américas. Organización Mundial de Turismo, p.28. Available at: [fiii/Normas editoriales de la revista de mexicana de ciencias agr% C3% ADcolas/turismo_en_las_americas.pdf](http://www.fiii.org.mx/revista-de-ciencias-agricolas/turismo_en_las_americas.pdf) [Accessed November 20, 2014].
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014^a). ¿Por qué el Turismo? Organización Mundial del Turismo. Available at: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo> [Accessed November 20, 2014].

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014 b). Discurso de Claudia Ruiz Massieu Salinas. SECTUR. Available at: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/discurso_celebracion_dmt_final.pdf [Accessed November 27, 2014].
- Organización Mundial del Turismo. (2016). Panorama del Turismo Internacional. World Tourism Organization (WTO). Madrid, España. 16 pp.
- Palhares, G., L. (2002). Transportes turísticos, Aleph, São Paulo.
- Palomino, B., y López, G. (2008). “Políticas públicas y el ecoturismo indígena en México” en: A. Palafox y O. Frausto, Turismo: desastres naturales, sociedad y medioambiente, Plaza y Valdez, pp. 149-167.
- Pearce, D., G. (2003). Geografía do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens, Aleph, São Paulo.
- Pulido, J-I., Rodríguez, I-M. (2011). El Programa Pueblos Mágicos de México. Una revisión de la Política Publica de impulso al desarrollo turístico rural. En: Turismo Rural en México. Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural. Colegio de Posgraduados Campus Puebla, pp. 52-86.
- Secretaría de Turismo. (2000). Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal. México En: http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf
- Secretaria de Turismo. (2018). Sexto informe de labores. México.
- Serrano, R. (2008). Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo. Universidad Autónoma del Estado de México. Sociedad y Territorio, vol. Economía, Sociedad y Territorio VIII, núm. 26, 2008, 313-356.
- Sharpley, J and R. (1997) Rural tourism. An introduction. London: International Thomson Business Press. Page and Wood, Ed.
- Silvã-Tomás, P. (2000). Tourism sector restructurations, sustainability and territorial perspectives in the beginnings of 21 st century”, en: Tourism Tustainability and Territorial Organization. XII Summer Institute of the European Regional Science Association, pp. 97-112, Coimbra: Asociacao Portuguesa para O Desenvolvimento Regional.

- Solsona, J. (2008). “Las marcas-destinos del turismo rural en España”, en: Pulido, J. I. (Coord.), *El turismo rural, Estructura económica y configuración territorial en España*, Madrid: Síntesis, pp. 261-286.
- Soto-Urbe, D. (2006). La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia. RIMISP Territorios con Identidad Cultural. Colombia. 34 p.
- Tapia, E. (2008) “Estudio del potencial ecoturístico de la reserva natural Isla Juan Venado, León, Nicaragua” en La Calera, número 9, pp. 28-37.
- Telfer, D. J. (2002). “The evolution of tourism and development theory”, En Sharpley, R. y Telfer, D., *Tourism and Development. Concepts and Issues*, Channel view Publications, Clevedon, pp.35-78.
- Tovar, C., y Alvarado, C. (2010). Una propuesta de desarrollo turístico cultural integral. El periplo sustentable. Núm. 19. Pp. 93-121. Universidad Autónoma del Estado de México. México.
- UNESCO. (2005). convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura. 33° reunión, París, 20 de octubre de 2005.
- Valderrama Martínez, Jorge y Flores Trejo, Juan Carlos (2007). “Hacia la viabilidad del turismo rural para comunidades de Baja California” en *El Mexicano, Suplemento Turístico*, 18 octubre 2007, Tijuana, BC, México.
- Valenciano, J. D. y Carretero Gómez, A. (2001) Evolución de las Teorías del Desarrollo Rural: La aplicación en España. *Investigaciones Sociales*, Año V, número 7, pp. 151-172
- Valiente, G. C., Jiménez, L. H., & Pérez, M. V. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de turismo*, (15), 63-76.
- Vázquez, B. (2000): Desarrollo Económico Local y Descentralización: Aproximación a un marco conceptual. Proyecto CEPAL/GTZ de Desarrollo Económico Local y Descentralización, CEPAL, Santiago de Chile.
- Vázquez, B. (2001). Desarrollo endógeno y Globalización. Universidad Autónoma de Madrid. Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio

- (eds.) Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens. Rosario. Pág. 8.
- Vázquez, G. (2008): El desarrollo local y su papel en el programa de construcción de otra economía. Curso de posgrado virtual en Economía Social y Desarrollo Local. <http://copade.neuquen.gov.ar>.
- Velázquez, M. (2012). Los imaginarios del desarrollo turístico: el programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*.
- Verján, R., Valderrama, J., Ruiz J-G., Martínez, O-C., Velázquez, M-G. (2011). El campismo como alternativa de turismo rural para microempresarios de zonas campestres de bajo desarrollo en Baja California. En: *Turismo Rural en México. Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural*. Colegio de Posgraduados Campus Puebla, pp. 199-221.
- Villarreal, A. (2004). Edición final lista para publicar del Manual de Señalética y Rutas Turísticas Urbanas. [Versión electrónica]. Quito, Colombia. Consejo Nacional de Modernización. <
biblioteca.senplades.gov.ec/iah/fulltext/bjmbr/v32_2/128.pdf> [2009, agosto 10].
- Yagüe, P. R. M., (2000). Perfil del Turista Rural en la Comarca Valenciana del Alto Palancia. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Valencia. *Anales de Economía Aplicada*. XIV Reunión ASEPELT-España, Oviedo. España. 22 pp.

CAPITULO 3. TENDENCIAS DEL TURISMO EN CUATRO PUEBLOS

3.1 Resumen

En las últimas décadas, el turismo se ha convertido en la tercera actividad económica más importante para México. El aumento de las estrategias de fomento a este sector ha significado una diversificación de la oferta turística del país; ejemplo de ello, en 2001 se creó el Programa Pueblos Mágicos, vinculado con el sector primario y secundario principalmente, considerado instrumento de desarrollo de doble entrada, al constituirse como un componente de mejora de la economía nacional y local. Este trabajo determina las tendencias del turismo a partir de la caracterización del perfil del turista y su demanda en cuatro Pueblos Mágicos de la Sierra Norte de Puebla. Para ello, se aplicó una encuesta con cincuenta indicadores a una muestra dirigida de turistas de la región. El análisis de los datos plantea que, el uso de este tipo de categorización posibilita la evaluación de la demanda turística el análisis del grado de vinculación del sector turístico con los prestadores de servicios, a partir de los cuales se puede desarrollar una oferta de productos turísticos diseñados acorde con las necesidades. Los resultados muestran que la mayor parte de los turistas son jóvenes, menores a los treinta años, en su mayoría estudiantes, y con un ingreso mensual igual o menor a \$ 4, 000.00, este busca principalmente la convivencia con la naturaleza y el disfrute de la gastronomía y artesanías y tiene un interés destacado por el turismo rural.

Palabras Clave: Perfil del turista, demanda turística, Pueblos Mágicos, México.

TRENDS OF TOURISM IN FOUR MAGIC VILLAGES OF PUEBLA, MEXICO

3.2 Abstract

In the last few decades, tourism has become the third most important economic activity in Mexico. The increase of the strategies for tourism development has led to a diversification of the tourist offer of the country; for example, in 2001 was created the "Magic Villages Program", linked to the primary and secondary sector primarily, seen as a tool of development of double entry, to serve as a component of improved national and local economy. The paper identifies tourism trends from the characterization of the profile of the tourist and their demand in four Magical Villages of the Northern Sierra of Puebla. To do this, a survey was applied with 50 indicators to a sample of tourists in the region. The analysis of the data suggests that the use of this type of categorization allows the evaluation of tourism demand and the analysis of the degree of involvement of the tourism sector with service providers, from which you can develop an offer of tourist products designed according to the needs of the tourist. The results show that most tourists are young, under the age of 30, most of them students, and with a monthly income equal to or less than \$4, 000.00, this tourist is looking primarily at the coexistence with nature and enjoy the gastronomy and handicrafts and has an interest highlighted by the rural tourism.

Key words: Profile of the tourist, tourist demand, Magical Villages, Mexico

3.3 Introducción

En las seis últimas décadas el turismo se ha convertido en la tercera actividad económica más importante en el mundo; en 2015 aportó alrededor del 10 % del PIB mundial con efecto directo, indirecto e inducido de acuerdo con datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2016) y creó uno de cada once empleos. En un comparativo realizado por este organismo, este sector ocupó el tercer puesto en categoría de exportación en el mundo, tan solo por detrás de combustibles y de producción de químicos, y por delante de alimentación y de la industria automotriz, representando el 7 % de las exportaciones mundiales de bienes y servicios. Aportando de esta forma en 2015 más de 1, 260, 000 millones de dólares de los EE. UU.

El turismo en México tiene un papel destacado en las políticas públicas para desarrollo del país, este sector contribuye con el crecimiento económico, generación de empleos e ingreso por divisas, así mismo, es un pilar en el desarrollo de las localidades que se benefician de esta actividad. En 2016, fue la tercera actividad económica más importante para México; aportó el 8.7 % del PIB nacional (INEGI, 2016) y produjo más de 2, 240, 000 empleos (SECTUR, 2015).

La inversión creciente en el gasto programable por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP, 2014) para el fomento y desarrollo del turismo en México refleja el monto de derrama económica generada por este concepto tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Por lo cual se considera un instrumento de desarrollo de doble entrada, ya que contribuye a mejorar la economía del Estado y de las localidades donde se desarrolla, de ahí el valor estratégico para la economía nacional.

Es necesario resaltar que el desarrollo económico y análisis de los procesos productivos son factores que, como lo señala Varisco (2008) “favorecen el desarrollo local, por ello es frecuente observar en el ámbito académico y político la convicción de que el desarrollo turístico genera desarrollo local”.

En el ámbito nacional, Ávila (2007) manifiesta que la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2001) dio a conocer la regionalización para el desarrollo del turismo

cultural en México, no obstante, algunas propuestas luchan contra la baja potencialidad y el abandono de la SECTUR al no recibir apoyo y seguimiento para el correcto funcionamiento, por lo que buscan el asesoramiento no gubernamental y divulgación académica.

Como una estrategia del gobierno mexicano se implementaron diversos programas orientados al fomento de la actividad turística; Uno de los ejes que direccionan dichos programas es el turismo rural, mismo que impulsa a pequeñas localidades para desarrollar un turismo integral y participativo mediante la creación de productos turísticos lo suficientemente competitivos para atraer a los visitantes. De igual manera, induce al aprovechamiento de la singularidad en cada localidad para la creación de diversos tipos de productos turísticos diferenciados (SECTUR, 2006).

Una estrategia más de impulso por parte del Gobierno Federal es el Programa Pueblos Mágicos (PPM) de la Secretaría de Turismo creado en 2001, enfocado a pequeñas localidades del ámbito rural con atributos simbólicos, historias y leyendas, las cuales, forman parte del imaginario colectivo. Estas localidades en su conjunto, forman una alternativa novedosa para el sector turístico (SECTUR, 2016). Con lo cual, se fomenta el desarrollo del turismo rural en sus diferentes modalidades, siendo el rural una de las más importantes para este tipo de programas.

Pese a los esfuerzos para impulsar esta actividad en comunidades rurales se han detectado problemáticas que limitan su desarrollo, tal como el desconocimiento de las necesidades y demanda del turista. Dicha problemática está directamente relacionada con la percepción del prestador de servicios con respecto a su perfil, lo que provoca una baja en la comercialización e ingreso de la comunidad visitada, además de generar una apreciación negativa del servicio turístico.

Aunado a que la infraestructura con que se cuenta es insuficiente para brindar servicios de calidad, además de los escasos recursos económicos disponibles para inversión turística donde se lleva a cabo turismo rural en sus diferentes modalidades, lo que impide participar de manera amplia en las actividades para mejorar dichas limitantes.

En la actualidad el mercado turístico es cada vez más exigente, por lo que generar una estrategia turística competitiva que contribuya al desarrollo de las localidades es una prioridad; por ello, países como España y Costa Rica consideran fundamental el desarrollo de productos turísticos atractivos y eficaces, con el fin de generar una oferta selecta y diferenciada (SECTUR, 2015). Esto confirma la necesidad de caracterizar el perfil del turista con el fin de generar productos y estrategias que permitan vincular adecuadamente la oferta y la demanda en los mercados.

Lo anterior sirve de base para plantear las preguntas que orientan la presente investigación: ¿Cuál es el perfil del turista que visita los cuatro PM de la Sierra Norte de Puebla?, ¿Corresponde la oferta de servicios turísticos con las características del servicio que demanda?

Los destinos se caracterizan por pertenecer al PPM, además de ser parte de la denominada Sierra Mágica del estado de Puebla. Por lo que el objetivo de la investigación fue determinar la tendencia actual del turismo en Xicotepec, Huauchinango, Zacatlán y Chignahuapan. La metodología se aboca a la caracterización del perfil del turista y su demanda, con el fin de vincular el tipo de servicios que demanda y sus expectativas con la oferta de productos turísticos auténticos que permitan captar su atención. Con ello, se plantea generar una mayor afluencia turística que propicie el desarrollo económico y turístico de las comunidades.

3.4 Antecedentes

La investigación parte del concepto de turismo propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT) citado por Serrano (2008) como “[...] un instrumento para alcanzar el desarrollo de regiones mediante el impulso de su economía y, en los últimos años, para sacar de la pobreza a comunidades que han permanecido marginadas históricamente”.

Esta actividad implica tres grupos de actores integrados: el primer grupo refiere a los turistas; el segundo representa los (habitantes) locales; el tercero comprende a los prestadores de servicios, mismos que Miller y Auyong (1991) definen como “corredores” (brokers).

Para el caso de México Velázquez (2012) ubica un cuarto actor fundamental: el gobierno, quien desde su punto de vista ha sido el principal impulsor de esta actividad en el país. Asimismo, es necesario conceptualizar el término “destino turístico”, definido por Solsona (2008) como “El conjunto de recursos que genera una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar un desplazamiento hasta el lugar en el que se ubican”.

Dentro de estos términos, la oferta y la demanda en los destinos turísticos desempeñan un papel primordial, por esta razón el Sistema de Información de Estadísticas Turísticas (DATATUR, 2015) define a la oferta turística como “El conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico, a fin de satisfacer la demanda de los visitantes”. En este contexto, la demanda turística se conceptualiza como “El conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino”.

La oferta y la demanda turística aunados al establecimiento de rutas turísticas permiten el desarrollo del turismo en sus diversas categorías. Por ello, Villarreal (2004) define a una ruta turística como: “El recorrido por varios recursos con cierta importancia y valor alrededor de un eje temático, que requiere la complementación con varias actividades que los hagan atractivos a los visitantes y también a los propios habitantes”.

Debido a la importancia de la actividad turística es imposible desligarse del sector terciario, ya que se vale de él para la creación de nuevos productos, bajo la premisa de que los atractivos que contenga la ruta despierten interés en el visitante, donde el desarrollo del turismo se complementa con actividades como la ganadería, cafecultura y agricultura en general, las cuales son fuente primaria de ingreso en la región.

Por lo cual, el nuevo estilo de viaje del turista contemporáneo demanda generar nuevos productos turísticos, diferente a los que surgieron tras los desplazamientos masivos después de la Segunda Guerra Mundial, una de las nuevas propuestas se da en torno al llamado “turismo rural”, definido por la SECTUR (2004) como “los viajes cuyo fin es realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones

culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Por lo que, una de las opciones que más se adecuan a las capacidades turísticas de zonas con bajo desarrollo de infraestructura turística es el turismo rural, acorde con García, (2005) se divide en: “ecoturismo, de aventura, y rural”. Este último se conceptualiza por la SECTUR (2004) como “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”.

