



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS PUEBLA

POSTGRADO DE
ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

**CAPITAL HUMANO Y SOCIAL. FACTORES QUE
DETERMINAN LA VIABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE
TURISMO RURAL EN LA SIERRA NORORIENTE DEL
ESTADO DE PUEBLA. CASO RED DE TURISMO
ALTERNATIVO (RETA) TOTALTIKPAK, A.C.**

ADRIANA MONTSERRAT PÉREZ SERRANO

T E S I S

**PRESENTADA COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE:**

MAESTRA EN CIENCIAS

Puebla, Puebla
2008

La presente tesis intitulada: “**Capital Humano y Social. Factores que determinan la viabilidad de las empresas de turismo rural en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla. Caso Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A.C.**” realizada por la alumna: **Adriana Montserrat Pérez Serrano**; bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRA EN CIENCIAS

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERO:

DR. JOSÉ PEDRO JUÁREZ SÁNCHEZ

ASESOR:

DR. BENITO RAMÍREZ VALVERDE

ASESORA:

MC. FERNANDA CÉSAR ARNAÍZ

Puebla, Pue., 09 de Diciembre de 2008

DEDICATORIA

A mis padres Domingo y Lourdes, por que en todos estos años han sido mi guía y mi apoyo incondicional; este triunfo también es de ustedes. Los quiero

A mis hermanos Domingo, Juan José y Victor Hugo, por que aun cuando a veces no compartamos los mismos ideales, siempre están presentes en mí.

A ti Fernando, por tu amor, paciencia y apoyo sin el cual hubiera sido más difícil llegar hasta el final.

AGRADECIMIENTOS

A mis papás, hermanos y a toda la familia Pérez y Serrano; por que han sido una inspiración para seguir adelante.

A Fernando, por todas esas tardes en las que hiciste más sencillo el trabajo, por los ánimos que siempre me has dado; y por creer en mí. Te amo.

A la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología CONACyT; por que sin su apoyo no hubiera sido posible concluir esta etapa profesional.

Mi más sincero agradecimiento al Dr. José Pedro Juárez Sánchez y al Dr. Benito Ramírez Valverde, por apoyarme y guiarme en la realización de esta investigación; y por que siempre me han alentado a seguir adelante.

A la MC. Fernanda César Arnaíz, por su tiempo invertido en la revisión del escrito.

A todas las personas que han contribuido a forjar mi camino y que laboran en el Colegio de Postgraduados, Campus Puebla.

A todas las personas que integran las empresas de la Red de Turismo Alternativo (RETA), en la Sierra Nororiente de Puebla; por su colaboración, disposición, y por todas las facilidades prestadas para la realización de esta investigación: Guías de UeyiXolal, Hotel Taselotzin, Chihuanime, Teht-Tlan, Xkit, Caminos de Herradura y Xluluc.

A mis amigos y compañeros de la vida y de la maestría: Ana Lilia, Lisbeth, Yerania Mariana, Eloy, Efraín, Josafat, Karina, Galaviz, Marco, Nicho, Araceli, Chabelita, Conchita, Alexis, Joanie, Mirza, Nancy y Anabel.

Y a todos aquellos que olvide en este momento, pero que me han acompañado en mi camino.

CONTENIDO

	Página
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
INTRODUCCION GENERAL	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.1. Justificación	5
1.2. Planteamiento del problema de investigación	8
1.3. Problema general.	9
1.4. Problemas específicos	9
2. OBJETIVOS	10
2.1. Objetivo general.	10
2.2. Objetivos particulares	10
3. HIPÓTESIS	11
3.1. Hipótesis general	11
3.2. Hipótesis particulares	11
4. METODOLOGÍA	12
4.1. Revisión bibliográfica.	12
4.2. Modelo metodológico de estudio.	12
4.3. Tamaño de muestra.	13
5. OBJETO DE ESTUDIO	14
5.1. Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A.C.	14
5.2. Municipio de Cuetzalan del Progreso	15
5.3. Municipio de Tenampulco	16
5.4. Municipio de Zapotitlán de Méndez	17
5.5. Municipio de Xochitlán de Vicente Suárez	17

CAPITULO I. TURISMO RURAL Y EMPLEO RURAL NO AGRÍCOLA EN LA SIERRA NORORIENTE DEL ESTADO DE PUEBLA: CASO RED DE TURISMO ALTERNATIVO TOTALTIKPAK, A.C.	19
Resumen	19
Abstract	20
1.1. Introducción y Objetivo	21
1.2. Turismo Rural y Desarrollo Local	23
1.3. Estrategias de Vida y Empleo Rural no Agrícola (ERNA)	28
1.4. Metodología	32
1.5. Turismo Rural: Recursos Turísticos y su Contribución al Ingreso como Empleo Rural no Agrícola, en la Sierra Nororiental de Puebla	36
1.6. Conclusiones.	51
1.7. Notas.	53
1.8. Literatura Citada.	54
CAPITULO II. DESARROLLO DE CAPACIDADES COMO MEDIO PARA FORTALECER EL CAPITAL HUMANO DE EMPRESAS TURÍSTICAS: CASO RED DE TURISMO ALTERNATIVO TOTALTIKPAK, A.C.	57
Resumen	57
Abstract	58
2.1. Introducción	59
2.2. Capital Humano y Turismo Rural.	60
2.2.1. La Capacitación y su Importancia en el Desarrollo Rural.	63
2.3. Objetivo y Metodología	66
2.4. La Capacitación, Instrumento para Fortalecer el Capital Humano en las Empresas de Turismo Rural.	69
2.5. Conclusiones.	75
2.6. Notas	77
2.7. Literatura Citada.	78

	Página
CAPITULO III. CAPITAL SOCIAL Y LA ARTICULACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EMPRESAS RURALES	82
Resumen	82
Abstract	83
3.1. Introducción y Objetivo	84
3.2. Turismo Rural y Capital Social, un Vínculo Ineludible.	86
3.3. Metodología.	95
3.4. El Capital Social y su Importancia en la Articulación del Servicio Turístico	98
3.5. Conclusiones.	109
3.6. Notas.	111
3.7. Literatura Citada.	114
 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES	 118
1. Conclusiones	118
2. Recomendaciones.	120
 LITERATURA CITADA GENERAL	 122

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Generalidades de las empresas que integran la RETA	33
Tabla 2. Variables que determinan la confianza para trabajar entre los encuestados.	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación espacial de los municipios y las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo.	15
Figura 2. Localización de las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo.	34
Figura 3. Representación de los recursos turísticos que son aprovechados por las empresas	37
Figura 4. Actividades turísticas que realizan las empresa integrantes de la RETA.	41
Figura 5. Comparación del ingreso medio anual recibido por la actividad turística y no turística	44
Figura 6. Análisis de correspondencia entre las empresas de la RETA, según su condición económica.	46
Figura 7. Ingreso mensual (pesos) por temporada turística	48

	Página
Figura 8. Localización de los municipios y las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo	67
Figura 9. Influencia de la capacitación en el desempeño del servicio	74
Figura 10. Variantes de Capital Social de acuerdo al predominio de los elementos del capital social: recursos asociativos internos/externos y mecanismos de interacción hacia dentro/fuera del grupo	93
Figura 11. Localización de las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo.	96
Figura 12. Comparación de los porcentajes de confianza interpersonal reportados por encuestas a nivel nacional e internacional, así como los obtenidos en el presente estudio.	101
Figura 13. Redes de apoyo al interior de las empresas y entre la RETA; se observa que para el caso de las empresas los porcentajes mayores están referidos a respuestas afirmativas, mientras que para el caso de la RETA es a respuestas negativas.	108

INTRODUCCIÓN GENERAL

Uno de los principales problemas que aqueja a la mayoría de los espacios rurales de México y del mundo subdesarrollado es la pobreza; en las áreas rurales de Centroamérica alcanza el 66% del total de la población, mientras que en las urbes es del 47% y para el caso de México aun cuando sólo una cuarta parte de la población mexicana vive en zonas rurales, en estas regiones reside el 60.7% de la población en condiciones de pobreza extrema y el 46.1% de los moderadamente pobres del país (Donaldo, 2003: 75; Banco Mundial, 2005:69).

Asimismo, la pobreza se centraliza geográficamente en zonas montañosas de difícil acceso y en laderas a su vez, se concentran las comunidades indígenas, lo que convierte a estas regiones en las más vulnerables tanto económica, social y culturalmente (Donaldo, 2003: 77). Es el caso de la Sierra Nororiente del Estado de Puebla, en la que convergen un conjunto de situaciones que la condicionan como una región de atención prioritaria, tales como pobreza extrema, altos índices de marginación y biodiversidad, así como también una fuerte crisis en el sector agrícola a raíz de la caída de los precios del café, lo que acentuó aún más la problemática de los indígenas nahuas y totonacos que habitan estos espacios. Este escenario, ha traído consigo mayor presión y deterioro del medio ambiente en las regiones rurales y ha obligado a éstas comunidades a explotar, en muchos de los casos, de manera exhaustiva sus recursos naturales (ampliación de la frontera agrícola, caza ilegal y tala inmoderada de las especies forestales, etc.); lo que provoca entre otras cosas pérdida de biodiversidad, deterioro del ambiente, erosión del suelo, etc.

Ante la crisis del sector agrícola y sus consecuencias socioeconómicas y ambientales, se impulsan actividades complementarias a las que tradicionalmente se practica en los espacios rurales y que buscan

contribuir a su desarrollo. En este sentido, el empleo rural no agrícola (ERNA) y particularmente el turismo rural, adquiere gran relevancia como factor de desarrollo territorial rural, de modo que se reconocen las ventajas que de esta actividad se derivan. No solo se contribuye a mejorar el ingreso familiar, sino también, es posible aprovechar sustentablemente los recursos naturales del territorio, fomenta la participación de las personas, se revaloriza su cultura y el espacio rural en su conjunto. Asimismo, las características de esta actividad son coincidentes con los enfoques de Desarrollo Sustentable, Desarrollo Territorial, Nueva Ruralidad y Estrategias de vida; cuyo planteamiento teórico apuntan a la revalorización del mundo rural y su aprovechamiento, mediante el fomento y adopción de actividades no agrícolas, a la consideración de la escala local como unidad de referencia, a la integración del principio de sustentabilidad, y al reconocimiento de que cada territorio cuenta con una serie de elementos y activos que le configuran una estructura particular y diferente a los demás, de tal manera que, tanto las localidades como los territorios, disponen de recursos naturales, económicos, humanos, institucionales y culturales que constituyen su potencial de desarrollo.

Se ha observado que el turismo, representa una atractiva fuente de ingreso y de empleos directos e indirectos -tan solo en el año 2007, las 372,998 personas que visitaron la región de la Sierra Nororiental, generaron una derrama económica de \$219'382,498; cifra que representa el 4% del total reportado para el Estado de Puebla (SECTUR, 2007:1), de modo que el turismo rural, podría representar una de las actividades con mayor viabilidad económica para desarrollarse y generar empleo rural no agrícola y consolidarse, como parte de las estrategias de vida de las comunidades rurales. Sin embargo, para que esta actividad se consolide como tal, es necesario considerar diversos elementos que influyen en su fomento y operación e identificar aquellos factores que le confieran ventajas competitivas a las empresas que ofertan este servicio.

En este sentido, si bien resulta indiscutible la calidad y cantidad de capital natural que posee la región de la Sierra Nororiental, es preciso que los estudios de viabilidad de los proyectos de turismo rural, sean integrales y no solo se centren en el análisis de los activos tangibles, sino que también es necesario enfocar la atención a aquellos factores intangibles, los cuales se han posicionado como los únicos activos que generan ventajas competitivas entre las empresas. Al respecto, los estudios de capital humano, permiten conocer si las empresas están en condiciones de gestionar y ejecutar proyectos turísticos, en términos de motivación, disposición, conocimiento, actitudes y habilidades; que en conjunto representan una vía de competitividad en las empresas. Por otra parte, así como es importante valorar el capital humano, también es necesario conocer cuales son las relaciones sociales que se forman y construyen dentro de las empresas, es por ello que no solo basta la motivación personal, sino también la confianza, los lazos de solidaridad y ayuda mutua, es decir el capital social. Al respecto Mota (2002: 50) menciona que no es suficiente incrementar las capacidades individuales si no hay un conjunto de relaciones sociales que hagan efectivas dichas capacidades.

El objetivo del presente trabajo, se centró en analizar aquellos activos que influyen en la viabilidad y competitividad de los proyectos de turismo rural en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla, tales como capital natural, humano y social. La investigación se desarrollo en esta perspectiva, de manera que trata de explorar el capital humano y social con relación con el turismo rural, además analiza la contribución del turismo a los ingresos de los participantes en esta actividad. En el capítulo I se describen los recursos turísticos que aprovechan las empresas que participan en actividades turísticas en la sierra Nororiental de Puebla, así como su tiempo de operación, además se da a conocer el impacto del turismo rural en la generación de ingresos y beneficios entre las personas que trabajan o

pertenecen a las empresas turísticas. En los capítulos II y III se analizó el capital humano y social de las personas que integran a las empresas turísticas, así como su influencia en el servicio que éstas ofertan. La investigación se realizó en los municipios de Cuetzalan del Progreso, Tenampulco, Xochitlán de Vicente Suárez y Zapotitlán de Méndez, localizados en la Sierra Nororiente del estado de Puebla.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Justificación

Desde fines de la década pasada, la discusión en torno al desarrollo, ha puesto énfasis en el hombre y en las características que este posee para potencializar su bienestar. En este sentido, el enfoque de estrategias de vida, hace referencia a las acciones mediante las cuales, las personas o comunidades intentan satisfacer ciertos objetivos, a través del uso, la combinación y transformación del conjunto de activos que posee. Asimismo, pone atención especial a los activos que la población pobre tiene, así como en la capacidad de acción que tienen estas personas, para generar beneficios que se reflejen en el incremento del bienestar familiar (CEPAL, 2005: 24). Partiendo del hecho de que las estrategias de vida son heterogéneas, en función a las familias rurales que las generan y constituyen y también lo son en la medida en que éstas poseen diferentes activos que las confrontan de manera distinta a las condicionantes en las que se desarrolla cada una de ellas. Para lograr un verdadero desarrollo sustentable de las comunidades rurales, sería necesario hacer el análisis de los activos que éstas poseen, y sobre los cuales tengan incidencia y poder de decisión; de manera que las acciones que se generen sean acordes a las características del territorio y de sus habitantes. Sería posible mencionar que las familias y comunidades que disfrutan de un capital natural de calidad podrían optar por emplearse en actividades del sector servicios, particularmente en actividades turísticas; para ello es necesario considerar el resto de los activos que el territorio posee para desarrollar proyectos viables.

En este sentido para que el turismo rural logre consolidarse como una estrategia competitiva en las comunidades rurales, se requiere identificar las potencialidades del territorio para poder implementar este tipo de proyectos de desarrollo, teniendo en cuenta las necesidades, demandas,

perspectivas, capacidades y limitaciones de los diversos actores que interactúan en ese espacio multidimensional. Es por ello que son necesarios realizar estudios integrales para evaluar la viabilidad de los proyectos, situación que poco se ha dado en la actualidad, ya que en la mayoría de los casos. La viabilidad de los proyectos esta fundamentada principalmente en el capital natural que las comunidades poseen, supeditando el estudio de aquellos elementos intangibles, tales como el capital humano y social, que influyen en la planeación y ejecución de este tipo de proyectos, tanto o más que los activos tangibles.

Partiendo de la importancia de los estudios integrales y de que los capitales -o activos- con los que cuentan las comunidades para desarrollar sus respectivas estrategias de vida, el Banco Mundial (1999) menciona que son cuatro: capital natural, capital construido, capital humano y capital social. La investigación enfatizó en el estudio de tres de ellos: el capital natural, humano y social; que corresponden a aquellos activos que representan oportunidades reales de intervención directa por parte de los involucrados y que además constituyen ventajas competitivas para las empresas. El análisis del capital construido es el generado por el ser humano y que incluye la infraestructura, comunicaciones, bienes de capital, capital financiero, comercial y otros, no formó parte de este estudio, principalmente por el tiempo que requiere este tipo de investigación y los costos que implicaría.

La Sierra Nororiental posee una gran diversidad de características físicas y biológicas, que se reflejan en un mosaico de paisajes de flora y fauna; que cualitativamente los 26 municipios que integran este espacio comparten; de modo que el capital natural de la región de estudio no es homogéneo en su totalidad, es semejante. Por esta razón; aún cuando el capital natural que posee la región de estudio a simple vista no representa una ventaja competitiva entre las diferentes comunidades, ni entre los diversos

proyectos y empresas que operan servicios de turismo rural. El capital natural se incluyó en la investigación, por que a diferencia del capital construido las comunidades y personas si pueden incidir directamente; prueba de ello es que para algunas empresas, el capital natural es la materia prima de su servicio.

En lo que respecta al capital humano y social son considerados activos que generan ventajas competitivas al interior de las empresas, además de ser activos que constantemente influyen y son influidos por la dinámica de las comunidades. El primero de ellos, está relacionado directamente con la calidad del servicio, al mismo tiempo que representa un medio para incrementar su productividad y eficiencia; el segundo es importante en el logro de la eficiencia organizativa y surge como un medio para sumar esfuerzos y reducir condiciones de vulnerabilidad; en donde el capital social tiene relación con el proceso de asociatividad. En ambos casos las personas involucradas en el proceso de desarrollo tienen poder de decisión e intervención, por lo que incrementa la importancia de estos elementos en la viabilidad de proyectos del sector rural y particularmente del turismo rural.

Un estudio integral de los factores que influyen en la viabilidad de los proyectos permitiría entender y priorizar las sinergias dadas en el sistema turístico; así como canalizar los recursos, tanto humanos como económicos, de manera más eficiente y brindaría oportunidades a aquellas comunidades rurales que realmente tengan la capacidad de reconocer y explotar sus potencialidades turísticas. Asimismo, ante el proceso de globalización, el mercado laboral y productivo es cada vez más exigente y competitivo; de modo que se requiere de la integración y transformación de los productores que por lo regular trabajan de manera aislada, y tienen poca capacitación y profesionalización. Es por ello que deben ser capaces

de mejorar el servicio que ofertan y de reducir costos con el objetivo de incrementar sus ingresos y sus condiciones de vida.

1.2 Planteamiento del problema de investigación

Reconociendo la complejidad del sistema turístico rural, su indiscutible potencial, la diversidad de impactos y el apoyo brindado por instancias gubernamentales de distintos niveles como la Comisión Nacional de los Pueblos Indígenas (CDI), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales del Estado (SMRN), Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) y la Secretaría de Turismo (SECTUR), principalmente; así como la diversidad de ambientes y culturas propias de nuestro país y Estado; hoy en día el turismo rural podría considerarse una estrategia de vida y estar presente en aquellos espacios con altos índices de biodiversidad, las cuales generalmente corresponden a las zonas con los mayores índices de marginación y pobreza en el país y donde las actividades agropecuarias están en crisis y sus agricultores no obtienen los ingresos necesarios para satisfacer sus necesidades más elementales.

Para el caso de México, si bien es cierto que las actividades de turismo rural van en aumento, su aporte al ingreso rural no agrícola se considera incipiente. Actualmente existen proyectos turísticos en fase de iniciación, otros se consideran frustrados e incluso abandonados, de modo que tanto el recurso económico y humano no son aprovechados con eficiencia. Existe una gran diversidad de estudios sobre turismo y su impacto en la economía, pero son escasos los realizados sobre turismo rural y su impacto económico en las comunidades, así como de la viabilidad de ésta actividad para constituirse como estrategia de vida en el sector rural; menos aún se sabe sobre la importancia del capital humano y social y su contribución en la eficiencia de la empresa.

1.3 Problema general

Ante este contexto sería pertinente preguntar ¿Cuáles son los activos naturales, humanos y sociales que posee la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C., y como han influido en los ingresos y la viabilidad de las empresas que ofertan servicios de turismo rural para constituirse como estrategia de desarrollo rural?

1.4 Problemas específicos

Como problemas específicos son los siguientes:

- ¿Qué tipo de oferta turística poseen las empresas que operan en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla?
- ¿Cuál es el impacto que tiene el turismo rural en los ingresos de las personas que participan en ésta actividad?
- ¿Cual es la importancia del capital humano en la operación de la actividad turística, en las empresas seleccionadas?
- ¿Cuál es la condición del capital social que poseen las empresas y cómo influye éste en la viabilidad de proyectos de turismo rural?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Analizar el recurso turístico, el capital humano y social que poseen las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C., con la finalidad de conocer de qué manera influyen estos elementos en la viabilidad de las empresas de turismo rural en la región de la Sierra Nororiente de Puebla, así como el impacto en los ingresos de los socios.

2.2 Objetivos particulares

- Caracterizar el tipo de recursos turísticos que aprovechan las empresas para desempeñar las actividades turísticas propias de cada grupo.
- Analizar los ingresos generados por la actividad turística, para saber si ésta actividad representa una estrategia de empleo no agrícola para las personas que participan en la organización.
- Determinar la importancia del capital humano en la operación de empresas de turismo rural, para conocer su impacto en la eficiencia de ésta actividad.
- Determinar la importancia del capital social en las empresas turísticas, para conocer como influye en la prestación de servicio de turismo rural en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla.

3. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

El capital humano y social, que poseen las empresas de turismo rural en la Sierra Nororiente de Puebla, y que conforman la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C., influye directamente en la viabilidad de las empresas, incidiendo en la generación de ventajas competitivas relacionadas con la calidad del servicio y la articulación del mismo.

3.2 Hipótesis particulares

- La Sierra Nororiente de Puebla posee los recursos turísticos que son aprovechados por las empresas mediante la operación de proyectos de turismo rural.
- El turismo rural genera ingresos significativos para los integrantes de las empresas involucrados en la actividad, de manera que representa una estrategia de desarrollo territorial rural mediante la generación de empleo no agrícola para los habitantes de esta región.
- En la operación de proyectos de turismo rural en la Sierra Nororiente de Puebla, el capital humano influye directamente en la calidad del servicio.
- El capital social influye en la capacidad que tienen las empresas, y sus integrantes, para trabajar en conjunto y hacer eficientes los recursos.

4. METODOLOGÍA

4.1 Revisión bibliográfica

En esta etapa consistió en la búsqueda y recopilación de información bibliográfica referente a los temas de Desarrollo Rural y Sostenible, Turismo Rural y Desarrollo Local, Enfoque territorial y Nueva Ruralidad, Estrategias de sobrevivencia y Empleo rural no Agrícola (ERNA), y finalmente Capital humano y Capital social. Asimismo se recabaron datos estadísticos e históricos para delimitar el marco de referencia, se recurrió a información generada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Secretaría de Turismo (SECTUR), Organización Mundial de Turismo (OMT) y boletines de turismo, principalmente. Asimismo se consultaron páginas Web especializadas en los diferentes temas, tales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y del Centro Americano para el Desarrollo Rural (RIMISP), entre otras.

4.2 Modelo metodológico de estudio

El estudio se realizó durante el mes de julio del 2007 y de acuerdo al tiempo de ocurrencia de los hechos y el registro de la información, la investigación se realizó mediante un estudio retrospectivo (indaga sobre hechos ocurridos en el pasado, y el registro continua según van ocurriendo los acontecimientos); y según el periodo y secuencia del estudio, éste es transversal, dado que estudia las variables simultáneamente en un momento determinado, de manera que se hace un corte en el tiempo, de variable no es importante, en relación con la forma en que se dan los hechos. Finalmente, según el análisis y alcance de los resultados, el estudio fue descriptivo, dado que estuvo dirigido a determinar la situación de las variables de la población objeto. Éste tipo de estudios son el punto inicial de otros, ya sea descriptivos o analíticos, proporcionando las bases cognoscitivas y generando posibles hipótesis para su futura comprobación o rechazo (De Canales *et al.*, 1991: 136).

4.3 Tamaño de muestra

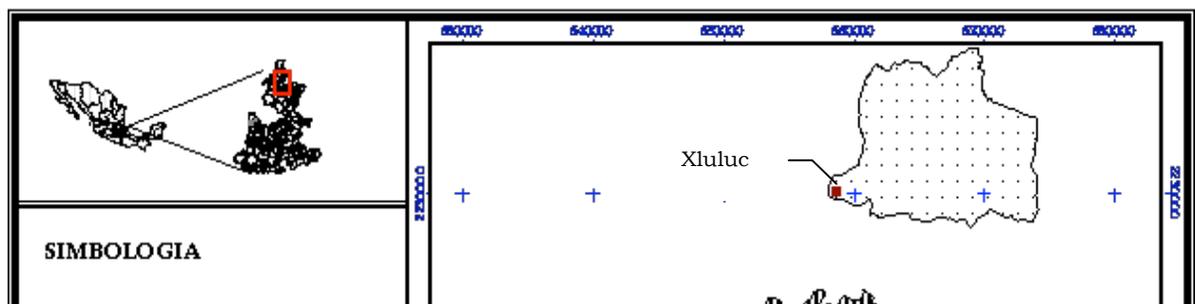
El marco de muestreo correspondió a las siete empresas que integran la Red de Turismo Alternativo (RETA) “Totaltikpak, A.C.”, tienen en total 106 socios. A partir de este dato y considerando que el número de integrantes por empresa no es homogéneo, se utilizó un muestreo estratificado, por lo que el tamaño de la muestra constó de 51 personas, de las cuales 16 correspondieron a dirigentes o representantes y 35 a los integrantes y socios. El instrumento que se empleó para este estudio fue el cuestionario y para el análisis de datos se empleó estadística descriptiva.

5. OBJETO DE ESTUDIO

5.1 Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A.C.

La red fue integrada el 09 de febrero del 2004 y constituida legalmente en el mes de mayo del 2007; la palabra *Totaltikpak* es de origen náhuatl y significa “*nuestra tierra*”. La red surge a partir del reconocimiento del valor natural y cultural que posee la región de la Sierra Norte, para implementar proyectos de turismo rural como actividad complementaria a la agricultura. El objetivo de la asociación es contribuir a disminuir la problemática de la región -alta marginación, bajos precios del café, falta de capacitación y apoyo en promoción y comercialización de los productos regionales- a través del turismo alternativo, aprovechando los recursos naturales y culturales de cada uno de los municipios, mediante la generación de ingresos, además se promueve la conservación y el respeto del medio ambiente y la cultura de la región (www.reta.com).

Originalmente estuvo conformada la empresa Teth-Tlan en Xochitlán de Vicente Suárez; Xkit en Zapotitlán de Méndez; Caminos de Herradura y Hotel Taselotzin en Cuetzalan del Progreso y continúan en la actualidad. Posteriormente se unieron al proyecto Guías de UeyiXolal y Chihuanime en Cuetzalan y Xluluc en Tenampulco (Observe Figura 1).



