



# **COLEGIO DE POSTGRADUADOS**

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS  
AGRÍCOLAS

**CAMPUS MONTECILLO**

**POSTGRADO EN SOCIOECONOMÍA, ESTADÍSTICA E  
INFORMÁTICA**

**ECONOMÍA**

## **TURISMO COMUNITARIO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL.**

ESTUDIO DE CASO: HERMENEGILDO GALEANA, OCOZOCOAUTLA DE  
ESPINOSA, CHIAPAS.

**MARCIA BELL TORRIJOS ALMAZÁN**

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OBTENER EL GRADO DE

**DOCTORA EN CIENCIAS**

MONTECILLO, TEXCOCO, EDO. DE MÉXICO

2018

La presente tesis titulada: **TURISMO COMUNITARIO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL**. Estudio de Caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas. Realizada por la alumna: Marcia Bell Torrijos Almazán, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

## **DOCTORA EN CIENCIAS**

**SOCIOECONOMÍA, ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA-ECONOMÍA**

### **CONSEJO PARTICULAR**

**CONSEJERO**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Martin Hernández Juárez**

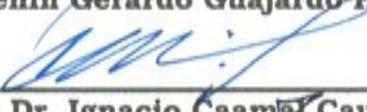
**ASESOR**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Aurelio León Merino**

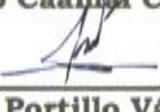
**ASESOR**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Lenin Gerardo Guajardo Hernández**

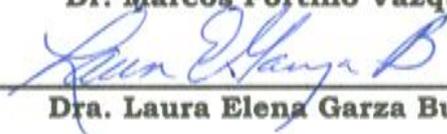
**ASESOR**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Ignacio Caamal Cauich**

**ASESOR**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. Marcos Portillo Vázquez**

**SINODAL**

  
\_\_\_\_\_  
**Dra. Laura Elena Garza Bueno**

Montecillo, Texcoco, Estado de México, Julio 2018

TURISMO COMUNITARIO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL.  
ESTUDIO DE CASO: HERMENEGILDO GALEANA, OCOZOCOAUTLA  
DE ESPINOSA, CHIAPAS.

Marcia Bell Torrijos Almazán, Dr.

Colegio de Postgraduados, 2018

**RESUMEN**

La presente pesquisa, se llevó a cabo en la localidad de Hermenegildo Galeana, Municipio de Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas. Esta comunidad dispone de riqueza natural y cultural; sin embargo, la falta de actividades alternativas a la agricultura han impedido el desarrollo económico del ejido. Por lo tanto, se planteó como objetivo de la presente investigación, analizar el potencial natural, social, económico, cultural, político e institucional de la zona para implementar el turismo comunitario, además de conocer al consumidor y las posibilidades reales por parte de los habitantes para ofertar este producto turístico, desde una perspectiva estratégica, integral y sostenible.

Haciendo uso de herramientas cuantitativas y cualitativas, se realizaron recorridos de campo, entrevistas a profundidad con informantes clave y se aplicaron encuestas estructuradas a visitantes y habitantes (Demanda-Oferta respectivamente).

La investigación fue realizada desde un enfoque mixto con un alcance descriptivo y explicativo.

Los resultados muestran que la Comunidad cuenta con las condiciones naturales, culturales, sociales, económicas, institucionales y políticas favorables para implementar el turismo comunitario. El perfil del turista corresponde a individuos que tienen en promedio 39 años de edad, la mayoría son hombres y están casados, viajan acompañados, más de la mitad lo hace en auto particular; deciden visitar el lugar por su belleza natural, tranquilidad y bajo costo. Consiguen información del destino a través de sus familiares o conocidos. La mayoría solo se queda un día en la comunidad y quienes se quedan más días lo hacen en casa de familiares dado que no hay servicio de hospedaje. Todos recomendarían a otros visitar el ejido, sugieren la creación de sitios para alojarse, infraestructura, palapas, oferta gastronómica y juegos infantiles.

Por parte de la oferta, se cuenta con el interés, motivaciones y capacidades necesarias para poder brindar este producto turístico.

**Palabras clave:** Desarrollo rural, turismo comunitario, consumidor y estrategia integral sostenible.

COMMUNITY TOURISM IN THE LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT.  
CASE STUDY: HERMENEGILDO GALEANA, OCOZOCOAUTLA DE  
ESPINOSA, CHIAPAS.

Marcia Bell Torrijos Almazán, Dr.

Colegio de Postgraduados, 2018

**ABSTRACT**

The present investigation was made in the town of Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas. Community that has an enormous natural and cultural wealth; however, the lack of alternative activities to agriculture has impeded the economic development of the ejido. Therefore, as a general objective, analyze the natural, social, economic, cultural, political and institutional potential of the area, making use of quantitative and qualitative tools. In addition, to recognize the consumer, and to know the real possibilities on the part of the inhabitants to offer this tourist product. In order to have solid arguments to determine if it is convenient to implement a comprehensive and sustainable strategy based on community tourism as a factor of local economic development.

Field trips were carried out, in-depth interviews with key informants and structured surveys were applied to visitors on the demand side and to inhabitants from the offer approach.

The research was conducted from a mixed approach with a descriptive and explanatory scope.

The results show that the Community has the favorable natural, cultural, social, economic, institutional and political conditions to implement community tourism. The profile of the tourist corresponds to individuals who are on average 39 years of age, most are men and are married, travel accompanied, more than half do it in their private car; They decide to visit the place for its natural beauty, tranquility and low cost. They get information about the destination through their relatives or acquaintances; they usually take part of their food, buying the rest in the community. Most of them stay only one day in the community and those who stay for more days do so in the house of relatives since there is no lodging service. All would recommend others to visit the ejido, suggest the creation of places to stay, infrastructure, palapas, gastronomic offer and children's games.

On the part of the offer, they have the interest, motivations and capabilities necessary to provide this tourism product.

**Key words:** Rural development, community-based tourism, consumer and comprehensive sustainable strategy.

## **Agradecimientos**

Al Colegio de Postgraduados por brindarme la oportunidad de estudiar un Doctorado.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por el financiamiento otorgado durante el periodo de estudios del Doctorado.

Al consejo particular por el apoyo y la gestión del conocimiento contenido en la presente pesquisa.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>TABLA DE CONTENIDO</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>iii</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>5</b>
<b>III. ALCANCE Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>IV. OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b> .....	<b>6</b>
<b>V. ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE LOS SERVICIOS</b> .....	<b>8</b>
5.1 Algunas teorías que explican los servicios .....	8
5.2 Factores explicativos de la expansión de los servicios .....	10
5.3 Concepto y características de los servicios .....	18
5.4 Clasificación de los servicios .....	18
5.5 Concepto de turismo .....	22
5.6 La industria de los servicios turísticos .....	25
5.7 Características del turismo y su contribución al desarrollo económico .	27
5.7.1 Turismo convencional .....	27
5.7.2 Turismo alternativo.....	31
<b>VI. EL TURISMO EN MÉXICO</b> .....	<b>35</b>
6.1 Política económica .....	35
6.2 Plan Nacional de Desarrollo .....	36
6.3 Política de turismo en México.....	39
6.3.1 Marco normativo de la política turística en México.....	41
6.3.2 Formulación de políticas públicas del sector turístico .....	42
6.3.3 Hacia un enfoque holístico y una gobernanza sólida de la política turística .....	45
6.4 Evolución del turismo en México.....	46
6.5 Centros turísticos receptores en México .....	47
<b>VII. EL TURISMO Y EL DESARROLLO RURAL</b> .....	<b>49</b>
7.1 Crecimiento económico y desarrollo .....	49

7.2 Desarrollo rural .....	54
7.2.1 Desarrollo Económico Local .....	55
7.2.2 Contribución del Turismo Rural al Desarrollo Local .....	57
7.3 Desarrollo sustentable .....	60
7.4 Que se requiere para que se dé el turismo rural.....	64
7.5 Concepto y tipos de turismo rural.....	65
7.5.1 Turismo Rural.....	65
7.5.2 El Turismo Rural en el Contexto de la Nueva Ruralidad.....	69
7.5.3 Turismo Comunitario.....	71
7.5.4 Turismo Rural y Cultura.....	73
7.5.5 Turismo de Naturaleza.....	75
7.6 Turismo y Sustentabilidad .....	76
7.6.1 La sustentabilidad desde la perspectiva de los Enfoques Económicos	80
7.7 Relevancia del turismo en México .....	82
<b>VIII. ÁREA DE ESTUDIO.....</b>	<b>83</b>
8.1 Características Climatológicas .....	83
8.2 Fisiografía y Topografía .....	83
8.3 Geología y Geomorfología .....	83
8.4 Hidrografía e Hidrología .....	84
8.5 Características Edafológicas.....	84
8.6 Características Biológicas .....	85
8.7 Características Sociales .....	90
8.8 Contexto Arqueológico, Histórico y Cultural .....	92
8.9 Contexto Socioeconómico.....	94
8.10 Características Sociodemográficas de la Comunidad.....	96
<b>IX. METODOLOGÍA .....</b>	<b>97</b>
9.1 Metodología de Mapeo Territorial .....	99
<b>X. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>103</b>
<b>XI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>127</b>
<b>XII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>128</b>
<b>REFERENCIAS DOCUMENTALES.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>140</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>FIGURA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Cuadro 1.</b>	Principales sectores de servicios .....	<b>13</b>
<b>Cuadro 2.</b>	PyMES.....	<b>19</b>
<b>Cuadro 3.</b>	Clasificación de los servicios de Richard B. Chase según intensidad de contacto con los clientes .....	<b>21</b>
<b>Cuadro 4.</b>	Clasificación según la naturaleza y beneficiario del servicio (Lovelock, 1984). .....	<b>22</b>
<b>Cuadro 5.</b>	Clasificación según el tipo de transacción y tipo de relación empresa-cliente (Lovelock, 1984). .....	<b>22</b>
<b>Cuadro 6.</b>	Aspectos relevantes de la política turística en México.....	<b>44</b>
<b>Cuadro 7.</b>	Estructura del cuestionario para la encuesta aplicada al turista..	<b>98</b>
<b>Cuadro 8.</b>	Motivos de elegir entre este lugar e ir a la playa.....	<b>111</b>
<b>Cuadro 9.</b>	Grado de satisfacción de los servicios .....	<b>113</b>
<b>Cuadro 10.</b>	Disponibilidad de información y señalamientos .....	<b>114</b>
<b>Cuadro 11.</b>	Agrado por realizar ciertas actividades.....	<b>116</b>
<b>Cuadro 12.</b>	Conocimientos que tienen los pobladores sobre su Localidad ..	<b>121</b>
<b>Cuadro 13.</b>	Actividades que se pueden llevar a cabo en la Comunidad.....	<b>122</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Gráfica 1.</b>	Curva de demanda .....	<b>11</b>
<b>Gráfica 2.</b>	Número de miembros de la OMC, con compromisos por sector de servicios .....	<b>15</b>
<b>Gráfica 3.</b>	Curva de oferta .....	<b>15</b>
<b>Figura 1.</b>	Factores esenciales en un Empresa turística.....	<b>26</b>
<b>Figura 2.</b>	Ingresos obtenidos por turismo.....	<b>29</b>
<b>Figura 3.</b>	Principales destinos del turismo convencional.....	<b>30</b>
<b>Figura 4.</b>	Llegada de turistas internacionales .....	<b>30</b>
<b>Figura 5.</b>	Turismo alternativo en cifras .....	<b>33</b>
<b>Figura 6.</b>	Relevancia de la ruta Maya para el turismo alternativo .....	<b>34</b>
<b>Figura 7.</b>	Mapa de la ubicación de Hermenegildo Galeana .....	<b>95</b>
<b>Figura 8.</b>	Distribución de los trabajadores por sectores productivos .....	<b>96</b>
<b>Figura 9.</b>	Comportamiento de los salarios por nivel.....	<b>96</b>
<b>Figura 10.</b>	Paisajes del ejido .....	<b>105</b>
<b>Gráfica 4.</b>	Nivel educativo del turista. ....	<b>108</b>
<b>Figura 11.</b>	Actividades realizadas por los visitantes durante su estancia....	<b>112</b>
<b>Figura 12.</b>	Cascada el Chorrón, en Hermenegildo Galena .....	<b>123</b>
<b>Figura 13.</b>	Cueva el Ocotál, en Hermenegildo Galena .....	<b>123</b>
<b>Figura 14.</b>	El mirado, en Hermenegildo Galena .....	<b>124</b>
<b>Figura 15.</b>	Camino a Cerro Brujo, en Hermenegildo Galena.....	<b>125</b>
<b>Figura 16.</b>	Senderos, en Hermenegildo Galena .....	<b>125</b>
<b>Figura 17.</b>	Cerro Brujo, en Hermenegildo Galena.....	<b>126</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

En varias regiones del mundo, donde las estructuras comunitarias siguen constituyendo el elemento fundamental de la organización social en el campo, el turismo comunitario (community-based tourism) es considerado una de las principales herramientas y estrategias de desarrollo local.

El turismo es una de las actividades de servicios que más ha crecido en los últimos 10 años. Dentro de las modalidades turísticas, el Turismo en espacio Rural es el que presenta mayor crecimiento anual 20%, frente al 7,5% del turismo masivo (OMT, 2010).

El turismo comunitario se inscribe en las estrategias del desarrollo local endógeno (Tapia, 2008) o alternativo. Siendo la comunidad agente y gestora de las actividades económicas relacionadas con el mismo.

Las principales ventajas del turismo comunitario consisten en el aprovechamiento de recursos locales disponibles para la creación de fuentes de empleo, fortalecimiento de las estructuras comunitarias y de las identidades locales, lo que trae como consecuencia una mayor retención de la población en áreas rurales.

El turismo se ha convertido en un nuevo motor de desarrollo y crecimiento económico de los países en el mundo; es una actividad que acerca a las personas y un factor de inclusión para nuestras poblaciones más alejadas a través del impulso del Turismo Rural Comunitario.

El diseño de una propuesta de turismo comunitario, requiere considerar principalmente al consumidor, pieza clave del mercado, es quien determina el producto turístico que desea y quien paga por él, con la finalidad de cubrir sus expectativas, necesidades y deseos. Un producto turístico de calidad busca mejorar los niveles de satisfacción del visitante, valora la interacción con el residente y reconoce la infraestructura como elemento que define su segmento de turismo.

Toda propuesta de turismo alternativo, debe incorporar elementos del consumidor para plantear una oferta atractiva, haciendo de su conocimiento los servicios, productos locales, la gastronomía típica de

la zona, oportunidades de participación y actividades lúdicas y culturales posibles de desarrollar en la comunidad. Conocer las necesidades, gustos y preferencias del visitante permite ofrecer un producto turístico diferenciado por el cual el turista está dispuesto a pagar.

La propuesta de incursionar en el turismo comunitario en Hermenegildo Galeana, surge como una iniciativa de los mismos pobladores, por lo que se hace necesario determinar las condiciones reales de ofertar este servicio y a pesar de que no ha sido fácil, los pobladores mantienen un esfuerzo colectivo y sus acciones han tomado rumbos positivos en las decisiones claves para avanzar en la autogestión y gestión de esta estrategia.

Esto genera experiencias e innovaciones en lo organizativo, en la capacidad de liderazgo para la puesta en marcha del proyecto y la conservación de los recursos naturales. En consecuencia, hay un proceso endógeno participativo que lo fortalece y hace que el proyecto de turismo sea considerado una excelente propuesta generadora de empleo.

Hermenegildo Galena es una comunidad que cuenta con 1034 habitantes de los cuales el (50%) son mujeres, el grado promedio de estudio es 4° de primaria. Su principal actividad económica es la producción de maíz, frijol, calabaza y café; sin embargo, los terrenos son poco fértiles y con pendientes prolongadas no permitiéndoles obtener los ingresos necesarios para cubrir sus necesidades básicas durante todo el año.

Durante las últimas décadas, en México se ha impulsado una política agraria que ha incrementado los niveles de pobreza entre la población rural, que viven en condiciones de pobreza extrema y marginación, en pequeñas superficies de tierra y con muy poco valor agregado a sus productos. Bajo este panorama se pretende introducir al turismo comunitario como una actividad generadora de ingresos durante todo el año en la cual puedan participar los integrantes del ejido promoviendo además el arraigo de los jóvenes a su localidad.

Siendo un lugar con una impresionante riqueza natural, cultural, gastronómica y herbolaria, está atrayendo el interés de los turistas. Por ello se hace imprescindible conocer los rasgos personales, sociales y económicos, que caracterizan al actual turista, sus motivos de elección del lugar, el sitio donde se hospeda, el tiempo que dedica a viajar y el medio de transporte, para elaborar una adecuada oferta de servicios.

En Chiapas las experiencias de microempresas rurales de turismo tienen estilos propios. Éstas han desarrollado procesos de revalorización de los territorios (López y Palomino, 2000; Maldonado, 2008), reapropiación y reuso de los recursos naturales básicos para la existencia y, por ende en su control y acceso (Toledo; *et al.*; 2000; Hernández, 2002); o bien, han generado ajustes sociales, discursivos y lenguajes de valoración sobre los recursos naturales y cambios a nivel de la organización de sus miembros (Maldonado; 2008; Hernández; 2002; Kutay, 1992; Reygadas *et al.*, 2006; Toledo, 2002). En consecuencia hay reajustes en las actividades productivas, sociales o culturales. Desde luego las opiniones son divididas entre los especialistas en el tema (Ramírez, 2002; Boo, 1991; Bringas, Nora y Ojeda, 2000; March, 1996, Sayadi, 2001). Sin embargo, la temática genera polémica y debate, pues el turismo comunitario y la diversidad de opciones productivas están influyendo localmente en cambios visibles.

Si nos detenemos en el significado de “lo comunitario”, nos parece acertada la definición que hacen Ruiz y Cantero (2011), según la cual el “turismo comunitario es una forma de organizar la actividad turística (no una modalidad de turismo) en la que la comunidad tiene el papel protagonista en su diseño y gestión, y en la que los beneficios obtenidos tienen aplicación, al menos parcial, en ámbitos de interés colectivo”. Así mismo, el turismo rural, es considerado como una estrategia integral de desarrollo al ser una actividad económica que posee potencial para generar nuevas fuentes de riqueza y empleo, y frenar el abandono de las zonas rurales (Zizumbo, 2009).

Actualmente la realidad de la oferta turística, deja claro que en muchas ocasiones lo que las iniciativas que se autodefinen como comunitarias, intentan transmitir a la hora de promocionar su actividad, no es esa forma de organización colectivista, sino la posibilidad de que el turista conozca su forma de vida, su cotidianidad. Shkira, Zoto y Theodori, (2012) afirman que “el turismo de base comunitaria permite a los turistas descubrir las costumbres locales, así como la vida en la naturaleza, a la vez que celebra y respeta las culturas, las creencias y la sabiduría tradicionales”.

En México se ha transitado por experiencias negativas y positivas en el impulso del turismo comunitario. (Dachary, 2002) documenta casos donde el dinamismo del turismo en las áreas rurales, cuando éste se “masifica”, ha sido negativo. No obstante, hay experiencias locales con efectos positivos en el impulso de proyectos de turismo de base comunitaria. Éstos han sido posibles por el dinamismo endógeno de los grupos que han fortalecido su gobernanza bajo principios éticos y de horizontalidad en la toma de decisiones. En consecuencia, el turismo que experimentan los grupos genera cambios en el trabajo colectivo, a nivel organizacional, cultural y económico (Gurría, 2000). En derivación se desencadena el desarrollo de otras herramientas que permiten la afirmación y reapropiación de este tipo de propuestas a escala local.

De acuerdo con (Cox, 2009: 208) la propuesta de un turismo de base comunitario responde a la construcción de un modelo de desarrollo turístico basado en un proceso socio organizativo que privilegia desde sus inicios, la participación de la sociedad indígena, campesina y/o urbana, y que finalmente desemboca en el manejo autogestionario de la actividad turística. Este proceso endógeno debe estar fundado en la máxima utilización de los recursos locales, evitando con ello, la creación de una dependencia técnica y financiera; estableciendo mayores posibilidades de diversificación económica, evitando el establecimiento

de un sistema de monoproducción turística (García-Frapolli, *et al*, 2007: 39; Schejtman, 2004: 9).

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las áreas rurales buscan fuentes alternativas de desarrollo. En las regiones de agricultura decreciente, pobres en recursos minerales y sin esperanzas para la rápida industrialización, una de las opciones es el desarrollo de los servicios turísticos, que además de crecimiento de los ingresos pueden, si son bien administrados, asegurar el desarrollo sostenible.

En el ejido Hermenegildo Galeana la principal actividad económica es la agricultura, siendo esta básicamente de subsistencia y los precios pagados al productor son bajos. En base a dicho contexto, uno de los problemas que aqueja a la localidad es la falta de fuentes de empleo e ingresos alternativos a la agricultura.

En contraste, la localidad cuenta con recursos naturales aptos para desarrollar en ella una estrategia de turismo comunitario. El tipo de vegetación corresponde a una selva baja caducifolia y bosque de galería conformado por sabino (*Taxodium mucronatum* Ten.) y Amates (*Ficus mexicana* (Miq.) Miq.), además de un río que atraviesa toda la zona, algunos mamíferos tales como: Venado cola blanca (*Odocoileus virginianus*), Jabalí de collar (*Pecarita jacu*), Leoncillo (*Puma yagouaroundi*), Armadillo (*Dasypus novemcinctus*) y Tepezcuintle (*Cuniculus paca*). También se encuentra una gran variedad de aves como: Chachalaca (*Ortalis vetula*), Codorniz (*Colinus virginianus*), Paloma arroyera (*Leptotila verreauxi*), Pájaro carpintero cheje (*Melanerpes aurifrons*), Arasari de collar (*Pteroglossus torquatus*), Halcón peregrino (*Falco peregrinus*) y Trogón violáceo (*Trogon violaceus*).

Entre los reptiles más conocidos se encuentran la Iguana verde (*Iguana iguana*), Turipache de montaña (*Corytophanes hernandezii*), Bejuquilla (*Oxybelis fulgidus*), Cascabel (*Crotalus simus*) y Boa o Mazacuata (*Boa constrictor*). En cuanto a los anfibios podemos ver algunas especies de

ranas como la Rana Leopardo (*Lithobates berlandieri*), sapos como el Verrugoso (*Rhinella marina*) y algunas Salamandras (*Bolitoglossa mexicana* y *Bolitoglossa rufescens*).

El turismo comunitario, aparte de proporcionar beneficios a las comunidades, resulta ser una opción atractiva para ciertos grupos de turistas, quienes buscan experiencias de contactos interculturales que van más allá de una simple observación.

Basada en las visitas, recorridos, entrevistas y encuestas que se han realizado en el poblado de Hermenegildo Galeana, existen condiciones ambientales, sociales y culturales que favorecen el desarrollo del turismo comunitario. Una propuesta integral que contribuiría a mejorar las condiciones de vida de la población.

### **III. ALCANCE Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación pretende hacer un estudio desde el enfoque de la oferta y de la demanda de turismo comunitario en la Comunidad de Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas. Con la finalidad de determinar si existen las condiciones por ambas partes para efectuar una propuesta de desarrollo local sostenible basada en el turismo comunitario.

Los resultados de la presente pesquisa podrán ser base importante para promover el desarrollo local y la integración comunitaria mediante un enfoque participativo con el cual sean los integrantes de la localidad quienes gestionen, ejecuten y administren dicha propuesta.

### **IV. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

#### **Objetivo general**

- Determinar si existen las condiciones naturales, sociales, culturales, económicas políticas e institucionales para el establecimiento de una estrategia integral y sostenible de turismo comunitario en la localidad de Hermenegildo Galeana.

### **Objetivos específicos**

- Analizar el potencial natural (agua, suelo, flora, fauna, paisajes, senderos y clima) en la comunidad para el turismo comunitario.
- Diagnosticar si el contexto social-cultural (niveles de organización, grado de cohesión, participación, tradiciones, religión, gastronomía y liderazgos internos) permite implementar una estrategia de turismo comunitario.
- Detectar si la situación económica local (ingreso, empleo, y grado de pobreza) favorece el desarrollo local del turismo de base comunitaria.
- Identificar cómo limita o favorece el entorno institucional y político (autoridades, normas y reglamentos) de la población de Hermenegildo Galeana el impulso del turismo comunitario.

### **Hipótesis general**

- Existen las condiciones naturales, sociales, culturales, económicas políticas e institucionales para el establecimiento de una estrategia integral y sostenible de turismo comunitario en la localidad de Hermenegildo Galeana.

### **Hipótesis específicas**

- El potencial natural (disponibilidad de suelo, agua, biodiversidad vegetal y animal,) en la comunidad, es propicio para desarrollar el turismo comunitario.
- El contexto social-cultural (pertenencia, inclusión, participación, reconocimiento, legitimidad, tradiciones y festividades propias de la comunidad, características sociodemográficas) presente en el área de estudio es favorable para implementar el turismo comunitario.
- El clima económico local (nivel de ingresos, población económicamente activa, sectores productivos, grado de

bienestar) contribuye al impulso del turismo de base comunitaria.

- Se tiene un adecuado entorno institucional y político (nivel de participación de autoridades locales, municipales, estatales, coparticipación con instituciones relacionadas con el sector) que respalda la implementación de una estrategia de turismo comunitario.

## **V. ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE LOS SERVICIOS**

### **5.1 Algunas teorías que explican los servicios**

El sector servicios, presenta gran heterogeneidad de actividades, desde el transporte aéreo, las comunicaciones (actividades de grandes empresas con elevadas exigencias técnicas y de capital que exige su producción) hasta el sector comercio (variedad de empresas de muy diversa dimensión) o los servicios de carácter más personal, que generalmente se caracterizan por su pequeña dimensión y porque la producción del servicio (como peluquerías, taxis, reparto urbano u otros) requiere mucho personal, difícilmente sustituible por tecnología o por más equipo capital (Cuadrado, 2016).

Según algunas estimaciones internacionales, en el 2004, los servicios representaron el 64% del PIB a nivel mundial y llegaron al 45% en los denominados países de bajos ingresos (datos del Banco Mundial); en el 2005 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estimó que el sector servicios representan el 70% del empleo y del valor agregado (Coll-Hurtado y Córdoba, 2006). Datos más recientes indican que alrededor del 70% del producto mundial es producido por el sector servicios (World Bank, 2014).

#### **Los servicios en México**

Para México, los servicios representan 62% del Producto Interno Bruto (PIB) (Banco Mundial, 2016). No obstante, a pesar de su relevancia económica, los estudios sobre localización de servicios son escasos en países en desarrollo, y solo se han enfocado en ciertos servicios avanzados (Garza, 2006; Valdivia, 2013)

Al igual que sucede y ha sucedido en otros países, en México el tránsito hacia una sociedad de servicios es evidente (Garza, 2006). En la década de los ochenta, el crecimiento de los servicios había sido conceptualizado como ‘terciarización’, e incluso llegándose a colocar prefijos como “híper” para denotar lo que se calificaba como excesiva participación del sector servicios en la economía del país.

La terciarización implicaba dos aspectos estrechamente vinculados. Por un lado, un proceso de ajuste económico, donde se expandía el empleo en un sector no productivo o, al menos, con una baja productividad (Baumol, 1967); por el otro, estaban las políticas de ajuste estructural, que implicaban la expulsión de mano de obra de la industria y la disminución de las prestaciones sociales.

Hacia la década de los noventa, pueden encontrarse los primeros cambios en la visión del papel de los servicios en el desarrollo económico de las ciudades (Parnreiter, 2002; Graizbord et. al., 2003). Se planteó ir más allá de una visión de los servicios como dependientes de la industria, para insertarlos en el contexto de la globalización y los procesos de crecimiento regional (Garza, 2006), además de adentrarse en la multiplicidad de aspectos vinculados a la relación entre espacio y servicios (Garza, 2006, 2009; Graizbord, Rowland & Aguilar, 2003; Parnreirter, 2002; Valdivia, 2013). Los servicios dejaron de ser una suerte de lastre económico, para convertirse en la punta de lanza de las nuevas economías.

### **La ley de Engel (1857):**

Esta ley supone que la elasticidad de la demanda de servicios respecto a la renta es superior a uno. Por lo cual, por aumento de la renta de las naciones y de los agentes económicos, se generan aumentos de mayor cuantía en la demanda de servicios. Las curvas según la Ley de Engel, describen la relación entre el consumo en una categoría de consumo particular y los ingresos bajo el supuesto de que todos los demás factores, como los precios, son estables (Lades, 2013).

Dadas las diferencias en términos de elasticidad-renta, los consumidores emplean recursos crecientes en bienes (y servicios) que antes no demandaban, o que no estaban a su alcance, lo cual implica que se acabará produciendo un desplazamiento de la producción y del empleo hacia los servicios. Un desplazamiento motivado (como señaló Fourastié) tanto por los aumentos de la renta por habitante y de los gastos de los ciudadanos, como por las diferencias de productividad entre la industria y la mayor parte de los servicios (Cuadrado 2016).

## **5.2 Factores explicativos de la expansión de los servicios (oferta y demanda)**

La expansión que experimentan los servicios cuando los países crecen ha sido objeto de creciente atención en los últimos años (Cuadrado, 2016).

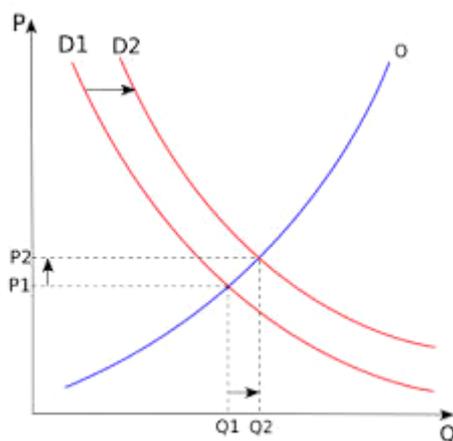
### **Demanda**

Las cantidades demandadas de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar las denominamos demanda de dicho bien. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. Un individuo demanda algo cuando lo desea y además posee los recursos necesarios para tener acceso a él (Mochon, 2009). La curva de demanda de un bien, como expresión gráfica de la demanda, muestra las cantidades del bien en cuestión que serían demandadas durante un periodo de tiempo determinado por una población específica a cada uno de los posibles precios. Mientras que la ley de la demanda hace referencia a la relación inversa existente entre el precio de un bien y la cantidad demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio.

Los gustos o preferencias de los consumidores, probablemente sean el determinante más evidente de la demanda, pues por lo general demandamos aquello que nos gusta. Los gustos también experimentan

alteraciones que ocasionarán desplazamientos en la curva de demanda. Las preferencias de los consumidores se pueden alterar simplemente porque los gustos se modifiquen con el transcurso del tiempo, o bien por campañas publicitarias dirigidas a alterar los patrones de consumo. Si los gustos se alteran en el sentido de desear demandar una mayor cantidad de un determinado producto desplazarán la curva de demanda hacia la derecha, mientras que si la modificación de las preferencias es en sentido contrario la curva de demanda se desplazará hacia la izquierda (Mochón, 2009).

**Grafica 1.** Curva de demanda



**Fuente:** Mochón, 2009

Sobre la influencia de los gustos en la demanda se basa buena parte de las técnicas publicitarias. Si con anuncios en los medios de comunicación hacemos que los gustos o preferencias de los consumidores se vuelvan más favorables al bien o servicio que anunciamos, la demanda se verá incrementada. La publicidad también puede influir para desanimar el consumo de un bien. Las campañas contra las drogas tratan precisamente de disminuir la demanda de estupefacientes mediante un cambio en las preferencias de los posibles consumidores.

### **Cambios en la estructura de gastos de los hogares (estáticas renta)**

En los últimos años se han presentado cambios importantes en los hábitos de los consumidores, sobre todo en lo que tiene relación con la estructura de gasto de los hogares. Desde las décadas finales del pasado siglo son varios los estudios y fuentes de información que alertan de estos cambios que afectan profundamente al sector comercial.

Hemos visto cómo subsectores como el de alimentación ha reducido mucho su protagonismo en la estructura de gasto de los hogares en las sociedades a nivel mundial.

En contrapartida, otras partidas de gastos, de otros subsectores, algunos emergentes, han visto cómo sus pesos relativos aumentaban paulatinamente. Nos estamos refiriendo a partidas relacionadas con el ocio, con las nuevas tecnologías, con las comunicaciones, etc.

Expertos también nos anticipan que en el futuro nos podemos encontrar con nuevos cambios en esa estructura, perdiendo protagonismo algunas partidas y subsectores y ganándolo otros, alguno incluso de difícil definición porque anticipa cambios en los hábitos de los consumidores y cambios en la estructura de gasto de los hogares que es difícil imaginar. Algunos estudios hablan de todo lo relacionado con productos y servicios sanitarios (saludables), con productos y servicios financieros y de seguros que afiancen nuestra vida, con subsectores relacionados con productos y servicios orientados al cuidado de las personas (mayores o menores), etc.

### **Comercio de servicios**

En los últimos 20 años, el comercio de servicios se ha convertido en el segmento más dinámico del comercio mundial, con un crecimiento más rápido que el del comercio de mercancías. Los países en desarrollo y las economías en transición han desempeñado un papel cada vez más importante en este ámbito, aumentando de un cuarto a un tercio su participación en las exportaciones mundiales de servicios durante este período.

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la Organización Mundial del Comercio (OMC) entró en vigor en 1995 y sigue siendo el único conjunto de normas multilaterales por el que se rige el comercio internacional de servicios. El Acuerdo es reflejo de la transferencia gradual de muchos servicios en manos de proveedores estatales al sector privado y de las mayores posibilidades que suponen para el comercio de servicios los avances de la tecnología de la información y las comunicaciones. El AGCS reconoce que en muchos casos los proveedores y los clientes tienen que estar físicamente cerca para que sea posible prestar el servicio.