El turismo rural en sus diferentes alcances está íntimamente relacionado al desarrollo de las comunidades, algunas teorías señalan que desde la década de los años setenta se prestó mayor atención a los problemas de empleo, distribución de la renta, y necesidades básicas que a otros ámbitos de la economía tal como lo describe Valenciano y Carretero (2001).

Por otra parte, Ciruela (2005) cuestiona el desarrollo promovido, aludiendo que “El turismo desplanificado e incontrolado produjo problemas muy severos de polución, lo cual orilló a reflexionar más sobre el papel que le corresponde a dicha actividad para con el medioambiente; así las acciones conservacionistas se convirtieron en el principio rector de los proyectos de desarrollo para el ámbito rural, *grosso modo* con ello se dio paso al nacimiento del turismo ambiental o ecoturismo...”. Tapia (2008) por otro lado, señala que “El desarrollo del ecoturismo o turismo ecológico tiene su base no solo en las actividades citadas, ni tampoco en los atractivos escénicos, sino también en los socioculturales y científicos que pueden ofertar determinadas localidades rurales”.

El ecoturismo es definido por Ceballos-Lascurain, (1996) como “El conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en conjunto con la naturaleza, la vida en el campo y en pequeñas poblaciones”. Pérez de las Heras (2004) señala que a este tipo de turismo también se le conoce como turismo de naturaleza, ya que depende del uso de recursos naturales y que incluye paisajes, atractivos acuáticos, vegetación y vida salvaje. Por esta razón se considera una manifestación del mismo al “turismo de

aventura” definido por García (2005) como todos aquellos viajes que tienen como finalidad realizar actividades recreativas en donde se asocian a desafíos impuestos por la naturaleza.

Para el caso del turismo rural, Valderrama y Flores (2007) lo clasifican como:

“Una modalidad más que proporciona una actividad recreativa de calidad, realizada en un espacio no urbano, de bajo impacto tanto sociocultural como ambiental, que facilita viajes y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad. Facilitando con ello, la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia respetuosa y valorada de sus pobladores, generando una derrama económica con beneficios directos para los prestadores de servicios locales, con niveles de satisfacción y bienestar generalizado para los locales y para sus visitantes”.

Los impactos ambientales negativos planteados por Valdez (2011) son vistos desde una perspectiva cultural, debido a que cuando se realiza en el entorno rural puede tener consecuencias negativas al no controlar la interacción entre locales y turistas. Pese a los efectos negativos, se busca el desarrollo de nuevas estrategias que permitan reivindicar y potenciar el desarrollo turístico en comunidades rurales.

Valdez (2011) señala que el turismo rural tiene como fundamento el contacto directo entre visitantes y visitados, incluyendo en él actividades de etnoturismo, ecoarqueología, agroturismo, enoturismo y fotografía rural entre otras; incorpora diferentes modalidades: una de ellas es la descrita por Barrera (2002) desde la perspectiva agropecuaria como agroturismo, caracterizado porque “El visitante participa activamente de las actividades productivas, por lo que es importante que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque solo tengan una finalidad demostrativa y no productiva”.

Una rama más es el denominado “turismo de eventos”, en el que las comunidades del medio agropecuario con cercanía a la población urbana, brinda servicios para la realización de eventos de diversa índole.

En cuanto al “turismo de salud” como modalidad del mismo, resalta la importancia de las aguas termales en los espacios rurales, recurso básico para que productores agropecuarios desarrollen una propuesta, al promocionarlas como aguas curativas o establecimientos donde se combinan con terapias antiestrés y equino terapia entre otras.

Existe una importante cantidad de productores que bajo el enfoque de “turismo gastronómico” ofertan su propia producción en platillos al turista rural, recuperando sus platillos típicos en los que agregan mayor valor a un bien primario. La alimentación es uno de los mayores gastos, y es este rubro uno de los que influyen en la selección de su viaje, tal es el caso de Europa con las Rutas Alimentarias (Vacas San Miguel, 2017).

Al respecto, Yagüe (2000) señala una serie de características de las nuevas modalidades de turismo en espacios rurales, que deben ser tomadas en cuenta al momento de establecer una oferta turística, con el fin de relacionar las necesidades del turista con los productos y servicios disponibles. Dichas características se abocan a: “Un segmento del mercado entre 25 y 45 años, con nivel sociocultural alto, poder adquisitivo medio/alto y residentes en áreas urbanas, con localidades que promueven alojamientos específicos constituidos por los alojamientos rurales y de agroturismo; alojamientos clásicos, reorientados a esta nueva demanda: pequeños hoteles con encanto, etc.”. A diferencia de la concepción tradicional del turismo rural austero, estos nuevos modelos en espacios rurales general un mayor nivel de gasto en comparación con el turista tradicional, por concepto de alojamiento o por gasto en los productos turísticos ofertados con base en recursos culturales y deportivos.

Parte de la problemática que implica el definir las características de una oferta radica en que “Las zonas rurales son difíciles de definir dado que los criterios utilizados varían entre los diferentes países, además de que, no todo el turismo que tiene lugar en zonas rurales es estrictamente rural, es decir, puede ser urbano, aunque esté localizado en un área rural” (Yagüe, 2000), por lo que, puede tener potenciales beneficios para las comunidades, entre ellos destaca la creación y mantenimiento de puestos de trabajo, la diversificación de empleos, la Pluriactividad, la ayuda a los agricultores, la

conservación de los bosques, arte y folclore, el fomento a la cultura, la conservación de la naturaleza, medioambiente y conservación del patrimonio arquitectónico.

A partir de ello se retoma uno de los objetivos sectoriales del gobierno, al destinar recursos presupuestales federales durante el periodo de 2001 a 2006 para detonar el desarrollo turístico estatal, municipal y regional, para complementar la oferta turística.

Ante este escenario se creó el Programa Pueblos Mágicos (PPM) institucionalizado en 2001, dirigido a “Poblados típicos con atractivos turísticos culturales de gran singularidad, fomenta su conservación, mejoramiento de imagen urbana e identidad”, por lo que la SECTUR (2002) define como Pueblo Mágico a una “Localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”. En sus inicios el programa contaba con 30 localidades, para 2017 el PPM se conforma por 111 pueblos con esta denominación, para el 2019 el PPM cuenta con 121 pueblos, de los cuales el estado de Puebla cuenta con 11 PM.

3.5 Metodología

El presente estudio se llevó a cabo en los municipios de Xicotepec, Huauchinango, Zacatlán y Chignahuapan, pertenecientes al PPM, ubicados en la Sierra Norte del estado de Puebla, México. Estos sitios fueron seleccionados por el óptimo potencial que presentan para el estudio de las características de la demanda y perfil sociodemográfico del turista que participa de la actividad en esa región del estado. La población estudiada fue el turista que visita estos Pueblos Mágicos, al ser los actores directamente involucrados, por lo que la caracterización de la demanda turística en estos destinos requirió del diseño de una encuesta.

La investigación aplicó un enfoque mixto, el método de investigación empleado fue el “estudio de caso”, descrito por Eisenhardt citado por Martínez (2006) como “Una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, la cual podría tratarse del estudio de un único caso o de varios casos,

combinando distintos métodos para la recogida de evidencia cualitativa y/o cuantitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría”.

Dada la existencia de dos metodologías con características similares y complementarlas entre sí para analizar el perfil del turista y la demanda de servicios, se recurrió a una hibridación metodológica, resultado de la combinación de la metodología planteada por CESTUR “Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que viaja en México por motivos de Ecoturismo” y de la conjunción de los indicadores planteados por Centro de Investigación Sobre Opinión Pública (CISO) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla para la Secretaría de Cultura y Turismo en 2014.

Ambas metodologías convergen con las necesidades y planteamientos del objetivo de la investigación, al obtener información confiable que permite el análisis a profundidad del perfil del turista y las características de la demanda de servicios turísticos referentes a transporte, alojamiento, restaurantes y rentas. Esta información servirá para el diseño de estrategias orientadas a la creación y adaptación de productos turísticos “auténticos” con base en el turismo rural y sus derivas, que permitan captar su atención, con el fin de generar una mayor afluencia que contribuya al desarrollo turístico y económico de las comunidades.

El resultado de la hibridación metodológica es una encuesta con cinco secciones, las cuales se orientan a caracterizar el perfil del turista y el nivel de satisfacción en la demanda de servicios, mediante factores que pueden influir en la demanda. La lista de factores propuestos en el estudio se direccionó por 50 indicadores agrupados en cinco secciones.

- Perfil sociodemográfico. Indaga sobre las características personales a través de variables explicativas aplicadas al modelo como edad, sexo, nivel de estudios y nivel de ingreso.
- Perfil del viaje. Corresponde a preguntas referentes a la organización del viaje, estancia, modalidad de alojamiento, que permitan conocer hábitos en la organización de sus vacaciones.

- Presupuesto y partidas de gastos. Corresponde a los recursos económicos disponibles para el viaje, así como su distribución en la asignación presupuesto a cada partida.
- Nivel de satisfacción y evaluación. Engloba la evaluación de gustos y preferencias de actividades, opciones de esparcimiento por destino y la evaluación a los servicios turísticos.
- Servicios públicos por destino. Esta sección se dirige a la evaluación de servicios e infraestructura, higiene y calidad de servicios proporcionados en su visita a las comunidades.

Para la aplicación de los cuestionarios de la encuesta se llevó a cabo un Muestreo Dirigido Bietápico de forma estratificada y aleatoria, descrita de la siguiente forma:

- Estratificado. Corresponde a la selección de las unidades primarias: Chignahuapan, Zacatlán, Huauchinango y Xicotepec (localidades de estudio).
- Aleatorio. Dada la selección de las unidades secundarias (turistas) para la realización de la encuesta, se aplicaron 420 cuestionarios a las unidades muestrales.

El análisis de los indicadores generados con la información se llevó a cabo a través de un análisis comparativo para detectar cuáles son aquellos aspectos a los que se debe prestar mayor atención en cada uno de los lugares.

3.6 Resultados

El análisis correspondiente al Perfil y Grado de Satisfacción del turista, se generó a partir de una muestra dirigida de 420 cuestionarios de los cuales Chignahuapan, Zacatlán, Huauchinango y Xicotepec tuvieron una participación igualitaria.

3.6.1 Perfil sociodemográfico

Los resultados muestran que 80 % de personas que visita los cuatro Pueblos Mágicos es de origen nacional, mientras que solo 20 % es de origen internacional, lo cual pone de manifiesto la necesidad de promocionar y brindar las condiciones necesarias para llamar la atención de los turistas internacionales.

Estados Unidos de Norteamérica por sí solo representa un poco menos de 46 % del total de turistas internacionales, en segundo lugar, está América Latina con casi 38 %,

el resto son procedentes de Canadá, Asia, Europa y el resto del mundo. Por otro lado, el mayor porcentaje de los turistas nacionales (33 %) proviene del mismo estado de Puebla; fuera del estado, Hidalgo y de la Ciudad de México tienen emitidos 14 % cada uno. Otros estados que figuran como emisores son el Estado de México y Oaxaca con 8 % respectivamente.

Del total de personas entrevistadas en los municipios, cerca de 55 % son hombres, mientras que poco menos de 45 % está conformado por mujeres. Las edades entre 24 y 29 años son dominantes en las estadísticas (37 %). En su conjunto es el segmento que va de los 30 a los 40 años el que le sigue con 25 % del total de los entrevistados. 22 % está entre los 18 y 23 años, mientras los mayores de 40 años solo están representados con 16 %, lo cual demuestra que la edad promedio va de los 18 a los 40 años.

Los turistas nacionales e internacionales que cuentan con estudios universitarios representan 46 % en su conjunto, 34 % solo cuenta con estudios de preparatoria, cerca de 9 % tiene estudios de secundaria, 8 % de posgrado; solo 4 % respondió tener únicamente estudios de primaria. En cuanto a ocupación, son estudiantes (29 %) los que encabezan la encuesta, seguidos de 20 % de empleados, los retirados ocupan el percentil más bajo, la Figura 1 Indica el porcentaje obtenido por cada una de las ocupaciones.

De acuerdo con el Cuadro 2 se estimó que 28 % declaró tener un ingreso mensual menor a los \$4,000 siendo pesos mexicanos, este es el segmento de mayor tamaño. El segundo grupo con 24 % contiene dos categorías en relación con el ingreso: el primero va de los \$4,500 a los \$6,499 y el segundo va de los \$6,500 a los \$12,999 pesos. Lo anterior permite tener una idea del tipo de consumidor al cual se deben dirigir los productos turísticos. Es decir, tiene una baja derrama económica, de bajo poder adquisitivo, que demanda este tipo de productos.

3.6.2 Perfil del viaje

El viaje en grupo no siempre es la mejor opción para los entrevistados nacionales, 71 % respondió viajar solo o con su pareja, el resto viaja en grupos de 5 a 10 personas (Cuadro 3). Del total de turistas internacionales que visitan la zona, 36 % es acompañado por familiares en sus viajes a la Sierra Norte de Puebla, destacando que el turista internacional viaja mayormente en grupo (50 %).

Dentro de los motivos para visitar la Sierra Norte de Puebla, destaca descanso y placer como primer lugar (41 %), seguido de la visita a familiares y amigos (20 %) y en el tercer el ámbito académico y de estudios (10 %).

Respecto a cómo se enteró del destino, 30 % ya conocía el destino, el segundo percentil es (29 %) enmarca que la recomendación de familiares y amigos es importante al momento de elegir un destino; el empleo de páginas web y agencias de viajes concentró en 17 % y 7 % respectivamente.

Los principales factores a considerar al elegir el destino a visitar (Cuadro 4) son la cercanía al lugar (20 %) y el clima (15 %), factores a considerar al momento de elegir el destino; 50 % de los respondió que otros eran los elementos que influyeron en la toma de decisiones sobre la visita.

El turista promedio planea sus vacaciones con una antelación de quince días a un mes (34 %), ya son destinos turísticos de fin de semana, debido entre otros factores a la cercanía de los estados emisores; mientras que 27 % de los turistas planean sus viajes con más de un mes de anticipación.

Un 43 % de los turistas respondió que es la primera vez que visitaba el destino, mientras que 27 % respondió que era la segunda vez que lo visitaban, lo cual, guarda correspondencia con el porcentaje de turistas que respondió que ya conocía el destino. Solo 30 % en su conjunto respondió que ya había visitado el destino en más de tres ocasiones.

El tiempo de estancia promedio de los turistas que visitan la Sierra Norte de Puebla es de tres noches (26 %), seguido por dos noches (23 %); pese a ello, el número de estancias diurnas resulta significativo (13 %), resultado de la cercanía de los lugares de origen de los turistas (Cuadro 5).

En cuanto a hospedaje, 38 % optaron por hospedarse con familiares o amigos como primera opción, en segundo lugar, el hospedaje en hoteles; sin embargo, los turistas internacionales optaron por el hospedaje en hotel como primera opción (Cuadro 6).

De estos destinos, los turistas participaron más de la visita a Iglesias dadas las festividades de los municipios, apreciando el valor escénico, arquitectónico, religioso y cultural que estos edificios representan, tal es el caso de la Iglesia de Santo Entierro en Huauchinango, o la basílica de la Inmaculada Concepción en Chignahuapan. En segundo lugar, los lugares más visitados fueron los mercados y en tercer lugar el campo.