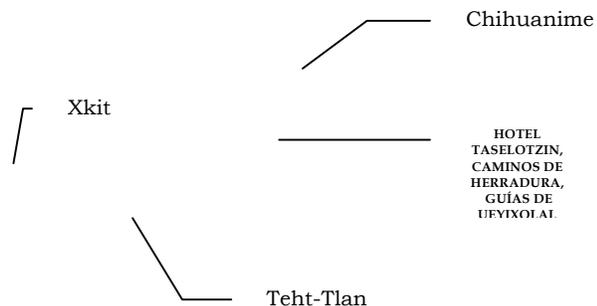


Figura 1. Ubicación espacial de los municipios y las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI (2005)

5.2 Municipio de Cuetzalan del Progreso

El nombre de Cuetzalan deriva del topónimo náhuatl *Quetzallan*, que significa *Lugar de quetzales*. El municipio se localiza en la parte noreste del estado y sus coordenadas geográficas son los paralelos 19° 57' 00" y 20° 05' 18" de latitud norte y los meridianos 97° 24' 36" y 97° 34' 54" de longitud occidental. Colinda al norte con Jonotla y Tenampulco, al este con Ayotoxco de Guerrero y Tlatlauquitepec, al sur con Zacapoaxtla y al oeste con Zoquiapan. Tiene una superficie de 135.22 Km² (Gobierno del Estado, 2007).

El municipio de Cuetzalan del Progreso tiene el mayor número de habitantes 45,781 pobladores, predomina el grupo étnico náhuatl y su grado de marginación es alto. La población económicamente activa (PEA) asciende al 51.5% de la población total, el 74.4% se ocupa en el sector primario, el 9.8% en el secundario y el 13.1% en el sector terciario (INEGI, 2005). Respecto a la educación, el 11.28% de la población del municipio es analfabeta; la infraestructura educativa esta integrada por un total de

209 escuelas de las cuales 84 son de nivel preescolar, 86 corresponden a primaria, 28 a secundaria y 11 a bachillerato (INEGI, 2007).

La cabecera municipal es la Ciudad de Cuetzalan, forma parte del sistema turístico mexicano conocido como *Pueblos Mágicos*. Es uno de los núcleos de población más importantes de la Sierra Nororiente de Puebla, y también uno de los principales destinos turísticos del estado. En este municipio se localizan, además de la Ciudad de Cuetzalan, otros sitios de interés como la zona arqueológica de Yohualichán y numerosas cascadas que forman parte de la cuenca hidrológica del río Tecolutla (Gobierno del Estado, 2007).

5.3 Municipio de Tenampulco

Tenampulco es un topónimo de origen náhuatl, deriva de los vocablos *tenámitl* (*muralla*), *-pol* (sufijo aumentativo) y *-co* (desinencia locativa). Por lo que puede traducirse como *Lugar de la muralla grande*. Se localiza en el límite noreste del Estado con Veracruz, sus coordenadas son los paralelos 10° 08' 30" y 20° 14' 54" de latitud norte y los meridianos 97° 20' 00" y 97° 30' 00" de longitud occidental; colindando al norte con el estado de Veracruz, al este con Hueytamalco y Ayotoxco de Guerrero, al sur con Cuetzalán del Progreso y al oeste con Jonotla. Tiene una superficie de 108.44 Km² y un total de 6,721 personas (Gobierno del Estado, 2007).

El grupo étnico predominante en este municipio es el totonaco seguido del náhuatl; presenta un grado de marginación alto. Para el caso de este municipio, su PEA corresponde al 44% de la población total, el 81% se ocupa en el sector primario, el 5.2% y 12.8% en los sectores secundario y terciario respectivamente (INEGI, 2005; CONAPO, 2005). En lo que se refiere a la infraestructura educativa, Tenampulco tiene un total de 46 escuelas, de las cuales 16 son preescolares, 19 corresponden al nivel

básico, siete a secundaria y cuatro al nivel medio superior. Asimismo el 10.44% del total de la población es analfabeta (INEGI, 2007).

5.4 Municipio de Zapotitlán de Méndez

El nombre del municipio es de origen náhuatl, y deriva de los vocablos *tzàpotl* (*zapote*) y *-titlan* (*lugar de abundancia*). De aquí se traduce como *Lugar donde abundan los zapotes*. El apellido Méndez le fue agregado en honor de Juan Nepomuceno Méndez ex gobernador del estado y presidente de la República en el período del Porfiriato. El municipio se localiza en la parte norte del Estado de Puebla, sus coordenadas geográficas son los paralelos 19° 58' 10" y 20° 01' 36" de latitud norte y los meridianos 97° 38' 36" y 97° 44' 24" de longitud occidental; colinda al norte con Hueytlalpan e Ixtepec, al este con Zoquiapan, al sur con Huitzilán de Serdán y al oeste con Zongozotla, Camocuautla y Tepango de Rodríguez. La superficie territorial del municipio es de 35.72 Km² y tiene 5,178 habitantes (Gobierno del Estado, 2007).

Al igual que en el caso del municipio de Tenampulco, el grupo étnico predominante es el totonaco, presenta un alto grado de marginación. El 48.5% de la población total es económicamente activa y de este porcentaje el 78.9% se emplea en el sector primario, el 5.6% en el secundario y el 10.1% en el terciario (INEGI, 2005; CONAPO, 2005). En cuanto a la educación del municipio, el 14.22% de la población es analfabeta; tiene 11 escuelas, de las cuales al nivel preescolar, primaria y secundaria les corresponde a tres en cada nivel educativo y en el nivel medio superior solo tienen dos escuelas (INEGI, 2007).

5.5 Municipio de Xochitlán de Vicente Suárez

Para dar nombre a este municipio se conjugan los vocablos *Xóchitl* del Náhuatl (flor) y *Tlan* del Totonaco (lugar, bueno, entre) literalmente significa "*lugar entre flores*". El nombre de Vicente Suárez se le asignó en

reconocimiento al cadete del mismo nombre, nacido en esta población en el año de 1834. Se ubica entre los paralelos 19° 54' 00" y 20° 00' 42" de latitud norte y los meridianos 97° 36' 18" y 97° 41' 36" de longitud occidental a una altura que va de los 1,000 a los 1,200 metros sobre el nivel del mar.; colinda al norte con el municipio de Zoquiapan, al este con el municipio de Nauzontla, al sur con Xochiapulco y al oeste con Huitzilán de Serdán y Zapotitlán de Méndez. Xochitlán tiene 11,744 habitantes y un territorio de 45.92 Km² (Gobierno del Estado, 2007).

La PEA representa el 50.4% de la población total de Xochitlán, de esta el 80.9% se dedica a actividades del sector primario, el 8% a actividades del sector secundario y el 9.8% al sector terciario. El 16.24% de la población es analfabeta; tiene una infraestructura educativa de 39 escuelas: 15 corresponden al nivel preescolar, 14 están destinadas a la educación primaria, seis a secundaria y cuatro a bachillerato. El grupo étnico predominante es náhuatl y el 88% de la población mayor de 5 años habla una lengua indígena. A diferencia de los otros municipios de estudio el grado de marginación en Xochitlán es muy alto (CONAPO, 2005; INEGI 2007).

La agricultura es la actividad principal de los cuatro municipios, destacando los cultivos del maíz y café, de esta más del 50% de la superficie sembrada total corresponde al maíz (SAGARPA, 2004).

CAPITULO I

TURISMO RURAL Y EMPLEO RURAL NO AGRÍCOLA EN LA SIERRA NORORIENTE DEL ESTADO DE PUEBLA: CASO RED DE TURISMO ALTERNATIVO TOTALTIKPAK, A.C.ⁱ

RESUMEN

En la Sierra Nororiental del Estado de Puebla convergen una serie de elementos que la han colocado como una región de atención prioritaria; socialmente enfrenta agudos problemas de pobreza extrema y marginación, producto de un desarrollo histórico, donde la política agrícola y los bajos precios del café en los últimos años han jugado un importante papel. Asimismo, la riqueza que posee esta región se refleja en un mosaico de paisajes, tradiciones y etnias; recursos capaces de ser aprovechados para desarrollar actividades de turismo rural. El objetivo del estudio fue conocer el recurso turístico que es aprovechado por las siete empresas que integran la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak, A.C., la cual opera en la Sierra Norte del Estado de Puebla; e investigar si el turismo rural contribuye a mejorar el ingreso de las personas involucradas en esta actividad. Los recursos turísticos aprovechados por las empresas son: patrimonio histórico, atractivos naturales, folclore y manifestaciones de cultura tradicional. Se encontró que el turismo rural contribuye de manera significativa en los ingresos anuales de las personas que están vinculadas a esta actividad. Asimismo, aún cuando para la mayoría de los casos el principal beneficio es económico, también se reconocen beneficios personales, sociales y ambientales.

Palabras clave: Recursos turísticos, turismo rural, empleo no agrícola, ingreso, pobreza, indígena, México.

CHAPTER I

ⁱ Artículo aceptado para su publicación en la revista Investigaciones Geográficas, del Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), incluida en el Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica (CONACyT).

RURAL TOURISM AND RURAL NON-FARM JOB IN THE SIERRA NORTHEAST OF THE STATE OF PUEBLA: CASE OF ALTERNATIVE TOURISM NETWORK TOTALTIKPAK, A.C.

ABSTRACT

In the Sierra Northeast of the State of Puebla converge a number of elements that have placed as a region of focus; socially faces acute problems of extreme poverty and marginalization, as a result of historical development, where the agricultural policy and low coffee prices in recent years have played an important role. Also, the wealth they possess this region is reflected in a patchwork of landscapes, traditions and ethnicities; resources can be used to develop rural tourism activities. The objective of study was to know the tourist resort that is used by the seven companies that make up the Alternative Tourism Network (RETA) "Totaltikpak, A.C.", which operates in the Sierra Norte of the State of Puebla, and investigate whether rural tourism contributes to improving the income of the people involved in this activity. The tourism resources exploited by companies are: historical heritage, natural attractions, folklore and expressions of traditional culture. It also found that rural tourism contributes significantly to the annual income of people are linked to this activity. Also, even though for most cases the main benefit is economic, they also recognize personal benefits, social and environmental issues.

Keywords: Tourist resources, rural tourism, I not use agricultural, income, poverty, indigenous, Mexico.

1.1 Introducción y Objetivo

El Estado de Puebla, al localizarse en el centro de la república ocupa un espacio privilegiado en el territorio mexicano y presenta espacios físicos y biológicos diversos en función a su topografía, clima, suelo e hidrología. Esta diversidad se refleja en un mosaico de paisajes de flora y fauna. También el estado es rico en tradiciones y costumbres, etnias, idiomas y productos arqueológicos, propios de cada uno de los territorios que existen. En la Sierra Nororiente se ubican los espacios turísticos rurales más importantes del Estado, considerando los factores ambiental, social y cultural.

En términos biológicos, esta región posee una gran riqueza de especies animales y vegetales dando como resultado una variedad de paisajes y nichos ecológicos; del mismo modo, su riqueza cultural permite identificar la interacción de dos etnias diferentes, la náhuatl y totonaca. Desde el punto de vista social, enfrenta severas dificultades de pobreza y marginación, resultado de la problemática agrícola y productiva de los últimos años.

En este sentido, los campesinos de estos espacios han implementado diversas estrategias para mantener su unidad de producción; entre las que resaltan la migración nacional e internacional - que aporta ingresos a las familias rurales, de modo que las remesas que envían los trabajadores sirven como paliativo de la pobreza extrema, permitiendo sostener el nivel

de vida y de consumo de la población-; y el Empleo Rural No Agrícola (ERNA) donde destaca el turismo rural. Esta actividad es considerada como una de las actividades más viables para atenuar las condiciones de pobreza y marginación de la población rural, debido al conjunto de efectos positivos tangibles e intangibles que este genera en los territorios (Barrera, 2006: 49; Palomeque, 2001: 127). Las estrategias de diversificación no agrícola son apoyadas por organismos multinacionales como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y Organización Mundial de Comercio (OMC) y se sustentan en los conceptos de Desarrollo Sustentable, Enfoque Territorial Rural y Nueva Ruralidad, su objetivo es revalorizar el espacio rural. Razón por la cual se reconoce la aptitud del turismo rural para constituirse como factor de desarrollo local. El turismo rural, debería promoverse como una estrategia de apoyo al campesinado mexicano, en el que las actividades agropecuarias no logran satisfacer sus necesidades y el cual, coincidentemente, se caracteriza por tener altos índices de biodiversidad y marginación (Barrera, 2006: 50).

El objetivo del estudio es conocer si el turismo rural constituye una estrategia capaz de mejorar los ingresos de las personas que participan en actividades turísticas en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla, estudiando el caso de la Red de Turismo Alternativo (RETA) TOTALTIKPAK, A. C.

1.2 Turismo Rural y Desarrollo Local

El turismo rural ha adquirido gran relevancia a escala internacional y es promovido en países subdesarrollados por organizaciones internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Interamericano de Desarrollo Agrícola (FIDA) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). En México, el fomento de actividades turísticas en los espacios rurales es apoyado mediante programas y proyectos operados por instituciones federales, estatales y no gubernamentales, como la Secretaría de Turismo (SECTUR), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), y la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR).

Recientemente, se habla del turismo alternativo el cual puede ser explicado desde tres perspectivas, la primera se refiere a esta modalidad como una “alternativa” al turismo convencional de sol y playa y que por lo general es de carácter masificado, por lo que este tipo de turismo brinda la oportunidad de explorar nuevos destinos turísticos especializados. En segunda instancia, el turismo alternativo puede ser analizado en función a su operatividad, se considerada como una “alternativa de uso sustentable”, es decir, un medio de aprovechamiento sustentable de los recursos y, finalmente puede ser diferenciado del turismo masificado, por su acepción social ya que este permite al turista “alternar” e interactuar con la población local (Domínguez, 2003: 183). A su vez, el turismo alternativo esta integrado por otras modalidades como el turismo rural,

turismo cultural, turismo de convenciones, entre otros. La conceptualización de cada uno obedece a las características de las actividades y el espacio donde se realizan.

No cabe duda que la modalidad de turismo alternativo que mayor ambigüedad ha generado es el turismo rural, en parte debido a la compleja morfología y especialidad del turismo como actividad o conjunto de actividades. Por otro lado, se vuelve más complicada al integrar “lo rural” al concepto. Esto ha derivado en una gran discusión alrededor del mismo, tanto para la delimitación del término como por las actividades que lo constituyen. En este sentido, se reconoce que al turismo alternativo lo integran cuatro dimensiones: espacial, ambiental, económica y social; siendo ésta última la columna central sobre la cual descansa el turismo rural, por tal motivo para fines de este estudio, el turismo rural se define como:

“Actividad turística que se desarrolla en el territorio rural, de escala local, y cuya motivación principal es realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas tradicionales de la misma; a la vez que se buscan atractivos asociados al descanso, paisaje y huida de la masificación” (Nera et al., 1997: 129; SECTUR, 2004: 29).

Esta definición, presenta un amplio alcance, lo integran gran diversidad de actividades e incluso, incluye otros tipos de turismo, particularmente el ecoturismo -una de las modalidades turísticas de mayor mención y auge contemporáneo- al que diversos autores lo integran como una “submodalidad” del turismo rural (Barrera, 2006: 73; Amaya, 2005:53; Ciani, 2003:31; Muñoz, 2003:82) y hay quienes, lo consideran dentro de la modalidad del turismo alternativo, con características propias que lo diferencian y separan del turismo rural (SECTUR, 2004: 22; Cesar y Arnaiz, 2003:275). Esta discusión no ha finalizado, por el contrario, cada vez es más difícil delimitar ambos conceptos. Por un lado existen características que son compartidas por ambas modalidades: se desarrollan en espacios rurales y son de bajo impacto ambiental, integrando los principios de sustentabilidad.

La diferencia más puntual entre una y otra actividad es la motivación del viaje y su esencia. En el caso del ecoturismo lo define SECTUR (2004: 23) como “los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma” lo que significa que la búsqueda de conocimiento gira alrededor del espacio natural independientemente de la comunidad (flora, fauna, ecosistemas, geología, paleontología, etc.) donde el producto turístico es una expresión dada por la naturaleza y donde la población carece de participación substancial, aun cuando éstos puedan formar parte del

sistema integrándose en actividades de valor aparente (César y Arnaiz, 2003: 274).

A diferencia del ecoturismo, el turismo rural integra a la comunidad local de forma envolvente y en teoría, el proceso que lleva hacia la consolidación de esta actividad es acompañada de la participación activa de la población. La finalidad de esta modalidad turística es el conocimiento de la cultura campesina, de las actividades productivas del agro, de sus tradiciones y estilo de vida, razón por la cual los autores y actores del turismo rural son los mismos habitantes del lugar. El eje central que caracteriza a este turismo rural es la dimensión social y espacial, donde se busca una interacción entre el turista y la comunidad, donde el producto es construido y conservado, mediante actividades tales como etnoturismo, agroturismo, talleres gastronómicos, de medicina tradicional, de artesanía, etc. en un espacio donde priman las actividades rurales.

Partiendo de la importancia de la comunidad local en el desarrollo del turismo rural, Amaya (2005: 54) señala como principios de esta actividad que los programas dedicados a la misma deben ser “gestionados, desarrollados y operados por los habitantes de la zona donde se desarrollan” y donde los programas de desarrollo turístico rural sean sustentables, es decir “con un carácter humanista, democrático y de justicia social” Si estos principios se cumplen, el turismo podría ser un

detonante de acciones, tales como generación de empleo, ingreso económico, mejoras en infraestructura, conservación del medio ambiente, entre otras; orientadas hacia el desarrollo local, dado que sus objetivos se fundamentan en la búsqueda de soluciones a la problemática local: migración, abandono de tierras, pérdida de cultura y recursos naturales, bajos rendimientos en la producción, etc., mediante la gestión local y donde los beneficios sean canalizados a la comunidad.

Es importante destacar que el turismo es complementario a las actividades agropecuarias y no una alternativa, al respecto Juárez y Ramírez (2007) indican que el turismo es solo una fuente más de ingresos que se tiene que promover en los territorios rurales, pero que no se tienen que descuidar las otras actividades productivas que se realizan, que en el caso de los municipios de estudio es la producción de café, maíz, cría de aves y de cerdos. Estas se tienen que fortalecer y a su vez crear nuevas oportunidades de trabajo que permitan la generación de ingresos no agrícolas. Con ello se quiere decir, que el turismo es una actividad generadora de empleos que puede absorber parte del tiempo de los agricultores en los territorios rurales.

1.3 Estrategias de Vida y Empleo Rural no Agrícola (ERNA)

Los enfoques de Nueva Ruralidad y Desarrollo Territorial Rural, plantean nuevas estrategias de vida entre los agricultores, estos conceptos a su vez integran y fortalecen el Empleo Rural no Agrícola¹ (ERNA). Emergen a raíz de la crisis del medio rural, lo que hizo necesaria la integración o modificación de acciones que permitieran a las familias rurales atenuar los efectos negativos de la globalización económica como pobreza y pérdida de la rentabilidad de la agricultura de tipo minifundista. Asimismo, ambos enfoques han permitido ampliar el concepto de ruralidad, de manera que lo rural ya no solo es entendido únicamente en términos agrícolas o agropecuarios, sino que este se ha revalorizado en función a las múltiples características, dimensiones y funciones que éste representa (Pérez, 2001: 22 y Schejtman y Berdegué, 2004: 14).

Estos enfoques responden a la realidad donde el sector rural no sólo es agricultura y población dispersa. La Nueva Ruralidad debe ser integral, por lo que ésta no debe limitarse a la agricultura, sino que también debe contemplar muchas otras funciones vinculadas al desarrollo agrícola, agroindustrial, artesanal, de servicios, turístico, cultural, conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales, en síntesis, de los sistemas locales y globales sustentadores de la vida y las actividades productivas (Donaldo, 2003: 85). Al respecto, Segrelles (2000: 85) menciona que “el desarrollo rural tiene que apoyarse necesariamente sobre los

aprovechamientos que estos espacios ofrecen de forma más natural” de manera que las diferentes vías y mecanismos de desarrollo deben integrarse a las actividades propias del campo -es decir, la agricultura, la ganadería y la explotación forestal- con el carácter de complementarias, debido a que éstas actividades son la estructura social, cultural y económica del medio rural.

Los caminos en busca de la subsistencia de los agricultores son diversos, por su representatividad destacan tres: 1) articulaciones asociativas, que permiten aumentar la escala de producción o el acceso a la tecnología; 2) control de la cadena productiva, mediante una integración vertical y 3) diversificación productiva, ya sea de productos o actividades (Fernández y Guzmán 2000: 178). Estos autores mencionan que estos mecanismos son de carácter adaptativo, los cuales son implementados en las unidades productivas -familiares, ejidales, comunales e incluso locales- con la finalidad de “evitar quedar al margen de un sistema regido por las lógicas de la competitividad” que en otras palabras significa la reducción de riesgos derivados de la dependencia a una actividad productiva.

Es claro que el riesgo que enfrentan aquellas familias especializadas (dedicadas a una sola actividad) es mucho mayor que quienes se emplean en más de una actividad, una forma de disminuir este efecto es que los miembros de la familia se ocupen en diferentes actividades, agropecuarias

y no agropecuarias, lo que es conocido como multiactividad (CEPAL, 2003: 10).

En cambio el empleo rural no agropecuario (ERNA) constituye una oportunidad para complementar el ingreso familiar, sobre todo en aquellas poblaciones rurales donde la tenencia de la tierra generalmente es minifundista o donde se presentan campesinos asalariados, por lo que el ERNA ha cobrado gran auge como estrategia de vida, tanto que recientemente se ha difundido la idea de la viabilidad de las actividades no agropecuarias como medios para atenuar la pobreza rural (CEPAL, 2001b: 43; CEPAL, 2003: 2).

Reconociendo las particularidades de los territorios rurales es posible mencionar que las estrategias de vida entre las poblaciones pobres son de subsistencia o supervivencia entre ellas se incluye el ERNA y son heterogéneas en función a las familias rurales que las generan y constituyen, también lo son en la medida en que éstas poseen diferentes activos² que las confrontan de manera distinta a las condicionantes en las que se desarrollan cada una de ellas. El supuesto de las estrategias de vida es aprovechar al máximo las capacidades y activos con los que se cuenta; por su parte el ERNA está constituido por todo un conjunto de ocupaciones que se desarrollan afín a las características de cada lugar, así las familias y comunidades que disfrutan de un capital natural de

calidad pueden optar por emplearse en actividades del sector terciario o de manejo y conservación (CEPAL, 2001a: 15; CEPAL, 2003: 4).

En este sentido, el turismo rural cobra especial importancia como parte de las estrategias de vida y de generación de ingreso rural no agrícola (IRNA) desarrollado en las comunidades rurales y a través de éste es posible aprovechar sustentablemente los recursos naturales y el medio ambiente propio del territorio, a la vez que se fomenta la participación de las personas. Las actividades turísticas son consideradas de gran importancia debido al efecto multiplicador que éstas generan, de manera que permiten la dinamización e integración de diversos sectores socioeconómicos, lo que podría converger en el desarrollo local (Freiria, 2003: 24).

Existen diversos tipos de ERNA, en donde el turismo rural no solo tiene impactos económicos inmediatos que se ven reflejados en el aumento del ingreso familiar, sino también permite revalorizar la cultura campesina y el espacio rural en su conjunto, características que no pueden ser atribuidas a la migración a pesar de su gran aportación en el ingreso; a la par que redefine y fortalece el papel de la mujer y de los jóvenes, ya que les brinda una oportunidad de participación, de opinión y de ingreso; siendo estos actores quienes mayor desenvolvimiento tienen en esta actividad (*Op. cit.*: 28).

No debe perderse de vista la esencia del turismo rural como parte de las actividades rurales, a lo que Cesar y Arnaiz (2004: 24) mencionan que “el verdadero turismo rural es aquel en que esta actividad complementa a la actividad productiva de la región” en otras palabras, es necesario entender el papel complementario del turismo, ya que al considerarlo como estructural se redundaría en la vulnerabilidad de la especialización.

A partir de lo anterior, se admite el hecho de que el turismo puede ser el trampolín para impulsar y activar el desarrollo local pero, esto será posible siempre y cuando este no sea considerado como la “expectativa básica de su evolución futura” y se constituya parte del conjunto ocupacional.

1.4 Metodología

El instrumento que se empleó para este estudio fue un cuestionario, el universo -que es la RETA- está constituido por siete empresas, con un total de 106 socios, se utilizó un muestreo con base al número de socios que tiene cada una de las empresas, en la tabla siguiente se muestran el número de socios y encuestas realizadas:

Tabla 1. Generalidades de las empresas que integran la RETA

EMPRESA	No. total de integrantes	% respecto al total de los encuestados	No de encuestas realizadas	Municipio en el que se ubican las actividades	Principales actividades del grupo
Guías de UeyiXotal	7	8	4	Cuetzalan del Progreso	Deporte de aventura (rappel, escalada en roca, cañoning); recorridos guiados al Pueblo, a Zona arqueológica y a grutas
Xkit	8	14	7	Zapotitlán de Méndez	Deporte de aventura (rappel, tirolesa y escalada en roca), recorridos guiados a las grutas Karmidas
Chiuanime	22	21	11	Cuetzalan del Progreso	hospedaje, restaurante, venta de artesanía tradicional y línea de blancos
Xluluc	8	10	5	Tenampulco	Cabalgatas, talleres de lengua materna y visitas a iguanario
Caminos de Herradura	7	12	6	Cuetzalan del Progreso	Cabalgatas y caminatas hacia grutas y cascadas
Taselotzin	45	20	10	Cuetzalan del Progreso	Hospedaje, restaurante, muestras artesanales, gastronómicas y de medicina tradicional
Teht - Tlan	9	16	8	Xochitlán de Vicente Suárez	Deporte de aventura (rappel, escalada en roca), talleres artesanales, senderos interpretativos y muestra gastronómica
Total	106	100	51		

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos obtenidos del presente estudio.

Se realizaron 51 encuestas a los integrantes de las diferentes empresas turísticas³ que integran la Red de Turismo alternativo (RETA) Totaltikpak; de las cuales 16 correspondieron a dirigentes o representantes y 35 a los integrantes y socios. Para analizar los datos se utilizó estadística descriptiva y análisis de correspondencia.

Las empresas que conforman la RETA, se localizan espacialmente en cuatro municipios de la Sierra Nororiental del Estado de Puebla: Cuetzalan del Progreso, Tenampulco, Xochitlán de Vicente Suárez y Zapotitlán de Méndez. Los municipios de estudio se localizan entre los 19° 58' y los 20° 10' de Latitud Norte; y los 97° 23' y 97°42' de Longitud Oeste; el municipio con mayor superficie territorial es Cuetzalan del Progreso con 135.22 Km²,

Tenampulco con 108.44 Km², Xochitlán de Vicente Suárez con un total de 45.92 Km² y finalmente Zapotitlán de Méndez con 35.72 Km² (Observe la figura 2).

