



# XVI Congreso Internacional de la AMIT

TURISMO, GASTRONOMÍA Y VINO

## MEMORIAS DEL CONGRESO



## **Presentación**

El XVI Congreso Internacional de Investigación Turística se llevó a cabo del 28 al 30 de septiembre de 2022 en la pujante y estratégica ciudad de Tijuana. Es para la Academia Mexicana de Investigación Turística, uno de los eventos más esperados, después de haber sido pospuesto por dos años. Teniendo como sedes El Colegio de la Frontera Norte y la Universidad Autónoma de Baja California, el evento fue sin duda una fiesta académica.

La Organización Mundial del Turismo hizo un llamado a “Repensar el Turismo”, concepto aplicable a los trabajadores del sector turístico, a los propios turistas, así como a pequeñas empresas, grandes corporaciones y gobiernos. Para la academia, el “Repensar el Turismo”, nos obliga a reflexionar, a replantearnos lo que hacemos y cómo lo hacemos, nos insta a estudiar, a debatir, a investigar y crear nuevos paradigmas respecto del futuro del Turismo.

Por nuestras investigaciones y por la docencia, conocemos la contribución del turismo al desarrollo económico regional, a la educación y el empleo, su impacto en el planeta y el desafío que representa su crecimiento, pero de forma más sostenible y con un mayor compromiso social con las comunidades locales. También, debemos reconocer sus efectos adversos en el medio ambiente, en la profundización de las desigualdades sociales y del rezago urbano en los grandes destinos de México; por estas razones, “Repensar el Turismo”, es un postulado que asumimos e impulsaremos en AMIT.

Aun cuando la estadística oficial refiere que en México se ha recuperado el número de turistas después de la pandemia por Covid-19, también es cierto que los visitantes han diversificado su demanda, cada vez se buscan más experiencias de viaje, la gastronomía y el vino son -sin duda- detonantes de experiencias y una necesaria diversificación de la oferta, de ahí que el tema que nos convoca en la XVI edición del congreso de la AMIT, “Turismo, gastronomía y vino”, se encuentra inmerso en esta dinámica.

Conocidas desde la academia como enogastronomía o turismo agroalimentario, que nos

remite a los alimentos emblemáticos de una región, al proceso de transformación de estos desde el campo a la mesa, a los saberes y tradiciones que están detrás de los alimentos y que forman parte de la identidad de un territorio y que -además- enriquecen la mesa de los visitantes.

En los últimos 20 años la producción vinícola de México se ha incrementado de manera notable; al mismo tiempo, la demanda no solo ha crecido en términos de volumen, sino que también en exigencia de calidad. Con base en datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, en 2021, se produjeron 36 millones de litros de vino mismos que requirieron 73 mil toneladas de uva; en términos de empleo, la industria vitivinícola constituyó la segunda actividad que más empleos genera en el sector agrícola. En México se produce vino en 14 estados, entre los cuales, Baja California -nuestra sede- aporta el 70% de la oferta nacional, a partir de 170 productores y 4,270 hectáreas dedicadas a uva vinícola.

La gastronomía se ha convertido en una actividad estrechamente ligada al turismo. En 2017, La Organización Mundial de Turismo (OMT) señalaba que cuando una persona viaja destina, cuando menos, el 30% de su presupuesto en alimentos. En este mismo tenor, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) refiere que el 25% de los turistas consideran la comida al momento de decidir un destino, a la vez que un 58% se interesa en hacer un viaje gastronómico.

Sin duda, el turismo gastronómico se complementa al turismo cultural, por cuanto los turistas tienen la oportunidad de conocer costumbres, técnicas, historia culinaria e ingredientes de las regiones que visitan, a la vez que les permite experimentar vivencias culturales, estilos de vida del área y tradiciones culinarias.

Estas memorias contienen los trabajos de 118 ponencias elaboradas por 250 autores, provenientes de 53 Instituciones de Educación Superior y de Investigación de nuestro país, así como 9 ponentes internacionales que nos acompañan desde Estados Unidos,

Argentina, Colombia, España y Uruguay; mismos que se dividen en 10 mesas temáticas. De estas ponencias, el 30 por ciento corresponde a avances de tesis, lo que habla de que estamos avanzando en el estudio del fenómeno turístico a nivel nacional, y que serán ellas y ellos quienes lleven a cabo muchas de las reflexiones que -en espacios como este- se desarrollan.

La Academia Mexicana de Investigación Turística, en su décimo sexto congreso continúa avanzando en la construcción del conocimiento, la discusión y el impacto en la investigación relacionada con turismo en nuestro país.

Gracias por su participación en el XVI Congreso Internacional de Investigación Turística de la AMIT.

Dra. Karla Susana Barrón Arreola  
Presidenta

## **COMITÉ ORGANIZADOR**

Dra. Karla Susana Barrón Arreola  
Dra. Nora Leticia Bringas Rábago  
Dra. Martha Lobo Rodríguez  
Dr. Omar Ismael Ramírez Hernández

## **COMITÉ DE LOGÍSTICA**

Dra. Angélica Montaña Armendáriz  
Dr. Ario R. Estrada Gaxiola  
Dr. Isaac Cruz Estrada  
Dr. Ricardo Verján Quiñones  
Mtro. Alejandro Zazueta Valenzuela  
Chef Freddy Sánchez Dávila  
Lic. Carlos Vladimir Ruelas González

## **COMITÉ CIENTÍFICO**

Dra. Blanca Alejandra Camargo Ortega, Universidad de Monterrey  
Dr. Hazael Cerón Monroy, Universidad Anáhuac  
Dr. Onésimo Cuamea Velázquez, Universidad Autónoma de Baja California  
Dra. Isis Arlen Díaz Carrión, UABC, Universidad Autónoma de Baja California  
Dr. Jesús Ángel Enríquez Acosta, Unison, Universidad de Sonora  
Dra. María del Pilar Espeso-Molinero, Universidad de Alicante, España  
Dr. Héctor Favila, Universidad Autónoma del Estado de México  
Dr. Hugo Gaggioti, University of the West of England, Reino Unido  
Dr. Alfonso González Damián, Universidad de Quintana Roo-Cozumel  
Dr. Adrián Hernández Cordero, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa  
Dr. Ricardo Hernández Rojas, Universidad de Córdoba, España  
Dr. Carter Hunt, Pennsylvania State University, Estados Unidos  
Dr. Maxime Kieffer, Universidad Nacional Autónoma de México-Morelia  
Dra. Gemma Martínez Gayo, AlbaSud, España  
Dra. Flor Esthela Morton Rodríguez, Universidad de Monterrey  
Dr. Gerardo Novo, Universidad Autónoma del Estado de México  
Dra. Cristina Oehmichen Bazán, Universidad Nacional Autónoma de México  
Dra. Marisa Reyes Orta, Universidad Autónoma de Baja California  
Dra. Patricia Rivera, El Colegio de la Frontera Norte  
Dra. Ana Clara Rucci, Universidad Nacional de la Plata, Argentina  
Dr. Humberto Thomé Ortiz, Universidad Autónoma del Estado de México  
Dr. Djamel Toudert, El Colegio de la Frontera Norte  
Dra. Ana María Miranda Zavala, Universidad Autónoma de Baja California

## **CONSEJO DIRECTIVO DE LA AMIT 2021-2024**

Dra. Karla Susana Barrón Arreola, Presidenta

Dr. Omar Ismael Ramírez Hernández, Secretario

Dra. Ma. Angélica Montaña Armendáriz, Tesorera

Dr. Jesús Antonio Madera Pacheco, Primer vocal

Dra. Margarita de Abril Navarro Favela, Segundo vocal

Dra. Blanca Alejandra Camargo, Tercer vocal

Dr. Domingo Gómez López, Cuarto vocal

## Índice

|  |    |
|--|----|
| <b>Mesa 1: Turismo, gastronomía y vino</b>   | 1  |
| Metodología para la creación de experiencias turísticas sostenibles y competitivas en los viñedos del Estado de Querétaro  | 2  |
| El dulce de Alfeñique: producto representativo de la gastronomía tradicional de la ciudad de Toluca  | 3  |
| Evaluación de los atributos del destino y valor percibido en la experiencia del destino enoturístico ‘Valle de Guadalupe’  | 4  |
| Propuesta de maridaje de vinos mexicanos y cocina de Chiapas   | 5  |
| Enoturismo, competitividad y cadena de valor: la ruta del vino en Chihuahua como estrategia para el desarrollo territorial   | 6  |
| Medición de la calidad en el servicio de alimentos y bebidas en restaurantes de hoteles a partir de evaluar la experiencia gastronómica post-covid, en Mazatlán, Sinaloa           | 7  |
| Desigualdades gastronómicas, turismo y precariedad alimentaria en un destino insular del Caribe mexicano   | 8  |
| Tangibilizando lo intangible: Desarrollo de la marca gastronómica de Nuevo León  | 9  |
| Turismo y Gastronomía en los pueblos mágicos: Caso Isla de Mexcaltitán de Uribe, Nayarit   | 10 |
| El mercado orgánico de Mazatlán: retos y desafíos de la conceptualización del turismo gastronómico en un marco de migración transnacional  | 11 |
| Reseñas en línea antes y durante la pandemia de COVID 19: Impactos de la calidad gastronómica, la satisfacción e intenciones en el rating y score de sentimientos del comensal     | 12 |
| Las experiencias relacionadas al vino, ofertadas en Airbnb, en las ciudades patrimoniales de México  | 13 |
| Denominación de origen del mezcal en el estado de Guanajuato, una fortaleza turística  | 15 |
| Evolución del Perfil del Visitante a las Vendimias en Guanajuato. Análisis comparativo 2014-2018   | 16 |
| Bebida tradicional “chicha” de la cultura Me’phaa de la comunidad de Melinaltepec, Guerrero, México.   | 17 |
| Turismo gastronómico en Áreas Naturales Protegidas de México: el caso de la Reserva Ecológica de Cuxtal, Yucatán   | 18 |
| <b>Mesa 2: Turismo sustentable, cambio climático y aspectos ambientales del turismo</b>  | 19 |
| Análisis de los recursos turísticos naturales y culturales: un estudio con posibilidades para el desarrollo del turismo sustentable en el municipio de Compostela, Nayarit; México | 20 |
| Atlas de identificación de recursos turísticos potenciales del municipio de Apan, Hidalgo, herramienta de diagnóstico para la gestión de turismo sostenible.                       | 21 |
| La gentrificación por turismo en el Pueblo Mágico de San Sebastián del oeste, Jalisco, México  | 22 |
| Riesgos socioambientales del Turismo en Tepoztlán, Morelos   | 23 |

|  |    |
|--|----|
| Gestión del turismo en las Reservas de la Biosfera de Quintana Roo con base a los Objetivos de Desarrollo Sostenible                                   | 24 |
| El tren maya en México como proyecto turístico sustentable: Contradicciones crecientes   | 25 |
| El impacto económico y ambiental del turismo de segundas residencias. Análisis de la información disponible y vacíos. El caso de Cabo Polonio, Uruguay | 26 |
| La protección de especies en peligro de extinción como tendencia emergente del turismo alternativo en la selva en Chiapas, México                      | 27 |
| Conciencia sustentable entre habitantes de una localidad turística costera   | 28 |
| ¿Manchas en el turismo con Jaguares? Una revisión sistemática de estudios de impacto en América Latina   | 29 |
| Turismo sustentable como estrategia para impulsar la sustentabilidad en el parque estatal "Santuario del Agua Valle de Bravo"                          | 30 |
| Manglares en transición. La gestión de espacios comunitarios bajo la influencia de turismo y las políticas de conservación en México                   | 31 |
| La conciencia ambiental en estudiantes de turismo como base del turismo sustentable en la Bahía de Banderas  | 32 |
| Desarrollo local, conservación y ecoturismo en el área natural protegida "Santuario el Verde Camacho", Sinaloa   | 33 |
| Expectativas y realidades sobre la observación de ballenas en la Bahía de Banderas   | 34 |
| La gobernanza del turismo en la región Sierra de Amula, Jalisco, México  | 35 |
| Turismo alternativo como estrategia de conservación en los bosques de alta montaña del centro de México  | 36 |
| <b>Mesa 3: Mercadotecnia, competitividad e innovación del turismo</b>  | 37 |
| La Innovación Institucional en el Turismo: una aproximación al estado del conocimiento   | 38 |
| Aproximaciones a la competitividad de los Pueblos Mágicos de Chiapas. El caso de Palenque  | 39 |
| Sistema de gestión inteligente en las empresas turísticas. Caso Los Cabos, México  | 40 |
| Autocongruencia con personalidad de la marca destino, percepción de riesgo, e intenciones de viaje: Estudio en dos destinos del Caribe Mexicano.       | 41 |
| Modelo de innovación para determinar la competitividad del producto turístico Pueblos Mágicos del estado de Hidalgo                                    | 42 |
| La innovación como factor de revalorización y posicionamiento del sector artesanal: caso Amealco, Querétaro"   | 43 |
| Aproximación al estudio de la cultura organizacional predominante en las micro y pequeñas empresas turísticas de Cancún, México                        | 44 |
| Propuesta metodológica para evaluar la experiencia turística en Tabasco, México  | 45 |

|   |    |
|---|----|
| El uso del marketing digital como herramienta tecnológica efectiva, para reactivar el turismo en Nayarit  | 46 |
| Factores tecnológicos para implementar la gestión inteligente de las playas desde la percepción de los visitantes de Rosarito, Baja California                                      | 47 |
| Análisis de la competitividad del turismo de reuniones de Mazatlán, Sinaloa. Propuesta de estrategias de innovación   | 48 |
| El estudio del Ciclo de Vida del Área Turística. Una revisión 42 años después del Modelo de Butler  | 49 |
| Estudio de la Imagen de Destino Digital a partir de la experimentación con un método de inteligencia artificial. El caso de México  | 50 |
| Factores determinantes para el desarrollo de la Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México, como Destino Turístico Inteligente   | 51 |
| La Calidad Cualitativa como propuesta para la satisfacción de ‘El Cliente-Turista’  | 52 |
| Entre plata y mariposas. El marketing turístico del patrimonio  | 53 |
| Clima e igualdad laboral como elementos para la competitividad de empresas de hospedaje temporal en México  | 54 |
| Caracterización del trabajo familiar en unidades económicas de Pueblos Mágicos  | 55 |
| La ingeniería de menú como herramienta para la toma de decisiones en empresas del sector restaurantero  | 56 |
| El perfil del consumidor de vinos de Baja California y su papel como impulsor de oportunidades en Baja California   | 57 |
| Perfil y nivel satisfacción del visitante en el Pueblo Mágico de Todos Santos, Baja California Sur (BCS), México  | 58 |
| <b>Mesa 4: Turismo cultural, patrimonio e imaginarios</b>   | 59 |
| Rescatando la Identidad de las Haciendas Pulqueras para Potencializar el Turismo Cultural en el municipio de Apan, México   | 60 |
| El paisaje cultural liminal y los símbolos en torno a la muerte. Un análisis de las Ofrendas Monumentales en Huaquechula, Puebla  | 61 |
| Patrimonio cultural, turismo e imaginarios. Puesta en valor del patrimonio en Ures, Sonora (México) y valoraciones de la actividad turística desde la perspectiva de los visitantes | 62 |
| Plataformas sociodigitales e Imaginarios de espacios patrimoniales  | 63 |
| Complementariedad espacial de la dinámica turística de los Pueblos Mágicos de Zacatlán y Chignahuapan, Puebla   | 64 |
| Identidad e incidencia. La cocina y el Patrimonio gastronómico en Nayarit, México   | 65 |
| Recuperación de recetas tradicionales como herramienta de conservación cultural en el estado de Nayarit, México   | 66 |
| Percepción del aporte del Programa Pueblos Mágicos al desarrollo local: Caso Dolores Hidalgo Gto.   | 67 |

|   |           |
|---|-----------|
| Elitización y gourmetización de la gastronomía del chiltepín en Cuetzalan del Progreso, tras la denominación de Pueblo Mágico   | 68        |
| Análisis socio-espacial de la población indígena en San Cristóbal de las casas. Un acercamiento desde la dialéctica del espacio social  | 69        |
| Las experiencias del turismo cultural en Mazatlán, Sinaloa, México  | 70        |
| Los impactos turísticos de la festividad de “los apaches” en Tejupilco, Estado de México  | 71        |
| <b>Mesa 5: Urbanismo e impactos socio territoriales del turismo</b>   | <b>72</b> |
| Turismo y transformaciones del Espacio Público: impactos en las Identidades y el Paisaje en la ciudad de Mazatlán   | 73        |
| Privatización de la tierra de propiedad social: Efectos sociales en las localidades receptoras de enclaves turísticos   | 74        |
| Ciudad turística y mercantilización en la era neoliberal los destinos turísticos de Guanajuato y San Miguel de Allende  | 75        |
| Turismo y precariedad: La configuración del territorio en la Riviera Nayarit (2008 - 2021)  | 76        |
| Infraestructura carretera desarrollo local y turismo en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa  | 77        |
| Evolución de un destino turístico desde el enfoque de la dependencia de la trayectoria (Path Dependence)  | 78        |
| Sostenibilidad de la costa de Jalisco y Nayarit como destino turístico. Una aproximación desde la geografía económica evolutiva   | 79        |
| Análisis de las zonas de asentamientos irregulares desde la perspectiva de la pobreza para una mejor comprensión de la segregación por localización en Cancún, Benito Juárez, Quintana Roo. | 80        |
| Del turismo y la recreación a la dinámica residencial en Ajijic, Jalisco. Propuesta de análisis multicriterio   | 81        |
| El Paseo Fray Antonio Alcalde. Dinámicas de activación turístico patrimonial y su efecto en el paisaje urbano   | 82        |
| Percepción de los Turistas de Puerto Vallarta sobre el aporte de la naturaleza, el turismo y las TIC a la Inteligencia Territorial  | 83        |
| Influencia de la autopista Durango-Mazatlán en la revitalización de la actividad turística de Mazatlán, Sinaloa (1970-2018)   | 84        |
| Explicación del clima organizacional a partir de la capacitación, experiencia personal e igualdad. Un estudio empírico en empresas hoteleras de México                                      | 85        |
| Malinalco: turismo y gentrificación   | 86        |
| Viñedos en contienda: El enoturismo y la vitivinicultura en el Valle de Guadalupe. Análisis desde las redes de confianza  | 87        |
| Efecto del Programa Pueblos Mágicos en la caracterización de los emprendimientos  | 88        |
| Análisis del nivel de irritabilidad de la población local en torno a la Feria Nacional del Queso y el Vino en Tequisquiapan   | 89        |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Mesa 6: Bases epistemológicas y teóricas en el estudio del turismo</b>  | 90  |
| Análisis conceptual del Turismo Inclusivo desde la Teoría Crítica  | 91  |
| Turismo deportivo: una revisión teórico-metodológica de estudios en Latinoamérica  | 92  |
| Nuevas Ruralidades y Nueva Ruralidad en el estudio del Turismo Rural   | 93  |
| <b>Mesa 7: Impactos y escenarios futuros del COVID-19 en turismo</b>   | 94  |
| El impacto de la Covid-19 en las condiciones de trabajo en el sector turístico de Puerto Vallarta  | 95  |
| Turismo Sostenible a partir del modelo de Responsabilidad Social Empresarial: caso de estudio en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit 2020-2022          | 96  |
| Factores económicos que influyen en la recepción de visitantes provenientes de Estados Unidos de América hacia México  | 97  |
| <b>Mesa 8: Turismo y género</b>  | 98  |
| Condiciones laborales de las mujeres indígenas en el turismo: Un análisis comparativo en destinos turísticos de Chiapas, México                                | 99  |
| El Género: una visión desde 4 Áreas Naturales Protegidas de México   | 100 |
| El techo de cristal, una revisión sobre la participación de la mujer en el sector hotelero en la última década 2012-2022                                       | 101 |
| La producción artesanal de las mujeres indígenas y su articulación al turismo en Zinacatán, Chiapas  | 102 |
| Factores que influyen en el ingreso salarial de las mujeres que laboran en el sector turístico de México   | 103 |
| Somos mujeres, indígenas y migrantes: la resignificación de la pertenencia étnica durante el proceso de inserción laboral en la industria turística            | 104 |
| Empleo en el sector turístico y vulnerabilidad a la lactancia en Riviera Maya  | 105 |
| Análisis del Clima Organizacional y la Igualdad Sustantiva del personal de la zona hotelera de Los Cabos, Baja California Sur                                  | 106 |
| La mujer rural: la ruta de Café en el municipio de Xalisco, Nayarit  | 107 |
| <b>Mesa 9: Tendencias emergentes en turismo (turismo de salud, inclusivo, oscuro)</b>  | 108 |
| Caracterización del turismo médico transfronterizo en Ciudad Juárez motivado por la crisis derivada del COVID-19   | 109 |
| Los mecanismos de mercantilización en la proliferación de las formas diversificadas de atención: El turismo de salud en Mazatlán, Sinaloa                      | 110 |
| Perspectivas de la formación profesional en turismo a nivel posgrado en México   | 111 |
| Turismo LGBT: estudios y perspectivas del fenómeno social, económico y político  | 112 |
| <b>Mesa 10: Turismo rural, agroturismo y/o turismo comunitario</b>   | 113 |
| El turismo rural asociado con representaciones socioculturales, patrimonio natural y el desarrollo comunitario. Estudio en localidades de Ures, Sonora, México | 114 |

|  |     |
|--|-----|
| Enoturismo en Parras, Coahuila: Estado del arte  | 115 |
| Ecoturismo como estrategia de conservación ambiental y bienestar social en la Reserva de la Biósfera Sierra de Huautla, Morelos, México                          | 116 |
| Economía social y estrategias de organización de comunidades rurales del norte de Quintana Roo para un turismo comunitario                                       | 117 |
| Turismo comunitario: El impacto sustentable del museo del Jaguar en Cabazán, San Ignacio, Sinaloa  | 118 |
| Integración competitiva de los emprendimientos sociales turísticos mediante un sistema de gestión organizacional. Caso El Jorullo en Puerto Vallarta, Jalisco    | 119 |
| Turismo rural como factor dinamizador de desarrollo sustentable en la localidad de Bellavista, municipio de Tepic, Nayarit                                       | 120 |
| Un acercamiento a la Discusión Teórica Conceptual sobre Inteligencia territorial, emprendimientos sociales turísticos y calidad de vida                          | 121 |
| Gestión de los bienes comunes como alternativa para el desarrollo local basado en el turismo comunitario de la zona serrana del municipio de Concordia, Sinaloa  | 122 |
| El turismo comunitario urbano, una perspectiva crítica para la investigación del desarrollo local y los estudios del turismo                                     | 123 |
| Turismo rural como factor de desarrollo. Sendero interpretativo para la localidad de Cacao, Quintana Roo   | 124 |
| Experiencias gastronómicas en la comunidad indígena Matlatzinca de San Francisco Oxtotilpan, Estado de México  | 125 |
| Diagnóstico exploratorio de los recursos y capacidades en los servicios de hospedaje en la ruta Misticismo Maya en el municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo | 126 |
| Los festivales como dinamizadores del turismo y del desarrollo local   | 127 |

## **Mesa 1: Turismo, gastronomía y vino**

## **Metodología para la creación de experiencias turísticas sostenibles y competitivas en los viñedos del Estado de Querétaro**

**Paola Echeverría Navarro**

pecheverria04@alumnos.uaq.mx

*Universidad Autónoma de Querétaro*

**Driselda Patricia Sánchez Aguirre**

driselda@geografia.unam.mx

*Universidad Nacional Autónoma de México.*

El enoturismo es una actividad que apoya el desarrollo de una región (Correira & Brito, 2016) y dentro de esta actividad se pueden desarrollar experiencias turísticas innovadoras y sostenibles, que contribuyan a la competitividad del destino. La presente investigación tiene por objetivo proponer una metodología de experiencias enoturísticas sostenibles que aporten valor a la competitividad de las bodegas en el estado de Querétaro. Para lograr esto, el método utilizado consistió en: a) revisión teórica y comparación de modelos de competitividad que incluyen los conceptos de sostenibilidad, competitividad y experiencia turística; b) análisis comparativo de manuales y guías utilizados para el diseño de experiencias turísticas, estos fueron i) Manual de Diseño de Experiencias Turísticas, creado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; ii) Manual de Diseño de Experiencias Turísticas para el Programa Estratégico Regional de Turismo “Descubre Tamarugal”, también del gobierno de Chile en colaboración con otras organizaciones; y iii) Guía para el diseño de experiencias turísticas, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú; c) web scraping de sitios web (Facebook, TripAdvisor y comentarios de Google) de las bodegas de Querétaro para conocer cuáles son los elementos de una experiencia que permanecen en la memoria de los turistas después de su visita a una bodega; d) con los resultados de la etapa anterior, se realizó un cuestionario a clientes potenciales del enoturismo con la finalidad de obtener un perfil demográfico, opinión y preferencias ante diferentes elementos que pueden integrar una experiencia turística; e) Los resultados del cuestionario se analizaron con base en un análisis cojoint. Con base en los resultados obtenidos se propone una metodología que permite desarrollar experiencias turísticas sostenibles y competitivas, basada en nuestras principales conclusiones:

i) los turistas están interesados en consumir productos y servicios más sostenibles; ii) existe una relación entre oferta de experiencias turísticas con la competitividad del destino, hablando del caso del estado de Querétaro; iii) la competitividad de un destino se puede medir a través de una serie de variables que engloban aspectos de sostenibilidad y oferta turística, la cual debe de ser innovadora y adaptable a los diferentes segmentos del mercado, buscando contribuir de forma sostenible a la rentabilidad del destino a largo plazo; iv) el diseño de experiencias debe de incluir como base un producto auténtico y de calidad enfocado a las necesidades del turista, y este producto debe ser complementado con un servicio profesional (personal capacitado), hospitalidad local, relatos o historias que permitan conocer más sobre el producto, servicio y el entorno, elementos de infraestructura y paisaje, y sobre todo debe incluir elementos que permitan vincular al visitantes con el entorno y la población local; y v) las experiencias turísticas tienen mayor impacto y se quedan grabadas en la memoria del turista, cuando éstas le permiten involucrarse más en la actividad que se desarrolla, son innovadoras y sostenibles.

Palabras clave: Enoturismo, sostenibilidad, competitividad, experiencias turísticas, Querétaro.

## **El dulce de Alfeñique: producto representativo de la gastronomía tradicional de la ciudad de Toluca**

**María Guadalupe García Reyes**

guadalupeg1209@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México.*

**Yanelli Daniela Palmas Castrejón**

ypalmasc@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México.*

**Alejandro Delgado Cruz**

adelgadoc@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México.*

En México se cuenta con diversidad gastronómica reconocida a nivel internacional gracias a la declaratoria de patrimonio cultural inmaterial de la humanidad otorgada por la UNESCO desde 2010. La cocina mexicana posee un mestizaje representado por diferentes sabores, que surgen a partir de los procesos de conquista y que, gracias a la combinación de ingredientes mesoamericanos con alimentos del viejo mundo (como el azúcar) dan origen a la producción de una amplia gama de postres y dulces tradicionales que deben ser preservados por sus saberes y técnicas ancestrales de elaboración.

Partiendo de una investigación documental generada con revisión de literatura especializada a través bases científicas, se identificó que en la ciudad de Toluca se producen dulces tradicionales de leche y de alfeñique; este último de origen árabe que en su preparación tiene como base una técnica que se ha desarrollado desde el siglo XIX, la cual consta de la mezcla de azúcar glass con otros insumos que dan como resultado una pasta moldeable, la cual con el uso de molde permiten la elaboración de figuras representativas del día de muertos. Así mismo, se reconoce que se practican diferentes formas de elaboración y estas técnicas de producción han sido transmitidas de generación en generación, logrando incluso ser reconocido como elemento identitario del municipio mexiquense.

Finalmente se reconoce que al contar con un espacio específico denominado “Feria del Alfeñique” donde se oferta en el mercado, se requiere la implementación de estrategias competitivas razón por la cual se propone un modelo de estrategia clúster con el cual se pueda revalorar, posicionar y comercializar el alfeñique procurando potencializar su competencia frente a productos industrializados o producidos de forma estandarizada, concluyendo por tanto que se trata de un alimento con potencial para la implementación de estrategias que permitan obtener reconocimiento a nivel internacional como elemento representativo de la cultura gastronómica tradicional del municipio de Toluca, Estado de México.

Palabras clave: Gastronomía, dulce, alfeñique, tradición, clúster.

## **Evaluación de los atributos del destino y valor percibido en la experiencia del destino enoturístico ‘Valle de Guadalupe’**

**Lino Meraz**

lino.meraz@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Judith Cavazos Arroyo**

judith.cavazos@upaep.mx

*Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla*

**Laura Alicia Beyliss Cortez**

beyliss@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

Varios países emergentes están desarrollando una industria enoturística (Figuroa y Rotarou, 2018; Joy et al., 2018). No obstante, aún son escasas las investigaciones que refieren al valor de marca y la experiencia del turista para recomendar el destino en estos países. Por ejemplo, en México se ha estudiado la imagen de marca de la cerveza (Ríos y Salazar, 2018), pero aún no hay estudios de referencia sobre la zona vitivinícola de Baja California, y en específico del Valle de Guadalupe. Por lo anterior, resulta importante contar con investigaciones empíricas que brinden aporte al conocimiento en el marketing estratégico que favorezca la comprensión del tema para especialistas, académicos y empresarios del destino enoturístico. Así, el objetivo de este artículo consistió en evaluar el impacto del valor de marca y los atributos del destino enoturístico ‘Valle de Guadalupe’ (en Baja California, México) sobre el valor percibido en la experiencia del destino, y el efecto de este sobre la intención de recomendar y visitar el propio destino.

El valor de la marca de destino se genera a través de percepciones positivas de los visitantes que conllevan la revisita al lugar y la recomendación boca-oreja para la atracción de turistas (Fernández et al., 2011). Desde la perspectiva de la imagen, el valor de marca del destino turístico considera la marca del destino como una adición al producto que incluye diversos activos y pasivos funcionales y emocionales (Quintal et al., 2014). Para Aaker (1991) es un constructo de alto orden con cinco categorías: reconocimiento de la marca, lealtad a la marca, valor percibido de la marca, calidad percibida de la marca, e imagen de la marca. La lealtad a la marca se considera un componente conductual, mientras el resto son perceptuales (Kim et al., 2009). Varias investigaciones han aplicado este modelo o sus adaptaciones en estudios sobre destinos turísticos (Boo et al., 2009) y enoturísticos (Gómez y Molina, 2013). Los gestores de destino deben considerar ciertos elementos al evaluar un destino turístico, por ejemplo, el valor funcional, el valor social y el valor epistémico, ya que constituyen determinantes importantes básicos para atraer turistas a un destino (Johann, 2014). Por lo anterior, es posible suponer que:

H1: el valor de marca del destino influye positivamente sobre el valor percibido en la experiencia en el destino enoturístico.

H2: la evaluación de los atributos del destino influye positivamente sobre el valor percibido en la experiencia en el destino enoturístico.

H3: El valor percibido en la experiencia en el destino influye positivamente sobre la intención de regresar al destino enoturístico.

H4: El valor percibido en la experiencia en el destino influye positivamente sobre la intención de recomendar el destino enoturístico.

H5: La intención de regresar al destino enoturístico influye positivamente sobre la intención de recomendarlo.

Se realizó una investigación cuantitativa, explicativa, no experimental y transversal. La población de estudio se definió como turistas mexicanos que visitaron viñedos del Valle de Guadalupe en Baja California, entre marzo y agosto de 2018. Las respuestas se recopilaron a través de una encuesta personal aplicada a través de un muestreo de conveniencia a 300 turistas en el Valle de Guadalupe. Los principales resultados indicaron que el valor de marca del destino influye positivamente sobre el valor percibido en la experiencia en el destino, comprobándose sucesivamente las hipótesis propuestas en esta investigación. Finalmente, se concluye que el valor de marca y los atributos de un destino enoturístico influyen positivamente sobre el valor percibido en la experiencia del destino, lo cual se ve reflejado directamente en la intención de recomendar y visitar el destino del Valle de Guadalupe.

Palabras clave: Valor de marca, Intención de recomendar, Destino enoturístico, Valle de Guadalupe.

## Propuesta de maridaje de vinos mexicanos y cocina de Chiapas

**Verónica Lagunés Quevedo**

veronica.lagunes@unicach.mx

*Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas*

**Marcos Gabriel Molina López**

marcos.molina@unicach.mx

*Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas*

**Lurline Álvarez Rateike**

lurline.alvarez@unicach.mx

*Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas*

La presente investigación se desprende de la línea de investigación de fermentados y el uso de las tecnologías en la gastronomía adscrita a la Facultad de Ciencias de la Nutrición y Alimentos de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas con la participación de los Grupos de Investigación Multidisciplinarios Educación, Cultura e Innovación Gastronómica y Patrimonio Gastronómico y Sociocultural de la Alimentación.

El estudio que se presenta se basa en una propuesta de maridaje de vinos mexicanos y la cocina chiapaneca. Su objetivo es determinar el conocimiento y frecuencia de consumo de vinos mexicanos para crear una propuesta de maridaje de cocina chiapaneca con base en la cultura alimentaria de sus consumidores. La fundamentación teórica versa sobre la historia de vino a nivel mundial y conceptos básicos como son: vino, vitivinicultura, enología, varietales y la clasificación de los vinos por sus características, color y azúcar; así como una breve historia del vino en México, zonas vitivinícolas, cepas de México, maridaje, comida y los vinos, sintonía gustativa y cocina de Chiapas.

El diseño metodológico es con un enfoque mixto con diseño secuencial cuantitativo/cualitativo donde se aplicaron encuestas para su análisis cuantitativo y como parte del resultado cualitativo se presenta la propuesta de vinos mexicanos con la cocina chiapaneca. Los principales resultados de esta indagación resaltan que el 73.3% de la población participante cuenta con conocimientos básicos sobre el vino, el 32.7% consume esta bebida frecuentemente y el 67.3% argumenta que no consume debido a la falta de recursos económicos, falta de información sobre el vino, plantean que no forma parte de su cultura familiar y porque son caros. Otro dato relevante es que el país de origen del vino de su preferencia es España. Así también, la población encuestada expresa que las bodegas de vino mexicano más identificadas son: La Cetto, Casa Madero, Santo Tomás, Bibayoff, Casa de piedra, Monte Xanic, Freixenet y La Redonda. Respecto a la opinión que se tiene sobre los vinos mexicanos, se descubrió que para el 79.2% es buena.

En cuanto a la frecuencia de consumo de vino se encontró que el 38.6% de personas encuestadas lo consume solo en ocasiones especiales. Con respecto al maridaje de cocina mexicana con vino, el 56.4% destaca que conoce acerca de su existencia o ha participado en alguno; el 43.6% indicó que no. Así también, es significativo mencionar que el 3.9% de encuestados exteriorizó no saber qué es o en qué consiste el maridaje, a la vez que se confirmó que el 96.1% restante lo identifica como la combinación armónica de un alimento con una bebida, para este caso el vino.

A partir de los datos cuantitativos se genera la propuesta de maridaje de vinos mexicanos recomendados la cual aborda el alimento, vino recomendado y la sintonía distribuidos de la siguiente manera: seis quesos (quesillo, cotija, de Ocosingo o de bola, botanero, queso Chiapas y corazón de mantequilla), tres embutidos (longaniza coleta, chorizo coleteo y butifarra), siete botanas chiapanecas e insectos comestibles (tortitas de macabil, tostada de camarón seco, tinga de pollo, costillitas fritas, satz, nucú, chapulines); seis tamales (de bola, de chipilín, de camarón seco, de mole, toro pinto y piete), tres platos fuertes (cochito, tasajo con pepita y carne asada) y por último ocho dulces típicos (chilacayote cristalizado, dulce de camote, dulce de cacahuate, pan coleteo, chimbo, pan de elote, durazno pasa, durazno pasa con queso corazón de mantequilla).

Se concluye que la cultura del vino en Chiapas se ha ido adoptando a partir de procesos formativos de estudiantes que cursan licenciaturas relacionadas con la gastronomía y la alimentación; además de que han proliferado establecimientos que en su oferta de alimentos han incorporado los vinos como opción de consumo. La inclusión de especialistas en la guía permite que su implementación sea sustentada con base en criterios bien determinados.

Palabras clave: Vinos, consumo, maridaje, alimentación, cocina.

## **Enoturismo, competitividad y cadena de valor: la ruta del vino en Chihuahua como estrategia para el desarrollo territorial**

**Ingrid Michelle Florentino Campos**

michelleflorentinocampos@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Irais González Domínguez**

igonzalezdo@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Humberto Thomé Ortiz**

humbertothome@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

El documento tiene como objetivo desarrollar una propuesta de ruta enoturística como estrategia de diversificación de la oferta turística de Chihuahua, México. El trabajo se desarrolla desde la perspectiva de la activación territorial, basada en un enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). Con ello se busca explorar alternativas de desarrollo local basadas en los recursos endógenos de las comunidades involucradas. La propuesta se integra por cuatro circuitos que conforman la Ruta del Vino, ubicados en el municipio de Chihuahua, Santa Isabel, Delicias y Casas Grandes. Espacios que ostentan un importante patrimonio enogastronómico susceptible de ser articulado con diversos recursos naturales y culturales para su aprovechamiento turístico. Se observa que la turistificación del patrimonio vitivinícola presenta retos y oportunidades de cara a una reestructuración productiva del territorio.

### 1. Descripción del tema abordado

Los elementos patrimoniales y las manifestaciones culturales de un territorio han sido utilizados como atractivos y recursos turísticos por su capacidad para atraer visitantes a un sitio. Los productos alimentarios al contar con densidad cultural generan interés en las personas para conocer, degustar, apreciar y desarrollar actividades recreativas en torno a ellos. Se estima que el 30% del gasto turístico internacional corresponde a alimentos y bebidas (Secretaría de Turismo, 2016).

En este sentido, los alimentos son fundamentales en la oferta turística de los destinos, considerados durante mucho tiempo como un componente complementario. Sin embargo, han logrado posicionarse como atractivos y recursos turísticos principales, a través de diferentes tipologías del turismo, específicamente aquellas modalidades del turismo que según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), corresponde a los viajes realizados para experimentar nuevas comidas y bebidas emblemáticas de una región, el conocer los ingredientes, su origen e incluso aprender a prepararlos (Secretaría de Turismo, 2012).

La vitivinicultura mexicana se ha convertido en una actividad con potencial turístico debido a los factores históricos, gastronómicos y paisajísticos que enmarcan las regiones donde se produce vino. El turismo enológico o turismo del vino ha tomado fuerza en nuestro país, pese a ser una modalidad relativamente nueva en contraste con países del viejo continente que cuentan con mayor experiencia en este rubro. Muestra de lo anterior, son las rutas enfocadas al mundo del vino, las cuales son destinadas a: especialistas, conocedores, entusiastas o personas con interés en experiencias innovadoras, que abarcan la visitas a bodegas, viñedos, degustación de vino o maridajes. De acuerdo con lo anterior es posible incluir al turismo enológico dentro de la modalidad del turismo experiencial (Bruwer & Alant, 2009).

En este sentido, la industria vitivinícola mexicana representa una oportunidad para hacer de México un país con vinos de calidad. Actualmente, Chihuahua es el quinto productor de vino a nivel nacional, donde se hacen presentes las firmas Casa Chávez, Bodegas Pinesque, Viñedo tres Ríos, Cavall 7, entre otros que suman cerca de 20 casas vitivinícolas. Los viñedos se concentran en el municipio de Chihuahua, Ciudad Delicias, Casas Grandes y Ciudad Juárez.

El presente tiene como objetivo delinear las pautas para el diseño de una ruta enoturística en el estado de Chihuahua como alternativa para la diversificación de la oferta del territorio. Para ello el documento se estructura con un apartado introductorio en el que se presenta la relación entre patrimonio, turismo y vino a través de una revisión conceptual, lo cual permite caracterizar de mejor manera el surgimiento de tipologías donde los elementos alimentarios se convierten en la razón principal del viaje.

Palabras clave: Turismo enológico, rutas alimentarias, Chihuahua, desarrollo territorial, patrimonio enogastronómico.

## **Medición de la calidad en el servicio de alimentos y bebidas en restaurantes de hoteles a partir de evaluar la experiencia gastronómica post-covid, en Mazatlán, Sinaloa**

**Emmanuel Bañuelos Murillo**

emmanuel\_banuelos@uas.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Occidente*

**Silvestre Flores Gamboa**

silvestre.flores@uadeo.mx  
*Universidad Autónoma de Occidente*

Medición de la calidad en el servicio de alimentos y bebidas en restaurantes de hoteles a partir de evaluar la experiencia gastronómica post-covid, en Mazatlán, Sinaloa.

El presente resumen es derivado del protocolo de investigación del autor principal quien se encuentra inscrito en el programa del Doctorado en Gestión del Turismo de la Universidad Autónoma de Occidente por lo que se presenta la contextualización del problema identificado, objetivos de investigación y metodología para su desarrollo a partir de una revisión bibliográfica.

La calidad del servicio se ha estudiado desde la época de los años setenta a partir de identificar sus dimensiones y medirlas, lo cual ha resultado en el diseño y creación de diversos modelos de evaluación. No obstante, la experiencia gastronómica ha sufrido cambios a partir de la globalización, y claramente en el escenario post-covid. De esta manera, hasta el momento son casi nulos los modelos que midan la calidad del servicio a partir de la evaluación de la experiencia gastronómica en escenarios posteriores a la pandemia, por consiguiente, la creación de un nuevo modelo que apoye la reactivación de la actividad turística es de pertinencia actual.

El reconocer las preferencias de los comensales de manera holística, y mantener una postura de continuo monitoreo de estas, son elementos básicos que los restaurantes deben de tener en cuenta para ser exitosos en los tiempos actuales.

Los estudios demuestran que, debe de haber una relación armónica entre los indicadores de la satisfacción del cliente, como la calidad del servicio, la calidad del producto, la higiene, el ambiente, la amabilidad de los empleados, y los precios, para cumplir con sus preferencias. De esta forma es que, desde la perspectiva de diversos autores, los estudios de la importancia de las prácticas de calidad dentro de la actividad turística han aumentado en los últimos años, por lo que el aplicarlas al sector hotelero es una de las estrategias más benéficas, pues los restaurantes, son de las unidades que cuenta con mayor relevancia y beneficio para el incremento de la actividad turística.

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar una metodología para la creación de un modelo de evaluación de la experiencia gastronómica, y explicar las consecuencias de la aplicación de este en la ciudad de Mazatlán, usando una combinación de enfoques cuantitativo y cualitativo, el modelo ELECTRIC-III, el método Dolphi, y la utilización de grupos focales. Con esto, se discute la implicación de la metodología, y se reflexiona sobre las formas de cómo debe de ser abordada para contribuir a la mejora continua de la calidad en el servicio a nivel local, y al mismo tiempo se motiva su posterior aplicación a otras ciudades y regiones de interés.

Finalmente, la hipótesis expone que, la aplicación de un modelo para medir la calidad del servicio a partir de evaluar la experiencia gastronómica, es indispensable para crear estrategias y herramientas gerenciales útiles, para así incrementar exponencialmente el rendimiento de las empresas en el sector turístico.

Palabras clave: Calidad, servicio, experiencia, gastronómica, restaurantes.

## **Desigualdades gastronómicas, turismo y precariedad alimentaria en un destino insular del Caribe mexicano**

**Alfonso González Damián**

alfonso.gonzalezdamian@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo*

**Adrián Alejandro Vilchis Onofre**

adrian.vilchis@uqroo.edu.mx

*Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo*

En Cozumel, Quintana Roo, existe una problemática alimentaria compleja, con diversas aristas, por un lado, la condición insular, aunada a las características de suelo e hídricas, limitan su capacidad de producción de alimentos, por lo que gran parte de ellos se traen del continente o de sitios muy distantes, lo que a la vez que encarece los productos, limita el acceso de la población a alimentos frescos. Adicionalmente, las prácticas alimentarias de una población multicultural, conformada por grupos provenientes en su mayoría de espacios distintos a la isla, tanto nacionales como extranjeros, han conducido a la presencia epidémica de sobrepeso, obesidad y desnutrición.

El crecimiento económico asociado al turismo se ha distribuido de manera muy desigual, en donde la inmensa mayoría de la población sólo cuenta con ingresos para sobrevivir en tanto que unas pocas manos cuentan con acceso a satisfactores del mayor lujo reconocible, del que no escapa la alimentación. Aunque en la isla se pueden encontrar insumos y materia prima alimentaria de la mejor y mayor calidad, que se expresa en una oferta gastronómica de alta cocina, diversa y con representación de vertientes saludables, tales expresiones están fuera del alcance de la mayor parte de la población local. El presente trabajo se plantea el objetivo de comprender los orígenes socioculturales de desigualdades gastronómicas y precariedad alimentaria vinculadas al desarrollo turístico en la isla de Cozumel, Quintana Roo.

La perspectiva teórica elegida para abordar este trabajo es la propuesta de E. P. Thompson para abordar el pasado desde un materialismo histórico cultural, o también llamado “historia desde abajo”. Esta perspectiva plantea la importancia primordial de normas o cultura como conceptos críticos desde los que se organiza el modo de producción, sin negar la relevancia de lo económico, pero limitando su determinismo a priori (Thompson, 2000). Desde esta mirada, la gastronomía entendida como expresión cultural, pero que articula las costumbres y prácticas de producción, distribución y consumo de los alimentos, con las normas sociales, costumbres, tradiciones y simbolismos de la culinaria, permite explorar los orígenes múltiples, pero identificables de la problemática que actualmente se vive en torno al tema alimentario en Cozumel. El trabajo se abordó mediante búsqueda de información histórica documental, la realización de entrevistas a informantes seleccionados y se complementó con la aplicación de una encuesta a la población local respecto a sus prácticas y costumbres alimentarias.

En Cozumel se encuentran múltiples identidades gastronómicas, evidencias de gran desigualdad económica y cultural, así como indicios de precariedad alimentaria. A este respecto hay que destacar que no toda la población se alimenta de la misma manera, ni con la misma calidad nutricional. Existe una cocina de élite en Cozumel, que se vincula con las familias ancestrales y el mito fundacional de San Miguel de Cozumel y que se articula con el desarrollo de la actividad turística.

La mayor parte de la población consume alimentos traídos del continente, adquiridos en el supermercado, en el que abundan los preelaborados, poco alimento fresco y una casi nula producción local. La oferta alimentaria para el turismo es de mejor calidad, pero siempre más costosa, en la que están ausentes las cocinas local y regional.

Las condiciones de desnutrición, obesidad y sobrepeso, padecimientos asociados a ello tienen origen en desigualdades socioeconómicas y culturales, la condición insular del sitio y el acelerado crecimiento inmigratorio, resultado del éxito del turismo, lo que hace más notoria la desigualdad. Los residentes locales no pueden alimentarse como en sus sitios de origen, no saben hacerlo como sus ancestros y no tienen acceso a lo recomendable por salud. Se incluyen recomendaciones y futuras líneas de trabajo.

Palabras clave: Desigualdades gastronómicas, Precariedad alimentaria, Turismo, Materialismo histórico, Cozumel.

## **Tangibilizando lo intangible: Desarrollo de la marca gastronómica de Nuevo León**

**María Luisa Chávez**

maria.chavez@udem.edu

*Universidad de Monterrey*

**Blanca Alejandra Camargo**

blanca.camargo@udem.edu

*Universidad de Monterrey*

La gastronomía es una de las actividades con mayor potencial para la reactivación económica de los destinos, en particular las regiones rurales, y varios destinos han realizado esfuerzos para valorizar su patrimonio gastronómico, fortalecer la cadena de valor gastronómica del estado y generar una identidad y gastronomía que sirva como diferenciador a nivel nacional e internacional. Ejemplos de identidad gastronómica regionales exitosas incluyen la gastronomía Baja Med (México), Hansik (Corea) y las regiones gastronómicas de Europa (European Regions of Gastronomy).

A pesar de su vocación como destino de negocios, Nuevo León posee una identidad gastronómica importante. Sin embargo, aún no se han desarrollado iniciativas para hacerla tangible a través de una marca que permita promover sus productos alimenticios, técnicas y saberes culinarios, regiones culinarias y restaurantes regionales, generar visibilidad en eventos, mercadotecnia turística, redes sociales, canales de distribución electrónicos, y crear un sentido de orgullo y pertenencia regional.

Por lo anterior, y a través de una metodología cualitativa que incluye entrevistas, grupos de enfoque, trabajo de campo y análisis de contenido, el propósito del presente estudio es proponer una marca gastronómica para Nuevo León que refleje la identidad culinaria del estado y sirva como elemento diferenciador a nivel nacional e internacional. Para cumplir este propósito se plantearon los siguientes objetivos específicos:

1. Documentar los elementos tangibles e intangibles que determinan la identidad gastronómica de Nuevo León.
2. Identificar los representantes más importantes de la gastronomía tradicional de Nuevo León y los actores y movimientos gastronómicos contemporáneos.
3. Identificar las regiones gastronómicas emblemáticas de Nuevo León
4. Determinar la marca que refleje la identidad gastronómica de Nuevo León
5. Establecer criterios para el uso de la marca gastronómica de Nuevo León

Las marcas gastronómicas generan impactos positivos para la región y sus habitantes (Harrington, 2005). En primer lugar, promueve el uso de ingredientes locales y estimula la compra de productos alimenticios regionales, evitando la migración de campesinos a las grandes ciudades en busca de oportunidades laborales. En segundo lugar, es un mecanismo para la protección de la producción local a través de, entre otros, etiquetas de denominación de origen (DO), certificados de autenticidad y branding gastronómico (Lee et al., 2015). Tercero, promueve el empoderamiento económico, social y político de los pequeños productores de alimentos. De igual manera, contribuye al desarrollo turístico de un destino a través de recorridos rurales, rutas gastronómicas, oferta de restaurantes con menús regionales, y cursos y talleres gastronómicos, entre otros, que estimulan el interés de los turistas, fomentan el orgullo de la comunidad, el refuerzo de la identidad y la cultura del lugar (De la Torre et al., 2014; Hashimoto & Telfer, 2006, Timothy & Ron, 2013), impactos que podrán detonar el desarrollo sostenible del estado, en particular sus regiones rurales.

Palabras clave: Gastronomía regional, marca gastronómica, identidad gastronómica, turismo gastronómico, Nuevo León.

## **Turismo y Gastronomía en los pueblos mágicos: Caso Isla de Mexcaltitán de Uribe, Nayarit**

**María Celina Agraz López**

celina.agraz@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Griselda Guadalupe Camacho González**

griselda.camacho@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Roberto López Sánchez**

roberto.lopez@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La Isla de Mexcaltitán de Uribe es un Pueblo Mágico reconocido por segunda ocasión, lugar con mitología Aztlán, de donde partió la Civilización Azteca, mejor llamada como “La Venecia Mexicana”. Es un sitio con potencial histórico, cultural y turístico. Por lo que, el presente artículo busca analizar la oferta turística y gastronómica de Mexcaltitán, como elementos de identidad y desarrollo sustentable que permitan la identificación de factores sociales, económicos y ambientales, para preservar su nombramiento de pueblo mágico.

La creación de los “pueblos mágicos” data de 2001. La idea fundamental era que los turistas aprovecharan su estancia en algún centro turístico de ciudades o playas, para conocer poblados atractivos en los alrededores, o que los turistas carreteros se vieran tentados a detenerse en alguna o varias localidades que se encontraran a su paso.

La Isla es también conocida como la Cuna de la Mexicanidad, mención que le llevó a ser designada como uno de los primeros Pueblos Mágicos de México, distinción que perdió en el año 2009, y que recientemente en el 2021 volvió a obtener, este último nombramiento ha traído una nueva visión de esperanza para los Mexcaltecas; en busca de procurar estrategias que le permitan detonar un desarrollo social y económico.

Por lo anterior se desarrollaron un conjunto de indagaciones sistémicas que permitieron conocer y realizar un análisis de la situación real de Mexcaltitán, Nayarit, para establecer prioridades de los problemas y necesidades que aqueja a la comunidad. Por consiguiente, la metodología utilizada fue la de diagnóstico comunitario, que nos permita incidir en materia social, política, económica y ambiental, cuya metodología no pretende ser exhaustiva, sólo conocer la dinámica de la sociedad.

Esta investigación es con un enfoque mixto, ya que aborda elementos tanto cualitativos como cuantitativos, el cual pretende examinar el sitio de estudio, para conocer y entender el cómo y por qué son así las cosas en la comunidad. Se eligió este enfoque, porque es la investigación que permite analizar el entorno de Mexcaltitán para identificar los factores sociales, económicos y ambientales.

Para dar respuesta a los objetivos de esta investigación, se plantea el siguiente procedimiento de investigación: Revisión de literatura, análisis de casos de factores de desarrollo sustentable y el análisis de datos de la metodología de diagnóstico comunitario, propuesto en cuatro etapas:

1. Caracterización de los factores sociales, económicos y ambientales de Mexcaltitán como territorio turístico.
2. Detección de problemas y necesidades de la comunidad.
3. Elaboración del inventario y evaluación de los recursos turísticos y gastronómicos de Mexcaltitán.
4. Determinación de la oferta turística y componentes gastronómicos de Mexcaltitán.

Se realizaron entrevistas y encuestas en las visitas in situ, lo que permitió la detección de problemas y necesidades, de igual forma se realizó un taller con actores claves de la localidad, cuyo objetivo fue que los grupos comunitarios participantes identificarán y describirán dichas situaciones que existen en la comunidad. Con la ayuda de un instrumento que facilitó la identificación y jerarquización de los problemas comunitarios, para posteriormente generen ideas para su solución que permita elevar el interés y participación de la comunidad.

Por lo anterior se concluye que, Mexcaltitán cuenta con una variedad de recursos y atractivos turísticos, identificando al turismo y la gastronomía como un binomio inseparable, donde la afluencia turística lleva por ende al consumo de alimentos. De la misma forma se puede identificar que el retiro del nombramiento de Mexcaltitán como Pueblo Mágico en el año 2009, disminuyó la promoción del destino, por lo consiguiente la recuperación del nombramiento en el 2021, ha generado interés y motivación en los habitantes detonando nuevas posibilidades de desarrollo social y económico para la isla.