Respecto a la compra de servicios, 71 % de los turistas adquirió servicios individuales en el lugar de visita; es decir, no compraron servicios en agencia turística. La compra de artículos y productos turísticos se representa la mayor cantidad por concepto de compra de artículos personales (35 %), seguido de la adquisición de artesanías y dulces con 28 % y 20 % respectivamente (Cuadro 7).

3.6.3 Presupuesto asignado para el viaje

El presupuesto que se asigna al viaje resulta de gran importancia al momento de definir el segmento de mercado al cual se dirigirá la creación de productos turísticos, también permite dar una idea de cuál es el tipo de servicios que se deben ofrecer y los costos de los mismos. La Figura 4 señala que en su conjunto el grueso de los turistas dispone de \$2,000 a \$4,000 pesos (34 %) para gastos de viaje, seguidos de un presupuesto menor a \$2,000 pesos con 26 %.

Por otra parte, 62.5 % de los turistas señala que “no” tiene contemplado visitar otros destinos, mientras que 37.5 % total del segmento respondió que visitaría más lugares adicionales al ya programado.

3.6.4 Nivel de Satisfacción y evaluación del viaje y servicios

Las opciones de esparcimiento tienen una evaluación satisfactoria mayor para Huauchinango, seguido de Chignahuapan; un punto de mejora continua es la información disponible sobre los lugares y actividades turísticas a realizar en Huauchinango y Xicotepec. La calidad de las actividades que se pueden realizar es evaluada de forma satisfactoria para Huauchinango, no así para Zacatlán donde se tiene la más baja evaluación (Figura 4).

La comodidad en los destinos turísticos fue evaluada por igual para todos. La seguridad en Chignahuapan y Huauchinango obtuvo evaluación positiva, caso contrario para Xicotepec donde se obtuvo la más baja. En cuanto a la calificación general de la visita, el turista dio un puntaje mayor para el Pueblo Mágico de Huauchinango, no así para Xicotepec y Zacatlán (Figura 5; **Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

Los atractivos que resultan de mayor interés (Figura 6) para Chignahuapan son: naturaleza, gastronomía y artesanías, para el caso de Xicotepec tiene especial atención en su gastronomía, naturaleza y artesanías, siendo de menor interés los atractivos ofrecidos en Huauchinango y Zacatlán, este último es el lugar calificado con puntaje bajo en cuanto al interés sobre sitios de visita. Los municipios coinciden en que su naturaleza, artesanías y gastronomía sobresalen por sobre los demás atractivos turísticos.

Un parámetro de evaluación para determinar las necesidades y demanda son los servicios turísticos, la calidad y trato de los prestadores de servicios (Cuadro 8), donde la mejor puntuación es obtenida por Huauchinango la más baja la tiene Zacatlán. En los criterios de evaluación, cinco es la calificación más alta y uno la más baja.

La evaluación del hospedaje fue similar en los cuatro municipios mientras que el servicio de alimentación es el que presenta los más altos niveles de satisfacción por parte del turista en el cual destaca Xicotepec. Huauchinango es el municipio con mejor evaluación en opciones de esparcimiento al igual que Chignahuapan; pese a ello, en todos los municipios es necesario prestar atención a la cantidad y calidad de la información disponible con respecto a los atractivos turísticos, ya que fue el aspecto con la valoración más baja.

3.6.5 Servicios públicos

De los servicios ofrecidos por el Estado tales como infraestructura carretera y señalamientos viales, destaca el estado de las vías de comunicación de Chignahuapan y Huauchinango, evaluados con plena satisfacción por parte del turista, entre otras razones, debido a la cercanía con las autopistas; esto a diferencia de Xicotepec donde

las carreteras que conducen a la autopista están en pésimo estado. En el caso de la señalización de las carreteras y del destino la evaluación resulta satisfactoria.

La evaluación de la información turística resulta con mayor puntaje en Zacatlán; pese a esto, es este municipio el que tiene la más baja puntuación en cuanto a servicios ofrecidos, principalmente por el mal estado de los servicios brindados en gasolineras, sanitarios públicos y atención en los paraderos turísticos.

El Cuadro 8 muestra que, en el caso de los precios, Chignahuapan presenta una calificación intermedia, al tener los precios más altos por concepto de compras de alimentos, hotel, estacionamiento, accesos a lugares, etc. Para el caso de Xicotepec, su evaluación refleja que tiene los precios más accesibles en cuanto a servicios y alimentos, ya que se dio la mayor calificación al lugar donde los costos son accesibles, y evaluación más baja cuando los precios de los servicios son elevados.

Es importante destacar que, en opinión de los encuestados, en los cuatro municipios se requieren medidas de reciclaje de basura y tratamiento de aguas residuales más eficientes o implementarlas en caso de no existir pues 39 % de los encuestados respondió que no sabe si existen dichas medidas, 26 % observó medidas de reciclaje de basura y 6 % medidas de tratamiento de aguas tan solo en el municipio de Zacatlán, es importante desarrollar este tipo de medidas para ofrecer un lugar limpio, sano y con reconocimiento ambiental.

Del total muestreado, 30 % reconoce la marca "Puebla Travel" usada por el gobierno del estado para promocionar los atractivos y destinos de Puebla, la cual tiene un alcance estatal y con poca intensidad en los estados colindantes: Un 80 % reconoce la marca de "Pueblos Mágicos" de alcance nacional e internacional, dirigida al fomento de turismo en sus diferentes modalidades siendo el turismo rural de las principales en atraer turistas.

El Cuadro 9 muestra las frecuencias con respecto al tiempo en que los turistas piensan regresar a los municipios, 14 % respondió que piensa regresar en los próximos tres meses, 50 % "no sabe cuándo regresará", y solo un menor porcentaje respondió que "no" regresaría.

Un alto porcentaje (97 %) que señaló que su destino “si cumplió sus expectativas”, es decir, encontró un lugar en conexión al campo, una gastronomía típica de la región y no influenciada por las cocinas extranjeras, el turista quedó satisfecho al encontrar un espacio natural, limpio y amigable con el ambiente; mientras que el resto respondió que el destino no cumplió sus expectativas, debido principalmente a los altos costos, al mal estado de las carreteras y a la escasa información sobre los atractivos turísticos.

Las personas que definitivamente recomendarían el destino son alrededor del 74 % y tan solo 1 % respondió que definitivamente no lo recomendaría; en relación con la pregunta -¿estarían dispuestos a participar del turismo rural? - 55 % si participaría, frente a solo 13 % que dijo que no participaría. El resto (32 %) respondió que tal vez lo haría. Chignahuapan es el lugar con mayor número de interesados en participar, debido entre otras razones, al mayor número de atractivos turísticos de este tipo y la evidente presencia de los campos agrícolas y la producción de ganado ovino de la zona.

3.7 Discusión

El análisis de los datos a partir de la aplicación de la encuesta con cincuenta indicadores a una muestra dirigida en los cuatro municipios correspondientes a la Sierra Norte de Puebla, plantea que: el uso de este tipo de categorización posibilita la evaluación de la demanda turística y el análisis del grado de vinculación del sector turístico con los prestadores de servicios. A partir de los cuales se puede desarrollar una oferta de productos turísticos diseñados acorde con las necesidades del turista, remarcando con ello la utilidad de este tipo de metodologías para el análisis cualitativo y cuantitativo de indicadores.

Los resultados obtenidos conciernen con lo que Yagüe (2000) señala como la serie de características de las nuevas modalidades de turismo en espacios rurales, las cuales están orientadas a personas de entre 25 y 45 años, de nivel sociocultural alto, poder adquisitivo medio/alto y residentes de áreas urbanas. Acorde con los resultados de este estudio, se obtuvo que el desarrollo de una oferta turística debe orientarse a jóvenes de 24 a 29 años, con escolaridad promedio que va de preparatoria a universidad, de poder adquisitivo medio y residentes de áreas urbanas cercanas a los municipios.

El principal grupo social que visita los cuatro Pueblos Mágicos son los jóvenes estudiantes, lo que corresponde con el estudio “Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los Hogares 2016” realizado por la SECTUR (2016), donde se obtuvo que la edad promedio es de 31 años con alrededor del 68 % de las personas dentro de esta categoría. Cerca de la mitad de los entrevistados visitaba el destino por primera vez, y el tiempo promedio de su estancia fue de tres noches, sin embargo, el porcentaje con estancia diurna fue el preponderante. Por lo que, se debe evaluar la necesidad de generar una estrategia integral que despierte el interés por pernoctar en la región, con lo que se propiciaría un mayor ingreso regional por el despliegue de esta actividad.

El origen del turista -nacional primordialmente- implica un menor gasto promedio per cápita y por ende, un gasto total reducido de la visita, debido entre otras razones a la cercanía con las ciudades, motivo que repercute en la percepción de ingresos en los destinos turísticos; De acuerdo con el promedio de gasto turístico por hogar en viajes con pernocta en México según los resultados obtenidos por la SECTUR (2016), es de “...\$5,610; mientras que el de los excursionistas (de ida y vuelta) es de \$1,013 pesos. Considerando la estancia promedio de los viajes con pernocta, que es de 5 días, se tiene un gasto promedio de \$1,122 pesos por día, muy semejante al gasto de los hogares que realizaron un viaje de ida y vuelta”.

En correspondencia a los resultados de la SECTUR, en este trabajo se identificó que los ingresos del turista nacional van de los \$4,000 pesos o menos y hasta los \$6,499 pesos mensuales y con un gasto en su visita que va de los \$2,000 a los \$4,000 pesos por familia de cuatro integrantes en promedio. No obstante, el turismo extranjero es una potencial fuente de ingresos por este concepto, tal como lo señala Díaz y Pérez (2012) como parte de sus resultados, ya que un turista extranjero, por ejemplo estadounidense, tiene un gasto promedio de 1000 dólares en una estancia promedio de cinco días, lo cual permite hacer una comparativa con relación al gasto promedio nacional vs. el gasto internacional en este sector.

Resalta el alto porcentaje de la población encuestada que reconoció la marca Pueblos Mágicos, con respecto a los que reconocen la marca Puebla Travel; dicha información

permite ahondar sobre el diseño de una estrategia para dar a conocer los municipios mediante el empleo de tácticas de marketing adecuado y de impacto nacional e internacional, aprovechando las denominaciones de Pueblo Mágico como una marca consolidada y de mayor reconocimiento en el mercado turístico.

Una vez concluido el análisis de cada uno de los indicadores, los resultados permiten orientar la toma de decisiones para el proceso de planificación y diseño de estrategias de desarrollo tomando como base los servicios turísticos que demanda. Los cuales implican que él sea participe de la preparación de alimentos tradicionales, la producción de artesanías, artículos de uso personal. Sin dejar de lado el integrarse y conocer a fondo las tradiciones locales, el empleo de plantas medicinales, los cultivos y la producción animal, la apreciación de las creencias religiosas y prehispánicas, acorde con los intereses manifestados en el estudio.

Con base en los resultados, es posible establecer que el turismo rural en sus diferentes modalidades es la opción de mayor viabilidad para promover el desarrollo turístico, ya que corresponde a las tendencias, necesidades, gustos y preferencias descritas en este artículo. Con esta premisa, se percibe al medioambiente como un componente esencial dentro de la calidad total del servicio turístico, lo cual, incumbe a la demanda, al ir en búsqueda del contacto con la naturaleza, la cultura y la tradición local.

Es precisamente el turismo rural el que puede direccionar el diseño y oferta de productos turísticos, acorde con el caracterizado en esta investigación, al destacar que este busca probar modos de vida distintos de los tradicionales, buscando la satisfacción del crecimiento personal, pasando de ser un simple observador externo a involucrarse en la cultura local.

Ante esto, se debe tener una oferta de productos turísticos con base en las raíces culturales y el aprovechamiento compatible de los recursos naturales, revalorizando el conocimiento tradicional y cultura de los pueblos, del mismo modo, la integración de las actividades de los viajeros con el cuidado al medioambiente.

Conforme con la demanda, es necesario trabajar en el desarrollo sustentable de las localidades, pese a que aún no hay repercusiones por su llegada, es necesario diseñar estrategias que contribuyan a la conservación del patrimonio cultural y natural, además de medidas de reciclaje de residuos.

Para el incremento de la demanda turística es necesaria la ampliación y mejora de las condiciones de la red de carreteras, señalamiento y condiciones de las mismas, de igual modo la modernización del sistema de transporte de pasajeros. Además, se deben buscar nuevas fuentes alternas de agua potable, recuperando principalmente obras de conservación y captación dentro de las localidades, rehabilitación integral de los sistemas de agua, alcantarillado sanitario, cobertura total del tratamiento de aguas residuales y su correcto manejo, medidas de reciclaje y reducción de residuos sólidos.

3.8 Conclusiones

La pertinencia de determinar la tendencia del turismo a partir de la caracterización del perfil del turista y su demanda en cuatro Pueblos Mágicos de la Sierra Norte de Puebla, empleando este tipo de metodologías, implica tomar en consideración la opinión de los actores directamente involucrados, es decir, los turistas que visitan los municipios. La información recabada permitió el análisis de indicadores mediante una evaluación cuantitativa y cualitativa a partir de la opinión de los actores locales involucrados en el tema, a partir de la cual, se pueden derivar planes de fomento acorde a la diversidad de intereses conforme a la expectativa local y foránea.

El presupuesto asignado al viaje es primordial dentro de la planeación de estrategias orientadas a fomentar y desarrollar el turismo, ya que a partir de este indicador se pueden generar directrices que guíen propuestas con base en la economía del segmento que visitan la zona, principalmente jóvenes estudiantes.

Con base en el perfil, es posible propiciar la promoción de productos de aventura, factibles de ser desarrollados siempre que incorporen a las localidades en su radio de influencia. Con esto, la llegada de turistas de mayor ingreso y gasto promedio depende de la organización y promoción turística dirigida a la población de las ciudades

potencialmente emisoras, aunado a una mayor inversión en marketing, además de generar estrategias para que el gasto turístico sea mayor en los PM.

Por lo que, la estructuración de una oferta turística complementaria a la ya ofrecida es posible a largo plazo, de tal forma que, la disposición de la población, empresarios y prestadores de servicios es determinante para la consolidación del destino. Ya que las tendencias actuales se enfocan al fomento del turismo rural, por lo cual, se deben vincular las expectativas del turista con la oferta de productos auténticos que permitan el desarrollo económico y turístico de las comunidades.

Conforme a la conceptualización del turismo rural, los productos turísticos ofrecidos deben estar sustentados en las expresiones de cultura local, ya que son atractivos que incentivan el desplazamiento hacia las localidades aprovechando la relativa cercanía a las ciudades emisoras y con ello el consumo de artesanías, alimentos y de los diferentes productos ofertados.

El turista que se ubica en este segmento pretende buscar una conciencia social relacionada con el medioambiente, razón por la cual, la oferta turística debe estar enfocada a un nuevo modelo empresarial dirigido a la búsqueda de experiencias personales que ayuden al desarrollo de los individuos, que alimente el espíritu naturalista y conservacionista de las nuevas generaciones, al ser los jóvenes los que dominan esta actividad en los cuatro Pueblos Mágicos.

Debido a esto, el éxito del Programa Pueblos Mágicos dependerá en gran medida de la conservación y aprovechamiento del patrimonio histórico y natural de los municipios. Por ello, el diseño de una estrategia de desarrollo regional debe basarse en la creación de productos turísticos novedosos e incremento de la infraestructura hotelera y restaurantera con vistas a mejorar la estancia y percepción del turista.