El AGCS abarca todos los servicios (Cuadro 1), excepto los «servicios suministrados en ejercicio de facultades gubernamentales» y la mayor parte de los servicios de transporte aéreo.

**Cuadro 1:** Principales sectores de servicios

<b>Servicios prestados a las empresas y servicios profesionales, entre otros:</b>	
- Servicios de contabilidad	- Servicios de construcción y servicios conexos
- Servicios de publicidad	- Servicios de distribución
- Servicios de arquitectura y de ingeniería	- Servicios de enseñanza
- Servicios de informática y servicios conexos	- Servicios relacionados con la energía
- Servicios jurídicos	- Servicios relacionados con el medio ambiente
- Servicios de comunicaciones	- Servicios financieros
- Servicios audiovisuales	- Servicios sociales y de salud
- Servicios postales y de correos	- Servicios de turismo
- Telecomunicaciones	- Servicios de transporte

**Fuente:** OMC, 2006

**Tipos de comercio de servicios**

El AGCS define el comercio de servicios según los modos de suministro: El modo 1 abarca los servicios suministrados de un país a otro (por ejemplo, los servicios de un centro de llamadas). El modo 2 abarca los

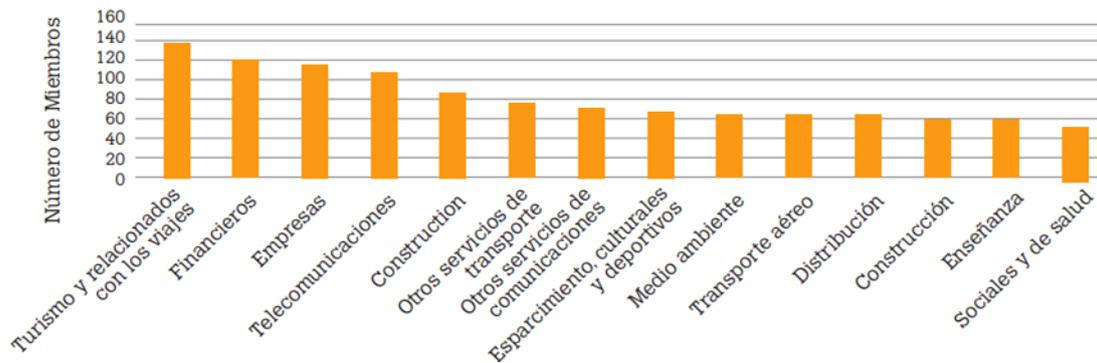
consumidores o empresas que utilizan un servicio en otro país (por ejemplo, el turismo internacional). El modo 3 abarca las empresas extranjeras que abren filiales o sucursales para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, un banco que abre una sucursal en el extranjero). El modo 4 abarca las personas que se desplazan desde su país para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, un asesor que se desplace al extranjero para suministrar un servicio de tecnología de la información).

El modo 2 es, con diferencia, el más liberalizado en cuanto a compromisos contraídos por los Miembros de la OMC. Esto se debe en gran parte a que los gobiernos son menos proclives a limitar el deslazamiento de los ciudadanos al extranjero (por ejemplo, turistas). El modo 1 no es objeto de compromisos con frecuencia, principalmente, porque muchos servicios no pueden suministrarse a distancia (por ejemplo, los servicios de construcción); en cambio, el modo 3 es el más abierto, debido a su papel esencial como impulsor de la prestación internacional de servicios, la transferencia de conocimientos especializados y la mejora de la capacidad de las economías para participar en cadenas de valor mundiales.

En 2014, el comercio de servicios totalizó 4,8 billones de dólares EE.UU., es decir, el 21% del comercio mundial de mercancías y servicios (OMC, 2016). No obstante, esta cifra no comprende los servicios que se suministran por medio de filiales extranjeras (básicamente el modo 3). Por tanto, se estima que el comercio total de servicios es mucho mayor, incluso dos veces mayor, ya que el modo 3 representa el 55% de todo el comercio de servicios.

El turismo es el sector incluido con más frecuencia en las listas de compromisos de los Miembros de la OMC, seguido de los servicios de infraestructura (servicios financieros, servicios prestados a las empresas y telecomunicaciones). Los sectores incluidos en los compromisos con menos frecuencia son los servicios de enseñanza y de salud, lo que refleja la elevada participación del Estado en la prestación directa de estos servicios (Gráfica 2).

**Gráfica 2.** Número de miembros de la OMC con compromisos, por sector de servicios.



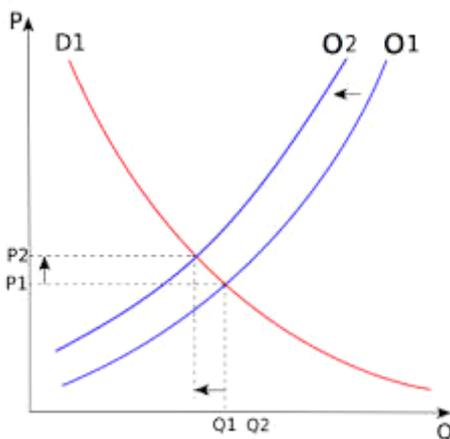
**Fuente:** Portal Integral de Información Comercial (I-TIP) Servicios, 2015

**Oferta**

El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores (Mochón, 2009).

La ley de la oferta, expresa la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida: al aumentar el precio se incrementa la cantidad ofrecida. La oferta depende de una serie de factores como son el precio del producto que se desea ofrecer, la tecnología, los precios de los factores productivos y el número de empresas que integran el mercado.

**Gráfica 3.** Curva de oferta



**Fuente:** Mochón, 2009

## **Estructura empresarial**

Toda empresa, indistintamente de su tamaño, tiene en su estructura y procesos vínculos insoslayables que los complementan y generan el rendimiento. La complejidad va en proporción del tamaño y es el ajuste **procesos estratégicos-estructura organizacional** lo que favorece un mayor rendimiento de la empresa (Fernández, 2001). A tal grado que parafraseando a Chandler (1962), Fernández (2001) sentencia: “*La estructura sigue a la estrategia*”, sin embargo el orden contrario también es válido en la práctica, sobre todo cuando la estructura tiene efectos directos en el proceso de decisión (Fernández, 2001).

La estructura entonces determina los canales de comunicación, las interacciones, contenido de la información, relaciones de mando, poder y responsabilidad. La estrategia permite adoptar mecanismos estructurales, planificación, toma de decisiones para la contratación de personal más calificado y la adopción de nuevas tecnologías (**TIC** por ejemplo), aspectos propios de la estructura.

Para hacer frente a cambios estratégicos, las empresas se reestructuran, haciéndolas más divisionalizadas, de ahí que la estructura siga a la estrategia. Es decir, la presión ejercida por los avances tecnológicos y la competencia por el mercado es lo que propicia la diversificación, aunque cabe aclarar que no siempre existen los cambios estructurales como consecuencia inmediata.

La estructura puede tomar decisiones que afecten la misma estructura y ese proceso se denomina proceso estratégico; es la estructura quien delimita el marco de acción, de ahí la relación bidireccional entre ambas. Lo dominante es que la estructura jerárquica contiene el flujo de información y sugerencia de nuevos cambios, es el ente político en cuyo seno se negocia, se participa y se busca consenso, siempre en aras de la racionalidad, la interacción y la asertividad.

Las empresas emprendedoras son atrevidas, audaces, arriesgadas y actuantes ante la incertidumbre (Mintzberg, 1991, cit. por Fernández, 2001).

## **PyMES**

Concatenando con los párrafos anteriores, las empresas independientemente del número de empleados: micro (1-30), pequeña (31-100), mediana (101-500) y grande (más de 501), asumen una estructura y estrategias determinadas (Peters, 2001).

En el siguiente cuadro se resumen los criterios de estratificación de empresas según el número de empleados.

**Cuadr.2** PyMES

	MANUFACTURA	COMERCIO	SERVICIOS
Micro	Hasta 30	Hasta 5	Hasta 20
Pequeña	31 a 100	6-20	21-50
Mediana	101 a 500	21-100	51 a 100
Grande	501 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

**Fuente:** Peters, 2001, según SECOFI, 1999.

A la fecha y por la escala global, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) continúan en el debate conceptual y política económica. En México aportan el 42% del PIB y el generan el 78% del empleo (FORBES. 2018).

## **Off-shoring (subcontratación)**

El off-shoring se ha visto propiciado en gran medida por los avances de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) y por la disminución de los costes de transporte convencionales (aéreo y marítimo). Un ejemplo de los nuevos tipos de off-shoring facilitados por dichos avances en las TIC sería el caso de algunos hospitales estadounidenses que contratan los servicios de radiólogos en India, para que hagan a través de Internet, los diagnósticos de las radiografías (Mochón, 2009).

### **5.3 Concepto y características de los servicios**

En 1977, Hill define a los servicios como un cambio en la condición de una persona o un bien como resultado de la actividad de otra unidad económica. La distinción entre persona o bien es funcional al tipo de cambio que los servicios pueden realizar. Si bien la primera distinción entre cambios de tipo: i) permanentes o transitorios y ii) reversibles o irreversibles es aplicable a ambas categorías, se señala que mientras para los bienes los cambios son físicos, para las personas estos cambios pueden también ser mentales (López y Muñoz, 2016).

Los residentes en las zonas rurales desearían contar con los mismos servicios que en las grandes ciudades, pero el sector público establece unas prioridades y solo se ocupa de que se ofrezcan una serie de servicios básicos tales como electricidad, teléfono, transporte, sanidad, educación, seguridad, etc., dejando que la iniciativa privada ofrezca el resto de los bienes y servicios (Mochón, 2009).

### **5.4 Clasificación de los servicios**

Los servicios se pueden clasificar en básicos y periféricos. Las primeras se refieren a aquellas que satisfacen la demanda principal, mientras que los últimos se refieren a aquellos de menor importancia a la hora de satisfacer las expectativas del consumidor (Maqueda y Llaguno, 1995).

Según su influencia sobre la demanda:

1. Servicios sustitutivos: Que satisfacen necesidades similares.
2. Servicios complementarios: que refuerzan entre si la satisfacción de necesidades.
3. Servicios limitativos: cuando la existencia o no de determinados servicios limita o condiciona la posibilidad de prestar otros servicios.

Según los destinos de los servicios Browning y Singlemann (1978), clasifican a los servicios en: servicios de producción, prestados al proceso productivo de las empresas; de distribución, de venta,

almacenaje, transporte; servicios sociales, educación, sanidad, policía; y servicios personales, servicio doméstico, peluquería, etcétera.

Según su predominio en las fases del desarrollo económico de las naciones (R. Kent):

1. Los servicios personales primitivos no cualificados (servicio doméstico) de las primeras etapas de la historia de la humanidad.
2. Los servicios personales cualificados (comercio), que exigieron esfuerzos y capacitaciones adecuadas.
3. Los servicios de tipo industrial (banca), ofreciendo según modelos y formulas industriales.
4. Los servicios de consumo masivo (ocio, viajes), propios de las sociedades de abundancia; y
5. Los servicios empresariales de alta tecnología (informática), que predominan en nuestra época.

Desde el punto de vista de marketing de los servicios, interesa distinguir entre los que se prestan a las personas y los que se prestan a las propiedades de las personas. Los primeros demandan un marketing personificado, que atienda los particularismos personales de los clientes, tanto en sus aspectos económicos como psicológicos. Los segundos, que se destinan a las cosas, propiedades o patrimonios de empresas o personas, pueden ser objetos de otros tipos de marketing, más masivo y despersonalizado, donde prima la eficacia y el coste sobre otro tipo de expectativas psicológicas.

Thomas-Dan (1978) clasifica los servicios según los recursos estratégicos empleados en su producción, según se presten los servicios con alta intensidad de trabajo humano o con alta utilización de equipos de maquinaria. Los servicios intensivos en mano de obra se pueden subdividir, a su vez, en tres, según el tipo de trabajadores necesarios para la prestación de servicios: servicios prestados por trabajadores no especializados, vigilantes, conserjes, etc.; servicios que se prestan

mediante plantillas especializadas, reparaciones, selección de personal, etc.; y servicios que son prestados por profesionales de alta cualificación, consultorías, auditorías, etc. Los servicios altamente mecanizados, intensivos en capital, también admiten tres subclasificaciones: servicios automáticos, cajeros automáticos, máquinas expendedoras, etc., en los cuales no están presentes los trabajadores, pero que, en su día, exigieron profesionales para su diseño y mecanización; servicios supervisados por personal poco especializado, de automatización parcial, taxistas, cines, etc.; y servicios controlados por especialistas, líneas aéreas, dirección de proyectos, etc. El último tipo de clasificación de los servicios, es muy útil para diseñar la estructura y el modo de operar de la empresa de servicios. Una clasificación de este tipo permite diseñar el tipo de empresa coherente con el servicio y el tipo de inversiones necesarios para realizar su implantación y desarrollo.

Existen varios modelos de clasificación de los productos y de los servicios según criterios unidimensionales. Richard B. Chase (1990) clasifica los productos y los servicios según su único criterio: el grado de contacto directo con el cliente que exige la venta y la distribución de los productos/servicios. Esta clasificación parte de los productos que para su venta mantienen un contacto débil con los clientes (bienes duraderos/ de consumo/ productos de las minas/ de la química) para alcanzar su cota máxima en el servicio puro, cuando el contacto del productor con el cliente es muy elevado, el ejemplo concreto que se acerca a la cúspide es el servicio prestado por los hospitales, que están en contacto íntimo con los clientes (Cuadro 3).

**Cuadro 3.** Clasificación de los servicios de Richard B. Chase según intensidad de contacto con los clientes.

<b>Tipo de contacto</b>	<b>Clases de servicios / productos</b>
<b>Contacto elevado</b>	Servicio puro Hospitales Transporte publico Restaurantes Escuelas Servicio mezclado Agencia de bancos, inmobiliarias Correos Compañías de informática Cuasi-manufactura Sedes bancos / administración Estado Manufactura
<b>Contacto débil</b>	Bienes duraderos / de consumo / minas / química/...

**Fuente:** Chase, 1990

Según Lovelock (1984) clasifica a los servicios en: 1) según la naturaleza y beneficiario del servicio y 2) según el tipo de transacción y tipo de relación empresa – cliente. La primera clasificación propone ordenar los servicios mediante la combinación de nuevos criterios. La combinación de ejes propuesta utiliza como criterio clasificador el destino de los servicios: personas y cosas; y la naturaleza de la prestación: tangible o intangible; lo que permite clasificar los servicios de una manera útil para diseñar sus políticas de marketing y de producción. A su vez, divide los servicios destinados a las personas en dos: al cuerpo y la mente, que pudieran ser acciones tangibles o intangibles (Cuadro 4). La segunda clasificación emite una comparación entre dos tipos de transacción: continua y discreta, los cuales se cruzan con el tipo de relación de la empresa hacia el cliente: formal o no formal (Cuadro 5).

**Cuadro 4.** Clasificación según la naturaleza y beneficiario del servicio (Lovelock, 1984).

<b>Beneficiario directo del servicio</b>					
		<b>Personas</b>	<b>Cosas</b>		
Naturaleza de la prestación	Servicios destinados al cuerpo de las personas	Servicios destinados a la mente de las personas	Servicios destinados a bienes materiales	Servicios destinados a bienes inmateriales.	
Acciones tangibles	Sanidad Transporte de personas Salones de belleza	Educación Programas de radio Servicio de información	Transporte de mercancías Mantenimiento Seguridad Limpieza	Bancos Asesoría legal Contabilidad Bolsa Seguros	
Acciones intangibles	Restaurantes Salones de peluquerías	Teatros Museos	Jardinería Servicios de veterinario		

**Cuadro 5.** Clasificación según el tipo de transacción y tipo de relación empresa-cliente (Lovelock, 1984).

<b>Tipo de transacción</b>	<b>Relación formal</b>	<b>Relación no formal</b>
<b>Transacción continua</b>	Seguros	Estación de radio
	Teléfonos	Protección policial
	Banca	Alumbrado publico
	Asociación profesional	Autopista publica
	Asociación recreativa	Alquiler de coches
<b>Transacción discreta</b>	Teléfono (larga distancia)	Correos
	Abono de teatro	Teléfono publico
	Autopista peaje	Cine y teatro
	Kilométrico publico	Transporte publico
	Alquiler de coches	Restaurante

### 5.5 Concepto de turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo (SECTUR, 2001).

## **Evolución del concepto**

La palabra turismo se deriva del latín *tornus* (torno) y *tornare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual (Ramírez, 1992).

Clive L. Morley (1990) señala que a pesar de su creciente importancia y del trabajo realizado por las personas que han estudiado al fenómeno, el turismo no es un concepto bien definido. Los esfuerzos por establecer una definición se remontan hasta 1933 y desde entonces se han realizado distintos acercamientos a una definición emanada del despliegue económico, sociológico, de comercio o por la preocupación de establecer estadísticas confiables de la actividad.

Autores como Neil Leiper y John Hunt coinciden en que definir al turismo no es una tarea sencilla, pues el término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años.

En la segunda mitad del siglo XX, aparece el turismo de masas como un fenómeno económico-social fruto de los cambios y transformaciones de la sociedad que surge posterior a la Segunda Guerra Mundial, y se consolida como una de las actividades productivas más dinámicas de la era pos-industrial. El turismo entonces se define como una actividad socioeconómica que se distingue de la simple actividad viajera y del movimiento de forasteros registrada en la época anterior.

En 1963, durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes y turismo internacional, se reconoció la importancia del turismo en las economías nacionales y en el comercio internacional y se establecieron definiciones y clasificaciones del turismo para fines estadísticos. Para 1965, se celebró en México el Congreso Internacional de Sociología, donde se definió al turismo como “el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan

diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones” (Cutíño, s/f).

Posteriormente, durante la conferencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT) celebrada en París en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo y se propuso su extensión para incluir todo movimiento de personas sin tomar en cuenta sus motivaciones. Más adelante, en junio de 1991, la OMT, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que “el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros” (OMT, 1991).

En resumen, se puede establecer que turismo es la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos y otras instalaciones para actividades diversas para individuos o grupos que viajan fuera de casa.

Por otro lado, turista y turismo son dos conceptos estrechamente relacionados. La Ley Federal de Turismo define al turista como “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley”.

La misma ley señala que servicios turísticos son los que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, subagencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentren ubicados en los establecimientos de hospedaje, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

## **5.6 La industria de los servicios turísticos**

El turismo es considerado como la segunda industria en importancia en México, el impacto positivo en lo económico y social que genera para la nación es irrefutable.

Pero para ser posible que esta industria sea una realidad, se necesita de muchas piezas, pequeñas industrias que están al servicio de los turistas.

A continuación les presentamos ocho de los principales servicios que brinda la industria turística de nuestro país:

**Hotelería:** Facilita hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

**Transportación:** Permite la movilidad de los viajeros, existen al menos 4 maneras diferentes de transportación: Aviación, carretero, ferroviario y marítimo.

**Alimentación:** Proporciona alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

**Guías:** Cuando se presta servicios de Guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural de algún lugar.

**Receptivos:** Se utilizan principalmente cuando se organizan eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.

**Agencias de Viajes:** Facilitan venta e información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

**Operadores Turísticos:** Ofrecen servicios especializados a los turistas, son los principales responsables de brindar al turista la mejor experiencia.

**Medios de Comunicación:** Permiten que los productos y servicios de los destinos turísticos se den a conocer de manera masiva en la sociedad, además brindan información del resto de los servicios turísticos.

El turismo hoy en día ha mostrado ya su valor apremiante en el desarrollo de las economías. Beneficia preferente a las naciones, estados y ciudades en desarrollo con la generación de empleos. La capacitación como parte del proceso de formación del recurso humano,

constituye un factor importante para el desarrollo de las empresas turísticas. Las micro, pequeñas y medianas empresas, suelen conformar la parte robusta de la industria turística.

El sector turístico se encuentra principalmente representado por la prestación de servicios que requieren el involucramiento de personas y no tan fácilmente pueden ser reemplazadas por la maquinaria, como sí lo es en otros sectores. Una empresa puede considerarse como la unidad económica de negocios con factores, objetivos y estrategias afines a sus condiciones y que buscan casi siempre la obtención de beneficios económicos, esto a través de la fabricación y comercialización de productos o bien con la prestación de servicios.

Partiendo del supuesto anterior y siguiendo lo dicho por Perla Guerrero González y Roberto Ramos Mendoza (2016), en cuanto a la tipología de las empresas, se puede decir que una empresa turística, refiere a aquella entidad económica estructurada, especializada o relacionada a motivos de viaje o turismo, que atiende necesidades del turista o visitante con la producción de bienes, prestaciones de servicios o bien como intermediaria entre el prestador de servicios turísticos y el visitante o turista. Este tipo de empresa como cualquier otra, requiere de factores o elementos esenciales para su operación y permanencia.

**Figura 1.** Factores esenciales en una empresa turística

<p><b>Recursos materiales</b> Edificios-Terrenos Maquinaria-Equipo Tecnologías</p>	<p><b>Recursos humanos</b> Capital Humano Trabajo subordinado</p>
<p><b>Recursos financieros</b> Capital Inversiones Utilidades</p>	<p><b>Recursos inmateriales</b> Procedimientos Experiencia Saber hacer</p>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Guerrero y Ramos (2016).

Toda empresa que desee mejorar sus niveles de productividad y calidad, deberán de invertir en la gestión y administración del capital humano

que en ella labora. Un departamento bien estructurado de Recursos Humanos en una empresa siempre tendrá mayor posibilidad de seleccionar y atraer al personal idóneo a la empresa para las vacantes que lo requieren (Mejías, 2005), además de preocuparse por el interés de formarlo y desarrollarlo en favor del trabajador mismo y de la organización.

## **5.7 Características del turismo y su contribución al desarrollo económico.**

### **5.7.1 Turismo convencional**

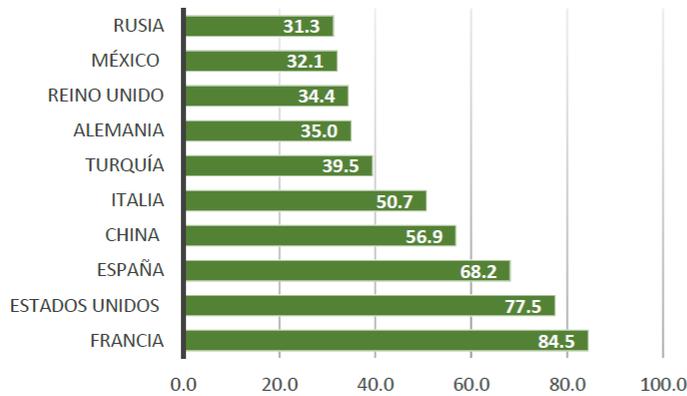
El turismo convencional, conocido también como el modelo de “sol y playa”, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

Algunas de sus características son: sus principales destinos son las grandes ciudades o playas. Sus principales actividades es visitar museos, zonas arqueológicas, templos y playas. Estas visitas se realizan generalmente con guías turísticas que explican y reconocen la importancia del destino al nivel nacional e internacional. Estos servicios turísticos se mantienen al margen de la actividad económica de la región donde se desarrolla. Suelen comercializarse productos y servicios sin restricciones.

El turismo de sol y playa es uno de los rubros más consolidados, ya que desde hace 40 años el Estado y los inversionistas privados, bajo la cobertura de reformas estructurales han creado enormes complejos costeros integrados y planificados centralmente; de ahí que también los beneficios estén muy focalizados y concentrados en un pequeño sector de la población, limitando el retorno de la inversión pública en términos de desarrollo económico y social.

Por esta razón es que las empresas turísticas operan bajo el esquema de control total de la calidad, con la final de tomar posiciones dentro de los mercados turísticos mundiales, a pesar de ello México en el 2015 ocupó

el 9° lugar de los países más visitado por el turismo internacional, siendo Francia, Estados Unidos y España los más visitados, generándose una derrama económica 17, 734 millones de dólares en este rubro (SECTUR, 2015).

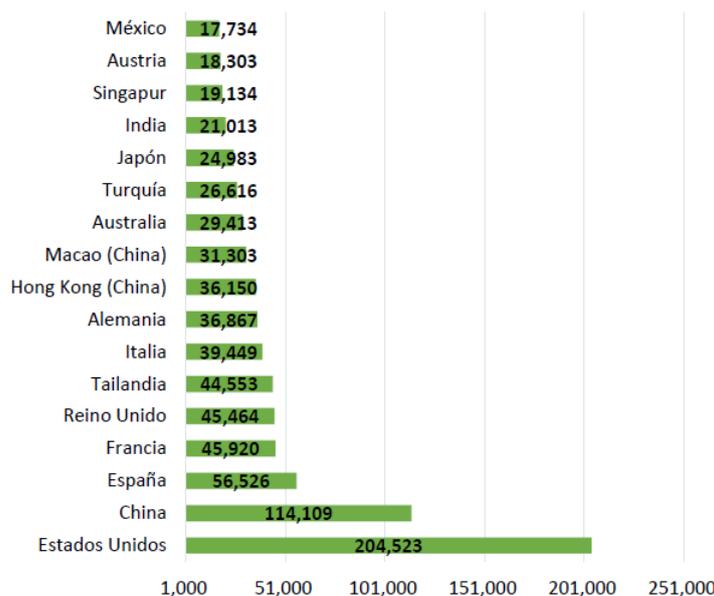


En 2015 México se posiciona en el lugar número 9 a nivel mundial por llegada de turistas internacionales :

**32.1 millones de turistas**

Para mayor información consultar Capítulo 3\_1  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

**Fuente:** SECTUR, 2015



En 2015 México se posiciona en el lugar número 16 a nivel mundial por ingreso de divisas por turistas internacionales:

**17, 734 millones de dólares**

Para mayor información consultar Capítulo 3\_1:  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

**Fuente:** SECTUR, 2015

Para el año 2016, los extranjeros que llegaron a México dejaron una derrama económica de 19 mil 570 millones de dólares, monto record en ingresos por turismo.

**Figura 2.** Ingresos obtenidos por turismo



**Fuente:** Banco Mundial

La dependencia federal señaló que los turistas vía aérea, que es el principal componente del turismo de internación, aumentaron en 10.7 por ciento, al pasar de 15.2 a 16.9 millones de viajeros extranjeros durante 2016.

Agregó que el flujo del turismo fronterizo registró un crecimiento de 5.4 por ciento, al pasar de 13.8 millones de turistas de enero a diciembre de 2015 a 14.5 millones en el mismo periodo de 2016.

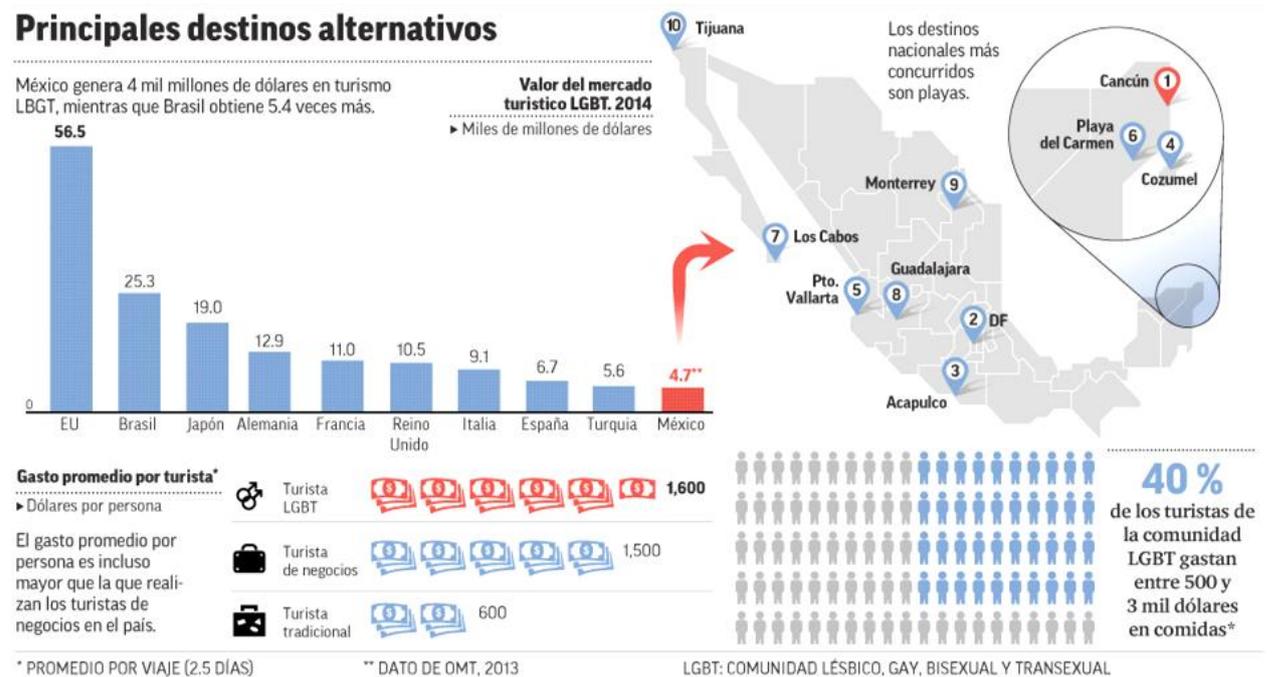
De esta cantidad, 12.2 millones ingresaron por automóvil, cifra 7.2 por ciento superior a 2015, precisó la Secretaría de Turismo en un comunicado.

Asimismo, las cifras publicadas por Banxico señalan que los excursionistas en crucero se incrementaron en 9.5 por ciento, pasando de 6.1 millones durante 2015 a 6.7 millones en todo 2016.

Cabe recordar que la principal nación emisora de turistas hacia México es Estados Unidos, con una proporción de siete de cada 10 extranjeros que visitan nuestro país.

Además, a pesar de los discursos de odio del presidente de la Unión Americana, Donald Trump, el flujo de viajeros por vía aérea entre México y Estados Unidos, sigue creciendo, ya que en 2016 registró un alza de 7.2 por ciento, según la Dirección General de Aeronáutica Civil.

**Figura 3.** Principales destinos del turismo convencional



**Fuente:** SECTUR, 2016

**Figura 4.** Llegada de turistas internacionales y su derrama económica.



**Fuente:** BANXICO, 2017

**La situación actual del turismo** con estos resultados, México podría escalar al 7° lugar en el ranking de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en recepción de turistas.

### **5.7.2 Turismo alternativo**

El turismo alternativo se ha constituido en una nueva forma de disfrutar el tiempo libre, el contacto con la naturaleza y la paz del paisaje; se trata de una modalidad de turismo respetuoso por la naturaleza. Basada en la actitud, en la conducta, en el compromiso que debe asumir la humanidad, en cuanto a la conservación.

A finales del siglo XX (1980) se ofertó una nueva modalidad de actividad turística, el denominado turismo alternativo que sucede en contacto con la naturaleza y con la creciente preocupación por el bienestar de las comunidades receptoras. Este tipo de experiencias turísticas surge a la par de los cambios de valores y estilos de vida de los habitantes de países desarrollados, la preocupación por la huella ecológica en los destinos convencionales de sol y playa. Surge en países de América Latina, África y Asia (Acevedo 2007; Cañada, 2012).

Según la CEPAL (2014), en América Latina existen 800 pueblos indígenas, con 45 millones de personas distribuidos entre Bolivia, Guatemala, Perú, Panamá, y México y son estos territorios donde las políticas públicas pretenden incidir en el desarrollo mediante un turismo alternativo, no de masas, si de experiencias amigables con la naturaleza.

México es un país diverso biológica y culturalmente, existen 11 millones de indígenas distribuidos en 27 Estados, en 64 172 Localidades (CDI, 2014).

El 61% de las empresas de turismo indígena se practica en municipios de medio, baja y muy baja marginación, contrario a la lógica de que predominan este tipo de experiencias turísticas en comunidades muy marginadas; sin embargo, es en Chiapas y Oaxaca donde se concentra una tercera parte de los servicios turísticos administrados por indígenas con un alto grado de marginación, situación adversa para el desarrollo de esta actividad (Palomino, 2016).

En la mayoría de los casos los beneficios son aprovechados por pequeñas elites locales y por actores externos a la comunidad que se ven favorecidos por los procesos de turistificación de los territorios

indígenas (constructores y consultores). Sin embargo, un enfoque comunitario del turismo en poblaciones indígenas constituye una estrategia de desarrollo innovadora y pertinente toda vez que en ella se integren las necesidades y expectativas de la comunidad desde una perspectiva horizontal. De acuerdo con lo anterior, es posible pensar que el reacomodo capitalista de las sociedades rurales confiere un lugar a los pueblos indígenas como depositarios del patrimonio biocultural de la humanidad (Toledo *et al.* 2008).

Previendo a futuro es necesario considerar que estos nuevos desequilibrios territoriales deben crear una nueva relación entre lo local y lo global como lo plantea Castell (1989 cit. por Manet, 2014), para un nuevo entendimiento del territorio y la creación de nuevos espacios de desarrollo que orbitan necesariamente alrededor del polo de desarrollo. Frente a la reestructuración productiva del campo, consistente en una disminución de las actividades primarias y una diversificación hacia las actividades rurales no agropecuarias.

En México el turismo comunitario se oferta con los siguientes nombres y variantes:

- a) Etnoturismo: basa la experiencia turística en la convivencia y formas de vida de culturas no occidentalizadas.
- b) Agroturismo: realizan turismo a partir de actividades productivas del sector primario.
- c) Ecoturismo: cuando la práctica turística está sustentada en los recursos naturales.
- d) Turismo de aventura la propia comunidad está capacitada para ofertar la realización de deportes extremos y puede combinarse con la caza y la pesca deportiva.
- e) Turismo histórico: cuando la comunidad oferta visitas a sitios, monumentos o edificaciones arquitectónicas con gran valor histórico.
- f) Turismo místico: su oferta principal son rituales, ceremonias y fiestas, así como la visita a lugares sagrados.

g) Turismo científico: donde la comunidad hace participe al turista de su tradición de conocimientos sobre plantas medicinales y nutritivas, así como su aplicación en la industria farmacéutica o alimentaria.