Palabras clave: Turismo, Gastronomía, Pueblos mágicos, identidad cultural, Turismo Gastronómico.

## **El mercado orgánico de Mazatlán: retos y desafíos de la conceptualización del turismo gastronómico en un marco de migración transnacional**

**José Antonio Vázquez-Medina**

jose.vazquez@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Erika Cruz-Coria**

erika.cruz@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Elizabeth Olmos-Martínez**

eolmosm.udo@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

Desde hace un par de décadas Mazatlán se ha convertido en un centro de turismo residencial para adultos mayores provenientes de Estados Unidos y Canadá que después de visitar el puerto como turistas, se afincan de manera temporal durante los meses de invierno. La llegada de estos actores ha modificado las dinámicas de consumo alimentario de la ciudad. Uno de los centros de aprovisionamiento que constata lo anterior es el Mercado Orgánico de Mazatlán (MOM): un mercado ambulante que se instala durante los meses de invierno en el centro de la ciudad.

El mercado se ha convertido en un punto de congregación entre los jubilados extranjeros que radican en el puerto durante esta temporada; se ha incluido también dentro de los itinerarios de turismo y ocio recomendados para este sector de visitantes. Sin embargo, más que ingredientes que se asocian como locales o para realizar comidas típicas del puerto, lo que se ofrece en el mercado son productos cosmopolitas que obedecen al deseo de mantener el continuum alimentario que tenían los turistas-migrantes antes de viajar.

La visita a los mercados se ha posicionado como un componente importante en la experiencia de inmersión para conocer los repertorios alimentarios de los destinos turísticos y se ha promovido como actividad destacada para favorecer el turismo gastronómico (Long, 2004). Cada vez más, se afirma que la visita a los mercados de productores en los destinos turísticos puede ser una estrategia efectiva para la promoción de la gastronomía local de los mismos, ya que el turista tiene acceso al repertorio de ingredientes que conforman la comida típica del lugar mediante una inmersión real a las dinámicas de aprovisionamiento de la comunidad que se visita (Leal, 2015; Plá, 2019) Sin embargo ¿qué sucede cuando los productos que se ofrecen en los mercados de productores divergen de la narrativa turística que se promociona como típica o auténtica de la localidad y cuáles son los desafíos para el turismo gastronómico cuando se enmarca dentro de procesos sociales más amplios como la migración y el turismo residencial?

A partir del estudio de caso, esta ponencia tiene por objetivo problematizar algunas concepciones previas que se han popularizado para caracterizar la visita a los mercados de productores como una experiencia exitosa para promover el turismo gastronómico resaltando los aspectos diferenciadores que articulan la identidad culinaria-territorial de los mismos, para evidenciar la necesidad de considerar los condicionantes contextuales de cada destino dentro de las estrategias de promoción de la gastronomía y el turismo. Se utiliza un andamiaje teórico que sienta sus bases en la antropología de la alimentación para analizar cómo procesos sociales de orden macro como la migración, tensan la narrativa de promoción turística de la gastronomía.

Los hallazgos empíricos de esta investigación fueron recuperados mediante una combinación de diversas técnicas cualitativas a través del trabajo de campo. Para ello, se realizó observación participante entre noviembre del 2021 y abril del 2022. La observación se complementó con quince entrevistas semiestructuradas y charlas informales con gestores, productores, vendedores y clientes.

Dentro de los resultados obtenidos se evidencia que el MOM puede ser considerado un centro de información que habilita es cosmopolitismo culinario y que rompe con la narrativa de la asociación territorial que tradicionalmente se concibe dentro del turismo gastronómico. También se reflexiona sobre otros procesos sociales que impactan en él que tienen que ver con las economías étnicas de los migrantes-turistas (Santamaría, 2009), y con la efectividad de la proximidad como un valor contenido dentro del imaginario de lo local. Finalmente, se concluye que lo local no necesariamente es lo nativo y que las concepciones previas sobre esta relación esencializan la complejidad de la realidad social que enmarca el turismo gastronómico en Mazatlán

Palabras clave: Mercado orgánico, turismo residencial, consumo alimentario, turismo gastronómico, migración transnacional

## **Reseñas en línea antes y durante la pandemia de COVID 19: Impactos de la calidad gastronómica, la satisfacción e intenciones en el rating y score de sentimientos del comensal**

**Djamel Toudert**

toudert@colef.mx

*El Colegio de la Frontera Norte*

**Nora L. Bringas-Rábago**

nbringas@colef.mx

*El Colegio de la Frontera Norte*

Contrariamente a la importancia que están tomando los contenidos de usuario, la proporción de los estudios dedicados a analizar estas aportaciones en el contexto de la industria restaurantera y hospedaje, aunque sigue creciendo, es todavía escasa comparado con la investigación sobre compras e inclusive sobre hotelería. Con la creciente incidencia de las reseñas en línea de las plataformas de Internet de tercero, la integración de contenidos generados por usuarios en los procesos de interacción y retroalimentación durante el periodo de pandemia de COVID 19 se vuelve estratégica para la sobrevivencia del negocio y la consolidación de una oferta gastronómica atractiva. En el marco de este contexto de nueva normalidad en la región costa de Baja California, México, el estudio se fijó el objetivo de analizar, antes y durante la pandemia, las diferencias y comparar el impacto de los constructos de mercadeo y sus dimensiones en star rating y del score de sentimientos. Los constructos contemplados son la calidad gastronómica, calidad de servicio y atención recibida, satisfacción y las intenciones a futuro del comensal. Cada uno de estos constructos mencionados fue caracterizado por sus dimensiones que suman en total 10 y se repartan de la manera siguiente: Calidad gastronómica (cualidad del contenido gastronómico, experiencia gastronómica, diversidad de la oferta, valor gastronómico), calidad de servicio y atención recibida (calidad del ambiente, calidad del servicio), satisfacción (satisfacción con el establecimiento, satisfacción con el destino) y las intenciones a futuro del comensal (lealtad al establecimiento, recomendación a amigos y familiares). La investigación utilizó 6,046 reseñas colectados de TripAdvisor durante dos periodos de 21 meses antes y durante la pandemia. Para analizar los datos colectados se aplicaron métodos de computación lingüística y minería de datos, estadística no paramétrica para evaluar diferencias y modelos regresivos para determinar la significación e intensidad de los tópicos analizados para los dos bloques de polaridad positiva y negativa, antes y durante la pandemia. Los resultados exhiben a una incidencia de los constructos y sus dimensiones que incorpora la neutralización entre las polaridades positivas y negativas. Es lo que permitió evidenciar que los constructos y sus dimensiones analizadas presentan algunas incidencias idénticas y otras duales en los bloques negativo y positivo. A este aspecto viene agregarse el hallazgo de constructos y sus dimensiones que son más positivos o negativos dependiendo de su ubicación antes o durante la pandemia. En este sentido, el comportamiento de los comentaristas no parece temporalmente estático y previsible, alternando durante la pandemia un lado crítico en el bloque positivo y otro más tolerante en el otro bloque. En el marco de estas dinámicas, toman posición -entre otras- las dimensiones satisfacción con el destino y recomendación a amigos y familiares que son puestas en evidencia por primera vez por su incidencia en la polaridad y el score de sentimientos. Entre otros hallazgos, la satisfacción con el destino parece resurgir con una importante incidencia positiva después de una larga y ardua cuarentena.

Palabras clave: Pandemia COVID19, Baja California, reseñas gastronómicas en línea, calidad gastronómica, calidad del servicio, satisfacción.

## **Las experiencias relacionadas al vino, ofertadas en Airbnb, en las ciudades patrimoniales de México**

**Agustín Ruiz Lanuza**  
arlanuza@hotmail.com  
*Universidad de Guanajuato*

El presente trabajo analiza las experiencias turísticas ofrecidas en Airbnb relacionadas al vino en las ciudades patrimonio de la humanidad de México. Se reconoce que las experiencias son un elemento indispensable en la conformación de los destinos turísticos (Bacci,2007), la plataforma de alojamiento, comenzó en 2016 a ofrecer experiencias, incluso durante el confinamiento provocado por el COVID-19 con un éxito insospechado, de entre las que debemos diferenciar, aquellas actividades que son turísticas y se desarrollan en línea, como puede ser por un lado el turismo remoto o virtual (Almeida, 2019) y las experiencias que se desarrollaban para crear itinerarios propios para destinos próximos a visitar.

Los destinos patrimoniales, por su alta concentración de recursos culturales, son destinos frágiles, frecuentemente amenazados por los grandes flujos turísticos, concentrados en pocos espacios, por lo que la actividad turística debe ser controlada y por otro lado deben dinamizarse turísticamente complementando su oferta patrimonial (Troitiño, T, 2021) con nuevas oportunidades que no pongan en peligro a los centros históricos, evitando así la turistificación extrema (de la Calle, 2021), así observamos ejemplos en los que se busca la atracción de visitantes a ofertas satélites, que pertenecen al destino, pero no exactamente se desarrollan en los centros urbanos como es el caso de los viñedos.

La metodología se basa en un análisis de dichas experiencias diferenciándolas por actividades (presenciales o virtuales) que van desde la gastronomía, las culturales, las patrimoniales, las deportivas, de salud etc. Se revisa el grado de utilización de cada una de ellas, y se centra en las relacionadas al vino. De igual manera se analiza la valoración que hacen los usuarios, comparándolas con el resto de las actividades, con esto se persigue observar su importancia y desarrollo como oferta complementaria a la tradicional o la relacionada a su Valor Universal Excepcional, reconocido por la UNESCO.

Los resultados nos indican que las ciudades patrimoniales han encontrado en el vino y lo que su mundo envuelve, un nuevo producto que por su naturaleza es potencialmente esperanzador capaz de atraer nuevos visitantes, con ello se busca aumentar la estancia promedio, el porcentaje de ocupación y también el consumo en sus centros históricos al menos en cuanto alojamiento y algunos servicios de alimentación, ya que es frecuente observar que los propios viñedos establecen centros de consumo o de promoción que invita a la visita de sus viñedos, en los que además se ofrecen catas, siendo a la vez un producto sustentable, que involucra a las comunidades cercanas y al sector agrícola, particularmente al del cuidado y cosecha de la vid.

Este tipo de investigaciones, pueden servir incluso como “provocación” para que los destinos encuentren en esta plataforma la conformación de experiencias turísticas, que se traducen en la mayoría de las ocasiones en productos turísticos de gran calado, además de observar las tendencias para la diversificación de este tipo de destinos.

Palabras clave: Turismo, ciudades patrimonio, vino, experiencias, Airbnb.

## **Consumo y producción de vinos Queretanos. Una mirada desde el enoturismo**

**Luis Felipe García Rodea**

f.grodea@gmail.com

*Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales - UAEMéx*

**Humberto Thomé Ortiz**

humbertohtome@hotmail.com

*Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales - UAEMéx*

El consumo de vino y el enoturismo ha estado en constante aumento en los países productores, principalmente en aquellos que integran el Nuevo Mundo del Vino, debido a la apertura de mercados que existen en ellos. México está considerado como el país más antiguo del continente americano que inició con producción de vino, a partir de la colonización europea. Aún con ello, esta actividad no se pudo consolidar sino hasta el siglo XIX debido a las prohibiciones realizadas por la corona española en los siglos XVI y XVII, y posterior a la Independencia de México, el mercado estuvo enfocado al consumo de otras bebidas alcohólicas. La vitivinicultura nacional inició su consolidación a partir de 1980 con las políticas de apertura de mercados internacionales, permitiendo mayores alternativas de comercialización, producción y consumo. La zona de estudio está definida en el estado de Querétaro, debido a la cercanía con la cuarta metrópolis más importante del mundo, que es la Ciudad de México. En este contexto resalta que la producción vitivinícola en Querétaro data de 1930 con el establecimiento del primer viñedo y posterior a ello, la incorporación de Grupo Martell y Henkel-Freixenet como los pioneros vitivinícolas en la región. El objetivo del estudio es identificar la relación existente entre enoturismo y consumo de vinos como mecanismo de articulación territorial entre la demanda del producto y el territorio. El abordaje teórico adoptado, es a partir del capitalismo postindustrial, considerando que, a partir de la apertura de mercados, se ha generado una producción de bienes y servicios enfocados a la masificación, generando cambios en la producción, el empleo y en las estructuras industriales. Aunado a ello, se presenta una estructuración de campos, los cuales están destinados a conquistar un mercado tan vasto como sea posible y, en este sentido, se establece una circularidad entre las relaciones de producción y consumo, en donde el consumidor consume lo que el productor realiza y, por otra parte, el productor produce lo que el mercado requiere.

La investigación se desarrolló a partir de un estudio de caso con enfoque mixto, considerando casos particulares en donde se incluyeron diversas vitivinícolas de la región queretana, así como prestadores de servicios. Para ello, se trabajó mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas, así como observación no participante y pláticas informales con turistas. Dichas entrevistas se guiaron bajo un criterio de saturación de información.

Entre los principales resultados se encuentra que, con el paso del tiempo se ha generado una masificación enoturística, lo que ha conllevado a una reconfiguración productiva, en donde los agricultores han dejado de cultivar maíz y trigo en algunos municipios, por incorporar vides. Este patrón se visualiza en diversos municipios queretanos y aún con estos cambios, pervive una escasez de cultivo y de producción de vino para satisfacer al mercado. Se ha generado también una diversificación de productos y se ha optado por fortalecer la oferta enogastronómica a partir de la incorporación de gastronomía local e internacional. Estos procesos han propiciado desigualdades y exclusión entre grandes, pequeños y medianos productores.

Parcialmente se concluye que el capitalismo postindustrial, al estar más enfocado en los servicios ofertados al mercado, se han establecido acciones de estetización del paisaje vitivinícola, así como de la oferta gastronómica. De igual forma, se ha promovido el enoturismo como una forma de promoción del territorio, situación que puede derivar en problemas socioambientales, puesto que, al ser el espacio rural, el eje central de la producción vitivinícola, la capacidad de carga turística, así como las condiciones de infraestructura que se presenta en algunos espacios, no han sido consideradas ampliamente con la creciente industria del vino, ni en las políticas públicas como un mecanismo de desarrollo territorial.

Palabras clave: Turismo de vinos, Vitivinicultura, territorio vitivinícola, territorios emergentes, desarrollo enogastronómico.

## Denominación de origen del mezcal en el estado de Guanajuato, una fortaleza turística

**Rocío Esquivel Ríos**

resquivel@utsma.edu.mx

*Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende*

**Araceli Martínez Sánchez**

amartinez@utsma.edu.mx

*Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende*

La ubicación estratégica del estado de Guanajuato, lo posiciona como uno de los estados con mayor conectividad y desarrollo en diversos aspectos económicos y sociales. Aunado a ello la importancia de la región durante la guerra de independencia ha dejado un vasto legado cultural para el desarrollo de diversas actividades turísticas.

Como parte de dicha herencia cultural, Guanajuato fue el primer estado de la República Mexicana en producir mezcal. Obteniendo permiso de la colonia española en la Nueva España para la elaboración de esta bebida espirituosa en favor de la hacienda del Marques de Berrios en el siglo XVIII.

Nombrada en ese momento como Destilado Criollo derivado de la técnica de destilación enseñada por los españoles y la utilización del agave silvestre encontrado en la región del hoy estado de Guanajuato. Hoy en día el mezcal posee denominación de origen, siendo los municipios de San Felipe y San Luis de la Paz los municipios que conforman el circuito del mezcal como parte de la oferta turística del estado.

La presente investigación, tiene como finalidad identificar el potencial turístico que posee esta bebida espirituosa en el estado, derivado de los diversos productores que se pueden encontrar no solo en los municipios pertenecientes al circuito turístico sino, en regiones poco exploradas.

La palabra mezcal deriva del náhuatl mezcalli, que significa agave horneado. Esta bebida histórica del país, ha destacado en primer lugar por su sabor característico, pero al mismo tiempo por el legado ancestral que trae consigo. Se dice que el primer mezcal fue enviado por los dioses. Derivado de un mito que narra cómo cayó desde el cielo un fuerte rayo sobre un agave, tatemándolo de manera instantánea (México desconocido, 2022), aunado a ello se dice que el mezcal es una bebida espirituosa, debido a que con ella se bendice la tierra y se abraza el alma.

Estas, son solo algunas de las historias que se cuentan a través del mezcal. Sin embargo, de manera histórica se considera que el mezcal tiene aproximadamente 400 años de tradición. Durante la conquista, los españoles trajeron consigo el proceso de destilación, el cual fue enseñado a los antiguos mexicanos. Este mismo proceso fue transmitido de los árabes a los europeos. Y llegó a México en el siglo XVI, logrando tomar un lugar prioritario sobre el pulque que se utilizaba durante los rituales o celebraciones religiosas.

Durante la revolución mexicana, esta bebida tuvo un gran auge, pero su crecimiento fue muy lento. Para la década de los 80's la producción artesanal de mezcal era considerada ilegal, por lo que muchas familias productoras lo elaboraban de manera clandestina. (Financiera rural, 2011).

El estado de Oaxaca fue el primero en recibir la denominación de origen en el año de 1994. Para el año 2001, el Diario Oficial de la Federación publicó la inclusión del estado de Guanajuato a la denominación de origen del mezcal, considerando al municipio de San Felipe con esta distinción y para el 2015 en municipio de San Luis de la Paz se integra a la lista de productores de mezcal con denominación de origen. (Gobierno del estado de Guanajuato , 2015).

Actualmente el gobierno del estado de Guanajuato oferta una ruta turística enfocada a vivir la experiencia de conocer el proceso de elaboración del mezcal y la degustación del mismo. Derivado de la denominación de origen, dicha ruta considera únicamente a los dos municipios poseedores de este sello, sin embargo, existen otros municipios que producen esta bebida, apegados a los procedimientos ancestrales, convirtiéndolos en potenciales puntos de atracción turística.

Es por ello, que este documento tiene como finalidad identificar el potencial turístico que posee la región guanajuatense productora de mezcal, con la intención de poder desarrollar actividades de turismo rural entorno a ellos.

Palabras clave: Mezcal, turismo, Guanajuato.

## **Evolución del Perfil del Visitante a las Vendimias en Guanajuato. Análisis comparativo 2014-2018**

**Katia Elaine Ramírez Castañeda**

al97343@edu.uaa.mx

*Universidad Autónoma de Aguascalientes*

**Omar Trejoluna Puente**

omartp@ugto.mx

*Universidad de Guanajuato*

**Ismael Manuel Rodríguez Herrera**

ismael.rodriguez@edu.uaa.mx

*Universidad Autónoma de Aguascalientes*

En los últimos años, la industria vitivinícola nacional ha tenido un gran avance gracias a la coordinación entre los gobiernos locales y las empresas privadas, lo que genera productos de alta calidad que han recibido gran aceptación en el mercado local y galardones a nivel internacional. Ello ha convertido a esta industria en una parte esencial para la economía del país y, particularmente de los 14 estados en donde se encuentra la producción el vino nivel nacional, destacando Baja California, Coahuila, Querétaro, Guanajuato y Aguascalientes; donde, según datos del Consejo Mexicano Vitivinícola, se cultivan 18 variedades de uva en 37,000 hectáreas que producen casi medio millón de toneladas de uva para diferentes usos: de mesa, pasa, jugos y concentrado, para vino y para brandy, generando además, más de 500 mil empleos.

Particularmente, el estado de Guanajuato ha dado un gran impulso a este sector y en los últimos años se ha apostado por la industria vitivinícola para desarrollar un clúster innovador que pueda competir con los principales estados productores de vino. Esta alianza ha permitido un incremento en la llegada de visitantes a distintos eventos y específicamente a las denominadas Fiestas de la Vendimia. Lo anterior ha llevado a que la Secretaría de Turismo estatal, a través del Observatorio Turístico del estado de Guanajuato (OTEG) haya realizado una serie de estudios para definir el perfil del visitante. En dichos estudios se hace un perfil sociodemográfico de los visitantes, se analiza su plan de viaje, la satisfacción y lealtad, las prácticas sustentables y otros aspectos cuantitativos.

El estado de Guanajuato al igual que todo el país, ha enfrentado las mayores dificultades vistas en los últimos años, pues una combinación de factores sociales, sanitarios, políticos, y económicos, han puesto en riesgo los logros alcanzados por los guanajuatenses a lo largo de varias décadas.

En este trabajo en particular, se profundiza en el estudio del perfil del visitante de las vendimias en Guanajuato, mediante un análisis comparativo de las diversas investigaciones realizadas por el OTEG, desde el año 2014 y hasta el año 2018. Con ello se pretende medir el avance de clúster vinícola de Guanajuato en su conjunto, así como evaluar la aplicación de la Ley de Fomento a la Actividad Vitivinícola del estado de Guanajuato, ya que de acuerdo con el Programa de gobierno 2040 tiene una meta muy clara con respecto al desempeño que el sector turístico debe manifestar y se busca que el estado se transforme al turismo en el pilar del crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad del patrimonio cultural y ambiental del estado. Además, el destino más importante para la industria vinícola, donde se impulse el desarrollo local y puedan llegar grandes marcas a la región, así como la consolidación de las siete regiones del estado con un enfoque de sostenibilidad, además de alcanzar la visión de que el turismo vitivinícola sea una de las principales fuentes de ingresos para el estado.

Palabras clave: Perfil del visitante, vendimias, sector vitivinícola, Guanajuato.

## **Bebida tradicional “chicha” de la cultura Me´phaa de la comunidad de Malinaltepec, Guerrero, México.**

**Yesenia Espinoza Sánchez**

espinoza\_yes1913@hotmail.com

*Universidad Intercultural del Estado de Guerrero*

Como es bien sabido, cada comunidad se destaca por sus usos y costumbres, que son muy propios en cuanto a alimentación y bebidas se refiere; es por ello que la investigación analiza el nivel de aceptación que tiene la bebida tradicional; la Chicha es una bebida de la comunidad de Malinaltepec, la cual es de sabor agridulce, de color café claro, producida una vez al año, considerada alcohólica y apreciada por los productores los cuales en su mayoría son de la tercera edad, lo que demuestra indiferencia por parte de las generaciones jóvenes a pesar de ser una bebida que forma parte de sus tradiciones.

En este sentido la “Chicha” es una bebida tradicional y con gran misticismo de la comunidad de Malinaltepec hecha a base de agua, panela y maíz fermentado, dicha bebida no es reconocida en lugares externos al municipio ya que solo es demandada por personas locales, además la bebida antes mencionada es elaborada por productores de la tercera edad, debido a que las generaciones jóvenes no se interesan por ella, se interesan por las bebidas globalizadas que están en gran apogeo y con grandes estereotipos mismos que han reemplazado las bebidas artesanales, y en consecuencia se ha perdido y olvidado gran parte de nuestras costumbres.

El objetivo de la investigación es evaluar el nivel de aceptación de la bebida tradicional “CHICHA” por los turistas y visitantes como un potencial turístico-cultural.

La Chicha sólo es utilizada para la fiesta del primer viernes de cuaresma de la localidad, debido a que su elaboración requiere de mucho tiempo y de recursos económicos elevados, mismos que son aportados por el presidente del H. Ayuntamiento de Malinaltepec; y además porque desde siempre ha sido una tradición, regalarla sólo una vez al año, esto con la finalidad, de que personas ajenas al municipio visiten la comunidad cada vez en mayor cantidad, lo cual favorece a la localidad en distintos aspectos.

Uno de los principales atractivos de esta gran bebida es, que antes de las corridas de toros, los productores tienen que ir a rezarle al campo donde se realizarán dichas corridas; en las cuatro esquinas donde se colocarán los contra anillos se ponen flores y se reza para que las corridas se lleven a cabo sin inconvenientes lamentables y menos vidas que lamentar, en cada esquina conforme se ponen los manojos de flores y hojas de borracho, también se tira un poco de Chicha y se ensuma con copal, para que el Dios de la tierra no se moleste por la acción que se va a llevar a cabo. La Chicha es una bebida sagrada para los pobladores, debido a que anteriormente sólo, lo podían consumir los grandes caciques. Después de un largo periodo lograron que lo consumiera la población entera, motivo por el cual, sólo es otorgada anualmente y en honor a la fiesta de primer viernes de cuaresma.

Anteriormente la bebida Chicha se preparaba con el pulque, pero al ver que su costo era elevado y que algunos productores no lavaban correctamente el recipiente (el tambo), la chicha en consecuencia salía agria y al momento de prepararlo se asedaba; por tal motivo decidieron cambiar el proceso de elaboración y lo empezaron a preparar con agua y panela.

Es fundamental tomar en cuenta, que para elaborar la chicha se deben seguir los siguientes puntos:

- Para los productores es importante, no tener relaciones sexuales y ningún contacto con su pareja, durante todo el proceso de elaboración (los 42 días de producción), debido a que la bebida es muy delicada y puede dañar todo el producto, así como causarle daños a quien lo consume (diarrea y vómito).
- Otros productores toman en cuenta que, si quien lo produce es casado o tuvo relaciones sexuales, no debe de llegar con ropa sucia en el proceso de elaboración, debe de llegar bien bañado, para que la chicha no se dañe.

El tiempo de reposo que debe estar la bebida es de cuarenta y dos días: diez a once días fermentándose antes de agregarle los primeros bagazos de panela y treinta días en constante revisión.

Palabras clave: Turismo cultural, producto turístico, chicha, Malinaltepec, Me´phaa.

## **Turismo gastronómico en Áreas Naturales Protegidas de México: el caso de la Reserva Ecológica de Cuxtal, Yucatán**

**Ana Laura González Alejo**

anagleza@comunidad.unam.mx

*Instituto de Geografía, UNAM / Investigadora posdoctoral, CONACYT*

**Enrique Propin Frejomil**

propinfrejomil@geografia.unam.mx

*Instituto de Geografía, UNAM*

La Reserva Ecológica de Cuxtal (REC), ubicada al sur de la periferia urbana en la ciudad de Mérida, en Yucatán, posee características de interés turístico que no han sido reconocidas ni valorizadas a nivel local y que, por el contrario, han estado bajo la amenaza del crecimiento urbano de la ciudad sobre áreas sensibles de conservación ecológica y cultural. El desconocimiento de la población local con respecto a la existencia de esta reserva, incluso por quienes la habitan, contribuye a su degradación (Hernández et al., 2019), por lo que estrategias de planificación turística podrían contribuir a valorizar los recursos naturales y culturales de los que se dispone en este importante reservorio natural para su aprovechamiento y preservación (Martorell, 2003). Las restricciones impuestas por la declaratoria como Reserva Ecológica han impedido el desarrollo de actividades productivas que pudieran transgredir la normativa con relación al uso de suelo. De hecho, se calcula que hasta el 75% de la población que habita la REC se moviliza fuera de ésta para desempeñar un trabajo remunerado, principalmente en la ciudad de Mérida, lo que pone en riesgo el rescate y preservación de los conocimientos que posee la población con respecto al uso sostenible de plantas, animales y otros recursos de valor gastronómico que existen en la REC. En este sentido, el aprovechamiento sostenible de los atractivos turísticos constituye una alternativa de desarrollo local para la población de la REC, en la que la gastronomía tradicional y local puede contribuir con este fin al estimular no sólo la visitación, sino la producción local y otros servicios vinculados con el turismo alimentario. Actualmente existe una creciente preocupación por la preservación y conservación del ambiente, lo que ha tenido impacto sobre las nuevas tendencias del turismo, sobre todo verificadas a través de nuevos segmentos del turismo que buscan experiencias más ligadas con la naturaleza, la cultura, las comunidades indígenas y la aventura. En el caso de México, las Áreas Naturales Protegidas (ANP) se han posicionado como espacios de gran atractivo para el desarrollo de estos segmentos del turismo alternativo (CONANP, 2018) debido no sólo a su gran riqueza natural y cultural, sino también por los beneficios económicos que aporta a las comunidades locales.

En este contexto, el objetivo de este trabajo es reconocer, espacialmente, los recursos culinarios de la REC para la promoción del turismo sostenible en esta área de interés ecológico para la ciudad de Mérida, en Yucatán, a través de una estrategia de mapeo culinario que permita integrar la oferta turística y culinaria de Cuxtal a la de Mérida, el principal destino turístico del estado de Yucatán, lo que podría redundar no sólo en beneficios sociales y económicos para la población local, sino en el rescate y preservación de su patrimonio natural y cultural a través de su puesta en valor.

Palabras clave: Turismo gastronómico; área natural protegida; mapeo culinario; turismo alternativo; Yucatán.

## **Mesa 2: Turismo sustentable, cambio climático y aspectos ambientales del turismo**

## **Análisis de los recursos turísticos naturales y culturales: un estudio con posibilidades para el desarrollo del turismo sustentable en el municipio de Compostela, Nayarit; México**

**Eusebio Rodríguez Hernández**  
academicoposuat@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*

El presente estudio se realizó en algunas comunidades del municipio de Compostela, Nayarit; esta cabecera municipal, cuenta con un vasto potencial turístico con posibilidades de ser aprovechado por el turismo nacional e internacional. Para esto, se realizó un estudio situacional de los recursos naturales y culturales que dio pauta a la elaboración de un inventario de los recursos turísticos en las diferentes localidades abordadas de esta cabecera municipal. Se generó conocimiento al tener el contacto con los enlaces comunitarios que fueron los comisariados ejidales y habitantes de cada sitio visitado, con el entorno geográfico de la región utilizando las técnicas de la observación y entrevistas semiestructuradas para obtener la información real y exacta de los lugares estudiados, así como la aplicación de la metodología del MINCETUR 2008 del Perú. Posteriormente que se clasificaron los recursos turísticos se procedió al llenado de las fichas y ponderación de los mismos, aunado a esto, se señalaron tres rutas turísticas aplicadas una en cada región comarcal, así como posibilidades de promover el turismo alternativo, el turismo rural y otras modalidades que integran diferentes actividades productivas para un desarrollo sustentable local.

### **Objetivo General**

Analizar los recursos turísticos naturales y culturales del municipio de Compostela, Nayarit; con posibilidades de aprovechamiento sustentable para el desarrollo local de sus comunidades.

### **Objetivos Específicos**

1. Propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos, con base a la información obtenida en el inventario.
2. Contar con una herramienta de trabajo indispensable para la toma de decisiones de actividades y proyectos que posibiliten el desarrollo turístico sustentable y motiven la inversión pública y privada.
3. Realizar entrevistas semiestructuradas para el mejor conocimiento de los recursos turísticos y para la elaboración del inventario en las diferentes comunidades de la cabecera municipal de Compostela, Nayarit.

### **Descripción del tema abordado**

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional (MINCETUR, 2008). En lo que respecta a las políticas públicas, de acuerdo a la Superestructura Turística, el PND de México 2013-2018 señala en su apartado de Turismo y Desarrollo Regional en el objetivo principal “consolidar el turismo como un motor de la actividad económica con el fortalecimiento de programas de desarrollo y de una cultura de calidad.

### **Encuadre Teórico**

Un hecho que marco la dinámica de los sectores económicos en nuestro país fue que en 2019 se declara la alerta de pandemia por COVID 19 a nivel mundial por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Lo anterior, ha provocado grandes impactos en los diferentes sectores económicos y productivos del Estado, entre estos destaca el sector turístico que se ha visto afectado debido a la suspensión de los servicios turísticos y al paro de labores en las empresas productivas. Aun con las afectaciones que ha sufrido el estado de Nayarit a consecuencia de la pandemia por Covid-19, se ha propiciado actualmente una dinámica turística con tendencia hacia su recuperación para finales de este año aproximándose al número de turistas que ingresaron a nuestro país en el 2019 que era de 45 millones.

Palabras clave: Análisis, recursos turísticos, desarrollo, posibilidades, turismo sustentable.

## **Atlas de identificación de recursos turísticos potenciales del municipio de Apan, Hidalgo, herramienta de diagnóstico para la gestión de turismo sostenible.**

**Gonzalo Herrera Muñoz**

gherrera@itesa.edu.mx

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

**Romero-Gutiérrez William**

18030685@itesa.edu.mx

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

**Jessica Bravo Cadena**

jesybravo@gmail.com

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

Un recurso turístico según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es aquel bien y servicio que, por intermedio de la actividad del ser humano y de los medios con los que cuenta, hace posible la actividad turística y satisface las necesidades de la demanda. Una de las primeras etapas de gestión de turismo sostenible, es la identificación de recursos turísticos potenciales de una región, el cual se genera mediante los recursos turísticos. Existen diferentes alternativas, una de ellas es la clasificación propuesta por Boullón.

Específicamente, en la región del altiplano Hidalguense recientemente con la apertura de la licenciatura en turismo, se está impulsando el desarrollo turístico en la región y uno de las primeras acciones fue Conocer el potencial turístico que existe en el Municipio de Apan, Hidalgo, ya que cuenta con lugares con potencial considerable y algunos otros atractivos que ya son motivo de visita; sin embargo, estos no han sido documentados de manera metodológica. El objetivo de este trabajo fue elaborar un atlas de los recursos turísticos potenciales con los que cuenta el municipio de Apan, Hidalgo. Se planificó una estructura metodológica dividida en cuatro etapas; en la primera etapa se aplicaron encuestas a actores clave identificados a través del método bola de nieve para obtener información sobre los recursos turísticos de Apan; en la segunda fase se categorizaron e inventariaron los recursos turísticos mediante la clasificación propuesta por Boullón, además de concentrar toda la información obtenida en un Atlas con la descripción de los sitios identificados y la propuesta de rutas estructuradas y georeferenciadas para los visitantes. Se requiere reforzar y potencializar las actividades turísticas en el municipio, Actualmente realizan pocas actividades turísticas. Se identificaron 62 recursos y servicios, en este trabajo se identificaron 21 recursos turísticos, distribuidos en: siete sitios naturales, 10 en museos y manifestaciones culturales históricas, dos en realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y dos en acontecimientos programados; y reportando 41 sitios y/o prestadores de servicios, distribuidos en las siguientes categorías, siete servicios en alojamiento, 24 servicios en alimentación, siete servicios en esparcimiento y tres en otros servicios.

Esta información recabada se considera como una herramienta es fundamental para realizar un diagnóstico y evaluación del espacio turístico, asimismo comprende el primer paso para la realización de productos turísticos que beneficien a los habitantes de la zona, incluso amplía el panorama al proyectar el nivel de desarrollo que tiene dicho sitio en el ámbito turístico y el potencial que tiene para la creación de rutas, o la implementación de atractivos turísticos complejos, de igual manera comparte conocimiento y datos disponibles que permite a los miembros de la comunidad apreciar el potencial del municipio, generar un sentido de pertenencia y aceptación para proyectos turísticos futuros bajo el enfoque de una economía sustentable y así mejorar la relación con los visitantes y turistas para brindar calidad en el servicio.

Palabras clave: Inventario, Boullón, Atlas, recursos turísticos, turismo sostenible

## La gentrificación por turismo en el Pueblo Mágico de San Sebastián del oeste, Jalisco, México

**Joana Zarza Ballina**

jovnikzrbl@yahoo.com.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Graciela Cruz Jiménez**

gracicj@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

A lo largo del tiempo la actividad turística ha formado parte de las estrategias del estado para resarcir la pobreza y promover el desarrollo; en aras de alcanzar dicho beneficio, México ha diseñado diferentes programas entre los que destacan los pueblos mágicos, un conjunto de comunidades que resaltan por sus propiedades paisajísticas, que han conservado su arquitectura y tradiciones.

Estas comunidades se caracterizan por ser pequeñas, rurales en su mayoría y situadas cerca de grandes destinos turísticos; sin embargo, ¿Qué pasa cuando estos micro destinos tienen tanto éxito que empiezan a rebasar sus capacidades de recepción y debido a sus características paisajísticas y de tradición, se desarrollan fenómenos como la gentrificación y en consecuencia se desata una serie de problemáticas de orden ambiental?

Tal situación es la que está viviendo el pueblo mágico de San Sebastián del Oeste; el presente trabajo de investigación intenta avanzar en el conocimiento sobre el proceso de gentrificación en ese municipio del estado de Jalisco, paralelamente a su desarrollo como destino turístico, a fin de profundizar en sus implicaciones ambientales.

Lo anterior, debido a que la gentrificación es un fenómeno relativamente nuevo en el municipio, la belleza que le ha caracterizado, la gentileza de su gente y la tranquilidad del lugar ha logrado que propios y extraños se vean cautivados por el espacio, lo cual ha propiciado que extranjeros y nacionales con el capital necesario, busquen opciones de la compra de terrenos con el afán de construir casas de campo para uso propio, en el mejor de los casos, o bien, desarrollar propiedades para el uso turístico (hoteles, cabañas, casas Airb&b)

En pro de esta tendencia de la compra y venta de terrenos, sus jardines y huertos frutales, donde anteriormente los frutos, crecían siendo aprovechados por algunos de sus pobladores para la elaboración de ponches frutales, cajetas, mermeladas y dulces típicos; pero que, hoy, al pasar del tiempo, son prácticas se han ido abandonando, dejando a los huertos desaprovechados, pudriéndose los frutos y dejando los terrenos “ociosos” llevando a los pobladores al cambio de uso de suelo y la gentrificación.

Lo anterior es una situación paradójica si se mira lo que sucede al interior del pueblo, puesto que muchas de las personas que venden sus propiedades con el fin de tener un buen ingreso inmediato, terminan jugando el rol de atención al turista, dando mantenimiento a la propiedad que en un principio era suya y que ahora pertenece a un extranjero o a un nacional con mayor capital, o bien terminan trabajando como lava loza, cocinero o de intendencia en la empresa que se ha construido en el terreno que le pertenecía.

Así como el encarecimiento de los terrenos, el hospedaje se ha vuelto más caro, la gente oriunda de San Sebastián, con propiedades en el pueblo que por decisiones de vida y profesionales radican en el extranjero o en otros lugares del país se han dado a la tarea de arrendar sus propiedades con finalidad turística siendo Airb&b una de las plataformas más utilizadas para el logro de objetivo, en la que es observable las tarifas casi inalcanzables para el turismo nacional en algunos tipo de propiedades; así mismo, la gran demanda turística de dichas propiedades e instalaciones turísticas han hecho que en general el lugar se encarezca respecto a servicios básicos y servicios turísticos dejando a la población en un serio problema; Bajo el supuesto de que hay procesos socio territoriales y socio espaciales que están aconteciendo en el lugar por el turismo, la investigación plantea indagar sobre cómo influyen dichos procesos en las implicaciones ambientales del lugar. Para ello se eligió como fundamento el construccionismo estructuralista de Bourdieu y como metodología a los métodos mixtos, obteniendo hasta el momento dicha revisión, como primer

Palabras clave: Turismo, gentrificación, capital social, ambiente, dinámicas socio espaciales

## Riesgos socioambientales del Turismo en Tepoztlán, Morelos

**Gloria Guadalupe García Aguilar**

lta\_gloria@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Rocío del Carmen Serrano**

Barquín rocioserba14@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

El estudio del comportamiento humano en el lugar donde habita, ha evolucionado desde distintas disciplinas en función del desarrollo de la investigación científica. Es así que en los últimos años se han desarrollado estudios que permitan a las ciencias ambientales analizar e investigar al ambiente en su conjunto, pues, al estar compuesto de elementos naturales, sociales y su interrelación e interdependencia, presenta riesgos socioambientales de diversa índole, producto de las actividades del hombre y el manejo desmedido o inadecuado de sus recursos. En respuesta a ello, el objetivo principal de la investigación es analizar los riesgos socioambientales que la actividad turística provoca en Tepoztlán, Morelos; desde la ecología política feminista, para explicar las consecuencias socioambientales que la actividad turística deja en la comunidad con el fin de cimentar las bases que permitan diseñar estrategias para atenderlas, prevenirlas o reducirlas; además de resaltar la importancia del papel de la mujer en la sociedad y en la prevención y manejo de los riesgos socioambientales. La investigación se realizará bajo una perspectiva crítica, un enfoque cualitativo y con técnicas como las entrevistas semiestructuradas y la observación participante. Los resultados previstos, responderán al objetivo principal en la búsqueda de explicaciones y la prevención de los riesgos socioambientales, la visibilización del papel de las mujeres y el aporte de elementos teórico metodológico a las Ciencias Ambientales que incorporen la perspectiva de género.

### Objetivo General

Analizar los riesgos socioambientales derivados del turismo en Tepoztlán, Morelos, desde la sustentabilidad, con la finalidad de cimentar las bases de futuras estrategias de conservación.

- Elaborar un diagnóstico del estado socioambiental de Tepoztlán.
- Identificar los riesgos socioambientales.
- Definir estrategias de prevención y manejo de los riesgos.

### Marco teórico metodológico.

La perspectiva del estudio será de carácter crítico y con un análisis realizado desde la ecología política feminista que resaltará el papel de la mujer como guardianas de los recursos y cuyo papel es trascendental en la prevención de riesgos. Y de la teoría de los sistemas complejos adaptativos, que permita abordar la resiliencia ambiental.

Por otro lado, cada comunidad, posee características propias de su legado, son poseedores de elementos como su lengua, algunas costumbres y rasgos los distinguen de otros grupos sociales. Los distintivos intangibles como los mencionados, son difícilmente cuantificables, por lo que el presente estudio tendrá un enfoque cualitativo. Una vez

establecido el enfoque, que será útil para el análisis de aquellos elementos intangibles que proporcionan la parte emocional, necesaria para la comprensión de la realidad, se define el método adecuado que aporte el camino hacia el cumplimiento de los objetivos, para este caso será el método etnográfico.

### Resultados y conclusiones

El desarrollo de la investigación prevé el análisis de los riesgos socioambientales que el turismo provoca en Tepoztlán, con la finalidad de cimentar bases para futuras estrategias de conservación. Tomando en cuenta que la actividad turística es la principal actividad económica, sobra decir que el cuidado del entorno y de los recursos naturales y sociales, será determinante no solo para la subsistencia humana sino también para el desarrollo del turismo.

Palabras clave: Riesgos socioambientales, turismo, ecología política feminista, sistemas complejos adaptativos, manejo de recursos.

## **Gestión del turismo en las Reservas de la Biosfera de Quintana Roo con base a los Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**Brandon Bernabe Mex Martínez**

brandon.bernabe@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Juan Pablo Ramírez Silva**

pablor@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Kennedy Obombo Magio**

kmagio@conacyt.mx

*CONACYT-Instituto Tecnológico de Cancún*

Quintana Roo ocupa el puesto once entre los 32 estados con mayor biodiversidad en México, la importancia al cuidado y conservación del capital natural es reflejo del número de áreas naturales protegidas decretadas. A nivel nacional, Quintana Roo tiene el mayor número de Áreas Protegidas, un total de 19 áreas, a su vez, es uno de los principales sitios turísticos del país y uno de los más demandados por turistas a nivel mundial. Desde la perspectiva ambiental la actividad turística tiene resultados en su mayoría negativos, por ello, ante un escenario global de pérdida de la biodiversidad los organismos internacionales han situado como fecha límite al año 2030 (Objetivos del Desarrollo Sostenible) para promover acciones que mitiguen los impactos generados al ambiente en busca de alcanzar el bienestar de la humanidad.

El objetivo general del proyecto de tesis es: analizar la gestión del turismo en las reservas de la Biosfera del estado de Quintana Roo, para determinar su incidencia en la Agenda 2030. Sumado de tres objetivos específicos: elaborar un diagnóstico del turismo que se realiza en las reservas de la Biosfera de Quintana Roo; identificar las estrategias de gestión para el desarrollo turístico llevadas a cabo dentro de las reservas de la Biosfera de Quintana Roo; y determinar de qué manera los Objetivos del Desarrollo Sostenible influyen hacia una gestión turística sostenible en las reservas de la Biosfera de Quintana Roo.

El marco teórico aborda la teoría de desarrollo sostenible el cual inicia con el informe de la Comisión Brundtland, constituida por la Asamblea General en 1983, se describe su trayectoria hasta entender al día de hoy lo que se conoce como sustentabilidad. Posteriormente se realizó una revisión de las teorías: economía ambiental, economía verde y economía ecológica, para definir cuál es la teoría que permite explicar la gestión del turismo en las reservas de la biosfera a través de las políticas públicas implementadas en México y como es el aprovechamiento de los beneficios ecosistémicos de las reservas para el entorno.

Se adoptó un enfoque metodológico mixto, es una investigación de tipo documental, descriptiva, exploratoria y correlacional, de diseño no experimental con la aplicación de instrumentos de corte transversal. El uso de instrumentos para la recopilación de información son las fichas de contenido, observación, entrevistas semi-estructuradas y encuestas, de manera que se hace uso de programas de análisis de datos como el software SPSS. El cuestionario está basado en los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC) con la finalidad de medir el desempeño de la gestión turística en los ODS. Los GSTC tienen un total de 175 indicadores, de los cuales se eligieron 32 indicadores relacionados con el fenómeno y distribuidos de manera equitativa en cuatro dimensiones (Gestión Sostenible, sostenibilidad socio-económica, sostenibilidad cultural y sustentabilidad ambiental).

Entre los resultados preliminares se destacan los siguientes: se encontró un desfase de criterios entre la Red Mundial de Reservas de la Biosfera (MAB) y la CONANP para categorizar a un área como Reserva de la Biosfera; en el estado de Quintana Roo únicamente son 03 reservas de la Biosfera las que realizan con mayor frecuencia “Turismo de bajo impacto” dentro de su territorio; en la dimensión ambiental todas las reservas estudiadas cuentan con especies en peligro de extinción de acuerdo a la lista roja de especies amenazadas de la UICN; se ha visto una disminución de más del 50% de la población local a partir del nombramiento de la Reserva de Sian Káan, lo que se atribuye a la apropiación de los espacios y recursos, modificación de su territorio, prohibición de actividades económicas como la pesca; la política de gestión entre otras causas. No se han realizado las actualizaciones correspondientes a los manuales de actividades y programas de acuerdo a la periodicidad recomendada en los lineamientos de la CONANP.

Palabras clave: Gestión, Turismo, Sustentabilidad, Reservas de la Biosfera, ODS.

## **El tren maya en México como proyecto turístico sustentable: Contradicciones crecientes**

**Carlos Antonio Rosas Candelas**

met.carlos.rosas@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Eduardo Andrés Sandoval Forero**

forerosandoval@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**David Iglesias Piña**

iglesiaspdavid@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

La ponencia presenta un análisis sobre la forma en que el gobierno maneja el tema de la racionalidad social y ambiental en las áreas naturales protegidas bajo el argumento de la sustentabilidad, así como la relación con los actores involucrados dentro de las localidades con territorios donde se construye el tren maya.

El discurso oficial publicita el desarrollo sustentable como eje para mejorar la calidad de vida, brindando atención y diseñando estrategias únicamente para la protección y conservación de los bienes naturales; no obstante, las tareas de aprovechamiento y de restauración se presentan de forma incipiente o escasa, pues no cuentan con reglamentaciones específicas acorde a las necesidades y contextos actuales de las localidades tal y como se muestra en la construcción del megaproyecto tren maya y los impactos que se han presentado en diferentes comunidades por el despojo de sus territorios.

Los efectos que se han manifestado por la construcción del tren maya en los diferentes pueblos originarios visibilizan fragmentaciones en las relaciones de las familias, despojo de territorios, amparos jurídicos en contra del megaproyecto por parte de comunidades y falta de estudios de impactos socioambientales que permitan el diseño de medidas de mitigación y restauración en las áreas naturales protegidas que son afectadas.

Palabras clave: Tren Maya; Decolonialidad; Sustentabilidad.

## **El impacto económico y ambiental del turismo de segundas residencias. Análisis de la información disponible y vacíos. El caso de Cabo Polonio, Uruguay**

**Maria José Alonsopérez**

mjalonsoperez@gmail.com

*Facultad de Ciencias Económicas y de Administración UDELAR*

**Silvia London**

silvia.london@gmail.com

*IIESS UNS-CONICET, Departamento de Economía, UNS. Argentina*

**Victoria Mogni Graña**

mognivictoria@gmail.com

*Facultad de Ciencias Económicas y de Administración UDELAR, Uruguay*

El turismo es una actividad económica de reconocidos efectos positivos macro y microeconómicos. Sin embargo, tiene otros impactos socio-ecológicos no deseados, constituyendo así una posible amenaza al equilibrio en los destinos, que se comportan como pequeños ecosistemas susceptibles de experimentar mutaciones cuando una actividad o personas ajenas al mismo entran en contacto con ellos (Gómez y Martín, 2018, Wall y Mathieson, 2006). Estos cambios son “los impactos del turismo”, tipificados en económicos, socioculturales y medioambientales (Gómez y Martín, 2018, Mason, 2003; Lázaro, 2004; Wall y Mathieson, 2006). Identificarlos y tener capacidad de respuesta frente a ellos contribuye al destino a ser resiliente frente a amenazas que desequilibran la sostenibilidad del territorio (Gómez y Martín, 2018). El tipo de turismo que se desarrolla en el territorio es determinante en el análisis. En este trabajo se indaga sobre el impacto del turismo de segundas residencias en Cabo Polonio, Uruguay, área de trabajo. Se entiende turismo de segunda residencia a la vivienda de propiedad privada, diferente de la principal, que se utiliza con fines de ocio y recreación, inversión para el período de retiro laboral, o para la obtención de una renta por alquiler temporal.

Los análisis existentes sobre las segundas residencias se concentran en sus efectos sobre la planificación y las políticas públicas, uso de la tierra, medio ambiente, condiciones de vida de los residentes y sobre el impacto económico en el destino (Hoogendoorn et al., 2010; Brida et al., 2010; Flognfeldt et al., 2013; Oliveira et al., 2015; Volo et al., 2017; entre otros). Sin embargo, Coles (2020) muestra que se sabe poco sobre los impactos del cambio climático en el medio ambiente en zonas costeras y el turismo. Se identifican tres lagunas de conocimiento: preferencias de los visitantes, vulnerabilidad de los destinos costeros y magnitud de los impactos del cambio climático.

El objetivo del presente análisis es obtener una primera aproximación del impacto económico y ambiental del turismo de segundas residencias con base en la recopilación y análisis de información secundaria relevada por los agentes institucionales que tienen incidencia en el área, e identificación de los vacíos existentes de información. La metodología propuesta incluye un análisis teórico para la identificación de indicadores económicos y medioambientales que permiten medir los impactos del turismo de segundas residencias en Cabo Polonio. En función de estos indicadores y de la información relevada, se identifica la viabilidad de implementar los indicadores analizados, con base en la información existente, y determinar vacíos de la misma.

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos, se propone un método de medición de capacidad de carga del destino turístico con énfasis en el número de visitantes diarios.

Palabras clave: Turismo, segundas residencias, impacto ambiental, cambio climático, Uruguay.

## **La protección de especies en peligro de extinción como tendencia emergente del turismo alternativo en la selva en Chiapas, México**

**Nelly Eblin Barrientos Gutiérrez**

nellyeblin@gmail.com

CONACYT-Universidad del Papaloapan

**Domingo Gómez López**

domingo@cides.edu.mx

*Centro de investigación para el Desarrollo Sustentable (CIDES)*

Para mediados del siglo XX las reflexiones relativas a los impactos negativos del turismo de masas dieron pauta para proponer como una nueva noción conceptual al turismo alternativo, el cual podría ramificarse en un conjunto de actividades que guardaban como elemento común el interés por la naturaleza y el respeto hacia los entornos con atractivos de tal índole, como lo son los espacios rurales. De esta suerte, como lo proponen autores como Acerenza (2006) e Ibañez y Caberera (2011), se reconocen modalidades tales como el turismo de naturaleza, el turismo de aventura, el turismo rural, el ecoturismo, entre otras. Estas modalidades han sido bien aceptadas en diferentes entornos, como el caso del Centro ecoturístico Las Guacamayas situado en el municipio fronterizo y selvático Marqués de Comillas en el estado de Chiapas, México.

Para la Organización Mundial del Turismo (Por sus siglas en inglés UWNTO, 2022) el ecoturismo significa:

[...] un tipo de actividad turística basada en la naturaleza, en la cual la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar lo biológico y la diversidad cultural, con actitud responsable para proteger la integridad del ecosistema y mejorar el bienestar de la comunidad local.

Este concepto integral de ecoturismo que ofrece la UWNTO se precia en muchas de las actividades que realiza el Centro Ecoturístico Las Guacamayas, actividades que se han ido transformando tras 26 años de operación. Es objetivo de esta investigación describir los cambios en la tendencia del ecoturismo hacia la protección de especies endémicas como valor de la oferta turística en el citado Centro.

La metodología emprendida es de carácter cualitativa. La herramienta empleada ha sido la entrevista no estructurada, así como la revisión documental. Las entrevistas fueron desarrolladas durante el mes de marzo y mayo de 2022. Para el análisis de la información de las entrevistas no se empleó ningún software de análisis de datos cualitativos, pues el volumen no era significativo, mientras que el análisis de datos implicó la discusión comentada entre los autores de las versiones estenográficas de las mismas.

Resultados. El Centro ha desarrollado su infraestructura bajo un enfoque acorde al giro ecoturístico, lo que los ha llevado a implementar algunos cambios destacados en los recursos operativos del lugar: construcción de cabañas de palma (material asequible y de bajo impacto medio ambiental para el entorno selvático), biodigestores para el tratamiento de aguas negras, paneles solares, entre otros. A pesar de las características del lugar, que han sido un punto de atractivo nodal para la promoción turística, la nueva administración precisa que el Centro en sí mismo ya no “vende” y apuesta por una promoción orientada a mostrar los esfuerzos del Centro por proteger especies locales en peligro de extinción, particularmente la guacamaya roja, Ara Macao, la cual fue en los inicios del Centro una iniciativa para la reproducción en cautiverio, mientras que hoy constituye un esfuerzo importante por lograr una mayor cantidad de ejemplares reproduciéndose en libertad en el área, llevando, incluso, a la disuasión de habitantes de la comunidad donde se sitúa el Centro a no molestarlas mientras se alimentan de los árboles frutales de traspatio de los mismos.

Conclusiones del trabajo. El vigor señalado como necesario a la protección de especies en peligro de extinción al interior del emprendimiento ecoturístico Las Guacamayas hace pensar en un turismo emergente que va más allá de observar y descubrir, sino que es estimulado para experimentar y colaborar en acciones concretas enfocadas a la protección de especies en peligro, como es el caso de la Ara Macao.