3.9 Literatura citada

Ávila, R. (2007). Turismo cultural en México: alcances y perspectivas. Ed. Trillas, México.

- Barrera, E. (2002). Fundamentos económicos del turismo rural y evaluación de los recursos turísticos. Módulo Educación a Distancia Posgrado de Alta Dirección en Turismo rural. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires.
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, ecotourism, and protected areas. The State of nature-based tourism around the World and guidelines for its Development, Gland, Switzerland and Cambridge, UK: IUCN.
- CESTUR. (2006). Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja en México por motivos de ecoturismo, CESTUR, 37.
- Ciruela, A. (2005). Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible. *Interacoes, Revista Internacional de Desenvolvimento*. 11(7), 9-16.
- DATATUR. (2015). Secretaría de Turismo. [Web log post]. Obtenido Abril 06, 2017, de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>.
- Díaz, J., & Pérez, M. (2012). Marca México: una estrategia para reducir la brecha entre la percepción y la realidad. *Revista Mexicana de política exterior*. 169-186.
- Gagnon, C. & Gagnon, S. (2007). *L'Écotourisme entre l'arbre et l'écorce. De la conservation au développement viable des territoires*, Québec: Presses de l'Université du Québec.
- García, P. M. (2005). Análisis del turismo rural. En Análisis de los recursos para la denotación turística de Moctezuma, Sonora. Tesis profesional. División de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Sonora. 40-51.
- INEGI. (2012). Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuenta satélite del turismo de México 2006-2010: año base 2003/ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI.
- INEGI. (2016). PIB y Cuentas Nacionales 2015. Año base 2008/ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI.
- Martínez, C. P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (20), 165-193.
- Masri, S. y Robles, L. M. (1997). *La industria turística: hacia la sustentabilidad*. Diana. México.

- Miller, M. L. & Auyong J. (1991). Coastal Zone Tourism: A potent Force Affecting Environment and Society, *Marine Policy*. XV (2), 75-99.
- OMT-Organización Mundial del Turismo. (2016). Panorama del Turismo Internacional. World Tourism Organization (OMT-UNWTO). Madrid, España. 16 pp. Versión digital. [Web log post]. Obtenido agosto 13, 2017, de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>.
- Pérez de las Heras, M. (2004). Turismo sostenible: hacia una industria económica, social y ambientalmente responsable. *Meda: Medioambiente, biodiversidad y desarrollo sostenible*. Núm. 21, 78-80.
- Secretaría de Cultura y Turismo. (2014). Perfil de visitante Puebla 2014. Gobierno del Estado de Puebla. [Web log post]. Obtenido mayo 24, 2017, de: <http://culturayturismo.puebla.gob.mx/estadisticas/estadisticas-turisticas>.
- Secretaría de Cultura y Turismo. (2015). Perfil de visitante Puebla 2015. Gobierno del Estado de Puebla. [Web log post]. Obtenido mayo 26, 2017, de: <http://culturayturismo.puebla.gob.mx/estadisticas/estadisticas-turisticas>.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2014). Presupuesto de Egresos de la Federación 2014. Unidad de Evaluación del Desempeño. Transparencia Presupuestaria. [Web log post]. Obtenido marzo 26, 2017, de: http://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/es/PTP/Presupuesto_de_Egresos_de_la_Federacion_2014.
- SECTUR. (2002). Pueblos Mágicos. México: Secretaría de Turismo. [Web log post]. Obtenido diciembre 5, 2016, de: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos.
- SECTUR. (2004). Turismo rural. Una nueva forma de hacer turismo. Fascículo 1 [en línea]. México: Secretaría de Turismo (serie Turismo Rural). [Web log post]. Obtenido diciembre 5, 2016, de: http://codeturnl.ensi.com.mx/apps/site/files/1-1_conceptualizacion_turismo_rural.pdf.

- SECTUR. (2007). Firman 14 dependencias convenio para el desarrollo del turismo de naturaleza, Boletín informativo SECTUR 086/2007. México. D.F., México: Secretaría de Turismo de México.
- SECTUR. (2015). Tercer informe de labores. México. [Web log post]. Obtenido agosto 20, 2016, de: <https://www.gob.mx/sectur/documentos/cuarto-informe-de-labores-65145>.
- SECTUR. (2016). Encuesta Nacional de Gasto en Turístico en los Hogares 2016. Editada por la Subsecretaría de Planeación y Política Turística. [Web log post]. Obtenido Septiembre 05, 2017, de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/ENGATURH_2016.pdf.
- SECTUR. (2016). Programa Pueblos Mágicos. Secretaría de Turismo. [Web log post]. Obtenido Noviembre 05, de: 2016 de: <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>.
- Serrano, B. R. (2008). Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo. *Economía, Sociedad y Territorio*, VIII (26), 313-355.
- Silvã Tomas, P. (2000). Tourism sector restructuring, sustainability and territorial perspectives in the beginnings of 21st century, and: Tourism Sustainability and Territorial Organization. XII Summer Institute of the European Regional Science Association (pp. 97-112). Coímbra: Asociaçao Portuguesa para O Desenvolvimento Regional.
- Solsona, J. (2008). Las marcas-destinos del turismo rural en España, en: Pulido, J. I. (Coord.), *El turismo rural, Estructura económica y configuración territorial en España*, Madrid: Síntesis, 261-286.
- Tapia, E. (2008). Estudio del potencial ecoturístico de la reserva natural Isla Juan Venado, León, Nicaragua. *La Calera*. (9), 28-37.
- Vacas San Miguel, T. (2017). Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos.

- Valderrama, M. J. & Flores, T. J. C. (2007). Hacia la viabilidad del turismo rural para comunidades de Baja California, en *El Mexicano*, Suplemento Turístico, 18 octubre 2007, Tijuana, BC, México.
- Valdez, M. R. (2011). El turismo de naturaleza en México. Realidades y Retos. Turismo rural en México, Colegio de Postgraduados.
- Valenciano, J. D. & Carretero, G. A. (2001). Evolución de las Teorías del Desarrollo Rural: La aplicación en España. *Investigaciones Sociales*, Año V, (7), 151-172.
- Varisco, C. (2008). Turismo y desarrollo económico local. Aportes y transferencias. Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina. Núm. 1 (12), 126-148.
- Velarde, V. M.; Maldonado, A. A., & Maldonado, A. M. (2009). Pueblos Mágicos. Estrategia para el desarrollo turístico sustentable: caso Sinaloa. *Teoría y Praxis*, (6), 79-93.
- Velázquez, M. (2012). Los imaginarios del desarrollo turístico: el programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México. *Topofilia*, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Núm. 2(3), 1-23.
- Villarreal, A. (2004). Edición final lista para publicar del Manual de Señalética y Rutas Turísticas Urbanas. Quito, Colombia. Consejo Nacional de Modernización. [Web log post]. Obtenido el agosto 09, 2015, de: biblioteca.senplades.gov.ec/iah/fulltext/bjmbr/v32_2/128.pdf.
- Yagüe, P. R. M. (2000). Perfil del Turista Rural en la Comarca Valenciana del Alto Palancia. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Valencia. *Anales de Economía Aplicada*. XIV Reunión ASEPELT-España, Oviedo, España, 22.

3.10 Anexos

Cuadro 2. Ingreso promedio mensual.

	Ingresos del turista	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Menos de \$4,000 pesos	102	27.6%
	De \$4,000 a \$6,499 pesos	89	24.1%

De \$6,500 a \$12,999 pesos	89	24.1%
De \$13,000 a \$19,499 pesos	54	14.6%
De \$19,500 a \$39,999 pesos	25	6.8%
Más de \$40,000 pesos	10	2.7%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 3. Tamaño el grupo que visita los municipios.

	Tamaño del grupo	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 persona	34	10.0%
	2 personas	55	16.2%
	3 personas	71	20.9%
	4 personas	67	19.7%
	De 5 a 10 personas	73	21.5%
	Más de 10 personas	40	11.8%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 4. ¿Con base en qué motivo decidió el destino?

	Decidió el destino por	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Clima	64	15.5%
	Cercanía	84	20.4%
	Precio	57	13.8%
	Otro	207	50.2%
	Total	412	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base resultados, 2017.

Cuadro 5. El tiempo de su estancia en el lugar.

	Tiempo de estancia	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estancia diurna	53	12.9%
	Una noche	80	19.5%
	Dos noches	94	22.9%

Tres noches	105	25.6%
De 4 a 10 noches	59	14.4%
Más de 10 noches	19	4.6%
Total	410	100%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 6. Lugar donde se hospedó.

	Se hospedó en	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hotel	123	33.6%
	Fam/Amigos	138	37.7%
	Villas y/o cabañas	31	8.5%
	Hotel familiar	24	6.6%
	Depto. o casa rentada	15	4.1%
	Hotel Rural	26	7.1%
	Depto. o casa propia	8	2.2%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 7. ¿Qué compró en su visita?

	Lo que compró	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Talavera	4	1.0%
	Antigüedades	28	6.9%
	Dulces	83	20.5%
	Artículos personales	140	34.6%
	Artesanías	114	28.1%
	No respondió	36	8.9%
	Total	405	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 8. Evaluación de la calidad y satisfacción de los servicios turísticos de los lugares.

Lugar de encuesta	Chignahuapan	Zacatlán	Huauchinango	Xicotepec	Total
Limpieza	2.23	2.25	2.2	2.39	2.27
Servicios al turista	2.23	2.17	2.34	2.24	2.25
Hospedaje	1.59	1.79	1.82	1.68	1.72
Alimentos y restaurantes	1.55	1.55	1.75	1.55	1.6
Compras	2.04	1.99	2.03	2.11	2.04
Hospitalidad	1.9	1.81	1.79	1.62	1.79
Señalización vial	2.6	2.42	2.43	2.48	2.48
Estado de las carreteras	3.54	2.76	2.87	2.08	2.8
Señalización destino	2.55	2.4	2.48	2.43	2.47
Información turística	2	2.19	2.15	2.18	2.13
Servicios <i>in situ</i>	2.03	2	2.21	2.27	2.12
Precios	1.98	2.05	2.06	2.38	2.11

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Cuadro 9. En qué tiempo piensa regresar al lugar.

	Piensa regresar al lugar	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	En los próximos 30 días	48	11.7%
	Aprox. en 3 meses	57	13.9%
	Aprox. en 12 meses	57	13.9%
	En más de 12 meses	23	5.6%
	En menos de 12 meses	13	3.2%
	No sabe cuando	204	49.9%
	No regresaría	7	1.7%
	Total	409	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Figuras

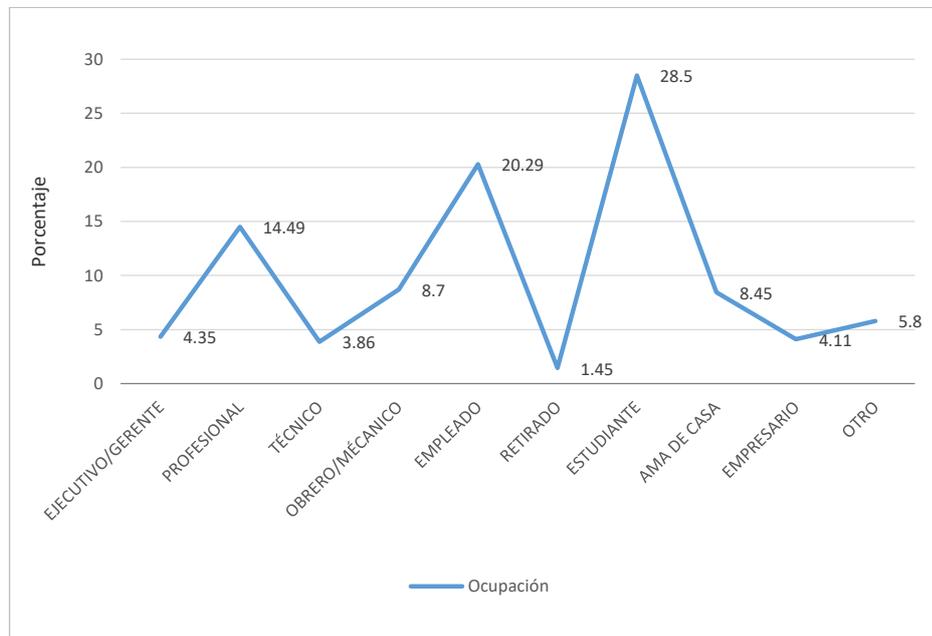


Figura 2. Ocupación del turista que visita la Sierra Norte de Puebla.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

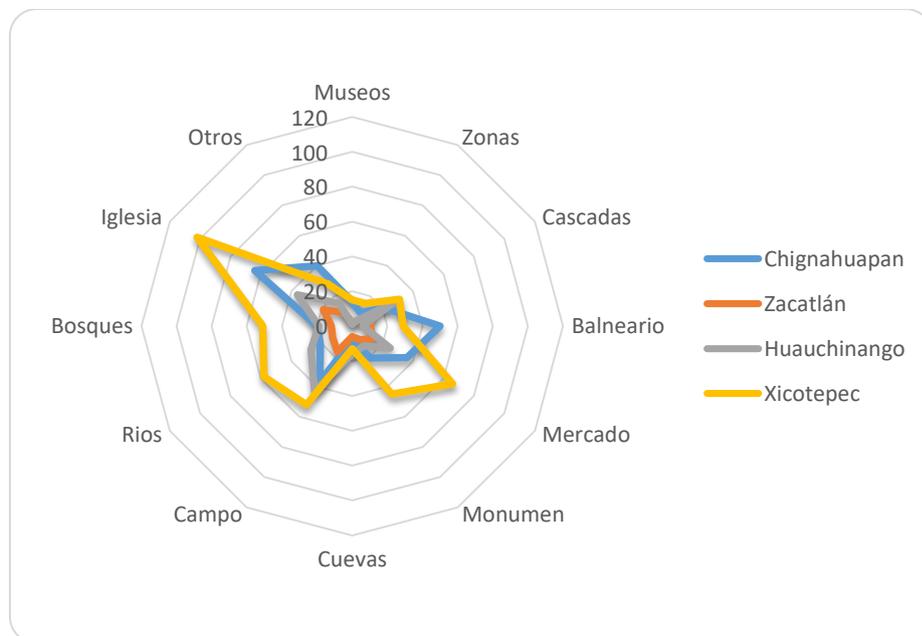


Figura 3. Los lugares con mayor número de visitas.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Figura 4. Presupuesto que se destina al viaje.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

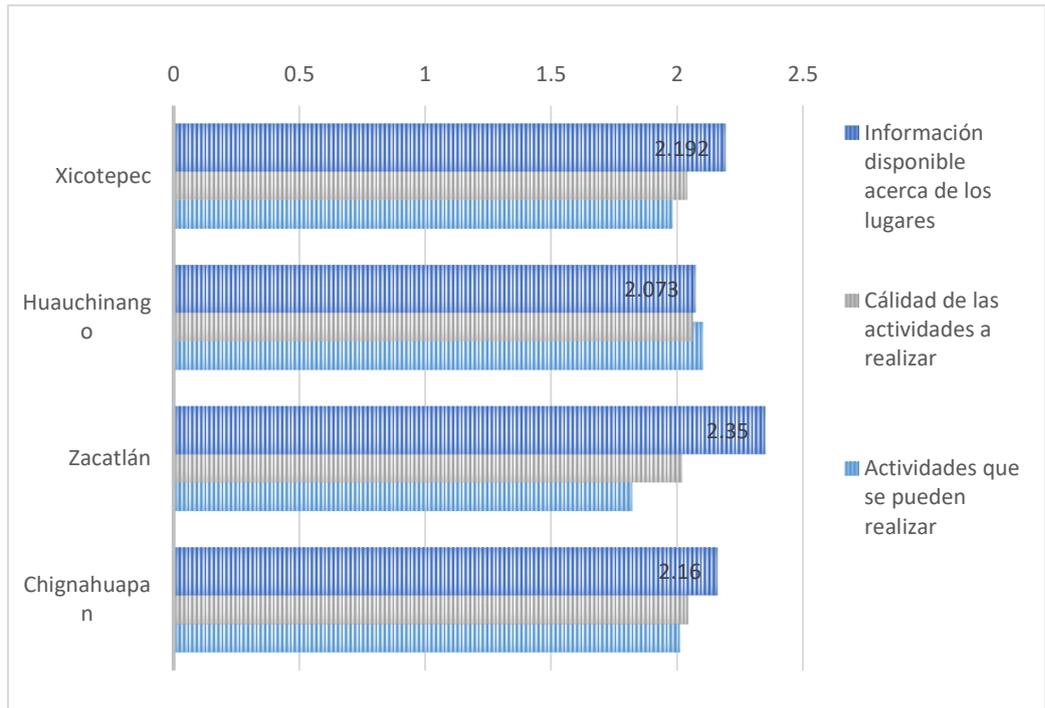


Figura 5. Evaluación de la calidad y cantidad de actividades a realizar y la información disponible sobre las mismas.