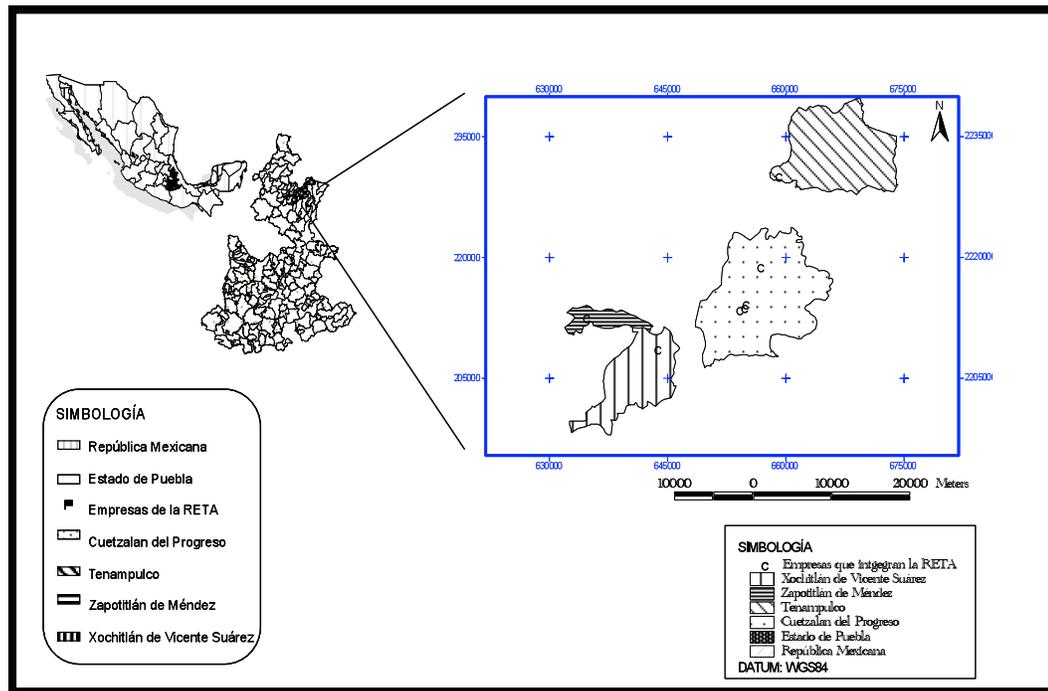


Figura 2. Localización de las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INEGI (2005)

El municipio de Zapotitlán tiene 5,178 habitantes, Tenampulco 6,721, Xochitlán 11,744 y Cuetzalan tiene una población de 45,781 pobladores. Con respecto a las educación se tiene que el 16.24% de la población de Xochitlán es analfabeta, el 14.22% en Zapotitlán, el 11.28% en Cuetzalan y el 10.44% en Tenampulco. El 13% de la población mayor de 5 años habla una lengua indígena en Tenampulco, el 72% en Zapotitlán y Cuetzalan; y el 88% en Xochitlán cuyo porcentaje corresponde al de mayor

presencia de hablantes de lengua indígena a nivel estatal. La mayoría de municipios presenta un grado alto de marginación, excepto Xochitlán que tiene un grado de marginación muy alto (CONAPO, 2005; INEGI, 2005). La actividad principal de los cuatro municipios es la agricultura, destacando el maíz y el café, más del 50% del total de la superficie sembrada corresponde al maíz (SAGARPA, 2004).

Con respecto a la palabra *Totaltikpak* es de origen náhuatl y significa “*nuestra tierra*”; la Red se fundó hace cuatro años y se constituyó legalmente en el mes de mayo de 2007. La asociación es creada con la finalidad de menguar la problemática existente en la región tales como dependencia de la agricultura y producción de café, alta marginación, falta de de capacitación, apoyo en promoción y comercialización de productos regionales; de manera que a través del turismo se potencialicen los recursos naturales y culturales de cada uno de los municipios que la conforman, generando ingresos y promoviendo el cuidado, respeto y conservación del medio ambiente y la cultura de la región. Actualmente, la RETA esta integrada por siete empresas sociales presentes en los municipios de Cuetzalan de Progreso, Tenampulco, Zapotitlán de Méndez y Xochitlán de Vicente Suárez que ofrecen servicios de Turismo alternativo (www.reta.com)

1.5 Turismo Rural: Recursos Turísticos y su Contribución al Ingreso como Empleo Rural no Agrícola, en la Sierra Nororiente de Puebla

La Sierra Nororiente del Estado de Puebla, se caracteriza por su riqueza integrada por aspectos naturales, -que son resultado de la diversidad de climas y morfología- culturales y sociales, representando un potencial de oportunidades en materia de turismo rural. Las empresas que conforman RETA son: Caminos de Herradura, Guías de UeyiXolal, Hotel Taselotzin y Chiuanime ubicadas en el municipio de Cuetzalan; Xluluc en Tenampulco; Teht - Tlan en Xochitlán y Xkit en Zapotitlán. Su distribución espacial representa una ventaja, ya que les permite tener acceso a una gran variedad de recursos turísticos que tiene la región (Figura 3).

Entre los recursos turísticos que se ofertan en los diversos municipios que conforman la RETA, según la clasificación presentada por Barrera (2006:81), destacan los atractivos naturales, tales como grutas y cascadas; Patrimonio histórico (las ruinas de Yohualichan), así como el Folclore y manifestaciones de cultura tradicional (artesanía, medicina tradicional, gastronomía, entre otros). En Cuetzalan, no solo se concentra la mayoría de las empresas que integran la RETA, sino que también posee una gran diversidad de recursos turísticos, los cuales han sido aprovechados para la implementación de diferentes modalidades que el turismo rural presenta.

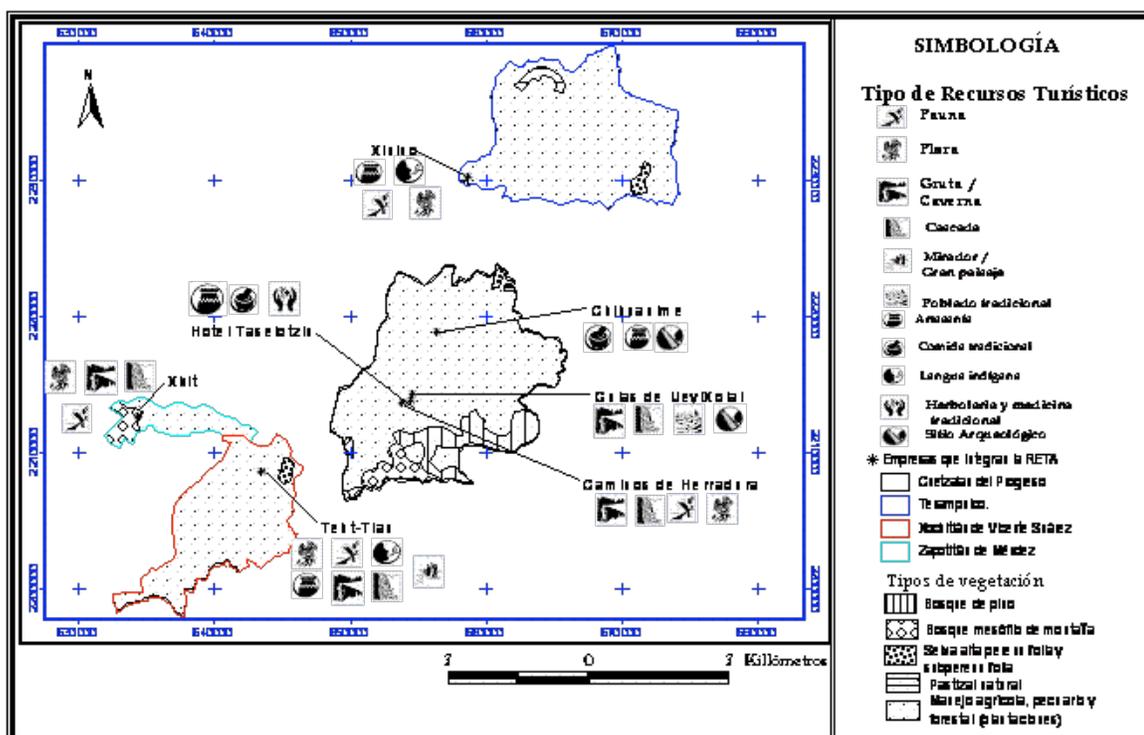


Figura 3. Representación de los recursos turísticos que son aprovechados por las empresas

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de campo realizado durante el mes de Julio de 2007

Los recursos turísticos que tiene el municipio de Cuetzalan, no son ofertados por las empresas a nivel grupal; es decir, cada una de las empresas tiene un proyecto turístico en el municipio y no compiten por el recurso, ya que las cuatro empresas poseen un recurso definido y diferente. Por ejemplo, la empresa Caminos de herradura, es un grupo de jóvenes que han incursionado en la modalidad de ecoturismo; los recursos turísticos que ellos emplean son atractivos naturales: dos cascadas (La Maravilla y Las Brisas) y una cueva (Cohuatichan, Cuetzalan); localizadas en las comunidades de San Andrés Tzicuilan y Pathpatapan. En su oferta

turística la empresa ofrece cabalgatas hacia la cascada de nombre La Maravilla y Las brisas, cuyo recorrido tiene una duración de 3:00 y 3:30 hrs. respectivamente; y caminatas, que también se realizan hacia la cascada Maravilla y hacia la cueva de Cohuatichan que corresponden una duración aproximada de 2:00 y 2:30 hrs.

La empresa Guías de *UeyiXolal* (Pueblo Grande) la integra un grupo de jóvenes del municipio, principalmente realizan actividades de turismo de aventura, entre los recursos turísticos que aprovechan destacan las cascada de las Brisas, el Salto y las Golondrinas ubicadas en la comunidad de San Andrés Tzicuilan, Cuetzalan. El recorrido para conocer las cascadas es de 30 minutos de caminata y es posible apreciar parte de la flora local. En esa misma comunidad se encuentra el cañón del Tepalahuate, a 20 minutos del centro de Cuetzalan. Otro atractivo que ofertan son las grutas de Atepoluhui y Tnatco localizadas en las comunidades de San Miguel Tznicapan y Tnatco, respectivamente; el tiempo de traslado varía entre 20 y 40 minutos de caminata. Se ofrecen actividades de turismo de aventura -como rappel y escalada en roca- y turismo cultural e histórico, los cuales derivan en paseos guiados al pueblo y a la zona arqueológica de Yohualichan.

El Hotel *Taselotzin* significa “Compartir los frutos que la tierra nos da” es uno de los proyectos de la organización *Maseualsiuamej*

Mosenyolchicauanij que quiere decir "Mujeres Indígenas que Trabajan Juntas" ofrecen servicio de hospedaje y alimentación, se localiza en el Barrio de Zacatipan; a 10 minutos del centro de Cuetzalan. Es el primer hotel en el municipio administrado por mujeres indígenas, se caracteriza por brindar toda una gama de manifestaciones culturales y tradicionales que van desde muestras artesanales y gastronómicas, hasta ejemplos de medicina tradicional.

La empresa *Chiuanime* lleva por nombre *Masehual siuat Xochitajkitinij*, que significa "Mujeres indígenas tejedoras en flor". Se localiza a 10 Km. del centro de Cuetzalan y aproximadamente a 100 metros de la zona arqueológica de Yohualichan, es el recurso turístico más importantes para esta empresa. Su localización y los servicios que brinda le han permitido mantenerse y consolidarse como empresa turística exitosa. Ofrece servicios de restaurante destacando la gastronomía rural de la región, en su preparación utiliza ingredientes y productos orgánicos (quelites, frijol, maíz, calabaza, maracuyá, ajonjolí, chile, cacahuate, jitomate, pollo criollo); también cuenta con una tienda de artesanías, un taller de costura y hospedaje. En Tenampulco se encuentra la empresa *Xluluc* que significa lagartija, tiene proyectado incursionar en actividades turísticas, basadas fundamentalmente en los atractivos naturales, como la flora y fauna, y el río Apulco; así como en las manifestaciones culturales propias del municipio, como artesanía, gastronomía y lengua materna.

En Xochitlán la empresa *Teht - Tlan* que quiere decir lugar de las piedras, trabajará en diferentes tipos de turismo rural, como son: ecoturismo, turismo de aventura y turismo cultural. El Rincón de tequilita, la Cascada Alaxostamanis y Cuahutaxihuan, son los atractivos naturales que la empresa pretende aprovechar para incursionar en actividades de turismo de aventura. También se puede promocionar el turismo cultural y el ecoturismo, a través de las vivencias místicas, los talleres artesanales y la gastronomía típica de la región; y de los senderos interpretativos.

En Zapotitlán, las grutas Karmidas son el principal recurso turístico de la empresa *Xkit* (que significa murciélago), esta fue emprendida a partir de la afluencia de turistas que las visitan. Diversificó sus actividades hacia el deporte de aventura, tanto el rappel, la escalada en roca se realiza en la cascada llamada Cruz de Agua, ubicada a 15 minutos del centro municipal.

Si bien algunos de los recursos turísticos de los municipios no han podido ser aprovechados en su totalidad, son considerados y reconocidos para su futura inclusión como parte de los atractivos que ofertarán las empresas, es el caso de aquellas empresas que se localizan en Tenampulco y Xochitlán de Vicente Suárez. La siguiente figura resume las actividades principales que realizan las empresas en los diferentes municipios.

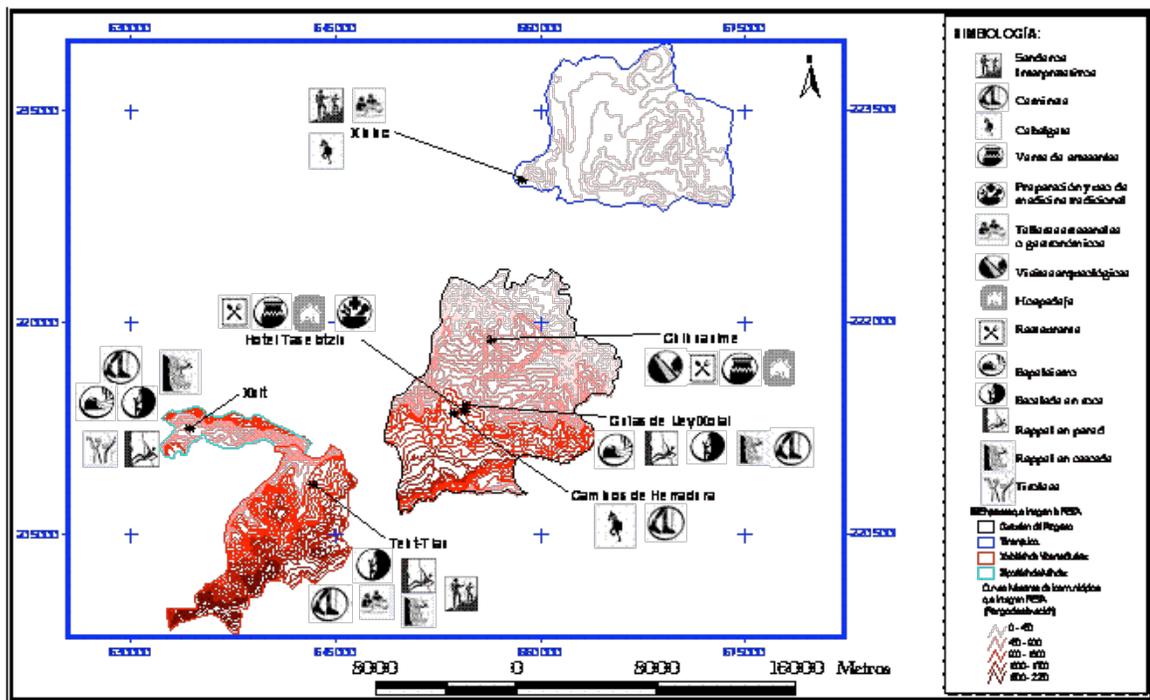


Figura 4. Actividades turísticas que realizan las empresa integrantes de la RETA. Fuente: Elaboración propia en base a datos colectados en el estudio de campo, realizado durante el mes de Julio de 2007

A partir de la valoración de las múltiples funciones que el territorio rural representa para sus pobladores y el discurso actual que apunta al impulso de actividades no agropecuarias, el turismo rural se considera una de las actividades más viables para atenuar la pobreza y marginación de las comunidades rurales. Por esta razón se reconoce la aptitud del turismo rural para constituirse como factor de desarrollo local y de bienestar social. Al respecto se investigó si el turismo rural constituye una estrategia capaz de mejorar el ingreso anual de las personas involucradas en las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A. C. en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla

Al hacer un análisis de la estructura laboral de los entrevistados, se encontró que el 37% de los mismos son agricultores, el 45% mencionó que no trabaja el campo y el 18% lo hace de manera ocasional. Respecto a las personas que si se dedican a la agricultura, se observó que la mayoría diversificó sus siembras; de manera que solo el 25% de los agricultores siembran un solo cultivo -destacando el café y maíz con un 14% y 11%, respectivamente- y el 75% restante, siembra más de un cultivo, además de café y maíz, cultivan pimienta, ajonjolí, vainilla, chile y plátano. Para el caso del maíz, el 70% de la producción tiene como finalidad el autoconsumo y el 30% se consume y se vende; y entre quienes además de café y maíz siembran algún otro cultivo el 50% de estos productos son empleados para el consumo familiar y un porcentaje similar es vendido o intercambiado con los vecinos de la comunidad. Los cultivos registrados en este estudio coinciden con lo expuesto por Juárez y Ramírez (2007) quienes también reportan al café y maíz como los principales cultivos sembrados en cuatro municipios de la misma región.

De las 19 personas que trabajan en el campo, el 21% mencionó que solo trabaja en la agricultura, mientras que el 53% desempeña otra actividad económica y el 26% además de trabajar en el campo tiene dos trabajos más. Respecto a las personas que trabajan de manera ocasional en la agricultura -cifra que corresponde al 18% del total de los encuestados-, el 44% tiene un trabajo extra y el 56% tiene dos trabajos. Finalmente de los

cuestionados que no son agricultores, el 53% dijo tener un trabajo, el 43% tiene dos y el 4% no desempeña ninguna actividad económica. Estos datos indican una baja dependencia de los entrevistados respecto a la agricultura como actividad primaria, por lo que se deduce que la estructura laboral existente es compleja y diversificada.

Se analizó la información de acuerdo a las actividades económicas que realizan los encuestados, independientemente de la agricultura la cual no fue considerada en el análisis. Se encontró que el 53% de los entrevistados que realiza otra actividad económica además del turismo se emplean en el sector público o en un negocio propio (27%), elaborando artesanías (22%) o en la educación como maestros o instructores (4%). EL 38% de las personas que no trabajan son estudiantes; el 33% solo se dedica a las actividades turísticas, es decir que ya no tienen más tiempo disponible y por último un 29% no tiene un trabajo extra por razones de edad o enfermedad.

A partir de lo anterior y con la finalidad de comprobar si el turismo rural contribuye a incrementar de manera significativa el ingreso anual de los encuestados, se consideraron tres variables: el ingreso anual percibido por la actividad turística; el ingreso anual recibido por las tres actividades diferentes al turismo (empleado, elaboración de artesanías y maestros) y el ingreso total anual, que corresponde a la suma de las dos variables

anteriores. Comparando los datos sobre el ingreso medio anual que reciben las personas encuestadas por la actividad turística y el que obtienen por otra actividad diferente al turismo. Se observa que si bien el ingreso medio anual de la actividad turística es variable, oscilando entre los \$1000 y \$50,000, esta actividad representa una fuente de ingreso significativa para el mayor número de personas. El ingreso medio anual que obtienen los encuestados por otra actividad económica que no es turismo es más constante, pero el número de personas beneficiadas es menor (Figura 5).

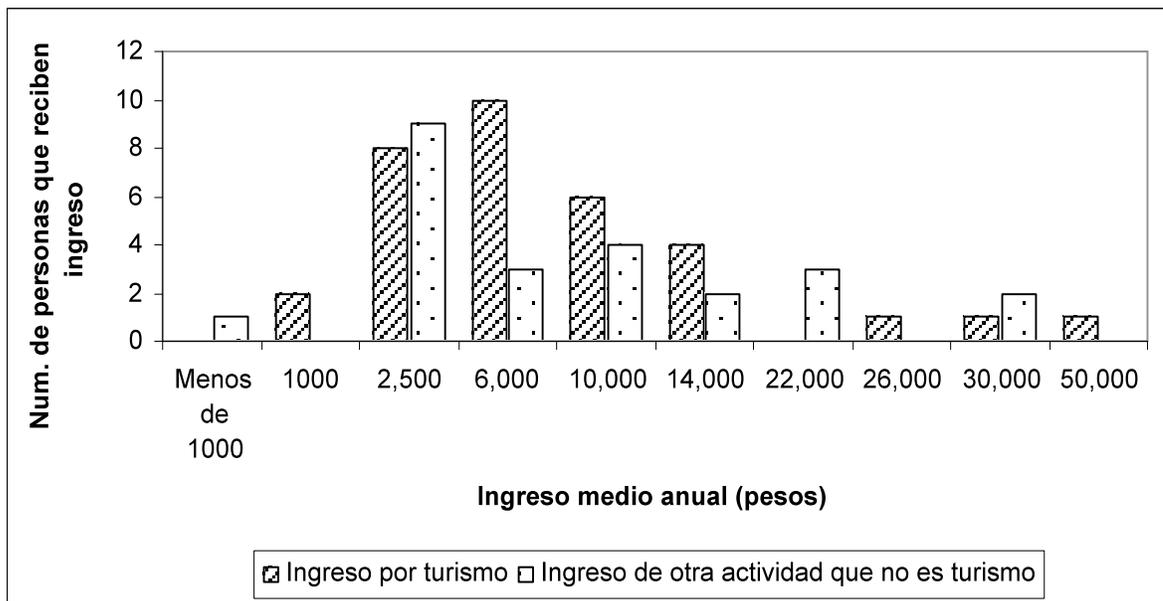


Figura 5. Comparación del ingreso medio anual recibido por la actividad turística y no turística

Fuente: Elaboración propia en base a datos colectados en el estudio de campo, realizado durante el mes de Julio de 2007

Los datos arriba mencionados muestran que, para poco más del 50% de los encuestados, el turismo constituye una fuente complementaria de ingresos; esto concuerda con lo expuesto Veechiet (2003: 150), donde propone que el turismo rural sea una actividad que complemente el ingreso económico de los interesados.

Al realizar un análisis de correspondencias comparando la situación económica por la participación en la empresa turística, entre las empresas que prestan este servicio. Los resultados del análisis nos muestra que existe relación estadísticamente significativa entre las dos variables ($\chi^2 = 68.319$; $p < 0.001$). La primera dimensión explica 54.7% de la relación entre las organizaciones y los beneficios obtenidos del turismo, mientras que la segunda explica el 45.3% de ella. Lo que indica que existe relación entre la situación económica y la empresa. Se observa que se presentan tres grupos: 1) donde se muestra que la organización Xkit es la que ha obtenido mayores beneficios, 2) Con poca mejoría tenemos a las organizaciones Guías de UeyiXolal, Chiuanime, Caminos de Herradura, Taselotzin, y finalmente 3) sin mejoría las organizaciones Xluluc, Teht-Tlan (Figura 6).

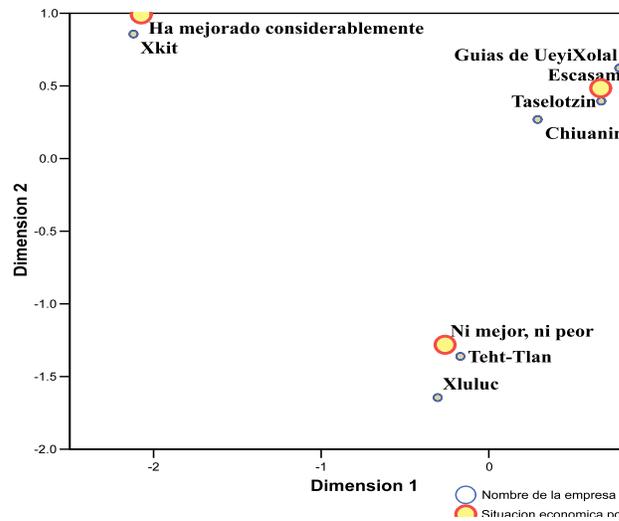


Figura 6. Análisis de correspondencia entre las empresas de la RETA, según su condición económica.

Fuente: Elaboración propia en base a datos colectados en el estudio de campo, realizado durante el mes de Julio de 2007

El análisis por temporada de trabajo muestra que, el 76% de las personas que fueron encuestadas participan de manera constante en la empresa, el 12% solo eventualmente y el 12% no participa por razones de edad, enfermedad o simplemente por que realizan otra actividad. De acuerdo a lo anterior, del 88% de los cuestionados que participan en las empresas, ya sea eventual o permanentemente, no todos reciben sueldo por la actividad turística. Las personas que laboran en la temporada baja, el 28% no recibe remuneración alguna, mientras que el 72% si. Respecto a las personas que si reciben alguna remuneración económica de su participación en la empresa durante la temporada baja, el ingreso promedio mensual es de \$450 para el caso del 29% de los encuestados; el 11% de los mismo obtienen \$1,350; el 7% recibe un promedio de \$150; un

porcentaje similar gana \$750; otro 7% no recordó su salario y finalmente, un 39% no pudo definir un sueldo promedio mensual, ya que este varía según la actividad que desempeñan y la demanda turística, cifra que puede oscilar entre los \$500 y los \$1,500 mensuales. En la temporada alta el 29% de las personas no perciben ingreso de la actividad que realizan en la empresa; de los que si reciben un salario, el 16% recibe un ingreso mensual promedio de \$450, otro porcentaje similar obtiene \$750, el 9% recibe un promedio de \$150, un porcentaje similar recibe \$1,050 mensuales, otro 9% gana un promedio de \$1,350; el 3% recibe más de \$1,500 mensuales, otro porcentaje igual no recordó su ingreso mensual y, al igual que en el caso de la temporada baja, un 35% no pudo precisar un ingreso fijo por que este depende tanto de la actividad realizada, como de la demanda, la mayoría se refieren al turismo de aventura.

La figura 7 muestra el valor de los ingresos generados por temporada, dejando en claro que la temporada alta representa una oportunidad de empleo, donde no únicamente aumenta el número de personas que participan en los servicios turísticos, sino también el ingreso que reciben es mayor, comparado con la temporada baja. Se muestra que para el mayor número de personas que trabajan en el sector turístico en ambas temporadas, su ingreso depende de la demanda; sin embargo todos coinciden en que la temporada alta genera los mayores ingresos que permiten una mejor remuneración económica a ellos.