Palabras clave: Turismo alternativo, Ecoturismo, turismo rural, turismo emergente, guacamaya roja.

## Conciencia sustentable entre habitantes de una localidad turística costera

**Alexis Gabriel Elias Flores**

15256264@uagro.mx

*Maestría en Ciencias: Gestión Sustentable del Turismo*

Pie de la Cuesta es una comunidad que se ubica en el área periférica del municipio de Acapulco de Juárez y colinda con el municipio de Coyuca de Benítez, con el que comparte la Laguna de Coyuca; área en donde el turismo es el factor económico más importante que beneficia a los habitantes, quienes ofrecen actividades de recreación en la playa, hospedaje y variedad de restaurantes con una gastronomía típica de la localidad. También existe gran variedad de recursos naturales, como manglares en la laguna, que es un sitio de atracción para la realización de actividades acuáticas y donde se concentran la mayor parte de las especies de aves que llegan o habitan ahí y que son un gran atractivo para los visitantes de la zona; sin embargo, se observa que los habitantes locales desconocen cómo cuidar los recursos naturales que existen en el lugar. El objetivo del trabajo es corroborar si existe conciencia sustentable entre los habitantes de la localidad para el cuidado y preservación de sus recursos. Para el desarrollo de la investigación se recurrió a la revisión bibliográfica sobre sustentabilidad y sus pilares social, económico y ambiental; se identificó que la sustentabilidad desempeña un papel muy importante en la formación de las capacidades de las personas y los grupos sociales para aportar un cambio significativo. La investigación se está desarrollando exclusivamente en la zona de Pie de la Cuesta, se trata de un trabajo de enfoque mixto, de alcance exploratorio y descriptivo en el cual la revisión de la literatura ha permitido profundizar en el tema e identificar los elementos necesarios para el diseño de los instrumentos para el levantamiento de información. Para el desarrollo se incluyeron las dimensiones económica, social y ambiental de la sustentabilidad, de acuerdo con la propuesta de Gomera et. Al (2012), él propone una forma de medir la conciencia en sus categorías cognitiva (grado de información y conocimiento de las personas), afectiva (conjunto de emociones, creencias y sentimientos), conativa (las actitudes) y activa (comportamientos). Se integraron también los indicadores de la sustentabilidad, conforme lo establece Quiroga (2001), es necesario aclarar que se seleccionaron indicadores viables para medir la conciencia de acuerdo al lugar de estudio a investigar. El instrumento de medición incluyó preguntas de escala; el cuestionario se diseñó para tres grupos de participantes de la comunidad: estudiantes, habitantes y directivos de empresas prestadoras de servicios turísticos; la muestra es de sujetos voluntarios y sujetos clave, de acuerdo con las características de la investigación (Hernández et al, 2006, p. 241). Se han realizado visitas frecuentes al área de estudio tanto para familiarizarse con el lugar y sus habitantes como para levantar las encuestas; ya se ha concluido el levantamiento a estudiantes y habitantes del lugar y se continúa con el levantamiento a dirigentes de empresas. Los datos se han procesado en los programas informáticos SPSS y Excel y se continúa el análisis de los datos. Se espera que los resultados permitan identificar el grado de conocimiento sobre sustentabilidad que tienen los sujetos de estudio y si lo reflejan en sus actitudes y comportamientos.

Palabras clave: Sustentabilidad, turismo sustentable, conciencia sustentable, recursos naturales.

## ¿Manchas en el turismo con Jaguares? Una revisión sistemática de estudios de impacto en América Latina

**Andrés Felipe García-Londoño**

agarcialondono@gmail.com

*Fundación Bioethos, Colombia - Universidad Autónoma de Occidente, México*

**Blanca Roldán-Clarà**

blancamar@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente, México*

En la actualidad, se calcula que quedan entre 64000 - 173000 jaguares (*Panthera onca*) en vida silvestre, en 18 países de América Latina, manteniéndose en tan sólo el 40,1% de su área original y habiéndose extinto en El Salvador, Uruguay y prácticamente en Estados Unidos. Se ha sugerido que el turismo con jaguares (TCJ) puede contribuir a la conservación de esta especie. Sin embargo, se han discutido también los efectos negativos de este tipo de turismo. En general, se pueden encontrar dos clases de TCJ: en cautiverio o en estado silvestre, y ambos pueden ser de forma consuntiva o no consuntiva. Con base en una revisión sistemática, el objetivo de este trabajo es identificar qué se conoce hasta ahora sobre los impactos ambientales, económicos y socioculturales del TCJ. Para lograr este objetivo se buscaron los documentos técnicos o científicos con información relacionada de manera directa o indirecta a través de bases de datos científicas. En total, se identificaron 80 documentos que cumplieron con los criterios de búsqueda desde 1989 hasta marzo de 2022. Se encontró que se ha publicado ininterrumpidamente sobre el tema desde el 2009 con un pico máximo en 2019 (n=9) y una notable caída en 2020 (n=5). El país con mayor número de reportes fue Brasil (n=40), seguido por Belice (n=13), Argentina (n=5), Venezuela, México, Bolivia y Colombia con cuatro cada una, entre otras naciones. A nivel geográfico, el área natural con mayor número de menciones fue el Pantanal brasileño con 56, seguido de las reservas de Belice (n=13), la Amazonía brasileña (n=6) y los Llanos (n=5), como las más destacadas. Las metodologías cualitativas fueron las más comunes (63%), seguidos por las cuantitativas (31%) y sólo 6% de metodologías mixtas. Los enfoques de los documentos fueron 29% ambientales, 28% socioculturales y 7% económicos. No obstante, se encontraron documentos que combinaban dos o tres tipos de enfoques. Pocos escritos se encontraron en español (16%) o en portugués (4%), la mayoría está en inglés (80%) y son de pago o de difícil acceso lo que los hace poco alcanzables para los actores interesados. Además, se realizó una tabla compilando los impactos identificados y sus efectos positivos o negativos para cada una de las dimensiones de la sostenibilidad (ambiental, económica y sociocultural) reportados en los 80 documentos analizados, esta “cacería de impactos” arrojó 97 resultados en total de los cuales 40 son ambientales, 23 son económicos y 34 socioculturales. De estos 97 hallazgos, 48 fueron considerados como positivos y 49 negativos siguiendo el enfoque de los investigadores originales. La mayoría de impactos negativos son de tipo ambiental, mientras que la mayoría de impactos positivos son socioculturales. A partir de los resultados es claro que la investigación en el TCJ es un tema aún inexplorado, convirtiéndose en un campo fértil para futuros trabajos con enfoque de sostenibilidad. Adicionalmente, muchas zonas comienzan a establecer programas de TCJ y pueden no tener las herramientas suficientes para realizarlo de manera adecuada. Se necesita hacer más investigación en lugares clave para la conservación del jaguar a nivel continental como las poblaciones del Norte de México y el Norte de Suramérica. Los resultados de esta revisión, evidencian la necesidad de formar una red panamericana de investigadores de turismo con felinos silvestres que retroalimente, organice eventos e intercambie información. El papel de las instituciones en el tema es pobre a todos los niveles, no hay lineamientos claros para realizar la actividad, las regulaciones son escasas o inexistentes y el control es poco o nada efectivo lo que propicia el deterioro ambiental, los problemas sociales y no brinda garantías económicas para los actores involucrados, además que no potencia los impactos positivos. La interacción del turismo con jaguares con otras actividades económicas y productivas es un tema clave de cara a la sostenibilidad en el futuro.

Palabras clave: Revisión, turismo, jaguar, impactos, conservación.

## **Turismo sustentable como estrategia para impulsar la sustentabilidad en el parque estatal “Santuario del Agua Valle de Bravo”**

**Jorge Adonay Ayala Arzate**

ayalajorge2181@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Graciela Cruz Jiménez**

gracicj@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Romano Gino Segrado Pavón**

romano@uqroo.edu.mx

*Universidad de Quintana Roo*

En el área natural protegida Parque Estatal Santuario del Agua Valle de Bravo, se aprecia la ineficacia de los instrumentos de políticas públicas para impulsar la sustentabilidad, y la nula interacción de los sectores público, privado y social, lo cual ha favorecido el cambio de uso de suelo de forestal a agrícola y residencial turístico, provocando la destrucción de los bosques que brindan servicios ecosistémicos vitales, así como la degradación de suelo, pérdida de hábitats de flora y fauna, contaminación del agua de la presa, y alteración del paisaje. La problemática no forma parte de la agenda pública del gobierno local y en consecuencia no existen estrategias que fomenten una práctica turística sustentable.

Por lo tanto, el objetivo es diseñar un modelo teórico-metodológico que, desde la perspectiva de las redes de política pública, analizará las categorías de diagnóstico ambiental, reuniones de planeación participativa y turismo sustentable que han limitado la intervención de los sectores público, social y privado en la formación de políticas públicas para impulsar la sustentabilidad en el parque estatal Santuario del Agua Valle de Bravo.

El encuadre teórico, consiste en las políticas públicas, las cuales detallan Maldonado et al (2018), son el producto de un proceso de elaboración en el cual toman parte los interesados en el conflicto social; su colaboración es simétrica, ya que sus intervenciones valen por igual; y son garantizadas y protegidas por las instituciones. Los actores en las redes de política pública tratan problemas públicos e idean los instrumentos para su solución; estas interacciones pueden favorecer lazos parcialmente institucionalizados, en donde las conexiones entre el aparato del Estado, las diversas organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, supriman los límites entre el Estado y la sociedad. Por otro lado, se integra el turismo sustentable, donde Santiago (2018) expone que es un proceso continuo, que requiere un monitoreo constante de los impactos que se puedan presentar, introduciendo adicionalmente medidas preventivas y/o correctivas siempre que sea necesario. También debe mantener un alto nivel de satisfacción del turista y garantizar una experiencia significativa, así como aumentar su conciencia, que en su conjunto fomente la sustentabilidad.

Se emplea la propuesta metodológica de Sanjuanero, quien retoma la dimensión estructural de Waarden (1992), la cual hace referencia al conjunto de actores que integran y establecen relaciones para contribuir en diversos problemas e intercambiar recursos esenciales para los procesos colectivos. La otra dimensión es la del análisis posicional de Porras (2001), que considera las categorías de centralidad-poder; el poder está condicionado por el tamaño de las redes, su grado de centralización y el monopolio de ciertos actores; intermediario, el actor tiene una labor relevante, equivalente a la del actor central, con la capacidad de controlar las interacciones y sus vías; y prominencia- liderazgo el actor tiene el reconocimiento de la autoridad y la población como líderes de opinión. Mediante el acercamiento con actores clave (funcionarios de la presidencia municipal, dirección de desarrollo y ecología, de economía, agua potable y saneamiento; representantes de agencias inmobiliarias, prestadores de servicios turísticos, organizaciones no gubernamentales y población local afectada), se pretende conocer su perspectiva de la problemática ambiental. Con base en ello se espera tener mayor entendimiento sobre la realidad, que contribuya a una mejor toma de decisiones que apoye estrategias de fomento al turismo sustentable. Se concluye que la atención de problemáticas como el caso abordado está condicionada por políticas públicas emanadas del diagnóstico y factibilidad para atender problemas específicos, mediante herramientas como programas de restauración, protección y aprovechamiento de recursos naturales, que impulsen al turismo sustentable.

Palabras clave: Redes de política pública, área natural protegida, turismo sustentable, políticas públicas y sustentabilidad.

## **Manglares en transición. La gestión de espacios comunitarios bajo la influencia de turismo y las políticas de conservación en México**

**Ludger Brenner**

bren@xanum.uam.mx

*Universidad Autónoma Metropolitana*

Uno de los objetivos principales del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) es aumentar la superficie de las áreas protegidas terrestres y marinas en un 15 y 23%, respectivamente, para 2030; lo cual implica una extensión considerable de las superficies dedicadas principalmente a la conservación ambiental. Al mismo tiempo, a nivel global, el 37% de las áreas naturales aún no protegidas restantes son administradas por comunidades indígenas y locales. Cabe destacar que, en México, la superficie de manglares bajo alguna forma de gestión comunitaria resulta considerable. Por lo tanto, si no se aborda adecuadamente el contexto socioambiental de los territorios, la expansión de áreas protegidas propuesta por la CDB podría implicar violaciones de los derechos humanos y conflictos socioambientales, así como una gestión ineficiente. Cabe mencionar, además, que los humedales, y en particular los manglares, constituyen ecosistemas sumamente productivos, que prestan numerosos servicios ambientales tanto a la población residente (pesca artesanal, suministro de madera de construcción, leña, etc.) como al sector turismo (protección de la línea costera, suministro de agua potable, atracciones adicionales, entre otras cosas).

Para evaluar esta situación, analizamos diferentes áreas con cobertura de manglares y bajo gestión comunitaria; que sufrieron, de alguna u otra manera, tanto la influenciada por las políticas de conservación como del desarrollo turístico. Estos ecosistemas son muy valorados por instituciones dedicadas a la conservación ambiental, debido a su biodiversidad, productividad y los servicios ambientales que proporciona. Sin embargo, al mismo tiempo resultan afectados por las prácticas extractivas locales y, sobre todo, por el sector turístico, interesado en desarrollarlos o transformarlos en urbanizaciones o bien para crear espacios aptos para el “ecoturismo”.

Aplicando métodos cualitativos (entrevistas cualitativas con actores claves, transcripciones, análisis de contenido), realizamos un análisis sistemático de seis áreas de manglar ubicadas en la costa del Pacífico, Golfo de México y Mar Caribe, estudiados originalmente entre 2008 y 2019, para comparar la influencia de las políticas de conservación y las dinámicas socioambientales desarrolladas por la expansión de sector turístico. Este estudio comparativo nos permitió desarrollar un modelo conceptual basado en tres escenarios socioambientales, relacionados con distintas políticas de conservación, actividades productivas, regulaciones, actores sociales involucrados, organizaciones sociales, conflictos y dilemas de desarrollo socioeconómico. Este análisis contribuye a la comprensión de la influencia de las políticas gubernamentales (de conservación ambiental y de fomento al turismo), y ofrece recomendaciones para las prácticas de conservación centradas en el aprovechamiento turístico sustentable de los manglares de México. Al mismo tiempo, resulta útil para evaluar las implicaciones de la implementación de políticas de desarrollo turístico y de conservación en diferentes escenarios socioambientales.

Palabras clave: Manglares, gestión comunitaria, conservación ambiental.

## **La conciencia ambiental en estudiantes de turismo como base del turismo sustentable en la Bahía de Banderas**

**Rosa María Chávez Dagostino**

rosa.cdagostino@academicos.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara*

**José Luis Cornejo Ortega**

jose.cornejo@cuc.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara*

**Rafael Villanueva Sánchez**

rvillanueva@utbb.edu.mx

*Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas*

La biodiversidad y la integridad ecológica de la Tierra se están perdiendo a un ritmo cada vez mayor debido a los impactos humanos. Las universidades desde su rol social vienen implementando estrategias de educación ambiental ante tal crisis. La visión antropocéntrica tradicional de Occidente, no ha conseguido frenar esta situación y además es la responsable. El ecocentrismo considera que toda la naturaleza tiene un valor intrínseco. Cambiar la visión del mundo hacia el ecocentrismo ofrece la esperanza de resolver la crisis medioambiental.

La actividad turística contribuye activamente a la problemática ambiental global actual por lo cual su la creación de conciencia ambiental en los estudiantes de las carreras de Turismo es urgente. La conciencia ambiental es un concepto multidimensional que puede entenderse como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el ambiente natural e implica procesos asociados a las acciones que intentan reducir el impacto ambiental de la actividad humana. Esta establece una conexión entre varios constructos que desencadena comportamientos que posibilitan convivir con el entorno, preservarlo y transformarlo en función de las propias necesidades, sin comprometer a las generaciones futuras de satisfacer las suyas. En la relación hombre-naturaleza subyacen valores que han sido desarrollados a lo largo de la vida de los individuos y que finalmente influyen en su profesión y en la toma de decisiones, que son base para el desarrollo turístico sustentable. Si bien es cierto que la adquisición de actitudes y prácticas pro ambientales responsables son multifactoriales, es posible determinar la escala de valores que ciertos grupos tienen con respecto al ambiente. Este trabajo evalúa estos valores utilizando la escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) como herramienta de apoyo para develar una visión "pro-ecológica" del mundo. Se asigna una puntuación del 1-5 que equivalen a valores antropocéntricos/ecocéntricos. Se aplicó a una muestra de 180 estudiantes de Turismo de cuatro instituciones de educación superior en la Bahía de Banderas, México. Esta metodología se ha aplicado en diversos ámbitos, donde las diferencias en el comportamiento o las actitudes se explican por valores subyacentes, una visión del mundo o un paradigma. Esta incluye 15 ítems agrupados en cuatro grupos: equilibrio natural, recursos limitados, la visión antropocéntrica del medio ambiente y desarrollo sustentable. El valor promedio de los estudiantes fue de 3.77 que muestra una visión ligeramente ecocéntrica y que aparentemente no mejora en los niveles superiores (3.78 niveles de estudio bajo, contra 3.74 en niveles altos) de la carrera. Algunos estudios han encontrado valores similares con la diferencia de que han implementado estrategias de educación ambiental y han encontrado diferencias significativas en el incremento de la conciencia ambiental en sus estudiantes. Por lo tanto, es importante que las carreras contribuyan a la formación de valores ambientales, incrementando la conciencia ambiental en los estudiantes, si el turismo ha de ser sostenible.

Palabras clave: Valores, actitudes, educación, turismo sustentable, ambiente.

## **Desarrollo local, conservación y ecoturismo en el área natural protegida “Santuario el Verde Camacho”, Sinaloa**

**Elizabeth Olmos Martínez**

eolmosm.udo@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Mónica Velarde Valdez**

mvelardemx@yahoo.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**José Antonio Vázquez Medina**

jose\_antoniov@hotmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

Los territorios rurales con ecosistemas naturales se han transformado en mosaicos que contienen una gran diversidad de usos de la tierra, entre ellos el ecoturismo. El desafío de conservar la biodiversidad en estos paisajes heterogéneos ha resultado en un creciente interés por promover y manejar iniciativas de conservación manejados por la población local. Aunado a lo anterior, el ecoturismo se percibe con la capacidad de coadyuvar en la generación de empleos para las poblaciones que habitan en las reservas naturales y sus zonas de influencia, asociado a la promoción de la conservación y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales como herramienta para lograr el desarrollo local; también, contribuye para que el sector turístico en su conjunto sea más sostenible, incrementando los beneficios económicos y sociales para las comunidades anfitrionas, favoreciendo activamente a la conservación de los recursos naturales y a la integridad cultural de las comunidades anfitrionas e incrementando la sensibilización de los viajeros respecto a la conservación del patrimonio natural y cultural. El objetivo de esta investigación es analizar el desarrollo local de la comunidad de El Recreo, Sinaloa, a partir del trabajo realizado dentro de la Cooperativa Ecoturística El Verde Camacho quienes desarrollan su actividad en el área natural protegida Santuario El Verde Camacho bajo un esquema de cooperativismo social y gubernamental con prioridad en la conservación del área. La metodología es de carácter mixto (cualitativa-cuantitativa), misma que permitió la descripción, el análisis, la interpretación y la argumentación de la información obtenida sobre la actividad ecoturística y la conservación del área protegida. Se aplicaron encuestas a los cooperativistas y colaboradores. La información se reforzó con entrevistas a miembros del comité directivo de la Cooperativa y al técnico asociado de parte de las oficinas administrativas del ANP, además se realizó un grupo focal con miembros de la comunidad de El Recreo. Los resultados de esta investigación permiten afirmar que el ecoturismo que se desarrolla por cooperativas ecoturísticas y que además tienen un compromiso hacia la conservación, puede generar importantes beneficios sociales y económicos que contribuyan al desarrollo local. La colaboración que ha establecido la Cooperativa Ecoturística El Verde Camacho entre los diferentes niveles de gobierno y la participación de los habitantes de la comunidad de El Recreo han creado una red de acción colectiva en beneficio de la comunidad y de conservación del ANP, lo que ha permitido que este caso se convierta en un referente positivo de trabajo colaborativo. El efecto de esta colaboración es claro y positivo, ya que ha generado una dinámica de conservación, preservación y manejo del humedal costero y especies amenazadas, como la tortuga golfina. Asimismo, la cooperativa ha tenido un impacto positivo en el bienestar de la comunidad, principalmente por la integración de los habitantes que no son miembros de la cooperativa; ya que incorporan a adultos mayores, jóvenes y amas de casa como fuerza laboral, lo que contribuye al desarrollo de la localidad. Lo anterior, se refleja en las condiciones de vida de los habitantes, con ingresos por encima del salario mínimo y bienes que se encuentran catalogados en la categoría de lujo para comunidades rurales como es el caso del presente estudio. En consecuencia, esto ha permeado positivamente en la sociedad quienes tienen una percepción positiva y conveniente de que los trabajos desarrollados por la cooperativa contribuyen a su bienestar.

Palabras clave: Ecoturismo, conservación, desarrollo local, Área Natural Protegida, colaboración.

## Expectativas y realidades sobre la observación de ballenas en la Bahía de Banderas

**Iyari Janethzy Espinoza Rodríguez**

iyari.espinoza8182@alumnos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**Rosa María Chavez Dagostino**

rosa.cdagostino@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

El turismo de observación de ballenas (OB) se ha convertido en una de las principales actividades económicas a nivel mundial. En México la OB está regulada por la NOM-131-SEMARNAT-2010. En Bahía de Banderas, el arribo de las ballenas coincide con la temporada alta de turismo. El número de permisos de OB ha aumentado, reflejo de la demanda del servicio. El incremento de turistas y la poca aplicación de la norma pueden impactar negativamente a las poblaciones de ballenas, las comunidades costeras y la experiencia del turista. El objetivo es explorar las características de la oferta del avistamiento de ballenas en la Bahía de Banderas desde la percepción de los turistas. Se aplicaron 511 encuestas a turistas que adquirieron un tour de OB en 11 diferentes empresas, durante 3 temporadas (2019-2020 a 2021-2022). El cuestionario, con respuestas de opción múltiple, se aplicó en dos partes, una previa al tour e incluyó datos demográficos, conocimientos previos sobre las ballenas y expectativas sobre el tour. La segunda se aplicó al finalizar el tour, con preguntas sobre características del tour y percepción sobre cómo se realizó la OB, identificación del conocimiento adquirido y una evaluación general del servicio. Los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva. Durante los recorridos se hizo observación participante registrando los datos relacionados con las preguntas para contrastar con la percepción de los turistas. Se encontró que el 63% de los turistas habían visto ballenas previamente, solo el 31% indicó que observar ballenas fue uno de los motivos principales de su viaje. Más del 70% escogieron la empresa por recomendación, mayormente en embarcaciones mayores. Poco más de la mitad fueron extranjeros, hombres y adultos entre 36 y 59 años. El 58% de los turistas desconocían la especie a observar y solo el 31% mencionó saber el estatus de protección de las ballenas. Los observadores de ballenas buscan un tour integral donde además de ver ballenas (37%), puedan aprender (33%), tomar fotografías o todo en conjunto (50%). Aunque desconocen el estatus de conservación de las ballenas, el 73% de los turistas prefiere no interrumpir el comportamiento de las ballenas durante el tour. Más de la mitad expresó su deseo de observar a las ballenas cerca de la embarcación (5 metros), por un tiempo menor a 30 minutos (81%). Casi la totalidad de los turistas desean observar más de un grupo de ballenas. Después del tour, la información emitida por el guía fue evaluada de buena a excelente. Sin embargo, solo incrementó un 3% el número de turistas que conocían el estatus de conservación de las ballenas. Cerca de la mitad de los turistas expresaron haber permanecido de una hora a todo el tour con un mismo grupo de ballenas y el 20% percibió que la distancia de observación fue menor a 60 metros; ambos, tiempo y distancia, fueron apropiados para los turistas. Mediante observación participativa se constató que ni el tiempo ni la distancia fueron estimados correctamente por los turistas, pero sí observaron más de 5 embarcaciones alrededor de un grupo de ballenas (29%, 5 embarcaciones; 30% más de 10) e identificaron cambios en el comportamiento de las ballenas. Estudios previos con turistas reportan que, observar más de cuatro embarcaciones alrededor de las ballenas afecta negativamente la posibilidad de regresar a hacer OB a la región. En general, en las respuestas se percibe que las expectativas del turista no se cumplieron, que, aunque no saben detalles sobre la correcta aplicación de la normatividad sí pueden identificar el tiempo, distancia, número de embarcaciones y el comportamiento de las ballenas, en la mayoría de los casos fuera de lo establecido en la Norma. Se sugiere se tomen en cuenta estos elementos por prestadores de servicios como un área de oportunidad para mejorar la satisfacción y dejar una mejor impresión en los turistas, respetar la Norma, reducir el impacto de la OB y contribuir en la conservación de las ballenas.

Palabras clave: Turismo, observación de ballenas, expectativas, realidades, Bahía de Banderas.

## La gobernanza del turismo en la región Sierra de Amula, Jalisco, México

**Marisa Gutiérrez Estrada**

marisa.gestrada@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa Sur*

La actividad turística como un proceso socioambiental es capaz de crear, transformar y valorizar territorios y sus recursos con la finalidad de ocio y aprovechamiento del tiempo libre, donde se interrelacionan diversos sistemas de actores, imágenes y espacios, o territorios con ciertos bienes y servicios del patrimonio ambiental (Lemos et al., 2006a).

Desde esta perspectiva es necesario reconfigurar el estudio del turismo a partir de la participación activa de los diferentes actores que influyen en la gestión turística. Resulta pues trascendente, enfatizar en el análisis de la situación actual de la actividad turística y socio-productiva y cómo esto ofrece un panorama general para identificar el grado de desarrollo turístico existente, así como los impactos socio-ambientales derivados de la misma, la identificación del grado de gobernanza para entender los diferentes procesos a través del tiempo, con la finalidad de generar estrategias efectivas de desarrollo regional.

En esta ponencia, se presenta en análisis de gobernanza en la región Sierra de Amula, del estado de Jalisco, México, donde las actividades económicas fundamentadas en la agricultura, comercio y servicios si bien han contribuido al desarrollo económico, estas han tenido repercusiones negativas en tanto a los cambios de uso de suelo, deterioro ambiental y crecimiento acelerado de las zonas urbanas, cuya demanda de recursos se ha incrementado exponencialmente, mientras que los recursos turísticos paisajísticos y actividades culturales no han sido aprovechados para el desarrollo de productos turísticos diferenciados en esta sección se presenta el análisis de la gobernanza a partir del Marco Analítico de la Gobernanza (MAG), que es una metodología que tiene como objetivo demostrar del potencial del concepto de gobernanza con respecto al análisis de problemas colectivos. Algunos postulados básicos del MAG son que los procesos de gobernanza se pueden encontrar en cualquier sociedad, (Hufty, 2008).

Se realizaron 62 entrevistas a los diferentes actores identificados, de los cuales 39 fueron mujeres y 23 hombres. Los rangos de edad estuvieron entre los 20 a 35, 36 a 45 y 46 a 60. El grado de escolaridad corresponde a 26 personas con nivel educativo básico, 28 nivel superior y 8 tienen posgrado. La técnica para la identificación de los actores fue a través de la bola de nieve.

Los resultados obtenidos mediante el MAG indican que en la Sierra de Amula, no existen productos turísticos consolidados, sin embargo, actualmente se está trabajando desde la perspectiva comunitaria en proyectos recreativos, con el objetivo de generar ingresos económicos alternos. Sin embargo, la falta de estrategias de gestión ha generado un bajo impacto en la visita turística. Existen procesos de gobernanza del turismo, los cuales están encaminados de manera directa con la actividad turística, mientras que en la Sierra de Amula están relacionados con otras actividades productivas, como la agricultura, ganadería y comercio en general.

Se identificó que los problemas centrales en tanto a la gobernanza radican en la falta de estrategias regionales de desarrollo, la falta de comunicación y el impacto ambiental negativo.

Palabras clave: Gobernanza, desarrollo turístico, gestión.

## **Turismo alternativo como estrategia de conservación en los bosques de alta montaña del centro de México**

**Stephanie Miranda Rodríguez**

stephaniie\_mrod@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Ángel Rolando Endara Agramont**

arendaraa@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Humberto Thomé Ortiz**

hthomeo@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

Las montañas y sus bosques son ecosistemas complejos que desempeñan un papel fundamental para la biodiversidad y el desarrollo socioeconómico de la población mundial; en específico, los bosques de alta montaña representan una de las principales fuentes de servicios ambientales, los cuales pueden ser de apoyo, aprovisionamiento, regulación y culturales; este último está directamente relacionado con los otros servicios ecosistémicos ya que su presencia favorece el disfrute y relación con la naturaleza. Dentro de esta categoría se encuentra el turismo alternativo como mecanismo de conexión con la naturaleza; es una actividad que promueve la conservación de los ecosistemas y representa un área de oportunidad para el desarrollo social y conservación de los bosques.

El turismo alternativo, en sus diferentes modalidades, representa una nueva forma de disfrutar el tiempo libre en una interrelación estrecha con la naturaleza, basada en la actitud, conducta y compromiso que debe asumir la sociedad sobre la conservación; es decir refiere al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales de los territorios; sin embargo, esta modalidad es contradictoria al concebir el turismo de alta montaña. Específicamente, en el centro de México está aconteciendo en ecosistemas enfermos y fragmentados, contexto imperceptible para los agentes involucrados en el desarrollo de la actividad turística (comunidad local, turistas y prestadores de servicios) e indiferente para las instancias operativas en Áreas Naturales Protegidas.

La importancia de la conservación de los recursos naturales en el turismo de montaña representa, además del valor ambiental, el valor turístico; se trata de un doble propósito de conservación, el cual no se ve reflejado en algunas montañas del Sistema Volcánico Transmexicano como Nevado de Toluca y Monte Tláloc, dónde en temporadas altas aumentan los impactos negativos del turismo (aumento de capacidad de carga, residuos sólidos, erosión del suelo e incidencia de accidentes), sin considerar el estado de conservación de los bosques, que presentan altos niveles de infestación por plantas parásitas, específicamente por muérdago enano (género *Arceuthobium*), los cuales son superiores a un tercio de la población arbórea representando un problema significativo que causa fuertes pérdidas económicas e impacto ecológico a los bosques y a la sociedad con la reducción de los servicios ecosistémicos; situación que compromete la vulnerabilidad del ecosistemas y al turismo basado en la naturaleza.

Bajo este contexto, resulta importante abordar y difundir las problemáticas asociadas a los bosques de alta montaña desde la perspectiva turística como herramienta de conservación y sustentabilidad. El área de estudio comprende dos edificios volcánicos, Nevado de Toluca y Monte Tláloc, ambos con altos niveles de infestación por plantas parásitas, sensibles a los efectos del cambio climático y, alta demanda turística.

La presente investigación es documental y de campo; la primera contextualiza la importancia de los bosques de alta montaña y los factores (antrópicos y cambio climático) que contribuyen a su fragmentación y deterioro, en específico por plantas parásitas (*Arceuthobium globosum* y *A. Vaginatum*), seguido del panorama del turismo alternativo y de alta montaña en las áreas de estudio. El trabajo de campo se desarrolló con base en el proyecto de investigación “Identificación, evaluación y manejo integrado de plantas parásitas en cuatro regiones de México: noroeste (Durango), centro-occidente (Michoacán y Jalisco), oriente (Puebla y Veracruz), centro-sur (Estado de México y Tlaxcala)” en el que se obtuvo información detallada sobre los niveles de infestación y datos generales de la oferta y demanda turística de las zonas de estudio. La investigación resalta la importancia del turismo alternativo como estrategia de concientización y conservación de los bosques de alta montaña por medio de la interpretación paisajística.

Palabras clave: Bosques de alta montaña, turismo alternativo, turismo de alta montaña, estado de conservación de los bosques, plantas parásitas.

## **Mesa 3: Mercadotecnia, competitividad e innovación del turismo**

## **La Innovación Institucional en el Turismo: una aproximación al estado del conocimiento**

**Nadia Ilenia Peinado Osuna**

naileniaosuna@gmail.com

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

**Beatriz Adriana López Chávez**

adrianalopezc@live.com

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

**Jesús Manuel Meza Quintero**

meza.19.quintero@gmail.com

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

La innovación es un elemento necesario para la evolución de destinos, productos y empresas turísticas, sin embargo, se ha evidenciado que este sector se encuentra por debajo de la media en cuanto a la propensión a innovar. En particular, la innovación institucional es un mecanismo crucial para la gestión de destinos y modalidades de turismo, pero poco se ha estudiado al respecto.

Ante las recientes transformaciones en la sociedad contemporánea, entre las que destaca el reciente impacto de la pandemia por COVID-19, los diferentes tipos de innovación en el sistema turístico son necesarias para redirigir los modelos en los cuales se desarrolla el turismo en los diferentes destinos (Brouder, 2020).

El objetivo de la presente investigación es analizar la literatura académica existente sobre innovación institucional en el turismo, para identificar avances y vacíos de conocimiento.

**Metodología:**

Sigue un método de síntesis de investigación denominado revisión sistemática, con el objetivo de identificar las contribuciones clave en un campo de estudio mediante una metodología ordenada, transparente e imparcial (Tranfield et al., 2003), de un total de 273 documentos académicos localizados en bases de datos en línea, se analizaron un total de 31 artículos que cumplieron con los criterios de inclusión.

**Marco teórico:**

El estudio de la innovación institucional en el turismo se construye desde diversos marcos teóricos. Entre los cuales se identificaron la teoría organizacional la teoría neoinstitucional (Van et al., 2015) derivada del institucionalismo sociológico (Brouder, 2020; Chatzichristos y Nagopoulos, 2020) la teoría basada en recursos (Pao et al, 2011; Rastrollo y Rivero, 2019) y conocimiento (Jernsad et al, 2015). Otros documentos parten de teoría de desarrollo regional (Brouder, 2012; Piñeiro y Lois, 2019), la teoría de redes (Booyens y Rogerson, 2016), mientras que la más común es la teoría de sistema de innovación (Antón y Duro, 2009; Carson et al., 2013; Hjalager, 2009; 2010).

Su aproximación teórica se introduce en la línea de los estudios sociológicos del institucionalismo (Giddens, 2006; Meyer y Rowan, 1977; Powel y Dimaggio, 2001), marco teórico que postula la idea de que el comportamiento e interacciones de los individuos están influenciados por fuerzas institucionales derivadas del contexto cultural, económico y político en el que se desenvuelve. Este ambiente incluye reglas formales e informales, regulaciones, normas, valores y rutinas sociales (Carson et al., 2014).

Los resultados indican que son pocos los estudios que abordan esta temática aun cuando la innovación institucional es, de las tipologías de innovaciones turísticas, la más compleja y necesaria para el impulso de un adecuado desarrollo del turismo.

Se encontró que una mayor parte de los artículos se centran en estudiar aspectos de la innovación institucional a nivel de destinos turísticos 30%, incluyendo estudios que abordan temáticas en destinos periféricos (Booyens & Rogerson, 2017; Carson et al., 2014); un menor porcentaje estudia dinámicas a nivel de empresas turísticas (13%); de organizaciones no gubernamentales (6.5%) (Hjalager, 2005; Van Wijk et al., 2015); reflexiones sobre el turismo a partir de la pandemia por COVID-19 (6.5%) (Brouder, 2020; Lew et al., 2020); y otra porción refieren a estudios de revisión (16%) (Bagiran Ozseker, 2019; Hjalager, 1997, 2010a; Marasco et al., 2018; Álvarez Sousa et al., 2008) Las principales aportaciones se sintetizan en dos tópicos centrales, que son la gestión territorial y el comportamiento innovador. Se discuten algunas coincidencias y elementos diferenciadores entre los diferentes estudios, el avance del conocimiento y futuras líneas de investigación de los vacíos existentes.

**Palabras clave:** Innovación Institucional, turismo, gestión territorial, comportamiento innovador, artículo de revisión.

## **Aproximaciones a la competitividad de los Pueblos Mágicos de Chiapas. El caso de Palenque**

**Tlillalcapatl Gómez Carreto**  
tlillalcapatl.gomez@unach.mx  
*Universidad Autónoma de Chiapas*

### 1.- Descripción del tema abordado:

Se trata de la presentación de argumentos que describen desafíos en términos de competitividad para Palenque, Chiapas en el contexto de los Pueblos Mágicos. Al mismo tiempo, se señalarán aspectos relacionados con sus resultados en términos de satisfacción y que lo colocan como el destino mayormente competitivo en Chiapas planteando por el momento disrupción (sin que se transite a un estudio comparativo) en relación a San Cristóbal de Las Casas, considerado comúnmente el destino con una tradición en prestación de servicios de calidad.

### 2.- Objetivos de la ponencia:

Destacar el escenario para Palenque en términos de la competitividad como destino Pueblo Mágico de Chiapas.

- Presentar los resultados en modo aproximación sobre índices de satisfacción del turista en Palenque.
- Presentar los resultados de Palenque en el contexto de los Pueblos Mágicos de Chiapas
- Promover la reflexión en términos de la relación entre competitividad vs. Política Pública en México en materia de turismo.

### 3.- Encuadre Teórico

La articulación teórica que se propone considera que la competitividad está estrechamente relacionada con el índice de satisfacción del turista que a su vez se determina primordialmente por las expectativas en la calidad en los servicios y aspectos innovadores que puedan encontrarse en su destino elegido.

Las teorías de soporte son Teoría del Desarrollo Económico, Desarrollo Territorial Local, y Competitividad. Para tal efecto se propone un tejido conceptual en el conceptos centrales como índice de satisfacción, bienestar social y calidad en los servicios puedan presentarse en un entramado que permita comprender la vinculación ineludible entre las opiniones del receptor de los servicios en Palenque y los escenarios que plantea el actual entorno, especialmente en la transición de salida de la contingencia sanitaria.

### 4.- Método:

Se utilizó método con sus respectivas técnicas e instrumentos utilizados por investigadores en México para identificar el índice de satisfacción del turista. Se hace referencia a

Secretaría de Turismo, Centro de Estudios Superiores de Turismo, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Universidad Anáhuac México Norte (SECTUR-CESTUR-CONACYT y UAMN, 2012 con las adaptaciones de Ibáñez, Reyna y Cruz, Plácido (2016). Nivel de satisfacción del turista y necesidades de capacitación en un pueblo mágico, En: Madrid. E. (Eds.), Pueblos mágicos aciertos y retos (pp. 231-256). México: Editorial Limusa.

El instrumento consideró variables nominales, ordinales y de intervalo y se consideraron seis dimensiones establecidas a priori: Perfil del turista; Motivos de viaje; Recursos de viaje; Atributos de satisfacción; Competitividad y sustentabilidad; Estadía y gasto.

Se establecieron dos categorías centrales: Atributos de satisfacción y Competitividad y sustentabilidad como destino turístico. Bajo estas dos se privilegiará la presentación de los resultados obtenidos en Palenque.

### 5.- Resultados

En Atributos de satisfacción y Palenque obtuvo la valoración general de 8.5 (Media Alta) y por Competitividad y Sustentabilidad como destino turístico el resultado fue de 8.8 (Media Alta). Mayor desagregación de datos y valores porcentuales obtenidos serán presentados en el extenso del trabajo.

### 6.- Conclusiones preliminares

En el contexto del turismo en Chiapas y en particular del programa público Pueblos Mágicos de México, Palenque es el destino que obtiene mayor puntuación colocándolo como el destino mayormente competitivo en relación a los otros destinos. Ésta resulta ser una consideración que por no estar documentada anteriormente resulta un resultado que pone en entredicho valoraciones sobre San Cristóbal de las Casas y Chiapa de Corzo que se habían venido valorando subjetivamente como los destinos con mayor capacidad para desplegar calidad en el servicio a los turistas en Chiapas.

Palabras clave: Competitividad, innovación, turismo, Chiapas, México.

## Sistema de gestión inteligente en las empresas turísticas. Caso Los Cabos, México

**Claudia Carolina Lacruhy Enríquez**

claudiac.le@loscabos.tecnm.mx

*Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Los Cabos*

Los Destinos Inteligentes son claves para la competitividad turística, considerando que dicho modelo de gestión es transversal a los Objetivos de Desarrollo Sostenible con los ejes de tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad a través de la gobernanza. Cabe señalar que las empresas turísticas por medio de la cadena de valor y el enfoque de su modelo de negocio; aportan a la competitividad de la región donde se encuentran, con las acciones de su operación diaria. En este sentido la Teoría de los Stakeholders converge en una amplia gama de agentes con los que se relaciona a la empresa al momento de implementar las estrategias, éstas influyen en el contexto inmediato, en consecuencia, dicho sistema de gestión estratégica contribuye a la competitividad de un destino turístico. Los Cabos, México tiene más de cuatro décadas desde su creación como Centro Integralmente Planeado de Fondo Nacional de Fomento al Turismo, cuenta con su propio modelo de gestión turística; si bien el municipio no está considerado como Destino Turístico Inteligente, se evidencian diversas acciones que aportan a los cuatro ejes mencionados anteriormente. A partir de los retos del turismo del siglo XXI hacen pertinente una revisión de las acciones estratégicas que llevan a cabo desde el sistema empresarial turístico de Los Cabos, para determinar si ésta tiene una gestión inteligente. Por lo consiguiente, el objetivo de la investigación fue evaluar la competitividad de las empresas turísticas con relación a las acciones estratégicas en tecnología, sostenibilidad, innovación y accesibilidad en Los Cabos, Baja California Sur, México. El estudio de caso intrínseco fue híbrido de alcance exploratorio y descriptivo de corte transversal. Se diseñó un cuestionario de 25 preguntas, validado por medio de Alfa de Cronbach de  $\alpha=0.962$ ; se aplicó a 76 empresas turística. El 79% de las empresas entrevistadas cumplían con el perfil de empresas grandes: 25% correspondían a operadores de servicios turísticos y el 75% al sector hotelero. Los principales resultados evidenciaron que las empresas realizan acciones estratégicas en orden de relevancia: 1. Tecnología 91%, 2. Innovación 85%, 3. Sostenibilidad el 79% y 4. Accesibilidad el 70%. En tecnología las estrategias se enfocan en la disminución de contacto con el turista y conectividad, Wifi gratuito, Códigos QR, Sistemas de Reserva, Check In y out sin contacto. La innovación de tipo radical a partir de los eventos disruptivos por la pandemia, se basa en el cambio del 85% de la operación de los procesos; con relación a la sostenibilidad 68% cuentan con programas energéticos; 76% tiene sistemas de recolección de residuos, 67% realiza la gestión del uso de agua, 97% cuenta con programas de responsabilidad empresarial y por último, el 95% tiene rampas y barandales accesibles, sin embargo, sólo el 59% realizó la adaptación de mobiliario e instalaciones. En Conclusión, el sector hotelero es el preponderante en la actividad económica de la región; refleja el contexto de las grandes, pequeñas y medianas empresas del destino turístico que han desarrollado una gestión inteligente con estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, capacidad de adaptación al cambio y resiliencia, por lo que el aprovechamiento de la tecnología es un pilar de innovación que debe beneficiar no solo a turistas sino a la comunidad residente, con mayores esfuerzos para preservar la biodiversidad y el patrimonio cultural local. Aun con las áreas de oportunidad, las empresas turísticas contribuyeron a la reactivación económica de la región y la competitividad del destino turístico.

Palabras clave: Competitividad, destino inteligente, empresas turísticas, estrategias, Los Cabos, México.

## **Autocongruencia con personalidad de la marca destino, percepción de riesgo, e intenciones de viaje: Estudio en dos destinos del Caribe Mexicano.**

**Oliver Cruz Milán**

Oliver.CruzMilan@tamucc.edu

*Texas A&M University-Corpus Christi*

**Ismael Castillo Ortiz**

Ismael.Castillo@anahuac.mx

*Universidad Anáhuac*

En la literatura en mercadotecnia de destinos turísticos hay poca investigación acerca de la autocongruencia con la personalidad de la marca destino en contextos de riesgo e inseguridad. Dicha escasez de estudios empíricos no permite comprender de manera integral los factores que, como incentivos y disuasivos, pueden incidir en las actitudes y decisiones de viaje de turistas. Por lo anterior, en la presente ponencia se estudia el papel que juegan las dos variables principales, la autocongruencia con personalidad de la marca destino y la percepción de riesgo relacionada a delincuencia e inseguridad, como determinantes de intenciones de visita a dos destinos de sol y playa: Cancún e Isla Holbox. El modelo propuesto incorpora variables psicográficas y de involucramiento como antecedentes de las variables principales, analizando la influencia de necesidades sociales, así como diferencias de los destinos según su grado de desarrollo y posicionamiento. Utilizando datos de potenciales viajeros estadounidenses obtenidos a través de un panel de consumidores, las hipótesis planteadas son estimadas por medio del análisis de modelación de ecuaciones estructurales basado en varianzas (PLS-SEM), examinando efectos de moderación de algunas variables y diferencias entre los dos destinos turísticos. Los hallazgos corroboran que los rasgos psicográficos influyen en el involucramiento con viajes, que a su vez impacta la autocongruencia con personalidad de la marca destino, y que esta tiene un efecto sustancial y positivo en intenciones de visita a los destinos, las cuales son moderadas por las necesidades sociales. Los rasgos psicográficos también impactan la manera en que los viajeros perciben el nivel de riesgo en los destinos turísticos, el cual a su vez es influenciado por la información y noticias negativas sobre los destinos, pero no por la información negativa acerca del país. Los resultados constataron que la percepción de riesgo en el destino impacta negativamente la intención de visita, pero no altera los efectos que tiene la autocongruencia con personalidad de la marca destino. Finalmente, el análisis no mostró diferencias de acuerdo al tipo de destino, excepto por la moderación de necesidades sociales sobre la autocongruencia con personalidad de la marca destino, la cual arrojó un efecto estadísticamente significativo para el caso de Isla Holbox, pero no para Cancún. El trabajo concluye discutiendo algunas implicaciones teóricas y conceptuales de la investigación, así como ofreciendo recomendaciones orientadas a la práctica e industria en el ámbito de la mercadotecnia y marcas de destinos turísticos.

Palabras clave: Destinos turísticos; autocongruencia con personalidad de marca; percepción de riesgo; variables psicográficas; inseguridad y delincuencia.

## **Modelo de innovación para determinar la competitividad del producto turístico Pueblos Mágicos del estado de Hidalgo**

**Fernando Benítez Leal**  
fbenitez12100@alumno.ipn.mx  
*Instituto Politécnico Nacional*  
**Ricardo Tejeida Padilla**  
rtejeidap@ipn.mx  
*Instituto Politécnico Nacional*  
**Ana Lilia Coria Páez**  
acorria@ipn.mx  
*Instituto Politécnico Nacional*

El programa Pueblos Mágicos desde su formulación busca el reconocimiento a comunidades que presentan características propicias para la actividad turística y en el que los enfoques de innovación, diversificación y competitividad, al amparo de la sostenibilidad, sean atendidos mediante su implementación y operación; por lo que identificar y caracterizar las condiciones que tienen los Pueblos Mágicos en materia de competitividad e innovación como destino turístico contribuyen a incrementar sustantivamente el desempeño del sector turístico de la localidad.

El propósito del presente trabajo es diseñar un modelo de innovación con la finalidad de determinar factores en materia de competitividad e innovación desde una perspectiva sistémica para atender la falta de información actualizada respecto al grado de innovación del producto turístico Pueblos Mágicos de Hidalgo, así como de referentes de la competitividad turística que permitan su medición y síntesis en el estado.

La competitividad desde un enfoque sistémico depende de múltiples factores y su mediación se torna compleja debido a la gran cantidad de elementos que la conforman y las interrelaciones entre estos aunado a los niveles (micro, meso, macro y meta) desde los cuales se analiza; así mismo incorporar al factor de innovación como eje vertebral del modelo surge de los postulados teóricos que establecen una relación directa entre competitividad e innovación y considerados como aspectos complementarios, destacando que la innovación genera más competitividad y desde un enfoque social, la innovación promueve la búsqueda de soluciones enfocadas a los problemas que presenta la sociedad, mismas que generan un valor agregado que ayuda al desarrollo.

Abordar a los Pueblos Mágicos como un producto turístico que se considera como el resultado de toda la acción del sistema y éste, dentro de la actividad turística, está constituido por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad nos permite identificarlos como parte de la oferta de Hidalgo como destino turístico y así poder medir su grado de innovación y aporte a la competitividad estatal mediante la síntesis de los componentes del sistema, así como sus interrelaciones.

El método sistémico nos permite estudiar, interpretar y comprender holísticamente la situación actual del problema y proponer las acciones para mejorarla; abordar fenómenos complejos en donde el énfasis no sólo está en medir las variables involucradas en el proceso o en comprenderlo, sino encaminar acciones que resuelvan la situación problema no estructurada o problemas suaves o blandos; siendo el turismo un fenómeno social, complejo y con interrelaciones plurales resulta ser la Metodología de Sistemas Suaves la más factible para el estudio de los elementos del producto turístico Pueblos Mágicos, así como las interrelaciones existentes entre las variables innovación y competitividad así como para el diseño del modelo propuesto.

Los resultados parciales permitieron identificar la situación problema que presenta el producto turísticos Pueblos Mágicos así como las interrelaciones entre los principales actores; se identificó que la falta del fortalecimiento de la oferta y diversificación del producto turísticos aunado a los problemas de accesibilidad y movilidad en el destino limitan su competitividad y en conjunto con la carencia de innovación del producto y la falta de alineación a las expectativas de los mercados emisores provoca un desaprovechamiento de la denominación Pueblo Mágico; esto mediante la identificación de los sistemas relevantes del producto turístico Pueblos Mágicos agrupados en atractivos, facilidades y accesibilidad.

En conclusión, la identificación de los sistemas relevantes y la estructuración de la situación problema expresada permitirán sentar las bases para la generación de un modelo sistémico ad hoc que permita determinar la competitividad turística del Estado de Hidalgo a través de su producto turístico, Pueblos Mágicos.

Palabras clave: Innovación, Competitividad, Enfoque Sistémico, Producto Turístico, Pueblos Mágicos

## **La innovación como factor de revalorización y posicionamiento del sector artesanal: caso Amealco, Querétaro"**

**Rebeca Mejía Vázquez**

mejiarbk@gmail.com

*Universidad Autónoma de Querétaro*

**Carla Patricia Bermúdez Peña**

*Universidad Autónoma de Querétaro*

En las últimas décadas, aunque el estudio referente a la innovación ha evolucionado y las investigaciones sobre el tema en el turismo se han diversificado, aún comparten el objetivo de impulsar, a través de la innovación, el desarrollo, la competitividad y generar impactos que disminuyan situaciones como la inequidad en la distribución de la riqueza, así como en el crecimiento económico. Sin embargo, son menores los estudios que contribuyen, a partir de este tema, a los beneficios sociales, sobre todo vinculados con los países en desarrollo o en ciertos sectores de estas naciones, tal es el caso de lo artesanal.

En ese contexto, el sector artesanal es visto como una actividad secundaria, complementaria a la agricultura o a otras actividades económicas o asalariadas, debido a que, generalmente, es mal remunerada, y es difícil que un artesano y su familia vivan de ella. Aunado a que se identifica cierta reticencia a la innovación; uno de los aspectos que influye es que la actividad artesanal se constituye a través de creencias y experiencias adquiridas de generación en generación, las cuales en ocasiones pueden ser barreras para hacer cambios o aceptar lo nuevo.

Aunado a lo anterior, este sector se considera como conservador y “tradicional”, es así como no es común asociarlo con la innovación; no obstante, el mundo rural no es ajeno a esta dinámica, aunque es importante considerar que cuenta con sus propias especificaciones. En ellas se identifican los actores clave (stakeholders), la cultura, lo “tradicional”, la gestión del conocimiento y su inclusión a la actividad turística a través de servicios como recorridos y talleres.

A pesar del aporte del sector artesanal en el ámbito cultural y el peso económico que representa en el país y en estados como Querétaro, las artesanas y los artesanos no han mejorado proporcionalmente sus condiciones de vida, su posicionamiento, ni la valorización hacia ellos y su trabajo. Ejemplo de ello es el sector artesanal de Amealco en Querétaro, especialmente con las artesanas dedicadas a la elaboración de muñecas artesanales en las localidades de San Ildefonso Tultepec y Santiago Mexquititlán.

Es así que, el presente trabajo, el cual aún está en proceso, tiene como objetivo analizar la situación y ecosistema de los talleres artesanales de Amealco, Querétaro respecto a la innovación, para implementar estrategias que contribuyan en la revalorización y posicionamiento del sector. En esta primera etapa se realizaron visitas de familiarización para identificar los talleres, sus características y quienes intervienen en la toma de decisiones, producción, organización y comercialización. Así como los elementos particulares que integran los aspectos de innovación en este sector.

Como parte de los resultados preliminares se identificaron tres talleres en San Ildefonso, uno de ellos con características singulares; las artesanías (muñecas artesanales) rompen con el estereotipo de la muñeca tradicional “Lelé” y “Donxu”; además, las acciones que implementan para la comercialización de sus productos, así como su vínculo con el turismo y las experiencias que generan en el visitante se consideran como “innovadoras” sin comprometer la esencia y significado de su cultura. El segundo es reconocido por el trabajo realizado para compartir acerca de la muñeca Donxu (originaria de esta localidad). Y el tercero está integrado a una ruta realizada por jóvenes de la comunidad.

En suma, se identifican áreas de oportunidad para abordar el tema de innovación en el sector artesanal como es el caso de Amealco, Querétaro, tomando en cuenta que aún no se tiene registro de investigaciones referentes a esta línea de investigación acerca de esta zona.