Fuente: Elaborado por los autores con base en el análisis de los resultados, 2017.

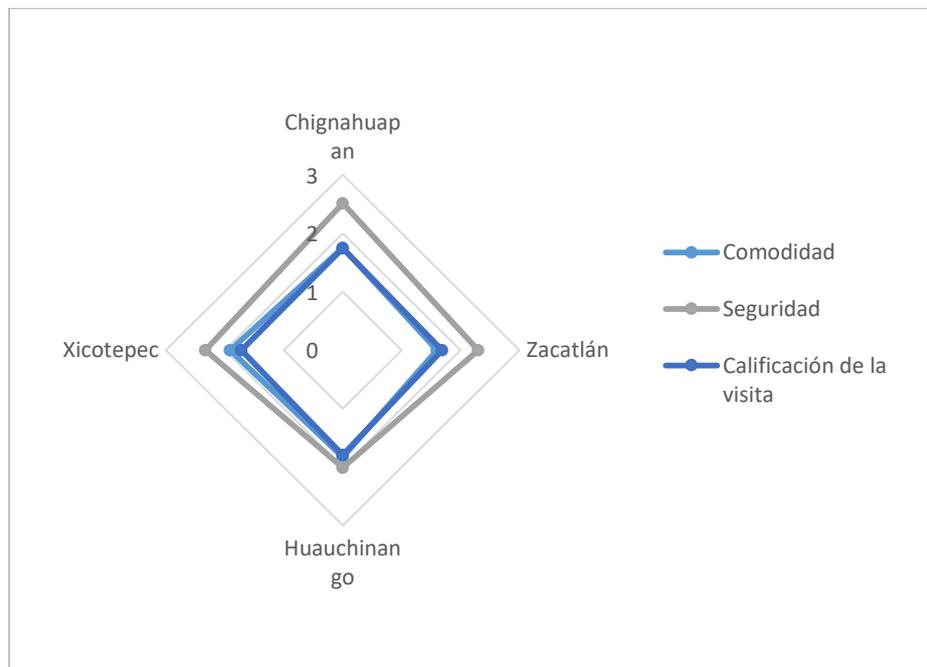


Figura 6. Comodidad, seguridad y calificación de la visita.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los resultados, 2017.

Figura 7. Lo que más le gustó de los lugares que visitó.

Fuente: Elaborado por los autores con base en el análisis de los resultados, 2017.

CAPITULO 4. TURISMO COMO EJE ESTRATÉGICO PARA LAS AGENDAS DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y MANEJO INTEGRADO DEL PAISAJE, GIZ.

4.1 Resumen

Uno de los ejes estratégicos que la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ) tiene para alcanzar el desarrollo sustentable es el turismo, que, en conjunto con los objetivos para la Sierra Norte de Puebla, México, se enfocan en atender áreas de oportunidad donde se puedan crear productos turísticos de alta calidad y bajo impacto ambiental. Por lo cual, el objetivo de dichos productos es generar un ingreso alterno y derrama económica para la región y así contribuir al desarrollo local. La priorización del aprovechamiento de los recursos mediante la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos (MEMRT) como enfoque base, permitió el diseño de estrategias que contribuyan al desarrollo de la zona. Los resultados de la aplicación de la MEMRT promueven la colaboración con el proyecto de Manejo Integrado del Paisaje (MIP) de la GIZ. Como resultado de la aplicación se obtuvo un total de 21 recursos turísticos para la zona, los cuales se dividieron en terrestres y acuáticos. La evaluación se basó en infraestructura, cercanía y facilidad de acceso principalmente. Los recursos ya consolidados como la Laguna de Chignahuapan y los recorridos por las Sidreras y las Fábricas de Esferas son los mejor calificados. Otros recursos acuáticos como la Cascada de Tulimán y la Laguna de Ajolotla deben ser considerados en los planes de manejo turístico para lograr consolidarlos como recursos importantes en la zona y sin dejar de contemplar al ambiente como un elemento de importancia equiparable a la que se da a los productos turísticos.

Palabras Clave: MEMRT, GIZ, Estrategias, Recursos turísticos.

Tourism as a strategic axis for the Sustainable Development and Integrated Management of the Landscape agendas, GIZ.

4.2 Abstract

One of the axis where the German Cooperation Agency, GIZ aims at achieving sustainable development is tourism. It can create high quality tourist products with a low environmental impact working alongside the goals for the Sierra Norte de Puebla, focusing on areas of opportunities. Therefore, the objective of these products is to generate alternative incomes and economic benefits for the region and thus contribute to the local development. Prioritizing the use of resources through the Methodology of Multicriteria Evaluation of Tourist Resources, MMETR, as a basic approach allowed the strategy design to contribute to the development of the area. The results of the MMETR application promoted collaboration with the Integrated Landscape Management (ILM) project of GIZ GIZ. As a result of the application, a total of 21 tourist resources were found within the areas, which were divided into terrestrial and aquatic resources. The evaluation was mainly based on infrastructure, proximity and accessibility. The already consolidated resources such as the Chignahuapan Lagoon, the Cider House tours and the bauble factories are the best qualified ones.

Other aquatic resources such as the Tulimán Waterfall and the Ajolotla Lagoon should be taken into account for tourist management plans in order to consolidate them as important recourses in the area, giving importance to the environment as a vital element comparable to that given to the tourist products.

Key Words: MEMRT, Magic Towns, Strategies, Tourism resources.

4.3 Introducción

El desarrollo sustentable, en conjunto con el turismo, debe generar estrategias que propicien la conservación del ambiente, así como la creación de productos turísticos compatibles con el desarrollo local y con el aprovechamiento sustentable de sus recursos, a fin de generar una demanda turística que no comprometa el patrimonio natural.

Para que una propuesta de turismo sustentable tenga éxito, es necesario crear conciencia en la población acerca de los beneficios que genera el turismo sobre la economía local y regional. Esto según el enfoque territorial propuesto por Raffestin, citado por Schneider (2006), en donde el turismo, en el ámbito rural, tiene por objetivo la reducción de la pobreza a través del estímulo a procesos de transformación productiva e institucional.

Una de las metas de promover el turismo rural sustentable es la conservación de recursos sin comprometerlos para el futuro, esto a su vez trae múltiples beneficios a los habitantes locales y regionales. El turismo rural sustentable, encaminado hacia un turismo compatible, se promueve por medio de la conservación de la cultura, enmarcada por sus tradiciones, música, leyendas, historia, dialectos y gastronomía, por mencionar algunos aspectos. Sin embargo, el más importante es la conservación de los recursos naturales, del ambiente y del patrimonio cultural en su conjunto, factores que van de la mano con el desarrollo sustentable.

El turismo es uno de los tres pilares de la economía mexicana, por ello México ha desarrollado en colaboración con la Agencia de Cooperación Alemana (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) (GIZ) una “Política ambiental y protección de recursos naturales” (ambiente y clima). Con esta colaboración, el Gobierno Alemán a través de la GIZ colabora con el gobierno mexicano en el cumplimiento de los principios de la “Agenda Verde en la preservación de la diversidad biológica” y de la “Agenda Gris en la protección del ambiente urbano-industrial”.

La premisa de la Agencia para la Cooperación (GIZ, 2017) es proteger la biodiversidad, mediante el establecimiento de corredores entre las áreas naturales protegidas y que, a su vez, se fortalezca la capacidad operativa de las instituciones. Lo cual “trae beneficios para la biodiversidad y contribuye al uso sustentable de los recursos naturales. En este sentido, la GIZ apoya la valoración económica de la biodiversidad, y busca el desarrollo de soluciones sustentables para la protección del ambiente urbano-industrial”. Con esto se brinda un aporte al “crecimiento verde” en México.

Dentro de la Política ambiental y protección de recursos naturales de la Agencia se encuentra el programa “Manejo Integrado del Paisaje para la protección de la biodiversidad en la Sierra Madre Oriental”, mismo que comprende los estados de Hidalgo, San Luis Potosí, Veracruz y Puebla.

Para este último, entre las zonas que comprende, se encuentra una región donde colindan los municipios de Zacatlán y Chignahuapan ubicados en la Sierra Norte del estado, los cuales son de alto interés para la investigación, debido a su cercanía con los municipios de Huauchinango y Xicotepec. Estos municipios en conjunto (Chignahuapan, Zacatlán, Huauchinango y Xicotepec) pueden ser zona ideal para la creación de un clúster turístico dada la gran riqueza natural y cultural que ahí se presenta.

El turismo es uno de los ejes estratégicos que la GIZ tiene para alcanzar el desarrollo sustentable. Mismos que en conjunto con los objetivos que la agencia tiene para la Sierra Norte de Puebla (capacitación, generación de redes sociales y vínculo gobierno-sociedad), se enfocan en atender áreas de oportunidad donde se puedan crear productos turísticos de alta calidad y bajo impacto ambiental.

Por lo cual, el diseñar una oferta turística en la zona generará un ingreso alterno para los pobladores, así como una derrama económica en la región. El crear productos turísticos compatibles con el ambiente, contribuye al desarrollo local a través del aprovechamiento sustentable de sus recursos, así como al adecuado estímulo a

procesos de transformación productiva, social e institucional. Por esto, el objetivo de la investigación pretende priorizar el aprovechamiento de los recursos naturales con que cuenta la región, priorización factible mediante la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos (MEMRT), la cual sirve como enfoque base para la futura creación de estrategias que contribuyan a este fin.

Para ello, es necesario tener presente que el desempeño de cualquier comunidad que sea participe del turismo rural, se debe analizar a partir de la incorporación de propuestas que promuevan su desarrollo turístico sustentable. Con base en esto, se plantean las premisas de la investigación, cuyos supuestos que señalan que:

La generación de cualquier tipo de acciones de inducción social y colectiva al turismo rural debe considerar los planeamientos del desarrollo sustentable, como un elemento de importancia equiparable a la que se da a los recursos turísticos. De esta manera se generará una participación más identificada por parte de los habitantes y de los turistas en sí, teniendo conciencia de su impacto en el entorno natural.

El turismo rural sustentable solo podrá generar beneficios reales en las regiones si se plantea una plataforma amplia que integre a la comunidad con sus pobladores, sus tradiciones, historia, atributos sociales y culturales que posee, pero, sobre todo, tomando como condición las riquezas naturales con que cuenta, Mismos que de ser adecuadamente articulados serán factores básicos que incrementarán su potencial para convertirse en un destino turístico que no comprometa sus recursos naturales.

4.4 Antecedentes

El discurso del Desarrollo en su versión más moderna surge a partir de la Segunda Guerra Mundial, momento en el cual, tres cuartas partes del mundo se convierten en pobres y subdesarrolladas, de acuerdo con los estándares e intereses políticos y económicos de un grupo particular ubicado en el norte del hemisferio. Según Escobar (1996) “la metáfora del desarrollo dio hegemonía global a una genealogía de la historia puramente occidental, privando a los pueblos de culturas diferentes de la oportunidad de definir las formas de su vida social”.

En contra parte, existen diversas posiciones respecto al concepto de desarrollo planteado por organismos e instituciones como la “Propuesta de desarrollo integral” de CEPAL, el “Desarrollo a Escala Humana” (Max-Neef *et al.*, 1994), así como los conceptos de Desarrollo Humano y Desarrollo sustentable. Este último concepto sirve como base a la investigación para establecer la relación entre turismo y desarrollo, al ser el desarrollo sustentable el concepto más difundido.

El desarrollo turístico es una visión encontrada sobre el desarrollo visto desde el turismo, ya que existen posiciones que señalan que el turismo rural “desplanificado” e “incontrolado” produce repercusiones tales como la contaminación (Ciruela, 2005).

Tapia (2008) señala que las bases del turismo ecológico son además, los socioculturales y científicos en las comunidades locales. Que en muchos de los casos no tienen éxito por tratarse de una manifestación cultural no conocida, no apreciada e incluso desmoralizada por grupos religiosos, tal es el caso de las ofrendas en adoratorios, danzas y música en adoratorios prehispánicos y todo lo que es diferente a las propias manifestaciones locales como el día de muertos, día de la Virgen o los santos. Todas estas manifestaciones culturales con alto potencial de atracción turística son afectadas por la poca apertura de las instituciones o el bajo conocimiento de la población sobre ellos.

Acorde con Valenciano y Carretero (2001) los antecedentes del desarrollo rural surgen en las décadas de los cincuenta y sesenta, donde el rápido desarrollo económico, en estos mismos años se dio el predominio de dos modelos de desarrollo, el que podríamos llamar ortodoxo y el estructuralista.

Quintero (2009) conceptualiza al turismo como una actividad institucionalizada que genera divisas y transforma las economías regionales. Según este autor esta actividad se desarrolló después de la Segunda Guerra Mundial, bajo los auspicios de los Estados Unidos, quien “... Con una economía boyante [impulsó] la idea de viajar y dar a conocer el modo de vida norteamericano. De esta forma, el turismo se asumió también como un sinónimo de libertad”.

El turismo significa una posibilidad para el desarrollo económico tal como lo menciona Quintero (2009), pero a su vez representa un riesgo cuando no contempla una visión sustentable, donde este concepto tiene tres aspectos fundamentales según lo señala Quintero (2019):

- Primero, “la conservación del patrimonio cultural (tangible e intangible), que significa evitar que sea concebido como una mercancía más y caer en una disneylandización”.
- Segundo, “que sea respetuoso del ambiente natural y que su impacto no sea negativo de los ecosistemas”.
- Tercero, “que sea un elemento de apoyo para las poblaciones locales, es decir, que redunde en beneficios económicos y contribuya a mejorar su calidad de vida y no viceversa”.

El Ecoturismo se encuentra dentro de ramas en que se clasifica al turismo, conocido también como turismo de naturaleza (Pérez de las Heras, 2004), ambas como una manifestación del turismo rural. El Ecoturismo también se clasifica en Turismo Rural, definido por Ceballos-Lascurain, (1996) como el “agregado de actividades turísticas que se desarrollan en conjunto con la naturaleza, la vida en el campo y en pequeñas poblaciones”.