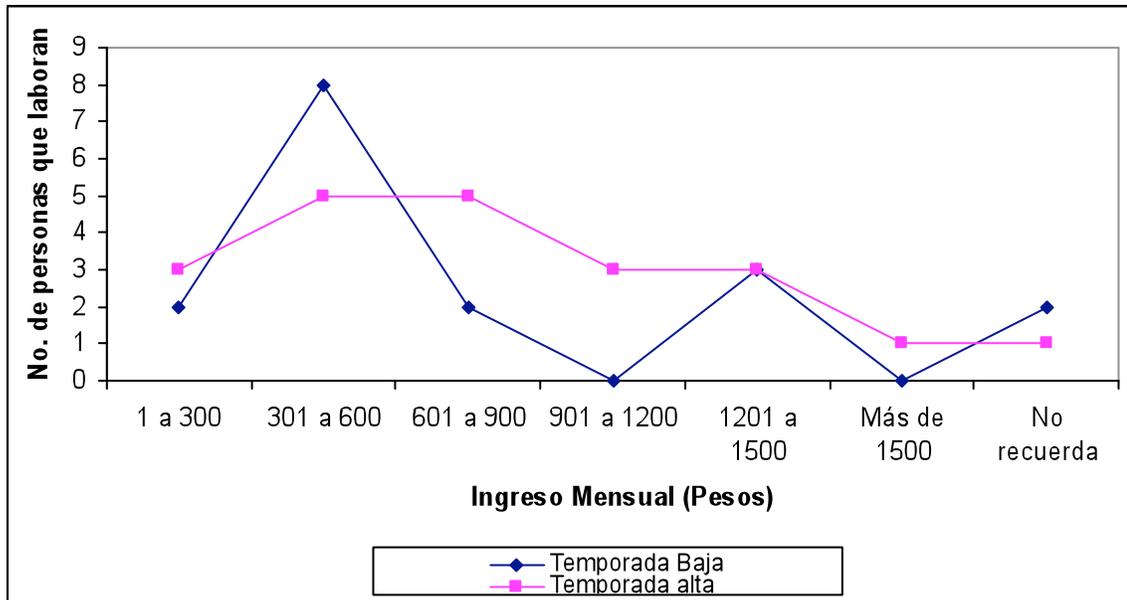


Figura 7. Ingreso mensual (pesos) por temporada turística
 Fuente: Elaboración propia en base a datos colectados en el estudio de campo, realizado durante el mes de Julio de 2007

Lo anterior demuestra que una de las razones que promueve el carácter complementario del turismo, está vinculada a la estacionalidad del producto, lo cual muchas veces merma los intentos por consolidar la actividad turística como fuente de ingreso rural. Por esta razón, se alude a la diversificación turística para disminuir la vulnerabilidad laboral y económica que representa la temporalidad del mismo, de manera que sea posible conformar productos turísticos capaces de incrementar, extender o aumentar la afluencia de turistas durante todo el año (Ciani, 2003:27). También debe ampliarse la población objetivo a la cual va dirigido el producto, en temporada baja con atractivos paquetes a población de la tercera edad o a grupos de escolares. Por estas razones, se considera que

el turismo rural debe impulsarse como una actividad complementaria a la actividad agrícola.

El aporte económico del turismo rural es muy variable y lo es también el destino de los ingresos que reciben, al respecto el 50% de los encuestados emplea este recurso para cubrir necesidades básicas como alimentación, ropa y calzado, el 13% compró electrodomésticos, el 9% los invirtió en educación y otro 9% lo gastó en diversión y esparcimiento. El mejorar la vivienda, la compra de material para artesanías y equipo de deporte extremo, así como el ahorro, correspondió un 6% cada uno. De las personas que no reciben ingreso económico de la Red, el 18% comentó que la empresa les proporciona una despensa anual.

El 14% dijo que su situación económica mejoró considerablemente, el 55% mencionó que es poca la ayuda pero significativa, mientras que el 31% considera que su situación económica no ha cambiado. Partiendo de lo expuesto anteriormente, se debe tener cuidado de no limitarse a una visión economicista del turismo, donde si bien el carácter económico es el más perceptible a corto plazo, éste solo es un elemento del sistema turístico por lo que no deben perderse de vista el resto de los componentes (Jiménez, 2005: 89).

Ahondando más respecto a la mejora que el turismo ha brindado a las personas, el 86% de los entrevistados afirma que ha obtenido algún tipo de beneficio derivado de su colaboración en la empresa. El beneficio más mencionado fue el económico (41%) que ha sido tanto directo como indirecto, donde éste último se refiere al dinero que se presta sin intereses o a los productos que se venden en la empresa. El segundo beneficio en importancia corresponde al personal (18%), donde la mayoría de las veces se refiere al proceso de aprendizaje donde han adquirido conocimientos de primeros auxilios, mercadotecnia, deporte de aventura, entre otros; los cuales son producto de las diferentes capacitaciones que han adquirido a partir de su participación en la empresa; y en menor proporción se refieren al hecho de conocer más gente y aumentar su círculo de amistades. Dentro de la dimensión social y ecológica (ambos con el 5% del total de las respuestas) los encuestados consideran que el turismo ha generado una mayor integración en la comunidad, así como un mejor cuidado y conservación del ambiente. El resto de los participantes (31%) no define un beneficio específico y menciona una combinación de los anteriores, donde el económico - personal (20%) supera al económico - social (11%).

Al igual que se reconocen los aspectos favorables del turismo, también los perjuicios deben considerarse al momento de valorar la actividad turística, ya que solo de esta manera será posible hacer una planeación adecuada

de los recursos y de la actividad (César y Arnaíz, 2003: 289). Al hablar de los impactos negativos ocasionados por la empresa turística y las actividades que la misma ofrece, el 75% de los encuestados coinciden en que no se ha generado daño alguno; mientras que el 25% respondió positivamente. El 62% mencionó que el daño ha sido ecológico por la generación de basura, el 23% concuerda que el mayor daño ha sido a nivel social, debido a que se han generado problemas o envidias entre los habitantes de la comunidad y el 15% señala al rubro económico, que ha derivado en el encarecimiento de los precios en la comunidad.

1.6 Conclusiones

La localización de los municipios que integran la RETA, les permite tener acceso a toda una gama de recursos naturales y culturales; de manera que el recurso turístico que aprovechan las empresas de la RETA son, fundamentalmente atractivos naturales, patrimonio histórico, folclore y manifestaciones de cultura tradicional. Asimismo, la RETA no solo integra una variedad de recursos turísticos sino también de actores, y esta heterogeneidad permite que las empresas no compitan por el recurso. Lo que favorece la diversificación del producto turístico, ofertando actividades tanto de turismo de aventura, ecoturismo y turismo cultural. La operación de actividades de turismo rural no solo depende de los recursos turísticos presentes en un territorio, también depende de los actores que en él convergen.

En los municipios de estudio, el turismo rural representa una actividad económica importante, se observa cierta diversificación productiva. Dentro de las actividades económicas que, además del turismo, realizan los encuestados destacan el trabajo como empleado, ya sea en un sector público o en algún negocio propio; la elaboración de artesanías y la educación.

Respecto a la premisa de si el turismo rural contribuye a mejorar el ingreso anual de las personas involucradas en las siete empresas que integran la RETA, se puede concluir que si existe una diferencia significativa entre el ingreso total anual de las personas que no participan en la actividad turística y entre aquellas que si lo hacen, de modo que la contribución del turismo rural como empleo rural no agrícola es muy importante para el caso de los encuestados. Asimismo, aun cuando no se puede hablar de que el turismo rural contribuye para mejorar la calidad de vida de los encuestados, si tiene cierto impacto en la misma, ya que el principal destino del ingreso que obtienen del turismo es para cubrir sus necesidades básicas tales como alimentación, ropa y calzado. Sin embargo un aspecto que obstaculiza la constancia del ingreso es la estacionalidad del turismo; de manera que se recomienda la diversificación del producto turístico en las empresas, así como de la población objetivo, lo cual confluiría en la disminución de la estacionalidad del turismo, permitiendo a los integrantes de las empresas contar con un ingreso más constante.

Para los integrantes de la RETA, el turismo rural no solo representa una mejora económica, sino también un beneficio social, ambiental e incluso personal.

1.7 Notas

¹ El empleo rural no agrícola (ERNA) se define como el empleo en el conjunto de las actividades económicas de índole no primaria (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) desarrolladas por los hogares rurales, ya sea en el predio familiar o fuera de él. La definición también incluye a las actividades agroindustriales tales como el procesamiento de alimentos en fábricas ubicadas en el sector rural. Por su parte, el ingreso rural no agropecuario (IRNA) corresponde al ingreso generado en las actividades que comprenden al ERNA, siendo éstas de carácter asalariado o como autoempleo (CEPAL, 2003: 2).

² El concepto de activos descrito en este capítulo es considerado sinónimo al de capital: capital humano, social, natural, etc. (CEPAL, 2001a)

³ Los siete grupos que pertenecen a la RETA son considerados empresas sociales, debido a que tienen como objetivo principal el de mejorar la calidad de vida de los involucrados de manera equitativa, es decir buscando siempre el interés grupal sobre el personal.

1.8 Literatura Citada

Amaya, C. [2005], Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural en México. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. 51-58 Pp. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Barrera, E. [2006], Turismo Rural, Nueva Ruralidad y Empleo no Agrícola. Montevideo.
[<http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/index.htm>:17 enero de 2007].

CEPAL [2001a], Instituciones y Pobreza Rurales en México y Centroamérica
[<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/7884/1482.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

CEPAL [2001b], Revalorar la Agricultura y el Desarrollo Rural para la Sustentabilidad.
[<http://www.grupochoflavi.org/php/doc/documentos/revalorarlaagricultura.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

CEPAL [2003], Empleo e Ingreso en las Actividades Rurales No Agropecuarias de Centroamérica y México
[<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/3/13483/L577.pdf>: 22 de marzo de 2006].

Cesar, A. y S. Arnaiz [2003], Turismo Rural: Problemática, Experiencias y Perspectivas. En: Cesar, A., S. Arnaiz y J. Thomas [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 273-298. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Cesar, A. y S. Arnaiz [2004], *Desarrollo y Turismo en la Costa de Jalisco*. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 240 Pp.

Ciani, A. [2003], Turismo Rural y Agroturismo: Oportunidades y Desafíos. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 11-56. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

CONAPO [2005], Índice de Marginación [En línea]
[<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indice2005.htm>: 19 de octubre de 2006].

Domínguez, L. [2003], La Regulación Jurídica de las Modalidades no Tradicionales del Turismo. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 175-200. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Donaldo, J. [2003], El Gran Pasivo del Sector: la Pobreza Rural. Estrategias y Medios Productivos para su Superación. En: CEPAL [2003], *Desafíos y Oportunidades del Desarrollo Agropecuario Sustentable Centroamericano*. 71-100. [http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/14316/Capitulo2-a.pdf: 22 de Marzo de 2006].

Fernández, G., y A. Guzmán [2000], Cambios en el Espacio Rural. Alternativos del Turismo Rural y Cinegético en la Región Pampeana Argentina. Citado en: Domínguez, L. [2003], La Regulación Jurídica de las Modalidades no Tradicionales del Turismo. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 175-200. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Freiria, G. [2003], El Turismo Rural en la Alternativa Agraria Iberoamericana. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. *Desarrollo Rural y Turismo*. 23-30. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

INEGI [2005], II Censo de Población y Vivienda [En línea] [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/conteos/conteo2005/default.asp?c=6224: 19 de octubre de 2006]

Jiménez, A. [2005], *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. Miguel Ángel Porrúa Editorial. Universidad del Caribe. México.

Juárez, J. y B. Ramírez [2007], “El Turismo Rural como Complemento al Desarrollo Territorial Rural en Zonas Indígenas de México”, *Scripta Nova*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de Abril de 2007, vol. XI, Núm 236. [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-236.htm: 8 de Mayo de 2007].

Muñoz, F. 2003. El turismo como producto objetivamente diferenciado: Aplicación de la microeconomía y la ingeniería a proyectos de Turismo Rural. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 57-104 Pp. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 318 Pp.

Palomeque, 2001. El turismo en el Desarrollo Local y Regional. 109-140 Pp. En Luzón, J. y Dantaslé, N. (Coods.). Desarrollo Regional. 1ª Edición. Editorial Xarxa Temàtica MEDAMERICA. 395 Pp.

Pérez, E. [2001], Hacia una Nueva Visión de lo Rural. En: Giarracca, N. [comp]. ¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?. 17-29. Buenos Aires. [Libro en línea] [<http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/rural/rural.html>: 12 de Septiembre de 2006]

Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C [<http://www.reta.mx>: 21 de julio de 2007]

SAGARPA [2004], Año agrícola; Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. [En Línea] [<http://www.sagarpa.gob.mx>: 23 de octubre de 2006].

Schejtman, A. y J. Berdegú [2004], Desarrollo Territorial Rural. Debates y temas Rurales Núm. 1. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, RIMISP [<http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=870>: 28 de Septiembre de 2006].

SECTUR [2004], Turismo Alternativo, Una Nueva Forma de hacer Turismo. Fascículo 1. Serie Turismo Alternativo. [Cd-rom]. D.F. México.

Segrelles, J. [2000], “Desarrollo Rural y Agricultura: ¿Incompatibilidad o Complementariedad?”, *Agroalimentaria* núm. 11. México, pp. 85-95.

Veechiet, H. [2003], Recuperación de Estancias Argentinas como instrumentos de cambio. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 135-152. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Vera J., F. López., M. Marchena y S. Antón [1997], *Análisis Territorial del Turismo*. Ariel Editorial. Barcelona. España.

CAPITULO II
DESARROLLO DE CAPACIDADES COMO MEDIO PARA FORTALECER EL
CAPITAL HUMANO DE EMPRESAS TURÍSTICAS: CASO RED DE TURISMO
ALTERNATIVO TOTALTIKPAK, A.C.ⁱⁱ

RESUMEN

Dada la complejidad del sistema turístico, queda claro que los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos no solo hacen referencia a los recursos tangibles, también son de gran relevancia aquellos activos intangibles como la calidad del servicio, la innovación, mejoras en información, en educación, etc. En este sentido, el capital humano se estructura como una de las ventajas competitivas de mayor impacto en el sector turismo. Dadas sus características y beneficios, la capacitación representa el medio más viable para crear y fortalecer el capital humano de las empresas, especialmente si se trata de espacios rurales con limitado acceso a niveles educativos de calidad. El objetivo de la investigación fue determinar la importancia de la capacitación como mecanismo para fortalecer el capital humano de empresas de turismo rural en la Sierra Nororiente del estado de Puebla. El objeto de estudio fue la Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A.C., integrada por siete empresas presentes en los municipios de Cuetzalan del Progreso, Tenampulco, Xochitlán de Vicente Suárez y Zapotitlán de Méndez. Se realizaron 51 entrevistas y se analizaron los datos mediante estadística descriptiva. Se encontró que las personas que trabajan en las empresas turísticas tienen en promedio 35.5 años y una escolaridad promedio de 8 años; se observó que a mayor edad de los entrevistados éstos tienen un menor nivel de escolaridad. Con respecto a la capacitación recibida se tiene que esta no se refleja en el incremento del ingreso económico percibido por los capacitandos, sin embargo influyó en los diferentes elementos de capital humano, de manera que incrementa y mejora los conocimientos y experiencia de las personas, así como sus actitudes y habilidades; de ahí su importancia como generadora de activos intangibles.

Palabras clave: Turismo rural, Capital humano, Capacitación, Educación, Indígena.

ⁱⁱ Artículo aceptado para su publicación en el mes de Febrero del 2009, en la Revista CAMPO TERRITORIO: Revista de Geografía Agraria.

CHAPTER II
SKILL DEVELOPEMENT AS A WAY TO STRENGHTEN HUMAN CAPITAL IN
TOURISM ENTERPRISES: THE ALTERNATIVE TOURISM NETWORK (RETA)
“TOTALTIKPAK A.C.” STUDY CASE

ABSTRACT

Given the complexity of the tourism system, it's clear that the factors that determine the competitiveness of tourist destinations aren't related just to tangible resources, but also intangible assets such as service quality, innovation, informatic and educatoinal upgrades, have a major relevance as well. In this respect, human capital is structured as one of the highest impact competitive advantages in the tourist sector. Given its qualities and benefits, training represents the most viable way to strenghten human capital within an enterprise, specially in rural spaces. The aim of this research was to determine the importance of training as a mechanism to the strenghtening of human capital in rural tourism enterprises in the northwest highlands of Puebla state. The object of study was the Alternative Tourism Network (RETA) “Totaltikpak, A.C.”, composed of seven enterprises located in four municipalities of this region. The study showed that the average age of the people working in these enterprises is 35.5, and it was also found that the older they are, the lowest scholar level they have. Regarding to training recieved, in this case it does not result in the increase of the trainees' revenues, however, it did have an influence in the different elements of human capital, since it increases and improves the knowledge and experience of people, as well as their attitudes and skills; therefore its importance as a generator for intangible assets.

Keywords: Rural tourism, Human capital, Training, Education, Native.

2.1 Introducción

Dada la topografía y clima de México se crean diversos espacios naturales, propios para incursionar en el turismo rural y que no todas las comunidades rurales poseen. Lamentablemente la mayoría de las veces elementos como capital natural, infraestructura, tecnologías, políticas públicas, entre otros elementos, son considerados como criterios para evaluar la viabilidad de los proyectos de turismo rural. Sin embargo en algunos casos estas variables son insuficientes y la viabilidad no garantiza la ejecución exitosa de estos proyectos y mucho menos la sustentabilidad de los mismos. Lo anterior es más notorio cuando se observan proyectos con deficiente planificación, poca eficiencia en su administración o incluso son abandonados, por lo que los esfuerzos locales y federales se ven mermados.

Sin duda, la problemática que atraviesan algunas pequeñas empresas turísticas deriva en la pérdida de recursos económicos de carácter institucional y privados, en la desconfianza y desánimo de los pobladores de las comunidades, en el deterioro de los recursos naturales y el medio ambiente, además de otros efectos que poco contribuyen al desarrollo local. Ante esta situación, y sabiendo que el turismo rural representa un sistema donde cada uno de sus elementos tienen un papel especial, no solo debería apostarse al conjunto de activos tangibles (recursos naturales, económicos, físicos, estructurales, etc.) para valorar la viabilidad y sustentabilidad de los proyectos turísticos; sería pertinente cuestionar también la importancia de los activos intangibles, entre los que destaca el capital humano. Este es de gran influencia en la gestión de proyectos turísticos en cualquiera de sus etapas, teniendo incluso mayor relevancia que en el sector industrial, debido a que en el sector servicios la correspondencia entre el turista y el empleado de la empresa es directa, de manera que la calidad del servicio y la satisfacción del turista están estrechamente relacionadas a la calidad del capital humano de los prestadores del servicio. En el turismo, el factor humano constituye un elemento de gran importancia para la consecución de objetivos en cualquier área, dándole un lugar privilegiado como ente actor, productor y promotor. Hoy por hoy el ser humano -y los conocimientos que este posee- son considerados una pieza estratégica dentro de las empresas, tanto así, que es considerado como la única ventaja competitiva permanente en el tiempo. Por esta razón, es fundamental

impulsar la creación y fortalecimiento del capital humano, particularmente a través de la capacitación debido a que dadas sus características representa uno de los medios más viables para lograr este fin.

2.2 Capital Humano y Turismo Rural

La teoría de capital humano fue propuesta por Gary Becker a mediados del siglo XIX, después de la segunda guerra mundial en donde el conocimiento se constituyó en la base de las economías. Es por ello que las últimas cuatro décadas del siglo pasado son conocidas como la “sociedad del conocimiento” su característica principal esta dada por la importancia que conlleva el conocimiento como elemento estratégico para alcanzar el desarrollo. A partir de este reconocimiento, el factor humano cobra importancia como parte esencial para el quehacer y desarrollo de las empresas, tanto así, que actualmente se reconoce que el eslabón más importante dentro de una empresa no solo son sus activos tangibles, sino aquellos que son intangibles tales como los conocimientos que poseen sus empleados (GLEIZES, 2000).

Esta corriente teórica sugiere dos posibles maneras de formación de capital humano: la general -adquirida en el sistema educativo formal o escolarizado- y la específica obtenida en el ámbito de una unidad de producción o servicio, la cual podría traducirse como la experiencia laboral adquirida (*Op. cit*). También establece una relación positiva entre la importancia de acumulación de conocimiento y la remuneración económica, ya que supone que al poseer mayor capital humano se generará una mayor productividad, lo cual se verá reflejado en un incremento en los ingresos de aquellas personas que decidieron realizar gastos de inversión en educación; es decir, el capital humano determinará la capacidad que un individuo tiene para realizar un trabajo (GIMENEZ, 2005, p. 3). A partir de lo anterior, el concepto de capital humano se relaciona con productividad y se define como el conjunto de capacidades productivas que un individuo posee, entre las que destacan: conocimientos, actitudes y habilidades (GARCÍA, 2004).

Las actitudes provienen de la “historia” de cada uno de los individuos de manera que son consideradas como un factor de carácter interno. La motivación, la disposición y el deseo

de hacer las cosas son algunos indicadores de la actitud; que si bien son intangibles, éstos se manifiestan en las diversas conductas que el individuo puede tener frente a las actividades que desempeña en la empresa. En este sentido, se considera que una actitud correcta es el primer eslabón para el desarrollo de una actividad productiva y coloca a esta variable en la base de la pirámide del capital humano. Probablemente el modificar las actitudes de las personas frente a un trabajo es una de las tareas más difíciles de lograr, pero de las más importantes debido a que de nada sirve infundir nuevas habilidades a los empleados y trabajadores si éstos no poseen la actitud correcta.

El segundo nivel de la pirámide del capital humano corresponde a las aptitudes o habilidades, aquí se evidencian las técnicas y las destrezas de las personas, éstas se pueden mejorar, perfeccionar, evolucionar, actualizar, desarrollar y potenciar (*Op. cit.*). Según Davenport y Prusak (1998) el conocimiento es una mezcla de experiencia, valores, información y “saber hacer” que sirven como marco para la integración de nuevas experiencias e información; es útil y aplicable para la acción y toma de decisiones. El conocimiento se caracteriza por que es personal, es decir, se crea y reside en las personas y es asimilado en función a sus propias experiencias; está en constante cambio; está sustentado por reglas y patrones en el cerebro que con el paso del tiempo permiten acciones eficientes y automáticas; y sirve de guía en la toma de decisiones de los individuos (ANDREU y SIEBER, 2000).

Estas características hacen del conocimiento uno de los activos intangibles más importantes dentro de las empresas, de manera que puede ser considerado como la estructura para el desarrollo de sus ventajas competitivas (LILLO, *et al.*, 2007, p. 49). El conocimiento se crea en las empresas, los laboratorios y las universidades, se difunde por medio de las familias, los centros de educación y los puestos de trabajo y es utilizado por las empresas para producir bienes y servicios. En conjunto, el capital humano es elemental para las economías modernas, dado que su productividad se fundamenta en la creación, transmisión y manejo del saber (RIONDA, 2006).

Diversos autores ponen de manifiesto la relevancia de los activos intangibles, particularmente de los recursos humanos como parte de las estrategias de competitividad en el ámbito empresarial; esto es debido a que si bien no dejan de ser importantes, los activos tangibles pueden ser transferidos, adquiridos o comercializados, por lo que representan limitadas ventajas competitivas; contrariamente a lo que sucede con el capital humano, el cual es intransferible, siendo propiedad de quien lo posee (URIEL y MONFORT, 2001, p. 62; MOCHÓN, 2004, p. 55). Esta corriente teórica no es ajena a las empresas del sector servicios y menos aún en el sector turístico, donde el recurso humano ocupa un lugar privilegiado es el caso de los actores, productores y promotores del servicio. En este sentido, Lillo, *et. al.* (2007, p. 61) definen al capital humano turístico como “la cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo”.

En las empresas turísticas a diferencia de aquellas que integran el sector industrial, los procesos de producción, venta y consumo ocurren paralelamente, por lo que el cliente-turista se vuelve participe de tal proceso; de manera que existe una relación positiva entre la satisfacción del cliente-turista, la calidad del servicio y la calidad del capital humano, y donde también la satisfacción del cliente esta relacionada a la “fidelización y/o recomendación del destino o empresa turística” de manera que todo en conjunto representaría mayores oportunidades de ingreso aumentando la probabilidad de alcanzar la sustentabilidad de la empresa (LILLO *et. al.*, 2007, p. 62). Asimismo, Acosta *et. al.* (2002, p. 64) afirman que “en muy pocas áreas de producción y servicios el componente humano tiene una incidencia más significativa que en el de la hostelería y el turismo debido a la interrelación directa, sin ningún tipo de intermediario con los clientes”.

En este sentido, dentro del ámbito turístico lo que se comercializa es un servicio el cual se realiza generalmente de forma directa entre el turista y la comunidad receptora, por lo que si esta última no tiene la actitud correcta en el momento de atender al cliente difícilmente se logrará la satisfacción del mismo: en la medida en que los actores locales posean una actitud positiva frente al turismo rural, aumentará la participación y disposición para el

quehacer de esta actividad y, por el contrario, la carencia de motivación y disposición representa un obstáculo para la implementación y desarrollo de la actividad turística, ya que derivará en problemas y deficiencias tales como la falta de continuidad y compromiso durante el proceso, e inclusive el fracaso del mismo (VECCHIET, 2003, p. 148). No es posible concebir el éxito de un programa de turismo rural, si este es impulsado por actores ajenos a la comunidad, de hecho ningún desarrollo importante puede tener lugar sin que exista un estímulo, una voluntad o aceptación al cambio que esté fundamentado en la convicción del mismo (JIMENEZ, 2005, p. 81).