Palabras clave: Innovación, turismo, sector artesanal, revalorización, Amealco

## **Aproximación al estudio de la cultura organizacional predominante en las micro y pequeñas empresas turísticas de Cancún, México**

**Vicente Alejandro Jiménez Olivera**

vicente.alejandro1985@gmail.com

*Universidad del Caribe*

Actualmente, se vive un momento histórico que está redefiniendo tanto a la sociedad en general como a las empresas en particular, en todos los niveles alrededor del mundo. Este cambio de paradigma exige a las personas actuar de manera disruptiva, diferente e innovadora ante la sorpresiva adversidad generada por la aparición del COVID-19 y la amenaza que representa en los ámbitos sociales, culturales y económicos. Uno de esos cambios fundamentales que deben realizar las empresas se encuentra presente en su cultura organizacional, pero ¿cómo hacer que las empresas mexicanas, en medio de la crisis provocada por el COVID 19 se adapten a una nueva cultura organizacional centrada en un enfoque estratégico cuando muchas de ellas ni siquiera saben que dicha cultura existe o no han logrado identificarla? En principio, resulta necesario comprender lo que es la cultura organizacional, conocer sobre su origen, evolución y desarrollo. Se requiere analizar por separado cada una de las partes que la conforman, debido a que dicho concepto involucra amplios temas, diferentes enfoques, teorías y una extensa gama de aportaciones al conocimiento por parte de diferentes autores desde inicios del siglo XX. A lo largo del tiempo la cultura organizacional ha sido diagnosticada, medida y evaluada utilizando diferentes modelos. Algunos de ellos la analizan desde rasgos culturales, como es el caso de los propuestos por O'Reilly, Chatman y Caldwell (1991) y Hofstede (1999), y otros desde tipologías culturales que integran dichos rasgos. Es precisamente este último caso el que tiene como base la presente propuesta, la cual es uno de los primeros resultados obtenidos de una investigación que se encuentra realizándose en Cancún, Quintana Roo, sin duda, el destino turístico mexicano más sobresaliente del país, el cual cuenta con un importe reconocimiento y proyección tanto a nivel nacional como internacional. El objetivo general de la investigación consiste en proponer una metodología disruptiva para el desarrollo e implementación de una cultura organizacional innovadora que permita a la Alta Dirección de las micro y pequeñas empresas turísticas mexicanas afrontar la crisis presente y futura generada por la COVID-19. Para ello, resulta fundamental estudiar y comprender el tipo de cultura organizacional predominante de las empresas estudiadas, la cual de acuerdo al modelo propuesto por Cameron, Quinn y Freeman (1991, 1999, 2016), puede ser de tipo Clan, Jerárquica, Adhocrática o enfocada al Mercado. Se trata de una investigación de tipo exploratoria realizada desde un enfoque mixto con un muestreo no probabilístico por conveniencia, que utiliza como técnica de investigación cuantitativa la encuesta y como técnica de investigación cualitativa las redes semánticas naturales. Como resultados del avance en la investigación se identificó que la cultura organizacional predominante en las micro y pequeñas empresas turísticas en los municipios de Benito Juárez, Cozumel y Playa del Carmen se encuentra dividida por una parte en la cultura organizacional de tipo Clan y por otra parte la enfocada al Mercado y que la zona en la que las empresas se ubican representa un factor determinante en el tipo de cultura organizacional adoptado por la empresa.

Palabras clave: Turismo, MiPymes, cultura organizacional, Cancún, México.

## **Propuesta metodológica para evaluar la experiencia turística en Tabasco, México**

**Andrés Guzmán Sala**

guzman.sala.andres@gmail.com

*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*

**Amada Torres González**

amada.tg@regionsierra.tecnm.mx

*Instituto Tecnológico Superior de la Región sierra*

**Berenice Pacheco Martínez**

tareas.alumnosp16@gmail.com

*Instituto Universitario de Yucatán, Tabasco*

Este documento tiene por propósito presentar una propuesta metodológica para la evaluación de la experiencia en los atractivos turísticos y poder determinar el nivel de certificación mediante indicadores, los cuales permiten medir, monitorear e interpretar de la experiencia memorable el comportamiento de la actividad turística que se desarrolla en Tabasco, México. Debido a que los consumidores buscan la experiencia asociada a un viaje (Pulido-Fernández y Navarro Hermoso, 2014).

La experiencia turística se trata de un proceso acumulativo que incluye las fases: anterior, vacacional en el destino y posterior a las vacaciones; y que necesita de una preparación explícita para que suceda (Carballo, et al. 2015). De acuerdo con esto, puede afirmarse que la experiencia turística en destino tiene lugar en la mente del turista a través de un proceso de fijación y agregación de impresiones sensoriales, cognitivas, y emocionales en un periodo de viaje que va desde su planificación hasta su rememoración.

Los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, es importante invertir en ellos para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita. En la actualidad a los turistas les interesa vivir experiencias extraordinarias, conforme a sus actuales gustos, necesidades y prioridades, como interactuar con comunidades que visitan, interaccionarse con la naturaleza, desarrollar actividades físicas, preservar su salud, efectuar actividades al aire libre, entre otras.

Se llevó a cabo una revisión de la literatura científica mediante las bases de datos, para identificar las variables y determinar las apropiadas de acuerdo a las características del territorio y el contexto, logrando tener validez de contenido, las variables seleccionadas fueron: unicidad, creación, co-creación o e-attraction, satisfacción en el consumo, seguridad y preservación de los recursos y bienes turísticos, se construyeron dos instrumentos uno de enfoque cualitativo con la técnica de observación en donde personal competente podrá evaluar la experiencia de acuerdo a lo que se observe en el lugar y según lo indique cada enunciado en el cual se encuentran las variables, en este mismo sentido para el enfoque cuantitativo se construyó un cuestionario integrado por un total de 39 ítems para responder con opciones de respuestas en escala tipo Likert: 1= Muy pobre, 2= Pobre, 3= Regular, 4= Bueno, 5= Excelente, se recomienda que la encuesta debe ser aplicada cara a cara a los visitantes que hayan disfrutado de la experiencia, objeto de evaluación. Como resultado se obtuvieron dos instrumentos con cinco variables con los cuales se podrán obtener resultados cualitativos y cuantitativos sobre la experiencia de los visitantes, además de forma global con los datos obtenidos mediante los instrumentos será posible hacer un análisis comparativo.

Palabras clave: Experiencia memorable, unicidad, creación, co-creación y seguridad.

## **El uso del marketing digital como herramienta tecnológica efectiva, para reactivar el turismo en Nayarit**

**Armando Ramírez Jiménez**

armando@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Julio César Cuauhtémoc Carrillo Beltrán**

doctorjuliocesarcarrilobeltran@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Bertha Alicia Arvizu López**

bertha.arvizu@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

Durante los últimos 24 meses a nivel internacional hemos sufrido toda la pandemia provocada por la enfermedad del COVID-19, lo anterior sin lugar a duda, ha transformado a la sociedad en todo el mundo y a nivel global en todos los sectores provocando desempleo, inflación, pobreza y falta de oportunidades laborales sobre todo en un sector tan importante como lo es el económico y específicamente el impacto en el turismo en Nayarit. Según Sermeño (2004), el desarrollo económico es un plan de evaluación para conocer cómo viven las personas, cuál es su calidad de vida y sus posibles soluciones a las problemáticas, por esta razón se ha considerado muy relevante realizar la presente investigación. La economía en México está integrada por 32 entidades federativas, las cuales tienen la soberanía e independencia de elegir las mejores estrategias para alcanzar un desarrollo sustentable y así mejorar la calidad económica de su entidad.

El objetivo de la presente investigación es el de dar a conocer la importancia y las ventajas del uso del marketing digital como herramienta tecnológica efectiva para reactivar el turismo en Nayarit, mediante el uso de las redes sociales, la adaptación a las plataformas digitales con estrategias efectivas e innovadoras para captar mayor turismo tanto nacional como extranjero y como consecuencia que se refleje en la derrama económica, en la calidad de vida de sus habitantes, mayor empleo y con lo anterior se pretende descender los niveles de violencia que hay en la sociedad por la falta de empleos que directa o indirectamente impacta en el interés que demuestran los inversionistas que analizan el hecho de invertir su capital en nuestra entidad. Nayarit un estado con asombrosos recursos naturales donde su principal fortaleza es el desarrollo sustentable y los diferentes sectores que aún no son aprovechados al 100% de su capacidad productora.

Hoy en día este término de mercadotecnia es conocido de forma global como marketing digital y que llega a distintos nichos y segmentos del mercado en este caso los prospectos que son tanto los turistas nacionales como extranjeros de distintas edades y ha sido muy efectivo en los últimos cinco años por el desarrollo de aplicaciones digitales que cada vez son más amigables en el uso con un simple clic pueden comprar vuelos de avión, reservar hospedaje, alimentos, paquetes turísticos y ofertas que algunas páginas web ofrecen al público en general todo lo anteriormente mencionado nos lleva a las conclusiones de la presente investigación para que Nayarit siga manteniendo el posicionamiento como un lugar turístico tanto de México como a nivel internacional es sumamente recomendable que se implementen estrategias de marketing digital ya que es la forma de crecimiento exponencial que se ha dado en las empresas después de la pandemia, además de seguir creando ingeniosas campañas y publicidad en redes sociales, utilizando las aplicaciones tecnológicas que utiliza la juventud hoy en día.

La presente investigación es de carácter descriptivo, con un enfoque tanto de manera cuantitativa como de forma cualitativa. Como principales resultados y conclusiones se sugiere que los prestadores de servicios turísticos en Nayarit pongan en práctica una excelente herramienta digital que están utilizando las grandes compañías y empresas relacionadas al turismo es la mercadotecnia.

A manera de conclusión se recomienda a las empresas turísticas que están ubicadas en Nayarit a estar actualizados, brindar capacitación constante a su talento humano para que este motivado y siga siendo el destino favorito de miles de turistas nacionales como internacionales.

Palabras clave: Desarrollo, economía, innovación, marketing digital, y turismo.

## **Factores tecnológicos para implementar la gestión inteligente de las playas desde la percepción de los visitantes de Rosarito, Baja California**

**Isaac Cruz Estrada**

icruz@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Ana María Miranda Zavala**

amiranda@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Margarita Ramírez Torres**

mramirez@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

Los desarrollos turísticos se encuentran con nuevos retos en torno a la gestión, uso y aprovechamiento del territorio. El crecimiento demográfico de las ciudades en el siglo XXI propicia la inclusión de tecnologías que apoyen el desarrollo sostenible y la innovación a partir de las denominadas smart city. La creación de estas ciudades inteligentes ofrece respuesta y solución a los problemas urbanos y territoriales. En ellas, las TIC son empleadas en indicadores ambientales, acceso a los servicios del gobierno, movilidad, servicios de la salud y en la gestión de los servicios turísticos. Esto motiva la oportunidad de obtener herramientas y tecnologías para hacer más eficiente la gestión del destino.

De esta manera, mediante el desarrollo de destinos turísticos inteligentes (DTI), es posible utilizar tecnologías para optimizar los recursos de las ciudades, con la oportunidad de lograr mayor eficiencia e interactividad entre todos los actores que participan en la ciudad. Los DTI se definen por contar con una infraestructura tecnológica dentro de la estrategia para la gestión eficiente del territorio turístico, promueven la accesibilidad digital y hacen posible la interacción e integración del turista con el lugar, lo que se traduce en mejorar la experiencia del turista.

La investigación se desarrolla en el entorno del municipio de Playas de Rosarito, Baja California, ubicado en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, a pocos kilómetros de la frontera que limita con el Estado de California, Estados Unidos. Catalogado como destino turístico de sol y playa, recibe visitantes internacionales y nacionales; además, en este territorio se realizan eventos deportivos entre los que se destacan torneos de voleibol de playa, atletismo, paseo ciclista, motocross, carreras de automóviles todo terreno, surfing y regatas de veleros.

La metodología empleada en la investigación inicia por la revisión de literatura sobre la gestión inteligente de destinos turísticos, seguido de la descripción de los componentes para un DTI y la denominación de playa inteligente. Asimismo, se añaden conceptos sobre la motivación del viajero POS-COVID, que demanda servicios y herramientas tecnológicas para mejorar su percepción de seguridad y confianza del destino.

Se utilizó el método cuantitativo, aplicando 595 cuestionarios a través de internet, con el propósito de obtener la opinión del visitante regional (Tijuana, Mexicali, Ensenada y Tecate, Baja California y del sur de California, EE. UU.) con base en de la necesidad del uso de tecnologías aplicadas durante la pandemia COVID-19 para mejorar los resultados de las medidas de distanciamiento social en las playas: control del aforo en los diferentes accesos a la playa y TIC para interactuar con las personas que deciden arribar al destino turístico, puesto que necesitan información eficaz y dinámica. En los resultados, mediante análisis factorial, se encontraron dos factores tecnológicos que benefician la percepción de confianza de las personas que acostumbran arribar a esta zona del municipio: 1) herramientas para control de aforo y acceso a información sobre las condiciones de la zona turística de playas y 2) tecnologías de apoyo para la gestión del espacio en las playas. La pandemia ha mostrado la fragilidad de todos los sectores de la economía del mundo, entre los cuales se encuentra el turismo, y ha señalado las áreas de oportunidad en toda la industria. Por lo tanto, es necesario asumir la responsabilidad de innovar los procesos en las áreas exhibidas, adoptando soluciones prácticas y tecnologías con base en los recursos disponibles, con el propósito de mantener la operación del turismo con todos los subsectores asociados y, en este sentido, ofrecer a los visitantes mayor seguridad y confianza a través de la gestión inteligente de la zona turística. Esto contribuirá al establecimiento de un plan de contingencia integral, aprendiendo de la experiencia alcanzada durante el periodo de la pandemia.

Palabras clave: Turista, playa, gestión inteligente, percepción, confianza.

## **Análisis de la competitividad del turismo de reuniones de Mazatlán, Sinaloa. Propuesta de estrategias de innovación**

**Margarita Guadalupe Zazueta Hernández**

margaritazazueta@uas.edu.mx

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

**Ana Laura Herrera Prado**

ana.herrera@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

El turismo de reuniones representa una especialización enfocada a un segmento específico, que, a su vez, favorece el aumento de la oferta de bienes y servicios, contribuye a reducir la estacionalidad del sector y promueve la imagen de un destino. También, es una oportunidad para mejorar la competitividad del mismo, a través de planes integrales de desarrollo y gestión. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta modalidad cobra una importancia cada vez mayor para el futuro crecimiento de la economía internacional, como parte esencial de la difusión de conocimientos y prácticas profesionales. El puerto de Mazatlán se ha posicionado como el principal destino turístico del estado de Sinaloa, representa más del 82% del mercado turístico. Se destaca su oferta de turismo de sol y playa, no obstante, el turismo de reuniones también ha contribuido al desarrollo del sector, en la ciudad se dispone de un centro de convenciones y recintos para la celebración de eventos de diversa índole, situación que se ha visto reflejada con un aumento gradual de reuniones regionales y locales en el periodo de 2010 al 2019. En el presente estudio se analizó la competitividad del turismo de reuniones en Mazatlán, con el objetivo de identificar los factores determinantes que inciden en su competitividad. Se desarrolló con un enfoque de investigación mixta y se utilizó el caso de estudio como estrategia metodológica, las técnicas de recolección de datos fueron la entrevista semiestructurada a expertos y la encuesta a actores clave del sector turismo y de la modalidad de reuniones. Se llevó a cabo el análisis de los datos, organización e interpretación con diferentes técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas. Así como, la aplicación del análisis de importancia – desempeño (IPA) de los atributos definidos para la obtención de datos de campo, categorizados en cuatro dimensiones: recursos, gestión del destino, condicionantes situacionales y condicionantes de la demanda; empleando un total de 25 indicadores. Entre los resultados se obtuvo la caracterización del turismo de reuniones en Mazatlán, lo que permitió dimensionar la importancia que esta modalidad representa para el destino, ya que constituye el 35% del mercado turístico, con la celebración de diversas reuniones a lo largo del año, entre: eventos deportivos, festivales, Carnaval Internacional de Mazatlán, congresos y reuniones de negocios de los sectores empresarial y académico. Los hallazgos también muestran que los factores de recursos turísticos, conectividad y condicionantes de la demanda presentan una importancia significativa y un buen desempeño, mientras los recursos naturales y la gestión empresarial manifiestan poca importancia y bajo desempeño. Se concluye que la innovación puede ser una estrategia determinante para mejorar la competitividad y el desempeño del turismo de reuniones de Mazatlán, a partir de su implementación en los ámbitos tecnológico y sustentable principalmente. Así como, promover la creación de una Oficina de Congresos y Convenciones en este destino turístico, atender nichos de mercado potenciales—turismo deportivo, médico, ambiental, académico y corporativo—, consolidar clusters de reuniones y fortalecer alianzas estratégicas entre las instituciones gubernamentales y el entorno empresarial.

Palabras clave: Competitividad, factores determinantes, innovación, Mazatlán, turismo de Reuniones.

## **El estudio del Ciclo de Vida del Área Turística. Una revisión 42 años después del Modelo de Butler**

**Abel Capote Barreras**

abel.capoteb@coltlax.edu.mx

*El Colegio de Tlaxcala A.C.*

**Mario Alberto Enríquez Martínez**

mario.albertoem@coltlax.edu.mx

*El Colegio de Tlaxcala A.C.*

**Elizabeth López Carré**

delfos311@yahoo.com.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

Uno de los temas de mayor relevancia en los análisis de competitividad turística es el estudio del Ciclo de Vida del Área Turística (CVAT) diseñado por Butler, entre otros motivos porque estudia la evolución de un destino en el tiempo, y a su vez, determina la estrategia más coherente a implementar, a partir de la fase en que se encuentra éste. 42 años después de su creación, continúa siendo vigente como una herramienta para la planificación turística, ya que ha sido aplicado en destinos de disímiles partes del mundo.

Pese a esto, no se aprecia de forma clara, de qué forma el modelo de Butler, pueda ser utilizado en un área donde se practique el turismo alternativo en búsqueda de la sustentabilidad, utilizando como indicador la afluencia de turistas para explicar su avance en el tiempo. Por lo tanto, se pretende caracterizar de forma documental el CVAT propuesto por Butler, así como su aplicación, para la identificación de otros indicadores de competitividad que sean congruentes con destinos de turismo alternativo desde una perspectiva no masiva o centrada en el ámbito económico. Para ello, es que a partir de una revisión de segundo orden, a partir de controversias documentales, se han analizado estudios anteriores sobre el CVAT, teniendo como base un recorrido histórico, desde el surgimiento del CVAT hasta los estudios más recientes, con el propósito de comprender la evolución de la teoría propuesta por Butler.

Como resultados se puede apreciar que el CVAT no es un modelo estático, los elementos que se deben tener en cuenta para su aplicación varían ya que cada área turística es única; las modificaciones y críticas que en 42 años ha tenido el modelo original de Butler, lo reafirma como teoría que ha tenido peso en los estudios turísticos; su propio creador, ha continuado explicando la vigencia y limitaciones del modelo, relacionando el mismo con fenómenos como el sobreturismo, aceptando las críticas que ha obtenido por otros expertos en el área y agregando elementos claves que no fueron profundamente explicados en el artículo original y que han sido fundamentales para la aplicación del CVAT en años posteriores.

La aplicación del CVAT en situaciones y destinos diferenciados ha posibilitado el debate en cuanto a los indicadores a utilizar para determinar la fase en que se encuentra el área turística, así como el momento en que presenta cambios sustanciales. Se recomienda modificar el modelo a partir de las características del área a estudiar, y no darse por vencidos al decir que no es aplicable sin antes adaptarlo en dependencia de las necesidades del investigador.

Continúa siendo incongruente la aplicación del modelo en destinos de turismo alternativo utilizando indicadores cuantitativos, pero se debe rescatar que aún con ello, el modelo de CVAT sirve de guía para que cada investigador lo aplique en otros espacios turísticos a partir de nuevos indicadores, concluyendo que es aplicable en cualquier destino, tradicional o alternativo, y que los indicadores estarán en correspondencia con los factores endógenos y/o exógenos del mismo.

En futuras investigaciones se deben tener en cuenta metodologías mixtas que permitan observar la evolución de un destino desde varios ángulos, modificaciones al modelo que permitan su aplicación a partir de criterios de observación similares entre sí, así como nuevos criterios de identificación como los que aportan los estudios en torno a tecnologías para la interacción de los actores turísticos como las redes sociales y sobre todo, la inclusión de nuevos criterios como la innovación del destino, experiencias vivenciales, diferenciación y la conexión o relación física y digital entre el turista, anfitrión local y destino turístico.

Palabras clave: CVAT, competitividad, turismo alternativo, destino turístico, sustentabilidad.

## **Estudio de la Imagen de Destino Digital a partir de la experimentación con un método de inteligencia artificial. El caso de México**

**Rafael Guerrero-Rodríguez**

r.guerrero-rodriguez@ugto.mx

*Universidad de Guanajuato*

**Angel Díaz Pacheco**

diazpacheco@cicese.edu.mx

*Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada Unidad de Transferencia Tecnológica*

*Tepic (CICESE-UT<sup>3</sup>)*

**Angel Ramón Aranda Campos**

aranda@cicese.edu.mx

*Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada Unidad de Transferencia Tecnológica*

*Tepic (CICESE-UT<sup>3</sup>)*

El objetivo central de esta investigación consistió en realizar una comparación entre las imágenes de destino proyectadas por parte de algunos de los destinos turísticos más importantes en México (Ciudad de México, Riviera Maya, Acapulco y Guadalajara) y las imágenes percibidas por parte de los visitantes a estos lugares a partir de sus contenidos digitales publicados en la red social de Instagram. A partir del diseño de una metodología basada en el uso de un enfoque de Aprendizaje Profundo conocido como Redes Neuronales Convolucionales, se buscó construir una herramienta que permitiera proporcionar una cuantificación automatizada de las similitudes y/o diferencias existentes entre las imágenes de destino proyectadas por las Organizaciones de Gestión de Destino (DMOs) y las imágenes percibidas por los turistas reflejadas en los Contenidos Generados por los Usuarios (UGCs) publicados por los usuarios dentro de la red social referida. La imagen de destino ha sido tema de interés desde hace algunas décadas debido a su potencial de crear imaginarios e influir directamente tanto en la intención de viaje como en el comportamiento de los viajeros. Esta herramienta contribuye a conocer mejor cómo las DMOs de estos destinos turísticos en México utilizan la red social de Instagram para construir su imagen a partir del estudio automatizado de atributos en las imágenes que distribuyen y que consideran de valor para sus potenciales viajeros (e.g. paisajes, manifestaciones culturales, mensajes, interpretaciones, narrativas, etc.). La exploración de este contenido, frecuencia de publicación e interacción con los usuarios de forma sistematizada en diferentes lugares permite encontrar patrones similares en el uso de atributos entre destinos y evalúa la capacidad de este canal digital para construir una imagen de destino efectiva. Por otro lado, esta herramienta ayuda también a explorar las características principales de los UGCs publicados por viajeros en relación con los destinos que visitan. Con esta información se puede conocer si existen coincidencias entre estos contenidos y aquellos distribuidos por las DMOs. Una mayor coincidencia apunta a una comunicación efectiva mientras que una mayor diferencia apunta a una disparidad de intereses entre destinos y visitantes. Los principales hallazgos de este estudio apuntan a que los destinos de playa analizados (Acapulco y Riviera Maya) presentan importantes diferencias entre la imagen proyectada por sus DMOs y los UGCs de sus turistas. En contraste, los destinos urbanos estudiados (CDMX y Guadalajara) presentan menores diferencias de imágenes proyectadas y percibidas en una proporción de -50% respecto de los destinos de playa. De manera práctica, estos resultados ayudan a saber que hay una consistencia entre los intereses de los visitantes a los destinos urbanos y las DMOs. En contraste, los resultados apuntan a que la Riviera Maya y Acapulco deben mejorar su capacidad de comunicación o bien deben estudiar con mayor detenimiento los contenidos compartidos por sus viajeros para entender sus intereses y reorientar sus esfuerzos de comunicación. Finalmente concluimos que, aunque el diseño y aplicación de esta herramienta aún tiene muchas áreas de mejora, esta investigación contribuye a generar una discusión sobre la necesidad que tienen los destinos turísticos para implementar herramientas de análisis más actuales basadas en la inteligencia artificial como ésta para estudiar los fenómenos que ocurren actualmente en sus territorios y poder tomar mejores decisiones de gestión turística.

Palabras clave: Imagen de destino, inteligencia artificial, aprendizaje profundo, Instagram, México.

## **Factores determinantes para el desarrollo de la Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México, como Destino Turístico Inteligente**

**Alejandro Moncayo Gómez**  
alejandro.moncayo@uabc.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Baja California*

### **Objetivo**

El objetivo del proyecto de investigación doctoral, mediante el trabajo de tesis, es examinar el modelo de gestión turística actual que la Alcaldía Coyoacán ha implementado, hacia una consolidación como destino turístico inteligente (DTI); en el entendido de que un DTI es un concepto de ciudad inteligente que refiere un modelo de gestión basado en la sostenibilidad y gobernanza; con la finalidad de conducir el correcto abordaje del turismo enfocado a los visitantes y residentes por parte de los organismos y autoridades competentes.

### **Encuadre teórico**

El estado del arte en relación al desarrollo de las ciudades inteligentes como Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), muestran a las ciudades inteligentes como ciudades donde el uso de las Tecnologías para la Información y Comunicación (TIC) se asocian con la infraestructura tradicional con la meta de desarrollar una nueva y más segura forma de comprender los problemas urbanos (Piñón González y Castillejos López, 2019). De acuerdo a las investigaciones de Ivars Baidal et al. (2016), nombran tanto a las ciudades inteligentes como a los DTI, al usar las TIC, se han convertido en una referencia en la actualidad dentro del desarrollo de la actividad turística en un destino. El enfoque se ha ido introduciendo con fuerza en la gestión urbana, trasladándose a la gestión turística de los destinos. Este direccionamiento integra una visión estratégica, adaptación tecnológica, sostenibilidad, innovación, aspectos esenciales de las nuevas economías turísticas, integrados en las dimensiones de las Smart Cities o ciudades inteligentes. Una de las tendencias más marcadas señala a las aldeas inteligentes (Invat.tur, 2021); (Fux et al., n.d.); (López de Ávila et al., 2015); (Herrera et al., 2017); (Chatterjee y Kumar, 2017); (Karvonen et al., 2018); (Perea-Medina et al., 2018); (Liberato et al., 2018); (Coca-Stefaniak, 2020) para su desarrollo como un modelo de DTI, dicha tendencia muestra que se posibilidad de éxito es mayor, principalmente a qué la aplicación de las metodologías existentes de desarrollo en destino tiene la posibilidad de ser implementadas en sus diferentes ejes de acción incluidas en dichos procesos metodológicos, las cuales tiene la posibilidad de mayor éxito, los ejes a considerar en el desarrollo de un DTI se pueden nombrar entre algunos los siguientes: la gobernanza, la movilidad, la sustentabilidad, la innovación, la tecnología, el papel de los diversos actores involucrados entre otros elementos.

### **Métodos**

La metodología de investigación es de carácter mixto, la cual representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos que implican la recolección y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencia producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio permitiendo conocer el alcance de los resultados obtenidos (Hernández et al., 2014). Los métodos y técnicas a desarrollar en la investigación se concentran en la revisión de la literatura, las metodologías cualitativas, cuantitativas, lo sujetos de estudio, contenido del cuestionario aplicado, confiabilidad del cuestionario y procedimiento para el trabajo de campo.

### **Avances de los Resultados**

Hasta el momento del registro de esta ponencia, se ha establecido los siguientes avances en relación a la Metodología Cualitativa:

- Diseño de las entrevistas a profundidad en los diversos ámbitos de los indicadores de DTI contenidos en la literatura académica, principalmente los propuestos por (Ivars-Baidal et al., 2021).
- Aplicación de las entrevistas a cinco funcionarios en la Alcaldía Coyoacán en diferentes direcciones estratégicas en su estructura organizacional.

### **Conclusiones preliminares**

La investigación, ha cubierto las actividades programadas dentro de su cronograma de trabajo para la Estancia Empresarial dentro de la Alcaldía Coyoacán en la Ciudad de México.

Palabras clave: Turismo inteligente, Destinos Turísticos Inteligentes, Aldeas Inteligentes, Sustentabilidad.

## La Calidad Cualitativa como propuesta para la satisfacción de ‘El Cliente-Turista’

**Irma Magaña Carrillo**

irma@ucol.mx

*Universidad de Colima*

El estudio del turismo suele ser constante desde un enfoque cuantitativo, determinado por la economía, sin embargo, requiere ser abordado también a partir de los elementos cualitativos que lo conforman en esa área, los cuales son parte de su naturaleza e identidad, pero poco se ha trabajado en ese sentido. Esta propuesta es resultado de una de las varias investigaciones que he realizado desde una dimensión intangible-cualitativa, pero desde el área económico – administrativa, para estudiar específicamente: Lo Intangible, lo Cualitativo y lo Intangible-Cualitativo, del Producto Turístico y el Servir. La importancia de estudiar dicha dimensión radica en la necesidad de encontrar, métodos, técnicas, herramientas desde el enfoque de la Calidad Cualitativa. Dimensión que se propone para operar en forma específica y exacta el diseño o rediseño a través del Proceso de Mejora Continua el servuccir la satisfacción de ‘El Cliente-Turista’.

Con lo anterior en mente, en el año 2019 realicé, en hoteles, restaurantes y cafeterías en Italia, una investigación que tuvo dos objetivos generales: 1) Identificar la dimensión del Producto Turístico específico, y la dimensión ‘Servir’, para sostener la Propuesta de la Línea de Servuccir. y 2) hacer la Mejora Continua de ese Proceso Crítico Flexible’ identificado. Entre los objetivos específicos se encuentran los siguientes: 1a) Identificar el Proceso Crítico Flexible de ‘El qué’ o Producto Turístico Intangible; 1b) o Producto Turístico Cualitativo; 1c) o Producto Turístico Intangible-Cualitativo; 2) Identificar el Proceso Crítico Flexible de ‘El cómo’ o entrega o Servir. 3) Mapear: 3a) El Proceso Crítico Flexible de ‘El qué’ o Producto Turístico Intangible; 3b) El Producto Turístico Cualitativo; 3c) El Producto Turístico Intangible-Cualitativo. 4) Mapear El Proceso Crítico del ‘Servir’.

Al mismo tiempo, se buscó analizar los conocimientos actuales de turismo como contexto, en el concepto de satisfacción de ‘El Cliente-Turista’ y el Modelo de Calidad Total de autores clásicos como: W. Edward Deming, Joseph M. Juran, Armand V. Feigenbaum, Kaoru Ishikawa y Karl Albrecht, incluyendo autores contemporáneos.

El método de la investigación consistió en mapear con base en la Línea de Servuccir el Proceso Crítico Flexible de ‘El qué’ o producto en todas sus clasificaciones arriba descritas y de ‘El Cómo’ o ‘Servir’. Para ello se utilizaron técnicas de investigación cualitativas como la entrevista, la observación no participante y la acción de ser ‘Cliente-Turista’ en los establecimientos participantes. Entre los resultados obtenidos destacan, la confirmación de Conceptualizaciones propuestas, como: La sexta era de Calidad con su enfoque de ‘Calidad Cualitativa’, Cliente-Turista, Dimensión Intangible-Cualitativa y la Línea de Servuccir. Así como asegurar el avance de más de diez años de realizar laboratorios de Mejora Continua con esta metodología. Con ello, naciendo nuevas conceptualizaciones, como para cada una de los productos turísticos descritos y específicamente ‘Servir’. También, el método de operar la propuesta de la Calidad Cualitativa en el Proceso de Mejora Continua en la Dimensión Intangible-Cualitativa.

Se puede concluir que, de acuerdo con los objetivos generales, sí hay producto turístico en las dimensiones, intangible, cualitativa, e intangible-cualitativa, los cuales se pueden operar desde la Dimensión Intangible-Cualitativa, además de dejar claro que ‘el Servir’ es una dimensión que tradicionalmente se obvia, y que en esta propuesta se opera al igual que se servuccir el producto. La propuesta integral tiene el sentido de satisfacer al ‘Cliente-Turista’ en sus necesidades y en sus expectativas.

Palabras clave: Calidad cualitativa, satisfacción de El Cliente-Turista, dimensión intangible-cualitativa, línea de servuccir, actividad turística.

## **Entre plata y mariposas. El marketing turístico del patrimonio**

**Claudia Rodríguez Espinosa**

claudia.rodriguez@umich.mx

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

**Erika Elizabeth Pérez Múzquiz**

erika.muzquiz@umich.mx

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

Descripción del tema abordado: En las últimas décadas, el turismo cultural se ha convertido en uno de los motores económicos más importantes a nivel mundial. Considerando que el llamado “marketing” del turismo cultural tiene por objetivos la puesta en valor y la promoción del segmento cultural dentro de la actividad turística, aunado a la mejora de un determinado destino, se considera fundamental la accesibilidad y la programación de la oferta cultural. Este es el caso de México y el programa Pueblos Mágicos, cuya función es potencializar la oferta turística que poblaciones tradicionales tienen para ofertar a través de los instrumentos del marketing.

Objetivos: Analizar la oferta turística existente actualmente de la localidad de Tlalpujahua, con el fin de establecer las estrategias de marketing actuales y poder realizar propuestas para mejorar la difusión de la oferta turística de Tlalpujahua.

Encuadre teórico: Partiendo de la propuesta de Sarker y Begum (2013) de que la diversificación de los productos turísticos culturales es la respuesta a las necesidades modernas, el análisis de las ofertas en la actualidad generó propuestas que impulsen el turismo cultural de un sector tan específico como el minero.

Método: Este trabajo se enfoca en analizar dos insumos de la promoción: comunicación a través de medios, la publicidad y el marketing directo. Mediante entrevistas semiestructuradas con los diversos agentes involucrados en el turismo cultural, se obtuvo información de Tlalpujahua como destino turístico que forma parte de la ruta de pueblos mineros junto con Angangueo y El Oro. Además de forma sistematizada se buscó información a través de internet para obtener datos como oferta de hoteles, restaurantes, uso de aplicaciones como TripAdvisor y Airbnb, así como páginas oficiales de promoción turística, principalmente aquellas manejadas por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México.

Resultados: Los hallazgos preliminares de esta investigación muestran una patente carencia de manejo de los instrumentos de marketing del turismo cultural, ya que la promoción a niveles nacional e internacional es muy limitada, incluso, la ruta de pueblos mineros casi no se promociona. Igualmente se aprecia una falta de planeación y programación de la oferta turística. Otro de los elementos que debe ser atendidos de manera inmediata es el tema de la accesibilidad, la cual ha sido dejada de lado y repercute de manera directa en la afluencia de visitantes a este destino. Finalmente, se pudo constatar el enorme potencial que este destino turístico tiene y que puede ser desarrollado mediante la comercialización o marketing de este patrimonio cultural.

Conclusiones: El desarrollo de proyectos de investigación que se apliquen a la actividad turística, en específico al turismo patrimonial minero, ha dado como resultado el diseño de estrategias de marketing o comercialización de manera masiva, gracias al uso de plataformas y aplicaciones tanto nacionales como internacionales, teniendo como resultado la posibilidad de mejorar las economías locales, es específico de Tlalpujahua en Michoacán.

Palabras clave: Marketing, turismo cultural, conservación patrimonial, pueblos mineros, herramientas digitales.

## **Clima e igualdad laboral como elementos para la competitividad de empresas de hospedaje temporal en México**

**Cesar Omar Sepúlveda Moreno**

sepulveda.cesar@uabc.edu.mx

*Universidad de Sonora*

**Luis Ramón Moreno Moreno**

nomarsiul@gmail.com

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Virginia Guadalupe López Torres**

virginia.lopez@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

El turismo es una actividad que había experimentado un repunte considerable en los últimos veinte años tanto a nivel mundial y nacional, como resultado de un mejoramiento de los niveles de ingreso, de una mayor población y en general, de elementos asociados a la creación de más y mejor infraestructura, a la entrada de nuevos mercados, al fortalecimiento de la seguridad en los destinos y por supuesto, a la consolidación de las tecnologías de la comunicación y la información. En ese sentido, la actividad turística en México en el año 2019 tuvo una participación del 10.4% en el PIB, generó uno de cada 10 empleos en la economía y fue la tercera fuente de divisas (WTTC, 2021); de la misma forma, ocupó la séptima posición en cuanto al número de visitantes internacionales y el lugar 16 en cuanto a los ingresos generados por la actividad. Esta tendencia positiva tuvo un alto abrupto como resultado de la pandemia de Covid-19, que generó una caída de 48.1% en el sector, 49.3% en el número de visitantes internacionales, una disminución de 49% en los ingresos y se perdieron 1,205 millones de empleos a nivel mundial (WTO, 2022). Bajo estos elementos, el turismo representa una fuente importante de plazas laborales, pero al mismo tiempo, es un sector bastante vulnerable ante las afectaciones económicas, de seguridad interior y de enfermedades globales, que generan impactos económicos importantes en el ámbito laboral. Con base en lo que se acaba de comentar, el presente documento parte del hecho de que la actividad es un elemento importante para los espacios geográficos donde se asienta, porque permite a las poblaciones locales incorporarse al sector, sin embargo, se desconocen las condiciones bajo las cuales los trabajadores se emplean en esta industria sin chimeneas; en ese sentido, el presente trabajo busca hacer un análisis referido acerca del cumplimiento de los derechos laborales que garantizan un empleo de calidad en los servicios de hospedaje temporal en tres destinos de México: Cancún, Los Cabos y Nuevo Vallarta; para ello se construyó, validó y aplicó un cuestionario a una muestra representativa de empleados de unidades económicas de hospedaje temporal y dentro de este, se analiza la información obtenida de dos dimensiones: clima laboral e igualdad sustantiva. De acuerdo a los resultados obtenidos, de forma global se encuentra que el 58% de los empleados considera que el clima laboral en su organización es adecuado, aunque si el análisis se realiza por destino los valores van de 55% en Nuevo Vallarta y Cancún hasta 65% en Los Cabos; en lo que concierne a la dimensión de igualdad sustantiva, solo el 48% de los encuestados, considera que existe en su lugar de trabajo. Si este valor se desagrega, va de 37% en Nuevo Vallarta a 52% en Los Cabos. Con base en estos valores, podemos concluir que el sector genera una cantidad considerable de empleos en los cuales las condiciones asociadas al clima laboral están ligeramente por encima de valores mínimos, y en ese sentido, existe una alta probabilidad de que los trabajadores decidan dejar su empleo. Asimismo, en términos de la dimensión de igualdad, se obtienen valores prácticamente similares, aunque ligeramente menores, lo cual puede incidir negativamente en la permanencia de los trabajadores. Con base en ello, se hace necesario que desde la organización se pongan en práctica estrategias que permitan un mayor compromiso por parte de los trabajadores y además, que estos se sientan apreciados, lo que en el caso de no hacerse, podría generar elevados índices de rotación laboral con los consiguientes costos para las organizaciones de hospedaje, menores niveles de calidad en la prestación de los servicios y pérdida de competitividad.

Palabras clave: Igualdad sustantiva, turismo, clima laboral, empresas de hospedaje, competitividad.

## Caracterización del trabajo familiar en unidades económicas de Pueblos Mágicos

**Luis Ramón Moreno Moreno**

nomarsiul@gmail.com

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Virginia Guadalupe López Torres**

virginia.lopez@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Virginia Margarita González Rosáles**

ma.margaritagonzalez@gmail.com

*Universidad Autónoma de Baja California*

La importancia del turismo desde una perspectiva macroeconómica ha sido evidente desde hace ya varias décadas. Así por ejemplo, a nivel global el número de turistas internacionales alcanzó un valor máximo de 1.5 billones en el 2019 (UWTO, 2020), reduciéndose considerablemente durante los dos años siguientes como resultado de la Pandemia de Covid-19 (-71.0% en 2019-2020); a pesar de ello, se reconoce la importancia de la actividad en términos de su aportación al PIB Mundial, a la generación de empleo y divisas, además de sus efectos en la balanza de pagos, vía la exportación de servicios (UWTO, 2021). En el caso de México, la actividad turística participaba con un 8.7% del PIB en 2019 y generaba alrededor 4 millones de empleos directos (Sectur, 2020), además de ocupar la séptima posición como receptor de turistas internacionales y el lugar 16, en términos de los ingresos generados (Sectur, 2019).

Una de las características interesantes de la actividad turística está representada por el hecho de que buena parte de las empresas están conformadas por micro, pequeñas y medianas (ILO, 2017; Martínez, 2010; Moreno y Torres, 2010); por ejemplo, en México (INEGI, 2019), las unidades económicas (UE) de hospedaje temporal de menos de 50 empleados, representaron el 94% del total de empresas y generaron el 33% del empleo (Chrisman, Chua y Steiner, 2003; San Martín y Durán, 2017). En el mismo tenor, un elemento importante, está asociado a las unidades económicas que son clasificadas como familiares y al mismo tiempo, la incorporación de empleados familiares con o sin remuneración; de acuerdo a INEGI (2019) dentro del personal ocupado de las UE que tuvieron actividades relacionadas con el turismo, el 29% correspondió a Propietarios, familiares y otros trabajadores no remunerados y asimismo, el 25% del total de horas del personal dependiente de la razón social, corresponden a estos.

Teniendo en cuenta lo comentado hasta ahora, el objetivo del presente trabajo es el de hacer una caracterización del trabajo familiar en UE de cinco localidades inscritas en el Programa de Pueblos Mágicos: Sayulita, Nay., Todos Santos, BCS, Tecate, BC, Isla Mujeres, Q Roo y Cholula, Pue. Para ello, se diseñó, validó y aplicó un cuestionario a una muestra representativa de propietarios/gerentes de UE en estas poblaciones.

De acuerdo a los resultados, se entrevistaron a 1,258 UE, que corresponden a microempresas con máximo 5 empleados (75.7%), seguido por las pequeñas (6 a 20 empleados, 21.9%). Del total de UE, solo el 7.2% cuenta con personal no remunerado, mientras que en el 39% de los casos se cuenta con empleados familiares; ahora bien, de estos empleados familiares (EF) el 57% recibe un salario, que en el 41% de los casos es igual al salario percibido por un empleado no familiar (ENF). Además, el 48% de los EF cuentan con un horario de trabajo similar a los ENF, y finalmente, solo el 27% de los EF percibe prestaciones, las cuales se concentran mayormente en vacaciones y aguinaldo (6.2%), vacaciones (3.1%), aguinaldo (2.9%) e incentivos (1.2%).

Con base en lo anterior, queda claro que el trabajo familiar en contraposición al trabajo no familiar, cuenta con una mayor carga horaria, salarios menores y escasas prestaciones laborales. Por un lado, evidentemente esto son aspectos que desde una perspectiva de la legislación laboral, los propietarios de las UE estarían sujetos a una sanción por parte de la autoridad; sin embargo, también queda claro que culturalmente se asume a nivel de la familia que si se cuenta con una unidad económica, los miembros de esta al ser propietarios de la misma, tendrían que laborar sin remuneración y sin prestaciones laborales. A la par de lo anterior, consideramos que la presencia de estas condiciones, son las que permiten ahorros de costos en estas organizaciones lo que les ha permitido mantenerse en el mercado y al mismo tiempo, sobrevivir a periodos de crisis en el sector como los experimentados por la pandemia de Covid-19.

Palabras clave: Turismo, empresas familiares, trabajo familiar, Pueblos Mágicos, trabajo decente.

## **La ingeniería de menú como herramienta para la toma de decisiones en empresas del sector restaurantero**

**Antonio Kido Cruz**

antonio.kido@umich.mx

*Universidad Michoacana San Nicolás de Hidalgo*

**Cristopher Emanuell Cervantes Díaz**

1339653k@umich.mx

En el contexto que se vive actualmente los establecimientos gastronómicos han tenido que modificar la forma en la que operan como resultado de los estragos que provocó la pandemia generada a causa del COVID-19, por lo cual muchos restaurantes han tenido que modificar sus cartas a fin de poder generar la mayor cantidad de utilidades y retener la máxima cantidad de clientes que les sea posible. Es aquí donde se incrementa la necesidad de hacer un estudio minucioso del menú, el cual podría considerarse el aspecto más importante al momento de iniciar e impulsar cualquier emprendimiento gastronómico, ya que este determinará aspectos tales como el equipo necesario, el nivel de capacitación de personal, aspectos financieros y de marketing que serán necesarios para iniciar y mejorar el mismo.

El propósito principal de nuestra investigación es analizar el desempeño que tienen los diferentes platillos de un menú en sus diferentes clasificaciones, en este caso los del restaurante “El Solar de Villagrán” un establecimiento emblemático en la ciudad de Morelia Michoacán, el cual cuenta con décadas de trayectoria bajo el brazo y a la fecha sigue siendo un referente en cuanto a la gastronomía tradicional del estado.

El trabajo se enfocó principalmente en el análisis del menú, debido a su importancia como punto principal para el control financiero del establecimiento, para ello, se seleccionó la herramienta de ingeniería de menú con mayor aplicación en la industria del sector restaurantero actual, es decir, el modelo propuesto por Kasavana & Smith el cual permite evaluar el desempeño de los ítems del menú a partir de los criterios de popularidad y la utilidad que genera la venta de cada platillo. Dicho procedimiento nos permite establecer parámetros para evaluar el desempeño de los ítems del menú y determinar si estos resultan ser eficientes o no, al demostrar si generan una ganancia o una pérdida para el establecimiento y posteriormente generar recomendaciones para modificar el desempeño general del menú.

Para la obtención de los datos primarios se utilizaron las recetas estándar del establecimiento para determinar el costo de producción de cada platillo, la cantidad de platillos vendidos en el mes se contabilizó a partir de las comandas registradas en el software POS del establecimiento y el precio de venta plasmado en la carta física del establecimiento. Dicha información fue tratada mediante la automatización del software de hojas de cálculo Microsoft Excel, si bien no constituye un software especializado en la gestión de restaurantes se justifica su utilización gracias a la sencillez de su uso, la capacidad de ser utilizado en diversos sistemas operativos y lo familiar que le resulta a la gran mayoría de personas. Los resultados demuestran que la mayoría de los platillos en el menú no generan una ganancia bruta significativa, además de ser poco populares, por lo cual el menú no es eficiente presentado como conjunto. Se concluyó que posiblemente un modelo de análisis de menús más completo y exhaustivo, podría tomar los puntos fuertes de los enfoques matriciales como base y al mismo tiempo podría comparar los elementos del menú en sus diferentes categorías de forma conjunta, incorporando el costo de los platillos, margen de contribución, popularidad y un porcentaje del costo de mano de obra. El análisis DEA pudiese ser el mejor enfoque para clasificar y medir la eficiencia de los elementos del menú tomando en cuenta variables como la popularidad, satisfacción del cliente y el marketing.

Palabras clave: Ingeniería de menú, análisis de menú, administración restaurantera, gestión de la hospitalidad, hostelería.

## **El perfil del consumidor de vinos de Baja California y su papel como impulsor de oportunidades en Baja California**

**Verónica Guadalupe De la O Burrola**

vdelao@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Ma. del Carmen Alcalá Álvarez**

alcala@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Luciano De la Rosa Gutiérrez**

ldelarosa@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

La dinámica de la industria vinícola de Baja California, México, favorece directa e indirectamente, a los pequeños negocios de la región, que, a raíz de la pandemia, se han convertido en proveedores importantes al proporcionar bienes y servicios básicos para enfrentar las exigencias de la nueva normalidad.

En este trabajo se describen las características generales de los consumidores de vino de Baja California, y se fundamenta su importancia en la consideración de que el conocimiento de los hábitos y preferencias del consumidor, es un elemento esencial en el planteamiento de estrategias competitivas y de posicionamiento de los vinos locales, manteniendo las interrelaciones económicas que favorecen a la microrregión.

Palabras clave: Consumo, Negocios, Proveedores, Estrategias, Competitividad.

## **Perfil y nivel satisfacción del visitante en el Pueblo Mágico de Todos Santos, Baja California Sur (BCS), México**

**Reyna María Ibáñez Pérez**

*Universidad Autónoma de Baja California Sur*

**María Guadalupe Oropeza Cortés**

*Universidad Autónoma de Baja California Sur*

**Claudia Lorena Lauterio Martínez**

*Universidad Autónoma de Baja California Sur*

El Programa de Pueblos Mágicos, ha contribuido a diversificar la oferta turística nacional mediante el aprovechamiento del potencial existente en lugares que poseen atributos sobresalientes así también, ha propiciado la generación de alternativas económicas para las comunidades receptoras. En la actualidad existen 132 Pueblos Mágicos (PM). No obstante, pese a la importancia que han adquirido, no se cuenta con información suficiente y anualizada sobre las características de los visitantes. Todos Santos, se localiza en BCS y cuenta con el nombramiento de PM desde el año 2006, esto ha favorecido el aumento de la afluencia de visitantes. Sin embargo, no se cuenta con datos recientes sobre las características de las corrientes turísticas. Este trabajo tiene como propósito identificar el perfil y estimar el nivel de satisfacción del visitante (en dicho destino) durante el trimestre abril-mayo de 2022, esto a fin de generar información oportuna para la toma de decisiones que permitan mejorar su nivel de competitividad. Se desarrolló una investigación cuantitativa y descriptiva mediante la aplicación de una encuesta a una muestra aleatoria representativa con un nivel de confianza de 95% adaptando la metodología del Centro de Estudios Superiores de Turismo y cuyo enfoque teórico considera que existen diversos factores que influyen en la percepción del visitante y en la competitividad del destino; por tanto, combina de manera sistémica diversos enfoques y modelos de la teoría general del turismo.

El instrumento empleado constó de 40 preguntas distribuidas en seis secciones, busca identificar el perfil y nivel de satisfacción del visitante; además de aspectos que pueden impactar en la competitividad del destino, adicionalmente: 1) permite delinear un perfil del visitante, 2) facilita la medición de atributos de satisfacción y de indicadores claves, 3) se caracteriza por ser de tipo cuantitativa y utiliza como marco muestral a los visitantes mayores de 18 años que hayan tenido contacto con los servicios del destino. Se destacan como principales hallazgos: según el género 55% son hombres, la mayoría de los visitantes son jóvenes (tienen entre 18 y 41 años) que viajan en familia (43%), son principalmente residentes nacionales (83%) además, visitan el sitio con la finalidad de descansar (68%), buscan realizar caminatas en el pueblo (46%), visitar la plaza principal (4%), realizar actividades de turismo alternativo (4%), degustar alimentos regionales (4%), por mencionar algunas, la mayoría se hospedó en hoteles (49%), se trasladan al sitio usando vías terrestres principalmente en auto propio o rentado (46%) o autobús (21%), evaluaron su nivel satisfacción general en 7.9 (medio-bajo) y con 8.2 (medio-alto) al retirarse del sitio; de los atributos calificados destacaron la conservación de las áreas públicas, atención turística (amabilidad), calidad de los atractivos turísticos y el cuidado de los atractivos naturales y el menor puntaje correspondió a los servicios de excursión y la relación precio-servicio. En cuanto al gasto promedio por persona este osciló en su mayoría entre \$501 y \$1,000 pesos, 59% reportó una estadía de un día, asimismo, 58% indicó que definitivamente recomendaría el destino. Al comparar los resultados obtenidos con estudios previos se encontró que el nivel de satisfacción es ligeramente menor al reportado en la investigación más reciente. Con relación al desempeño observado en comparación con otros PM también resultó inferior. De igual forma, resultó menos favorable en comparación con el promedio de los destinos de playa y ciudades.

En síntesis, se observan ligeras fluctuaciones en el índice de satisfacción del destino el cual, se mantiene entre 7.9 y 8.3. La información generada aporta elementos confiables para que los tomadores de decisiones puedan mejorar la competitividad del destino en particular, en temas que ya habían obtenido un desempeño pobre en estudios previos tal es el caso de la seguridad ciudadana, la relación calidad-precio y los servicios de transporte y hospedaje. Aunado a esto, se contribuye con la generación de datos que permiten tener un mejor conocimiento del fenómeno turístico en PM; los cuales, si bien atraen grandes flujos de personas, solo el 21% cuentan con estudios sobre el perfil y nivel de satisfacción del visitante.

Palabras clave: Competitividad, percepción, Pueblo Mágico, satisfacción, segundo trimestre.

## **Mesa 4: Turismo cultural, patrimonio e imaginarios**

## **Rescatando la Identidad de las Haciendas Pulqueras para Potencializar el Turismo Cultural en el municipio de Apan, México**

**María de Montserrat Mendoza Reyes**

mmendoza@itesa.edu.mx

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

**Rosa Carolina Armas Guzmán**

rarmas@itesa.edu.mx

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

**Alma Moreno Latorre**

division\_turismo@itesa.edu.mx

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo*

### **Descripción:**

Se realizó un estudio panorámico de revalorización de haciendas pulqueras en Apan, Hidalgo. Así también se indagó en sus orígenes, la arquitectura y el contexto histórico de éstas; este análisis enfatiza el valor de los vestigios materiales e inmateriales, como el testimonio del paso del tiempo, testimonio que es necesario preservar y difundir como un elemento imprescindible de la memoria histórica del espacio donde se encuentran. Se realiza también una revisión del estado de conservación de los restos materiales y los cambios en su arquitectura.

### **Objetivo:**

Revalorizar las haciendas pulqueras del municipio de Apan, haciendo un levantamiento documental de cada una de ellas desde una perspectiva de turismo cultural, para potencializar el turismo en la zona.

### **Encuadre teórico:**

El municipio de Apan, está situado a 92.6 km. de la capital de la República, y a sólo 64 km. de Pachuca la capital del estado. Colinda al norte con los municipios de Tepeapulco y Cuauhtepic de Hinojosa; al este con el estado de Puebla y el municipio de Almoloya; al sur con Almoloya y el estado de Tlaxcala, y al oeste con los municipios de Emiliano Zapata y Tepeapulco.

Con el arribo de los españoles en 1520 a la región, encontraron que Apan y Tepeapulco formaban parte de una unidad política. Dos años después la región fue sometida.

Para el año de 1794, la jurisdicción de Apan, con cabecera en el mismo pueblo y con el mismo nombre, estaba constituida por cuatro pueblos, 21 haciendas, 40 ranchos y una visita.

La palabra hacienda en su acepción más general significaba bienes, posesiones y riqueza material.