De acuerdo con Delisle y Jolin (2008) el turismo rural permite al viajero relacionarse más estrechamente con las culturas y las poblaciones de los lugares visitados. Esta tipología del turismo surge después de la Segunda Guerra Mundial, a mediados de la década de 1950 se inició la búsqueda de diversos destinos con una mayor diversidad en los modos y formas de descanso, diversión y placer, buscando diferenciarse del turismo de masas. Para finales de la década de 1960, esta forma de hacer turismo se agrupó bajo la denominación de turismo de rural.

Delisle y Jolín (2008) definen dos características esenciales para definir al turismo rural: “a) la necesidad de realizarse sin deteriorar el ambiente y b) la posibilidad de producir beneficios económicos y sociales perdurables para los sitios visitados”,

características que se sintetizan en el término sustentabilidad. Por lo que, sostienen que “la práctica del turismo rural se orienta esencialmente hacia la búsqueda de valores éticos relacionados con la protección naturaleza, satisfacción del turista”, objetivos económicos y sociales, así como elevar el nivel de vida de las poblaciones de los sitios visitados.

Valenciano, J. y Carretero, A. (2001) señalan que para los años setenta, se presta mayor atención a los problemas de empleo, distribución de la renta, y necesidades básicas, es por esta razón en esta década surgen diferentes modelos desarrollo rural; dentro de ellos:

- El llamado “Crecimiento con Equidad” donde la creación de empleo y satisfacción de necesidades básicas son objetivos prioritarios, donde se acentúa el Desarrollo Rural como modelo de desarrollo y disciplina académica.
- Otro modelo que surge en esta década es el de Desarrollo Endógeno, en el cual, el factor humano ocupa el nivel central como fuerza dirigente y como fin último de desarrollo, no solo en el aspecto económico, sino más lejos aún, en beneficio de la humanidad.
- Un tercer modelo es el de Ecodesarrollo que postula un desarrollo socialmente deseable, económicamente viable y ecológicamente prudente. Estos modelos en su conjunto sirvieron de base para el modelo de desarrollo de los años ochenta denominado Desarrollo Sostenible.

Para la década de los años noventa, toma vigencia el concepto de desarrollo sostenible planteado por la FAO como “El manejo y conservación de la base de recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional, de manera que asegure la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras” definido por Pérez y Carrillo (2000).

De acuerdo con Valdez (2011) “el turismo en el medio rural implica impactos ambientales negativos cuando no se determina una simbiosis entre la actividad turística y los recursos naturales”. La creación de obras de infraestructura para vías de acceso e infraestructura repercute en los frágiles ecosistemas dada la contaminación por

desechos sólidos, aguas residuales, poluciones del aire y polución arquitectónica, esta última causada por construcciones realizadas con cemento, acero y materiales sintéticos que degradan la calidad y armonía del paisaje natural.

Acorde con lo planteado en los antecedentes, se puede analizar que el desarrollo sustentable en el medio rural se debe a las políticas agrarias de los noventas en los países desarrollados, a los cuales, se les pide que promuevan el desarrollo de sistemas de producción sustentable, lo que demanda cambios importantes.

Dentro del desarrollo sustentable es importante evitar la transformación de identidad y de tradiciones, causada por el bajo involucramiento de la sociedad y de las autoridades municipales en la promoción y rescate de los valores regionales. La causa de esta transculturación es en parte, la escasa difusión sobre la conservación de atributos, el manejo de las áreas naturales y de los residuos producidos por la actividad turística en estas zonas, lo que genera un desinterés por parte de la población local.

El gobierno local, así como los pobladores deben prestar especial atención en crear programas de educación ambiental en las escuelas y concientización de la población con la finalidad de hacerla más participe de las acciones estratégicas.

Para implementar acciones que garanticen un desarrollo turístico sustentable, es necesario prestar atención a las certificaciones, mismas que permiten promocionar un destino como sustentable, estas acciones se deben implementar por los pequeños empresarios, sociedad civil e instituciones en un diálogo entre sectores. Estas normas permiten la estandarización de procesos, así como referentes de calidad que posibiliten la competitividad en el sector del turismo rural que garantice la real sustentabilidad.

Dentro de las normas se encuentran:

- i. IRAM 42510 Servicios de Montañismo.
- ii. IRAM 42520 Servicios Turísticos de Cabalgatas.
- iii. IRAM 42300 Servicios Turísticos Aéreas Naturales Protegidas.
- iv. Guía ISO 9000-42100 Balnearios.
- v. IRAM 9001 Turismo.
- vi. RAM 42500 Servicios Turísticos de Senderismo y Travesías.

- vii. IRAM 42530 Servicios Turísticos de Ciclo-turismo.
- viii. IRAM 42540 Servicios Turísticos de Rafting.
- ix. IRAM 42800 Restaurants.
- x. IRAM 42210 Cabañas.

Es a través de las normas de calidad ya mencionadas, junto con las de carácter internacional como International Standardization Organization (Organización Internacional para la Estandarización) ISO 9000, y las normas Sistema del Ambiente ISO 14000, así como las normas ISO 9001:2008 que se estandarizan las condiciones para mejorar la oferta de productos turísticos enfocados a la atención del cliente. Es importante el incursionar en la normatividad que dictan las normas IRAM-SECTUR para la actividad turística, buscan profesionalizar las actividades del sector ya que aumentan la imagen positiva ante clientes y proveedores, dando paso a una diferenciación en el mercado y mejoran la imagen ante la sociedad.

Estas normas forman parte de un referente para la gestión de productos que estén estrechamente vinculados con la satisfacción del turista, así como en la preservación de los recursos naturales y culturales. Es necesaria la normalización y concientización de la participación social del proyecto, planteada de forma específica para cada uno de los actores involucrados en el proyecto, ya que se presenta una desintegración y desarticulación de la sociedad para que el turismo sea netamente participe del desarrollo sustentable.

El diseño de una propuesta de desarrollo turístico sustentable debe estar íntimamente relacionado con las percepciones ambientales y de índole social que existen sobre ciertos grupos sociales y su comportamiento como lo plantea Ingram *et al.*, citado por Velázquez (2012). Por lo que solo se podrán generar beneficios reales en las regiones si se plantea desde una plataforma cumpla con los principios básicos para que una estrategia sea sustentable a largo plazo: sostenibilidad económica, social, fiscal, institucional y principalmente la sustentabilidad ambiental.

Por ello, la promoción de estrategias que posibiliten el desarrollo turístico contribuye a la reducción de la pobreza en las localidades del ámbito rural, ya que al impulsar la

actividad turística y derrama económica generan empleos directos e indirectos. Aunado al esfuerzo de la población por llevar a cabo la operatividad de un turismo rural sustentable es necesaria la participación y administración gubernamental en sus tres niveles, tal como lo plantea Aguilar (2017), en la búsqueda de la realización colectiva de la libertad y dignidad de la persona, con pilares como planeación, gestión, organización y transparencia, donde población y gobierno desarrollen su papel normando su conducta.

4.5 Metodología

Para el análisis de los recursos con que cuenta la región, se requirió de la realización de tres talleres con actores clave de los tres municipios, mediante la metodología de Plataforma Multiactor de la GIZ. Producto de los talleres se obtuvo un inventario turístico, mismo que sirvió de base para la aplicación de la metodología Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos, que a través de una valoración cuantitativa identifica los recursos prioritarios factibles de ser empleados en el diseño de productos turísticos para la región con el fin de valorar el potencial turístico, recreativo e importancia para el desarrollo de actividades en la región.

La aplicación de la MEMRT se retomó del estudio realizado al Parque Nacional Nevado de Toluca-México por la Universidad Autónoma del Estado de México en el que Franco *et al.* (2009) emplearon esta metodología para evaluar los recursos turísticos del parque Nevado de Toluca.

De acuerdo con los autores, las técnicas de Evaluación Multicriterio aplicadas en los estudios turísticos no tienen la atención debida por los especialistas mexicanos. Esta metodología ha tenido mayor difusión en la evaluación de problemas ambientales y de capacidad de acogida del territorio. Los componentes básicos de la MEMRT de acuerdo con Malczewski, J. (2000) se muestran en el Cuadro 10.

Cuadro 10. Componentes de la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos (MEMRT)

Componente	Descripción
Identificación de alternativas posibles.	Depende del objetivo, escala del problema (alternativas de decisión) y de la escala a la cual operan los tomadores de decisiones.
Definición de atributos (objetos y atributos asociados).	Un criterio de evaluación incluye tanto al concepto de atributos como de objetivos. Un objeto es un enunciado acerca del estado deseado de un sistema Geográfico del mundo real e indica la dirección de mejora de uno o más atributos de un elemento del sistema. La cuantificación de un objetivo es la adopción de alguna escala que, directa o indirectamente, miden el nivel de logro (atributo).
Obtención de atributos (normalizados).	La información geográfica suele expresarse en diversas escalas (nominal, ordinal, de intervalo y de razón) y debe transformarse a una escala común mediante el uso de diversos procedimientos de conversión. La construcción de la matriz de decisión implica no solamente que las variables se expresan numéricamente, sino que se encuentren en una misma escala de medida, por ello es preciso aplicar algún procedimiento de normalización.
Combinación de los atributos normalizados y ponderados utilizando una regla de decisión para obtener el puntaje total para cada alternativa.	<p>Métodos no compensatorios. El valor de un criterio no puede verse afectado por el valor de los demás criterios y las alternativas son evaluadas por el conjunto de criterios sin establecer una interacción entre ellos.</p> <p>Métodos compensatorios asumen que el rendimiento de una alternativa en un criterio determinado puede compensarse por su rendimiento en otro u otros criterios. Uno de los métodos compensatorios más utilizados es el de la Sumatoria Lineal Ponderada:</p> $r_i = \sum_{j=1}^n w_j v_{ij}$ <p>siendo:</p> <p>r_i el nivel final de cumplimiento del objetivo de la alternativa</p> <p>w_j el peso del criterio j</p> <p>v_{ij} el valor ponderado de la alternativa en el i criterio j</p>

Fuente: Malczewski, J. (2000).

El Cuadro 10 muestra una descripción de los componentes de la MEMRT para la valoración de los recursos turísticos. Las dos primeras etapas consisten en la identificación del conjunto de alternativas posibles y la definición de atributos y las subsecuentes en la normalización y procesamiento de información.

Para el análisis de la información obtenida se empleó la hoja de cálculo Microsoft Excel ® para la evaluación de los recursos turísticos de los municipios de Zacatlán y Chignahuapan de la siguiente forma:

a. Definición del objetivo e identificación de alternativas posibles

El uso metodológico tiene como fin la evaluación de los recursos turísticos con mayor potencial en la zona de estudio de los cuales se precisan sus evaluaciones para compararlos con respecto a otros posibles recursos de la región. Se tiene un total de veintiún recursos para ser consideradas en una estrategia integral de desarrollo turístico en los PM.

El inventario turístico se obtuvo a través de la información colectada en los talleres de la Plataforma Multiactor de la GIZ. Esta metodología permitió tener una primera apreciación sobre las condiciones y ubicación de los recursos de alto potencial natural como el Parque Natural Piedras Encimadas, la Cascada de Tulimán o la presa de Chignahuapan, recursos histórico-culturales como los Acueductos, la Basílica de la Inmaculada, el Quiosco Morisco, la Casa del Ajolote, los Conventos Franciscanos, la Relojera y las Sidreras, entre otros. Algunos de ellos con muy poca o nula infraestructura para recibir a turistas, además, con baja capacidad de atracción, ya que son productos turísticos fragmentados.

Un problema global que afecta y fragmenta los atractivos turísticos de la zona es la contaminación de los recursos hídricos, lo cual se explica por la gran cantidad de asentamientos humanos en los alrededores de las áreas naturales. Otro factor íntimamente relacionado son los desagües de la ciudad que desembocan en arroyos y cañadas generando un aspecto deplorable y de muy baja calidad turística.

También, pese a la afluencia de visitantes en temporadas vacacionales, en especial en Semana Santa, al no contar con servicios como información turística de calidad. Estos servicios abarcan guías para los sitios y los recorridos, actividades deportivas, senderismos temáticos, establecimientos que brinden servicios en los productos turísticos aislados, así como controles para garantizar la seguridad de los vehículos y sus ocupantes, entre otros.

La región cuenta con vías de comunicación de caminos asfaltados y de terracería, pese a que algunos se encuentran en mal estado, sin embargo, estos son los medios de acceso a los recursos potenciales.

Sin embargo, la dispersión de recursos impide su integración en los circuitos y rutas turísticas. En este sentido, los recursos considerados como consolidados son los susceptibles de ser integrados dentro del modelo teórico de enfoque espacial de Palhares (2002). Una vez que se evaluó de forma cuantitativa a los recursos, se estableció una escala de calificaciones para su posterior jerarquización.

b. Definición del conjunto de atributos

Se definió un conjunto de veintiún recursos turísticos a ser evaluados, bajo la clasificación hecha por Bote citado por Franco *et al.* (2009), quien considera “dos tipos de criterios: intrínsecos y extrínsecos”. Los criterios intrínsecos se abocan a características específicas de cada recurso de acuerdo con su naturaleza. Los extrínsecos son caracterizados por agrupar variables de análisis recreativo-turísticas de acuerdo con las condiciones de uso.

Esta metodología señala que los elementos intrínsecos refieren a elementos visuales vinculados al espacio (abundancia de vegetación, extensión visible y transparencia del agua), variaciones básicas del terreno, dimensiones, atractivos naturales y escénicos. Los recursos se dividen en criterios intrínsecos y extrínsecos, con una serie de atributos cada uno, después da una descripción de cada atributo, misma que será integrada posteriormente en una matriz.

Para los criterios extrínsecos consideran condiciones de acceso, grado de conservación del recurso, condiciones de uso, disfrute y elementos de seguridad (Cuadro 11).

Cuadro 11. Criterios y atributos utilizados para la evaluación de los recursos turísticos.

Criterios intrínsecos				Criterios extrínsecos			
Recurso	Criterio	Atributo	Descripción	Criterio	Atributo	Descripción	
Terrestres (cerros, barrancas, parques, etc.)	a) Cobertura	a1) Vegetación	Abundante (A)	g) Acceso físico	g1) Distancia	Kilómetros	
			Suficiente (S)		g2) Tiempo	Minutos	
	b) Condiciones del terreno	b1) Gradiente	Muy incl. (MI)	h) Posibilidades de apreciación	h1) Estado de conservación	Excelente (E)	
			Inclinado (I)			Bueno (B)	
		Algo Incl. (AI)	Regular (R)				
		Plano (P)	Malo (M)				
b2) Superficie	Pedregosa (Pe)	h2) Calidad del entorno)	Optima (O)				
	Terracería (T)		Buena (B)				
b3) Dificultad	Húmeda (H)	h3) Interés	Regular (R)				
	Compacta (C)		Baja (Ba)				
Pastizal (Pa)	h4) Fragilidad	Grande (G)					
Otra (O)		Alguno (A)					
Acuáticos (lagos)	c) Características	c1) Dimensión	Alto (A)	i) Infraestructura y servicios	h5) Contaminación	Muy alta (MA)	
		Metro (M)	Alta (A)				
	c2) Transparencia	Bajo (B)	Moderada (M)				
	Cristalina (C)	Baja (B)					
	Semiturbia (S)	Sí (S)					
Turbia (T)	No (No)						
d) Atractivo adicional	d1) Fauna	Si (S)	i1) Señalización	Suficiente (S)			
	d2) Proximidad	No (N)		Alguna (A)			
Acuáticos (corrientes de agua)	e) Características	e1) Ancho	Directo al caudal (C)	j) Seguridad	i2) Equipamiento	Insuficiente (I)	
			A distancia (D)			Ninguna (N)	
		e2) Transparencia	1 a 3 m (A)			i3) Instalaciones recreativas	Instalaciones recreativas (A)
			3 a 6 m (B)				Elementos susceptibles de recreación (M)
	e3) Extensión visible	6 a 10 m (C)	Ningún lugar recreativo (B)				
		Más de 10 m (D)	i4) Actividades		No. Total, de actividades		
	f) Atractivo adicional	F1) Fauna	Sí (S)		j1) Vigilancia	Muy seguro (M)	
No (N)		No (N)		Seguro (S)			
				Moderado (Mo)			
				Inseguro (I)			

Fuente: Franco *et al.* (2009); 2018.

c. Construcción de criterios intrínsecos y extrínsecos de análisis.