2.2.1 La Capacitación y su Importancia en el Desarrollo Rural

“La educación y la capacitación son dos de los instrumentos más poderosos en la lucha contra la pobreza y el subdesarrollo rural en el corto y largo plazo” (Comunicado de Prensa de la CEPAL, 2005). Entonces la calidad del capital humano esta estrechamente relacionada a la calidad del servicio, por lo que se requiere de la inversión para su formación, así como una mayor apreciación de los frutos de la educación, lo cual permitiría alcanzar un servicio de mejor calidad, lo que a su vez generaría toda una serie de efectos positivos tanto a nivel social como personal. Al respecto, Fayos-Solá (1997, p. 65) afirma que ante las exigencias que implica el paradigma de la Nueva Era del Turismo, es necesario contar con educación y formación en turismo y hostelería si se pretende aspirar al éxito en la empresa. Así pues, la inversión en capital humano es un elemento básico para complementar las ventajas comparativas de la empresa o destino turístico, así como para crear y fortalecer las ventajas competitivas tanto de la empresa como del individuo (PADILLA y JUÁREZ, 2007, p. 2). Lo anterior ha sido constatado por diversos estudios e incluso por la historia misma, donde los países con mayor inversión en educación y capital humano, son los mismos que poseen mejores niveles en la calidad de vida de sus habitantes; caso contrario a lo que sucede en los países latinoamericanos y más aún en las áreas rurales, donde el nivel educativo es menor y de baja calidad (PÉREZ, 2003, p. 174). En este sentido, México no solo enfrenta grandes retos respecto a los niveles educativos, sino también en su calidad; esto queda de manifiesto en los resultados del Programa Internacional para la Evaluación de los Alumnos 2006 (PISA por sus siglas en ingles) de la

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), donde se informa que el 50% de los estudiantes mexicanos se ubicaron en los niveles cero y uno que corresponde al más bajo rendimiento escolar en las habilidades científicas, matemáticas y de lectura, esto hace que en el futuro nuestros recursos humanos sean poco competitivos. A escala nacional, el Estado de Puebla ocupa uno de los 12 lugares -al igual que los Estados de Chiapas, Tabasco, Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Campeche, Nayarit, Hidalgo, Sinaloa, Quintana Roo y Guanajuato - referidos a los peores niveles de desempeño, donde cerca del 70% de los estudiantes están ubicados entre los niveles cero y uno, lo que implica que los estudiantes no alcanzan ni los niveles mínimos para acceder a la sociedad del conocimiento (AVILES, 2007, p. 44).

La formación de capital humano no solo está ligada a productividad, también incide en el desarrollo cultural e institucional, incrementa la cohesión social y reduce la delincuencia, aumenta el interés por el cuidado del medioambiente, permite mejorar las condiciones de salubridad y refuerza la participación en la vida política; incluso existen estudios que evidencian que la formación de capital humano es un factor determinante en las retribuciones rurales y en la reducción de la pobreza (OCDE, 1999, p. 104; ORDAZ, 2007, p. 7). Por tales razones resulta imperativo reconocer la importancia de la educación como medio de formación y fortalecimiento de capital humano; sin embargo, pese a esto la inversión en capital humano ha sido una opción no “aplicable” en países en vías de desarrollo, donde se ha optado por invertir en activos tangibles versus los intangibles, reduciendo y “prefiriendo” la solución actual frente a la remuneración futura que les daría invertir en educación, lo cual generaría beneficios más sostenibles temporalmente hablando.

Si resulta poco atractivo para los países invertir en capital humano es menos interesante para las personas de escasos recursos económicos, debido a los costos de oportunidad que genera la asistencia y permanencia en la escuela de niños y adolescentes, en lugar de trabajar y contribuir a cubrir las necesidades de subsistencia familiar. Asimismo, la acumulación y el aprovechamiento del capital humano está supeditado al contexto en el que se desenvuelven los individuos; en otras palabras, factores como inadecuadas

condiciones de salud, migración, marginación, malnutrición y pobreza, -las cuales generalmente convergen en áreas rurales- merman el aprovechamiento de las aptitudes físicas e intelectuales inherentes al individuo¹ (YAMADA, 2001, p. 12; GIMENEZ, 2005, p. 107). Lo anterior nos hace reflexionar que son de gran importancia los conocimientos y destrezas que los individuos adquieren a lo largo de su vida; al respecto, Lillo *et. al.* (2007, p. 61) afirman que la formación en el trabajo es recibida por las personas a través del aprendizaje; siendo este el proceso mediante el cual adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para conseguir cambios o mejoras de conducta. El aprendizaje puede ser producto de la experiencia laboral o bien de la formación específica recibida (GARCÍA, 2004).

En este sentido, dentro de los medios más loables y de mayor viabilidad para lograr el aprendizaje y, en general para crear y fortalecer el capital humano, destacan la capacitación por la gran cantidad de beneficios que ofrece. La capacitación, dentro de una empresa, se refiere a aquellos métodos que se emplean para proveer a las personas de las habilidades necesarias para realizar su trabajo, por consiguiente la capacitación puede ser entendida como el conjunto de actividades formales e informales que buscan la transmisión de conocimientos y/o el desarrollo de habilidades en los empleados. Entre los principales objetivos del proceso de capacitación destacan: el proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo; así como mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología (PADILLA y JUÁREZ, 2007, p. 3).

Una buena y oportuna capacitación se traduce en mayor competitividad, incrementando la calidad de los productos y/o servicios; mayor eficiencia, pues está asociada a un menor “retrabajo” y rechazos; mayor eficacia, por que está dirigida a proveer los conocimientos y habilidades que los empleados necesitan lo que posibilita más remuneraciones en menor tiempo. También a través de las capacitaciones se pueden modificar actitudes y cambios en el comportamiento, lo cual puede reflejarse en mejoras en la producción y en las relaciones

interpersonales existentes entre los miembros de la empresa. Por otro lado, las capacitaciones también complementan la educación formal, lo cual es más apreciable cuando se habla de áreas rurales que generalmente tienen un acceso limitado a la educación, tanto a calidad educativa como a niveles educativos se refiere (ORDAZ, 2007, p. 16; PADILLA y JUÁREZ, 2007, p. 11).

2.3 Objetivo y Metodología

El objetivo de la investigación fue determinar la importancia de la capacitación como medio para fortalecer el capital humano de los integrantes de empresas de turismo rural en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla, así como su impacto en el desempeño de ésta actividad. Para este estudio se considero una muestra de 51 integrantes de los 106 que conforman las diferentes empresas turísticas que componen la Red de Turismo alternativo (RETA) Totaltikpak; de las cuales 16 correspondieron a dirigentes o representantes y 35 a los integrantes y socios. Para analizar los datos se utilizó estadística descriptiva.

El objeto de estudio fue la Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak, A.C., presente en la Sierra Nororiental del Estado de Puebla. Las empresas que conforman la RETA son: Caminos de Herradura, Guías de UeyiXolal, Hotel Taselotzin y Chiuanime ubicadas en el municipio de Cuetzalan; Xluluc en Tenampulco; Teht - Tlan en Xochitlán de Vicente Suárez y Xkit en el municipio de Zapotitlán de Méndez. Estos municipios se localizan entre los 19° 58' y los 20° 10' de Latitud Norte; y los 97° 23' y 97°42' de Longitud Oeste. Observe la figura siguiente.

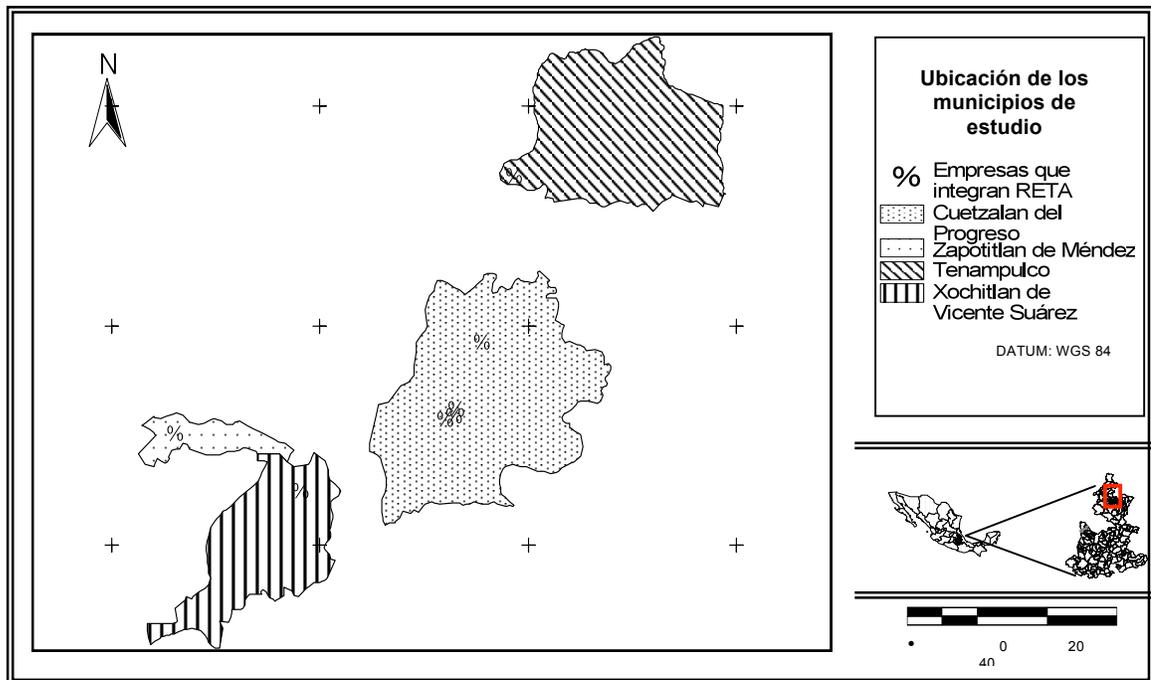


Figura 8. Localización de los municipios y las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI (2005)

La Red fue constituida legalmente como asociación civil en el 2007; la palabra *Totaltikpak* es de origen náhuatl y significa “*nuestra tierra*”; se creó con el objetivo de reducir, los principales problemas presentes en la región como: alta marginación, dependencia de la agricultura y específicamente de la producción de café, falta de capacitación, poco apoyo en promoción y comercialización de los productos regionales, etc., se pretende que el turismo potencialice los recursos naturales y culturales de cada uno de los municipios que la conforman, con lo cual se generen ingresos y al mismo tiempo se promueva el cuidado, respeto y conservación del medio ambiente y la cultura de la región (WWW.RETA.COM). Integran a la RETA siete empresas con un total de 106 personas y explotan diversos recursos turísticos relacionados con el deporte de aventura, el ecoturismo y la apreciación de manifestaciones culturales y folclore.

El municipio de Zapotitlán tiene 5,178 habitantes y una superficie de 35.72 Km²; la población de Tenampulco es de 6,721 personas y tiene una superficie de 108.44 Km²; Xochitlán tiene 11,744 habitantes y un territorio de 45.92 Km² y el municipio con mayor

número de habitantes es Cuetzalan del Progreso con 45,781 pobladores, distribuidos en una superficie territorial de 135.22 Km². El 51.5% de la población total del municipio de Cuetzalan es económicamente activa (PEA), de las cuales el 74.4% se ocupa en el sector primario, el 9.8% en el secundario y el 13.1% en el sector terciario; para el caso del municipio de Tenampulco su PEA corresponde al 44% del total de la población donde el 81% se ocupa en el sector primario, el 5.2% y 12.8% en los sectores secundario y terciario respectivamente. La PEA de Xochitlán es del 50.4%, donde el 80.9% se dedica a actividades del sector primario, el 8% a actividades del sector secundario y el 9.8% al sector terciario; finalmente en el municipio de Zapotitlán el 48.5% de la población total es económicamente activa y se ocupan de la siguiente manera: el 78.9% en el sector primario, el 5.6% en el secundario y el 10.1% en el terciario (INEGI, 2004; GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA, 2007). La agricultura es la actividad principal de los cuatro municipios, destacando los cultivos del maíz y café, de esta más del 50% de la superficie sembrada total corresponde al maíz (SAGARPA, 2004).

Se encontró que en los municipios se habla alguna lengua indígena, pero en Xochitlán el número de hablantes es mayor con respecto al Estado. En cuanto a la educación, se tiene que el 16.24% de la población es analfabeta en el municipio de Xochitlán, el 14.22% en Zapotitlán, el 11.28% en Cuetzalan y el 10.44% en Tenampulco (INEGI, 2005).

2.4 La Capacitación, Instrumento para Fortalecer el Capital Humano en las empresas de Turismo Rural

En México existe una estrecha relación entre educación y pobreza; el nivel educativo nacional promedio, según Ordaz (2007, p. 15), es de 8.1 años y para el Estado de Puebla es 7.1 años², lo que según Carmona (2006) equivale al segundo grado de secundaria. Espacialmente, el sector urbano en México se encuentra ligeramente por arriba de esta cifra (8.9 años); sin embargo el sector rural tiene un nivel educativo aún más bajo, presentando un promedio de escolaridad de 5.6 años y a las mujeres les corresponde un promedio de 5.3 años de escolaridad (ORDAZ, 2007, p. 15). En la mayoría de los países latinoamericanos la tasa de asistencia educativa, para el nivel primario, excede el 90%; es decir, aquellos infantes con edad para asistir a este nivel educativo lo están haciendo; no obstante, ésta cifra se reduce drásticamente a medida que se eleva el nivel educativo, donde la tasa de asistencia a la educación superior no supera el 35% como promedio nacional en países latinoamericanos (PÉREZ, 2003, p. 176). Para el caso de México, el 27.5% de la población cuenta con educación media superior y tan solo el 12.7% tiene educación universitaria (INEE, 2007).

Xochitlán de Vicente Suárez tiene un grado de marginación muy alto y los otros tres municipios de estudio están catalogados con un grado alto de marginación. Esta condición se ve reflejada en el nivel educativo que posee la población de estos municipios, en donde el porcentaje de población mayor a 15 años sin primaria completa para el caso de Cuetzalan del Progreso corresponde al 51%, en Tenampulco el 46%, en Xochitlán el 59% y para los habitantes del municipio de Zapotitlán el 46% (INEGI, 2007). El promedio de escolaridad de los integrantes de la RETA es de 8 años, lo cual indica que esta por arriba del promedio estatal y ligeramente por debajo de la media nacional. El 24% de los mismos tiene menos de seis años de escolaridad, el 26% tiene concluidos sus estudios de primaria, el 10% concluyó la secundaria, el 32% se ubica en el nivel medio superior y el 8% posee estudios de licenciatura (más de 12 años de escolaridad). La escolaridad cambia cuando se analiza en cada una de las empresas, Guías de UeyiXolal tiene el promedio más alto de escolaridad con 13.6 años; seguido de Teh-tlan que tiene 12.5; Xkit 11.8; Caminos de

Herradura 8.5; Chihuanime tiene 4.9 años; Taselotzin 4.5; finalmente Xluluc tiene un promedio de 4.4 años de escolaridad.

La escolaridad promedio de las mujeres es de 5.96 años, el 72% tienen seis años o menos de escolaridad, caso contrario a lo que sucede con los hombres, que en promedio tienen 10.02 años de escolaridad, de los cuales el 73% tiene un nivel educativo por arriba de los seis años. Los resultados de las encuestas concuerdan con los reportados por Ordaz (2007, p. 14), donde menciona que las mujeres rurales tienen menor escolaridad que los hombres. Por otra parte, la edad promedio registrada de los integrantes de la RETA es de 35.5 años la edad mínima es de 15 y la máxima de 77 años. El 47% de los encuestados se sitúa entre los 15 y 30 años de edad de los cuales, el 79% se ubica por arriba de los seis años de escolaridad, concentrándose la mayoría en los 12 años (38%); el 37% de los entrevistados se ubica entre los 31 y los 50 años de edad donde, el 63% de los mismos tienen un nivel educativo de seis años y menos; finalmente el 16% de los encuestados tiene más de 50 años, de los cuales el 88% tiene una escolaridad que se ubica por debajo del sexto de primaria. Se realizó un análisis de correlación entre edad y escolaridad y se encontró una correlación negativa ($r=-0.754$; $p<0.01$) lo que indica que a mayor edad de los entrevistados tienen un menor nivel de escolaridad. La relación negativa entre edad y escolaridad, se ve recompensada con la experiencia, ya que según Lillo (2007, p. 11) esta tiene mayor remuneración en el sector turístico respecto a otras empresas del sector servicios. Además, la edad es aún más relevante si se considera que uno de los elementos clave del turismo rural es el capital humano expresado a través de los conocimientos tradicionales, los cuales generalmente son conservados por las personas mayores.

Con respecto a las actitudes de las personas que laboran en este sector, el 76% mencionó que le gusta mucho participar en la empresa, al 16% le gusta “más o menos” y al 8% le gusta poco. Del porcentaje de las personas que les gusta participar mucho el 76% lo realiza por motivaciones intrínsecas, mientras que el 28% lo hacen por razones extrínsecas³. Este dato es de gran relevancia si se considera que las actitudes son la base del capital humano y el punto de partida para el desempeño y constancia de cualquier actividad. Respecto al interés que los entrevistados tienen por la empresa y/o las actividades que en ella

desempeñan, el 65% mencionó que le interesaba mucho, el 25% tiene un interés “regular” y al 10% le interesa poco. El interés que tienen las personas por participar en la empresa destaca el personal (53%), superando al económico (25%) y el 22% mencionó que les interesa el trabajo en la empresa por que no hay otra cosa que hacer en la comunidad. Es importante destacar que al 61% de los encuestados les gusta y les interesa mucho participar en la empresa turística lo cual supone una actitud positiva hacia la actividad.

La disposición de las personas cuestionadas sobre aspectos relacionados con el acondicionamiento de hospedaje para los turistas, así como aquellos de carácter intangible referente a su disposición de compartir sus conocimientos, cultura y tradiciones con los turistas, se considera buena. En ambos casos se obtuvieron respuestas afirmativas del 94% y 92%; respectivamente, dejando en claro que existe disposición por parte de los encuestados en la prestación de estos aspectos básicos del servicio turístico. Lo anterior es de gran importancia, Lillo *et. al.* (2007, p. 64) señalan que además de la formación, el gusto y la motivación son factores que están relacionados con la posibilidad de ofertar un servicio de calidad, lo que a su vez deriva en la satisfacción del cliente.

La influencia que ejerce el círculo familiar en la realización de las actividades personales de los entrevistados es trascendental, ya el círculo familiar puede determinar el fracaso o éxito de sus actividades laborales. De modo que si el apoyo es poco y las expectativas bajas, se afecta la motivación y la autoestima, y por consiguiente el desempeño de las personas en cualquier ámbito en el que éstas se desarrollen, destacando el laboral. Es por ello importante relacionar la actitud de los integrantes de las empresas turísticas y la opinión que la familia del encuestado tiene acerca de las actividades que éste realiza en la empresa, tanto por el tiempo destinado y por la forma en que participan en ellas. En este caso el 84% de los cuestionados mencionó que su familia los apoya y anima, al 10% los desaniman y el 6% dijo que existe una situación de mezcla de comentarios entre el desanimo y apoyo. Lo cual indica que, para el caso de estudio, la familia influye de manera positiva en las relaciones laborales de los entrevistados.

Por lo que atañe a la formación de recursos humanos, el 83% de los socios y el 88% de los dirigentes mencionaron que recibieron capacitación, esta fue dirigida a la formación técnica y administrativa⁴ de las empresas de la RETA. Respecto a la frecuencia de la capacitación, el 72% mencionó que ésta ha sido esporádica -una vez al año- y el 28% dijo que estas son frecuentes -más de tres veces al año-. El tipo de capacitación que han recibido los encuestados, el 47% manifestó que han participado en capacitaciones técnicas, el 26% administrativas y el 20% ha tomado ambas capacitaciones. En promedio han recibido dos capacitaciones técnicas, con un mínimo y un máximo de 1 y 5; y el promedio de cursos administrativos fue de 1, con un mínimo y un máximo de uno y tres. En la capacitación técnica se destacan los cursos de adiestramiento en primeros auxilios, caminatas o senderos interpretativos y deporte de aventura (rescate vertical y/o rappel) y en menor medida han capacitado a un pequeño grupo de personas en cocina, animación diurna/nocturna, costura, así como en computación e inglés. La capacitación administrativa de mayor prioridad fue dirigida a preparar al personal en atención a clientes, estructura organizativa, así como aquella relacionada con tópicos de derechos humanos y equidad de género. En menor proporción se capacitó en aspectos de mercadotecnia, y manejo y administración de cabañas.

De acuerdo a lo anterior, el 72% de los encuestados mencionaron que la capacitación fue apropiada, ya que los cursos estuvieron diseñados de acuerdo a los servicios que ofertan las diferentes empresas; el 16% consideró que la instrucción fue adecuada solo en algunas ocasiones; y el 12% mencionó que no fue adecuada. Aún cuando para la mayoría de los cuestionados la capacitación fue apropiada, el 55% de los encuestados consideró que aplicó menos de la mitad de los conocimientos aprendidos en la capacitación, para el 29% los conocimientos adquiridos son aplicados en la mayoría de las veces y el 17% aplicó la mitad de ellos. Los resultados anteriores probablemente se explican a que cinco de las empresas no están constituidas legalmente e incluso dos de éstas aún no operan y están recibiendo capacitación; esta situación de alguna manera limita el beneficio de los cursos de capacitación otorgadas, ya que los conocimientos llegan a desaprovecharse - la pérdida u olvido del mismo es proporcional al tiempo que pasa sin que este sea aplicado; no es lo mismo que adquieran el conocimiento en la capacitación y lo apliquen inmediatamente en

el servicio que prestan, a dejar pasar meses antes de hacerlo- es por ésta razón que como primer paso se debería optar por consolidar a las empresas, definir su plan de trabajo, realizar diagnósticos de necesidades interno y externo de las empresas y posteriormente, identificar y programar las capacitaciones a otorgar.

Respecto al lugar donde la capacitación fue recibida, el 63% mencionó que fue proporcionada en su localidad, el 7% dijo que fue capacitado fuera de su localidad y el 30% la recibió tanto en su localidad como fuera de ella. El que la capacitación se realice en sus respectivas localidades facilita el acceso a las mismas, ya que el 50% del total de los cuestionados mencionó la falta de dinero y la distancia como limitantes para asistir a los cursos de capacitación. Con esto queda de manifiesto que el hecho de que la capacitación se realice en la localidad, representa mayor probabilidad de asistencia, ya que la mayoría de las personas no cuenta con la suficiente liquidez económica como para solventar los gastos -traslado y alimentación- que la asistencia a la capacitación implica. Al realizar un análisis de correlación entre “ingreso anual por actividad turística” y “escolaridad” se encontró una correlación positiva ($r=0.232$); $p<0.001$) lo que muestra que a mayor escolaridad de los entrevistados tienen un mayor ingreso económico.

Para indagar si existe alguna relación entre el ingreso anual que perciben los encuestados, por el desempeño de actividades turísticas y, el numero total de capacitaciones diferentes que los encuestados han recibido; se realizó un análisis de correlación y no se encontró una correlación significativa entre las variables ($r=0.033$; $p<0.001$) lo que indica que en el caso de estudio, un mayor número de formaciones no se refleja en el incremento del ingreso económico. Sin embargo, dado que la capacitación no solo está relacionada con factores económicos, sino también con aspectos concernientes a la calidad del servicio; de acuerdo a las encuestas realizadas se sabe que el número de formaciones recibidas influye en la facilidad con la que el prestador del servicio se relaciona con los turistas, entonces, se concluye que aquellas personas que se relacionan con mayor facilidad con los turistas son quienes han tenido un mayor número de cursos de capacitaciones (Figura 9).

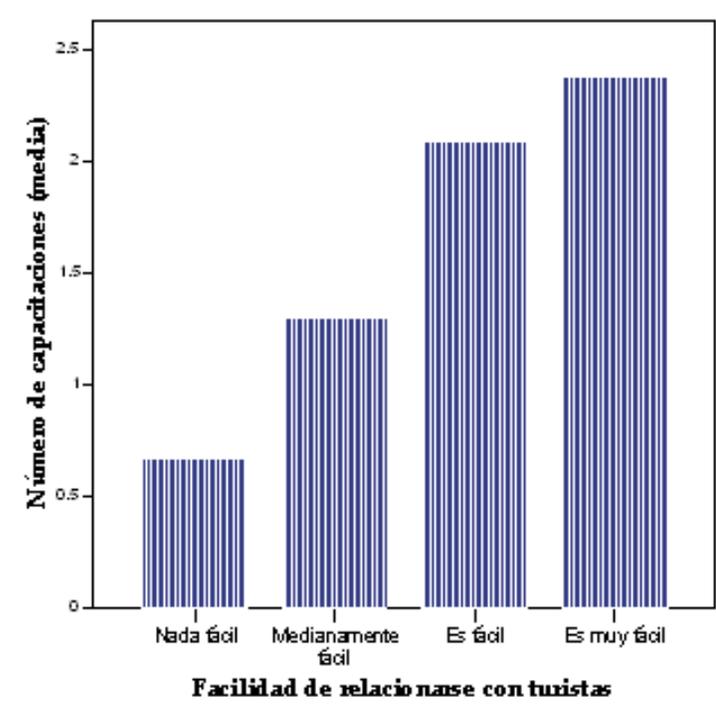


Figura 9. Influencia de la capacitación en el desempeño del servicio
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en el estudio de campo

Dadas las ventajas que la capacitación representa para los integrantes de la RETA, a éstos se les preguntó de que manera consideran que podrían mejorar su desempeño laboral en lo que respecta al proyecto de turismo que cada empresa está desarrollando y/o ejecutando. Al respecto el 49% mencionó que son los cursos y/o capacitaciones el medio más eficiente para mejorar el servicio, el 37% considera que es mediante el conocimiento de otros lugares donde se desempeñan actividades similares, el 10% dijo que optimizaría su trabajo si sus compañeros lo ayudaran y el 4% especificó que es con la práctica como mejoraría el desempeño de su puesto. En este contexto es posible afirmar que, los integrantes de las empresas reconocen una relación positiva entre la formación y el desempeño laboral.

2.5 Conclusiones

En México, si bien va en aumento, el aporte del turismo rural al ingreso no agrícola es incipiente, lo que lleva a reflexionar sobre el conjunto de factores que determinan no solo la viabilidad de proyectos de esta naturaleza (y en general de todo proyecto que busque contribuir al desarrollo), sino su sustentabilidad, y que pueden generar mayor confianza en una ejecución exitosa de los mismos. Es a partir de esta reflexión que surge la necesidad de analizar aquellos factores de naturaleza humana y social, mismos que presentan mayor profundidad y complejidad. Se vuelve ineludible ir más allá de la consideración del capital natural e infraestructura, tecnologías, etc. (activos tangibles), como criterios del potencial de éxito o factibilidad en el diseño, gestión y ejecución del turismo rural, si se pretende constituir a este como una estrategia de desarrollo rural sustentable.

En este tenor, el capital humano cobra gran importancia para el desarrollo de las empresas, particularmente la capacitación, que representa grandes ventajas como medio para crear y fortalecer el capital humano en áreas rurales, de modo que complementa la educación y dirige el aprendizaje para cubrir las principales necesidades de los empleados y las empresas en que laboran; esto deriva en una mayor eficacia y eficiencia.