Lo que definió como hacienda a una propiedad agrícola fue el sistema de producción que se llevó a cabo en ella, que tenía que ver con el número de trabajadores, su jerarquía y especialización, la finalidad de la producción y sus encadenamientos con el mercado local o regional, es decir, la compleja organización del trabajo con que contaba una unidad productiva. Podemos diferenciar cinco tipos fundamentales de haciendas: las cerealeras, las ganaderas, las azucareras, las pulqueras y las haciendas de productos tropicales. Para fines de este trabajo, nos enfocaremos en las haciendas pulqueras. La infraestructura física de la hacienda varió de acuerdo con el desarrollo temporal y regional, así como con el tipo y el tamaño de la unidad productiva. Al día de hoy las haciendas identificadas se consideran ex - haciendas debido a que ya no producen pulque para comercializarlo, tampoco labora el total del personal que antes lo hacía como los mayordomos, tlachiqueros, cocineras, trabajadores agrícolas, ganaderos, forestales, y caporales entre otros. Sin embargo, representan parte del desarrollo económico de la región, se encuentran ubicadas con relativa cercanía entre sí, algunas de ellas están bien conservadas y continúan realizando las actividades propias de una hacienda pulquera como la cosecha y producción del pulque.

Método usado cualitativo utilizando estudio de campo y entrevistas directas.

Los hallazgos obtenidos muestran que el distrito de Apan tuvo 18 haciendas pulqueras, de las cuales el municipio hoy conserva 12; tres de ellas funcionan como atractivos turísticos; otras tres están en ruinas; tres más se mantienen cerradas ya que son propiedad privada, una se halla en total abandono y otra tiene el proyecto de aperturar como atractivo turístico; una más pasó a ser propiedad del gobierno y ahora funge como institución educativa.

Como conclusión es inimaginable que las haciendas pulqueras son un inapreciable legado cultural, desde que las sociedades que dieron origen a los grandes cascos, desaparecieron, ya no es posible restaurar la arquitectura original. Pero es posible proponer proyectos para reintegrar a éstas dentro de productos turísticos culturales para la potencialización económica de la región.

Palabras clave: Haciendas, pulque, valor, producto, turismo.

## **El paisaje cultural liminal y los símbolos en torno a la muerte. Un análisis de las Ofrendas Monumentales en Huaquechula, Puebla**

**Rodolfo Noé Pérez Díaz**

noeperezdiaz@hotmail.com

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)*

**José Ángel Perea Balbuena**

perea\_angel@hotmail.com

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)*

El territorio se conforma través de los procesos cognitivos de decodificación y asimilación de los elementos endógenos que articulan el espacio habitado-comunitario, es producto de la interacción biológica y cultural sobre los espacios físicos; por lo tanto, se consagra como un entramado de los componentes bioculturales, estéticos y materiales que entreteje la realidad antrópica. El paisaje cultural es una extracción del territorio comunitario, en él se decantan las expresiones culturales y simbólicas que reafirman el sentimiento de ser – pertenecer a una dinámica social. Las expresiones dedicadas a los muertos, objeto del presente estudio, son por efecto una manifestación que ratifica al interior de la célula comunitaria las interpretaciones y acepciones mortuorias, gracias a la participación colectiva en los rituales, altares y ofrendas dedicadas a las ánimas que la cosmovisión y los símbolos se mantienen en la conciencia colectiva; estos espacios físicos-simbólicos son parte medular del paisaje cultural liminal, este término es empleado por su condición de umbral de la existencia, ya que aluden al estado dual del individuo: el actual representado por los deudos (familiares vivos) y la promesa de continuación (prolongación de la existencia). El presente estudio tuvo como finalidad analizar las expresiones y símbolos en torno a la muerte que construyen el paisaje cultural liminal en el municipio de Huaquechula, Puebla; declaradas Patrimonio Cultural del Estado en 1997. A través de la investigación de campo, de corte cualitativo, se aplicó la entrevista etnográfica y la observación participante para examinar la relación de la cosmovisión, los símbolos y la participación comunitaria en la construcción de las expresiones culturales del Día de Muertos. Como resultado, se infiere que el ritual de bienvenida para las ánimas marca el inicio del paisaje cultural liminal, en este momento, los deudos salen con motivo de algarabía y solemnidad acompañados de flores, copal, ceras y agua bendita para indicar el camino de regreso a la casa, lugar íntimo de la ritualidad; las Ofrendas Monumentales, revestidas con tela blanca, aluden a los altares ubicados al interior de las Iglesias Católicas, espacio donde se vierte el sincretismo y narran a través de sus tres niveles, los productos gastronómicos antropomórficos, símbolos religiosos y elementos con una relación estrecha con la naturaleza (tierra, fuego, agua y viento) la preocupación de los deudos, la intangibilidad y el recorrido de las ánimas hasta la gloria (cielo- paraíso); por último, durante el enflorado de tumba los deudos asisten al campo santo con flores, copal y agua bendita para adornar el lugar de descanso del ánima y , posteriormente, con rezos despedirla con la promesa de reencontrarse. Se concluye que la cosmovisión y símbolos presentes en las expresiones comunitarias dedicadas a los muertos son una traducción de los albores y el devenir cultural del municipio de Huaquechula, a través de estos, los individuos ratifican los significados de ser–pertenecer a la comunidad, es por esto, que las Ofrendas Monumentales y rituales son las máximas expresiones y testigos de condición eviterna del individuo, consagrando el paisaje cultural liminal como la promesa de la continuidad comunitaria.

Palabras clave: Paisaje cultural liminal, Ofrendas Monumentales, símbolos, Huaquechula, comunidad.

## **Patrimonio cultural, turismo e imaginarios. Puesta en valor del patrimonio en Ures, Sonora (México) y valoraciones de la actividad turística desde la perspectiva de los visitantes**

**Manuela Guillen Lúgigo**

manuela.guillen@unison.mx

*Universidad de Sonora*

**Isela Guadalupe Salas Hernández**

isela.salas@unison.mx

*Universidad de Sonora*

**Karla Guadalupe Córdova Contreras**

karla.contreras@unison.mx

*Universidad de Sonora*

El presente trabajo muestra algunos resultados preliminares de un proceso de investigación, actualmente en curso, que indaga la articulación de las variables patrimonio cultural, turismo y desarrollo local, en entornos rurales del estado de Sonora que han enfrentado los estragos del agotamiento de las tradicionales actividades primarias, que se constituyeron por mucho tiempo en motor del desarrollo local y que actualmente se encuentran en proceso de agotamiento o franco declive. Una de las aristas de este proyecto se orienta, precisamente, a la identificación e interpretación de los imaginarios locales, considerando diversos grupos: población local (distintos grupos etarios y de diferentes estratos socio económicos), funcionarios municipales, comerciantes y prestadores de servicios y visitantes (turistas).

El caso de estudio es la localidad de Ures, Sonora (México). Es de destacar que Ures, Sonora cuenta con atractivos naturales, culturales e históricos que permanece en la memoria de los residentes, como elementos identitarios y que permiten una interacción y apertura para el reconocimiento de los visitantes, permitiendo el desarrollo turístico. Existen algunos elementos del patrimonio cultural reconocidos por los habitantes, entre el conjunto de costumbres, tradiciones, arquitectura, edificios, que se amalgaman para configurar la “esencia del pueblo”. Tales elementos constituyen referentes significativos a partir de múltiples atribuciones por parte de los habitantes, que en conjunto suponen una plataforma importante de la puesta en valor para el turismo en Ures. Por tal razón, se considera que quienes visitan la localidad, lo hacen esperando encontrar sencillez, es decir, la simplicidad de la vida cotidiana del pueblo.

En referencia al método seguido para el trabajo empírico, es menester indicar que mediante una estrategia mixta de investigación, que considera diversas técnicas para la obtención de información (cuantitativa y cualitativa), se ha accedido a información sociodemográfica (mediante la exploración de datos secundarios) y a la captación de opiniones para la puesta en valor del patrimonio (a través de una encuesta diseñada con tal propósito); así como también a la construcción de sentido, en diversas tramas narrativas (obtenidas mediante entrevistas en profundidad y grupos focales) que en general muestran evidencias de la valoración del turismo, como posibilidad y “motor del desarrollo”, frente a los efectos negativos del agotamiento del patrón productivo local -centrado en actividades primarias- que han derivado en el éxodo de población joven, precarización económica y reducción de posibilidades de acceso a un desarrollo social inclusivo. A través de esta ponencia, nos interesa presentar y discutir los resultados obtenidos de la exploración empírica realizada hasta ahora en la localidad de Ures, Sonora y, asimismo, reflexionar en torno a la emergencia de vínculos significativos entre el desarrollo local, la puesta en valor de elementos patrimoniales y las posibilidades de esta articulación percibida por los visitantes, como elementos de atracción turística, que se construyen significativamente en el imaginario de este grupo. Adicionalmente, incorporamos datos y reflexiones derivadas de aproximaciones a los imaginarios de otros grupos de la población -en nuestros acercamientos empíricos previos- para ofrecerlos como elementos de contraste y complementariedad con la visión de los visitantes de la localidad. El enfoque teórico se sustenta en la propuesta de Cornelius Castoriadis (2003, 2007) para el abordaje de los imaginarios sociales y se nutre también de referentes conceptuales desde el entramado conceptual de los imaginarios (Méndez, E., 2013, 2016; Silva, A. 2000, 2013; Lindón. A., 2007; Hiernaux, D., 2008, entre otros), además de elementos vinculantes de este enfoque, desde la perspectiva de las narrativas, construcciones simbólicas y el sentido (Ricoeur, P. 2004, 2002, 2000; Moreno, R., 2017).

Palabras clave: Patrimonio cultural, turismo, imaginarios, puesta en valor, visitantes.

## Plataformas sociodigitales e Imaginarios de espacios patrimoniales

**Denice Anel Ordaz Mejía**

denice091287@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Natalia Ixchel Vázquez González**

nivazquez@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México.*

Debido a que el turismo va de la mano con la idea de imaginar un lugar y lo que podrán hacer en él, pues es más probable que atraiga esto que la realidad misma de aquel lugar (Augé, 1998). Y por el otro, Shin y Xiang (2019) muestran que el turismo puede llegar a ser inducido por las redes sociales –concibiéndolo como una nueva modalidad de turismo- debido a las reacciones de los usuarios y a los creadores de contenido, por la interacción que se genera alrededor de ellas y entendiendo sus particularidades y contextos. La presente propuesta, trata de la presentación de los avances de investigación, que se ha trabajado a nivel doctoral, el cual tuvo como el objetivo realizar el estado del arte sobre el tema de imaginarios turísticos y el patrimonio mediados por plataformas sociodigitales, en específico sobre YouTube. Como parte de la metodología para construir dicho avance, se realizó una búsqueda de información de tipo exploratoria, para conocer el trabajo realizado hasta la actualidad. Dando como resultado, el análisis de ocho trabajos investigativos, seis a nivel internacional y dos nacionales; bajo las categorías turismo, imaginario, YouTube.

Como resultado, se puede decir que se encontró una pluralidad ontológica, epistemológica y metodológica sobre el tema, así en el campo internacional, se encontraron referentes de investigación muy interesantes para su análisis ya que todas las lecturas realizadas contaban con las tres categorías de análisis -imaginarios, turismo y YouTube- por lo que, este apartado muestra el creciente interés desde la academia para investigar medios digitales y su incidencia en la actividad turística, recalcando que los imaginarios son construcciones sociales que nutren entre otros aspectos al ámbito turístico no solo a la industria turística por la construcción de marcas turísticas federales, sino como incidencia en el plano cultural, patrimonial y difusión de este para el público en general.

En el campo nacional, se encontraron escasas investigaciones que mantuvieran las categorías de imaginarios, turismo y YouTube como ejes principales, en realidad solo se encontró el estudio de Morales en el año 2019, que vincula a los medios digitales como promotores de la cultura y la identidad, diciendo que los imaginarios son constructos sociales que se han construido a partir del dialogo. De la misma forma, el segundo artículo que se vinculó a esta investigación que tuvo como fin el conocimiento de los motivos de viaje, permite ver que los imaginarios construidos alrededor del atractivo turístico son parte de las motivaciones que incitan al viaje.

Por lo tanto, se concluye que, en el caso del turismo mexicano, se necesita mayor incidencia al respecto con información e investigación en el campo de lo digital y el turismo desde distintas perspectivas, pues el tema ha retomado importancia en estos tiempos actuales para comprender las prácticas turísticas, pero sobre todo del patrimonio, puesto que se ha vuelto relevante para la sociedad, las plataformas digitales y las redes sociales en la construcción simbólica que se hace del espacio turístico.

Palabras clave: turismo, espacios patrimoniales, imaginarios, cultura, significados.

## **Complementariedad espacial de la dinámica turística de los Pueblos Mágicos de Zacatlán y Chignahuapan, Puebla**

**Alicia Mariana Penélope Castro Pérez**

hajiroi@comunidad.unam.mx

*Universidad Nacional Autónoma de México*

**Gino Jafet Quintero Venegas**

jafet@sociales.unam.mx

*Universidad Nacional Autónoma de México*

En 2001, en México se puso en marcha el programa federal “Pueblos Mágicos” con el fin de incentivar el crecimiento económico en algunas localidades rurales que contaran con recursos culturales atractivos para los turistas. La demanda potencial de dichos lugares corresponde, principalmente, con turistas nacionales. Éste es el caso de Chignahuapan y de Zacatlán en Puebla, localidades que reciben más de 300 mil visitantes anuales, 80% de los cuales son de origen nacional (Rosales, Salas y Palacios, 2019).

Zacatlán fue incorporado al programa de Pueblos Mágicos en 2011. Su cercanía con la Ciudad de México y Puebla, la variedad de recursos turísticos como la Barranca de los Jilgueros y los productos elaborados a partir de las manzanas (Hernández y Salamanca, 2020) juegan un papel relevante en la detonación de flujos turísticos, cuya magnitud se registró por encima de los 310 806 visitantes anuales antes de la pandemia, de los cuales el 73% fueron de origen nacional (INEGI, 2016).

Por otro lado, Chignahuapan fue declarado Pueblo Mágico en 2012, momento desde el cual se presentó un incremento gradual en los flujos turísticos. La actividad en cuestión toma como ejes rectores el turismo termal, y la venta de árboles y esferas de navidad.

Aunque se trata de dos núcleos turísticos diferentes en la misma región, y cuya oferta se dirige a una demanda potencial común, lejos de entrar en una dinámica de competencia, los flujos generados por las dos localidades tienden a complementarse. Esto se evidencia por la presencia de visitantes comunes en Zacatlán y Chignahuapan, y de productos tradicionales de una urbe en la otra. Además, su proximidad geográfica (17 km por la carretera) es una ventaja comparativa que ocasiona que la actividad turística de ambas localidades genere una dinámica de complementariedad por encima de la competencia, y quienes se movilizan para visitar a una tienden a desplazarse también hacia la otra, es decir, operan como una sola entidad espacial.

Las consecuencias de la complementariedad se manifiestan en la presencia de infraestructura turística en los espacios de tránsito, y en el flujo constante de bienes, personas, capital e información entre ambas localidades, lo que implica periodos de saturación conjunta, problemáticas compartidas asociadas a la actividad turística y una reorientación de las actividades económicas practicadas tanto en Zacatlán como en Chignahuapan hacia el sector terciario (Quintero-Venegas y Castro, 2022).

El objetivo de la presente investigación es revelar la dinámica de complementariedad espacial gestada en torno a la actividad turística de ambas localidades. Para ello se aplicaron encuestas a los visitantes de Zacatlán y Chignahuapan, con la intención de obtener información acerca de su procedencia geográfica, sus patrones de movilidad entre ambas localidades y los elementos que consumen en las mismas. También se encuestó a locatarios asociados a los principales productos consumidos en Zacatlán y Chignahuapan, para conocer el impacto que ha generado el turismo en la disponibilidad y fabricación de los mismos, y algunas problemáticas asociadas con la actividad.

Esto permitió identificar una dinámica de complementariedad oferta – oferta, que genera interacción espacial, no solamente entre los dos nodos de interés, sino entre aquellos y los núcleos urbanos de los que procede la demanda.

Es notorio que tal complementariedad no es jerárquica, y se asocia con una serie de recursos turísticos que se posicionan en campos semánticos similares y que permiten obtener experiencias parecidas en ambas localidades; así, la continuación de una vivencia turística que comienza en el primer núcleo se extiende al segundo. Esto representa un área de oportunidad en la que los diferentes niveles de gobierno involucrados pueden operar para generar políticas de desarrollo conjunto y a través de las cuales se puedan alcanzar mejores condiciones de vida para la población.

Palabras clave: patrimonio, turismo, pueblos, mágicos, complementariedad

## **Identidad e incidencia. La cocina y el Patrimonio gastronómico en Nayarit, México**

**Luis Eduardo López Orozco**

leduardolorozco@gmail.com

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**María del Refugio Navarro Hernández**

manher@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La cocina nayarita fue declarada Patrimonio de los nayaritas en el año 2019 gracias a la propuesta de la “Academia Nayarita de Gastronomía A. C.” una asociación civil, en ella se destaca su sazón, historia y misticismo con el maíz. Con dicho nombramiento el Congreso del Estado, se pudiera inferir diseñaría políticas y planes para el aprovechamiento del Patrimonio Gastronómico local, desde su preservación hasta su promoción; sin embargo, esto no ha sucedido. No se han creado políticas al respecto. De ahí, el interés por caracterizarlo; en este sentido el presente trabajo de investigación busca definir el Patrimonio Gastronómico tradicional de Nayarit y su relación con el Desarrollo Local en la ciudad de Tepic, esto mediante la caracterización del Patrimonio y su contexto actual en la ciudad, las dinámicas que se generan a partir de éste y si propician o no el Desarrollo Local, como la identificación de los lazos productivos generados en la comunidad restaurantera tradicional.

En tanto a la perspectiva teórica en relación al Desarrollo Local se retoman las propuesta de Albuquerque (2020) y Vázquez-Barquero (2000), así como los conceptos de exo-patrimonialización, patrimonialización negociada y endo-patrimonialización propuestos por Hernández-Ramírez (2018), ello con la finalidad de explicar las diferentes dinámicas que se presentan en el desarrollo del patrimonio gastronómico, sus ventajas y desventajas en la modernización y globalización que poco a poco va homogenizando las cocinas locales.

La metodología seleccionada para responder a los objetivos planteados fue la cualitativa, dada la naturaleza exploratoria y descriptiva como alcance de investigación. Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a especialistas de la gastronomía local –historiadores, chefs, sommeliers y promotores– en primera instancia, y se aplicaron dos cuestionarios, uno a los comensales en general de la ciudad de Tepic, para conocer sus preferencias, costumbres y usos en la cocina y consumo, y otro a restauraneros de gastronomía tradicional según los giros de cocina en la región –Altiplano, Sierra y Costa–, para descubrir desde sus limitaciones y ventajas, como la organización, la inversión e ingresos, que se desprenden de esta actividad económica.

Hasta ahora, los resultados han demostrado que Nayarit cuenta con una riqueza gastronómica, dada la zona privilegiada en la que se ubica geográficamente, contando con mar en todo su lado oeste, con sierra en la parte noroeste y en el centro con terreno altiplano. Dicho potencial ha sido utilizado en las historias y sus cocinas, ya que cada división gastronómica previamente planteada tiene particularidad e identidad, haciendo uso de su recurso natural, pero también creativo, aprovechándose en ferias y celebraciones para promocionar sus productos como el queso de Huajimic o los elotes de Jala, pero también mostrar a los otros su comunidad, el orgullo de sus producciones y tradiciones. Con ello, se han creado “marcas colectivas” dando renombre a los productos de las comunidades como sucede con los camarones secos de Las Haciendas.

De entre los diferentes resultados encontrados, se concluye que en la ciudad de Tepic –la capital del estado– convergen todas las cocinas del estado o al menos su mayoría, manifestándose en negocios gastronómicos tradicionales los cuales necesitan políticas de apoyo y organización en este sector económico, que a su vez coadyuvan en la capacitación de proveedores de los insumos tradicionales de la región para fortalecer los lazos productivos entre proveedor–restaurantero–comensal.

Palabras clave: Patrimonio Gastronómico, identidad, Desarrollo Local, lazos productivos, turismo.

## **Recuperación de recetas tradicionales como herramienta de conservación cultural en el estado de Nayarit, México**

**Edgar Chayanne García Patiño**

edgar.garcia@utnay.edu.mx

*Universidad Tecnológica de Nayarit*

**José Ulises Ríos Arteaga**

ulises.rios@utnay.edu.mx

*Universidad Tecnológica de Nayarit*

Para la UNESCO, la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: "a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones". Lo que hace crearnos urgentemente formas diversas en toda nuestra sociedad que nos haga recordar la información histórica de nuestro origen, bajo el problema inminente de perder nuestra identidad a partir de nuevos modelos globalizados, que evitan el desarrollo de lo local para dar el paso a mega-compañías que debilitan nuestras raíces y por lo tanto nuestra identidad.

La globalización, también nos ha mostrado sus beneficios, su lado atractivo, de cómo adquirir bienes y servicios de otros mundos, culturas, aprender nuevos idiomas, tecnologías, nuevas formas de vida que logran ser atractivos; percibiendo esto como una arma de doble filo, porque una vez estando inmerso en lo novedoso dejamos de lado nuestra verdadera esencia, nuestro sentido de ser, nuestro origen, el sentido de pertenencia y con esto nuestros valores se modifican, por el mismo sentido de asumir papeles que no nos corresponden, debido a esto, es de gran importancia el apoyo al conocimiento y conservación de nuestra cultura y recuperar el sentimiento de pertinencia en los jóvenes.

La actual investigación plantea como objetivo el contribuir a la conservación de la identidad cultural-gastronómica, a través de la investigación en los diferentes municipios del estado, para coadyuvar a la formación de los jóvenes estudiantes en Gastronomía. A lo largo de tres etapas, (la recuperación, la conservación y la difusión) se realizaron diversas actividades que involucran un gran número de personas (estudiantes) las cuales participan activamente durante el proceso de investigación, directamente participaron tres docentes los cuales tuvieron la responsabilidad de dirigir la actividad a lo largo de cuatro meses (un cuatrimestre), además de seis grupos de alumnos con aproximadamente 25 alumnos por grupo; reuniéndose aproximadamente 150 estudiantes que apoyaron en la recuperación de recetas y técnicas captadas a través de la investigación de campo. Al día de hoy han participado tres generaciones, reuniendo el esfuerzo de más de 450 personas que han sido coordinadas para alcanzar el objetivo de investigación.

Se determinan los lugares a investigar a través de un análisis estricto por parte de los profesores asignados, enfocado a enriquecer la recopilación de las investigaciones y que no se repitan los temas ya investigados, con el objetivo de generar un conocimiento significativo y que el alumno pueda utilizar en un futuro para su carrera o vida profesional. A través de herramientas de evaluación se analizan las propuestas de los estudiantes, las cuales sirven para realizar el filtro pertinente, para que las investigaciones tengan utilidad; se realiza el análisis y se llega al acuerdo entre los coordinadores de la actividad, realizando así 18 investigaciones por cada generación (esto depende del número de alumnos por aula) estas son repartidas en seis grupos de entre ocho y nueve participantes, los cuales serán encargados de realizar tanto la investigación documental como la aplicación de herramientas de investigación en campo.

Una vez realizada la etapa de recopilación de la información, se realiza un documento donde se utiliza la estructura de un artículo de investigación científica y se registra en él un elemento de rescate (técnica, ingrediente o receta) y de tres a cinco recetas tradicionales de la región que son representativas. Se enlazan en conjunto con un análisis enfocado a los factores socioeconómicos de la región, un análisis de la cultura regional.

La recopilación de las diferentes investigaciones logra coadyuvar el sentido de pertinencia de los alumnos, y de generar en él la visión global y local de sus tradiciones directamente en el campo y demostrar que la cultura es parte de su identidad; Logrando que sea portavoz de sus tradiciones desde lo local a lo internacional.

Palabras clave: Identidad, tradición, cultura, rescate, gastronomía.

## **Percepción del aporte del Programa Pueblos Mágicos al desarrollo local: Caso Dolores Hidalgo Gto.**

**José Osvaldo Orranti Ortega**

orranti.pp@gmail.com

*Universidad de Guadalajara.*

**Carlos Gauna Ruiz de León**

carlosgaunaruz@gmail.com

*Universidad de Guadalajara.*

**Rafael Guerrero Rodríguez**

guerrerorafael@gmail.com

*Universidad de Guanajuato.*

Dolores Hidalgo, desde su denominación como Pueblo Mágico en el año 2002, supone un desarrollo local económico y turístico que involucra la mejora de la calidad de vida de sus habitantes hasta nuestros días, y con mayor énfasis en el aprovechamiento de este sitio por el vasto patrimonio histórico, cultural y gastronómico, impactando de manera trascendental no solo a nivel estado, sino al imaginario nacional mexicano sobre el pueblo.

De esta forma, la presente ponencia se enfoca en exponer cómo ha contribuido el Programa Pueblos Mágicos al desarrollo económico local y turístico del municipio de Dolores Hidalgo, Gto. y su impacto en la actividad económica local, desde la percepción de los empresarios y actores clave que impulsan la actividad turística del destino, los cuales brindan un panorama general del fenómeno citado a través de su opinión.

El encuadre teórico de la investigación refiere al desarrollo local, haciendo énfasis en el desarrollo económico local así como el impacto del turismo en éste, ya que actualmente Dolores Hidalgo, al ser Pueblo Mágico, sienta buena parte de su desarrollo en la actividad turística.

La investigación tiene un enfoque mixto, con un alcance de tipo descriptivo y correlacional, en la que se utilizaron instrumentos de investigación como entrevistas a actores clave del sector turístico dolorense y encuestas a empresarios del ramo, los cuales proporcionaron información sobre el panorama de la actividad turística del destino, qué acciones han impulsado el sector público y/o privado, su percepción sobre los beneficios y/o perjuicios que ha dejado el Programa Pueblos Mágicos para el municipio, así como sus expectativas de recuperación económica posterior a la pandemia de la Covid-19.

Como resultados, se establece que en Dolores Hidalgo existe una percepción de que el programa ha impactado positivamente en el desarrollo de la localidad (mayor derrama económica a consecuencia del turismo y mejora de la imagen urbana municipal), de los negocios (influye en el aumento de ventas y planes de expansión del negocio) y en los empleados (incremento de sueldos y salarios principalmente). En contraparte, es un programa que para Dolores Hidalgo no es preponderante dado que sus estrategias insignias de desarrollo turístico se enfocan en ser un punto de visita obligado para cualquier mexicano y extranjero por tener la denominación de “Cuna de la Independencia Nacional”, ser el lugar de nacimiento de uno de los principales representantes de la música regional mexicana como lo es José Alfredo Jiménez, los pioneros en la elaboración de la artesanía conocida como Cerámica Mayólica, las tradicionales nieves con recetas legendarias, y en un segmento turístico con alto potencial como lo son los viñedos, por lo que el programa es visualizado como una estrategia de promoción alternativa para la localidad y no esencial como en otros poblados, a los cuales el programa los ha ubicado como destinos turísticos del país.

De esta forma, la estrategia Pueblos Mágicos ha contribuido positivamente al desarrollo de la localidad, empresas turísticas y empleados locales, además, es considerada una oportunidad para contrarrestar los impactos negativos económicos de la pandemia de la Covid-19; sin embargo, se reconocen áreas de oportunidad en la operatividad del programa, tales como una distribución más equitativa de los beneficios en la población local, una mejor administración de los recursos económicos que proporciona el programa por parte del gobierno municipal, así como una mayor cohesión y colaboración entre los integrantes del sistema productivo local turístico del municipio.

Palabras clave: Pueblos Mágicos, desarrollo local, turismo, Dolores Hidalgo, percepción.

## **Elitización y gourmetización de la gastronomía del chiltepín en Cuetzalan del Progreso, tras la denominación de Pueblo Mágico**

**Perla Tania Rosales Estrada**

geoperlat@comunidad.unam.mx

*Programa de Posgrado en Geografía, UNAM*

El objetivo general de la investigación es analizar la elitización y gourmetización que ha sufrido la gastronomía del chiltepín en Cuetzalan tras su incorporación en el programa gubernamental Pueblos Mágicos. Dicho nombramiento ha traído consigo distintas configuraciones espaciales a través del turismo cultural que es la base del programa.

Los objetivos particulares de la investigación hasta el momento son definir la elitización y gourmetización desde los estudios críticos del turismo en Geografía; describir del desarrollo turístico de Cuetzalan del Progreso; analizar el chiltepín como elemento de identidad y patrimonio biocultural; así como distinguir las consecuencias en el cultivo, comercio y uso del chiltepín luego del nombramiento de Pueblo Mágico.

La elitización entendida como el aburguesamiento de algunos espacios, y la gourmetización como un proceso en donde ciertos elementos que forman parte de la preparación de alimentos que eran usados de forma ordinaria, se comienzan a etiquetar como productos de alta cocina para elevar sus precios. Recientemente se ha modificado la gastronomía del chiltepín en Cuetzalan del Progreso, sobre todo desde la instauración del Programa Pueblos Mágicos en el año 2002.

El chile ha estado presente en la cultura mexicana desde tiempos precolombinos y ha formado parte de la cocina tradicional, además ha sido utilizado con fines rituales y medicinales. El chiltepín es uno de los chiles que se ha utilizado en México por diversas comunidades a lo largo del territorio, entre ellas algunas pertenecientes a la región de la Sierra Norte de Puebla, donde se encuentra localizado el municipio de Cuetzalan del Progreso.

La elitización y gourmetización que se ha dado desde la implementación del programa comenzó con productos como el café y la miel melipona. Sin embargo, se están extendiendo dichos procesos al chiltepín y su gastronomía que, aunque todavía no tiene la importancia de los productos antes mencionados, ya es ofrecido como un producto local que debe ser consumido para vivir la experiencia turística, en restaurantes, locales comerciales o el mercado tradicional. El consumo se ha incentivado a través de la publicidad realizada en diversos medios, generalmente por personas ajenas a la comunidad nahua, sin explicar ni entender los saberes gastronómicos del chiltepín que forman parte de su patrimonio biocultural.

La metodología que se pretende realizar es una triangulación simultánea que incluye técnicas como la observación no participante y participante, entrevistas en profundidad y semiestructuradas dirigidas a agricultores y/o recolectores, comerciantes y turistas. Pues se busca rescatar el conocimiento local acerca de este chile, y la percepción que tienen de este elemento el resto de los actores que intervienen en el proceso. Así mismo, una vez obtenida la información en campo se procederá a realizar una codificación con la información obtenida, lo cual facilitará el análisis de información. El trabajo de campo será realizado del 30 de julio al 9 de agosto, por lo que se espera mostrar los resultados obtenidos durante el congreso.

Palabras clave: Turismo, Cuetzalan del Progreso, Patrimonio biocultural, Elitización, Gourmetización.

## **Análisis socio-espacial de la población indígena en San Cristóbal de las casas. Un acercamiento desde la dialéctica del espacio social**

**Oswaldo García Valente**

osvgv.14@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Maribel Osorio García**

maribelosorio2@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

Algunos destinos han modificado su estructura socioespacial en beneficio de los turistas sin considerar los intereses de la población local haciéndose evidente la exclusión socioespacial; esta situación se hace más visible en comunidades indígenas donde continúan las prácticas de discriminación, lo que constituye un problema social, pues estas comunidades marginadas históricamente, siguen siendo desplazadas y carecen de servicios públicos básicos. Uno de los sitios en donde este fenómeno es observable es San Cristóbal de las Casas.

San Cristóbal de las Casas es un Pueblo Mágico del Estado de Chiapas que recibió poco más de un millón de visitantes en el 2021, sin embargo, el turismo se ha apropiado de diversos espacios, en los cuales no se les ofrece uno a la población indígena, y esto ha aumentado la brecha social, generando más discriminación hacia estos grupos vulnerables.

Los vendedores ambulantes, principalmente indígenas, tienen dificultades para establecerse y a pesar de buscar acuerdos con el H. Ayuntamiento estos no han tenido un lugar digno para desarrollar su actividad. Esta comunidad continúa sufriendo de discriminación por su supuesto “mal aspecto”, aunque este sea uno de los principales atractivos del lugar. Además, esta población se siente excluida, pues en la investigación realizada por Serrano, (2017) se destaca que pese a que los indígenas hayan nacido y crecido en San Cristóbal de las Casas no sienten la pertenencia al lugar.

Mediante estas prácticas excluyentes comienza a formarse una heterogeneidad en la sociedad, pues pese a coexistir cotidianamente en el mismo espacio no se han creado lazos sociales.

En este sentido, el objetivo de la investigación es: analizar la condición de la población indígena vinculada con el turismo en el Pueblo Mágico de San Cristóbal de las Casas, para reconocer si este provocó algún cambio en su espacialidad, socialidad e historicidad.

Para poder cumplir el objetivo se hará uso del planteamiento teórico propuesto por Soja (1996), basado en la triplicidad del espacio de Lefebvre (1974). Soja propone la existencia de tres espacios; el primero, la espacialidad, corresponde a las “cosas del espacio”, es el lugar donde suceden las relaciones sociales; el segundo, la socialidad tiende a la subjetividad y se ocupa de las “reflexiones del espacio”. Con estas dos dimensiones es posible describir las apariencias urbanas y mensurables del espacio; no obstante, estas dos dimensiones por sí solas tienen limitaciones para reconocer otras formas de espacialidad humana en el contexto de un espacio cambiante y resistente.

Así nace el tercer espacio, o historicidad, que puede ser definido como “Otra forma de pensar el espacio que se dibuja sobre los espacios naturales y mentales, pero se extiende mucho más allá del alcance, la sustancia y el significado; simultáneamente real e imaginario” (Soja, 1996, p. 11).

No sólo es el espacio físico en el que interactúan los individuos, sino también el significado que le dan a este, pues se convierte en el sitio de sus prácticas sociales que dan sentido al espacio y se definen por un conjunto de comportamientos que han desarrollado al ser excluidos del resto de la población.

La investigación tendrá un enfoque mixto pues permitirá ahondar en las experiencias de los actores involucrados; así como la perspectiva de los turistas en función de los espacios construidos para el turismo. Para llevar a cabo la recolección de datos se establecieron unidades de análisis por cada dimensión propuesta en la teoría. Para la espacialidad se hará uso de una revisión documental, análisis cartográfico y análisis estadístico, mientras que para analizar la socialidad e historicidad se recurrirá a un análisis de discurso de entrevistas, historias de vida y grupos de discusión con actores clave.

La investigación de campo se realizará el siguiente semestre para contar con los resultados preliminares al finalizar el presente año.

Palabras clave: Comunidades indígenas, exclusión socioespacial, turismo, espacio social, imaginarios turísticos

## Las experiencias del turismo cultural en Mazatlán, Sinaloa, México

**Valeria Juangorena Lerma**

valeriajuangorena@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Ana María Larrañaga Núñez**

ana.larranaga@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Anel Yadira Pérez Melo**

aypmudomzt@hotmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

En el destino maduro que se caracteriza por un turismo de sol y playa el turista tiene la alternativa de experimentar otras formas, entre ellas la cultura en sus diferentes manifestaciones artísticas y de su relación con las expresiones vivas de los residentes, de esta manera la actividad turística afianza su competitividad y sostenibilidad. El objetivo de esta investigación es Analizar las experiencias del turismo cultural (TC) en Mazatlán, Sinaloa, México, a partir de reconocer la gestión de la oferta cultural del destino por distintos agentes.

El encuadre teórico se fundamenta en que la objetivación de la cultura en el sistema socioeconómico se presenta en productos, servicios y manifestaciones culturales, es decir, conllevan una expresión simbólica que adquiere un valor económico y simbólico (Fonseca, 2007), sin embargo, existen posturas críticas con relación a los fines mercantilistas de la cultura (Salazar et al. 2020). Ante ello el TC se define como “el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas disfrutar de manifestaciones culturales artísticas patrimoniales en un entorno distinto al habitual”. (Pulido, 2013, p.23). Hay una evolución del concepto de TC al de turismo creativo (Organización para la Cooperación de Desarrollo Económico, 2014) teniendo en cuenta algunas diferencias en cada forma, respectivamente: orientación de pasado al futuro; externalización de la conservación a la innovación; con una estructura de productos a plataformas y contenidos; de proceso de interpretación a co-creación; de la creación de valor con cadena de valor hacia valor de las redes; de un enfoque hacia arriba al de abajo, de fondos públicos a comerciales (p. 3).

La metodología es de enfoque cuantitativa descriptivo que presenta las frecuencias en cada variable. Se tiene una muestra de 209 turistas y se diseñó un cuestionario de recolección de datos, así como una guía para la revisión de documentos impresos y electrónicos. El primer instrumento contiene 37 preguntas, de las cuales ocho son de datos generales del informante y 36 cerradas con el fin de conocer las expectativas previas al viaje, sus experiencias y su satisfacción durante la estadía. Este se aplicó durante el periodo de julio a noviembre de 2021, en distintas locaciones del destino como el malecón, la zona dorada y el centro histórico. El segundo instrumento conllevó a situar la cultura y sus actividades en el marco de la oferta desde la gestión de los diferentes sectores público, privado y social.

En el destino turístico, por parte del sector público, la cultura y las artes son gestionadas por el Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán y existen organizaciones de la sociedad civil (OSC) y privadas que gestionan el atractivo, con diferentes expresiones de arte, actividades de gastronomía y deportivas.

Entre los resultados, se presenta que 65.6% de los turistas son nacionales y que las veces de su visita mayor es de 4 a 10; el motivo del viaje de acuerdo con los casos es 62.7% el cultural, incluyen a los atractivos culturales, la gastronomía y el deporte, que se relaciona con si en Mazatlán se hace visible la cultura y las artes 66.0% respondió que sí, el mismo porcentaje corresponde a que los mazatlecos demuestran interés por el desarrollo cultural del destino. En la experiencia del turista, 50.7% dijo que hay contaminación acústica. La percepción del turista se destaca ya que 61.2% expresó que Mazatlán es un destino innovador.

Entre las conclusiones: en el destino existe una estructura pública, privada y de las OSC que gestiona la cultura en sus diferentes manifestaciones, que son percibidas por los turistas, por lo que complementan su experiencia en el destino, sin embargo, hay oportunidades ante la contaminación acústica y la falta de promoción de eventos culturales para aprovechar la percepción del destino como innovador.

Palabras clave: Turismo cultura, Destino Turístico, Oferta cultural.

## Los impactos turísticos de la festividad de “los apaches” en Tejupilco, Estado de México

**Aidet Albiter Jaramillo**

albiteraidet@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Rocío del Carmen Serrano Barquín**

rocioserba14@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Daniela Palmas Castrejón**

dannypalmca@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado México*

La región de Tejupilco se localiza al suroeste del Estado de México el cual se integra por los siguientes municipios: Amatepec, Luvianos, Tejupilco y Tlatlaya. Colindando al norte con Michoacán y con la Región de Valle de Bravo, al este con la Región de Ixtapan de la Sal y al sursureste con el estado de Guerrero.

El municipio según el INEGI cuenta con una población de 71 mil 77 habitantes, que representa 0.47% del total del Estado de México, la distribución poblacional es de 34 mil 411 hombres y 36 mil 666 mujeres. Hay una relación de 106.55 mujeres por cada 100 hombres que habitan en el municipio. La densidad de población del municipio es de 106.18 habitantes por kilómetro cuadrado.

En cuanto al aspecto turístico, el municipio cuenta con lugares recreativos como lo son la Ex Hacienda San Miguel Ixtapan; Parque acuático las Ranas; Parque acuático los Tamarindos y Parque acuático las palmas; también se encuentran, la Parroquia de San Pedro Apóstol y la Presa el Ancón.

De la misma manera, Tejupilco se caracteriza por sus diversas tradiciones y costumbres, como la feria del Rincón del Carmen, feria regional de Tejupilco, feria de la Nieve, feria regional de San Miguel Ixtapan, feria regional en san Andrés Ocoteppec; sin embargo, una de las que resalta, debido a la importancia y significado regional es la llamada “Los Apaches”; celebrada el 15 y 16 de septiembre en la cabecera municipal, la cual es llevada a cabo hace más de 70 años. Aunque no se tiene un número específico de participantes, se indica que recibe visitantes de la misma localidad y de municipios vecinos.

De esta manera, la festividad de los apaches es un evento importante a nivel regional por el simbolismo y valor otorgado por los residentes de Tejupilco. Además de ser es una de las más grandes y reconocidas dentro de los municipios del sur del Estado de México, atrayendo a gran cantidad de personas de diversas localidades, municipios y estados aledaños. Asimismo, en los últimos años esta tradición ha sido utilizada también como forma de manifestación social a causa de las injusticias políticas.

Por lo que la pregunta de investigación para este trabajo es ¿Cuáles son los impactos que genera la festividad de los apaches en el municipio de Tejupilco, Estado de México? Ya que en el municipio actualmente no existe un desarrollo local, existe pobreza, delincuencia y falta de trabajos dignos debido a que la mayoría son muy mal pagados, por lo que esta investigación tiene como finalidad conocer los impactos de esta festividad, ya sean estos positivos o negativos, los cuales podrían ser sociales, económicos o culturales y de esta forma se podría identificar si se está generando un aporte para el desarrollo local a través de den esta festividad. Siendo esta una de las primeras investigaciones realizadas en el sur del Estado de México que estudie los impactos turísticos que puede generar una festividad.

El objetivo de esta ponencia es presentar la festividad de los apaches de Tejupilco, Estado de México, como atractivo turístico que genera desplazamientos en el ámbito regional

La metodología utilizada es la revisión de literatura a través de diversas plataformas como la Web of Science, Redalyc y Scielo, utilizando los conceptos antes mencionados ya sea en inglés o español y que se encuentren en acceso abierto del 2017 al 2022

A partir de esta revisión se pudo observar la importancia de las festividades culturales como recursos turísticos y la necesidad de seguir investigando para poder llegar a proponer y generar estrategias de desarrollo.

Se concluyó que los impactos del turismo de las festividades son pocas y la mayoría suelen ser de carácter cuantitativo para cuantificar cada uno de los impactos que se generan dando a conocer los positivos y negativos que estos traen a las comunidades, pero es necesario explorar desde una metodología cualitativa

Palabras clave: Impactos del turismo, desarrollo local, costumbres y tradiciones.

## **Mesa 5: Urbanismo e impactos socio territoriales del turismo**

## **Turismo y transformaciones del Espacio Público: impactos en las Identidades y el Paisaje en la ciudad de Mazatlán**

**Jocelyn Arreola Laveaga**

jocelynarreola94@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Roberto Antonio Mendieta Vega**

roberto.mendieta@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

El presente resumen es el resultado del protocolo de investigación y de avances del primer capítulo de tesis, el autor principal se encuentra inscrito en el Doctorado en Gestión del Turismo de la Universidad Autónoma de Occidente. Se presenta la contextualización del problema, objetivos y metodología de la investigación.

Los espacios públicos han sufrido cambios y con ellos las ciudades a partir del turismo. En el contexto internacional un antecedente para entender los cambios que han sufrido los espacios es la masificación turística en Europa, que a partir de lo que sucede en algunos de sus principales destinos turísticos, los ciudadanos no aceptan a los turistas, derivado de la falta de planeaciones que cuiden a la localidad (Trevi y Favoro, 2019). En el contexto nacional, se asume que México ha carecido de una planeación urbana que enfoque resultados óptimos para la población. Por lo que es importante, entender que el concepto de espacio público hace alusión a un espacio físico-social, para Massey (2005), este concepto alude a una superficie, pero también a una zona de disrupciones donde se crean relaciones. Siguiendo esa línea, las ciudades no solo se transforman y/o cambian el espacio físico, también forman identidades (Ramírez, 2015). El turismo ha sido un factor que ha generado que algunas ciudades se transformen se necesita vislumbrar que algunos “destinos turísticos han crecido sin control bajo una lógica de expansión capitalista, apropiándose de los recursos naturales y culturales, y promoviendo la creación de un paisaje homogéneo y funcional que permita estandarizar la oferta y reproducir el modelo en otros territorios” (Palafox et.,2010 citado en Brito et al., 2019, p.188). Una de las problemáticas en las ciudades, son las inversiones que tienden a estar ubicadas en lugares centrales enfocados al turismo, teniendo problemas como el ordenamiento territorial, la gentrificación y la especulación inmobiliaria. Mazatlán ha sido objeto de transformaciones que han generado variaciones entre las décadas de 1980 y 2010; estos procesos han afectado a la expansión urbana (Padilla et al., 2020). Los espacios se han transformado a lo largo del tiempo, en el sexenio del ex gobernador Quirino Ordáz Coppel, se observaron los cambios en la ciudad en el 2017, se evidencia una inversión privilegiando al área turística de la ciudad dejando de lado a la localidad. Para conocer cómo son las relaciones sociales y físicas e interpretar las relaciones de lo físico y lo social. Se estudiará de manera comparativa el parque central y el malecón, y como parte del espacio turístico, será analizado el espacio público de la ciudad (territorio) que va desde Rafael Buelna hasta el Faro (Paseo del Centenario), lo que incluye el Parque Central y el Faro. En estos espacios públicos se identificará el impacto del turismo en las identidades locales, así como su paisaje. Las transformaciones que existen en el espacio han modificado no sólo los usos del espacio público, sino también el significado y sentido de este y el paisaje de la ciudad de manera evidente, “la transformación de las ciudades para el consumo turístico ha propiciado la mercantilización de espacios que tradicionalmente son utilizados o habitados por los residentes locales” (Nava, 2017, p.79). Por lo que el objetivo principal de investigación es analizar cómo son las transformaciones de los Espacios Públicos vinculados al Turismo y entender cómo han afectado a las identidades locales y al paisaje en Mazatlán. La metodología de la investigación es cualitativa y se estudiará con un enfoque socio-cultural del espacio público analizando los conceptos de paisaje e identidades, ya que el puerto ha crecido exponencialmente su desarrollo urbano y con ello la creación de nuevos espacios de convivencia e interacción social, se utilizarán entrevistas semiestructuradas. La investigación se inserta en el marco del Derecho a la Ciudad, donde se analiza la parte gubernamental y a los ciudadanos.

Palabras clave: Espacio público, turismo, identidad y paisaje.

## **Privatización de la tierra de propiedad social: Efectos sociales en las localidades receptoras de enclaves turísticos**

**Ericka Beatriz Morales Trejo**

ericka.morales@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Elizabeth Trujillo Ubaldo**

elizabeth.trujillo@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**José Salvador Zepeda López**

josezep09@yahoo.com.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La política pública en materia turística, se ha consolidado en nuestro país, bajo el discurso gubernamental de que el turismo trae de manera inherente desarrollo, argumento utilizado para la expropiación de tierras de propiedad social, sobre todo en las regiones con litoral y con gran riqueza de recursos naturales, lugares donde se han construido los Centros Integralmente Planeados (CIP), que son megaproyectos planificados e impuestos desde el gobierno federal a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), construidos con inversión extranjera, con el objetivo de atraer turista de alto poder adquisitivo, principalmente de origen estadounidense y canadiense.

En el otro lado de la moneda, se encuentran los pescadores y agricultores que previo a la construcción de los CIP, tenían la posesión de tierra y desempeñaban sus actividades económicas en el sector primario y que, por el decreto de expropiación de sus tierras en el afán del beneficio público, han sido desplazados de estos espacios obligándolos a cambiar de residencia y en muchos casos de ocupación.

Así mismo, la terciarización y feminización de la estructura de la población económicamente activa (PEA), el crecimiento poblacional, el desorganizado desarrollo urbano y la aparición de diferentes problemas sociales que ponen a la población local en situación vulnerable, son algunos de los efectos estudiados en las localidades donde se insertan los CIP, que en muchos de los casos se convierten en enclaves donde la actividad turística margina a los habitantes locales, obligando a hacer un balance entre los efectos sociales y los beneficios económicos y cuestionarnos cuál es la relación entre ellos.

Partimos de la pregunta ¿Cómo se manifiestan las repercusiones sociales en las localidades receptoras de Centros Integralmente Planeados (CIP) que fueron impuestos por el gobierno federal como estrategia para impulsar la actividad turística como replicadora de desarrollo?; El objetivo del presente trabajo es visibilizar los efectos sociales y repercusiones en el tejido social en las localidades en las que se han insertado los CIP en el país y compararlo con los efectos económicos, para colocar en la balanza la relación costo-beneficio que se tiene con este modelo turístico, buscando explicar por qué se sigue utilizando y en favor de quien.

La metodología es de carácter cualitativo con alcance descriptivo, para lo cual se realizará una revisión estadística y bibliográfica de la literatura existente que relacione los efectos sociales que ha tenido la expropiación de tierras, los CIP en México y la actividad turística en destinos de sol y playa.

En cuanto a los resultados, la investigación se encuentra en proceso por lo que se espera tener resultados para la fecha de presentación de la ponencia.

Palabras clave: Tenencia de la tierra, CIP, impacto social, turismo.

## **Ciudad turística y mercantilización en la era neoliberal los destinos turísticos de Guanajuato y San Miguel de Allende**

**Francisco Javier González Rojas**

javierfrgonzalez@gmail.com

*Universidad de Guanajuato*

En contraste con el turismo benéfico que se traduce como fenómeno social, cultural y económico que genera empleo, ingresos e infraestructura, la actividad turística en México también es partícipe de otros efectos en las ciudades y pueblos, apoyados en el modelo neoliberal que basa en transformaciones por parte del mercado inmobiliario y los desarrolladores comerciales y turísticos lo que genera problemáticas que se expresan en desigualdades para las poblaciones que habitan los espacios, además de que deja de lado la importancia y el significado social de la ciudad (Reyes, et. al. 2021).

Enseres de los anteriores muestran dentro del territorio y la ciudad turística la incursión de política neoliberal que va de construir ciudad generando mercantilización con la intención de atraer turistas y visitantes, así como generar acumulación de capital a partir de productos turísticos que crean tensiones en la dinámica y el habitar de las poblaciones residentes y representan conceptos como el derecho a la ciudad en la era neoliberal.

La presente investigación tiene el objetivo de evidenciar y sistematizar información sobre el ecosistema de las poblaciones residentes de los destinos de Guanajuato y San Miguel de Allende sobre el patrón de comercialización y la adecuación de espacios en la ciudad, bajo la pregunta ¿cuáles son los efectos que el desarrollo del turismo ha propiciado en las ciudades turísticas de Guanajuato y San Miguel de Allende a partir del modelo neoliberal? anexo al proyecto de tesis doctoral, sobre el desarrollo del turismo y la dinámica las poblaciones residentes de turismo en los destinos: Guanajuato y San Miguel de Allende, labor en el quinto semestre del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Guanajuato bajo la línea de investigación de estudios sobre México.

El análisis se dio en dos colonias de cada destino durante los meses de enero a agosto de 2022, para el destino Guanajuato en los barrios de San Luisito y San Clemente y para San Miguel de Allende en las colonias Guadalupe y San Antonio, las anteriores por ser espacios de transición entre la zona turística y el sitio que normalmente habita lo población que reside en los destinos. La presencia basa en técnicas cualitativas como la observación, el estudio del habitar apoyado en la deriva, el análisis de contenido, la entrevista a profundidad y los relatos de vida a actores sociales en cada destino, bajo las variables: percepción, mercantilización de la ciudad, participación comunitaria y dinámica turística.

Los resultados toman como referencia los procesos que suceden en la zona centro y hace una comparación con los barrios y colonias citadas, lo que muestra diferencias espaciales en cada colonia respecto a la zona turística, donde también existen diferencias respecto a la movilidad y transporte, los servicios a los que se accede y sus costos, así como la dinámica socioeconómica representada por ejemplo en el formato de los negocios y establecimientos.

Se concluye respecto a la caracterización de los destinos, la exploración en campo y las entrevistas, una relación y presencia entre los diferentes actores sociales, donde existe poca organización social como respuesta ante las demandas y problemas comunitarios, los pobladores identifican una línea marcada entre la zona turística y la zona de los locales y foráneos, ya que los centros históricos han sido adecuados para las actividades de turismo con poca presencia de población residente, la misma semeja que depende completamente del turismo en sus municipios y por tanto resisten ante los cambios de la política turística neoliberal, algunos de los habitantes originales fueron desplazados del centro y narran parte del devenir de la ciudades desde hace treinta años hasta la masificación que viven hoy en día, además de mencionar las carencias en sus colonias por ejemplo en servicios y la delincuencia que se hace presente en la zona dejando pendiente cuestionar dichos efectos.

Palabras clave: Ciudad Turística, Modelo neoliberal, Mercantilización, Guanajuato, San Miguel de Allende.

## **Turismo y precariedad: La configuración del territorio en la Riviera Nayarit (2008 - 2021)**

**Pedro Orozco Espinosa**

pedro.orozco@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Karla Susana Barrón Arreola**

kbarron@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La propuesta que se presenta es el resultado de una parte de los avances del proyecto de investigación “La precariedad laboral y el turismo en los municipios de la Riviera Nayarit (2000 – 2021)”. Se parte de la importancia de la relación turismo, bienestar y precariedad laboral. Por ello, se asume como relevante la estimación de la precariedad laboral en la configuración de los territorios subsumidos por la marca “Riviera Nayarit”, es decir, los municipios de Bahía de Banderas, Compostela y San Blas. En esta dirección, hay que señalar que se adjudica al turismo la capacidad, para generar divisas, empleo y dinamizar la actividad económica, aún en la pandemia. Por tanto, se esperaría que éste no solo ocupe el tercer lugar en el crecimiento económico en las economías regionales y locales, sino sobre todo se muestre como una opción real para la reducción de la pobreza y el mejoramiento del bienestar de vida en las llamadas comunidades anfitrionas.

Por otra parte, se observan también que algunas instituciones señalan al turismo como un factor relevante para el bienestar de las familias involucradas en esta dinámica económica. Éste es el caso del Plan Nacional de Desarrollo y la Estrategia Nacional de Turismo 2019 – 2024, que apunta como ejes el bienestar y el desarrollo económico, pero también enfatizan que tales paraísos turísticos llegan ser considerados infiernos de marginación, pobreza y vulnerabilidad, aun cuando el paisaje se ha transformado y/o desarrollado. Asimismo, los Programas Nacionales Estratégicos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología subrayan la relevancia de concentrar los esfuerzos en los problemas concretos y urgentes con una atención amplia, profunda e integral.