Definidas las variables a considerar y con base en los talleres de la Plataforma Multiactor se obtuvo la matriz con la caracterización cualitativa y cuantitativa para cada uno de los criterios en función del tipo y nombre de los recursos.

d. Obtención de la matriz de decisión.

Al tabular los valores de los criterios intrínsecos y extrínsecos se convirtieron a una escala que va del 1 al 10; donde el valor de cada atributo representa el grado en que cada alternativa cumple con el objetivo de valoración, siendo 10 el máximo posible y 1 la más baja.

En criterios como la distancia o tiempo se invirtió su valor, es decir, menor distancia o menor tiempo de recorrido representaban un estado óptimo, por lo que se asignó un valor dentro de una escala. En aquellos casos en que el criterio se expresaba en una escala nominal o de intervalo, se aplicaron valores distributivos en función del número de categorías de cada inciso y el grado de satisfacción del objetivo de cada uno (Cuadro 13).

e. Valoración de los recursos turísticos

Una vez que se construyó la matriz de decisión, se aplicó la combinación lineal ponderada. Para ello se precisó definir los valores de ponderación de los criterios que reflejan la importancia relativa de los grupos de criterios. Partiendo del supuesto de que los criterios intrínsecos representaban el 40 % del peso total en la evaluación, y por consiguiente los criterios extrínsecos ocupan el 60 %. A partir de ello, se genera un cuadro final donde se muestran los recursos factibles de ser empleados para la creación de productos turísticos que contribuyan a la promoción del desarrollo local mediante el diseño de estrategias turísticas.

4.6 Resultados

A partir del inventario de recursos turísticos, obtenido de los talleres de la Plataforma Multiactor de la GIZ en la zona Zacatlán-Chignahuapan, donde se razonó el potencial de los recursos para ser conformados como un producto turístico, mismo que complementa la oferta actual de la zona de estudio. Los resultados se modelaron a partir del inciso C) correspondiente a la construcción de criterios intrínsecos y extrínsecos de análisis de la MEMRT (Cuadro 12).

Cuadro 12. Caracterización de criterios intrínsecos de los recursos turísticos de la región.

Recursos	Criterios intrínsecos			
	Entorno natural	Gradiente	Superficie	Dificultad
Terrestres	a1 (1)	b1 (2)	b2 (3)	b3 (4)
Acueducto los Arcos	S	AI	C	M
Casa del Ajolote	S	P	C	B
Convento Franciscano	S	P	C	B
Fincas de Manzana	A	P	P	B
Hacienda Amoltepec	S	P	P	B
Hacienda Atlamaxac	S	P	T	B
Basílica de la Inmaculada	E	P	O	B
Los Órganos	A	MI	Pe	M
Murales	A	P	C	B
Paseo de la Barranca	A	MI	Pe	M
Piedras Encimadas	A	P	T	B
Quiosco Morisco	S	P	C	B
Relojería Antigua	E	P	C	B
Sidrerías	E	P	C	B
Talleres de Esfera	E	P	C	B
Acuáticos (lagos)	Dimensión C1	Transparencia C2 (5)	Fauna d1(7)	Acceso d2 (8)
Laguna de Chignahuapan	10	S	S	S
Laguna de Ajolotla	1	C	S	S
Presa Cuautelololco	5	S	S	S
Acuáticos (corrientes de agua)	Ancho e1(9)	Transparencia e2 (5)	Extensión visible e3 (6)	Fauna f1 (7)
Baños Termales	7	S	C	S
Cascada de Tulimán	7	S	D	S
Salto de Quetzalapa	4	S	D	S
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A= Adecuado	MI= Muy Inclinado	Pe= Pedregosa	A= Alto	C= Cristalina
S= Sencillo	AI= Algo Inclinado	C) Compacta	M= Medio	S= Semiturbia
E= Escaso	P= Plano	Pa= Pastizal	B= Bajo	T= Turbia
		T= Terracería		[9]
[6]	[7]	H= Húmeda	[8]	1= <5
C= 10 m o menos	S= Si	O=Otra	S= Simple	4= 6-15
D= más de 10 m	N= No		C=Complicad o	7= 16-25 10= >25

Fuente: Elaboración propia a partir del inventario turístico y la Plataforma Multiactor, 2018.

Respecto a los recursos terrestres (Cuadro 13), las Fincas de Producción de Manzana, el Paseo de la Barranca, el Parque Ecoturístico Valle de Piedras Encimadas y los Órganos son los lugares que presentan una mejor alternativa en cuanto a entorno natural y condiciones del terreno que pudieran resultar atractivos, sin embargo, la dificultad de acceso es limitante en el desarrollo de productos turístico, tal es el caso del recurso denominado los Órganos.

Para el Cuadro 13 se emplearon los siguientes descriptores a fin de asignar un valor a cada criterio; posteriormente se presenta el cuadro con los valores asignados para cada recurso, en el caso de las variables de acceso físico, comparten valores con el criterio número 9 de los intrínsecos.

Cuadro 13. Caracterización de criterios extrínsecos de los recursos turísticos de la zona de estudio.

RECURSO	Criterios extrínsecos											
	Acceso Físico		Posibilidades de apreciación					Infraestructura y servicios				Seguridad
Terrestres	g1 (9)	g2 (9)	h1 (1)	h2 (2)	h3 (3)	h4 (4)	h5 (5)	i1 (6)	i2 (6)	i3 (7)	i4 (7)	j1 (8)
Acueducto Arcos	7	7	B	B	A	M	No	N	N	B	B	Mo
Casa del Ajolote	7	10	E	O	G	B	No	I	I	A	A	S
Convento Franc.	10	7	B	O	A	M	No	I	I	A	A	S
Fincas de Manzana	10	10	E	O	G	B	No	I	I	A	A	M
Hac. Amoltepec	7	7	E	B	A	M	No	A	A	M	M	M
Hac. Atlamaxac	7	4	B	B	A	M	No	A	I	A	A	Mo
Basílica Inm.	10	10	B	B	G	B	No	S	A	B	A	S
Los Órganos	4	4	B	B	G	A	No	N	N	B	B	S
Murales	10	10	E	O	G	B	No	I	I	M	M	S
Paseo Barranca	10	10	B	B	G	M	S	A	A	M	M	M
Piedras Encimadas	1	4	E	E	G	B	No	I	I	M	M	Mo
Quiosco Morisco	10	10	E	O	G	MA	No	I	I	A	A	S
Relojería Antigua	10	10	E	O	G	B	No	I	I	M	M	M
Sidrerías	10	10	E	B	G	B	No	I	I	M	M	M
Talleres de Esfera	10	10	B	O	G	B	No	I	I	M	M	M
Acuáticos (lagos)												
Laguna de Chignahuapan	10	10	B	B	G	B	S	S	S	A	A	M
Laguna Ajolotla	4	4	E	B	P	A	S	N	N	B	M	I
P. Cuautelololco	7	10	B	B	G	A	S	I	I	B	B	S
Acuáticos (corrientes de agua)												
Baños Termales	10	10	E	O	G	M	No	I	I	M	A	S
Casc. Tulimán	4	74	B	B	G	M	S	I	N	B	A	S

[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]						
E= Excelente	O= óptima	G= Grande	MA= Muy alta	S= Si	S= Suficiente	A= Instalaciones recreativas	M= Muy seguro						
B= Bueno	B= Buena	A= Alguno	A= Alta	N= No	I= Insuficiente	M= Susceptible recreación	S= Seguro						
R= Regular	R= Regular	P= Poco	M= Moderada		A= Alguna	B= Ningún lugar recreativo	Mo= Moderado						
M= Malo	Ba= Baja	N= Ninguno	B= Baja		N= Ninguna		I= Inseguro						
Salto de Quetzalapa		4	7	E	B	G	A	No	S	S	A	A	A

Fuente: Elaboración propia con base en el inventario turístico y talleres de la Plataforma Multiactor, 2018.

El Cuadro 14 categoriza los criterios extrínsecos aplicados a los recursos de Chignahuapan y Zacatlán, en donde las Fincas de producción de Manzanas, el Paseo de la Barranca, el Parque Ecturístico del Valle de Piedras Encimadas, el Quiosco Morisco, y la Relojería Antigua son los recursos con mayor potencial en términos de acceso y posibilidades de apreciación pero con limitantes de infraestructura y servicios en la mayoría de los casos. Para los recursos acuáticos la Laguna de Chignahuapan, los Baños Termales y el Salto de Agua Quetzalapa son los lugares en donde el número de actividades recreativas es la mejor evaluada de su categoría. Con esta información se procede a la elaboración de la matriz de decisión.

Debido a que existen tres grupos distintos de criterios intrínsecos (terrestres y las dos categorías de recursos acuáticos), la evaluación consideró la sumatoria lineal ponderada para cada uno. Con base en el procedimiento de combinación se obtuvo la valoración final de cada recurso turístico en función de la relevancia que representan para el desarrollo turístico de la región.

A partir del inciso C) construcción de criterios intrínsecos y extrínsecos de análisis de la MEMRT, se realizó una conversión a una escala entre 1 y 10. Donde el valor asignado representó en cumplimiento de los objetivos en cada uno de los casos.

Cuadro 14. Matriz de decisión con valores normalizados.

RECURSOS		ATRIBUTOS														
Terrestres	va1(1I)	Vb1(2I)	Vb2(3I)	vb3(4I)	vg1	vg2	vh1(1E)	vh2(2E)	vh3 3E)	vh4(4E)	Vh5(5E)	vi2(6E)	vi2(6E)	vi3(7E)	vi4	vj1(8E)
Acueducto los Arcos	0.60	0.30	0.30	0.80	0.63	0.94	0.23	0.08	0.22	0.16	0.22	0.05	0.03	0.02	0.03	0.63
Casa del Ajolote	0.60	0.60	0.30	1.60	0.63	1.34	0.33	0.11	0.31	0.23	0.22	0.08	0.23	0.22	0.33	1.11
Convento Franciscano	0.60	0.60	0.30	1.60	0.90	0.94	0.23	0.11	0.22	0.16	0.22	0.08	0.23	0.22	0.33	1.11
Fincas de Manzana	1.20	0.30	0.42	1.60	0.90	0.94	0.33	0.11	0.31	0.23	0.22	0.12	0.23	0.11	0.33	1.58
Hacienda Amoltepec	0.60	0.60	0.42	1.60	0.63	0.94	0.33	0.08	0.22	0.16	0.22	0.12	0.13	0.11	0.16	1.58
Hacienda Atlamaxac	0.60	0.60	0.54	1.60	0.63	0.54	0.23	0.08	0.22	0.16	0.22	0.05	0.23	0.22	0.33	0.63
Basílica de la Inmaculada	0.12	0.60	0.60	1.60	0.90	1.34	0.23	0.08	0.31	0.23	0.22	0.08	0.13	0.02	0.33	1.11
Los Órganos	1.20	0.06	0.42	0.80	0.36	0.54	0.23	0.08	0.31	0.09	0.22	0.08	0.03	0.02	0.03	1.11
Murales	1.20	0.60	0.30	1.60	0.90	1.34	0.33	0.11	0.31	0.23	0.22	0.08	0.23	0.11	0.16	1.11
Paseo de la Barranca	1.20	0.06	0.42	0.80	0.90	1.34	0.23	0.08	0.31	0.16	0.02	0.12	0.13	0.11	0.16	1.58
Piedras Encimadas	1.20	0.60	0.54	1.60	0.09	0.54	0.33	0.04	0.31	0.23	0.22	0.05	0.23	0.11	0.16	0.63
Quiosco Morisco	1.20	0.60	0.30	1.60	0.90	1.34	0.33	0.11	0.31	0.16	0.22	0.08	0.23	0.22	0.33	1.11
Relojería Antigua	1.20	0.60	0.30	1.60	0.63	1.34	0.33	0.11	0.31	0.16	0.22	0.12	0.23	0.11	0.16	1.58
Sidreras	1.20	0.60	0.30	1.60	0.90	1.34	0.33	0.08	0.31	0.23	0.22	0.12	0.23	0.11	0.16	1.58
Talleres de Esfera	1.20	0.60	0.30	1.60	0.90	1.34	0.23	0.11	0.31	0.23	0.22	0.12	0.23	0.11	0.16	1.58
Acuáticos (lagos)	vc1	Vc2	Vd1	vd2	vg1	vg2	vh1(1E)	vh2(2E)	vh3(3E)	vh4(4E)	Vh5(5E)	vi2(6E)	vi2(6E)	vi3(7E)	vi4	vj1(8E)
Laguna de Chignahuapan	0.96	0.96	0.64	1.44	0.90	1.34	0.23	0.08	0.31	0.23	0.22	0.12	0.33	0.22	0.33	1.58
Laguna de Ajolotla	0.10	0.64	0.64	1.44	0.36	0.54	0.33	0.08	0.12	0.09	0.02	0.01	0.03	0.02	0.16	0.16
Presa de Cuautelololco	0.48	0.72	0.64	1.44	0.63	1.34	0.23	0.08	0.31	0.09	0.02	0.08	0.23	0.02	0.03	1.11
Acuáticos (corrientes de agua)	ve1	ve2(5I)	Ve3(6I)	vf1(7I)	vg1	vg2	vh1(1E)	vh2(2E)	vh3(3E)	vh4(4E)	Vh5(5E)	vi2(6E)	vi2(6E)	vi3(7E)	vi4	vj1(8E)
Baños Termales	0.98	0.28	0.08	0.12	0.90	1.34	0.33	0.11	0.31	0.16	0.22	0.08	0.23	0.11	0.33	1.11
Cascada de Tulimán	0.98	0.28	0.84	1.20	0.36	0.54	0.23	0.08	0.31	0.16	0.02	0.08	0.03	0.02	0.33	1.11
Salto Quetzalapa	0.56	0.28	0.84	1.20	0.36	0.94	0.33	0.08	0.31	0.09	0.22	0.12	0.33	0.22	0.33	1.58

Fuente: Elaboración propia mediante la normalización de la información de los cuadros 12 y 13.

Del Cuadro 14 destacan criterios como distancia o tiempo, en los que se invirtió su valor asignado, menos es mejor, es decir, la menor distancia o el menor tiempo en recorrido representan el óptimo.

Una vez construida la matriz de decisión, se aplicó el procedimiento de combinación lineal ponderada con base en el inciso D) de la MEMRT, para ello fue preciso definir los valores de ponderación de los criterios que reflejan la importancia relativa de los criterios agrupados. El Cuadro 15 presenta los criterios intrínsecos.

Cuadro 15. Valores de ponderación aplicados por criterio intrínseco y tipo de recurso.