Para el caso de estudio, si bien no se encontró una relación significativa entre el número de cursos de capacitación y el ingreso que perciben las personas que trabajan en esta actividad; si es posible afirmar que para la mayoría de éstas, el proceso de capacitación ha repercutido positivamente en el desempeño de sus actividades, de manera que ha incrementado sus conocimientos, así como también ha fortalecido y mejorado sus actitudes y habilidades, brindando a las personas mayor seguridad y destreza en el servicio al cliente. En los casos en los que la formación no se refleja en beneficio alguno, fue debido a que ésta no fue dirigida a las necesidades reales de capacitación; por lo que si se pretende que la capacitación genere el efecto esperado, es necesario que, en primer lugar, se identifiquen las necesidades de capacitación de acuerdo a la condición de cada empresa y, posteriormente, ésta se planea de manera ordenada; de modo que la formación de recursos humanos sea pertinente y oportuna; de ésta manera se generará interés por la capacitación y los conocimientos derivados se aplicarán en el momento más adecuado.

Es necesario e imprescindible invertir en la formación de recursos humanos mediante la capacitación, pero más importante aún es sensibilizar a las personas acerca de las ventajas de las mismas, de modo que sea entendido que el aprendizaje, a mediano y largo plazo, supera los costos de oportunidad que la capacitación representa. Además de la capacitación técnica y administrativa, se podrían integrar tópicos relativos a motivación, ya que este factor es determinante para lograr el cumplimiento de los objetivos de las empresas en busca del bienestar social de sus participantes.

2.6 Notas

¹ Laroche, Merette y Ruggeri (1999:105), hacen referencia al capital humano innato y el adquirido, donde el primero de ellos es aquel que es poseído por los individuos a través de condicionantes genética y está relacionado con las aptitudes físicas (fuerza, equilibrio, destreza mental) e intelectuales (concentración, inteligencia, atención).

² En México, el nivel de escolaridad promedio en las personas de 25 a 64 años de edad es de 7.4 años, el más bajo de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos), cuyo promedio corresponde a 11.8 años (Fundación Este País, 2004: 2).

³ “Motivo” proviene de la raíz latina *motere* que significa “mover”. Si bien el estudio del tema de “la motivación” le concierne a la psicología, este tiene influencia en el desarrollo de otras ciencias. Se puede definir a la motivación como una predisposición general, un impulso, que dirige y mantiene el comportamiento hacia la consecución de un objetivo o meta. Las motivaciones se dividen en intrínsecas y extrínsecas: la primera -como su nombre lo indica- viene de adentro, las actividades que los individuos hacen son su propia recompensa. Los individuos se sienten motivados porque aman sinceramente la actividad que desempeñan. Por su parte, las recompensas relacionadas a la motivación extrínseca son factores externos, que pueden ser de tipo económico o social, principalmente (Anadri, L. s/a).

⁴ Para fines de este estudio, se entiende por capacitación administrativa aquella que tiene como objetivo difundir conocimientos relacionados con el proceso administrativo de la empresa - atención a clientes, organización, mercadotecnia - siendo ésta principalmente teórica. La capacitación técnica está dirigida a desarrollar habilidades prácticas y especializadas, concernientes a las diferentes actividades que realizan las empresas - primeros auxilios, deporte de aventura, cocina, animación diurna/nocturna, principalmente -En ambos casos, la capacitación tiene como meta el fortalecimiento y mejora del servicio turístico; por lo que ésta diferenciación está basada en el proceso observado en el objeto de estudio.

2.7 Literatura Citada

ACOSTA, A., Fernández, N. y Mollón, M. Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería, Prentice Hall, Madrid. 2002. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M. “Capital Humano como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico” en *Cuadernos de Turismo*, nº 19. 2007. ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>], 08 de noviembre de 2007.

ANADRIL, L. “Tipos de motivación”. [<http://www.monografias.com>], 08 de noviembre de 2007.

ANDREU, R. Y SIEBER, S. La Gestión Integral del Conocimiento y del Aprendizaje. 2000. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. *Intangible Capital* - Nº1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod:0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>] 13 de noviembre de 2007.

AVILES, K. “México, Último en Educación en Países de OCDE” en *La jornada*, 07 diciembre de 2007, p. 44.

CARMONA, D. En prensa. Citado por Mellado, L. 2006. “Puebla, con paupérrimos avances en materia educativa, según datos de la SEP”, en *La jornada de Oriente*, [<http://www.lajornadadeoriente.com.mx/2006/09/04/puebla/edu109.php>], 02 Febrero 2008.

CEPAL, Comunicado de prensa, “El capital humano, imprescindible para aumentar productividad en la agricultura mexicana”, 2005, [www.cepal.org], 08 de noviembre de 2007.

DAVENPORT, T.H. Y PRUSAK, L., “Working Knowledge”. Harvard Business School Press. Boston. 1998. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. *Intangible Capital* - Nº1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>], 13 de noviembre de 2007.

FAYOS-SOLÁ, E., “Educación y formación en la Nueva Era del Turismo: la visión de la OMT”; en *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*, OMT.1997. Madrid. Citado en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M. 2007. El Capital Humano como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico. *Cuadernos de Turismo*, nº 19. ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>], 08 de noviembre de 2007.

FUNDACIÓN ESTE PAÍS, “México en el panorama educativo de la OCDE. Lecciones, avances y retos”. 2004. Fundación Este País, Conocimiento Útil e Instituto Nacional para la Evaluación Educativa.

http://www.inee.edu.mx/images/stories/documentos_pdf/Publicaciones/Folletos/Fundacion_este_pais/s03-mex_panorama_educ_ocde.pdf], p.8., 3 marzo de 2008.

GARCÍA, M. “Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa” en *Intangible Capital*, N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>], 13 de noviembre de 2007.

GIMÉNEZ, G., “La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe”, en *Revista de la CEPAL*, no. 86. 2005. pp. 103-122 [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>], 26 de noviembre de 2007.

GLEIZES, J. “El Capital Humano”. 2000. [<http://multitudes.samizdat.net/spip.php?article312>], 08 de mayo de 2007.

GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA, Municipios de Puebla, [http://www.emexico.gob.mx/work/EMM_1/Puebla/Mpios/21043a.htm], 06 de noviembre de 2007.

INEE, 2007. PISA 2006 en México, Conclusiones. [http://www.inee.edu.mx/images/stories/documentos_pdf/Publicaciones/PISA2006/pisa_resumen_web.pdf PISA 2006], 31 de Marzo 2008.

INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Puebla, Edición 2004, [<http://www.inegi.gob.mx>], 06 de noviembre de 2007.

INEGI, II Censo de Población y Vivienda, 2005, [<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/conteos/conteo2005/default.asp?c=6224>], 19 de octubre de 2006.

INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Puebla, Edición 2007, [<http://www.inegi.gob.mx>], 26 de octubre de 2007.

JIMÉNEZ, A. 2005, *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. Miguel Ángel Porrúa Editorial. Universidad del Caribe. México.

LAROCHE, M., M. MERETTE y G.C. Ruggeri, On the concept and dimensions of human capital in a knowledge-based economy context, *Canadian Public Policy*, vol. 25, N° 1, 1999. Calgary, Alberta, Universidad de Calgary. Citado en Giménez, G., “La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe”, en *Revista de la CEPAL* no. 86. 2005. [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>], 26 de noviembre de 2007.

LILLO, A. “El Capital Humano como Estrategia Competitiva en el Sector Turístico Español”, 2007,

[http://www.uib.es/servei/sri/pdf/0607/07/IVPremi_resumenAida.pdf], 08 de noviembre de 2007.

LILLO, A., RAMÓN, A., y Sevilla, M., “El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico”, en *Cuadernos de Turismo*, no. 19. 2007. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>], 08 de noviembre de 2007.

MOCHÓN, F., Economía y Turismo, 2004, Mc Graw Hill, Madrid. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M., “El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico”, en *Cuadernos de Turismo*, no. 19. 2007. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>], 08 de noviembre de 2007.

OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos) “*Human Capital Investment. An International Comparison*” París. 1999. Citado en Giménez, G. “La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe”, en *Revista de la CEPAL*, no. 86, 2005, [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>], 26 de noviembre de 2007]. Pp. 103 - 122.

ORDAZ, J, “México: capital humano e ingresos. Retornos a la educación, 1994-2005”, en *Serie Estudios y perspectivas*, 2007, no. 90, México, CEPAL. Pp. 70 [http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/30255/Serie_90.pdf], 26 de Noviembre de 2007.

PADILLA, R. Y JUÁREZ, M. “Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera”, en *Revista de la CEPAL*, no.92. Agosto 2007, México, pp. 45 - 60. Unidad de Comercio Internacional e Industria, CEPAL, Sede Subregional en México.

PÉREZ, G. “Formación de Capital Humano Rural y su papel en el Crecimiento del Sector Agropecuario. Educación y Competitividad”, en CEPAL “Desafíos y Oportunidades del Desarrollo Agropecuario Sustentable Centroamericano”, 2003, pp. 167 - 200, [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/14316/Capitulo2-a.pdf>], 22 de Marzo de 2006.

RIONDA, L. “Capital humano”, 2006 [<http://rionda.blogspot.com/2006/11/capital-humano-i.html>], 08 de noviembre de 2007.

SAGARPA, Año agrícola; Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera, 2004. [<http://www.sagarpa.gob.mx>], 23 de octubre de 2006].

URIEL, E. Y MONFORT, V. (Dir.). “El sector turístico en España, Caja de Ahorros del Mediterráneo”, 2001. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M., “El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico”, en *Cuadernos de Turismo*, no. 19. 2007. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861

[<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>], 08 de noviembre de 2007.

VEECHIET, H, “Recuperación de Estancias Argentinas como instrumentos de cambio”, 2003. Citado en Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. Turismo Rural y Economía Local. Pp. 135-152, 2003. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

VILLAREAL, L. “La importancia del proceso de capacitación al momento de implantar sistemas de información” [<http://www.monografias.com/trabajos29/importancia-capacitacion/importancia-capacitacion.shtml>], 20 de noviembre de 2007.

YAMADA, G. “Reducción de la pobreza y fortalecimiento del capital social y la participación: La acción reciente del Banco Interamericano de Desarrollo”, 2001. [<http://www.mtas.es/Publica/revista/numeros/61/Est5.pdf>], 07 de noviembre de 2007.

CAPITULO III

CAPITAL SOCIAL Y LA ARTICULACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EMPRESAS RURALES

RESUMEN

La articulación de empresas de turismo rural que se desarrollan en condiciones de alta marginación y pobreza, como las de la Sierra Nororiente de Puebla, se considera una estrategia para disminuir la vulnerabilidad a la se enfrentan. Se promueve la asociatividad como una ventaja competitiva entre las empresas que brindan un servicio; sin embargo, es necesario considerar que el capital social es el elemento detonador para que la articulación se aproveche y genere los efectos esperados. En este sentido, el objetivo del presente capítulo es reconocer la importancia que tiene la articulación de la Red de Turismo Alternativo (RETA), y analizar el capital social existente entre los individuos y entre las empresas. Se identificó que la articulación representa una ventaja para las empresas que conforman la red, ya que les ha permitido acceder a otros niveles, tanto regional como municipal; al mismo tiempo ha reducido costos en las capacitaciones. Asimismo se observó que el capital social está fortalecido al interior de los grupos, de manera que predominan las relaciones sociales de unión; esto representa un área de oportunidad que es necesario fortalecer, con la finalidad de desarrollar lazos de puente y vinculación entre las empresas y otras instancias.

Palabras clave: Articulación, turismo rural, capital social, recursos asociativos, mecanismos de interacción, ventajas competitivas.

CHAPTER III
SOCIAL CAPITAL AND THE ORGANIZATION OF TOURIST SERVICES
IN RURAL ENTERPRISES

ABSTRACT

The articulation of rural tourism enterprises that develop in conditions of high deprivation and poverty, such as those in the Northeast Sierra de Puebla, is considered a strategy to reduce vulnerability to the face. Promotes partnership as a competitive advantage among companies that provide a service, but it is necessary to consider the social capital that is the trigger for the joint utilization and generate the expected effects. In this sense, the purpose of this chapter is to recognize the importance of articulation of the Network of Alternative Tourism (RETA), and analyze the social capital between individuals and between businesses. It was identified that the articulation is an advantage for companies that make up the network, which has allowed them to access other levels, both regional and municipal; at the same time has reduced costs in training. It was also noted that social capital is strengthened within the groups, so that predominate the social relations of unity, this represents an area of opportunity that must be strengthened, with the aim of developing ties of the bridge and linkage between business and elsewhere.

Keywords: Articulation, rural tourism, social capital, resources associative mechanisms of interaction, competitive advantages.

3.1 Introducción y Objetivo

La capacidad de asociación del hombre con otros individuos se ha desarrollado desde tiempos ancestrales, cuando el hombre apareció en la tierra notó las ventajas que traía consigo. La realización de acciones de tipo colectivo generaba beneficios inmediatos con menor esfuerzo y tiempo. La agrupación era la mejor opción para paliar las deficiencias y limitaciones que el hombre enfrentaba. Actualmente, los cambios son influidos por la globalización, en donde la competitividad es un tema central del comercio internacional, en la cual las personas y las empresas se articulan con la finalidad de disminuir las desventajas que enfrentan en el comercio global. El capital social es un instrumento clave en el desarrollo territorial, se parte del hecho de que los individuos y grupos puedan trabajar en forma cooperativa y tienen la capacidad de crear y mantener relaciones basadas en la confianza a través de redes sociales y de apoyo. Esta relación tendrá una ventaja sobre sus competidores que no la emplean.

En este mismo sentido Padilla (2003: 68), menciona que aquel pueblo con carácter creativo, que sepa trabajar, que organice sus conocimientos y haberes, y disponga de lo anterior para el beneficio común; será un pueblo que tendrá un lugar muy particular en nuestra historia. Por su parte Freiría (2003: 23) argumenta que cuando una región revaloriza su cultura y organiza acciones para su propio desarrollo promueve una

diversificación y un aumento en sus ingresos. De lo anterior destaca la importancia de factores como la participación y la articulación de acciones conjuntas, de modo que los vínculos sociales que generan y fomentan dicha participación son fundamentales para generar acciones dirigidas al desarrollo local.

Evidentemente la propuesta de articularse en una agrupación de escala superior, representa un medio para minimizar la vulnerabilidad principalmente de las empresas rurales, ya que se reconoce que las personas y los grupos unidos tienen mayores y mejores oportunidades comparados con aquellos que actúan aisladamente. Este hecho les permite extender su alcance y acceder a otras instancias como gobiernos municipales, estatales y algunas dependencias e instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Al respecto, la Red de Turismo Alternativo (RETA) Totaltikpak A.C. identifica un elemento común entre las siete empresas de turismo rural que la integran y que se asientan en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla. Sin duda, esta agrupación va más allá del turismo y ha generado espacios y oportunidades de diálogo, formación y capacitación para sus integrantes. El asociativismo que estas empresas han generado representa un gran avance, con áreas de oportunidad, así como un intento por generar y fortalecer relaciones verticales en beneficio común. Se busca también que el impacto se vea reflejado en mejores condiciones de vida de sus socios.

Debido a la coyuntura que representan los costos, tanto operativos como burocráticos, y si no se tiene definido y entendido el objetivo para el cual se asocian las personas, existirá la probabilidad de generar descontento, apatía o indiferencia y lejos de que el proceso sea benéfico para las empresas, éste podría llegar a ser considerado como una carga y por lo tanto un obstáculo. El propósito de este estudio fue, en primera instancia, reconocer la importancia que representa la articulación de una red para fortalecer a pequeñas empresas de turismo rural y hacerlas más competitivas y se realiza un análisis de los vínculos sociales existentes entre los individuos y entre las empresas.

3.2 Turismo Rural y Capital Social, un Vínculo Ineludible

La literatura referente al turismo alternativo, no presenta una definición estandarizada de lo que es el turismo rural; sin embargo, se sabe que la principal motivación de esta modalidad turística es la búsqueda de atractivos asociados a la cultura tradicional, es decir, el contacto con una comunidad rural, conviviendo e interactuando con la misma en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas tradicionales (Vera *et al.*, 1997: 128; SECTUR, 2004: 29). Esta modalidad es impulsada por diversos factores que podrían resumirse de la siguiente manera: a) saturación y deterioro de los destinos del turismo convencional; b) el desarrollo de una cultura ambiental; c) la comercialización de lo eco y la naturaleza como bien de consumo y d) la crisis en el medio rural, que

vislumbra a esta actividad como complementaria para menguar las pérdidas derivadas del sector primario, así como de otras actividades tradicionales (Vera *et al.*, 1997: 125; Pérez, M., 2004: 106).

Si bien no existe homogeneidad en la conceptualización del turismo rural, los beneficios y costos que éste produce son bien reconocidos bajo ciertas circunstancias. En el aspecto ambiental contribuye al mantenimiento, conservación, mejora de los espacios naturales y revalorización del entorno paisajístico; en el nivel sociocultural promueve los intercambios culturales, la recuperación de tradiciones y costumbres y el mantenimiento de las mismas, aumenta el interés de la comunidad por las actividades de ocio y cultura. Además promueve las empresas locales, reduce el proceso de descampesinización, favorece la creación de empleo, aporta divisas, genera un efecto multiplicador que aumenta los ingresos y complementa las economías tradicionales. Pero el turismo rural también tiene saldos negativos como: dependencia y/o monoactividad, contaminación, erosión, deterioro en la biodiversidad, adulteración y cambio de la cultura y tradición local, pérdida de control, tanto de la tierra como de la actividad (Vera *et al.*, 1997: 134; Palomeque, 2001: 122; César y Arnaíz, 2003: 279).

Amaya (2005: 54) comenta que los programas de turismo rural deben cumplir con ciertos principios y destaca que los proyectos deben ser gestionados, desarrollados y operados por la comunidad local donde se impulsan; y que también deben ser humanistas, democráticos y tienen que contemplar la justicia social. Bajo este aspecto y considerando que el desarrollo local tiene como finalidad solucionar los problemas de la comunidad y que los beneficiarios son su población, queda de manifiesto la importancia de los actores locales y su participación como eje para el desarrollo y constancia de los proyectos. Al respecto Freiría (2003: 25) afirma que la participación de las personas es el factor que asegura la sostenibilidad de la descentralización territorial, estructurando así iniciativas bajo el esquema “de abajo hacia arriba”¹ y donde el empoderamiento juega un papel fundamental (Sepúlveda *et al.* 2003).

Ahora bien, los vínculos sociales que se generan entre los diferentes actores, también son determinantes en el desarrollo local, ya que éstos influyen directamente en el grado de participación de las personas. Así pues, en el contexto de los programas y proyectos de desarrollo rural, se enfatiza la colaboración e intervención colectiva de los agentes locales para su éxito, y la falta de carácter social así como la no apropiabilidad complican el impacto positivo que pudiese tener estos programas (Freiría, 2003: 24).

Dentro de estos programas, el turismo rural se ha incorporado cada vez con mayor aceptación dentro de las comunidades, sin embargo la planeación e implementación del mismo requiere de un alto nivel de organización, asociado a un capital social fortalecido y consolidado, de manera que cuanto más complejo sea el desarrollo del sistema turístico, más necesaria será la concertación de normas tanto formales como informales, que definan la actuación tangible e intangible de los miembros de la colectividad (Meizen *et al.*, 2004: 201); pero al lograrse generará ventajas competitivas respecto a otras comunidades, e incluso a otros destinos turísticos. Lo anterior cobra importancia ya que la falta de continuidad y compromiso por parte de algunos actores, puede poner en riesgo o limitar la naturaleza del turismo como factor de dinamismo local (Veechiet, 2003: 148).

En este sentido, existen diversas interpretaciones de capital social, Putnam y Alone (2000) mencionan que este concepto se refiere a las conexiones entre individuos –redes sociales y normas de reciprocidad y confianza que se desprenden de ellas- para beneficio común. Entonces, al hablar de capital social nos referimos al conjunto de recursos asociativos y a los mecanismos de interacción involucrados en las relaciones - entre individuos y entre grupos- que facilitan la coordinación y cooperación para beneficio mutuo, respecto a una actividad. Estos elementos, tienen implicaciones distintas pero complementarias, en donde los recursos

asociativos establecen relaciones de reciprocidad y son necesarias no solo para alcanzar fines, sino también para mantener la interacción social (Woocklock, 1998; Spagnolo, 1999). Se menciona que entre más consolidadas y densas sean éstas relaciones en una comunidad, existe mayor probabilidad de que los ciudadanos sean capaces de cooperar para beneficio mutuo (Putnam, 1993).

En este aspecto Vargas (2004) menciona que los mecanismos de interacción reducen las condiciones de incertidumbre y las diferencias existentes entre los diferentes agentes, lo que promueve la participación directa de los individuos y de la comunidad misma. Ambos componentes y mecanismos favorecen la adquisición de poder social por parte de las organizaciones, permitiendo a los actores acceder a niveles superiores de participación, en instancias más allá de las locales, lo cual no sería posible individualmente. Esto a su vez, facilita la constitución de organizaciones, actores sociales y sociedades civiles saludables; asimismo, el capital social proporciona cohesión a los grupos, disminuyendo los riesgos individuales, los costos de transacción y produce bienes públicos (Durston, 2000: 7; CEPAL, 2001: 17). Sin duda alguna, el proceso de organización basado en relaciones de confianza y reciprocidad es una de las capacidades de mayor importancia para alcanzar un bienestar social justo (CEPAL, 2001: 17).

Según Atria (2003: 583), “los recursos asociativos para dimensionar el capital social de un grupo o comunidad, son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación”; la confianza es uno de los atributos más importantes cuando se habla de capital social; debido a que éste elemento hace que las interacciones al interior de una sociedad sean más eficaces y eficientes, haciéndolas más ágiles y sencillas; permitiendo a las personas alcanzar diversos niveles fuera del núcleo. En otras palabras, la confianza facilita la cooperación, constituyéndose como un elemento fundamental del desarrollo (Ablanado, *et al.*, 2005: 3).

Las relaciones sociales que se establecen entre los actores, de acuerdo a su carácter horizontal o vertical, pueden ser de tres tipos: i) “de unión”, que se refiere a las relaciones horizontales en un grupo o comunidad, es decir, al interior del mismo (*bonding*). Se incluyen en esta tipología a los lazos de mayor proximidad tales como los familiares y/o de amistad cercana. Este tipo de capital social se considera como restringido tanto en términos sociales -debido a que involucra nexos con pocas personas- y geográficos, ya que los lazos se establecen con personas que viven cerca; ii) “de puente”, relativo a lazos verticales entre grupos o comunidades semejantes pero en distinto espacio geográfico (*bridging*), donde los lazos son menos fuertes que los de unión pero son más persistentes en el tiempo; y iii) “de vinculación” concerniente a las relaciones hacia el exterior, entre grupos y personas con distinta identidad y grados de poder

(*linking*), cuyos nexos facilitan el acceso a niveles sociopolíticos de mayor alcance. El estudio y diferenciación de las relaciones sociales es importante, dado que permite entender las capacidades y limitaciones que tiene un grupo o comunidad, de movilizar sus recursos asociativos en beneficio del colectivo (Atria, 2003: 583; Meizen *et al.*, 2004: 201; Bebbington, 2005: 28).

A partir de lo anterior, y considerando que las relaciones sociales entre los actores no son homogéneas, es decir, que tanto los recursos asociativos, como los mecanismos de interacción difieren entre los grupos y comunidades; según Atria (2003: 584) es posible distinguir tres variantes de capital social: restringido, en desarrollo y ampliado. En la medida en la que predominen los recursos asociativos al exterior del grupo (*bridging*) y a su vez existan mecanismos de interacción que permitan la vinculación hacia fuera del grupo, con otras instancias (*linking*), habrá una tendencia al capital social ampliado, que por sus características contribuye a mejorar la calidad de vida social del grupo, así como la de los individuos que lo integran (Ver figura 10).

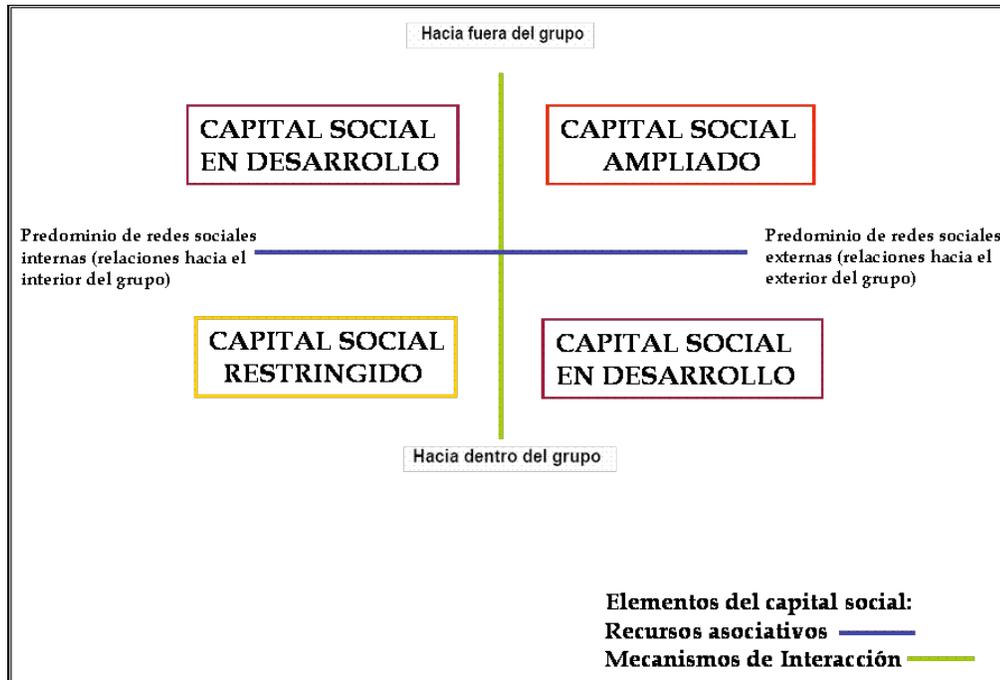


Figura 10. Variantes de Capital Social de acuerdo al predominio de los elementos del capital social: recursos asociativos internos/externos y mecanismos de interacción hacia dentro/fuera del grupo.

Fuente: Elaboración propia, a partir de Atria, 2003.

Así pues, partiendo de la existencia de tres formas de capital social, es posible pensar que éste puede ser desarrollado; y una de las vías a través de las cuales se puede lograr dicho fin es el asociativismo², considerado como una estrategia capaz de ampliar y fortalecer el alcance de las redes³ en que participan los miembros del grupo (Atria, 2003: 285).