El objetivo de la investigación es determinar los factores que configuran el territorio y contribuyen a la reproducción social de la precariedad en la población ocupada en el sector turístico de los municipios de la Riviera Nayarit, es decir, en Bahía de Banderas, Compostela y San Blas. Para ello, se recuperó información histórico documental que establece las condiciones para la creación y el desarrollo del corredor turístico (en mención). Asimismo, se analizaron algunos datos indirectos (sociodemográficos y económicos) que muestran el limitado impacto que el turismo ha tenido en el bienestar en las familias dependientes u ocupadas en este sector económico.

En suma, lo hasta ahora encontrado, muestra que la transformación del paisaje (territorio) ha sido producto, primero, de la expropiación de las tierras de cultivo (ejidales) por el Estado en la búsqueda de impulsar el turismo en la zona y como una respuesta al plan de desarrollo nacional y estatal. Segundo, se programó como un alternativa y atractivo para aumentar la inversión extranjera y nacional, lo cual vino a beneficiar el capital y un sector de la población, por ejemplo, a algunos actores políticos locales, quienes se quedaron con muchos los predios. Y, tercero, pese a lo que se esperaba que provocase este proyecto con la marca Riviera Nayarit, se puede constatar que el turismo no ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de los pobladores, por el contrario, no solo quedaron despojados y desplazados de sus tierras, sino que además se encuentran en situaciones que los ubican en altos niveles de pobreza y vulnerabilidad, en contraste, con las altas ganancias adquiridas por la grandes cadenas hoteleras y restauranteras.

Palabras clave: Turismo, precarización laboral, pobreza, vulnerabilidad y territorio.

## **Infraestructura carretera desarrollo local y turismo en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa**

**Emma Lorena Sifuentes O**

emma.sifuentes@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Ludim Vences Macedo**

ludimvences@gmail.com

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Raúl Huerta García**

raulhuertag@gmail.com

*Secretaría de Comunicaciones y Transportes*

Es posible identificar cómo diversos factores propician el desarrollo de las actividades turísticas y a su vez, la influencia de estas en la modificación de la vida productiva de las ciudades. La construcción de la red carretera en México sin duda es un elemento que permite visualizar cómo la dinámica económica se modifica, se estimulan actividades -como las ligadas al turismo- agilizando el tránsito de personas, de mercancías y la generación de servicios y con ello la vida productiva de las regiones.

La apertura de la autopista de cobro Mazatlán-Durango en octubre de 2013, muestra con claridad el impulso que ejerce la construcción de infraestructura carretera de altas especificaciones (autopistas, vías rápidas), en la integración de las diversas regiones del país y en particular, permite analizar el impacto Local, el Desarrollo Local, en el caso de la Ciudad y Puerto de Mazatlán, Sinaloa. La conclusión de la autopista Durango -Mazatlán permitió la conexión de los corredores de cuota México-Nogales y el que une al Océano Pacífico con el Golfo de México, de Mazatlán a Matamoros, vinculando los Estados de Sinaloa, Durango, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas y con ello en la consolidación del Corredor Económico del Norte y su vinculación con el occidente del país a través de Nayarit y Jalisco.

El objetivo de este documento consiste en analizar la relación del turismo con la transformación de la dinámica productiva de la ciudad-puerto de Mazatlán mediante el impacto del incremento de los flujos vehiculares con destino a Mazatlán, con la apertura de la autopista hacia Durango en la actividad turística del Puerto, en la acentuación de su proceso de turistificación. En términos de los flujos vehiculares, es significativo observar de una parte el incremento del volumen de tránsito y de otra el cada vez mayor peso de los automóviles en la estructura vehicular. Esto último forma parte del aumento en el arribo de personas para actividades recreativas y de negocios, con la necesaria activación de los sectores productivos para atender el aumento de la demanda del sector Turismo.

El estudio parte de un enfoque de desarrollo regional y local no estrictamente sectorial; destacando tanto factores externos como los propios del territorio que se relacionan con la dinámica económico-social y medioambiental del turismo, destacando el papel de los actores sociales. Entre estos últimos se consideran prestadores, usuarios del turismo, así como instituciones y organismos relacionados con dichas prácticas. Par su elaboración se apoya en fuentes estadísticas de la SCT y de INEGI y toma como referente fundamental el análisis del proceso de gentrificación ligado al turismo. Demostrando el fortalecimiento de dicha actividad, se analiza el rol de la infraestructura carretera en ese proceso y los obstáculos para el desarrollo local integral en el caso analizado, reflexionando de manera complementaria sobre posibles alternativas para un impacto económico y social más equilibrado del turismo.

Palabras clave: Desarrollo local, gentrificación-turistificación, infraestructura carretera, dinámica productiva, Mazatlán.

## **Evolución de un destino turístico desde el enfoque de la dependencia de la trayectoria (Path Dependence)**

**Leonel Almazán-Díaz**

leonel.almazan8205@alumnos.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa (CUC), Universidad de Guadalajara*

**Carlos Rogelio Virgen Aguilar**

rogeliov01@hotmail.com

*Centro Universitario de la Costa (CUC), Universidad de Guadalajara*

El turismo es uno de los sectores económicos enmarcados en la globalización que por varias décadas ha mostrado una tendencia positiva en su evolución hasta enfrentar la crisis sanitaria producida por la pandemia de COVID-19 en el año 2020. Esto induce a estudiar la evolución de los destinos turísticos que son promovidos principalmente por ambientes económicos y sociales, de tal forma que se pueda analizar su situación actual, así como las posibles trayectorias. Tal es el caso de Acapulco, un destino turístico tradicional de sol y playa que ante un ambiente globalizado, competente e influenciado por un mercado cada vez más dinámico lo han conducido a una fase de estancamiento con tendencia hacia el deterioro. Por lo anterior, el objetivo principal del estudio se centra en analizar el proceso histórico que definió la trayectoria evolutiva de Acapulco-Guerrero, México como destino turístico, de modo que permita tener una aproximación para entender su situación actual y posibles escenarios. Se aborda para ello a la Geografía Económica Evolutiva (GEE) como la base teórica para el desarrollo de la investigación que en los últimos años ha resaltado su importancia en los estudios de evolución de los destinos, y como enfoque teórico principal se retoma el Path Dependence, uno de los pilares que integran a la GEE y que se encarga de estudiar los procesos dinámicos de un territorio a través del tiempo, sucesos que llevan a la reconfiguración o creación de nuevas trayectorias dependientes del lugar. Se trata de un trabajo con un enfoque mixto y de tipo descriptivo, en el que se realiza una revisión documental en fuentes secundarias oficiales y documentos científicos sobre el destino objeto de estudio, así como consultas en las fuentes primarias; el análisis histórico permite identificar los principales acontecimientos que influyeron y definieron las trayectorias en la evolución de Acapulco como destino turístico, mientras que los datos estadísticos descriptivos y la experiencia como historias de vida de los actores clave permiten a su vez reforzar dicho análisis. El estudio señala que Acapulco es un destino turístico precursor en materia de turismo en México, donde la actividad turística se desarrolló de forma desmedida y sin planificación ocasionando una reconfiguración del espacio y el aumento considerable de la población, consecuentemente dejando como resultado efectos perniciosos que incluso prevalecen hasta la actualidad. Por otro lado, la creación de la trayectoria evolutiva del destino queda determinada por la localización y las propias condiciones físicas del lugar, mientras que el desarrollo de esta trayectoria estuvo marcada en gran medida por la influencia institucional que a su vez facilitó el desarrollo de la actividad turística con apoyo de la iniciativa privada, aunque se ha encontrado que dichas intervenciones estuvieron motivadas por intereses particulares y se lograron a costa del despojo de tierras y evidentes muestras de desigualdad hacia la población local.

Palabras clave: Evolución del destino turístico, dependencia de la trayectoria, Geografía Económica Evolutiva, industria turística, desarrollo económico.

## **Sostenibilidad de la costa de Jalisco y Nayarit como destino turístico. Una aproximación desde la geografía económica evolutiva**

**Carlos Gauna Ruiz de León**

carlosgaunaruz@gmail.com

*Universidad de Guadalajara*

**Salvador Antón Clave**

salvador.anton@urv.cat

*Universtit Rovira y Virgil, Cataluña, España*

**Maribel Osorio García**

maribelosorio2@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

La costa media del Pacífico mexicano tiene como epicentro al destino turístico de Puerto Vallarta (con un desarrollo de poco más de 50 años), considerado uno de los principales atractivos de playa en el país al recibir más de cuatro millones de turistas al año (la mitad extranjeros, siendo E. U. A. y Canadá los principales emisores). El destino se complementa por una amplia zona hacia el norte y el sur, que tiene una belleza y potencialidad donde se han desarrollado desde hace más de 20 años proyectos en la costa de Jalisco y Nayarit.

El desarrollo de la costa requiere ser estudiado de una forma sistemática para explicar su proceso evolutivo y poder identificar las capacidades para integrarse en el sistema turístico global, pero también para generar acciones de atención a comunidades locales que desarrollan actividades de bajo impacto, que atienden a su percepción comunitaria en la búsqueda de mejorar su calidad de vida.

La región de estudio tiene enormes contradicciones, que la hacen difícil de ser explicada en su conjunto debido a las enormes desigualdades intrarregionales y de ésta con el resto del país. Su conformación histórica es reciente, por lo que no existe una identidad cultural única y homogénea y los procesos de poblamiento y desarrollo han estado marcados por un constante cambio, que la hace única. Una condición exógena a la sociedad es que está asentada en un territorio de enorme diversidad medioambiental tanto terrestre como marítima, al ser intervenida por el ser humano genera conflictos que hacen casi insostenible su existencia.

Tiene todos los atributos para ser explicada de forma amplia, tomando en consideración su heterogeneidad, los diversos niveles de desarrollo turístico que existen en el territorio, las diferencias sociodemográficas que tienen las poblaciones que integran la región, las grandes divergencias en términos de infraestructura física, los diferentes procesos de desarrollo que se han generado y las capacidades de aprendizaje que existen según los hechos históricos que se sucedieron en el tiempo y espacio.

Una de las motivaciones para el desarrollo de este proyecto es la limitada generación de conocimiento científico en la región y de trabajos empíricos, que permita entender sus capacidades y limitaciones a partir de conocer su proceso evolutivo y poder desarrollar proyectos de intervención adaptados a la región y sus destinos turísticos, en un proceso basado en la innovación y la utilización adecuada y sostenible de sus recursos naturales y culturales. Como una aportación al trabajo desarrollado en la costa de Jalisco se tienen los trabajos, “Tras la huella del desarrollo turístico en la costa sur de Jalisco: una revisión histórica” (Virgen, Zepeda y Medina, 2021) y “Dinámica evolutiva de Puerto Vallarta a partir de la teoría de la dependencia de la trayectoria (path dependence) (Gauna y Oliveros-Ocampo, 2021), que forman parte del libro “El desarrollo turístico en México, revisión general y casos de estudio” (Gauna y Osorio, 2021).

La discusión inacabada de los procesos de desarrollo en la costa del pacífico medio mexicano enfrenta dos visiones que se complementan en el territorio: por un lado, el diseño de proyectos para integrar a la región en los mercados globalizados y, por otro, el provocar actividades que permitan mejorar las condiciones de vida de los habitantes sin generar afectaciones a su cultura y al entorno natural.

El conflicto en la costa se da en dos niveles que se complementan, en el local con grandes conflictos y con visiones que se confrontan en el espacio y en la globalidad donde las actividades se pretenden incorporar, pero para ello requieren la construcción de infraestructura física que permita su integración, pero también una visión de futuro compartida que de viabilidad a los proyectos.

Palabras clave: Turismo, Costa de Jalisco, geografía económica evolutiva, desarrollo.

## **Análisis de las zonas de asentamientos irregulares desde la perspectiva de la pobreza para una mejor comprensión de la segregación por localización en Cancún, Benito Juárez, Quintana Roo.**

**Pilivet Aguiar Alayola**

paguiar@ucaribe.edu.mx  
*Universidad del Caribe*

**Christine Elizabeth McCoy Cador**

cmccoy@ucaribe.edu.mx  
*Universidad del Caribe*

**Lucila Zárraga Cano**

lzarraga@ucaribe.edu.mx  
*Universidad del Caribe*

A partir del análisis teórico del concepto de pobreza se aborda el caso del municipio de Benito Juárez, Quintana Roo, donde se asienta la ciudad de Cancún. Esta es una ciudad intermedia, con vocación eminentemente turística, en donde existe desigualdad social, con zonas claramente diferenciadas por el acceso a ingresos y otras capacidades.

En este trabajo se presentan las líneas de análisis conceptual sobre pobreza y exclusión social, considerando que la pobreza es un concepto amplio, pero diferenciado de la exclusión, y que cada concepto cuenta con sus propias dimensiones. Se aborda desde la medición de la pobreza expresada como carencias que llevan al rezago social, cuyo índice ha servido para definir las acciones de política pública al categorizar los grados de rezago social.

El objetivo de este trabajo es fundamentar la importancia de integrar dimensiones de la exclusión a la medición de la pobreza, para una mejor comprensión de las dinámicas sociales a través del estudio de caso de las tres zonas de asentamientos irregulares presentes en el municipio antes mencionado. En términos conceptuales se discute también la naturaleza de la segmentación socioespacial urbana acudiendo a la definición desarrollada por T. Alegría de segregación por localización como producto inevitable de los mecanismos distributivos de recursos y viviendas en el espacio urbano, afectando negativamente a los grupos que se encuentran en la base de la pirámide social lo que ahonda sus malas condiciones de vida.

Los datos obtenidos para este análisis provienen de la medición del Índice de Rezago Social por AGEb, a partir del Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el 2020, y presentados mediante la herramienta de análisis geográfico Q Gis para poder contar con una visión comparativa de las diferencias en capacidades que tienen los habitantes de las zonas irregulares evaluadas. Si bien este índice no incluye datos sobre ingresos, sí aporta información sobre otras dimensiones de la pobreza, tales como nivel educativo, acceso a servicios de salud, calidad y características de la vivienda, y acceso a servicios públicos.

Se encuentra que existen tres zonas de asentamientos irregulares que presentan características relacionadas con dimensiones que componen la pobreza. Sin embargo, el comportamiento de cada zona es distinta a la otra, especialmente la zona 1, y los ciudadanos de las zonas 2 y 3 presentan, además, elementos relacionados con la exclusión.

Para explicar mejor las diferencias halladas se integran otras variables y se encuentra que las capacidades que tienen los habitantes para afrontar riesgos, tales como el poder adquisitivo, ocupación y nivel de estudios, así como acceso a vías de comunicación (automóvil propio o transporte público e internet en casa) les permite tener mayor participación e injerencia, así como la posibilidad de subsanar la ausencia de servicios públicos municipales, que aquellos habitantes de las zonas norte y suroeste de Cancún.

Se concluye que, aunque todos los asentamientos irregulares comparten elementos en común, como la falta de acceso a servicios públicos, también presentan comportamientos y características distintas que invitan a cuestionarse si la medición de la pobreza que realiza el CONEVAL con su índice de rezago social es suficiente para tomar decisiones de política pública que lleven transformaciones hacia donde más se necesita.

Palabras clave: Rezago social, pobreza, asentamientos irregulares, exclusión social.

## **Del turismo y la recreación a la dinámica residencial en Ajijic, Jalisco. Propuesta de análisis multicriterio**

**Miguel Angel Iñiguez McCormick**

miguel.mccormick@alumnos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**Lucía González Torreros**

lucia.gtorreros@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

El turismo ha jugado un papel importante dentro de la reestructuración territorial y regional, y se encuentra íntimamente ligado a la economía globalizada. Esta actividad, como fenómeno inscrito en la dinámica globalizadora, se ha apoyado en la innovación y en los avances tecnológicos los cuales, en conjunto, permiten distintas lecturas sobre los territorios que acogen una función turística. Entre otras vertientes, y en un contexto post pandemia, pequeñas localidades se han hecho visibles como opciones de destinos turísticos para un viajero de categoría mundial más allá de su apertura a un turismo de proximidad y cercanías. La identificación y promoción de localidades como resultado de su ubicación, atractivos naturales e instalaciones orientadas al turismo, ha permitido que áreas antes marginadas disfruten de nuevas oportunidades económicas. El Turismo Residencial y de segunda residencia, objeto de estudio de esta investigación, es una práctica turística que, sin ser nueva, ha cobrado una relevancia y resignificación en años recientes.

El objetivo principal es que: A partir del conocimiento de distribución espacial de las propiedades listadas en la plataforma Airbnb en Ajijic, Jalisco, realizar una evaluación multicriterio y poder determinar efectos multidimensionales de la operación de la plataforma en la localidad.

Ajijic es una pequeña población ubicada a orillas del lago de Chapala, a unos 55 km de Guadalajara, Jal., Mx. Desde el siglo XIX se percibe la presencia de una población flotante con una motivación recreativa, turística y residencial. Un impulso importante se debe a un proceso turístico e inmobiliario impulsado desde la década de 1960, lo que ha provocado diferentes efectos de integración ambiental, cultural y socioespacial.

Al día de hoy, Ajijic muestra en la plataforma Airbnb una cantidad de 280 propiedades activas, de las 673 ubicadas dentro del municipio de Chapala, del cual Ajijic forma parte, y sólo 16 unidades dentro de los límites de Ajijic, oferta muy limitada para la cantidad de visitantes que arriban a esta localidad.

En el marco teórico, se abrazan las categorías de espacio, territorio y región y su implicación con el análisis espacial, y en este contexto, atender la perspectiva de impacto territorial desde un punto de vista multiescalar y multidimensional. Es así que a través de un análisis multicriterio aplicado a GIS y a técnicas logarítmicas de extracción de datos directo de la plataforma, se obtuvo información necesaria para trabajo de variables, lo que hizo posible ejecutar un modelo de localización óptima inversa de las propiedades listadas y poder medir el aporte a la comunidad, en comparación con otras variables negativas para encontrar áreas de mejora y pronosticar los cambios de ordenanza de zonificación a medida que el territorio evoluciona y crece la población vinculada con segundas residencias.

Entre los principales resultados, se ha procesado el modelo desarrollado con la información obtenida en una investigación de carácter mixto e interpretativo, se generan mapas temáticos, principalmente aquellos relacionados con isocronas a diferentes puntos: centro de población, localidades, centros de consumo, de abasto de combustible, entre otros. Los resultados que emergen hablan del comportamiento de este tipo de espacios (turístico -residenciales) y su íntima relación con el centro de la localidad. De igual manera, la distribución de nuevos espacios dan pauta para proyectar el crecimiento urbano hacia áreas que, hasta el momento, se encuentran desprovistas de una dotación suficiente para la carga turística proyectada en estos desarrollos.

Las aplicaciones de alquiler a corto plazo se han convertido en un nuevo modelo comercial donde casi todos los propietarios no viven en el lugar. Sin embargo, por el origen de residencia de los dueños de estas propiedades y al fungir como turismo residencial o de segundas residencias.

Palabras clave: Turismo, residencial, multicriterio, ordenamiento, Ajijic.

## **El Paseo Fray Antonio Alcalde. Dinámicas de activación turístico patrimonial y su efecto en el paisaje urbano**

**Lucía González Torreros**

lucia.gtorreros@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**Martha Rosalía Sánchez López**

rosalia.sanchez@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**José Luis Santana Medina**

jlsantana@cucea.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

Su localización geográfica, emplazamiento fundacional estratégico y jerarquía urbana, le ha permitido a la ciudad de Guadalajara (Jalisco, México) desarrollar una función comercial, de distribución y abasto. En tiempos recientes, además del turismo cultural y del MICE, la ciudad ha impulsado la estrategia para convertirse en parte de la Red de Ciudades Creativas de UNESCO, con lo que las dinámicas creativas cobran una especial importancia.

Como resultado de la intervención urbana ligada con la Línea 3 del tren ligero, se presenta el Paseo Fray Antonio Alcalde, recientemente inaugurado como un Paseo Literario. De acuerdo con el Plan Maestro, se trata de un corredor de 2.5 kms. de longitud, con una superficie de intervención de 205 has. La actividad comercial y turística se localiza principalmente en el área central, considerando dos ejes principales: la Av. Fray Antonio Alcalde (hoy Paseo Alcalde) y hacia la zona conocida como de “los dos templos” y la avenida Juárez, siguiendo el eje peatonal de la Plaza Tapatía hacia el poniente de la ciudad. Esta zona es, al mismo tiempo, el corazón funcional de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Con el propósito de Identificar las pautas evolutivas y las dinámicas funcionales relacionadas con la activación patrimonial a través del turismo y la recreación, y de responder a las preguntas: ¿cuáles son los efectos resultantes de la activación patrimonial y del proceso de turistización? y estos cambios ¿cómo se hacen visibles en el paisaje urbano? Las entradas teóricas que arrojan el análisis se refieren a los procesos de patrimonialización y paisaje urbano, mientras que las conceptuales se explican con relación a las tipologías turísticas identificadas: Turismo urbano (MICE y Creativo) por la caracterización del espacio, turismo cultural (religioso y gastronómico) y creativo, definidos a partir del patrimonio que se pone en valor y las prácticas que se impulsan.

Con un enfoque cualitativo, fundamentado en registros documentales y levantamiento en campo (registro fotográfico, fichas de inventario y fichas de observación directa), documentación estadística y con el apoyo de herramientas tecnológicas de geolocalización, se identifica una oferta 44 piezas patrimoniales, destacan por su interés turístico cultural, creativo, científico y artístico. Estos elementos fueron clasificados en tres Jerarquías, en función de su importancia histórico-cultural, sus características intrínsecas referidas al grado de conservación, así como su localización y presencia en el contexto inmediato.

Destacan en tres grupos: Acuario Michín, Parque Alcalde, y los Murales del Auditorio Salvador Allende y la Escuela Normal de Jalisco (al norte); el Panteón de Belén, el Museo de la Medicina, el templo de Belén, el Museo Diocesano de los Santos y Mártires Mexicanos, la Casa de Juan Caballero, el Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe, la Casa de los Perros y el Jardín Reforma (en el centro) y, hacia el sur, plaza de Armas, la Catedral y el Sagrario, la Rotonda, el Museo Regional, la zona de los dos templos (con las ventanas arqueológicas) y hasta el barrio de las 9 esquinas principalmente ligado con la gastronomía, con la posibilidad de extenderse hasta el Puente de Las Damas y el Parque Agua Azul. El conjunto de valores culturales, patrimoniales e identitarios sobrepasan el contenido meramente económico. Es posible identificar una tendencia hacia la clusterización gastronómica en la zona del Jardín Reforma, y de a poco, prolifera la oferta de hospedaje.

Palabras clave: Paisaje urbano, turismo, patrimonio, Paseo Alcalde.

## **Percepción de los Turistas de Puerto Vallarta sobre el aporte de la naturaleza, el turismo y las TIC a la Inteligencia Territorial**

**José Luis Cornejo Ortega**

j Luis.cornejo@academicos.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara*

**Edmundo Andrade Romo**

edmundo.andrade@academicos.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara*

El territorio integra un grupo de elementos inseparables conectado a diversas percepciones e ideas del mundo que evoluciona ligado a su entorno inmediato, próximo y lejano, en el mundo contemporáneo, los procesos de mayor importancia son la revalorización del lugar, la reformulación funcional y la configuración de la identidad territorial, la inteligencia requiere un intercambio de información y un proceso de comunicación, sustentado por personas que trabajan hacia un proyecto común. El turismo es una actividad que incide directamente en los ámbitos económico, social y cultural de un país proveyendo beneficios significativos para las economías, especialmente aquellas de nivel medio, que repercute progresivamente en su desarrollo, la actividad turística se caracteriza por un uso intensivo de la información, circunstancia que explica el notable impacto de las TIC en los procesos de consumo y producción en este ámbito. La evolución tecnológica constituye un importante factor de cambio que ha modificado el comportamiento del consumidor y que obliga a realizar una adaptación de las empresas y de los destinos turísticos, los cuales difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución tecnológica. El presente trabajo se plantea analizar la interrelación entre la gestión turística y las TIC y el nuevo enfoque de inteligencia territorial desde la perspectiva de los turistas que visitan Puerto Vallarta. Esta investigación es no experimental, descriptivo y de diseño transversal, se ejecuta mediante un enfoque cuantitativo que se implementa mediante el método de encuesta a través de un cuestionario estructurado y cuyos datos fueron tratados, en forma descriptiva lo que incluyó la determinación de frecuencias absolutas y relativas, además de realizar una adecuada descripción de la muestra. La población objeto de estudio fue de turistas nacionales e internacionales que visitan Puerto Vallarta. Entre los principales resultados se encuentra que los turistas que visitan Puerto Vallarta están satisfechos con las experiencias que tienen en el lugar, además de que son visitantes asiduos, nueve de cada 10 visitantes están de acuerdo o muy de acuerdo en que se utilice la inteligencia territorial para el diseño de destinos turísticos inteligentes, el mismo número opinan que el turismo tiene relación directa con la inteligencia territorial, además la gran mayoría estaría dispuesto a ser partícipe en la construcción de un proceso de participación con TIC como aporte a la inteligencia territorial en el turismo. Entre las principales conclusiones es indispensable hacer uso de las diferentes tecnologías en la gestión de destinos turísticos de playa que permitan la comunicación efectiva y transparente; generar confianza y seguridad, tanto para los residentes como en los visitantes; identificación y localización de recursos, instalaciones, equipamientos, disponibilidad y conocimiento de capacidad o estado de las playas; y análisis de tendencias, en este sentido se observa la integración del turista al territorio, ya no solo como visitante, sino con la visión de mejorar las condiciones del mismo y coadyuvar a la implementación de estrategias que permitan consolidar a Puerto Vallarta como Destino turístico inteligente.

Palabras clave: Turismo, territorio inteligente, TIC.

## **Influencia de la autopista Durango-Mazatlán en la revitalización de la actividad turística de Mazatlán, Sinaloa (1970-2018)**

**Brenda Alcalá Escamilla**

dotsinha@hotmail.com

*Posgrado en Geografía, UNAM*

**Silvestre Flores Gamboa**

silvestre.flores@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

La incursión en la actividad turística en México data de la década de los cincuenta del siglo pasado y corresponde a la conformación de destinos litorales como Acapulco, Puerto Vallarta, Manzanillo y Mazatlán, conocidos en la actualidad como “destinos maduros”, estos se caracterizan por surgir y crecer sin planificación integral previa y mediante políticas de planeación correctivas, lo que provocó que en algún momento de su historia y desarrollo experimentaran una fase crítica en su ciclo de vida, en la cual la imagen del destino se fue deteriorando y reduciendo el arribo de turistas. No obstante, como señala Butler en su teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos, la presencia de una nueva infraestructura como una vialidad puede apoyar en la revitalización del espacio turístico, por lo tanto el objetivo de la presente investigación fue determinar si la apertura de la autopista Durango-Mazatlán contribuyó al proceso de rejuvenecimiento de la actividad turística mazatleca.

Para definir las fases del CVDT de Mazatlán se usó como base teórica el modelo de Butler, el análisis de CVDT se sustentó en una metodología de triangulación caracterizada por la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos y métodos de investigación; en una primera instancia se utilizó un análisis estadístico de regresión lineal que permitió definir cada una de las etapas del CVDT, a partir de la relación turistas versus años, mientras que para contextualizar cada una de ellas se realizó una revisión histórica con un enfoque en el desarrollo de la actividad turística; finalmente, se aplicó un análisis estadístico y espacial para conocer la influencia de la autopista Durango - Mazatlán, respecto al aumento del flujo de vehículos automotores que transitan por esta vialidad y la conectividad que le brinda.

El análisis permitió determinar que el destino turístico de Mazatlán se encontraba en un proceso de rejuvenecimiento, debido a que entre el 2013 al 2018 el arribo de turistas registró tasas de crecimientos positivas, asimismo la revitalización se reforzó con el inicio de una serie de inversiones a finales del siglo pasado que apoyaron de manera directa o indirecta la expansión, el mantenimiento y renovación de la zona turística del puerto. Los cambios que se suscitaron en la infraestructura, equipamiento y atractivos turísticos, de acuerdo con la teoría, fueron de tipo evolutivo, es decir, graduales y constantes, lo cual brindó un nuevo impulso a la actividad turística mazatleca. En general, se puede hablar de dos eventos que incidieron en la modernización de la imagen turística, en primer lugar el boom inmobiliario que inició a finales de la década de los noventa del siglo pasado y la apertura de la autopista Durango-Mazatlán que surgió como parte estratégica de la dinámica comercial portuaria, ya que conecta de manera rápida y segura a las ciudades del norte del país y la costa este de Estados Unidos.

La accesibilidad brindada por la autopista 40D generó un mayor movimiento de visitantes a la ciudad, mientras que la edificación de áreas residenciales generó una diversidad y ampliación de la oferta de alojamiento, al ser adquiridas como segundas residencias por los turistas u ofertadas como una opción de hospedaje para los visitantes. En los últimos años el puerto se sometió a una serie obras que han modernizado, mejorado y ampliado todas las zonas turísticas del puerto, en especial el Casco Antiguo y el Nuevo Mazatlán, aunque a últimas fechas, parte de las inversiones se dirigieron al Viejo Mazatlán siendo la Marina la que menos intervención recibió.

Derivado de lo anterior, se puede concluir que a pesar de sus años como destino turístico Mazatlán se encuentra en una fase de rejuvenecimiento, en la que la súper carretera Durango-Mazatlán ha sido y es un factor central de este proceso, no obstante, este hecho está acompañado de otros eventos y elementos sin los cuales la autopista 40D no hubiera logrado potenciar esa recuperación.

Palabras clave: Ciclo de vida de los destinos turísticos, Butler, rejuvenecimiento, turismo de litoral, accesibilidad.

## **Explicación del clima organizacional a partir de la capacitación, experiencia personal e igualdad. Un estudio empírico en empresas hoteleras de México**

**Virginia Guadalupe López Torres**

virginia.lopez@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Luis Ramón Moreno Moreno**

lmoreno@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Virginia Margarita González Rosales**

margarita.gonzalez@uabc.edu.mx

*Universidad Autónoma de Baja California*

**Propósito:** este estudio tiene como objetivo investigar el impacto de la percepción de capacitación, experiencia personal e igualdad en el clima organizacional de empresas hoteleras localizadas en Cancún, Los Cabos, Nuevo Vallarta y Tecate.

**Diseño/metodología/enfoque:** Se llevó a cabo una encuesta con 718 empleados de empresas hoteleras en México. Se confirmó la validez convergente y discriminante de las variables latentes. Las relaciones entre ellos se probaron utilizando modelos de mínimos cuadrados parciales (PLS).

**Hallazgos:** los resultados indican que la capacitación, experiencia e igualdad afectan positivamente el clima organizacional en el contexto de México. En específico muestra que igualdad tiene el efecto moderado (0.328) en clima organizacional, seguido de experiencia (0.297) y capacitación (0.288). Estos tres constructos explican el 51.5% (es decir, el valor R<sup>2</sup>) de la varianza del constructo endógeno clima organizacional. Asimismo, se muestra que la capacitación tiene un efecto moderado (0.359) en experiencia, la cual explica en un 12.9%. Por último, la capacitación también tiene un efecto, pero del tipo sustancial en igualdad, explicándola en 33.4%. **Limitaciones/implicaciones de la investigación:** el estudio contribuye al conocimiento de las relaciones entre clima organizacional, capacitación, experiencia e igualdad. Los resultados amplían la comprensión del clima organizacional en el sector hotelero, además, señalan algunas oportunidades para futuras investigaciones.

**Originalidad/valor:** el estudio es original al investigar nuevos factores que influyen en el clima organizacional de empresas hoteleras en México. Es un primer intento de probar la influencia de las variables capacitación, experiencia personal e igualdad en el clima organizacional.

**Palabras clave:** Clima organizacional, empresas hoteleras, PLS.

## **Malinalco: turismo y gentrificación**

**Jazmín de Verano Chapulín Carrillo**

jazzverche@gmail.com

*Colegio de Postgraduados, campus Montecillo*

**Emma Zapata Martelo**

emzapata@colpos.mx

*Colegio de Postgraduados, campus Montecillo*

**María del Rosario Ayala Carrillo**

madel@colpos.mx

*Colegio de Postgraduados, campus Montecillo*

A nivel global, las dinámicas de turistificación han dejado ver cómo el espacio está sujeto a múltiples producciones y legitimaciones que, generalmente obedecen a intereses capitalistas. Para lo cual, es necesario atraer consumidores con altos ingresos. Este tipo de procesos no sólo han enfatizado la lucha de clases, también han traído consecuencias como la gentrificación de los espacios y la segregación de la población según sus posibilidades de producción y /o consumo. De esta forma, el espacio se ha convertido en un recurso disputado por el turismo, pues concentra múltiples ofertas e infraestructuras que, además de hacerlo atractivo, facilitan el desarrollo de diversas actividades económicas complementarias entre sí. En consecuencia, tanto el espacio como las poblaciones que lo habitan, se han tenido que reorganizar y buscar nuevas funciones a partir de las características del turismo como fenómeno global predominante.

Aunado a esto, se encuentra el hecho de que diversos espacios y comunidades, por diferentes razones, se han visto orillados a desarrollar procesos de turistificación que, en los espacios rurales particularmente, han resultado en la fragmentación de territorios desde una visión socioespacial, sobre todo en aquellos que resultan de la mercantilización y/o privatización de la tierra ya que se afectan también las formas culturales e históricas. Lo que además de generar espacios de inclusión diferenciada, detona procesos de gentrificación y (des)territorialización, pues a partir de los cambios en el uso de los espacios y recursos tanto naturales como culturales, se transforma el significado que las y los habitantes locales tienen con respecto a su territorio.

Por su parte, Malinalco, Pueblo Mágico perteneciente al Estado de México, se ha caracterizado por ser una comunidad con amplia tradición agrícola y estilo de vida rural que, durante las últimas tres décadas ha presentado importantes transformaciones socioterritoriales relacionadas con la especialización turística desarrollada. Debido a esto, se pretende demostrar el proceso de gentrificación que se ha generado en Malinalco, Estado de México como resultado de la turistificación experimentada.

El análisis elaborado deriva de una investigación más amplia. Para su desarrollo se empleó metodología cualitativa con la finalidad de obtener la perspectiva de la comunidad como fuente principal. Se realizaron entrevistas a profundidad e historias de vida a personas originarias. Entre los principales resultados se identificó que el proceso de gentrificación en la Malinalco se detonó con la construcción del club de golf y la venta de terrenos para casas de segunda residencia, fenómeno que se enfatizó con los nombramientos de Pueblo con Encanto y Pueblo Mágico. Derivado de lo anterior se generaron diversas transformaciones en aspectos como cambio en el uso de suelo, la privatización de recursos hídricos, la pérdida de espacios que representan identidad cultural, el desplazamiento y segregación de personas, las dinámicas tradicionales y de relación vecinal, el desabasto de servicios y recursos locales, así como en el significado del espacio y de las diversas formas de coexistir

Palabras clave: turistificación, gentrificación, Malinalco, Pueblo Mágico, comunidad rural.

## **Viñedos en contienda: El enoturismo y la vitivinicultura en el Valle de Guadalupe. Análisis desde las redes de confianza**

**Nora L. Bringas Rábago**

nbringas@colef.mx

*El Colegio de la Frontera Norte*

**Andry Nucamendi Méndez**

andrisha.nm@gmail.com

*El Colegio de la Frontera Norte*

El Valle de Guadalupe, es una región vitivinícola ubicada en el municipio de Ensenada que ha experimentado profundas transformaciones a lo largo de los últimos veinte años, lo que ha generado tensiones y disputas por los usos del suelo y las actividades económicas. Los usos del suelo son un componente clave para el desarrollo socioeconómico del ser humano. La transformación del paisaje rural creada por una rápida expansión no regulada puede generar ineficiencia administrativa, impactos sociales y deterioro al medio ambiente.

El rápido desarrollo de esta región y la demanda para la construcción de hoteles, segundas residencias, casas de campo, bares y otro tipo de servicios, ha venido a romper con la tranquilidad de una zona rural que por tradición se ha dedicada a las actividades primarias.

Existen diversos enfoques de análisis para explicar el manejo, distribución y acceso a los recursos, de todas esas posibilidades la perspectiva de redes de confianza permite conocer y entender aquellas interacciones humanas, sus acciones y relaciones ante esos cambios estructurales y físicos que esta zona vitivinícola ha padecido.

Con ese propósito, el objetivo del presente trabajo es analizar la importancia de las redes de confianza establecidas entre los diferentes actores de la región estudiada, vinculados a conflictos derivados por los cambios en los usos del suelo durante el periodo del 2000 al 2020. Observando los mecanismos utilizados y los obstáculos que han impedido establecer mayores niveles de confianza entre los vitivinicultores, los ejidatarios, la población local y los representantes tanto de asociaciones civiles como del sector público para el desarrollo de actividades trascendentales. Encuadrar teóricamente la investigación a partir del enfoque de redes de confianza permitió analizar la trascendencia de las acciones colaborativas entre actores en los aspectos social, político y en el manejo de los recursos de un territorio.

La metodología utilizada en este trabajo fue de corte cualitativo y partió de hacer una revisión bibliográfica y hemerográfica identificando los eventos de contienda sobre los cambios de uso de suelo en el periodo analizado. Se identificaron los actores y se operacionalizaron los conceptos de redes de confianza: actividades trascendentales, estrategias de comunicación interna, relaciones de confianza, compromiso mutuo, conexiones externas y límites. Se hicieron entrevistas semi-estructuradas con los actores claves, utilizando la técnica bola de nieve, donde un informante lleva a otro. La información se analizó utilizando el programa Atlas Ti.

Los hallazgos muestran que las distintas redes de confianza presentan dificultades para establecer diálogos y consensos en torno al tema de la reglamentación de esta zona, a causa de la baja organización y fallas en las líneas de comunicación entre estos grupos para forjar estrategias que beneficien a todos los involucrados. Aunque también han fortalecido sus relaciones lo suficientemente para escalar a niveles de confianza mayores. Las agendas del Gobierno han demostrado tener limitantes de capacidad de agencia para resolver y atender las necesidades que presentan las redes de confianza. Los periodos de duración de las administraciones locales se suman a limitación de unificar visiones y esfuerzos colectivos que permitan una participación integral y con ello el logro de los objetivos y necesidades planteadas. En suma, las redes de confianza son un instrumento para la planeación participativa de una región, pues permite comprender de qué manera se van gestionando los recursos de un territorio.

Palabras clave: Usos de suelo, enoturismo, redes de confianza, actores, Valle de Guadalupe.

## **Efecto del Programa Pueblos Mágicos en la caracterización de los emprendimientos**

**Michelle Taxis Flores**

michelle.taxis@correo.buap.mx

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla*

**Karla Susana Barrón Arreola**

kbarron@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La importancia de la actividad turística deriva de la aportación que tiene en la economía y la generación de empleo. Desde luego que la singularidad de algunos lugares los convierte en polos de atracción de turistas. En los tiempos actuales la magia de algunos lugares se ha revalorizado de tal manera que el turismo ha crecido rápidamente. Por tanto, el turismo se ha convertido en una fuerza económica a nivel local relevante en el desarrollo regional. En México, el reconocimiento del potencial económico, social y cultural del turismo ha propiciado la intervención de los hacedores de la política pública, una de las estrategias más destacadas desde el ámbito federal es el Programa Pueblos Mágicos. Diversos estudios que versan sobre este tema coinciden en que el programa ha generado una afluencia significativa de turistas a las localidades reconocidas con el distintivo. Desde la óptica de la empresarialidad, este suceso representa un estímulo favorable para la creación de empresas, es decir, que se originan emprendimientos derivados de las oportunidades que se crea por el dinamismo de las localidades reconocidas como Pueblos Mágicos. Con la finalidad de explorar este supuesto, se analiza el perfil de los emprendimientos que se originaron a partir de la denominación de Pueblo Mágico (PM) con relación a los que previamente estaban establecidos. El análisis se lleva a cabo para cinco regiones del país: Tecate, Baja California; Todos Santos, Baja California Sur; Sayulita, Nayarit; Cholula, Puebla, e; Isla Mujeres, Quintana Roo.

Para lograr el objetivo, se estimaron valores de probabilidad utilizando un modelo econométrico de elección discreta. Los resultados sugieren que la creación de empresas ha sido más dinámica a partir de la estrategia de desarrollo turístico reconocida como Pueblos Mágicos. No obstante, los indicadores de permanencia de las empresas que se originaron previamente a la denominación de PM son referencia de establecimientos fortalecidos.

La heterogeneidad de los Pueblos Mágicos es resultado de la diversidad de los atractivos turísticos que tiene el país. Por tanto, el estudio consideró como variable central para la determinación de los tipos de emprendimiento únicamente el momento en el que la empresa inicia operaciones. A partir del análisis descriptivo y los ejercicios estadísticos que se hicieron con base en el modelo de elección discreta propuesto, se halló evidencia para suponer que la creación de empresas ha sido más dinámica a partir de que la localidad recibiera el nombramiento de PM, esta evidencia toma como referencia el caso del PM de Cholula. No obstante, los indicadores de permanencia de las empresas que se originaron previamente a la denominación de PM son referencia de establecimientos que se han mantenido en el mercado. Por otra parte, se observan porcentajes altos de emprendimientos, pero dentro del sector informal.

Palabras clave: Emprendimiento, turismo, Pueblos Mágicos, oportunidades de negocio, desarrollo local.

## **Análisis del nivel de irritabilidad de la población local en torno a la Feria Nacional del Queso y el Vino en Tequisquiapan**

**Aldo Espinoza Cruz**

aldo.esp.cruz@gmail.com

*Universidad Autónoma de Querétaro*

**Andrea Jiménez Rodríguez**

ajimenez60@alumnos.uaq.com.mx

*Universidad Autónoma de Querétaro*

**Cynthia Magali Martínez Jaimes**

cinthiajaimes098@gmail.com

*Universidad Autónoma de Querétaro*

La Feria Nacional del Queso y el Vino es uno de los eventos gastronómicos y culturales más importantes de Querétaro, y lo es tanto por su carácter simbólico como por su importancia económica en el estado. La feria se realiza entre los meses de abril y mayo; después de dos años de espera debido a la pandemia, en 2022 se llevó a cabo la 42a edición en el Parque La Pila, Tequisquiapan. Durante tres fines de semana, los principales expositores de queso y vino de la región se reunieron para ofertar sus productos, mientras las personas podían disfrutar de actividades y experiencias culturales, artísticas y gastronómicas.

Sin duda, la feria es un evento de suma importancia que posiciona la producción de vinos y quesos queretanos dentro del mercado nacional e internacional y contribuye al reconocimiento de los destinos vitivinícolas que integran la Ruta Arte, Queso y Vino.

Por otra parte, el desarrollo de la feria en Tequisquiapan ha evolucionado con el paso del tiempo y resulta lógico que las actitudes de sus residentes, prestadores de servicios y actores involucrados evolucionen con él; en primera instancia se ven reflejadas las intenciones particulares de los diferentes agentes, principalmente políticos y empresarios regionales que han transformado la feria en una experiencia turística de “alto estatus”, generando un tipo exclusión social para los residentes.

En ese sentido, en el presente trabajo, que aún está en proceso, se analiza la actitud, principalmente de la población local sobre la Feria Nacional del Queso y el Vino; para ello se identificó, con base en el Modelo de Irritabilidad de Doxey, la manera en que perciben el ejercicio de la actividad turística generada en torno a la realización de este evento, así como su nivel de irritabilidad, las oportunidades y preocupaciones a partir de esa percepción. Esto con base en su nivel de participación y vinculación con el turismo en Tequisquiapan, con el fin de encontrar información pertinente y útil para la elaboración de propuestas de acción que estén asociadas con la mejora del evento o planes que puedan brindar oportunidades de desarrollo e integración para la población anfitriona.

El desarrollo de esta investigación tiene un enfoque mixto; se aplicó un cuestionario en escala Likert para obtener los datos relacionados con el nivel de irritabilidad y para su análisis se usó el software SPSS. Por otra parte, se llevaron a cabo entrevistas semi estructuradas antes de la 42a edición de la Feria para la recolecta de información de los entrevistados y las entrevistadas, este instrumento fue fundamental en la investigación ya que con su aplicación en el trabajo de campo permitió que los actores sociales expresaran y complementarían su punto de vista de la situación que se investiga. De igual forma, se participó directamente en el evento de este año y con ello, se llenaron cédulas de observación participante.

El resultado de las entrevistas a personas que viven en el municipio fue poco favorecedor para esta actividad turística, por lo general, no querían hablar de la feria o simplemente el hecho de comentar al respecto se notaba su disgusto, algunos expresaron sobre los cambios de este evento y su desinterés para asistir, así como sus molestias por algunas situaciones que se presentan como el tráfico y cierre de calles. Por el otro lado, las personas vinculadas con el turismo hicieron comentarios positivos respecto a la feria, la emoción por la llegada de turistas era notoria al igual que se sentían esperanzados por el movimiento económico que esta trae consigo.

En suma, como conclusiones preliminares de esta primera etapa del trabajo, se identificó que los pobladores que no viven del turismo se encuentran en un nivel de irritación y antagonismo respecto a la Feria. De manera contraria, las personas que se dedican a alguna actividad relacionada con el turismo están en un momento de euforia por la llegada de los visitantes y por la reanudación de las ediciones de este evento.

Palabras clave: Vino, turismo, Tequisquiapan, población, irritabilidad.

## **Mesa 6: Bases epistemológicas y teóricas en el estudio del turismo**

## **Análisis conceptual del Turismo Inclusivo desde la Teoría Crítica**

**Esteban Arias Castañeda**

esteban.arias.castaneda@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

No sólo las cuestiones naturales o de salud pública impiden que la gente visite destinos turísticos; las cuestiones económicas y físicas también lo imposibilitan; y es justamente de esto de lo que tratará este escrito; el cual tiene por objetivo: Analizar el concepto de Turismo Inclusivo mediante los contrastes de la realidad, para hallar dificultades tanto teóricas como prácticas de este tipo de turismo.

Después de la exhaustiva revisión de la literatura especializada en Turismo Inclusivo, se descubrió que la propia comunidad científica aún no llega al consenso conceptual del turismo inclusivo, lo que representa un vacío teórico importante sobre el tema en cuestión.

La Teoría Crítica proporciona la metodología empleada para este análisis, la cual se basa, de acuerdo con Bonß (en Leyva, 2005), en la “constatación de diferencias”, esto es, en la confrontación y conflicto de la realidad afirmada y la realidad real del fenómeno en cuestión, para contribuir en la construcción del cuerpo teórico, en este caso del turismo; lo que significa que se debe hacer crítica para construir y no lo contrario.

El llamado “turismo inclusivo”, como tipología de turismo, ha tenido a bien concientizar tanto a organismos públicos, como privados, e inclusive la academia, visibilizando sectores de la población que difícilmente podrían tener acceso a la práctica del turismo, en casi cualquiera de sus modalidades y formas.

Por medio de la revisión documental se detectó que carece de un concepto homogéneo, aceptado por la comunidad científica, ya que presenta flexibilidad argumentativa, permite tener derivaciones y con ello complicar sus propiedades conceptuales.

De acuerdo con los representantes de la Escuela de Frankfurt, el método debe “cumplir con la tarea de dar cuenta de su objeto de estudio, debe redundar en una teoría que exhiba las contradicciones sociales.” (Hernández, 2013, p.3-4), esto quiere decir, que tanto método, como teoría tienen la responsabilidad compartida de descubrir las contradicciones emanadas desde el objeto de estudio.

Hablar de Turismo Inclusivo no únicamente se refiere a la instalación de rampas, siendo el principal error que se comete, para cumplir con ciertos requisitos mínimos con los que se debe cumplir. Para decir que en efecto el turismo es inclusivo, se debe mirar hacia, técnicamente la mitad de la población humana, es decir, adultos mayores, personas de talla baja, con sobrepeso, mujeres embarazadas e inclusive padres con carriolas.

Lo anterior se puede justificar, dada la ambigüedad del concepto permitiendo la interpretación –a conveniencia– de ciertos grupos, que actúan para los reflectores y les dan visibilidad social, en lugar de considerar la transformación que en verdad se requiere.

Tanto el turismo inclusivo, como el turismo accesible y el turismo para todos, como conceptos, responden a la necesidad imperiosa de hacer visible a grupos sociales olvidados, que si bien, tienen derecho al turismo, es la propia industria turística, la que cierra las posibilidades de recreo; irónicamente es otra razón por la que en la práctica, se ha puesto en la mira de organismos públicos y privados, es decir, por los beneficios económicos producto de los ingresos por ese segmento, lo que ayudará a incrementar la imagen tanto del destino como del producto o servicio diseñados para ello.

El llamado turismo inclusivo o para todos, respondió a la exigencia de la ONU ante el derecho humano de disfrute del tiempo libre y de vacaciones pagadas. Pues bien, es posible que sea un derecho humano digno de ser reclamado en países donde el índice de pobreza es igual a cero, de modo que en efecto, todos, tengan la posibilidad tanto económica como de tiempo disponible para conocer el mundo o al menos parte de él.

Palabras clave: Turismo inclusivo, teoría crítica, concepto, contraste de realidades, derechos humanos.

## **Turismo deportivo: una revisión teórico-metodológica de estudios en Latinoamérica**

**Omar Ismael Ramírez Hernández**

oiramirez@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Daniel de Jesús Contreras**

djcontreras66@yahoo.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Alejandro Delgado Cruz**

delgadocruz@outlook.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

El turismo deportivo se ha consolidado durante los últimos treinta años como una modalidad recurrente en la oferta de los destinos turísticos. Particularmente, esta tipología de turismo es desarrollada de dos maneras, la primera, y la más realizada, es la asistencia como participantes o espectadores a justas deportivas, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional. En segunda instancia, se reconocen algunos destinos que cuentan con las características e infraestructura necesaria para realizar cotidianamente o por temporadas actividades deportivas.

De esta manera, el objetivo del artículo es llevar a cabo un análisis descriptivo para identificar las propuestas teórico-metodológicas de estudios de turismo deportivo realizados en Latinoamérica. La elección de esta área geográfica es derivada de la necesidad de identificar la forma en que se ha estudiado el turismo deportivo y la relevancia que se le atribuye como una tipología turística emergente.

Para el proceso metodológico se recurrió a las bases de datos Web of Science y Scopus; para recuperar la producción científica latinoamericana sobre turismo deportivo. La búsqueda fue realizada a partir de las palabras clave "turismo deportivo" y "actividades deportivas"; estableciendo el periodo de búsqueda del año 1990 al 2022. También, se revisaron indicadores de la producción, las propuestas teórico-metodológicas de los estudios; con el fin de evaluar la participación regional en la investigación sobre el tema y la forma en que se han desarrollado la investigación entorno a esta tipología.

En los resultados, se revisaron en total 42 documentos, en donde se evidenció un crecimiento exponencial de la producción científica a partir del año 2000, identificando una significativa producción en Brasil y México; lugares donde se ha desarrollado mayor número de artículos sobre turismo deportivo. Asimismo, se identifican diversas temáticas, como la promoción de los destinos, la gestión de eventos y los impactos económicos y socioculturales del turismo deportivo.

Adicionalmente, se pudo identificar que la mayor parte de los estudios no utiliza postulados teóricos explícitos, y se limitan a contar con marcos conceptuales para abordar sus objetos de estudios. Además, en cuanto al proceso metodológico llevado a cabo, predomina el enfoque cuantitativo a través de la aplicación de cuestionarios, donde los principales infamantes son los deportistas, la comunidad local y los turistas.

Como principal conclusión se puede decir que el estudio muestra la participación regional en la investigación sobre el turismo deportivo; identificando que aún es incipiente la producción, en comparación con otras regiones. Por otro lado, los estudios revisados, en su mayoría, se centran en eventos deportivos regionales, lo cual es un considerable aporte a las investigaciones que se realizan en otros contextos geográficos, pues pueden servir como referencia para regiones donde el turismo deportivo se encuentra en fase de desarrollo.

Palabras clave: turismo deportivo, revisión bibliográfica, Latinoamérica, actividades deportivas, eventos deportivos.

## Nuevas Ruralidades y Nueva Ruralidad en el estudio del Turismo Rural

**Rebeca Osorio González**

rosoriog@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Lilia Zizumbo Villareal**

lilia.zizumbo@gmail.com

*Facultad de Turismo y Gastronomía, UAEM*

**Diana Castro Ricalde**

castrod4@gmail.com

*Facultad de Turismo y Gastronomía, UAEM*

La presente ponencia tiene como objetivo reflexionar respecto a las distintas posturas, desde donde se intenta comprender el surgimiento del turismo rural, algunas vinculadas con las Nuevas Ruralidades o en su defecto con la Nueva Ruralidad. Por ejemplo, desde Llambí y Pérez (2007) se argumenta que a inicios de la década de 1990, en algunos medios académicos latinoamericanos se propuso la noción de Nueva Ruralidad como un concepto paraguas, con el objeto de generar, en el corto plazo, una agenda de investigación interdisciplinaria e interinstitucional sobre las relaciones entre los macroprocesos globales y los procesos territoriales, entre estos últimos sobresale la multifuncionalidad del territorio y la pluriactividad del campesino, que ahora se vincula a la prestación de servicios turísticos. Sin embargo, estos autores advierten que desde la academia existen tres problemas epistemológicos sobre la Nueva Ruralidad que frecuentemente se encuentran disociadas en la literatura: Uno, la teorización de las transiciones, es decir, la contextualización histórica de los procesos de cambio socio-estructurales y sus manifestaciones territoriales; dos, la teorización de la agencia, en otras palabras, el análisis del papel de los diferentes actores sociales en estos procesos y tres, la teorización del espacio, en el sentido de la contextualización territorial de los procesos de cambio estructurales.

Por tanto, la presente ponencia facilita un análisis comparativo, derivado de la revisión de varios autores y sus obras, que permite visitar estos grandes problemas desde los autores que son referentes en el tema como: David Harvey, Cristóbal Kay, Encarnación Aguilar Criado y Edelmira Pérez Correa, para abonar al estudio del turismo rural en contextos situados, pero también afectados por dinámicas globales.