Algunos datos sobre el comportamiento del turismo alternativo

**Figura 5.** Turismo alternativo en cifras



**Fuente:** Sectur, 2017

**Figura 6.** Relevancia de la Ruta Maya para el turismo alternativo



**Fuente:** Sectur, 2016

En el contexto actual, México busca ser potencia en turismo de aventura y naturaleza. De los 35 millones de visitantes internacionales que arribaron al país en el 2016, 25% realizó al menos una actividad relacionada con este segmento turístico.

La Sectur, subrayó que el turismo de naturaleza es una actividad que está creciendo a nivel mundial. De acuerdo con cifras de la Adventure Travel Trade Association (ATTA por sus siglas en inglés) y la Universidad de George Washington de Estados Unidos, representa un mercado de 263 mil millones de dólares, con un crecimiento de 65 por ciento en los últimos cinco años.

México cuenta con estrategias para elevar la competitividad del sector turístico y ha elevado la cadena de valor de este segmento; tiene 182 áreas naturales protegidas y ocupa el primer lugar en diversidad de reptiles con 850 especies, el segundo en mamíferos con 530 especies y cuarto lugar en flora con 23 mil 500 diferentes especies, además de contar con más de mil 150 especies de aves.

## **VI. EL TURISMO EN MÉXICO**

### **6.1 Política económica**

La adopción del modelo de economía abierta para reorientar la Política Económica en México provocó desequilibrios en el crecimiento y la distribución interna de la riqueza porque el control del entorno macroeconómico, rezaga los indicadores del bienestar social e incrementa la pobreza y desigualdad.

Si bien la Política Social ha buscado compensar el deterioro en las condiciones de vida de la población, sus alcances son insuficientes en la medida que la misma Política Económica le impone límites que obligan a focalizar el gasto público hacia poblaciones objetivo con lo cual deja a una proporción amplia en situación de vulnerabilidad.

A pesar de que se buscó paliar los efectos derivados de la crisis de la deuda a través de un plan de estabilización, la evidencia empírica muestra que la economía, por el contrario, se ha desestabilizado; el crecimiento económico paralizado y los costos de dicha desestabilización han recaído esencialmente sobre los hogares, aumentando las cifras de población en condiciones de pobreza.

La concentración del ingreso, la tasa de desempleo, los desequilibrios macroeconómicos y las crisis recurrentes, junto con el aumento de la pobreza y la desigualdad social, denotan la necesidad de reorientar el proyecto de desarrollo nacional hacia una distribución más justa que lleven a mejorar sustancialmente las condiciones de bienestar.

La influencia de los lineamientos de la actual Política Económica de orden global, no sólo ha mostrado su incapacidad para crear condiciones de bienestar, sino además, ha neutralizado los efectos de la Política Social, la cual hoy en día se limita a tratar de contener el descontento social de la población marginada del país, aunque la violencia social se incrementó a niveles sin precedentes y tiene sus orígenes en la implementación de un modelo económico concentrador. Prueba de ello es que si bien han aumentado los recursos para el combate a la pobreza y desigualdad social, paradójicamente, su nivel y magnitud también se ha incrementado.

De esta manera, la realidad histórica demanda una transformación inmediata tanto de la Política Económica como de la Política Social, de lo contrario los costos sociales seguirán incrementándose y cobrarán su factura vulnerando la propia seguridad nacional.

## **6.2 Plan Nacional de Desarrollo**

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y de las metas del pilar “México Próspero”, el impulso al turismo nacional será determinante para generar crecimiento, empleos de calidad e ingresos para el bienestar de los mexicanos y para las comunidades.

El turismo pone en valor nuestro patrimonio cultural, histórico y natural; genera orgullo y sentido de pertenencia, y contribuye a construir una cohesión social. El turismo también brinda oportunidades a los individuos para desarrollar sus habilidades y nos alienta a fortalecer la educación y la cultura con una visión global (PDN, 2015).

En esta actividad participan más de 50 ramas de la economía y sus beneficios se propagan a amplios sectores de la sociedad, abriendo oportunidades de inclusión para las mujeres y los jóvenes, las comunidades indígenas y rurales. Como lo establece el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y la Política Nacional Turística, las estrategias, objetivos y líneas de acción del presente Programa son el resultado de una amplia consulta pública a través de siete foros regionales organizados para incorporar las opiniones y propuestas de más de 4,000 participantes tanto del sector y de la sociedad mexicana.

Dentro de los **objetivos del PND**, para el turismo son siguientes:

1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.
2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.
3. Facilitar el financiamiento y la inversión público–privada en proyectos con potencial turístico.

4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.
5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.

México es mucho más que playas hermosas. En un mercado mundial cada vez más competido, nos preparamos para diversificar y fortalecer nuestro producto turístico, incentivar las inversiones e incrementar nuestra participación en los mercados, con la sustentabilidad y el beneficio social como principios rectores fundamentales.

Los avances tecnológicos en la aviación y telecomunicaciones han ayudado a que nuevos destinos se incorporen a la competencia, generando condiciones en el flujo internacional que no se habían visto hasta ahora.

En la actualidad y en apego al PND (Plan Nacional de Desarrollo) 2013-2018, y el Programa Sectorial de Turismo, las políticas públicas deben ir encausadas a la productividad de la industria, mediante innovación y creatividad del sector turístico. Afín de alinear los programas y acciones de los tres órdenes de gobierno, coadyuvando también la política de las políticas turísticas hacia un objetivo común.

La administración actual del gobierno federal alineó las metas del sector de la siguiente manera:

<b>META NACIONAL</b>	<b>OBJETIVO DE LA META NACIONAL</b>	<b>ESTRATEGIAS DEL OBJETIVO DE LA META NACIONAL</b>	<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA</b>
<b>México próspero</b>	<b>Objetivo 4.11.</b> Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.	<p><b>Estrategia 4.11.1.</b> Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.</p> <p><b>Estrategia 4.11.2.</b> Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.</p> <p><b>Estrategia 4.11.3.</b> Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.</p> <p><b>Estrategia 4.11.4.</b> Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.</p>	<p><b>Objetivo Sectorial 1.</b> Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.</p> <p><b>Objetivo Sectorial 2.</b> Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.</p> <p><b>Objetivo Sectorial 3.</b> Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico.</p> <p><b>Objetivo Sectorial 4.</b> Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector</p> <p><b>Objetivo Sectorial 5.</b> Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.</p>

**Fuente:** PND/Programa sectorial 2013-18.

### **6.3 Política del Turismo en México**

El fenómeno de la Política Turística en México es complejo, para su estudio y análisis se hace necesario una evaluación de las políticas, programas y planes para promover el desarrollo turístico sustentable en México. Con el objetivo de poder proponer recomendaciones de políticas enfocadas en áreas prioritarias para el desarrollo económico y el aumento de las inversiones. Los temas más relevantes de la Política Turística son: La evaluación del actual modelo de desarrollo, las recomendaciones para el diseño de políticas y fortalecimiento de la gobernanza, así como mejoras en los sistemas de transportación, movilidad y conectividad para el viaje del turista; crecimiento incluyente, desarrollo regional y de nuevos destinos; diversificación de productos; inversión y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas.

México cuenta con una amplia gama de planes y programas en pro del turismo, pero lamentablemente la manera para identificar las prioridades políticas y aplicar medidas para abordarlas es inadecuada. Es por ello que no se ha logrado obtener el impacto esperado de este sector.

Es escasa la información disponible que evalúa en qué medida se priorizan e implementan las iniciativas, se miden y evalúan los resultados, así como las lecciones que se extraen para mejorar la política futura.

La importancia que tiene el turismo en México se refleja en la presencia del sector en los programas de desarrollo nacional, por lo que es importante contar con políticas públicas orientadas a lograr que nuestro país sea competitivo en los mercados turísticos mundiales.

Para abordar el tema de la política turística, debemos remontarnos al concepto de políticas públicas y tender una línea del tiempo de tal forma que se pueda vislumbrar el pasado, el presente y atisbar este sector estratégico en el nuevo proyecto de nación. Sin embargo, es importante acotar que toda política es un asunto de corto plazo, la inmediatez es lo imperativo.

Política es entendido como las relaciones de poder, procesos electorales, confrontaciones con el gobierno.

Políticas es el conjunto de acciones, decisiones u omisiones de los actores involucrados en los asuntos públicos.

Lo anterior aplica a los diferentes sectores de la administración pública, siempre que hablemos de políticas nos referiremos al diseño de una acción colectiva intencional para resolver un asunto de interés colectivo y beneficio público, implica necesariamente la toma de decisiones de un conjunto de alternativas (Aguilar, 1993).

En los años sesenta y setenta el gobierno mexicano implantó un patrón de políticas públicas con un modelo importador, en los ochentas un modelo basado en la explotación del petróleo, posteriormente y hasta hoy el modelo es neoliberal.

El turismo es un sector económico de suma importancia en México y el país desempeña un papel prominente en el turismo a nivel mundial. En 2014 el sector representó directamente el 8.5% del PIB, el 5.8% del empleo remunerado de tiempo completo y el 77.2% de las exportaciones de servicios. Contribuye positivamente a la balanza de pagos de México y genera un valor superior al promedio para la economía. Un récord de 32.1 millones de turistas internacionales, aportaron MXN 246,100 millones de pesos (US \$ 15,500 millones de dólares) a la economía en el 2015, con un crecimiento en los flujos de personas y monetarios hacia el país, superando el crecimiento del sector en otras economías avanzadas y emergentes en los últimos años (OCDE, 2016).

Esto se ha dado tras un período prolongado de crecimiento prudente. El turismo interno también es significativo, aportando 88 de cada 100 pesos mexicanos del consumo en el sector, en apoyo al empleo y al desarrollo de regiones que no atraen visitantes internacionales.

El crecimiento del sector turístico de México es superior al de muchas otras economías emergentes y ha contribuido a una balanza turística saludable, ayudando a compensar la baja en los ingresos procedentes del petróleo.

Sin embargo el potencial del turismo para impulsar un crecimiento incluyente y sostenible, así como para mejorar el desarrollo local y regional en México, tiene un amplio margen a ser explotado, y el sector enfrenta también retos diversos en materia de competitividad y sostenibilidad.

Los principales desafíos en materia política incluyen la necesidad de adaptar el modelo de desarrollo turístico para hacerlo más incluyente, para fortalecer su gobernanza, incrementar apoyos a las micro y pequeñas empresas y vincular nuevos mercados y destinos.

### **6.3.1 Marco normativo de la Política Turística en México**

Uno de los aspectos fundamentales en el planteamiento de las políticas públicas enfocadas al sector turístico, es la consideración de la Ley Federal de Turismo. Que tiene por objeto:

- Programar la actividad turística,
- Elevar el nivel de vida, económico, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística;
- Establecer la coordinación con las entidades federativas y los municipios para la aplicación y cumplimiento de los objetivos de esta Ley;
- Determinar los mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejoramiento, protección, promoción y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el equilibrio ecológico y social de los lugares de que se trate.
- Orientar y auxiliar a los turistas nacionales y extranjeros;
- Optimizar la calidad de los servicios turísticos;
- Fomentar la inversión en esta materia, de capitales nacionales y extranjeros;
- Propiciar los mecanismos para la participación del sector privado y social en el cumplimiento de los objetivos de esta Ley; y

- Promover el turismo social, así como fortalecer el patrimonio histórico y cultural de cada región del país.
- Garantizar a las personas con discapacidad la igualdad de oportunidades dentro de los programas de desarrollo del sector turismo.

Esta Ley también se encarga de regular todo lo que comprende los servicios turísticos, prevé la creación de un fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), cuyo objeto es participar en la programación, fomento y desarrollo del turismo (Moreno, 2014).

Como complemento a esta Ley, se cuenta con el Reglamento de la Ley Federal de Turismo, que cuenta con los siguientes ordenamientos legales:

- Reglamento interior de la Secretaría de Turismo
- Reglamento interior de la Comisión ejecutiva de Turismo
- Acuerdo por el que se adscriben orgánicamente las unidades administrativas y órganos desconcentrados al que se refiere el reglamento interno de la Sectur.
- Acuerdo por el que se resectoriza el Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

### **6.3.2 Formulación de políticas públicas del sector turístico**

Según Vázquez (2012) el desarrollo turístico en México tiene su conformación en función a las relaciones de poder entre gobierno federal, grupos empresariales y agentes externos (turistas y visitantes), en un escenario de negociación de espacios de poder económico y simbólico (identidad nacional).

Al identificarse que existen lugares que despiertan el interés en los visitantes, se comienza a determinar las características del “deber ser lo mexicano auténtico”, pero también coexisten actores motivados por interés e ideas distintas.

A 40 años de un modelo de desarrollo turístico basados en Centros Integralmente Planeados (CIP) y la promoción del turismo rural, sigue con la cuenta pendiente de reducir la pobreza, según el CONEVAL citado por (Solano-Báez, 2017).

Analizando el caso del Estado de México (González-Domínguez, 2018) afirma que las políticas públicas han sido orientadas a infraestructura poco planeadas, pero que facilitó el manejo discrecional de recursos públicos, favoreciendo además el protagonismo de la política, perpetuando el manejo clientelar del recurso hacia las comunidades indígenas.

Según la CEPAL (2014), en América Latina existen 800 pueblos indígenas, con 45 millones de personas distribuidos entre Bolivia, Guatemala, Perú, Panamá, y México y son estos territorios donde las políticas públicas pretenden incidir en el desarrollo. En el caso de México no se perciben beneficios reales y si fuerte afectación al ambiente natural.

Sucede que en México en las zonas rurales hay menos pobres pero que son más pobres comparados con los de la ciudad y en las zonas urbanas existen más pobres pero que son menos pobres comparados con los de las zonas rurales. Es ahí donde el turismo entra a escena como el redentor de la miseria y como paliativo de la política agraria, para generar una alternativa complementaria de ingresos no agrícolas en zonas marginadas (Sánchez, 2007). En el caso como el de Acapulco, varios desarrollos turísticos en México iniciaban con despojos de tierras ejidales, FONATUR ha sido el principal facilitador aprovechando las reformas al Artículo 27 Constitucional (Castro, 2009 cit. por Solano-Báez, 2017).

**Figura 1.** Aspectos relevantes de la política turística en México

<b>Las primeras políticas...</b>	<b>¿Opción de desarrollo?</b>	<b>Las transformaciones</b>
Periodo: 1984-1988 Alcanzar la racionalidad y eficiencia en la prestación de servicios.	Periodo: 1995-2000 Fortalecer la competitividad, y el fomento al desarrollo regional.	Periodo: 2001-2006 Eje rector 2 Impulsar el desarrollo del turismo domestico que plantea operar y diseñar un programa para el Turismo Social y diversificación de destinos.
Periodo: 1991-1994 Lograr un desarrollo equilibrado en el ámbito regional y canalizar los beneficios hacia las economías locales.	Las áreas prioritarias son los destinos tradicionales y CIP's (Centros Integralmente Planeados), frontera norte, grandes ciudades (Ciudades patrimonio de la humanidad). Barrancas del Cobre en Chihuahua, Mundo Maya y ANP (Áreas Naturales Protegidas) de México.	Periodo: 2007-2012 Estrategia: hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza.

**Fuente:** Solano-Báez, 2017.

Actualmente después de pasar por las etapas ya descritas, la actual política turística favorece a los turistas e inversionistas. Cabe reiterar que la mera construcción de cabañas u otra infraestructura básica por si sola y sin capacitación, crea falsas expectativas y falacias en los campesinos, generando tensiones internas. Los únicos beneficiados son los dueños de empresas constructoras y consultores externos. Las futuras intervenciones deberán ser más eficaces en la planificación territorial y el desarrollo de capacidades.

La política nacional turística (PND 2013-2018), es un documento que establece las bases para cambiar las tendencias del sector turístico, delineando los factores clave en los que se debe incidir para alcanzar los beneficios de esta industria en el desarrollo nacional y apoyar en la conducción de acciones para potenciarlo. Cuenta con cuatro directrices:

- 1) Ordenamiento y transformación sectorial
- 2) Innovación y competitividad

- 3) Fomento y promoción
- 4) Sustentabilidad y beneficio social

### **6.3.3 Hacia un enfoque holístico y una gobernanza sólida de la política turística**

El turismo ocupa un lugar primordial en la agenda política de México. El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 identifica al turismo como uno de los seis sectores preeminentes y establece una agenda estratégica para modernizar y reposicionar la industria turística de México a nivel mundial y aprovechar mejor el potencial económico del sector.

El Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 detalla las estrategias y acciones para lograrlo. El turismo es también un pilar fundamental del Plan Nacional de Infraestructuras 2014-2018, que reconoce la necesidad de tener en cuenta al turismo en la planificación de infraestructuras e incluye por primera vez una cartera de inversiones dedicada al sector; mientras que los Programas de Desarrollo Regional 2014-2018, contienen planes para aprovechar la capacidad del sector, para estimular las economías regionales y apoyar a las comunidades rurales.

Las dimensiones turísticas de estas estrategias y planes son ambiciosas, de amplio alcance y proporcionan el marco de política general para el desarrollo del turismo en México. Asegurar que estos planes y acciones sean efectivamente coordinados e implementados será vital para lograr el potencial de desarrollo del turismo en México y poder cumplir con los ambiciosos objetivos. Esto requiere un sistema de gobernanza más fuerte, más eficiente y un enfoque integrado que sea bien coordinado entre los diferentes actores gubernamentales, los diferentes niveles de gobierno y con una participación más estrecha del sector privado.

Sin embargo, las autoridades y los representantes políticos en México todavía no ha dimensionado claramente al turismo como un concepto holístico para convertirlo en un pilar de la economía nacional. Los

sectores público y privado del país deben ser un binomio que genere los elementos vitales para *ser y hacer* un ejercicio competitivo en la dirección y acción del turismo en la política nacional.

La expresión de la política turística a lo largo de los diferentes periodos gubernamentales deja entrever, de manera concisa, que en el destino turístico de México no se ha fortalecido una cultura empresarial capaz de poner en juego una diversidad de acciones que le permitan ser competitivo en los actuales mercados turísticos mundiales en el contexto de la hipercompetitividad.

Con la finalidad de complementar lo anterior, se considera lo que menciona (López, 2004) acerca del concepto de producto y destino turístico.

La complejidad del producto turístico es un hecho derivado del propio fenómeno de su singular significado como actividad económica. En los últimos años se utiliza cada vez más el concepto producto turístico como representativo de una realidad compleja y sustitutoria de conceptos anteriores menos agregados. Un producto turístico es, pues, una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones.

#### **6.4 Evolución del turismo en México**

Nacimiento (1920-1940)

En 1936 la dirección Federal de Población se encarga de vigilar la promoción y servicios turísticos y un año después, dependiente de la Secretaría de Gobernación se crea el Departamento de Turismo.

Desarrollo (1940-1958).

Incursiona el sector privado y se promulga la Ley Federal de Fomento al Turismo, desde la cual se fomentó el turismo y se reguló la prestación de los servicios turísticos, mejorando la infraestructura en algunos destinos turísticos.

Tecnificación (1958-1974)

Se valoró el potencial del sector como fuente de divisas, reformándose la anterior ley en dos ocasiones, generándose un catálogo de ofertas turísticas, reglamentándose ya la acción de los guías. Se crea la Dirección General de Turismo Social, entre otros avances sustanciosos en materia financiera y de fomento.

Actualidad (1980-)

Se logró la consolidación de centros turísticos, fomentando el turismo extranjero, basando su auge en la optimización de la capacidad instalada, cediendo a la iniciativa privada empresas “no rentables del Estado”. En el 2002 la reforma al Artículo 73 de la Constitución que faculta al Congreso a expedir leyes en materia Turística de forma concurrente en los tres órdenes de gobierno (López, s/f).

### **6.5 Centros turísticos receptores en México**

De acuerdo con el Banco de México, durante los últimos años la llegada de turistas internacionales registró un crecimiento anual de 21.5%, superando los 29.3 millones de turistas y alcanzando un nuevo máximo histórico. Con este crecimiento México regresó al top ten mundial en los países con más llegadas de turismo internacional.

Es importante destacar que durante el período 2012-2014 el turismo receptivo creció a una tasa anual en promedio de 8.2%. El turismo por vía aérea mostró un incremento favorable de 8.9% promedio anual, resultados favorables que también tuvo el turismo por vía terrestre, al señalar 5.0% promedio anual. Los ingresos por concepto de turismo receptivo durante 2014 se incrementaron en forma significativa en un 20.1% respecto a 2013, al pasar de 11,311 a 13,580 millones de dólares, este repunte se vio influenciado por el aumento en los ingresos por vía aérea, que pasaron de 10,612 a 12,772 millones de dólares, con un nuevo nivel máximo histórico registrado en los últimos diez años, representando en 2014 el 94.1% del total de gasto realizado por concepto de turismo receptivo.

En 2014, la llegada de pasajeros vía aérea aumentó 8.3% con respecto a 2013, alcanzando la cifra de 49.9 millones de pasajeros, que casi en su

totalidad (98.7%) arribaron en vuelos regulares. Por su parte, la llegada de pasajeros en vuelos nacionales superó los 32.8 millones de personas, que representan un incremento de 8.3% comparado con 2013. Asimismo, el número de vuelos nacionales aumentó 6.4%, con 402 mil vuelos registrados en 2014. En tanto que los pasajeros en vuelos internacionales que representan el 34.3% del total de llegadas vía aérea, registraron 17.1 millones de llegadas, que reflejan un aumento de 9.1% respecto a 2013. Este resultado estuvo acompañado de un mayor número de vuelos internacionales en 2014, con un incremento de 6.2%, alcanzando una cifra de 149 mil vuelos. Durante 2014, los aeropuertos que recibieron el mayor número de pasajeros nacionales fueron: Ciudad de México (11,334,965), Monterrey (3,086,789), Guadalajara (2,930,837), Cancún (2,803,811) y Tijuana (2,264,613); los cuales representan el 68.3% del total. En tanto que, los aeropuertos que recibieron el mayor número de pasajeros internacionales fueron: Cancún (5,863,684), Ciudad de México (5,746,934), Guadalajara (1,369,049), Los Cabos (1,179,434) y Puerto Vallarta (1,065,036); los cuales en conjunto representan el 88.9% del total.

El número de visitantes registrados en 2014 a museos, monumentos históricos y zonas arqueológicas administrados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) fue de 21.6 millones de visitantes, superando en 2.1% el número de visitas observado en 2013. Por su parte, sobresalen los 17.2 millones de visitantes nacionales que representan el 79.9% de las visitas, en tanto que el 20.4% restante lo registran los visitantes extranjeros con 4.4 millones de personas. Las entidades que mayor número de visitantes nacionales y extranjeros recibieron en estos sitios durante 2014 son: Distrito Federal (5.6 millones de personas), Estado de México (3.4 millones de personas), Yucatán (2.9 millones de personas) y Quintana Roo (2.2 millones de personas), las cuales concentran el 65.5% del total de visitas. Destacan el Distrito Federal en el número de visitantes nacionales, con 5.2 millones de personas y Yucatán en el número de visitantes extranjeros, con 1.4 millones de personas.

Los principales destinos turísticos de México -Cancún, Riviera Maya, Los Cabos, Puerto Vallarta y Ciudad de México, Estos cinco destinos representan 80% de los viajes de turistas extranjeros a México, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2015).

Los principales centros de playa visitados en México son: Riviera Maya, Cancún, Acapulco, Los Cabos, Puerto Vallarta, Mazatlán, Nuevo Vallarta, Veracruz, Ixtapa-Zihuatanejo, Cozumel, Manzanillo, Huatulco, La Paz, Puerto Escondido, Rosarito, Isla Mujeres, Loreto, Tonalá-Puerto Arista y San Felipe.

Las principales ciudades que reciben turistas: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Querétaro, Mérida, León, Oaxaca, Tijuana, San Luis Potosí, Villahermosa, Aguascalientes, Ciudad Juárez, Morelia, Toluca, Tuxtla Gutiérrez, Chihuahua, San Cristóbal, San Juan de los Lagos, Zacatecas, Guanajuato, Hermosillo, Culiacán, Palenque, Xalapa, Irapuato, Celaya, Mexicali, San Miguel de Allende, Coatzacoalcos, Durango, Los Mochis, Pachuca, Campeche, Colima, San Juan del Río, Valle de Bravo, Tequisquiapan, Comitán, Taxco, Salamanca, Piedras Negras, Tlaxcala, El Fuerte y Tecate.

## **VII. EL TURISMO Y EL DESARROLLO RURAL**

### **7.1 Crecimiento económico y desarrollo**

El nivel de desarrollo de un país se refleja en una serie de indicadores como el PIB per cápita, el índice de analfabetismo, la tasa de ahorro, la tasa de crecimiento de la población, entre otros. Al analizar la actividad económica durante largos periodos de tiempo, las fluctuaciones en el corto plazo pierden relevancia, y en contraste, destaca el concepto de crecimiento económico, que no es más que el aumento continuo de la producción agregada real con el paso del tiempo, es decir, el crecimiento económico es un proceso sostenido a lo largo del tiempo en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente (Mochón, 2008).

La producción crece en el largo plazo porque aumenta la dotación y la calidad de los factores productivos y porque mejora la tecnología. La teoría del crecimiento es la que se ocupa de explicar esta tendencia de la economía, así como de analizar sus características.

Sin embargo, el crecimiento económico es sólo un aspecto de un proceso más general: el desarrollo integral de una sociedad. Lo que significa que la evolución de cualquier sociedad a lo largo del tiempo refleja cambios fundamentales en su organización y en sus instituciones. Cabe mencionar, que con el estudio del crecimiento económico, sólo se analiza una parte de ese desarrollo social, por lo que al medir el crecimiento económico necesariamente se incurre en supuestos simplificadores.

En gran medida, las diferencias que existen entre los niveles de vida de todo el mundo se deben a la diferencia en la productividad, es decir, en la cantidad de bienes y servicios producidos en cada hora de trabajo realizado, pero también a la tenencia de los medios de producción, que en el sistema capitalista son de tipo privado y la riqueza generada se reparte inequitativamente entre los dueños de los medios y los trabajadores, que únicamente poseen su fuerza de trabajo.

El crecimiento económico depende del incremento en los recursos naturales, el capital y el trabajo, además de la eficiencia con la que se utilizan dichos recursos. La eficiencia mejora como resultado de los avances tecnológicos.

En microeconomía, existe un concepto llamado costo de oportunidad y de manera coloquial se refiere a que “no hay nada gratis”, es decir, el costo de oportunidad es la cantidad de bienes o servicios a los que se debe renunciar para obtener otro(s). Y, extrapolándolo al crecimiento económico, se deben mencionar las ventajas de éste, así como sus costos.

Las ventajas del crecimiento económico son: nivel de vida más elevado, mayores ingresos fiscales y mayores servicios públicos, mayor nivel de renta a repartir y aumento del empleo.

Los costos del crecimiento económico se pueden resumir en:

- Disminución del consumo, condición necesaria para poder ahorrar y posteriormente invertir, pero la inversión significa acumulación del capital, actividad que, en la mayoría de los casos, se realiza a costa de sacrificar los niveles de vida de la población.
- Agotamiento y deterioro de los recursos naturales.
- Contaminación del medio ambiente, lo que repercute en la calidad de vida de la población.

La preocupación por los efectos negativos del crecimiento económico, así como la disponibilidad de recursos naturales, ha conducido a preguntarse durante cuánto tiempo se puede mantener un incremento en las tasas de crecimiento. Lo que nos conduce a otro concepto distinto, pero relacionado: el desarrollo.

El desarrollo es un concepto difícil de definir con precisión, pero se refiere a la brecha real que separa los niveles de vida en unos y otros países.

Para hablar de desarrollo, es necesario hacer referencia al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que es un organismo miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que trabaja desde 1965 con el objetivo de disminuir la pobreza en el mundo y los problemas asociados con ésta, a través de prácticas que coadyuvan al desarrollo humano y el progreso económico y social de los países.

Para el PNUD (2009), el desarrollo de un país no puede ser entendido desde la perspectiva única del crecimiento económico. El propósito final del desarrollo se encuentra en cada uno de sus habitantes y en las

posibilidades que ellos tienen para elegir una vida en la que puedan realizar a plenitud su potencial como seres humanos.

El desarrollo humano consiste en la libertad que gozan los individuos para elegir entre distintas opciones y formas de vida. Los factores fundamentales que permiten a las personas ser libres en ese sentido, son la posibilidad de alcanzar una vida larga y saludable, poder adquirir conocimientos individual y socialmente valiosos, y tener la oportunidad de obtener los recursos necesarios para disfrutar un nivel de vida decoroso. En el núcleo del concepto de desarrollo humano se encuentran las personas y sus oportunidades, no la riqueza que poseen, el ingreso que devengan, o las mercancías y servicios que consumen (PNUD, 2009).

Dado que el desarrollo abarca múltiples aspectos, medirlo resulta difícil, por lo que se han generado diversos indicadores, entre los que destacan: renta por habitante, índices de analfabetismo, tasa de ahorro por habitante, tasa de desempleo, distribución interna del ingreso, crecimiento de la población y estructura productiva y tecnológica.

El PNUD mide los logros de un país en cuanto al desarrollo humano mediante el Índice de Desarrollo Humano (IDH). Este índice se construye mediante tres elementos que son:

- Una vida longeva y sana, medida por las esperanzas de vida al nacer.
- El conocimiento, medido por la tasa de analfabetismo adulto y la tasa de matrícula total combinada de educación primaria, secundaria y terciaria.
- Un nivel económico de vida decente, medido por el Producto Interno Bruto per cápita.

Con base en este índice, el PNUD clasifica a los países en tres grandes grupos:

- País con desarrollo humano alto (IDH  $\geq$  0,8): 83 países.

- País con desarrollo humano medio ( $0,5 \leq \text{IDH} < 0,8$ ): 75 países.
- País con desarrollo humano bajo ( $\text{IDH} < 0,5$ ): 24 países.

Aunque México está considerado como un país con “desarrollo humano alto”, con un IDH de 0.814, alrededor del 47% de la población vive en condiciones de pobreza, estando el 18.2% en situación de pobreza alimentaria o extrema. Lo que refleja la característica principal del país: la desigualdad (CCA-ONU, 2006).

La relación existente entre crecimiento económico y desarrollo difícilmente puede ser refutada. Sin embargo, varios autores como Ranis (2000) plantean la existencia de dos relaciones entre crecimiento económico y desarrollo humano. La primera de ellas consiste en una cadena de crecimiento a desarrollo humano, y la segunda en sentido opuesto (Esquivel, 2002).

En la primera cadena, Ranis (2000) asegura que el crecimiento establece vínculos que conducen hacia un mayor desarrollo humano, pero el mismo nivel de PIB puede representar desempeños distintos de desarrollo humano, porque depende de factores sociales, políticos e institucionales que determinan la forma en que se asignan los recursos. Lo que significa, que el impacto del crecimiento será mayor sobre el desarrollo humano, en la medida que el ingreso se distribuyan de una manera menos desigual y los hogares asignen una mayor proporción de sus ingresos en bienes de capital humano.

En la segunda cadena, se establece que el desarrollo humano produce vínculos que conducen hacia un mayor crecimiento económico, dado que a mayores niveles de desarrollo humano (medido mediante el IDH), el nivel de actividad económica se modifica como consecuencia de la mejora de capacidades personales, lo que se traduce en una mayor productividad, es decir, el impacto del desarrollo humano sobre el crecimiento será mayor, en la medida que la tasa de inversión en capacidades se incremente y, como en el caso de la primera cadena, el ingreso sea más equitativo. De lograrse ambas condiciones, Ranis

(2000) concluye que se puede llegar a un círculo virtuoso que permita la elevación del nivel en la calidad de vida de la población.

## **7.2 Desarrollo rural**

En los países del tercer mundo las sociedades rurales sufren de empobrecimiento, desintegración social, emigración en gran escala y devastación ambiental. Aunque todavía existe debate para asignar responsabilidades, la mayor parte de los pobres continúan viviendo en zonas rurales y luchando contra todo para sobrevivir. Para muchos, la pobreza y la marginalidad aún son obstáculos difíciles de superar. El debate moderno alrededor del desarrollo rural, inspirado en parte por la búsqueda de la sustentabilidad, permea todas las dimensiones de la vida en estos países (Barkin, 1998).

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), los cambios sociales, económicos, culturales y políticos que han surgido como consecuencia de la globalización han afectado al medio rural y a la agricultura. No obstante, estos cambios ofrecen oportunidades y retos que pueden contribuir a mejorar las condiciones de equidad y de sustentabilidad del medio ambiente, problemas de urgente atención en la agenda de nuestras sociedades. La necesidad de superar los impactos negativos de la globalización requiere un enfoque de desarrollo sustentable que permita visualizar también el desarrollo desde lo rural, principalmente en el caso de Latinoamérica y el Caribe, este desarrollo debe contribuir a la gobernabilidad democrática de sus sociedades (IICA, 2000).

En los países latinoamericanos, el espacio rural ha venido evolucionando encontrándose ante un nuevo escenario rural, basado en un carácter territorial, que deja visualizar los asentamientos humanos y sus relaciones en un continuo rural-urbano expresado en el desarrollo progresivo de actividades agrícolas no tradicionales y actividades no agrícolas en el medio rural.

Las nuevas demandas de la sociedad como la demanda creciente de alimentos, materias primas, empleo y conservación de los recursos naturales así como los cambios sociales, económicos, políticos y ecológicos que afectan la agricultura y al medio rural han obligado a una nueva conceptualización sobre lo rural.