La importancia del asociativismo no solo está relacionada con aspectos sociológicos, en cuanto a que promueve el desarrollo del capital social, potenciando acciones de cooperación mediante la comunicación, identificación y acciones convenidas con otros aliados; sino que también

tiene implicaciones económicas, tecnológicas y humanas. Al respecto Freiría (2003: 30) menciona que las razones por las que se configuran alianzas estratégicas en el turismo rural destaca: a) la inclusión a nuevos mercados, b) la reducción de costos de producción y gestión, c) estimulación de la competitividad del territorio, d) el intercambio de tecnologías y experiencias que mejoran los servicios locales, e) la construcción de estrategias conjuntas, f) el incremento de la capacidad de gestión en niveles superiores al local y g) disminución de la vulnerabilidad de las micro y pequeñas empresas; finalmente, h) la asociatividad promueve la eficiencia y la eficacia de grupos, particularmente de empresas.

En resumen, se puede decir que la alianza que se genera entre las empresas están definidas en función de las acciones a realizar, y son de intercambio de recursos humanos, tecnológicos y/o financieros; sin embargo sea cual sea el tipo de alianza está debe estar fundamentada en la búsqueda y culminación de objetivos comunes.

3.3 Metodología

La Red de Turismo Alternativo (RETA) *Totaltikpak* A.C., esta integrada por siete empresas de tipo social que ofertan servicios de Turismo alternativo en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla; el origen de la palabra *Totaltikpak* es náhuatl y significa “*nuestra tierra*”. Se ubica en los municipios de Cuetzalan de Progreso, Tenampulco, Zapotitlán de Méndez y Xochitlán de Vicente Suárez; donde existe una alta presencia de indígenas nahuas y totonacos en condiciones de pobreza extrema. La Red se integró en el 2004 y se constituyó legalmente en el mes de mayo de 2007. La asociación a través del turismo rural tiene la finalidad de contribuir a reducir las problemáticas de la región entre ellas destacan: la dependencia a la agricultura, disminuir la marginación, falta de capacitación, promoción y comercialización de productos regionales. Además busca potenciar los recursos naturales y culturales de cada uno de los municipios que la conforman de manera sustentable mediante la promoción, cuidado, respeto y conservación del medio ambiente y la cultura de la región. (RETA, 2007).

Los municipios que conforman la RETA se localizan espacialmente entre los 19° 58' y los 20° 10' de Latitud Norte; y los 97° 23' y 97°42' de Longitud Oeste. El municipio con mayor superficie territorial es Cuetzalan del Progreso abarca 135.22 Km², Tenampulco tiene 108.44 Km², Xochitlán

de Vicente Suárez 45.92 Km² y Zapotitlán de Méndez posee 35.72 Km² (Observe la figura 11).

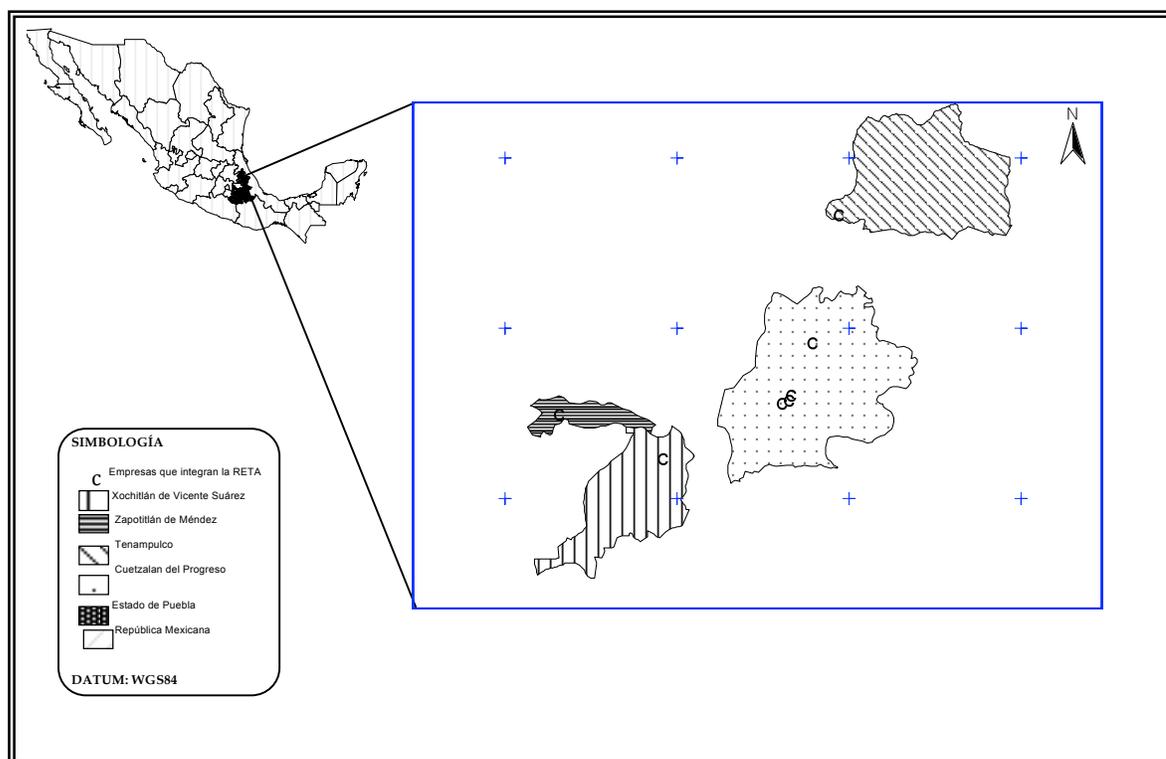


Figura 11. Localización de las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INEGI (2005)

Cuetzalan tiene la mayor población, asciende a 45,781 personas, le sigue Xochitlán de Vicente Suárez con 11,744, Tenampulco 6,721 y Zapotitlán 5,178 habitantes. El 13% de la población mayor de 5 años habla una lengua indígena en Tenampulco, el 72% en Zapotitlán y Cuetzalan, y el 88% en Xochitlán, este porcentaje lo ubica como el municipio con mayor presencia de hablantes de lengua indígena. Con respecto a las educación el 16.24% de la población de Xochitlán es analfabeta, el 14.22% en Zapotitlán, el 11.28% en Cuetzalan y el 10.44% en Tenampulco (INEGI,

2005). La mayoría de municipios presenta un grado alto de marginación, solo Xochitlán tiene un grado muy alto de marginación (CONAPO, 2005). La actividad principal de los cuatro municipios es la agricultura, destacando el maíz y el café, más del 50% del total de la superficie sembrada corresponde al maíz (SAGARPA, 2004).

En la investigación se empleo el cuestionario como instrumento para captar información, se trabajo en siete empresas que están integradas por un total de 106 individuos. Se realizaron 51 encuestas, 15 de ellas se aplicaron a los dirigentes y/o representantes de las empresas y a 36 a los socios y/o empleados de las mismas. El cuestionario fue aplicado en el mes de julio del 2007, para definir la muestra se utilizó un muestreo estratificado. El presente trabajo se realizó en dos niveles de análisis: el primero al interior de las empresas, es decir, que se analizó la percepción de cada persona respecto a la empresa donde labora y el segundo nivel correspondió a la apreciación de los encuestados respecto al funcionamiento de las personas que trabajan en otras empresas. Se aplicó un solo cuestionario pero en diferente contexto, con la finalidad de poder contrastar el capital social existente en ambos niveles de organización de las empresas.

Los resultados de la investigación fueron analizados mediante estadística descriptiva.

3.4 El Capital Social y su Importancia en la Articulación del Servicio Turístico

Actualmente el asociativismo se expone como una de las estrategias más viables para contrarrestar los efectos de la globalización y del mercado, más aun cuando se habla de pequeñas empresas que poca capacidad y oportunidad tienen de posicionarse de manera competitiva, ante estos dos fenómenos. Esta es una opción para compensar la competencia y la incipiente profesionalización del servicio para las siete empresas que integran la RETA. La estructura organizativa de la asociación está compuesta por ocho personas: tres integran el comité (presidente, secretario y tesorero), dos al comité de vigilancia y dos son vocales a excepción del presidente. Los integrantes del Comité representan a una de las empresas. La RETA integra un total de 106 individuos, de los cuales el 73% está conciente de su pertenencia a la misma y el porcentaje restante carece de este conocimiento ya que son personas que no están involucradas directamente en su propia empresa, generalmente por razones de edad.

La importancia de asociarse es clara para la mayoría de los encuestados, el 78% de consideró que el pertenecer a la RETA representa una ventaja para sus respectivas empresas. Ya que tienen presente que los grupos aislados tienen pocas posibilidades de acceder a los recursos disponibles; no solo económicos, sino también tecnológicos y físicos, que ofrecen

instituciones gubernamentales y no gubernamentales, en este sentido; entre los beneficios que reciben los integrantes de esta asociación son: capacitación (54%), promoción (16%) y asesoría (5%). El porcentaje restante no está seguro de las ventajas que recibe de la RETA. La capacitación los encuestados reconocen que no solo les ha dado la oportunidad de acceder a formaciones de calidad y ha contribuido a la reducción de costos en este rubro.

El 86% de los encuestados no reconoce desventajas de pertenecer a la RETA pero el 14% - que son los representantes de cada empresa y son quienes asisten a las reuniones generales- mencionó que pierden tiempo y dinero. Al cuestionar a los representantes si el pertenecer a la RETA se refleja en el aumento de la afluencia turística hacia su empresa, al respecto el 25% dijo que el aumento ha sido regular, el 38% que ha sido poco, el 25% contestó que no aumento y el 12% no contestó. Es importante destacar que principalmente se han beneficiado las empresas de reciente formación, las que tienen más años en el mercado como es el caso de Chihuanime y Taselotzin -con cerca de 10 años- han logrado posicionarse como destino turístico por si solas a escala regional, ya que cuentan con una estructura organizacional definida y tiene el apoyo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) lo que ha generado que su participación sea menor en las diferentes actividades que desarrolla la RETA.

Si bien no existe una metodología estandarizada para la medición del capital social, un elemento importante es la confianza, debido a que facilita las interacciones entre los miembros de una sociedad (Ablanedo *et al.*, 2005: 4) en este sentido, el 45% de los encuestados valoran la confianza como lo más importante para el buen funcionamiento de sus empresas, el 14% mencionó la solidaridad, el 10% la cooperación, el 6% la existencia de un reglamento, el 22% dijo que todo lo anterior es igual de importante y el 4% no estaba seguro. El 27% de los entrevistados mencionó que para que funcione adecuadamente una organización como la RETA es necesario promover la cooperación, el 22% dijo que la solidaridad, el 16% la confianza, el 11% un reglamento, el 8% dijo que todas las opciones anteriores son importantes y el 16% comentó no estar seguro.

En este mismo sentido, al cuestionar a los socios y dirigentes acerca de su percepción sobre la confianza que existe en las personas tanto de la empresa en la que participan como en las que integran la RETA, el 82% de los encuestados confía en la mayoría de las personas que integran su empresa, mientras que el 78% dijo que no confían en las personas que integran la RETA por qué no las conocen. Este resultado es similar a las conclusiones que expresa el Latinobarómetro (2007: 91) al decir que los latinoamericanos creen y confían en las personas que conocen y con las cuales han relacionado e interactuado y tenido experiencias exitosas.

También coincide el resultado encontrado con lo reportado por diferentes instancias y encuestas relacionadas a la medición de la confianza interpersonal⁴ en México, tal es el caso de la Encuesta Nacional de Valores (1990) donde se reporta el 25% de los mexicanos confían en las personas del país; y la ENAFI (Ablanado *et al.*, 2005: 5) reporta que menos del 15% de los mexicanos considera que se puede confiar en la mayoría de las personas. El Informe Latinobarómetro (2007: 93) reporta que la confianza interpersonal en México tiene un valor del 20%. (Figura 12).

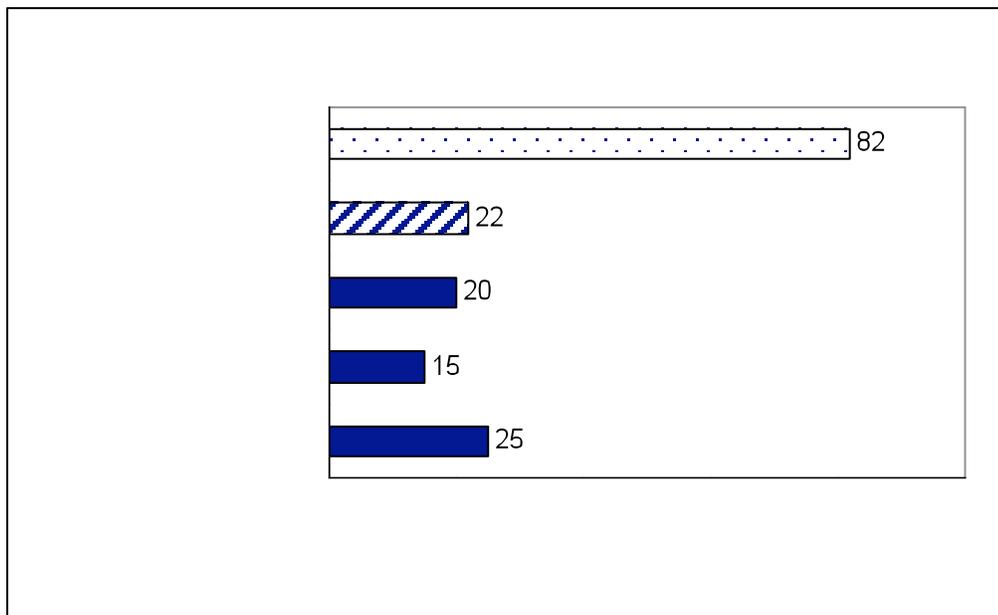


Figura 12. Comparación de los porcentajes de confianza interpersonal reportados por encuestas a nivel nacional e internacional, así como los obtenidos en el presente estudio.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Latinobarómetro (2007), Ablanado et al. (2005), Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey, 1990) e información obtenida del presente trabajo.

Considerando el contraste de confianza interpersonal reportada en las diferentes encuestas y dada la subjetividad de la pregunta, fue necesario evaluar el nivel de la misma con preguntas adicionales para constatar el valor de dicha variable. Al respecto se tiene que el 37% de los encuestados mencionó que se debe de estar alerta ya que alguien más se aprovechará, el 29% estuvo parcialmente de acuerdo, el 4% considera estar totalmente de acuerdo, un porcentaje similar al anterior indicó estar parcialmente en desacuerdo y el 24% no contestó. Para el caso de la RETA más del 50% sugirió que si existe desconfianza hacia las personas, el 18% consideró estar parcialmente en desacuerdo en que exista desconfianza en la RETA y el 27% dijo no saber la respuesta.

Con respecto a la confianza para pedir y prestar dinero entre los miembros de las empresas y de la RETA, es posible observar que las personas están parcial y totalmente de acuerdo en que existe confianza, 24% y 57% respectivamente, sin embargo, el 61% mencionó que no existe la confianza suficiente en la RETA. En este mismo sentido se les pregunto en quien confiaría mas a la hora de trabajar, el 75% de los mismos mencionó que en los miembros de la empresa que laboran, el 11% dijo que con los miembros de la RETA y un 14% mencionó que en ambos. El factor que determina la confianza es que tienen mucho tiempo de conocerlos (Tabla 2).

Tabla 2. Variables que determinan la confianza para trabajar entre los encuestados.

¿En quien confiaría más para trabajar?		¿POR QUE EXISTE MÁS CONFIANZA?				Total
		LOS CONOCE DE MAS TIEMPO	HA TRABAJADO CON ELLOS	APRENDE MÁS	NS / NC	
Miembros de su grupo	% del Total	57%	6%	12%	0	75%
Miembros de la RETA	% del Total	2%	2%	6%	1%	11%
Ambos	% del Total	0	2%	12%	0	14%

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos obtenidos del presente estudio.

A partir de los resultados encontrados la investigación arroja que para el caso de la confianza, el recurso es interno, lo cual significa que las relaciones sociales están fortalecidas hacia el interior de los grupos, es decir, entre los integrantes de cada empresa, más no así entre las personas que integran las diferentes empresas. Si bien la confianza hacia el interior de los grupos es importante para construir lazos y reforzar identidades (capital social *bonding*); es igualmente fundamental la existencia de confianza entre grupos (capital social *bridging*), ya que este elemento permite crear puentes en la sociedad, fomentar la tolerancia y la comunicación (Ablanado *et al.*, 2005: 9).

Respecto a la cooperación, solidaridad y ayuda mutua, considerados también como parte de los elementos que integran el componente de reciprocidad en el capital social, los datos arrojados por las encuestas realizadas reportan que el 51% de los cuestionados está parcialmente de

acuerdo en que las personas de su empresa estarían dispuestas a ayudar cuando fueran requeridos y el 47% está totalmente de acuerdo en que lo harían y un 2% respondieron no saber. Sin embargo al hacer la pregunta en el contexto de la RETA, es decir si consideran que las personas de la RETA tendrían disposición de ayudar, el 73% no está seguro de que lo harían, el 19% está parcialmente de acuerdo y el 8% considera que las personas de la RETA no ayudarían. Datos similares reporta a escala nacional la ENAFI (Ablanedo *et al.*, 2005: 16) al manifestar que existe una creencia y práctica de la reciprocidad entre los mexicanos, tanto con amigos y conocidos, como con vecinos y, en menor medida, con organizaciones sociales, cuyos porcentajes oscilan entre el 82.5%, 38% y 54% respectivamente.

Con la finalidad de saber si los encuestados participarían en un proyecto que no los beneficiara a ellos directamente, pero sí a personas de su empresa, el 78% mencionó que sí contribuirían, el 18% dijo que no ayudaría y el 4% no estaba seguro en su respuesta. El 87% mencionó que el tipo de contribución que harían sería con tiempo o trabajo, el 5% con dinero y el 8% podría hacerlo con ambas cosas. Estas respuestas poco varían al referir a la situación de un proyecto que beneficie a las personas de otras empresas diferentes a la propia a lo que el 51% mencionó que sí ayudaría, el 11% no lo harían y el 38% no estaba seguro. El tipo de

aportación que harían, el 84% dijo que contribuirían con tiempo o trabajo, el 6% ayudaría con dinero y el 10% contribuiría con trabajo y con dinero.

De acuerdo a los resultados presentados en el informe de Latinobarómetro (2007: 59) se menciona que la región se ubica como poco solidaria, de modo que se busca “más lo propio que considerando al prójimo” ello reafirma el individualismo generado por el modelo actual de crecimiento económico; sin embargo, esta afirmación subestima la cultura tradicional de los pueblos rurales mexicanos donde existe cierta tendencia, inherente a estas comunidades, a realizar actos de ayuda mutua y cooperación, lo cual se ve reflejado en las actividades de faena o mano vuelta⁵ que ellos realizan.

En este sentido el 41% de los cuestionados mencionó que muy frecuentemente participa en faenas (más de dos veces al mes), el 55% respondió que es poco frecuente que participe en ellas (una vez al mes) y el 4% nunca participa en estas actividades. Los que participan en las faenas el 42% dijo que son obligatorias, el 58% lo hace voluntariamente, el 33% lo hace porque le gusta apoyar y el 25% porque considera que es bueno para la comunidad. Lo anterior coincide con lo reportado por la ENAFI (Ablanedo *et. al.*, 2005: 35) el 23% y el 48% de los mexicanos realiza trabajo voluntario en organizaciones durante el año, valor que al compararlo con otros países - Canadá 45%, Estados Unidos 44%, Perú 34%, Argentina 32% y Uruguay 14%- indica que una proporción

significativa de mexicanos realiza a través de su trabajo, aportaciones a la sociedad. Lo anterior indica que existe disposición de las personas de trabajar en beneficio de otras, lo cual es importante principalmente al tratarse de proyectos y empresas sociales, lo cual es un antecedente de la capacidad que las empresas tienen hacia la realización de acciones colectivas.

Respecto al tercer componente del capital social que se refiere a las redes sociales –redes de amistades– existentes entre los miembros de las empresas y entre las empresas, el 20% dijo tener muchas amistades, el 17% algunas y el 63% dijo tener pocas amistades. El 78% dijo que sus amistades son personas de confianza o cercanas. Si bien las respuestas contienen un alto grado de subjetividad, al no ser posible evaluar en términos absolutos la cantidad de personas que corresponden a muchos o pocos amigos, en términos generales la importancia de estas preguntas es que proporciona una referencia de que tan protegidas se sienten las personas, lo que deja ver, para el caso de estudio el círculo social de la mayoría de los encuestados es reducido, ya que solo el 20% considera tener muchas amistades.

Al contrastar el resultado anterior, con la llamada “condición de las redes de apoyo a nivel nacional” (Ablanedo *et. al.*, 2005: 23) -cuyo dato surge a partir de la pregunta ¿Cuándo usted necesita ayuda, con cuántas

personas diría que puede contar?- no difiere mucho de los resultados de este trabajo respecto al porcentaje de personas que se sienten más protegidas, pues poco más del 20% de los mexicanos consideran contar con muchas personas, el 32.4% cuenta con algunas, el 34.8% considera que cuenta con pocas personas, el 8.7% casi con ninguna y el 1.3% no contestó.

Por otra parte, al preguntar a los cuestionados si consideran contar con personas dentro de sus empresas para pedirles dinero prestado sin intereses, el 33% de los mismos dijo que si, el 24% probablemente, el 8% dijo que no, el 18% negó poder contar con personas para este fin y el 17% no contestó.

Con respecto al apoyo de esta misma con las personas de otras empresas (RETA), el 61% dijo que probablemente no contaría con ellos, el 10% dijo que probablemente que sí, el 2% dijo que si y el 14% no respondió. Al considerar la existencia de redes de apoyo para cuidar a un hijo o a un familiar enfermo, el 29% de los encuestados si considera contar con las personas de su empresa, el 35% dijo que probablemente, el 12% probablemente no contaría con esa ayuda, el 22% dijo que no y el 2% no contestó a la pregunta. En este mismo escenario, el 43% de los encuestados indicó que no contaría con nadie de la RETA, es decir de otra empresa ajena a la suya para dejar a su cuidado a un hijo o enfermo, el

30% dijo que probablemente no y el 27% no contestó (Figura 13). Lo anterior es comprensible si se considera que la confianza es mayor al interior de los grupos.

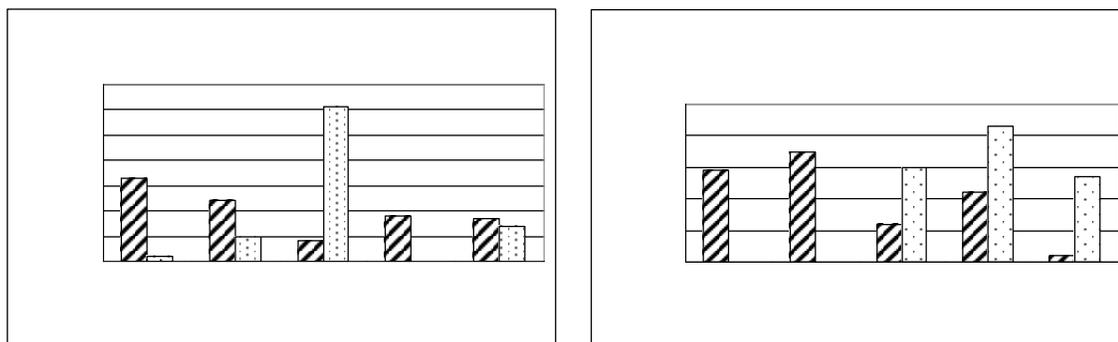


Figura 13. Redes de apoyo al interior de las empresas y entre la RETA; se observa que para el caso de las empresas los porcentajes mayores están referidos a respuestas afirmativas, mientras que para el caso de la RETA es a respuestas negativas.

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de campo.

Tan fundamental es el análisis de los recursos asociativos como el de los mecanismos de interacción; en este sentido, resulta conveniente cuestionar sobre la acción política, que es un elemento importante en la medida en que las personas tengan la capacidad de coordinarse para realizar acciones que involucran otros niveles de participación y de acción; por tal motivo se preguntó ¿se han organizado para realizar alguna petición al gobierno municipal? al interior de las empresas el 65% de los encuestados mencionó que su empresa nunca se ha organizado para realizar alguna petición, el 16% mencionó que lo hace con poco frecuente (una vez al año), otro 16% lo ha hecho más de dos veces al año y el 4% no respondió.

El 62% mencionó desconocer si la RETA ha realizado alguna petición a los gobiernos municipales, el 22% dijo que las peticiones se realizan frecuentemente, el 3% que son poco frecuentes y el 13% afirmó que nunca se ha hecho esta acción. Lo anterior indica que si bien existe movilización vertical, referente a acciones gestionadas hacia fuera del grupo, es incipiente tanto al interior de las empresas como en la RETA; lo que representa un área de oportunidad a desarrollar -en términos de capacidad de gestión- considerando los múltiples apoyos estatales, federales, e incluso internacionales, que se otorgan a empresas que desarrollan proyectos de turismo rural.

3.5 Conclusiones

La asociatividad a la que han incursionado las empresas que integran la RETA representa una ventaja en términos económicos y de desarrollo de capacidades, ya que en primer lugar se tiende a una reducción de costos de gestión y por otra parte se tiene mayor acceso a capacitaciones. Asimismo se observó que los beneficios de la articulación son mayores en aquellas empresas con poco tiempo de formación, lo que refirma el hecho de que la asociatividad es una opción para reducir la vulnerabilidad de pequeñas empresas rurales.

Se concluye que algunos resultados son coincidentes con las principales observaciones que se exponen en la literatura mundial y latinoamericana

sobre el tema y refleja bajos niveles de confianza entre los mexicanos. También se aprecia que los valores relativos a la confianza -confianza interpersonal, desconfianza y confianza para pedir y prestar dinero, confianza para trabajar-, son mayores al interior de los grupos; por lo que se constituyen relaciones de “unión”. Lo anterior también influye en la condición de las redes sociales y de apoyo que expresaron los encuestados y se encuentra que el círculo social de la mayoría es reducido. Asimismo cabe destacar que, aún cuando los lazos de puente son débiles, el estudio muestra que existe disposición para trabajar en niveles asociativos de mayor alcance y se reflejan en las variables del componente de reciprocidad.

La predominancia de las relaciones sociales internas se debe a que los integrantes de las empresas son familiares o de amigos cercanos y con ellas interactúan regularmente. El incipiente estado de las relaciones sociales externas se debe, principalmente, a que las personas de las diferentes empresas no se conocen. Este hecho genera un área de oportunidad importante de atender dado que existe disposición para la cooperatividad. Así pues, partiendo del predominio de redes sociales internas y del reconocimiento, aun incipientes, de los mecanismos de interacción hacia el exterior de los grupos y de la RETA misma se concluye que el capital social de las empresas y de la RETA está en proceso de desarrollo.