En este sentido y como parte de los resultados, se puede mencionar, que más allá de si la Nueva Ruralidad es un concepto pensado desde la academia latinoamericana para dar cuenta de las transformaciones en el medio rural, o si fue una adaptación de los estudios europeos sobre el tema o, mejor aún, si la Nueva Ruralidad se da en el marco y como consecuencia de las políticas neoliberales, lo cierto es que se debe pensar más bien -de acuerdo con Llambí y Pérez, (2007)- ¿quiénes son los actores sociales involucrados en este proceso histórico? ¿Sólo son los campesinos, entendidos como agricultores familiares total o parcialmente vinculados al mercado? ¿Qué papeles han desempeñado otros actores (individuales o colectivos), por ejemplo las agencias gubernamentales, los agronegocios, y las asociaciones de productores, las transnacionales, el Estado o los organismos internacionales? ¿Cómo dar cuenta de la agencia de los actores sociales, a fin de explicar su participación en la Nueva Ruralidad y la gestación de las Nuevas Ruralidades? ¿Y cómo estas Ruralidades, generaron o incentivaron el turismo rural en nuestro país?

Por tanto y a manera de conclusión la Nueva Ruralidad -entendida y adaptada como política económica neoliberal- buscó diversificar las actividades económicas en las comunidades rurales- donde ya existían distintas Ruralidades- lo que implicó promover la pluriactividad productiva- que tiende hacia la terciarización de los ámbitos rurales- donde tuvo cabida el turismo rural-. Esto ocasionó que desde el Estado se les vendiera a los pobladores la idea de que esta terciarización representaba una oportunidad para que las comunidades desarrollarán sus capacidades laborales y pudieran hacerle frente a los desafíos actuales, así como reducir la pobreza en sus territorios. Empero, esta adaptación no surgió desde la obediencia y docilidad del campesino, sino más bien como consecuencia del abandono del campo y la precariedad económica en la que vivía el campesino y su familia. Precariedad que fue el resultado de la reconfiguración del capitalismo al neoliberalismo y, con ello, el abandono de las políticas keynesianas.

Palabras clave: Turismo rural, nueva ruralidad, nuevas ruralidades, multifuncionalidad y pluriactividad.

## **Mesa 7: Impactos y escenarios futuros del COVID-19 en turismo**

## **El impacto de la Covid-19 en las condiciones de trabajo en el sector turístico de Puerto Vallarta**

**María de los Ángeles Huízar Sánchez**

delosangeles.huizar@academicos.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**Jorge Luis López Ramos**

prescripcion@gmail.com

*Centro de Investigación en Desarrollo Sustentable*

El 30 de enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró la emergencia de salud pública internacional por el nuevo coronavirus denominado Covid-19, el cual se generó en la provincia de Hubei, China. Tras su acelerada expansión, el 11 de marzo se declaró la pandemia al superar los 118,000 casos en 114 países y alcanzar la cifra de 4291 defunciones en el mundo, condición que condujo a la aplicación de medidas de aislamiento y reducción de la movilidad de personas, con la intención de frenar la propagación y reducir los contagios. sin embargo, las medidas generaron un gran impacto en la economía mundial y algunas actividades, como el turismo, se vieron enormemente afectadas, generando un efecto en cascada que llegó hasta la economía de las familias mediante la pérdida masiva de empleos, que en el caso del turismo constituye uno de los efectos positivos que se atribuyen a dicha actividad. La magnitud del problema de la pérdida de empleos reavivó la discusión sobre la calidad del empleo, las condiciones de los trabajadores y el futuro del empleo turístico, centrando la atención en el elevado número empleos temporales con extensas jornadas de trabajo y reducidas o nulas prestaciones que no cumplen con los requerimientos internacionales establecidos por la OIT, ni con lo que establecen las leyes nacionales en materia laboral, afectando los derechos de los trabajadores mediante prácticas no legales que han impuesto los empresarios y normalizado los trabajadores, ante la mirada indiferente de los organismos de representación sindical. Condiciones que se han visto agravadas por las condiciones impuestas por la pandemia de Covid-19, al ser el turismo uno de los sectores económicos más afectados por el cierre de empresas y los despidos masivos de trabajadores en los destinos turísticos. Derivado de esta situación surge una serie de interrogantes que guían la presente investigación ¿Cómo afrontaron la pandemia las empresas turísticas? ¿Cuáles fueron las medidas que adoptaron las empresas con respecto a los trabajadores? ¿Qué hicieron para afrontar la crisis aquellos trabajadores que fueron despedidos? ¿Qué cambios en las condiciones laborales de los trabajadores del turismo impuso la pandemia de Covid-19?

Derivado de estas cuestiones se estableció como objetivo del presente el analizar el impacto del Covid-19 en las condiciones laborales de los trabajadores del sector turístico de Puerto Vallarta.

Para este fin se planteó un estudio de corte cualitativo, que se llevó a cabo mediante entrevistas a profundidad, realizadas en modalidad presencial y virtual a 38 trabajadores del sector en las áreas de hotelería (17), alimentos (12) y recreación (9), con una participación equitativa entre hombres y mujeres, así mismo, se entrevistó a 10 coordinadores de Recursos Humanos y a 2 representantes sindicales, las cuáles se desarrollaron durante los meses de julio de 2020 a julio de 2021.

Los resultados dan cuenta del elevado número de empleos que se perdieron y las precarias condiciones laborales que se vieron obligados a aceptar los trabajadores del sector para conservar su empleo, mismas que implican mayor carga laboral, capacitación obligatoria y un mayor riesgo de salud frente a “la nueva normalidad” del turismo. Esto , ante la mirada indiferente de las representaciones sindicales y la autoridad locales, responsables de brindarles protección, los cuáles, frente a la recuperación de la actividad se muestran sorprendidos por la falta de trabajadores dispuestos a ocupar los puestos de trabajo que ofrecen las empresas turísticas, señalando la falta de compromiso por parte de la población y el desinterés por regresar a un empleo que los desechó durante la pandemia de Covid-19.

Palabras clave: Trabajo, Turismo, Pandemia, Impacto, Puerto Vallarta.

## **Turismo Sostenible a partir del modelo de Responsabilidad Social Empresarial: caso de estudio en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit 2020-2022**

**Frida María Díaz Guzmán**  
frida.diaz@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Elizabeth Trujillo Ubaldo**  
elizabeth.trujillo@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*

**Karla Susana Barrón Arreola**  
kbarron@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*

El presente trabajo pretende construir un panorama de la actual situación de la industria turística del municipio de Bahía de Banderas en el Estado de Nayarit, específicamente en el sector hotelero; además con el desarrollo de esta investigación se espera determinar el papel que juega la implementación del modelo de Responsabilidad Social Empresarial de los hoteles en este municipio, basado en sus estrategias de RSE en el proceso de recuperación de la industria posterior a la crisis sanitaria por COVID-19. Considerando que diversos grupos hoteleros establecidos en la región, dentro de sus procesos implementan la sostenibilidad como estrategia de negocios, lo que ha generado que obtengan el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR). Así mismo, estas empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial en sus estrategias empresariales, tienen un impacto positivo en sus grupos de interés, procurando el cuidado del medio ambiente y contribuyendo a un turismo sostenible y al desarrollo local de la región.

El objetivo de la presente investigación es determinar los factores que inciden en el sector hotelero para la implementación del modelo de RSE en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, que contribuya al turismo sostenible y DL, en el periodo 2020-2022.

Los objetivos específicos serán: 1) caracterizar a las empresas del sector hotelero del municipio de Bahía de Banderas, 2) Identificar las buenas prácticas de sostenibilidad en las empresas del sector hotelero, 3) Evaluar en términos de percepción el modelo de Responsabilidad Social Empresarial, y 4) Identificar los elementos que influyen en las empresas hoteleras para poner en práctica el modelo de RSE.

El marco teórico se encuentra integrado por tres apartados principales, en el primero se aborda el tema del turismo sostenible como una dimensión del desarrollo local, integrando los elementos del turismo ético y responsable como modelo de desarrollo, así como elementos que caracterizan el turismo alternativo en México; en el segundo apartado se describen las teorías y enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicadas a las empresas, en el caso de las teorías referente a la RSE, se abordarán tres principales dimensiones teóricas: la Teoría de Carroll, la Teoría de los Stakeholders y la dimensión sobre el desarrollo sostenible; en el tercer y último segmento se abordan los nuevos retos del turismo ante la crisis sanitaria, así como la recuperación de esta industria en el marco de la nueva normalidad, el turismo sostenible como alternativa a este nuevo escenario, y además se pretende abordar los nuevos modelos de gestión de las empresas turísticas, específicamente del sector hotelero del municipio de Bahía de Banderas.

La propuesta metodológica se encuentra en elaboración, y al momento no se cuenta con resultados ni conclusiones de esta investigación, pero se espera que sea de utilidad para analizar las prácticas de RSE de las empresas hoteleras y en base a esto determinar qué beneficios trae tanto para la empresa como para la sociedad.

Palabras clave: Turismo sostenible, Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo Local, Hoteles, COVID-19.

## **Factores económicos que influyen en la recepción de visitantes provenientes de Estados Unidos de América hacia México**

**Renato Francisco González Sánchez.**

refrgosa@ucol.mx

*Universidad de Colima.*

**Carlos Mario Amaya Molinar.**

cmamaya@ucol.mx

**Irma Magaña Carrillo.**

irma@ucol.mx

Con base en modelos econométricos de series históricas de tiempo aplicando el método SARIMA – GARCH, se demuestra que existen factores que afectan la llegada de turistas internacionales a México y su gasto. Estos factores son el ingreso per cápita en los EUA, el tipo de cambio peso - dólar americano y la estacionalidad de la demanda; adicionalmente, se logró identificar otro tipo de factores que agregan volatilidad a la recepción de visitantes de ese país, como son las etapas del ciclo económico y factores impredecibles, tales como crisis, desastre y eventos catastróficos, percibidos por el público norteamericanos como malas noticias.

Actualmente, los visitantes estadounidenses representan una proporción cercana al 60 % del total de los visitantes internacionales a nuestro país, presentando una tendencia histórica decreciente. Sin embargo, puede considerarse que el mercado estadounidense representa la base de la demanda internacional para la industria turística nacional, con un potencial que se ha aprovechado en forma limitada. El estudio destaca el importe de la reducción de divisas provenientes de turistas de ese país a raíz de la pandemia de COVID – 19.

Palabras clave: demanda turística, gasto del turista, tipo de cambio, ingreso per cápita, precio.

## **Mesa 8: Turismo y género**

## **Condiciones laborales de las mujeres indígenas en el turismo: Un análisis comparativo en destinos turísticos de Chiapas, México**

**Marcela Iturbe-Vargas**

miv6@alu.ua.es

*Universidad de Alicante*

**Alejandra de María Hernández-González**

admh3@alu.ua.es

*Universidad de Alicante*

**Pilar Espeso-Molinero**

p.espeso@ua.es

*Universidad de Alicante*

Más allá de las actividades agrícolas tradicionales las poblaciones originarias de México ven en la actividad turística una opción de subsistencia económica. Las mujeres indígenas elaboran artesanías desde diferentes técnicas y la enseñan a las nuevas generaciones como parte de su cultura y cada vez más están incursionando en el turismo desde los ámbitos operativo y gerencial. El objetivo de esta investigación es analizar y comparar las condiciones laborales y del entorno en el que viven las mujeres indígenas en destinos turísticos de Chiapas, México, cuya actividad está vinculada a la elaboración de artesanías y la prestación de servicios turísticos.

Estudiar el fenómeno turístico desde una perspectiva de género sensibiliza la comprensión del turismo étnico asociado a una serie de inequidades que agudizan las relaciones de poder en condiciones desiguales en espacios comunitarios (Hall et al., 2003). Oe

una política pública que impulsa tradiciones y expresiones culturales indígenas diversas como parte de la actividad turística, pero no necesariamente les ha brindado a éstas poblaciones un total reconocimiento a sus derechos colectivos sobre sus territorios, más bien, los procesos de desarrollo han tenido un alcance muy limitado en sus comunidades.

Aunado a ello, los roles de género preestablecidos en la sociedad son capaces de determinar los roles reproductivos en el ámbito privado y laboral de las mujeres (Segovia-Pérez et al., 2019) y es evidente en la actividad turística que se apega a estos roles de género al analizar la división del empleo por género bajo un enfoque de “capitalismo patriarcal” (Boley et al., 2016, p.4). Al respecto, Zapata & Suárez (2007) afirman que la actividad artesanal permite a las mujeres compartir y difundir sus conocimientos y saberes pero principalmente, les genera un ingreso para contribuir a la economía familiar pero aseguran también se evidencia explotación por la subvaloración a sus productos y a su trabajo. Por ello, es necesario estudiar las relaciones sociales, identidades y nuevas situaciones laborales donde interactúan las etnias con otras culturas según coinciden Oehmichen & Maza (2019) con García (1995).

La investigación utilizó metodología cualitativa, bajo la técnica de la entrevista, usando el método bola de nieve en mujeres artesanas de origen tseltal, habitantes de San Cristóbal de las Casas de la región de los Altos y muestreo por conveniencia con población de origen maya-lacandón, chinanteca, ch'ol, mam y tsotsil en la región de la Selva Lacandona. Se les interrogó sobre la importancia de su actividad artesanal, sus condiciones laborales y económicas y su apreciación sobre el turismo como forma de vida y de trabajo.

Los resultados muestran que las artesanas de la regiones de los Altos de Chiapas y de la Selva Lacandona, cuentan con condiciones laborales inequitativas que son más evidentes en los procesos de producción, comercialización y venta de sus productos. Se evidencia que paulatinamente las mujeres indígenas se incorporan al mercado de trabajo turístico logrando beneficios económicos y sociales aunque se enfrentan a grandes desafíos como: la segregación por género, la brecha salarial, la manifestación de dobles y triples jornadas laborales, la carencia de acceso a recursos, la falta de mecanismos de financiación, capacitación, formación y prestaciones básicas, la limitación de la posesión legal de la tierra, la falta de acceso a créditos, carencia de formación y la limitación de incidir en la toma de decisiones de los negocios turísticos.

Sus condiciones de trabajo y entorno no permiten que las poblaciones originarias logren un desarrollo comunitario adecuado. En conclusión, falta igualdad, equidad, estrategias de integración para las mujeres en la actividad turística apuntalando la capacitación, formación y sensibilización con enfoque de género en el turismo.

Palabras clave: Género y turismo, mujeres indígenas, turismo y empleo, condiciones laborales, Chiapas.

## **El Género: una visión desde 4 Áreas Naturales Protegidas de México**

**Gloria Mariel Suárez Gutiérrez**

gsuarez@ecosur.edu.mx

*El Colegio de la Frontera Sur*

**Danielle E. Barriga Guijarro**

danielle@redturismosustentable.org

*Red de Turismo Sustentable y Desarrollo Social, A.C.*

En los últimos años, el turismo se ha visualizado como un espacio de mayor participación femenina; de acuerdo con Moreno (2018), gran parte del crecimiento económico del turismo ha sido gracias al trabajo catalogado “para las mujeres”. Sin embargo, no necesariamente este trabajo es realizado en condiciones laborales justas y su inclusión suele realizarse desde actividades que reproducen los estereotipos de género. Particularmente en el turismo basado en la naturaleza, como aquel que se realiza en las Áreas Naturales Protegidas (ANP), se sabe poco de la inclusión y participación de las mujeres y jóvenes. Algunas de las experiencias que han sido documentadas en México apuntan a que tienen poca injerencia en puestos de toma de decisión y la jornada laboral se les multiplica pues son ellas quienes siguen manteniendo los trabajos de cuidado del hogar y la familia.

Cuando pensamos y hablamos del turismo que se realiza en las ANP en México, es necesario entender el rol y necesidades de las mujeres y hombres que participan, así como las políticas de inclusión de la perspectiva de género en las instituciones que lo maneja, como es el caso de la Comisión de las Áreas Naturales Protegidas (CONANP), como gestor de estos espacios naturales y por ende sus estructuras y procesos internos, así como los procesos hacia las comunidades locales.

El objetivo del presente documento es realizar un diagnóstico sobre las acciones que se realizan en cuatro ANP del Golfo de California en materia de inclusión de la perspectiva de género, particularmente para el manejo del turismo.

Lo anterior, con el fin de contribuir con los estudios desde una perspectiva de género enfocados en la actividad turística y de visibilizar las prácticas que se realizan al interior de las ANP. La presente investigación tiene como base los estudios de caso, complementados con el uso de herramientas como la observación participante y entrevistas semiestructuradas. Para ello se realizó una investigación documental y una serie de talleres (3 talleres con personal de las ANP y 1 taller con mujeres que participan en el turismo) y entrevistas con personal de las ANP y personas clave de las comunidades dentro y alrededor de ellas (una muestra de 26 personas).

Entre los resultados destacamos como la política pública y la estructura de la CONANP, carecen de los lineamientos y procesos que permitan una inclusión femenina, si bien el tema de cuotas de género se cubre para dar espacio a la paridad de género, aún se carecen de elementos y herramientas prácticas que permitan disminuir la brecha de género presente en estos espacios de forma cotidiana y con ellos una participación efectiva por parte de las mujeres. Finalmente, los consejos asesores, como espacios de participación pública están limitados no en sus bases técnicas, pero si en su participación interna, en espera de que las mujeres dispongan del control de su uso del tiempo, en consecuencia, como órganos de gobernanza siguen sin incluir una verdadera perspectiva de género.

Palabras clave: Política Pública, gobernanza, género, planificación, turismo

## **El techo de cristal, una revisión sobre la participación de la mujer en el sector hotelero en la última década 2012-2022**

**Lic. Sara Durán Moreno**

sara.duranm@coltlax.edu.mx

*Colegio de Tlaxcala, A.C.*

**Dr. Mario Alberto Enríquez Martínez**

mario.albertoem@coltlax.edu.mx

*Colegio de Tlaxcala, A.C.*

**Dra. Rocío del Carmen Serrano Barquín**

rocioserba14@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

A pesar de que el concepto de género se ha estudiado ampliamente en la literatura corporativa en los últimos años, la participación de la mujer en el mercado laboral ha traído problemas de discriminación en cuanto a su acceso y permanencia, así como a la precariedad con la que es contratada y a la remuneración que percibe, lo que resulta en una situación de inequidad entre hombres y mujeres. Tales condiciones se intensifican cuando se trata de la participación en cargos directivos, ya que las tasas relativas de mujeres promovidas a rangos importantes y puestos estratégicos disminuyen según aumenta el grado de jerarquía.

Refiriéndose al sector turístico, que se caracteriza por ser un fuerte empleador de mujeres, se admite que ha habido avances en cuestiones de equidad de género. Sin embargo, también se advierte que aún existen desigualdades. La revisión documental demuestra la existencia de barreras para que la mujer acceda a puestos de liderazgo y responsabilidad (techo de cristal), lo cual, no es congruente con el Desarrollo Turístico Sustentable, que considera a la actividad turística como estrategia para la generación de sociedades más equitativas e igualitarias. Los enfoques de género en el ámbito turístico parten de la diferenciación de los estereotipos, identidades y funciones sociales que se fijan a mujeres y hombres en todos los órdenes de la vida en sociedad. Partiendo de ello, los estudios se dirigen principalmente al acceso y participación en el mercado laboral caracterizada por una subrepresentación y sobrerrepresentación en los empleos por sexo.

Debido a lo anterior, el presente texto busca analizar en una escala global, la participación de la mujer en puestos directivos dentro del sector hotelero, para la determinación de un modelo de gestión que, desde la perspectiva de género y la sustentabilidad, permita su mayor participación en estos puestos integrando propuestas de trabajo que involucren a todos los actores del sector. La base metodológica se desarrolla a partir de un ejercicio de observación de segundo orden sobre la producción científica presentada en los últimos 10 años en revistas indexadas nacionales e internacionales, con el fin de presentar reflexiones teóricas en torno a un estado del arte actualizado, que exponga las aportaciones, críticas y limitaciones de trabajos especializados en materia de turismo y género a nivel global.

A través de este recorrido por las investigaciones sobre turismo y género, se puede observar que el turismo ha replicado los patrones de desigualdad social, provocando discriminación, ya que a pesar de que hoy en día la mujer está mejor preparada profesionalmente, los puestos de liderazgo siguen correspondiendo a los varones; existe además, segregación tanto vertical como horizontal, pues aunque gran parte de los empleos en hoteles son ocupados por mujeres, hay evidencia de que en su mayoría refieren a puestos operativos, lo que impacta en una brecha salarial que se ha seguido normalizando.

Finalmente, se aprecia que, a pesar de los esfuerzos de las instituciones gubernamentales globales por minimizar esta situación de no igualdad en el ámbito laboral, el avance ha sido calmoso, pues las normativas son voluntarias. De igual manera, las empresas han hecho su parte incluyendo la perspectiva de género en su cultura organizacional, sin ser suficiente, por lo que es ineludible asumir y desarrollar esfuerzos para optimizar las políticas ya establecidas y coadyuvar a una educación organizativa para el equilibrio entre mujeres y hombres dentro del ámbito laboral.

Es preciso profundizar los estudios de género en el trabajo turístico que contribuyan a minimizar cuestiones de desigualdad, que colaboren con el diseño de un modelo que refleje las necesidades en favor de las mujeres, y la planificación y ejecución de medidas para facilitar la conciliación entre la vida laboral y la responsabilidad familiar, para así dar más oportunidad a las mujeres de tener un crecimiento laboral.

Palabras clave: sector hotelero, perspectiva de género, techo de cristal, equidad laboral, desigualdad.

## **La producción artesanal de las mujeres indígenas y su articulación al turismo en Zinacatán, Chiapas**

**Patricia López Gómez**

patricia.lopez32@unach.mx

*Universidad Autónoma de Chiapas*

**María Guadalupe Ocampo Guzmán**

maria.guzman@unach.mx

*Universidad Autónoma de Chiapas*

**Héctor B. Fletes Ocón**

hector.fletes@unach.mx

*Universidad Autónoma de Chiapas*

En las comunidades indígenas de los Altos de Chiapas, caracterizadas por condiciones de pobreza severas, históricamente, la discriminación y exclusión de las mujeres ha sido favorecida por los usos y costumbres. A las mujeres se les educa para ser sumisas y obedientes, por el simple hecho de ser mujer. Mientras que, a los hombres los conciben como los guardianes del hogar que por su naturaleza biológica son reconocidos como los fuertes, y quienes tienen la obligación de llevar el sustento económico a sus familias. Sin embargo, en los últimos años, en Zinacantán se vienen produciendo algunos cambios en los roles de género, a partir de la mayor participación de las mujeres en la producción artesanal textil y elaboración de comidas típicas, con una fuerte articulación a la actividad turística. Zinacantán forma parte de la ruta turística de los Altos de Chiapas, que integra al Pueblo Mágico de San Cristóbal de las Casas y San Juan Chamula, con una fuerte afluencia de turistas nacionales e internacionales. En Zinacantán, actualmente, gran parte de las mujeres, además de las actividades domésticas, se dedican a la elaboración y venta de artesanías. Actividad que realizan en grupos organizados o en unidades familiares. En la cabecera municipal se pueden encontrar varios talleres y establecimientos comerciales de artesanías. Estos establecimientos y talleres, se han ido incrementando a partir del fortalecimiento del turismo en el municipio, con la participación de distintos actores locales y extra locales. Las mujeres artesanas, ofertan: cojines, centros de mesas, manteles, cubrecamas, bolsos, faldas, blusas, bufandas, entre otros artículos, que se han ido mejorando o adaptando según los gustos de los consumidores. También, han incorporado la muestra y degustación de comidas típicas en la localidad. Cuando reciben turistas, los invitan a pasar a la cocina para degustar los alimentos que preparan de manera cotidiana. Con todo ello, han ido diversificando sus ingresos. Por lo antes expuesto, el objetivo de esta ponencia es explicar las relaciones de género a partir de la participación de las mujeres en la producción artesanal y su articulación al turismo comunitario en Zinacantán. Para ello, se recurre a los conceptos de territorio, género y turismo comunitario. Se argumenta que el territorio es donde se desarrollan las identidades culturales mediante un proceso colectivo de acciones, que con el tiempo llegan a dar soporte e identidad a los lugares y a la población local. El desarrollo territorial requiere de la transversalización del enfoque de género, que hace referencia a los roles, las responsabilidades y las oportunidades asignados a mujeres y hombres. Las actividades como la producción artesanal y el turismo comunitario, aun cuando están claramente contruidos a partir de una base marcada por las desigualdades de género, son la única vía que tienen algunas mujeres indígenas para obtener recursos propios, aspecto indispensable para eliminar muchas de las desigualdades causadas a partir de la dependencia financiera, que puede llegar a traducirse en un mayor poder de decisión de las mujeres tanto a nivel intrafamiliar como extra familiar. La información que se presenta se derivó del trabajo con cuatro grupos de mujeres artesanas de Zinacantán, utilizando técnicas como la observación participante, entrevistas a profundidad e historias de vida. Derivado de lo anterior se encontró que las actividades económicas que realizan las mujeres en Zinacantán, articuladas al turismo, han impulsado cambios en los roles tradicionales entre hombres y mujeres tanto a nivel familiar como comunitario. Así mismo, las mujeres han ampliado su campo de acción y tienen mayor presencia en distintos procesos económicos y sociales. En este sentido resaltan las redes de colaboración que han logrado establecer con diversos actores institucionales y no institucionales; los empleos que generan a nivel local y la contribución que realizan al ingreso familiar.

Palabras clave: Producción artesanal, mujeres, turismo, Zinacantán.

## Factores que influyen en el ingreso salarial de las mujeres que laboran en el sector turístico de México

**Elizabeth Trujillo Ubaldo**

elizabeth.trujillo@uan.edu.mx

*Conacyt- Universidad Autónoma de Nayarit*

**Plácido Salomón Álvarez López**

salomones141@gmail.com

*Universidad Autónoma de Guadalajara*

**Karla Susana Barrón Arreola**

kbarron@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

La derrama económica que opera en el sector de servicios, representa una oportunidad para fortalecer la economía de México. Al primer trimestre de 2022, se reportó una participación de este sector en el Producto Interno Bruto (PIB) de 63.33%, seguido del sector industrial con 28.92% y el sector primario de 3.36%. Para este periodo, la fuerza laboral que integró al sector servicios, representó 62.53% de la población ocupada.

Este sector se encuentra íntimamente vinculado a la industria del turismo, que en el periodo de 2010 a 2019, su contribución al PIB nacional osciló entre 8.4% y 8.7%. En 2020 alcanzó 1.4 billones de pesos mexicanos (6.7% del PIB), una caída de al menos 1.8 puntos porcentuales. Que se explica, por las restricciones sanitarias impuestas a causa del COVID-19. La actividad turística representa en México un sector muy importante para fortalecer el desarrollo económico de las mujeres en diferentes regiones, por su: dinamismo, los requerimientos de inversión en infraestructura, generación de empleos y su contribución a otros sectores de la economía, además de contar con un amplio espectro de posibilidades para contribuir en la lucha contra la pobreza.

El objetivo de la presente investigación es identificar los factores que inciden en los bajos niveles de ingresos de las mujeres que laboran en el sector de los servicios de hospedaje, de preparación de alimentos y bebidas, así como determinar el grado de sensibilidad de las variables que explican estos bajos niveles.

Los datos fueron obtenidos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) levantada por el INEGI, con corte al primer trimestre de 2022. La variable “clasificación de la población ocupada por nivel de ingreso” se recodificó en “0” personas con dos o menos salarios mínimos ( $Y=0$ ) y “1” personas con más de dos salarios mínimos ( $Y=1$ ). Para atender el objetivo se formuló un modelo estadístico de regresión logit, mediante el cual se ajustaron dos modelos, el primero a nivel nacional y el segundo para los estados de Baja California Sur, Guerrero, Nayarit y Quintana Roo (estados con mayor participación laboral en el sector), y se estimaron tres tipos de indicadores: efectos marginales, elasticidades y razón de probabilidades (odds ratios).

Con base en los resultados, para el modelo nacional las principales variables que explican de forma positiva los bajos niveles de ingreso para las mujeres son: sabe leer y escribir (4.461); total de trabajos (1.305); clasificación de empleos formales (2.962); y de forma negativa: número de hijos (1.034); y estado conyugal (divorciado (1.616)). Los valores entre paréntesis son las razones de probabilidades e indican el número de veces de la probabilidad de que ocurra un evento. En cuanto al modelo ajustado para los estados seleccionados, las variables que explican de forma positiva los bajos niveles de ingreso son: sabe leer y escribir (3.607); total de trabajos (4.025); clasificación de empleos formales (3.643); y edad (1.033); y de forma negativa: número de hijos (1.271); y estado conyugal (divorciado (3.521)).

Con base en los resultados del modelo nacional se concluye que, manteniendo las demás variables constantes, las mujeres con un empleo formal tienen una mayor razón de probabilidad (odds ratios) de ganar más de dos salarios mínimos en 2.962 veces que los que tienen un empleo informal; las que saben leer y escribir tienen una razón de probabilidad de ganar más de dos salarios mínimos en 4.461 veces que si no saben leer y escribir, y el aumento de un hijo en las mujeres empleadas en el sector turístico aumentaría la razón de probabilidad de tener un ingreso igual o menor a los dos salarios mínimos en 1.034 veces más que si no aumentara el número de hijos.

Palabras clave: mujeres, trabajo, ingresos, pobreza, regresión logit.

## **Somos mujeres, indígenas y migrantes: la resignificación de la pertenencia étnica durante el proceso de inserción laboral en la industria turística**

**Maricela Reyes Díaz**  
maricela.rdz@gmail.com  
*El Colegio de la Frontera Norte*

A partir del enfoque de los Estudios Culturales, la investigación pretende contribuir a los estudios sobre migración interna femenina e indígena en el país y a los estudios con perspectiva de género. La presente investigación tiene como objetivo comprender desde una perspectiva interseccional, las formas en que la pertenencia étnica de las mujeres migrantes indígenas chiapanecas se resignifica durante su proceso de inserción laboral en el mercado de trabajo segmentado de la industria turística en Playa del Carmen.

La realización de este estudio se llevó a cabo en Playa del Carmen, Quintana Roo, uno de los destinos turísticos de sol y playa más importantes a nivel nacional e internacional, una ciudad con infraestructura turística de clase mundial que por un lado atrae a turistas de alto poder adquisitivo para vacacionar y por el otro, es un destino laboral atractivo para mujeres y hombres provenientes principalmente de Tabasco, Chiapas, Yucatán y Veracruz, estados que coinciden con las mayores tasas de desempleo y pobreza a nivel nacional.

Para abordar el tema de estudio se diseñó una estrategia teórica que integra una aproximación al concepto de la interseccionalidad, se recurre a esta perspectiva para comprender de qué manera se imbrican las categorías de etnia, género y clase que configuran las experiencias de desigualdad y discriminación vividas por las mujeres indígenas en el lugar de destino. Se profundiza en los estudios del trabajo para comprender la realidad y consecuencias de la estructura ocupacional en el sistema económico global y conocer la dinámica laboral propia de la industria turística. Se realiza una introducción al estudio de la migración interna desde el enfoque estructural, el cual es un soporte para interpretar la experiencia migratoria de las sujetas de estudio, ello permite identificar a las mujeres migrantes como actoras principales, con nuevos roles, contextos y transformaciones subjetivas. Se desarrolla un diálogo teórico en torno al estudio de los grupos étnicos que nos conduce a la comprensión de los procesos de etnicidad que surgen a raíz de la migración y cómo la pertenencia étnica adquiere nuevos significados en los lugares de destino.

Con este interés se utilizó el método biográfico, se aplicaron entrevistas a profundidad a mujeres indígenas originarias de Chiapas que contaban con al menos 1 inmersión laboral en el lugar de estudio. Para obtener mayor grado de validez y confiabilidad, se puso en práctica la técnica de observación y nos apoyamos del diario de campo para registrar tanto el panorama general como los detalles más sutiles de la vida de las informantes. Con el propósito de conocer otras perspectivas sobre la inserción laboral, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a empleadores y compañeras de trabajo de las participantes.

Al extraer sus relatos de vida fue posible reconstruir sus historias para profundizar tanto en los factores que motivaron el desplazamiento migratorio, como en sus experiencias de desigualdad y discriminación en los lugares de trabajo. A través del análisis se halló que las mujeres indígenas chiapanecas han resignificado su pertenencia étnica a través del proceso de concientización que han adquirido al atreverse a desafiar las barreras de los sistemas de opresión por género, etnia y clase que les han sido impuestos a lo largo de su vida. La conciencia aparece como un proceso de liberación mediante el cual las informantes han sido capaces de identificar las diferencias, desigualdades y desventajas que les afectan de manera individual, pero también ha surgido como resultado del reconocimiento de sus fortalezas para rechazar y transgredir las opresiones a través de su capacidad de agencia. A lo largo del análisis se reconocieron dinámicas de agencia cotidianas y resistencias sutiles que las informantes emprenden para dignificarse a sí mismas y a su trabajo.

Palabras clave: Turismo, migración, etnicidad, trabajo, interseccionalidad

## **Empleo en el sector turístico y vulnerabilidad a la lactancia en Riviera Maya**

**Miguel Ángel Barrera Rojas**

miguel.barrera@uqroo.edu.mx

*Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo*

**Yolima del Carmen Olvera León**

yolima.olvera@utchetumal.edu.mx

*Universidad Tecnológica de Chetumal*

El sector turístico es el cerebro y corazón económico de Quintana Roo. Esto se traduce en una industria que genera empleos, tanto directos como indirectos en la población local y migrante. Sin embargo, estos empleos suelen ser sumamente intensivos en mano de obra, es decir, todo el día, todos los días, a toda hora hay personal turístico brindando algún tipo de servicio para quien lo requiera. Esto implica condiciones de trabajo, que, si bien no se consideran precarios puesto tienen prestaciones y salario por encima de las líneas de pobreza, sí generan situaciones de vulnerabilidad para lactantes. Esto será relevante puesto que México es uno de los países con las tasas más altas de lactancia al nacer, pero, de las más cortas en el mundo. Esta corta duración se asocia principalmente al estrato socioeconómico de la madre. De hecho, existe evidencia de que las madres trabajadoras son típicamente las que deben ajustar sus periodos de lactancia a los tiempos que establecen las legislaciones locales o bien, pagar la child penalty que implica renunciaciones temporales o definitivas a la actividad laboral formal. Así el objetivo planteado es analizar la vulnerabilidad en lactantes en la Riviera Maya de Quintana Roo. La discusión teórica versa sobre 3 ejes: child penalty; vulnerabilidad; transversalidad. La primera refiere a situaciones que las lactantes sufren por ser madres: renunciaciones voluntarias, interrupción de su vida profesional, optar por actividades económicas no relacionadas con su bagaje académico-laboral, entre otras. La vulnerabilidad se explica como un proceso de construcción social, definido y determinado por la forma en que los distintos actores sociales usan y producen el territorio. Este proceso de producción se expresa en una relación dialéctica que opera entre la sociedad y el territorio, a distintas escalas espacio - temporales. En este caso, el turismo genera un mercado de mano de obra estable, sin embargo, las condiciones que oferta no son igual de positivas para lactantes trabajadoras y otras mujeres. La transversalidad se usa para denotar que aun cuando México se ha suscrito a convenios internacionales en materia lactancia por al menos 6 meses, la realidad es que las leyes son letra muerta. Especialmente con mujeres que trabajan bajo esquema de honorarios y, outsourcing; y en aquellas cuyos centros de trabajo generan problemas de tiempo, distancia y dinero para ejercer la lactancia.

La primera aproximación a datos sobre lactancia en la Riviera Maya, Quintana Roo es a través de los datos de la Encuesta Nacional de Dinámica Demográfica (ENADID) 2018. Sin embargo, esta encuesta presenta la dificultad metodológica de no desagregar la información a nivel municipal ni localidad. Lo que impide hacer análisis a nivel regional. Por ello es por lo que se planteó un ejercicio con desagregación regional para Quintana Roo. El instrumento se compuso de 3 secciones. 1ero, se obtuvieron datos para establecer una caracterización socioeconómica de las madres lactantes. 2do, se indagó sobre las redes de apoyo que las lactantes tienen. 3ero, se indagó sobre las condiciones en que la lactancia se lleva a cabo.

Se halló que la lactancia es vulnerada a través de 2 condiciones asociadas al trabajo en el sector turístico:

Factores sociales: al menos el 76% de la muestra, refiere no contar con redes de apoyo familiares que faciliten la lactancia posterior al término de la licencia de maternidad. Factores económicos: Si bien, no se puede establecer precariedad laboral en el sector turístico, el 100% de la muestra refiere que en su trabajo no existe un área específica designada como lactario. Esto implica que la lactancia se debe ejercer fuera del área de trabajo o en áreas poco higiénicas como baños o cocinas. El 48% de la muestra sí contó con licencia de maternidad, esto implicó que pudo ejercer lactancia materna exclusiva durante tres meses, cifra que coincide con lo que la ENADID establece para mujeres de estratos medios.

Palabras clave: Lactancia, Turismo, Riviera Maya, vulnerabilidad.

## **Análisis del Clima Organizacional y la Igualdad Sustantiva del personal de la zona hotelera de Los Cabos, Baja California Sur**

**Angélica Montaña Armendáriz**

amontano@uabcs.mx

*Universidad Autónoma de Baja California Sur*

**Juan Carlos Pérez Concha**

jperez@uabcs.mx

*Universidad Autónoma de Baja California Sur*

**Objetivo:** La investigación se centra principalmente en analizar la relación entre el clima organizacional y la igualdad sustantiva en el personal de la zona hotelera en Los Cabos, Baja California Sur; respondiendo las siguientes preguntas: ¿Cómo se caracterizan las empresas, empleos y empleadores en la zona hotelera de Los Cabos, Baja California Sur?, ¿Cuáles son las causas de la insatisfacción laboral que afectan la igualdad sustantiva y el clima organizacional? Y ¿Existe una relación entre la igualdad sustantiva y el clima organizacional? **Encuadre teórico:** En la actualidad, se considera al clima organizacional como un factor de impulso de competitividad empresarial, ya que, algunos autores consideran al clima organizacional como la percepción de los empleados que permite identificar como es la situación ambiental laboral dentro de una empresa, de tal manera que -viéndose favorable-, el empleado trabajará de manera eficiente las actividades laborales. Otro factor a considerarse es la igualdad sustantiva que de acuerdo con la Agenda 2030 dentro del Objetivo de Desarrollo Sustentable la Igualdad de Género (Objetivo número 5), es propuesta para garantizar el trabajo decente para todas las mujeres y la igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor, y siendo definida como las leyes que permiten a cualquier persona trabajar de una manera digna y propia, por lo que es necesaria la implementación de estrategias para corregir la desigualdad que se presentan entre hombres y mujeres. En este sentido en el sector turístico, las mujeres tienden a estar representadas en ocupaciones con bajo nivel jerárquico, por lo que a menudo reciben un trato desigual o son colocadas en ocupaciones estereotipadas. **Métodos:** Se aplica una metodología exploratoria-descriptiva de carácter mixto. Se dividió en dos fases: la primera se llevó a cabo la revisión teórica documental y la segunda la investigación de campo donde se aplicaron entrevistas no estructuradas con informantes clave, observación directa y una encuesta estructurada. La muestra aleatoria se aplicó a 230 trabajadores administrativos y operativos de la zona hotelera de Los Cabos. La técnica de estadística inferencial que se utilizó, fue el Análisis de Componentes Principales, de los cuales se extrae cinco componentes, mismos que explican el 68% de la varianza total, con un KMO y Barlett de 0.75 lo que significa que es aceptable la adecuación muestral a la investigación. **Resultados y conclusiones:** En función a los resultados de la investigación se concluye que la igualdad sustantiva influye en el clima organizacional en la zona hotelera de Los Cabos. 1) En la variable de clima organizacional la mejor correlación en orden de impacto se presenta de la siguiente manera: Decisiones 0.822, Desempeño 0.813, Indicaciones 0.803. Motivación 0.748. Opinión 0.710, Oportunidades de promoción 0.654, Planes y programas 0.565 e Incentivos 0.534. 2) En la variable de igualdad sustantiva las mejores correlaciones en orden de impacto se presenta de la siguiente manera: Favorecer a los jóvenes 0.841, Favorecer hombres 0.839, Política igualdad sustantiva 0.810, Política no discriminación 0.805, Curso de igualdad sustantiva 0.792, Favorecer mujeres 0.773, Atender discriminación 0.705, Empleado con discapacidad 0.686 y Código de ética y conducta 0.670. 3) Existe una correlación positiva entre las variables de clima organizacional y la igualdad sustantiva demostrada en con KMO y Barlett (Análisis de Componentes Principales) con un 0.751. Existe una correlación positiva entre las variables de clima organizacional y la igualdad sustantiva. Si bien existen políticas públicas de la igualdad en el Municipio de Los Cabos, son entorno a los derechos humanos y dejan de lado los derechos laborales, o bien, la igualdad sustantiva.

**Palabras clave:** Clima organizacional, igualdad sustantiva, turismo, hoteles, Los Cabos.

## **La mujer rural: la ruta de Café en el municipio de Xalisco, Nayarit**

**Cinthya Lucero Basáñez González**

21000344@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

**María del refugio Navarro Hernández**

manher@uan.edu.mx

*Universidad Autónoma de Nayarit*

En México y en el mundo, el sector rural ha sido un motor de cambio en el desarrollo económico. En este sentido se encuentra que a lo largo de la historia del país son las actividades agropecuarias las que han proporcionaron mayor auge en cuanto a la fuerza de trabajo, a la producción agrícola y al ingreso de capital económico, en este sentido en la actualidad surge una vertiente que acoge al turismo rural incorporando a las mujeres en las actividades. Todo esto gracias a la cultura campesina, a su tradición y desde luego por los ecosistemas existentes que ofrecen la posibilidad de realizar cualquier tipo de actividades.

En esta sociedad del conocimiento poco se sabe sobre el trabajo de las mujeres, es muy importante conocer de ello porque en este país las mujeres representan poco más de la mitad de la población y por ello hay que reconocer el esfuerzo que realizan. Para este artículo el objetivo es presentar un marco explicativo y una caracterización de quienes son las mujeres rurales, y en qué circunstancias se encuentran, así como plantear una alternativa de trabajo de la mujer rural a través de diversas vías como es la ruta del café en el estado de Nayarit como un destino alternativo para el turismo y como complemento al ingreso familiar. Para ello se abordan las teorías de género, y se consideran como categorías de análisis a la mujer rural, calidad de vida, turismo rural.

Al estar cursando una maestría en desarrollo local el análisis se realiza a partir de la teoría del desarrollo con perspectiva de género que surge para establecer la importancia de la figura femenina con respecto del desarrollo y como su participación es fundamental para que determinada sociedad logre llegar a alcanzar el desarrollo, se considera la evolución del término MED (mujeres en desarrollo) y el GED (Genero en desarrollo), así también el desarrollo humano, para de esta manera seleccionar los aspectos que son de utilidad para determinar la calidad de vida de la mujer rural productora agrícola de café, de la misma manera se analizan aspectos importantes del turismo rural en el estado de Nayarit y la participación y rol bajo el cual se encuentra la mujer rural.

La población cafecultora para el municipio de Xalisco, Nayarit es de 2,386 productores, de los cuales 386 son del sexo femenino, para este trabajo se consideraron a mujeres cuyo rango de edad fluctúa entre 30 a 50 años, y poseedoras de 2 hectáreas de café, considerando una muestra de 29 productoras del municipio en cuestión. En este sentido estudiaremos a mujeres que por un lado procrean, educan a sus hijos y atienden a la familia y por otro lado ejercen una doble jornada laboral al cuidado de sus tierras.

Palabras clave: Mujer, ruralidad, ruta turística, desarrollo local.

**Mesa 9: Tendencias emergentes en turismo (turismo de salud, inclusivo, oscuro)**

## **Caracterización del turismo médico transfronterizo en Ciudad Juárez motivado por la crisis derivada del COVID-19**

**María Teresa Martínez Almanza**

tmartine@uacj.mx

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*

**Santos Alonso Morales Muñoz**

samorale@uacj.mx

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*

**Jorge Antonio Breceda Pérez**

jorge.breceda@uacj.mx

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*

Entre las dificultades que enfrenta la sociedad actual, la atención médica tiene especial relevancia. La prestación de servicios de salud se ha convertido en un problema para los gobiernos nacionales debido a los tiempos complicados en torno al financiamiento de la salud pública y la provisión de una política de bienestar. La legitimidad del sector salud en la mayoría de los países se basa en su capacidad de proveer un estándar satisfactorio de atención sanitaria para todos los ciudadanos, independientemente de su capacidad de pago por la atención médica. Sin embargo, con los cambios demográficos y los avances en la tecnología médica aumenta la demanda de los servicios de salud, mientras que la globalización limita la cantidad de fondos públicos que pueden ser asignados a ese propósito. La búsqueda de atención médica en Ciudad Juárez por parte de pacientes del vecino país es un fenómeno que continúa presente en la ciudad fronteriza y requiere ser estudiado en profundidad debido a las ventajas y áreas de oportunidad que esta actividad representa.

El presente trabajo vincula la movilidad transfronteriza y el turismo médico durante la pandemia de COVID -19. El objetivo fue analizar el comportamiento del turismo médico en Ciudad Juárez durante octubre de 2020 a julio de 2021 de esta pandemia. El estudio se encuadra en la perspectiva teórica del interpretativismo y en una perspectiva epistemológica que corresponde al subjetivismo

Se considera como variable contextual la movilidad regular frente a la actividad del comercio de servicios de salud de las ciudades fronterizas. Se realizó una investigación de tipo cualitativo, con una aproximación de tipo inductivo, a partir de 34 entrevistas semiestructuradas realizadas a visitantes en Ciudad Juárez por cuestiones de salud. Se pretende hacer contribuciones teóricas al estudio del fenómeno del turismo médico por medio de exploración en las experiencias al interactuar con los sujetos participantes. Es decir, la estrategia metodológica es cualitativa, dado que la selección de casos que dan representatividad tipológica al fenómeno no se basa en la estadística inferencial. Se expone la vulnerabilidad de las personas que realizan turismo médico y las deficiencias institucionales que abonan a los desafíos del estado de bienestar. Se encontraron pacientes transfronterizos que acuden a Ciudad Juárez en busca de atención sanitaria para la enfermedad de COVID-19 en hospitales públicos y privados y para la atención y seguimiento de las secuelas relativas.

Los hallazgos de este trabajo exhiben el abordaje de un problema transversal entre la dinámica de movilidad transfronteriza de personas, conocida como turismo médico, y la carencia de atención médica accesible en su país de residencia.

Como conclusiones el estudio muestra que la dinámica de movilidad transfronteriza obedece a un estado de vulnerabilidad de los pacientes al no recibir la atención sanitaria en su país de residencia durante la pandemia de COVID-19. Dicha vulnerabilidad parece estar normalizada en el entorno fronterizo, pues las personas buscan solucionar sus necesidades de salud en Ciudad Juárez, donde converge un sentido práctico en la noción de la funcionalidad de las fronteras. Al cruzar la frontera, se encuentran los servicios que cubren las necesidades de la población a un costo accesible. Al mismo tiempo, esta demanda permite mantener en el mercado de servicios de salud de Ciudad Juárez a hospitales, clínicas, médicos y dentistas que han tenido históricamente este tipo de pacientes, lo que se puede llamar una tipología de turismo médico orgánico. Este trabajo de investigación puede ayudar a los proveedores de atención médica en destinos fronterizos a apreciar las diferencias entre la población que demanda sus servicios, ya que los tipos de tratamientos y el perfil de los pacientes que los solicitan exhiben grandes diferencias.

Palabras clave: Turismo médico, pandemia, cualitativa, salud transfronteriza, estado de bienestar.

## **Los mecanismos de mercantilización en la proliferación de las formas diversificadas de atención: El turismo de salud en Mazatlán, Sinaloa**

**Eloísa Aurora Pinto Salinas**

eloisapintosalinas@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Erika Cruz Coria**

erika.cruz@uadeo.mx

*Universidad Autónoma de Occidente*

En el turismo de salud, la salud se ha mercantilizado no sólo a través de la biomedicina sino a través de otras formas diversificadas de atención que predominan en el contexto. Objetivo. A través de una revisión bibliográfica, este trabajo tiene como objetivo identificar los mecanismos de mercantilización que han permitido la proliferación de las formas diversificadas de atención que articulan el turismo de salud, enfatizando en la ciudad de Mazatlán como un estudio de caso. Encuadre teórico. El turismo de salud representa una actividad económica que abarca distintas formas de atención, los receptores tienen como objetivo recibir tratamientos específicos, buscando la mejora de su bienestar mental, físico o espiritual (Zhong, 2021). Desde la antropología médica, surgen las formas diversificadas de atención (Menéndez y Di Pardo, 1996; Osorio, 2001; Menéndez, 2003; y Aranda, 2010) que son prácticas orientadas a la atención que incorporan los sujetos en los contextos; estas son: la biomedicina (medicina alópata), medicina tradicional-popular, medicina alternativa o new age, medicina devenida de otras tradiciones y grupos de autoayuda. La mercantilización es el acto de convertir algo que era accesible, en un artículo que se puede comprar o vender (Sheperd, 2002; Connell, 2011; y Tokens et al., 2013), mientras que la mercantilización de la salud se refiere a que el cuidado y la atención de la salud que antes era un derecho accesible hoy es vista como mercancía estandarizada, expandida y comercializada (Molyneux, 2001; Galende, 2008). Metodología. El proceso constó de tres etapas: 1) Análisis de la construcción del concepto de turismo de salud y los tipos de turismo de salud en 90 artículos científicos del 2011-2022 encontrados en las bases de datos SciELO, RedALyC, Scopus, Google Scholar, EBSCO y Elsevier. 2) Revisión de libros clásicos, en el área de la salud y la antropología médica para conocer los tipos de atención a la salud. 3) Reconocimiento de las formas de atención que existen y conllevan implicaciones tanto positivas, como negativas, ya sea en términos económicos, ambientales y socioculturales en el contexto. Resultados. La precarización de los sistemas de salud de los países desarrollados ha llevado a países en desarrollo a interesarse en ofrecer atención de la salud, especialmente a los países con sistemas de salud privatizados y con brechas en la cobertura de seguros. Otro factor, son los estereotipos de belleza que imponen exigencias a los servicios de salud, esto se corrobora con los estándares globales, ya sea a través de la acreditación de hospitales certificados por la Joint Commission International (JCI) y la certificación de cirujanos plásticos estéticos. De igual forma, desde la biomedicina se identifica que la profesionalización y la utilización de fármacos han legitimado la salud como un mercado. Cuando en la oferta surgen diversidad de productos y/o servicios, se les denomina mercancía; entonces el valor de la mercancía adquiere dos formas, el valor de uso y el valor de cambio, cuando la mercancía se convierte eminentemente cuantitativa y se objetiva, pasa del valor de uso al valor de cambio. Conclusiones. El turismo de salud en Mazatlán se hace presente a través formas diversificadas de atención, replicando lo que hace la biomedicina, viendo oportunidades de negocio, es decir, mercantilizando la salud; esto se deja ver en la privatización de la salud, certificación de hospitales, el aumento de clínicas especializadas en tratamientos de belleza como los son los reductivos, anti-edad, entre otros.

Palabras clave: Turismo, salud, atención, mercantilización, Mazatlán.

## Perspectivas de la formación profesional en turismo a nivel posgrado en México

**Fredy Ismael González Fonseca**

figonzalez@uqroo.edu.mx

*Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo*

**Nohora Elisabeth Alfonso Bernal**

nohora.alfonso@uptc.edu.co

*Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*

**Omar Ismael Ramírez Hernández**

omar.ramirez.hdez@hotmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

Descripción del tema: Su propósito fue el de establecer las tendencias y avances de la formación posgraduada en turismo, para identificar su estado actual, visibilizar sus campos de estudio y áreas de influencia. Su análisis representa una oportunidad para promover espacios de construcción de nuevos procesos y escenarios de transformación académica en el ámbito global, promoviendo paralelamente procesos de internacionalización, movilidad y articulación profesional, que a su vez favorecen la formación de profesionales idóneos en las diversas modalidades de la actividad turística en contraposición a su crecimiento y demandas. Para México y América Latina, debe ser una prioridad, la cualificación de la enseñanza en turismo, con el fin de ser reconocida no solo por su patrimonio natural y cultural y desarrollo de la actividad turística, sino por su capacidad en la formación de talento humano, en el avance de los procesos investigativos y creación de conocimiento. Por consiguiente, la enseñanza debe ser coherente e impactar significativamente en el progreso de las personas que participan en los procesos de fortalecimiento de la actividad turística.

Objetivo General: Comparar las dinámicas formativas de educación a nivel posgrado en turismo en México con miras a reconocer sus perspectivas y tendencias.

Objetivos Específicos

- Reconocer los antecedentes de la formación posgradual en turismo en México.
- Identificar y determinar las características de los programas a nivel posgradual en turismo en México.
- Establecer las perspectivas y tendencias de la formación posgradual en turismo en México.

Marco teórico: La educación desde sus orígenes, siempre se ha configurado como acción adaptada a la realidad social, habiendo dado respuesta a situaciones y problemáticas que han ido surgiendo en cada momento histórico (Colom y Brown, 1993, p.57); la educación es decisiva para el progreso y el desarrollo y debe ser una prioridad en todo el mundo, tal como ha sido manifestado en el Congreso Mundial de la UNESCO sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible celebrado en Bonn-Alemania en 2009. La educación superior como lo afirma Tunnermann, (2006): es un fenómeno social de gran complejidad, cuyo análisis requiere instrumentos que superen los enfoques puramente economicistas o parciales y tengan presente la necesidad de encontrar puntos de equilibrio entre las demandas del sector productivo y de la economía, los requerimientos de la sociedad en su conjunto y las no menos importantes necesidades del individuo como ser humano, todo dentro de un determinado contexto histórico, social y cultural (Tunnerman, 2006, p.2).

Métodos: Esta investigación privilegia el enfoque cualitativo, que trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, (Martínez, 2006, p.123), dicha investigación, “produce datos descriptivos: es decir, las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1986, p.7).