Para el IICA (2000) la nueva concepción de lo rural se vincula con seis aspectos fundamentales:

- a. Aumento de la producción, la productividad y la seguridad alimentaria;
- b. Combate a la pobreza para buscar equidad;
- c. Preservación del territorio y rescate de los valores culturales para fortalecer la identidad nacional;
- d. Desarrollo de una nueva cultura agrícola y rural que permita la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales;
- e. Aumento de los niveles de participación para fortalecer el desarrollo democrático y la ciudadanía rural;
- f. Desarrollo de acciones afirmativas para visibilizar y apoyar la participación de las mujeres, habitantes de los primeros pueblos (indígenas) y jóvenes, en el desarrollo nacional desde lo rural.

Por lo tanto, se hace imprescindible que los países respondan a las realidades y oportunidades que ofrece esta nueva concepción de la ruralidad, mediante el establecimiento de políticas de desarrollo rural sustentable centradas en el desarrollo humano, aprovechando el capital humano, físico, natural, social y cultural y el patrimonio histórico y arqueológico de sus comunidades rurales (IICA, 2000).

### **7.2.1 Desarrollo Económico Local**

Boisier (2005) define desarrollo económico local como: “Un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local, en el que se pueden identificar tres dimensiones: una económica, en la que los

empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra sociocultural, en la que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y , finalmente, una dimensión político-administrativa, donde las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegiendo de interferencias externas e impulsando el desarrollo local”.

En este sentido, el desarrollo está localizado e incrustado en las características económicas, técnicas, sociales, políticas y culturales de ese lugar en particular. Por lo que habría que retomar lo que sigue planteando Boisier (2005), “que el desarrollo es un fenómeno dependiente de la trayectoria e históricamente evolutivo y que, como tal, se inicia siempre en un lugar (o en varios, pero nunca en todos), siempre como un proceso esencialmente endógeno (aunque su base material puede ser considerablemente exógena), siempre descentralizado y siempre con una dinámica de tipo capilar de abajo hacia arriba y hacia los lados...”.

Las otras dos categorías clave de este concepto, son: “desarrollo” y “lo económico local”, respecto a la primera categoría surge después de la Segunda Guerra Mundial, asignada para las Naciones que quedaron al margen de la reconstrucción de los países ya desarrollados involucrados en la guerra y se les denominó “Países del Tercer Mundo o países en vía de desarrollo” cargando en su haber con una historia y modificaciones a esa categoría desde esa época, al que han estado condicionados los modelos de desarrollo que se han implementado. Esta categoría ha mutado a partir de la concepción de desenvolvimiento que es la traducción de la palabra inglesa “development” o “développement” en francés, aplicada a una sociedad a la que no se intentaba reconstruirla, sino desenvolverla, como si fuese este grupo humano una larva que se desenvuelve y da lugar a la mariposa (Boisier,2005).

A pesar de los estragos conceptuales y metodológicos sobre dicha categoría, actualmente se destacan otros elementos que redimensionan el “desarrollo” como categoría y método, a pesar de la globalización como modelo imperante, se abordará con la categoría de lo local a como lo plantea González, (2011) “...al resaltar las potencialidades empresariales, de emprendimiento endógeno en armonía con su entorno natural, cultural y social, lo humano como centro de cualquier desarrollo, la equidad como garante de que todos acceden a la posibilidad de ser parte de él, lo ecológico como factor total para sostener el medio que los seres humanos se planteen, lo ético como el respeto a los valores humanos en todas sus acepciones, la solidaridad como un valor en relevancia para que predomine la unión para avanzar todos y cada uno de los seres humanos de un territorio, en contraposición a la competencia desleal y unipersonal y lo participativo como garante de que las personas sean sujeto del desarrollo y no objeto de éste”.

### **7.2.2 Contribución del Turismo Rural al Desarrollo Local**

En México, uno de los organismos públicos que más impulsa el turismo en comunidades rurales es la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), a través del Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI), que otorga recursos financieros para este tipo de proyectos, en la modalidad de “fondo perdido”.

La Secretaría de Turismo de México sitúa al turismo en comunidades indígenas como una forma de turismo rural, el cual define como “los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”, y señala al etnoturismo como los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones” (SECTUR, 2004).

En base a algunos estudios realizados por la (SECTUR, 2011) del Estado de Chiapas, destacan los siguientes indicadores y como han contribuido al desarrollo local:

- Indicador: Importancia del turismo en la economía local.
  - El turismo tiene gran importancia en la economía local de cada comunidad en donde se ejerce.
  - La práctica del turismo viene siendo una actividad complementaria para las localidades y ejidos.
  - El turismo ha generado gran número de empleos directos e indirectos al interior de las comunidades donde se oferta este servicio.
- Indicador: Preferencia como actividad principal en las comunidades rurales.
  - El turismo rural en las comunidades del estado de Chiapas es una de las modalidades más atractivas y sugeridas debido a la diversa vegetación, variedad de fauna, tradiciones, gastronomía entre otras actividades endémicas que desde tiempos memorables se han venido practicando entre los habitantes locales.
  - La actividad turística en comunidades rurales está presente como una actividad complementaria con un 70% de presencia, donde el 30% restante se le considera como actividad principal.
- Indicador: Dependencia de empleo respecto a la actividad turística.
  - Se considera el turismo como actividad laboral complementaria, aunque se demuestra el interés por emplearse en la actividad turística, que en algunos casos suele ser la mejor remunerada.
  - Los principales empleos que se generan a través de la actividad turística son el giro de la venta de alimentos y bebidas.
  - Se ha analizado que las personas involucradas en la actividad turística se benefician económicamente, benefician a su propia familia y a otras.
  - Un aspecto negativo que se ha observado en algunas comunidades, fue que las personas desean incursionar en la actividad turística como forma de vida, pero desean ser apoyados

totalmente por instituciones públicas o de gobierno, sin realizar esfuerzo alguno.

- Indicador: Socio-cultural

- La influencia de los visitantes foráneos no afecta las costumbres de las comunidades receptoras.
- Un grave impacto negativo, es que los visitantes en ocasiones afectan el patrimonio, al dañar las instalaciones, o dejar basura tirada en los espacios naturales.
- Las empresas de turismo rural buscan que se dé una mayor promoción de sus comunidades y por lo tanto mayores ingresos para ellos.
- El servicio médico en todas las comunidades es ineficiente y escaso.

- Indicador: Económico

- La actividad turística tiene una presencia de forma complementaria en la economía de los oferentes de servicios turísticos de dichas comunidades, presentando ingresos que lamentablemente en la mayoría de las veces alcanzan a cubrir las necesidades básicas de cada uno de los integrantes del hogar, impactando así en la calidad de vida de estos empresarios.
- Es necesaria la intervención del gobierno como agente de cambio en el desarrollo de las comunidades, en donde se desea conseguir el apoyo correspondiente de acuerdo a las necesidades propias de cada comunidad.

- Indicador: Aspecto medioambiental

- La actividad turística generada en las comunidades rurales ha contribuido al cuidado del medioambiente, ya que como empresarios saben que es primordial mantener en buen estado sus recursos naturales y por consiguiente la afluencia de turistas o visitantes es más elevada.

- La mayoría de los turistas consideran que la responsabilidad de mantener el medioambiente limpio y sin contaminación, es únicamente de los empresarios.
- La mitad de las comunidades rurales que ofrecen turismo, llevan a cabo programas o acciones para el cuidado del medio ambiente y estas son realizadas por los propios empresarios de turismo rural y por los habitantes de las comunidades rurales.

En términos generales, la infraestructura de las comunidades donde se practica turismo rural suele ser antigua y por lo general poseen atractivos turísticos naturales los cuales les permite a los habitantes poder incursionar en el sector turístico adaptándolos para ofrecer productos y servicios de calidad.

La actividad turística ha impactado de diferentes formas a las comunidades y por ende a los empresarios que la practican. Los servicios básicos en las comunidades son carentes en la mayoría, pero cuando son bien remunerados se puede acceder a mejores servicios y obtener nuevos beneficios gracias a la actividad turística.

### **7.3 Desarrollo sustentable**

El desarrollo sustentable es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Este concepto se difundió a nivel mundial en el año de 1987 en el informe de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo. A partir de entonces ha habido una infinidad de autores, intérpretes y promotores que han adoptado y adaptado el término, ocasionado que se perciba multifacético. Para Barkin (1998), la discusión y reflexión teóricas más convincentes sobre el concepto de sustentabilidad habrán de desembocar, ineludiblemente, en una teoría política del desarrollo sustentable. Es decir, que aunque el origen del concepto es aparentemente apolítico o por lo menos

políticamente neutro, el término no puede separarse de los mecanismos de explotación de la naturaleza y de los mecanismos de la explotación social. Además, la sustentabilidad es un proceso más que un conjunto de metas bien específicas y que para alcanzar un verdadero desarrollo sustentable es necesario reconocer la diversidad, la autosuficiencia, el control y la participación local, además de la democracia de base y la autonomía (Barkin, 1998).

Algunos otros autores, explican el desarrollo sustentable desde dos perspectivas: la ambiental y la macroeconómica. Desde el punto de vista macroeconómico, el desarrollo será sustentable en la medida que sea compatible con la capacidad productiva, y con la capacidad para incorporar innovaciones tecnológicas en el sistema productivo. Cuando el crecimiento económico alcanzado por una economía es compatible con su capacidad productiva, el país en cuestión podrá crecer sin necesidad de incurrir en desequilibrios económicos como la inflación, déficit presupuestario, déficit público o externo, entre otros. Desde un punto de vista ambiental, el desarrollo sustentable es aquél compatible con una buena conservación de los recursos naturales, de forma que las generaciones futuras puedan disfrutar del mismo o mejor nivel de desarrollo. Es importante mencionar que, el cambio climático y la destrucción de flora y fauna son factores muy graves que repercuten de manera negativa sobre la producción agrícola y el medio ambiente en general, de ahí la importancia de lograr un crecimiento sustentable (Mochón, 2008).

En contraste, para autores como Foladori y Tommasino (2000), la definición de desarrollo sustentable debe ser analizada desde una visión tridimensional, que incluya la sustentabilidad ecológica, económica y social. Inician cuestionando por qué la equidad intrageneracional y la equidad intergeneracional consideran a la sociedad humana como una unidad; siendo que es precisamente la particularidad del comportamiento humano con su ambiente el resultado de diferentes relaciones sociales de producción. Las relaciones de producción

capitalista no se discuten en la definición de desarrollo sustentable y centran su objetivo en proteger la naturaleza externa y no en la interna, es decir el bienestar del hombre.

La sustentabilidad ecológica se refiere al equilibrio y mantenimiento de los ecosistemas, la conservación del caudal genético de las especies, que garantice la resiliencia frente a los impactos externos; también implica la preservación de los recursos naturales abióticos y lo que se denomina integridad climática, es decir la menor interferencia humana posible. Entre más esté modificada la naturaleza por el hombre, menor sustentabilidad ecológica habrá (Foladori, 2002).

El término de sustentabilidad económica complica el análisis de la sustentabilidad, ya que si el concepto se restringe al crecimiento económico y a la eficiencia productiva, surge la pregunta de si un crecimiento ilimitado, como al que se aspira en el sistema capitalista, es congruente con la sustentabilidad ambiental. Para los representantes de la economía ecológica, el crecimiento no puede ser ilimitado, no obstante el crecimiento ilimitado es intrínseco a la dinámica capitalista, por lo que, para esta corriente basta con corregir los procesos productivos para obtener un desarrollo capitalista sustentable, es decir, se tendrían que sustituir los recursos no renovables por renovables y disminuir tendencialmente la contaminación. Tal tesis equivale a negar el capitalismo sin tener nada que colocar en su lugar (Foladori, 2002).

Hasta los años noventa, la discusión sobre sustentabilidad social se centró en la pobreza y el crecimiento poblacional y no era considerado un problema de insustentabilidad en sí mismo, sino como parte de un problema de sustentabilidad ecológica, es decir, si campesinos pobres que por falta de recursos degradan el suelo provocando erosión, aunque la pobreza se consideraba como un problema de sustentabilidad social, lo que realmente interesaba era la insustentabilidad ecológica que provocaban. El concepto tuvo como eje principal la pobreza y/o el incremento poblacional, reducir la pobreza y limitar el crecimiento poblacional eran los objetivos de los programas de sustentabilidad

social, elementos como equidad social y calidad de vida estaban presentes. A pesar de ser un concepto difícil, sus elementos tienden a mejorar la calidad de vida, la democracia o los derechos humanos, sin por ello cuestionar la propiedad o apropiación de los recursos, y sin cuestionar las relaciones sociales de producción.

A finales de los años noventa, hubo un cambio en la definición, basado en el reconocimiento de aspectos como que los bajos ingresos no siempre conducen a la degradación ambiental, así como tampoco los altos ingresos garantizan un equilibrio ecológico. Otro aspecto importante fue que la pobreza no debe ser considerada como la causa principal de la degradación, sino que hay que considerar políticas gubernamentales, así como los grupos de poder y los sectores ricos. Y, finalmente el que la degradación ambiental podría ser el resultado de la integración mercantil; por ejemplo, sociedades agrícolas con menor integración al mercado, presentaban un mayor equilibrio ambiental (Foladori, 2002).

La comunidad internacional a finales del siglo XX visualizó que no bastaba legar a las generaciones futuras una naturaleza mejor, y se centró en la preocupación por el aumento en la calidad de vida, es decir, el objetivo debía ser incrementar las capacidades humanas como fin, no como medio para alcanzar un equilibrio con el ambiente.

El concepto de sustentabilidad social se enriquece con la participación social, que es un indicador de libertad democrática, de equidad en la toma de decisiones y es un elemento decisivo para potencializar los esfuerzos productivos.

Aun cuando las relaciones sociales de producción capitalista restringen la posibilidad de alcanzar la sustentabilidad social, los procesos de desarrollo sustentable que se basen en los criterios de empoderamiento y gobernanza, pueden conducir a mejoras locales, con un alto impacto en la población (Foladori, 2002).

Desde 1988, en México se cuenta con la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), donde se establece que el desarrollo sustentable es el proceso evaluable a través de criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de los recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras (LGEEPA, 1999).

#### **7.4 Que se requiere para que se dé el turismo rural**

Cada día es mayor el número de habitantes de las grandes ciudades a nivel nacional e internacional, que anhelan disfrutar de sus vacaciones, días de asueto y paseos en el campo, junto a un lago, un río, a la orilla del mar, cerca de un bosque, rodeados de vegetación, observando una cascada y sobre todo junto a la gente sencilla y amable de los pequeños ejidos y localidades rurales (Zizumbo, 2009).

Las familias campesinas, las comunidades indígenas, las localidades rurales, los pequeños y medianos productores agropecuarios de México, en el contexto de la nueva ruralidad tienen la posibilidad de permitir el acceso a sus predios, sus tierras de cultivo y sus bosques, para permitir que visitantes y turistas puedan conocer los hermosos paisajes que se han formado de manera natural, la fauna del sitio, los cultivos propios de cada localidad, los atractivos de la zona (ríos cascadas, lagos, etc.) y la riqueza cultural y gastronómica de las comunidades rurales (Sánchez, 2007).

Numerosas empresas y negocios asociados al turismo rural han surgido de manera espontánea, como una manera de diversificar los ingresos familiares y aprovechar potencialidades que se encontraban subutilizadas. Existen varios ejemplos de negocios vinculados al turismo rural tales como producción y venta de artesanías, productos

con identidad local, productos gourmet, prestación de servicios de alojamiento rural, servicios de alimentación, entre otros, que representan ingresos adicionales, pero que en esencia no son la actividad económica principal que sigue siendo la agropecuaria.

De acuerdo con Toledo (2008) Los turistas que practican Turismo rural buscan:

- Vivir una experiencia cultural diferente a la que tiene en la ciudad donde residen.
- Compartir e involucrarse con el modo de vida campesino.
- Aprender e incorporar algo que les enriquezca como seres humanos
- Valorar la cultura campesina y sus costumbres.
- Preparar un plato de comida o una bebida diferente.
- Cosechar una fruta del propio árbol o un producto del cultivo.
- Ordeñar una vaca con sus propias manos.
- Escuchar mitos y leyendas del campo.
- Saber cómo se construye un invernadero.
- Saber cómo montar un caballo.
- Pasar una noche en la montaña, bosque, selva o en el río.
- Buscar la leña para hacer el fuego.
- Otras múltiples experiencias enriquecedoras.

Las comunidades que cuentan con riqueza natural y cultural pueden ser destinos de turismo rural.

## **7.5 Concepto y tipos de turismo rural**

### **7.5.1 Turismo Rural**

El turismo rural debe ayudar a obtener una mejor distribución de los beneficios que las actividades turísticas generan. Los pobladores locales deben ser los principales beneficiarios. Esto es posible, en la medida en que su calidad de vida mejore, lo que significa más y mejores oportunidades de desarrollo (acceso a mejor educación, empleos, infraestructura, vivienda, etc.), pero a su vez, el desarrollo del turismo rural debe contribuir a reforzar la cultura local, valores e identidad. Como parte de este reforzamiento, el turismo rural debe contribuir a la conservación y preservación de los sitios arqueológicos, históricos,

arquitectónicos y naturales, pero al mismo tiempo crear experiencias grandes y de calidad para los turistas. Debe lograrse un equilibrio entre negocio, turismo y preservación. La sustentabilidad debe tomarse como un compromiso, no como una opción (Wanda, 2009).

El turismo rural se originó en Europa, en la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa de un propietario a un precio módico, propiciando así, la convivencia con las familias rurales (comida, forma de vivir, costumbres). En España, el desarrollo del turismo es más reciente, y se está impulsando desde las comunidades autónomas como un claro intento por complementar el producto de sol y playa, para el cual ya tienen un mercado muy establecido (Riveros, 2003).

Respecto a América Latina, Argentina, Chile, Uruguay y Colombia son los países con mayor desarrollo en turismo rural, bajo un concepto muy parecido al europeo. En el caso argentino, la actividad tuvo su mayor auge durante la década de los noventa, fundamentalmente a partir de estancias en la Patagonia. En el caso colombiano, la crisis obligó a los cafetaleros a buscar alternativas para mantener sus fincas, que resultaron muy apreciadas por los turistas, convirtiéndolas así en hoteles rurales (Riveros, 2003).

El concepto de turismo rural es bastante amplio para cada país, no obstante, siempre mezcla tres elementos: espacio-hombre-producto. Así, se incluyen todas aquellas actividades que puedan desarrollarse en el ámbito rural, es decir, una oferta integral de ocio y servicios que resulta de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas y sobre todo diferentes del estilo de vida usual en las ciudades. El turismo rural puede ser practicado por personas con el interés de conocer y disfrutar alguna actividad relacionada con el sector agropecuario (Riveros, 2003).

En México, el turismo rural se orienta hacia la perspectiva de la cultura y el aprovechamiento de los recursos naturales por parte de las comunidades locales, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de

experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural, y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural. En este tipo de turismo, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo; es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas autóctonas, participa en eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas. El propósito principal de los viajes destinados al turismo rural es que el turista conviva e interactúe con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma (SECTUR, 2002).

A través del tiempo se han planteado muchas definiciones de turismo rural, algunos autores como Barrera (1998) lo definen como el conjunto de actividades turísticas que pueden ser desarrolladas en áreas rurales y que resultan interesantes para los residentes de las grandes urbes debido al estilo de vida diferente que se lleva en las ciudades.

Otros autores como Cabrini (2002) señalan que el turismo rural se da cuando la cultura rural es parte fundamental del producto turístico ofrecido. Además, es muy importante evitar confundir al turismo rural con el ecoturismo, no son lo mismo. La diferencia fundamental radica en que mientras el turismo rural puede ser practicado en espacios privados o comunales de terreno, el ecoturismo sólo puede ser practicado en áreas naturales protegidas, provistas por el Estado. Por otro lado, las actividades ecoturísticas se reducen a la interpretación del ecosistema y, el turismo rural abarca un grupo de actividades que permiten al turista apreciar los rasgos del mundo rural, así como la herencia y prácticas tradicionales de las sociedades rurales (Boullón, 2008).

En respuesta a que no hay una definición por consenso general sobre lo que es el turismo rural, para fines conceptuales, en esta investigación se considera lo que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo

Económico (OCDE) establece. Según este organismo, el turismo rural se lleva a cabo en áreas rurales y las actividades de turismo rural deben permitir al turista apreciar las características del mundo rural, estar en contacto con la naturaleza y con la herencia y prácticas tradicionales de las sociedades rurales. Estas actividades deben ser ofrecidas por empresas pequeñas controladas y desarrolladas localmente. El turismo rural debe ser sustentable, en el sentido de que su desarrollo debe contribuir a la preservación del carácter rural de la zona y en el sentido de que debe ser visto como un detonador económico, teniendo siempre en cuenta el cuidado, conservación y sustentabilidad del medio ambiente (Wanda, 2009).

Es importante mencionar que dentro del turismo rural, los pobladores locales deben ser los principales beneficiarios reflejándose esta contribución en: una mejor calidad de vida, más y mejores oportunidades de desarrollo, acceso a la educación, empleo, mejor infraestructura y vivienda.

Todas las modalidades del turismo rural que se desarrollan en un país, están generadas por iniciativas de empresarios locales, que en su gestión producen algunos efectos en su mismo ámbito, como el consumo de insumos en pueblos rurales o actividades semiagrícolas, en especial por la venta de productos.

El turismo rural, al contrario de otras modalidades masivas como el turismo de sol y playa, contribuye a revalorar las tradiciones locales, aprovechando la autenticidad de las costumbres locales y las tareas típicas de los trabajos del campo.

El turismo rural no experimenta un impacto similar al que se tiene frente a la estandarización de los alojamientos en hoteles, porque el turista se hospeda en viviendas, que por formar parte de las haciendas, fincas, cascos, etc., prometen una experiencia distinta a la que se tiene en los viajes comunes. Satisface diversas motivaciones porque plantea al turista la práctica de actividades de esparcimiento, como pueden ser

caminatas por el monte, cabalgatas, nado en río, pesca tradicional y otras (Toledo, 2008).

Aunque la mayoría del turismo rural es de una modalidad de bajo impacto, debido a que se realiza en pequeña escala, existen variantes en las que la concentración de usuarios simultáneos sobrepasa los estándares que predominan en los establecimientos rurales típicos.

Por su naturaleza es disperso, y las concentraciones del equipamiento son mínimas y puede competir en el mercado como una opción innovadora en cuanto a la programación de actividades y formas de participación del turista. Una manera recomendable para comenzar un emprendimiento de turismo rural es trabajando en forma asociativa, sumándose para ello a consorcios o redes regionales.

### **7.5.2 El Turismo Rural en el Contexto de la Nueva Ruralidad**

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) desarrollo el concepto de nueva ruralidad y se entiende como la aproximación a la ruralidad desde la perspectiva del territorio y de la interrelación entre lo rural y lo urbano con las múltiples opciones que ofrece, tanto en el ámbito agrícola como en el no agrícola, lo cual proporciona diversas oportunidades para contribuir al desarrollo desde lo rural. Hoy lo rural ya no es solo entendido en términos agropecuarios, sino que este espacio se ha revalorizado en función a las múltiples características, dimensiones y funciones que representa (Schejtman y Bordegué, 2004).

Este nuevo enfoque responde a la realidad del sector rural, el cual no solo es agricultura y población dispersa. Se plantea que la ruralidad es integral, de manera que esta, además de lo agropecuario, contempla otras funciones vinculadas al desarrollo, tales como lo agroindustrial, de servicios, turística, cultural, de conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales, entre otras (De Grammont, 2004).

Actualmente esta nueva perspectiva del sector rural, ha permitido afianzar el vínculo rural-urbano, donde esta relación ya no solo es en función al consumo de alimentos o productos derivados del campo, sino también, a la demanda de bienes y servicios diferentes a los agropecuarios, de manera que actualmente es posible afirmar que el campo ha pasado de ser un factor de producción a convertirse en un bien de consumo, lo que a su vez ha permitido la integración y revalorización de actividades no agrícolas complementarias a las tradicionales (Segrelles, 2000).

Debe aclararse, por una parte, que la creación de oportunidades en el medio rural no se refiere únicamente al impulso de actividades económicas que generen ingresos, sino también al acompañamiento de mejoras en infraestructuras, cooperativismo y educación; del mismo modo debe entenderse que la apuesta por la diversificación del medio rural debe basarse en la complementariedad de las actividades agropecuarias, fomentando fuentes de ingreso que no sustituyan pero sí complementen los ingresos agrícolas (Juárez, 2007).

El redimensionamiento y revalorización de lo “rural” ha permitido la apertura de una gama de oportunidades para este sector donde:

- La agricultura es ampliada a una visión de cadenas productivas, retomando su importancia en cada una de las etapas de la misma,
- El criterio de sostenibilidad, referido al manejo y conservación de los recursos naturales, es integrado a las actividades agropecuarias,
- Se impulsan actividades no agrícolas, complementarias tales como microempresas rurales, mano de obra asalariada, artesanías, comercio, turismo y otros servicios locales, que diversifican e incrementan el ingreso rural,
- La participación de los agentes se hace indispensable para la constitución de la construcción institucional y su integración en escalas superiores y

- Donde la relación urbano-rural es reconstruida y revalorada como una gran unidad, dejando a un lado los límites que anteriormente separaban ambos territorios (Arias, 2005).

Una de las actividades complementarias que ha tenido un impacto relevante en los últimos años es el turismo en espacios rurales. En el territorio latinoamericano, el turismo ha sido promovido desde un enfoque de sustentabilidad, particularmente por la consideración de los contextos de vulnerabilidad social y fragilidad ambiental que permean esta región (Carner, 2001).

Se ha observado también, que si bien el turismo contribuye a la diversificación de los ingresos agrícolas y tiene impactos positivos en los hogares rurales, estos son incipientes (Pérez *et al.*, 2010); de manera que esta actividad no es la panacea frente a los desafíos del medio rural. La viabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos requiere de determinadas condiciones tales como: una adecuada identificación y ordenación de las iniciativas turísticas, de la apropiación de los recursos y procesos de gestión e implementación por parte de los actores locales, así como de la organización de los mismos y la conciliación de intereses entre ellos, de la articulación de instituciones encargadas de la promoción del desarrollo en espacios rurales y de políticas dirigidas a complementar la implementación de proyectos turísticos con procesos de formación y capacitación que permitan ampliar los beneficios percibidos por las personas que se emplean en la actividad turística y minimizar los impactos negativos en las dimensiones ambiental, social y cultural (IICA, 2009).

### **7.5.3 Turismo Comunitario**

Definir el concepto de Turismo Comunitario no es tarea fácil, debido a la amplitud y, a veces, vaguedad con que se emplea este término, y a las prácticas que bajo este nombre se han puesto en marcha en los últimos diez o quince años en todo el mundo. Señalan (Cañada y Gascón, 2007)

que “no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente”, reconociendo como condición básica el control y gestión de la actividad por parte de las comunidades y la reinversión en la propia comunidad de al menos parte de los beneficios generados.

Si enfocamos el significado de “lo comunitario”, parece acertada la definición que hacen Ruiz y Cantero (2011), según la cual el “turismo comunitario es una forma de organizar la actividad turística (no una modalidad de turismo) en la que la comunidad tiene el papel protagonista en su diseño y gestión, y en la que los beneficios obtenidos tienen aplicación, al menos parcial, en ámbitos de interés colectivo”.

Un acercamiento a lo que es actualmente la realidad de la oferta turística, deja claro que en muchas ocasiones lo que las iniciativas que se autodefinen como comunitarias, intentan transmitir a la hora de promocionar su actividad, no es esa forma de organización colectivista, sino la posibilidad de que el turista conozca su forma de vida, su cotidianeidad. Shkira, Zoto y Theodori (2011) afirman que “el turismo de base comunitaria permite a los turistas descubrir las costumbres locales, así como la vida en la naturaleza, a la vez que celebra y respeta las culturas, las creencias y la sabiduría tradicionales”.

Pero una definición que pone el acento en lo comunitario está incidiendo en la necesidad de generar intereses y beneficios comunes frente a otros individuales, particulares o privados.

Por otra parte, el reverso de esta forma de ver el turismo implica también que son los recursos de la comunidad aquellos que sus miembros poseen en común, como el patrimonio, los que serán puestos en valor en clave turística y por tanto, de mercado, para que se pueda derivar de su uso una serie de beneficios. Si no existe consenso interno a la hora de apropiarse de ese patrimonio común, que llega a implicar el propio modo de vida, es muy probable que acaben surgiendo conflictos que pongan en riesgo la continuidad de los proyectos y, sobre todo, la cohesión que pudiera existir en el seno de las comunidades.

Estos problemas se verán agravados si, además, algunas personas perciben que sus tradiciones, monumentos, paisajes, visiones del mundo o incluso ellas mismas, están siendo utilizados comercialmente en contra de su voluntad, o sin que ello les reporte ningún beneficio directo.

Por último, es necesario apuntar al desajuste que existe a menudo entre los mecanismos de financiación externa, que promueven de forma directa o indirecta el “emprededurismo” individual, y las formas de agencia colectivas. Esto provoca no pocas contradicciones que dificultan el adecuado desarrollo de las iniciativas que partan de una lógica similar, o aspiren a ponerla en práctica, como pueden ser las de turismo comunitario (Cruz, 2012), “turismo comunitario es lo que el Estado creó y le enseñó a la comunidad a hacer. Las actividades comunitarias nunca han sido con el sentido de tener ganancias comunitarias” (Atacameño, 2012). Esta afirmación deja ver que la idea de turismo comunitario que prevalece no ha sido pensada en coherencia con las prácticas comunitarias reales; en cambio se ha implantado una idea desde una política estatal, que a su vez se nutre de visión e ideologías globales en relación al etnodesarrollo, el turismo y la sostenibilidad.

Se asume al turismo comunitario como una modalidad que forma parte del turismo rural, siendo que este tipo de turismo se desarrolla en zonas rurales a través de diferentes servicios turísticos, con la especificidad de que son las asambleas de las organizaciones campesinas o indígenas quienes toman las decisiones, entre ellas, el cómo se reparten las utilidades de la actividad turística.

#### **7.5.4 Turismo Rural y Cultura**

Conde (2009) considera que los saberes locales han sido despreciados históricamente, por lo que se hace necesaria su revalorización, así como el resguardo de lo genuino y lo auténtico en las cuestiones de ocio y

turismo. Pero ¿qué es lo genuino?, ¿qué es lo auténtico?, ¿cómo se integra al turismo? Según el diccionario de la lengua española, los términos genuino y auténtico son equivalentes. Y debemos interpretarlos como aquello propio o característico. Por tanto, se puede afirmar que los saberes locales son auténticos, característica que permite integrarlos como pieza fundamental del atractivo turístico de una determinada región.

Conde (2009), define los saberes locales como el conjunto de ideas, juicios, entendimientos, nociones, creencias, puntos de vista, temáticas conceptos, problemas, hipótesis y tesis, construidos social y comunitariamente, por un grupo determinado, en un espacio concreto y en una temporalidad determinada. Además, el saber local es comunitario porque es el conjunto de traducciones humanas de lo cotidiano y lo contextual, que se da al interior de una colectividad de intereses estratégicos y de largo alcance.

Puesto que la cultura es el conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo, se hace necesario preguntar cuáles son esas manifestaciones. La respuesta se halla en la lengua, las danzas, los ritos, la arquitectura, la gastronomía, entre otras expresiones culturales. Las zonas rurales ofrecen un mosaico de las manifestaciones culturales de una región.

El concepto de Turismo Cultural ha evolucionado considerablemente en los últimos años. Anteriormente se consideraba como visitas a un museo, recorridos en sitios históricos, asistencia a espectáculos como el Ballet, etc. Por lo general, este tipo de turismo constituía un complemento de un turismo que se originaba por otras motivaciones.

Lo esencial del turismo cultural es que tenga fundamentalmente una atracción de naturaleza educativa y que demande una respuesta mental que provoque el uso activo de la mente; está íntimamente ligado con el patrimonio cultural de un país o región ya que se conforma por todos aquellos elementos tangibles e intangibles producidos por las

sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la producción de ideas y de material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

Ecoturismo: fue acuñado en 1983 por el arquitecto y conservacionista mexicano Héctor Cevallos Lascuráin, quien afirma que el ecoturismo es “un respetuoso y decidido viaje que crea un entendimiento de la historia cultural y natural, en tanto salvaguarda la integridad de los ecosistemas, produciendo beneficios a la comunidad e impulsando la conservación”.

Agroturismo: son aquellos encuentros entre la madre naturaleza y el ser humano, en la que se realizan actividades como ir a una finca y realizar labores de agricultura.

Turismo de Aventura: son aquellas actividades como alpinismo, buceo marino, desplazamiento en los rápidos, etc.

De salud: se realiza en áreas rurales como en temazcales.

Religioso: son aquellos desplazamientos hacia santuarios localizados en poblados rurales donde se celebran fiestas religiosas.

#### **7.5.5 Turismo de Naturaleza**

Este concepto surge en octubre de 2005, como producto de una discusión en el ámbito internacional respecto a la pertinencia de mantener el término de turismo alternativo como sinónimo de experiencias turísticas recreativas basadas en el disfrute del capital ambiental e histórico-cultural. Se usa el término “turismo de naturaleza” para definir aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales de un lugar, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Así mismo, los proyectos de turismo de

naturaleza deben ser ecológicamente viables, ecológicamente rentables, tecnológicamente viables, y social y culturalmente aceptables.

La característica principal de este tipo de turismo es la búsqueda de resultados que incrementen y diversifiquen las fuentes de empleo y promuevan la generación de proyectos productivos o de servicios comunitarios. El turismo de naturaleza pretende motivar el esparcimiento a través de un reencuentro con la naturaleza, difundir la preservación de usos y costumbres con el objetivo de reforzar la identidad nacional y promover el arraigo territorial.

Desde un punto de vista ambiental, el turismo de naturaleza pretende promover el uso alternativo y la preservación de los recursos naturales, contribuir al desarrollo de una cultura de cuidado y protección de las áreas naturales entre los turistas, así como entre comunidades y empresarios. Pretende promover el cambio de racionalidad de los residentes y visitantes respecto al valor de la naturaleza y los servicios ambientales derivados de ella (CESTUR, 2007).