Criterios intrínsecos			
Tipo de recurso	Criterio	Atributo	Peso (W1)
Terrestres (cerros, barrancas, parques, etc.)	a) Cobertura	a1) Entorno natural	wa1 = 0.160
	b) Condiciones del terreno	b1) Gradiente	wb1 = 0.160
		b2) Superficie	wb2 = 0.060
b3) Dificultad		wv3 = 0.120	
Acuáticos (lagos)	c) Características	c1) Dimensión	wc1 = 0.096
		c2) Transparencia	wc2 = 0.064
		d1) Fauna	wd1 = 0.096
Acuáticos (corrientes de agua)	d) Atractivo adicional	d2) Proximidad	wd2 = 0.144
		e1) Ancho	we1 = 0.140
	e) Características	e2) Transparencia	we2 = 0.056
		e3) Extensión visible	we3 = 0.084
		f) Atractivo adicional	F1) Fauna
Suma de pesos por criterios intrínsecos = 0.4			

Fuente: Elaboración propia considerando el preorden de decisión de los criterios del procedimiento de combinación lineal ponderada con base en el inciso D) de la MEMRT, 2018.

El resultado es que los criterios intrínsecos representan el 40 % del peso total de la evaluación. Por consiguiente, el 60 % restante se repartió en los criterios extrínsecos como se muestra en el Cuadro 16. Esta equivalencia se retoma de Franco et al. (2009).

Cuadro 16. Valores de ponderación por criterio intrínseco y tipo de recurso.

Criterios extrínsecos		
Criterios	Atributo	Peso (wi)
g) Acceso físico	g1) Distancia	wg1 = 0.850
	g2) Tiempo	wg2 = 0.1343
	h1) Estado de conservación	wh1 = 0.0327
h) Posibilidades de apreciación	h2) Calidad del entorno	wh2 = 0.0109
	h3) Interés	wh3 = 0.0109
	h4) Fragilidad	wh4 = 0.0327
	h5) Contaminación	wh5 = 0.0218
	i1) Señalización	wi1 = 0.0218
i) Infraestructura y servicios	i2) Equipamiento	wi2 = 0.0327
	i3) Instalaciones recreativas	wi3 = 0.0218
	i4) Actividades	wi4 = 0.0327
j) Seguridad	j1) Vigilancia	wj1 = 0.1582
Suma de pesos de los criterios extrínsecos = 0.6		

Fuente: Elaboración propia considerando el orden preliminar de decisión de los criterios del procedimiento de combinación lineal ponderada con base en el inciso D) de la MEMRT, 2018.

Por factores extrínsecos se consideraron la distancia, el tiempo, la calidad del entorno, el nivel de contaminación, equipamiento, etc. Dando mayor peso al atributo distancia, seguido de tiempo y vigilancia, por lo que el interés o calidad del entorno tuvieron un menor peso en la decisión final.

Debido a que se evaluaron grupos distintos de criterios intrínsecos (terrestres y acuáticos), la evaluación se aplicó para cada uno de esos grupos. Con base en la combinación lineal se logró asignar un valor numérico, que permitió ordenar los recursos turísticos en función de la relevancia de cada uno al momento de conformarse en un producto turístico, mismos que complementan la oferta turística de la región como lo muestra el

Cuadro 17.

Cuadro 17. Resultados obtenidos de la combinación lineal de atributos (Criterios normalizados).

RECURSO	Suma lineal sin ponderación	Suma ponderada criterios extrínsecos	Suma ponderada criterios intrínsecos	Valor final	Orden de preferencia
Laguna de Chignahuapan	154	5.87	4.000	9.8692	1
Sidrerías	136	5.5967	3.700	9.2967	2
Talleres de Esfera	136	5.5313	3.7	9.2313	3
Quiosco Morisco	143	5.3238	3.7	9.0238	4
Relojería Antigua	133	5.2928	3.7	8.9928	5
Fincas de Manzana	138	5.39	3.52	8.91	6
Murales	136	5.1194	3.7	8.8194	7
Casa del Ajolote	138	5.1234	3.100	8.2234	8
Basílica de la Inmaculada	127	4.9668	2.92	7.8868	9
Hacienda Amoltepec	115	4.6664	3.22	7.8864	10
Convento Franciscano	129	4.7301	3.1	7.8301	1
Salto de Quetzalapa	131	4.8912	2.88	7.7712	12
Paseo de la Barranca	103	5.1362	2.48	7.6162	13
Presa Cuautelololco	99	4.1697	3.28	7.4497	14
Piedras Encimadas	116	2.9327	3.94	6.8727	15
Hacienda Atlamaxac	118	3.516	3.34	6.856	16
Baños Termales	117	5.2148	1.464	6.6788	17
Cascada de Tulimán	98	3.2616	3.3	6.5616	18
Los Órganos	80	3.0954	2.48	5.5754	19
Acueducto los Arcos	80	3.2322	2	5.2322	20
Laguna de Ajolotla	74	1.9227	2.816	4.7387	21

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la Metodología de Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos, 2018.

En el Cuadro 17, los recursos mejor calificados son aquellos ligados a los recursos ya consolidados y que están cercanos al sistema regional de comunicaciones, destacando entre ellos en primer lugar la Laguna de Chignahuapan, seguido por los recorridos de las Fábricas de Sidra en Zacatlán y los Talleres de Fabricación de Esferas en Chignahuapan.

El análisis general de los recursos obtenidos al aplicar los criterios de ponderación da mayor peso a los atributos como distancia, tiempo, dificultad de acceso, gradiente, entre otros, debido a que ambos municipios se ubican en la Sierra Norte de Puebla; junto con criterios extrínsecos como la distancia, la fragilidad del ecosistema, contaminación y vigilancia es lo que ejercen una influencia determinante en la evaluación. La seguridad y el tiempo de traslado son atributos determinantes para la actividad turística en la zona.

En este contexto, tienden a prevalecer en los primeros lugares los recursos cercanos a los productos ya consolidados, permitiendo generar estrategias con base en la creación de rutas turísticas que permitan al turista acceder a los diferentes sitios en un menor tiempo de traslado.

La MEMRT posibilita apreciar que variables como distancia y tiempo, considerados de relevancia en el desplazamiento para el aprovechamiento de los recursos, son determinantes en la jerarquización, tal es el caso de los Órganos, la Cascada de Tulimán y la Laguna de Ajolotla.

Se resalta la fragilidad de los ecosistemas y la contaminación de los recursos (Cuadro 8; **Error! No se encuentra el origen de la referencia.**), principalmente en la Laguna de Chignahuapan, ubicada como el recurso más importante del cual se parte para la creación de productos turísticos, por lo que resulta necesario crear estrategias de remediación a corto plazo y de conservación a largo plazo.

4.7 Conclusiones

La información recabada durante los talleres de la Plataforma Multiactor permitió la realización de un Inventario Turístico en el que se integra la oferta turística de dos municipios enclavados en la Sierra Norte del Estado de Puebla, que a su vez sirvió de base para definir atributos y criterios de análisis para su posterior evaluación cuantitativa.

La aplicación de la MEMRT es de utilidad para la jerarquización de los recursos, permite distinguir y priorizar los recursos con mayores atributos y potencial a partir de características propias. Sin embargo, presentan limitantes dada la peculiaridad de cada uno de los recursos. Por ello es necesario que se trabaje en proyectos específicos para el desarrollo e implementación de cada uno.

Al no contemplar la disposición de los actores sociales (gobierno) involucrados en el diseño y desarrollo de los productos, es necesario contemplar la disposición y participación social de los pobladores, ya que estos tienen intereses diversos en lo que se refiere a aprovechamiento propuesto de los recursos existentes.

Por tanto, una circunstancia crítica para llevar a cabo una propuesta de desarrollo turístico integral es la voluntad que manifiesten los pobladores y comunidades involucradas que, de ser así, se convertirían en promotores directos del desarrollo y gestión turística de los recursos a fin de alcanzar un desarrollo integral.

La pertinencia de la evaluación bajo este tipo de metodologías implica tomar en consideración la opinión de los actores, de otra manera la metodología parte de una medición de supuestos con base en las respuestas dadas por el gobierno municipal.

El estudio del turismo en las comunidades está estrechamente vinculado al desarrollo sustentable, siempre que esté enfocado a desarrollar propuestas que permitan la valoración de los componentes fundamentales de la identidad y patrimonio de las comunidades.

Dicha valoración no debe corromper la esencia de las comunidades, ni las del entorno natural que las rodea, propiciando más que una sustentabilidad una compatibilidad ambiental. Al identificar áreas de oportunidad mediante el desarrollo de estrategias de promoción turística permitirá obtener un ingreso alterno. Además, se generarán empleos y derrama económica en la región, esto como consecuencia de ofertar una diversidad de productos turísticos de calidad y un beneficio para los turistas al tener un espacio de descanso, recreación, contemplación u otra actividad que no degraden el ambiente.

Por lo que, la generación de cualquier tipo de acciones de inducción social y colectiva para el impulso del turismo en la zona como eje rector, repercutirá de manera directa en los sectores agropecuario y forestal. Siempre que sea bajo la perspectiva de las Agendas de Desarrollo Sustentable y Manejo Integrado del Paisaje como lo plantea el proyecto de GIZ.

Se debe tener en primer plano al ambiente como un elemento de importancia equiparable tal cual se da a los productos turísticos. Solo de esta manera se generará una participación más identificada con los fines del proyecto (capacitación, generación de redes sociales, vínculos entre gobernantes y sociedad civil).

4.8 Literatura citada

- Aguilar, N. I. A. (2017). Desarrollo rural sustentable: caso empresas sociales de turismo de naturaleza en Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- Carta de Turismo Sostenible, C. (1995). Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, islas Canarias, España.
- Ceballos-Lascurain, Héctor. (1994). Estrategia Nacional de Ecoturismo. Secretaría de Turismo, México, D. F.
- Ciruela, A. (2005). "Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible" en *Interacoes. Revista Internacional de Desenvolvimento Local*. 7 (11), 9-16.
- Delisle, M.-A., & Jolín, L. (2008). *Un autre Tourisme est-il possible?*, Montreal, Quebec: Presses de l'Université du Quebec.
- Escobar, A., (1996). "Invención del Tercer mundo. Construcción y Deconstrucción del Desarrollo". Grupo Editorial Norma. Bogotá.
- Franco M. S., M. Osorio G., G. Nava B. & H. Regíl G. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18: 208-226.
- Gagnon, C. & Gagnon, S. (2007). *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce. De la conservation au développement viable des territoires*, Quebec: Presses de l'Université du Quebec.
- Malczewski, J. (2000). Sobre el uso del método de combinación lineal ponderada en SIG: enfoques comunes y de mejores prácticas. *Transacciones en SIG*, 4 (1), 5-22.
- Max-Neef, M. A., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones* (Vol. 66). Icaria Editorial.
- Palhares, G., L. (2002). *Transportes turísticos*, Aleph, São Paulo.
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Editorial Mundi-Prensa. Madrid.
- Pérez, B., & Carrillo, E. (2000). *Desarrollo local: manual de uso*. ESIC Editorial, 676.
- Quintero, S. R., & Gutiérrez, R. A. (2009). Patrimonio y turismo: el caso del Programa Pueblos Mágicos. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora. I (3).

- Salva Tomas, P.A. (1998). Los modelos del desarrollo turístico en el Mediterráneo. Cuadernos de Turismo, no 2.
- Schneider, S., I., Tartaruga. (2006). Territorio y Enfoque Territorial. Desarrollo Rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio. Buenos Aires: Ed. Ciccus, V, 71-102.
- Tapia, E. (2008). Estudio del potencial ecoturístico de la reserva natural Isla Juan Venado, León, Nicaragua, en La Calera. 9, 28-37.
- Valdez, M. R. (2011). El turismo de naturaleza en México. Realidades y Retos. Turismo rural en México, Colegio de Postgraduados.
- Valenciano, J. D. & Carretero Gómez, A. (2001) Evolución de las Teorías del Desarrollo Rural: La aplicación en España. Investigaciones Sociales, 5 (7), 151-172.
- Velázquez, M. (2012). Los imaginarios del desarrollo turístico: el programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. México.

CAPITULO 5. CONCLUSIONES GENERALES

El determinar las tendencias del turismo a partir de la caracterización del perfil del turista y su demanda en cuatro Pueblos Mágicos de la Sierra Norte de Puebla, implica tomar en consideración la opinión de los actores directamente involucrados, es decir, los turistas que visitan los municipios.

Con base en el perfil, es posible propiciar el desarrollo de productos de turísticos, factibles de ser implementados siempre que incorporen a las localidades en su radio de influencia. Con esto, la llegada de turistas de mayor ingreso y gasto promedio dependerá de la organización y promoción turística dirigida a la población de las ciudades potencialmente emisoras, aunado a una mayor inversión en marketing y generación de estrategias para que el gasto turístico sea mayor en los PM.

Por lo que, la estructuración de una oferta turística complementaria a la ya ofrecida es posible en el largo plazo, de tal forma que, la disposición de la población, empresarios y prestadores de servicios es determinante para la consolidación del destino. Ya que las tendencias actuales se enfocan al fomento del turismo rural, por lo cual, se deben vincular las expectativas del turista con la oferta de productos auténticos que permitan el desarrollo económico y turístico de las comunidades.

Conforme a la conceptualización del turismo rural, los productos turísticos ofrecidos deben estar sustentados en las expresiones de cultura local, ya que son atractivos que incentivan el desplazamiento hacia las localidades aprovechando la relativa cercanía a las ciudades emisoras y con ello el consumo de artesanías, alimentos y de los diferentes productos ofertados.

El estudio del turismo en las comunidades está estrechamente vinculado al desarrollo sustentable, siempre que esté enfocado a propuestas que permitan la valoración de los componentes fundamentales de la identidad y patrimonio de las comunidades. Dicha valoración no debe corromper la esencia de las comunidades, ni las del entorno natural que las rodea, propiciando más que una sustentabilidad una compatibilidad ambiental.

El turista que se ubica en este segmento pretende buscar una conciencia social relacionada con el medioambiente, razón por la cual, la oferta debe estar enfocada a un nuevo modelo empresarial dirigido a la búsqueda de experiencias personales que ayuden al desarrollo de los individuos, que alimente el espíritu naturalista y conservacionista de las nuevas generaciones, al ser los jóvenes los que dominan esta actividad en los cuatro Pueblos Mágicos.

Al identificar áreas de oportunidad mediante el desarrollo de estrategias de promoción turística permitirá obtener un ingreso alterno. Además, se generarán empleos y derrama económica en la región, esto como consecuencia de ofertar una diversidad de productos turísticos de calidad y un beneficio para los turistas al tener un espacio de descanso, recreación, contemplación u otra actividad que no degraden el ambiente.

Por lo que, la generación de cualquier tipo de acciones de inducción social y colectiva para el impulso del turismo en la zona como eje rector, repercutirá de manera directa en los sectores agropecuario y forestal. Por tanto, las acciones deben ser bajo la perspectiva de las Agendas de Desarrollo Sustentable y Manejo Integrado del Paisaje como lo plantea el proyecto de GIZ.

Se debe tener en primer plano al ambiente como un elemento de importancia equiparable tal cual se da a los productos turísticos. Solo de esta manera se generará una participación más identificada con los fines del proyecto (capacitación, generación de redes sociales, vínculos entre gobernantes y sociedad civil).

Por lo que el turismo rural tendrá incidencia el desarrollo local en las zonas donde el turismo convencional no ha despuntado, solo con la generación de productos turísticos vinculados con el perfil del turista que visita la zona, aprovechando los recursos naturales, cultura, tradiciones y patrimonio tangible e intangible, que dinamicen la actividad turística y que impacten en el desarrollo turístico de la zona, impactando en el desarrollo y economía de la población.