Resultados: El análisis de los procesos de formación en turismo representa una oportunidad clave para el reconocimiento de la diversidad, las tendencias y enfoques que el sector promueve actualmente, comprender su funcionamiento e intereses se constituye en una primera medida para alcanzar su perfeccionamiento e impulso con el conocimiento a profundidad de su contexto.

Conclusiones: El estudio refleja la orientación y posicionamiento de la formación posgraduada en turismo en sus diferentes modalidades, por lo que presenta un diagnóstico detallado, de sus programas temáticas de estudio, planes de estudio, costos convenios, entre otros; confirmando a las instituciones de educación superior mayores posibilidades de articulación e internacionalización entre diversos países, dando como resultado una oferta más fuerte y de impacto en términos académicos y sociales.

Palabras clave: formación profesional, turismo, México, posgrado, tendencias.

## **Turismo LGBT: estudios y perspectivas del fenómeno social, económico y político**

**Jesús Otoniel Sosa Rodríguez**

otonielsosa@ucol.mx  
*Universidad de Colima*

El turismo LGBT se ha convertido en un fenómeno social contemporáneo que ha generado un sinnúmero de debates, en primer lugar por la definición de este; en segundo lugar por los efectos económicos, sociales y políticos que genera y; en tercer lugar por la aceptación-rechazo de lo que significa culturalmente, en otras palabras, un conjunto de debates entre la diversidad sexual y discriminación. Con base en los debates contemporáneos sobre la investigación en turismo, identidades LGBT+ y turismo LGBT, este documento hace una revisión bibliográfica (estado del arte) del turismo LGBT (incluido el turismo gay), para lo cual fue necesario revisar las bases de datos Ebsco Host, Scopus, Google Academic y Thomson Reuters, así como Scielo México.

La búsqueda se realizó tomando en cuenta cuatro temas principales del objeto de estudio: turismo, homosexualidad, turismo gay y turismo LGBT. La investigación acerca del “turismo”, como base principal del turismo gay (disciplina, actividad económica y fenómeno socio-cultural), se realizó principalmente en 15 libros especializados en turismo que posee la Universidad de Colima, aunque también se realizó la búsqueda revistas especializadas entre ellas *Annals of Tourism Research*, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *Periplo Sustentable* y *Journal of Hospitality and Tourism Management*; finalmente en publicaciones realizadas por autoridades gubernamentales y no gubernamentales que regulan el turismo, como actividad económica.

La investigación sobre homosexualidad fue realizada en textos impresos de la Universidad de Colima y en el buscador principal de la biblioteca del ITESO, que al usar los descriptores homosexualidad, gay e identidad, en el periodo 2000-2021, arrojaron 89 documentos en español (72 publicaciones académicas, 15 recursos electrónicos y 3 tesis doctorales), mientras que la misma búsqueda, pero con los descriptores en inglés, dio como resultado 8,273 documentos, lo que motivó al autor a reducir el periodo de búsqueda de 2005 a 2021 y agregar el descriptor “space” (espacio) y reducir a 453 documentos analizados (427 publicaciones académicas, 41 libros y 3 tesis doctorales). Cabe aclarar, que se fueron eliminando textos porque al realizar la lectura de resúmenes o presentaciones iniciales, trataban aspectos ajenos al enfoque que la presente investigación presenta. Finalmente, se realizó la búsqueda del tema central de la investigación: turismo gay y turismo LGBT, se encontraron 302 publicaciones, del periodo 2000 - 2021, sin embargo, solo se consideraron revistas indexadas, tesis y libros, en total fueron 40 las publicaciones revisadas ( 11 revistas indexadas, 1 tesis y 12 recursos electrónicos de la base de datos OAlster).

Se encontraron 11 publicaciones, 9 artículos de revistas indexadas y 2 tesis, destacan 3 artículos publicados en las revistas “Scielo” y “Teoría y Praxis”, ambas revistas son de México. Cabe hacer mención que 9 de las 11 publicaciones son realizadas desde Latinoamérica (país de origen y universidad de origen), mientras que dos, fueron realizadas desde Estados Unidos. Diez de las once publicaciones, tratan sobre las oportunidades, retos, amenazas que representa el turismo gay a diferentes localidades estudiadas de Latinoamérica, utilizan la empiria en su metodología, usando diferentes instrumentos como encuestas, entrevistas, a diferentes actores de la sociedad (turistas, empresarios y personas de la localidad en general). Las publicaciones son recientes, desde 2008 a 2021. Como resultado se presentan tres grandes apartados: el turismo como objeto de conocimiento, “Homosexualidad e identidad gay, orígenes y estudios” y el Turismo LGBT, que se abordó con la construcción de cuatro tendencias de investigación que se identificaron sobre este. Finalmente se señala la importancia del uso y apropiación espacio turístico por parte de la comunidad LGBT+ como un elemento indiscutible en este tipo de segmento/fenómeno social.

Palabras clave: Turismo, turismo LGBT, espacio turístico, diversidad sexual, sexualidad.

## **Mesa 10: Turismo rural, agroturismo y/o turismo comunitario**

## **El turismo rural asociado con representaciones socioculturales, patrimonio natural y el desarrollo comunitario. Estudio en localidades de Ures, Sonora, México**

**José Ricardo Gálvez González**

a216230046@unison.mx

*Universidad de Sonora*

**Blanca Aurelia Valenzuela**

blanca.valenzuela@unison.mx

*Universidad de Sonora*

**Manuela Guillen Lugigo**

manuela.guillen@unison.mx

*Universidad de Sonora*

Las áreas naturales protegidas, los parques nacionales, los sitios RAMSAR o toda aquella región que, por su valor ambiental, sea prioritaria para su conservación es considerada como patrimonio natural en México. Así lo estipula la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales a través de sus diferentes organismos, dependencias y comisiones. Asimismo, en la mayoría de estas zonas se encuentran asentamientos humanos que, en muchos casos, requieren de los servicios ambientales que estas áreas les proveen. Por lo que, el aprovechamiento de estos servicios debe alinearse al desarrollo sustentable. Una de las alternativas es el turismo de bajo impacto, el cual puede ser ecoturismo, agroturismo, turismo rural, comunitario, entre otros.

Prueba de lo anterior se significa en los resultados del estudio que se llevó a cabo en 2018 en las localidades de Pueblo de Álamos y Rancho Viejo, ambas del municipio Ures, Sonora, México. Donde se exploraron representaciones socioculturales, valorización del patrimonio y desarrollo comunitario, dichas comunidades tienen asentamiento en la periferia de la región conocida como Sierra Huérfana o Sierra de Mazatán. Dicha zona tuvo en 2012 un estudio previo justificativo para designarse como Área de Protección de Flora y Fauna; sin embargo, hoy en día aún no se ha decretado como tal. No obstante, las comunidades la consideran patrimonio natural y cultural, como dejan ver los resultados del estudio.

El objetivo central de la investigación fue: describir e interpretar representaciones socioculturales, valorización del patrimonio y participación en el desarrollo comunitario de los habitantes de las localidades aledañas a la Sierra Huérfana o Sierra de Mazatán.

Por ende, la pregunta central de investigación se enunció de la siguiente manera: ¿Cómo se relaciona el turismo rural con las representaciones socioculturales, la valorización del patrimonio natural y la participación en el desarrollo comunitario en los habitantes de las localidades aledañas a la Sierra Huérfana?

El encuadre teórico se basa en: los aportes de Giménez (2007) con sus postulados sobre representaciones socioculturales; el modelo de valorización del patrimonio de Prats (2005); y los principios del desarrollo comunitario de Marchioni (2013). La investigación siguió un modelo metodológico cuantitativo y cualitativo mixto integrado. Para ambas facetas se implementó la aplicación de un cuestionario mixto, compuesto por preguntas cerradas de opción múltiple, dicotómicas, de escala Likert y otra parte con preguntas abiertas para explorar aspectos cualitativos.

Las principales conclusiones fueron:

1. Ambas comunidades son productoras de alimentos regionales, destacando el queso regional, chiltepín (chile de monte o chile de especies), la producción de leche bronca o cruda (útil para la elaboración de quesos, dulces regionales, entre otros). Por lo que, el agroturismo puede ser una alternativa muy viable.
2. Ambas comunidades presentan una alta valorización del patrimonio natural, por lo que, las alternativas de turismo aceptables son las de bajo impacto como senderismo, cabalgatas, ciclismo, entre otras.
3. En relación con el desarrollo comunitario, se percibe al otro como parte de una comunidad en la cual no se han presentado diferencias graves que dañen la imagen general, ni al interior o exterior.

A la par, se consideran una comunidad trabajadora, tranquila, honesta y respetuosa, por lo cual configuran un ambiente propicio para la convivencia en las localidades y favorece la formación de grupos como guías de turismo, grupo de productores de alimentos regionales y/o micro empresas turísticas.

Palabras clave: Turismo rural, Desarrollo comunitario, Patrimonio natural.

## **Enoturismo en Parras, Coahuila: Estado del arte**

**Araceli Esmeralda Villarreal Flores**

b8villarrealfloresaraceli@gmail.com

*Colegio de Postgraduados Campus Córdoba*

El presente trabajo es parte de una investigación más amplia que consiste en un análisis del enoturismo en Parras, Coahuila; que al ir desarrollando las etapas que lo componen, se encontró una falta de información científica referente al estado del enoturismo, así como los enfoques que se pueden presentar e información relacionada con los beneficios que deja esta actividad en este Pueblo Mágico. Es por esto que se realizó una exploración de información bibliográfica en medios tanto impresos como electrónicos que se tuvieron al alcance con el objetivo de concentrar la información disponible y facilitar futuras investigaciones sobre el enoturismo en Parras.

El documento se encuentra dividido en cuatro secciones. La primera "Estudios sobre enoturismo", permite conocer las características generales de esta actividad, así como diversos enfoques que lo estudian. Por ejemplo, desde la perspectiva del enoturismo y la sostenibilidad, está González San José, (2017) que hace un análisis de los entornos sostenibles del enoturismo, como los son el entorno cultural tomando como referencia el concepto de patrimonio cultural establecido por la UNESCO; el entorno socioeconómico mencionando los aportes económicos derivados de la actividad y la cultura derivada de la misma; así como el entorno al medio ambiente considerando el impacto ambiental resultante de la viticultura.

Por otra parte, Elías Pastor, (2014) analizó la importancia del paisaje en el enoturismo, describiendo los elementos, agrícolas y las razones por las que un paisaje del viñedo posee características propias, que le otorgan esa singularidad volviéndolo atractivo a las visitas y que ha permitido que la UNESCO haya declarado algunos Paisajes del Viñedo como patrimonio mundial.

La segunda sección, trata sobre el enoturismo a nivel mundial, en donde se analiza la información existente de enoturismo en los diferentes países del mundo, encontrando trabajos como el de Durán Sánchez et al., (2016) en donde realizan un análisis de tesis doctorales sobre enoturismo escritas y defendidas en España, Portugal, Reino Unido y Francia, en un periodo de 6 años. Encontrando que España es el país donde se han elaborado y defendido el mayor número de tesis.

En la tercera sección se presenta el panorama para el caso de México, en donde a pesar de que se tiene una larga trayectoria en la producción vitivinícola, que se remonta al siglo XVI, es recién en las últimas tres décadas que el enoturismo, ha comenzado a consolidarse como un modelo turístico con gran potencial de crecimiento en diferentes zonas del país (Novo et al., 2019). Se encontraron trabajos como el de Robles Gaytán y Robles Baldenegro, (2018) que analizan el potencial del enoturismo en la zona norte del país, específicamente Sonora, para fomentar el desarrollo de la región tanto en lo económico como en lo social, aprovechando la creciente demanda internacional de productos turísticos diferenciados como lo es el enoturismo.

Finalmente como cuarta sección se presenta el enoturismo en Parras, Si bien hay artículos que hacen referencia al enoturismo estos solo abordan el tema de manera general, pues por lo general tienen como objetivo el caracterizar la situación a nivel nacional, por lo que se carece de estudios científicos que analicen la situación del enoturismo en el municipio y teniendo como única fuente de información la generada por los mismos actores que participan en esta actividad.

Después del extenso trabajo de revisión bibliográfico en el que se notó como el número de publicaciones de carácter científico fue disminuyendo conforme se delimitaba a los que abordaran exclusivamente al área de estudio hasta volverse nulo es que se concluye que el trabajo que se está efectuando resulta pertinente y base para futuras investigaciones en el área.

Palabras clave: Enoturismo, Parras, vino, México, agroturismo.

## **Ecoturismo como estrategia de conservación ambiental y bienestar social en la Reserva de la Biósfera Sierra de Huautla, Morelos, México**

**Lorena Sánchez Martínez**

lorenasanchezmartinez76@gmail.com

*Centro de Investigación en Biodiversidad y Conservación-UAEMor*

**Xavier López Medellín**

xlmedellin@uaem.mx

*Centro de Investigación en Biodiversidad y Conservación-UAEMor*

**Domingo Gómez López**

domingo@cides.edu.mx

*Centro de Investigación para el Desarrollo Sustentable*

Bajo el concepto de desarrollo sostenible se han implementado diversas estrategias de conservación y restauración ambiental, surgiendo la necesidad de hacer investigación en el desarrollo de formas alternativas en la relación naturaleza-sociedad. El ecoturismo cumple con las premisas del turismo sostenible y regenerativo, generando que el visitante reflexione sobre su rol en la naturaleza. Un adecuado aprovechamiento turístico en un área natural protegida, especialmente aquellas donde se encuentran inmersas las comunidades rurales, requiere de un diseño y planeación de actividades recreativas que cumplan con los objetivos del programa de manejo, servicios, infraestructura, entre otros, además de la iniciativa y capacidad de la comunidad para participar e involucrarse en el desarrollo de proyectos ecoturísticos, crucial para el éxito de éstos.

La Reserva de la Biósfera Sierra de Huautla (REBIOSH) al sur del estado de Morelos y en la que habitan 31 comunidades rurales y que dependen en gran medida del aprovechamiento de los recursos naturales, destaca por la riqueza y belleza de sus paisajes, su biodiversidad e historia. Estudios sobre percepciones en cuanto a la conservación ambiental en la REBIOSH son en general positivas, sin embargo, la percepción hacia la REBIOSH es que no ha impactado de manera positiva, al no haber generado suficientes alternativas de desarrollo ni ha logrado disminuir las condiciones de pobreza y la migración de su población en busca de mejores opciones laborales. En este sentido, el ecoturismo puede significar una alternativa de empleo y bienestar social para los habitantes de la REBIOSH.

Algunos aspectos a considerar para llevar a cabo proyectos ecoturísticos, además de los ya mencionados, la evaluación y análisis de los recursos turísticos para conocer su potencial, pues de éstos dependerá la viabilidad de los proyectos.

Por ello y la necesidad de conocer el estado actual y el potencial del ecoturismo en la REBIOSH, surge el interés de realizar esta investigación, en la que se analizarán cuáles han sido los efectos del ecoturismo en lo ambiental, social y económico para los habitantes de la REBIOSH, además, permitirá acercar a la sociedad a conocer y valorar la biodiversidad de la REBIOSH de una forma ordenada.

Objetivo general: Realizar un diagnóstico del ecoturismo en 3 localidades de la REBIOSH como estrategia de conservación ambiental y bienestar social.

Objetivos específicos: i) Determinar qué factores influyen en el éxito o fracaso de proyectos de ecoturismo, ii) Identificar las actividades ecoturísticas y cómo han impactado en la conservación ambiental y el bienestar social, iii) Identificar y evaluar el potencial de los atractivos y recursos turísticos existentes.

Se utilizó un enfoque cualitativo interpretativo, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad a los actores clave, talleres grupales, observación participativa, diario de campo, y con los datos obtenidos se realizó un análisis FODA, un diagnóstico del ecoturismo y su potencial. Además de recorridos por los distintos parajes de las localidades para llevar un registro fotográfico de los recursos naturales y atractivos turísticos con los que cuentan.

Con los resultados obtenidos hasta el momento, podemos decir que en general existe potencial para realizar proyectos ecoturísticos en las tres localidades de estudio y en general en la REBIOSH, debido a la riqueza de sus recursos naturales, historia y la diversidad de actividades ecoturísticas que en ellas se pueden realizar, incluyendo actividades del agroturismo y turismo de aventura, entre otras. Sin embargo, la falta de capacitación y conocimiento del tema, así como la capacidad de las propias comunidades para su organización y resolución de conflictos, pueden influir en el éxito de éstos proyectos.

Palabras clave: Ecoturismo, área natural protegida, bienestar social, desarrollo, indicadores

## **Economía social y estrategias de organización de comunidades rurales del norte de Quintana Roo para un turismo comunitario**

**Pedro Moncada Jiménez**

pmoncada@ucaribe.edu.mx

*Universidad del Caribe*

**Claudia Inés Martínez**

cmartinez@ucaribe.edu.mx

*Universidad del Caribe*

**Ana Pricila Sosa Ferreira**

psosa@ucaribe.edu.mx

*Universidad del Caribe*

A partir de la última década del siglo pasado, el turismo en el Caribe Mexicano, subsector que representa el 63% de la economía de Quintana Roo, se expandió desde Cancún, no solamente a lo largo del litoral creando un nuevo destino, la Riviera Maya, sino también hacia las zonas rurales que empezaron a ofrecer actividades complementarias para los turistas de sol y playa de Cancún y Riviera Maya. Las comunidades han realizado esa inserción bajo esquemas diversos y con resultados también diferentes. Actualmente, existe un flujo de turistas, así como empresas con base en Cancún y Playa del Carmen atendiendo gran parte de la demanda. También ejidos y otras formas de organización que operan por su cuenta hospedaje, otros servicios y ofrecen diversas experiencias turísticas para las y los visitantes.

Diversos análisis han estudiado la distribución en la Península de Yucatán y específicamente en Quintana Roo de esta oferta de turismo alternativo, así como algunos impactos socioambientales y los obstáculos de las comunidades para ofertar productos turísticos en la zona. El presente trabajo tiene como objetivo analizar las comunidades del norte de Quintana Roo con una oferta de turismo alternativo y con un manejo comunitario, desde la óptica de sus estrategias de organización para la gestión del turismo, ubicando los factores que las definen y les fortalecen.

La economía social refiere una forma de producción, distribución y consumo a partir de lo colectivo en cuanto a la organización, la toma de decisiones y el uso de los recursos. El trabajo colaborativo, la democracia y los objetivos tanto económicos como sociales guían la producción y el intercambio de bienes y servicios en un esquema de economía social.

Este trabajo tiene como objetivo analizar cómo la economía social y la gestión comunitaria están presentes en el complejo contexto en el que las comunidades rurales del Norte de Quintana Roo se suman a la oferta turística en un entorno en el que prácticamente el turismo ya está ahí. En sus diversas realidades las comunidades operan bajo sus esquemas tradicionales de toma de decisiones y sobre la marcha definen las estrategias de organización y las redefinen cuando es necesario. La cohesión interna juega un papel relevante en este proceso, bajo un esquema que guarda correspondencia con los fundamentos de la economía social.

La metodología para el desarrollo del trabajo es cualitativa, incluyendo las técnicas de observación participativa, levantamiento en campo y entrevistas semiestructuradas. Aunque este estudio aún se encuentra en proceso, uno de los resultados preliminares obtenidos es la relación existente entre el grado de cohesión comunitaria con la forma de organización y de gestión; definiendo esta relación si se conforma un proyecto particular, familiar o bien uno comunal, como los principales esquemas. Otro hallazgo es el riesgo de conflicto o posibilidades de cooperación que se presenta entre comunidades con oferta turística y territorios colindantes; también se confirma la operación bajo un esquema de economía social. La interacción entre las estructuras organizacionales de posesión de la tierra (ejidos), su interacción con las formas de organización para la gestión del turismo (cooperativas) y las figuras de autoridad local (delegaciones del municipio) es otra vertiente de análisis para la gestión del turismo en las comunidades que se aborda. La generación de modelos de negocio similares en las diferentes comunidades, y en otros casos, con similitudes con los modelos de negocio de la misma comunidad, tanto en la oferta turística como en la gestión, son de los resultados relevantes encontrados.

Palabras clave: Turismo comunitario, economía social, ejidos, modelos de negocios, gestión turística.

## **Turismo comunitario: El impacto sustentable del museo del Jaguar en Cabazán, San Ignacio, Sinaloa**

**Yasser Orlando Espinoza García**

yasserespinoza@uas.edu.mx

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

**Berenice Citlalli Cárdenas Aragón**

berenicecardenas@uas.edu.mx

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

El corredor biocultural del Jaguar, es una ruta turística que comprenden diversas comunidades del municipio de San Ignacio, Sinaloa; como son: La Chicayota (Las Piedras Labradas y Museo del INAH), Coyotitán (zona gastronómica), Del Carmen (observatorio biológico para especies endémicas: Jaguar, Venado Cola Blanca, y aves), Cabazán (museo del Jaguar) y San Javier (Fábrica de Helados tradicionales y Fiesta de la “Taspana”); en cada una de ellas se encuentran elementos naturales, culturales e históricos, que sirven de atractivo turístico, y que se encuentran dentro de la ruta turística de las “Misiones”. El proyecto de corredor biológico del Jaguar tiene sus inicios en el 2012 con la apertura del Observatorio biológico en Del Carmen y del Museo Comunitario del Jaguar, ubicado en el poblado de Cabazán, que se encuentra dentro del área natural protegida de Flora y Fauna “Meseta de Cacaxtla”; el cual tiene como principal propósito mostrar la importancia de la conservación de esta especie, así como el valor cultural que guarda para los pobladores de esta región. Tomando en cuenta esto, el objetivo principal de nuestra investigación es analizar el impacto económico, social y cultural que el Museo del Jaguar como atractivo turístico ha tenido para los pobladores de Cabazán, a través de la realización de diversas actividades complementarias como el tianguis gastronómico y artesanal, recorridos para observación de especies. El trabajo toma como marco referencial las teorías de sustentabilidad en relación con el turismo rural sustentable, entendiendo a éste como el impacto que la actividad turística genera en materia económica, social, cultural y ambiental en las poblaciones rurales; aunque ésta se centrará en las tres primeras dimensiones. Para la recolección de información se utilizará un enfoque metodológico cualitativo, aplicando el método de investigación-acción el cual comprende dos técnicas vivas: entrevista y discusión en grupo (grupo focal), en donde se buscará la participación de promotores turísticos de la comunidad, población de la comunidad y autoridades municipales, responsables del funcionamiento de los mismos atractivos, con el objetivo de observar involucramiento de los diversos actores que participan, y los beneficios que se han tenido en la comunidad con las actividades realizadas en torno al museo. Finalmente, la investigación tiene como objetivo principal mostrar que la generación de turismo sustentable aprovechando los elementos ambientales, culturales, sociales e históricos de una comunidad, como es el caso de Cabazán, genera un beneficio económico al crearse empleos ligados a la actividad turística; así como social con el incremento de los servicios e infraestructura pública, y cultural con la conservación de prácticas culturales a través de la integración de elementos biológicos en las actividades artísticas, gastronómicas y prácticas comunitarias, así como el aspecto ambiental al poner atención en la conservación de especies para el fortalecimiento de la conciencia por el respeto de especímenes endémicos como el jaguar.

Palabras clave: Turismo comunitario, corredor biocultural, sustentabilidad, ruta del jaguar, museo comunitario.

## **Integración competitiva de los emprendimientos sociales turísticos mediante un sistema de gestión organizacional. Caso El Jorullo en Puerto Vallarta, Jalisco**

**Carlos Salvador Peña Casillas**

cspcman15@gmail.com

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa*

**José Alejandro López Sánchez**

alx.1193@hotmail.com

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa*

**Rodrigo Espinoza Sánchez**

rickyilizbe@yahoo.com.mx

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa*

Existen diversas perspectivas respecto al manejo de los recursos en tierras de carácter comunal y ejidal, en la que, en sus orígenes, se trataba de las agrupaciones que mejor establecían los principios de cooperativismo y ayuda mutua para beneficios colectivos. Sin embargo, a lo largo del tiempo, esta tendencia se ha visto modificada ante las brechas generacionales y los cambios culturales de nuevas épocas, en la que algunas comunidades de tipo ejidal sufren algunos problemas en donde son dueños de todo y responsables de nada, es decir, el punto débil de la gestión ejidal es precisamente la organización para los beneficios colectivos, ante la falta de claridad en el planteamiento de objetivos y metas que sean acordes a las realidades actuales. Esta situación no es extraña incluso en los emprendimientos de tipo social que buscan generar iniciativas que respondan a las necesidades de las localidades que les dan origen, e incluso pasan de las actividades del sector primario como la agricultura y la ganadería a una combinación de éstas con el turismo, un sector económico altamente competido que demanda un estricto nivel de planeación para que las tendencias del entorno no sobrepasen la capacidad de oferta de las organizaciones. Por esta razón, para los Emprendimientos Sociales Turísticos (EST) y la satisfacción de las necesidades de sus creadores, es indispensable que sean competitivos, debido a la presencia de participantes cuyo poder productivo se basa en el capital, no en la tierra y el trabajo como en el ámbito rural, donde la Teoría de la Ecología de la Población Organizacional (TEPO) sugiere atender al entorno, en el cual se encuentran otros participantes para establecer integraciones estratégicas. El problema de la integración para la mejora, es la diversidad de opciones posibles para ello, y la complejidad que esto representa para cada participante, por lo que aparecen alternativas de base tecnológica que permiten visionar a un conjunto de emprendimientos como una figura de mayor solidez y competitividad ante los mercados del turismo, lo cual se enfatiza en destinos turísticos de talla internacional como Puerto Vallarta, en donde existen EST compitiendo por la preferencia de los consumidores del destino, situados en el espacio ejidal denominado El Jorullo. Por tanto, el objetivo general de la presente investigación fue el análisis de una propuesta de sistema de gestión estratégica para los EST del ejido El Jorullo basada en el capital social para el fomento de su competitividad. Para ello, se recurre a un enfoque de tipo cualitativo, basado en el análisis de redes sociales (ARS) para identificar el capital social de los participantes de la red de El Jorullo y sus emprendimientos, y posteriormente el vaciado de dicha información para la alimentación de un sistema de gestión de base tecnológica. Los resultados indican las seis etapas del sistema propuesto para la integración de los emprendimientos, de tal manera que sea funcional aun cuando se encuentran en etapas de desarrollo diferentes. Esto permite identificar una opción para que los EST sean más competitivos mediante la integración.

Palabras clave: Emprendimientos Sociales Turísticos, Análisis de Redes Sociales, Capital Social, Sistema de Gestión, Puerto Vallarta.

## **Turismo rural como factor dinamizador de desarrollo sustentable en la localidad de Bellavista, municipio de Tepic, Nayarit**

**Liliana Casillas López**  
liliana.casillas@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*  
**Eusebio Rodríguez Hernández**  
academicoposuat@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*  
**Juan Pablo Ramírez Silva.**  
pablror@uan.edu.mx  
*Universidad Autónoma de Nayarit*

El presente trabajo de investigación en turismo rural y desarrollo sustentable, pretende considerar los impactos que la pandemia del SARS CoV-2 desde una perspectiva positiva hoy ante la nueva normalidad de convivencia y movilidad puede tener en el llamado “turismo rural”. El área de estudio es la localidad de Bellavista, se ubica en una región rural de grandes contrastes tanto ambientales como sociales, de movimientos agrarios como obreros, de luchas libertadoras como de transformaciones políticas y socioeconómicas, de un devenir histórico muy tardío de una sociedad hacendaria y colonialista a una capitalista liberal, de ejidos, pequeñas propiedades y de una urbanización rural. Todos estos acontecimientos, permiten contar con un patrimonio tanto tangible como intangible, que abarca desde el contexto histórico de la era industrial de la segunda mitad del siglo XIX, la ingeniería empleada para el uso del agua, los aspectos naturales hasta los socioculturales y políticos, todo esto como sustento de un Turismo Rural Comunitario con posibilidades de autogestión en una nueva ruralidad. Por lo tanto, este trabajo tiene por objetivo Identificar el potencial turístico natural e histórico-cultural con que cuenta la localidad de Bellavista, que potencialice el turismo rural en la zona.

### **Objetivos Específicos**

Valorar los recursos naturales y culturales de la localidad de Bellavista, que posibiliten el desarrollo del turismo rural sustentable. Conocer la perspectiva de la población de Bellavista respecto la actividad turística actual y futura.

Generar una propuesta que dinamice de manera sustentable la distribución de actividades turísticas en el área de estudio que contribuyan al bienestar y desarrollo local.

### **Encuadre metodológico**

La actividad turística hoy en día se encuentra cada vez más direccionada hacia el desarrollo del turismo sustentable, ya sea por los efectos marcados que éste ha generado, sobre todo en los destinos de sol y playa y, aunado a la situación actual que se vive por la crisis global derivada de la pandemia por la SARS CoV2, que en parte, ha permitido reflexionar y revalorizar la experiencia de sí mismo, con el medio ambiente, el contacto con las personas y su cultura. Por otra parte, hay quienes sufren los estragos por la falta de turistas nacionales y extranjero, y la derrama económica que generan. Es por ello, que el turismo alternativo recientemente en su segmento rural es considerado como una oportunidad de desarrollo local sustentable a través del aprovechamiento del patrimonio como recurso turístico, y los gobiernos, se encuentran impulsándolo.

Para efectos de la presente investigación, se realizó bajo un enfoque mixto. Su diseño se apoya en el método etnográfico. Se realizó trabajo de campo, en el cual se tuvo acercamiento con la población, quienes a través de entrevistas, encuestas y talleres proporcionaron información valiosa, con la cual se complementó la elaboración de un inventario de recursos naturales y culturales con interés turístico. A partir de la observación, discusión y talleres se pretende conocer el entorno de manera objetiva y en la cotidianidad captar la realidad social del actor. El taller llevado a cabo mediante la herramienta de árbol de problemas.

### **Resultados**

1. Identificación del potencial turístico natural e histórico-cultural con que cuenta la localidad de Bellavista.
2. Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (FODA), a partir de las entrevistas, encuestas y taller empleados en la localidad de Bellavista.
3. Factores que inciden (o no) a la opción de desarrollo turístico sustentable de la localidad.

### **Conclusión**

El impulso y difusión del turismo sustentable a través del turismo rural se considera, en su mayoría benéfico para el desarrollo local en sus diferentes dimensiones, así mismo, sería inclusivo para todos los que quieran ser parte de esta propuesta, no sólo de Bellavista si no de las comunidades aledañas a ella.

Palabras clave: Turismo rural, desarrollo rural, desarrollo sustentable, desarrollo local, patrimonio

## **Un acercamiento a la Discusión Teórica Conceptual sobre Inteligencia territorial, emprendimientos sociales turísticos y calidad de vida**

**Rodrigo Espinoza Sánchez**

rodrigo@ucg.udg.mx

*Universidad de Guadalajara*

**María del Carmen Verduzco Villaseñor**

carmen\_verduzco@hotmail.com

*Universidad de Guadalajara*

**José Luis Cornejo Ortega**

jose.luicornejo@hotmail.com

*Universidad de Guadalajara*

La inteligencia territorial (IT) como concepto alude a la gestión que se debe de dar ante los diferentes actores que ocupan un área territorial determinada con el objeto de poder plantear el desarrollo de dicho territorio desde una perspectiva sustentable y, donde la idea central es que el sector académico apoye técnicamente para que los planteamientos de los actores locales encuentren el eco (entendido este eco como la fortaleza requerida para que se de dicho desarrollo) que se requiere para que se logren establecer estrategias de desarrollo local endógeno, es decir, que el desarrollo territorial inteligente debe estar sustentado en las iniciativas de los locales cuyo soporte son sus saberes e ideales de desarrollo y, donde las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se presentan como una herramienta importante para atender las necesidades que requiere dicho territorio, y que estas respondan con prontitud a las necesidades o requerimientos de las comunidades y de las implicaciones que tiene el propio desarrollo. Los emprendimientos sociales turísticos (EST) son iniciativas de gestión empresarial turística de colectivos que buscan el bien común para sus comunidades locales y, donde la premisa fundamental es que las actividades de emprendimiento turístico se soporten en el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales localizados en su propio territorio, sin dejar de ser ejidatarios o comuneros, es decir, que la identidad rural del ejidatario o comunero está presente en el producto turístico que se promueve por el propio colectivo (Espinoza, Peña y Cornejo, 2022). La Calidad de Vida (CV) es un estado o proceso biopsicosocial y ambiental de un individuo o colectivo que busca su satisfacción a través del grado de importancia que se le da al logro de dichos objetivos tanto personales como colectivos y, donde la política pública juega un papel preponderante para la consecución de dichos objetivos (Massam y Espinoza, 2013; Espinoza, et. al., 2021). Por tanto, el objetivo del presente trabajo es discutir la interrelación conceptual de la triada en referencia con el objeto de encontrar el sustento teórico - metodológico que permita soportar propuestas de desarrollo de un territorio desde una perspectiva turística inteligente cuyo objetivo final sea el logro de la calidad de vida de la gente local y los inmersos en la actividad turística. El método utilizado es la indagación documental a través de revistas científicas y bases de datos relacionadas a la temática en cuestión. Una de las principales conclusiones encontradas es de que, sí existe una interrelación conceptual entre la triada propuesta para el sustento del desarrollo inteligente de un territorio, si y sólo si, se involucra de una manera real a los actores locales con el soporte tecnológico que se requiere para ordenar el territorio y, donde el sector académico se limite exclusivamente a brindar el apoyo técnico que se necesite para que se dé dicho desarrollo inteligente (DI).

Palabras clave: inteligencia territorial (IT), emprendimiento social turístico (EST), calidad de vida (CV), TIC, desarrollo local endógeno.

## **Gestión de los bienes comunes como alternativa para el desarrollo local basado en el turismo comunitario de la zona serrana del municipio de Concordia, Sinaloa**

**David Arámburo Lizárraga**

davidalizarraga@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

**Elizabeth Olmos Martínez**

eolmosm.udo@gmail.com

*Universidad Autónoma de Occidente*

El presente resumen es derivado del protocolo de investigación del autor principal quien se encuentra inscrito en el programa del Doctorado en Gestión del Turismo de la Universidad Autónoma de Occidente por lo que se presenta la contextualización del problema identificado, objetivos de investigación y metodología para su desarrollo a partir de una revisión bibliográfica.

El turismo comunitario ha sido un fenómeno que se ha estudiado desde la década de los ochenta, en el contexto mexicano retoma importancia a partir del cambio de la política económica del modelo neoliberal ya que han disminuido los apoyos e iniciativas de financiamiento hacia las comunidades rurales, las cuales, a partir de sus recursos naturales, culturales y humanos luchan por insertarse dentro de un mundo globalizado. El estudio de los bienes comunes dentro del turismo comunitario retoma importancia en aquellos poblados cuyo sistema se enfoca en ejidal y agrario ya que en la literatura se encuentran casos en los que no llevan a cabo un buen manejo de esos recursos de uso común, evidenciando la falta de acción colectiva, cohesión social, autogestión y capital social.

Desde la perspectiva de Stronza (2010) menciona que el turismo comunitario debe ser analizado bajo el enfoque de los bienes comunes, ya que: a) la mayor parte de los recursos destinados al turismo en las comunidades son de carácter común; b) la gestión, normas y actores que se involucran en la actividad son propuestas por la misma comunidad; c) la perspectiva del turismo comunitario a partir de los comunes y el uso nuevo de los ecosistemas de las comunidades añade una complejidad a los estudios económicos, sociales e institucionales. Por tanto, Bojórquez (2014) fundamenta que la adaptación teórica de los bienes comunes es necesaria para entender la actividad turística comunitaria, partiendo de que los actores locales son los encargados de “gestionar los bienes comunes” (recursos naturales).

Por otro lado, Peralvo (2020) menciona que el desarrollo local en los contextos rurales busca la creación de generar empleos de mayor estabilidad, donde a partir de los recursos con los que cuentan las comunidades se generen estrategias para que a través de la organización, gestión y cohesión de los pobladores se definan proyectos que garanticen una mejor calidad de vida y una distribución equitativa de los recursos en las comunidades. Es por ello, que Bravo y Zambrano (2017) argumentan que el turismo comunitario es una real alternativa para el desarrollo local, ya que prioriza la valoración de la cultura y el medio ambiente.

Por lo anterior, el objetivo del presente estudio es analizar la gestión de los bienes comunes como alternativa para el desarrollo local basado en el turismo comunitario de la zona serrana del municipio de Concordia, Sinaloa. La metodología seleccionada para el presente estudio es de carácter mixto. En el análisis cualitativo se llevarán a cabo entrevistas semiestructurada a los ejidatarios y propietarios de tierras comunes en 3 comunidades agrarias y 3 ejidos de la zona serrana del municipio de Concordia, con el objetivo de conocer como se ha trabajado en la autogestión, acción colectiva, cohesión y el capital social comunitario para el aprovechamiento del turismo comunitario a partir de los bienes comunes. En el ámbito cuantitativo se llevarán encuestas que coadyuven al análisis de la percepción del turismo y los beneficios que han obtenido a partir de la escasa llegada de visitantes, además, de un inventario turístico que determine las potencialidades turísticas de cada una de las comunidades estudiadas.

La hipótesis argumenta que la autogestión, la acción colectiva, el capital social comunitario y la cohesión social de los habitantes son factores indispensables para la gestión comunes de los poblados de la zona serrana del municipio de Concordia, Sinaloa y permiten la implementación del turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo local.

Palabras clave: bienes comunes, desarrollo local, turismo comunitario, comunidades rurales, actores locales.

## **El turismo comunitario urbano, una perspectiva crítica para la investigación del desarrollo local y los estudios del turismo**

**Jorge Edgar Castañeda Huitrón**

jedgar82@hotmail.com

*Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional (EST-IPN)*

El siguiente trabajo hace un análisis de la definición contemporánea del concepto "Turismo comunitario", pues casi siempre es relacionado de manera exclusiva y excluyente con entornos rurales, dejando de lado prácticas que acontecen en los entornos urbanos alrededor del mundo, las cuales también pueden clasificarse y definirse como turismo comunitario. El objetivo de esta investigación es, establecer los elementos que permiten identificar ciertas prácticas de emprendimientos turísticos, que subsumen los principios del turismo comunitario y que se pueden dar en ambientes ciudadanos. Éste trabajo se ha desarrollado desde una perspectiva que retoma los principios de la Teoría crítica, a partir de una investigación documental y trabajo de gabinete. Como resultado se ofrece una propuesta de definición de Turismo comunitario urbano, que puede servir como elemento para la problematización del campo de estudios.

Abordar el turismo comunitario, en su carácter urbano, como una práctica de participación comunitaria, definiendo su esencia en oposición al modelo industrial del turismo de masas, permite a los actores locales visualizar los aspectos diferenciados de sus emprendimientos respecto de las empresas y prestadores de servicios privados en una ciudad. De igual manera posibilita la reflexión sobre los beneficios de dicho campo de emprendimiento, así como evaluar las razones de sus éxitos y fracasos y formar criterios propios ante temas transversales y delicados que trae consigo el turismo en las ciudades, por ejemplo, el *slum tourism*.

Otro aspecto problemático al asociar turismo y pobreza emerge de la corriente del *pro-poor tourism*. Esta conceptualización nació de una iniciativa interinstitucional en el Reino Unido a finales de los años 90, ligada a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU. Es definido como el "turismo que genera beneficios netos para la gente pobre" (Ashley et al., 2001, p.2), sean estos económicos, sociales, ambientales o culturales. La amplitud del concepto ha generado ambigüedades pues los autores mencionan que un proyecto turístico puede ser clasificado como *pro-poor tourism* (turismo pro-pobreza en castellano), siempre y cuando la gente de escasos recursos coseche "beneficios netos", aún si gente más rica se beneficia de estos proyectos, incluso más que los pobres; tanto el *pro-poor tourism* como el *slum tourism*, no parten de la perspectiva de los marginados en la relación turismo -pobreza. Tampoco, abordan críticamente los elementos estructurales que posibilitan la existencia de un turismo "irresponsable", v.gr.: la corrupción sistémica mundial que permite y propicia el turismo sexual; la decadencia de los sistemas de valores occidentales; la depredación de áreas naturales en virtud de proyectos industriales de uso masivo; el sistema económico capitalista que supone el consumo irracional y la sobreproducción de mercancías, etc., entre otras problemáticas que el turismo comunitario sí cuestiona frontalmente.

El "giro crítico" en los estudios de turismo es un llamado de atención para enfrentar los temas de justicia social, desigualdades y opresiones en la investigación actual, toda vez que existe una hegemonía de discursos centrada en dos frentes: las necesidades del mercado y los patrones de consumo, por un lado, y las interrogantes sobre la cultura y su representación, por otro (Bianchi, 2009). La economía política del turismo constituye una de estas vías críticas de investigación, ya que desde su perspectiva es posible no cometer el error de estudiar la cultura, el discurso y sus representaciones sin vincularlos a las grandes estructuras de poder y a las fuerzas de acumulación de capital de las industrias del turismo y la hospitalidad. En última instancia, el análisis de las micro-estrategias de resistencia a nivel local se complementa con la crítica de "las experiencias comunes de explotación, desigualdad y lucha universal de la clase trabajadora que defiende su bienestar" (Bianchi, 2018, p.9).

Palabras clave: turismo comunitario, turismo comunitario urbano, teoría crítica, pobreza, comunidades marginales

## **Turismo rural como factor de desarrollo. Sendero interpretativo para la localidad de Cacao, Quintana Roo**

**María Josefina Aguilar Leo**

maria.al@chetumal.tecnm.mx

*Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Chetumal*

**Finy Enith Aguilar Rivero**

finy.ar@chetumal.tecnm.mx

*Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Chetumal*

**Laura del Carmen Garrido López**

laura.gl@chetumal.tecnm.mx

*Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Chetumal*

El desarrollo de la zona sur del estado de Quintana Roo ha mostrado una tendencia al turismo de bajo impacto, a diferencia de la zona norte caracterizado por un turismo de masas, que requiere de propuestas que atiendan las necesidades de desarrollo de las comunidades ubicadas en este territorio. Actualmente se ofrece a lo largo de la Ribera del Río Hondo servicios turísticos que combinan el turismo rural, de aventura y ecoturismo, sin embargo, son insuficientes para consolidar esta zona del estado como un destino con atractivos que destacan la riqueza natural y cultural con que cuenta y que cumplan con las expectativas de los visitantes.

Para la permanencia y fortalecimiento a la competitividad de las microempresas o agrupaciones que operan, es latente la necesidad del desarrollo de investigaciones e intervenciones que les permitan contar con elementos sólidos para la integración formal de sus grupos, la planeación, la toma de decisiones, la solución de problemas y la integración de productos turísticos sustentables.

Con objeto de aprovechar la biodiversidad de esta área, mediante el desarrollo de un sendero interpretativo que promueva el turismo, la educación, la conservación de la biodiversidad y el desarrollo económico de la comunidad se propone un sendero interpretativo basado en el Cacao.

El objetivo general es diseñar un sendero interpretativo con características del turismo rural para la localidad de Cacao, Quintana Roo, basado en elementos bioculturales que la distinguen. El estudio se apoyó en el método de trabajo de campo, se aplicaron entrevistas en la zona estudiada para la recolección de datos y se utilizó además el método documental bibliográfico y en fuentes electrónicas oficiales.

El trabajo se estructuró en tres etapas: 1. Descripción del área, para identificar características como ubicación, extensión, recursos naturales, facilidad de acceso y elementos con oportunidades interpretativas; 2. Diseño del sendero, apoyado con guion interpretativo y materiales de apoyo; y 3. Validación del sendero interpretativo. Los resultados se traducen en el diseño de un sendero interpretativo guiado de tipo lineal y la producción de los textos para cada una de las paradas. El sendero diseñado consta de siete paradas que hacen referencia al cultivo, usos y costumbres relacionados al Cacao.

Esta propuesta es el resultado de talleres participativos, entrevistas y recorridos en la zona para seleccionar sitios e identificar elementos a integrar en el guión interpretativo. Las siete paradas se localizan en el poblado de Cacao, en las áreas de cultivo del cacao y a orillas del Río Hondo donde finaliza el recorrido. El tiempo estimado para recorrerlo es de 6 horas y durante este el visitante conoce sobre el proceso del cultivo del Cacao y los cuidados que requiere, participa en la elaboración y degustación de productos artesanales con base en el cacao, conoce sobre la forma de vida de los habitantes de la comunidad y disfruta adicionalmente de los atractivos del paisaje y de la vida silvestre.

Palabras clave: Turismo, turismo rural, sendero interpretativo, desarrollo, comunidades

## **Experiencias gastronómicas en la comunidad indígena Matlatzinca de San Francisco Oxtotilpan, Estado de México**

**Galia del Castillo Katz**

galiadck@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Diana Castro Ricalde**

castrod4@gmail.com

*Universidad Autónoma del Estado de México*

**Rebeca Osorio González**

rosoriog@uaemex.mx

*Universidad Autónoma del Estado de México*

Las experiencias gastronómicas son consideradas por los turistas contemporáneos como un elemento clave a la hora de elegir el destino a visitar. Las variables que suelen influenciar su motivación son: la calidad de los platillos, la innovación y nuevos sabores, instalaciones y la atmósfera del lugar (Martínez de Albeniz & Imaz, 2006). Pero también existen otros factores a tomar en cuenta, y que las pueden hacer memorables: la satisfacción de sus expectativas, las emociones que puedan experimentar en el lugar, así como la recolección de momentos que puedan ir atesorando (Mazarraza, 2016).

De aquí que las experiencias gastronómicas se observen como un factor de atracción para el turismo gastronómico y como una oportunidad para su desarrollo; a un mismo tiempo, para la búsqueda del bienestar de los pobladores de comunidades rurales quienes, además, pertenecen a uno de los pueblos originarios del Estado de México: la comunidad indígena matlatzinca, último reducto de esta etnia.

Así, el objetivo del estudio que se presenta, es “Analizar los factores de atracción turística existentes en la comunidad indígena de San Francisco Oxtotilpan para el diseño de una experiencia gastronómica basada en la cocina tradicional matlatzinca”, lo que se logra a través de la documentación de acciones específicas como el diagnóstico de los recursos naturales y culturales de la comunidad; el registro de aspectos sustantivos como la infraestructura, accesibilidad y servicios complementarios, entre otros, y la identificación de aquellos platillos tradicionales de la cocina matlatzinca que, en conjunto, sirven para el diseño de una experiencia gastronómica en la región.

Como parte de los fundamentos teóricos, se describen ampliamente los factores que autores como Cabrera (2019), Daries, et. al. (2018); Hernández y Dancausa (2018), Mazarraza (2016), Martínez de Albeniz e Imaz (2006) entre otros, consideran que deben estar presentes en las experiencias gastronómicas, para que el turista descubra, disfrute y “conecte” con la comunidad rural y sus costumbres, tradiciones, historia, y aun mismo tiempo, esto le despierte nuevas sensaciones y emociones, pero todas ligadas a la gastronomía. Toda vez que se considera que el éxito de la oferta de una experiencia de este tipo se basa en su autenticidad; de aquí que, el territorio, el patrimonio, paisaje, cultura y en suma, identidad de la población anfitriona, sean factores de interés.

En términos metodológicos, se eligió el enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo, así como la técnica de la encuesta, toda vez que los sujetos de estudio considerados son los potenciales visitantes a la comunidad, a quienes se les cuestionó en torno a lo que buscan de una experiencia gastronómica en una comunidad rural. Igualmente, se consideró a los pobladores matlatzincas con el fin de establecer qué estarían dispuestos a ofrecer para atraer turistas a su pueblo.

Como principales resultados, se reportan los recursos existentes en la comunidad, así como la planta turística real y potencial, en conjunto con los platillos de la cocina matlatzinca que se consideran más importantes. Incluyéndose en última instancia, algunos factores que deben considerarse en la experiencia gastronómica que se utilizará como elemento de atracción para los turistas.

A manera de conclusión, se resalta la experiencia gastronómica como estrategia principal para acercar a los turistas al lugar, contemplando técnicas, instrumentos, ceremonias, rituales y todas las manifestaciones identitarias de esta etnia, que pueden involucrarlos no sólo con una cocina auténtica, sino también con los pobladores originarios y toda su riqueza cultural.

Palabras clave: Experiencia gastronómica, gastronomía indígena, comunidad indígena, cocina matlatzinca, turismo gastronómico.

## **Diagnóstico exploratorio de los recursos y capacidades en los servicios de hospedaje en la ruta Misticismo Maya en el municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo**

**Beatriz Iñiguez Ramírez**

2028114@uqroo.mx

*Universidad del Estado de Quintana Roo*

**Ma. del Carmen Rojas Nagano**

crojas@utcancun.edu.mx

*Universidad Tecnológica de Cancún*

Esta investigación es parte del trabajo realizado dentro del proyecto de la ruta “Misticismo maya”, con las comunidades mayas del norte del Estado de Quintana Roo propuesto por investigadores de la Red REMTUR (Red de estudios Multidisciplinarios del Turismo)- CONACYT. El objetivo fue el de elaborar un diagnóstico comparativo para identificar los recursos y capacidades de los servicios de hospedaje existente en las comunidades mayas en el municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo. El diagnóstico está enfocado en tres aspectos básicamente: 1. Los recursos y capacidades que poseen las empresas de hospedaje para definir su identidad. 2. La rentabilidad en las empresas del mismo sector y con características similares en relación al aprovechamiento de sus recursos y capacidades. 3. Los beneficios de la empresa obtenidos de la combinación de los recursos que dispone. Estas comunidades con las que se realizó el estudio son Nuevo Xcan, Solferino y la cabecera municipal Kantunilkin y cuentan con una oferta de atractivos culturales como danzas, leyendas, fiestas patronales, gastronomía, entre otros; y naturales como cenotes, senderos y la laguna El corchal; además de estar dentro del corredor turística Coba- Holbox, sin embargo, cuenta con servicios turísticos muy limitados en la calidad y la oferta.

Encuadre teórico - La teoría de recursos y capacidades surge en la década de los 80's y se considera una teoría clave para el estudio de las necesidades empresariales y de gestión dentro de la empresa (Barney 1991, 1999, Madhook 1998, Poppo y Zenger, 1998) mostrando lineamientos para entender los recursos y capacidades de forma tangible e intangible.

Metodología- Para el diseño y aplicación del instrumento, se consideró el trabajo previo denominado “Recursos y capacidades de los pequeños hoteles de Cancún” (Rojas, Iñiguez, Matos, 2012) en donde se muestran los resultados de un diagnóstico exploratorio y un modelo de los recursos humanos, tecnológicos, comerciales y organizativos, que sirven de base para la estructura del presente trabajo, así como, de algunos indicadores sobre el servicio del Distintivo M Moderniza (SECTUR, 2014). Para llevar a cabo el estudio se llevarán a cabo tres etapas: 1. Delimitación de los recursos y capacidades con los que cuentan los centros de hospedaje y que pueden ser considerados bajo el enfoque de la teoría de recursos y capacidades., 2. Diseño del instrumento, 3. Valoración, interpretación y diagnóstico para identificar el potencial y la ventaja competitiva. El instrumento se diseñó en escala likert con 6 apartados: estructura de la empresa, recursos humanos, tecnológicos, comerciales, organizativos y un último apartado sobre la atención al cliente, con un total de 34 ítems y se aplicó como entrevista a profundidad en los espacios de hospedaje identificados. La primera parte de la investigación cual se llevó a cabo en el municipio de Lázaro Cárdenas específicamente en las comunidades de Nuevo Xcan, Kantunilkin y Solferino durante el mes de octubre del 2019, el universo está considerado por el total de espacios que ofrecen servicios de hospedaje y que se encuentran en estas localidades, total de 10 establecimientos de hospedaje.

Resultados y conclusiones-De los resultados se obtuvo un inventario con los servicios y características de cada centro de hospedaje, tipo de capital, segmento de mercado y tipo de hospedaje. Debido a que este trabajo se realizó antes de la pandemia del COVID19, actualmente se está realizando un comparativo para conocer los cambios que se han tenido en estas empresas y la situación en la que se encuentran. Si bien la teoría de recursos y capacidades nos da bases y una metodología para conocer un diagnóstico interno de las empresas, también nos muestra una la identidad de cada una dependiendo de la región donde se encuentran, nos muestran los diferentes sistemas de gestión sobre los recursos y las diferentes capacidades por parte de cada establecimiento de hospedaje y segmento de mercado.

Palabras clave: Recursos, capacidades, centros de hospedaje, turismo comunitario, servicio.

## Los festivales como dinamizadores del turismo y del desarrollo local

**Lorena Trinidad Medina Esparza;**

lorena.medina@academicos.udg.mx

*Centro Universitario de la Costa Sur de la Universidad de Guadalajara.*

**Alfonso Zepeda Arce;**

alfonso.zepeda@academicos.udg.mx

**Marisa Gutiérrez Estrada;**

marisa.gestrada@academicos.udg.mx

El objetivo del estudio es analizar la importancia que han cobrado los festivales para potenciar el turismo, puesto que en la sede del evento arriban visitantes que gastan en las actividades que se ofrecen, pero también en una serie de servicios y bienes complementarios como el alojamiento, el transporte, la alimentación, lo anterior da como consecuencia que las actividades de cultura y ocio estén adquiriendo una fuerza muy valorada en las economías modernas. Es ahí donde se articula la cultura, la economía y el turismo, y si se desarrolla desde una perspectiva de sustentabilidad puede generar grandes beneficios para todos los actores involucrados, además, entre más arraigo y cohesionado esté el evento con los valores culturales del destino, mayores posibilidades de éxito tendrá y más contenido u autenticidad aportará a su oferta turística. Se toma como caso el Festival del Café en la comunidad indígena de Cuzalapa, municipio de Cuautitlán de García Barragán, Jalisco. La metodología aplicada es cualitativa; los resultados muestran que el Festival del Café en la mencionada comunidad ha brindado beneficios y abonado al desarrollo local de una manera incipiente. Se propone generar una estrategia de publicidad para posicionarlo, innovaciones al programa y mayor involucramiento de distintos entes gubernamentales y educativos.

Palabras clave: Festivales, festival del café, Cuzalapa, turismo rural, organización, propuestas.



# XVI Congreso Internacional de la AMIT

TURISMO, GASTRONOMÍA Y VINO

MEMORIAS DEL CONGRESO