## **7.6 Turismo y Sustentabilidad**

Desde el punto de vista del turismo, la sustentabilidad se entiende como el aprovechamiento racional de los recursos que se encuentran en un espacio determinado, este concepto se hace presente dentro de las nuevas formas de turismo que buscan un desarrollo integral entre la actividad económica, el desarrollo de la localidad rural y el cuidado del medio ambiente.

Cuando se habla de turismo sustentable se resalta el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales de una zona determinada, donde el objetivo principal es reducir los impactos negativos de dicha actividad y propiciar una relación cordial entre medio ambiente, sociedad y economía. De esta manera es posible beneficiar a una comunidad para que se desarrolle económicamente sin

comprometer sus valores socio-culturales ni el legado ambiental que dejará a sus generaciones posteriores.

El turismo sustentable logra desarrollar acciones de apoyo para perpetuar el patrimonio cultural, histórico y natural de la región donde se lleva a cabo; realza la importancia de la zona como un lugar único en el mundo, permite que los visitantes valoren el patrimonio, concede a la comunidad la oportunidad de participar en el proceso de desarrollo, promueve un sentimiento de orgullo entre los habitantes de la región, ayuda a perpetuar los valores locales, admite la transmisión de experiencias auténticas que la población puede compartir con los turistas, además de promover el intercambio cultural sin que este represente un riesgo para la comunidad receptora (Goeldner, 2000).

De acuerdo con (Blasco, 2005) para la OMT, el desarrollo sustentable del turismo tiene como ejes de acción el uso óptimo de los recursos ambientales, el respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, así como el compromiso de que las actividades económicas a realizar tengan futuro a largo plazo, lo que se traduce en un reparto equitativo de los productos obtenidos beneficiando a todos los participantes.

En respuesta a la gran relevancia que tiene el turismo en la economía de muchos países, éste es concebido como una de las esperanzas económicas para la región latinoamericana; sin embargo, es necesario crear polos turísticos socialmente útiles a los receptores, a los turistas y sobre todo al medio ambiente y a la cultura donde se dé el acto turístico (Ascanio, 2009).

Para el sector turismo, la OMT y el Consejo de la Tierra decidieron establecer una estrategia en conjunto para instrumentar la visión del desarrollo sustentable en la planificación del turismo. El resultado fue el reporte titulado Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un Desarrollo Sustentable Ambientalmente. Este documento puede considerarse como la primera propuesta de acción con un considerable consenso internacional donde se incorpora la visión de la

sustentabilidad al turismo, en ésta se establecen las siguientes directrices:

- El turismo debe ayudar a que la gente lleve una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza;
- El turismo debe contribuir a la conservación, protección y restauración del ecosistema terrestre;
- El turismo debe basarse en modelos sustentables de producción y consumo;
- Las naciones deben cooperar para promover un sistema económico abierto en el cual pueda existir un comercio internacional de servicios turísticos con una base sustentable;
- Turismo, paz, desarrollo y protección ambiental son interdependientes;
- El proteccionismo en la comercialización de servicios turísticos debe detenerse o revertirse;
- La protección ambiental debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo turístico;
- Los asuntos de desarrollo turístico deben manejarse con la participación de ciudadanos interesados, y las decisiones de planificación deben ser tomadas a nivel local;
- Las naciones deben prevenirse mutuamente sobre desastres naturales que puedan afectar a los turistas o a las áreas turísticas;
- El turismo debe usar su capacidad para crear empleos para mujeres y pueblos indígenas en su máxima expresión;
- El desarrollo turístico debe reconocer y apoyar la identidad, cultura e intereses de los pueblos indígenas;
- Las leyes internacionales que protegen el ambiente deben ser respetadas por la industria turística (CESTUR, 2007).

En 2002, durante la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable, celebrada en Johannesburgo, se acordaron los objetivos del turismo sustentable, que se resumen en:

- La promoción del desarrollo de la riqueza natural y cultural de cada región;
- Proporcionar experiencias de más alta calidad a los turistas; y
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando fuentes de trabajo y ofreciendo oportunidades de desarrollo a la población (CESTUR, 2007).

En la época actual caracterizada por la globalización y no sólo económica, pues este fenómeno ha impactado también lenguas y culturas. Las distancias no son barrera, hay una revolución tecnológica continua, en la que la informática está presente prácticamente en todas las actividades. Este efecto globalizador, ha generado una deshumanización y despersonalización del turista y de los prestadores de servicios. Se ha perdido el contacto personal con los visitantes, se han dejado de lado elementos como la calidad en el uso del tiempo libre del visitante, la calidad del entorno geográfico del destino, así como la calidad en el entorno social de la comunidad receptora (Zamorano, 2007).

Para la gran mayoría, el modelo tradicional de turismo, el llamado turismo de “sol y playa”, sigue satisfaciendo y llenando sus expectativas, pero para otros, el modelo está agotado, pues existe una tendencia de la sociedad hacia la búsqueda de experiencias distintas, como lo son el contacto con la naturaleza, actividades de reto físico, convivencia con las comunidades receptoras, búsqueda de emociones fuertes, entre otras. Los turistas están en busca de productos diferenciados y de calidad que se adapten a su modo de vida. De lo anterior, surge la necesidad de crear un nuevo tipo de servicios turísticos, que se pueden englobar en lo que se conoce como turismo alternativo. Este concepto agrupa actividades turístico-recreativas que las personas realizan durante sus viajes y estancias, las cuales a pesar de las diversas temáticas, convergen en que el atractivo focal en torno al cual giran es la naturaleza (CESTUR, 2000).

### **7.6.1 La sustentabilidad desde la perspectiva de los Enfoques Económicos**

Los desequilibrios en la naturaleza asociados a la acción humana son cada vez más evidentes y de mayor magnitud. Desertificación, contaminación de los acuíferos, mares y atmósfera, pérdida de la biodiversidad, erosión de los suelos, y calentamiento global del planeta son fenómenos que se manifiestan tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados. La importancia de corregir esos desequilibrios y evitarlos en el futuro reside no sólo en la desventaja que representa la pérdida de los llamados servicios ambientales (esto es, los procesos que realiza la naturaleza, que son aprovechados productivamente pero sin ser representados en la estructura de los costos de producción); sino también en los efectos que estos tienen en el sistema social, tales como el incremento en la pobreza y la marginación de una buena parte de las sociedades que habitan este planeta.

Un aspecto reconocido de la viabilidad económica, no sólo presente sino futura de la explotación de los recursos naturales en el planeta, es que los modelos de crecimiento económico aplicados no han sido los más adecuados. Los trastornos y desequilibrios ocasionados en el basamento del reservorio natural y las consecuencias sociales y económicas negativas resultantes han puesto de manifiesto tal situación (Husch y Ormazabal, 1996). Ante esto se han realizado llamados hacia un cambio en los patrones de producción, consumo y circulación de las mercancías y servicios, y de la redistribución de los beneficios derivados de esas actividades bajo la perspectiva de que la continuación de esos procesos, en su forma actual, llevará al colapso del sistema natural y social.

Alrededor del mundo se ha establecido una relación estrecha entre pobreza y deterioro del medio ambiente. Aun cuando la deforestación para uso de leña o tierras de cultivo es una realidad, los pobres no saquean los ecosistemas debido a su insensible desperdicio de recursos.

Más bien, es la falta de una distribución equitativa de la riqueza social disponible la que prohíja esa situación (Barkin, 1998).

En su lucha por sobrevivir, las sociedades con estructuras productivas rurales han quedado marginadas, y en un atraso permanente. Al respecto, Todaro (2003) señala que dependerá de quién (si los países ricos o los países pobres) incrementa los niveles de crecimiento económico. En el caso de los primeros, indica que tal aumento no resolverá el asunto de la pobreza, sino que reforzará los mecanismos de agudización de las desigualdades económicas a través del proceso de acumulación. De ser los segundos, mejoraría el nivel de bienestar de estas sociedades. Sin embargo, ese autor sostiene que el sistema natural no puede sostener a la población mundial bajo la forma derrochadora a la cual se han acostumbrado las minorías más pudientes, pues si bien es cierto que la pobreza degrada al ambiente, también lo hace la riqueza mal consumida o despilfarrada de las sociedades ricas.

La noción de sustentabilidad, que obliga a una serie de modificaciones en el comportamiento del ser humano, se ha adelantado como una solución a ese escenario, que implica un cambio en la definición de la racionalidad que hasta ahora ha guiado el comportamiento económico individual y de las naciones (Leff, 1994). Sin embargo, la dificultad primaria es cómo hacer operativo dicho concepto, toda vez que son muchos los intentos y caminos que se han explorado sin llegar aún a establecer un instrumental adecuado y suficiente ni resultados satisfactorios en la práctica (Meadows, 1992).

El concepto de desarrollo sustentable o sostenible tiene varias definiciones e interpretaciones, pero posiblemente la de mayor aceptación es la de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, que presidió la Sra. Gro Harlem Brundtland, en cuyo informe, *Nuestro futuro común* o Informe de la Comisión Brundtland, se planteaba al desarrollo sustentable como un tipo de desarrollo que satisficiera las necesidades de las generaciones actuales sin

comprometer la capacidad para que las generaciones futuras puedan satisfacer sus necesidades (CMMA, 1987). Así, tres elementos que sintetizan el desarrollo sustentable se deben cumplir en la práctica para confirmar un modelo tendiente a la sustentabilidad: crecimiento económico, equidad social e intergeneracional, y conservación ambiental. Con ellos se trata de aprovechar los recursos de tal forma que no se altere el equilibrio ecológico en el tiempo y las generaciones venideras puedan satisfacer su nivel de necesidades al igual que lo hacen las generaciones actuales.

### **7.7 Relevancia del turismo en México**

En México, el turismo representa la tercera fuente de ingresos a nivel nacional, sólo por debajo de los ingresos generados por conceptos como el petróleo y las remesas, es decir, el turismo aporta más del 8% del PIB y contribuye con más del 9% de los empleos directos e indirectos. A nivel mundial, México ocupa el octavo lugar en captación de turistas internacionales y el décimo lugar en captación de divisas (CPTM, 2009).

El turismo juega un papel muy importante en la actividad económica de varios países y en México no es la excepción. Sin embargo, el turismo como fenómeno económico es muy difícil de medir debido a la gran diversidad de actividades que implica, ya que los turistas, en el afán de satisfacer sus necesidades, demandan servicios tan variados como son: alojamiento, transporte, alimentación, centros de recreación, agencias de viajes, seguridad, etc. A pesar de la difícil tarea, el Instituto Nacional Estadística Geografía e Informática (INEGI) y la Secretaría de Turismo (SECTUR) han unido esfuerzos para lograr demarcar el conjunto de actividades económicas que producen bienes y servicios para los turistas, con el objetivo principal de proporcionar los elementos necesarios para fundamentar decisiones en materia de política turística.

## **VIII. ÁREA DE ESTUDIO**

### **8.1 Características Climatológicas**

De acuerdo con la clasificación de Koppen, modificada y adaptada para las condiciones de México por García (1981), en el municipio se presentan dos tipos de climas: cálido subhúmedo y cálido húmedo. La época de mayor precipitación comprende junio a octubre, siendo los meses con más calor los correspondientes a mayo y junio.

Los vientos se dirigen preferentemente de Noroeste a Suroeste, en la cabecera municipal se registra una temperatura media anual de 23.8°C y una precipitación pluvial de 802.3 milímetros anuales (Álvarez, 2004).

El tipo de clima registrado para la región es Aw0(w), A, Cálido, w(w), (Cálido subhúmedo menos húmedo de los cálidos subhúmedos con lluvias en verano).

La temperatura máxima oscila de 30°C a 35°C de mayo a octubre, mientras que la temperatura mínima de noviembre a abril es de 13.5°C a 15.8°C. La precipitación promedio anual es de 477.2 a 827.9 mm (Unidad de Servicio Meteorológico Nacional Estación 00007123 Ocozocoautla).

### **8.2 Fisiografía y Topografía**

El territorio que conforma el municipio de Ocozocoautla, abarca parte de dos regiones fisiográficas, al norte las Montañas del Norte y al sur la Depresión Central, siendo montañoso en sus tres cuartas partes.

### **8.3 Geología y Geomorfología**

De acuerdo con la SEMARNAT (2000), esta área se encuentra comprendida dentro de las provincias geológicas del sureste de México y corresponde a la provincia Fisiográfica Tierras Altas de Chiapas y Guatemala, específicamente en la subprovincia Sierra de Chiapas. La zona presenta afloramientos pertenecientes al Cretácico y Terciario principalmente, compartiendo características estructurales y estratigráficas. Como resultado de los movimientos de la placa Norteamericana sobre las placas Farallón y Cocos se distingue en la

región un fuerte control tectónico estructural, orientado en dirección noreste sureste con predominancia de plegamientos tipo anticlinal. De acuerdo a la información generada por el Programa Estatal de Ordenamiento Territorial del Estado de Chiapas, el tipo de roca presente dentro de la Zona, es sedimentaria conglomerado o lutita del Cretácico superior (Álvarez, 2004).

#### **8.4 Hidrografía e Hidrología**

El municipio de Ocozocoautla está conformado por 5 ríos superficiales: “La Venta”, “Cacahuanó”, “Cedro”, “Francés”, “El Achiote” y un río subterráneo: “El Encanto”; 9 arroyos de caudal permanente: “Ojo de Agua”, “Las Flores”, “Los Plátanos”, “Ocuilapa”, “Santa Fe”, “Las Camelias”, “Apic-Pac”, “Petapa” y “Margaritas”, además de 3 arroyos de temporal: “Hidalgo”, “El Espinal” y “El Valle de Corzo”. Asimismo, el municipio forma parte del embalse de la presa Netzahualcóyotl.

La zona almacena gran cantidad de agua dulce, misma que al filtrarse y salir a la superficie, origina varios arroyos cuya corriente puede observarse durante gran parte del año.

De igual manera, surgen del cerro los manantiales: “La Cabaña”, “Los Sabinos”, “La Cieneguita”, “El Ojo de Agua”. Entre los manantiales de mayor importancia que abastecen de este vital líquido a los pobladores de la cabecera municipal de Ocozocoautla, destacan: “Las Camelias”, “Los Cacos” y “Los Mangos”. Dentro de los atractivos naturales formados por corrientes de agua, se encuentran “El Chorrón” y “La Toma” (Álvarez, 2004).

#### **8.5 Características Edafológicas**

El municipio de Ocozocoautla está constituido geológicamente por terrenos del cretácico inferior, y se caracteriza por presentar 7 tipos de suelos, que de acuerdo a la clasificación de la FAO-UNESCO, sus denominaciones son las siguientes:

Rendzina: tiene una capa superficial rica en materia orgánica que descansa sobre roca caliza o algún material rico en cal, con profundidad

de humus o capa arable de 30 cm., son arcillosos y su susceptibilidad a la erosión es moderada.

Litosol: es un suelo de distribución muy amplia, se encuentra en todos los climas y mantiene diversos tipos de vegetación, presenta una profundidad igual o menor de 10 centímetros y bajo este se encuentran rocas y piedras. Su susceptibilidad a la erosión depende de la zona donde se encuentre, pudiendo ser desde moderada a alta.

Cambisol: es un suelo joven y poco desarrollado, de cualquier clima menos de zonas áridas, tiene una capa con terreno que presenta un cambio con respecto al tipo de roca subyacente, con alguna acumulación de arcilla y calcio. Con respecto a la erosión presenta una susceptibilidad de moderada a alta.

Regosol: se caracteriza por no tener capas distintas, son suelos claros y se parecen a las rocas que les dan origen. La erosión es muy variable y depende del terreno en que se encuentren.

Vertisol: es un suelo que presenta grietas anchas y profundas en la época de sequía, son suelos muy duros, arcillosos y masivos, frecuentemente ácidos y con una susceptibilidad a la erosión de moderada a alta.

Luvisol: este contiene acumulación de arcilla en el subsuelo, es característico de zonas templadas y tropicales lluviosas son: rojos, claros y moderadamente ácidos y tienen una susceptibilidad a la erosión de moderada a alta.

Acrisol: este también tiene acumulación de arcilla en el subsuelo, además es ácido o muy pobre en nutrientes. Es característico de zonas tropicales o templadas muy lluviosas y es susceptible a erosión. Su uso es principalmente pecuario, agrícola y forestal.

## **8.6 Características Biológicas**

### **Flora**

En el municipio se encuentran una gran número de especies de plantas, entre las que sobresale la familia Orchidaceae, siendo esta familia la que se ve sometida a una fuerte presión ya que son

recolectadas de su medio natural y vendidas como plantas de ornato. De las especies nativas tales como el palo mulato (*Bersera simaruba*), el Cedro rojo (*Cedrela odorata*) y el Hormiguillo blanco (*Cordia alliodora*) destaca su importancia comercial debido a su aprovechamiento para construcción, muebles, chapado, cajas de empaque, palillos y cerillos, además de considerarse como especies importantes por su valor escénico y ecológico dentro del ecosistema.

Algunas especies como el Cadox (*Tecomas tans*) y el Mata ratón (*Gliricidia sepium*) son utilizadas como cerco vivo, mientras que especies como la Hoja de Carnero (*Coccoloba schiedeana*), Anona (*Annona reticulata*), Tapón (*Ehretia sp.*) y Tila (*Tilia mexicana*) son de uso medicinal, además ésta última está considerada en Peligro de Extinción según la NOM-059-ECOL-2001 (DOF, 2002).

De acuerdo con Rzedowski (1978), la vegetación de la Zona se encuentra representada por tres tipos de vegetación:

### **Tropical Caducifolio**

Conocido también como Tropical Deciduous Forest (Leopold, 1950), Selva Baja Decidua (Miranda, 1952) o Selva Baja Caducifolia (Miranda y Hernández, 1963). Son comunidades relativamente bajas, que en condiciones poco alteradas suelen ser densas con árboles de hasta 15m de alto, más frecuentemente entre 8 a 12m. El dosel alcanza de 10 a 20m de altura. Pueden presentar colores llamativos y pierden las hojas en forma casi total durante un lapso de 5 a 8 meses del año, en la temporada de estiaje. Es característica de regiones de clima cálido, que se desarrolla entre los 0 a 1,900m de altitud, más frecuentemente por debajo de la cota de los 1500m. La temperatura media anual oscila entre los 20 a 29°C, mientras que su precipitación media varía de 300 a 1,800mm. Los suelos son poco profundos y arcillosos, similares a los de la selva baja espinosa caducifolia y sabanas. En el estado se encuentra en los climas subtropicales secos principalmente en la Depresión Central, Planicie Costera del Pacífico y en las colinas bajas de la Sierra

Madre de Chiapas. Este tipo de vegetación es la más predominante dentro de la Zona, ubicándose hacia toda la parte Central de la misma. Los árboles más frecuentes son: Anona (*Annona sp.*), Cacho de toro (*Bucidama crostachya*), Copal (*Bursera excelsa*), Mulato (*Bursera simaruba*), Pompushuti (*Cochlospermum vitifolium*), Hormiguillo blanco (*Cordia alliodora*), Flor de mayo (*Plumeria rubra*), y Maculis (*Tabebuia sp.*) (Rzedowski, 2006).

### **Bosque Tropical Subcaducifolio**

También denominado Selva Alta Subdecidua (Miranda, 1952), Selva Alta o Mediana Subcaducifolia (Miranda y Hernández, 1963), Tropical Semideciduous Forest (Duellman, 1965) o Bosque Tropical Subdeciduo (Rzedowskij, 1966). Se caracteriza porque cuando menos la mitad de sus árboles pierden las hojas en la temporada de sequía. Se distribuye entre altitudes entre 0 a 1,300m, con temperaturas entre 0°C a 28°C y con precipitaciones anuales que van de 1,000 a 1,600mm. En general se considera que se trata de una comunidad densa y cerrada y su fisonomía en la época de lluvias es comparable con la del Bosque Tropical Perennifolio. Su altura oscila entre los 15 a 40m y por lo general el dosel del estrato superior es uniforme. Entre sus formas arbóreas se pueden encontrar ejemplares de Parota o Guanacaste (*Enterolobium cyclocarpum*), Cedro rojo (*Cedrela odorata*), así como varias especies de Amates (*Ficus spp.*) Las trepadoras leñosas pueden ser muy abundantes, mientras que, de entre las epifitas destacan las bromeliáceas y orquidáceas. Su distribución en el estado se localiza en la Zona Costera, la Depresión Central y en las estribaciones interiores de la Sierra Madre.

### **Fauna**

Se estima que a nivel municipal hay más de 200 especies de vertebrados de las cuales algunas son anfibios, otras reptiles, más de 100 aves y algunos mamíferos. A pesar del acelerado crecimiento de la población aledaña al área, todavía es posible observar algunos

mamíferos tales como: Venado cola blanca (*Odocoileus virginianus*), Jabalí de collar (*Pecarita jacu*), Leoncillo (*Puma yagouaroundi*), Armadillo (*Dasypus novemcinctus*) y Tepezcuintle (*Cuniculus paca*). También se encuentra una gran variedad de aves como: Chachalaca (*Ortalis vetula*), Codorniz (*Colinus virginianus*), Paloma arroyera (*Leptotila verreauxi*), Pájaro carpintero cheje (*Melanerpes aurifrons*), Arasari de collar (*Pterogloss ustorquatus*), Halcón peregrino (*Falco peregrinus*) y Trogón violáceo (*Trogon violaceus*).

Entre los reptiles más conocidos se encuentran la Iguana verde (*Iguana iguana*), Turipache de montaña (*Corytophanes hernandezii*), Bejuquilla (*Oxybelis fulgidus*), Cascabel (*Crotalus simus*) y Boa o Mazacuata (*Boa constrictor*). En cuanto a los anfibios podemos ver algunas especies de ranas como la Rana Leopardo (*Lithobates berlandieri*), sapos como el Verrugoso (*Rhinella marina*) y algunas Salamandras (*Bolitoglossa mexicana* y *Bolitoglossa arufescens*).

De acuerdo con la Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-2001, en Ocozacoautla existen 27 especies que se encuentran en alguna categoría de riesgo:

Grupo	Familia	Especie	Nombre Común	NOM
Anfibios	Ranidae	<i>Lithobates berlandieri</i>	Rana Leopardo	Pr
	Plethodontidae	<i>Bolitoglossa mexicana</i>	Salamandra	Pr
Reptiles	Viperidae	<i>Crotalus simus</i>	Cascabel	Pr
		<i>Agkistrodon bilineatus</i>	Culebra-cordelilla chata	Pr
	Colubridae	<i>Imanto descenchoa</i>	Culebra-cordelilla chata	Pr
		<i>Lampropeltis triangulum</i>	Falso coral	A
		<i>Leptodeira annulata</i>	Culebra-ojo de gato bandada	Pr
	Gekkonidae	<i>Coleo nyxelegans</i>	Niño	A
	Corytophanidae	<i>Corytophanes hernandezi</i>	Turipache de Montaña	Pr
	Iguanidae	<i>Iguana iguana</i>	Iguana verde	Pr
	Boidae	<i>Boa constrictor</i>	Boa o mazacuata	A
Elapidae	<i>Micrurus diastema</i>	Coralillo variable	Pr	
Aves	Accipitridae	<i>Buteo albonotatus</i>	Aguililla aura	Pr
		<i>Buteo albicaudatus</i>	Aguililla cola blanca	Pr
		<i>Buteogallus urubitinga</i>	Aguililla negra mayor	Pr
	Falconidae	<i>Falco peregrinus</i>	Halcón peregrino	Pr
	Furnariidae	<i>Automolus rubiginosus</i>	Breñero rojizo	A
	Odontophoridae	<i>Odontophorus guttatus</i>	Codorniz bolonchaco	Pr
	Ramphastidae	<i>Pterogloss usstorquatus</i>	Arasari de collar	Pr
	Psittacidae	<i>Aratinga holochlora</i>	Perico mexicano	A
		<i>Aratinga canicularis</i>	Perico frente naranja	Pr
		<i>Pionus senilis</i>	Loro corona blanca	A
<i>Campephilus guatemalensis</i>		Carpintero pico plata	Pr	
Trogonidae	<i>Trogon collaris</i>	Trogón de collar	Pr	
Mamíferos	Erethizontidae	<i>Coendou mexicanus</i>	Coendoumexicanus	A
	Felidae	<i>Puma yagouaroundi</i>	Leoncillo	A
	Procyonidae	<i>Potos flavus</i>	Mico de noche	Pr

**Fuente:** NOM-059-2001 (Pr.- Protección Especial, A.- Amenazada, P.- Peligro de Extinción)

## **8.7 Características Sociales**

La población total del municipio de Ocozocoautla es de 72,426 habitantes, representa el 1.69% de la estatal; el 49.83% son hombres y 50.17% mujeres. En su estructura predomina la población de entre 15 y 64 años con un porcentaje de 57.48% del total de habitantes.

La población total del municipio se distribuye de la siguiente manera: 51.47% vive en dos localidades urbanas, mientras que el 48.53% restante reside en 706 localidades rurales, que representan 99.72% del total de las localidades que conforman el municipio.

En el ámbito municipal se observa una densidad de población de 34 habitantes por km<sup>2</sup>, el regional es de 75 Hab/km<sup>2</sup> y el estatal de 52 Hab/km<sup>2</sup>. La Tasa Global de Fecundidad (TGF) para el año 2010, fue de 4.03 hijos por mujer en edad reproductiva, mientras que la TGF de la región fue de 3.48 y la del Estado 3.47.

El Consejo Nacional de Población (CONAPO), reportó que para el año 2010 el municipio presentó un grado de marginación alta. Para ese mismo año existía en el Estado sólo un municipio de muy baja marginación (Tuxtla Gutiérrez), uno de baja marginación (San Cristóbal de Las Casas) 6 municipios de media, 65 municipios de alta y 44 municipios de muy alta marginación.

### **Grupos étnicos**

En el Estado de Chiapas la población indígena representa cerca del 30% del total de habitantes. En el municipio de Ocozocoautla habita un total de 9,552 personas que hablan alguna lengua indígena.

En lo que se refiere al idioma, la mayor parte de la población de Ocozocoautla (85%) no habla lengua indígena, el 14.5% además del español, hablan alguna lengua indígena y sólo algunos cuantos (0.5%) no hablan el español, siendo predominantemente mujeres.

Hay evidencias de ocupación humana en la depresión central de Chiapas que datan de alrededor del año 3500 A.C. Los zoques, tzoque, soque o zoc se llaman a sí mismos o' de püt que significa "gente de idioma", "hombre de palabra" o, en otros términos, "verdadero", "auténtico". La lengua indígena utilizada por este grupo es el zoque, la cual pertenece a la familia lingüística mixe-zoque-popoluca. Aunque hoy día solamente el 0.08 % de la población de Ocozocoautla la practica.

El área de expansión de los zoques en la época precolombina comprendió la costa de Chiapas hasta Guatemala, el Istmo de Tehuantepec, el sur de Veracruz, el suroeste de Tabasco y el centro noroccidental de Chiapas.

En los valles de Ocozocoautla se encontraba Janepaguay; una de las capitales de esta casta indígena. Fueron víctimas de varias incursiones e invasiones por parte de grupos mayas, zapotecos y chiapanecos, después hacia 1484, los aztecas consolidaron su dominio en la zona y para el siglo XVI los españoles mermaron aún más el territorio zoque y su población principalmente por las enfermedades que estos trajeron.

Actualmente toda esta mezcla de culturas está incorporada a la vida cotidiana y se deja ver magníficamente en sus fiestas, gastronomía y artesanía.

El municipio de Ocozocoautla se localiza dentro del área zoque del Estado de Chiapas, sin embargo, la lengua indígena predominante es la Tzotzil debido a las migraciones de indígenas de los Altos de Chiapas desde hace varias décadas.

Asimismo, es importante destacar que la expansión Chiapaneca en el valle del río Grijalva durante los tiempos Postclásicos es notable ya que los españoles encontraron que los hablantes de Tzotzil eran el grupo étnico dominante a lo largo del pie de la meseta situada al norte del Grijalva.

## **8.8 Contexto Arqueológico, Histórico y Cultural**

La población de Ocozocoautla proviene del grupo étnico zoque, que tiene su origen en la cultura olmeca en el periodo protoclásico (100 años A. C.). Este grupo étnico pobló, antes de la llegada de los españoles, toda la parte occidental de lo que ahora es Chiapas y parte de los estados de Tabasco y Oaxaca. Mantuvieron relaciones comerciales y culturales con otros grupos como los mayas, mixes, nahoas y demás habitantes de la región de aquellos tiempos (300 años D.C.), estas relaciones le hicieron adquirir nuevas tradiciones y cultura.

Fueron sometidos por los aztecas alrededor del año 1486, cuyo dominio duró 40 años; sin embargo, sus costumbres se conservaron. Durante este período, los zoques se desarrollaron en tres regiones: la vertiente del Golfo de México, cerca del estado de Tabasco; en la sierra de Pantepec y en la Depresión Central de Chiapas.

Los primeros mantenían contacto con los mayas y mexicas, debido a que sus poblaciones se ubicaban en su ruta comercial; los de la sierra de Pantepec no tenían tierras fértiles, ni estaban muy comunicados; sus empleados se comunicaban como “tememes” o cargadores y alfareros; los de la Depresión Central, que es en donde se inserta Ocozocoautla, poseían terrenos muy fértiles para sus cosechas, ya que estaban emplazados sobre las faldas de la sierra.

Susana Villasana Benítez, en su libro Estudios recientes en el área zoque, comenta que este grupo étnico formó parte de la familia lingüística mixe-zoque-popoluca y conformaban una región que abarcaba los estados actuales de Oaxaca y Tabasco.

Los zoques no presentaron resistencia cultural a los conquistadores, lo cual facilitó su aculturación, transformación e integración a la población mestiza, que se desarrolló a partir de la conquista. Este grupo étnico no formaba una unidad socio-política, sino que su organización estaba basada en señoríos o cacicazgos, entre los que podemos mencionar dos que se localizaron en lo que hoy constituye parte de los municipios de Ocozocoautla y Tecpatán: el de Jocnitijima (Quechula), que abarcaba lo que hoy es el vaso de la presa hidroeléctrica

Netzahualcôyolt y Jayapacuai, que limitaba parte de los campos del actual centro urbano de Ocozocoautla.

Se tienen indicios históricos que uno de los lugares más cercanos al actual centro urbano en donde se desarrollaron los zoques antes de la conquista española, corresponde a los espacios que actualmente delimita la colonia “Piedra Parada”. Esta se encuentra a escasos 8 kilómetros de la ciudad en dirección Norte y sobre la carretera Ocozocoautla-Apic-pac; cercana a esta comunidad se localizan los sitios arqueológicos, los Glifos de Santa Martha.

Entre los principales sitios estudiados destacan, Cerro Ombligo, Cerro La Colmena, San Antonio, San Isidro, Quechula, Pueblo Viejo, López Mateos, Ocuilapa, Ocote, El Campamento, Campanario, El Cafetal, Santa María, Varejonal, Miramar, Mirador, Piedra Parada, Cueva de la Media Luna, Santa Martha, de igual manera, se sabe que por diferencias existentes en el seno de este grupo étnico, decidieron salirse del lugar que ocupaban para asentarse en la parte baja del Cerro Llano San Juan, en donde hoy se emplaza la actual ciudad de Ocozocoautla.

En la región del río Grijalva, donde actualmente está la presa Netzahualcoyotl, en área aproximada a las 30,000 hectáreas ahora inundadas, se localizaron 110 sitios arqueológicos que alcanzaron su máxima ocupación durante el Preclásico Superior y el Clásico Tardío. En esta región la cerámica más antigua tiene relación estrecha con la cultura Olmeca y en la situación final puede estar relacionada con el establecimiento de grupos de filiación Zoque. (Navarrete, 1966).

Asimismo, se reporta la existencia de sitios monumentales constituidos por edificios de piedra de carácter ritual y residencial, ocupados por la elite político religiosa de la antigua población zoque. En el municipio de Ocozocoautla, alrededor del Cañón del río La Venta, se ubican los sitios López Mateos, Estructura Ejidal, Emiliano Zapata, Rastrojo del Nopal, Alto del Zapote y El Tigre.

La actual ciudad de Ocozocoautla, cuyo nombre de origen nahoa significa “bosque de ocozote o isotes”, era un inmenso valle poblado de árboles de liquidámbar y atravesado por dos grandes ríos, el de San

Bernabé y el río Bochil en la parte sur de ciudad, que hicieron de este valle las tierras más fértiles, según se sabe por tradición popular.

## **8.9 Contexto Socioeconómico**

### **Vías y medios de comunicación**

Entre los medios de comunicación con los que cuenta el municipio de Ocozocoautla son los siguientes: dispone de 19 oficinas postales, una oficina de telégrafos y una de correos, así como con una red telefónica con servicio estatal, nacional e internacional. Algunas comunidades cuentan con el servicio de telefonía satelital, siendo la única señal que puede ser recibida en esos sitios.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes reporta que la red carretera en el municipio de Ocozocoautla es de 462.10Km. De este total, 96.70Km. son de la red federal, la red estatal está constituida por 89.10Km., mientras que la red rural consta de 274Km. y por último las brechas mejoradas con 2.3Km.

### **Vivienda**

En el año 2010 se registraron 15,341 viviendas particulares habitadas, en promedio cada vivienda la ocupan 4.7 habitantes. Los materiales predominantes en los pisos de las viviendas son: 29.5% de tierra, 65.9% de cemento, 4% de madera, mosaico u otro material y el 0.6% no especificado (INEGI, 2012).

De acuerdo a la disponibilidad de bienes en las viviendas se puede mencionar que el 72.62% cuenta con televisión, el 44.82% tiene refrigerador, el 22.58% tiene lavadora y el 4.9% cuenta con una computadora.