Finalmente, cabe mencionar que el presente estudio, constituye un paso importante en la orientación de generar información sobre los conceptos del Capital Social aplicados al turismo rural, labor que hasta ahora se ha realizado someramente. En tal sentido, los resultados observados evidencian la necesidad e importancia de integrar el análisis de factores intangibles al ámbito turístico y como parte del estudio de viabilidad de los proyectos; de manera que los resultados permitan disminuir los riesgos y pérdidas derivadas de acciones fundamentadas en aspectos meramente tangibles, que si bien son importantes, no son suficientes si se aspira a un verdadero desarrollo sustentable.

3.6 Notas

¹ Este enfoque no solo demanda una participación activa de la comunidad encaminada a procesos de desarrollo y fortalecimiento de capital humano, a la toma de decisiones y a la gestión; sino que también considera el reconocimiento y la elaboración de un modelo de desarrollo específico, respecto a las particularidades de cada territorio. Asimismo, el hablar de un proceso endógeno, integra a los actores directos tanto en el diagnóstico como en la implementación de estrategias para el desarrollo rural, lo cual permite que sean ellos mismos quienes identifiquen las fortalezas y limitaciones de su territorio a fin de establecer una mayor correspondencia de las actividades productivas y el contexto social. (CEPAL, 2001: 40)

² Atría (2003: 585) propone dos estrategias de construcción de capital social: a) el empoderamiento y b) el asociativismo; donde el primero se refiere a una estrategia, que consiste en la apertura de un entorno en que el grupo pueda aumentar su capacidad de movilización mediante la transformación de la influencia existente dentro del grupo, en organización para actuar hacia fuera del grupo, en su beneficio. La segunda estrategia es la asociatividad, que tiene como finalidad expandir y/o fortalecer el alcance de sus integrantes; siendo ésta una estrategia de cooperación y acciones concertadas entre aliados.

³ Padilla (2003: 72), define una red social, como una estructura hecha a base de vínculos sociales, que se establecen entre un conjunto de actores y donde ciertamente señala, que sin la voluntad de los individuos para enlazarse no hay articulación posible, esto debido a que dicha estructura supone la participación de los diferentes actores del enlace. Según Freiría (2003: 29), en la configuración de una alianza se reconocen los siguientes elementos: a) La red: entendida como el conjunto de nodos y nexos entre ellos; b) Los nodos, que en una red de carácter social o empresarial pueden ser los individuos, los departamentos, las empresas; es decir, los actores o elementos que configuran la red; c) El vínculo, que se refiere a la manera en la que los nodos se relacionan e interactúan entre ellos y d) El flujo. Tocante a la circulación de elementos entre los nodos.

⁴ Según el Diccionario de la Real Academia Española; *interpersonal* se refiere a “que existe o se desarrolla entre dos o más personas”

⁵ Palabras mestizas utilizadas para nombrar la reciprocidad en las comunidades indígenas. Ambos conceptos se refieren a formas de trabajo comunal no remunerable, que se realizan bajo modalidades de cooperación voluntaria u obligada y que, de cierto modo, representa una estrategia para la conservación y supervivencia de la comunidad. Las actividades de mano vuelta se realizan con cierta eventualidad o con motivo de alguna necesidad y el no realizarlas genera consecuencias tales como la imposición de sanciones sociales o jurídicas (Revista Mano Vuelta, 2005: 2).

3.7 Literatura Citada

Ablanedo, I., M. Layton y A. Moreno [2005], Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Amaya, C. [2005], Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural en México. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. 51-58. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 182 Pp.

Atria, R. [2003], Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo. Pp. 581 - 590. En: Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Atria, R., M. Siles, I. Arriaga, L. Robinson y S. Whitefors (Coompiladores). 590 Pp.

Banco Mundial [2005], Generación de Ingreso y Protección Social para los Pobres. Washington, D.C. USA. 102 Pp.

Bebbington, A. [2005], Estrategias de vida y estrategias de intervención: el capital social y los programas de superación de la pobreza. Pp. 21 - 46. En: Aprender de la Experiencia: El capital social en la superación de la pobreza. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Arraigada, I. (Editora). 227 Pp.

CEPAL [2001], Instituciones y Pobreza Rurales en México y Centroamérica
[<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/7884/1482.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

Cesar, A. y S. Arnaiz [2003], Turismo Rural: Problemática, Experiencias y Perspectivas. En: Cesar, A., S. Arnaiz y J. Thomas [eds.]. Turismo Rural y Economía Local. 273-298. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 318 Pp.

CONAPO [2005], Índice de Marginación

[<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indice2005.htm>: 19 de octubre de 2006].

Diccionario de la Real Academia Española; Vigésima Segunda Edición [En línea: <http://buscon.rae.es/draeI/>: 15 de Junio de 2008].

Durston, J. [2000], ¿Qué es capital social comunitario? Santiago de Chile: CEPAL (serie Políticas Sociales, núm. 38). 44 pp.

Encuesta Mundial de Valores [En línea: <http://www.worldvaluessurvey.org>: 29 Mayo de 2008]

Freiría, G. [2003], El Turismo Rural en la Alternativa Agraria Iberoamericana. Pp. 23-30. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo.. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 181 Pp.

INEGI [2005], II Censo de Población y Vivienda [En línea] [<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/conteos/conteo2005/default.asp?c=6224>: 19 de octubre de 2006]

Jiménez, A. [2005], Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México. Miguel Ángel Porrúa Editorial. Universidad del Caribe. México.

Latinobarómetro [2007], [En línea: <http://www.der.oas.org/INFORME%20LB%202007.pdf>: 28 de Mayo de 2008]

Meizen, R., M. DiGregorio y N. McCarthy [2004], Methods for studying collective action in rural development. *Agricultural Systems*, vol. 82. 197-214 Pp.

Padilla, C. [2003], Lo social en una economía del territorio para el turismo rural. Pp. 67 - 76. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 181 Pp.

Palomeque, F. [2001], El turismo en el Desarrollo Local y Regional. 109-140 Pp. En Luzón, J. y Dantaslé, N. (Coords.). Desarrollo Regional. 1ª Edición. Editorial Xarxa Temàtica MEDAMERICA. 395 Pp.

Pérez, M. [2004], Manual del Turismo Sostenible. Ediciones Mundi-Prensa. 1ª Edición. Madrid, España. 288 Pp.

Putnam, R. [1993], Making democracy work: Civic traditions in Modern Italy. Princeton: Princeton University Press. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>: 17 de agosto de 2007]

Putnam, R. y B. Alone [2000], *The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, New York, p.19. Citado en Ablanedo, I., M. Layton y A. Moreno, 2005. Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C [En línea: <http://www.reta.mx>: 21 de julio de 2007]

SAGARPA [2004], Año agrícola; Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. [En Línea: <http://www.sagarpa.gob.mx>: 23 de octubre de 2006].

SECTUR [2004], Turismo Alternativo, Una Nueva Forma de hacer Turismo. Fascículo 1. Serie Turismo Alternativo. D.F. México. [Cd-rom].

SECTUR, Estado de Puebla [2007], Indicadores Básicos de la actividad turística en Puebla, Año 2007. [En línea: <http://www.sectur.pue.gob.mx>: 20 de Mayo de 2008]

Sepúlveda, S., A. Rodríguez, R. Echeverri y S. Portilla. [2003], *El enfoque territorial de desarrollo rural*. -- San José, C.R.: IICA, 180 Pp.

Spagnolo, Giancarlo [1999], "Social relations and cooperation in organizations", *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 38 (1999) 1-25. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>: 17 de agosto de 2007]

Vargas, J. [2004], Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>: 17 de agosto de 2007]

Veechiet, H. [2003], *Recuperación de Estancias Argentinas como instrumentos de cambio*. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. Turismo

Rural y Economía Local. 135-152. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 318 Pp.

Vera J., F. López., M. Marchena y S. Antón [1997], Análisis Territorial del Turismo. Ariel Editorial. Barcelona. España. 443 Pp.

Woocklock, M. [1998], "Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework", *Theory and Society*, Vol. 27, No. 2. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 7°, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820.

--- [2005], *Mano Vuelta*, Núm. 2, Universidad de la Ciudad de México, UCM, Plantel San Lorenzo Tezonco, Iztapalapa, México 19 Pp. [En línea: <http://www.uacm.edu.mx/pdf/mano.pdf>: 11 abril 2008]

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

1. Conclusiones

Ante las condiciones adversas que rodean a las comunidades marginadas de la Sierra Norte de Puebla, mismas que han desplazado a la actividad agrícola como la única y la principal actividad generadora de ingresos, el turismo rural, al contribuir significativamente al ingreso de las personas que laboran en las empresas, representa una alternativa real en términos de la diversificación de su economía familiar; es decir, se ha constituido como uno de los componentes del ingreso en los hogares; razón por la cual, los habitantes de esta región han incluido esta actividad rural no agrícola, como parte de sus estrategias de vida, que les permite cubrir en parte sus necesidades más básicas.

En este caso, para los integrantes de la RETA, el turismo rural no solo representa una mejora económica, sino también un beneficio social, ambiental e incluso personal; dado que ha detonado una mayor cohesión al interior de las comunidades; una mayor conciencia sobre el valor y el aprovechamiento de sus recursos naturales y una oportunidad para desarrollar sus capacidades.

El desarrollo de Capital Humano adquiere especial importancia en empresas del sector servicios, particularmente en el turismo, dada la relación directa entre quien brinda el servicio y quien lo recibe. En este proceso, el papel que juega la capacitación, particularmente en el caso de las comunidades rurales, es determinante, ya que complementa la educación y dirige el aprendizaje, incrementando la eficacia y eficiencia. Para este caso de estudio, la capacitación destaca como la herramienta fundamental para mejorar el desempeño de las actividades, brindando a las personas mayor seguridad y destreza en el servicio al cliente; lo que hace que las mejoras que se realicen en este sentido, sean más

perceptibles para quien utiliza el servicio, lo que se traduce en una mayor demanda del mismo.

En lo que respecta a la articulación del servicio turístico a un nivel regional, si bien para el caso de los integrantes de las empresas que conforman la RETA, esto representa una ventaja, ya que les permite acceder a recursos y disminuir costos, el hecho es que hasta la fecha los lazos sociales están fortalecidos al interior de las empresas y no entre éstas; es decir, que predomina el capital social de unión y no el de puente, que es el elemento que les permitiría aprovechar al máximo el potencial que representa la conformación de alianzas entre las siete empresas, y convertir a la RETA en un referente, no solo a nivel estatal, sino también nacional, de los beneficios que la organización social puede producir en términos de la reducción de la vulnerabilidad. Esto nos da cuenta de la importancia de conocer y entender el tejido de las relaciones sociales existentes -entre las personas y los grupos- y sus implicaciones antes y durante el desarrollo del proceso de articulación, con el fin de saber cómo trabajar sobre la base de lo que ya existe, y potencializar así dicho capital para el beneficio colectivo.

Finalmente, se concluye que la viabilidad de las actividades de turismo rural en comunidades con alto grado de marginación, como las que conforman la Sierra Norte del Estado de Puebla, no solo depende del capital natural existente en un territorio, ya que su sola presencia no garantiza la viabilidad de los proyectos; sino que los actores que en él convergen son tanto o más importantes, ya que son ellos quienes llevarán a cabo las actividades y en última instancia serán afectados de manera positiva o negativa dependiendo de las decisiones que tomen al respecto.

2. Recomendaciones

La principal debilidad del turismo rural como actividad generadora de ingresos de las empresas que integran la RETA, en la Sierra Norte del Estado de Puebla; es su estacionalidad, condición que significa un factor de vulnerabilidad para quienes emprenden esta actividad, por lo que en este sentido se recomienda lo siguiente: que se establezca como actividad complementaria; que se diversifique tanto el producto turístico como la población objetivo.

Sobre el desarrollo de capital humano, para que la capacitación genere el efecto esperado, es necesario identificar las necesidades de cada empresa, de modo que los temas tienen que estar relacionados a las actividades que desempeñan cada una de éstas y, la formación debe ser programada de acuerdo a cada uno de los procesos de las diferentes empresas; tanto en el momento previo a la instalación de la misma, en el que se requiere de conocimientos y habilidades básicos, como cuando ésta se encuentra en operación; que es cuando se requiere garantizar la calidad de los distintos procesos.

En un contexto en el cual predominan los vínculos internos, como es el caso de estudio, y donde dicha predominancia esta dada por los lazos de parentesco o amistad, es recomendable propiciar espacios donde se fortalezcan los vínculos externos, es decir establecer los puentes entre grupos, empresas y comunidades. La convivencia y el intercambio de experiencias pueden ser ejercicios útiles para dicho fin.

Para determinar la viabilidad de una estrategia basada en el turismo rural, es necesario realizar estudios integrales, que incluyan el análisis tanto de factores tangibles como intangibles, especialmente sociales. Este diagnóstico integral nos llevará a una mejor comprensión de las condiciones iniciales sobre las cuales se pretende intervenir, permitiendo

una mejor administración de los recursos naturales, humanos y económicos.

LITERATURA CITADA GENERAL

Ablanedo, I., M. Layton y A. Moreno [2005], Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Acosta, A., N. Fernández, y M. Mollón [2002], Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería, Prentice Hall, Madrid. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M. “Capital Humano como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico” en *Cuadernos de Turismo*, n° 19. 2007. ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>: 08 de noviembre de 2007]

Amaya, C. [2005], Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural en México. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. 51-58 Pp. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Anadril, L. --- Tipos de motivación. [<http://www.monografias.com>:08 de noviembre de 2007]

Andreu, R. y S. Sieber [2000], La Gestión Integral del Conocimiento y del Aprendizaje. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. *Intangible Capital - N°1-Vol 0*, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>: 13 de noviembre de 2007]

Atria, R. [2003], Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo. Pp. 581 - 590. En: *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Atria, R., M. Siles, I. Arriaga, L. Robinson y S. Whitefors (Coompiladores). 590 Pp.

Aviles, K. “México, Último en Educación en Países de OCDE” en La jornada, 07 diciembre de 2007. Pp. 44.

Banco Mundial [2005], Generación de Ingreso y Protección Social para los Pobres. Washington, D.C. USA. 102 Pp.

Barrera, E. [2006], Turismo Rural, Nueva Ruralidad y Empleo no Agrícola. Montevideo.

[<http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/index.htm>:17 enero de 2007].

Bebbington, A. [2005], Estrategias de vida y estrategias de intervención: el capital social y los programas de superación de la pobreza. Pp. 21 - 46. En: Aprender de la Experiencia: El capital social en la superación de la pobreza. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Arraigada, I. (Editora). 227 Pp.

Carmona, D. [2006], En prensa. Citado por Mellado, L. Puebla, con paupérrimos avances en materia educativa, según datos de la SEP, en La jornada de Oriente, [<http://www.lajornadadeoriente.com.mx/2006/09/04/puebla/edu109.php>: 02 Febrero 2008]

CEPAL [2001a], Instituciones y Pobreza Rurales en México y Centroamérica [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/7884/1482.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

CEPAL [2001b], Revalorar la Agricultura y el Desarrollo Rural para la Sustentabilidad. [<http://www.grupochorlavi.org/php/doc/documentos/revalorarlaagricultura.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

CEPAL [2003], Empleo e Ingreso en las Actividades Rurales No Agropecuarias de Centroamérica y México [<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/3/13483/L577.pdf>: 22 de marzo de 2006].

CEPAL [2005], Comunicado de prensa, El capital humano, imprescindible para aumentar productividad en la agricultura mexicana. [<http://www.cepal.org>: 08 de noviembre de 2007]

Cesar, A. y S. Arnaiz [2003], Turismo Rural: Problemática, Experiencias y Perspectivas. En: Cesar, A., S. Arnaiz y J. Thomas [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 273-298. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 318 Pp.

Cesar, A. y S. Arnaiz [2004], *Desarrollo y Turismo en la Costa de Jalisco*. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 240 Pp.

Ciani, A. [2003], Turismo Rural y Agroturismo: Oportunidades y Desafíos. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía*

Local. 11-56. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

CONAPO [2005], Índice de Marginación [<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indice2005.htm>: 19 de octubre de 2006].

Davenport, T. y L. Prusak [1998], *Working Knowledge*. Harvard Business School Press. Boston. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. *Intangible Capital* - N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod:0014)

[<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>: 13 de noviembre de 2007]

De canales, F., E. De Alvarado y E. Pineda [1991], *Metodología de la Investigación. Manual para el Desarrollo de Personal de Salud*. LIMUSA. México, D.F. 327 Pp.

Diccionario de la Real Academia Española; Vigésima Segunda Edición [En línea: <http://buscon.rae.es/draeI/>: 15 de Junio de 2008].

Domínguez, L. [2003], *La Regulación Jurídica de las Modalidades no Tradicionales del Turismo*. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 175-200. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Donaldo, J. [2003], *El Gran Pasivo del Sector: la Pobreza Rural. Estrategias y Medios Productivos para su Superación*. En: CEPAL [2003], *Desafíos y Oportunidades del Desarrollo Agropecuario Sustentable Centroamericano*. 71-100. [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/14316/Capitulo2-a.pdf>: 22 de Marzo de 2006].

Durston, J. [2000], *¿Qué es capital social comunitario?* Santiago de Chile: CEPAL (serie Políticas Sociales, núm. 38). 44 pp.

Encuesta Mundial de Valores [En línea: <http://www.worldvaluessurvey.org>: 29 Mayo de 2008]

Fayos-Solá, E. [1997], *Educación y formación en la Nueva Era del Turismo: la visión de la OMT*; en *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*, OMT. Madrid. Citado en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M. 2007. *El Capital Humano como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico. Cuadernos de Turismo*, n° 19. ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp>

geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf: 08 de noviembre de 2007]

Fernández, G., y A. Guzmán [2000], Cambios en el Espacio Rural. Alternativos del Turismo Rural y Cinegético en la Región Pampeana Argentina. Citado en: Domínguez, L. [2003], La Regulación Jurídica de las Modalidades no Tradicionales del Turismo. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 175-200. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Freiria, G. [2003], El Turismo Rural en la Alternativa Agraria Iberoamericana. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. *Desarrollo Rural y Turismo*. 23-30. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 181 Pp.

Fundación Este País [2004], México en el panorama educativo de la OCDE. Lecciones, avances y retos. Fundación Este País, Conocimiento Útil e Instituto Nacional para la Evaluación Educativa.

http://www.inee.edu.mx/images/stories/documentos_pdf/Publicaciones/Folletos/Fundacion_este_pais/s03-mex_panorama_educ_ocde.pdf: 03 marzo de 2008]

García, M. [2004], Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa en Intangible Capital, N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>: 13 de noviembre de 2007]

Giménez, G. [2005], La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe, en Revista de la CEPAL, no. 86. 2005. pp. 103-122

[<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>: 26 de noviembre de 2007]

Gleizes, J. [2000], El Capital Humano. [<http://multitudes.samizdat.net/spip.php?article312>: 08 de mayo de 2007]

Gobierno del Estado de Puebla, Municipios de Puebla, [http://www.emexico.gob.mx/work/EMM_1/Puebla/Mpios/21043a.htm: 06 de noviembre de 2007]

INEE [2007], PISA 2006 en México, Conclusiones. [http://www.inee.edu.mx/images/stories/documentos_pdf/Public

aciones/PISA2006/pisa_resumen_web.pdf PISA 2006: 31 de Marzo 2008]

INEGI [2004], Anuario Estadístico del Estado de Puebla, Edición 2004, [<http://www.inegi.gob.mx>: 06 de noviembre de 2007]

INEGI [2005], II Censo de Población y Vivienda [En línea] [<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/conteos/conteo2005/default.asp?c=6224>: 19 de octubre de 2006]

INEGI [2007], Anuario Estadístico del Estado de Puebla, Edición 2007, [<http://www.inegi.gob.mx>: 26 de octubre de 2007]

Jiménez, A. [2005], *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. Miguel Ángel Porrúa Editorial. Universidad del Caribe. México.

Juárez, J. y B. Ramírez [2007], “El Turismo Rural como Complemento al Desarrollo Territorial Rural en Zonas Indígenas de México”, *Scripta Nova*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de Abril de 2007, vol. XI, Núm 236. [<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-236.htm>: 8 de Mayo de 2007].

Latinobarómetro [2007], [En línea: <http://www.der.oas.org/INFORME%20LB%202007.pdf>: 28 de Mayo de 2008]

Laroche, M., M. MERETTE y G. Ruggeri [1999], On the concept and dimensions of human capital in a knowledge-based economy context, *Canadian Public Policy*, vol. 25, N° 1, 1999. Calgary, Alberta, Universidad de Calgary. Citado en Giménez, G., “La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe”, en *Revista de la CEPAL* no. 86. 2005. [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>: 26 de noviembre de 2007]

Lillo, A. [2007], *El Capital Humano como Estrategia Competitiva en el Sector Turístico Español* [http://www.uib.es/servei/sri/pdf/0607/07/IVPremi_resumenAida.pdf: 08 de noviembre de 2007]

Lillo, A., A. RAMÓN, y M. Sevilla [2007], *El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico*, en *Cuadernos de Turismo*, no. 19. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>: 08 de noviembre de 2007]

Meizen, R., M. DiGregorio y N. McCarthy [2004], Methods for studying collective action in rural development. *Agricultural Systems*, vol. 82. 197–214 Pp.

Mochón F. [2004], Economía y Turismo, Mc Graw Hill, Madrid. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M., “El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico”, en Cuadernos de Turismo, no. 19. 2007. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861 [http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf: 08 de noviembre de 2007]

Muñoz, F. [2003]. El turismo como producto objetivamente diferenciado: Aplicación de la microeconomía y la ingeniería a proyectos de Turismo Rural. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. *Turismo Rural y Economía Local*. 57-104 Pp. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 318 Pp.

OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos) [1999], Human Capital Investment. An International Comparison París. 1999. Citado en Giménez, G. “La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe”, en Revista de la CEPAL, no. 86, 2005, [http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf], 26 de noviembre de 2007]. Pp. 103 - 122.

Ordaz, J. [2007], México: capital humano e ingresos. Retornos a la educación, 1994-2005, en Serie Estudios y perspectivas, no. 90, México, CEPAL. Pp. 70 [http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/30255/Serie_90.pdf: 26 de Noviembre de 2007]

Padilla, C. [2003], Lo social en una economía del territorio para el turismo rural. Pp. 67 - 76. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. *Desarrollo Rural y Turismo*. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 181 Pp.

Padilla, R. y M. Juárez [2007], Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera, en Revista de la CEPAL, no.92. Agosto 2007, México, pp. 45 - 60. Unidad de Comercio Internacional e Industria, CEPAL, Sede Subregional en México.

Palomeque, F. [2001], El turismo en el Desarrollo Local y Regional. 109-140 Pp. En Luzón, J. y Dantaslé, N. (Coords.). *Desarrollo*

Reginal. 1ª Edición. Editorial Xarxa Temàtica MEDAMERICA. 395 Pp.

Pérez, E. [2001], Hacia una Nueva Visión de lo Rural. En: Giarracca, N. [comp]. ¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?. 17-29. Buenos Aires. [Libro en línea] [<http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/rural/rural.html>: 12 de Septiembre de 2006]

Pérez, G. [2003], Formación de Capital Humano Rural y su papel en el Crecimiento del Sector Agropecuario. Educación y Competitividad, en CEPAL “Desafíos y Oportunidades del Desarrollo Agropecuario Sustentable Centroamericano”, Pp. 167 - 200, [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/14316/Capitulo2-a.pdf>: 22 de Marzo de 2006]

Pérez, M. [2004], Manual del Turismo Sostenible. Ediciones Mundi-Prensa. 1ª Edición. Madrid, España. 288 Pp.

Putnam, R. [1993], Making democracy work: Civic traditions in Modern Italy. Princeton: Princeton University Press. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>: 17 de agosto de 2007]

Putnam, R. y B. Alone [2000], The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster, New York, p.19. Citado en Ablanado, I., M. Layton y A. Moreno, 2005. Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C [<http://www.reta.mx>: 21 de julio de 2007]

Rionda, L. [2006], Capital humano [<http://rionda.blogspot.com/2006/11/capital-humano-i.html>: 08 de noviembre de 2007]

SAGARPA [2004], Año agrícola; Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. [En Línea] [<http://www.sagarpa.gob.mx>: 23 de octubre de 2006].

Schejtman, A. y J. Berdegué [2004], Desarrollo Territorial Rural. Debates y temas Rurales Núm. 1. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, RIMISP [http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=870: 28 de Septiembre de 2006].

SECTUR [2004], Turismo Alternativo, Una Nueva Forma de hacer Turismo. Fascículo 1. Serie Turismo Alternativo. D.F. México. [Cd-rom].

SECTUR, Estado de Puebla [2007], Indicadores Básicos de la actividad turística en Puebla, Año 2007. [En línea: http://www.sectur.pue.gob.mx: 20 de Mayo de 2008]

Segrelles, J. [2000], “Desarrollo Rural y Agricultura: ¿Incompatibilidad o Complementariedad?”, *Agroalimentaria* núm. 11. México, pp. 85-95.

Sepúlveda, S., A. Rodríguez, R. Echeverri y S. Portilla. [2003], El enfoque territorial de desarrollo rural. -- San José, C.R. : IICA, 180 Pp.

Spagnolo, G. [1999], “Social relations and cooperation in organizations”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 38 (1999) 1-25. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm: 17 de agosto de 2007]

Uriel, E. y V. Monfor (Dir.) [2001], El sector turístico en España, Caja de Ahorros del Mediterráneo. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M., “El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico”, en *Cuadernos de Turismo*, no. 19. 2007. Pp. 47-69 ISSN: 1139-7861 [http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf], 08 de noviembre de 2007.

Vargas, J. [2004], Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm: 17 de agosto de 2007]

Veechiet, H. [2003], Recuperación de Estancias Argentinas como instrumentos de cambio. Citado en Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. Turismo Rural y Economía Local. Pp. 135-152, 2003. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México

Vera J., F. López., M. Marchena y S. Antón [1997], Análisis Territorial del Turismo. Editorial Ariel. Barcelona. España. 443 Pp.

Villareal, L. --- La importancia del proceso de capacitación al momento de implantar sistemas de información [http://www.monografias.com/trabajos29/importancia-capacitacion/importancia-capacitacion.shtml: 20 de noviembre de 2007]

Woocklock, M. [1998], "Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework", Theory and Society, Vol. 27, No. 2. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820.

Yamada, G. [2001], Reducción de la pobreza y fortalecimiento del capital social y la participación: La acción reciente del Banco Interamericano de Desarrollo. [http://www.mtas.es/Publica/revista/numeros/61/Est5.pdf: 07 de noviembre de 2007].

--- [2005], Mano Vuelta, Núm. 2, Universidad de la Ciudad de México, UCM, Plantel San Lorenzo Tezonco, Iztapalapa, México 19 Pp. [En línea: http://www.uacm.edu.mx/pdf/mano.pdf: 11 abril 2008]