El 93.52 % de las viviendas disponen de energía eléctrica, 79.83% de agua entubada y el 82.41% cuentan con drenaje. En la región los indicadores fueron, para energía eléctrica 94.25%, agua entubada 77.72% y drenaje 81.10%; y en el Estado 87.90%, 68.01% y 62.27% respectivamente.

Las estadísticas anteriores reflejan que la zona cuenta con los servicios básicos necesarios que permiten llevar a cabo el turismo comunitario en la localidad.

### **8.10 Características Sociodemográficas de la Comunidad**

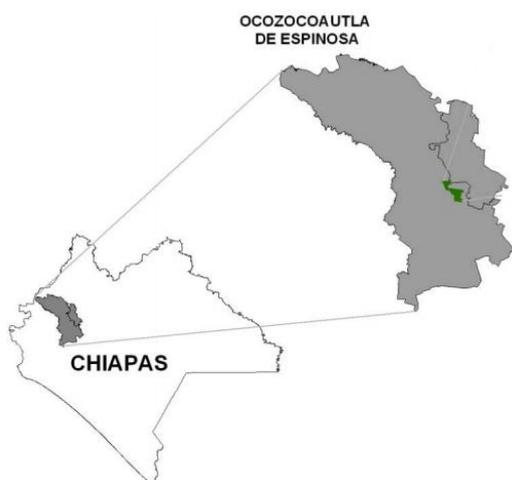
Hermenegildo Galeana es una localidad perteneciente al municipio de Ocozocoautla de Espinosa, en el estado de Chiapas. Está situada a 880msnm, sus coordenadas geográficas son Longitud: 16° 34' 36", Latitud: 93° 21' 36". Tiene 1,034 habitantes de los cuales 519 (50.19%) son hombres y 515 (49.81%) son mujeres, la población mayor de 18 años es de 549, para alojar a sus habitantes Hermenegildo Galeana cuenta con 220 viviendas, el 4.09% de las cuales están rentadas por sus moradores.

El 70.02% de los habitantes mayores de 5 años son católicos, estando casada o unida en pareja el 64.44% de la población mayor de 12 años.

El grado medio de escolaridad en Hermenegildo Galeana es de 4.3, la media en el municipio es de 4.7. En esta localidad hay personas mayores que hablan una lengua indígena.

El poblado se localiza a 40 minutos de Tuxtla Gutiérrez, la capital del estado de Chiapas.

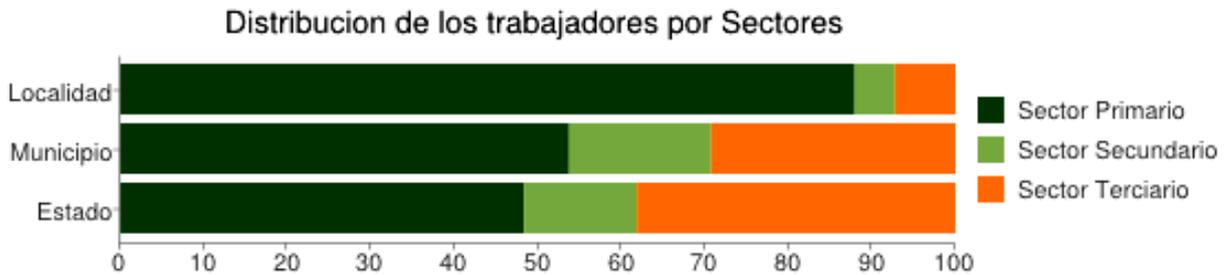
**Figura 7.** Mapa de la ubicación de Hermenegildo Galeana



**Fuente:** en <https://www.google.com.mx/maps> consultada en enero de 2014.

La población económicamente activa en la localidad de Hermenegildo Galeana es de 334 (32.30% de la población total), las que están ocupadas se reparten por sectores de la siguiente forma:

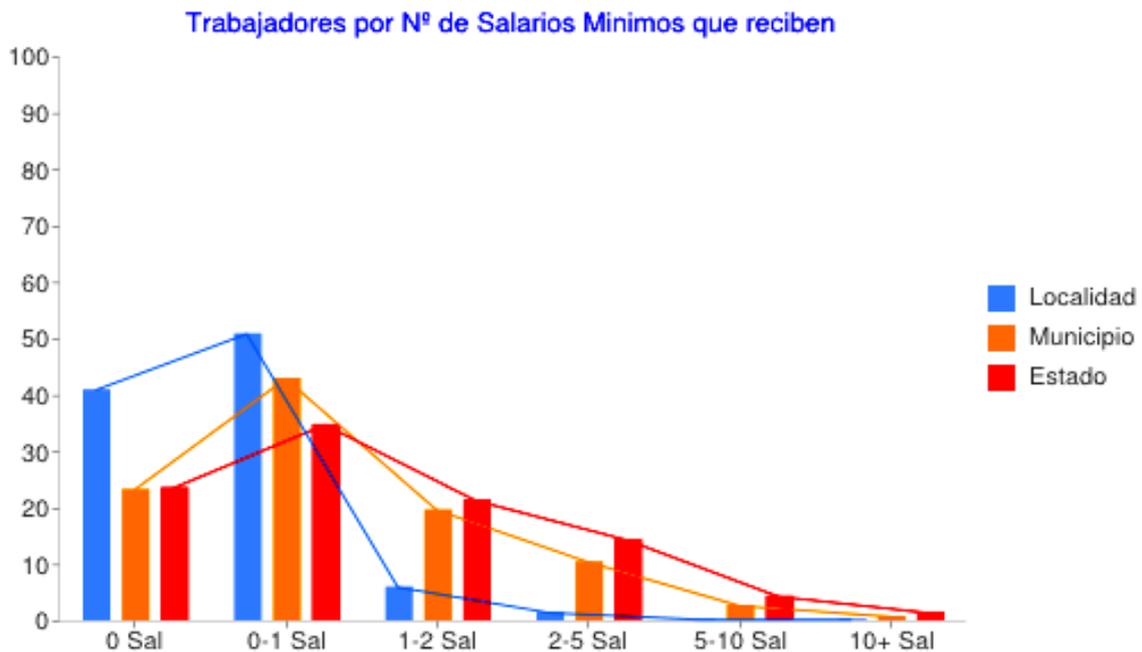
**Figura 8.** Distribución de los trabajadores por sectores productivos



**Fuente:** Foro México, 2013

En cuanto a salarios se refiere, a continuación se muestra el comportamiento en una gráfica.

**Figura 9.** Comportamiento de los salarios por nivel



**Fuente:** Foro México, 2013

## **IX. METODOLOGÍA**

La pesquisa tuvo un enfoque mixto (análisis cuantitativo y análisis cualitativo), con un alcance descriptivo y explicativo.

La investigación se inicia con la revisión de los principios del turismo rural y otras modalidades de turismo haciendo énfasis en el comunitario.

En una segunda etapa se desarrolló el trabajo de campo, entre septiembre y diciembre de 2015, marzo de 2016 y junio de 2017. Durante las primeras dos visitas a la localidad, se realizaron recorridos de campo a lo largo de la misma para determinar el potencial natural y cultural del lugar (mapeo de recursos), además de entrevistar a algunos líderes e informantes clave.

En el periodo de semana santa de 2016 época en que llega una mayor afluencia de turistas, se aplicaron cuestionarios dirigidos a los visitantes para obtener información sobre aspectos demográficos, socioeconómicos, intereses, motivaciones, actividades que realizan y sugerencias por parte del consumidor. El método utilizado para recabar información se basó en la observación participativa y una encuesta estructurada con preguntas cerradas y abiertas (Ortiz, 1998).

La información en campo fue obtenida junto con el apoyo de una persona, quien era de la comunidad. Esta persona se llama Bequer Lara Ramírez, originario de Hermenegildo Galena e hijo de fundadores, conocedor experimentado en la flora, fauna, riquezas naturales del sitio, rutas de interés y tradiciones locales.

El cuestionario dirigido al turista, se aplicó a 30 visitantes que fueron las unidades accesibles en el lugar, dado que la actividad turística en el sitio no existe como tal, solo de manera incipiente por lo que no fue posible determinar una muestra ya que no se cuenta con un número de población. La indagación se realizó desde un enfoque cuantitativo-cualitativo, mediante un proceso de Investigación Acción Participativa (IAP), lo que hizo posible los recorridos en el campo, las entrevistas a informantes clave y la aplicación oportuna de la encuesta.

Se abordaron 30 turistas con una encuesta constituida por tres partes; la primera con preguntas sobre aspectos socio demográficos relacionados con las características de los turistas; la segunda parte abordo aspectos relacionados con su viaje, como preferencia y motivos de su visita, la elección del destino, personas que le acompañan, y el transporte utilizado. En la tercera parte se exploró su nivel de satisfacción, lo que esperan encontrar en su próxima visita y algunas sugerencias. Después de una revisión y codificación del instrumento, se capturo la información en el paquete SPSS, procesando estadísticas básicas y gráficos.

**Cuadro 7.** Estructura del cuestionario para la encuesta aplicada al turista.

<b>Partes</b>	<b>Tipo de pregunta</b>	<b>Análisis</b>
I. Datos socioeconómicos del turista	Edad, sexo, escolaridad, empleo, ingreso, procedencia y actividad económica.	Estadísticas descriptivas Frecuencia, porcentajes
II. Interés, motivaciones y factores de elección	Cómo se entero del lugar, motivos de preferencia, transporte, hospedaje y actividades realizadas,	Media, máximo, mínimos Preguntas abiertas analizadas por campos
III. Nivel de satisfacción	Estuvo a gusto en la localidad, calidad de los servicios.	semánticos agrupando palabras relacionadas por su significado
IV. Sugerencias	Mejoras que le gustaría encontrar en su próxima visita y actividades que pudieran desarrollarse.	

Para el caso de los habitantes de la Comunidad se determinó un tamaño de muestra mediante el método de muestreo aleatorio simple. Al cual se le aplicó un cuestionario mismo que fue sometido previamente a pruebas de validez y confiabilidad.

En el caso del análisis cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a informantes clave. Además de apoyarse en la observación participativa.

Algunas de las herramientas de apoyo en campo, fueron la bitácora de campo, documentos y registros.

Se empleó la siguiente guía de Diéguez (2006), para caracterizar el ejido Hermenegildo Galena.

1. Localización: Ubicación geográfica y Límites geográficos.
2. Marco histórico: El surgimiento de la comunidad. Crónica histórica del área, del núcleo y de los barrios. Primeros pobladores. Breve reseña de la incidencia de las corrientes migratorias en el área. Etapas en el desarrollo de la localidad. Cronología de los principales acontecimientos.
3. Morfología del área: Relieve. Suelos: tipos, utilización. Hidrografía. Geología.
4. Clima
5. Fitogeografía: Especies predominantes.
6. Zoogeografía: Clasificación zoogeográfica del área. Especies predominantes. Especies en extinción.
7. Infraestructura y equipamientos: Comunicaciones con desplazamiento y sin desplazamiento. Transporte local. Ocupación y utilización del suelo.
8. Población, aspecto estático: Estado conyugal, población económicamente activa y no activa.
9. Servicio educativo
10. Vivienda: Nivel habitacional. Edificación existente. Cantidad de viviendas. Tipos de viviendas. Tenencia. Tipo de construcción. Estado general de las mismas. Vivienda según sistema de iluminación; según sistema de provisión de agua; gas; red cloacal. Número de personas por casa.
15. Recreación: Parques. Centros deportivos. Formas de diversión no organizada.

11. Confort: Mobiliario y aparatos de uso doméstico. Medios de movilidad.

12. Economía: Tipos y fuentes de trabajo y producción.

13. Información: Su utilización por parte de sectores de la comunidad.

14. Participación social: Análisis de la participación social en las asociaciones existentes. Modos de participación. Programas oficiales y/o privados que estimulan la participación.

15. Organización política: Tipo de gobierno local. Partidos. Programas. Inserción en la vida comunitaria. Participación popular. Sistema para elegir autoridades. Factores de poder. Dependencia de influencias y autoridades externas a la comunidad. Liderazgos políticos.

16. Organización religiosa: Credos, predominios, influencia en la vida comunitaria. Participación religiosa. Número y tipo de instituciones religiosas.

17. Organización social

18. Procesos socio-culturales: Procesos de asociación/cooperación. Procesos disociativos. Conflictos. Desorganización social. Alto nivel de consenso. Valores y creencias. Orientaciones valorativas. Costumbre y vida de los pobladores. Mitos y supersticiones. Deterioro de la identidad cultural y universo simbólico. Factores que la producen. Pérdida de las tradiciones y de las formas de vida.

Servicios de la comunidad: Consejos de vecinos. Comités de ciudadanos. Centros comunales. Oficina de asesoramiento o servicios de información para los ciudadanos. Caja de recaudación de fondos. Intercambio o registro de servicios sociales. Estudios e investigaciones sociales. Políticas de afirmación de la participación ciudadana. Políticas de desmovilización ciudadana.

Servicios para grupos: Educación general de adultos. Recreos organizados y actividades de grupos. Clubes para niños, jóvenes, adultos y personas de edad avanzada. Centros sociales urbanos. Campamentos, campos de vacaciones para niños y adolescentes. Residencias para vacaciones familiares. Actividades sociales, recreativas, deportivas y culturales para la juventud.

19. Redes: Redes por área. Ejemplo: salud, ecología, vivienda, etc. Quienes promueven las redes. Intencionalidad política de las redes.

### **9.1 Metodología de Mapeo Territorial**

La generación y puesta en práctica de métodos de recogida de información de carácter participativo, se han convertido en una necesidad para la adecuada planificación de estrategias de desarrollo en diferentes regiones. Esta metodología participativa está orientada a facilitar la elaboración de diagnósticos que sirvan como base para la zonificación de áreas de uso y conservación y para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Además, permite establecer mecanismos de socialización de conocimientos entre las personas de las comunidades y las organizaciones de apoyo. El enfoque que se plantea es la gestión del territorio y el uso adecuado de los recursos naturales desde el ámbito local, mediante la aplicación de métodos participativos, donde se respete el conocimiento local, territorial y ambiental de la población y el uso de sistemas de información geográfica como herramienta de apoyo.

En este contexto, se presentó una guía metodológica de mapeo territorial.

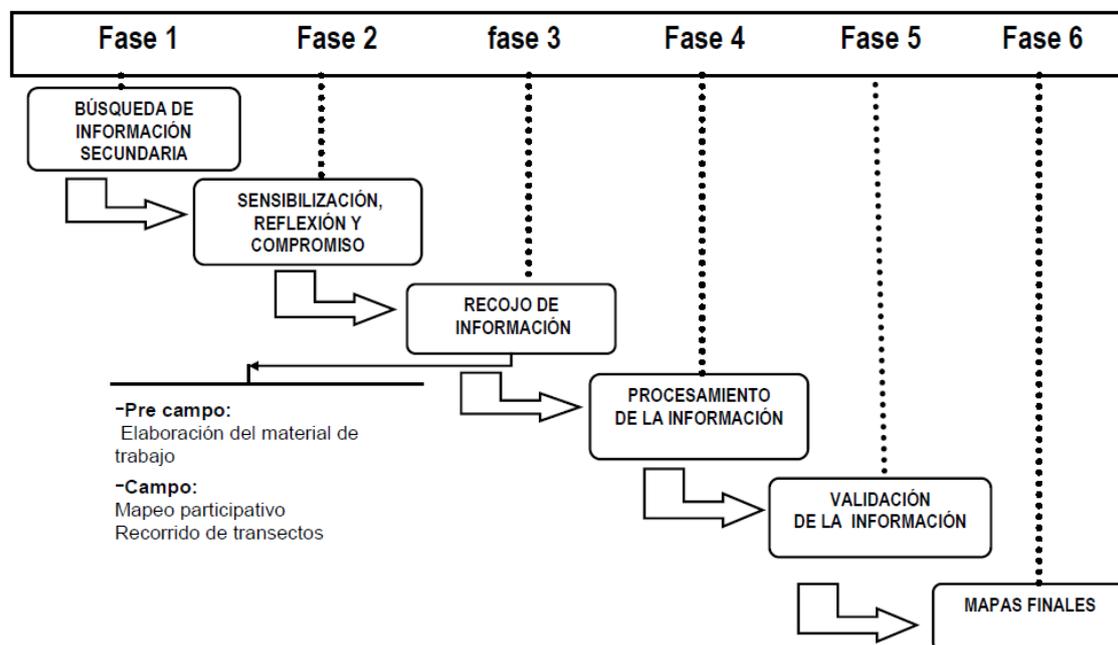
¿Qué es un mapeo territorial?

Es una herramienta que sintetiza uno o varios aspectos de la realidad existente en un determinado espacio y tiempo. Expresa la percepción que tiene la población indígena de una comunidad sobre su territorio y los usos que se dan a cada uno, reflejados en actividades o en áreas de protección (Tipula, 2008).

Fases del mapeo

La metodología participativa cuenta con seis fases claramente diferenciadas, tal como se muestra en el siguiente diagrama.

Diagrama: Fases del proceso de mapeo participativo



**Fuente:** Tipula, 2008.

### Búsqueda de información secundaria

El objetivo de la revisión de fuentes secundarias fue contar con un conjunto de información existente, tanto bibliográfica como cartográfica, para elaborar una metodología de mapeo participativo de los recursos.

### Sensibilización, reflexión y compromiso

Se refiere a trabajos previos en la comunidad. En ese sentido, se realizaron algunas reuniones con las autoridades comunales en las que se les explicó los objetivos del mapeo territorial, su importancia, las actividades a desarrollarse en cada fase, resultados esperados y se fijaron las fechas para visitar la localidad.

### Recogida de información

Para esta fase fue necesario elaborar previamente instrumentos en los cuales se vació la información obtenida al momento de ir haciendo los recorridos por la comunidad.

### Procesamiento de información

Basados en información secundaria y la información recogida mediante el mapeo participativo, se procedió a sistematizar los mapas participativos elaborados con los miembros de la comunidad.

### Validación de la información

Para esto se regresó a la comunidad con la información obtenida ya analizada previamente, para que fueran los propios dirigentes y comuneros (as) quienes revisarán toda la información que contenía el mapa. Este paso permitió aclarar confusiones y agregar información complementaria.

### Mapa final

Después de que la información se corrigió y se validó por la comunidad, se volvió a procesar en gabinete, la nueva información recogida para finalizar con el mapeo de campo.

En un segundo momento, considerando los resultados del diagnóstico territorial, se plantearon estrategias de desarrollo local sostenible de turismo comunitario.

## **X. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **Potencial natural**

Para determinar el potencial natural de Hermengildo Galena mediante la metodología de mapeo territorial, se realizaron numerosos recorridos de campo en compañía de integrantes del ejido e informantes clave. Como resultado de los mismos se obtuvo que en efecto la comunidad cuenta con una enorme riqueza natural conformada por el bosque de galería con sabinales, amates, y otra vegetación ribereña que es el nicho de garzas, ardillas, tórtolas, zanates distribuidos a lo largo de 12km de longitud del cauce principal.

El río es caudaloso, atraviesa todo el ejido, en el cual corre una agua cristalina y tibia, donde se encuentran desde caracoles hasta algunos peces de colores; paisajes cubiertos de bellas flores silvestres y a la orilla se encuentran diversos árboles frutales como: mango, tamarindo, plátano, guanábana, chicozapote y limón (Figura 10). Tomando en cuenta lo que dice Sánchez (2007) esta Comunidad tiene riquezas naturales necesarias que es una de las características principales que debe tener una zona para que se pueda llevar a cabo el turismo rural. Dentro y fuera del río las familias además de obtener alimento conviven de manera sana improvisando juegos donde se involucran padres e hijos constituyéndose un factor importante de unidad familiar.

La convivencia al margen del río permite conservar usos y costumbres propios de la comunidad al improvisar hornillas donde se cocinan los caracoles de río, usando el epazote que crece a los márgenes del mismo. Estos aspectos dan arraigo e identidad a la localidad tal y como lo reporta Tapia (2008) que las principales ventajas del turismo comunitario consisten en el aprovechamiento de recursos locales disponibles para la creación de fuentes de empleo, fortalecimiento de las estructuras comunitarias y de las identidades locales, lo que trae como consecuencia una mayor retención de la población en áreas rurales.

Grolleau (1988) indica que el turista busca realizar una diversidad de actividades en el espacio rural, es decir que existe un contacto directo entre el turista, el poblador y el patrimonio. El consumidor se encontrará en un medio distinto al suyo donde podrá convivir con otra cultura lo que provocará una serie de vivencias, emociones y distracciones. Características que en base a los resultados obtenidos se pueden llevar a cabo en el ejido.

**Figura 10.** Paisajes del ejido.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2015

## **Potencial cultural**

### **Festividades**

Los aspectos culturales más importantes en la localidad son: *“El baile del “copoti” el día 3 de mayo, es una tradición zoque que heredamos de nuestros antepasados, surge por que en tiempos pasados cuando no llovía, los pobladores orábamos a la santa cruz, le bailamos y le poníamos una ofrenda de flores, se quemaban cuetes y bajaban la cruz del cerro hacia el templo. Entonces la cruz se baja el 1ro de mayo con carrizo, tambores y la gente se disfraza de copoti (vestuario zoque típico de Coita) se ofrece comida y se baila. El día 2 de mayo se llevan flores al templo, se ofrece café, pan y comida. El día tres de mayo es la venta del torito (un joven se disfraza de torito y ese torito se pone en venta, los organizadores de la fiesta le ponen precio al torito de acuerdo con lo que hayan gastado para realizar dicha fiesta, quien compra el torito será el responsable de organizar la fiesta para el siguiente año. La cruz permanece en el templo un mes completo y la celebración se realiza cada año (Ramírez, 2015).*

El festejo del patrono del pueblo “Sagrado Corazón de Jesús”,... *“no tiene una fecha fija ya que cada año se celebra conforme lo marca el calendario. El 20 de noviembre se celebra la fundación del pueblo, considerando que fue en 1914 cuando realmente la gente se asentó en el*

*ejido, dos años después de la revolución mexicana”* (Hernández, 2015). Por lo tanto el pueblo ya cumplió un siglo.

La marimba es uno de los elementos directamente relacionados a la cultura e identidad Chiapaneca, Galena tiene su propio grupo musical de marimba, el cual acompaña en diferentes eventos sociales, políticos y culturales dentro de la Localidad y alrededor de toda la región. Es un elemento relevante para los visitantes que desean conocer de este género musical.

### **Gastronomía**

Respecto a la gastronomía local sobresalen los siguientes platillos: Caldo de caracol (este guisado es uno de los más tradicionales y apetecido (los caracoles empleados en su elaboración son colectados en el río de la localidad), pipián, chihuamonte (carne de res asada con semilla de calabaza), caldo de gallina de rancho, tortillas hechas a mano con maíz de la comunidad, totopoztle, tortilla de mosca (tortilla de maíz con frijol que se muele en piedra de otate), totopos de frijol o de maíz reventado, tasajo, cocido de res, carne de puerco en pipián, pollo al pipián, frijol con tasajo y barbacoa de res.

Bebidas típicas: pozol blanco, pozol de cacao, tascalate, chocolate, café, aguardiente de caña, aguas frescas de frutas tropicales como el tamarindo, guanábana, mango, maracuyá, guaya, nance y mango.

Dulces típicos: coyol en dulce, putzinu, guineo verde en dulce, la semilla de calabaza, higo, naranja en dulce, papaya cristalizada, dulces de cacahuate, ante (merengue) y pan tradicional cocido en horno tradicional de barro.

Según Camacho (2007), El turismo supone un importante impulso para los espacios rurales, ya sea como motor de desarrollo económico, o como elemento complementario de otras actividades de carácter más

tradicional como la agricultura, la ganadería o la pequeña industria, además de suponer importantes beneficios desde una perspectiva social, cultural y medioambiental. Siendo la cultura una de las piedras angulares que rigen esta actividad. Con lo cual y en base a los elementos culturales propios de Galena opino que el turismo comunitario se puede implementar para aprovechar toda esta riqueza cultural en beneficio de Localidad en su conjunto.

Además considerando lo reportado por Zizumbo (2009) donde hace énfasis en que los visitantes están ávidos de vivir experiencias en contacto con la naturaleza y con la gente sencilla de las localidades rurales para conocer un poco de su cultura, puedo decir que Galena posee un gran abanico de elementos culturales importantes siendo que los fundadores provienen de la etnia Zoque, elemento lo que representa una fortaleza en para la Comunidad.

## **Análisis de la demanda**

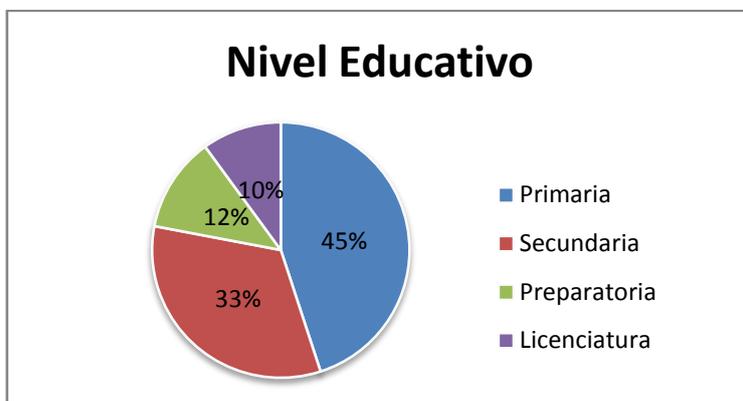
### **Perfil sociodemográfico del turista**

Los turistas son visitantes de jóvenes a adultos; un poco menos de la mitad de ellos (42%) van de los 28 a 40 años; 42% entre los 41 y 50 años; y tan solo el 14% mayores de 50 años. Lo que se asemeja al perfil identificado para este tipo de turismo de acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2015). Son turistas hombres (71%) y mujeres (29%), de los cuales el (68%) dice estar casado y tan solo el (22%) es soltero. El nivel educativo de primaria es el que más predomina en el turista, seguido por secundaria, preparatoria y licenciatura sucesivamente, nadie de los encuestados presentó estudios de posgrado (Gráfica 4).

Además los resultados coinciden con el perfil indicado por Garduño (2008) son personas entre los 30 y 45 años, estudiadas que se documentan antes de su estadía, buscan hospedarse en pequeños lugares y evitan el contacto con el turismo masivo.

En base a los datos obtenidos se observa que hay interés por parte de los visitantes en conocer y disfrutar de su estadía en los espacios rurales y que el perfil de los mismos corresponde al turista rural.

**Gráfica 4.** Nivel educativo del turista



**Fuente:** Con datos de la encuesta, 2016

**El nivel de ingreso** es muy diverso, señalando que el descanso y el viaje de placer lo realizan personas de todos los niveles. Se trata de turistas que perciben ingresos mensuales, en un rango de menos de 1,000 pesos (11%), de 1,000 a 5,000 (36%), de 5,000 a 10,000 pesos (53%). Con lo cual se puede apreciar que en este caso el nivel de ingreso no ha sido un factor limitante para poder practicar el turismo rural.

Cesar (2005) menciona que un porcentaje elevado de las personas que ejercen el turismo en espacios rurales vienen de ciudades alejadas a las comunidades rurales. Referencia que se contrapone con los resultados obtenidos para este parámetro. Donde la procedencia de los turistas es muy parecida, cerca de la mitad (45%) son oriundos de Tuxtla Gutiérrez, la capital del Estado, otro 41% proceden de comunidades pertenecientes al municipio de Ocozocoautla y solo un 14% viene de algún municipio lejano perteneciente al mismo Estado.

Estos valores reflejan la necesidad imperante de dar a conocer este destino turístico, a nivel nacional e internacional mediante internet, redes sociales y medios masivos de comunicación para que lleguen más visitantes.

Respecto a la **actividad económica** más de la mitad (57%) dicen ser asalariados, un (34%) que son amas de casa no refieren alguna actividad económica y el (9%) restante se dedican a otras actividades relacionadas a su profesión. Sin embargo, Colombram (2009) mencionan que ejecutivos y profesionales representan el 40% de los turistas y que además tienen un elevado nivel de ingresos. Este contraste se debe a que Hermenegildo Galeana no es todavía un destino turístico en forma, y quienes llegan a disfrutar de este sitio son personas en su mayoría pertenecientes a la clase media.

La forma de cómo se enteraron sobre esta localidad para planear y realizar el viaje, la obtienen a través de familiares (71%) y el (29%) lo hace por medio de amigos o conocidos quienes les recomiendan visitar el lugar por las experiencias que ellos han tenido. Dato contrario a los resultados encontrados por El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR (2007) donde más de la mitad de los visitantes se enteran de los destinos a conocer mediante internet donde previamente a su visita indagan sobre el lugar en la página web y solo el 27% lo hacen por medio de familiares y/o amigos.

Tomando en cuenta estos contrastes es menester crear una página web de la localidad donde se den a conocer los atractivos naturales y culturales de la misma con el objetivo de atraer a turistas potenciales dentro y fuera de México.

La mayoría de los visitantes 75%, viaja en compañía de sus familiares, otros lo hacen con cuatro y cinco amigos 25% y no se tiene registro de viajantes solos. Morro (1993) encontró que el 60% viajan en pareja y un 30% lo hace con la familia. En el caso de los visitantes que llegan a Hermenegildo Galeana estos valores se explican porque las familias deciden pasar tiempo juntos conociendo su entorno cercano.

Su traslado lo realizan en auto particular (84%) y en transporte público (16%). El uso del auto particular es preferido por los viajantes con familiares ya que representa para ellos mayor seguridad y confort,

considerando además que les permite regresar a sus domicilios considerando la falta de sitios donde hospedarse.

Del total de los encuestados (40%) refieren haber visitado con anterioridad este lugar en al menos cuatro ocasiones o más, para el (19%) es la primera vez que visitan el ejido y un (32%) lo han visitado en tres ocasiones. Estos resultados demuestran que la mayoría de los visitantes han quedado satisfechos en sus visitas anteriores, por ello deciden volver además de invitar a nuevos integrantes de su región a que también visiten y conozcan la riqueza natural y cultural de la Localidad.

Uno de los principales argumentos de haber elegido entre este lugar e ir a la playa es por la gran riqueza natural que se aprecia en la comunidad, la tranquilidad del sitio, dato similar a lo que reporta (PROMPERÚ, 2009) donde argumentan que las personas prefieren el turismo rural, por la satisfacción de tener contacto con la naturaleza y apreciar los paisajes, la flora y fauna propias del sitio (37%).

En segundo lugar prevalece el hecho de que se gasta menos, aspecto que refleja la crisis económica que se vive en el país. Al respecto reporta el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), que graves problemas están sucediendo en nuestro país y que están a flor de piel tales como el desempleo y la inmigración, la corrupción y claro la crisis económica, que es el de mayor importancia para muchos mexicanos; pues ha venido afectado a todos los tipos de clases sociales en México.

En sus comentarios adicionales los visitantes comentan que buscan lugares para vacacionar donde puedan gastar menos y finalmente los demás lo hacen por la tranquilidad que se experimenta en el sitio ya que lo que desean es alejarse un poco de las ciudades y de las características propias de las mismas (Cuadro 8), tal como lo reporta (Toledo, 2008).

**Cuadro 8.** Motivos de elegir entre este lugar e ir a la playa.

<b>Motivo</b>	<b>(%)</b>
Se gasta menos	33.3
Por la cercanía	
Por la tranquilidad	16.6
Por la riqueza natural	47.1
Otro	10
Total	100

**Fuente:** Con datos de la encuesta, 2016.

Hermenegildo Galeana cuenta con un muy apreciado río por su agua cristalina y su afluente caudaloso, con la finalidad de proteger las especies acuáticas comestibles que en él se encuentran, “*las autoridades han tomado la medida de solo permitir pescar en semana santa*” (Hernandez,2016), es por ello que dentro de las actividades que realizan los visitantes el 100% pesca, de los cuales además el 80% también se baña en las pozas que se han formado de manera natural, un 10% hace senderismo y un 5% también juega fútbol, el 5% restante hace otras actividades (Figura 11), actividades que concuerdan con lo reportado por Sánchez (2007), donde manifiesta que los turistas desean conocer los hermosos paisajes que se han formado de manera natural, la flora y fauna del sitio, los cultivos propios de cada localidad, los atractivos de la zona (ríos, cascadas, lagos y presas). El total de los encuestados dicen que recomendarían a otros que en sus próximas vacaciones visiten este lugar, por la belleza natural, la seguridad, la tranquilidad y diversidad de actividades que se pueden practicar en el mismo.

**Figura 11.** Actividades realizadas por los visitantes durante su estancia.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2016

La mayoría de los visitantes (83%) no se quedan a dormir en el lugar, de los cuales el 41% argumenta que es porque no hay dónde hospedarse. El (17%) que sí se queda a dormir, lo hacen en casa de algún pariente o conocido. En base al panorama anterior, un elevado porcentaje (83%) se queda solo un día en la comunidad, de los cuales el 30% regresa al día siguiente llegando por la mañana y partiendo en la tarde-noche, es por ello que argumentan les gustaría que hubiese un lugar donde alojarse para poder permanecer en el ejido por más días sin tener que ir y regresar.

A diferencia de los que tienen algún pariente o conocido dónde hospedarse, se quedan hasta tres días en Galeana. Esta es la razón por la que no se tiene dato alguno sobre el costo de hospedaje.

El tema del hospedaje es un factor importante para ofertar el turismo rural y tomado en cuenta la información obtenida por parte de la demanda, se sugiere implementar zonas de campamento que no representa una inversión inicial elevada para poder ofertar este servicio.

Concerniente al **consumo de alimentos** y bebidas solo el (15%) compra toda su comida en el lugar, un (48%) traen consigo algunos víveres y lo demás lo adquieren en el ejido y el (37%) traen toda su comida desde casa. Esto se debe a que la gran mayoría de los turistas vienen de lugares cercanos. Además la comunidad permite en el periodo vacacional de semana santa, la colecta de caracoles y peces en el río

para que los visitantes que así lo deseen preparen sus alimentos a la orilla del río. Sin embargo, también se puede encontrar venta de diferentes platillos tradicionales y precios accesibles.

### **Nivel de satisfacción**

A pesar de que en la comunidad aun no se lleva a cabo la actividad turística en forma, todos los encuestados contestaron haber estado a gusto siempre. Más de la mitad de estos turistas (53%) desean encontrar en su próxima visita servicio de hospedaje, un (28%) esperan más sitios de venta de comida, al 9% les gustaría la puesta en marcha de un centro recreativo bien planeado y un 10% respondieron que se puede mejorar el servicio sí se cuenta con palapas para la ingesta de alimentos y como refugio del calor y la lluvia.

Los resultados muestran que hay avances importantes en la Localidad a pesar de que el turismo sea aún una actividad insipiente, el estudio permite ver aquellos puntos valiosos en los que se requiere hacer mejoras para ejercer el turismo de manera formal logrando con ello un impacto positivo en la población.

De los siguientes aspectos se les pidió que los evaluaran en escala del 1 al 5 donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta, de acuerdo al grado de satisfacción que les produjo y se obtuvieron las siguientes medias. Nuevamente vemos que el elemento hospedaje es uno de los factores a atender e impulsar.

**Cuadro 9.** Grado de satisfacción de los servicios

<b>Aspecto</b>	<b>Evaluación</b>
Servicio y trato al cliente	3
Hospedaje	1
Gastronomía	4
Diversión	5

**Fuente:** Can datos de la encuesta, 2016.

Camacho (2007) expone que el medio ambiente, es un elemento que debe ser manejado partiendo de la sensibilización, debido a que

lamentablemente la contaminación es un hecho que no sólo afecta a centros poblados, sino también a espacios rurales. Las acciones deben partir de las autoridades en un proceso continuo de interacción con los pobladores locales, ya que no se puede concebir la actividad turística en un destino contaminado. Bajo este contexto los resultados muestran un manejo adecuado de los residuos sólidos por el 63% de los visitantes y un 36% refieren no haber observado un manejo apropiado.

Por lo tanto es menester incluir estrategias que fomenten la concientización de mantener limpia el área utilizada.

La cantidad de información presente en la localidad referente a lo siguiente se resume en el (cuadro 10).

**Cuadro 10.** Disponibilidad de información y señalamientos.

<b>Presencia de información</b>	<b>Mucho</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>
Señalamientos de protección civil y teléfonos de emergencia		12%	88%
Señalamientos de zonas de interés y rutas sugeridas			100%
Señalamientos para la disposición y manejo de los residuos sólidos		15%	85%
Modulo de atención al turista			100%

**Fuente:** Con datos de la encuesta aplicada en campo, 2016.

Estos resultados permiten apreciar algunas de las debilidades de la Localidad, las cuales deben ser tomadas en cuenta para hacer planteamientos y mejorar estos aspectos con la finalidad de brindar un mejor servicio y atraer a posibles consumidores potenciales. Sobre todo los señalamientos de protección civil ayudan a disminuir la probabilidad de accidentes y evitar zonas de riesgo.

### **Fiestas y tradiciones**

Poco más de la mitad (58%) contesto que nunca le han platicado la historia de la fundación pueblo, sobre sus fiestas y tradiciones. A un (32%) algunas veces les han hablado acerca de la fundación del pueblo, sus fiestas y tradiciones, el restante (10%) comento que siempre les

hablan de este tema. De los cuales un 46% se han enterado por medio de amigos, 28% lo hacen a través de sus padres y a un 26% les comparte esta información algún conocido.

Tomando como referencia los porcentajes obtenidos, se sugiere transmitir a los visitantes aquellos sucesos relevantes del ejido, tal y como lo reportado Toledo (2008); donde expresa que como parte de los aspectos importantes que debe tener una comunidad para ser considerada un buen destino de turismo rural son sus festividades y tradiciones.

### **Sugerencias por parte del visitante**

A partir de la agrupación que se realizó sobre lo que sugiere el viajero para mejorar la Comunidad como un destino de turismo comunitario, en primer lugar se proponen sitios donde hospedarse, en segundo lugar se recomienda diversificar la venta de comida ya que es algo muy importante para la satisfacción del cliente, como punto número tres alude el hecho de pavimentar las calles para hacer más atractivo el ejido.

Se propone crear sitios de venta donde se puedan encontrar trajes de baño, salvavidas, artesanías y productos locales, en quinto lugar piden infraestructura como palapas y servicios sanitarios, posteriormente consideran importante la instalación de juegos infantiles a la sombra para la recreación de los y las niñas, y finalmente se recomienda que debe haber una mejor coordinación entre los pobladores con el objetivo de brindar un mejor servicio y trato al consumidor que permita implementar el turismo comunitario como una actividad generadora de fuentes de empleo e ingreso.

De acuerdo con la percepción de los visitantes, indicaron que tanto sería de su agrado realizar las siguientes actividades. En las que destacan como las principales los deportes acuáticos, senderismo a caballo y tirolesa. Las de menor interés corresponden a medicina tradicional y colecta de plantas medicinales.

**Cuadro 11.** Agrado por realizar ciertas actividades.

<b>Actividad</b>	<b>Mucho (%)</b>	<b>Poco (%)</b>	<b>Nada (%)</b>
Senderismo a pie	34	53	13
Senderismo a caballo	48	44	8
Tirolesa	38	47	15
Rapel	20	57	23
Ciclismo de montaña	43	36	21
Deportes acuáticos	73	18	9
Recolección de plantas medicinales	13	40	47
Medicina Herbolaria Tradicional	11	45	44

**Fuente:** Con datos de la encuesta en campo, 2016.

## **Resultados obtenidos por parte del habitante de la Comunidad**

### **Perfil socioeconómico**

En base a los datos obtenidos en la encuesta que se aplicó a los pobladores de Hermenegildo Galena se tienen los siguientes indicadores, el 87% de los encuestados son mujeres, la edad promedio es de 43 años, el 62% son casados y el 25% corresponde a personas solteras. Resultados favorables ya que las mujeres muestran un mayor interés por participar en la elaboración y venta de platillos, dulces y bebidas típicas de Galeana.

Mientras que los solteros prefieren participar como guías de turistas y deportes acuáticos.

Del 50% que desempeñan una actividad económica solo el 12% es asalariado un 9% refieren a la agricultura como su principal actividad y el resto son comerciantes de manera independiente. Analizando estos valores, es recomendable implementar actividades alternativas a la agricultura para crear fuentes de empleo en la misma localidad, siendo esta una de las principales característica del turismo comunitario (Ruíz y Cantero, 2008).

Respecto a su lugar de origen, solo un 12% contestaron que nos son oriundos de Galena pero si de comunidades vecinas lo que deja ver que la gran mayoría de la población 88% son nativos de esta Localidad.

Emigración, el total de los encuestados refirieron que ninguno de los miembros de su familia ha emigrado en el último año, dato soportado por Zizumbo (2009) donde menciona que esta actividad repercute en el fortalecimiento de la estructura interna de la población y arraigo de los miembros que la integran.

A pesar de ser una Comunidad de origen Zoque, actualmente ninguno respondió que habla la lengua indígena, un dato alarmante, que refleja la pérdida de la misma y con ello la identidad y la cultura. Esto no se debe al turismo comunitario ya que la actividad como tal aún no se implementa.

El número promedio de personas que habitan en una misma casa fue de 3, esto deja ver que actualmente el número de integrantes por familia ha reducido respecto a lo que menciona (Álvarez, 2004) donde reporta que el número de miembros por familia era de 6. Este es uno de los cambios en los modos de vida que reporta Aguilar (2014) en el contexto de la nueva ruralidad.

Un aspecto importante que se obtuvo respecto a **otras actividades** que saben hacer, es en primer lugar la preparación de comida y dulces típicos que no realizan porque no hay un mercado potencial en donde puedan vender, este dato representa un área de oportunidad para la implementación del turismo comunitario que se pretende desarrollar en el ejido, empata perfectamente con las recomendaciones de mejora que hacen los visitantes donde solicitan se diversifique la oferta de alimentos y productos tradicionales.

Respecto al grado de confianza los habitantes dicen confiar mucho en los miembros de la familia, regular en los vecinos, poco en conocidos, autoridades locales y municipales y nada en el gobierno federal. Parámetro que muestran el nivel de desconfianza que tienen los

individuos en las autoridades en todos los niveles, mismo que ha propiciado el rezago social.

**Educación.** El nivel educativo promedio de la comunidad es primaria terminada, solo el 38% tienen hijos en la escuela de los cuales el 66% pudo comprar todos los útiles escolares en el último año y pretenden darle estudio a sus hijos hasta la universidad, el 34% restante solo les pudo comprar la mitad de útiles y esperan puedan concluir el nivel medio superior. A pesar de que el nivel de estudio no es avanzado, los jefes de familia se ocupan de sus hijos se preparen profesionalmente.

La mitad de la población considera que podría mejorar su calidad de vida si se implementará el turismo comunitario, ya que tendrían la posibilidad de poner un negocio u obtener un trabajo.

**Alimentación.** En promedio los pobladores hacen dos comidas completas al día considerando un 75% que la calidad de la misma es adecuada y se registra un gasto promedio de \$3,100 mensuales para este concepto. Consideran que regularmente son autosuficientes en cuanto a disponibilidad de alimentos por lo que tendrían la posibilidad de ofertar comida a los turistas así como algunos productos agrícolas derivados de sus propias cosechas.

**Vivienda.** La mayor parte de la población 87% vive en casa propia, llevan en promedio 16 años habitando ese hogar, las viviendas cuentan con dos cuartos además de la cocina siendo el techo de la mitad de ellas de lamina galvanizada, el 25% aun conservan la tradición de techo de teja y paredes de adobe (87%) con piso de cemento (100%). El 37% ha realizado reparaciones en el último año siendo estas principalmente en techo y paredes gastando en promedio \$6,600. Considero que con estas condiciones de vivienda se pueden adaptar espacios para dar alojamiento a los visitantes en las casas de los ejidatarios, obteniendo así un ingreso extra.

La comunidad cuenta con los siguientes servicios: agua potable, drenaje, luz eléctrica y recolección de basura, de los cuales el 85% menciona que tiene acceso a los mismos considerando la calidad de estos es de regular a buena. Aquellos que no tienen servicio de recolección de basura (8%) la queman, mientras que un 65% la separa y un 20% hace composta, por ello todos están interesados en que se les imparta un taller de reciclado y manejo adecuado de los residuos sólidos (basura). En términos generales un 70% considera que la calidad de su vivienda es buena.

Considerando los resultados se tiene que el ejido cuenta con los servicios básicos requeridos que debe tener cualquier región que pretenda incursionar en el turismo rural, ya que para ello debe garantizar que el visitante se sienta en un ambiente agradable.

**Ahorro.** El 60% de los encuestados tienen el hábito de ahorrar, a pesar de que en la localidad no se cuenta con cajas de ahorro y ninguno refirió participar en alguna. Del total de los ingresos destinan en promedio el 8% para ahorro. Dato que representa un punto favorable para quienes desean invertir en algún negocio o actividad de la estrategia de turismo comunitario.

**Organización.** Los pobladores están bien organizados para dar mantenimiento al depósito de agua, hacer limpieza comunitaria de calles y río, hacer mejoras en la escuela y dar mantenimiento al centro de salud; dato que se considera como una fortaleza para incursionar en la oferta de turismo rural, debido a que los turistas buscan de espacios naturales pero limpios.

Sin embargo, se organizan poco para hacer gestiones ante las autoridades y para vender sus productos agrícolas; aspecto que hay que trabajar con los integrantes de la localidad para gestionar una propuesta de este tipo.

Un 25% de los pobladores participa de manera activa en alguno de los comités con los que cuenta la comunidad, lo que refleja que están

interesados en que la localidad vaya mejorando y lo hacen de manera imparcial tanto hombres como mujeres; el 9% han participado al menos una vez como miembro de las autoridades locales lo que muestra que si hay rotación en dichos cargos.

### **Interés, motivaciones y factores para prestar servicios turísticos**

Todos consideran que su localidad es un buen destino turístico por ser un lugar con paisajes hermosos, tranquilo, seguro y con riqueza natural y cultural. Debido a que la actividad turística en esta comunidad es todavía incipiente el 15% contestó que han tenido la oportunidad de atender turistas en periodos vacacionales principalmente en semana santa que es cuando hay un mayor número de visitantes, les ofertan el servicio de alimentación.

La principal motivación para atender turistas es obtener un ingreso extra, siendo este en promedio de 150 pesos diarios. En caso de implementar el turismo comunitario el 77% están interesados en poner un negocio de los cuales al 64% les gustaría vender comida pues cuenta con las habilidades para ofrecer diferentes platillos típicos y dulces tradicionales, mientras que solo un 4% quisieran ser guías de turistas; sin embargo, nadie mencionó el servicio de hospedaje por la alta inversión inicial que representa, aun cuando es una de las principales sugerencias que hicieron los turistas.

### **Nivel de preparación para atender al turista**

El 12% dice que tiene experiencia en atender turistas, sintiéndose capaces en los aspectos de alimentación y atención al cliente, a pesar de que no han recibido capacitación alguna sobre cómo atender al consumidor.

Los aspectos en los que consideran estar más débiles son hospedaje y diversión, dato que coincide con lo referido por los visitantes en la falta de este servicio. Para un periodo vacacional un 72% podría incluirse a trabajar en el tema de gastronomía seguido de servicio y trato al cliente con un 11%.

Desafortunadamente no existe en la localidad un acuerdo para la separación y manejo adecuado de los residuos sólidos (basura).

Para determinar que tanto conoce la gente sobre su comunidad, se obtuvo lo siguiente.

**Cuadro 12.** Conocimientos que tienen los pobladores sobre su Localidad

<b>Aspecto</b>	<b>Nada</b>	<b>Poco</b>	<b>Regular</b>	<b>Mucho</b>
Historia de la fundación del pueblo	6%	48%	27%	19%
El baile del Copoti		5%	56%	39%
Celebración de la Santa Cruz			14%	86%
Fiesta patronal			17%	83%
Rutas y senderos con atractivo turístico	17%	32%	47%	4%
Plantas medicinales	62%	33%	4%	1%
Platillos típicos	9%	20%	38%	33%
Dulces tradicionales de la comunidad	3%	31%	45%	21%

**Fuente:** Con datos de la encuesta, 2016.

### **Sugerencias para atender mejor al turista**

Los habitantes de galena consideran que es importante mejorar las vías de acceso (76%) e implementar el servicio de hospedaje (82%), las causas por las que no se han hecho estas mejoras es la falta de colaboración para hacer gestiones ante las dependencias correspondientes y la poca organización con la que se cuenta para solicitar apoyo ante las autoridades.

Los encuestados respondieron que existen las condiciones necesarias para llevar a cabo determinadas actividades en el siguiente orden.

**Cuadro 13.** Actividades que se pueden llevar a cabo en la Comunidad

<b>Actividad</b>	<b>Si (%)</b>	<b>No (%)</b>	<b>No se (%)</b>
Senderismo a pie (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	100		
Senderismo a caballo (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	100		
Tirolesa (traslado en cable aéreo con fines recreativos )		100	
Rapel (ascenso con cuerdas sobre la pared de una pequeña montaña)		100	
Ciclismo de montaña (visitar puntos en bicicleta previamente escogidos por su belleza u otras características )	100		
Recolección de plantas medicinales con guía experto del pueblo	33	20	47
Medicina Herbolaria Tradicional (por experto del pueblo)	28	25	47
Deportes acuáticos	56	36	8

**Fuente:** Con datos de la encuesta, 2016.

Existe el interés por parte de los pobladores en capacitarse en aquellos aspectos para los que existen las condiciones en el lugar, con la finalidad de aprovechar el potencial natural y cultural con el que cuentan buscando mejorar sus condiciones de vida.

### **Rutas turísticas**

En base a los recorridos que se realizaron en la localidad y el mapeo territorial se encontraron como rutas de interés para los turistas los siguientes sitios:

**Cascada el Chorrón**, para llegar a este destino el tiempo de recorrido es de 40 minutos partiendo del centro de la localidad que es donde se encuentra la iglesia. A lo largo del camino se encuentra una diversidad de orquídeas, sabinos, amates y hermosa vegetación, es recomendable para aquellos que gustan del ciclismo ya que las veredas permiten el tránsito de la bicicleta, la cascada es de aproximadamente diez metros de alto y en la base se puede nadar.

**Figura 12.** Cascada el Chorrón, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

**Cueva el Ocotál,** el tiempo de traslado a la misma es de aproximadamente una hora partiendo del centro, lo interesante de esta ruta es ver las cotorras que en ella se concentran, se recomienda llegar antes del amanecer para poder apreciar el espectáculo de estas hermosas aves, hay que llevar calzado cómodo que permita caminar en senderos accidentados.

**Figura 13.** Cueva el Ocotál, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

**El mirador**, es uno de los puntos más altos de la localidad hay que ascender por un poco más de una hora, una vez que se llega a la cima donde se encuentra la Santa Cruz que es bajada el día 1ro de mayo a la Iglesia. Desde este lugar se puede apreciar casi en su totalidad todo lo que comprende la comunidad, a lo largo del camino se encuentra una diversidad de plantas medicinales las cuales pueden ser colectadas.

**Figura 14.** El mirado, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

**Cerro brujo**, es una de las ultimas rancherías de la comunidad que se caracteriza principalmente por su producción de café de calidad equivalente a un biocafé. Se recomienda para las personas que desean interactuar con una pequeña población que aún conserva gran parte de su identidad como etnia Zoque, además para quienes deciden disfrutar de un buen café. Para llegar a Cerro brujo se puede ir caminando o a caballo ya que esta aproximadamente a 2 horas del centro.

**Figura 15.** Camino a Cerro Brujo, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

**Figura 16.** Senderos, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

**Figura 17.** Cerro Brujo, en Hermenegildo Galena



**Fuente:** Recorridos en campo, 2017

## **XI. CONCLUSIONES**

- México es un país con grandes riquezas naturales y culturales, las cuales son su principal atractivo a la hora de llevar a cabo el turismo rural, permitiendo ser una oferta competitiva en el mercado turístico.
- La presente pesquisa cumplió con sus objetivos, al determinar que existe el potencial natural, cultural, social, institucional, político y económico favorable en la Comunidad de Hermenegildo Galeana para implementar el turismo de base comunitaria y fomentar así el desarrollo económico local.
- Los pobladores de Galena son conscientes de la riqueza natural y cultural con la que cuentan, por ello manifiestan su interés y disposición en buscar las herramientas necesarias para gestionar, apoyar y ejecutar esta propuesta. Con la finalidad de generar una fuente de ingreso alterna a la actividad agrícola que se pueda llevar a cabo durante todo el año.
- Es fundamental hacer un estudio del consumidor para conocer sus necesidades, gustos, preferencias, motivos de elección, actividades de interés y demás aspectos que deben ser tomados en cuenta al momento de integrar una propuesta de turismo comunitario.
- El turismo comunitario permite tener contacto con las comunidades que viven en zonas rurales, con su modo de vida, en un proceso de intercambio de información y de interacción, con respeto hacia el patrimonio natural y cultural.
- Las principales motivaciones de quienes practican el turismo rural es tener contacto con la naturaleza, cultura y tranquilidad que se experimenta en el sitio.
- El grado educativo y nivel de ingreso no se considera un factor determinante en la búsqueda y realización de este tipo de turismo ya que los datos encontrados muestran diversidad en ambos parámetros.

- En términos generales se concluye que Hermenegildo Galena cuenta con las condiciones necesarias para implementar el turismo de base comunitaria, mismo que repercutiría en la mejora de calidad de vida de los habitantes.

## **XII. RECOMENDACIONES**

- La presente investigación constituye la base de estudios posteriores para diseñar una estrategia integral y sostenible basada en el turismo rural para el ejido Hermenegildo Galeana.
- Con la intención de intervenir en los procesos de mejoramiento de las pequeñas comunidades rurales, específicamente basándonos en la implementación de un sitio turístico de base comunitaria, resulta trascendental conocer la demanda de este producto turístico.
- Es importante que los nuevos sitios de turismo comunitario que se incorporan a la oferta nacional, se promuevan mediante el uso de internet con el objetivo de darse a conocer.
- Un aspecto importante de atender en el ejido es el hospedaje, ya que fue una de las principales sugerencias que hace el turista.
- Futuras investigaciones deberán realizar estudios que aborden a profundidad los efectos del turismo comunitario en la población rural.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES

- Aguilar, L. 1993. Antologías de Política Pública, México, Porrúa.
- Alberto J. Diéguez. 2006. La caracterización de comunidades, dos instrumentos de análisis. Argentina.
- Álvarez Cisneros Wilder. 2004. Dinámica de la estructura urbana en la ciudad de Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas: A partir de la segunda mitad del siglo XX, 1970-1998. Tesis de maestría. UNACH, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Arias, Patricia. 2005. Nueva ruralidad: Antropólogos y geógrafos frente al campo hoy. Cuernavaca: UNAM, Centro regional de investigaciones multidisciplinarias. México. Pp. 123-159
- Azebedo, L. L. 2007. Ecoturismo de pueblos indígenas: Propuestas sostenibles. Bolivia. Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe.
- Banco Mundial. 2016. Servicios. Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE.  
En <http://datos.bancomundial.org/indicador/NV.SRV.TETC.ZS>
- Banco Mundial. 2017. LAC Equity Lab: Desigualdad – Desigualdad Rural.
- Barkin, David. 1998. Riqueza pobreza y desarrollo sustentable, Jus, México.
- Barro, R. 1991. Economic Growth in a Cross Section of Countries, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 106, No. 2, May.
- Baumol, W. 1967. Macroeconomics of unbalanced growth: The anatomy of urban crisis. *American Economic Review*, 57(3), 415-426. <http://dx.doi.org/10.2307/1812111>
- Blasco, M. 2005. Introducción al concepto de Desarrollo Sostenible. Primer jornada sobre turismo sostenible, (pág. 10). México, D.F.
- Boisier, S. 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?

- Boo, E. 1991. Making ecotourism sustainable: recommendations for planning development and management. En Whelan, T. (ed.) Nature Tourism, Managing for the environment, Washington D.C.: Island Press.
- Bringas, R. N. y Ojeda, R. L. 2000. El ecoturismo ¿una nueva modalidad del turismo de masas? Revista Economía, sociedad y territorio, Vol. II, No. 7, México: El Colegio Mexiquense A.
- Browning, H. and Singelmann, J. 1978. The transformation of the US labor force – the interaction of industry and occupation. En: Henk L.M.
- Cañada, E. 2012. Perspectivas del turismo comunitario: como mantener vivas las comunidades rurales. En el turismo en el inicio del milenio: Una lectura crítica a tres voces. Thesis No. 3. Madrid. Foro Turismo responsable-Red de consumo solidario.
- Cañada, E. Gascón, Jordi. 2007. Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica. Enlace. Managua.
- Carlos Maldonado. 2005. “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario” (Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)).
- Carner, Françoise. 2001. Turismo sostenible en Centro América y el Caribe. CEPAL. México. 23p.
- Casas C., Olegario. 1973. El turismo, sus factores determinantes, y el ejido turístico su más novedosa manifestación. Tesis de licenciatura en turismo Facultad de Turismo UAEM, México.
- CCA-ONU. Common Country Assessment México 2006, Organización de las Naciones Unidas, 2006.
- CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas). 2014. Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena. México.
- Cecilia Cortés Ramos. 2009. El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de Desarrollo de las pequeñas comunidades de los Países en Desarrollo. Universidad Veracruzana, México.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2014. Los pueblos indígenas en América Latina. Avances en el último decenio.

- Cesar D. Alfredo. 2005. "Retos del turismo rural en América Latina". En: Desarrollo rural y turismo. Editores: Cesar D. Alfredo, Orozco, Javier y Arnaiz B. Stella. México, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa y Universidad de Buenos Aires, Facultad de Agronomía, pp. 9 – 21.
- Clive L. Morley, 1990. "What is Tourism? Definitions, Excerpts and Characteristics", *The Journal of Tourism Studies*, 1990, Vol. 1, Number 1, pp. 3-8
- CMMA. Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (1988). *Nuestro futuro común*, Alianza Editores, Madrid, España.
- Coll-Hurtado A., Córdoba O. J. 2006. La globalización y el sector servicios en México. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM61: 114-131.*
- Colombram, M. 2009. *Análisi Estratègica del Turisme en el Medi Rural: el Cas de les Illes Balears*. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears.
- Coneval. 2013. Informe sobre la pobreza multidimensional en México. Disponible en: <<http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas>>
- Consejo Nacional Empresarial Turístico. 2014. *Tourism Activity in Mexico 2014*, Number 12, available at <http://www.cnet.org.mx>
- Cox A. R. 2009. *Turismo indígena y comunitario en Bolivia. Un instrumento para el desarrollo socio-económico e intercultural*. La Paz Bolivia: Plural editores.
- Cuadrado-Roura, J. R. 2013. The location of service industries. En J. R. Cuadrado-Roura (ed.), *Service industries and regions. Growth, local and regional effects* (pp. 253-284). Heidelberg and New York: Springer.
- Cutiño C. G. *Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas*, Centro Universitario de Ciencias Económicas – Administrativas, Universidad de Guadalajara, México, 2002, p. 457
- Dachary, A. C. 2000. Retos del turismo rural en América Latina. En: Dachary, Alfredo César; Alvarado, Javier Orozco; Arnaiz Burne, Stella M. *Desarrollo rural y turismo*. Universidad de Guadalajara.

- De Grammont, Hubert. 2004. La nueva ruralidad en América Latina. *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 66, Número especial, octubre. pp.279-300.
- Dussel P. E. *Polarizing Mexico*. 2001. The Impact of Liberalization Strategy, Colorado, Lynne&Rienner, Boulder “Condiciones y retos de las pequeñas y medianas empresas en México. Estudio de casos de vinculación de empresas exitosas y propuestas de política”. *Claroscuros*. CEPAL/Canacintra/Jus. México. Pp. 17-62.
- Esquivel G.; L. López y R. Vélez, *Crecimiento económico, desarrollo humano y desigualdad regional en México 1950-2000*, Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, México, 2003.
- Feldman M., Hadjimichael T., Kemeny T., Lanahan L. 2015. *The Logic of Economic Development: A Definition and Model for Investment*. Environment and Planning C: Government and Policy. 1-28 p.
- Fernández, R. M. et.al. 2001. *Procesos estratégicos y estructura organizacional: implicaciones para el rendimiento*. *Psicotema*. España. Vol. 13, No. 1. Pp. 29-39.
- Flores Ruiz, E. 1955. *Los Zoques de Chiapas: Una introducción al conocimiento cultural y social*. México. 190 pp.
- FORBES. 2018. México. Página electrónica. *PyMES mexicanas un panorama para 2018*. Disponible en: [www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/](http://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/).
- García, F., et al. 2008. *Apropiación de la Naturaleza por una Comunidad Maya Yucateca: Un Análisis Económico-Ecológico*. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica* Vol. 7, Barcelona, España.
- Garduño Mendoza, M.; Guzmán Hernández, C. y Zizumbo Villarreal, L. 2009. *Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales*. *El Periplo Sustentable*, Julio-Diciembre, 5-30. Consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193414420001>.
- Garza, G. 2006. *La organización espacial del sector servicios en México*. México, D.F.: El Colegio de México.

- Garza, G. 2009. *Evolución del sector servicios en ciudades y regiones en México*. México, D.F.: El Colegio de México.
- Goeldner, C. 2000. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Estados Unidos: Wiley.
- Graizbord, B., Rowland, A. & Aguilar, A. G. 2003. Mexico city as peripheral global player: The two sides of the coin, *Annals of Regional Science*, 37(2), 501-518.
- Griliches, Z. 1996. The Discovery of the Residual: A Historical Note, *Journal of Economic Literature*, Vol. 34, No. 3, Set.
- Guerrero, P. y Ramos, R. 2016. *Introducción al Turismo*. Segunda Impresión. México: PATRIA.
- Gurría Di, B. M. 2000. El turismo rural sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Cuarta Feria Ecoturística y de Producción. Julio, Buena Noche de Hato Nuevo, Managuayabo, Santo Domingo, República Dominicana. Disponible en: <http://www.kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-turgurria.Html>.
- Hernández, C. R. 2002. *Adaptaciones sociales en torno al ecoturismo en una comunidad indígena en la Selva Lacandona, México*. Tesis de Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas: El Colegio de La Frontera Sur.
- Hush, B. y Ormazabal C. 1996. *Nuestro mundo cambiante. El hombre, los recursos naturales y el medio ambiente*, Los Andes Editores, Santiago de Chile, Chile.
- IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). 2009. *Diagnóstico de Turismo rural en Brasil, un concepto en construcción*. 51p.
- Jafar, J. 1973. *The Role of Tourism in the Socioeconomic Transformation of Developing Countries*. Ithaca NY: Cornell University. M.S. Thesis.
- Jiménez, Alfonso. 1993. *Turismo. Estructura y desarrollo*, McGraw Hill, México.

- John Hunt and Donlyne Layne. 1991. "Evolution of Travel and Tourism Terminology and Definitions", *Journal of Travel Research*, Vol. 29, Number 4, pp. 7-11
- Kutay, K. 1992. Ecoturism marketing: capturing the demand for special interest nature and culture tourism to support conservation and sustainable development. Ponencia presentada en el Tercer Congreso interamericano de Turismo. Cancún.
- Lades L. K. 2013. Explaining shapes of Engel curves: the impact of differential satiation dynamics on consumer behavior. *J Evol Econ* 23: 1023-1045.
- Lebret J.L. 1971. "Manual de la Encuesta Social". Rialp, Madrid.
- Leff, Enrique. 1994. Ecología y capital, racionalidad ambiental, democracias participativas y desarrollo sustentable, Siglo XXI, México.
- López G. D., Muñoz, N. F. 2016. El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. *Sociedad y economía* 30: 255-280.
- López, P. G. y Palomino, V. B. 2008. Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. México: Teoría y Praxis, 5.
- López, V. H. s/f. El turismo: Sector estratégico en el nuevo proyecto de nación. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- López, Vargas Heidy H. s/f. El turismo: Sector estratégico en el nuevo proyecto de nación. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- López-Palomeque, Francisco. 2004. "La ley del turismo de Cataluña, un nuevo instrumento en la evolución de la política turística", Cuadernos Geográficos, 34, Granada, España, pp. 33-53.
- Lovelock C. H. 1984. Why marketing managements needs to be different for services? *Marketing of services*. Prentice Hall, Englewood Cliffs. 492 p.
- Magaña, Irma. 2005. El modelo de servir con calidad total: una estrategia para el mercado turístico mexicano, memoria publicada en: [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_VIII\\_Congreso\\_Nacional\\_y\\_2\\_Internacional\\_de\\_I](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_VIII_Congreso_Nacional_y_2_Internacional_de_I). VII Congreso Nacional y II Nacional de Investigación Turística, Sector.

- Maldonado, H. M. 2008. Concepciones del turismo y territorio entre los Chuj de Tziscaco, Chiapas. Tesis de Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, El Colegio de La Frontera Sur.
- Maqueda L. J., Llaguno M. J. I. 1995. Marketing Estratégico Para Empresas de Servicios. Ed. Díaz de Santos S. A. Madrid España. 544 p.
- March, I. J. 1997. Turismo alternativo en Chiapas: Una alternativa adicional para apoyar el desarrollo social y la conservación de los recursos naturales. Disponible en: [www.planeta.com/planeta/98/0298chiapas.html](http://www.planeta.com/planeta/98/0298chiapas.html)
- Meadows, D., *et al.* 1992. Más allá de los límites del crecimiento, Aguilera, México.
- Mejías, S. 2005. Reclutar eficazmente los recursos humanos. ¿Pieza clave para la gestión turística? Gestión de Hoteles. (61), 16-20.
- Mochón F. 2008. Economía y Turismo, Mc Graw Hill, Madrid, 2008. En <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/22211/G2282eBoisier>.
- Mochón F. 2009. Economía, Teoría y Política. Sexta Ed. Mc Graw Hill. Interamericana de España, S. A. U. Madrid, España. 565 p.
- Moreno, C. M. 2014. Marco jurídico del turismo en México. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Morro, A. 1993. Perfil de l'usuari d'agroturisme a Mallorca. En La Formació, la rehabilitació y les noves modalitats turístiques. III Jornades de Geografia del Turisme. Palma: UIB, 225-234.
- Neil Leiper. 1979. "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry", *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, Number 4, pp. 309-407;
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). 2016. Tourism Policy Review of Mexico.
- OMC. 2015. El comercio de servicios.
- OMT. 2010. Organización Mundial del Turismo.

- Organización Mundial de Turismo. 1991. “Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes”, Ottawa, Canadá, s.p.
- Organización Mundial de Turismo. 2001. Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, p. 31
- Ortiz, C. A. 1998. Entrevistas semiestructuradas una aplicación en educación primaria. Segundo Simposio Nacional de la SEIEM. Pamplona.
- Palomino, V. B. 2016. El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: Perspectivas desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El periplo sustentable*. Número 30. Pp. 6-37.
- Parnreirter, C. 2002. Ciudad de México: el camino hacia una ciudad global. *EURE*, 28(85), 89-119. <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008500006>
- Pastor, M.J.; Gómez López, D. 2010. Impactos socioculturales en el turismo comunitario. Alicante: Editorial Aguaclara.
- Pedro Tipula T. 2008. Metodología de mapeo territorial. Instituto del bien común, Perú.
- Pérez Adriana *et al.* 2010. Turismo rural y el empleo rural en la Sierra norte del estado de Puebla: Caso red de turismo alternativo Totaltikpak, A.C. *Revista de Investigaciones Geográficas*. Núm. 71, abril. Pp. 57-71.
- Pérez, E. & Santos, C. 2013. Tendencias recientes de la migración interna en México. *Papeles de Población*, 19(76), 53-88. En [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252013000200003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252013000200003)
- PROSECTUR. 2013. Tourism Sector Plan 2013-18. Mexican Government
- Ramírez Blanco M. 1992. *Teoría General del Turismo*, Diana, México, pp. 29-30
- Ranis, G. S. Steward y A. Ramirez. 2000. *Economic Growth and Human Development*, World Development, Yale University.
- Reygadas, *et., al.* 2006. Estilos de manejo y gestión de proyectos ecoturísticos en la selva lacandona de Chiapas, estudios

Multidisciplinarios de Turismo, Rosana Guevara Ramos (Coord.), Secretaría de Turismo, Centro de Estudios Superiores en Turismo, Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo, México.

- Ruiz Ballesteros, Esteban Y cantero, Pedro. 2011. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos). Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS Edita 5:63-77.
- Sánchez, J. P. 2007. El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. Scripta Nova. Revista Electrónica de geografía y ciencias sociales. Vol. XI (236).
- Sayadi, S. y Calatraba, J. 2001. El agroturismo y desarrollo rural: situación actual y potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste español. Cuadernos de turismo, no. 7, España. Pp. 131 – 157.
- Schejtman, A. y Berdegué, J. 2004. Desarrollo territorial rural. Chile, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Debates y Temas Rurales, no. 1, Chile. Pp 53.
- Schumpeter, J. A. 1996. Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico. Ed. Reprint. Fondo de Cultura Económica. México. 255 p.
- Secretaria de Turismo (SECTUR). 2015. Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo. Tuxtla Gutiérrez, México.
- Sectur (Secretaría de Turismo). 2007. Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, Secretaría de Turismo, México.
- SECTUR.2015. Compendio estadístico del turismo en México. 10 pág.
- SECTUR.2017. El turismo en México y su derrama económica.
- Segrelles, José y Jaime Vásquez. 2012. Multifuncionalidad rural una nueva ruralidad. La experiencia europea y la potencialidad de Colombia. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Madrid, España. 417p.
- Shaffer, R.; Deller, S.; Y Marcouiller, D. 2004. Community Economics. 2a. ed. Blackwell Publishing. Iowa, USA.

- Shkira, Esmeralda; Zoto, Stela y Theodhori, Oriola. 2012. "Community based tourism, a strategy for sustainable tourism management in Korca region".
- Solano-Báez, M. C. *et al.* 2017. ¿Turismo para todos? Revisión crítica a política turística mexicana: El caso Ixtapa Zihuatanejo. *International Journal of Scientific Manajement and Tourims*. Vol. 3. No. 2.Pp 219-236.
- Solow, R. 1957. "A Contribution to the Theory of Economic Growth", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 70, No. 1, Feb.
- Tapia N.R. 2008. *Aprendiendo el desarrollo endógeno sostenible. Construyendo la diversidad bio-cultural*, Plural, La Paz.
- Thomas-Dan, R. E. 1978. *Strategy is Different in Service Business*. *Harvard Business Review*, 56: 158-165.
- Todaro, Michael y Stephen Smith. 2003. *Economic Development*, 8a. edición, Addison Wesley, EE.UU.
- Toledo *et al.* 2018. *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona. Icaria.
- Toledo, V. M. 2008. *Metabolismos rurales: hacia una teoría económico-ecológica de la apropiación de la naturaleza*, *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica* Vol. 7: 1-26, España.
- Toledo, V. M., Alarcón, P. y Barón, L. 2002. *Revisualizar lo rural: un enfoque socioecológico*. *Gaceta Ecológica*, No. 62., Distrito Federal: Instituto Nacional de Ecología. Disponible en [www.planeta.com/planeta/98/0298chiapas.html](http://www.planeta.com/planeta/98/0298chiapas.html)
- UNESCO. 1996. *Turismo Cultural en América Latina y el Caribe*. Cuba: Unesco.
- Valdivia, M. 2013. *Presencia e impacto especial de los sectores creativos en las zonas metropolitanas de México*. *Estudios Fronterizos*, 15(30), 215-259. <http://dx.doi.10.1111/j.1475-5661.2012.00545.x>
- Viceministerio de Turismo (MINCETUR). 2007. *Perfil del Turista Rural Comunitario*, Lima Perú.

- World Bank. 2009. World Development Report 2009: Reshaping economic geography. Washington, D.C.: The World Bank. En <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/5991>
- World Bank. 2014. World Development Indicators. Washington D.C. En: López G. D., Muñoz, N. F. 2016. El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. *Sociedad y economía* 30: 255-280.
- Zizumbo, L. 2009. Turismo rural: participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*. México, D. F. 17(28):5-30).

### **Entrevistados**

- René Ramírez Sambrano de 87 años de edad, hijo de los primeros pobladores.
- Pablo Hernández Vázquez. Integrante del Comité de Salud en la Localidad.
- Bequer Lara Ramírez. Informante clave.

## ANEXOS

### Anexo 1. Cuestionario aplicado a los visitantes de Hermenegildo Galeana



Turismo comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

**Distinguido(a) visitante.**

*El presente estudio permitirá comprender la manera en que eligen como destino turístico esta comunidad y las mejoras que usted sugiere en base a su experiencia personal y del contacto logrado con los habitantes de Hermenegildo Galeana.*

*La información que me proporcione será de gran utilidad para realizar mi investigación de Tesis doctoral, ya que actualmente estudio un postgrado en Economía en el Colegio de Postgraduados que se ubica en el Estado de México.*

*Sus datos personales serán usados sólo para el propósito señalado y los mantendré en estricta confidencialidad.*

Fecha de levantamiento:  /  / 2016 ID1      Folio:     ID2

Día      Mes      Año

**I. Datos socioeconómicos del turista**

1. Nombre del entrevistado \_\_\_\_\_  Y01

2. Edad en años \_\_\_\_\_  X01

3. Sexo \_\_\_\_\_  Y02  
1) Hombre  
2) Mujer

4. Estado civil \_\_\_\_\_  Y03  
1) Soltero  
2) Casado  
3) Unión libre  
4) Viudo

5. ¿De dónde nos visita? \_\_\_\_\_  W01  
1) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(Lugar                      Municipio                      Estado                      País)

6. ¿Habla alguna lengua indígena? \_\_\_\_\_  Y04  
1) Si  
2) No



Turismo comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

7. En la actualidad, ¿Cuál es su principal actividad económica?  Y05
- 1) Actividades agropecuarias, silvícolas y pesqueras
  - 2) Oficios (artesano, albañil, electricista, plomero, carpintero, etc.)
  - 3) Asalariado (empleo doméstico, obrero, jornalero, empleado de gobierno, etc.)
  - 4) Comerciante
  - 5) Estudiante
  - 5) Otras (Especifique): \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es su nivel de estudios?  X02
- (Anotar el máximo grado de estudio, ejemplo: Primaria de 1 a 6; secundaria 7 a 9; preparatoria de 10 a 12; licenciatura 13 a 16)*

9. ¿Tu ingreso mensual aproximado está entre?  Y06
- 1) De \$1,000 a \$5,000
  - 2) De \$5,000 a \$10,000
  - 3) Superior a \$10,000

II. Interés, motivaciones y factores de elección

10. ¿Cómo te enteraste de este lugar?
- 1) Por familiares  Y07
  - 2) Amigos o conocidos  Y08
  - 3) Redes sociales (Facebook, twitter, otras)
  - 4) Radio o TV  Y09
  - 5) Otros (especifique) \_\_\_\_\_  Y10

11. ¿Qué medio de transporte utilizaste para llegar a este lugar?
- 1) Auto particular  Y11
  - 2) Transporte público Tuxtla-Galeana  Y12
  - 3) Transporte público Ocozocoautla-Galeana
  - 4) Taxi  Y13
  - 5) Otros (especifique) \_\_\_\_\_  Y14

12. Recuerda ¿Cuántas veces has visitado este lugar?  X04
- 1) Es mi primera vez
  - 2) 2 veces
  - 3) 3 veces
  - 4) 4 veces o más

13. Recuerda ¿Qué actividades ha realizado en ocasiones anteriores?  W02

14. ¿Recomendarías a otros que en sus próximas vacaciones visiten este lugar?  Y15
- 1) Si
  - 2) No



Turismo comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

15. ¿Qué te motivó a elegir entre este lugar e ir a la playa?  Y16  
 1) Se gasta menos  
 2) Por la cercanía  
 3) Por la tranquilidad  
 4) Es parecido a mi pueblo  
 5) No se

16. ¿Se quedan a dormir en este lugar?  Y17  
 1) Si  
 2) No

17. ¿En caso de dormir aquí en Galeana, lo hacen en?  Y18  
 1) Casa de un pariente  
 2) Casa de amigos  
 3) Casa de alguien que renta cuartos

18. ¿Cuántos días se queda en este lugar?  X05

19. ¿En caso de pagar por pasar la noche aquí en Galeana, indique?  
 Dirección o rumbo \_\_\_\_\_  W03

Precio por noche por persona \_\_\_\_\_  X05

El servicios fue:  Y19  
 Bueno  Regular  Malo

20. ¿La comida de la familia?  Y20  
 1) Toda la traen de casa  
 2) Traen algo y el resto compran en el lugar  
 3) Toda la compran en el lugar

18. ¿En caso de haber comprado algún souvenir (recuerdito) para llevar de regreso a casa, escribe que fue y con una (X) marca el lugar o a quién lo compraste?

	En una tienda del pueblo	Puesto semijó por temporada vacacional	Vendedor ambulante	En otra comunidad cercana	
<input type="checkbox"/> W04					<input type="checkbox"/> Y21
<input type="checkbox"/> W05					<input type="checkbox"/> Y22
<input type="checkbox"/> W06					<input type="checkbox"/> Y23
<input type="checkbox"/> W07					<input type="checkbox"/> Y24



**III. Nivel de satisfacción logrado durante la visita**

21. ¿Estuvo a gusto en la comunidad?  Y25

- 1) Nunca
- 2) Algunas veces
- 3) Casi siempre
- 4) Siempre

22. Respecto a los temas que se enlistan, ¿qué te gustaría encontrar de novedoso en tu próxima visita?

- |                                |                          |     |
|--------------------------------|--------------------------|-----|
| 1) Servicio y trato al cliente | <input type="checkbox"/> | W08 |
| 2) Hospedaje                   | <input type="checkbox"/> | W09 |
| 3) Gastronomía                 | <input type="checkbox"/> | W10 |
| 4) Diversión                   | <input type="checkbox"/> | W11 |

23. Respecto a los temas que se enlistan, ¿cuál fue el que más satisfacción te produjo durante tu visita?, calificalos en escala del 1 al 5

- |                                |                          |     |
|--------------------------------|--------------------------|-----|
| 1) Servicio y trato al cliente | <input type="checkbox"/> | X06 |
| 2) Hospedaje                   | <input type="checkbox"/> | X07 |
| 3) Gastronomía                 | <input type="checkbox"/> | X08 |
| 4) Diversión                   | <input type="checkbox"/> | X09 |

24. Observaste el manejo adecuado de los residuos sólidos generados por los vacacionistas y lugareños.

Visitantes o turistas	De los habitantes de la comunidad	¿Por qué? <input type="checkbox"/> W12
1)SI ( )Y21	1)SI ( )Y23	_____
2)NO ( )Y22	2)NO ( )Y24	_____
		_____
		_____

25. ¿De la siguiente lista, que tanta información observaste durante tu visita?

	Mucha	Poca	Nada	
1) Señalamientos de protección civil y teléfonos de emergencia				<input type="checkbox"/> Y26
2) Señalamientos de zonas de interés y rutas sugeridas				<input type="checkbox"/> Y27
3) Señalamientos para la disposición y manejo de los residuos sólidos				<input type="checkbox"/> Y28
4) Módulo de atención al turista				<input type="checkbox"/> Y29

26. ¿Alguien te platico la historia de la fundación del pueblo, sus fiestas tradicionales, usos y costumbres principales?  Y30

- 1) Nunca
- 2) Algunas veces
- 3) Casi siempre
- 4) Siempre



27. ¿Quién te platico la historia de la fundación del pueblo, sus fiestas tradicionales, usos y costumbres principales?  Y31

- 1) Cualquier habitante del pueblo
- 2) Autoridad local
- 3) Otro \_\_\_\_\_

#### IV. Sugerencias para tu próxima visita

28. Respecto a los siguientes servicios que ofrece la comunidad, ¿qué mejoras te gustaría encontrar en tu próxima visita?

- 1) Servicio y trato al cliente  Y31
- 2) Hospedaje  Y32
- 3) Gastronomía  Y33
- 4) Diversión  Y34
- 5) Otro \_\_\_\_\_

29. ¿En la comunidad existe los recursos naturales y humanos que podrían ofertarte los siguientes servicios, indícanos con una (X) que tanto será de tu agrado?

	Mucha	Poca	Nada	
1) Senderismo a pie				<input type="checkbox"/> Y35
2) Senderismo a caballo				<input type="checkbox"/> Y36
3) Tirolesa				<input type="checkbox"/> Y37
4) Rapel (ascenso con cuerdas)				<input type="checkbox"/> Y38
5) Ciclismo de montaña				<input type="checkbox"/> Y39
6) Deportes acuáticos				<input type="checkbox"/> Y40
7) Recolección de plantas medicinales				<input type="checkbox"/> Y41
8) Medicina Herbolaria Tradicional				<input type="checkbox"/> Y42
9) Sugiere otras aquí:				

*¡Mucho agradezco tu colaboración, Feliz retorno a casa!*

Levantó

Nombre

ID3

## Anexo 2. Cuestionario aplicado a los habitantes de Hermenegildo Galeana



**Colegio de Postgraduados**  
Campus Montecillo  
Texcoco, Méx.

Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

***Distinguido(a) habitante.***

El Colegio de Postgraduados es una institución de Enseñanza e Investigación con sede en Montecillo, Texcoco, Estado de México. El presente estudio forma parte de la tesis doctoral titulada "Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local". La información que me proporcione será de gran utilidad para dicha investigación. Sus datos personales serán usados sólo para el propósito señalado y los mantendré en estricta confidencialidad.

Fecha de levantamiento:  ID1 Folio:     ID2

Día Mes Año

**I. Datos socioeconómicos**

P1. Nombre del entrevistado \_\_\_\_\_  W01

P2. Edad en años \_\_\_\_\_  X01

P3. Sexo \_\_\_\_\_  Y01  
 1) Hombre  
 2) Mujer

P4. Estado civil \_\_\_\_\_  Y02  
 1) Soltero  
 2) Casado  
 3) Unión libre  
 4) Viudo

P5. Lugar de procedencia o donde nació \_\_\_\_\_  W02  
 \_\_\_\_\_  
 (Ejido o comunidad Municipio. Estado País)

P6. Lugar donde vive actualmente \_\_\_\_\_  W03  
 \_\_\_\_\_  
 (Ejido o comunidad Municipio. Estado País)

P7. En caso de ser de otro lugar ¿Por qué decidió venir a vivir aquí? \_\_\_\_\_  W04

P8. ¿En los últimos cinco años ha emigrado algún miembro de la familia hacia alguna región de México o al extranjero? 1) Si 2) No (pase a P11)  Y03

P9. Favor de indicar ¿quién emigró? \_\_\_\_\_  Y04  
 1) El jefe de familia

1



Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

- 2) El o la Cónyuge  Y05  
 3) Hijos e hijas  Y06  
 4) Otros parientes de la familia

- P10. ¿Cuáles fueron las razones principales para emigrar?  Y07  
 1) Perdió el trabajo  Y08  
 2) No hay opciones de trabajo en la zona  Y09  
 3) Se gana más en el lugar al que migró  
 4) Quería conocer otro lugar  
 5) Le ofrecieron un buen trabajo en otro lugar  
 6) Otro \_\_\_\_\_

- P11. ¿Habla alguna lengua indígena?  Y10  
 1) Si (continúe) 2) No (pase a P13)

- P12. ¿Cuál lengua habla?  Y11

1. Tzotzil/Tzeltal	2. Zoque	3. Chinanteco	4. Tlapane	5. Chol
6. Maya	7. Tononaca	8. Puépeche	9. Tanesco	10. Mixe
11. Zapoteco	12. Mazateco	13. Mezehué	14. Chatino	15. Otra lengua indígena
16. Náhuatl	17. Huasteco	18. Tarehumara	19. Mixteco	

- P13. En la actualidad, ¿Cuál es su principal actividad económica?  Y12  
 1) Actividades agropecuarias, silvícolas y pesqueras  
 2) Oficios (artesano, albañil, electricista, plomero, carpintero, etc.)  
 3) Asalariado (empleo doméstico, obrero, jornalero, empleado de gobierno, etc.)  
 4) Comerciante  
 5) Estudiante  
 6) Nini  
 7) Otras \_\_\_\_\_

- P14. Indique el número de personas que viven en la misma casa y que actividades realizan (padre, madre, hijo, abuelo, otro familiar, otro no familiar)  X02

No	Nombre	Edad	Parentesco	Actividad que realiza
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

- P15. Mencione otras actividades que sabe hacer y el motivo por el cual no las realiza

Actividad	Motivo por el cual no la realiza



P16. ¿Qué tanto usted confía en las siguientes personas?

	Nada (1)	Poco (2)	Regular (3)	Mucho (4)	
Miembros de su familia					<input type="checkbox"/> Y13
Vecinos					<input type="checkbox"/> Y14
Conocidos					<input type="checkbox"/> Y15
Autoridades locales					<input type="checkbox"/> Y16
Autoridades municipales					<input type="checkbox"/> Y17
Gente del gobierno					<input type="checkbox"/> Y18

#### Educación

P17. ¿Cuál es su nivel de estudios? (Anotar el máximo grado de estudio, ejemplo: Primaria de 1 a 6; secundaria 7 a 9; preparatoria de 10 a 12; licenciatura 13 a 16)  X03

P18. ¿Tiene usted hijos en la escuela?  Y19  
1) Si 2) No (pase a P22)

P19. En caso afirmativo ¿Pudo comprarles los útiles a sus hijos el año pasado (ciclo escolar 2015-2016)?  Y20  
1) Pudo comprar todos  
2) Pudo comprar la mayor parte  
3) Pudo comprar la mitad  
4) Pudo comprar sólo unos cuantos  
5) No pudo comprarles

P20. ¿Hasta qué grado de estudio considera usted que puede darle a sus hijos que aún están estudiando?  Y21  
1) Primaria  
2) Secundaria  
3) Preparatoria  
4) Carrera técnica  
5) Universidad  
6) Otro \_\_\_\_\_

P21. Favor de explicar su respuesta. \_\_\_\_\_  W05

P22. En escala del 1 al 5, donde 1 es mala y 5 muy buena, ¿Cómo considera su calidad de vida?

Hace 5 años	<input type="checkbox"/> Y22
En el presente	<input type="checkbox"/> Y23
En el futuro	<input type="checkbox"/> Y24

P23. ¿Qué esperaría si hubiera un proyecto de turismo rural en su localidad, en qué mejoraría su vida y cómo se beneficiaría usted?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  W06



Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

**Alimentación**

P24. ¿Cuántas comidas completas hace al día?  X04

P25. ¿En su opinión cómo considera usted que es la calidad de la alimentación de su familia?  Y25

1) Muy deficiente      2) Deficiente      3) Adecuada

4) Otra \_\_\_\_\_

P26. ¿Cuánto gasta su familia en promedio al mes en alimentación? \$/mes      X05

Gasto diario \_\_\_\_\_ Gasto semanal \_\_\_\_\_

P27. ¿Cómo considera los siguientes aspectos relacionados a la disponibilidad de alimentos?

Concepto	Nada (1)	Poco (2)	Regular (3)	Mucho (4)
----------	----------	----------	-------------	-----------

¿Qué tanto consume alimentos chatarra?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y26
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-----

¿Qué tanto son autosuficientes en alimentos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y27
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-----

¿Cuánto pueden ofrecer al turista?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y28
------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-----

**Vivienda**

P28. La vivienda en la que vive es propia o rentada  Y29

1) Propia    2) Rentada    3) Prestada

P29. En caso de vivienda rentada ¿Cuánto paga al mes?     X06

P30. ¿Desde hace cuántos años habita en esta vivienda?   X07

P31. ¿Cuántos cuartos tiene actualmente su casa, además de la cocina?   X08

P32. ¿De qué material está construida la mayor parte del techo de su casa?  Y30

1) De teja de barro o de madera (tejamanil)

2) De paja o palma

3) De lámina de cartón

4) De lámina galvanizada o de fierro

5) De lámina de asbesto

6) De losa de cemento

7) Basura

8) Otro \_\_\_\_\_

P33. ¿De qué material está construida la mayor parte de las paredes de su casa?  Y31

1) De tabique, tabicón o block

2) De adobe

3) De madera o palos

4) De palos y barro

5) Otro \_\_\_\_\_

P34. ¿De qué material está construida la mayor parte del piso de su casa?  Y32

1) De cemento

2) De tierra

3) De madera

4) Otro \_\_\_\_\_



Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

P35. ¿Ha reparado o ampliado su vivienda en el último año (2015)?  Y33  
 1) Sí (continúe) 2) No (pase a P38)

P36. Que reparación le hizo  Y34  
 1) Arreglo el techo  Y35  
 2) Arreglo las paredes  Y36  
 3) Arreglo el piso  
 4) Amplio la casa  
 5) Construyó la casa  
 6) Otro \_\_\_\_\_

P37. ¿Cuánto gastó en esas reparaciones o ampliaciones? |\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_| X09

P38. Señale ¿Cuál de los siguientes servicios tiene el ejido, su casa y la calidad de esos servicios?

Tipo de servicio	Tiene		Calidad del servicio		
	1) Sí	2) No	1) Malo	2) Regular	3) Buena
Agua Entubada/Potable	<input type="checkbox"/>				
Drenaje entubado	<input type="checkbox"/>				
Letrina	<input type="checkbox"/>				
Luz Eléctrica	<input type="checkbox"/>				
Recolección de basura	<input type="checkbox"/>				
Calle Pavimentada	<input type="checkbox"/>				

P39. En caso de no tener agua Entubada/Potable en la casa, ¿Cómo obtiene el agua para el consumo de su familia?  Y49

- 1) Paga a una pipa
- 2) El municipio les manda pipas gratis
- 3) La comunidad o colonia está organizada para llevar una pipa
- 4) Hay una llave a \_\_\_\_\_ metros |\_|\_|\_|\_|\_| X10
- 5) La acarrea de un pozo a \_\_\_\_\_ metros |\_|\_|\_|\_|\_| X11
- 6) Otro \_\_\_\_\_

P40. En caso de no tener el servicio de recolección de basura ¿Qué hace con la basura que produce en casa?

- 1) La quema  Y50
- 2) La lleva a un basurero dentro de la colonia o comunidad  Y51
- 3) La tira en donde puede  Y52
- 4) La tira al río
- 5) Recicla la parte orgánica
- 6) Otra \_\_\_\_\_

P41. ¿Cómo considera usted la calidad de su vivienda?  Y53  
 1) Mala 2) Regular 3) Buena 4) Muy buena

P42. ¿Usted hace las siguientes actividades en su casa?

Actividad	La realiza	
	1) Sí	2) No
Separación de la basura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Composta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reutilización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.

P43. ¿Le gustaría participar en un programa de reciclado y manejo adecuado de la basura?  
1) Sí 2) No  Y57

P44. Favor de indicar cuál de los siguientes muebles y electrodomésticos posee y que funcionan bien.

Mueble y Electrodoméstico	Tiene y funciona 1) Sí 2) No
Estufa de gas	<input type="checkbox"/> Y58
Refrigerador	<input type="checkbox"/> Y59
Horno de microondas	<input type="checkbox"/> Y60
Estéreo	<input type="checkbox"/> Y61
Computadora	<input type="checkbox"/> Y62
Aire Acondicionado	<input type="checkbox"/> Y63
Lavadora	<input type="checkbox"/> Y64

P45. ¿Usted ahorra?  
1) Sí 2) No  Y65

P46. ¿Del total de sus ingresos, qué porcentaje destina al ahorro?    X12

P47. ¿Hay cajas de ahorro en la localidad?  
1) Sí 2) No  Y66

P48. ¿Qué tan organizados están los pobladores en la comunidad?

Organizados para	1) Nada 2) Poco 3) Regular 4) Mucho
Dar mantenimiento al depósito de agua potable	<input type="checkbox"/> Y67
Hacer limpieza comunitaria de calles y río	<input type="checkbox"/> Y68
Hacer mejoras en las escuelas	<input type="checkbox"/> Y69
Dar mantenimiento al centro de salud	<input type="checkbox"/> Y70
Hacer gestiones ante autoridades para mejorar su localidad	<input type="checkbox"/> Y71
Vender sus productos agrícolas	<input type="checkbox"/> Y72

P49. ¿De los siguientes comités de la comunidad usted o algún miembro de su familia participan?

Comité	Participa		Quién lo hace			
	1) Sí	2) No	1) Él mismo	2) Hija (o)	3) Cónyuge	4) Otro
De salud	<input type="checkbox"/> Y73			<input type="checkbox"/> Y74		
De la escuela	<input type="checkbox"/> Y75			<input type="checkbox"/> Y76		
De agua potable	<input type="checkbox"/> Y77			<input type="checkbox"/> Y78		
De agua de riego	<input type="checkbox"/> Y79			<input type="checkbox"/> Y80		
De vigilancia	<input type="checkbox"/> Y81			<input type="checkbox"/> Y82		
De festividades	<input type="checkbox"/> Y83			<input type="checkbox"/> Y84		

P50. ¿Alguna vez ha participado Usted o alguien de su familia como miembro de las autoridades locales (cabildo, consejo de vigilancia, comité de ejidatarios, etc.)?  
1) Sí 2) No  Y85



**II. Interés, motivaciones y factores para prestar servicios turísticos**

- P51. ¿Usted piensa que su comunidad es un buen destino turístico?  
1) Sí (continúe)      2) No (pase a P53)       Y86
- P52. ¿Por qué piensa que esta comunidad es un buen destino turístico?  
1) Es bonito       Y87  
2) Existen todas las condiciones para recibir al turista (hospedaje, alimentación, senderos, etc.)       Y88  
3) Es un lugar con paisajes y río hermosos       Y89  
4) Es un lugar muy seguro y tranquilo       Y90  
5) Tiene una gran riqueza natural y cultural       Y91  
6) Otro \_\_\_\_\_  Y92
- P53. Alguna vez ¿atendió turistas?  
1) Sí (continúe)      2) No (pase a P58)       Y93
- P54. ¿Qué servicio le ofreció?  
1) Alimentación       Y94  
2) Hospedaje       Y95  
3) Caminatas       Y96  
4) Pesca       Y97  
5) Recorridos por el río       Y98  
6) Otro \_\_\_\_\_  Y99
- P55. ¿Qué lo motiva a atender a los turistas?  
1) Obtener una fuente de empleo       Y100  
2) Tener un ingreso extra       Y101  
3) Es divertido       Y102  
4) Conocer personas que vienen de otros lugares       Y103  
5) Mostrarle a la gente los paisajes únicos de la localidad       Y104  
6) Otro \_\_\_\_\_  Y105
- P56. ¿Usted obtiene algún ingreso extra cuando vienen turistas?  
1) Sí (Continúe)    2) No (pase a P58)       Y106
- P57. ¿Aproximadamente cuánto es el ingreso que obtiene cuando vienen turistas en semana santa?       X13
- P58. ¿En caso de hacer de esta localidad un destino turístico, qué servicio puede usted ofrecer y qué habilidades tiene?  
Servicio \_\_\_\_\_  W07  
Habilidades \_\_\_\_\_  W08
- P59. ¿En caso de hacer de esta localidad un destino turístico, usted invertiría en algún negocio?  
1) Sí    2) No (pase a P61)



P60. ¿En qué negocio o actividad le gustaría invertir o participar?

- |                                |                          |      |
|--------------------------------|--------------------------|------|
| 1) Servicio y trato al cliente | <input type="checkbox"/> | Y108 |
| 2) Hospedaje                   | <input type="checkbox"/> | Y109 |
| 3) Gastronomía                 | <input type="checkbox"/> | Y110 |
| 4) Diversión                   | <input type="checkbox"/> | Y111 |
| 5) Otro _____                  | <input type="checkbox"/> | Y112 |

P61. ¿Participa usted en alguna caja de ahorro o de crédito?

- 1) Sí 2) No  Y113

### III. Nivel de preparación para atender al turista

P62. ¿De usted o su familia alguien tiene experiencia en atender al turista?

- 1) Sí 2) No  Y114

P63. ¿En qué se siente capaz usted o alguien de su familia para atender al turista?

- \_\_\_\_\_  W09

P64. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para atender al turista?

- 1) Nunca  Y115  
2) Algunas veces  
3) Casi siempre  
4) Siempre

P65. ¿Respecto a los temas que se enlistan, en qué aspecto su familia se siente preparada y cuáles son los aspectos más débiles? Poner una P o una D según corresponda.

- |                                |                          |      |
|--------------------------------|--------------------------|------|
| 1) Servicio y trato al cliente | <input type="checkbox"/> | Y116 |
| 2) Hospedaje                   | <input type="checkbox"/> | Y117 |
| 3) Gastronomía                 | <input type="checkbox"/> | Y118 |
| 4) Diversión                   | <input type="checkbox"/> | Y119 |
| 5) No se                       | <input type="checkbox"/> | Y120 |
| 6) Otro _____                  | <input type="checkbox"/> | Y121 |

P66. Respecto a los temas que se enlistan, ¿En qué área podría incluirse para trabajar en un periodo vacacional?

- |                                |                          |      |
|--------------------------------|--------------------------|------|
| 1) Servicio y trato al cliente | <input type="checkbox"/> | Y122 |
| 2) Hospedaje                   | <input type="checkbox"/> | Y123 |
| 3) Gastronomía                 | <input type="checkbox"/> | Y124 |
| 4) Diversión                   | <input type="checkbox"/> | Y125 |
| 5) Otro _____                  | <input type="checkbox"/> | Y126 |

P67. ¿Existe algún acuerdo en la comunidad para separar y manejar los residuos sólidos (basura) que se generan en periodo vacacional, e informar al visitante?

- |                                     |   |           |
|-------------------------------------|---|-----------|
| Residuos sólidos (basura)           | Señales de Protección Civil y otros avisos informativos | ¿Por qué? |
| 1) Sí <input type="checkbox"/> Y127 | 1) Sí <input type="checkbox"/> Y128                     | _____     |
| 2) No                               | 2) No   | _____     |



P68. ¿De las siguientes actividades comunitarias en qué grado participa usted?

Actividad	1)Nada	2)Poco	2)Regular	3)Mucho
Señalamientos de protección civil y teléfonos de emergencia				<input type="checkbox"/> Y129
Señalamientos de zonas de interés y rutas sugeridas				<input type="checkbox"/> Y130
Señalamientos para el manejo de los residuos sólidos ("basura")				<input type="checkbox"/> Y131
Brindar información al turista				<input type="checkbox"/> Y132

P69. ¿De la siguiente lista, qué tanto conoce usted de su comunidad?

Aspecto	1)Nada	2)Poco	3) Regular	4)Mucho
Historia de la fundación del pueblo				<input type="checkbox"/> Y133
El baile del Copoñ				<input type="checkbox"/> Y134
Celebración de la Santa Cruz				<input type="checkbox"/> Y135
Fiesta patronal				<input type="checkbox"/> Y136
Rutas y senderos con atractivo turístico				<input type="checkbox"/> Y137
Plantas medicinales				<input type="checkbox"/> Y138
Platillos típicos				<input type="checkbox"/> Y139
Dulces tradicionales de la comunidad				<input type="checkbox"/> Y140

#### IV. Sugerencias para atender mejor al turista

P70. Respecto a la siguiente lista, ¿En qué es necesario hacer mejoras en función de lo que el turista quiere y las causas por las que no se han realizado?

- 1) Vías de acceso \_\_\_\_\_  
Causas: \_\_\_\_\_  W10
- 2) Hospedaje \_\_\_\_\_  
Causas: \_\_\_\_\_  W11
- 3) Gastronomía \_\_\_\_\_  
Causas: \_\_\_\_\_  W12
- 4) Diversión \_\_\_\_\_  
Causas: \_\_\_\_\_  W13
- 5) Salud y emergencias \_\_\_\_\_  
Causas: \_\_\_\_\_  W14



**Turismo Comunitario en el Desarrollo Económico Local. Estudio de caso: Hermenegildo Galeana, Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas.**

**P71. ¿En la comunidad existen las condiciones necesarias para practicar las siguientes actividades?**

Actividad	1) Si	2) No	3) No se	
Senderismo a pie (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y141
Senderismo a caballo (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y142
Tirolesa (traslado en cable aéreo con fines recreativos )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y143
Rapel (ascenso con cuerdas sobre la pared de una pequeña montaña)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y144
Ciclismo de montaña (visitar puntos en bicicleta previamente escogidos por su belleza u otras características )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y145
Recolección de plantas medicinales con guía experto del pueblo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y146
Medicina Herbolaria Tradicional (por experto del pueblo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y147
Deportes acuáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y148
Sugiere otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y149

**P72. ¿En cuál de los siguientes aspectos Usted o los miembros de su familia están interesados en capacitarse para poder brindar el servicio?**

Actividad	1) Si	2) No	3) No se	
Senderismo a pie (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y150
Senderismo a caballo (visitar puntos previamente escogidos por su belleza u otras características)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y151
Tirolesa (traslado en cable aéreo con fines recreativos )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y152
Rapel (ascenso con cuerdas sobre la pared de una pequeña montaña)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y153
Ciclismo de montaña (visitar puntos en bicicleta previamente escogidos por su belleza u otras características)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y154
Recolección de plantas medicinales con guía experto del pueblo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y155
Medicina Herbolaria Tradicional (por experto del pueblo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y156
Deportes acuáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y157
Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Y158

*¡Mucho agradezco su colaboración, hasta pronto!*

Levantó

Nombre  ID3